

令和7年度 第1回 県政インターネットモニターアンケート（マーケティング課、森林計画課、農業戦略課、障害福祉課）

※表の中の「n」は、各設問の回答者総数を示す。

		総回答者数		「県産品の販路拡大等」に関する調査 問6、問7	
		回答者数：472人（回答率：91.8%）		回答者数：430人（回答率：83.6%）	
	カテゴリー名	回答者数	%	回答者数	%
性別	男性	195	41.3%	171	39.8%
	女性	275	58.3%	257	59.8%
	その他	2	0.4%	2	0.5%
年代	10代	10	2.1%	9	2.1%
	20代	39	8.3%	36	8.4%
	30代	39	8.3%	34	7.9%
	40代	87	18.4%	81	18.8%
	50代	126	26.7%	115	26.7%
	60代	93	19.7%	86	20.0%
	70代	58	12.3%	52	12.1%
	80代	20	4.2%	17	4.0%
	90代	0	0.0%	0	0.0%
住所	賀茂	3	0.6%	3	0.7%
	東部	142	30.1%	129	30.0%
	中部	175	37.1%	161	37.4%
	西部	151	32.0%	136	31.6%
	県外	1	0.2%	1	0.2%
職業	自営業	36	7.6%	31	7.2%
	会社員	158	33.5%	145	33.7%
	公務員	13	2.8%	13	3.0%
	パート・内職従事者	89	18.9%	80	18.6%
	学生	35	7.4%	32	7.4%
	無職	124	26.3%	112	26.0%
	その他	17	3.6%	17	4.0%

○「県産品の販路拡大等」に関する調査

問1（回答数1） n = 472		人	%
1	「しずおか食セレクション」の取組を知っている	218	46.2%
2	知らない	254	53.8%

問2（回答数複数回答可） n = 472		人	%
1	スーパーやコンビニ等で「頂」のロゴマークがついた商品を見たことがある	105	22.2%
2	スーパーやコンビニ等で「頂」のロゴマークがついた商品のフェアを見たことがある	31	6.6%
3	見たことはないが、「頂」を知っている	73	15.5%
4	その他（自由記載）	5	1.1%
5	「頂」を知らない	276	58.5%

問3（回答数1） n = 472		人	%
1	スーパーやコンビニ等で「ふじのくに」に新商品セレクション」の商品を見たことがある	78	16.5%
2	「ふじのくに」に新商品セレクション」のロゴマークがついた商品のフェアを見たことがある	23	4.9%
3	見たことはないが、「ふじのくに」に新商品セレクション」を知っている	75	15.9%
4	「ふじのくに」に新商品セレクション」を知らない	296	62.7%

問5（回答数複数回答可） n = 472		人	%
1	地元で生産された新鮮なものを購入したいので、生産地を考慮して購入	225	47.7%
2	地元の生産者を応援したいので、生産地を考慮して購入	156	33.1%
3	生産地（県内外）に関わらず、生産者の生産理念や生産方法を考慮して購入	83	17.6%
4	生産地（県内外）に関わらず、一定基準で認定され、信用できるブランド商品を購入	138	29.2%
5	生産地（県内外）に関わらず、なるべく安価なものを購入	192	40.7%
6	その他（自由記載）	16	3.4%

問6（回答数複数回答可） n = 430		人	%
1	「バイ・シズオカ」の取組を知っている	219	50.9%
2	「バイ・ふじのくに」の取組を知っている	158	36.7%
3	「バイ・山の洲」の取組を知っている	48	11.2%
4	すべて知らない	174	40.5%

問7（回答数複数回答可） n = 430		人	%
1	スーパー等実際の店舗で静岡県産品を購入したことがある	167	38.8%
2	県内の宿泊施設や観光施設を利用したことがある	79	18.4%
3	県産品を活用した飲食店を利用したことがある	62	14.4%
4	山梨県、長野県、新潟県産の農林水産物の購入や観光・宿泊施設の利用をしたことがある	68	15.8%
5	通販サイト（EC）等インターネットを使って静岡県産品を購入したことがある	17	4.0%
6	スーパー、コンビニ等で「頂」のロゴマークがついた商品を購入したことがある	39	9.1%
7	県内で開催されたバイ・山の洲物産展、バイ・ふじのくに物産市に参加したことがある（令和6年度は7月に静岡伊勢丹、11月に長野県にて開催）	7	1.6%
8	企業広告等に「頂」のロゴマークを利活用したことがある	1	0.2%
9	その他（自由記載）	4	0.9%
10	参加や利用をしたことがない	215	50.0%

