

「平成28年度 第3回県政モニターアンケート調査」 調査結果（概要）

県政モニターの皆様に対して、県政運営の参考とするために下記のとおりアンケート調査を行いました。

1 調査方法

- (1) 調査地域 : 長野県全域
 (2) 調査対象者 : 県政モニター(県内在住の18歳以上の男女)
 1,231人(無作為抽出1,128人、公募103人)
 (現在の県政モニターは平成28年7月から登録)
 (3) 調査方法 : 郵送又はインターネット
 (4) 調査期間 : 平成29年1月27日(金)～平成29年2月13日(月)

2 調査内容

- 次の項目について18問を設定
 ○しあわせ信州創造プラン(長野県総合5か年計画)について
 ・健康づくりに関する実感
 ・仕事・社会参加、地域に関する実感
 ・文化芸術活動に関する実感
 ・運動・スポーツに関する実感
 ・信州ブランド戦略の認知度

3 回収状況

回収数 1,032人 (回収率 83.8%)

4 その他

毎年度調査している設問については、県政モニターの任期が2年であることや、その登録者が昨年度と異なることから、平成26、27年度の調査結果を参考までに括弧書きで記載しました。

回答者の内訳

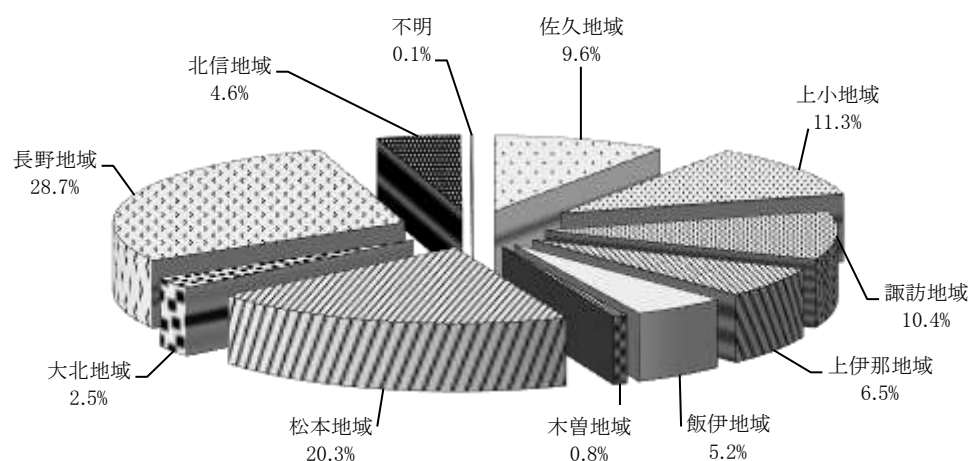
【男女別と年代別】

	総数	18～19歳	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上	不明
総数	1,032	4	49	103	159	220	311	185	1
	100.0%	0.4%	4.7%	10.0%	15.4%	21.3%	30.1%	17.9%	0.1%
男性	528	3	21	33	73	111	177	110	—
	51.2%	0.3%	2.0%	3.2%	7.1%	10.8%	17.2%	10.7%	—
女性	503	1	28	70	86	109	134	75	—
	48.7%	0.1%	2.7%	6.8%	8.3%	10.6%	13.0%	7.3%	—
不明	1	—	—	—	—	—	—	—	1
	0.1%	—	—	—	—	—	—	—	0.1%

※ 割合(%)はすべて、総数(n=1,032)に対する割合

【地域別】

	総数	佐久	上小	諏訪	上伊那	飯伊	木曽	松本	大北	長野	北信	不明
回答者数	1,032	99	117	107	67	54	8	210	26	296	47	1
	100.0%	9.6%	11.3%	10.4%	6.5%	5.2%	0.8%	20.3%	2.5%	28.7%	4.6%	0.1%



