

令和6年度 第5回 県政インターネットモニターアンケート（住まいづくり課、県民生活課、観光政策課）

※表の中の「n」は、各設問の回答者総数を示す。

回答者数：458人（回答率：82%）			
	カテゴリー名	回答者数	%
性別	男性	194	42.4%
	女性	261	57.0%
	その他	3	0.7%
年代	10代	10	2.2%
	20代	35	7.6%
	30代	46	10.0%
	40代	75	16.4%
	50代	128	27.9%
	60代	85	18.6%
	70代	59	12.9%
	80代	20	4.4%
住所	90代	0	0.0%
	賀茂	3	0.7%
	東部	143	31.2%
	中部	167	36.5%
	西部	145	31.7%
職業	県外	0	0.0%
	自営業	32	7.0%
	会社員	138	30.1%
	公務員	17	3.7%
	パート・内職従事者	79	17.2%
	学生	35	7.6%
	無職	133	29.0%
その他	24	5.2%	

○仕事と子育ての両立を意識した住宅に関するアンケート

問1（回答数1）	n=458	人	%
1 一戸建ての住宅（持家）		357	77.9%
2 一戸建ての住宅（賃貸）		9	2.0%
3 マンション、アパートなど（持家）		36	7.9%
4 マンション、アパートなど（賃貸）		55	12.0%
5 その他		1	0.2%

問2（回答数1）	n=458	人	%
1 3世代同居（親、子、孫（18歳以上））		27	5.9%
2 3世代同居（親、子、孫（18歳以下））		21	4.6%
3 2世代同居（親、子（18歳以上））		124	27.1%
4 2世代同居（親、子（18歳以下））		95	20.7%
5 夫婦のみ世帯（夫婦どちらも40歳以上）		134	29.3%
6 夫婦のみ世帯（夫婦どちらかが39歳以下）		7	1.5%
7 単身世帯		44	9.6%
8 上記以外		6	1.3%

問3（回答数1）	n=458	人	%
1 住宅地域		363	79.3%
2 商業地域		26	5.7%
3 工業地域		7	1.5%
4 農漁村地域		23	5.0%
5 山間地域		17	3.7%
6 その他		4	0.9%
7 わからない		18	3.9%

問4（回答数1）	n=458	人	%
1 はい		122	26.6%
2 いいえ		336	73.4%

問4-2（回答数複数回答可）	n=122	人	%
1 リビング（居間）		57	46.7%
2 ダイニング（食事スペース）		30	24.6%
3 書斎		39	32.0%
4 寝室		11	9.0%
5 その他		11	9.0%

問4-3（回答数複数回答可）	n=122	人	%
1 はい		54	44.3%
2 いいえ		68	55.7%

問4-3-2（回答数複数回答可）	n=54	人	%
1 仕事と生活の切替えが難しい		31	57.4%
2 仕事専用のスペースが無い		20	37.0%
3 仕事用の机が無い		23	42.6%
4 インターネット環境が良くない		13	24.1%
5 周りの音が気になる		17	31.5%
6 子供や介護されている方が気になる		5	9.3%
7 その他		8	14.8%

問5（回答数1）	n=458	人	%
1 ある		316	69.0%
2 ない		142	31.0%

問5-2（回答数3つまで）	n=316	人	%
1 衝突による事故を防止する工事		100	31.6%
2 転倒による事故を防止する工事		68	21.5%
3 転落による事故を防止する工事		101	32.0%
4 子供の侵入や閉じ込め、ドアや扉へ指詰めを防止するための鍵設置工事		57	18.0%
5 感電や火傷を防止する工事		57	18.0%
6 子供を見守りしやすくする工事		78	24.7%
7 不審者の侵入を防止する工事		113	35.8%
8 災害時の安全を確保するための工事		127	40.2%
9 防犯安心性を確保する工事		38	12.0%
10 その他		14	4.4%

問5-3（回答数1）	n=316	人	%
1 行う		56	17.7%
2 行わない		93	29.4%
3 補助金があれば行う		50	15.8%
4 補助金があれば検討する		117	37.0%

問6（回答数1）	n=458	人	%
1 住み替えを行いたい		60	13.1%
2 自宅のリフォームを行いたい		124	27.1%
3 特に思わない		267	58.3%
4 その他		7	1.5%

