

令和5年度 第5回 県政インターネットモニターアンケート（広聴広報課・県民生活課・大学課・お茶振興課）

※表の中の「n」は、各設問の回答者総数を示す。

回答者数：563人（回答率：83.8%）			
	カテゴリー名	回答者数	%
性別	男性	225	40.0%
	女性	337	59.9%
	その他	1	0.2%
年代	10代	12	2.1%
	20代	39	6.9%
	30代	61	10.8%
	40代	101	17.9%
	50代	153	27.2%
	60代	115	20.4%
	70代	62	11.0%
	80代	20	3.6%
	90代	0	0.0%
住所	賀茂	3	0.5%
	東部	181	32.1%
	中部	219	38.9%
	西部	157	27.9%
職業	県外	3	0.5%
	自営業	43	7.6%
	会社員	172	30.6%
	公務員	18	3.2%
	パート・内職従事者	108	19.2%
	学生	41	7.3%
	無職	153	27.2%
その他	28	5.0%	

○静岡県公式ホームページに関するアンケート

問1（回答数1） n=563			
	人	%	
1 リニューアル後（令和5年1月31日以降）にホームページを利用した	127	22.6%	
2 リニューアル前にホームページを利用したことがある	149	26.5%	
3 リニューアルについては分からないが、利用したことがある	165	29.3%	
4 全く利用したことがない	122	21.7%	

問1-2（回答数1） n=127			
	人	%	
1 見やすくなった	67	52.8%	
2 見づらくなった	15	11.8%	
3 わからない（リニューアル前のホームページを見たことがない・覚えていない）	45	35.4%	

問1-3（回答数1） n=441			
	人	%	
1 パソコン	249	56.5%	
2 スマートフォン	168	38.1%	
3 タブレット	23	5.2%	
4 その他	1	0.2%	

問1-4（回答数1） n=563			
	人	%	
1 見やすい	315	56.0%	
2 見づらい	45	8.0%	
3 わからない	203	36.1%	

問1-5（回答数2つまで） n=441			
	人	%	
1 トップページのパナーや注目情報など	149	33.8%	
2 ホームページのサイト内検索	192	43.5%	
3 トップページ「目的別で探す」ボタン	137	31.1%	
4 トップページ「テーマから探す」ボタン	70	15.9%	
5 トップページ「組織から探す」ボタン	25	5.7%	
6 GoogleやYahoo!などの検索サイトで直接検索	101	22.9%	
7 ホームページで情報を取得したいと思ったことはない	9	2.0%	
8 その他	3	0.7%	

問1-5-2（回答数1） n=396			
	人	%	
1 すぐに見つけることができる	104	26.3%	
2 時間はかかるが見つけることはできる	222	56.1%	
3 見つけることができないときもある	66	16.7%	
4 いつも見つけることができない	2	0.5%	
5 その他	2	0.5%	

問1-6（複数回答可） n=441			
	人	%	
1 静岡県の人口や位置など概要について調べたい	33	7.5%	
2 静岡県の計画や施策について調べたい	103	23.4%	
3 静岡県の観光情報について調べたい	157	35.6%	
4 暮らしに関すること（旅券、税金、相談など）について調べたい	182	41.3%	
5 様式（申請書、届出書、許可願など）を取得したい	118	26.8%	
6 施設について調べたい・予約したい	103	23.4%	
7 イベントや講座に参加したい	144	32.7%	
8 静岡県の採用情報について調べたい	31	7.0%	
9 災害や事故についての情報を得たい	77	17.5%	
10 入札や公募、公売に関する情報を得たい	18	4.1%	
11 その他	21	4.8%	

問1-7（複数回答可） n=122			
	人	%	
1 ホームページ以外から県に関する情報を得ている	15	12.3%	
2 ホームページは使いづらそう	3	2.5%	
3 ホームページを利用する必要がない	67	54.9%	
4 特に理由はない	39	32.0%	
5 その他	5	4.1%	

