

「海と日本人」に関する意識調査 2024

2024.07.11



< 情報提供にあたってのお願い >

- ① 番組制作等において本調査データを活用する場合、出典元として「日本財団「海と日本人」に関する意識調査 2024」をお願いいたします。
- ② 本調査データと絡めた情報発信をする場合、「日本財団」の取組みとしてご紹介いただきたく存じます。

00. 調査概要	p.3
01. 海へ行く機会と海への意識	p.4
02. 原因と解決への展望	p.11
03. 鍵となる若い世代	p.26
04. 分析サマリー	p.40
05. 参考データ	p.43

2017年より2年毎、日本人の海に対する感情や認識がどのように変化していくか、さらに社会の動向や情勢によってどのように遷移するかを定点観測し、今後に役立てることを目的にしています。

「海と日本人」に関する意識調査

●目的

世界的な海洋危機が叫ばれる中、現在の日本人の海への意識、行動の実態を明らかにすることで、日本人と海との関わりにおける課題を抽出し、今後の海との関係性向上に貢献する。

●調査手法

- ・調査期間：2024年5月10日～14日
- ・調査手法：インターネット調査
- ・調査対象者：日本国内に居住する15歳～69歳の男女
- ・調査エリア：全国
- ・回収サンプル数：合計 11,600

小学生親子調査

●目的

意識調査で調査対象となっていない小学生の実態を親を通してヒアリングすることで、海への来訪を促すヒントに繋げる。

●調査手法

- ・調査期間：2024年5月10日～13日
- ・調査手法：インターネット調査
- ・調査対象者：小学生（男女）とその親
- ・調査エリア：全国
- ・回収サンプル数：合計2,000

ご助言いただいた専門家

海洋教育

田口 康大 氏

3710Lab代表理事／東京大学大学院教育学研究科附属海洋教育センター特任講師

教科教育学

田村 学 氏

文部科学省視学委員

環境科学

松本 安生 氏

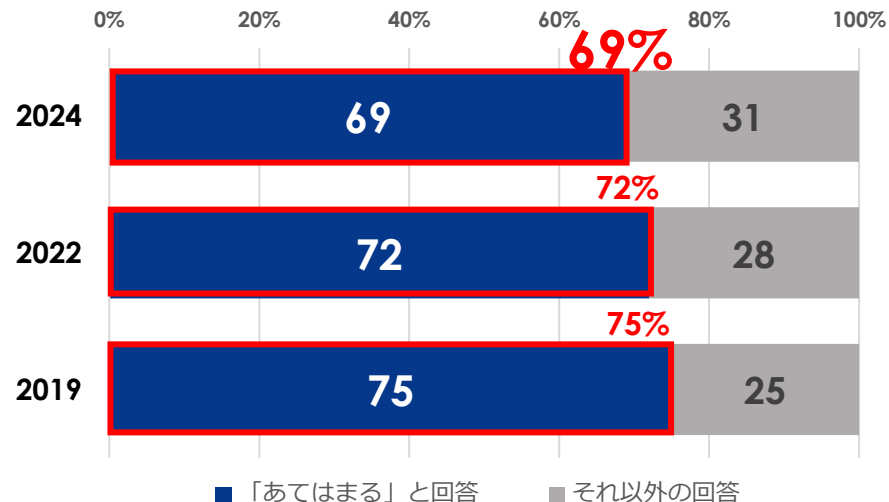
神奈川大学人間科学部教授

01

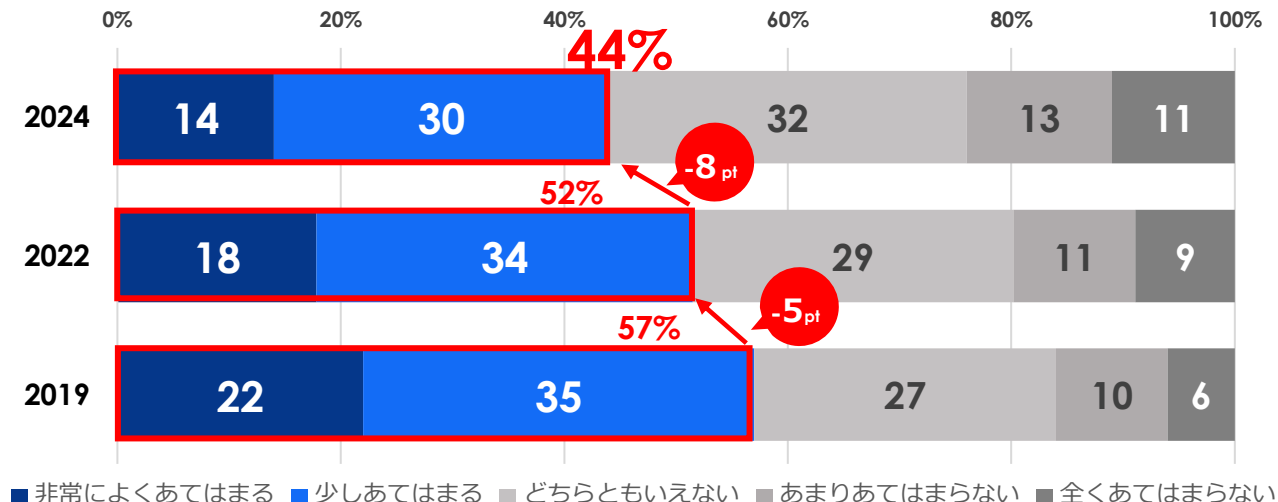
海へ行く機会と海への意識

「海は大切な存在だ」の回答は約7割。
一方で「海が好きだ」の回答は約4割。

「海は大切な存在である」 (%)



「海が好きだ」 (%)



「大切」と認識しながらも、好意度は下がっている。

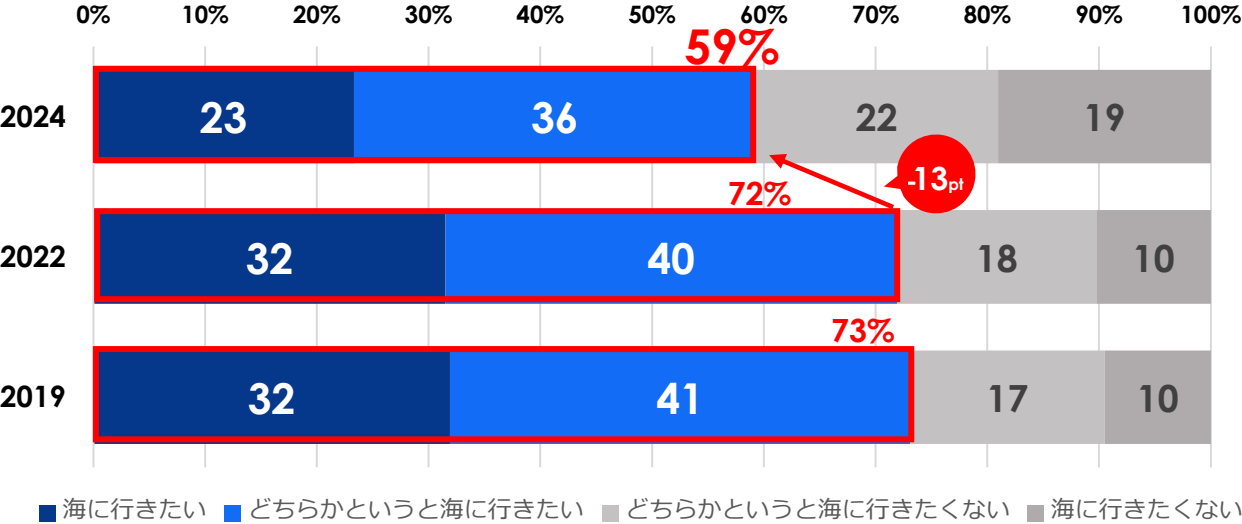
「Q.海について、あなたにあてはまるものをお選びください。」

※小数点以下省略

※全ての年で回答数はn=11600

「海に行きたい」の回答は59%で、2022年比で13pt減少。
特に20代、30代は、それぞれ15pt、17ptと大きく減少。

「海に行きたいかどうか」 (%)



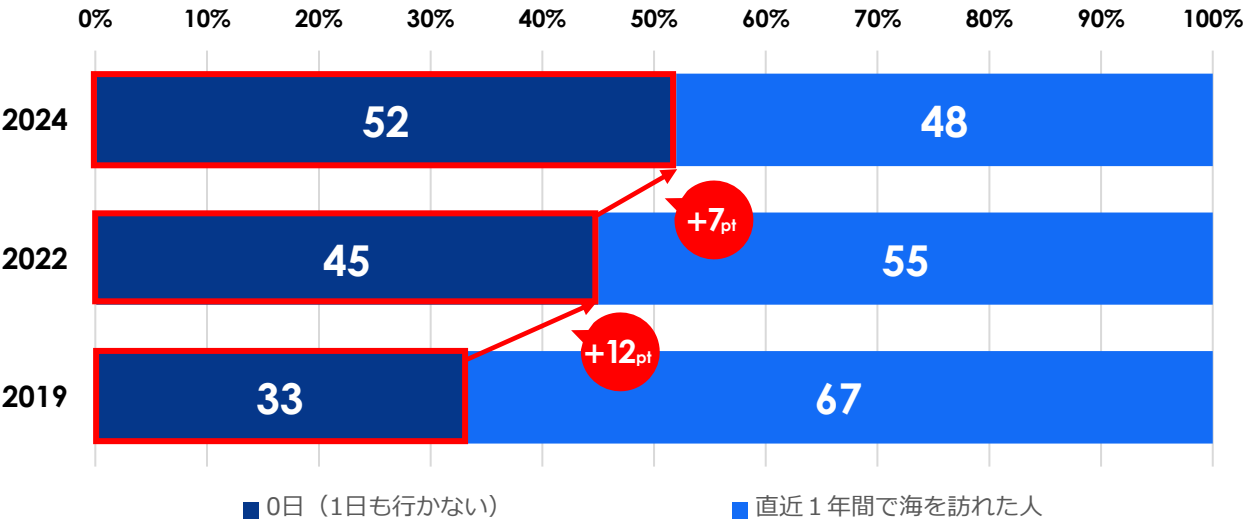
「海に行きたい」と回答した割合の
年代別経年変化 (%)

	2022	2024	減少率
10代	74	66	-8
20代	70	55	-15
30代	70	53	-17
40代	70	57	-13
50代	73	60	-13
60代	76	64	-12

「Q.「海に行きたいか／行きたくないか」と 聞かれた場合のあなたの気持ちに近いものを選んでください。」
※小数点以下省略
※全ての年で回答数はn=11600

「この1年間で1度も海を訪れていない人」は52%で、2022年比で7pt、
2019年比で19pt増加した。年代別だと、10代の減少率は低い。

「直近1年間の海への訪問日数」 (%)



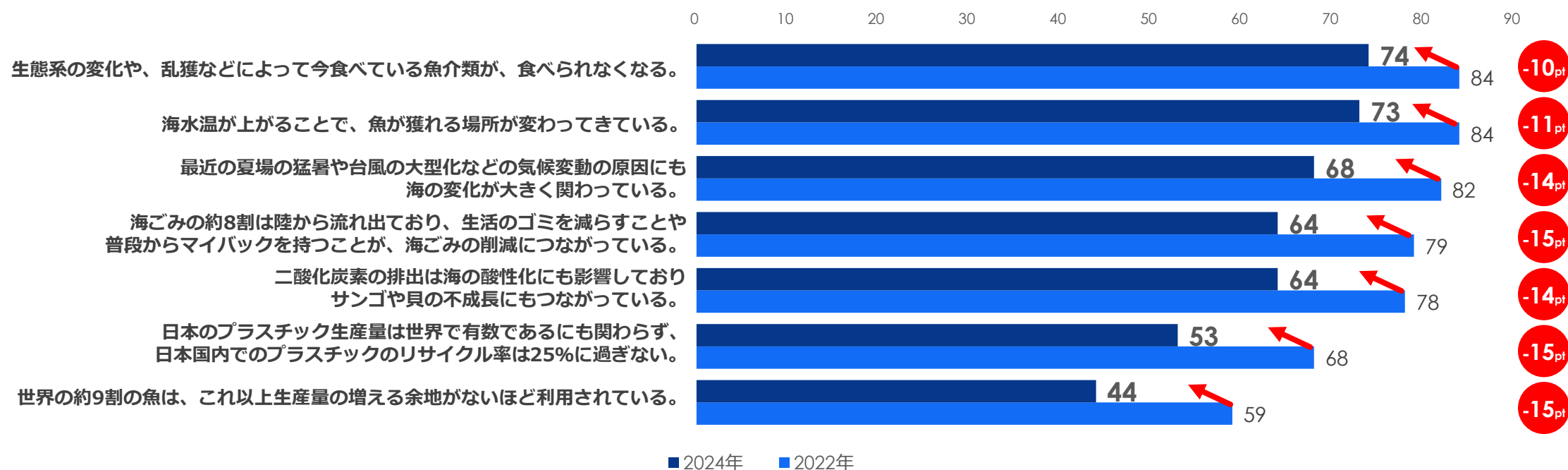
直近1年間で1日でも海を訪れた人の割合の年代別経年変化 (%)

	2022	2024	減少率
10代	54	53	-1
20代	57	51	-6
30代	56	45	-11
40代	54	44	-10
50代	54	45	-9
60代	55	49	-6

