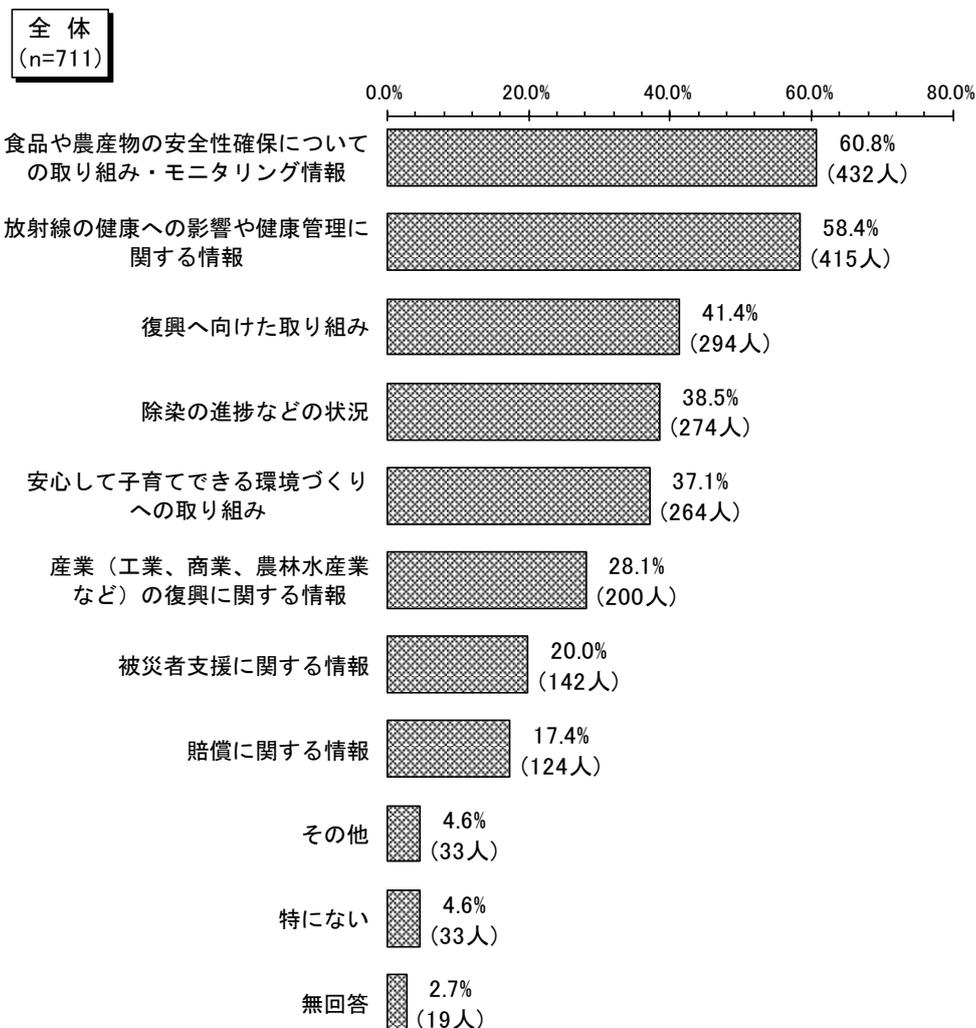


# 1. 復興に関する情報発信について

## (1) 震災・原発事故や復興について知りたい情報

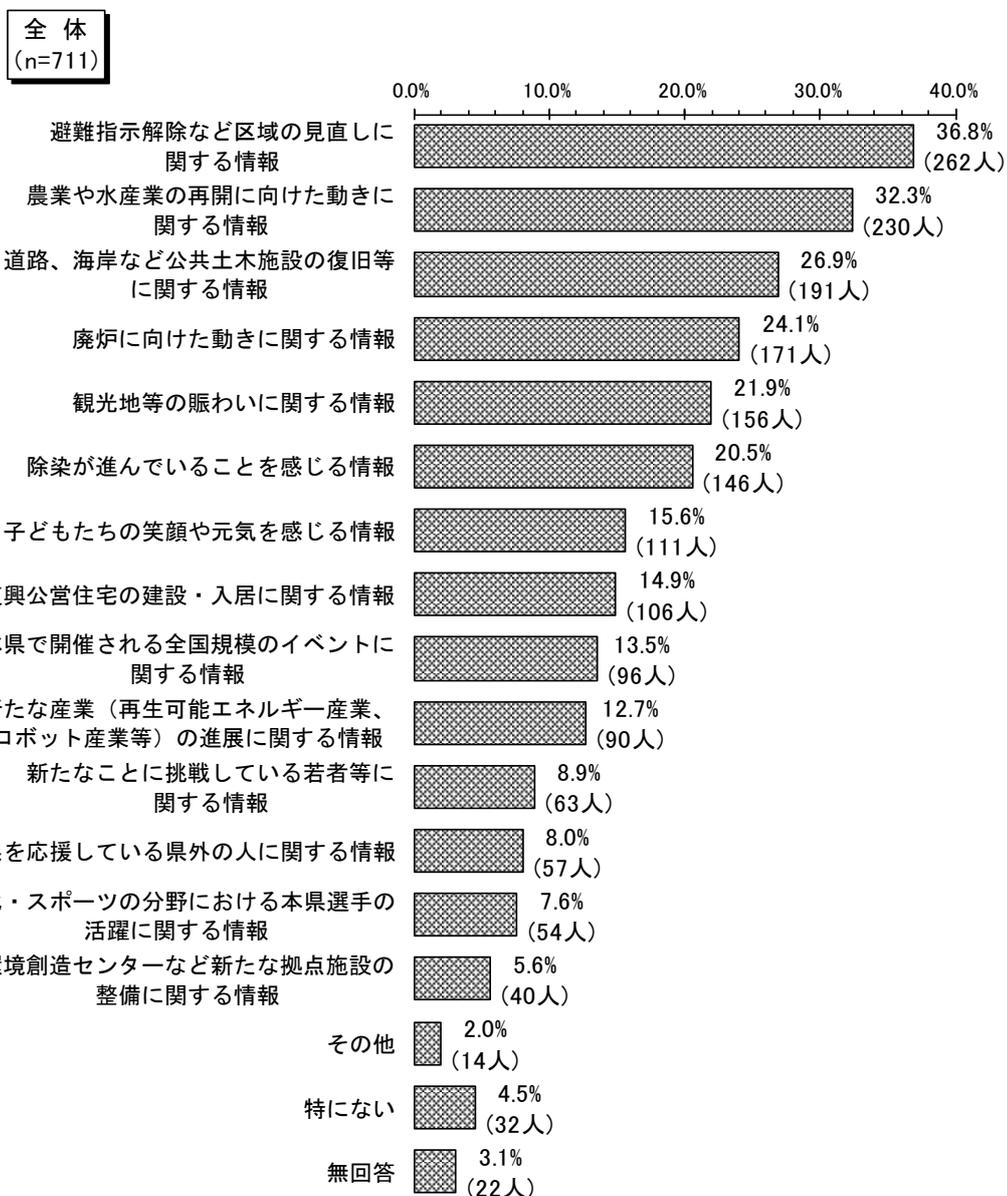
問1 震災・原発事故や復興について、あなたはどのような情報を知りたいですか。  
あてはまるものにいくつでも○をつけてください。(複数回答可)



