

調査結果の概要

1 暮らし向き

昨年に比べての暮らし向きについては、「変わらない」と答えた人が 49.8%とほぼ半数を占めている。平成14年調査（以下「前回調査」という。）と比較してみると、「良くなった」（4.9%）と答えた人の割合は 2.7ポイント増加し、「悪くなった」（43.6%）と答えた人の割合は 0.2ポイント減少しており、前回調査で「良くなった」が過去最低であったが回復傾向にある。

なお、暮らし向きが「悪くなった」理由としては、「収入が減った（働き手が減った）」（54.4%）と答えた人の割合が特に高く、前回調査に比べ 0.7ポイント増加して9年連続で第1位となっている。

具体的な項目でみると、「良くなった」と答えた人の割合は「道路など公共施設による便利さ」（16.4%）、「通勤や買い物の便利さ」（13.6%）、「電気器具、家具、自動車など耐久消費財の面」（11.2%）などの項目で比較的高い。一方「悪くなった」と答えた人の割合は、「貯蓄」（52.2%）、「所得・収入」（52.1%）、「レジャー・余暇生活」（35.8%）の項目で高くなっている。

暮らし向きの程度については、80.3%の人が中流と答え、県民の中流意識は引き続き強いが、中流意識の内訳をみると、「中の下」と答えた人の割合は、前回調査と比べ 2.5ポイント減少し、「中の上」と答えた人の割合は、0.8ポイント増加している。

資産（土地、家屋、預貯金等）の程度については、67.8%の人が中流と答え、暮らし向きの程度と比較すると評価が低く、前回調査同様、資産の程度の脆弱さがうかがえる。

普段の生活における時間的なゆとりの有無については、前回調査に比べ「ゆとりがある」と答えた人の割合が 0.7ポイント減少し 49.4%、「ゆとりがない」と答えた人の割合は 2.0ポイント増加し 48.3%で、「ゆとりがある」と答えた人の割合が「ゆとりがない」と答えた人の割合をわずかに上回った。

現在の暮らしに対する満足度については、「満足」と答えた人の割合が 60.9%と6割を超え、暮らしへの満足度は引き続き高くなっており、前回調査と比較すると、「満足」と答えた人の割合は0.9ポイント増加し、「不満」と答えた人の割合は 0.4ポイント減少している。

日常生活の中で悩みや不安を感じていることならについては、「老後の生活設計について」と答えた人の割合が 54.0%と最も高く、以下「家族の健康について」（51.9%）、「自分の健康について」（49.3%）、「今後の生活費の見通し」（48.1%）などの順である。

普段の生活の中で最も不足しているものについては、「収入」と答えた人の割合が41.4%と特に高く、以下「自由に使える時間」（13.5%）、「資産（土地、家屋、預貯金等）」（9.9%）などの順となっている。

なお、20.9%の人は「特にない」と答えており、「暮らしに対する満足度」が概ね高いことがうかがえる。

自由時間と収入についての考え方は、「自由時間が減るくらいなら、収入は現在のままで良い」（40.4%）と答えた人の割合が「自由時間を減らしても、現在以上の収入を得たい」（32.3%）と答えた人の割合を上回っているが、前回調査から自由時間派は1.2ポイント減少し、収入派との差は8.1ポイントと、6年調査以降、最も小さくなっている。

日常生活で充実感を感じる時については、「家族団らんの時」と答えた人の割合が27.0%と最も高く、以下「ゆったりと休養している時」（18.1%）、「趣味やスポーツに熱中している時」（17.4%）、「仕事に打ち込んでいる時」（13.2%）などの順となっている。

暮らしの先行き観については、「悪くなっていく」と答えた人の割合は35.3%と最も高いが、前回調査に比べ2.1ポイント減少しており、一方、「良くなっていく」（10.3%）は2.4ポイント増加している。

今後の暮らしで改善したいことについては、「貯蓄」と答えた人の割合が35.3%と最も高く、以下「レジャー・余暇生活」（14.0%）、「食生活」（12.0%）、「住宅」（11.1%）などの順となっている。

また、前回調査と比較すると、「貯蓄」に力を入れたいと答えた人の割合が3.7ポイント増加し、「レジャー・余暇生活」が3.8ポイント減少している。

今後の暮らしについては、「心の豊かさやゆとりのある生活をすることに重きをおきたい」と答えた人の割合が28.0%で、「まだまだ物質的な面で生活を豊かにすることに重きをおきたい」と答えた人の21.9%を上回っている。

「心の豊かさやゆとり」の内容としては、「健康を大切にする」（36.3%）と答えた人が最も高く、次いで「家族・友人とのふれあいを大切にする」（29.0%）、「趣味や習い事に生きがいを見つける生活」（12.5%）などの順であった。

