

調査結果の概要

1 県の広報活動について

(1) 県の広報活動の認知状況

「新聞広報『広報あいち』（毎月第1日曜日に掲載）」が47.9%

県の広報活動の認知状況について、「新聞広報『広報あいち』（毎月第1日曜日に掲載）」と答えた人の割合が47.9%と最も高く、続いて「新聞記事、テレビ・ラジオやインターネットのニュースなどのマスコミ報道」（47.3%）、「市町村が発行している広報紙（誌）による県の広報」（31.7%）の順となっている。

(2) 県の情報の入手方法

「新聞記事、テレビ・ラジオやインターネットのニュースなどのマスコミ報道」が49.2%

県の情報の入手方法について、「新聞記事、テレビ・ラジオやインターネットのニュースなどのマスコミ報道」と答えた人の割合が49.2%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）」（32.8%）、「愛知県提供のテレビ広報番組」（23.6%）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33.6%

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」（2.1%）と「ある程度満足（評価）している」（31.5%）を合わせた“満足（評価）している”と答えた人の割合は33.6%となっている。

一方で、「あまり満足（評価）していない」（21.0%）と「まったく満足（評価）していない」（5.0%）を合わせた“満足（評価）していない”と答えた人の割合は25.9%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、テレビ・ラジオやインターネットのニュースなどのマスコミ報道」が34.0%

県の広報活動を充実させるため、力を入れるべき活動について、「新聞記事、テレビ・ラジオやインターネットのニュースなどのマスコミ報道」と答えた人の割合が34.0%と最も高く、続いて「愛知県提供のテレビ広報番組」（23.0%）、「パソコン・スマートフォン等で見る愛知県のWebページ」（21.6%）の順となっている。

2 幸福感に関する意識について

(1) 県民の幸福感

幸福感の平均点は、10点満点中「6.8点」

県民の幸福感について、「8点」と答えた人の割合が23.5%と最も高く、続いて「7点」(18.8%)、「5点」(16.0%)の順となっており、平均すると「6.8点」となっている。

(2) 幸福感を判断する際に重視した事項

「健康状況」が57.9%

幸福感を判断する際に重視した事項について、「健康状況」と答えた人の割合が57.9%と最も高く、続いて「家計の状況(所得・消費)」(57.5%)、「家族関係」(55.1%)の順となっている。

(3) 幸福感を判断する際の新型コロナウイルス感染症の影響の有無

「影響した」が33.5%、

「影響しなかった」が56.3%

幸福感を判断する際の新型コロナウイルス感染症の影響の有無について、「影響した」と答えた人の割合が33.5%となっている。

一方で、「影響しなかった」と答えた人の割合は56.3%となっている。

3 食と農の関わりについて

(1) 県産農産物等を優先して購入したい県民の割合

“国内産であれば、愛知県産にはこだわらない”が56.3%

県産農産物等を優先して購入したい県民の割合について、「価格が多少高くても、愛知県産をできる限り優先して購入する」(4.3%)と「価格が他産地と同等であれば、愛知県産をできる限り優先して購入する」(14.3%)を合わせた“愛知県産をできる限り優先して購入する”と答えた人の割合は18.6%となっている。

「国産であれば、愛知県産にはこだわらず、価格で判断して購入する」(30.6%)と「国産であれば、愛知県産にはこだわらず、味・鮮度で判断して購入する」(25.7%)を合わせた“国産であれば、愛知県産にはこだわらない”と答えた人の割合は56.3%となっている。

「産地にはこだわらず(愛知県産、国産、外国産など関係なく)、価格で判断して購入する」(11.6%)と「産地にはこだわらず(愛知県産、国産、外国産など関係なく)、味・鮮度で判断して購入する」(8.7%)を合わせた“産地にはこだわらない”と答えた人の割合は20.3%となっている。

(2) 「いいともあいち運動」の認知度

「まったく知らない」が77.2%

「いいともあいち運動」の認知度について、「よく知っている」(1.7%)と「内容はよく知らないが、名前を聞いたことがある、またはマークを見たことがある」(20.4%)を合わせた“知っている”と答えた人の割合は22.2%となっている。

一方で、「まったく知らない」と答えた人の割合は77.2%となっている。

(3) **花の王国あいちの認知度**

「知らない」が55.5%

花の王国あいちの認知度について、「知らない」と答えた人の割合が55.5%と最も高く、続いて「聞いたことがある」(25.7%)、「知っている」(17.7%)の順となっている。

