

Ⅱ 結果の内容

《信州ジビエについて》

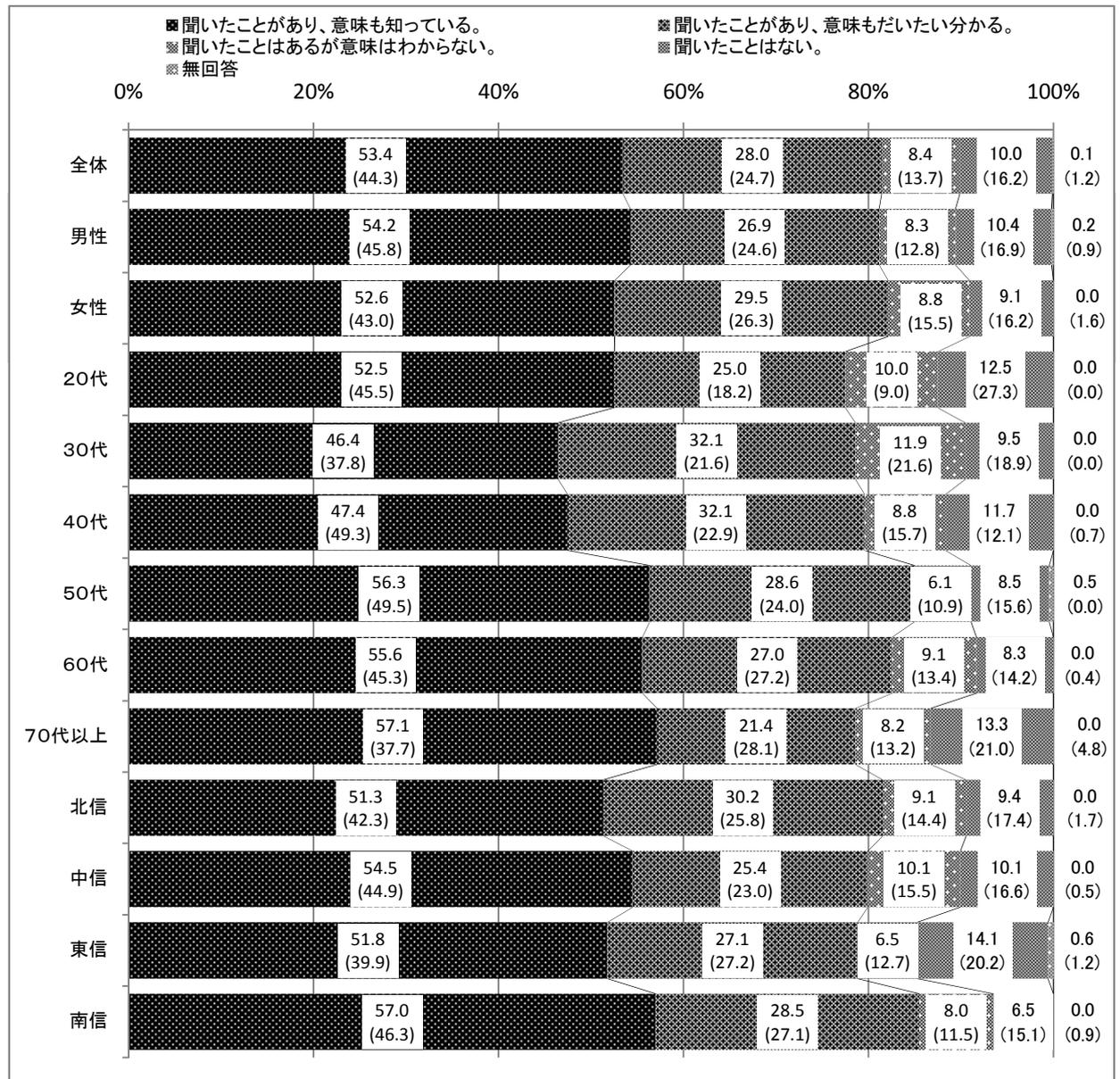
＜ジビエという言葉の認知度＞

「聞いたことがあり、意味も知っている」と「聞いたことがあり、意味もだいたい分かる」を合わせて約8割

問1 あなたは、「ジビエ」という言葉を聞いたことがありますか。

	H27年度 n=829		(参考)H24年度 n=870	
	回答数(人)	割合(%)	回答数(人)	割合(%)
聞いたことがあり、意味も知っている。	443	53.4	385	44.3
聞いたことがあり、意味もだいたい分かる。	232	28.0	215	24.7
聞いたことはあるが意味はわからない。	70	8.4	119	13.7
聞いたことはない。	83	10.0	141	16.2
無回答	1	0.1	10	1.2

