

「令和7年度第3回県政アンケート調査」の結果をお知らせします

県政運営の参考とするため、次のとおり県政アンケート調査を実施しました。
調査結果については、今後の施策検討の基礎資料として活用してまいります。

1 調査方法等

調査地域：長野県全域
調査対象：県内在住の18歳以上の男女（民間調査会社が保有するモニターを活用）
回答者 1,000人
調査方法：インターネット
調査期間：令和7年11月20日（木）～令和7年11月25日（火）

2 調査内容

次の7項目について36問を設定

（1）生活全般に関する満足度について

「しあわせ信州創造プラン3.0」推進のための参考指標である、県民の生活全般に関する満足度等を調査

（2）県の行政サービスに対する満足度について

行財政改革の推進に向け、「長野県行政・財政改革方針2023」の参考指標である、県の行政サービスに対する県民の満足度や行財政改革の取組の実感等を調査

（3）県政の広報について

今後の広報の参考とするため、県政情報の入手先や興味・関心のある分野、広報紙やホームページの閲覧状況等を調査

（4）県議会の広報について

今後の議会広報の参考とするため、県議会に関する情報の入手先や、県議会について知りたい情報を調査

（5）ドローンや「空飛ぶクルマ」の利活用に関する意識について

今後の施策検討の参考とするため、ドローンや「空飛ぶクルマ」に対する県民の期待感と不安感等を調査

（6）消費生活に関する意識について

「しあわせ信州創造プラン3.0」及び「第3次長野県消費生活基本計画・消費者教育推進計画」の達成目標である「エシカル消費を理解している人の割合」等を調査

（7）自転車の安全利用について

自転車保険等への加入状況、自転車用ヘルメットの着用状況等、自転車の安全利用に関する意識等を調査

3 調査結果

調査結果の詳細は、次のホームページをご覧ください。

<https://www.pref.nagano.lg.jp/koho/kensei/koho/monitor/monitor.html>

確かな暮らしを守り、
信州からゆたかな社会を創る

しあわせ信州創造プラン3.0
～大変革への挑戦「ゆたかな社会」を実現するために～

[長野県総合5か年計画推進中]

（問合せ先）

担当 企画振興部 広報・共創推進課 県民の声係
小市、吉村

電話 026-235-7110（直通）
026-232-0111（代表） 内線 2268

FAX 026-235-7026

E-mail koho@pref.nagano.lg.jp

「令和7年度 第3回県政アンケート調査」 調査結果(概要)

県政運営の参考とするため、次のとおり県政アンケート調査を実施しました。

1 調査方法等

- (1) 調査地域 : 長野県全域
- (2) 調査対象 : 県内在住の18歳以上の男女(民間調査会社が保有するモニターを活用) 回答者1,000人
- (3) 調査方法 : インターネット
- (4) 調査期間 : 令和7年11月20日(木)～令和7年11月25日(火)

2 調査内容

次の7項目について36問を設定

- (1) 生活全般に関する満足度について
- (2) 県の行政サービスに対する満足度について
- (3) 県政の広報について
- (4) 県議会の広報について
- (5) ドローンや「空飛ぶクルマ」の利活用に関する意識について
- (6) 消費生活に関する意識について
- (7) 自転車の安全利用について

回答者の内訳

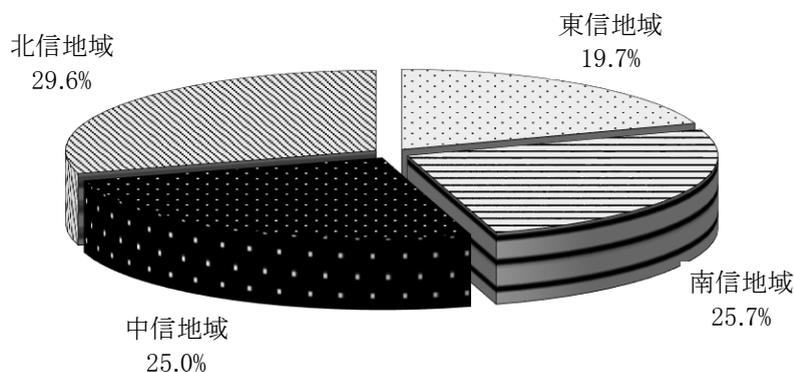
【男女別・年代別】

| | 総数 | 18～29歳 | 30～39歳 | 40～49歳 | 50～59歳 | 60～69歳 | 70歳以上 |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|
| 総数 | 1000人 | 72人 | 193人 | 148人 | 220人 | 276人 | 91人 |
| | 100.0% | 7.2% | 19.3% | 14.8% | 22.0% | 27.6% | 9.1% |
| 男性 | 501人 | 25人 | 113人 | 64人 | 122人 | 127人 | 50人 |
| | 50.1% | 2.5% | 11.3% | 6.4% | 12.2% | 12.7% | 5.0% |
| 女性 | 499人 | 47人 | 80人 | 84人 | 98人 | 149人 | 41人 |
| | 49.9% | 4.7% | 8.0% | 8.4% | 9.8% | 14.9% | 4.1% |

※ 割合(%)はすべて、総数(n=1000)に対する割合

【地域別】

| | 総数 | 東信 | 南信 | 中信 | 北信 |
|------|--------|-------|-------|-------|-------|
| 回答者数 | 1000人 | 197人 | 257人 | 250人 | 296人 |
| | 100.0% | 19.7% | 25.7% | 25.0% | 29.6% |



1 生活全般に関する満足度について

※()内数値は、令和6年度第3回県政アンケート調査数値を参考として記載

問1 生活全般に関する満足度(生活満足度)

■5点が2割超(23.6%)で最多、次いで7点が約2割(17.5%)
平均は5.8点(前回5.4点)

| | | | |
|------------------|--------|-------------------|--------|
| ① 0点 (全く満足していない) | 3.2 % | ⑦ 6点 | 12.8 % |
| ② 1点 | 1.1 % | ⑧ 7点 | 17.5 % |
| ③ 2点 | 4.1 % | ⑨ 8点 | 16.0 % |
| ④ 3点 | 7.8 % | ⑩ 9点 | 3.6 % |
| ⑤ 4点 | 6.1 % | ⑪ 10点 (非常に満足している) | 4.2 % |
| ⑥ 5点 | 23.6 % | | 単数回答 |

問2 生活に関係するさまざまな分野における満足度

1 家計と資産(収入や資産、借金など)

■5点が2割超で最多、次いで6点が1割超
平均は4.7点(4.3点)

| | | | |
|------------------|--------|-------------------|--------|
| ① 0点 (全く満足していない) | 10.0 % | ⑦ 6点 | 13.0 % |
| ② 1点 | 2.9 % | ⑧ 7点 | 12.1 % |
| ③ 2点 | 6.1 % | ⑨ 8点 | 9.2 % |
| ④ 3点 | 11.7 % | ⑩ 9点 | 2.1 % |
| ⑤ 4点 | 7.5 % | ⑪ 10点 (非常に満足している) | 2.5 % |
| ⑥ 5点 | 22.9 % | | 単数回答 |

2 雇用環境と賃金(給料の額、就業形態、労働環境など)

■5点が3割弱で最多、次いで3点と6点が約1割
平均は4.5点(4.4点)

| | | | |
|------------------|--------|-------------------|--------|
| ① 0点 (全く満足していない) | 10.0 % | ⑦ 6点 | 11.5 % |
| ② 1点 | 3.4 % | ⑧ 7点 | 10.2 % |
| ③ 2点 | 6.0 % | ⑨ 8点 | 6.0 % |
| ④ 3点 | 11.5 % | ⑩ 9点 | 1.1 % |
| ⑤ 4点 | 10.4 % | ⑪ 10点 (非常に満足している) | 2.6 % |
| ⑥ 5点 | 27.3 % | | 単数回答 |

3 住宅(住宅の快適性、安全性、家賃・住宅費など)

■5点が2割超で最多、次いで7点が1割超
平均は5.5点(5.0点)

| | | | |
|------------------|--------|-------------------|--------|
| ① 0点 (全く満足していない) | 4.3 % | ⑦ 6点 | 11.7 % |
| ② 1点 | 2.5 % | ⑧ 7点 | 14.5 % |
| ③ 2点 | 4.0 % | ⑨ 8点 | 13.5 % |
| ④ 3点 | 8.3 % | ⑩ 9点 | 5.2 % |
| ⑤ 4点 | 9.1 % | ⑪ 10点 (非常に満足している) | 4.0 % |
| ⑥ 5点 | 22.9 % | | 単数回答 |

4 仕事と生活(ワークライフバランス(労働時間、家事や育児時間、自由に使える時間など))