震災・原発事故や復興について知りたい情報は、「食品や農産物の安全性確保についての取り組み・モニタリング情報」(60.8%)と「放射線の健康への影響や健康管理に関する情報」(58.4%)が多く、6割前後となっている。以下、「復興へ向けた取り組み」(41.4%)が4割台、「除染の進捗などの状況」(38.5%)、「安心して子育てできる環境づくりへの取り組み」(37.1%)が3割台で続いている。

## (2) 復興が進んでいると感じる情報

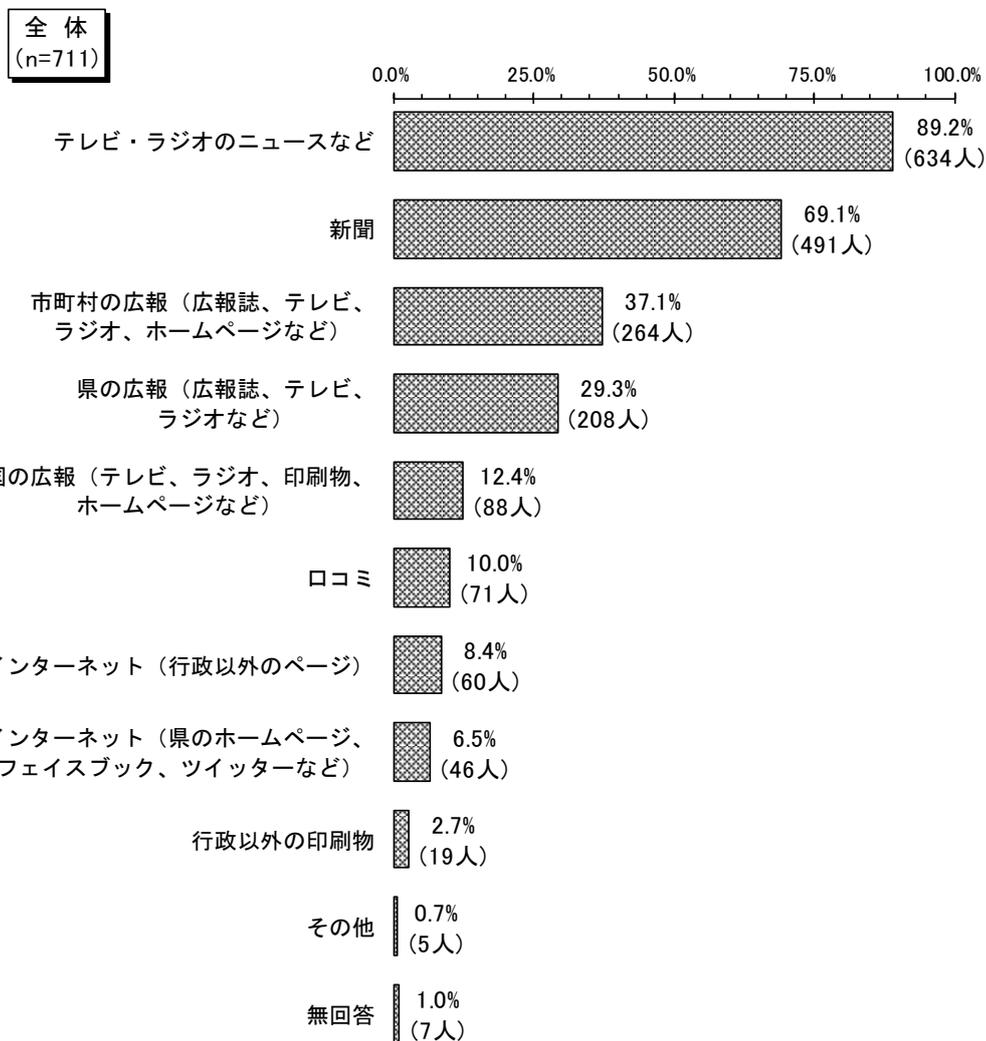
問2 復興が前に進んでいると感じるのは、どのような情報を得たときですか。  
あてはまるもの3つまで○をつけてください。