●全体では、「聞いたことがあり、意味も知っている。」が53.4%で最も多い。地域別では南信が最も認知度が高いが、他地区との差は少ない。



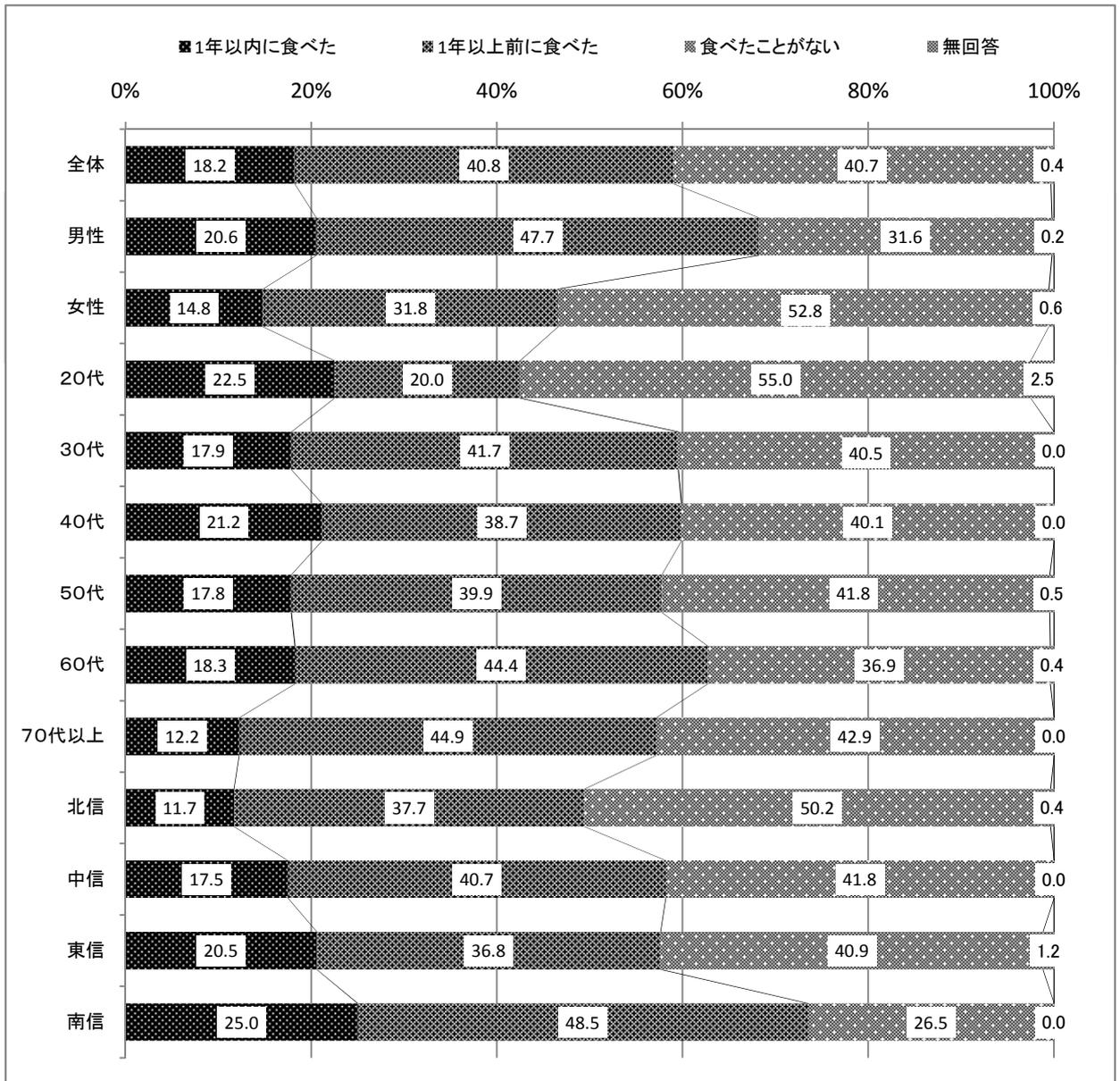
＜シカ肉を食べた経験＞

1年以内に食べた人と「1年以上前に食べた人」を合わせて約6割

問2 シカ肉を食べたことはありますか。

	H27年度 n=829		(参考)H24年度 n=870	
	回答数(人)	割合(%)	回答数(人)	割合(%)
1年以内に食べた	151	18.2	401	46.1
1年以上前に食べた	338	40.8		
食べたことがない	337	40.7	460	52.9
無回答	3	0.4	9	1.0

●男性の7割弱が食べたことがあるのに対し、女性は5割弱と差がある。地域では南信の7割強が食べたことがあり、他よりも高くなっている。20代は7割強が「ジビエ」という言葉を知っているが、4割強しか食べたことがない。