○消費者教育、ユニバーサルデザイン等に関するアンケート

問1（回答数1） n=563			
	人	%	
1 よくある	69	12.3%	
2 ときどきある	294	52.2%	
3 あまりない	162	28.8%	
4 ない	38	6.7%	

問2（複数回答可） n=563			
	人	%	
1 倫理的消費（エシカル消費）	142	25.2%	
2 エシカル	157	27.9%	
3 エコ	464	82.4%	
4 ロハス	243	43.2%	
5 フェアトレード	326	57.9%	
6 サステナビリティ	346	61.5%	
7 SDGs	495	87.9%	
8 知っているものはない	15	2.7%	

問3（回答数1） n=563			
	人	%	
1 非常に興味がある	46	8.2%	
2 ある程度興味がある	318	56.5%	
3 あまり興味がない	166	29.5%	
4 まったく興味がない	33	5.9%	

問4（複数回答可） n=563			
	人	%	
1 代金を支払ったのに商品が届かなかった	16	2.8%	
2 表示・広告と実際の商品・サービスの内容が大きく違っていた	58	10.3%	
3 不良品なのに交換してもらえなかった	18	3.2%	
4 ブランド品だと思って注文したら偽物が届いた	6	1.1%	
5 注文をキャンセルしようとしたが、ホームページに連絡先が記載されていなかった（又は連絡が取れなかった）	18	3.2%	
6 初回お試し価格や初回無料の商品を注文したつもりが、定期購入の契約になっていた	22	3.9%	
7 その他	22	3.9%	
8 消費者トラブルに遭ったことはない	439	78.0%	

問5（回答数1） n=563			
	人	%	
1 番号（「188」）も消費生活相談窓口も知っていた	145	25.8%	
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	29	5.2%	
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	235	41.7%	
4 番号（「188」）も消費生活相談窓口も知らなかった	154	27.4%	

問6 (複数回答可)	n = 563	人	%
1 電話		422	75.0%
2 文書(手紙、はがきなど)		19	3.4%
3 センター(又は窓口)へ来訪		81	14.4%
4 FAX		10	1.8%
5 電子メール		274	48.7%
6 ウェブフォーム(ホームページに入力フォームを作成した相談受付)		209	37.1%
7 SNS(LINEなどを使った相談受付)		121	21.5%
8 ウェブ会議システム(ZOOMなどのシステムを使った相談受付)		28	5.0%
9 その他		3	0.5%

問7 (複数回答可)	n = 563	人	%
1 クレジットカード		496	88.1%
2 デビットカード(※1)		54	9.6%
3 電子マネー(電車、バス等の公共交通機関での利用を除く。)(※2)		346	61.5%
4 QRコード決済		319	56.7%
5 インターネット決済専用のプリペイドカード(※3)		33	5.9%
6 商品券・回数券(※4)		248	44.0%
7 分割払い(クレジットカードを用いないもの)(※5)		11	2.0%
8 これらのものは利用したことがない		16	2.8%

問8 (回答数1)	n = 563	人	%
1 言葉も意味も知っている		425	75.5%
2 言葉は知っているが意味は知らない		120	21.3%
3 聞いたことがない		18	3.2%

問9 (回答数1)	n = 563	人	%
1 困っている人に声をかけた		242	43.0%
2 困っている人を見かけたが、どうしたらいいか分からなかったため、声をかけなかった		24	4.3%
3 困っている人を見かけたが、恥ずかしくて声をかけなかった		7	1.2%
4 困っている人を見かけたが、かえって相手の迷惑になるといやだから、声をかけなかった		20	3.6%
5 困っている人を見かけたが、以前申し出を断られたことがあったので、声をかけなかった		5	0.9%
6 困っている人を見かけたが、急いでいた(または、疲れていた)ので、声をかけなかった		9	1.6%
7 困っている人を見かけたが、新型コロナウイルスへの感染が心配で、声をかけなかった		6	1.1%
8 困っている人を見かけなかった		250	44.4%