(4) **朝食の摂取状況**

「ほとんど毎日食べる(週6~7日)」が80.8%

朝食の摂取状況について、「ほとんど毎日食べる(週6~7日)」と答えた人の割合が80.8%と最も高く、続いて「ほとんど食べない(週0~1日)」(8.2%)、「週4~5日食べる」(6.2%)の順となっている。

(5) **野菜を食べる頻度**

「1日1回食べる」が40.9%

野菜を食べる頻度について、「1日1回食べる」と答えた人の割合が40.9%と最も高く、続いて「1日2回食べる」(36.2%)、「1日3回以上食べる」(17.3%)の順となっている。

(6) **家族や友人などと食事をとる頻度**

「ほとんど毎日とっている(週6~7日)」が65.0%

1日1食以上、家族や友人などと一緒に楽しく食事をとる頻度について、「ほとんど毎日とっている(週6~7日)」と答えた人の割合が65.0%と最も高く、続いて「ほとんどとっていない(週0~1日)」(12.3%)、「週4~5日とっている」(11.1%)の順となっている。

(7) **適正体重の認識と体重コントロールの実践**

「適正体重を認識しているが、体重コントロールは実践していない」が42.4%

適正体重の認識と体重コントロールの実践について、「適正体重を認識しているが、体重コントロールは実践していない」と答えた人の割合が42.4%と最も高く、続いて「適正体重を認識し、体重コントロールを実践している」(35.2%)、「適正体重を認識していないが、体重コントロールは実践している」(11.7%)の順となっている。

4 都市緑化の取組について

(1) 住まい周辺の緑の状況

“緑が多い”が70.6%

住まい周辺の緑の状況について、「緑が多い」(25.9%)と「どちらかといえば緑が多い」(44.7%)を合わせた“緑が多い”と答えた人の割合は70.6%となっている。

一方で、「どちらかといえば緑が少ない」(21.0%)と「緑が少ない」(7.0%)を合わせた“緑が少ない”と答えた人の割合は27.9%となっている。

(2) 住まい周辺の緑の種類

「公園の緑」が54.3%

住まい周辺の緑の種類について、「公園の緑」と答えた人の割合が54.3%と最も高く、続いて「家の庭や生垣の緑」(47.9%)、「水田や畑の緑」(32.2%)の順となっている。

(3) 10年前と比較した住まい周辺の緑の量

「変わらない」が48.5%

10年前と比較した住まい周辺の緑の量について、「変わらない」と答えた人の割合が48.5%と最も高く、続いて「減った」(35.8%)、「わからない」(11.7%)の順となっている。

(4) 住まい周辺の緑を増やしたい場所

「公園」が41.9%

住まい周辺の緑を増やしたい場所について、「公園」と答えた人の割合が41.9%と最も高く、続いて「学校などの公共施設」(23.4%)、「街路樹や中央分離帯などの道路」(19.4%)の順となっている。

(5) 県に望む緑を守る取組

「自然の緑を守るための環境教育を行う」が40.4%

県に望む緑を守る取組について、「自然の緑を守るための環境教育を行う」と答えた人の割合が40.4%と最も高く、続いて「緑を守る活動を行う人材の育成」(32.0%)、「緑化に関するイベントや広報活動を積極的に行う」(24.4%)の順となっている。

(6) 県に望む緑を増やす取組

「公園緑地の整備」が60.7%

県に望む緑を増やす取組について、「公園緑地の整備」と答えた人の割合が60.7%と最も高く、続いて「学校などの公共施設の緑化」(32.0%)、「池や川などの水辺の緑化」(21.6%)の順となっている。

(7) 県に望む緑に関心を持つ取組

「都市緑化フェアや緑化講習会などのイベントの開催」が39.2%

県に望む緑に関心を持つ取組について、「都市緑化フェアや緑化講習会などのイベントの開催」と答えた人の割合が39.2%と最も高く、続いて「県民への苗木の配布」(30.7%)、「ガーデニングなどの緑化相談や緑化研修の充実」(27.7%)の順となっている。

