

## Ⅱ 結 果 の 内 容

## 《県政の情報発信について》

＜よく利用する(知っている)広報媒体について＞

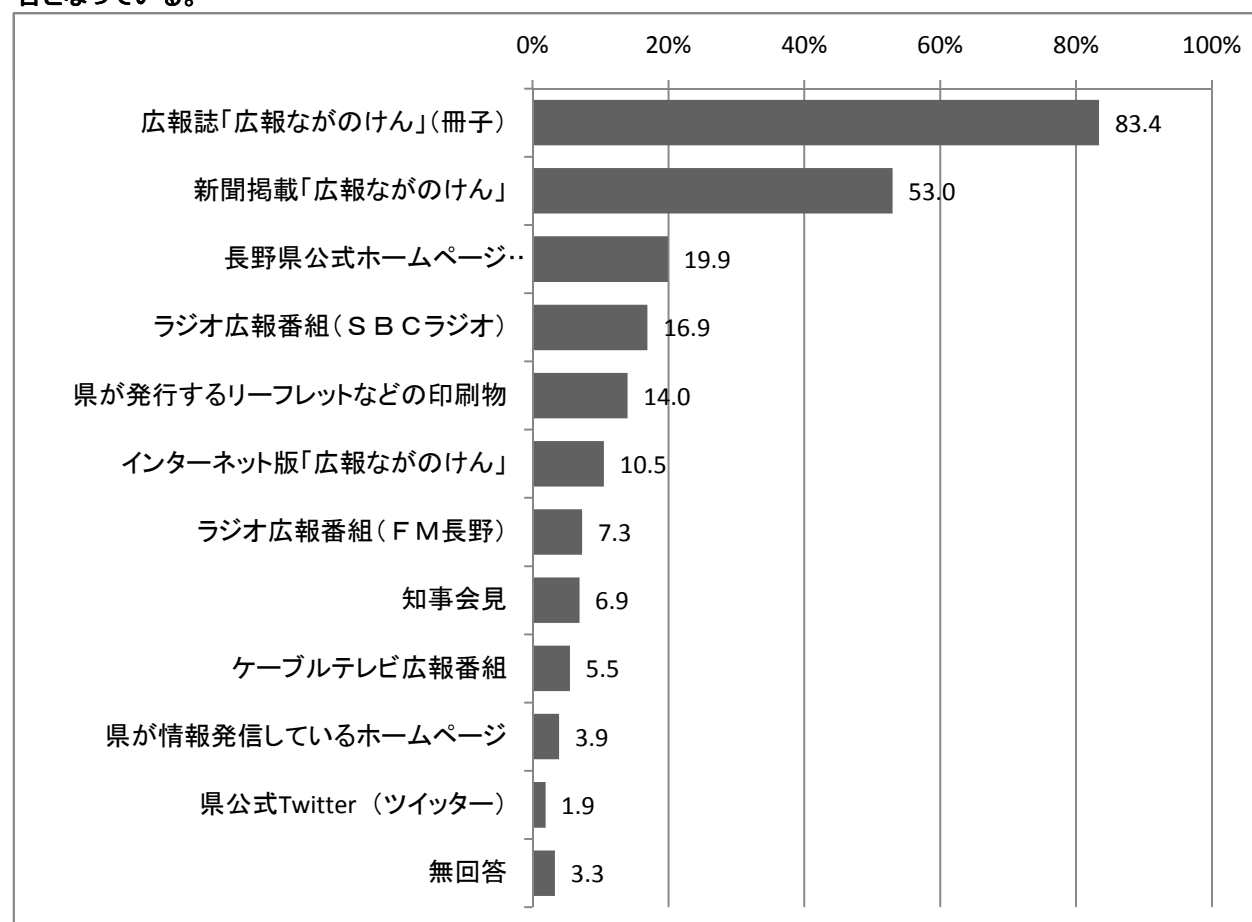
「広報誌『広報ながのけん』(冊子)」が8割超、次いで「新聞掲載『広報ながのけん』」が5割超

問1 県は、事業や施策、イベントなどの情報をさまざまな方法でお知らせしています。よく利用される(知っている)方法をすべて選んでください。(〇はいくつでも)

	平成27年度 n=794		(参考) 平成24年度 n=870	
	回答数 (人)	割合 (%)	回答数 (人)	割合 (%)
広報誌「広報ながのけん」(冊子)	662	83.4	726	83.4
新聞掲載「広報ながのけん」	421	53.0	551	63.3
長野県公式ホームページ「Web site 信州」	158	19.9	193	22.2
ラジオ広報番組(SBCラジオ)	134	16.9	144	16.6
県が発行するリーフレットなどの印刷物	111	14.0	135	15.5
インターネット版「広報ながのけん」	83	10.5	82	9.4
ラジオ広報番組(FM長野)	58	7.3	67	7.7
知事会見	55	6.9	—	—
ケーブルテレビ広報番組	44	5.5	76	8.7
県が情報発信しているホームページ	31	3.9	39	4.5
県公式Twitter(ツイッター)	15	1.9	23	2.6
無回答	26	3.3	27	3.1

