

令和2年度第10回県政インターネットモニターアンケート（総合政策課・環境政策課）

※表の中の「n」は、各設問の回答者総数を示す。

回答者数：553人（回答率：90.8%）			
	カテゴリー名	回答者数	%
性別	男性	267	48.3%
	女性	285	51.5%
	その他	1	0.2%
年代	10代	4	0.7%
	20代	24	4.3%
	30代	75	13.6%
	40代	118	21.3%
	50代	134	24.2%
	60代	97	17.5%
	70代	78	14.1%
	80代	23	4.2%
	90代	0	0.0%
住所	東部	162	29.3%
	中部	205	37.1%
	西部	186	33.6%
	県外	0	0.0%
職業	自営業	30	5.4%
	会社員	190	34.4%
	公務員	12	2.2%
	パート・内職従事者	98	17.7%
	学生	14	2.5%
	無職	182	32.9%
その他	27	4.9%	

○テーマ型地域活動に関するアンケート

問1（回答数1） n=553			
		人	%
1	言葉も意味も知っている	19	3.4%
2	言葉は知っているが、詳しく分からない	67	12.1%
3	知らない	467	84.4%

問2（回答数1） n=553			
		人	%
1	現在参加している	106	19.2%
2	現在参加していない	447	80.8%

問2-2（複数回答可） n=106			
		人	%
1	子育て・教育（こども食堂、学習支援、社会教育、キャリア教育など）	36	34.0%
2	健康・福祉（健康づくり、障害者福祉、高齢者福祉、生活弱者など）	25	23.6%
3	文化・芸術（アート、伝統芸能、歴史、科学技術など）	16	15.1%
4	スポーツ（スポーツ、障害者スポーツ、ニュースポーツなど）	28	26.4%
5	自然・環境（森づくり、河川・海洋、生物多様性、エネルギー、フードバンク、環境美化など）	28	26.4%
6	まちづくり（生活環境、商店街、空き家、防災、防犯、移住支援（都市部）など）	28	26.4%
7	農山漁村の振興（農林漁業、農林漁業体験、棚田、里地・里山、荒廃農地、荒廃竹林、移住支援（農山漁村）など）	6	5.7%
8	交流・体験（グリーンツーリズム、エコツーリズム、農泊、体験プログラム）	5	4.7%
9	その他	5	4.7%

問2-3（回答数1） n=106			
		人	%
1	月に1回未満	39	36.8%
2	月に1～3回	47	44.3%
3	月に4～6回	15	14.2%
4	月に7～9回	2	1.9%
5	月に10回以上	3	2.8%

問2-4（複数回答可） n=106			
		人	%
1	自発的に参加	76	71.7%
2	家族・親族の紹介	5	4.7%
3	友人・知人の紹介	22	20.8%
4	仕事や学業の関係（義務的参加）	9	8.5%
5	仕事や学業の関係（自主的参加）	7	6.6%
6	その他	6	5.7%

問2-5（複数回答可） n=106			
		人	%
1	自分一人で	74	69.8%
2	配偶者や子供、親などの家族と	27	25.5%
3	プライベートの友人・知人と	18	17.0%
4	職場や学校の仲間・知人と	8	7.5%
5	その他	4	3.8%

問2-6（複数回答可） n=106			
		人	%
1	人との交流	68	64.2%
2	地域との関わり	58	54.7%
3	社会貢献・地域貢献	60	56.6%
4	スキルアップ・キャリアアップ	21	19.8%
5	健康維持・増進	26	24.5%
6	収入の増加	3	2.8%
7	起業・副業	2	1.9%
8	活動自体の楽しさ	36	34.0%
9	特に無い	1	0.9%
10	その他	3	2.8%

問2-7（複数回答可） n=106			
		人	%
1	人との交流ができた	77	72.6%
2	地域との関わりができた	52	49.1%
3	社会貢献・地域貢献ができた	54	50.9%
4	スキルアップ・キャリアアップになった	23	21.7%
5	健康維持・増進になった	28	26.4%
6	収入が増加した	1	0.9%
7	起業・副業につながった	1	0.9%
8	活動が楽しかった	33	31.1%
9	特に無い	1	0.9%
10	その他	5	4.7%

問2-8（複数回答可） n=106			
		人	%
1	人との交流ができなかった	2	1.9%
2	地域との関わりができなかった	3	2.8%
3	社会貢献・地域貢献できなかった	5	4.7%
4	スキルアップ・キャリアアップにつながらなかった	5	4.7%
5	健康維持・向上にならなかった	3	2.8%
6	収入が増加しなかった	9	8.5%
7	起業・副業につながらなかった	6	5.7%
8	活動が楽しくなかった	4	3.8%
9	特に無い	69	65.1%
10	その他	16	15.1%