5 認知症に関する取組について

(1) 認知症の人と接する機会の有無

「ある」が58.7%

認知症の人と接する機会の有無について、「ある」と答えた人の割合は58.7%となっている。

一方で、「ない」と答えた人の割合は40.3%となっている。

(2) 認知症の人と接する機会

「家族の中に認知症の人がいる（いた）」が53.0%

認知症の人と接する機会について、「家族の中に認知症の人がいる（いた）」と答えた人の割合が53.0%と最も高く、続いて「親戚の中に認知症の人がいる（いた）」(30.8%)、「近所付き合いの中で、認知症の人と接したことがある」(22.1%)の順となっている。

(3) 必要だと思う認知症に関する取組

「家族への支援の充実」が72.1%

必要だと思う認知症に関する取組について、「家族への支援の充実」と答えた人の割合が72.1%と最も高く、続いて「認知症の人が利用できる介護施設の充実や、介護施設等におけるケアの向上」(55.7%)、「認知症に関する正しい知識の理解促進・普及啓発」(55.3%)の順となっている。

6 文化芸術について

(1) この1年間の文化芸術の鑑賞方法

「テレビ放送で鑑賞した」が51.2%

この1年間の文化芸術の鑑賞方法について、「テレビ放送で鑑賞した」と答えた人の割合が51.2%と最も高く、続いて「直接会場で観賞した」(45.7%)、「オンライン（無料）で鑑賞した」(22.2%)の順となっている。

一方で、「鑑賞しなかった」と答えた人の割合は20.5%となっている。

(2) この1年間で文化芸術を鑑賞しなかった理由

「新型コロナウイルス感染症の影響により、公演や展覧会などが中止になった、又は外出を控えた」が29.1%

この1年間で文化芸術を鑑賞しなかった理由について、「新型コロナウイルス感染症の影響により、公演や展覧会などが中止になった、又は外出を控えた」と答えた人の割合が29.1%と最も高く、続いて「仕事・家事・家業などで時間がなかなか取れなかった」(23.6%)、「公演や展覧会などの情報が入手できなかった」(13.3%)、「一緒に行く仲間がいなかった」(13.3%)の順となっている。

一方で、「関心がなかった」と答えた人の割合は43.4%となっている。

(3) この1年間の文化芸術活動内容（鑑賞を除く。）

「文化芸術に関する作品の実演（音楽の演奏、舞台への出演など）」が5.8%

この1年間の文化芸術活動内容（鑑賞を除く）について、「文化芸術に関する作品の実演（音楽の演奏、舞台への出演など）」と答えた人の割合が5.8%と最も高く、続いて「地域の民俗芸能（山車祭り、棒の手、田楽、獅子舞など、地域の人々によって行われる芸能や祭り）への参加」（5.2%）、「文化芸術に関する作品の創作」（5.2%）の順となっている。

一方で、「特にない」と答えた人の割合は69.7%となっている。

(4) 文化芸術を対象とした寄付に関する意識

“寄付をしたい”が20.3%

文化芸術を対象とした寄付に関する意識について、「寄付をしたことがあり、今後も寄付をしたい」（3.5%）と「寄付をしたことがないが、今後は寄付をしたい」（16.9%）を合わせた“寄付をしたい”と答えた人の割合は20.3%となっている。

「寄付をしたことがあるが、今後は寄付をしたくない」（0.7%）と「寄付をしたことがなく、今後も寄付をしたいとは思わない」（49.1%）を合わせた“寄付をしたくない”と答えた人の割合は49.8%となっている。

一方で、「わからない」と答えた人の割合は28.2%となっている。

(5) 県が誇る文化資源

「ある」が49.4%

県が誇る文化資源について、「ある」と答えた人の割合は49.4%となっている。

一方で、「ない」と答えた人の割合は6.2%となっている。

(6) 県が注力すべき文化芸術振興施策

「子供の文化芸術活動の推進（子供が文化芸術に触れる機会の提供など）」が36.0%

県が注力すべき文化芸術振興施策について、「子供の文化芸術活動の推進（子供が文化芸術に触れる機会の提供など）」と答えた人の割合が36.0%と最も高く、続いて「美術館、劇場などの文化芸術施設の充実」（31.5%）、「観光や福祉、産業、街づくりなどと連携した取組」（31.4%）の順となっている。

7 フィッシング詐欺への意識について

(1) フィッシング詐欺について

「知っていた」が 81.9%

フィッシング詐欺について、「知っていた」と答えた人の割合は 81.9%となっている。

一方で、「知らなかった」と答えた人の割合は 17.3%となっている。

(2) フィッシング詐欺を知った媒体

「新聞、テレビ等のメディア」が 86.1%

フィッシング詐欺を知った媒体について、「新聞、テレビ等のメディア」と答えた人の割合が 86.1%と最も高く、続いて「Web サイト上の情報」(43.8%)、「会社、学校からの情報」(18.4%)の順となっている。