「Q.この1年を振り返ってお答えください。海に行く、海に接する機会があるのは、年に何日くらいですか。」
※小数点以下省略
※全ての年で回答数はn=11,600

海洋問題の認知度は、 2022年比で全体的に-10~-15ptと大幅に減少。

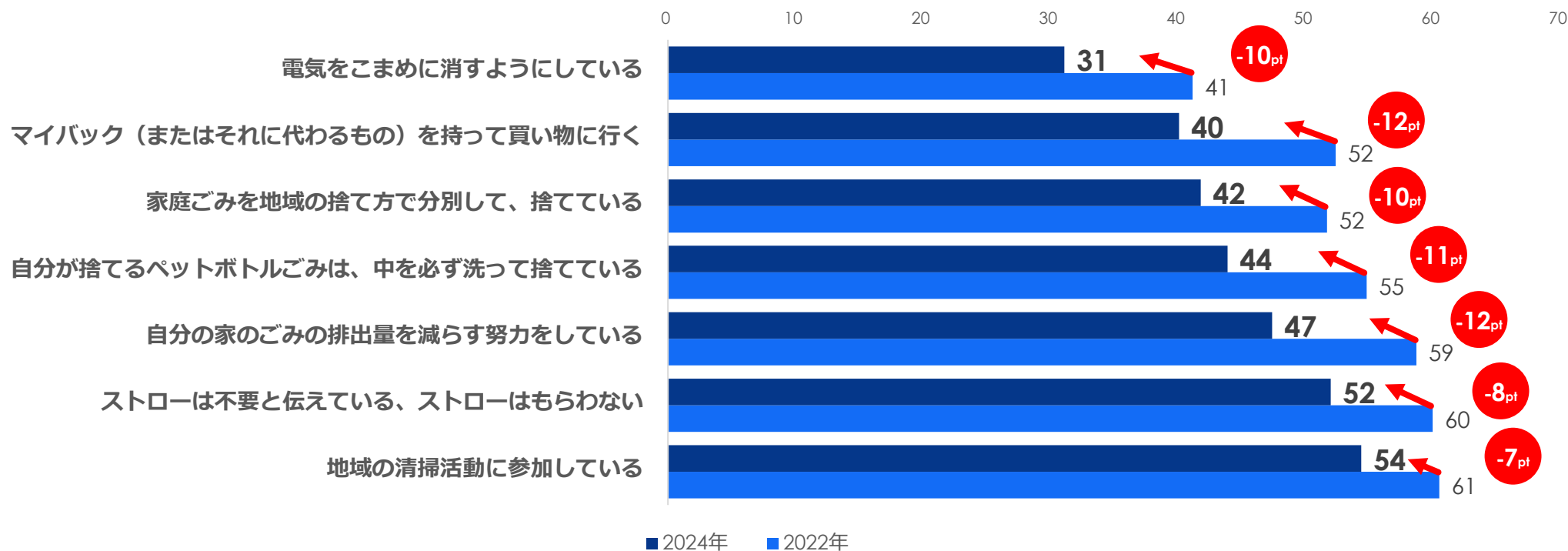
海洋問題の認知度（事実をよく知っている+なんとなく知っている計）（%）



「海が大切である」という認識がある一方で、認知度が低下している。

「豊かな海を守ることにつながる行動」を意識して行ったと回答した人は 2022年比で全体的に10ptほど減少。

行動が「豊かな海を守ることにつながる行動」だと意識していたか（%）



「海が大切である」という認識がある一方で、「海を守る行動」への意識が低下している。

「a.以下の行動は、「豊かな海を守ることにつながる行動」でした。あなたの以下の行動で、そのことを意識して行っていたかどうかをお選びください」
※小数点以下省略 ※回答者ベースは上述の行動を行ったと回答した人

海へ行く機会と海への意識

- 「海は大切な存在だ」と答える人は経年で変化していないが、海が好きな人は減少。
- 海に行きたい人も減少しており、実際海に行かない人も増加。
- 海の問題への認知度や海を守る行動をした人の割合も低下。

02

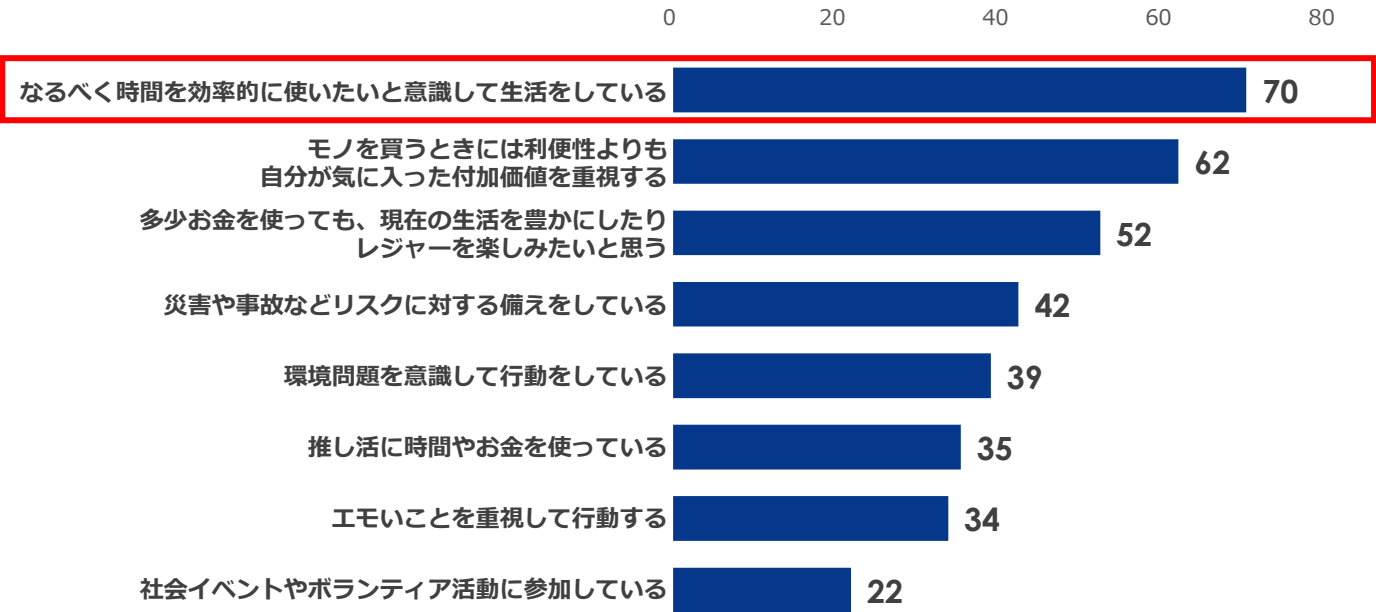
原因と解決への展望

02-1

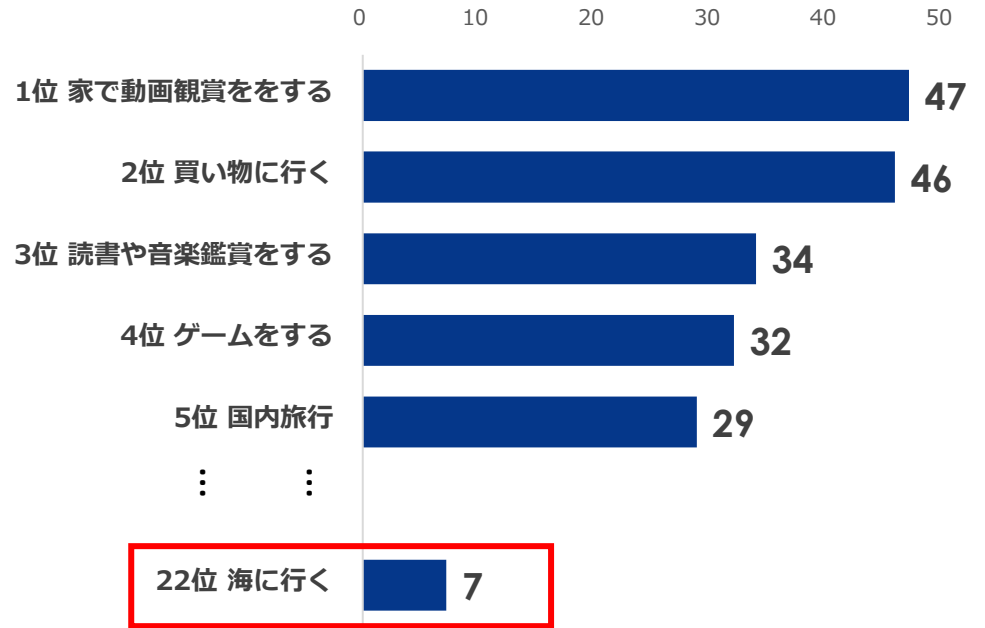
タイムパフォーマンス意識

普段の行動や考えとして「なるべく時間を効率的に使いたい」が7割と高い。
余暇の過ごし方で「海に行く」という回答は22位（全体の7%）。

普段の行動や考えについて以下に「あてはまる」と回答（%）



余暇の過ごし方（%/35項目中）



多忙な現代では、人々の行動はタイムパフォーマンス（タイパ）などを意識して合理的になされるが、海はその対象となっていない。

「Q. あなたの普段の行動や考えについて、当てはまるものをそれぞれ一つ教えてください。」 「Q. あなたの余暇の過ごし方を教えてください。」
※小数点以下省略
※n=11,600

海に行かない理由は、「家から海まで遠いから」 「海に行くという発想がそもそもないから」「時間がないから」が高い。

海に行かない理由（%）



「海に行く発想がない」 経年比較

2024年： **2**位 /35項目中2022年： **9**位 /24項目中2019年： **14**位 /22項目中

※設問・項目数は以下

2024年設問「海に行かなかった理由についてあてはまるもの」

2022年設問「海に行きたくない理由についてあてはまるもの」

2019年設問「海に行きたくない理由についてあてはまるもの」

「時間」「目的や意味」を重視する「タイパ」の観点から、海へ行く事に合理性が見出せない。
また、「海に行くという発想がそもそもない」人が増えている。

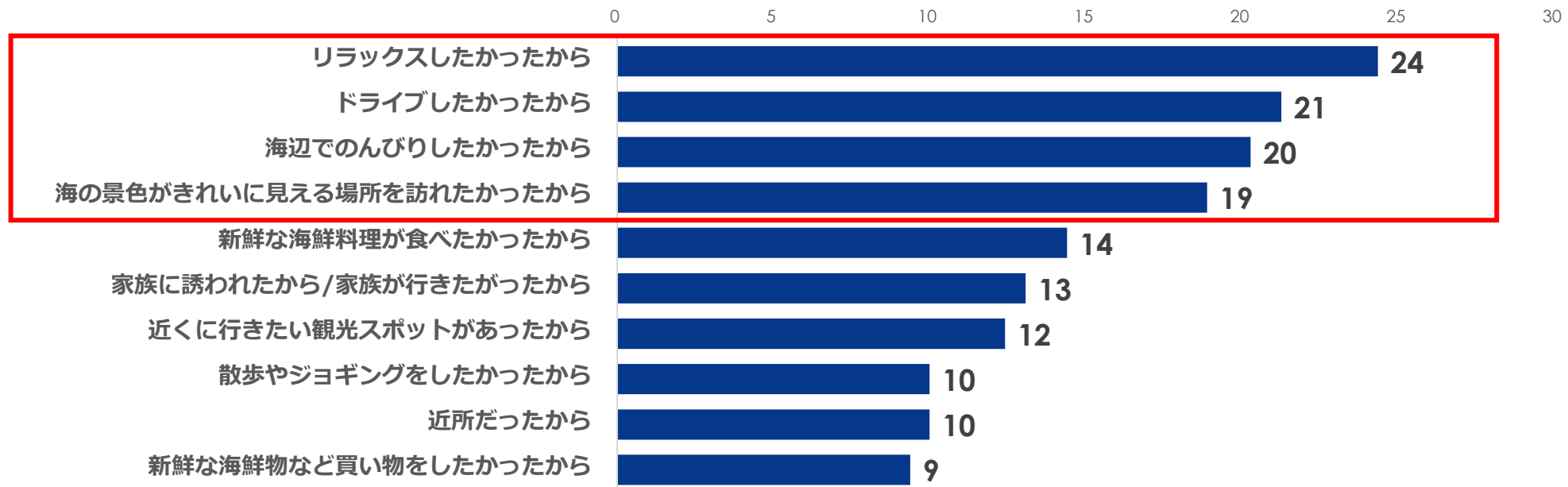
「Q.（ここ1年の間に海に行かなかった方）海に行かなかった理由についてあてはまるもの全て教えてください。」