注) 平成24年度調査の調査項目にないものは「—」で表示

●「広報誌『広報ながのけん』(冊子)」が83.4%と最も高く、次に「新聞掲載『広報ながのけん』」(53.0%)が高い割合となっている。



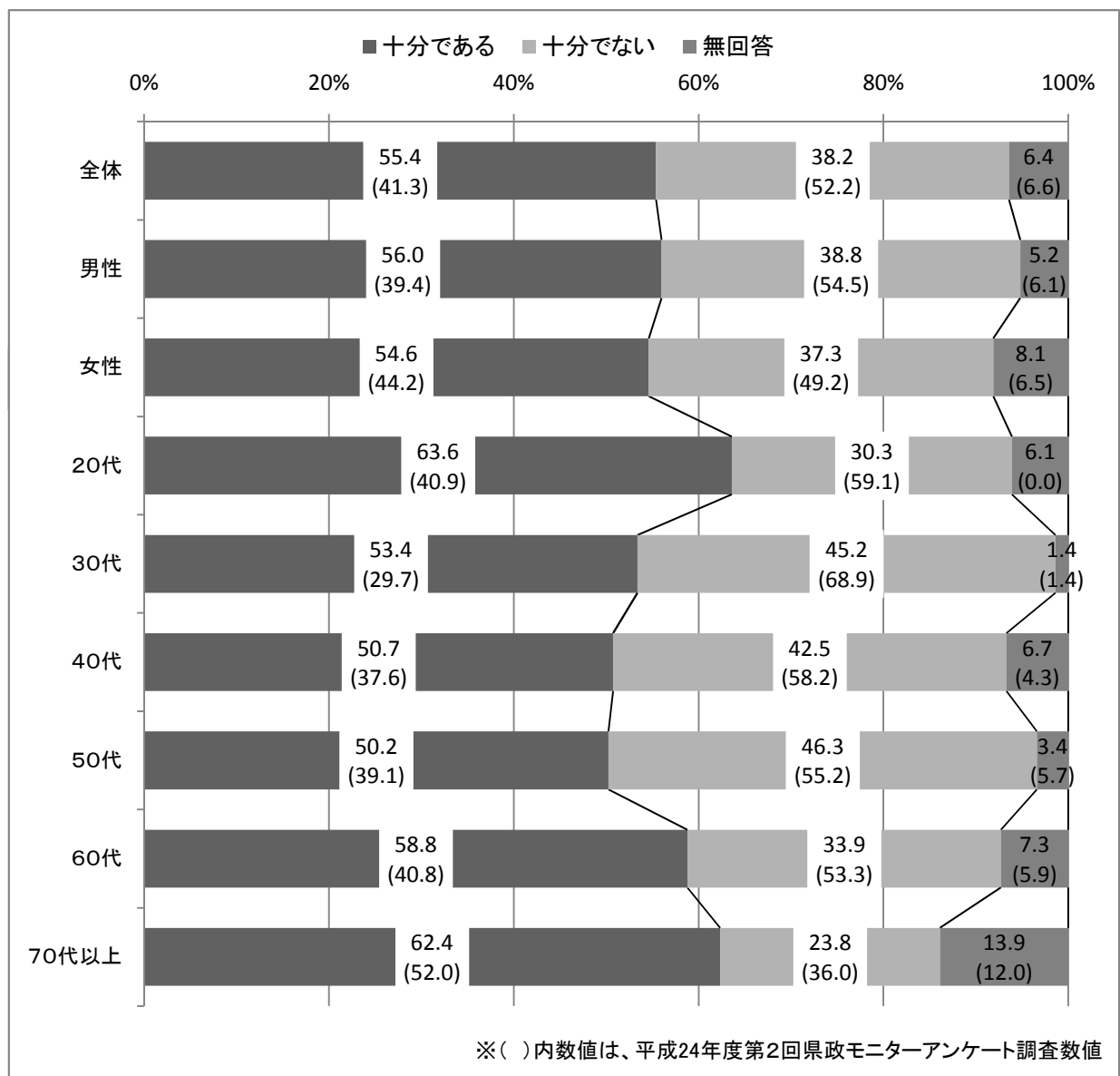
<県からの情報発信について>

「十分である」が5割超、「十分でない」が約4割

問2 県からの情報発信は十分だと思いますか。(○は1つ)

	平成27年度 n=794		(参考) 平成24年度 n=870	
	回答数 (人)	割合 (%)	回答数 (人)	割合 (%)
十分である	440	55.4	359	41.3
十分でない	303	38.2	454	52.2
無回答	51	6.4	57	6.6

●県からの情報発信が「十分である」が前回調査に比べ増加し、男性56.0%、女性54.6%と半数を超えた。年代別では、30代(45.2%)、40代(42.5%)、50代(46.3%)において「十分でない」が他の年代に比べて高い。



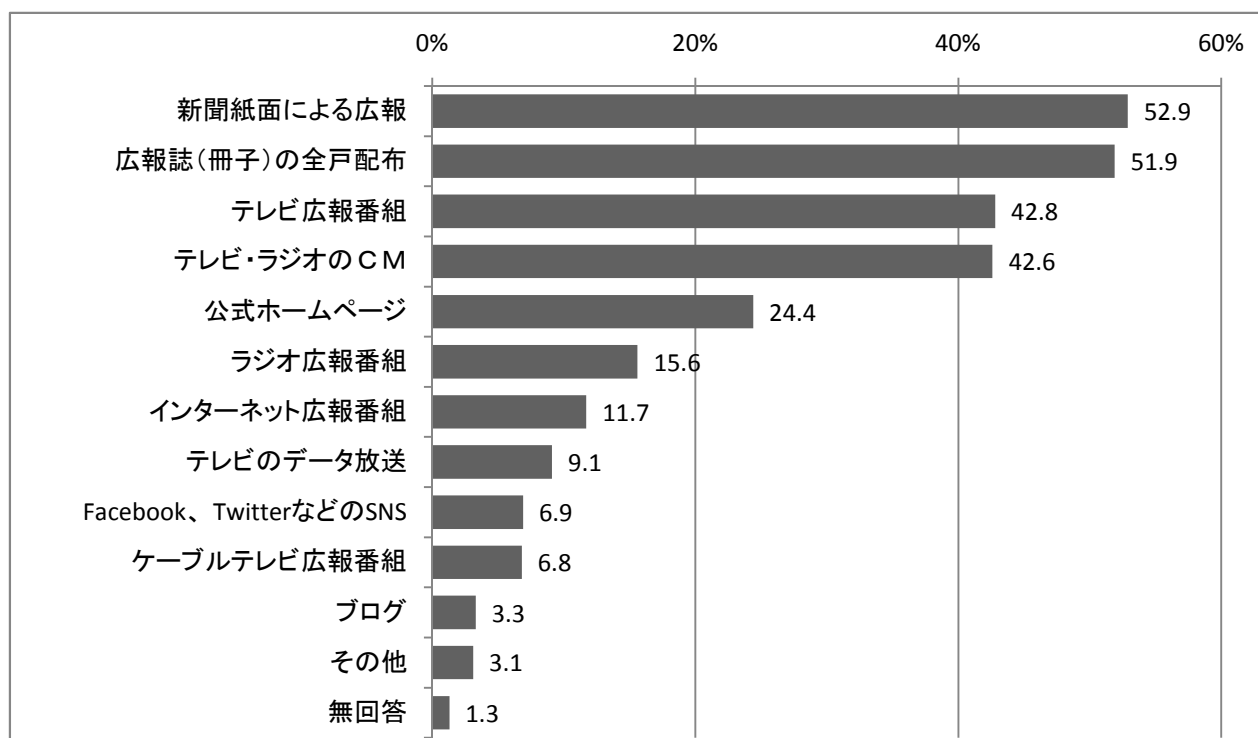
＜県が今後力を入れるべき広報の方法について＞

「新聞紙面による広報」、「広報誌(冊子)の全戸配布」が約5割、次いで「テレビ広報番組」、「テレビ・ラジオのCM」が約4割

問3 県の事業や施策、イベントなどの情報が、より伝わるように県が今後力を入れるべき方法(テレビ、ラジオ、新聞等による報道は除く)をすべて選んでください。(〇はいくつでも)

	平成27年度 n=794		(参考) 平成24年度 n=870	
	回答数 (人)	割合 (%)	回答数 (人)	割合 (%)
新聞紙面による広報	420	52.9	502	57.7
広報誌(冊子)の全戸配布	412	51.9	510	58.6
テレビ広報番組	340	42.8	397	45.6
テレビ・ラジオのCM	338	42.6	221	25.4
公式ホームページ	194	24.4	236	27.1
ラジオ広報番組	124	15.6	127	14.6
インターネット広報番組	93	11.7	96	11.0
テレビのデータ放送	72	9.1	94	10.8
Facebook、TwitterなどのSNS	55	6.9	83	9.5
ケーブルテレビ広報番組	54	6.8	77	8.9
ブログ	26	3.3	33	3.8
その他	25	3.1	30	3.4
無回答	10	1.3	9	1.0

●「新聞紙面による広報」が52.9%と最も多く、次に「広報誌(冊子)の全戸配布」(51.9%)、「テレビ広報番組」(42.8%)、「テレビ・ラジオのCM」(42.6%)が高い割合となっている。



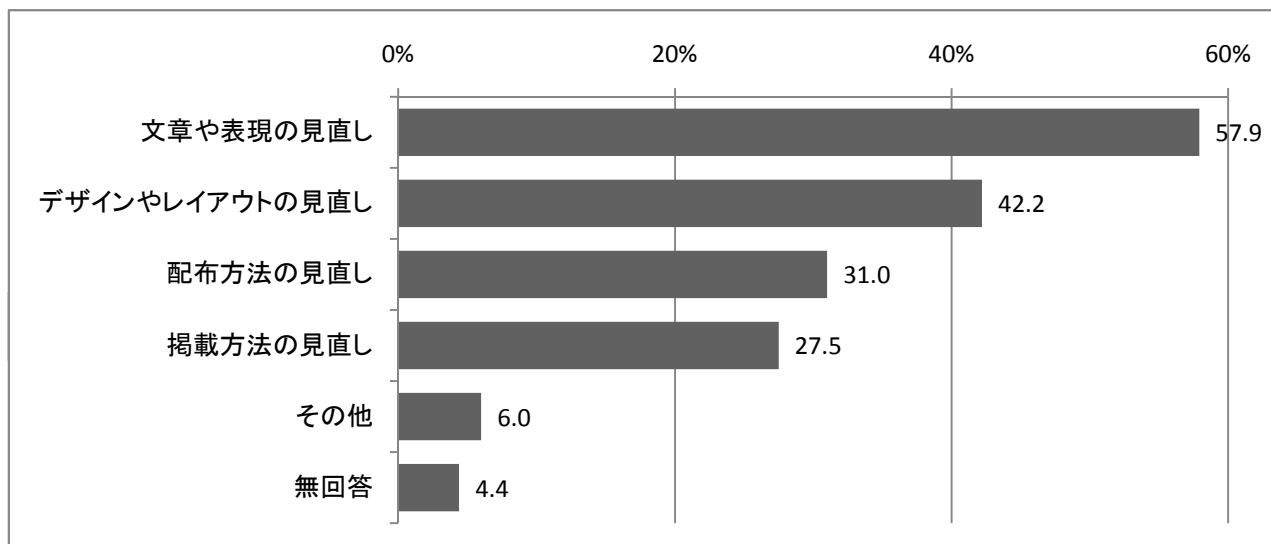
＜県が発行する印刷物の改善点について＞

「文章や表現の見直し」が約6割、「デザインやレイアウトの見直し」が約4割

問4 県が発行するリーフレットなどの印刷物について、より分かりやすくするためにどんな点について改善が必要だと思いますか。(〇はいくつでも)