復興が進んでいると感じる情報としては、「避難指示解除など区域の見直しに関する情報」(36.8%)が最も多く、4割弱となっている。以下、「農業や水産業の再開に向けた動きに関する情報」(32.3%)が3割台、「道路、海岸など公共土木施設の復旧等に関する情報」(26.9%)、「廃炉に向けた動きに関する情報」(24.1%)、「観光地等の賑わいに関する情報」(21.9%)、「除染が進んでいると感じる情報」(20.5%)が2割台で続いている。

### (3) 復興状況に関する情報の入手先

問3 本県の復興の状況に関する情報については主に何で入手していますか。  
 あてはまるものにいくつでも○をつけてください。(複数回答可)

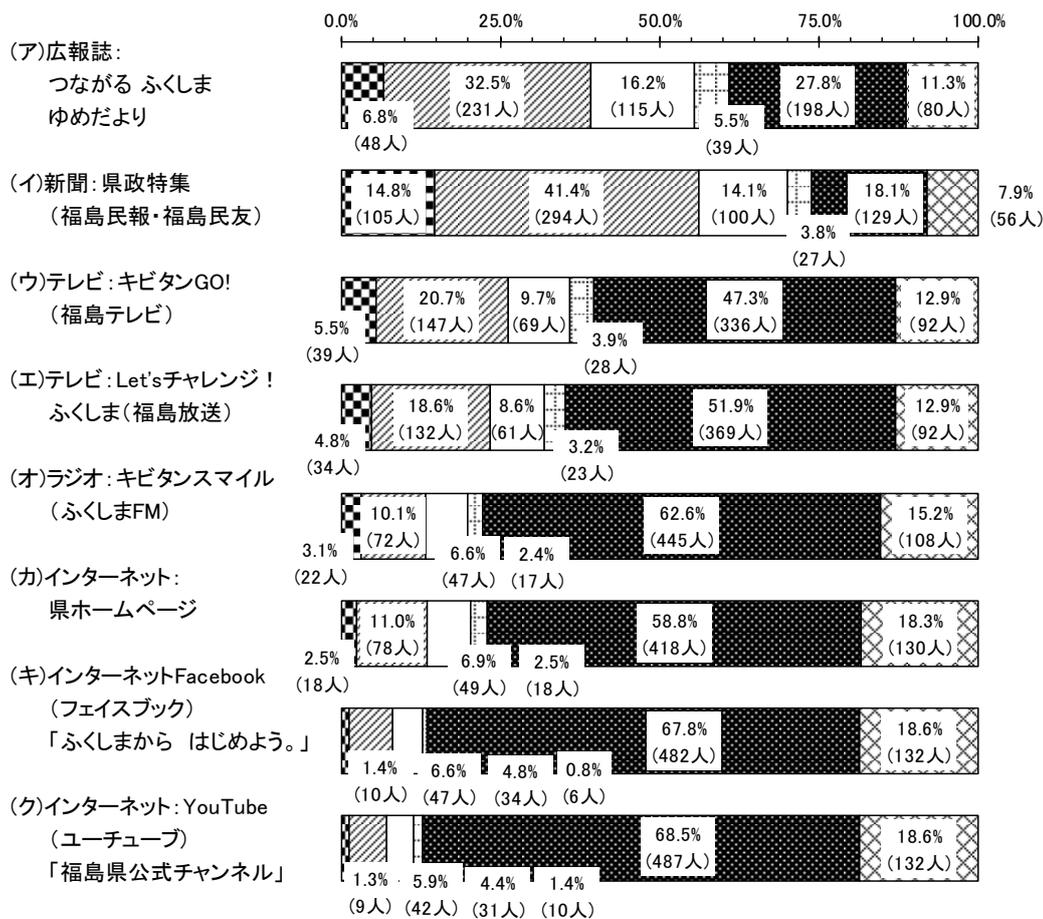
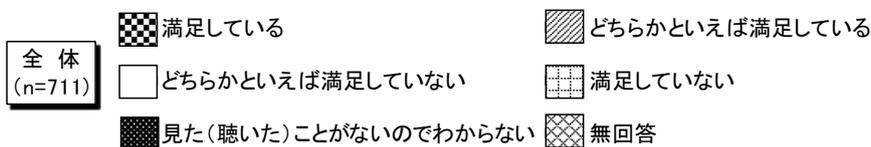


復興の状況に関する情報の入手先は、「テレビ、ラジオのニュースなど」(89.2%)が最も多く、約9割となっている。以下、「新聞」(69.1%)が約7割、「市町村の広報（広報誌、テレビ、ラジオ、ホームページなど）」(37.1%)が4割弱、「県の広報（広報誌、テレビ、ラジオなど）」(29.3%)が約3割、「国の広報（テレビ、ラジオ、印刷物、ホームページなど）」(12.4%)と「口コミ」(10.0%)が約1割となっている。

