

平成27年度

第2回 県政モニターアンケート

目 次

I	調査の概要	-----	1
II	結果の内容	-----	5
	(1) 県政の情報発信について		
	問1	よく利用する（知っている）広報媒体について	6
	問2	県からの情報発信について	7
	問3	県が今後力を入れるべき広報の方法について	8
	問4	県が発行する印刷物の改善点について	9
	問5	長野県公式ホームページ「Web site 信州」について	10
	(2) 県歌「信濃の国」について		
	問6	「信濃の国」の認知度等について	13
	問7	「信濃の国」の効果的な発信方法について	14
	(3) 県産農産物の認知度・購入意識・食生活について		
	問8	信州オリジナル食材の認知度	15
	問9	長野県産又は地場産の意識	17
	問10	食生活上の実践度	19
	(4) 県職員の姿勢・行動について		
	問11	県職員の県民の期待への対応度	21
	問12	県職員の仕事への取組姿勢	22
III	調査票	-----	23

I 調査の概要

1 調査の目的・項目

県政の課題について「県政モニターアンケート調査」を実施しました。今回の調査においては下記の4項目について12問を設定しました。

- (1) 県政の情報発信について
より効率的で効果的な情報発信を行うため、これまで行ってきた広報活動の県民への浸透度やその評価に加え、県民が広報活動に求めている事項について調査
- (2) 県歌「信濃の国」について
県の魅力が盛り込まれた「信濃の国」に、今後ますます親しみを持っていただくとともに、歌い継いでいただけるような取組を進めるために、認知度等について調査
- (3) 県産農産物の認知度・購入意識・食生活について
平成24年度第1回調査（平成24年8月実施）、平成25年度第2回調査（平成25年6月実施）、平成26年度第1回調査（平成26年8月実施）と同一の質問を設定し、この間の変化を把握するために調査
- (4) 県職員の姿勢・行動について
「行政経営理念」（平成24年3月策定）に基づいた改革の進捗状況及び職員の姿勢や行動について、平成24年度第1回調査（平成24年8月実施）、第3回調査（平成25年1月実施）、平成25年度3回調査（平成25年8月実施）、平成26年度1回調査（平成26年8月実施）と同内容の質問による調査を実施し、その間の変化を把握

2 調査の方法

- (1) 調査地域：長野県全域
- (2) 調査対象：県政モニター 1, 202人
- (3) 調査方法：郵送又はインターネット
- (4) 調査期間：平成27年8月21日（金）から9月3日（木）

3 回収結果

回収数（率） 794人（66.1%）

【回答方法別】 (上段 回答者数：中段 対象者数：下段 割合)

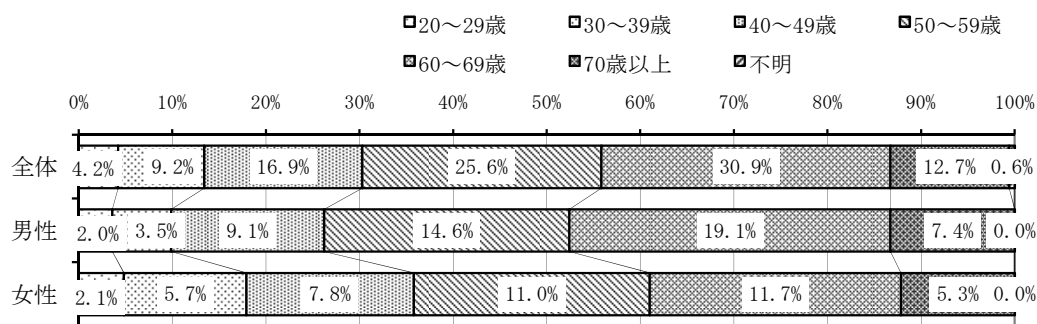
	全体回答率	(回答方法内訳)	
		郵送	インターネット
総数	794	582	212
	1,202	736	466
	66.1%	79.1%	45.5%
公募	59	22	37
	96	25	71
	61.5%	88.0%	52.1%
無作為	735	560	175
	1,106	711	395
	66.5%	78.8%	44.3%

4 回答状況

【男女別・年代別】 (上段 回答者数：下段 割合)

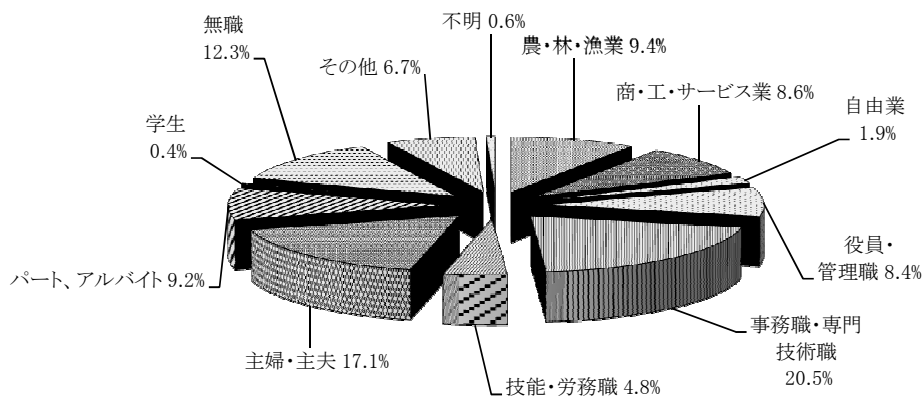
	総数	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上	不明
総数	794	33	73	134	203	245	101	5
	100.0%	4.2%	9.2%	16.9%	25.6%	30.9%	12.7%	0.6%
男性	443	16	28	72	116	152	59	-
	55.8%	2.0%	3.5%	9.1%	14.6%	19.1%	7.4%	-
女性	346	17	45	62	87	93	42	-
	43.6%	2.1%	5.7%	7.8%	11.0%	11.7%	5.3%	-
不明	5	-	-	-	-	-	-	5
	0.6%	-	-	-	-	-	-	0.6%

※ 割合(%)はすべて、回答総数(n=794)に対する割合



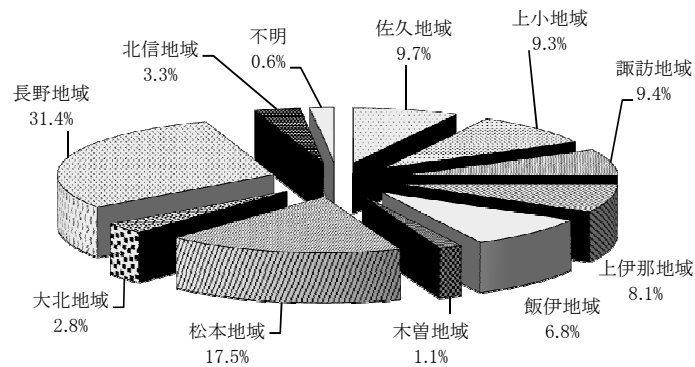
【職業別】

	県政モニター 登録者数		回答者数		回答率
	人数	割合	人数	割合	
農・林・漁業	99	8.2%	75	9.4%	75.8%
商・工・サービス業	111	9.2%	68	8.6%	61.3%
自由業	27	2.2%	15	1.9%	55.6%
役員・管理職	138	11.5%	67	8.4%	48.6%
事務職・専門技術職	262	21.8%	163	20.5%	62.2%
技能・労務職	69	5.7%	38	4.8%	55.1%
主婦・主夫	173	14.4%	136	17.1%	78.6%
パート、アルバイト	121	10.1%	73	9.2%	60.3%
学生	7	0.6%	3	0.4%	42.9%
無職	107	8.9%	98	12.3%	91.6%
その他	88	7.3%	53	6.7%	60.2%
不明	-	-	5	0.6%	-
合計	1,202	100.0%	794	100.0%	66.1%



【地域別】

	県政モニター 登録者数		回答者数		回答率
	人数	割合	人数	割合	
佐久地域	113	9.4%	77	9.7%	68.1%
上小地域	118	9.8%	74	9.3%	62.7%
諏訪地域	132	11.0%	75	9.4%	56.8%
上伊那地域	103	8.6%	64	8.1%	62.1%
飯伊地域	91	7.6%	54	6.8%	59.3%
木曾地域	14	1.2%	9	1.1%	64.3%
松本地域	232	19.3%	139	17.5%	59.9%
大北地域	32	2.7%	22	2.8%	68.8%
長野地域	323	26.9%	249	31.4%	77.1%
北信地域	44	3.7%	26	3.3%	59.1%
不明	-	-	5	0.6%	-
合計	1,202	100.0%	794	100.0%	66.1%