	n= 794	回答数 (人)	割合 (%)
文章や表現の見直し(聞きなれない行政用語を使わず平易な表現)		460	57.9
デザインやレイアウトの見直し(目にとまるよう工夫したデザイン)		335	42.2
配布方法の見直し(駅や大型商業施設など人が集まる場所への配布)		246	31.0
掲載方法の見直し(フリーペーパーなど多様な媒体への掲載)		218	27.5
その他		48	6.0
無回答		35	4.4

●「文章や表現の見直し」(57.9%)が最も多く、次いで「デザインやレイアウトの見直し」(42.2%)が高い割合となっている。



# 《長野県公式ホームページ「Web site 信州」について》

問5-1～5-4は過去1年以内に県公式ホームページを利用された方にお答えいただいています。

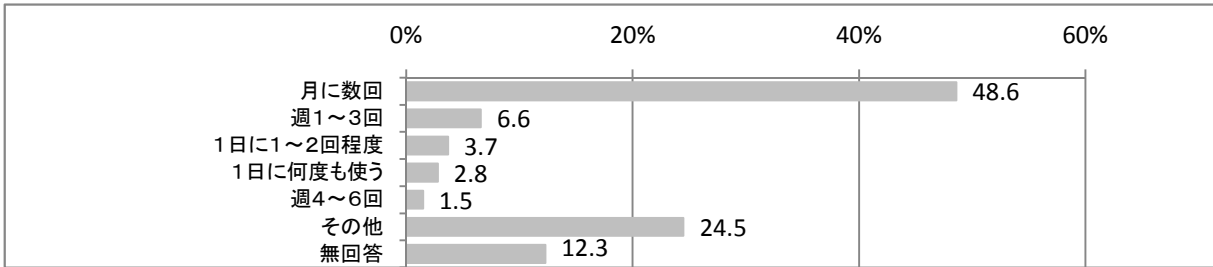
## ＜県のホームページの利用頻度、情報検索方法について＞

利用頻度は「月に数回」、知りたい情報の検索方法は「分野別」が約5割

### 問5-1 県のホームページの利用頻度はどのくらいですか。(○は1つ)

	平成27年度 n=457		(参考) 平成24年度 n=419	
	回答数 (人)	割合 (%)	回答数 (人)	割合 (%)
月に数回	222	48.6	220	52.5
週1～3回	30	6.6	35	8.4
1日に1～2回程度	17	3.7	4	1.0
1日に何度も使う	13	2.8	5	1.2
週4～6回	7	1.5	10	2.4
その他	112	24.5	81	19.3
無回答	56	12.3	64	15.3

●「月に数回」が48.6%と最も多い。

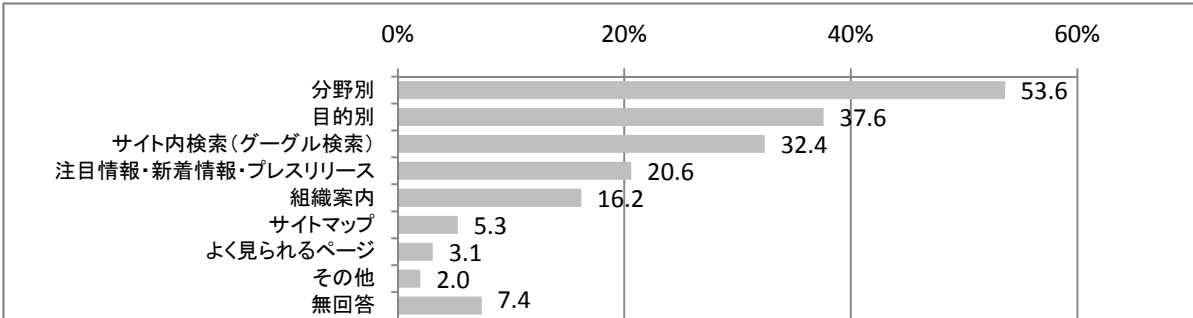


### 問5-2 県のホームページで知りたい情報を探す方法であてはまるものをすべて選んでください。(○はいくつでも)

	平成27年度 n=457		(参考) 平成24年度 n=419	
	回答数 (人)	割合 (%)	回答数 (人)	割合 (%)
分野別	245	53.6	127	30.3
目的別	172	37.6	215	51.3
サイト内検索(グーグル検索)	148	32.4	160	38.2
注目情報・新着情報・プレスリリース	94	20.6	—	—
組織案内	74	16.2	77	18.4
サイトマップ	24	5.3	36	8.6
よく見られるページ	14	3.1	—	—
その他	9	2.0	6	1.4
無回答	34	7.4	32	7.6