問6-2（回答数複数回答可）	n=60	人	%
1 部屋数を多くしたい		19	31.7%
2 部屋数を少なくしたい		6	10.0%
3 リビングを広くしたい		15	25.0%
4 リビングを狭くしたい		0	0.0%
5 通勤時間を短くしたい		5	8.3%
6 通勤時間より、周辺環境を良くしたい		3	5.0%
7 庭が欲しい		8	13.3%
8 庭が要らない		6	10.0%
9 賃貸から持家になりたい		11	18.3%
10 持家から賃貸にしたい		4	6.7%
11 共同住宅（分譲マンション含む）から戸建てにした		4	6.7%
12 戸建てから共同住宅（分譲マンション含む）にした		4	6.7%
13 自然があるところに引っ越したい		4	6.7%
14 自然は要らないから、便利なところに引っ越したい		11	18.3%
15 その他		7	11.7%

問6-3（回答数複数回答可）	n=124	人	%
1 水回りの設備（キッチン、浴室、洗面室等）を更新したい		85	68.5%
2 玄関回りの設備（宅配ボックス、インターフォン等）を整備したい		40	32.3%
3 内装を変更したい		42	33.9%
4 間取りを変更したい		29	23.4%
5 断熱改修をしたい		35	28.2%
6 バリアフリー改修をしたい		27	21.8%
7 増築したい		8	6.5%
8 減築したい		10	8.1%
9 庭を整備したい		32	25.8%
10 防音リフォームをしたい		18	14.5%
11 その他		8	6.5%

問7（回答数複数回答可）	n=458	人	%
1 冷暖房、給湯、照明等のエネルギー使用量が抑えられ、夏に涼しく、冬に暖かい省エネ住宅		345	75.3%
2 都市部と地方部に2つの拠点をもち、定期的に地方部でのんびり過ごしたり、仕事をしたりする二地域居住		61	13.3%
3 定額制で全国の特約点にある住宅が住み放題となるサブスクリプション型居住サービス		21	4.6%
4 災害時にも電気や水を使用でき、避難生活をせずに自宅生活を続けることができる防災住宅		279	60.9%
5 地域社会とのコミュニケーションがとれる、地域に開かれた住宅		77	16.8%
6 ITを活用し、住宅内で仕事や会議ができ、宅配を利用して必要な物品を手に入れられるような住宅内で生活が完結する暮らし		61	13.3%
7 シェアリングサービス（車や部屋などを共有する）など、できるだけものを所有しない暮らし		15	3.3%
8 最先端のセンサを使用し、非接触でストレスなく居住者の健康状態を計測したり、家具家電をインターネットで接続して操作したりできるIoT住宅		42	9.2%
9 庭でガーデニングを楽しんだり、日照や風通しの良さなどを感じられたりするなど多様なライフスタイルやライフステージを実現できるゆとりある住まい		186	40.6%
10 交通の便がよく、スーパーやコンビニなどの日用品販売店、学校や保育園、図書館などの公共施設などが近くにある都市部での居住		258	56.3%
11 その他		11	2.4%

○消費者教育等に関するアンケート

問1（回答数1）	n=458	人	%
1 よくある		54	11.8%
2 ときどきある		249	54.4%
3 あまりない		131	28.6%
4 ない		24	5.2%

問2 (回答数複数回答可)	n=458	人	%
1 エシカル	162	35.4%	
2 倫理的消費 (エシカル消費)	126	27.5%	
3 エコ	389	84.9%	
4 ロハス	180	39.3%	
5 フェアトレード	265	57.9%	
6 サステナビリティ	286	62.4%	
7 SDGs	390	85.2%	
8 知っているものはない	5	1.1%	

問3 (回答数1)	n=458	人	%
1 非常に興味がある	39	8.5%	
2 ある程度興味がある	259	56.6%	
3 あまり興味がない	132	28.8%	
4 まったく興味がない	28	6.1%	

問4 (回答数1)	n=458	人	%
1 番号(「188」)も消費生活相談窓口も知っていた	136	29.7%	
2 番号(「188」)は知っていたが、消費生活相談窓口は知らなかった	40	8.7%	
3 番号(「188」)は知らなかったが、消費生活相談窓口は知っていた	180	39.3%	
4 番号(「188」)も消費生活相談窓口も知らなかった	102	22.3%	

問5 (回答数複数回答可)	n=458	人	%
1 電話	328	71.6%	
2 文書	18	3.9%	
3 センター(又は窓口)へ来訪	81	17.7%	
4 FAX	9	2.0%	
5 電子メール	213	46.5%	
6 ウェブフォーム	176	38.4%	
7 SNS	108	23.6%	
8 ウェブ会議システム	30	6.6%	
9 その他	2	0.4%	