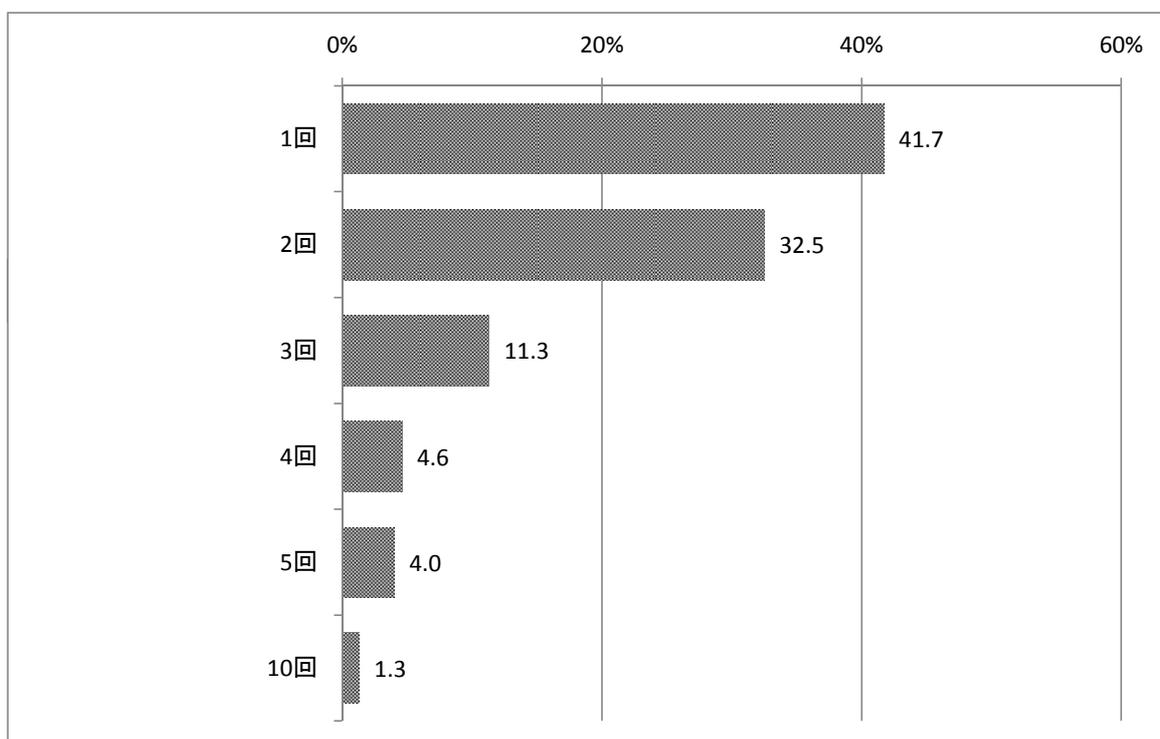


＜シカ肉を食べた経験 1年以内に食べた回数＞
シカ肉を1年以内に食べた人は2割弱

問2 シカ肉を食べたことはありますか。

	n= 151	回答数 (人)	割合 (%)
1回		63	41.7
2回		49	32.5
3回		17	11.3
4回		7	4.6
5回		6	4.0
10回		2	1.3
無回答		7	4.6

●1年以内に食べたことがある方も、年に1～2回食べる程度。

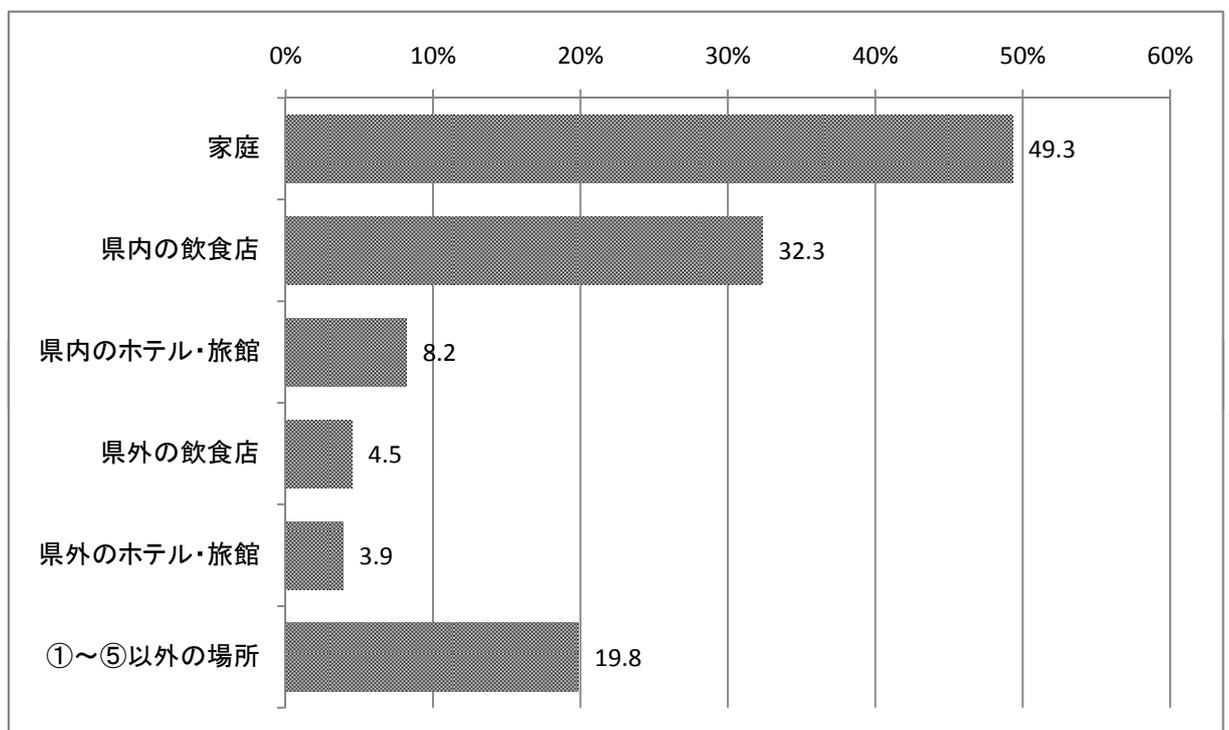


＜シカ肉を食べた場所＞
 「家庭」と「県内の飲食店」を合わせて8割超

問3 シカ肉を食べたことがある方にお伺いします。どこで食べましたか(複数回答)

	n= 489	回答数 (人)	割合 (%)
家庭		241	49.3
県内の飲食店		158	32.3
県内のホテル・旅館		40	8.2
県外の飲食店		22	4.5
県外のホテル・旅館		19	3.9
①～⑤以外の場所		97	19.8