(3) フィッシング詐欺を知った警察からの発信

「広報ちらし、パンフレット等の配布物」が 82.4%

フィッシング詐欺を知った警察からの発信について、「広報ちらし、パンフレット等の配布物」と答えた人の割合が 82.4%と最も高く、続いて「公共交通機関、商業施設等の放送、デジタルサイネージ」(24.7%)、「街頭キャンペーン」(15.4%)の順となっている。

(4) フィッシング詐欺への対処方法

「フィッシングメールと気付き、受信したメールを無視した」が 73.6%

フィッシング詐欺への対処方法について、「フィッシングメールと気付き、受信したメールを無視した」と答えた人の割合が 73.6%と最も高く、続いて「受信したメールに記載された URL をクリック (タップ) したが、個人情報等の入力求めに応じなかった」(5.2%)、「個人情報等を入力した」(0.6%)の順となっている。

一方で、「フィッシングメールを受け取ったことがない」と答えた人の割合は 19.9%となっている。

(5) フィッシング詐欺と気付いた理由

「身に覚えのない内容だった」が 78.6%

フィッシング詐欺と気付いた理由について、「身に覚えのない内容だった」と答えた人の割合が 78.6%と最も高く、続いて「送信元のメールアドレスが不審だった」(50.8%)、「メールの文面が不自然だった」(46.9%)の順となっている。

8 消費生活に関する意識について

(1) ここ1～2年の間に経験した消費者トラブルの内容

「商品やサービスの品質・機能に問題があった」が12.6%

ここ1～2年の間に経験した消費者トラブルの内容について、「商品やサービスの品質・機能に問題があった」と答えた人の割合が12.6%と最も高く、続いて「事実と異なる広告や紛らわしい表示がされていた」(3.8%)、「断っているのにしつこく勧誘された、事実と異なる説明をされた」(2.3%)、「個人情報の流出・漏えい被害に遭った」(2.3%)の順となっている。

一方で、「トラブルに遭わなかった」と答えた人の割合は74.8%となっている。

(2) 消費者トラブルの相談先

「メーカー、販売店」が25.1%

消費者トラブルの相談先について、「メーカー、販売店」と答えた人の割合が25.1%と最も高く、続いて「家族、友人、知人」(16.4%)、「お住まいの市町村の消費生活センターまたは消費生活相談窓口」(4.7%)の順となっている。

一方で、「どこにも相談しなかった」と答えた人の割合は52.3%となっている。

(3) 消費者トラブルを相談しなかった理由

「被害が小さかったから」が33.0%

消費者トラブルを相談しなかった理由について、「被害が小さかったから」と答えた人の割合が33.0%と最も高く、続いて「面倒だったから」(32.4%)、「相談しても納得のいく回答を得られないと思ったから」(22.9%)の順となっている。

(4) 必要だと思う消費生活に関する取組

「消費者が困った時の相談窓口」が67.9%

必要だと思う消費生活に関する取組について、「消費者が困った時の相談窓口」と答えた人の割合が67.9%と最も高く、続いて「悪質な事業者への指導・取締り」(66.6%)、「消費者トラブルに関する情報の提供」(37.0%)の順となっている。

(5) 高齢者が消費者トラブルに遭わないための対策

「家族や親族で日頃から話し合いをする」が57.6%

高齢者が消費者トラブルに遭わないための対策について、「家族や親族で日頃から話し合いをする」と答えた人の割合が57.6%と最も高く、続いて「悪質な事業者に対する規制や指導を強化する」(52.8%)、「報道（新聞、テレビ、ラジオ、インターネット等）で被害情報などを取り上げてもらう」(42.7%)の順となっている。

(6) 若者が消費者トラブルに遭わないための対策

「小中学校、高等学校等の授業などで消費者教育を充実する」が67.6%

若者が消費者トラブルに遭わないための対策について、「小中学校、高等学校等の授業などで消費者教育を充実する」と答えた人の割合が67.6%と最も高く、続いて「悪質な事業者に対する規制や指導を強化する」(42.7%)、「家族や親族で日頃から話し合いをする」(38.8%)の順となっている。