しあわせ信州創造プラン(長野県総合5か年計画)について

健康づくりに関する実感

問1 自分の健康状態をどのように感じているか

■自分の健康状態を、「よい」、「まあよい」と感じている人は、合わせて8割超で、前年度と同水準

		(H27年度・H26年度)
① 「よい」と感じている	21.5 %	(18.6 %・20.4 %)
② 「まあよい」と感じている	61.3 %	(60.5 %・60.1 %)
③ 「あまりよくない」と感じている	13.9 %	(17.8 %・16.7 %)
④ 「よくない」と感じている	1.8 %	(1.4 %・1.7 %)
		(単数回答)

問2-1 健康の維持・増進に関して取り組んでいること

■「食生活に関すること」、「健康診断受診に関すること」に「取り組んでいる」または「少し取り組んでいる」がそれぞれ8割超

各項目ともに、「取り組んでいる」、「少し取り組んでいる」を合わせた割合

		(H27年度・H26年度)
① 運動に関すること	67.5 %	(65.7 %・62.6 %)
② 食生活に関すること	84.1 %	(84.6 %・84.6 %)
③ 生活リズムに関すること	76.9 %	(78.5 %・80.5 %)
④ 飲酒に関すること	77.9 %	(76.6 %・75.1 %)
⑤ 健康診断受診に関すること	86.8 %	(83.6 %・83.5 %)
		(①から⑤に対してそれぞれ単数回答)

①、②については「しあわせ信州創造プラン」達成目標 調査指標

問2-2 健康の維持や増進に関することに取り組まない理由

■「時間がない・忙しい」が約4割、「面倒くさい」が約3割

		(H27年度・H26年度)
① 「時間がない・忙しい」	40.8 %	(44.1 %・44.7 %)
② 「面倒くさい」	31.5 %	(30.5 %・24.3 %)
③ 「そのような気持ちがない」	22.2 %	(25.0 %・25.4 %)
		ほか(複数回答)

問3 健康づくりを進める上で、どのような環境づくりが必要か

■「ウォーキングコースや歩道の整備」が約5割、「健康づくりに関する情報の充実」が約4割

		(H27年度・H26年度)
① 「ウォーキングコースや歩道の整備」	49.2 %	(47.3 %・49.2 %)
② 「健康づくりに関する情報の充実」	37.6 %	(37.9 %・38.9 %)
③ 「健康に配慮した弁当や総菜等を販売する店舗の充実」	32.0 %	(29.9 %・32.2 %)
④ 「塩分や油を抑えた調味料や加工食品の種類、販売店舗の充実」	31.2 %	(31.8 %・32.6 %)
⑤ 「スポーツジム、プール等運動施設の充実」	30.3 %	(28.4 %・27.8 %)
		ほか(複数回答)

仕事・社会参加、地域に関する実感

問4 公共的活動への参加について

■「参加している」が約6割

①「現在（過去1年間を含む）、参加している」	58.7 %	(H27年度・H26年度) (43.6 %・34.7 %)
②「現在（過去1年間を含む）は参加していないが、 今までに参加したことがある」	24.9 %	(30.7 %・40.8 %)
③「参加したことはないが、今後は参加したい」	9.3 %	(15.1 %・13.7 %)
④「参加したことがなく、今後も参加したいと思わない」	6.8 %	(10.2 %・9.6 %)

(単数回答)

「しあわせ信州創造プラン」達成目標 調査指標

問5 自分の能力の仕事や公共的活動での発揮について

■「発揮できている」と「まあ発揮できている」を合わせて約7割

①「発揮できている」	30.1 %	(H27年度・H26年度) (25.1 %・24.5 %)
②「まあ発揮できている」	40.1 %	(39.4 %・42.5 %)
③「あまり発揮できて（して）いない」	18.5 %	(22.6 %・19.8 %)
④「発揮できて（して）いない」	10.3 %	(12.2 %・12.3 %)

(単数回答)

「しあわせ信州創造プラン」達成目標 調査指標

(問5で「発揮できている」、「まあ発揮できている」と回答した方)

能力を発揮できていると思うものについて

■「仕事」が8割弱、「自治会、消防団など地域の活動」が3割超

①仕事	77.0 %	(H27年度・H26年度) (76.9 %・73.4 %)
②自治会、消防団など地域の活動	35.4 %	(37.1 %・32.7 %)
③市民活動やボランティア活動	23.0 %	(21.7 %・21.8 %)
④NPO法人、公益法人での活動	7.3 %	(7.0 %・7.7 %)