5 その他

- (1) 調査結果の割合は、百分率で表記した。百分率の値は、小数点以下第2位を四捨五入し、小数点以下第1位までを表示している。したがって、割合の合計が100%とならない場合がある。なお、調査の設問には単数回答と複数回答があり、複数回答の場合には割合の合計が100%を上回ることがある。
- (2) 集計結果において、「無回答」とは、当該設問に対する回答（選択）が無いものを示す。
※回答方法が1択の設問に対して、複数選択されているなど、正常な回答として扱えないものも「無回答」とする。
- (3) 「Ⅱ結果の内容」中、設問の表記は、便宜上補足（選択肢の番号など）を加えている場合がある。また、設問の選択肢で文字数が多いものについては、本文や図表中で便宜上短く省略している
- (4) 場合がある。

「4 回答状況」で「不明」とあるものは、アンケート回答の際に県政モニターID番号等の記入がなく、回答者の属性（性別、年代等）が不明なものを示している。

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＞

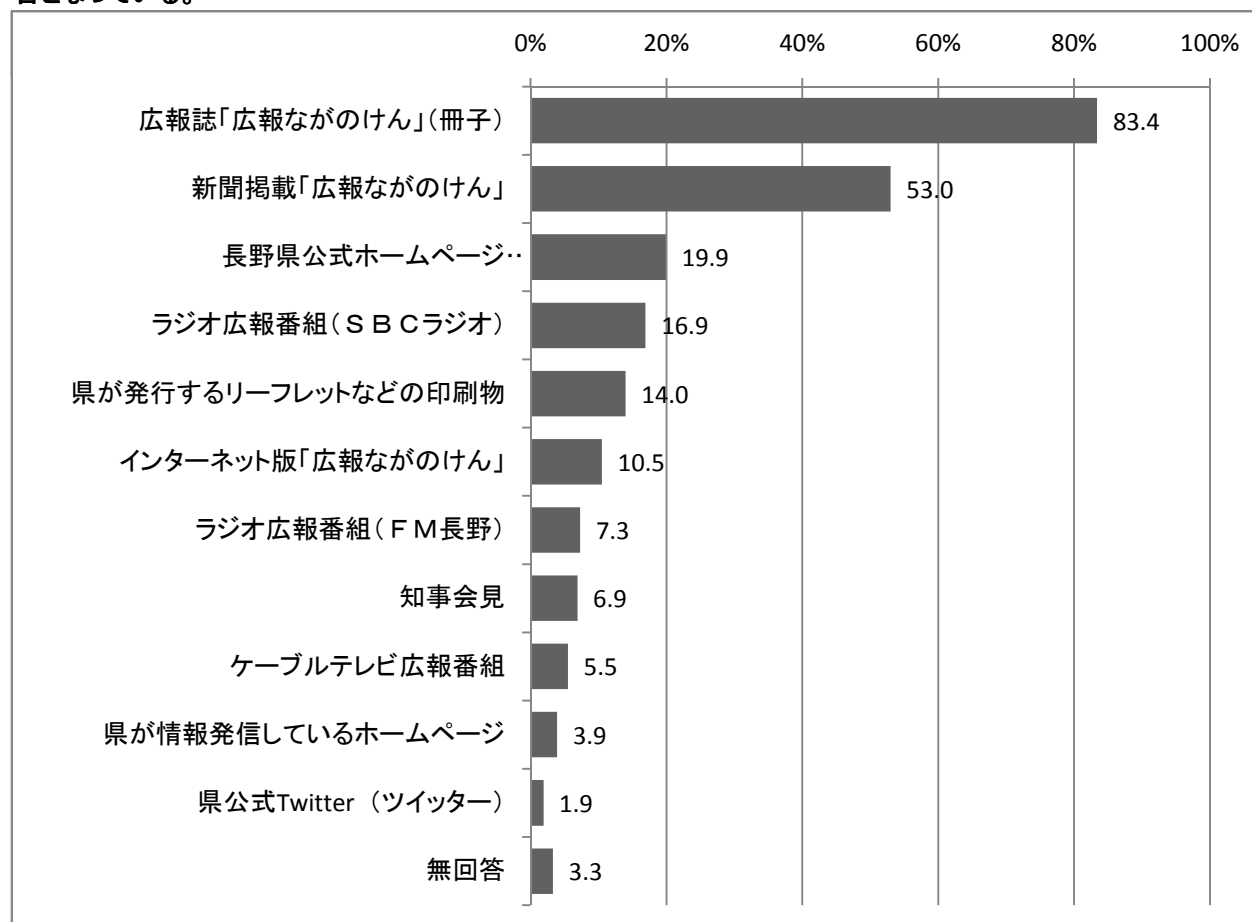
「広報紙『広報ながのけん』(冊子)」が8割超、次いで「新聞掲載『広報ながのけん』」が5割超

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 (%)
広報紙「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

●「広報紙『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。



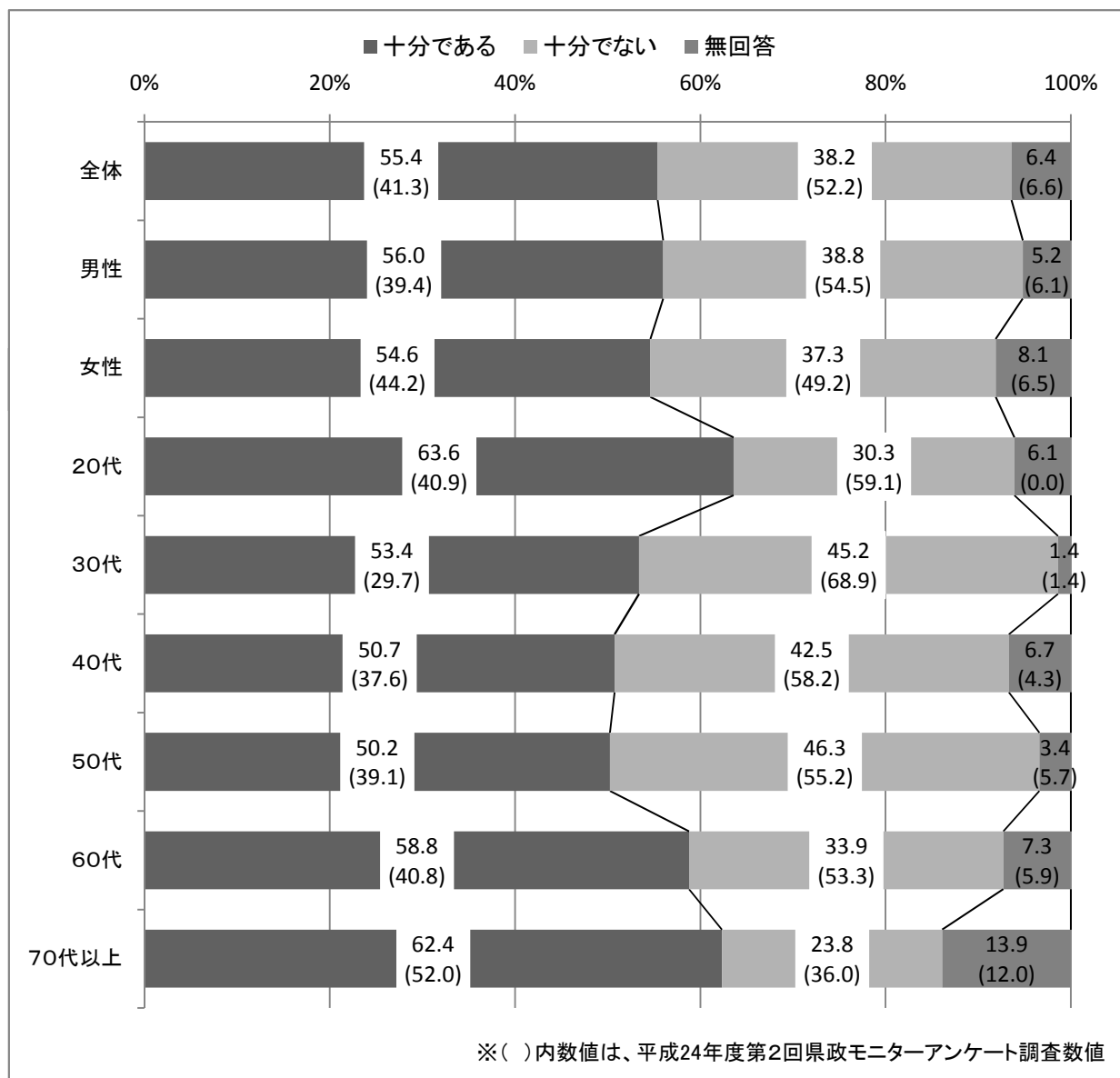
<県からの情報発信について>

「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。(〇は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。