●「家庭」が49.3%と最も高く、次に「県内の飲食店」の(32.3%)が高い割合となっている。
 県外で食べたことがある方は1割もいない。



＜シカ肉を食べた事がない理由＞

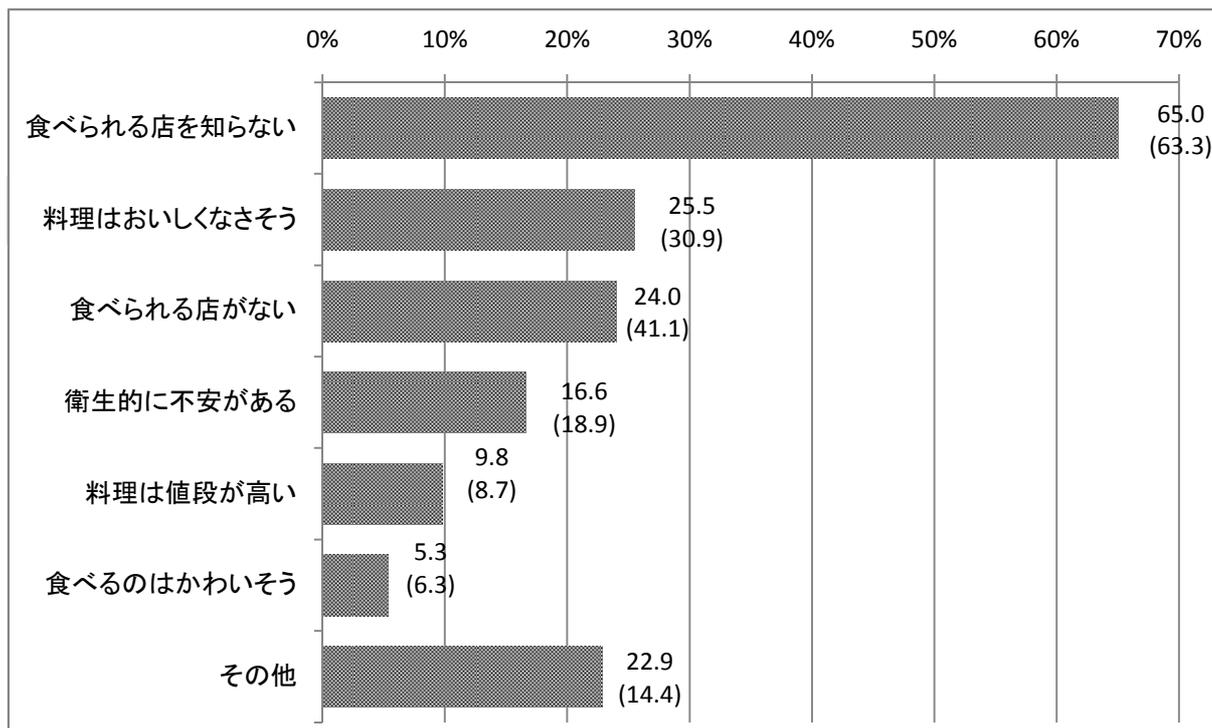
「食べられる店を知らない。」が6割超、次いで「料理はおいしくなさそう」と「食べられる店がない」が2割超

問4 「シカ肉を食べたことがない」と答えた方にお伺いします。それはどうしてですか。(複数回答)

	H27年度 n=337		(参考)H24年度 n=460	
	回答数(人)	割合(%)	回答数(人)	割合(%)
食べられる店を知らない	219	65.0	291	63.3
料理はおいしくなさそう	86	25.5	142	30.9
食べられる店がない	81	24.0	189	41.1
衛生的に不安がある	56	16.6	87	18.9
料理は値段が高い	33	9.8	40	8.7
食べるのはかわいそう	18	5.3	29	6.3
その他	77	22.9	66	14.4

●「シカ肉を食べられる店を知らない。」が65.0%と最も高く、次に「シカ肉を食べられる店がない。」(24.0%)、「シカ肉の料理はおいしくなさそう。」(25.5%)が高い割合となっている。

前回調査に比べ「シカ肉を食べられるお店がない」は約15%、「料理はおいしくなさそう」は約5%下がっている。



その他としては、「食べたいとは思わない」、「肉全般が嫌い」、「習慣がない」等の回答が見られたほか、「食べる機会がない」「食べてみたいが店をしらない」といった回答もあった。

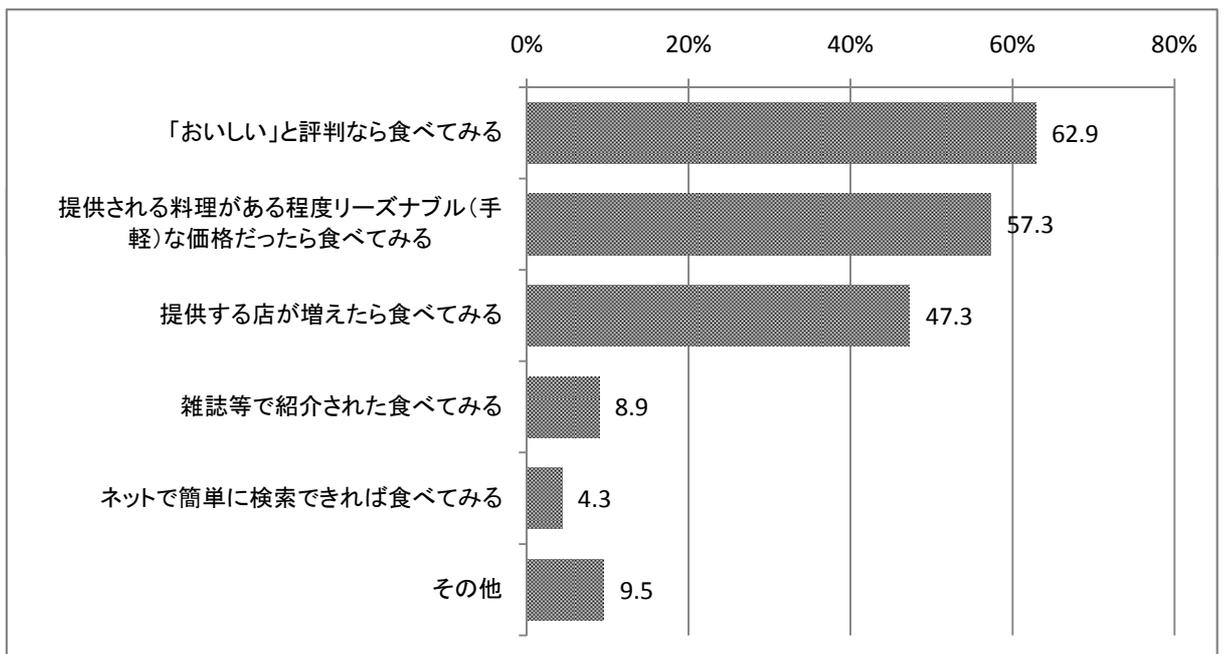
＜シカ肉を飲食店で食べる条件＞

「おいしい」と評判なら食べてみる」が6割超、次いで「料理がある程度手頃な価格である」が6割弱

問5 レストランや食堂などでシカ肉の料理を食べるとしたら、どのような条件が必要ですか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

	n= 829	回答数 (人)	割合 (%)
「おいしい」と評判なら食べてみる		521	62.9
提供される料理がある程度リーズナブル(手軽)な価格だったら食べてみる		475	57.3
提供する店が増えたら食べてみる		392	47.3
雑誌等で紹介された食べてみる		74	8.9
ネットで簡単に検索できれば食べてみる		36	4.3
その他		79	9.5