※小数点以下省略

※n=6,004

海への訪問目的は「リラックスしたい」「ドライブしたい」「のんびりしたい」「海のきれいな景色が見たい」の回答が上位。

海への訪問目的（%／39項目中）



海は、「合理的な目的がないと足を運ばない場」でもあるが、
「合理的な生活から抜け出すために行く場」にもなっている。

「Q.（ここ1年の間に海に行った方）海に行った目的について教えてください。」

※小数点以下省略

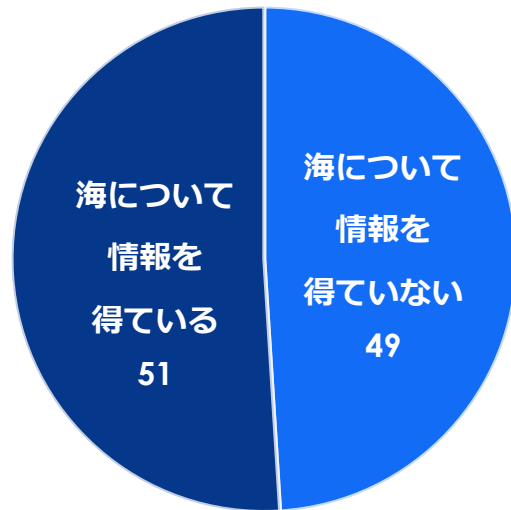
※n=5,596

02-2

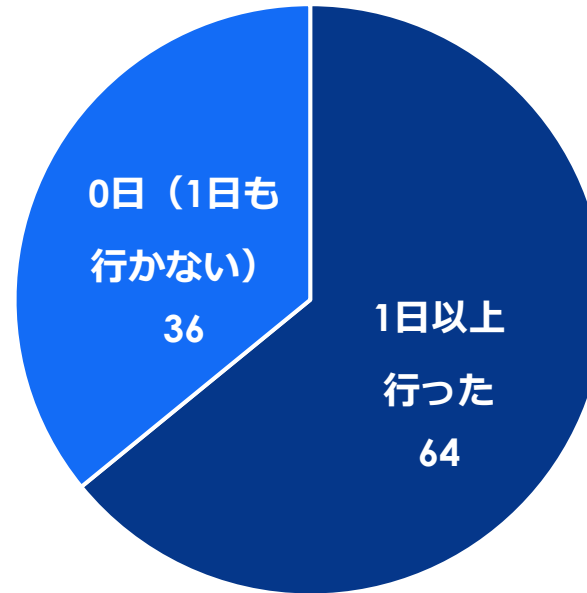
海への関心のいとぐち

海について情報を「得ている人」と「得ていない人」の間で、
海への訪問頻度に2倍の差があった。

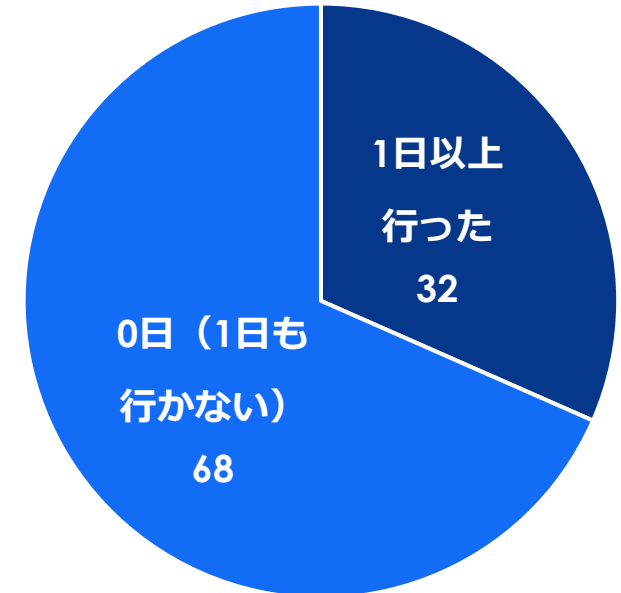
普段見るメディアで海についての
情報を得ているかどうか (%)



海についての情報を得ている人の
海への訪問頻度 (%)

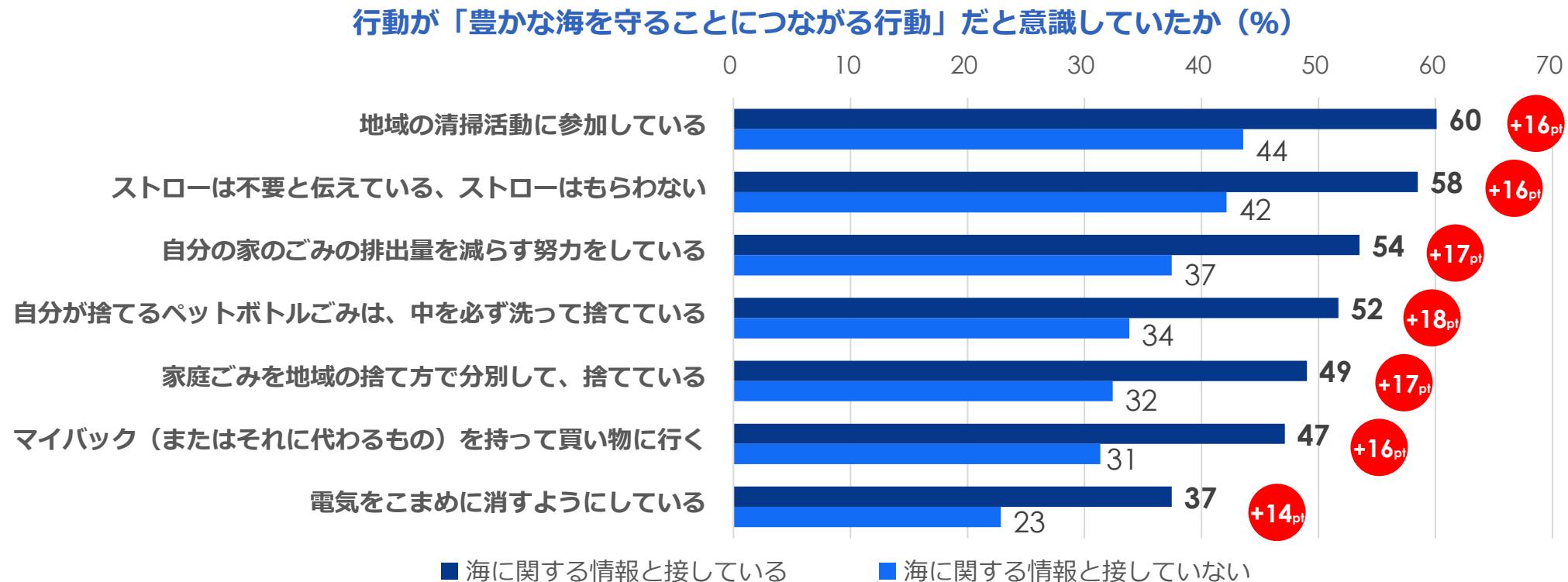


海についての情報を得ていない人の
海への訪問頻度 (%)



「海について情報を得ている人」は全体の51%でほぼ半数。

海に関する情報を「得ている人」と「得ていない人」の間で、
「豊かな海を守ることにつながる行動」への意識は14～18pt以上の差があった。

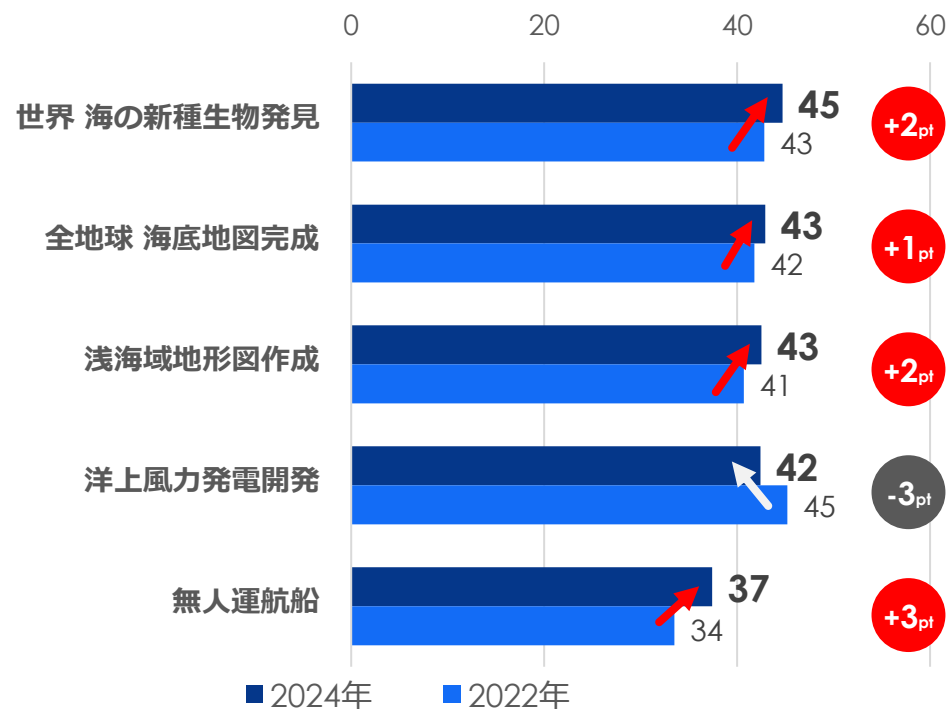


「海に関する情報を得ている人」は「海を守る行動」への意識も高い。

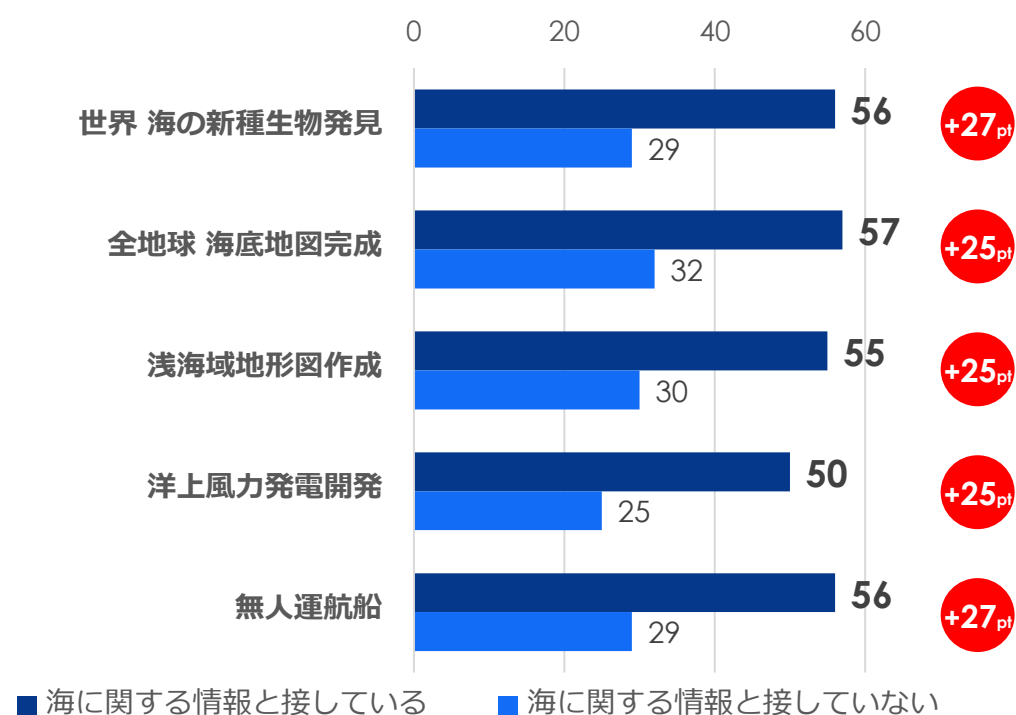
「q.以下の行動は、「豊かな海を守ることにつながる行動」でした。あなたの以下の行動で、そのことを意識して行っていたかどうかをお選びください」
「q.あなたが普段、接している情報媒体を教えてください。その中で「海」に関する情報を得ている媒体も教えてください。」
※小数点以下省略 ※回答者ベースは上述の行動を行ったと回答した人

「先進的な取組」への関心の高さは約4割で2022年比でも横ばい。
しかし、海に関する情報を得ているか否かで25pt以上の差がある。

海の先進的な取組への関心の高さ（経年変化）（%）



海の先進的な取組への関心の高さ（海に関する情報を得ているか）（%）



「Q.あなたは次のうち、どのような事に興味がありますか。」
「Q.あなたが普段、接している情報媒体を教えてください。その中で「海」に関する情報を得ている媒体も教えてください。」
※小数点以下省略 ※全ての年で回答数はn=11,600

「海洋生物などのニュースを見た」「水族館や博物館を体験した」人のうち
半数以上が、海に興味や関心を持ったと回答。

体験したことの中で海に興味関心をもった比率（％）

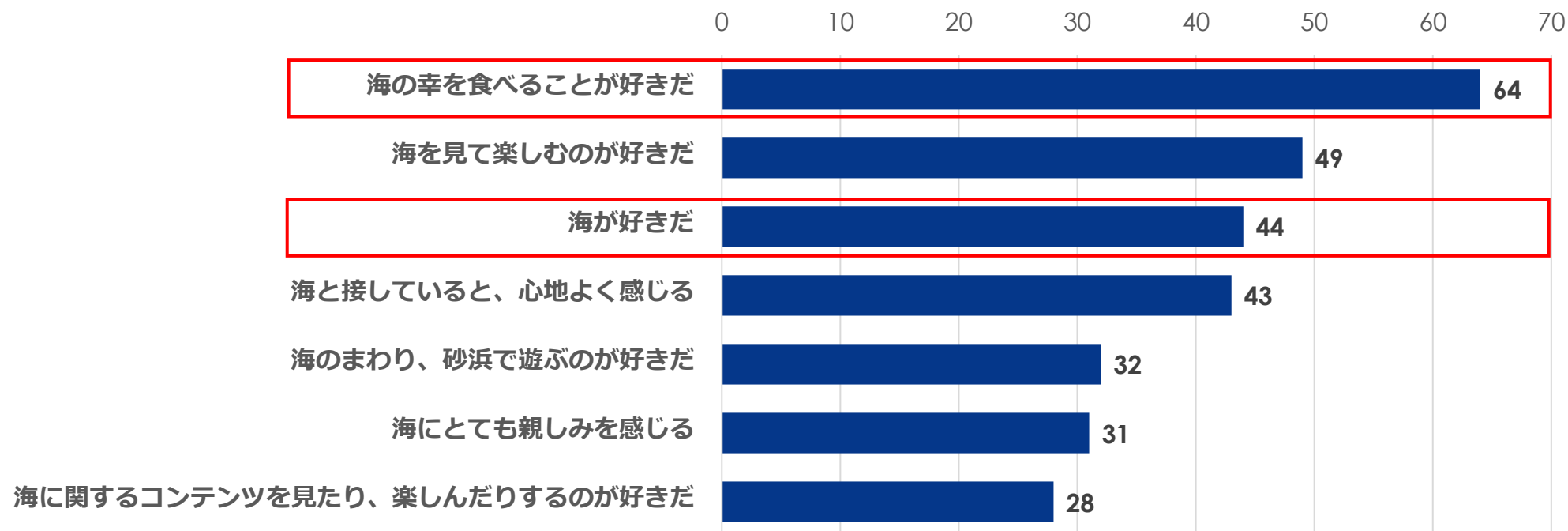


海に興味を持つきっかけとして、海の生き物に関する情報は有効と考えられる。

「Q.あなたは下記のようなことをおこないましたか。また、それをおこなったことで「海」に興味や関心を持ったものについて教えてください。」
※小数点以下省略
※n=11,600