問9-2 (複数回答可)	n = 250	人	%
1 歩いている時や電車・バスの車内等で、よくスマートフォンを見ている		65	26.0%
2 人と接するのが苦手なので、あまり周囲を見ないようにしている		14	5.6%
3 自分以外のことにはあまり関心がない		13	5.2%
4 忙しい又は疲れている事が多く周囲を見る余裕がない		47	18.8%
5 外出する機会が少なかった		145	58.0%
6 その他		28	11.2%

問9-3 (回答数1)	n = 250	人	%
1 声をかける		147	58.8%
2 どうしたらいいか分からないので、声をかけない		24	9.6%
3 恥ずかしいと感じるため、声をかけない		6	2.4%
4 かえって相手の迷惑になるといやだから、声をかけない		31	12.4%
5 自分以外のことにあまり関心がないため、声をかけない		8	3.2%
6 相手に申し出を断られるといやなため、声をかけない		17	6.8%
7 その他		17	6.8%

問10 (複数回答可)	n = 561	人	%
1 必要が無い場合には、障害者専用駐車場に自動車等を止めない		375	66.8%
2 点字ブロック上や狭い通路に自転車等を止めない		273	48.7%
3 他者に対して差別や中傷する発言をしない		309	55.1%
4 電車やバス等で席を譲る		207	36.9%
5 エレベーターを車いすやベビーカー等の使用者に譲る		219	39.0%
6 駅の券売機等で操作方法が分からず困っている人を手助けする		71	12.7%
7 道に迷っている人を手助けする		149	26.6%
8 その他の思いやりのある行動		169	30.1%
9 当てはまるものはない		43	7.7%

○社会人の学び直しに関するニーズ調査

問1 (回答数1)	n = 563	人	%
1 関心がある		211	37.5%
2 どちらかと言えば関心がある		229	40.7%
3 どちらかと言えば関心はない		53	9.4%
4 関心はない		54	9.6%
5 わからない		16	2.8%

問2 (複数回答可)	n = 563	人	%
1 現在スキルアップ・キャリアアップのための学び直しに取り組んでいる		111	19.7%
2 資格取得のために学んでいる		90	16.0%
3 企業主体の研修や講座で学んでいる		37	6.6%
4 趣味や生きがいのために学んでいる		214	38.0%
5 学業のため学んでいる		42	7.5%
6 現在いずれにも取り組んでいないが、今後取り組む予定		117	20.8%
7 現在いずれにも取り組んでおらず、今後も取り組む予定はない		106	18.8%
8 その他		19	3.4%

問2-2 (複数回答可)	n = 111	人	%
1 新しいスキルを習得したいから		82	73.9%
2 既に習得しているスキルをさらに高めたいから		54	48.6%
3 転職や起業を考えているから		20	18.0%
4 キャリアアップ(昇進・昇格・正社員登用など)を図るため		30	27.0%
5 復職・再就職したいから		3	2.7%
6 その他		6	5.4%

問2-3 (複数回答可)	n = 106	人	%
1 学び直しや学ぶことが必要だと思わないから		35	33.0%
2 費用が高いから		32	30.2%
3 時間がないから		38	35.8%
4 どのような講座が開催されているか情報がないから		13	12.3%
5 魅力的なカリキュラムがないから		11	10.4%
6 職場の支援がないから		11	10.4%
7 現在勤めてる職場に学び直しのための休職制度がないから		11	10.4%
8 その他		12	11.3%

問3 (複数回答可)	n = 563	人	%
1 語学		323	57.4%
2 法務		95	16.9%
3 経済・金融・経営		234	41.6%
4 理工学・機械		47	8.3%
5 情報・デジタル系		275	48.8%
6 看護・医療		94	16.7%
7 介護・福祉		137	24.3%
8 環境		111	19.7%
9 その他		38	6.7%

問4 (複数回答可)	n = 563	人	%
1 社会人基礎力		295	52.4%
2 プレゼンテーション能力		159	28.2%
3 人的ネットワークづくり		180	32.0%
4 マネジメント能力		173	30.7%
5 コミュニケーション能力		345	61.3%
6 その他		31	5.5%