問8（回答数1） n = 472		人	%
1	SDGsに関心があり、多少価格が高くても認証を受けた飲食店や生産者の農水産物を活用したい	38	8.1%
2	SDGsに関心があり、同価格ならば認証を受けた飲食店や生産者の農水産物を活用したい	212	44.9%
3	SDGsに関心はあるものの、認証を受けた飲食店や生産者の農水産物を活用するかは分からない	165	35.0%
4	SDGsに関心が無いため、認証の有無により活用の判断は変わらない	57	12.1%

○森林クラウド公開システムに関する調査アンケート

問1（回答数1） n = 472		人	%
1	必要である	91	19.3%
2	どちらかといえば必要である	214	45.3%
3	どちらかといえば不要である	18	3.8%
4	不要である	12	2.5%
5	わからない	137	29.0%

問2（回答数複数回答可） n = 472		人	%
1	森林法5条※の森林の範囲（参考例：森林計画図）	116	24.6%
2	森林の状況：樹種や林齢など（参考例：森林簿）	159	33.7%
3	森林の種類：保安林や、市町村森林整備計画におけるゾーニングなど	149	31.6%
4	地形の状況（参考例：微地形表現図）	157	33.3%
5	森林整備の履歴	132	28.0%
6	開発の状況	167	35.4%
7	衛星写真や航空写真	151	32.0%
8	その他（自由記載）	21	4.4%
9	わからない	130	27.5%

問5（回答数1）	n = 472	人	%
1 十分である		46	9.7%
2 どちらかといえば十分である		149	31.6%
3 どちらかといえば不十分である		21	4.4%
4 不十分である		11	2.3%
5 わからない		245	51.9%

○アボカドの消費等に関するアンケート

問1（回答数1）	n = 472	人	%
1 食べる		294	62.3%
2 食べない		178	37.7%

問1－2（回答数1）	n = 294	人	%
1 毎日		1	0.3%
2 週に1回以上		21	7.1%
3 ひと月に数回		95	32.3%
4 1年に数回		148	50.3%
5 1年に1回以下		29	9.9%

問1－3（回答数複数回答可）	n = 294	人	%
1 味が好みだから		149	50.7%
2 栄養が豊富で健康・美容に良いから		176	59.9%
3 満腹感が得られるから		19	6.5%
4 簡単な調理で食べられるから		91	31.0%
5 特にない（偶然提供された際に食べる等）		48	16.3%
6 その他（自由記載）		9	3.1%

問1－5（回答数複数回答可）	n = 178	人	%
1 味・食感等が好みでないから		74	41.6%
2 輸入品だから		13	7.3%
3 食べごろがわかりにくいから		24	13.5%
4 調理方法がわからないから		33	18.5%
5 食べたことがない・食べる機会がないから		57	32.0%
6 特にない		20	11.2%
7 その他（自由記載）		12	6.7%

問2（回答数1）	n = 472	人	%
1 購入したことがある		283	60.0%
2 購入したことがない		189	40.0%

問2－2（回答数1）	n = 283	人	%
1 メキシコ		153	54.1%
2 ペルー		9	3.2%
3 オーストラリア		3	1.1%
4 ニュージーランド		8	2.8%
5 日本		4	1.4%
6 その他（自由記載）		1	0.4%
7 わからない		105	37.1%

問2－3（回答数1）	n = 283	人	%
1 食べごろの判断が難しい		200	70.7%
2 食べごろの判断は難しいくない		83	29.3%

問3（回答数1）	n = 472	人	%
1 食べてみたい		365	77.3%
2 そう思わない		107	22.7%

問4（回答数1）	n = 472	人	%
1 200円/1個（輸入アボカドと同額程度）		422	89.4%
2 500円/1個		49	10.4%
3 1,000円/1個		1	0.2%
4 1,500円以上/1個		0	0.0%