また、「物質的な面」の内容としては、「広くて設備の整った家に住む」と答えた人の割合が37.8%と最も高く、以下「耐久消費財（立派な家具、最新の自動車・電気器具など）のそろった快適な暮らし」（22.8%）、「趣味・娯楽に関する良いものを購入する」（19.2%）などの順となっている。

2 広報・広聴

県の広報活動の周知度について、「テレビ広報番組」（63.6%）、「県広報紙」

(63.3%)や「新聞広報」(56.1%)と答えた人の割合が特に高くなっている。

また、前回調査と比べ、「県広報紙」と答えた人の割合は12.2ポイント、「新聞広報」は12.0ポイント増加している。

県のテレビ広報番組の視聴経験は、「県政インフォメーション」が44.7%と最も高く、以下「ふれあいえひめ」(28.9%)、「県政なんでも情報局」(26.0%)、「県政かわらばん」(23.3%)の順となっている。

県のラジオ広報番組の聴取経験は、「県政FM情報」が11.4%、「週刊さわやか愛媛」が8.4%、「県政広場」が3.6%となっている。

県民だより「さわやか愛媛」の周知度は、68.4%の人が知っていると答えており、「読んでいる」(「全体をよく読んでいる」(16.4%)、「興味のあるところを選んで読んでいる」(52.4%))と答えた人の割合は68.8%と6割を超え、関心を持って利用していることがうかがえる。

県政に関する情報を得る方法は、「テレビ」と答えた人の割合が64.1%と最も高く、次いで「新聞」(57.1%)となっている。

知りたいと思う県政情報については、「県がこれから進めていこうと計画している仕事やその内容」と答えた人の割合が31.3%と最も高く、以下「県の施設の紹介や利用方法」(29.2%)、「県の行事や催しものなどのお知らせ」(22.8%)、「新しくできた制度や事務手続の方法などの紹介」(20.3%)などの順となっている。

県民の声を県政に反映させる手段については、「県民が気軽に相談できる相談窓口を充実する」と答えた人の割合が35.6%と最も高く、以下「世論調査やアンケート調査を随時的確に行う」(19.8%)、「県民が県の関係者と直接対話する機会を多くする」(12.3%)などの順となっている。

県への意見、要望等の伝達方法については、「県に電話をかける」と答えた人の割合が18.4%と最も高く、以下、「市町村役場を通じる」(17.2%)、「県庁や県の出先機関の窓口に出向く」(13.7%)などの順となっている。

3 愛媛県のイメージ

現在の愛媛県のイメージについては、「水と緑が多く、自然環境に恵まれている」と答えた人の割合が81.5%と特に高く、以下「不便である」(28.4%)、「後進的である」(24.3%)、「物価が安い」(22.9%)、「閉鎖的である」(22.4%)、「文化、スポーツ活動が盛んである」(20.1%)などの順となっている。

今後の愛媛県のあるべき姿のイメージについては、「保健や福祉、医療環境が整っていて安心できる」(50.5%)と答えた人の割合が最も高く、以下「水と緑が多く、自然環境に恵まれている」(49.9%)、「高齢者や障害者にもやさしい」(34.0%)などの順となっている。

4 県政への要望

産業面で特に力を入れてほしいこととしては、「雇用対策」と答えた人の割合が35.1%と特に高く、以下「中小企業対策」（16.3%）、「道路整備」（13.8%）などの順となっている。

前回調査と比較すると、「道路整備」と答えた人は4.0ポイント、「観光開発」は2.0ポイント増加し、「農林業の振興」は3.5ポイント減少している。

生活環境面で特に力を入れてほしいこととしては、「社会福祉の充実」と答えた人の割合が29.7%と最も高く、以下「物価、消費者保護対策」（23.2%）、「医療、保健衛生機能の拡充」（19.7%）、「公害防止対策、自然環境の保全」（10.7%）などの順となっている。

前回調査と比較すると、「物価・消費者保護対策」は2.1ポイント、「交通安全対策」は2.3ポイント増加し、「公害防止対策、自然環境の保全」は3.3ポイント減少している。

教育面で特に力を入れてほしいこととしては、「学校教育の充実」と答えた人の割合が34.1%と最も高く、以下「社会教育の充実」（28.3%）、「家庭教育の充実」（16.0%）、「スポーツ、レクリエーション活動の助長」（12.1%）、「芸術、文化の振興」（9.5%）の順となっている。

前回調査と比較すると、「学校教育の充実」と答えた人の割合は2.3ポイント、「スポーツ、レクリエーション活動の助長」は3.2ポイント増加し、一方、「社会教育の充実」は3.5ポイント、「家庭教育の充実」は0.8ポイント、「芸術、文化の振興」は1.1ポイント減少している。