注) 平成24年度調査の調査項目にないものは「—」で表示

●「分野別」が53.6%と最も多い。

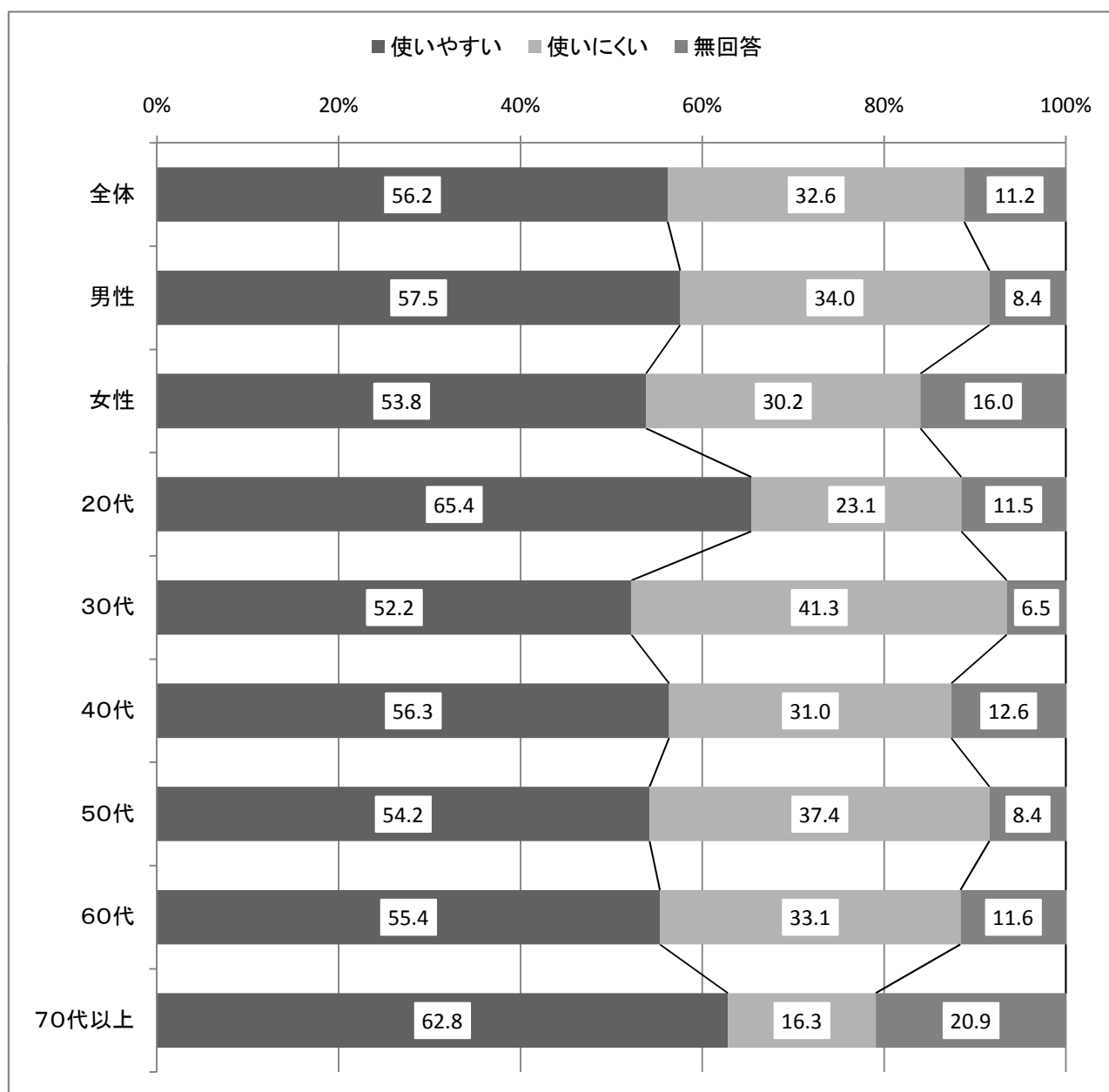


＜県のホームページの使いやすさについて＞  
「使いやすい」が約6割、「使いにくい」が約3割

問5-3 県のホームページは、使いやすいですか。(○は1つ)

	n= 457	回答数 (人)	割合 (%)
使いやすい		257	56.2
使いにくい		149	32.6
無回答		51	11.2

●男性(57.5%)、女性(53.8%)とも「使いやすい」が半数を超えた。年代別では、20代(65.4%)、70代以上(62.8%)において「使いやすい」が平均を上回り、他の年代に比べて高い。



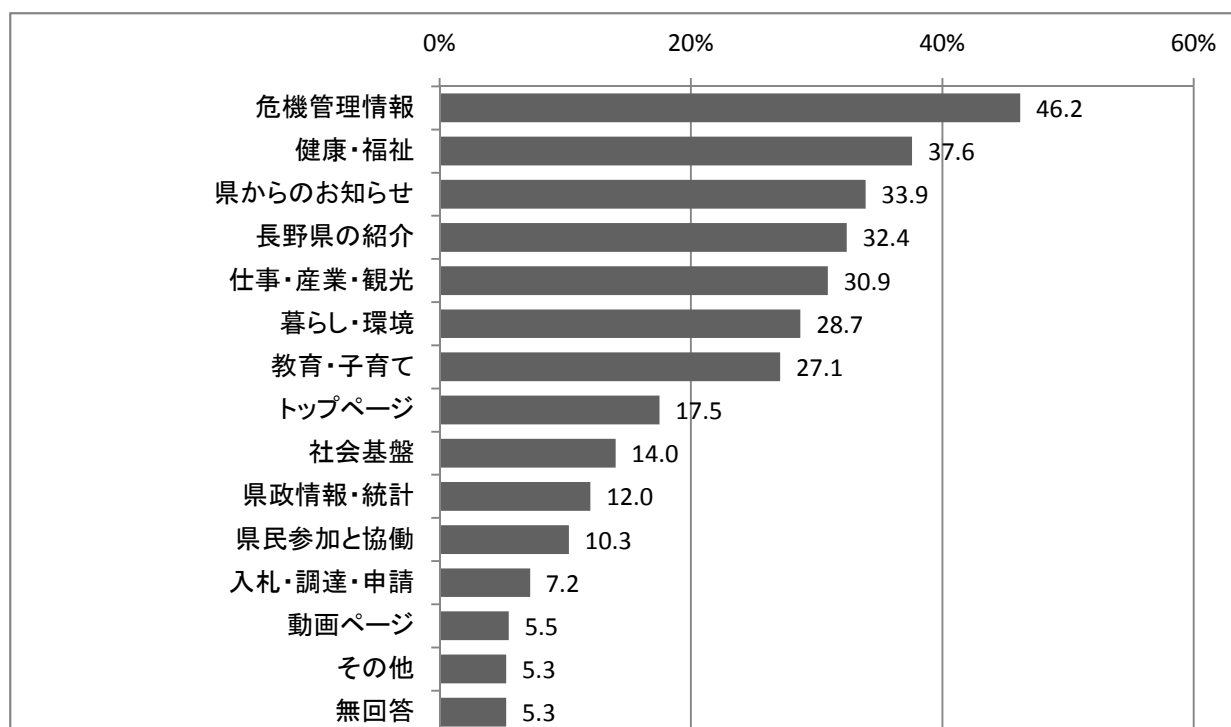
＜県のホームページで充実してほしいページについて＞

「危機管理情報(災害情報など)」が約5割、「健康・福祉(保健・医療制度、高齢者・障がい者福祉など)」が約4割

問5-4 県のホームページで充実してほしいページで、あてはまるものをすべて選んでください。  
(○はいくつでも)

	n= 457	回答数 (人)	割合 (%)
危機管理情報(災害情報など)		211	46.2
健康・福祉(保健・医療制度、高齢者・障がい者福祉など)		172	37.6
県からのお知らせ(広報ながのけん、プレスリリースなど)		155	33.9
長野県の紹介(写真で見る県政「ほっとフォト信州」など)		148	32.4
仕事・産業・観光(就労支援、企業支援、「さわやか信州旅net」など)		141	30.9
暮らし・環境(公共交通機関、県税、自然環境保護など)		131	28.7
教育・子育て(子育て支援、学校教育、文化・芸術など)		124	27.1
トップページ		80	17.5
社会基盤(道路情報、河川管理など)		64	14.0
県政情報・統計(長野県中期総合計画、統計情報など)		55	12.0
県民参加と協働(県民ホットライン、県政タウンミーティングなど)		47	10.3
入札・調達・申請(公共工事入札・契約情報など)		33	7.2
動画ページ		25	5.5
その他		24	5.3
無回答		24	5.3