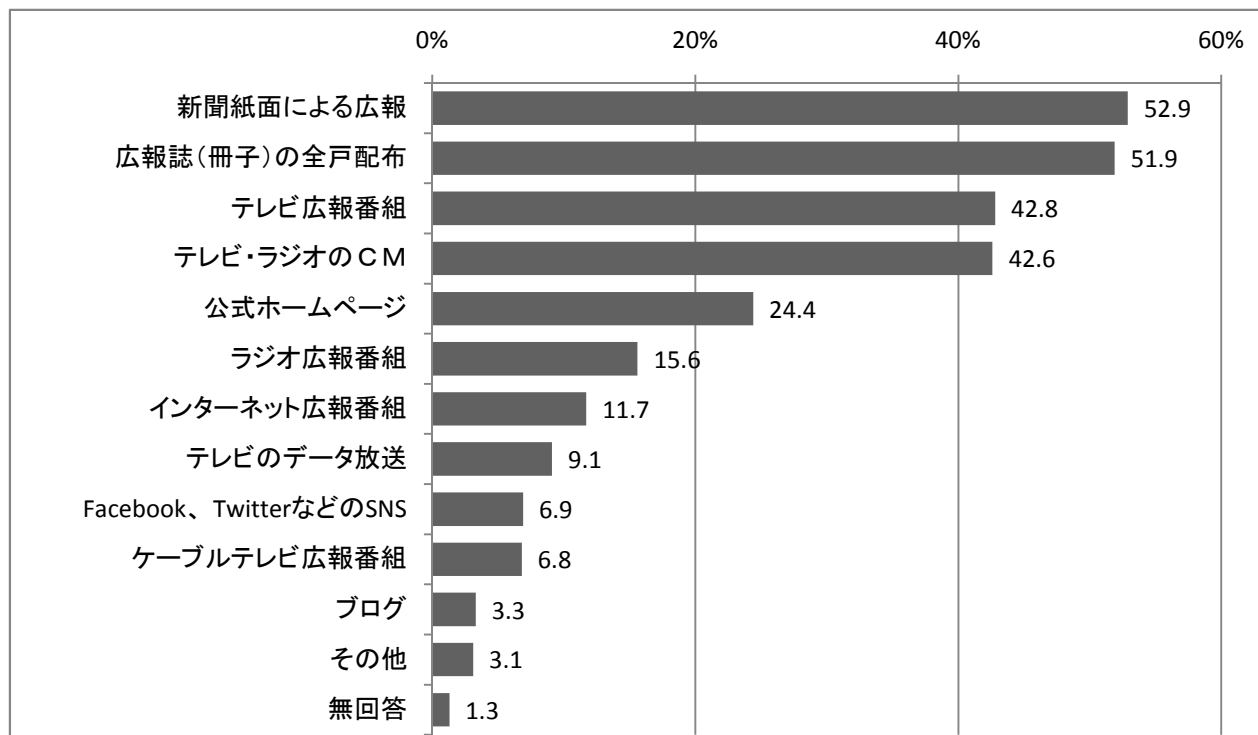
＜県が今後力を入れるべき広報の方法について＞

「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。



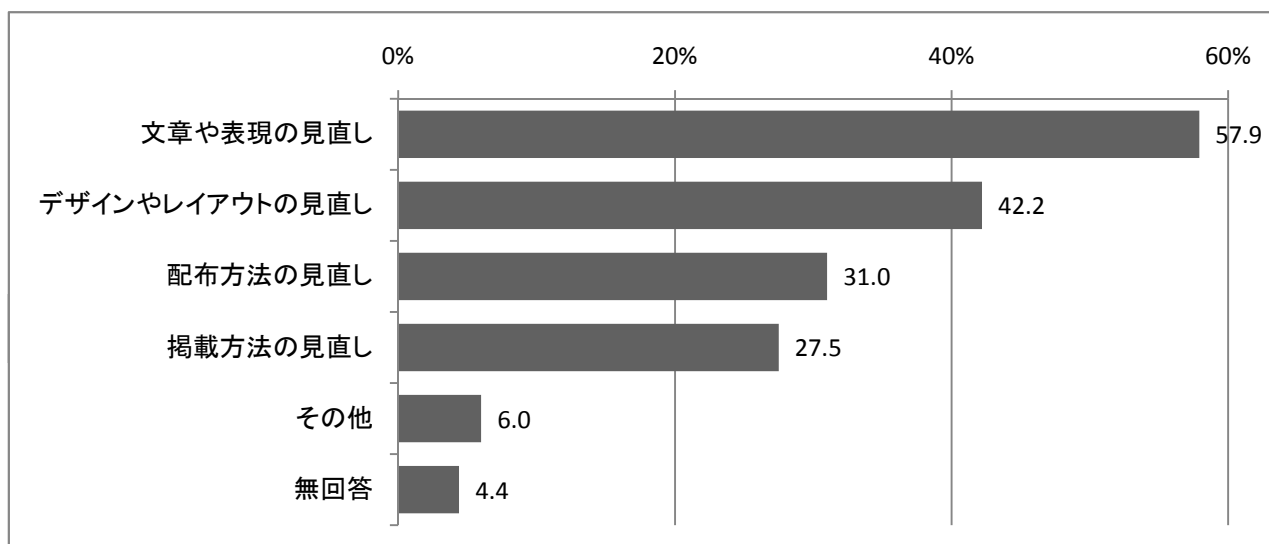
＜県が発行する印刷物の改善点について＞

「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)

	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。

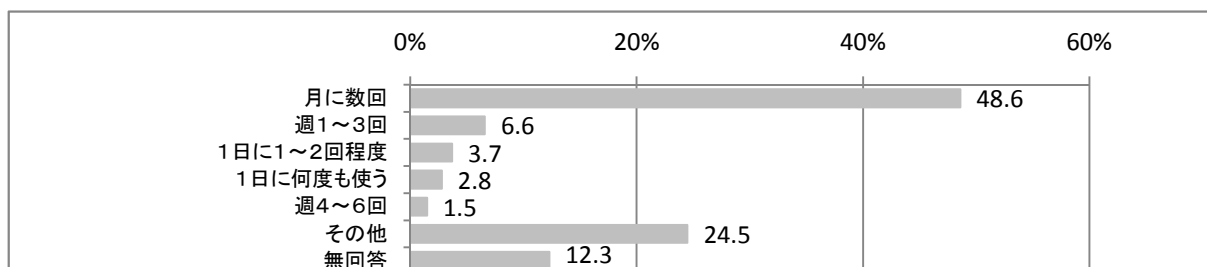
＜県のホームページの利用頻度、情報検索方法について＞

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。

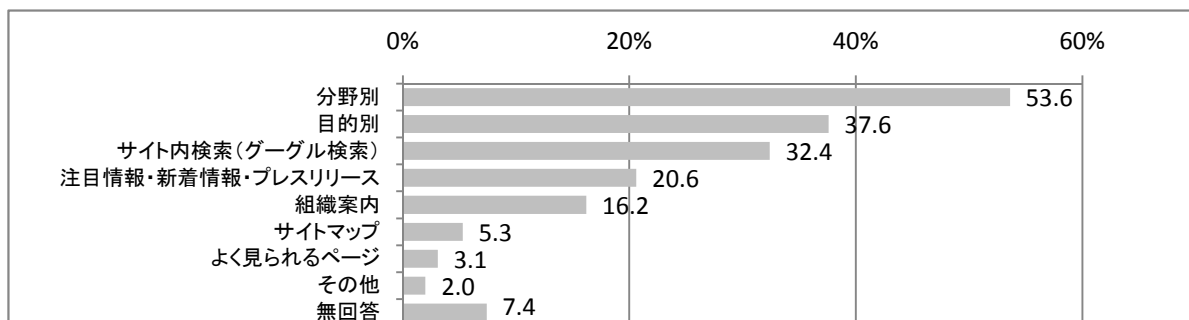


問5-2 県のホームページで知りたい情報を探す方法であてはまるものをすべて選んでください。(○はいくつでも)