ほか(複数回答)

問6 今後、能力を発揮したいと思う場面について

■「仕事」が約6割、「市民活動やボランティア活動」が4割超

①仕事	61.1 %	(H27年度) (60.2 %)
②市民活動やボランティア活動	42.9 %	(43.6 %)
③自治会、消防団など地域の活動	26.6 %	(25.8 %)
④NPO法人、公益法人での活動	10.9 %	(13.8 %)

ほか(複数回答)

問7 地域の景観や自然、文化などへの誇りについて

■「感じている」と「まあ感じている」を合わせて8割超

①「感じている」	42.2 %	(H27年度・H26年度) (38.1 %・40.5 %)
②「まあ感じている」	41.3 %	(42.5 %・39.4 %)
③「あまり感じていない」	13.5 %	(14.3 %・16.7 %)
④「感じていない」	2.2 %	(3.9 %・2.7 %)
⑤ 無回答	0.9 %	(1.2 %・0.0 %)

(単数回答)

「しあわせ信州創造プラン」達成目標 調査指標

(問7で「感じている」「まあ感じている」と回答した方)

誇りを感じている分野

■「豊かな自然環境」が8割超

		(H27年度)
① 豊かな自然環境	84.1 %	(80.2 %)
② 農山村景観	44.0 %	(46.1 %)
③ 歴史文化遺産	35.1 %	(32.3 %)
④ 文化芸術活動 (祭りなど)	28.9 %	(23.8 %)
	ほか	(複数回答)

文化芸術活動に関する実感

問8 文化芸術活動に参加した人の割合

■過去1年間に文化芸術活動(鑑賞を含む)を行った人は約7割で、前年度から増加

		(H27年度・H26年度)
① 「芸術文化活動を行った」	70.1 %	(64.9 %・62.4 %)
② 「芸術文化活動を行わなかった」	29.5 %	(34.1 %・37.1 %)
		(単数回答)

「しあわせ信州創造プラン」達成目標 調査指標

(問8で「芸術文化活動を行った」と回答した方)

自ら創作・参加した文化芸術活動

■「音楽」、「生活文化」、「美術」が比較的多い

		(H27年度・H26年度)
① 音楽 (クラシック・ロック・ポピュラー・演歌など)	13.1 %	(13.1 %・13.5 %)
② 生活文化 (書道、華道、茶道など)	10.1 %	(10.6 %・12.5 %)
③ 美術 (絵画、彫刻、工芸、陶芸など)	8.6 %	(9.7 %・10.8 %)
④ 地域の民俗芸能 (獅子舞、神楽など)	6.8 %	(8.6 %・8.3 %)
⑤ 写真	6.8 %	(10.6 %・10.1 %)
		ほか (複数回答)

問9 住んでいる地域の文化的環境の満足度

■「満足している」と「どちらかといえば満足している」を合わせて5割弱が満足している

		(H27年度・H26年度)
① 「満足している」	6.2 %	(5.7 %・5.6 %)
② 「どちらかといえば満足している」	40.4 %	(38.1 %・34.1 %)
③ 「どちらかといえば満足していない」	23.1 %	(24.5 %・27.7 %)
④ 「満足していない」	13.5 %	(15.5 %・15.5 %)
		(単数回答)

問10 地域の文化的環境の充実に必要な事項

■「子どもが文化芸術に親しむ機会の充実」が約5割

		(H27年度・H26年度)
① 「子どもが文化芸術に親しむ機会の充実」	48.0 %	(44.4 %・49.9 %)
② 「地域の芸能や祭りなどの継承・保存」	44.9 %	(41.7 %・45.4 %)
③ 「公演、展覧会、芸術祭などの文化事業の充実」	38.4 %	(36.0 %・35.3 %)
④ 「歴史的な建物や遺跡などを活かしたまちづくりの推進」	32.6 %	(31.1 %・36.8 %)
⑤ 「ホール・劇場、美術館・博物館などの文化施設の充実」	24.6 %	(23.7 %・20.7 %)
		ほか (複数回答)

