

調査結果の概要

1 県の広報広聴活動について

(1) 県の広報活動の認知状況

「新聞記事やテレビ・ラジオのニュースなどのマスコミ報道」が45.1%

「新聞広報『広報あいち』（毎月第1日曜日に掲載）」が44.4%

県の広報活動の認知状況について、「新聞記事やテレビ・ラジオのニュースなどのマスコミ報道」と答えた人の割合が45.1%と最も高く、続いて「新聞広報『広報あいち』（毎月第1日曜日に掲載）」（44.4%）、「市町村が発行している広報紙（誌）による県の広報」（29.1%）の順となっている。

(2) 県の情報の入手方法

「新聞記事やテレビ・ラジオのニュースなどのマスコミ報道」が46.9%

県の情報の入手方法について、「新聞記事やテレビ・ラジオのニュースなどのマスコミ報道」と答えた人の割合が46.9%と最も高く、続いて「新聞広報『広報あいち』（毎月第1日曜日に掲載）」（30.9%）、「パソコン・スマートフォン等で見る愛知県のWebページ」（25.7%）の順となっている。

(3) 県の広報活動に対する満足度（評価）

“満足（評価）している”が29.0%

県の広報活動に対する満足度（評価）について、「十分満足（評価）している」（2.0%）と「ある程度満足（評価）している」（27.0%）を合わせた“満足（評価）している”と答えた人の割合が29.0%となっている。

一方で、「あまり満足（評価）していない」（19.4%）と「全く満足（評価）していない」（4.3%）を合わせた“満足（評価）していない”と答えた人の割合は23.7%となっている。

(4) 県の広報活動を充実させる方法

「新聞記事やテレビ・ラジオのニュースなどのマスコミ報道」が19.9%

県の広報活動を充実させる方法について、「新聞記事やテレビ・ラジオのニュースなどのマスコミ報道」と答えた人の割合が19.9%と最も高く、続いて「パソコン・スマートフォン等で見る愛知県のWebページ」（14.9%）、「愛知県提供のテレビ広報番組」（9.6%）の順となっている。

(5) 県の広聴活動の認知状況

「県の相談窓口（消費生活相談など）」が23.4%

県の広聴活動の認知状況について、「県の相談窓口（消費生活相談など）」と答えた人の割合が23.4%と最も高く、続いて「県政世論調査（今、お答えいただいているこの調査を以前から知っていた）」（20.5%）、「県の計画案等に対する御意見を募集する、県民意見提出制度（パブリック・コメント制度）」（5.8%）の順となっている。

一方で、「一つもない」と答えた人の割合は50.2%となっている。

(6) 県の広聴活動に対する満足度（評価）

“満足（評価）していない”が27.5%

県の広聴活動に対する満足度（評価）について、「十分満足（評価）している」（1.0%）と「ある程度満足（評価）している」（16.6%）を合わせた“満足（評価）している”と答えた人の割合が17.6%となっている。

一方で、「あまり満足（評価）していない」（18.8%）と「全く満足（評価）していない」（8.7%）を合わせた“満足（評価）していない”と答えた人の割合は27.5%となっている。

(7) 県の広聴活動を充実させる方法

「インターネットを利用したアンケート調査」が14.4%

「この県政世論調査のような、郵送によるアンケート調査」が14.2%

県の広聴活動を充実させる方法について、「インターネットを利用したアンケート調査」と答えた人の割合が14.4%と最も高く、続いて「この県政世論調査のような、郵送によるアンケート調査」（14.2%）、『県政への御提言』のような、インターネット・Eメールを利用した自由提案による意見募集」（13.7%）の順となっている。

2 自転車の安全利用について

(1) 自転車の利用頻度

「利用していない」が60.7%

自転車の利用頻度について、「月に数回程度、利用している」と答えた人の割合が16.5%と最も高く、続いて「週4日以上利用している」（14.4%）、「週1～3日利用している」（8.1%）の順となっている。