#### (4) 県の広報活動の満足度

問4 あなたは、県の広報活動に満足していますか。

(ア)～(ク)についてそれぞれ1～5の中であてはまるもの1つに○をつけてください。

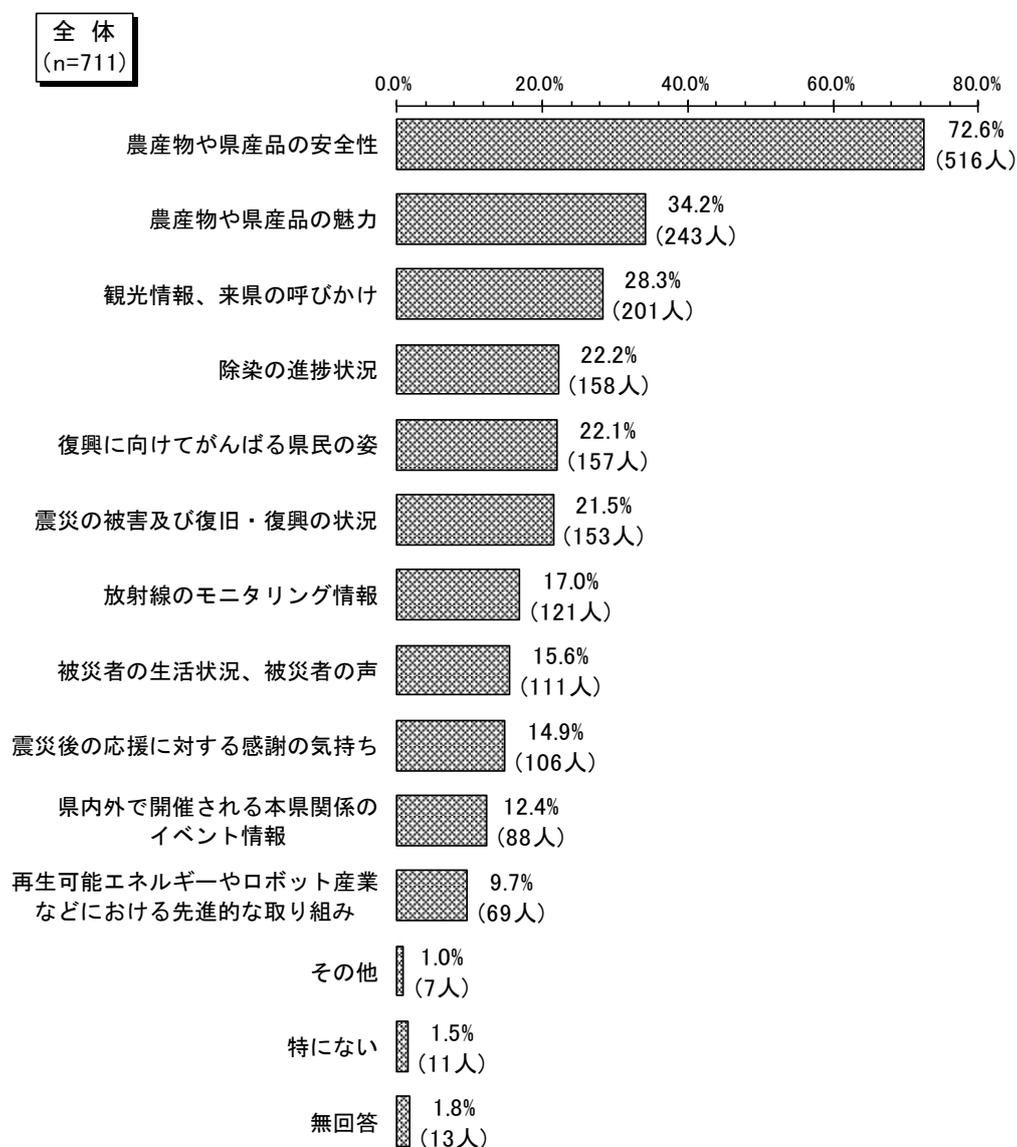


県の広報活動に「満足している」と「どちらかといえば満足している」を合わせた『満足している』計の割合をみると、〈新聞『県政特集（福島民報・福島民友）』〉（56.1%）が最も多く、6割弱となっている。以下、〈広報誌『つながる ふくしま ゆめだより』〉（39.2%）が約4割、〈テレビ『キビタンGO!（福島テレビ：毎週水曜日 21:54～22:00）』〉（26.2%）、〈テレビ『Let's チャレンジ！ふくしま（福島放送：毎週金曜日 19:56～20:00）』〉（23.3%）が2割台、〈インターネット『県ホームページ』〉（13.5%）、〈ラジオ『キビタンスマイル（ふくしまFM：毎週月～金曜日 17:30～17:35）』〉（13.2%）が1割台となっている。

一方、「満足していない」と「どちらかといえば満足していない」を合わせた『満足していない』計の割合は、〈広報誌『つながる ふくしま ゆめだより』〉（21.7%）が約2割で最も高くなっている。次いで、〈新聞『県政特集（福島民報・福島民友）』〉（17.9%）が続いている。以下、〈テレビ『キビタンGO!（福島テレビ：毎週水曜日 21:54～22:00）』〉（13.6%）、〈テレビ『Let's チャレンジ！ふくしま（福島放送：毎週金曜日 19:56～20:00）』〉（11.8%）となっている。