「海の幸を食べる事が好きだ」と回答した人は64%。
単純に「海が好きだ」と回答した人（44%）よりも20pt高い。

海への好意度（とてもよくあてはまる+まああてはまる計）（%）



「食」は、海が「好き」な状態になるきっかけとして有効。

「Q.海について、あなたにあてはまるものをお選びください」

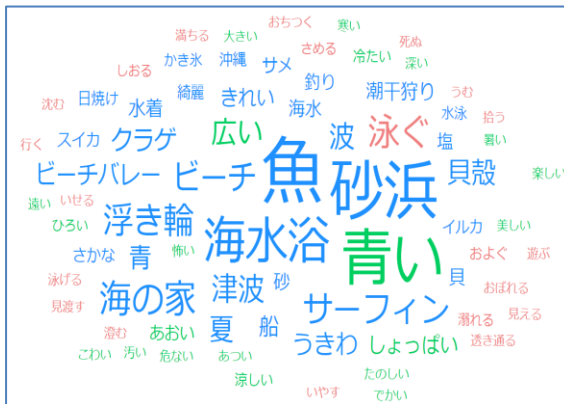
※小数点以下省略

※n=11,600

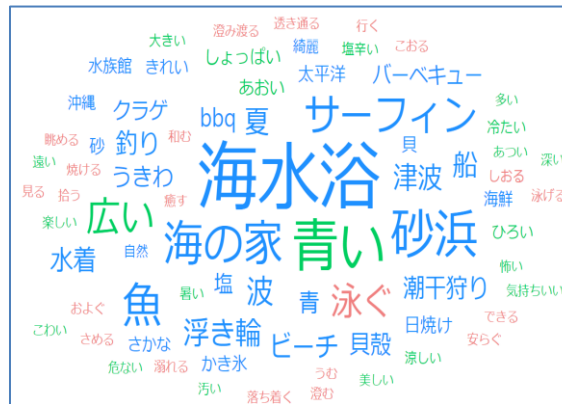
「海のイメージ」は多くの世代で「海水浴」や「砂浜」に偏る。
全世代で「津波」がみられる。また40代以降は「潮干狩り」のイメージも。

「海」と聞いて思い浮かべること（年代別）

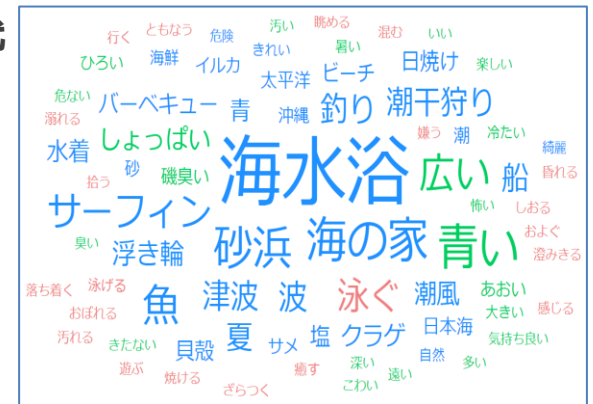
10代



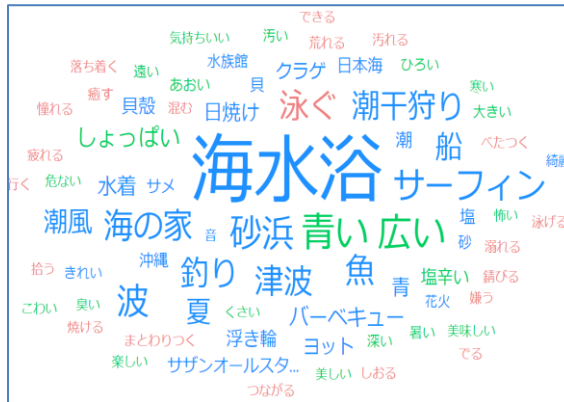
20代



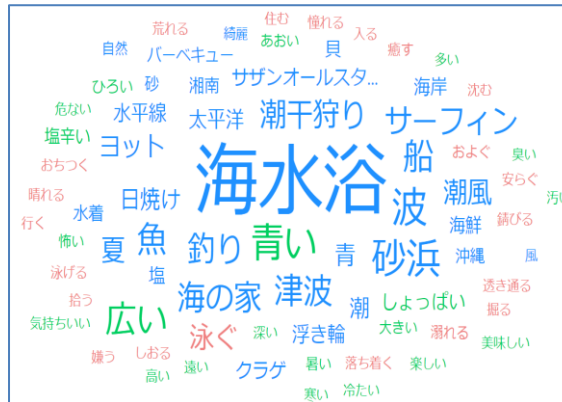
30代



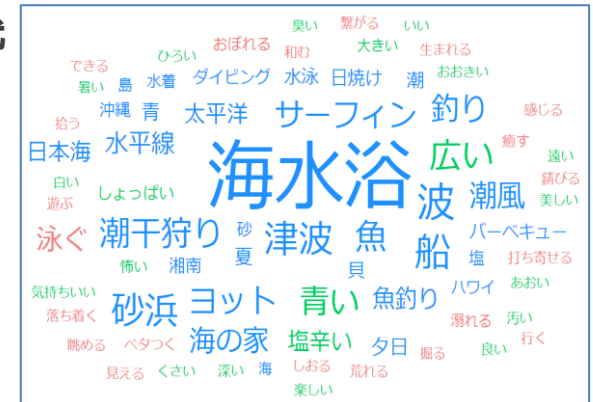
40代



50代



60代

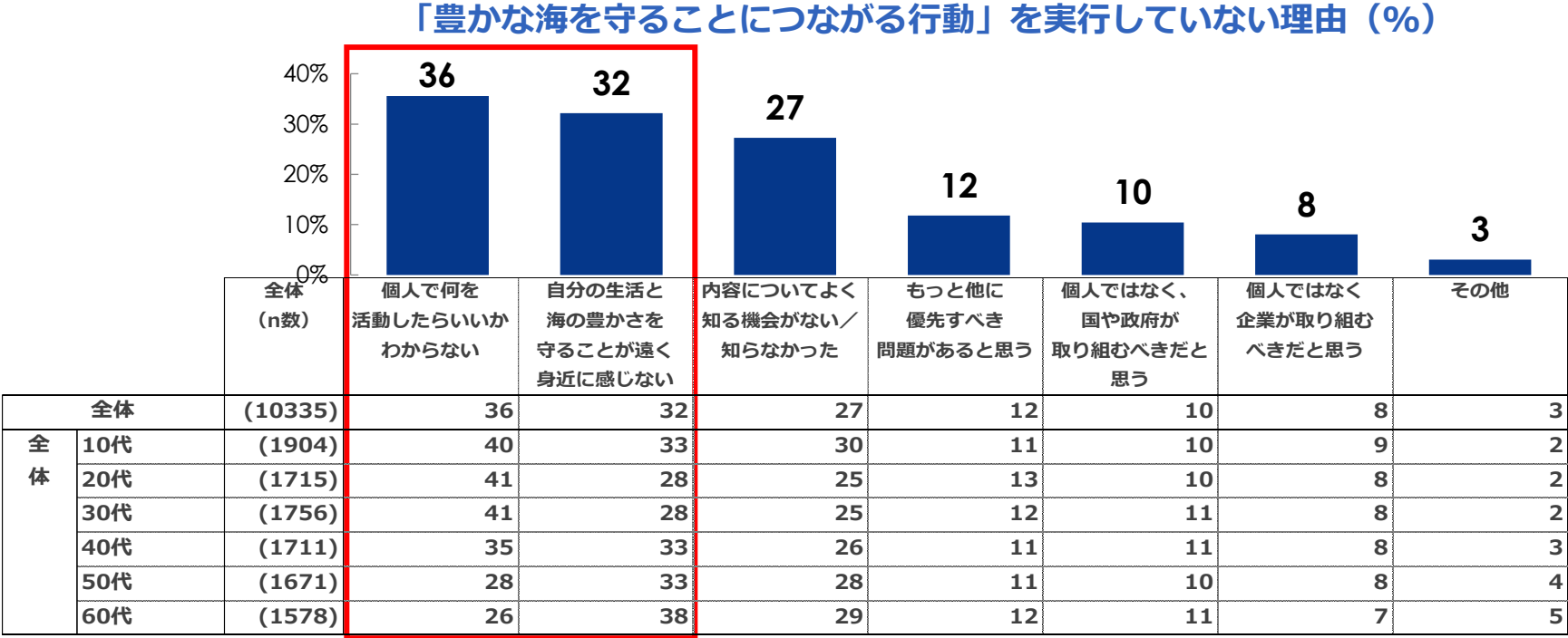


「海に行く」という選択肢（発想）を与える新たなイメージの提供が必要。

「Q. あなたが「海」と聞いて思い浮かべること」を3つ教えてください

※n=11,600

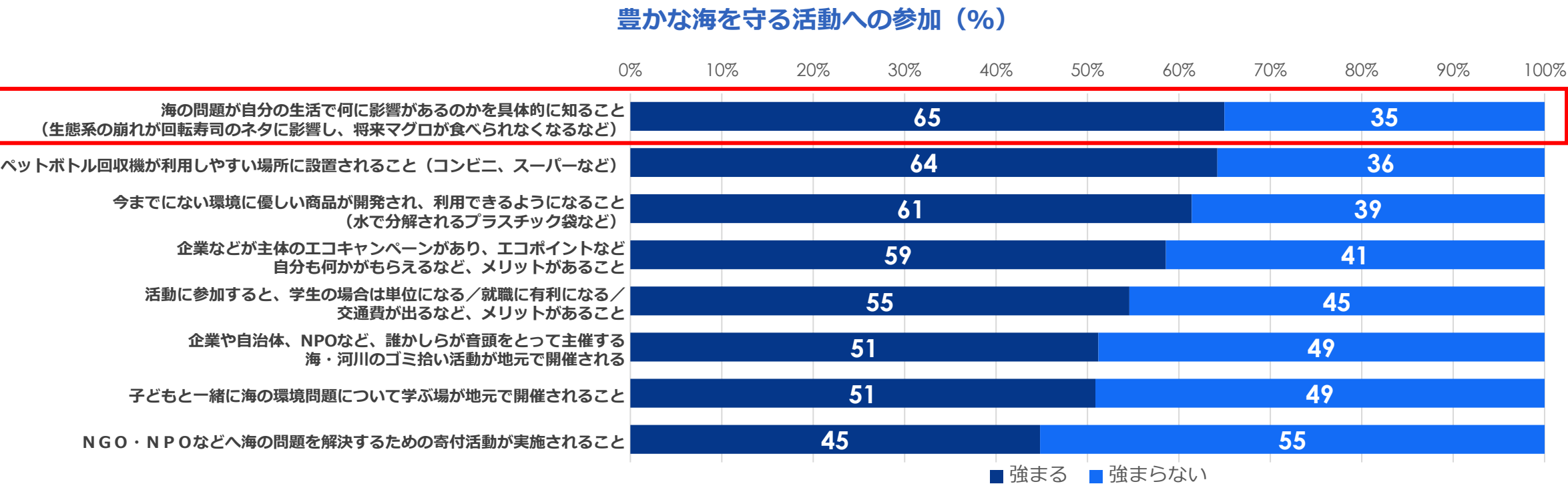
海を守る行動を実行していない理由として、「個人での活動がわからない」「自分の生活と海のつながりを感じない」が多く、いずれも約3割。



海と自分の生活に「つながりを感じる」ことができないため、行動につながらない。

「Q.（海を守る行動で実行していない項目があると回答した人）どちらともいえない、あてはまらないと回答したその理由について、あてはまるものをすべてお選びください。」
※小数点以下省略 ※回答数 n=10,335

豊かな海を守る活動の中で、参加する気持ちが強まる活動は、
「自分の生活への具体的影響を知る」が65%と多かった。



海の問題と自らの生活のつながりを見出す必要がある。

「Q.以下は豊かな海を守る活動となります。あなたにとって、参加する気持ちが強まる活動、強まらない活動を教えてください。」
※小数点以下省略 ※n=11,600

原因と解決への展望

- 日常的に時間を効率的に使う合理的な意識が高まる中で、家から遠く、時間もかかる海は敬遠されている。
- 一方で海を訪れる人は、海を「合理的な生活から抜け出すために行く場」として捉えていると考えられる。
- メディアで海の情報を得ている人の方が海に行っており、海を守る行動への意識も高い。
- 人々の海のイメージが「海水浴」や「砂浜」に偏っており、新たな海のイメージの提供が必要。
- 海の問題が自分たちの生活に与える具体的な影響を知ることが、海を守る行動を意識する人を増やすことにつながる。