■5点が2割超で最多、次いで7点が1割超

平均は5.5点(4.9点)

| | | | |
|----------------|-------|-----------------|-------|
| ①0点(全く満足していない) | 5.7% | ⑦6点 | 12.8% |
| ②1点 | 1.4% | ⑧7点 | 14.4% |
| ③2点 | 4.3% | ⑨8点 | 11.5% |
| ④3点 | 7.2% | ⑩9点 | 4.6% |
| ⑤4点 | 8.3% | ⑪10点(非常に満足している) | 4.8% |
| ⑥5点 | 25.0% | | 単数回答 |

5 健康状態

■5点が約2割で最多、次いで7点が1割超

平均は5.6点(5.0点)

| | | | |
|----------------|-------|-----------------|-------|
| ①0点(全く満足していない) | 4.5% | ⑦6点 | 13.8% |
| ②1点 | 2.5% | ⑧7点 | 15.9% |
| ③2点 | 3.6% | ⑨8点 | 13.6% |
| ④3点 | 8.1% | ⑩9点 | 5.2% |
| ⑤4点 | 7.5% | ⑪10点(非常に満足している) | 3.4% |
| ⑥5点 | 21.9% | | 単数回答 |

6 あなたご自身の教育環境・教育水準(社会人の学び直しや生涯学習などの環境を含む)

■5点が約3割で最多、次いで6点が1割超

平均は5.4点(4.9点)

| | | | |
|----------------|-------|-----------------|-------|
| ①0点(全く満足していない) | 4.6% | ⑦6点 | 14.3% |
| ②1点 | 1.4% | ⑧7点 | 12.6% |
| ③2点 | 3.1% | ⑨8点 | 10.2% |
| ④3点 | 6.9% | ⑩9点 | 2.2% |
| ⑤4点 | 9.7% | ⑪10点(非常に満足している) | 4.3% |
| ⑥5点 | 30.7% | | 単数回答 |

7 交友関係やコミュニティなど社会とのつながり

■5点が約3割で最多、次いで7点が1割超

平均は5.3点(4.8点)

| | | | |
|----------------|-------|-----------------|-------|
| ①0点(全く満足していない) | 4.4% | ⑦6点 | 12.3% |
| ②1点 | 1.9% | ⑧7点 | 15.1% |
| ③2点 | 3.2% | ⑨8点 | 9.8% |
| ④3点 | 8.7% | ⑩9点 | 2.0% |
| ⑤4点 | 9.0% | ⑪10点(非常に満足している) | 3.0% |
| ⑥5点 | 30.6% | | 単数回答 |

8 生活を取り巻く空気や水などの自然環境

■8点が2割超で最多、次いで7点が2割

平均は6.8点(5.7点)

| | | | |
|----------------|-------|-----------------|-------|
| ①0点(全く満足していない) | 1.5% | ⑦6点 | 11.2% |
| ②1点 | 0.9% | ⑧7点 | 20.0% |
| ③2点 | 2.5% | ⑨8点 | 22.7% |
| ④3点 | 2.0% | ⑩9点 | 8.3% |
| ⑤4点 | 3.9% | ⑪10点(非常に満足している) | 10.1% |
| ⑥5点 | 16.9% | | 単数回答 |

9 身の周りの安全(自然災害、交通事故、犯罪被害など)

■5点が2割超で最多、次いで7点が約2割

平均は6.3点(5.4点)

| | | | |
|------------------|--------|-------------------|--------|
| ① 0点 (全く満足していない) | 1.6 % | ⑦ 6点 | 13.1 % |
| ② 1点 | 1.1 % | ⑧ 7点 | 19.5 % |
| ③ 2点 | 1.9 % | ⑨ 8点 | 17.8 % |
| ④ 3点 | 3.3 % | ⑩ 9点 | 6.6 % |
| ⑤ 4点 | 6.3 % | ⑪ 10点 (非常に満足している) | 5.1 % |
| ⑥ 5点 | 23.7 % | | 単数回答 |

10 子育てのしやすさ

■5点が約4割で最多、次いで7点が1割超

平均は5.5点(5.0点)

| | | | |
|------------------|--------|-------------------|--------|
| ① 0点 (全く満足していない) | 4.4 % | ⑦ 6点 | 11.2 % |
| ② 1点 | 1.8 % | ⑧ 7点 | 13.4 % |
| ③ 2点 | 2.4 % | ⑨ 8点 | 10.6 % |
| ④ 3点 | 4.0 % | ⑩ 9点 | 3.1 % |
| ⑤ 4点 | 5.5 % | ⑪ 10点 (非常に満足している) | 3.3 % |
| ⑥ 5点 | 40.3 % | | 単数回答 |

11 介護のしやすさ・されやすさ

■5点が4割超で最多、次いで6点が約1割

平均は4.9点(4.6点)

| | | | |
|------------------|--------|-------------------|--------|
| ① 0点 (全く満足していない) | 5.0 % | ⑦ 6点 | 11.2 % |
| ② 1点 | 2.8 % | ⑧ 7点 | 9.9 % |
| ③ 2点 | 3.2 % | ⑨ 8点 | 4.6 % |
| ④ 3点 | 9.6 % | ⑩ 9点 | 0.7 % |
| ⑤ 4点 | 7.6 % | ⑪ 10点 (非常に満足している) | 2.4 % |
| ⑥ 5点 | 43.0 % | | 単数回答 |

2 県の行政サービスに対する満足度について

※()内数値は、令和5年度第3回県政アンケート調査数値を参考として記載

問3 県の行っている行政サービス全般についての満足度

■「満足」「やや満足」が2割超

| | | |
|------------|--------|----------|
| ①満足 | 3.1 % | (3.1 %) |
| ②やや満足 | 21.8 % | (21.9 %) |
| ③どちらともいえない | 56.5 % | (56.2 %) |
| ④やや不満 | 12.7 % | (12.4 %) |
| ⑤不満 | 5.9 % | (6.4 %) |
| | | 単数回答 |

問4 県が取り組んでいる行財政改革の取組の進み具合について

1 共創の推進(県民、NPO、企業など多様な主体との共創の推進)

■「かなり進んでいる」と「それなりに進んでいる」の計が約1割

| | | |
|-------------|--------|----------|
| ①全く進んでいない | 4.6 % | (5.2 %) |
| ②あまり進んでいない | 17.5 % | (20.6 %) |
| ③どちらともいえない | 67.5 % | (64.6 %) |
| ④それなりに進んでいる | 9.6 % | (9.0 %) |
| ⑤かなり進んでいる | 0.8 % | (0.6 %) |
| | | 単数回答 |

2 対話型の行政運営の推進(施策の企画立案や事業実施における県民や関係者の意見の把握と県政への反映)

■「かなり進んでいる」と「それなりに進んでいる」の計が約1割

| | | |
|-------------|--------|----------|
| ①全く進んでいない | 4.9 % | (6.9 %) |
| ②あまり進んでいない | 22.6 % | (24.7 %) |
| ③どちらともいえない | 60.7 % | (57.6 %) |
| ④それなりに進んでいる | 10.9 % | (10.1 %) |
| ⑤かなり進んでいる | 0.9 % | (0.7 %) |
| | | 単数回答 |

3 市町村等との連携推進(災害対応、観光振興など広域的課題における国、他県、市町村等との連携)

■「かなり進んでいる」と「それなりに進んでいる」の計が約2割

| | | |
|-------------|--------|----------|
| ①全く進んでいない | 4.7 % | (5.7 %) |
| ②あまり進んでいない | 18.4 % | (19.8 %) |
| ③どちらともいえない | 55.1 % | (56.7 %) |
| ④それなりに進んでいる | 20.7 % | (17.0 %) |
| ⑤かなり進んでいる | 1.1 % | (0.8 %) |
| | | 単数回答 |

4 人口減少時代を見据えた効率的な組織・職員体制の構築、県職員の能力・資質向上

■「かなり進んでいる」と「それなりに進んでいる」の計が約1割

| | | |
|-------------|--------|----------|
| ①全く進んでいない | 9.9 % | (10.9 %) |
| ②あまり進んでいない | 31.2 % | (32.5 %) |
| ③どちらともいえない | 48.1 % | (47.6 %) |
| ④それなりに進んでいる | 10.0 % | (8.4 %) |
| ⑤かなり進んでいる | 0.8 % | (0.6 %) |
| | | 単数回答 |

5 ファシリティマネジメントの推進(県有財産の総量縮小・有効活用、県有施設の長寿命化、省エネルギー化などによる維持管理の適正化)

■「かなり進んでいる」と「それなりに進んでいる」の計が約1割

| | | |
|-------------|--------|----------|
| ①全く進んでいない | 6.0 % | (6.2 %) |
| ②あまり進んでいない | 20.4 % | (25.0 %) |
| ③どちらともいえない | 64.5 % | (59.4 %) |
| ④それなりに進んでいる | 8.2 % | (8.4 %) |
| ⑤かなり進んでいる | 0.9 % | (1.0 %) |
| | | 単数回答 |