	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。

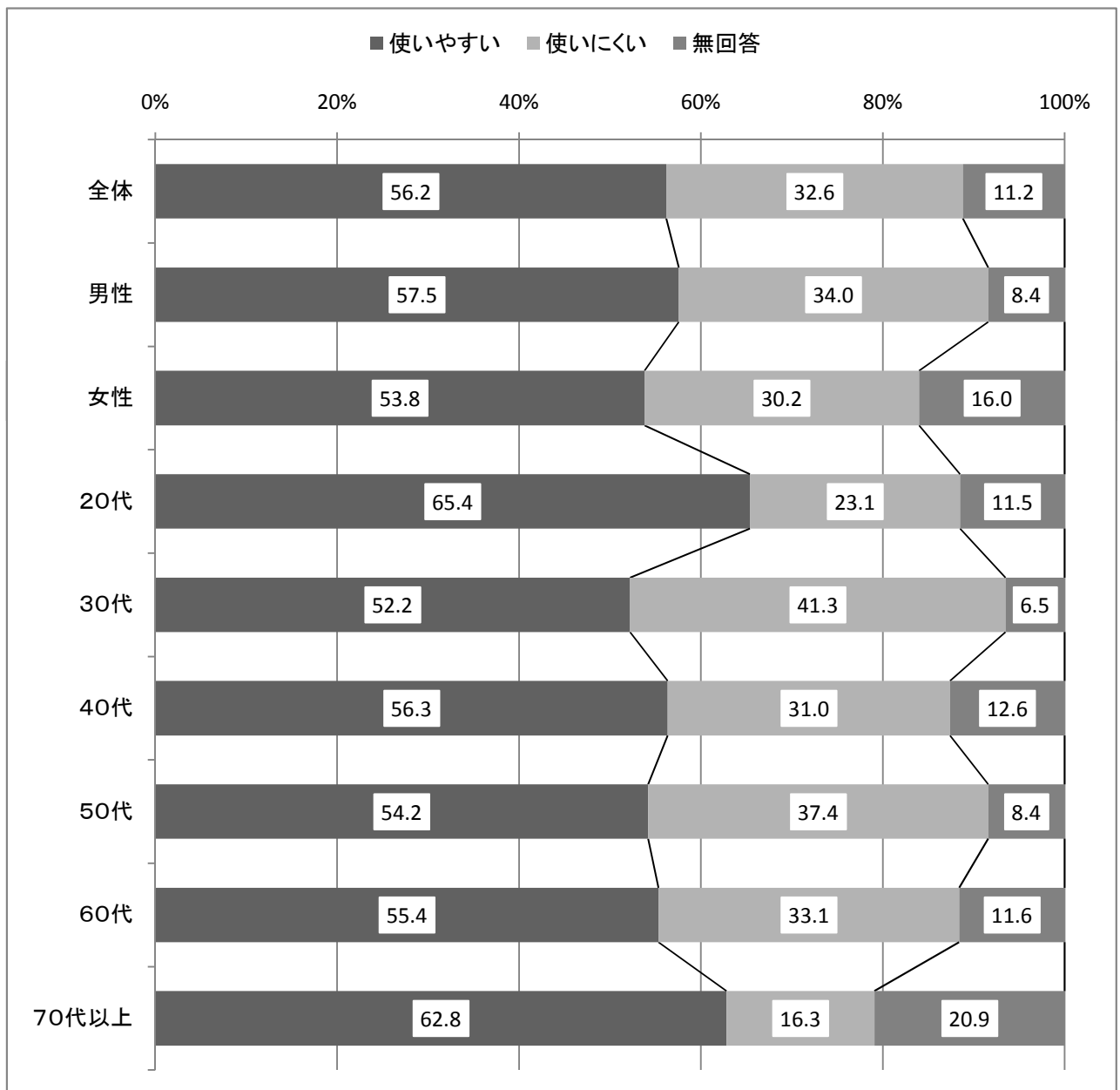


＜県のホームページの使いやすさについて＞
「使いやすい」が約6割、「使いにくい」が約3割

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。



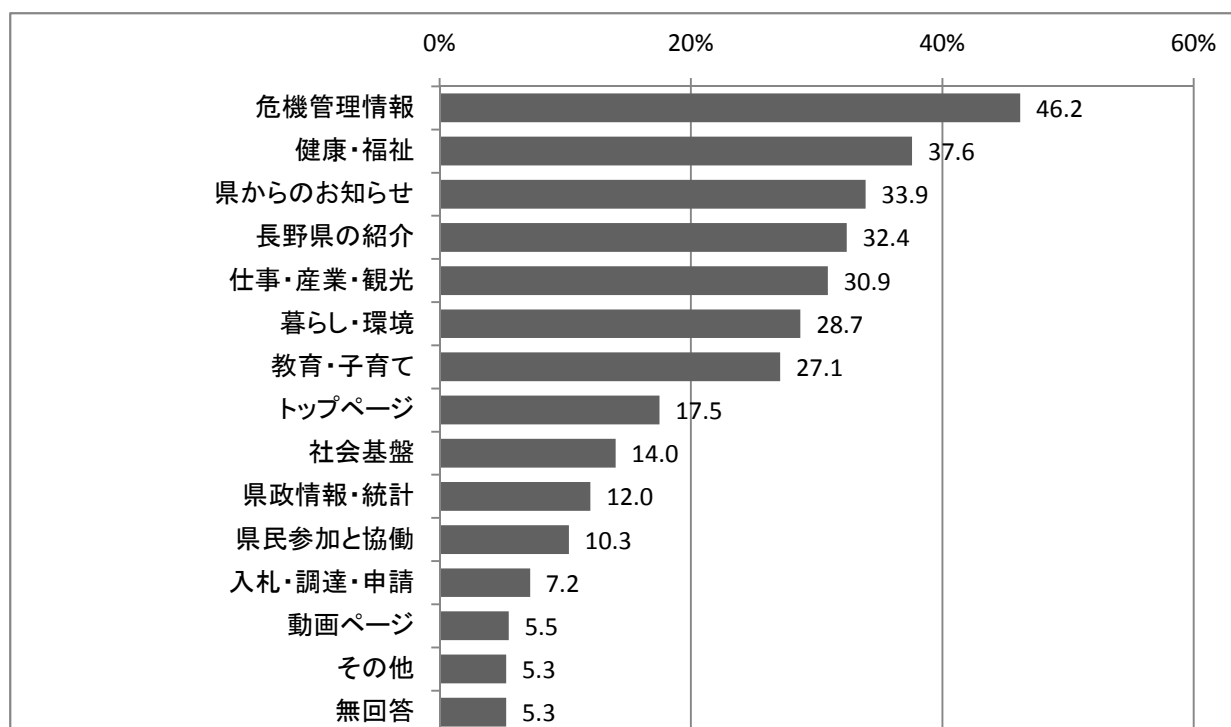
＜県のホームページで充実してほしいページについて＞

「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。



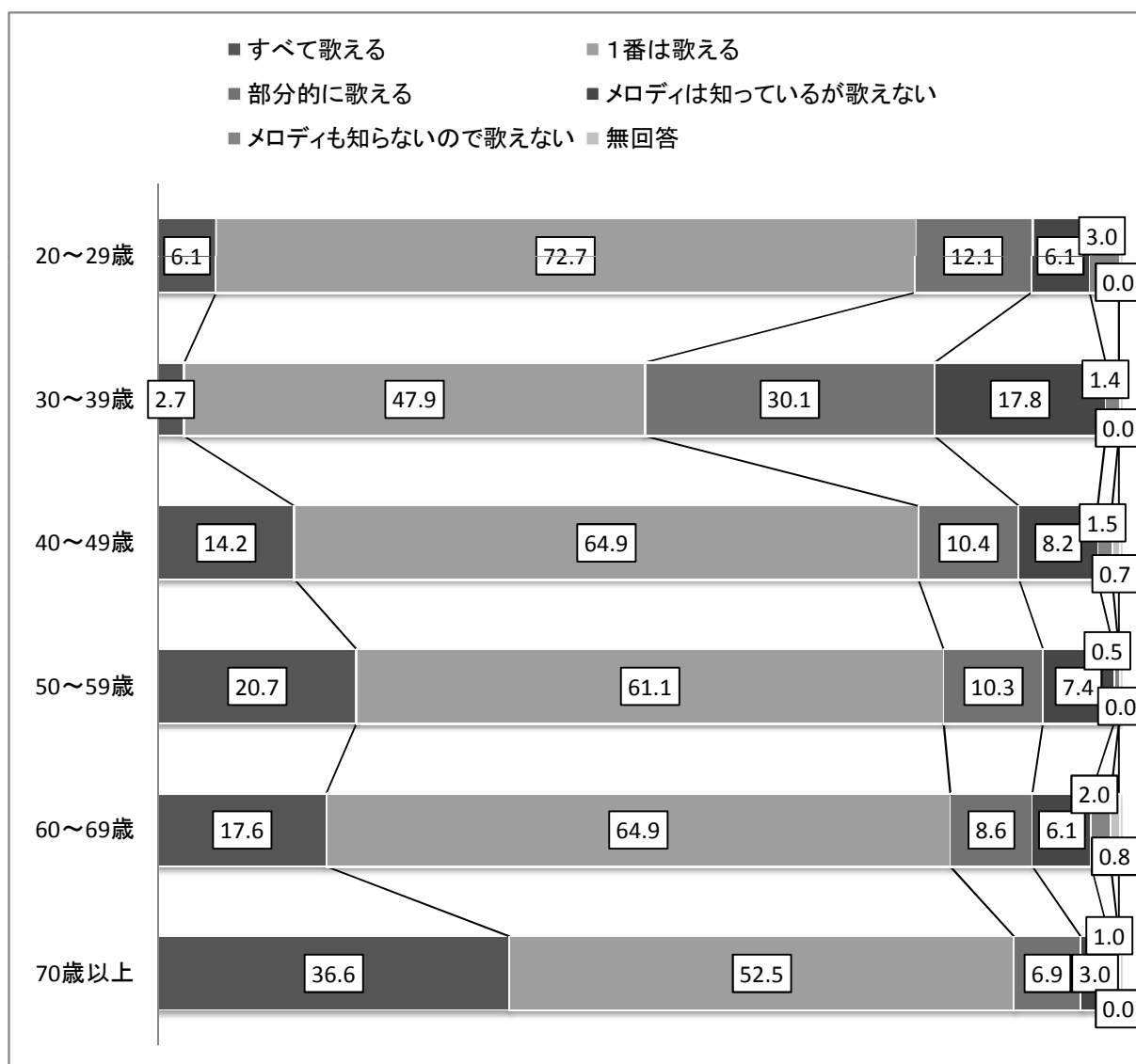
《県歌「信濃の国」について》

＜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。

