

# 目 次

調査の概要	1
調査の結果 調査結果の解説	9
<b>1 環境と生活について</b>	<b>9</b>
(1) 今後の居住意向	9
(1-1) 住み続けたい理由	15
(1-2) 移りたい理由	17
(2) 現在の生活の満足度	19
(3) 住生活全般の満足度	30
(4) 消費生活全般の満足度	32
(5) 「気候変動による影響への適応」の認知度	34
(6) 普段の生活で行っている環境保全の取組	36
(7) 環境に配慮した行動	43
(8) 環境保全に関する講演やセミナー、 環境ボランティアへの参加状況	45
(9) 市民活動団体やボランティア活動の関心度	47
(10) 市民活動団体の活動への参加経験	49
(11) ボランティア活動経験	51
(12) この1年間の文化芸術に触れた頻度	53
(12-1) 文化芸術に触れた主な場所	55
(12-2) 文化芸術に触れなかった理由	57
<b>2 健康について</b>	<b>59</b>
(1) 健康づくりに取り組むことができる環境	59
(2) 1年間に行った運動の程度	61
(3) 安心して受診できる医療体制	63
(4) かかりつけ医の有無	65
<b>3 福祉について</b>	<b>69</b>
(1) 安心して子育てできる環境	69
(2) お年寄りが安心して暮らせる高齢者施策について	71
(3) 介護が必要になっても、現在の自宅や地域で暮らし続けられるか	73
(4) 高齢者の社会参加について	75
(5) 安心して暮らせる地域社会づくりについて	77
(6) 「共生社会」の認知度	79
(7) 男女共同参画社会を実現するための取組	81
<b>4 観光について</b>	<b>83</b>
(1) 千葉県の魅力	83
(2) 県内で旅行に行きたいエリア	85

(3)	県内を観光する際に事前に知りたい情報	87
(4)	この1年間に県内を観光した際の不満	89
(5)	県産品をお土産や贈答品として使う場合、贈るもの	91
<b>5</b>	<b>千葉県の農林水産物について</b>	<b>93</b>
(1)	千葉県産農林水産物の購入意向	93
(1-1)	千葉県産農林水産物を購入したいと思う理由	95
(1-2)	千葉県産農林水産物を購入したいと思わない理由	97
(2)	環境にやさしい農産物や制度の認知度	99
(3)	「千葉ブランド水産物」の認知度	101
<b>6</b>	<b>防災に関する取り組みについて</b>	<b>103</b>
(1)	大地震や風水害への不安	103
(2)	水害・土砂災害の防災情報を5段階の「警戒レベル」を用いて伝える方法の認知度	105
(3)	飲料水や食料の備蓄状況	108
(4)	災害用トイレ（携帯・簡易トイレ）の備蓄状況	110
(5)	災害伝言板・災害用伝言ダイヤルの認知度	112
(6)	地震の被害を防ぐための対策	114
<b>7</b>	<b>地方分権について</b>	<b>116</b>
(1)	地方分権改革を進めることについて	116
(2)	地方分権改革で期待する主な効果	118
<b>8</b>	<b>広報・広聴活動について</b>	<b>120</b>
(1)	関心のある県政分野	120
(2)	県政に関する情報を得る手段	122
(3)	県広報紙「ちば県民だより」の閲読状況	124
(3-1)	「ちば県民だより」の入手場所について	126
(3-2)	「ちば県民だより」の内容について	128
(4)	千葉県ホームページの利用頻度	130
(4-1)	千葉県ホームページの見やすさ・使いやすさ	132
(5)	県の広報・魅力発信番組の視聴状況	134
(6)	情報の入手媒体	139
(6-1)	SNSの種類	141
(7)	県政への意見を述べる方法	143
<b>9</b>	<b>県政への要望</b>	<b>145</b>
(1)	県政への要望	145
(1-1)	各政策への具体的な要望	152
<b>10</b>	<b>自由回答</b>	<b>165</b>
	<b>(付) 調査票および単純集計結果</b>	<b>169</b>