●「おいしいと評判なら食べてみる」が62.9%と最も高く、次に「提供される料理がある程度リーズナブル(手軽)な価格だったら食べてみる」(57.3%)、「提供する店が増えたら食べてみる」(47.3%)が高い割合となっている。



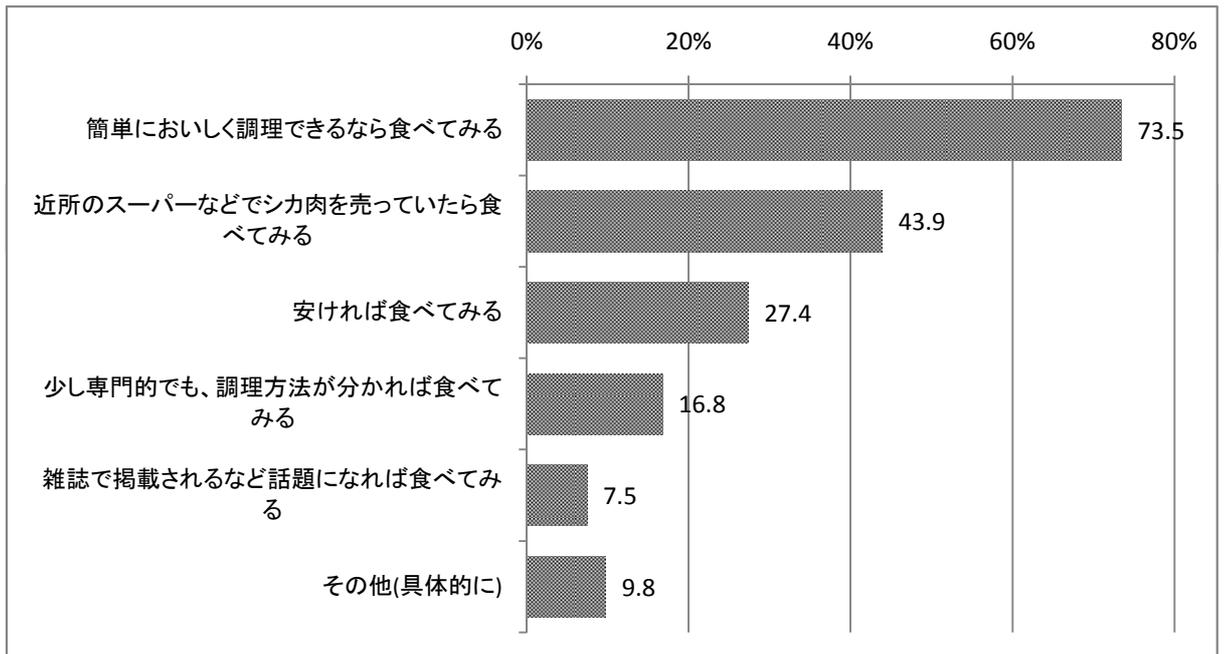
その他としては「関心がない」、「食べたくない」といった意見のほか、衛生面の不安や値段の高さに関する意見等も見られた。

＜シカ肉を家庭で食べる条件＞
 「簡単においしく調理できるなら食べてみる」が7割超

問6 家庭でシカ肉の料理を食べるとしたら、どのような条件が必要ですか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

	n= 829	回答数 (人)	割合 (%)
簡単においしく調理できるなら食べてみる		609	73.5
近所のスーパーなどでシカ肉を売っていたら食べてみる		364	43.9
安ければ食べてみる		227	27.4
少し専門的でも、調理方法が分かれば食べてみる		139	16.8
雑誌で掲載されるなど話題になれば食べてみる		62	7.5
その他(具体的に)		81	9.8

●「簡単においしく調理できるなら食べてみる」が73.5%と最も高く、次に「近所のスーパーなどでシカ肉を売っていたら食べてみる」(43.9%)が高い割合となっている。