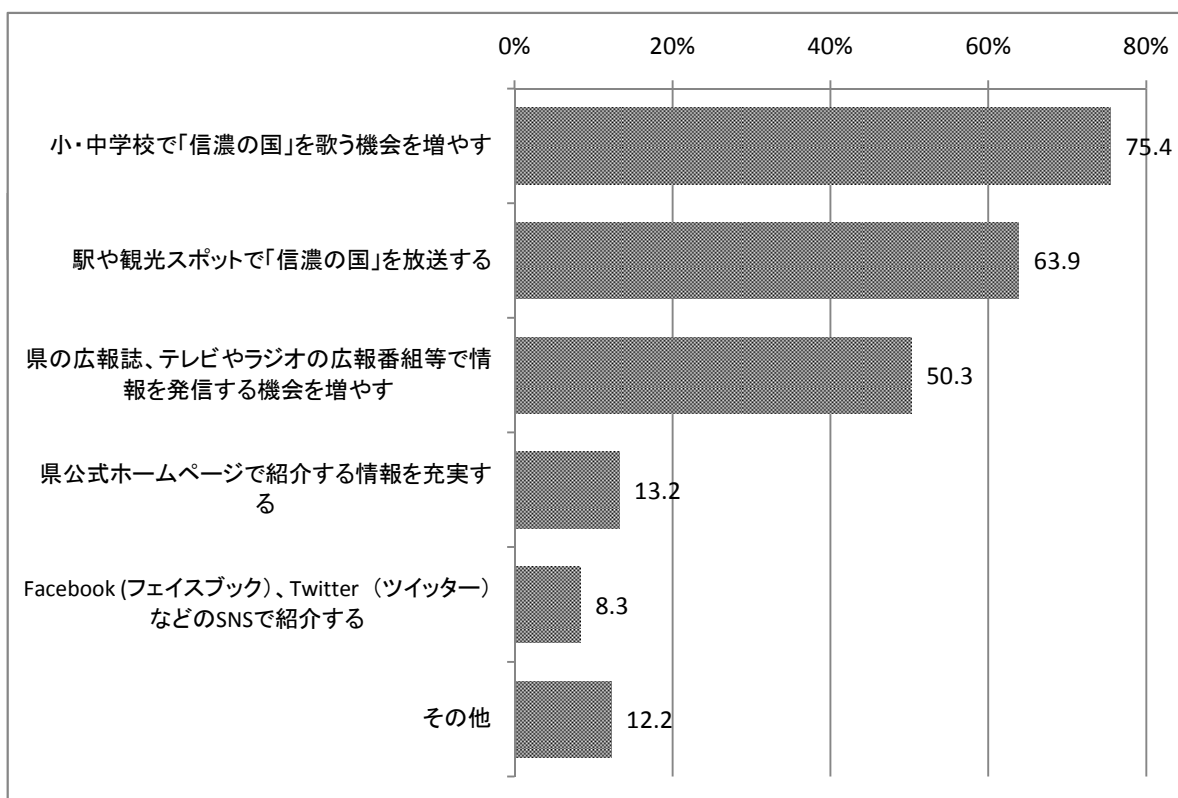


<「信濃の国」の効果的な発信方法について>
 「小・中学校で「信濃の国」を歌う機会を増やす」が8割弱

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、「おいしい信州ふード(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)

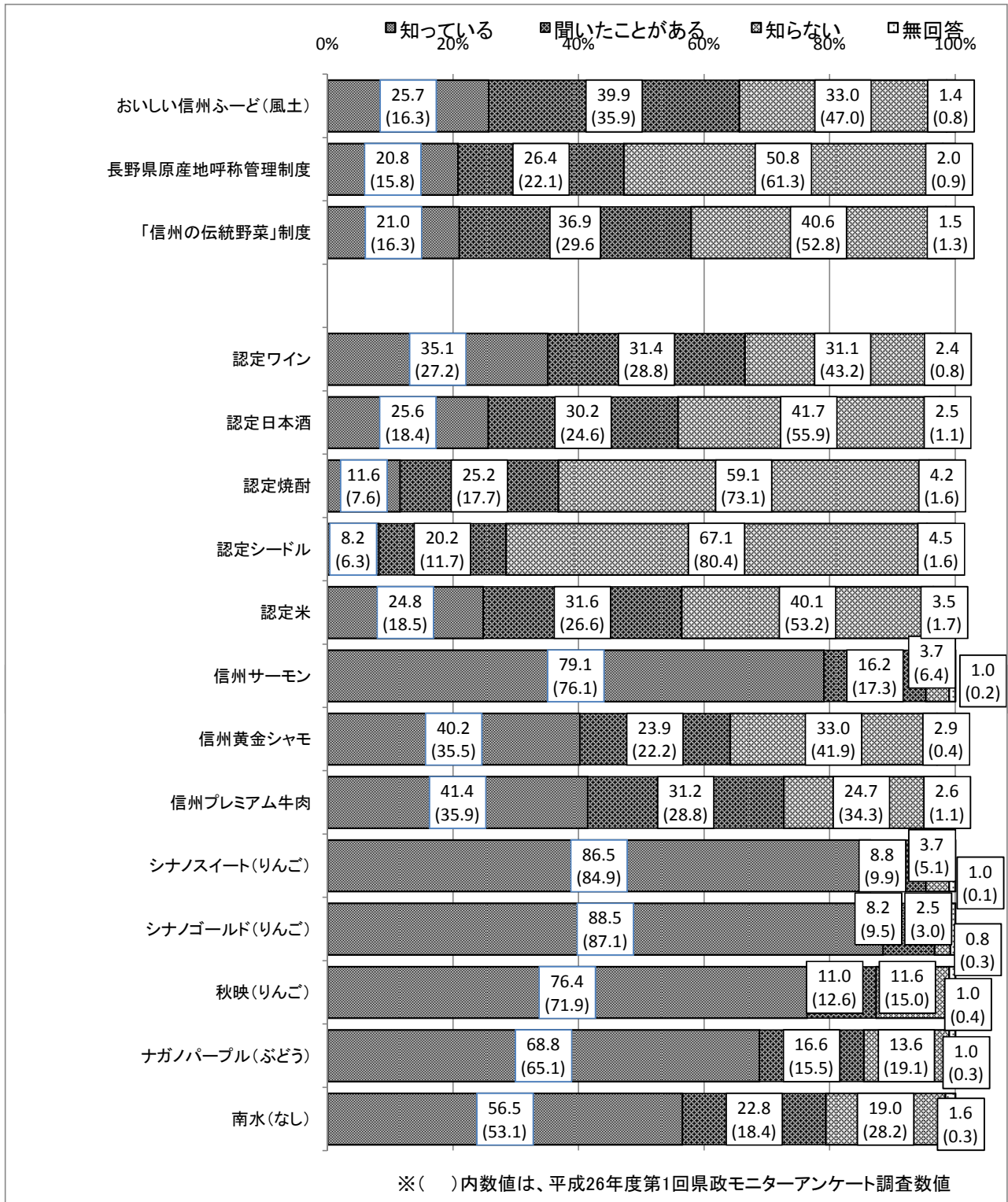
上段:回答者数(人)

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	「おいしい信州ふード(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。(〇はそれぞれ1つずつ)

n=794 (H26年8月実施n=925)