問2-9（回答数1） n=447			
		人	%
1	興味・関心はある	223	49.9%
2	興味・関心はない	118	26.4%
3	分からない	106	23.7%

問2-9-2（回答数3つまで） n=223			
		人	%
1	子育て・教育（こども食堂、学習支援、社会教育、キャリア教育など）	95	42.6%
2	健康・福祉（健康づくり、障害者福祉、高齢者福祉、生活弱者など）	89	39.9%
3	文化・芸術（アート、伝統芸能、歴史、科学技術など）	85	38.1%
4	スポーツ（スポーツ、障害者スポーツ、ニュースポーツなど）	55	24.7%
5	自然・環境（森づくり、河川・海洋、生物多様性、エネルギー、フードバンク、環境美化など）	98	43.9%
6	まちづくり（生活環境、商店街、空き家、防災、防犯、移住支援（都市部）など）	64	28.7%
7	農山漁村の振興（農林漁業、農林漁業体験、棚田、里地・里山、荒廃農地、荒廃竹林、移住支援（農山漁村）など）	30	13.5%
8	交流・体験（グリーンツーリズム、エコツーリズム、農泊、体験プログラム）	39	17.5%

問2-9-3（複数回答可） n=223			
		人	%
1	地域活動の情報（場所や内容等）の入手方法が分からない	100	44.8%
2	地域活動の参加の方法が分からない	92	41.3%
3	仕事や学業で忙しい	85	38.1%
4	育児や介護で忙しい	50	22.4%
5	体力や健康に心配がある	46	20.6%
6	その他	12	5.4%

問3（回答数3つまで） n=553			
		人	%
1	活動団体（主催者）ホームページからの申込	349	63.1%
2	活動団体（主催者）SNS※からの申込	110	19.9%
3	行政ホームページからの申込	314	56.8%
4	行政SNS※からの申込	42	7.6%
5	電話・FAXによる申込	83	15.0%
6	Eメールによる申込	164	29.7%
7	はがきによる申込	59	10.7%
8	その他	8	1.4%

問4（回答数1） n=553			
		人	%
1	ぜひ利用したい	64	11.6%
2	機会があれば利用したい	370	66.9%
3	利用したいと思わない	45	8.1%
4	分からない	74	13.4%

問5（複数回答可） n=553			
		人	%
1	LINE	386	69.8%
2	Facebook	153	27.7%
3	Twitter	145	26.2%
4	Instagram	127	23.0%
5	YouTube	226	40.9%
6	TikTok	3	0.5%
7	その他	9	1.6%
8	SNSは利用しない	82	14.8%

○環境に関する意識調査

問1 (複数回答可)	n = 553	人	%
1 温室効果ガスによる地球温暖化の進行	400	72.3%	
2 気候変動に伴う渇水や豪雨等による被害の発生	393	71.1%	
3 野生動植物の生息・生育場所の縮小や、種類、数の減少	184	33.3%	
4 ヒアリ等の外来生物による被害	147	26.6%	
5 シカ、イノシシなどの野生鳥獣による食害	153	27.7%	
6 森林の荒廃、耕作放棄地の増加	235	42.5%	
7 廃棄物の排出削減やリサイクルの取組の遅れ	189	34.2%	
8 プラスチックごみによる海洋汚染	328	59.3%	
9 食べ残しや在庫廃棄などによる食品ロスの発生	267	48.3%	
10 PM2.5や光化学オキシダントによる大気汚染	133	24.1%	
11 生活排水や工場排水による水質汚濁	142	25.7%	
12 大規模開発等による自然環境への影響	114	20.6%	
13 太陽光発電のような再生可能エネルギーが占める電力の供給割合の低さ	132	23.9%	
14 自然とのふれあい機会の減少	74	13.4%	
15 その他	9	1.6%	

問2 (回答数1)	n = 553	人	%
1 以前から環境を守ろうという意識が高く、環境に優しい行動をとっている	114	20.6%	
2 環境を守ろうという意識が一層高まり、環境に優しい行動を率先してとるようになった	141	25.5%	
3 環境を守ろうという意識が芽生え、以前よりも環境に優しい行動をとるようになった	222	40.1%	
4 環境を守ろうという意識が芽生えたが、環境に優しい行動には結びついていない	67	12.1%	
5 環境を守ろうという意識は芽生えていない	9	1.6%	