一方で、「利用していない」と答えた人の割合は60.7%となっている。

(2) 自転車の利用目的

「買い物など近所への用事」が46.3%

自転車の利用目的について、「買い物など近所への用事」と答えた人の割合が46.3%と最も高く、続いて「通勤・通学」（29.0%）、「余暇（趣味や運動のため）」（11.2%）の順となっている。

(3) ヘルメットの着用状況

「着用していない」が94.0%

ヘルメットの着用状況について、「着用していない」と答えた人の割合が94.0%と最も高く、続いて「時々着用している」（2.5%）、「普段から着用している」（1.4%）の順となっている。

(4) ヘルメットの着用理由

「自分の身を守るため自発的に」が50.0%

ヘルメットの着用理由について、「自分の身を守るため自発的に」と答えた人の割合が50.0%と最も高く、続いて「自転車で交通事故に遭ったことがあるから」(9.1%)、「学校や職場で着用を勧められた(指示された)から」(9.1%)、「着用を啓発する内容のチラシ、ラジオ等を見聞きしたから」(9.1%)となっている。

(5) ヘルメットを着用する条件

「条例等で着用が義務付けられたら」が54.6%

ヘルメットを着用する条件について、「条例等で着用が義務付けられたら」と答えた人の割合が54.6%と最も高く、続いて「周囲の人が着用するようになれば」(22.1%)、「ヘルメット購入の補助金等があれば」(18.8%)の順となっている。

(6) 自転車保険の加入状況

「加入している」が36.7%

「加入していない」が37.3%

自転車保険の加入状況について、「加入している」と答えた人の割合が36.7%となっている。一方で、「加入していない」と答えた人の割合は37.3%となっている。

(7) 自転車保険に加入している理由

「自動車保険や火災保険などで加入している保険に付帯されているから」が45.7%

自転車保険に加入している理由について、「自動車保険や火災保険などで加入している保険に付帯されているから」と答えた人の割合が45.7%と最も高く、続いて「条例等で加入が義務付けられているから」(32.1%)、「テレビや新聞、ラジオ等の報道をみたから」(14.7%)の順となっている。

(8) 自転車保険に加入しない理由

「条例等で加入が義務付けられていないから」が11.9%

「自転車保険に加入する必要性を感じていないから」が11.7%

自転車保険に加入しない理由について、「条例等で加入が義務付けられていないから」と答えた人の割合が11.9%と最も高く、続いて「自転車保険に加入する必要性を感じていないから」(11.7%)、「自転車保険についてよく知らないから」(9.9%)の順となっている。

一方で、「そもそも自転車を利用していないから」と答えた人の割合は56.9%となっている。

(9) 自転車の保険加入の必要性

「義務付けるべき」が51.2%

自転車の保険加入の必要性について、「義務付けるべき」と答えた人の割合が51.2%と最も高く、続いて「保険加入は必要と思うが、義務付けるまでもない」(35.5%)、「保険加入の必要はない」(2.1%)の順となっている。

(10) 自転車運転講習制度の認知度

「知らない」が61.6%

自転車運転講習制度の認知度について、「知らない」と答えた人の割合が61.6%と最も高く、続いて「内容については知らないが、名前を聞いたことがある」(20.0%)、「知っている」(12.3%)の順となっている。

(11) 自転車の交通事故削減に有効な方策

「交通環境の整備」が49.8%

自転車の交通事故削減に有効な方策について、「交通環境の整備」と答えた人の割合が49.8%と最も高く、続いて「警察による指導取締り」(44.1%)、「職場や学校での交通安全教育」(44.0%)の順となっている。

3 買い物動向について

(1) 生活必需品の購入場所

「スーパーマーケット」が92.2%

生活必需品の購入場所について、「スーパーマーケット」と答えた人の割合が92.2%と最も高く、続いて「ドラッグストア」(71.1%)、「大規模小売店舗(ショッピングセンター)」(48.8%)の順となっている。

(2) 買い物までの移動手段

「自動車(自分で運転)」が76.8%

買い物までの移動手段について、「自動車(自分で運転)」と答えた人の割合が76.8%と最も高く、続いて「徒歩」(30.2%)、「自動車(家族が運転)」(27.7%)の順となっている。