03

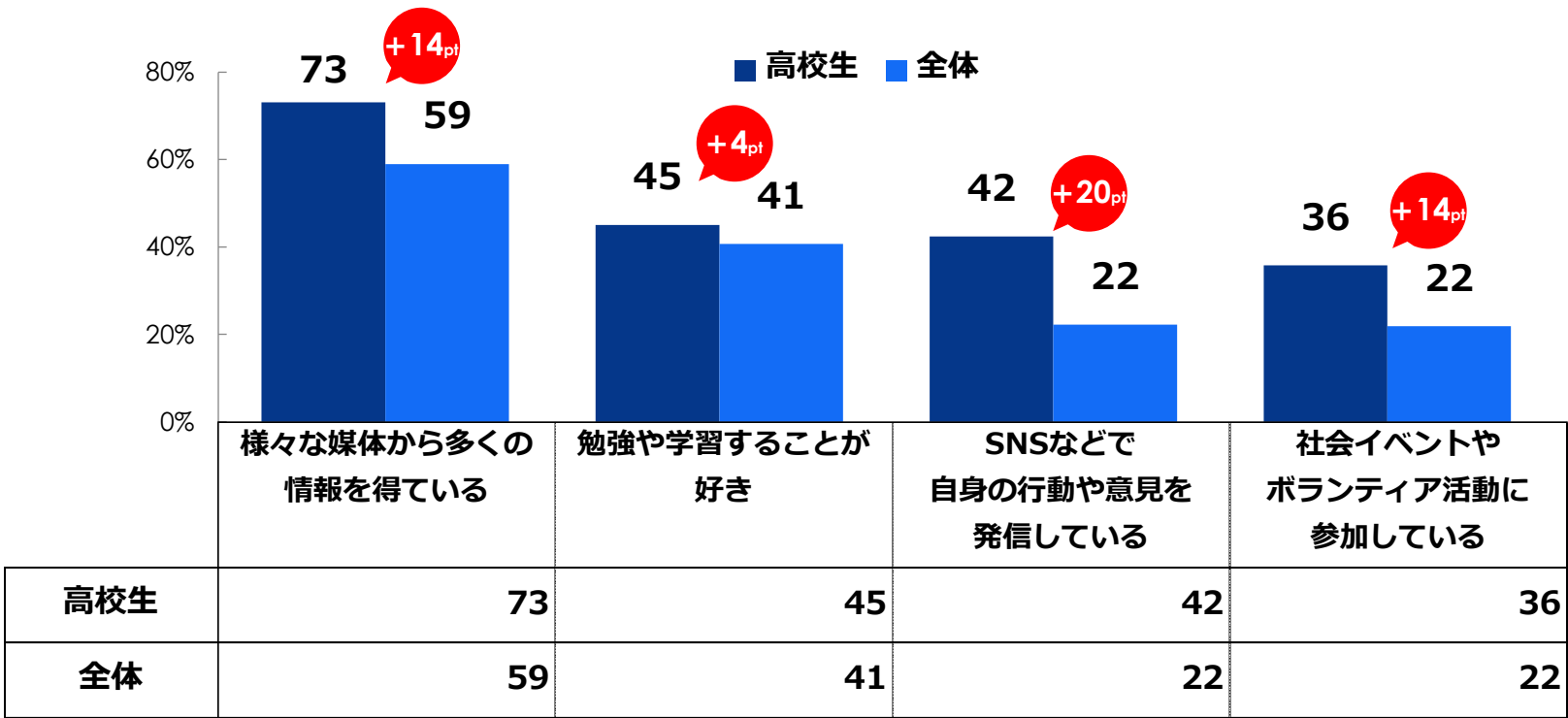
鍵となる若い世代

03-1

高校生

高校生は全体に比べ、「様々な媒体から情報を入手」「SNS等で自分の行動や意見を発信」など、全般にアクティブ。

普段の行動や考え (%)

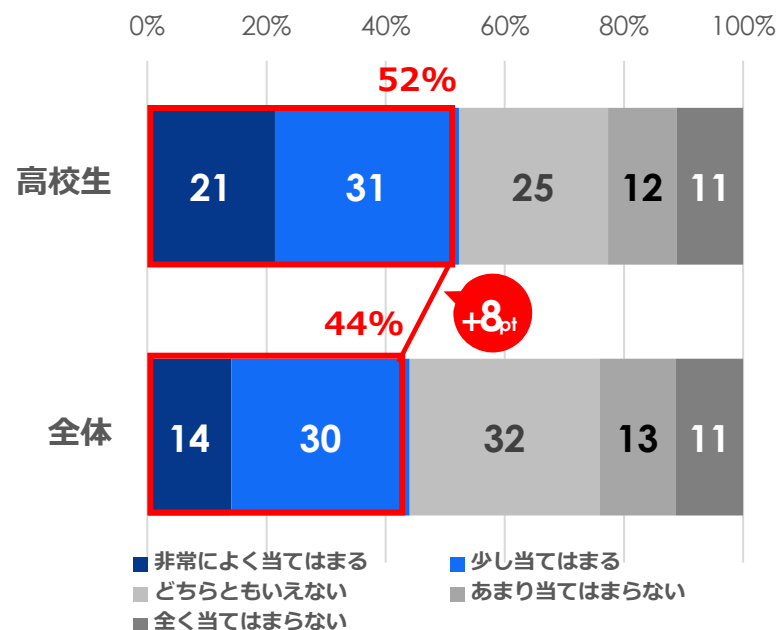


積極的に学び、行動し、発信している高校生は、海の活動の協働パートナーになり得る。

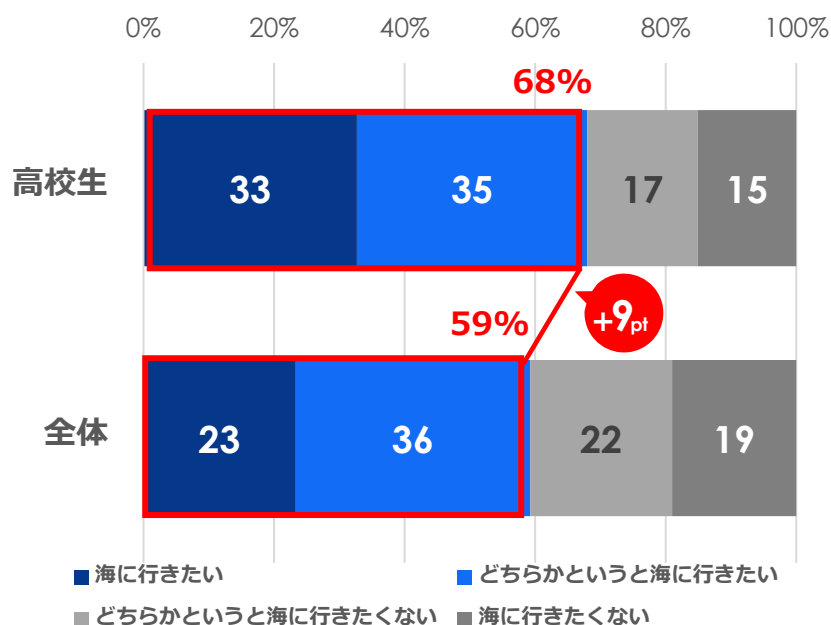
「Q. あなたの普段の行動や考えについて教えてください」
※小数点以下省略
※全体：n=11,600、高校生：n=1,361

高校生は「海が好きだ」「海に行きたい」「1日以上海へ行った」の 各項目いずれも、全体より高い。

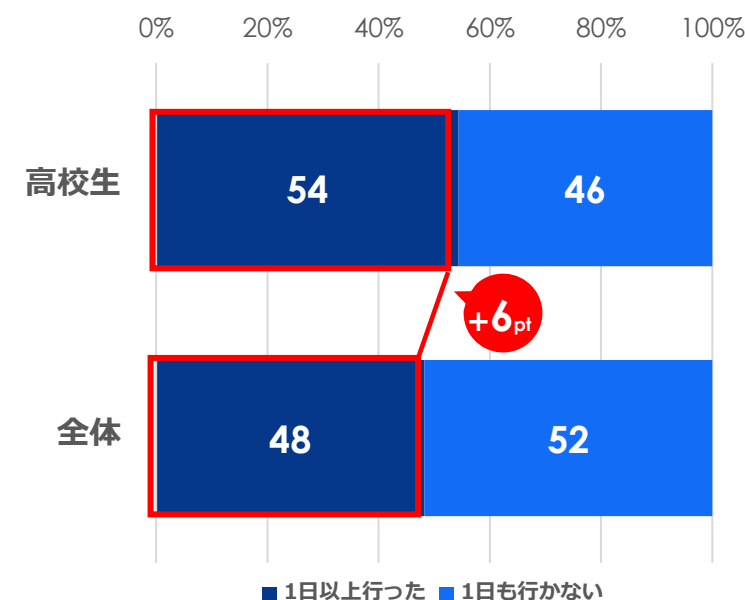
海が好きかどうか (%)



海に行きたいかどうか (%)



1年間の海への訪問日数 (%)



高校生は全体に比べて海に対して前向きな意識を持っており、実際訪問している。

「Q.海について、あなたにあてはまるものをお選びください。」

※小数点以下省略

※全体：n=11,600、高校生：n=1,361

「海や海の近くで行うこと」について、高校生は全体に比べて、
31項目中15項目で高い割合。

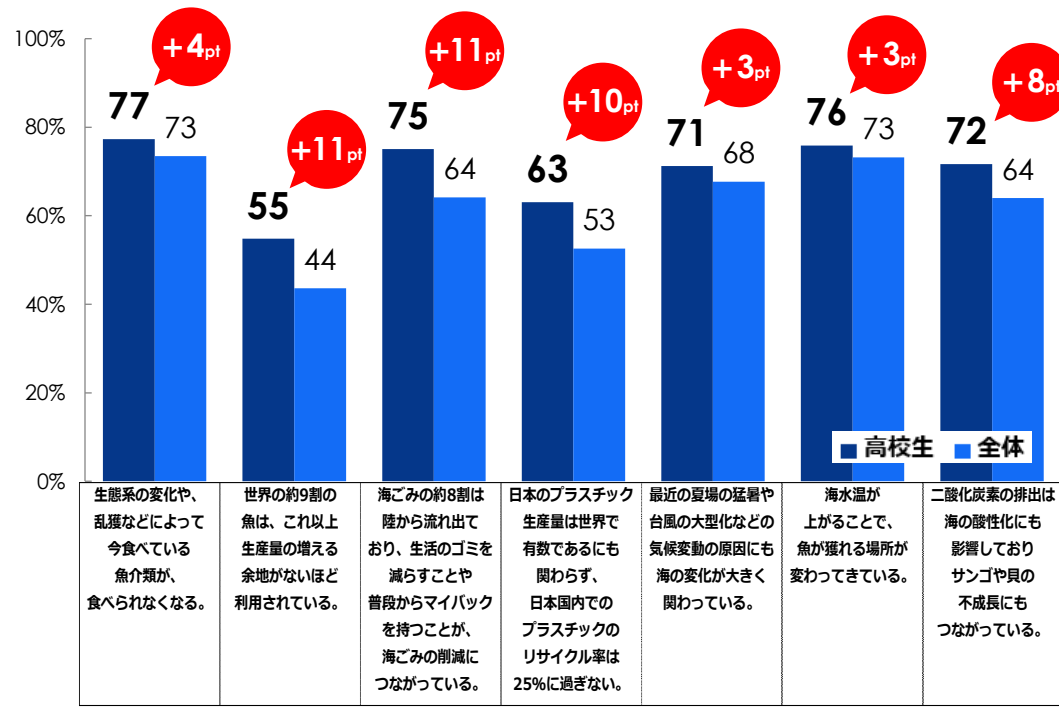
	高校生	全体		高校生	全体		高校生	全体
全体（n数）	(1361)	(11600)	海が見えるカフェやレストランを訪れる	11.5	14.2	国内のビーチリゾートに行く	7.3	7.9
海辺でのんびりする	24.6	23.7	海釣り	11.2	9.2	海ならではの施設 （灯台や漁港など）へ行く	6.2	10.2
海辺で写真や動画の撮影をする	22.4	13.8	海辺をドライブ	11.0	19.2	海の近くの温泉に行く	6.0	9.6
砂浜での遊び	20.8	12.3	海の近くの観光スポットへ行く	11.0	15.7	マリンスポーツ	5.0	3.7
新鮮な海産物を食べる	20.0	27.4	潮干狩り	10.7	7.7	船旅や移動のため船に乗る	4.7	6.5
海水浴（同行のみも含む）	19.5	12.9	海辺でバーベキュー	10.2	7.4	海のごみ拾いなどの環境保全活動	4.6	2.9
海の景色がきれいに見える場所を訪れる	16.6	18.2	磯遊び（海の生き物観察）	8.8	6.7	海の近くのプールに行く	4.6	2.6
海辺の花火大会に行く	13.8	10.5	海の近くで買い物をする	8.3	10.1	海外のビーチリゾートに行く	3.7	4.0
海辺で花火	12.3	7.6	海が見えるホテルや旅館などの 宿泊施設を利用する	8.2	12.4	海辺でヨガやストレッチ	2.0	1.3
海の近くの水族館・博物館に行く	12.3	15.3	海辺のイベントに行く （お祭りやフェスなど）	8.2	5.0	その他	0.3	0.3
海辺の散歩、ジョギング	11.9	13.9				海や海の近くには行かない	28.2	33.0

高校生は多様な方法で海を楽しんでいる。

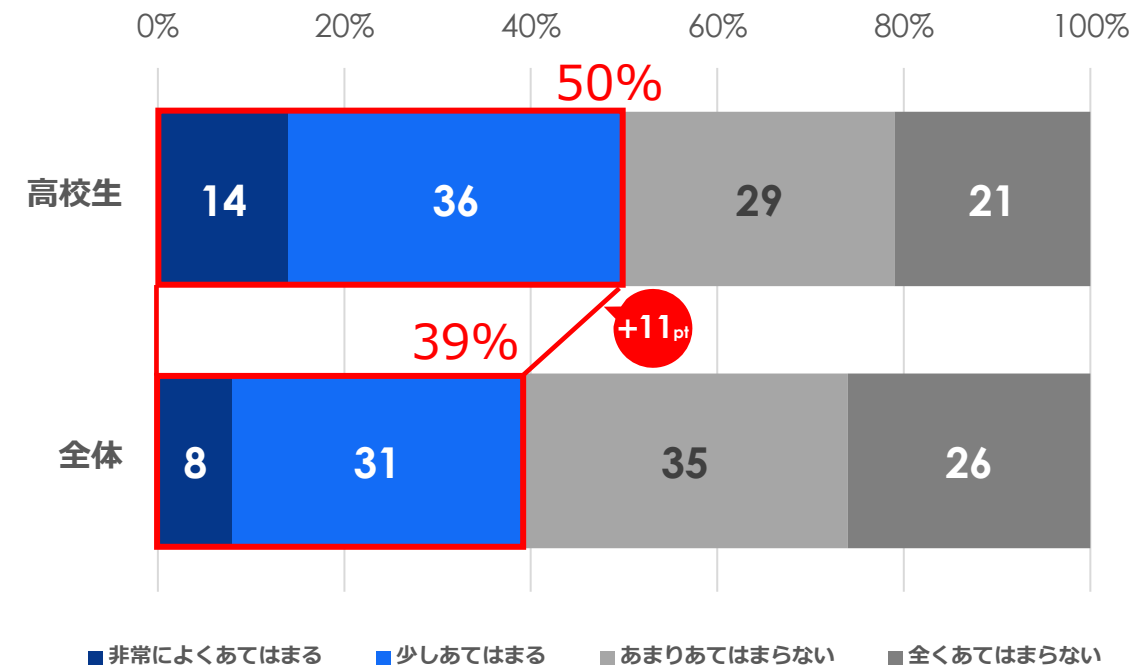
「Qあなたが海や海の近くで行うことを教えてください」
※小数点以下省略
※全体：n=11,600、高校生：n=1,361