●「危機管理情報(災害情報)」が46.2%と最も高く、次に「健康・福祉(保健・医療制度、高齢者・障がい者福祉)」(37.6%)が高い割合となっている。





## 《県歌「信濃の国」について》

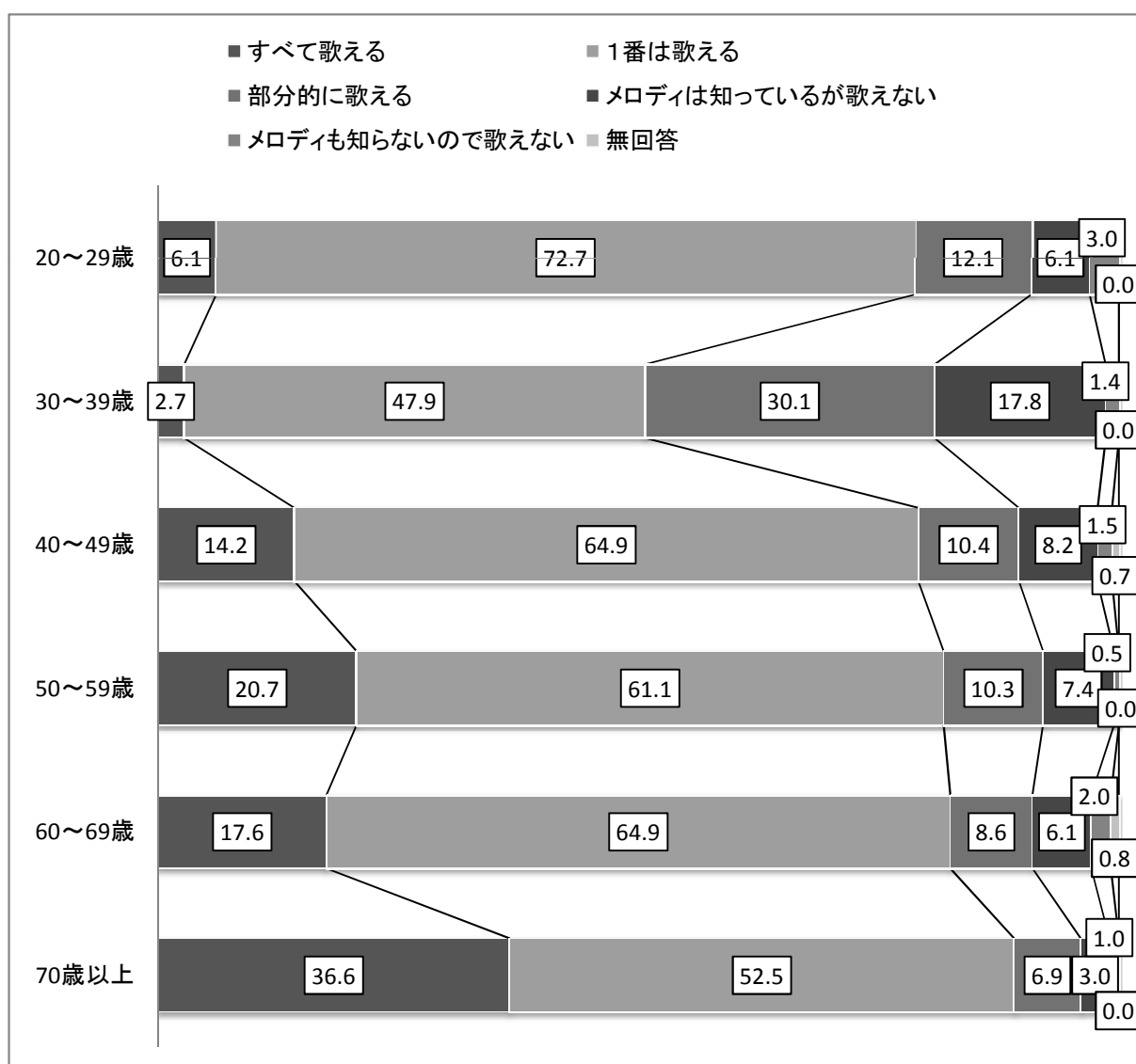
＜県歌「信濃の国」の認知度等について＞

「すべて歌える」と「1番は歌える」を合わせて約8割

問6 県歌「信濃の国」を歌えますか。(○は1つ)

	n=794	回答数 (人)	割合 (%)
すべて歌える		148	18.6
1番は歌える		483	60.8
1番は歌えないが、部分的に歌える		90	11.3
メロディは知っているが歌えない		59	7.4
メロディも知らないので歌えない		11	1.4
無回答		3	0.4

●年代別では、「すべて歌える」と「1番は歌える」を合わせた割合が高いのは70歳以上(89.1%)となっている。

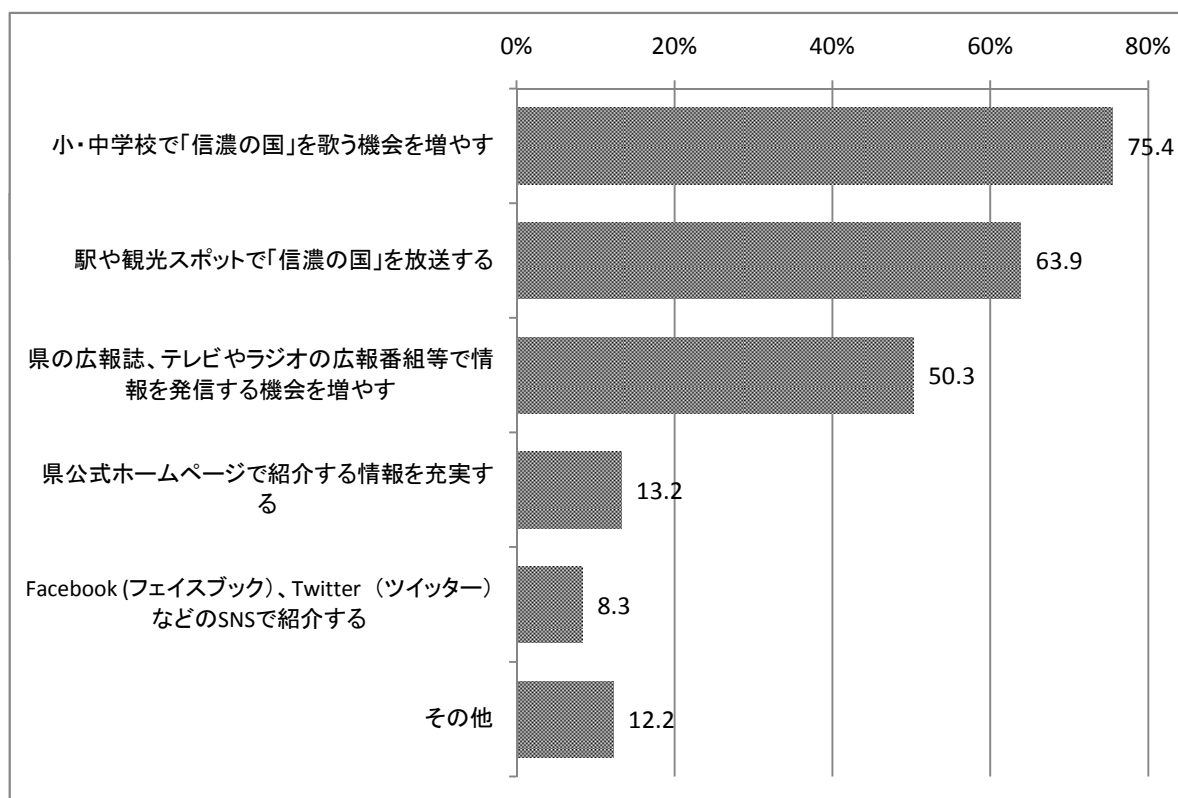


＜「信濃の国」の効果的な発信方法について＞  
「小・中学校で「信濃の国」を歌う機会を増やす」が8割弱

問7 県歌「信濃の国」の魅力を広め、より多くの方々に知っていただくために、効果的と考えられる取組をすべて選んでください。(〇はいくつでも)

	n=794	回答数 (人)	割合 (%)
小・中学校で「信濃の国」を歌う機会を増やす		599	75.4
駅や観光スポットで「信濃の国」を放送する		507	63.9
県の広報誌、テレビやラジオの広報番組等で情報を発信する機会を増やす		399	50.3
県公式ホームページで紹介する情報を充実する		105	13.2
Facebook(フェイスブック)、Twitter(ツイッター)などのSNSで紹介する		66	8.3
その他		97	12.2

●「小・中学校で信濃の国を歌う機会を増やす」が75.4%で最も高く、次いで「駅や観光スポットで信濃の国を放送する」(63.9%)、「県の広報誌、テレビやラジオの広報番組等で情報を発信する機会を増やす」(50.3%)となっている。



その他としては「県内の高校・大学等でも取組を行うとよい」、「信濃の国の歌詞に登場する名所等について動画サイトなどで紹介するとよい」、「着メロをダウンロードできるようにする」等の回答が見られた。

## 《県産農産物の認知度・購入意識・食生活について》

### ＜信州オリジナル食材等の認知度＞

りんご3兄弟(シナノスイート・シナノゴールド・秋映)の認知度は8割を超えるとともに、前年度から順調に認知度が伸びている。また、「信州サーモン」も9割を超え、(1.9ポイント増)認知度が高い。  
また、「おいしい信州ふーど(風土)」の認知度は約6割となり前年度から約13.4ポイントの増加となった。