問6 (回答数複数回答可)	n=458	人	%
1 クレジットカード	402	87.8%	
2 デビットカード	42	9.2%	
3 電子マネー	300	65.5%	
4 QRコード決済	298	65.1%	
5 インターネット決済専用のプリペイドカード	36	7.9%	
6 商品券・回数券	203	44.3%	
7 分割払い	7	1.5%	
8 これらのものは利用したことがない	7	1.5%	

問7 (回答数複数回答可)	n=458	人	%
1 消費者教育・啓発の充実	152	33.2%	
2 消費者被害に関する迅速な情報提供の充実	218	47.6%	
3 消費生活相談窓口の更なる周知	133	29.0%	
4 消費生活相談体制の充実	115	25.1%	
5 悪質事業者の取締の強化	300	65.5%	
6 製品・サービスの事故情報、リコール情報などの提供の充実	143	31.2%	
7 その他	12	2.6%	

問8 (回答数1)	n=458	人	%
1 言葉も意味も知っている	371	81.0%	
2 言葉は知っているが意味は知らない	75	16.4%	
3 聞いたことがない	12	2.6%	

問9 (回答数1)	n=458	人	%
1 そう感じる	66	14.4%	
2 どちらかといえばそう感じる	278	60.7%	
3 どちらかといえばそう感じない	73	15.9%	
4 そう感じない	36	7.9%	
5 その他	5	1.1%	

問10 (回答数1)	n=458	人	%
1 そう感じる	55	12.0%	
2 どちらかといえばそう感じる	239	52.2%	
3 どちらかといえばそう感じない	111	24.2%	
4 そう感じない	49	10.7%	
5 その他	4	0.9%	

問11 (回答数1)	n=458	人	%
1 そう感じる	24	5.2%	
2 どちらかといえばそう感じる	191	41.7%	
3 どちらかといえばそう感じない	156	34.1%	
4 そう感じない	72	15.7%	
5 その他	15	3.3%	

問12 (回答数複数回答可)	n=458	人	%
1 ユニバーサルデザインを取り入れた施設	196	42.8%	
2 場所、方向、内容の分かりやすい標示	169	36.9%	
3 ユニバーサルデザインを取り入れた印刷物やHP	79	17.2%	
4 指さしでの意思表示や筆談が可能なカード、通訳・翻訳アプリ	26	5.7%	
5 小さな力で操作できる道具や触るだけで中身が分かる容器	56	12.2%	
6 道路や施設で困っていた時に他人に助けられた経験	25	5.5%	
7 行き先や機械の操作方法が分からなかった時に、他人に助けられた経験	49	10.7%	
8 その他の使いやすい設備、製品、サービス、他人から受けた思いやりのある行動	53	11.6%	
9 ユニバーサルデザインの便利さを実感したり、他人に助けられたりしたことはない	118	26.4%	

○観光を取り巻く環境の変化における県民の意識アンケート

問1 (回答数1)	n=458	人	%
1 10回以上	10	2.2%	
2 7回から9回	8	1.7%	
3 4回から6回	43	9.4%	
4 2回から3回	136	29.7%	
5 1回	93	20.3%	
6 行っていない	168	36.7%	

問2 (回答数3つまで)	n=458	人	%
1 自治体や観光協会のホームページ	169	36.9%	
2 自治体や観光協会の観光情報を提供するアプリ	38	8.3%	
3 旅行会社や宿泊予約会社のホームページ	163	35.6%	
4 旅行記が掲載されたブログやウェブサイト	103	22.5%	
5 SNS、動画投稿サイト	119	26.0%	
6 地図情報アプリ	77	16.8%	
7 旅行雑誌やガイドブック	163	35.6%	
8 旅行会社のパンフレット	58	12.7%	
9 家族、友人からの情報	77	16.8%	
10 テレビ番組	53	11.6%	
11 その他	14	3.1%	

問3 (回答数3つまで)	n=458	人	%
1 自治体や観光協会のホームページ	157	34.3%	
2 自治体や観光協会の観光情報を提供するアプリ	62	13.5%	
3 旅行会社や宿泊予約会社のホームページ	88	19.2%	
4 旅行記が掲載されたブログやウェブサイト	91	19.9%	
5 SNS、動画投稿サイト	126	27.5%	
6 地図情報アプリ	154	33.6%	
7 旅行雑誌やガイドブック	162	35.4%	
8 旅行会社のパンフレット	45	9.8%	
9 家族、友人からの情報	43	9.4%	
10 その他	31	6.8%	