6 持続可能な財政運営(税収・新たな歳入の確保、重要施策・課題への予算の重点化、行政コストの公表など財政の「見える化」)

■「かなり進んでいる」と「それなりに進んでいる」の計が約1割

| | | |
|-------------|--------|----------|
| ①全く進んでいない | 6.1 % | (8.3 %) |
| ②あまり進んでいない | 25.2 % | (26.9 %) |
| ③どちらともいえない | 57.2 % | (54.6 %) |
| ④それなりに進んでいる | 10.4 % | (9.6 %) |
| ⑤かなり進んでいる | 1.1 % | (0.6 %) |
| | | 単数回答 |

7 客観的な根拠(データ)に基づく政策立案(EBPM)の推進、県が保有する統計データの公開(オープンデータ化)

■「かなり進んでいる」と「それなりに進んでいる」の計が1割超

| | | |
|-------------|--------|----------|
| ①全く進んでいない | 5.6 % | (6.5 %) |
| ②あまり進んでいない | 18.4 % | (21.6 %) |
| ③どちらともいえない | 63.4 % | (63.3 %) |
| ④それなりに進んでいる | 11.5 % | (7.8 %) |
| ⑤かなり進んでいる | 1.1 % | (0.8 %) |
| | | 単数回答 |

8 広報・情報発信の充実(様々な媒体による県行政の取組や長野県の魅力の効果的な発信、見やすくわかりやすいホームページづくり)

■「かなり進んでいる」と「それなりに進んでいる」の計が約3割

| | | |
|-------------|--------|----------|
| ①全く進んでいない | 4.9 % | (5.6 %) |
| ②あまり進んでいない | 15.9 % | (20.7 %) |
| ③どちらともいえない | 51.5 % | (53.6 %) |
| ④それなりに進んでいる | 25.2 % | (18.8 %) |
| ⑤かなり進んでいる | 2.5 % | (1.3 %) |
| | | 単数回答 |

9 行政手続のデジタル化、業務プロセスの見直し、ICTツールの活用など県の業務効率化

■「かなり進んでいる」と「それなりに進んでいる」の計が約2割

| | | |
|-------------|--------|----------|
| ①全く進んでいない | 6.3 % | (7.0 %) |
| ②あまり進んでいない | 18.5 % | (23.9 %) |
| ③どちらともいえない | 56.4 % | (55.6 %) |
| ④それなりに進んでいる | 17.9 % | (12.5 %) |
| ⑤かなり進んでいる | 0.9 % | (1.0 %) |
| | | 単数回答 |

問5 現在の取組のうち、今後も重点的に取り組むべきと思うもの

■「人口減少時代を見据えた効率的な組織・職員体制の構築、県職員の能力・資質向上」(約5割)が最多

| | | |
|-----------------------------------------------------------------|--------|----------|
| ①人口減少時代を見据えた効率的な組織・職員体制の構築、県職員の能力・資質向上 | 49.1 % | (46.1 %) |
| ②持続可能な財政運営(税金・新たな歳入の確保、重要施策・課題への予算の重点化、行政コストの公表など財政の「見える化」) | 40.2 % | (40.5 %) |
| ③市町村等との連携推進(災害対応、観光振興など広域的課題における国、他県、市町村等との連携) | 38.0 % | (33.7 %) |
| ④行政手続のデジタル化、業務プロセスの見直し、ICTツールの活用など県の業務効率化 | 20.8 % | (24.8 %) |
| ⑤広報・情報発信の充実(様々な媒体による県行政の取組や長野県の魅力の効果的な発信、見やすくわかりやすいホームページづくり) | 14.9 % | (17.5 %) |
| ⑥対話型の行政運営の推進(施策の企画立案や事業実施における県民や関係者の意見の把握と県政への反映) | 14.1 % | (14.9 %) |
| ⑦共創の推進(県民、NPO、企業など多様な主体との共創の推進) | 13.2 % | (12.9 %) |
| ⑧ファシリティマネジメントの推進(県有財産の総量縮小・有効活用、県有施設の長寿命化、省エネルギー化などによる維持管理の適正化) | 10.5 % | (13.7 %) |
| ⑨客観的な根拠(データ)に基づく政策立案(EBPM)の推進、県が保有する統計データの公開(オープンデータ化) | 9.3 % | (10.1 %) |
| ⑩その他 | 2.7 % | (3.1 %) |
| | | 複数回答 |

3 県政の広報について

※()内数値は、令和6年度第3回県政アンケート調査数値を参考として記載

問6 県政情報の入手先

■「テレビ」が約4割

| | | |
|----------------------------------------------------|--------|----------|
| ①テレビ | 38.5 % | (40.3 %) |
| ②県公式ホームページ | 32.4 % | (28.0 %) |
| ③新聞 | 29.8 % | (27.5 %) |
| ④長野県広報紙 | 25.3 % | (22.9 %) |
| ⑤ソーシャルメディア (LINE、X (旧Twitter)、Instagram、YouTubeなど) | 19.1 % | (-) |
| | | ほか複数回答 |

問7 今後の県政情報の入手先

■「テレビ」、「県公式ホームページ」が約4割

| | | |
|----------------------------------------------------|--------|----------|
| ①テレビ | 41.6 % | (52.9 %) |
| ②県公式ホームページ | 41.5 % | (38.5 %) |
| ③ソーシャルメディア (LINE、X (旧Twitter)、Instagram、YouTubeなど) | 31.8 % | (-) |
| ④新聞 | 29.9 % | (29.4 %) |
| ⑤長野県広報紙 | 25.8 % | (24.0 %) |
| | | ほか複数回答 |

問8 興味・関心のある分野

■「災害・防災」が約4割

| | | |
|----------|--------|----------|
| ①災害・防災 | 41.0 % | (41.6 %) |
| ②健康・医療 | 35.2 % | (31.8 %) |
| ③消費生活 | 21.3 % | (23.5 %) |
| ④公共交通・道路 | 19.8 % | (11.0 %) |
| ⑤福祉 | 18.4 % | (13.6 %) |
| | | ほか複数回答 |

問9 興味・関心のある分野の知りたい情報

■「県がこれから進めていこうとしている計画や方針」が約4割

| | | |
|-------------------------|--------|----------|
| ①県がこれから進めていこうとしている計画や方針 | 37.6 % | (31.7 %) |
| ②各種申請や事務手続きの方法 | 36.6 % | (34.4 %) |
| ③県の行事や催し物などのお知らせ | 30.2 % | (38.3 %) |
| ④県予算の内容や使いみち | 27.3 % | (20.1 %) |
| ⑤県事業の内容や進み具合、成果 | 24.2 % | (16.7 %) |
| | | ほか複数回答 |

問10 県広報紙の閲覧

■「見たことがない」が9割超

| | |
|----------|--------|
| ①見たことがある | 7.1 % |
| ②見たことがない | 92.9 % |
| | 単数回答 |

問11 県広報紙を、より目にする機会が増え、読みたいと思えるようにする工夫

■「電子版を県公式LINEで配信する」が約4割、「新聞折込ではなく市町村の広報誌への掲載又は折込により配布する」が4割弱

| | |
|---------------------------------|--------|
| ①電子版を県公式LINEで配信する | 38.4 % |
| ②新聞折込ではなく市町村の広報誌への掲載又は折込により配布する | 37.2 % |
| ③生活に身近な内容（イベント、行政サービスなど）を充実させる | 32.5 % |
| ④設置場所を拡充する | 23.4 % |
| ⑤発行回数を増やす | 13.6 % |
| | ほか複数回答 |

問12 県公式ホームページの閲覧

■「よく見ている」と「ときどき見ている」を合わせると5割弱

| | | |
|-----------|--------|----------|
| ①よく見ている | 3.6 % | (2.9 %) |
| ②ときどき見ている | 43.7 % | (32.7 %) |
| ③見たことはない | 52.7 % | (64.4 %) |
| | | 単数回答 |

(問12で「よく見ている」又は「ときどき見ている」を回答した方)

問13 県公式ホームページの分かりやすさ

■「非常に分かりやすい」と「分かりやすい」を合わせると約6割

| | |
|------------|--------|
| ①非常に分かりやすい | 2.5 % |
| ②分かりやすい | 59.8 % |
| ③分かりにくい | 35.1 % |
| ④非常に分かりにくい | 2.5 % |
| | 単数回答 |

(問13で「分かりにくい」又は「非常に分かりにくい」を回答した方)

問14 県公式ホームページの分かりにくい理由

■「知りたい情報が掲載されていない」が約5割

| | |
|---------------------|--------|
| ①知りたい情報が掲載されていない | 47.8 % |
| ②文章が長い | 34.3 % |
| ③1ページに情報が詰め込まれすぎている | 33.7 % |
| ④専門用語が多い | 15.7 % |
| ⑤情報が古い | 15.2 % |
| | ほか複数回答 |