問8 長野県では県産農産物の認知度向上を図り、オリジナル食材の消費拡大に取り組んでいます。県の取組や制度、オリジナル食材をご存知ですか。項目ごとにあてはまるものを選んでください。(○はそれぞれ1つずつ)

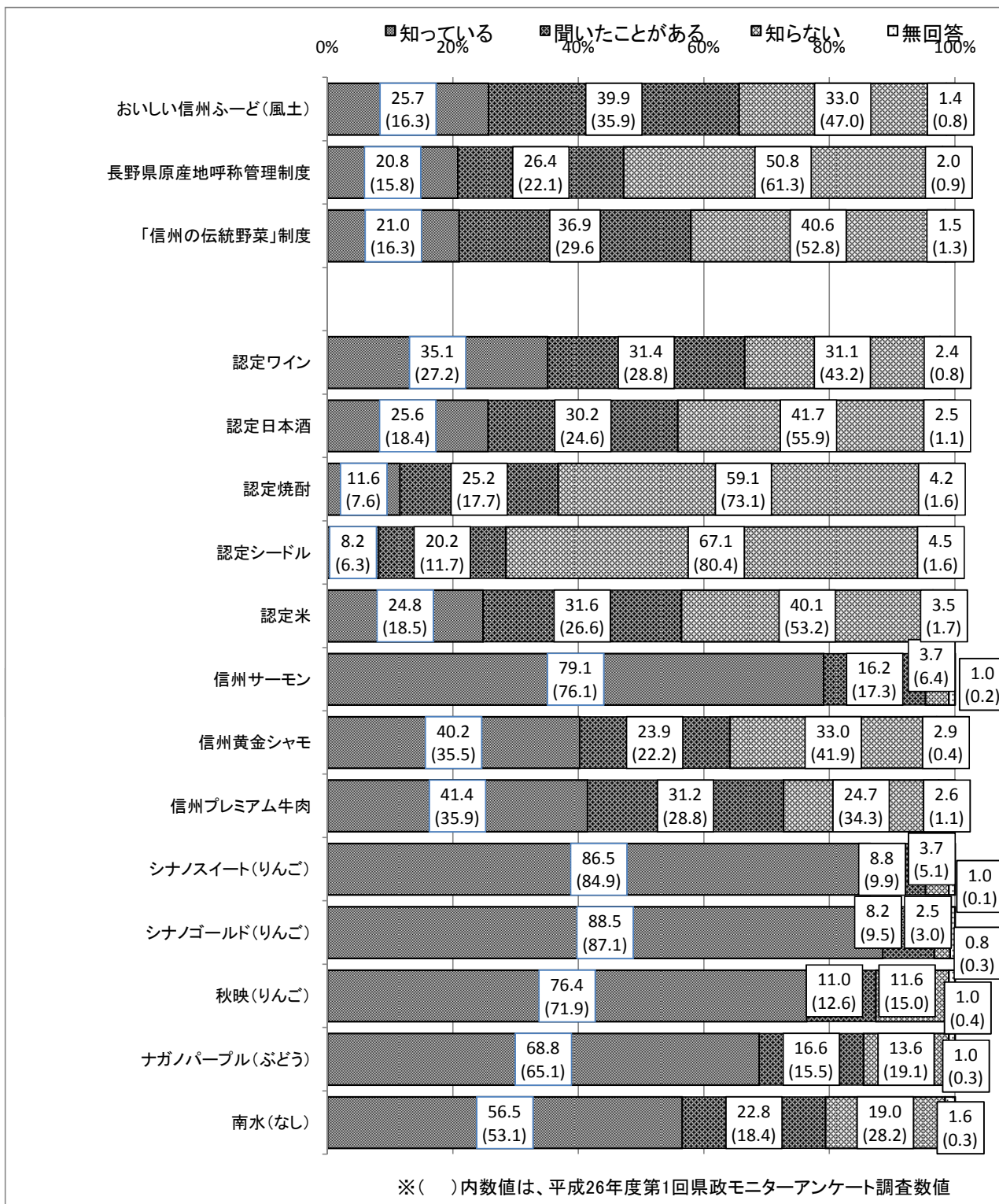
上段:回答者数(人)

下段:割合(%)

n=794 (H26年8月実施 n=925)

			知っていますか				(参考)H26年度			
			知っている	聞いたことがある	知らない	無回答	知っている	聞いたことがある	知らない	無回答
◇県が取り組む認定制度について										
①	「おいしい信州ふーど(風土)」		204	317	262	11	151	332	435	7
			25.7	39.9	33.0	1.4	16.3	35.9	47	0.8
②	長野県原産地呼称管理制度		165	210	403	16	146	204	567	8
			20.8	26.4	50.8	2.0	15.8	22.1	61.3	0.9
③	「信州の伝統野菜」制度		167	293	322	12	151	274	488	12
			21.0	36.9	40.6	1.5	16.3	29.6	52.8	1.3
◇長野県のオリジナル食材について										
①	原産地呼称管理制度	認定ワイン	279	249	247	19	252	266	400	7
			35.1	31.4	31.1	2.4	27.2	28.8	43.2	0.8
②		認定日本酒	203	240	331	20	170	228	517	10
			25.6	30.2	41.7	2.5	18.4	24.6	55.9	1.1
③		認定焼酎	92	200	469	33	70	164	676	15
			11.6	25.2	59.1	4.2	7.6	17.7	73.1	1.6
④		認定シードル	65	160	533	36	58	108	744	15
			8.2	20.2	67.1	4.5	6.3	11.7	80.4	1.6
⑤		認定米	197	251	318	28	171	246	492	16
			24.8	31.6	40.1	3.5	18.5	26.6	53.2	1.7
⑥	信州サーモン	628	129	29	8	704	160	59	2	
		79.1	16.2	3.7	1.0	76.1	17.3	6.4	0.2	
⑦	信州黄金シャモ	319	190	262	23	328	205	388	4	
		40.2	23.9	33.0	2.9	35.5	22.2	41.9	0.4	
⑧	信州プレミアム牛肉	329	248	196	21	332	266	317	10	
		41.4	31.2	24.7	2.6	35.9	28.8	34.3	1.1	
⑨	シナノスイート (りんご)	687	70	29	8	785	92	47	1	
		86.5	8.8	3.7	1.0	84.9	9.9	5.1	0.1	
⑩	シナノゴールド (りんご)	703	65	20	6	806	88	28	3	
		88.5	8.2	2.5	0.8	87.1	9.5	3.0	0.3	
⑪	秋映 (りんご)	607	87	92	8	665	117	139	4	
		76.4	11.0	11.6	1.0	71.9	12.6	15.0	0.4	
⑫	ナガノパープル (ぶどう)	546	132	108	8	602	143	177	3	
		68.8	16.6	13.6	1.0	65.1	15.5	19.1	0.3	
⑬	南水 (なし)	449	181	151	13	491	170	261	3	
		56.5	22.8	19.0	1.6	53.1	18.4	28.2	0.3	

● 信州オリジナル食材では、「シナノゴールド」(96.7%)、「シナノスイート」(95.3%)とりんごの認知度が高く、「信州サーモン」(95.3%)が続いている。



＜長野県産又は地場産の意識＞

野菜、果物は「常に意識して購入している」、「時々意識して購入している」を合わせた割合が8割に達し、きのこも7割を超えており、前年度に続き高い水準で推移している。

問9 あなたは、日頃、農産物を購入する際に、「長野県産又は地場産」を意識していますか。  
項目ごとにあてはまるものを選んでください。(○はそれぞれ1つずつ)

n=794 (H26年8月実施n=925)

①米	回答数 (人)	割合 (%)	(参考)H26年度	
			回答数(人)	割合(%)
常に意識して購入している	397	50.0	434	46.9
時々意識して購入している	168	21.2	202	21.8
意識していない	141	17.8	201	21.7
わからない	39	4.9	51	5.5
無回答	49	6.2	37	4.0