その他としては「食べたくない」、「安全性が気になる」、「身近になれば食べてみたい」等が見られた。

＜他の都道府県に行っても食べたいと思う物の有無＞
「食べたいと思う食べ物がある」が8割超、その理由は「その物が一番おいしいから」が6割弱

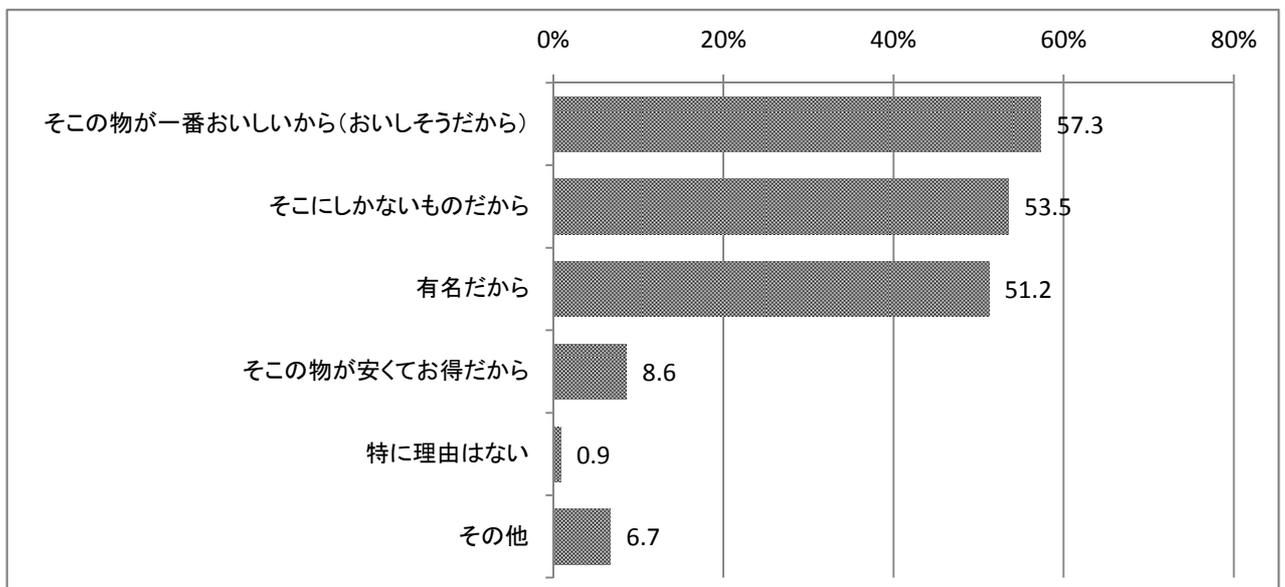
問7 あなたが、他の都道府県に行っても食べたいと思う食べ物がありますか。

	n= 829	回答数 (人)	割合 (%)
はい		686	82.8
いいえ		138	16.7
無回答		5	0.6

問7で「はい」と答え方
そのように思う理由はなんですか。(複数回答)

	n= 686	回答数 (人)	割合 (%)
その物が一番おいしいから(おいしそうだから)		393	57.3
そこにしかないものだから		367	53.5
有名だから		351	51.2
その物が安くてお得だから		59	8.6
特に理由はない		6	0.9
その他		46	6.7

●「その物が一番おいしいから(おいしそうだから)」が57.3%と最も高く、次に「そこにしかないものだから」(53.5%)、「有名だから」(51.2%)が高い割合となっている。



その他としては「地方の食文化だから」、「その場所で、そのお店・そのご主人に調理していただくために行く」、「その土地の分化・気候などに根ざしているもので、風情と一緒に味わえる」等が見られた。

《「長野県森林づくり県民税（森林税）」の取組について》

＜森林税の認知度＞

名称、税額に加え、使い道を知っている方が4割超、名称のみを知っている方を含めると認知度は8割超

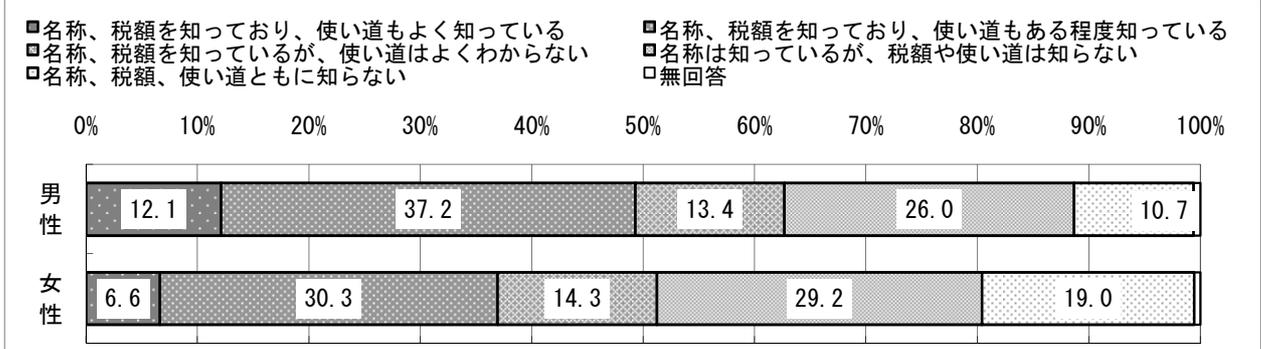
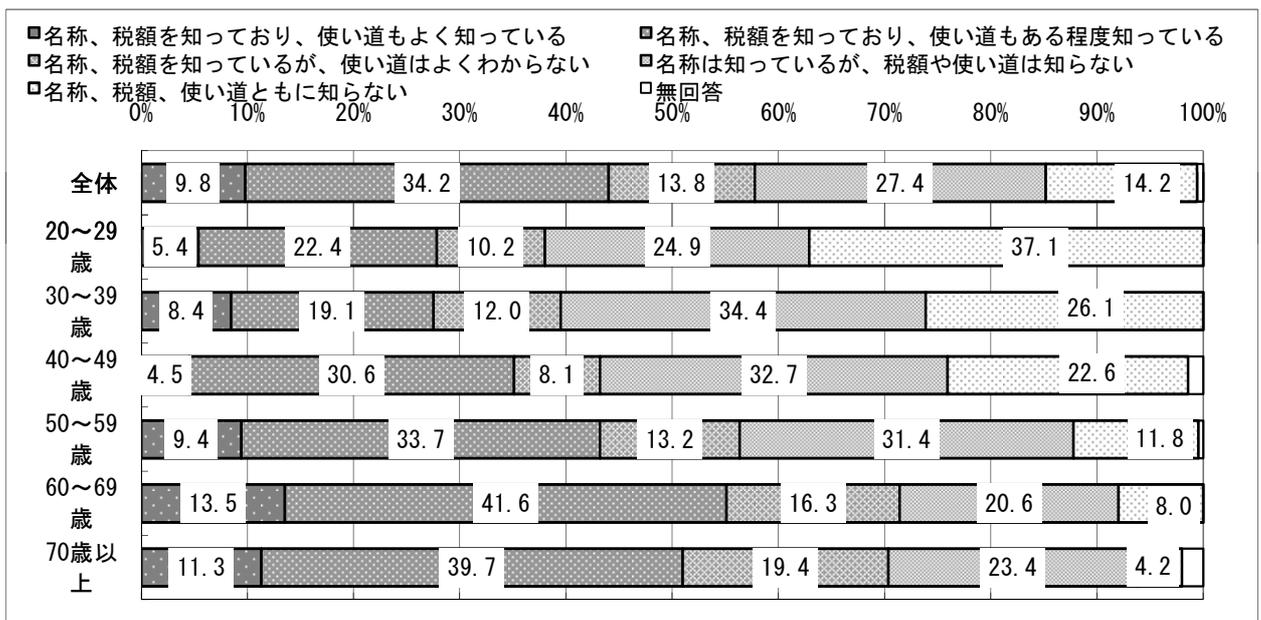
問8 長野県では、平成20年度から森林税を導入し、森林を健全な姿で次の世代に引き継ぐため、県民の皆様のご協力のもと、現在までの7年間(H20～H26)で約2万7千haの里山の森林整備を進めました。