運動・スポーツに関する実感

問11 この1年間に行った運動・スポーツの種類

■「ウォーキング」について、約5割が実施

		(H27年度・H26年度)
①「ウォーキング（インターバル速歩、歩け歩け運動、散歩など）」	51.5 %	(47.1 %・48.8 %)
②「体操（ラジオ体操、ご当地オリジナル体操、職場体操など）」	42.4 %	(39.4 %・36.0 %)
③「球技（バレーボール、バスケットボール、テニス、ソフトテニス、バドミントンなど）」	13.0 %	(10.8 %・12.8 %)
		ほか（複数回答）

問12 この1年間に運動・スポーツを行った日数

■週1日以上行っている人は約5割

		(H27年度・H26年度)
<input type="radio"/> 「ほとんど毎日」	9.9 %	(10.7 %・10.2 %)
<input type="radio"/> 「週に3～4日」	17.7 %	(14.9 %・16.1 %)
<input type="radio"/> 「週に1～2日」	21.7 %	(19.5 %・21.1 %)
<input type="radio"/> 「月に1～3日」	20.7 %	(19.1 %・17.8 %)
<input type="radio"/> 「3か月に1～2日」	6.1 %	(9.1 %・10.9 %)
<input type="radio"/> 「年に1～3日」	7.8 %	(12.5 %・10.0 %)
<input type="radio"/> 「行っていない」	11.5 %	(11.8 %・11.6 %)
<input type="radio"/> 「わからない」	1.8 %	(1.1 %・ 1.4 %)
		(単数回答)

「しあわせ信州創造プラン」達成目標 調査指標

問13 運動・スポーツをする以外の関わり方

■「テレビ等により日常的にスポーツ情報に接している」が4割超

		(H27年度・H26年度)
①「テレビ等により日常的にスポーツ中継、スポーツ情報に接している」	42.6 %	(43.0 %・44.9 %)
②「特に関わっていない」	42.2 %	(40.8 %・40.6 %)
③「競技場等に出掛け、スポーツを観戦する」	13.4 %	(12.5 %・13.5 %)
		ほか（複数回答）

信州ブランド戦略の認知度

問14 「信州ブランド戦略」の認知度について

■「内容も含め知っていた」「内容は一部知っていた」「名称は知っていた」を合わせると6割弱

		(H27年度・H26年度)
①「内容も含め知っていた」	5.2 %	(6.0 %・ 4.6 %)
②「内容は一部知っていた」	22.4 %	(26.9 %・19.9 %)
③「名称は知っていた」	29.1 %	(39.8 %・40.8 %)
④「知らなかった」	42.9 %	(26.6 %・34.6 %)
		(単数回答)

「しあわせ信州創造プラン」達成目標 調査指標

問15 信州ブランド戦略キャッチフレーズ「しあわせ信州」の認知度

■「しあわせ信州」という言葉を「知っていた(聞いたことがあった)」が6割弱

		(H27年度・H26年度)
①「知っていた(聞いたことがあった)」	57.1 %	(66.0 %・55.0 %)
②「知らなかった(聞いたことがなかった)」	42.3 %	(33.5 %・44.2 %)
		(単数回答)

問16 信州ブランド戦略ロゴマーク「信州ハート」の認知度

■「信州ハート」を「目にしたことがある」が5割弱

		(H27年度・H26年度)
①「目にしたことがある」	46.1 %	(61.0 %・45.4 %)
②「目にしたことがない」	52.6 %	(38.2 %・54.2 %)
		(単数回答)

問17 「信州ハート」に込められた意味について

■意味を「知っていた」と答えた人が約1割

		(H27年度・H26年度)
①「知っていた」	11.0 %	(21.0 %・13.6 %)
②「知らなかった」	88.2 %	(78.2 %・85.6 %)
		(単数回答)

問18 信州ブランド戦略スローガン「掘り起こそう、足元の価値。伝えよう、信州から世界へ。」の認知度

■スローガンを「知っていた(聞いたことがあった)」と答えた人が1割超

①「知っていた(聞いたことがあった)」	15.3 %
②「知らなかった(聞いたことがなかった)」	83.6 %
	(単数回答)