(3) 店を選ぶ理由

「商品が安い」が54.2%

店を選ぶ理由について、「商品が安い」と答えた人の割合が54.2%と最も高く、続いて「品揃えが豊富」(44.7%)、「店舗が自宅又は職場から近い」(42.8%)の順となっている。

(4) 店を選ぶ際の情報収集手段

「新聞の折り込み広告」が52.5%

店を選ぶ際の情報収集手段について、「新聞の折り込み広告」と答えた人の割合が52.5%と最も高く、続いて「テレビCM」(17.0%)、「お店のWebページ」(14.0%)の順となっている。一方で、「特にない」と答えた人の割合は、23.1%となっている。

(5) キャッシュレス決済の利用状況

「クレジットカード」が60.1%

キャッシュレス決済の利用状況について、「クレジットカード」と答えた人の割合が60.1%と最も高く、続いて「商業系プリペイド式電子マネー（例：WAON、nanaco、iD、Edyなど）」(26.7%)、「スマートフォンによる決済サービス（例：PayPay、LINE Payなど）」(15.4%)の順となっている。

一方で、「利用しない」と答えた人の割合は、25.2%となっている。

(6) 今後の買い物に対する不安

「物価の上昇が家計を圧迫し、買い物に行けなくなる」が29.5%

今後の買い物に対する不安について、「物価の上昇が家計を圧迫し、買い物に行けなくなる」と答えた人の割合が29.5%と最も高く、続いて「収入が減って家計を圧迫し、買い物に行けなくなる」(24.7%)、「自動車を運転できなくなり、普段使っているお店に行けなくなる」(24.6%)の順となっている。

一方で、「特になし」と答えた人の割合は38.1%となっている。

(7) 商店街の利用目的

「普段の買い物」が20.2%

商店街の利用目的について、「普段の買い物」と答えた人の割合が20.2%と最も高く、続いて「夏祭りなどのイベントの時」(15.2%)、「歳末大売り出しなどの安売りの時」(9.6%)の順となっている。

一方で、「利用しない」と答えた人の割合は53.8%となっている。

4 県民の観光意識について

(1) 訪問経験のある県内観光地

「名古屋城（名古屋市）」が80.2%

訪問経験のある県内観光地について、「名古屋城（名古屋市）」と答えた人の割合が80.2%と最も高く、続いて「熱田神宮（名古屋市）」(77.9%)、「博物館明治村（犬山市）」(68.9%)の順となっている。

(2) 満足度の高かった県内観光地

「名古屋城（名古屋市）」が26.9%

「香嵐渓（豊田市）」が26.6%

満足度の高かった県内観光地について、「名古屋城（名古屋市）」と答えた人の割合が26.9%と最も高く、続いて「香嵐渓（豊田市）」(26.6%)、「熱田神宮（名古屋市）」(24.5%)の順となっている。

(3) これまで訪問したことはないが、今後訪問したい県内観光地

「あいち航空ミュージアム（豊山町）」が23.5%

これまで訪問したことはないが、今後訪問したい県内観光地について、「あいち航空ミュージアム（豊山町）」と答えた人の割合が23.5%と最も高く、続いて「レゴランド®・ジャパン（名古屋市）」（17.2%）、「抹茶工場見学（西尾市）」（15.3%）の順となっている。

(4) 観光資源としてイメージするもの

「グルメ（なごやめし、天然とらふぐ、西尾の抹茶、豊橋カレーうどん など）」が36.9%

観光資源としてイメージするものについて、「グルメ（なごやめし、天然とらふぐ、西尾の抹茶、豊橋カレーうどん など）」と答えた人の割合が36.9%と最も高く、続いて「のりもの関連スポット（リニア・鉄道館、トヨタ博物館、あいち航空ミュージアムなど）」（34.5%）、「武将関連スポット（城郭・合戦場跡・墓碑など）」（30.4%）の順となっている。

(5) 県外（海外を含む。）への観光の推奨

“勧める”が48.5%

“勧めない”が49.7%

県外（海外を含む。）への観光の推奨について、「大いに勧める」（7.8%）と「まあまあ勧める」（40.6%）を合わせた“勧める”と答えた人の割合が48.5%となっている。