以前から、森林税の名称、税額、使い道についてご存じでしたか。次の中から1つお選びください。

	平成27年度 n=829		(参考) 平成26年度 n=811	
	回答数(人)	割合(%)	回答数(人)	割合(%)
名称、税額を知っており、使い道もよく知っている	81	9.8%	84	10.4%
名称、税額を知っており、使い道もある程度知っている	284	34.2%	242	29.8%
名称、税額を知っているが、使い道はよくわからない	114	13.8%	147	18.1%
名称は知っているが、税額や使い道は知らない	227	27.4%	170	21.0%
名称、税額、使い道ともに知らない	118	14.2%	168	20.7%
無回答	5	0.6%	0	0.0%

●森林税の認知度は、税額、使い道を知らない人も含めて85.2%で、前年度(79.3%)を上回る。

●「名称、税額を知っており、使い道もある程度知っている」が34.2%と最も高く、次いで「名称は知っているが、税額や使い道は知らない」(27.4%)、「名称、税額、使い道ともに知らない」(14.2%)と続いている。上位は、前年度と同じ3項目で、割合は、上位2項目が前年度を上回り、次ぐ1項目が下回る。



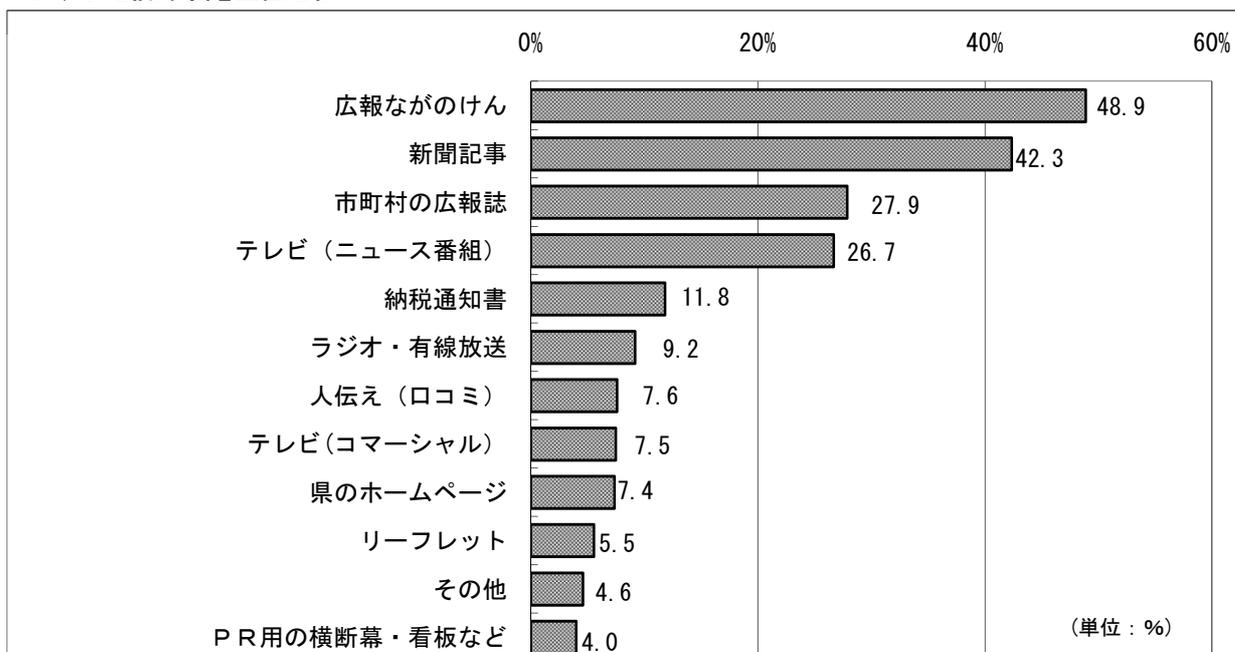
＜森林税の名称、税額、使い道等を知った広報媒体＞
 「広報ながのけん」及び「新聞記事」が約4割、次いで「市町村の広報誌」が約3割

《問7で①から④を選ばれた方》

問9 森林税の名称、税額、使い道などをどのようにお知りになりましたか。これまでに森林税について見たり聞いたりしたことがある項目を、次の中から全てお選びください。

	平成27年度 n=829		(参考) 平成26年度 n=811	
	回答数(人)	割合(%)	回答数(人)	割合(%)
広報ながのけん	405	48.9	315	38.8
新聞記事	351	42.3	315	38.8
市町村の広報誌	231	27.9	201	24.8
テレビ(ニュース番組)	221	26.7	255	31.4
納税通知書	98	11.8	80	9.9
ラジオ・有線放送	76	9.2	104	12.8
人伝え(口コミ)	63	7.6	59	7.3
テレビ(コマーシャル)	62	7.5	66	8.1
県のホームページ	61	7.4	40	4.9
リーフレット	46	5.5	28	3.5
その他	38	4.6	17	2.1
PR用の横断幕・看板など	33	4.0	24	3.0