9 事業者等の地域貢献の取組について

(1) 「愛知県商業・まちづくりガイドライン」等の認知状況

「知らなかった」が90.5%

「愛知県商業・まちづくりガイドライン」等の認知状況について、「知らなかった」と答えた人の割合は90.5%となっている。

一方で、「知っていた」と答えた人の割合は8.3%となっている。

(2) 大型店の地域貢献の取組に対する認識

“地域貢献に取り組んでいると思う”が44.7%

大型店が地域貢献に取り組んでいるかどうかについて、「思う」(11.5%)と「どちらかといえば思う」(33.1%)を合わせた“地域貢献に取り組んでいると思う”と答えた人の割合は44.7%となっている。

一方で、「どちらかといえば思わない」(10.2%)と「思わない」(6.6%)を合わせた“地域貢献に取り組んでいると思わない”と答えた人の割合は16.8%となっている。

(3) 大型店に求める地域貢献の取組

「災害時の避難場所・物資の提供、地域との連携」が48.1%

大型店に求める地域貢献の取組について、「災害時の避難場所・物資の提供、地域との連携」と答えた人の割合が48.1%と最も高く、続いて「地域づくりに取り組む団体(市町村、自治会)等への協力」(29.3%)、「地域雇用確保への協力(地域からの優先採用)」(23.0%)の順となっている。

(4) 商工団体等の地域貢献の取組に対する認識

“地域貢献に取り組んでいると思う”が38.3%

商工団体等が地域貢献に取り組んでいるかどうかについて、「思う」(8.2%)と「どちらかといえば思う」(30.1%)を合わせた“地域貢献に取り組んでいると思う”と答えた人の割合は38.3%となっている。

一方で、「どちらかといえば思わない」(11.6%)と「思わない」(9.0%)を合わせた“地域貢献に取り組んでいると思わない”と答えた人の割合は20.6%となっている。

(5) 商工団体等に求める地域貢献の取組

「街路灯・防犯カメラの設置や防犯パトロールの実施」が37.2%

商工団体等に求める地域貢献の取組について、「街路灯・防犯カメラの設置や防犯パトロールの実施」と答えた人の割合が37.2%と最も高く、続いて「災害時の避難場所・物資の提供、地域との連携」(34.1%)、「地域づくりに取り組む団体(市町村、自治会)等への協力」(30.9%)の順となっている。

(6) 事業者等の地域貢献活動への参加(利用)状況

「参加(利用)できる活動があることを知らない」が27.3%

事業者等の地域貢献活動への参加(利用)状況について、「参加(利用)できる活動があることを知らない」と答えた人の割合が27.3%と最も高く、続いて「参加(利用)しようと思わない」(11.3%)、「参加(利用)している」(6.2%)の順となっている。

10 アルコール依存症に対する意識について

(1) アルコール依存症又はアルコール依存症者のイメージ

「酒に酔って暴言を吐き、暴力を振るう」が68.6%

アルコール依存症又はアルコール依存症者のイメージについて、「酒に酔って暴言を吐き、暴力を振るう」と答えた人の割合が68.6%と最も高く、続いて「昼間から仕事にも行かず、酒を飲んでいる」(58.7%)、「酒を飲んだにもかかわらず、飲んでいないと言うなど、飲酒にまつわる嘘をつく」(27.5%)の順となっている。

(2) アルコール依存症について知っているもの

「飲酒を自身でコントロールすることができない精神疾患である」が85.0%

アルコール依存症について知っているものとして、「飲酒を自身でコントロールすることができない精神疾患である」と答えた人の割合が85.0%と最も高く、続いて「飲酒をしていれば、誰もが依存症になる可能性がある」(39.2%)、「アルコール依存症はゆっくり進行していくため、自分では気づきにくい」(26.9%)の順となっている。

(3) アルコール依存症に関する相談場所の認知状況

「医療機関（病院や診療所など）」が69.1%

アルコール依存症に関する相談場所の認知状況について、「医療機関（病院や診療所など）」と答えた人の割合が69.1%と最も高く、続いて「公的機関（精神保健福祉センターや保健所など）」(20.2%)、「自助グループ（断酒会などの依存症の当事者やその家族の組織）」(14.2%)の順となっている。