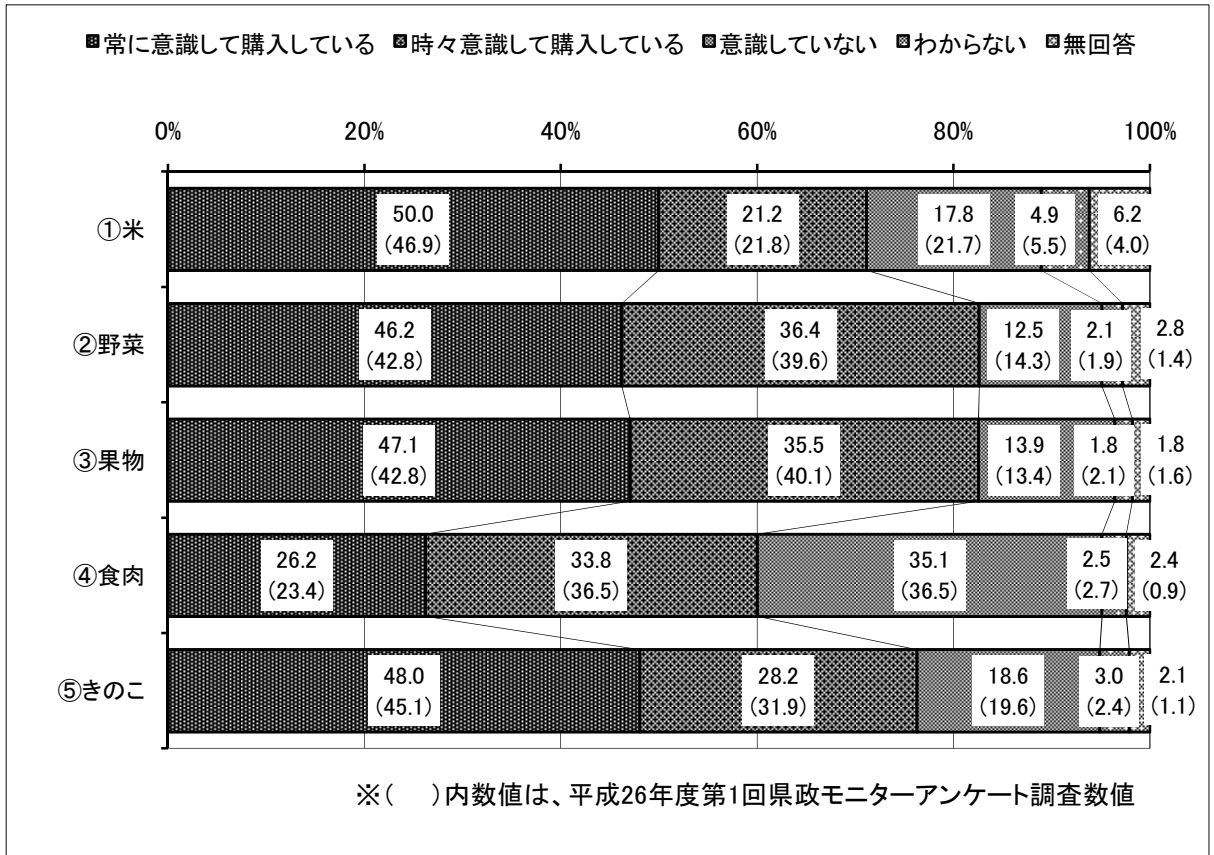
①米	回答数 (人)	割合 (%)	(参考)H26年度		④食肉	回答数 (人)	割合 (%)	(参考)H26年度	
			回答数(人)	割合(%)				回答数(人)	割合(%)
常に意識して購入している	397	50.0	434	46.9	常に意識して購入している	208	26.2	216	23.4
時々意識して購入している	168	21.2	202	21.8	時々意識して購入している	268	33.8	338	36.5
意識していない	141	17.8	201	21.7	意識していない	279	35.1	338	36.5
わからない	39	4.9	51	5.5	わからない	20	2.5	25	2.7
無回答	49	6.2	37	4.0	無回答	19	2.4	8	0.9

②野菜	回答数 (人)	割合 (%)	(参考)H26年度		⑤きのこ	回答数 (人)	割合 (%)	(参考)H26年度	
			回答数(人)	割合(%)				回答数(人)	割合(%)
常に意識して購入している	367	46.2	396	42.8	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	289	36.4	366	39.6	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	99	12.5	132	14.3	意識していない	148	18.6	181	19.6
わからない	17	2.1	18	1.9	わからない	24	3.0	22	2.4
無回答	22	2.8	13	1.4	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家で料理をつくる際に、時々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

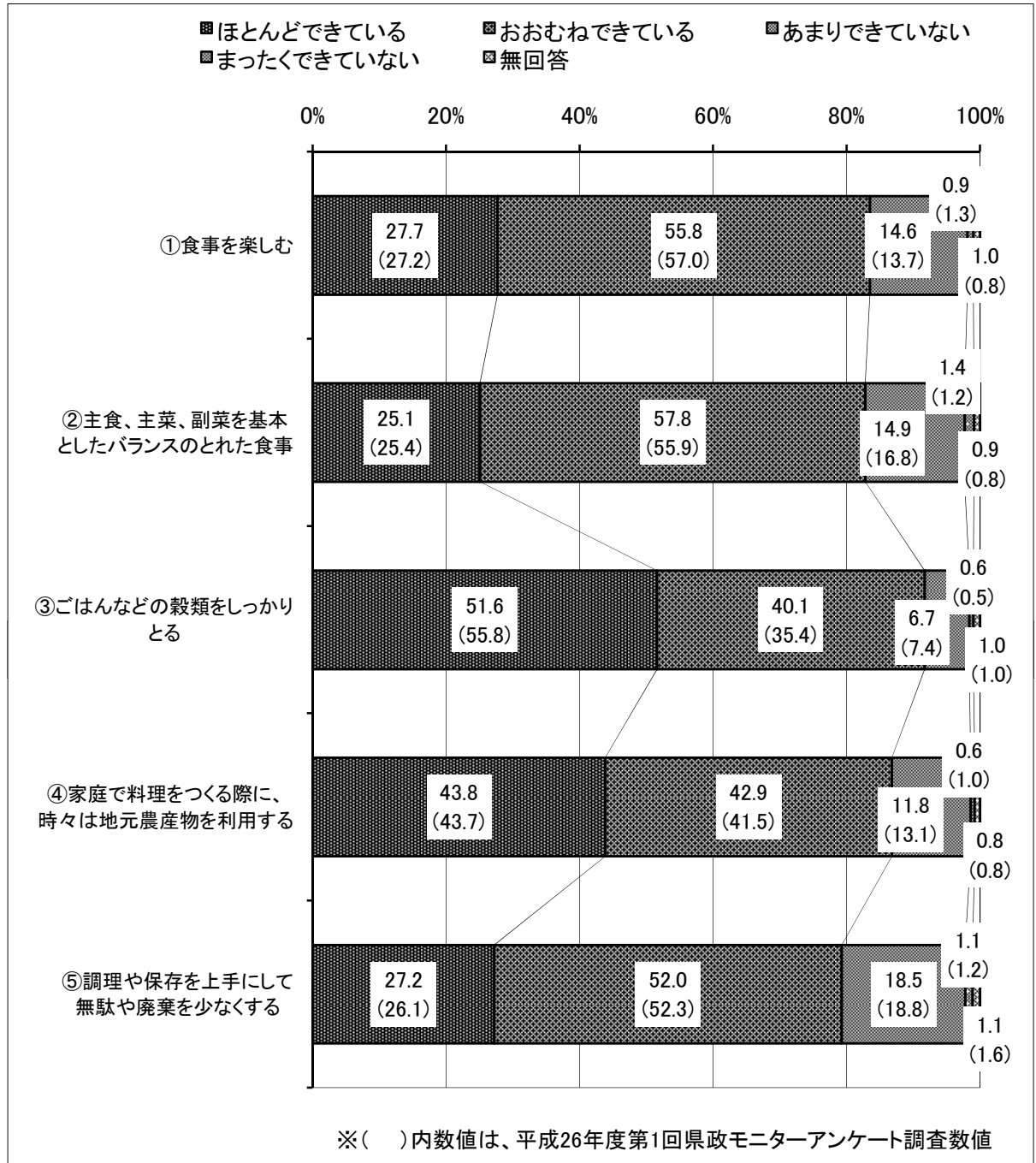
⑤調理や保存を上手にして無駄や廃棄を少なくする	回答数 (人)	割合 (%)	(参考)H26年度	
			回答数(人)	割合(%)
ほとんどできている	216	27.2	241	26.1
おおむねできている	413	52.0	484	52.3
あまりできていない	147	18.5	174	18.8
まったくできていない	9	1.1	11	1.2
無回答	9	1.1	15	1.6