## (5) 県外に発信すべき内容

問5 あなたは、県外の方に、福島県のどのようなことを伝えるべきだと思いますか。  
あてはまるもの3つまで○をつけてください。



福島県の現状について、県外に伝えたいことは、「農産物や県産品の安全性」(72.6%)が最も多くなっている。以下、「農産物や県産品の魅力」(34.2%)が3割台、「観光情報、来県の呼びかけ」(28.3%)、「除染の進捗状況」(22.2%)、「復興に向けてがんばる県民の姿」(22.1%)、「震災の被害及び復旧・復興の状況」(21.5%)が2割台、「放射線のモニタリング情報」(17.0%)、「被災者の生活状況、被災者の声」(15.6%)、「震災後の応援に対する感謝の気持ち」(14.9%)、「県内外で開催される本県関係のイベント情報」(12.4%)が1割台で続いている。

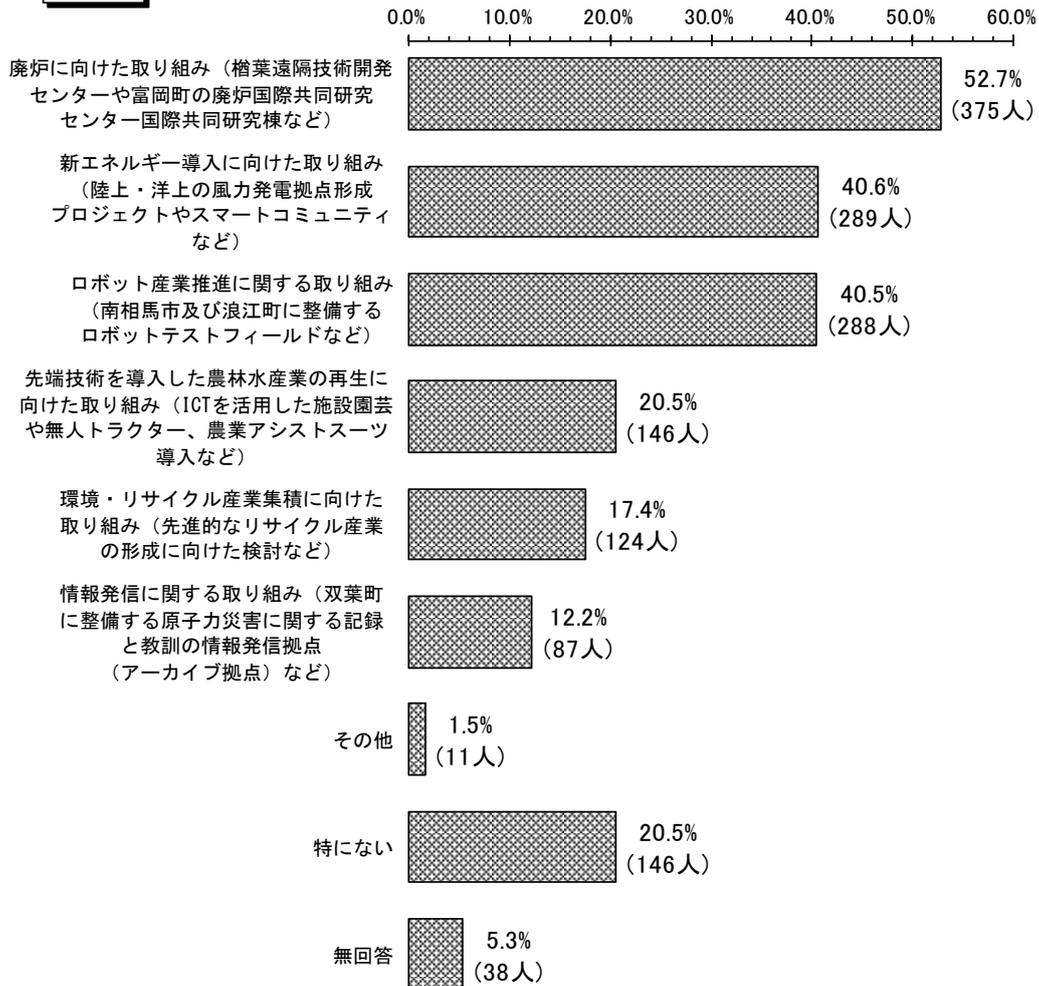
## 2. 福島イノベーション・コースト構想について

### (1) 福島イノベーション・コースト構想について知っている取り組み

問6 福島イノベーション・コースト構想について、あなたはどのような取り組みを知っていますか。

あてはまるものにもいくつでも○をつけてください。(複数回答可)

全体  
(n=711)