一方で、「特になし」と答えた人の割合は25.6%となっている。

(4) アルコール依存症に関する地域の相談場所の認知状況

「医療機関（病院や診療所など）」が59.7%

アルコール依存症に関する地域の相談場所の認知状況について、「医療機関（病院や診療所など）」と答えた人の割合が59.7%と最も高く、続いて「公的機関（精神保健福祉センターや保健所など）」(17.8%)、「自助グループ（断酒会などの依存症の当事者やその家族の組織）」(2.7%)の順となっている。

一方で、「具体的に知っている場所はない」と答えた人の割合は34.5%となっている。

(5) アルコール依存症の相談窓口を知っていれば相談するか

「する」が84.4%

アルコール依存症の相談窓口を知っていれば相談するかについて、「する」と答えた人の割合は84.4%となっている。

一方で、「しない」と答えた人の割合は13.7%となっている。

(6) アルコール依存症を相談しない理由

「相談する必要を感じないから」が 33.3%

アルコール依存症を相談しない理由について、「相談する必要を感じないから」と答えた人の割合が 33.3%と最も高く、続いて「どのような対応をしてもらえるか不安だから」(26.6%)、「相談に行く時間がないから」(10.6%)、「お金がかかるから」(10.6%)の順となっている。

一方で、「特にない」と答えた人の割合は 20.3%となっている。

1 1 かかりつけ医に関する現状調査について

(1) かかりつけ医の有無

“いる”が 59.9%

かかりつけ医の有無について、「1人いる」(43.1%)と「2人以上いる」(16.8%)を合わせた“いる”と答えた人の割合は 59.9%となっている。

一方で、「いない」と答えた人の割合は 32.3%となっている。

(2) かかりつけ医がない理由

「どの医師が、自分の『かかりつけ医』かわからないから」が 33.5%

かかりつけ医がない理由について、「どの医師が、自分の『かかりつけ医』かわからないから」と答えた人の割合が 33.5%と最も高く、続いて「必要がない(病気にならない)から」(33.3%)、「特に理由はない」(25.5%)の順となっている。

(3) かかりつけ医へ期待する機能

「あなたの健康管理のために、助言や指導を継続的に行う」が 60.7%

かかりつけ医へ期待する機能について、「あなたの健康管理のために、助言や指導を継続的に行う」と答えた人の割合が 60.7%と最も高く、続いて「専門医又は専門医療機関の紹介」(50.8%)、「あなたのこれまでの病気や治療を全て把握している」(35.9%)の順となっている。

(4) かかりつけ医に関する知りたい情報

「外来で提供できる医療」が 48.5%

かかりつけ医に関する知りたい情報について、「外来で提供できる医療」と答えた人の割合が 48.5%と最も高く、続いて「休日・夜間の対応」(38.6%)、「在宅医療の提供」(17.7%)の順となっている。

一方で、「特にない」と答えた人の割合は 24.2%となっている。

1 2 困難な問題を抱える女性への支援について

(1) 「困難な問題を抱える女性への支援に関する法律」の認知状況

“知らない”が62.2%

「困難な問題を抱える女性への支援に関する法律」の認知状況について、「法律が制定されたことを知っており、内容も理解している」(1.8%)と「法律が制定されたことは知っており、内容も少し理解している」(7.0%)と「法律が制定されたことは知っているが、内容はほとんど理解していない」(13.4%)を合わせた“知っている”と答えた人の割合は22.2%となっている。

一方で、「法律が制定されたことを知らない」と答えた人の割合は62.2%となっている。

(2) 女性の抱える困難な問題に関する知識

「配偶者や交際相手など親密な関係の人から受ける暴力をDV(ドメスティック・バイオレンス)と呼ぶこと」が70.5%

女性の抱える困難な問題について知っていることとして、「配偶者や交際相手など親密な関係の人から受ける暴力をDV(ドメスティック・バイオレンス)と呼ぶこと」と答えた人の割合が70.5%と最も高く、続いて「DVには、殴る、蹴るなどの身体的暴力だけでなく、精神的暴力・性的暴力も含まれること」(67.4%)、「市区町村役場や福祉事務所、警察などに、DVについて相談できる窓口があること」(33.6%)の順となっている。

(3) 困難な問題を抱える女性が相談しやすい方法

「電話相談」が48.6%

困難な問題を抱える女性が相談しやすい方法について、「電話相談」と答えた人の割合が48.6%と最も高く、続いて「メール相談」(33.5%)、「SNSやインターネット上でのチャット相談」(27.3%)の順となっている。