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＞

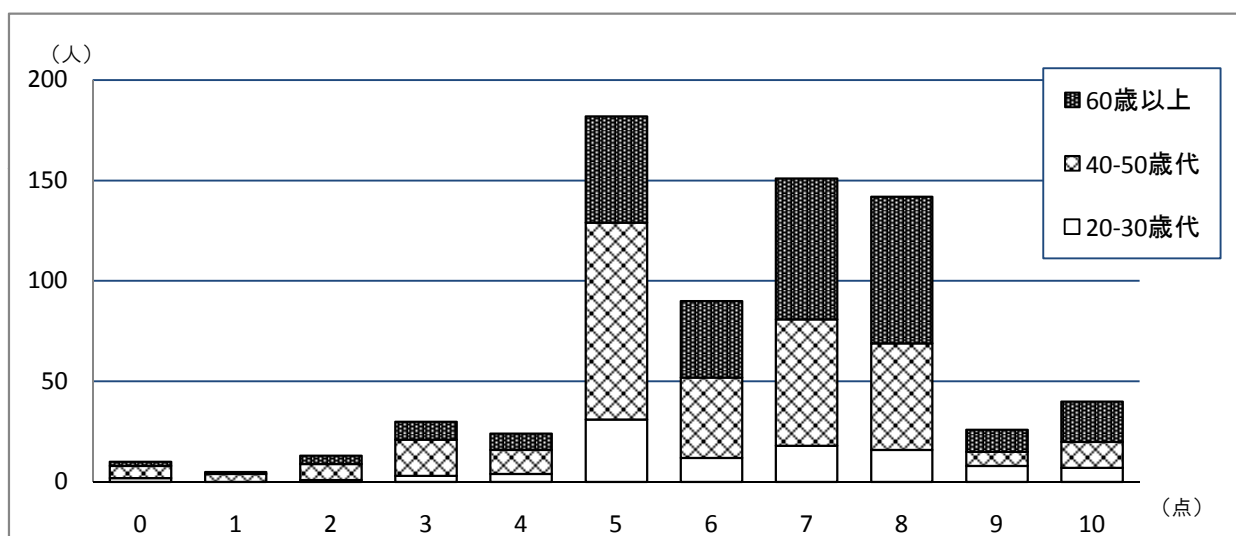
県職員がどの程度県民の期待に応えられているかについての県民評価は6.3点
(前回調査(H26.8実施)における平均点は5.9点)

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＞

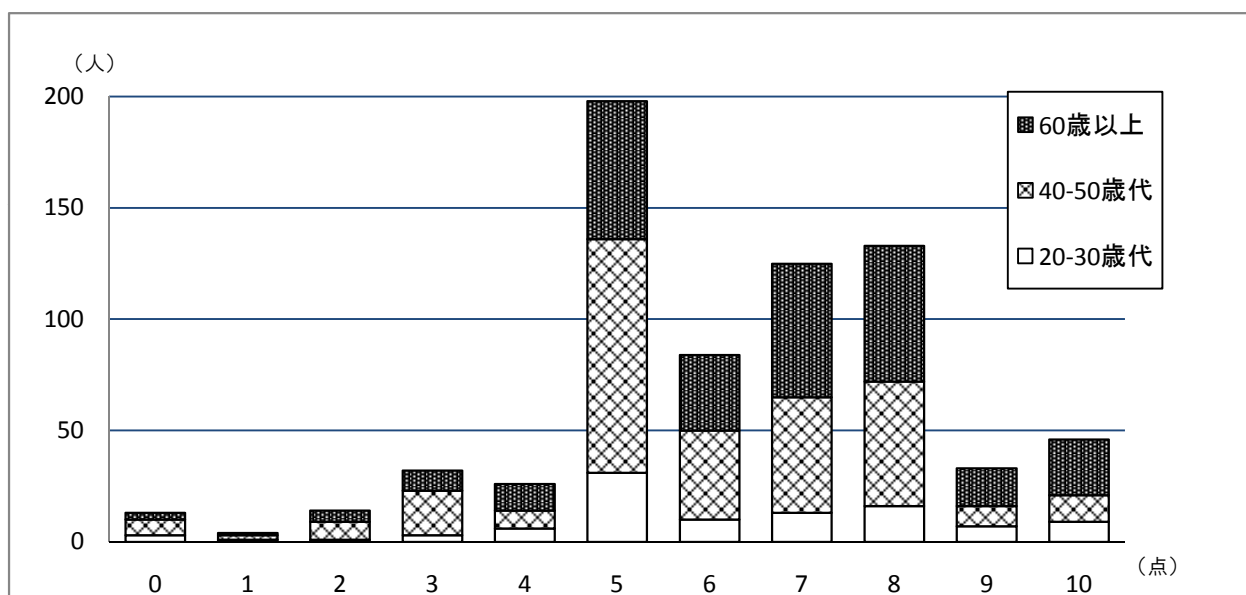
県職員の仕事に対する姿勢についての県民の評価は6.2点
(前回調査(H26.8実施)における平均点は5.9点)

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。



Ⅲ 調 査 票

--	--	--	--	--	--	--	--

【お願い】
アンケート回答の前に県政モニターID
番号を左の枠内に記入してください。

* モニターIDについては、郵送した封筒の宛名の下段に記載してあります。(数字8桁)

記載欄 (モニターIDが不明な場合のみ記載してください)

県政モニターID番号が**ご不明の場合**
はお手数ですが本人確認のため、お
名前、生年月日を右側の記載欄にご
記入をお願いします。

【記載例】 長野 太郎
(昭和22年2月22日)

氏 名 ()

生年月日 (年 月 日)

【県政の情報発信について】

問1～問6までの設問は県政の情報発信の参考とするためにお伺いします。

問1 県の情報発信の認知度等についてお伺いします。

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)

広報の内容をご覧になりたい方は、このコーナー(【県政の情報発信について】)の最後にホームページアドレスを掲載してありますので、ホームページをご覧ください。

- ① 広報誌「広報ながのけん」(冊子)
7、11月に全戸配布(新聞折込とポスティングの併用による)
- ② 新聞掲載「広報ながのけん」
8、3月に県内新聞13紙に掲載
- ③ インターネット版「広報ながのけん」
5、6、8、9、10、12、1、2月に県公式ホームページに掲載
- ④ ケーブルテレビ広報番組
県内43ケーブルテレビ「信州のチカラ」
年5本(4、6、8、10、2月)放送 放送時間・回数はケーブルテレビ毎に異なる
- ⑤ ラジオ広報番組(SBCラジオ)
SBCラジオ「しあわせ信州県民ラジオ」 毎週水曜日 14:40～14:50
- ⑥ ラジオ広報番組(FM長野)
FM長野「しあわせ信州ナビゲーション」 毎週金曜日 12:08～12:18頃
- ⑦ 長野県公式ホームページ「Web site 信州」
インターネットにより県の重要施策や身近な生活情報などを提供
- ⑧ 県公式Twitter(ツイッター)
Twitterから毎日情報を提供
- ⑨ 知事会見
原則、毎週金曜日に県庁会見場で知事会見を開催
- ⑩ 上記の他に県が発行するリーフレットなどの印刷物
例:「くらしまる得情報」(消費生活)、「おいしい信州ふード(風土)」(農作物)、
「季刊信州」(観光)、「つなぐ」(銀座NAGANO) など

[自由記載欄]よく利用される(知っている)印刷物があれば印刷物名を記入してください。

--

- ⑪ 上記の他に県が情報発信しているホームページ
例:「信州ACE(エース)プロジェクト」、「銀座NAGANO」、
「おいしい信州ふード(風土)ネット」、「しあわせ信州」など

[自由記載欄]よく利用される(知っている)ホームページがあればサイト名を記入してください。

--

(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。(〇はいくつでも)

- ① トップページ
- ② 危機管理情報(災害情報など)
- ③ 県からのお知らせ(広報ながのけん、プレスリリースなど)
- ④ 入札・調達・申請(公共工事入札・契約情報など)
- ⑤ 長野県の紹介(写真で見る県政「ほっとフォト信州」、各地域の紹介、)
- ⑥ 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)
- ⑦ 暮らし・環境(公共交通機関、県税、自然環境保護など)
- ⑧ 健康・福祉(保健・医療制度、高齢者・障がい者福祉など)
- ⑨ 教育・子育て(子育て支援、学校教育、文化・芸術など)
- ⑩ 仕事・産業・観光(就労支援、企業支援、「さわやか信州旅net」など)
- ⑪ 社会基盤(道路情報、河川管理など)
- ⑫ 県政情報・統計(長野県中期総合計画、統計情報など)
- ⑬ 動画ページ(県の施策等を動画で紹介するページ)
- ⑭ その他(具体的に)