④食肉	回答数 (人)	割合 (%)	(参考)H26年度	
			回答数(人)	割合(%)
常に意識して購入している	208	26.2	216	23.4
時々意識して購入している	268	33.8	338	36.5
意識していない	279	35.1	338	36.5
わからない	20	2.5	25	2.7
無回答	19	2.4	8	0.9

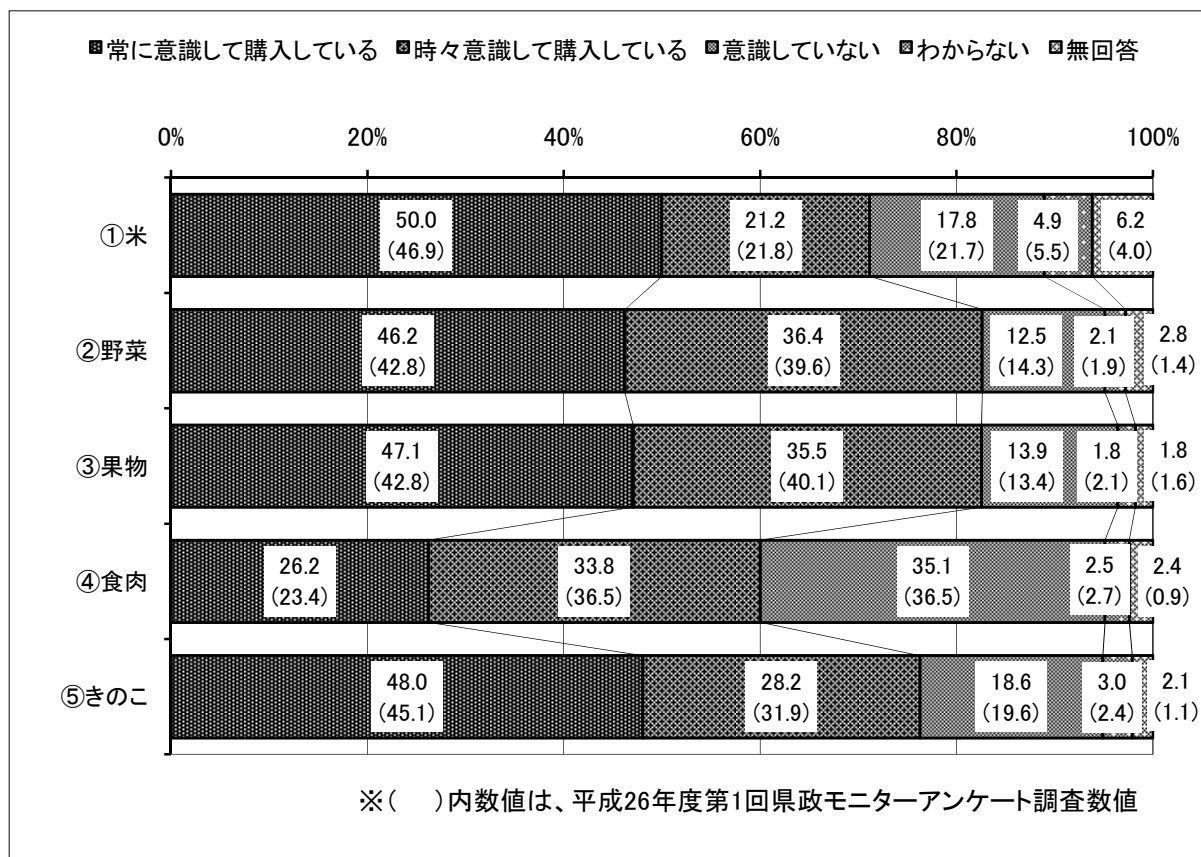
②野菜	回答数 (人)	割合 (%)	(参考)H26年度	
			回答数(人)	割合(%)
常に意識して購入している	367	46.2	396	42.8
時々意識して購入している	289	36.4	366	39.6
意識していない	99	12.5	132	14.3
わからない	17	2.1	18	1.9
無回答	22	2.8	13	1.4

⑤きのこ	回答数 (人)	割合 (%)	(参考)H26年度	
			回答数(人)	割合(%)
常に意識して購入している	381	48.0	417	45.1
時々意識して購入している	224	28.2	295	31.9
意識していない	148	18.6	181	19.6
わからない	24	3.0	22	2.4
無回答	17	2.1	10	1.1

③果物	回答数 (人)	割合 (%)	(参考)H26年度	
			回答数(人)	割合(%)
常に意識して購入している	374	47.1	396	42.8
時々意識して購入している	282	35.5	371	40.1
意識していない	110	13.9	124	13.4
わからない	14	1.8	19	2.1
無回答	14	1.8	15	1.6

# 【品目別】

●野菜、果物は8割以上が「長野県産又は地場産」を意識して購入している。また、きのこも7割を超えており、総じて農産物購入時における「長野県産又は地場産」の意識度は高い。



＜食生活上の実践度＞

食生活上の実践において、すべての項目で「おおむねできている」又は「ほとんどできている」と回答した者は全体の79.2%(前年度(56.6%)から大幅に増加)となっている。

また、①から⑤の中に1項目以上「あまりできていない」又は「まったくできていない」と回答した者は、全体の19.6%(前年度(41.6%)から大幅に減少)となっている。

問10 あなたは、日常の食生活についてどの程度実践していますか。

n=794(H26年8月実施n=925)

①食事を楽しむ	回答数 (人)	割合 (%)	(参考)H26年度	
			回答数(人)	割合(%)
ほとんどできている	220	27.7	252	27.2
おおむねできている	443	55.8	527	57.0
あまりできていない	116	14.6	127	13.7
まったくできていない	7	0.9	12	1.3
無回答	8	1.0	7	0.8

②主食、主菜、副菜を基本としたバランスのとれた食事	回答数 (人)	割合 (%)	(参考)H26年度	
			回答数(人)	割合(%)
ほとんどできている	199	25.1	235	25.4
おおむねできている	459	57.8	517	55.9
あまりできていない	118	14.9	155	16.8
まったくできていない	11	1.4	11	1.2
無回答	7	0.9	7	0.8

③ごはんなどの穀類をしっかりとする	回答数 (人)	割合 (%)	(参考)H26年度	
			回答数(人)	割合(%)
ほとんどできている	410	51.6	516	55.8
おおむねできている	318	40.1	327	35.4
あまりできていない	53	6.7	68	7.4
まったくできていない	5	0.6	5	0.5
無回答	8	1.0	9	1.0

④家庭で料理をつくる際に、時々では地元農産物を利用する	回答数 (人)	割合 (%)	(参考)H26年度	
			回答数(人)	割合(%)
ほとんどできている	348	43.8	404	43.7
おおむねできている	341	42.9	384	41.5
あまりできていない	94	11.8	121	13.1
まったくできていない	5	0.6	9	1.0
無回答	6	0.8	7	0.8