高校生は、海洋問題について「知っている」割合も、 「環境問題を意識して」行動している割合も、全体より高い。

海洋問題の認知度（よく知っている+なんとなく知っている計）（%）



環境問題を意識して行動している（%）



高校生は全体に比べ、海洋問題の認知度も「環境問題を意識して」行動している割合も高い。

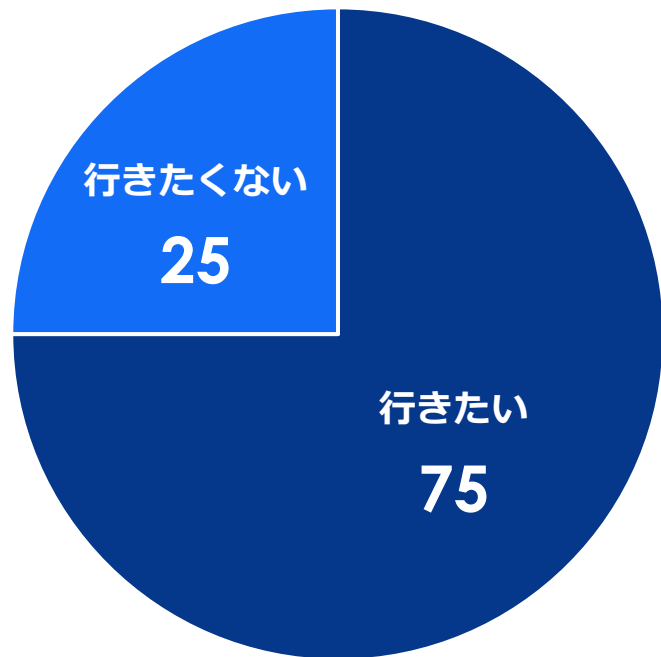
「Q.あなたにあてはまるものをお選びください。」「Q.あなたの普段の行動や考えについて教えてください」
※小数点以下省略
※全体：n=11,600、高校生：n=1,361

03-2

小学生

75%の小学生が海に「行きたい」。
全世代の59%、高校生の68%に比べても高い。

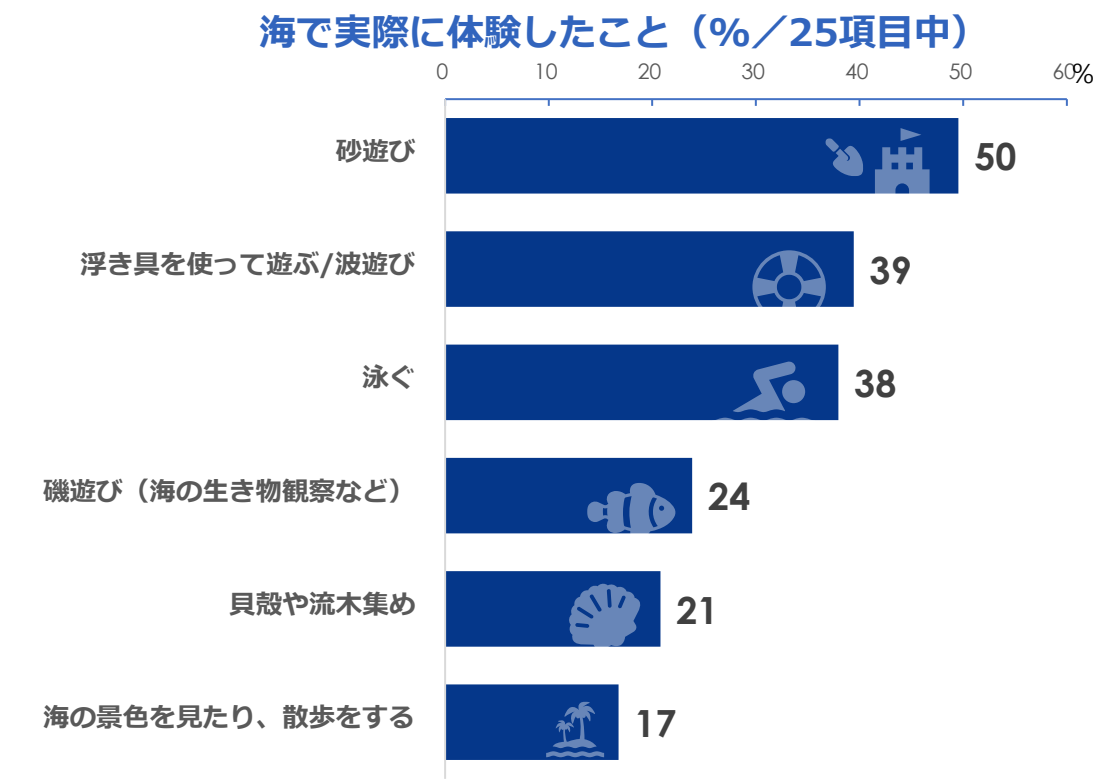
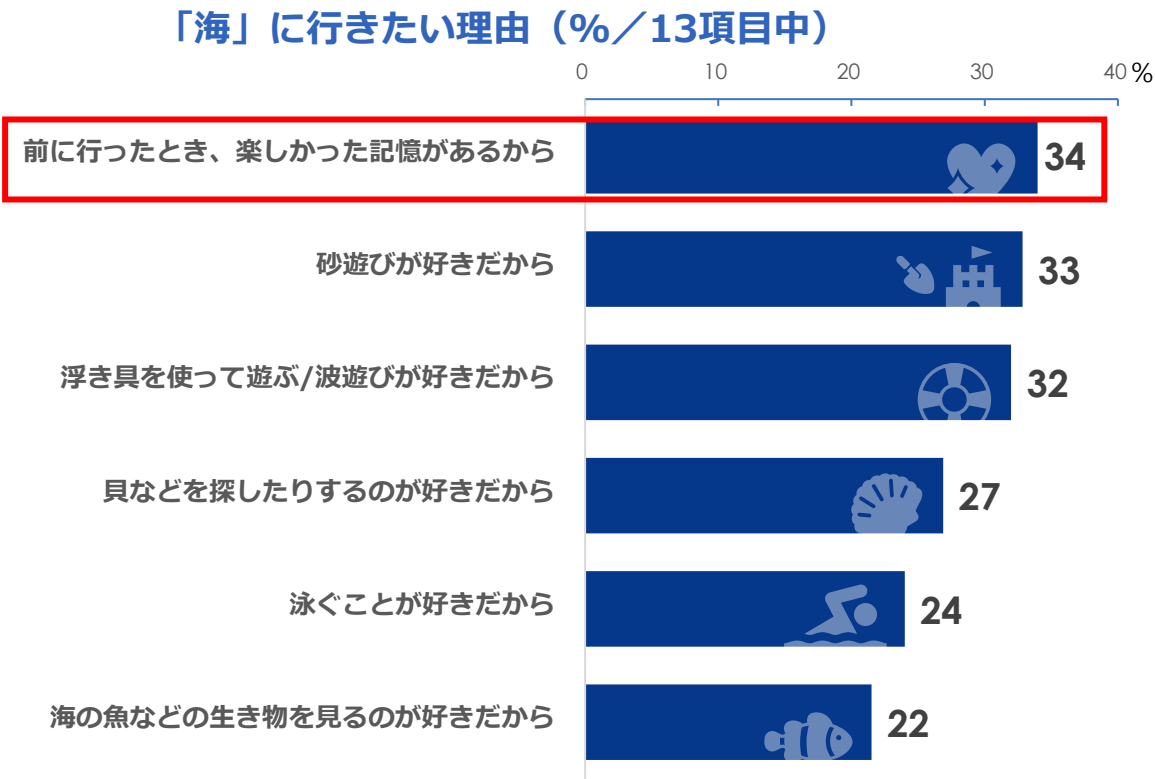
海への訪問意向：行きたい（行きたい+やや行きたい計）
行きたくない（あまり行きたくない+行きたくない計）（%）



小学生は、全ての年代と比べて、一番海に「行きたい」。

「Q.海に行きたいですか。」
※小数点以下省略
※n=2,000

海に行きたい理由は「前に行った時、楽しかったから」がトップ。
「海で実際に体験したこと」と「海に行きたい理由」は、共通している。



楽しい思い出をつくることが「また行きたい」につながる。

「Q. 海に行きたい・やや行きたい理由を教えてください。（n=1492）」
「Q. 最近、海に行ったときはどんなこと（体験）をしましたか。あてはまるものを選んでください。（n=1207）」
※小数点以下省略

小学生が夏休みにやりたいことで、 「海に行きたい」は第3位。

子どもが夏休みにやりたいこと（％／33項目中）

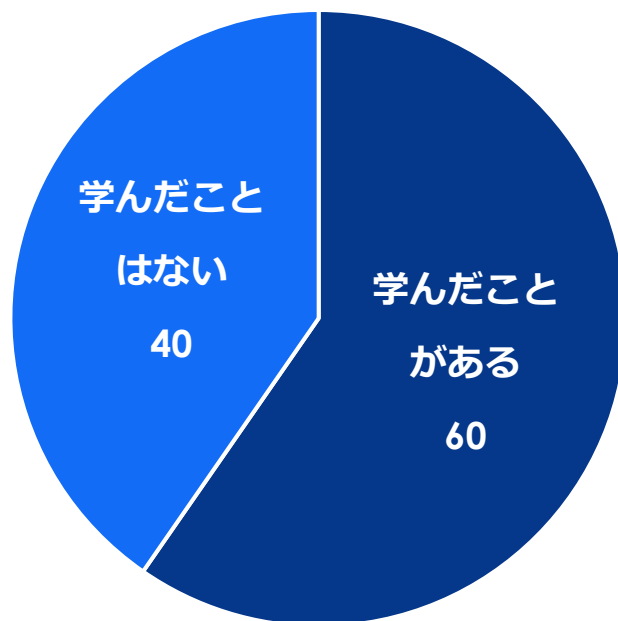


全世代の「余暇の過ごし方」で22位だった「海に行く」と比べて、優先度が高い。

「Q.今年の夏休みにしたいことを教えてください。」
※小数点以下省略
※n=2,000

小学生の6割が、小学校で海について学んでいる。 学んだ子どもは、海に行きたい気持ちが13pt高く、海への訪問も19pt高い

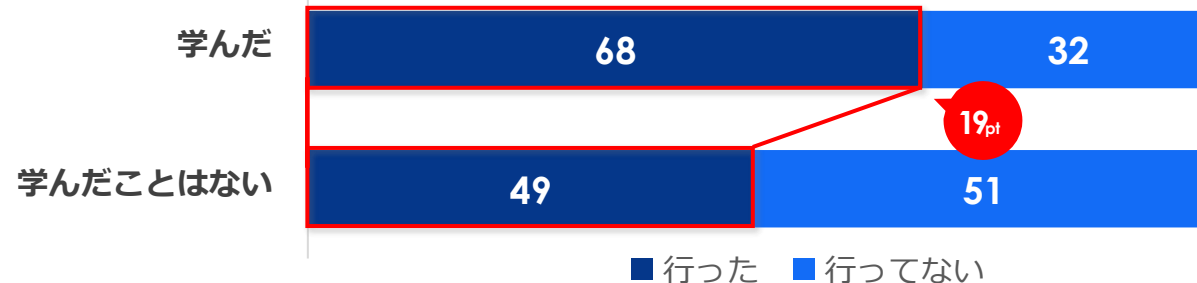
小学校での海についての学び (%)



小学校での海の学びと「海に行きたい」かどうか (%)



小学校での海の学びと海への訪問の有無 (%)