4 県議会の広報について

問15 長野県議会に関する情報の入手先

■「広報紙『こんにちは県議会です』(新聞折込)」が約2割、「マスメディアによるニュース報道(新聞、テレビ、ラジオ等)」が約1割

| | |
|-------------------------------|--------|
| ①特になし | 52.1 % |
| ②広報紙「こんにちは県議会です」(新聞折込) | 20.8 % |
| ③マスメディアによるニュース報道(新聞、テレビ、ラジオ等) | 11.1 % |
| ④長野県議会公式ホームページ | 10.9 % |
| ⑤テレビ番組(ケーブルテレビの中継) | 10.7 % |
| | ほか複数回答 |

問16 長野県議会に関して知りたい情報

■「本会議での審議の内容」が約3割、「委員会での審議の内容」が2割超

| | |
|----------------------------------------|--------|
| ①特になし | 47.3 % |
| ②本会議での審議の内容 | 29.1 % |
| ③委員会での審議の内容 | 22.7 % |
| ④本会議や委員会以外の議会の活動(現地調査、議場見学、県民との意見交換会等) | 21.6 % |
| ⑤議員個人の活動の状況 | 18.5 % |
| | ほか複数回答 |

5 ドローンや「空飛ぶクルマ」の利活用に関する意識について

※()内数値は、令和6年度第2回県政アンケート調査数値を参考として記載

問17 「ドローン」の利活用についての期待

■「災害や事件・事故時の情報収集や物資輸送」、「遭難者や行方不明者の捜索」に対する期待が高い

| 項目 | 期待する | やや期待する | どちらとも言えない/ わからない | あまり期待しない | 期待しない |
|------------------------|-------|--------|---------------------|----------|-------|
| 山間地・過疎地等での物流網維持・向上 | 29.6% | 36.2% | 20.8% | 7.6% | 5.8% |
| 遭難者や行方不明者の捜索 | 41.5% | 34.6% | 16.3% | 4.0% | 3.6% |
| 災害や事件・事故時の情報収集や物資輸送 | 44.4% | 32.2% | 16.7% | 3.8% | 2.9% |
| 空撮や飛行見学、操作体験などの観光・レジャー | 15.1% | 27.5% | 35.0% | 14.1% | 8.3% |
| 自宅で医薬品を受け取れるなど福祉の向上 | 24.8% | 34.3% | 27.6% | 8.3% | 5.0% |
| 測量・インフラ・農林業など各産業の効率化 | 29.3% | 39.4% | 22.8% | 5.1% | 3.4% |

項目ごとに単数回答

問18 「ドローン」の利活用についての不安

■「生活圏周辺を飛行する際の墜落・落下物」、「生活圏周辺を飛行する際のプライバシー侵害(撮影等)」に対する不安が大きい

| 項目 | 不安はない | あまり不安はない | どちらとも言えない/ わからない | やや不安がある | 不安がある |
|---------------------------|-------|----------|---------------------|---------|-------|
| 生活圏周辺を飛行する際の騒音 | 6.8% | 29.1% | 33.4% | 21.7% | 9.0% |
| 生活圏周辺を飛行する際の墜落・落下物 | 4.6% | 16.1% | 25.9% | 33.8% | 19.6% |
| 生活圏周辺を飛行する際のプライバシー侵害(撮影等) | 5.7% | 18.0% | 31.1% | 30.1% | 15.1% |
| 飛行による自然環境や生物への影響 | 8.9% | 24.9% | 41.4% | 17.2% | 7.6% |

項目ごとに単数回答

問19 「空飛ぶクルマ」の認知状況

■「少し知っていた(説明できないがおおよそ知っている)」と「名前は聞いたことがあった」の計は約7割、「全く知らなかった」は3割弱

| | | |
|----------------------------|-------|---------|
| ①よく知っていた(他人に説明できる) | 3.1% | (3.1%) |
| ②少し知っていた(説明できないがおおよそ知っている) | 23.4% | (22.1%) |
| ③名前は聞いたことがあった | 46.3% | (41.0%) |
| ④全く知らなかった | 27.2% | (33.8%) |

単数回答

問20 「空飛ぶクルマ」の利活用についての期待

■「災害対応の強化(救助・物資輸送)」、「救命・救急医療の迅速化」、「離島や山奥での交通利便性向上」に対する期待が高い

| 項目 | 期待する | やや期待する | どちらとも言えない/ わからない | あまり期待しない | 期待しない |
|------------------|-------|--------|---------------------|----------|-------|
| 都市内での渋滞の無い高速移動 | 14.4% | 29.3% | 29.8% | 16.3% | 10.2% |
| 都市間、観光拠点間的高速移動 | 14.8% | 28.8% | 31.0% | 15.7% | 9.7% |
| 救命・救急医療の迅速化 | 36.0% | 34.6% | 18.5% | 6.6% | 4.3% |
| 災害対応の強化(救助・物資輸送) | 37.6% | 35.3% | 18.5% | 4.9% | 3.7% |
| 離島や山奥での交通利便性向上 | 26.9% | 34.1% | 25.7% | 8.0% | 5.3% |
| 遊覧飛行等の観光・娯楽 | 9.5% | 19.4% | 39.2% | 19.6% | 12.3% |

項目ごとに単数回答

問21 「空飛ぶクルマ」の利活用についての不安

■「搭乗時のトラブル(天気の急変や故障等)発生時の対策」、「生活圏周辺を飛行する際の墜落・落下物」、「搭乗時の機体の安全性(墜落・衝突)」に対する不安が大きい

| 項目 | 不安はない | あまり不安はない | どちらとも言えない/ わからない | やや不安がある | 不安がある |
|---------------------------|-------|----------|---------------------|---------|-------|
| 搭乗時の機体の安全性(墜落・衝突) | 1.7% | 7.6% | 27.0% | 33.7% | 30.0% |
| 搭乗時のトラブル(天気の急変や故障等)発生時の対策 | 2.4% | 7.6% | 24.2% | 34.7% | 31.1% |
| 生活圏周辺を飛行する際の騒音 | 2.9% | 13.9% | 33.3% | 31.3% | 18.6% |
| 生活圏周辺を飛行する際の墜落・落下物 | 2.2% | 8.5% | 24.9% | 35.0% | 29.4% |
| 生活圏周辺を飛行する際のプライバシー侵害(撮影等) | 3.8% | 12.8% | 30.8% | 30.8% | 21.8% |
| 飛行やインフラ整備による自然環境や生物への影響 | 5.0% | 17.9% | 37.8% | 24.3% | 15.0% |

項目ごとに単数回答

問22 「空飛ぶクルマ」実用化時の利用意向状況

■「不安な点が解消されれば利用してみたい」が約3割、「利用料金によっては利用してみたい」が約2割、「あまり利用してみたくない」と「全く利用してみたくない」の計は約3割

| | | |
|---------------------|--------|----------|
| ①ぜひ利用してみたい | 4.2 % | (5.3 %) |
| ②利用料金によっては利用してみたい | 17.6 % | (18.1 %) |
| ③不安な点が解消されれば利用してみたい | 29.6 % | (28.5 %) |
| ④どちらとも言えない | 20.4 % | (21.4 %) |
| ⑤あまり利用してみたくない | 15.9 % | (16.0 %) |
| ⑥全く利用してみたくない | 12.3 % | (10.7 %) |

単数回答

6 消費生活に関する意識について

【消費生活に関するトラブルの相談先等について】

※()内数値は、令和6年度第3回県政アンケート調査の数値を参考として記載

問23 消費者トラブルに関する相談先の存知

■「知らない」が約4割、「県の消費生活センター」が約3割

| | | |
|---------------------------|--------|----------|
| ①知らない | 37.5 % | (49.2 %) |
| ②県の消費生活センター | 31.2 % | (21.9 %) |
| ③警察（相談専用番号#9110、最寄りの交番など） | 30.3 % | (22.9 %) |
| ④消費者ホットライン（電話番号188） | 29.0 % | (23.6 %) |
| ⑤お住いの市町村の相談窓口 | 27.1 % | (19.5 %) |
| | | ほか複数回答 |

問24 消費者トラブルの相談先

■「相談していない」が約2割、「警察（相談専用番号#9110、最寄りの交番など）」が約1割

| | | |
|----------------------------|--------|----------|
| ①トラブルにあった、又は、あいさうになったことはない | 46.1 % | (53.6 %) |
| ②相談していない | 22.1 % | (15.2 %) |
| ③警察（相談専用番号#9110、最寄りの交番など） | 8.7 % | (9.3 %) |
| ④お住いの市町村の相談窓口 | 8.3 % | (7.8 %) |
| ⑤家族、親族、友達等身近な人 | 8.2 % | (7.7 %) |
| | | ほか複数回答 |