●広報ながのけんが48.9%で最も高く、次いで新聞記事(42.3%)、市町村の広報誌(27.9%)と続いている。上位2項目は、前年度と同じで、次ぐ1項目は、前年度のテレビ(ニュース)から順位が交替となる。割合は、上位いずれも前年度を上回る。



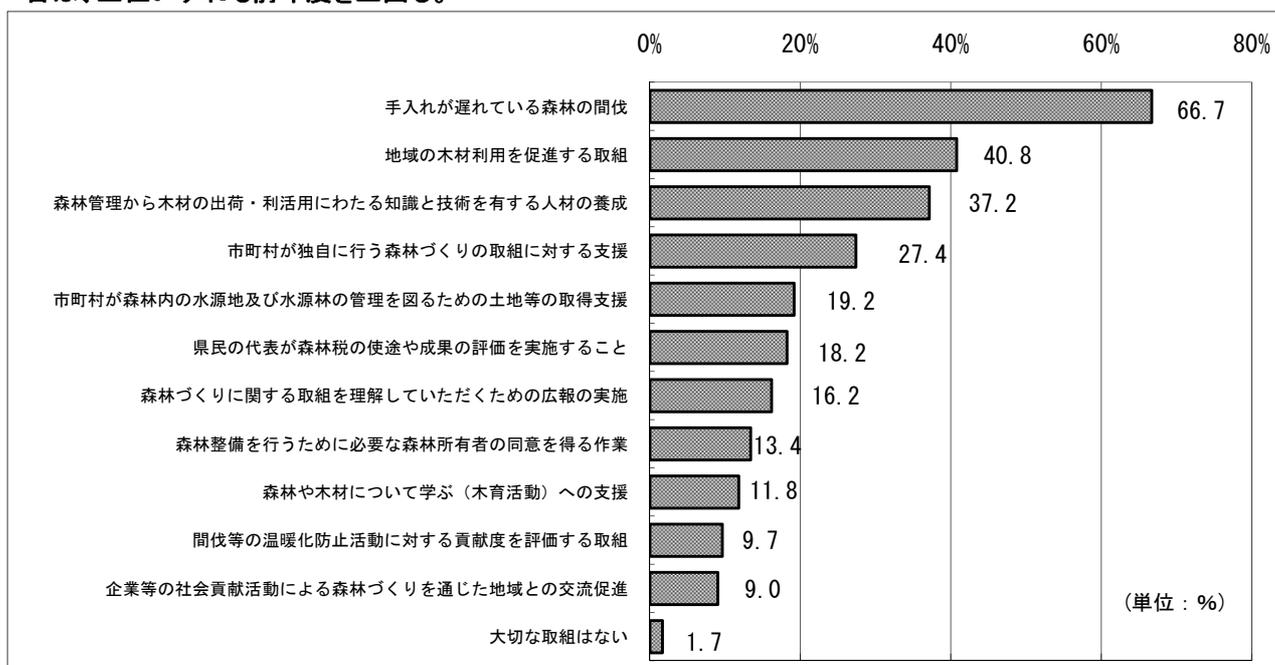
＜森林税の使途として重要な取組＞

「手入れが遅れている森林の間伐」が7割弱、「地域の木材利用を促進する取組」が約4割、「森林管理から木材の出荷・利活用にわたる知識と技術を有する人材の養成」が4割弱

問10 森林税は、現在、以下のような森林づくりに関する取組に活用されています。あなたが大切だと思う取組を、次の中から3つまでお選びください。

	平成27年度 n=829		(参考) 平成26年度 n=811	
	回答数(人)	割合(%)	回答数(人)	割合(%)
手入れが遅れている森林の間伐	553	66.7	538	66.3
地域の木材利用を促進する取組	338	40.8	274	33.8
森林管理から木材の出荷・利活用にわたる知識と技術を有する人材の養成	308	37.2	314	38.7
市町村が独自に行う森林づくりの取組に対する支援	227	27.4	227	28.0
市町村が森林内の水源地及び水源林の管理を図るための土地等の取得支援	159	19.2	178	21.9
県民の代表が森林税の使途や成果の評価を実施すること	151	18.2	132	16.3
森林づくりに関する取組を理解していただくための広報の実施	134	16.2	140	17.3
森林整備を行うために必要な森林所有者の同意を得る作業	111	13.4	105	12.9
森林や木材について学ぶ(木育活動)への支援	98	11.8	119	14.7
間伐等の温暖化防止活動に対する貢献度を評価する取組	80	9.7	94	11.6
企業等の社会貢献活動による森林づくりを通じた地域との交流促進	75	9.0	101	12.5
大切な取組はない	14	1.7	6	0.7

●手入れが遅れている森林の間伐が66.7%で最も高く、次いで「地域材利用」(40.8%)、「人材育成」(37.2%)と続いている。最も重要な取組は、前年度と同じであるが、それに次ぐ2つの取組は互いに順位を交替している。割合は、上位いずれも前年度を上回る。



＜森林税を活用した取組を通じた「森林」に対する関心の変化＞
 「関心が高まった」と「どちらかといえば関心が高まった」を合わせて5割超

問11 あなたは、森林税を活用した様々な取組を通じて、長野県の森林に対する関心は変化しましたか。あてはまるものを選んでください。(○は1つ)

	平成27年度 n=829		(参考) 平成26年度 n=811	
	回答数(人)	割合(%)	回答数(人)	割合(%)
関心は高まった	109	13.1%	125	15.4%
どちらかといえば関心は高まった	332	40.0%	376	46.4%
変わらない	253	30.5%	243	30.0%
どちらかといえば関心は低くなった	14	1.7%	5	0.6%
関心は低くなった	8	1.0%	3	0.4%
わからない	101	12.2%	51	6.3%
無回答	12	1.5%	8	1.0%

●「どちらかといえば関心は高まった」が40.0%と最も高く、次いで「変わらない」が30.5%となっている。上位は、前年度と同じ3項目