問5 (回答数1)	n = 563	人	%
1 働きながら受講できるもの		414	73.5%
2 短期(1~3か月程度)の休暇を取得して受講できるもの		82	14.6%
3 長期(半年以上)の休暇(休職)を取得して受講できるもの		20	3.6%
4 その他		47	8.3%

問6 (回答数1)	n = 563	人	%
1 最先端の知識・技術		50	8.9%
2 職務に役立つ実践的な内容		117	20.8%
3 特定の分野・職種を追求した知識・技術		56	9.9%
4 幅広い仕事に活用できる知識・技術		88	15.6%
5 個々人のスキルアップにつながる知識の習得		197	35.0%
6 資格取得		42	7.5%
7 その他		13	2.3%

問7 (回答数1)	n = 563	人	%
1 大学院(修士・博士)レベルのもの		33	5.9%
2 大学レベルのもの		134	23.8%
3 短期大学・専門学校レベルのもの		33	5.9%
4 実践・現場レベルのもの		349	62.0%
5 その他		14	2.5%

問8 (複数回答可)	n = 563	人	%
1 休暇取得への配慮		201	35.7%
2 学び直しのための休職制度		188	33.4%
3 柔軟な労働時間		295	52.4%
4 費用負担制度		306	54.4%
5 従業員の学び直しに対する理解		255	45.3%
6 人事評価への反映		149	26.5%
7 その他		34	6.0%

問9 (複数回答可)	n = 563	人	%
1 受講料の助成		386	68.6%
2 企業への啓発		207	36.8%
3 県が主催する講座の提供		269	47.8%
4 大学や自治体で開催される講座についての情報発信		235	41.7%
5 国の制度等の情報発信		182	32.3%
6 その他		27	4.8%

問10 (回答数1)	n = 563	人	%
1 興味を持った		191	33.9%
2 興味がわかなかった		200	35.5%
3 わからない		146	25.9%
4 その他		26	4.6%

○「茶の都」づくりの認知度に関する意識調査

問1 (回答数1)	n = 563	人	%
1 よく知っている		104	18.5%
2 ある程度は知っている		229	40.7%
3 聞いたことはある		146	25.9%
4 聞いたことがない		84	14.9%

問2 (回答数1)	n = 563	人	%
1 ほぼ毎日		331	58.8%
2 週に3～5日程度		61	10.8%
3 週に1～2日程度		68	12.1%
4 月に数回程度		37	6.6%
5 月に1回程度		25	4.4%
6 それ以下の頻度		25	4.4%
7 飲まない		16	2.8%

問2-2 (回答数1)	n = 547	人	%
1 急須などで茶葉から入れる		285	52.1%
2 ペットボトル		151	27.6%
3 ティーバッグ		78	14.3%
4 粉末 (パウダー)		29	5.3%
5 その他		4	0.7%

問3 (回答数1)	n = 563	人	%
1 とても期待する		170	30.2%
2 少し期待する		267	47.4%
3 どちらともいえない		65	11.5%
4 あまり期待しない		46	8.2%
5 まったく期待しない		15	2.7%

問4 (回答数1)	n = 563	人	%
1 よく知っている		68	12.1%
2 ある程度は知っている		145	25.8%
3 聞いたことはある		108	19.2%
4 聞いたことがない		242	43.0%

問5 (回答数1)	n = 563	人	%
1 高くても購入したい		17	3.0%
2 少々高い程度なら購入したい		192	34.1%
3 他のものと値段が変わらないなら購入したい		314	55.8%
4 購入しない		40	7.1%

問6 (回答数1)	n = 563	人	%
1 すでに行ったことがある		156	27.7%
2 ぜひ行ってみたい		87	15.5%
3 機会があれば行ってみたい		260	46.2%
4 興味がない		50	8.9%
5 分からない		10	1.8%

問6-2 (回答数1)	n = 156	人	%
1 たびたび行きたい (年に3回以上)		9	1.6%
2 たまに行きたい (年に1～2回)		49	8.7%
3 またいつか行きたい		63	11.2%
4 新しい展示内容になったら行きたい		10	1.8%
5 新しいイベントが催されたら行きたい		11	2.0%
6 行かないと思う		14	2.5%