(問24で「相談していない」を回答した方)

問25 消費者トラブルを相談しなかった理由

■「どこに相談してよいか分からなかったから」が4割弱、「自分で調べて解決できたから」が2割超

| | | |
|-------------------------|--------|----------|
| ①どこに相談してよいかわからなかったから | 36.7 % | (41.4 %) |
| ②自分で調べて解決できたから | 23.1 % | (22.4 %) |
| ③誰かに相談するほどのことではないと思ったから | 19.5 % | (25.7 %) |
| ④解決は無理だと考え諦めたから | 15.8 % | (11.2 %) |
| ⑤メールやSNSでの相談ができないから | 9.0 % | (6.6 %) |
| | | ほか複数回答 |

【「エシカル消費」について】

問26 エシカル消費の認知度

■「知らない」が7割弱、「聞いたことがある」が3割弱、「意味を知っている」が1割弱

| | | |
|-----------|--------|----------|
| ①意味を知っている | 6.4 % | (7.5 %) |
| ②聞いたことがある | 27.2 % | (28.5 %) |
| ③知らない | 66.4 % | (64.0 %) |
| | | 単数回答 |

(問26で「意味を知っている」を回答した方)

問27 エシカル消費の意味を知ったきっかけ

■「テレビ、ラジオの番組やCM」、「本や雑誌の記事」が2割超

| | | |
|----------------------------------------------------|--------|----------|
| ①テレビ、ラジオの番組やCM | 25.0 % | (-) |
| ①本や雑誌の記事 | 25.0 % | (6.7 %) |
| ③学校の授業 | 15.6 % | (6.7 %) |
| ④動画共有サイトやバナー広告等、インターネット上のコンテンツ | 14.1 % | (22.7 %) |
| ④行政機関の公式情報媒体 (広報紙、ホームページ、Instagram、X (旧Twitter) 等) | 14.1 % | (17.3 %) |
| ④仕事上で | 14.1 % | (13.3 %) |
| | | ほか複数回答 |

問28 エシカル消費の実践状況

■「値段の安さだけでなく、長く使えるか、本当に必要かの重要視」が約3割、「塩分を控える、野菜を沢山とる等、健康を意識した食事」が2割超

| | | |
|----------------------------------------------|--------|----------|
| ①値段の安さだけでなく、長く使えるか、本当に必要かの重要視 | 29.6 % | (28.9 %) |
| ②塩分を控える、野菜を沢山とる等、健康を意識した食事 | 24.2 % | (26.6 %) |
| ③定期的に健康診断や人間ドックを受ける等、健康状態を把握する取組 | 23.7 % | (25.1 %) |
| ④すぐ食べる場合の、手前に並べられている商品や、賞味 (消費) 期限が近付いた商品の選択 | 23.5 % | (25.5 %) |
| ⑤地元産や伝統工芸品の選択、地元商店での買い物 | 21.5 % | (24.2 %) |
| | | ほか複数回答 |

【電話でお金詐欺(特殊詐欺)等被害防止のための広報等について】

問29 電話でお金詐欺(特殊詐欺)等の情報提供方法

■「テレビ、ラジオでの広報」が約7割、「新聞、雑誌等での広報」が約4割

| | | |
|---------------------------------|--------|----------|
| ①テレビ、ラジオでの広報 | 70.1 % | (68.6 %) |
| ②新聞、雑誌等での広報 | 37.9 % | (29.3 %) |
| ③公共施設、金融機関、コンビニエンスストア等でのポスター掲示 | 28.4 % | (23.7 %) |
| ④広報紙への掲載や回覧板等による周知 | 28.3 % | (23.3 %) |
| ⑤メール、SNS、Web広告、スマートフォンアプリ等による発信 | 26.7 % | (18.3 %) |
| | | ほか複数回答 |

問30 電話でお金詐欺(特殊詐欺)等の対策

■「犯人の検挙」が約6割、「犯罪に使用された銀行口座、電話回線、SNS等のツールを凍結するなどの再犯防止策」が4割超

| | | |
|----------------------------------------------------------------|--------|----------|
| ①犯人の検挙 | 62.0 % | (58.8 %) |
| ②犯行に使用された銀行口座、電話回線、SNS等のツールを凍結するなどの再犯防止策 | 42.7 % | (38.3 %) |
| ③金融機関、コンビニエンスストア、携帯電話会社等の関係企業との連携による被害防止対策 (振込上限額の設定、通報体制の確立等) | 34.3 % | (30.8 %) |
| ④各種媒体による継続的な情報発信 | 27.7 % | (24.2 %) |
| ⑤相談窓口の充実 | 25.6 % | (22.3 %) |
| | | ほか複数回答 |

7 自転車の安全利用について

※()内数値は、令和6年度第3回県政アンケート調査数値を参考として記載

問31 自転車の利用状況

■「自転車を利用している」が約2割

| | | |
|--------------|--------|---------|
| ①自転車を利用している | 21.5 % | (30.1%) |
| ②自転車を利用していない | 78.5 % | (69.9%) |
| | | 単数回答 |

(問31で「自転車を利用している」を回答した方)

問32 自転車損害賠償保険等への加入状況

■「加入している」が6割超

| | | |
|---------------|--------|----------|
| ①加入している | 63.7 % | (58.5 %) |
| ②加入していない | 26.5 % | (33.2 %) |
| ③加入しているかわからない | 9.8 % | (8.3 %) |
| | | 単数回答 |

(問31で「自転車を利用している」を回答した方)

問33 自転車利用時のヘルメットの着用状況

■着用していない人(③～⑤の計)が約6割

| | | |
|---------------------------------|--------|----------|
| ①必ず着用している | 24.2 % | (24.3 %) |
| ②利用状況(夜間や遠出等)に応じて着用している | 14.9 % | (10.6 %) |
| ③自転車用ヘルメットを持っているが、着用していない | 8.4 % | (8.6 %) |
| ④自転車用ヘルメットを持っていないが、着用したいと思っている | 25.6 % | (25.2 %) |
| ⑤自転車用ヘルメットを持っておらず、今後も着用するつもりがない | 27.0 % | (31.2 %) |
| | | 単数回答 |

(問33で「必ず着用している」以外を回答した方)

問34 自転車利用時にヘルメットを着用していない理由

■「ヘルメットを持っていないから」が約5割

| | | |
|----------------------------|--------|----------|
| ①ヘルメットを持っていないから | 49.7 % | (52.2 %) |
| ②近距離の移動にしか自転車に乗らないから | 31.3 % | (26.3 %) |
| ③外出先でのヘルメットの持ち運びや置き場所に困るから | 26.4 % | (17.5 %) |
| ④髪型が乱れるから | 23.3 % | (18.0 %) |
| ⑤ヘルメット着用は法律では努力義務にとどまるから | 19.6 % | (19.3 %) |
| | | ほか複数回答 |

問35 どうしたらヘルメットの着用が浸透するか

■「法律による着用の義務化」が約4割

| | | |
|----------------------------|--------|----------|
| ①法律による着用の義務化 | 38.7 % | (39.9 %) |
| ②購入の際の費用補助 | 26.6 % | (22.0 %) |
| ③安全性・必要性についての周知・広報 | 26.3 % | (32.2 %) |
| ④ヘルメットを着用していない場合の罰則適用化 | 25.7 % | (25.9 %) |
| ⑤折りたたみ式など、持ち運びが便利なヘルメットの普及 | 15.7 % | (17.5 %) |
| | | ほか複数回答 |

問36 16歳以上の自転車運転者に対する交通反則通告制度(いわゆる「青切符」)導入についての認知状況

■「知っている」が約5割

| | |
|--------|--------|
| ①知っている | 51.9 % |
| ②知らない | 48.1 % |
| | 単数回答 |

調査結果を踏まえた今後の対応

1 生活全般に関する満足度について

(問合せ先：総合政策課 電話 026-235-7014)

(問1) 生活全般に関する満足度 (生活満足度)

結果の分析

生活全般に関する満足度(0点から10点の11段階で評価)をみると、「0～4点」を選択した人(＝不満足層)が22.3%、「6～10点」を選択した人(＝満足層)が54.1%となった。また、平均は5.8点であり、令和6年11月に実施した県政アンケート調査(以下「前回調査」という。)の平均5.4点を上回った。

年代別に平均値をみると、40代が5.4と最も低く、70歳以上が6.7と最も高くなっており、18歳～20代と60代が5.9と次いで高くなっている。

(問2) 生活に関係するさまざまな分野における満足度

結果の分析

生活に関係するさまざまな分野(11分野)の満足度の平均値をみると、上位は「生活を取り巻く空気や水などの自然環境」(6.8)、「身の周りの安全」(6.3)となった。一方、下位は「雇用環境と賃金」(4.5)、「家計と資産」(4.7)となった。