一方で、「あまり勧めない」（40.6%）と「まったく勧めない」（9.1%）を合わせた“勧めない”と答えた人の割合は49.7%となっている。

(6) 県外（海外を含む。）への観光の推奨内容

「グルメ（なごやめし、天然とらふぐ、西尾の抹茶、豊橋カレーうどん など）」が32.2%

「のりもの関連スポット（リニア・鉄道館、トヨタ博物館、あいち航空ミュージアム など）」が31.3%

県外（海外を含む。）への観光の推奨内容について、「グルメ（なごやめし、天然とらふぐ、西尾の抹茶、豊橋カレーうどん など）」と答えた人の割合が32.2%と最も高く、続いて「のりもの関連スポット（リニア・鉄道館、トヨタ博物館、あいち航空ミュージアムなど）」（31.3%）、「武将関連スポット（城郭・合戦場跡・墓碑など）」（27.5%）の順となっている。

(7) 外国人観光客に向けた重点取組

「観光・宿泊施設、公共交通機関等における標識・案内板等の外国語表示及び絵文字化の推進」が35.0%

「外国語による観光パンフレット・Webページなど、観光情報の配信」が34.7%

外国人観光客に向けた重点取組について、「観光・宿泊施設、公共交通機関等における標識・案内板等の外国語表示及び絵文字化の推進」と答えた人の割合が35.0%と最も高く、続いて「外国語による観光パンフレット・Webページなど、観光情報の配信」（34.7%）、「外国人観光客向けの周遊モデルコースの設定」（24.8%）の順となっている。

5 教育について

(1) 子供を教育していく中での家庭の役割

「家族で団らんの時間を作ること」が 51.2%

子供を教育していく中での家庭の役割について、「家族で団らんの時間を作ること」と答えた人の割合が 51.2%と最も高く、続いて「保護者が責任を持ってしつけを行うこと」(48.1%)、「子供に規則的な生活習慣・学習習慣を身に付けさせること」(36.5%)の順となっている。

(2) 子供の教育に関する地域の取組

「地域の住民が、気軽にあいさつや会話をすること」が 62.9%

子供の教育に関する地域の取組について、「地域の住民が、気軽にあいさつや会話をすること」と答えた人の割合が 62.9%と最も高く、続いて「地域の住民が交流できる機会を増やすこと」(33.5%)、「子供に、地域の大人が働く姿を見せることや、職場の見学や体験ができる機会を与えること」(25.8%)の順となっている。

(3) 学校に望むこと

「いじめや不登校のないこと」が 57.8%

学校に望むことについて、「いじめや不登校のないこと」と答えた人の割合が 57.8%と最も高く、続いて「魅力ある授業や分かりやすい授業を行うこと」(42.6%)、「社会に役立つ人材を育てること」(26.1%)の順となっている。

(4) 県が力を入れるべき教育分野・施策

「道徳教育」が 44.8%

県が力を入れるべき教育分野・施策について、「道徳教育」と答えた人の割合が 44.8%と最も高く、続いて「キャリア教育」(23.0%)、「学力の育成」(18.2%)の順となっている。

(5) 授業以外で教員が優先すべき業務

「教員自らの資質・能力向上のための研修・研究」が 49.0%

授業以外で教員が優先すべき業務について、「教員自らの資質・能力向上のための研修・研究」と答えた人の割合が 49.0%と最も高く、続いて「礼儀やマナー等のしつけに関する指導」(40.6%)、「基本的な生活習慣を確立するための指導」(26.5%)の順となっている。

(6) 県の教育、学術及び文化の振興に関する総合的な施策に位置づけるべきもの

「道徳性・社会性を育む教育の充実」が 42.2%

県の教育、学術及び文化の振興に関する総合的な施策に位置づけるべきものについて、「道徳性・社会性を育む教育の充実」と答えた人の割合が 42.2%と最も高く、続いて「健やかな体と心を育む教育の充実」(33.9%)、「いじめ・不登校等の解消」(29.8%)の順となっている。