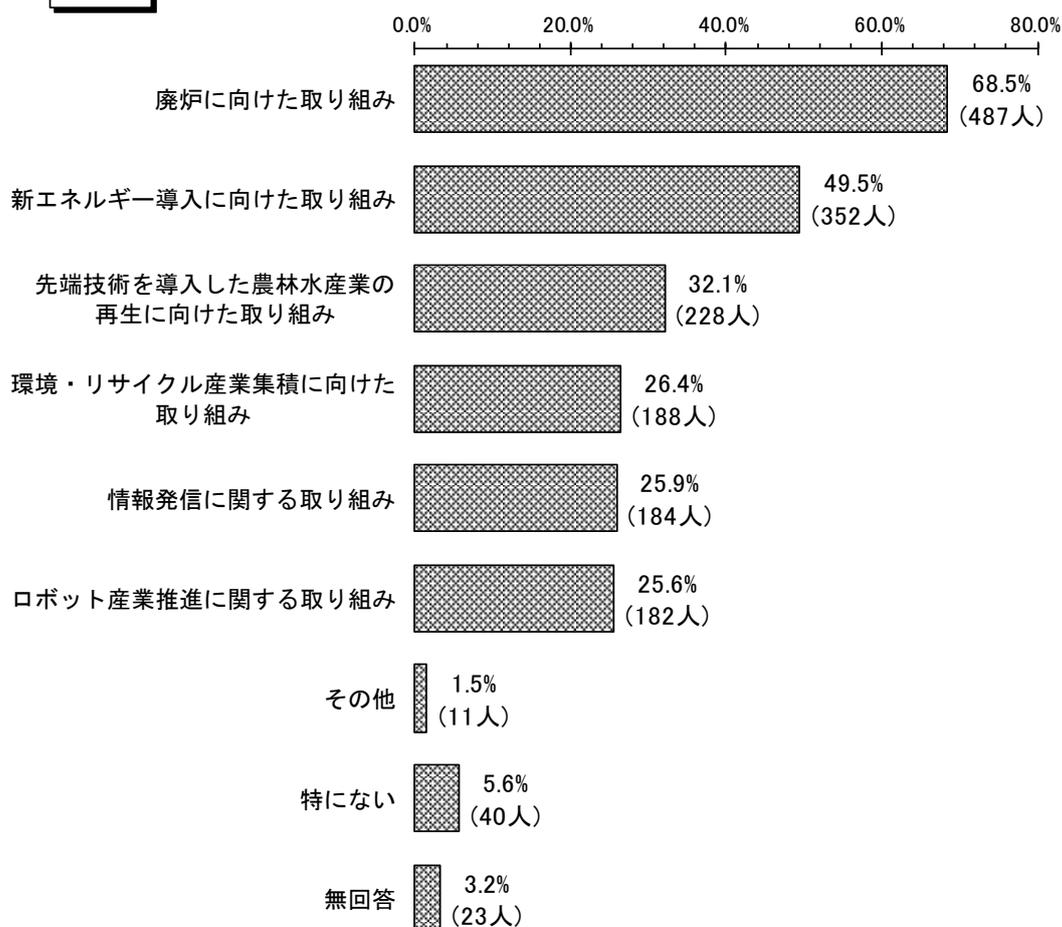
福島イノベーション・コースト構想について知っている取り組みは「廃炉に向けた取り組み (檜葉遠隔技術開発センターや富岡町の廃炉国際共同研究センター国際共同研究棟など)」(52.7%)が最も多く、5割強となっている。以下、「新エネルギー導入に向けた取り組み (陸上・洋上の風力発電拠点形成プロジェクトやスマートコミュニティなど)」(40.6%)と「ロボット産業推進に関する取り組み (南相馬市及び浪江町に整備するロボットテストフィールドなど)」(40.5%)が4割台となっている。

## (2) 福島イノベーション・コースト構想を推進するため、県に強化してほしい取り組み

問7 今後、福島イノベーション・コースト構想を着実に推進し、県内全域の復興・創生にもつなげていくために、県はどのような取り組みを強化していけばよいと考えますか。

あてはまるもの3つまで○をつけてください。

全体  
(n=711)



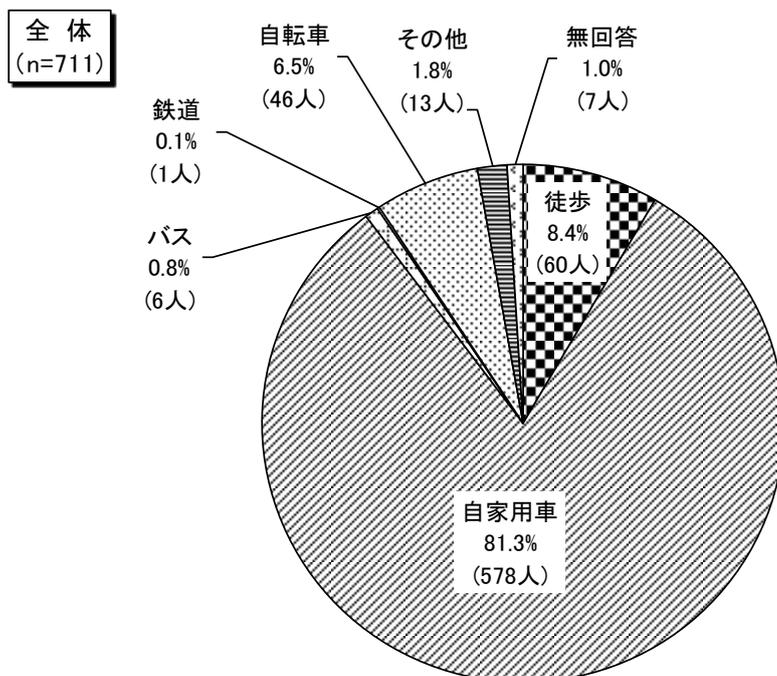
福島イノベーション・コースト構想を推進するため、県に強化してほしい取り組みについては、「廃炉に向けた取り組み」(68.5%)が最も多く、7割弱となっている。以下、「新エネルギー導入に向けた取り組み」(49.5%)が約5割、「先端技術を導入した農林水産業の再生に向けた取り組み」(32.1%)が3割台、「環境・リサイクル産業集積に向けた取り組み」(26.4%)、「情報発信に関する取り組み」(25.9%)と「ロボット産業推進に関する取り組み」(25.6%)が2割台となっている。