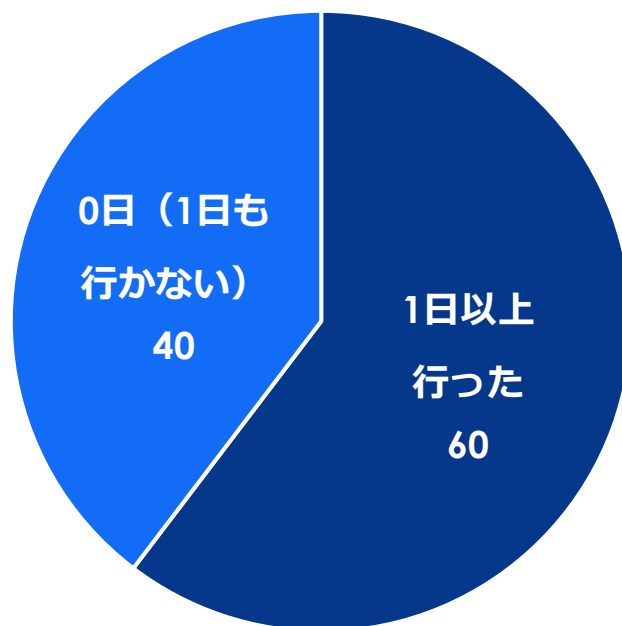


学校での海の学びが、海に行きたい気持ちを育んでいる。

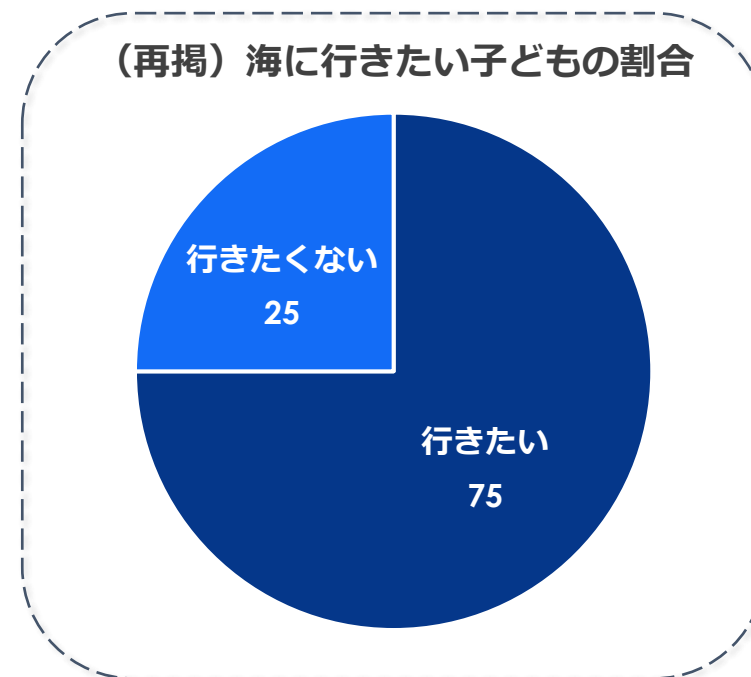
「Q. 海や海に関するについて学校で学んだことはありますか。」
 ※小数点以下省略
 ※n=2,000

「海に行きたい」の75%に対して、
直近で1日以上海に行った小学生は60%。

子どもが実際に海に行った割合 (%)



（再掲）海に行きたい子どもの割合



全世代の「直近1年間で1日以上、海に行った」48%よりは12%高いが、
ニーズに対して実際に海に行くことができる小学生が少ない。

「Q.直近（ここ1-2年）を振り返ってお答えください。「海に行く」、「海に接する機会がある」のは、年に何日くらいですか。」
※小数点以下省略
※n=2,000

海洋問題の認知度を性年代別でみると、
20代、30代の、特に女性の認知度が低い。

海洋問題の認知度（事実をよく知っている+なんとなく知っている計）（%）

		(n数)	a. 生態系の変化	b. 魚の生産量	c. 海ごみ	d. プラスチック	e. 気候変動	f. 海水温	g. 海の酸性化
男性	全体	(11600)	74	44	64	53	68	73	64
	10代	(1100)	81	60	76	67	74	78	73
	20代	(940)	64	48	60	52	62	65	60
	30代	(940)	67	42	55	47	62	66	57
	40代	(940)	72	42	59	50	63	70	58
	50代	(940)	80	45	64	55	73	79	67
	60代	(940)	86	49	72	62	79	86	74
女性	10代	(1100)	73	47	72	58	67	72	67
	20代	(940)	61	37	54	44	56	60	54
	30代	(940)	63	31	54	38	54	63	51
	40代	(940)	70	33	60	44	63	70	57
	50代	(940)	79	38	67	54	75	81	69
	60代	(940)	86	48	73	58	83	89	78

- a. 生態系の変化や、乱獲などによって今食べている魚介類が、食べられなくなる。
- b. 世界の約9割の魚は、これ以上生産量の増える余地がないほど利用されている。
- c. 海ごみの約8割は陸から流れ出ており、生活のゴミを減らすことや普段からマイバックを持つことが、海ごみの削減につながっている。
- d. 日本のプラスチック生産量は世界で有数であるにも関わらず、日本国内でのプラスチックのリサイクル率は25%に過ぎない。
- e. 最近の夏場の猛暑や台風の大型化などの気候変動の原因にも海の変化が大きく関わっている。
- f. 海水温が上がることで、魚が獲れる場所が変わってきている。
- g. 二酸化炭素の排出は海の酸性化にも影響しておりサンゴや貝の不成長にもつながっている。

子育てを担う20代・30代に無知や無関心が多い。

「a.あなたにあてはまるものをお選びください」
※小数点以下省略 ※n=11,600

鍵となる若い世代

- 高校生は多様な媒体から積極的に学び、活動し、発信しており、重要なパートナーとなり得る。
- 高校生は全年代の中でも特に海が好きであり、実際海を訪れている。
- 高校生は海の問題を認知し、環境を意識して行動している。
- 小学生は全年代の中で一番海に行きたい。
- 小学校で海の学習をすることが、海に行きたい気持ちを高め、実際の訪問につながる。
- 小学生は行きたいニーズよりも実際には海に行くことができておらず、子育て世代の無知や無関心の高さが影響している可能性がある。

04

分析サマリー

◆調査結果からわかったこと

①「海離れ」という現象について

- ◎ 気持ちや感情の上での「海離れ」が明らかになった
- ◎ 「海が大切だ」と考えているが、行動につながっていない
- ◎ タイムパフォーマンス意識が、海を遠ざけている

②情報接触の仕方が、海との距離感を生み出す

- ◎ 「フィルターバブル」が海離れを加速させている
- ◎ 海の問題と自分の生活につながりが見出せない
- ◎ 新たな海のイメージを提示することが必要

③コアターゲットとしての若い世代への期待

- ◎ 高校生は、全世代の中でも海への関心が高い
- ◎ 小学生は、75%が海に行きたいと思っている
- ◎ 20代、30代の海への意識が低く、子どもへの影響も

◆今後の日本財団の展開について

①小学生の75%が海に行きたがっているニーズを生かす

- ◎ 親が連れて行ける行けないに関わらず、海体験ができるように、学校の自然教室など、地域の連携を促進する活動を注力していく

②高校生を協働パートナーとして連携

- ◎ 啓発すべき対象ではなく、高校生を協働パートナーとして、さまざまなプロジェクトでの連携を実現していく
- ◎ 中高生の海への好奇心を深掘りできるような、海の専門人材を育成するプロジェクトを引き続き実施していく

③海のイメージを刷新する新たな魅力の提案

- ◎ 海の未来と可能性を喚起し、新たな魅力と視点を生み出す、異業種・異分野との連携を含む、新たな海のプロジェクトの開発
- ◎ 人と海との心理的な距離を近づけるため、作家、文化人等との連携による、海の文化を醸成するさまざまなプロジェクトの実施

05

参考データ

05-1

都道府県別 愛着・体験スコア

愛着スコア

海との関係性を以下、5つの設問でスコア化したもの

- 1 海は私の人生にとって、かかせないものだ
- 2 海が好きだ
- 3 海にととても親しみをを感じる
- 4 海と接していると、心地よく感じる
- 5 海を愛している

2024年

1	沖縄県	262.3
2	長崎県	201.8
3	宮崎県	193.5
4	福岡県	191.9
5	神奈川県	188.4
6	東京都	187.3
7	兵庫県	185.8
8	高知県	183.3
9	福井県	176.9
10	香川県	175.7
11	埼玉県	173.1
12	山形県	172.7
13	和歌山県	172.0
14	鹿児島県	170.7
15	宮城県	169.2

16	岩手県	168.2
17	青森県	168.1
18	新潟県	167.7
19	熊本県	167.4
20	愛媛県	167.3
21	大阪府	166.8
22	茨城県	166.5
23	北海道	166.4
24	大分県	165.2
25	広島県	163.6
26	島根県	162.6
27	奈良県	161.3
28	山口県	160.8
29	滋賀県	156.0
30	福島県	154.6

31	千葉県	154.3
32	長野県	153.3
33	鳥取県	152.8
34	佐賀県	152.4
35	秋田県	151.8
36	静岡県	147.6
37	三重県	146.3
38	愛知県	145.3
39	岡山県	144.0
40	京都府	142.9
41	徳島県	141.3
42	山梨県	138.9
43	富山県	138.6
44	石川県	137.9
45	岐阜県	135.8
46	栃木県	132.1
47	群馬県	130.4

2022年（参考）

1	沖縄県	298.4
2	宮崎県	233.4
3	長崎県	232.3

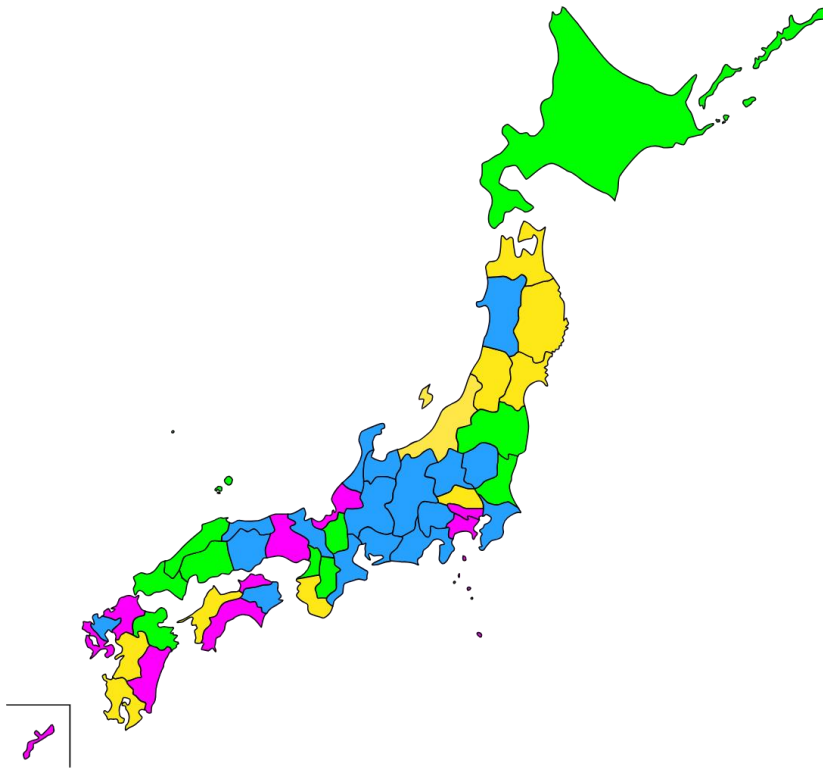


4	鹿児島県	217.0	26	岡山県	181.8
5	新潟県	216.3	27	秋田県	181.3
6	山口県	213.8	28	滋賀県	180.8
7	愛媛県	210.0	29	香川県	180.8
8	島根県	208.4	30	宮城県	179.8
9	青森県	207.2	31	高知県	178.9
10	神奈川県	205.6	32	兵庫県	178.5
11	東京都	204.1	33	石川県	178.2
12	茨城県	203.8	34	埼玉県	176.9
13	広島県	203.1	35	三重県	176.3
14	和歌山県	201.0	36	富山県	176.1
15	福岡県	198.6	37	熊本県	176.1
16	福島県	195.1	38	山梨県	175.5
17	北海道	193.3	39	佐賀県	173.1
18	鳥取県	191.6	40	愛知県	166.1
19	京都府	191.5	41	群馬県	165.9
20	大阪府	190.5	42	奈良県	158.6
21	岩手県	190.1	43	徳島県	156.8
22	静岡県	188.7	44	福井県	151.2
23	千葉県	188.5	45	長野県	147.6
24	山形県	187.8	46	栃木県	146.1
25	大分県	187.6	47	岐阜県	143.1

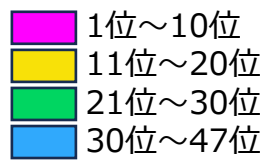
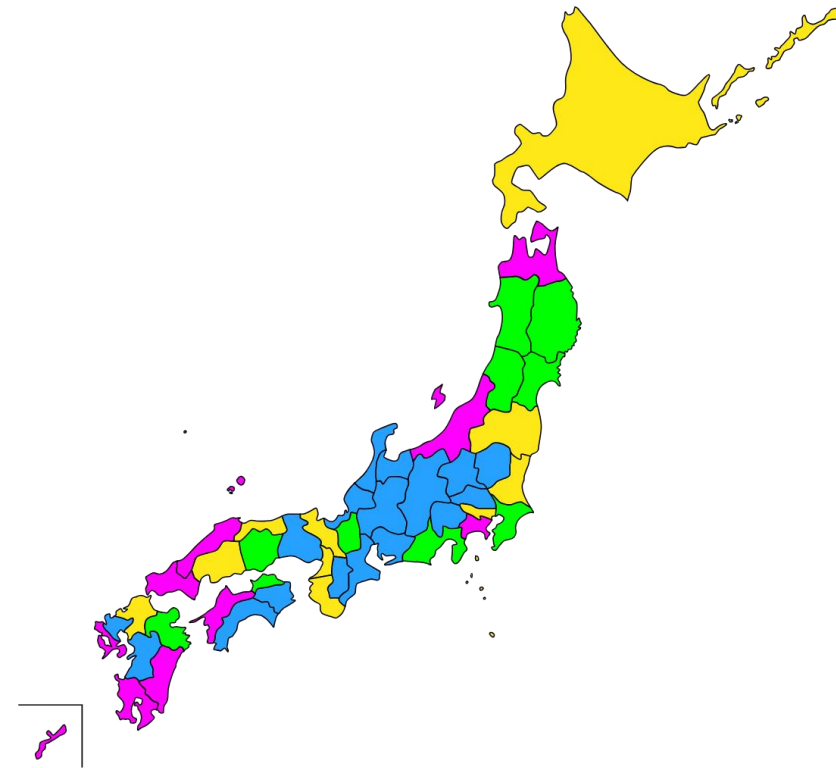
※スコアの算出方法
・「愛着」5つの質問の5段階評価（非常によくあてはまる、少しあてはまる、どちらともいえない、あまりあてはまらない、全くあてはまらない）の
トップ2ボックス（非常によくあてはまる＋少しあてはまる） 合計パーセントを全て足しあげて算出 ・ランキングは本調査対象者全サンプルが対象。