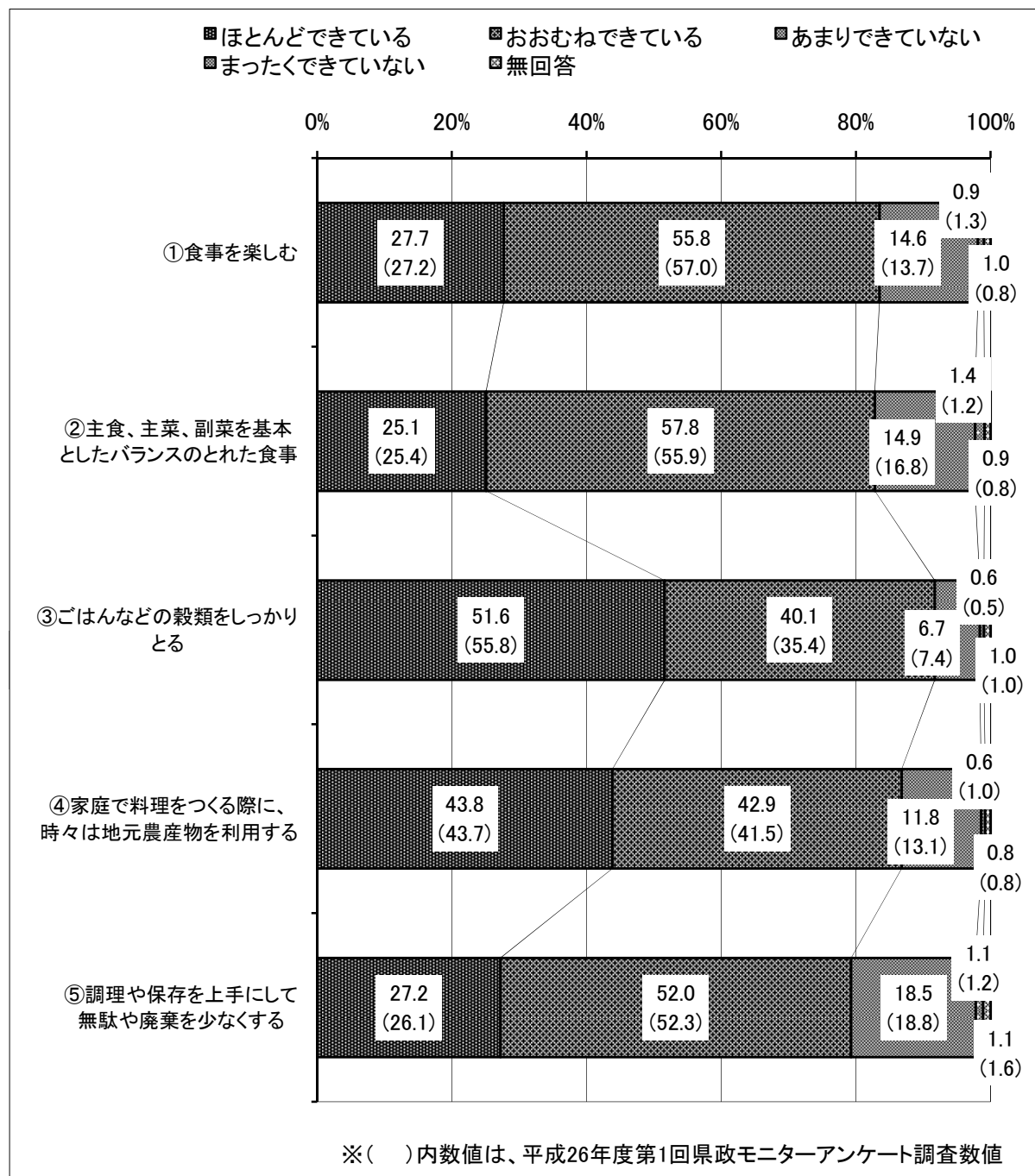
⑤調理や保存を上手にして無駄や廃棄を少なくする	回答数 (人)	割合 (%)	(参考)H26年度	
			回答数(人)	割合(%)
ほとんどできている	216	27.2	241	26.1
おおむねできている	413	52.0	484	52.3
あまりできていない	147	18.5	174	18.8
まったくできていない	9	1.1	11	1.2
無回答	9	1.1	15	1.6

総 合	回答数 (人)	割合 (%)	(参考)H26年度	
			回答数(人)	割合(%)
①から⑤のすべてが「おおむねできている」又は「ほとんどできている」と回答した者	629	79.2	524	56.6
①から⑤の中に1項目以上「あまりできていない」又は「まったくできていない」と回答した者	156	19.6	385	41.6

【区分別】

●「ごはんなどの穀物をしっかりとる」は9割以上が「できている」と答えている。

また、「家庭で料理をつくる際に時々地元農産物を利用する」「食事を楽しむ」「主食、主菜、副菜を基本としたバランスのとれた食事」の実践についても8割以上が「できている」であり、食生活上の実践度はいずれも高い水準にある。





## 《県職員の姿勢・行動について》

### ＜県職員の県民の期待への対応度＞

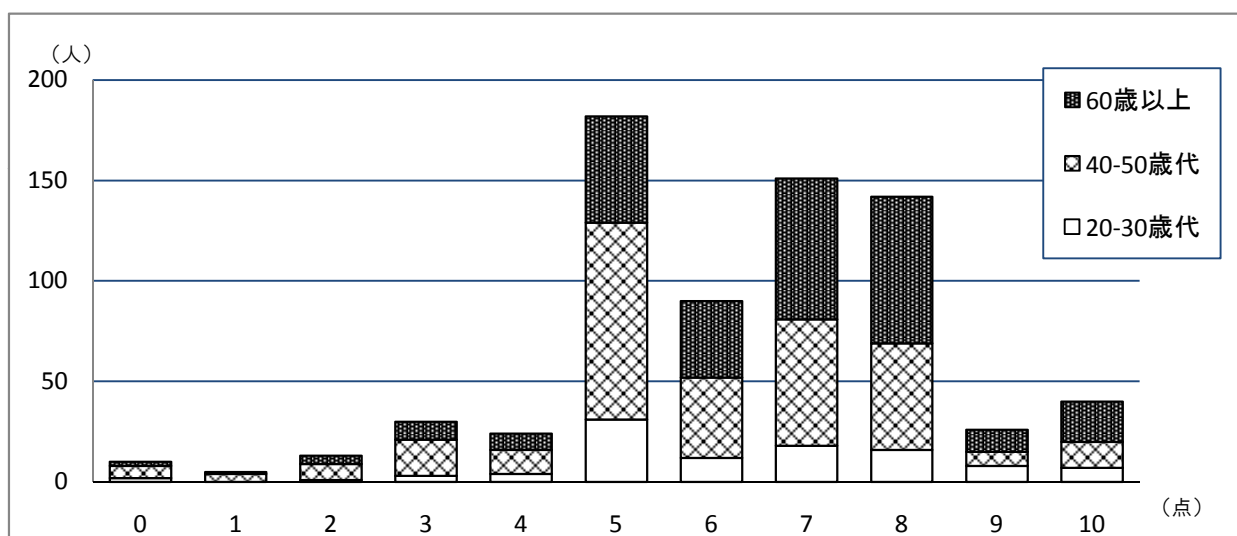
県職員がどの程度県民の期待に応えられているかについての県民評価は6.3点  
(前回調査(H26.8実施)における平均点は5.9点)

問11 県の職員は、県民の皆様の期待にどの程度応えられていると思いますか。  
(10点満点の点数を記入してください。)

n=794 (H26年8月実施n=925)

年代	回答数 (人)	平均 (点)	(参考)H26年度	
			回答数(人)	平均(点)
20～30歳代	102	6.4	139	5.6
40～50歳代	322	5.9	399	5.7
60歳以上	289	6.7	326	6.3
全体	713	6.3	864	5.9
無回答	81	—	61	—

●最も多い評価は「5点」。平均点は、60歳以上が最も高く(6.7点)、いずれの年代においても昨年度よりも評価が上がっている。



＜県職員の仕事への取組姿勢＞

県職員の仕事に対する姿勢についての県民の評価は6. 2点  
(前回調査(H26.8実施)における平均点は5. 9点)

問12 県の職員は、「高い志と仕事への情熱を持って職務に取り組んでいる」と思いますか。  
(10点満点の点数を記入してください。)

n=794 (H26年8月実施n=925)

年代	回答数 (人)	平均 (点)	(参考)H26年度	
			回答数(人)	平均(点)
20～30歳代	100	6.2	139	5.4
40～50歳代	319	5.9	398	5.6
60歳以上	289	6.6	322	6.4
全体	708	6.2	859	5.9
無回答	86	—	66	—

●最も多い評価は「5点」。平均点は、60歳以上が最も高く(6. 6点)、いずれの年代においても昨年度よりも評価が上がっている。