問4 (回答数3つまで)	n=458	人	%
1 宿	323	70.5%	
2 名産品	161	35.2%	
3 名所・旧跡	260	56.8%	
4 自然、景観	207	45.2%	
5 テーマパーク	81	17.7%	
6 お祭り、イベント	51	11.1%	
7 美術館、博物館	69	15.1%	
8 アウトドア、スポーツ	12	2.6%	
9 その他	18	3.9%	

問5 (回答数3つまで)	n=458	人	%
1 宿やテーマパークなどの設備	271	59.2%	
2 地元料理や地酒などの食事	274	59.8%	
3 名所・旧跡、自然、景観	292	63.8%	
4 アウトドアなどの体験	30	6.6%	
5 美術館、博物館などの鑑賞	76	16.6%	
6 買い物や街歩きなどの地域体験	184	40.2%	
7 地域の祭りなど旅先での交流、地元のおもてなし	36	7.9%	
8 その他	2	0.4%	

問6 (回答数1)	n=458	人	%
1 ぜひ来てほしい	154	33.6%	
2 どちらかといえば来てほしい	198	43.2%	
3 あまり来ないでほしい	48	10.5%	
4 絶対に来ないでほしい	4	0.9%	
5 特に何も思わない	41	9.0%	
6 その他	13	2.8%	

問6-2 (回答数2つまで)	n=352	人	%
1 地域経済を回復させるためには、観光客がもたらす経済効果が不可欠であるから	274	77.8%	
2 観光客がもたらす地域の賑わいは、地元住民の活力にもなるから	159	45.2%	
3 観光客との交流は、地域住民の多文化理解に重要であるから	36	10.2%	
4 観光事業者の雇用の増大につながるから	70	19.9%	
5 その他	8	2.3%	

問6-3 (回答数2つまで)	n=52	人	%
1 観光客の増加により、混雑や渋滞が発生するから	41	78.8%	
2 ゴミの増加など生活環境や自然環境の悪化につながるから	33	63.5%	
3 観光開発に伴い、景観や町並みの悪化につながるから	9	17.3%	
4 感染症の感染、拡大が心配だから	10	19.2%	
5 その他	0	0.0%	

問7 (回答数1)	n=458	人	%
1 非常に持っている	102	22.3%	
2 ある程度は持っている	284	62.0%	
3 あまり持っていない	52	11.4%	
4 まったく持っていない	14	3.1%	
5 分からない	6	1.3%	

問7-2 (回答数1)	n=386	人	%
1 十分に紹介できる	47	12.2%	
2 ある程度は紹介できる	249	64.5%	
3 あまり紹介できない	84	21.8%	
4 まったく紹介できない	4	1.0%	
5 分からない	2	0.5%	

問8 (回答数3つまで)		n = 458	人	%
1	食・食文化・食体験	294	64.2%	
2	温泉・サウナ	171	37.3%	
3	スポーツ	47	10.3%	
4	歴史・文化	212	46.3%	
5	映画、ドラマ、アニメなどのロケ地・モデル地	53	11.6%	
6	自然	192	41.9%	
7	アウトドア	48	10.5%	
8	文化芸術	137	29.9%	
9	その他	8	1.7%	

問9 (回答数3つまで)		n = 458	人	%
1	旅行先でのゴミを持ち帰っている	163	35.6%	
2	フードロスに配慮している	186	40.6%	
3	宿泊施設のサービス提供	129	28.2%	
4	サステナブルに積極的な宿泊施設を選択している	18	3.9%	
5	CO2排出の少ない公共交通機関や自転車等を移動手段にしている	26	5.7%	
6	地域固有の建築物、史跡等の保全に取り組んでいる観光地を選択している	61	13.3%	
7	地域ならではの食材を使った料理を食べるようにしている	176	38.4%	
8	サステナブルな旅行商品を選択している	14	3.1%	
9	特に心がけていない	74	16.2%	
10	旅行に行かない	30	6.6%	
11	その他	3	0.7%	

問10 (回答数1)		n = 458	人	%
1	心がけていきたい	269	58.7%	
2	特に心がけない	94	20.5%	
3	わからない	95	20.7%	