また、全ての項目において前回調査結果を上回った。

今後の対応

長野県総合5か年計画「しあわせ信州創造プラン3.0」では、施策の進捗状況を測る達成目標に加え、県民の生活全般に関する主観的な満足度(生活満足度)を参考指標として把握し、政策運営に生かしていくこととしている。

今後も継続的に調査・分析を行い、総合5か年計画の達成目標と合わせて、多面的に現状把握を行いながら政策づくりに取り組んでいく。

調査結果を踏まえた今後の対応

2 県の行政サービスに対する満足度について

(問合せ先：コンプライアンス・行政経営課 電話 026-235-7029)

(問3) 県の行っている行政サービス全般についての満足度

結果の分析

全体では、満足層（「満足」と「やや満足」の計）が 24.9%、不満足層（「不満」と「やや不満」の計）が 18.6%と満足層が不満足層を上回っており、およそ 4 人に 1 人が県の行政サービス全般に満足していることがうかがえる。

年代別では、18～29 歳の満足度が高く、40～59 歳では全体の満足度（24.9%）より低かった。また、どの年代も「どちらともいえない」が最も高かった（40.3%～62.3%）。

(問4) 県が取り組んでいる行財政改革の取組の進み具合について

結果の分析

「かなり進んでいる」と「それなりに進んでいる」の計が多かったのは、割合が高い順に「広報・情報発信の充実」（27.7%）、「市町村等との連携推進」（21.8%）、「行政手続のデジタル化、業務プロセスの見直し、ICT ツールの活用など県の業務効率化」（18.8%）だった。

「全く進んでいない」と「あまり進んでいない」の計が多かったのは、割合が高い順に「人口減少時代を見据えた効率的な組織・職員体制の構築、県職員の能力・資質向上」（41.1%）、「持続可能な財政運営」（31.3%）、「対話型の行政運営の推進」（27.5%）だった。

広報・情報発信の充実が進んでいると感じている一方、効率的な組織・職員体制の構築、県職員の能力・資質向上や持続可能な財政運営について、取組が進んでいないと感じていることが明らかになった。

(問5) 現在の取組のうち、今後も重点的に取り組むべきと思うもの

結果の分析

「人口減少時代を見据えた効率的な組織・職員体制の構築、県職員の能力・資質向上」が最も高く（49.1%）、次いで「持続可能な財政運営」（40.2%）、「市町村等との連携推進」（38.0%）となった。

問4と同様、人口減少時代を踏まえ、効率的な組織・職員体制の構築による行政の効率化と行政サービスが持続的に提供できる財政運営、市町村等との更なる連携推進、これらを担う県職員の能力・資質の向上が必要とされていることがうかがえる。

今後の対応

調査を踏まえ、人口減少時代を見据えた効率的な組織・職員体制の構築に向け、業務の見直しや改善を一層進めるとともに、持続可能な財政運営を確立し、安定した行財政基盤の構築を図る。また、県行政を担う県職員の能力・資質の向上に努め、行政サービスの質の向上を目指す。

さらに、県民の多くが問3において「どちらともいえない」と回答していることから、行政サービスの認知度や理解度の向上が課題であることがうかがえる。県民が政策の効果を実感できるよう、身近な行政サービス広報の充実や共感される広報の磨き上げなど「伝わる広報」への質的転換を推進していくとともに、取組の進捗や成果を分かりやすく発信するなど、情報発信の充実に一層努めていく。

調査結果を踏まえた今後の対応

3 県政の広報について

(問合せ先：広報・共創推進課 電話 026-235-7110)

(問6) 県政情報の入手先

結果の分析

全体では「テレビ」が38.5%と最も高く、次いで「県公式ホームページ」(32.4%)、「新聞」(29.8%)となっている。

年代別では、40代・60代・70代で「テレビ」が最も高く、紙媒体の「新聞」や「長野県広報紙」は50代以上で高い。一方、40代以下では「ソーシャルメディア」の利用が全体を上回る。

こうした傾向を踏まえ、テレビや新聞などのパブリシティに加えて、県公式ホームページ、ソーシャルメディア、広報紙などを年代に応じて使い分け、多様な媒体で情報発信を行うことが求められる。

(問7) 今後の県政情報の入手先

結果の分析

全体では、「テレビ」が41.6%と最も高く、次いで「県公式ホームページ」(41.5%)、「ソーシャルメディア」(31.8%)、「新聞」(29.9%)となっている。また、「県公式ホームページ」と「ソーシャルメディア」は問6と比べて10ポイント程度上回り、今後の利用意向の強さがうかがえる。

年代別にみると、50代以上では「テレビ」、「新聞」、「長野県広報紙」が全体より高い割合を示している一方、40代以下では「ソーシャルメディア」が全体での割合を上回る傾向がみられる。

こうした傾向を踏まえ、テレビや新聞などのパブリシティを活用しつつ、年代に応じて最適な媒体を使い分けた情報発信を進めていくことが求められる。また、今後の利用意向が高い県公式ホームページとソーシャルメディアについては、引き続き発信力の強化を図る必要がある。

(問8) 興味・関心のある分野

結果の分析

全体では、「災害・防災」が41.0%と最も高く、次いで「健康・医療」が35.2%となっている。年代別にみると、いずれの年代でも「災害・防災」、「健康・医療」、「消費生活」が高い割合を占めているほか、18歳～20代から40代では「子育て」、50代以降では「公共交通・道路」や「福祉」が高くなっている。

今後も県民の興味・関心を踏まえた情報発信を継続していくことが必要である。

(問9) 興味・関心のある分野の知りたい情報

結果の分析

「県がこれから進めていこうとしている計画や方針」が37.6%と最も高く、次いで「各種申請や事務手続きの方法」が36.6%、「県の行事や催し物などのお知らせ」が30.2%となっている。

県民が求める情報の傾向を踏まえ、引き続き、県民ニーズに沿った情報発信に取り組んでいくことが必要である。

(問10) 県広報紙の閲覧

結果の分析

「見たことがある」が7.1%、「見たことがない」が92.9%となっている。発行頻度が年2回と少なく接触機会が限られることに加え、紙面の配布方法が主に新聞折込であり、新聞購読者にしか届かないことから、認知度が低い状況にあると考えられる。

そのため、発行頻度や配布方法の見直しなどにより、県広報紙の認知度向上を図っていく必要がある。

(問 11) 県広報紙を、より目にする機会が増え、読みたいと思えるようにする工夫

結果の分析

「電子版を県公式 LINE で配信する」が 38.4%で最も高く、次いで「新聞折込ではなく市町村の広報誌への掲載又は折込により配布する」が 37.2%、「生活に身近な内容（イベント、行政サービスなど）を充実させる」が 32.5%となっている。

これらの結果から、県公式 LINE の活用に加え、市町村との連携による配布方法の見直しや、生活に身近で関心の高い内容の充実を図ることで、認知度を高めるとともに、県民のニーズに沿った紙面づくりを進めていく必要がある。

(問 12) 県公式ホームページの閲覧

結果の分析

「よく見ている」が 3.6%、「ときどき見ている」が 43.7%となっている。

引き続き、分かりやすく利用しやすいホームページづくりを進めるとともに、他の広報媒体も併用しながら、県民に確実に情報を届けていく必要がある。

(問 13) 県公式ホームページの分かりやすさ

結果の分析

「非常に分かりやすい」又は「分かりやすい」と回答した人の割合は 62.3%となっている。

おおむね県民にとって分かりやすいページとなっているものの、より利便性の高い情報提供を図るため、引き続き分かりやすいページづくりを進めていく必要がある。

(問 14) 県公式ホームページの分かりにくい理由

結果の分析

「知りたい情報が掲載されていない」が 47.8%で最も高く、次いで「文章が長い」が 34.3%、「1 ページに情報が詰め込まれすぎている」が 33.7%となっている。

これらの課題を踏まえ、職員研修の実施や機能面の改善などを通じて、より分かりやすく使いやすいページづくりを進めていく必要がある。

今後の対応

マスメディアの影響は依然として大きいことから、引き続きテレビ・新聞などのパブリシティを積極的に活用していく。また、若年層に必要な情報を届けるため、ソーシャルメディアを活用した情報発信に力を入れていく。

県広報紙については、県公式 LINE の活用に加え、市町村と連携した配布方法の見直しや紙面内容の充実を図り、認知度の向上につなげていく。

県公式ホームページについては、職員研修の実施や機能面の改善を通じて、より分かりやすく利便性の高いページづくりを進めていく。

調査結果を踏まえた今後の対応

4 県議会の広報について

(問合せ先：議会事務局調査課 電話 026-235-7414)