### 3. 買い物環境について

#### (1) 食料品を買うための店舗までの移動手段

問8 日常生活に必要な食料品を買う際、主にどのような手段で店舗まで移動しますか。

あてはまるもの1つに○をつけてください。



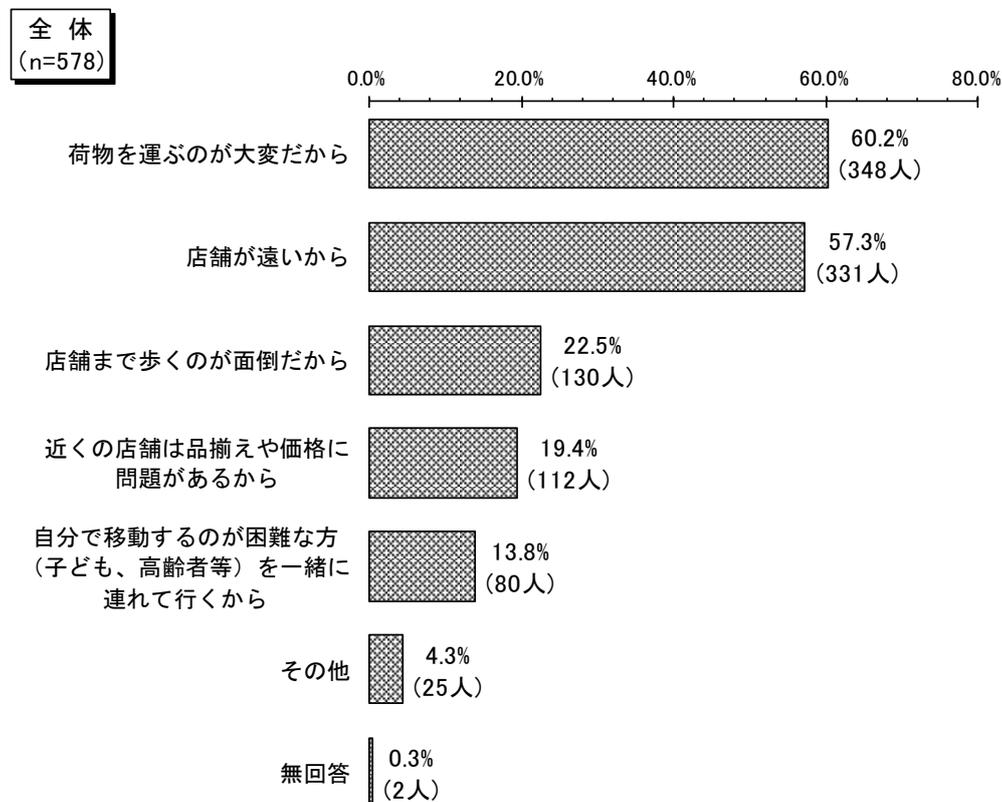
食料品を買うための店舗までの移動手段については、「自家用車」と回答した人は81.3%と最も高く、8割を超えている。

## (2) 自家用車で食料品を買いに行く理由

(問8で「2 自家用車」とお答えの方にのみお尋ねします。)

問8-1 あなたが自家用車で食料品を買いに行く理由は何ですか。

あてはまるものにもいくつかでも○をつけてください。(複数回答可)



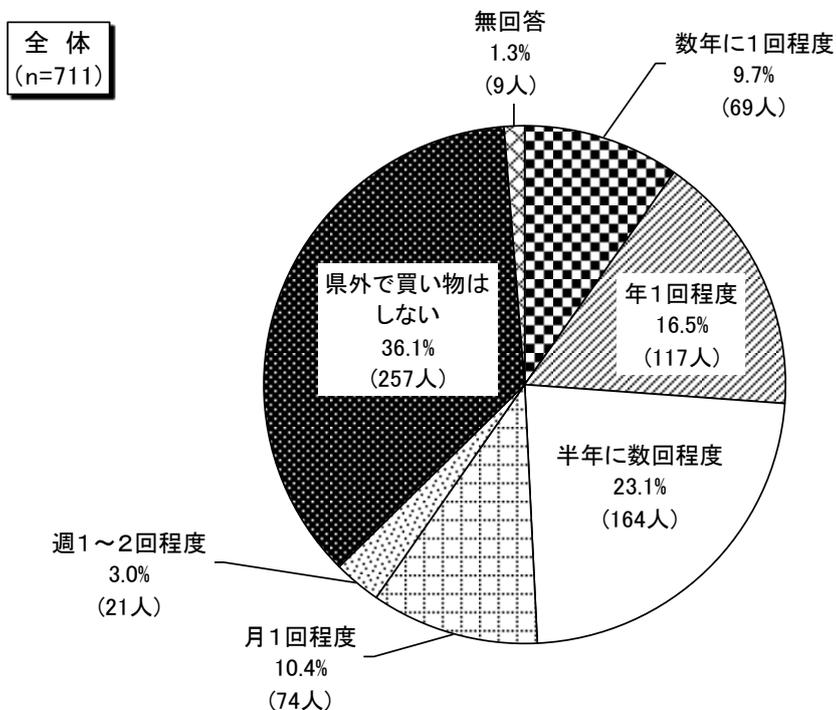
自家用車で食料品を買いに行く理由については、「荷物を運ぶのが大変だから」(60.2%)が最も多く、約6割になっている。以下、「店舗が遠いから」(57.3%)が5割台、「店舗まで歩くのが面倒だから」(22.5%)が2割台、「近くの店舗は品揃えや価格に問題があるから」(19.4%)と「自分で移動するのが困難な方(子ども、高齢者等)と一緒に連れて行くから」(13.8%)が1割台となっている。