問5（回答数複数回答可）	n = 472	人	%
1 価格の安さ		259	54.9%
2 安全性の高さ		262	55.5%
3 味の良さ		279	59.1%
4 品種		38	8.1%
5 売場の近さ・手に入れやすさ		121	25.6%
6 購入経験があること		29	6.1%
7 その他（自由記載）		23	4.9%

○高次脳機能障害に関する認知度調査

問1（回答数1）	n = 472	人	%
1 ある		337	71.4%
2 ない		135	28.6%

問2（回答数1）	n = 472	人	%
1 ある		64	13.6%
2 ない		408	86.4%

問3（回答数1）	n = 472	人	%
1 ある		467	98.9%
2 ない		5	1.1%

問4（回答数1）	n = 472	人	%
1 ある		446	94.5%
2 ない		26	5.5%

問5（回答数1）	n = 472	人	%
1 ある		458	97.0%
2 ない		14	3.0%

問6（回答数1）	n = 472	人	%
1 ある		464	98.3%
2 ない		8	1.7%

問7（回答数1）	n = 472	人	%
1 知っている		90	19.1%
2 おおむね知っている		142	30.1%
3 知らない		240	50.8%

問8（回答数1）	n = 472	人	%
1 知っている		285	60.4%
2 知らない		187	39.6%

問9（回答数1）	n = 472	人	%
1 知っている		58	12.3%
2 知らない		414	87.7%

問10（回答数1）	n = 472	人	%
1 知っている		44	9.3%
2 知らない		428	90.7%

問11（回答数1）	n = 472	人	%
1 ある		57	12.1%
2 ない		415	87.9%

問12（回答数3つまで）	n = 472	人	%
1 入院していた医療機関		329	69.7%
2 入院した医療機関以外の医療機関（※※）（自由記載）		83	17.6%
3 市町や区の福祉課の窓口		126	26.7%
4 保健所		40	8.5%
5 高次脳機能障害支援拠点機関		81	17.2%
6 地域包括支援センター（※※※）		86	18.2%
7 障害者基幹相談支援事業所及び委託相談支援事業所（※※※※）		9	1.9%
8 民生委員		4	0.8%
9 高次脳機能障害家族会		8	1.7%
10 その他（自由記載）		14	3.0%
11 相談しない		14	3.0%

問13（回答数3つまで）	n = 472	人	%
1 「高次脳機能障害」という言葉が社会で広く認識されるようになる		252	53.4%
2 高次脳機能障害児・者が相談しやすい環境ができる		228	48.3%
3 高次脳機能障害児・者を支える家族のサポート体制が整う		146	30.9%
4 高次脳機能障害児・者が適切なサービスを受けられるようになる		176	37.3%
5 高次脳機能障害児・者を支援する専門職が育成される		34	7.2%
6 高次脳機能障害児・者が通える医療機関が増える		106	22.5%
7 高次脳機能障害に関する相談窓口が明確になる		89	18.9%
8 医療・福祉・介護等が連携した支援体制が整備される		72	15.3%
9 高次脳機能障害児・者を支援する団体が増える		6	1.3%
10 高次脳機能障害者が継続して仕事ができる環境が整う		60	12.7%
11 高次脳機能障害児・者同士が集まり情報共有等ができる場が増える		11	2.3%
12 わからない		20	4.2%
13 その他（自由記載）		5	1.1%

問14（回答数3つまで）	n = 472	人	%
1 実態調査（高次脳機能障害児・者、家族、支援者等）		261	55.3%
2 県民、市民向けの講演会		99	21.0%
3 支援者、行政職員、民生委員向けの研修会		77	16.3%
4 企業の労務関係者向け研修会		61	12.9%
5 テレビやラジオで取り上げる		228	48.3%
6 県や市町ホームページへの掲載（検索しやすいようにする）		96	20.3%
7 SNSでの発信		89	18.9%
8 県民だより、市町広報誌の活用		142	30.1%
9 ポスターの掲示（医療機関・行政機関・ハローワーク・公民館等）		47	10.0%
10 中高生を対象とした教育		80	16.9%
11 その他（自由記載）		10	2.1%