(問 15) 長野県議会に関する情報の入手先

結果の分析

新聞折込を行っている広報紙「こんにちは県議会です」が 20.8%で最も多く、年代が上がるにつれて割合が高くなる傾向にあった。この傾向は、「テレビ番組（ケーブルテレビの中継）」及び「マスメディアによるニュース報道」でも同様に見られた。

一方、20～30代の回答割合は全ての媒体において低くなっているが、最も回答が多かった項目は、20代では「長野県議会公式 YouTube」、30代では「長野県議会公式ホームページ」となっており、20～30代はインターネット経由で情報を入手する傾向にあることが分かった。

(問 16) 長野県議会に関して知りたい情報

結果の分析

「本会議での審議の内容」が 29.1%で最も多かった。次いで、「委員会での審議の内容」、「本会議や委員会以外の議会の活動」となった。

「議員の人柄や思い」と回答した割合は 8.6%で最も低かった。

今後の対応

毎定例会後に発行している広報紙「こんにちは県議会です」が最も多くの県民に見られていることから、今後も広報紙による広報を継続していくとともに、新聞を購読しない層に向けて、紙面以外の媒体を活用した広報にも力を入れていく。

特に、インターネットを多く利用する若い世代に対しては、SNS による広報を充実させることにより、県議会の情報に接していただく機会を増やしていく。

また、発信内容については、知りたい情報として最も多くの回答があった「本会議や委員会での審議の内容」を中心に、各種媒体の特性に応じた発信内容の変更やデザイン・レイアウトの工夫等により、幅広い世代に伝わる議会広報に向けて取組を充実させていく。

調査結果を踏まえた今後の対応

5 ドローンや「空飛ぶクルマ」の利活用に関する意識について

(問合せ先：DX推進課 電話 026-235-7072)

(問 17) 「ドローン」の利活用についての期待

結果の分析

「災害や事件・事故時の情報収集や物資輸送」、「遭難者や行方不明者の捜索」に対する期待が高かった。「災害や事件・事故時の情報収集や物資輸送」について、年代別では、概ね年代が上がるほど期待が高くなる傾向にあった。

(問 18) 「ドローン」の利活用についての不安

結果の分析

「生活圏周辺を飛行する際の墜落・落下物」、「生活圏周辺を飛行する際のプライバシー侵害（撮影等）」に対する不安が大きかった。

(問 19) 「空飛ぶクルマ」の認知状況

結果の分析

令和6年8月に実施した同調査と比べて、「少し知っていた（説明できないがおおよそ知っている）」と「名前は聞いたことがあった」の計が6割超から約7割に増加し、「全く知らなかった」は3割超から3割弱に減少した。

一方で、年代が上がるほど「全く知らなかった」が低くなるという、若年層ほど「空飛ぶクルマ」を認知していない傾向は変わらなかった。

(問 20) 「空飛ぶクルマ」の利活用についての期待

結果の分析

「災害対応の強化（救助・物資輸送）」、「救命・救急医療の迅速化」という緊急時の活用、次いで「離島や山奥での交通利便性向上」に対する期待が高かった。他の利活用に比べ期待が低かった「遊覧飛行等の観光・娯楽」の中では、若年層の方が期待が高い傾向にあった。

(問 21) 「空飛ぶクルマ」の利活用についての不安

結果の分析

「搭乗時のトラブル（天気の急変や故障等）発生時の対策」、「生活圏周辺を飛行する際の墜落・落下物」、「搭乗時の機体の安全性（墜落・衝突）」に対する不安が大きく、人命や財産に関わる項目ほど不安が大きかった。また、ドローンの同様の項目に対する不安と比べて、より強い不安を感じている結果になった。

(問 22) 「空飛ぶクルマ」実用化時の利用意向状況

結果の分析

「不安な点が解消されれば利用してみたい」が約3割で最も高く、「利用料金によっては利用してみたい」が約2割となった。また、「あまり利用してみたくない」と「全く利用してみたくない」の計は約3割となっており、新しい乗り物に対する期待もある一方で、不安感や抵抗感も感じられる結果となった。

今後の対応

人口減少・高齢化が進む中で、広大な県土に急峻な地形が多く地理的制約が多い長野県においては、ドローンや「空飛ぶクルマ」等による空域の利活用を進めることで、様々な地域課題の解決や、観光・製造業などの産業振興、危機対応能力の強化につながることを期待される。

一方で現状、ドローンは観光（空撮）、農業等の一部の分野での活用が中心であり、まだ多くの県民にとって身近な存在とは言えない状況にある。また、今年度開催された大阪・関西万博での飛行が目玉された「空飛ぶクルマ」については、国内外で新たなモビリティとしての期待が集まり、昨

年度よりも認知度が上向いてはいるものの、全体としてはまだ認知度が低い状況となった。

ドローンや「空飛ぶクルマ」が様々な地域の課題解決や賑わい創出に資するものであることを多くの県民に認識していただくとともに、安全性やプライバシー等の不安に対しては、技術や制度動向等を含め正確に理解していただくことで、空域の有効活用に向けた社会受容性の向上を図る必要がある。

問 17 及び問 20 の、ドローンや「空飛ぶクルマ」の利活用を期待する分野については、期待に即したユースケースの実現に向けて、先端的な利活用モデル構築を目指す企業等への補助事業（次世代空モビリティ活用信州モデル創出補助金）等を活用し、官民で連携して取り組む。

また、各設問における年代ごとの期待すること・不安に感じることを踏まえた内容で、ドローンや「空飛ぶクルマ」の利活用の機運醸成・社会受容性向上のためのイベント出展や、ホームページ等を通じた情報発信を継続的に実施することで、県民の理解促進を図る。

これらの活動は全体を通して、官民が連携して県内でのドローン及び「空飛ぶクルマ」の利活用を推進している「信州次世代空モビリティ活用推進協議会」（令和 5 年 9 月設立）の構成団体と連携して実施する。例えば、今回の調査で期待感・不安感がともに低かった 18～29 歳の若年層をターゲットとして、大学等の教育機関と連携した取組を進める。

調査結果を踏まえた今後の対応

6 消費生活に関する意識について

(問合せ先：くらし安全・消費生活課 電話 026-235-7174)

(問 23) 消費者トラブルに関する相談先の存知

結果の分析

「知らない」が 37.5%と最も高く、知っている相談先は、「県の消費生活センター」が 31.2%、「警察(相談専用番号#9110、最寄りの交番など)」が 30.3%、「消費者ホットライン(電話番号 188)」が 29.0%、「お住いの市町村の相談窓口」が 27.1%となっている。

県の相談窓口である「県の消費生活センター」を知っている人の割合(31.2%)は、前回調査の 21.9%から大きく増加しており、認知度の向上が確認された。

(問 24) 消費者トラブルの相談先

結果の分析

「トラブルにあった、又は、あいさうになったことはない」が 46.1%を占めたが、トラブルにあった人の相談先は、「警察(相談専用番号#9110、最寄りの交番など)」が 8.7%と最も高く、次いで「お住いの市町村の相談窓口」が 8.3%、「家族、親族、友達等身近な人」が 8.2%となっている。また、「相談していない」は 22.1%となり、前回調査(15.2%)から増加する結果となった。

(問 25) 消費者トラブルを相談しなかった理由

結果の分析

「どこに相談してよいかわからなかったから」が 36.7%と最も高く、前回調査(41.4%)に比べ減少した。次いで、「自分で調べて解決できたから」が 23.1%、「誰かに相談するほどのことではないと思ったから」が 19.5%、「解決は無理だと考え諦めたから」が 15.8%となった。

(問 26) エシカル消費の認知度

結果の分析

最も多い回答である「(エシカル消費を)知らない」は 66.4%となった。「(エシカル消費を)聞いたことがある」は 27.2%、「(エシカル消費の)意味を知っている」は 6.4%となり、これらを合わせた認知度は 33.6%と、前回調査(36.0%)に比べ低下した(全国 27.1%*)。

また、年代別の認知度を比較すると、18歳～29歳が 38.9%と最も高く、新しい概念であることから、授業等で取り扱われて比較的概念に触れる機会が多かったと考えられる。70歳以上は 22.0%と、世代別の認知度で最も低いという結果になった。

※消費者庁 令和7年度第2回消費生活意識調査

(問 27) エシカル消費の意味を知ったきっかけ

結果の分析

「テレビ、ラジオの番組やCM」と「本や雑誌の記事」が 25.0%と最も高く、次いで「学校の授業」が 15.6%、「動画共有サイトやバナー広告等、インターネット上のコンテンツ」、「行政機関の公式情報媒体(広報紙、ホームページ、Instagram、X(旧Twitter)等)」、「仕事上で」が 14.1%となった。テレビ等のメディアのほか、学校での授業やインターネット上から情報を得る方は相当数いると考えられる。