### (3) 県外に買い物に行く頻度

問9 (全員にお尋ねします。)

あなたはどれくらいの頻度で県外に買い物に行きますか。

あてはまるもの1つに○をつけてください。



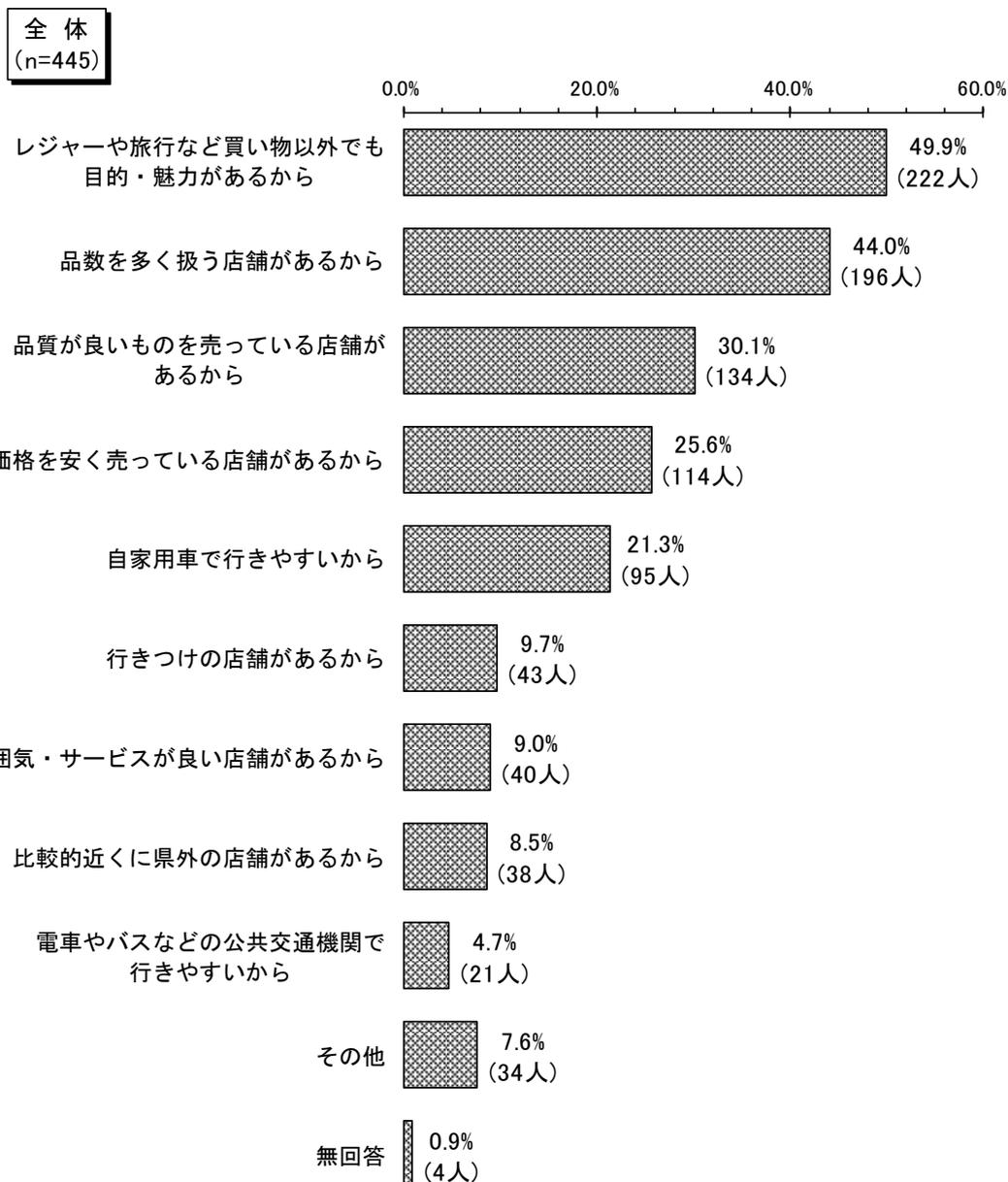
県外に買い物に行く頻度については、「半年に数回程度」(23.1%)が最も多く、2割強を占めている。以下、「年1回程度」(16.5%)と「月1回程度」(10.4%)が1割台となっている。

一方、「県外で買い物はしない」(36.1%)が多く、3割強を占めている。

#### (4) 県外に買い物に行く理由

問10 あなたが県外に買い物に行く場合、その理由は何ですか。

あてはまるものにもいくつか○をつけてください。(複数回答可)



県外に買い物に行く理由については、「レジャーや旅行など買い物以外でも目的・魅力があるから」(49.9%)の割合が最も高く、約5割となっている。以下、「品数を多く扱う店舗があるから」(44.0%)が4割台、「品質が良いものを売っている店舗があるから」(30.1%)が3割台、「価格を安く売っている店舗があるから」(25.6%)と「自家用車で行きやすいから」(21.3%)が2割台となっている。