【自由記載欄】充実してほしいページへのご意見・ご提言、充実のためのアイデアなどがありましたら記入してください。

【参考】県が発信している情報は次のホームページアドレスでご覧いただけます。

○広報誌「広報ながのけん」(冊子)

新聞掲載「広報ながのけん」

インターネット版「広報ながのけん」

アドレス <http://www.pref.nagano.lg.jp/koho/koho/naganoken/topics.html>

○ケーブルテレビ広報番組「信州のチカラ」

アドレス <http://www.pref.nagano.lg.jp/koho/kensei/koho/bangumi/catv-koho/index.html>

○ラジオ広報番組「しあわせ信州ナビゲーション」(FM長野)

ブログアドレス <http://fmnagano2.com/welcome/>

○県公式Twitter(ツイッター)

アドレス <https://twitter.com/NaganoPref>

○知事会見

アドレス <http://www.pref.nagano.lg.jp/kensei/koho/chijikaiken/index.html>

具体的な開催日時は知事のスケジュールでお知らせしています。

アドレス <http://www.pref.nagano.lg.jp/hisho/kensei/gaiyo/chiji/schedule/index.html>

【県歌「信濃の国」について】

長野県の県歌「信濃の国」は平成30年に県歌制定50周年を迎えます。
県では、県の魅力が盛り込まれた「信濃の国」に、今後ますます親しみを持っていただくとともに、歌い継いでいただけるような取組を進めてまいります。そこで、次の2点についてお伺いします。

問6 県歌「信濃の国」を歌えますか。（〇は1つ）

- ① すべて歌える(1番から6番まで)
- ② 1番は歌える
- ③ 1番は歌えないが、部分的に歌える(歌詞の一部を歌える)
- ④ メロディは知っているが歌えない
- ⑤ メロディも知らないので歌えない

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）

- ① 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
- ② 県公式ホームページで紹介する情報を充実する
- ③ Facebook(フェイスブック)、Twitter(ツイッター)などのSNSで紹介する
- ④ 小・中学校で「信濃の国」を歌う機会を増やす
- ⑤ 駅や観光スポットで「信濃の国」を放送する
- ⑥ その他(具体的に)

【参考】

○県歌「信濃の国」

- ・1899年(明治32年)に長野県師範学校教諭の浅井冽が作詞、翌年1900年(明治33年)に同校教諭の北村季晴が作曲
- ・師範学校の卒業生が県内の学校で生徒に教えたことにより各地に広がり、歳月を経て、親から子へ、子から孫へと歌い継がれてきた。
- ・1966年(昭和41年)に県章やシンボルを決定した際、「信濃の国」を県民意識の高揚のために県歌に制定してはどうかという気運が盛り上がり、1968年(昭和43年)5月20日に「信濃の国」が県歌として制定
- ・2018年(平成30年)に県歌制定50周年を迎える。

○県歌「信濃の国」についての情報は以下のアドレスからご覧いただけます。

アドレス <http://www.pref.nagano.lg.jp/koho/kensei/gaiyo/shoukai/kenka.html>

【県産農産物の認知度・購入意識・食生活について】

※問8から10の質問は、県産農産物の認知度や意識の変化を把握するため、以前実施したアンケート調査（平成24年度第1回（24年8月実施）、平成25年度第2回（25年6月実施）、平成26年度第1回（26年8月実施））と同内容となっています。

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。（〇はそれぞれ1つずつ）

品目等		知っていますか		
		知っている	聞いたことがある	知らない
◇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）」（※1）		1	2	3
② 長野県原産地呼称管理制度（※2）		1	2	3
③ 「信州の伝統野菜」制度（※3）		1	2	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	1	2	3
②	認定ワイン	1	2	3
③	認定日本酒	1	2	3
④	認定焼酎	1	2	3
⑤	認定シードル	1	2	3
⑥	認定米	1	2	3
⑥ 信州サーモン		1	2	3
⑦ 信州黄金シャモ		1	2	3
⑧ 信州プレミアム牛肉		1	2	3
⑨ シナノスイート（りんご）		1	2	3
⑩ シナノゴールド（りんご）		1	2	3
⑪ 秋映（りんご）		1	2	3
⑫ ナガノパープル（ぶどう）		1	2	3
⑬ 南水（なし）		1	2	3

※1 「おいしい信州ふーど（風土）」

信州が育む多様な風土の中から生まれた食べ物全ての中から、3つの基準（「プレミアム（厳選素材・厳選基準）」、「オリジナル（独自ブランド・全国上位）」、「ヘリテイジ（伝統野菜・郷土食）」）で厳選した食べ物を、「おいしい信州ふーど（風土）」と称し、長野県の統一ブランドとして発信・定着する取組を行っています。

※2 原産地呼称管理制度

長野県産の農産物と農産物加工品のうち、特に味と品質が優れたものを認定する制度。

- 認定基準
 - ①長野県産の原料を使い県内で生産され、
 - ②一定の品質基準を満たし、
 - ③官能審査に合格したもの。

○現在の対象は、ワイン、日本酒、焼酎、シードル、米（上記表の5品目）

※3 「信州の伝統野菜」制度

「信州の伝統野菜」の保存と伝承を計るため、品種特性や食文化を調査し、より多くの人に伝えるための制度。

○選定基準： 長野県内で栽培されている野菜のうち、「来歴」、「食文化」、「品種特性」の3項目について一定の基準を満たしたもの。

問9 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）

品 目	常に意識して購入している	時々意識して購入している	意識していない	わからない
① 米	1	2	3	4
② 野菜	1	2	3	4
③ 果実	1	2	3	4
④ 食肉	1	2	3	4
⑤ きのこと	1	2	3	4

問10 日常の食生活において、次の項目をどの程度実践していますか。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）

	ほとんどできていない	おどおどできていない	あまりできていない	まっぴらできていない
① 食事を楽しむ	1	2	3	4
② 主食、主菜、副菜を基本としたバランスのとれた食事	1	2	3	4
③ ごはんなどの穀類をしっかりとする	1	2	3	4
④ 家庭で料理をつくる際に、時々地元農産物を利用する	1	2	3	4
⑤ 調理や保存を上手にして無駄や廃棄を少なくする	1	2	3	4

【県職員の姿勢・行動について】

長野県では、県職員が一丸となって、より良い県政の実現に向けて取り組んでいくため、組織の「使命・目的（ミッション）、目指す姿（ビジョン）、価値観・行動の指針（バリュー）」について、平成24年3月に「行政経営理念」として決めました。

この理念のもと、質の高いサービスを県民の皆様に提供し続けるため、行政・財政改革に取り組んでいます。そこで、次の2点についてお尋ねします。

※この質問は、県の職員の姿勢・行動の変化を把握するため、以前実施したアンケート調査（平成24年度第1回（24年8月実施）、第3回（25年1月実施）、平成25年度第3回（25年8月実施）、平成26年度第1回（26年8月実施））と同内容となっています。

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点満点の点数を右の口内に記入してください。）

※県の職員（県庁や合同庁舎等に勤務する職員）が期待どおりの行政サービスを提供できているかなどについて、職員全体に対するイメージでお答えください。

（摘要）

10:完全に期待に応えられている。 ～ 0:全く期待に応えられていない。

また、上記の点数をつけた具体的な理由があれば記載してください。

理由（ ）

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点満点の点数を右の口内に記入してください。）

※県の職員（県庁や合同庁舎等に勤務する職員）の窓口・電話対応の仕方や仕事に取り組む姿勢などについて、職員全体に対するイメージでお答えください。

（摘要）

10:非常に高い志や情熱が感じられる。 ～ 0:志や情熱が全く感じられない。

また、上記の点数をつけた具体的な理由があれば記載してください。

理由（ ）

【参考】

長野県行政経営理念
【使命・目的（ミッション）】 最高品質の行政サービスを提供し、 ふるさと長野県の発展と県民の幸福の実現に貢献します。
【目指す姿（ビジョン）】 県民に信頼され、期待に応えられる県行政を目指します。 職員が高い志と仕事への情熱を持って活躍する県組織を目指します。
【価値観・行動の指針（バリュー）】 私たちは、 県民起点で真摯に行動します。 様々な組織と協働します。 成果をあげることにこだわりを持ちます。 平均ではなく、最高を目指します。 変化を恐れず挑戦します。 責任感を持って主体的に行動します。 チームとして協力し合います。

← 今回この部分についてお尋ねします。