(問 28) エシカル消費の実践状況

結果の分析

選択率の高い項目は、「値段の安さだけでなく、長く使えるか、本当に必要かの重要視」が 29.6%(28.9%)、「塩分を控える、野菜を沢山とる等、健康を意識した食事」が 24.2%(26.6%)、「定期的に健康診断や人間ドックを受ける等、健康状態を把握する取組」が 23.7%(25.1%)となり、健康に関する項目は比較的选择率が高く、日常生活で実践している人が多いと考えられる。

環境に関する取組では、「リサイクル商品、又はリサイクル可能な商品の選択」は 17.9%(16.8%)、

「エコマーク等の環境ラベルの付いた商品の選択」は 10.9% (8.3%) と上昇し、環境に配慮した実践が広がっていることがうかがえた。

なお、「特に実施している取組はない」は 38.7% (38.5%) で、ほぼ横ばいであった。エシカル消費の意味を理解していなくても、日常生活においてエシカルな消費行動に取り組んでいる人は6割を超えている結果になった。

※ () 内は前回調査結果

〔問 29〕電話でお金詐欺（特殊詐欺）等の情報提供方法

結果の分析

県民が希望する、電話でお金詐欺（特殊詐欺）等に関する注意喚起や被害防止対策の情報提供方法としては、「テレビ、ラジオでの広報」が 70.1% と突出して高く、次いで「新聞、雑誌等での広報」が 37.9%、「公共施設、金融機関、コンビニエンスストア等でのポスター掲示」が 28.4%、「広報紙への掲載や回覧板等による周知」が 28.3% と身近な場面で情報提供を受けることの要望が多い。

〔問 30〕電話でお金詐欺（特殊詐欺）等の対策

結果の分析

「犯人の検挙」が 62.0% と最も高く、次いで「犯行に使用された銀行口座、電話回線、SNS 等のツールを凍結するなどの再犯防止策」が 42.7% と警察等による実効性を重視した対策を求める声が多い。

「金融機関、コンビニエンスストア、携帯電話会社等の関係企業との連携による被害防止対策（振込上限額の設定、通報体制の確立等）」が 34.3%、「各種媒体による継続的な情報発信」が 27.7%、「相談窓口の充実」が 25.6%、「防犯機能を備えた電話用機器、スマートフォンアプリの普及促進（無償貸出、購入補助等）」が 24.5% と未然防止や水際対策についても要望は多いが、その反面、「特になし」を選択した無関心層ともとれる人も 13.7% いるという結果になった。

今後の対応

- ・消費生活に関するトラブルの相談先等について（問 23 から問 25 まで）

消費生活に関するトラブルに「あった」又は「あいさうになった」際に、どこに相談してよいかわからなかったため相談していない人が回答者全体の約 1 割みられたが、消費生活に関するトラブルの相談窓口として県の消費生活センターを知っている人の割合は 31.2% と、前回調査の 21.9% から大きく増加した。

相談先がわからずに消費者トラブルを抱えている方を少しでも減らすためにも、引き続き、LINE による消費生活相談や各地域振興局のオンライン相談を含めた県の相談窓口の周知を強化し、消費者トラブルの解決に向けた支援を行っていく。

また、トラブルにあわない「自立した消費者」になっていただくために、消費者大学をはじめ、出前講座など、消費者教育についても一層の充実を図っていく。

- ・「エシカル消費」について（問 26 から問 28 まで）

「エシカル消費」の認知度は 33.6% で、前回調査の 36.0% から減少した。要因のひとつとして 50 代～70 代の認知度が低下したことが考えられる。一方で、前回調査時に認知度が世代間で最も低かった若年層（18～29 歳）の認知度が今回調査では 38.9% と最も高く、前回調査の 30.4% から大きく上昇しており、また、30 代～40 代の認知度も向上している。今後も教育機関への働きかけを継続し、若年層世代に届く形での啓発を実施するとともに、50 代～70 代を対象にした効果的な啓発を推進していく。

エシカル消費の意味を知ったきっかけとしては、テレビ、ラジオや記事、学校の授業、インターネット上のコンテンツなどが高かったため、既存メディアを重視しつつも、若年層を含めた幅広い年代に向け、様々な媒体を活用した啓発活動が必要かつ効果的であると考えられる。

今後の施策展開としては、引き続き産業労働部の「しあわせバイ信州運動」と一体的な消費運動として展開していき、日常生活の中で商品の背景を意識し、自発的、日常的に実践していただくことを部局横断で呼びかけるとともに、エシカル消費の概念についても理解促進を図っていく。

- ・電話でお金詐欺（特殊詐欺）等被害防止のための広報等について（問 29 から問 30 まで）

年々手口が多様化・複雑化し、被害者層は高齢者のみではなく全世代に広がっている。

こうした背景も踏まえ、今後の情報提供は、従来からの「テレビ、ラジオでの広報」、「新聞、雑

誌等での広報」、「公共施設、金融機関、コンビニエンスストア等でのポスター掲示」など身近な場面における情報提供に加え、若年層が多く利用する SNS、Web 広告、スマートフォンアプリ等による発信も積極的に取り入れていく。

引き続き、警察をはじめ、金融機関、コンビニエンスストア、携帯電話会社等の官民が一体となり、それぞれの業種において、幅広い層に訴求する被害防止活動を実施していく必要がある。

調査結果を踏まえた今後の対応

7 自転車の安全利用について

(問合せ先：くらし安全・消費生活課 電話 026-235-7174)

(問 31) 自転車の利用状況

結果の分析

自転車を利用している人の割合は 21.5%であり、令和 6 年 11 月に実施した県政アンケート調査結果（以下、前回調査という。）から 8.6 ポイント下降している。男女別の利用率をみると男性が 25.7%、女性は 17.2%だった。年代別の利用率をみると、18 歳～29 歳が 33.3%と一番高い。令和 3 年の調査以降、減少傾向であった全体の自転車利用率は、令和 6 年に増加したものの、今回の調査では減少となった。

(問 32) 自転車損害賠償保険等への加入状況

結果の分析

自転車損害賠償保険等への加入率（「加入している」と回答した人の割合）は 63.7%であり、前回調査と比べて 5.2 ポイント上昇した。

年代別で見ると、全ての年代で半数以上加入しており、特に 60 代は 7 割超が加入している。

(問 33) 自転車利用時のヘルメットの着用状況

結果の分析

ヘルメットの着用率（「必ず着用している」（24.2%）と「利用状況（夜間や遠出等）に応じて着用している」（14.9%）の計）は 39.1%であり、前回調査結果の 34.9%（「必ず着用」（24.3%）と「利用状況に応じて」（10.6%）の計）と比較して約 4 ポイント上昇しているが、「必ず着用している」と回答した人をみると、横ばいである。

男女別でみると、着用している割合は男性の方が高く、年代別では 70 代と 30 代～40 代の着用率が高い。

(問 34) 自転車利用時にヘルメットを着用していない理由

結果の分析

「ヘルメットを持っていないから」が 49.7%と最も高く、前回調査結果と比べて 2.5 ポイント下降した。次いで「近距離の移動にしか自転車に乗らないから」が 31.3%（前回調査比 5.0 ポイント上昇）、「外出先でのヘルメットの持ち運びや置き場所に困るから」が 26.4%（前回調査比 8.9 ポイント上昇）となった。

(問 35) どうしたらヘルメット着用が浸透するか

結果の分析

「法律による着用の義務化」が 38.7%と前回調査同様に最も高い。前回調査で 2 番目に高かった「安全性・必要性についての周知・広報」は 5.9 ポイント下降の 26.3%であり、「購入の際の費用補助」が 4.6 ポイント上昇の 26.6%で 2 番目に高かった。

(問 36) 16 歳以上の自転車運転者に対する交通反則通告制度（いわゆる「青切符」）導入についての認知状況

結果の分析

「知っている」は 51.9%であり、約半数が 16 歳以上の自転車運転者に対する交通反則通告制度導入について認知している。

男女別でみると、「知っている」割合は男性の方が高く、年代別では 60 代以上が他の年代に比べて高い。

今後の対応

自転車の安全・快適な利用を促進するため、「長野県自転車活用推進計画」に基づく自転車施策について今回の調査結果を踏まえて取組を進める。

自転車用ヘルメットの着用促進については、着用の努力義務化以降も着用が浸透していないことから、アンケート結果を基に啓発内容を工夫しながら着用の促進を図っていく。

自転車損害賠償保険等の加入促進については、引き続き、損害保険事業者等と連携し、条例による義務化の周知や保険加入の重要性の啓発、自動車任意保険の特約で加入できること等、交通安全啓発に併せて、多様な加入手段の周知と保険の加入状況や内容の確認等と呼び掛けていく。

また、令和8年4月1日から導入される、16歳以上の自転車運転者の交通違反に対する交通反則通告制度について更に周知を図っていく。