問3 (複数回答可)	n = 553	人	%
1 こまめな消灯や冷暖房を無理のない範囲で控えめにするなどの節電	434	78.5%	
2 省エネ製品など環境にやさしい商品などの購入	250	45.2%	
3 外出の際にはマイカーを使わず、公共交通機関を利用	84	15.2%	
4 ごみの分別によるリサイクルへの協力	438	79.2%	
5 リサイクルショップの利用や不用品のバザー、フリーマーケットへの出品	164	29.7%	
6 マイバッグやマイボトルの持参	462	83.5%	
7 使いきれの分の食材購入や食事を残さないなどの食品ロスの削減	289	52.3%	
8 地域で取れる食材や商品などの利用	171	30.9%	
9 調理油や生ゴミ等を排水口に流さない	239	43.2%	
10 入浴、洗顔、食器洗いなどの際の節水	204	36.9%	
11 地域の環境保全活動への参加	54	9.8%	
12 実践していない	6	1.1%	
13 その他	13	2.4%	

問4 (回答数1)	n = 553	人	%
1 ある	373	67.5%	
2 ない	180	32.5%	

問4-2 (複数回答可)	n = 373	人	%
1 こまめな消灯や冷暖房を無理のない範囲で控えめにするなどの節電	38	10.2%	
2 省エネ製品など環境にやさしい商品などの購入	67	18.0%	
3 外出の際にはマイカーを使わず、公共交通機関を利用	187	50.1%	
4 ごみの分別によるリサイクルへの協力	22	5.9%	
5 リサイクルショップの利用や不用品のバザー、フリーマーケットへの出品	65	17.4%	
6 マイバッグやマイボトルの持参	18	4.8%	
7 使いきれの分の食材購入や食事を残さないなどの食品ロスの削減	55	14.7%	
8 地域で取れる食材や商品などの利用	46	12.3%	
9 調理油や生ゴミ等を排水口に流さない	21	5.6%	
10 入浴、洗顔、食器洗いなどの際の節水	73	19.6%	
11 地域の環境保全活動への参加	130	34.9%	
12 その他	16	4.3%	

問4-3 (複数回答可)	n = 373	人	%
1 手間がかかる	121	32.4%	
2 経済的コストがかかる	91	24.4%	
3 便利さや快適さが失われる	141	37.8%	
4 効果が実感できない	46	12.3%	
5 なにをしたら良いかわからない	59	15.8%	
6 環境問題の現状がわからない	14	3.8%	
7 実践できる環境ではない(地域の活動がない、公共交通機関がないなど)	79	21.2%	
8 その他	44	11.8%	

問5 (複数回答可)	n = 553	人	%
1 省エネルギーの推進など地球温暖化対策	303	54.8%	
2 洪水、熱中症対策などの気候変動の影響への対応策の推進	289	52.3%	
3 再生可能エネルギーの導入促進	225	40.7%	
4 希少動植物の保護	111	20.1%	
5 ヒアリ等の外来生物対策による生物多様性の保全	121	21.9%	
6 シカ、イノシシなどの野生鳥獣被害対策	141	25.5%	
7 土砂災害の防止や二酸化炭素の吸収源など多面的な機能をもつ森林の整備	203	36.7%	
8 安定した水資源の確保	210	38.0%	
9 廃棄物の適正処理の推進	202	36.5%	
10 ごみの発生抑制、再利用、再資源化の徹底	222	40.1%	
11 プラスチックごみ対策	232	42.0%	
12 食品ロス対策	176	31.8%	
13 公害対策(大気・水質・土壌・騒音・振動・地盤沈下・悪臭)	143	25.9%	
14 大規模開発事業に対する環境影響評価の着実な実施	85	15.4%	
15 環境教育の推進	110	19.9%	
16 環境負荷の少ない製品・サービス等を提供する環境ビジネスの振興	66	11.9%	
17 特にない	10	1.8%	
18 その他	14	2.5%	

問6 (複数回答可)	n = 553	人	%
1 非常に不安を感じている	261	47.2%	
2 ある程度不安を感じている	235	42.5%	
3 あまり不安を感じていない	37	6.7%	
4 全く不安を感じていない	9	1.6%	
5 わからない	11	2.0%	

問7 (回答数3つまで)	n = 553	人	%
1 農業への影響(農作物の収穫量や品質の低下等)	321	58.0%	
2 水産業への影響(漁獲量の減少)	168	30.4%	
3 水環境の影響(渇水、水不足)	153	27.7%	
4 生態系への影響(野生生物の生息地等)	169	30.6%	
5 水害の増加(豪雨による洪水等)	322	58.2%	
6 土砂災害の増加(豪雨による土砂崩れ等)	175	31.6%	
7 熱中症の増加	134	24.2%	
8 感染症の増加(デング熱等)	64	11.6%	
9 観光・レジャーへの影響(風水害による旅行者への影響等)	7	1.3%	
10 影響を及ぼすとは思わない	9	1.6%	
11 その他	7	1.3%	