2022年との比較

愛着 (2024)



愛着 (2022)



体験スコア

海との関係性を以下、5つの設問でスコア化したもの

- 1 海に入ることが好きだ（海水浴、サーフィン、ダイビングなど）
- 2 海のまわり、砂浜で遊ぶのが好きだ（潮干狩り、磯遊び、砂浜遊び）
- 3 海を見て楽しむのが好きだ（海へのドライブ、浜辺の散歩、海からの朝日、沈む夕日を見る）
- 4 海の幸を食べることが好きだ（魚、貝、海藻類、だし）
- 5 海に関するコンテンツ（本、映画、TV番組、水族館、動物園など）を見たり、楽しんだりするのが好きだ

2024年

1	沖縄県	237.3
2	宮崎県	224.2
3	東京都	222.1
4	埼玉県	220.9
5	神奈川県	216.8
6	福岡県	214.8
7	奈良県	212.6
8	兵庫県	209.1
9	宮城県	206.7
10	長崎県	205.9
11	大阪府	205.3
12	熊本県	203.2
13	鹿児島県	203.2
14	北海道	201.0
15	青森県	200.0

16	秋田県	198.2
17	山形県	196.4
18	山梨県	196.2
19	大分県	195.5
20	福井県	195.3
21	高知県	195.2
22	岩手県	193.7
23	茨城県	192.0
24	滋賀県	191.4
25	岐阜県	190.8
26	山口県	189.9
27	和歌山県	189.6
28	鳥取県	189.2
29	広島県	188.5
30	長野県	188.4

31	千葉県	187.9
32	新潟県	185.4
33	愛媛県	185.2
34	愛知県	183.6
35	香川県	183.0
36	福島県	181.9
37	静岡県	181.6
38	富山県	181.2
39	徳島県	180.1
40	栃木県	179.9
41	京都府	179.0
42	島根県	177.3
43	群馬県	176.4
44	岡山県	174.8
45	佐賀県	174.5
46	石川県	170.1
47	三重県	169.3

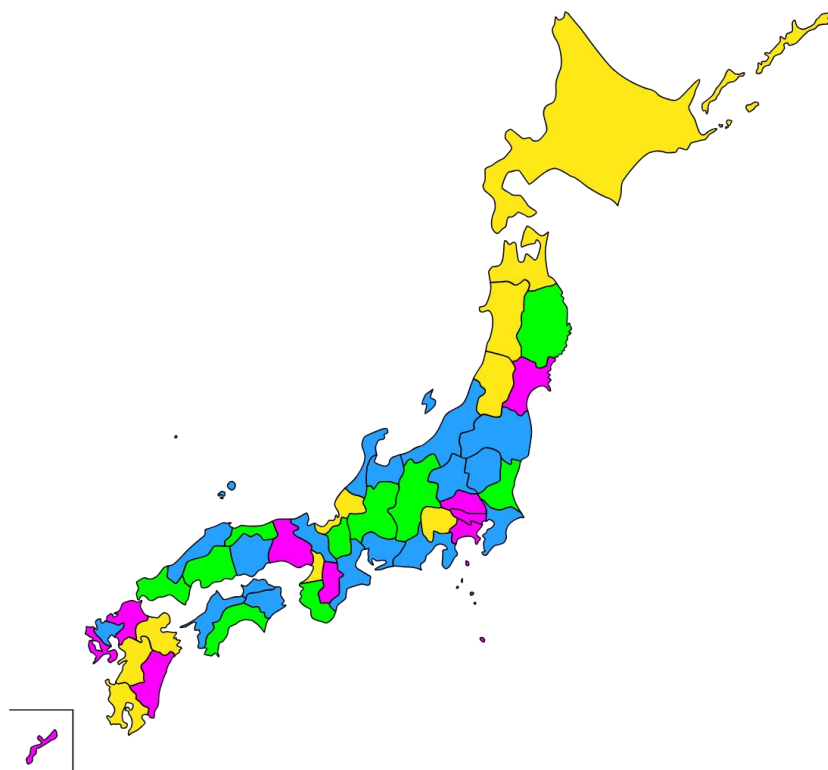
2022年（参考）

1	沖縄県	268.8	230~
2	宮崎県	241.0	215.5~230
3	長崎県	240.5	200.5~215
4	東京都	239.6	~200
5	神奈川県	235.0	
6	京都府	234.9	
7	茨城県	233.3	
8	島根県	232.4	
9	鹿児島県	229.7	
10	青森県	229.1	
11	愛媛県	226.9	
12	広島県	225.5	
13	山口県	225.1	
14	山梨県	224.4	
15	宮城県	223.2	
16	福岡県	222.7	
17	岩手県	221.0	
18	大阪府	220.9	
19	埼玉県	220.7	
20	千葉県	220.3	
21	群馬県	220.1	
22	和歌山県	219.8	
23	福島県	219.7	
24	大分県	219.2	
25	新潟県	219.1	
26	山形県	219.0	
27	北海道	216.7	
28	奈良県	214.7	
29	岡山県	214.6	
30	愛知県	214.2	
31	滋賀県	213.9	
32	鳥取県	213.8	
33	秋田県	211.4	
34	熊本県	211.1	
35	香川県	210.6	
36	兵庫県	209.9	
37	栃木県	207.5	
38	富山県	207.0	
39	高知県	206.5	
40	佐賀県	205.9	
41	静岡県	204.4	
42	石川県	201.2	
43	長野県	198.7	
44	福井県	198.4	
45	徳島県	198.4	
46	岐阜県	198.0	
47	三重県	194.8	

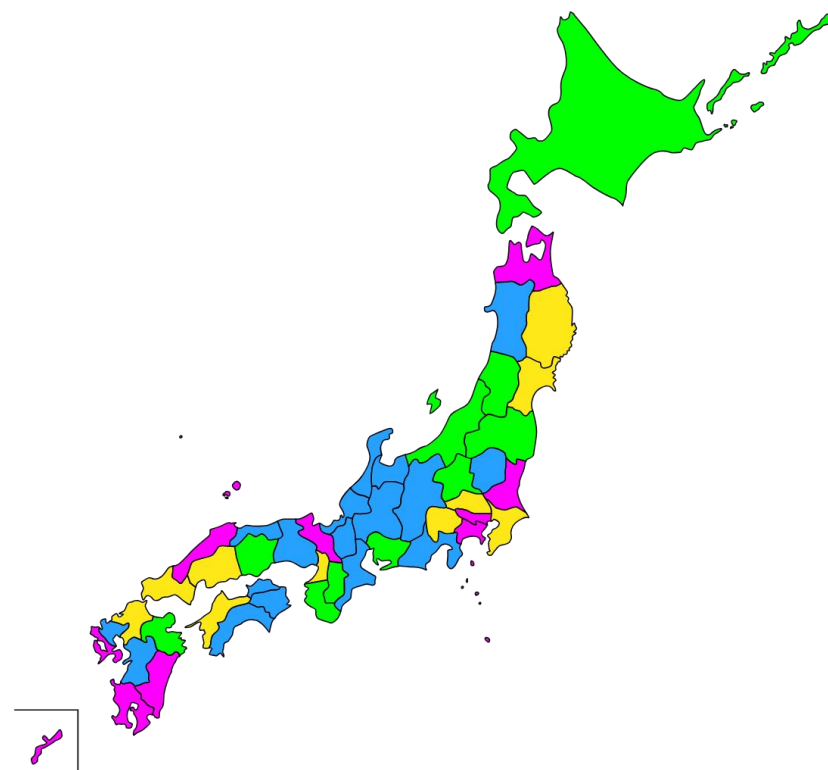
※スコアの算出方法
・「体験」5つの質問の5段階評価（非常によくあてはまる、少しあてはまる、どちらともいえない、あまりあてはまらない、全くあてはまらない）の
トップ2ボックス（非常によくあてはまる+少しあてはまる） 合計パーセントを全て足しあげて算出・ランキングは本調査対象者全サンプルが対象。

2022年との比較

体験（2024）



体験（2022）

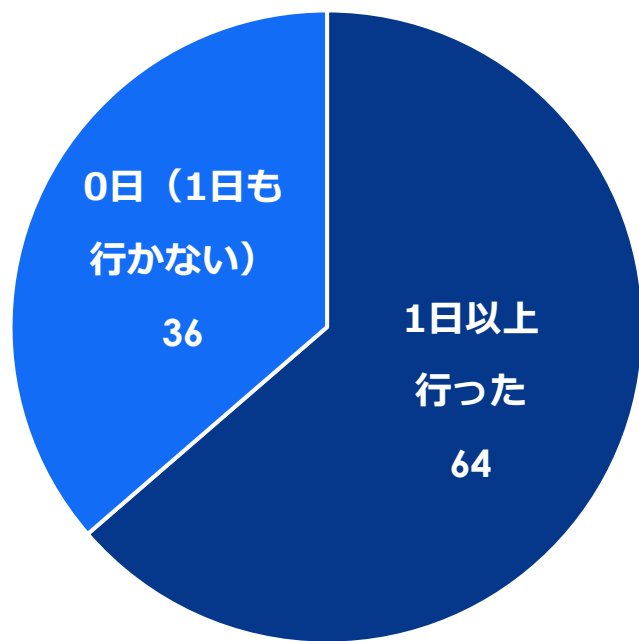


05-2

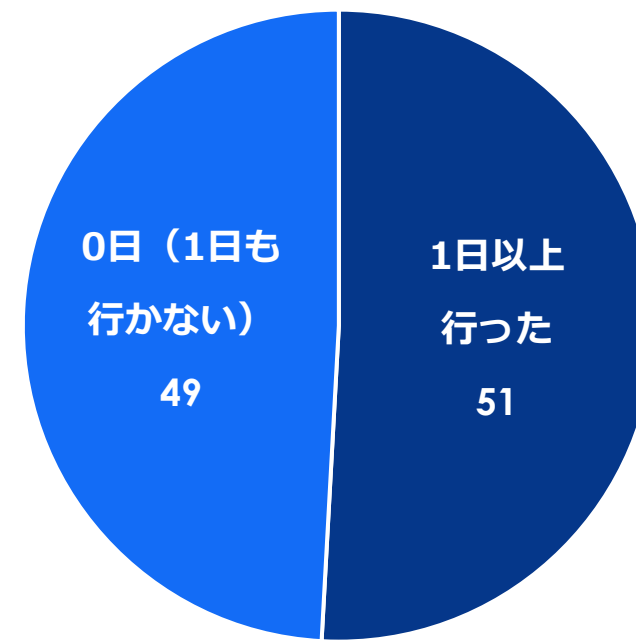
小学生の海体験格差

習い事をしている小学生の方が海に行く。習い事をしていない小学生に比べて、直近で1日以上海へ行った割合が、13pt高い。

習い事をしている子どもの訪問日数 (%)



習い事をしていない子どもの訪問日数 (%)

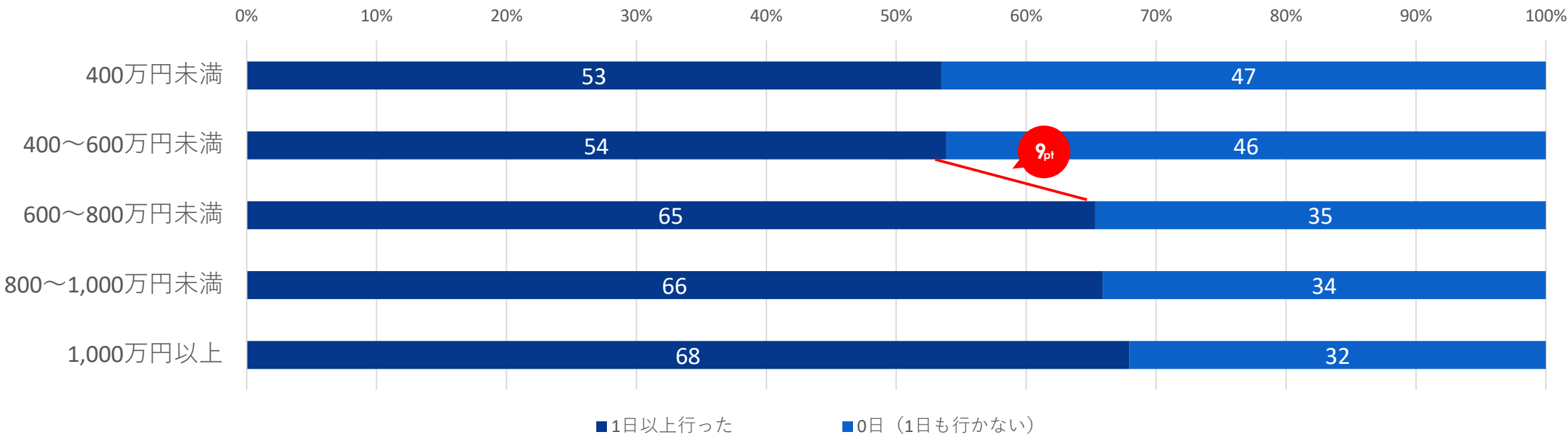


習い事をしている子どもは、忙しくて海に行けないのではなく、むしろ海に行く。

「Q.お子様に習い事をいくつかさせていますか。当てはまるものを一つ教えてください。」
※小数点以下省略
※n=2,000

世帯年収別で見ると、600万円未満と600万円以上で、
直近で1日以上海に行った小学生の割合に、9pt以上の差がある。

世帯年収ごとの小学生の直近での海への訪問日数（％）



世帯年収が上がるほど、海に行く。

「Q. あなたの家の世帯年収（税込）について、あてはまるものをお選びください。
「Q. 「直近（ここ1-2年）を振り返ってお答えください。「海に行く」、「海に接する機会がある」のは、年に何日くらいですか。」
※小数点以下省略
※n=2,000