問8 (複数回答可)	n = 553	人	%
1 脱炭素(ゼロカーボン)社会	213	38.5%	
2 COOL CHOICE(クールチョイス)	152	27.5%	
3 クールビズ・ウォームビズ	469	84.8%	
4 県民運動ふじのくにCOOLチャレンジ(地球温暖化対策アプリ「クルボ」)	100	18.1%	
5 知っている言葉はない	50	9.0%	

問9 (複数回答可)	n = 553	人	%
1 不必要な照明をこまめに消す	455	82.3%	
2 部屋の冷暖房を無理のない範囲で控えめにする	407	73.6%	
3 電気製品を長時間使用しないときは、主電源を切りコンセントから差込プラグを抜く	213	38.5%	
4 風呂は間隔をあけずに入るようにし、追い焚きをしないようにする	200	36.2%	
5 白熱球を蛍光タイプやLEDタイプの電球に取り替える	303	54.8%	
6 エコドライブを実践し自動車の燃費を改善する	238	43.0%	
7 太陽光発電やエネファーム、エコカー、省エネ家電など、環境にやさしい製品等を積極的に購入する	124	22.4%	
8 家屋の断熱性能を向上させる(断熱ガラスの設置、断熱塗装、気密性を高めるなど)	104	18.8%	
9 徒歩、自転車、公共交通機関をなるべく利用するようにしている	161	29.1%	
10 宅配便等の荷物を1回で受け取る	104	18.8%	
11 地産地消(地元産の食品や商品を選ぶ)を心がける	141	25.5%	
12 マイバッグ、マイボトル、マイ箸などを使う	359	64.9%	
13 紙類や容器などのリサイクルに協力する	238	43.0%	
14 特にない	5	0.9%	
15 その他	8	1.4%	

問10 (回答数 3 つまで)	n = 553	人	%
1 地球温暖化防止のための取組方法や省エネルギー機器についての情報提供	190	34.4%	
2 省エネルギーなどのアドバイスを行う人材の育成・配置	70	12.7%	
3 県民一人ひとりの省エネルギー等の取組を促す県民運動の展開	158	28.6%	
4 高断熱やゼロエネルギー住宅などの省エネ住宅の普及促進	53	9.6%	
5 太陽光発電等の自然エネルギー・再生可能エネルギーの導入促進	121	21.9%	
6 ハイブリッドカー等の低燃費車、電気自動車、次世代自動車の導入促進	85	15.4%	
7 バス、鉄道等の公共交通機関の利便性の向上	182	32.9%	
8 ゴミの減量化、リサイクルの推進	211	38.2%	
9 学校等における環境教育の充実	139	25.1%	
10 緑化の推進	95	17.2%	
11 歩いて暮らせるまちづくりなどコンパクトでエネルギー消費の少ないまちづくり	106	19.2%	
12 特にない	10	1.8%	
13 その他	12	2.2%	

問11 (複数回答可)	n = 553	人	%
1 テレビ	437	79.0%	
2 新聞紙・雑誌 (印刷されたもののみ)	358	64.7%	
3 インターネット (各団体のホームページ、電子版のニュース、ニュースサイト、メールマガジン等含む)	336	60.8%	
4 SNS (ツイッター、フェイスブック等)	73	13.2%	
5 国や県、市町などが発行している広報誌、パンフレットなどの紙媒体	225	40.7%	
6 NPO法人の広報誌、パンフレットなどの紙媒体	38	6.9%	
7 講演会やセミナー	51	9.2%	
8 町内会などの地域コミュニティ	22	4.0%	
9 特に情報は得ていない	8	1.4%	
10 その他	5	0.9%	

問12 (回答数 1)	n = 553	人	%
1 知っていた	87	15.7%	
2 言葉は知っていたが意味は知らない	115	20.8%	
3 知らない	351	63.5%	

問13 (回答数 3 つまで)	n = 553	人	%
1 農林水産業 (食料の供給・病害虫対策)	258	46.7%	
2 水環境・水資源 (濁水対策・水質保全)	259	46.8%	
3 自然生態系 (生物多様性の確保)	147	26.6%	
4 自然災害 (洪水、土砂崩れへの対策)	384	69.4%	
5 健康 (熱中症、感染症への対策)	168	30.4%	
6 産業・経済活動 (技術開発、製品開発等への支援)	73	13.2%	
7 県民生活全般 (家屋や交通の改善、ヒートアイランドへの対策)	108	19.5%	
8 その他	8	1.4%	