

「平成29年度 第1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)
1,230人(無作為抽出1,127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5月30日(火)～平成29年6月12日(月)

2 調査の目的・内容

次の項目について14問を設定

- (1) 「自転車事故を補償する保険への加入」について
「長野県自転車条例(仮称)」の制定にあたって、自転車保険加入促進に関する意識について調査
- (2) 消費生活に関する意識について
「第2次消費生活基本計画」の策定にあたって、消費生活に関する意識等について調査
- (3) 道路整備等について
「信州みちビジョン(仮称)」の策定にあたって、道路整備に関する意識等について調査

3 回収状況

回収数 992人 (回収率 80.7%)

回答者の内訳

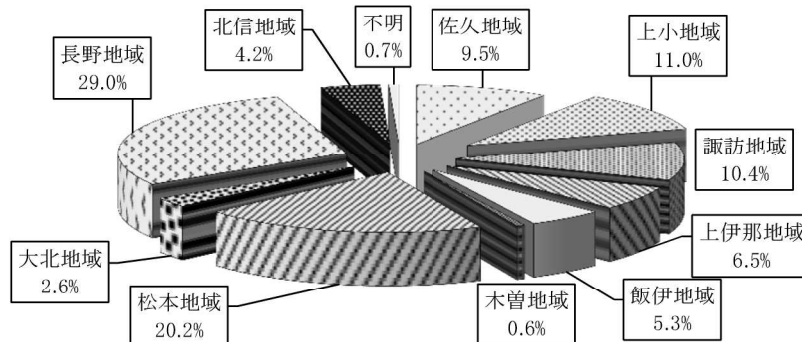
【男女別と年代別】

	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	992	8	48	97	153	208	301	170	7
	100.0%	0.8%	4.8%	9.8%	15.4%	21.0%	30.3%	17.1%	0.7%
男性	501	4	20	34	70	104	169	100	0
	50.5%	0.4%	2.0%	3.4%	7.1%	10.5%	17.0%	10.1%	—
女性	484	4	28	63	83	104	132	70	0
	48.8%	0.4%	2.8%	6.4%	8.4%	10.5%	13.3%	7.1%	—
不明	7	—	—	—	—	—	—	—	7
	0.7%	—	—	—	—	—	—	—	0.7%

※ 割合(%)はすべて、総数(n=992)に対する割合

【地域別】

	総数	佐久	上小	諏訪	上伊那	飯伊	木曾	松本	大北	長野	北信	不明
回答者数	992	94	109	103	64	53	6	200	26	288	42	7
	100.0%	9.5%	11.0%	10.4%	6.5%	5.3%	0.6%	20.2%	2.6%	29.0%	4.2%	0.7%



調査表(抜粋)

【消費生活に関する意識について】

県では、「長野県消費生活基本計画」（平成26年度～平成29年度）に基づき、公正で持続可能な消費社会を目指し、消費者の権利の確立と擁護と県民の消費生活における自立支援に取り組んでいます。

また、より安全・安心な消費社会づくりを進めるため、「第2次長野県消費生活基本計画」の策定に向けた検討を行っています。

については、消費活動に関する皆様の意識などについてお伺いします。

問3 現在の「長野県消費生活基本計画」に基づき、県では次の施策に取り組んでいます。今後、より力を入れてほしいものは何ですか。（〇は3つまで）

- ① 県民の安全安心の確保
(消費者事故情報の提供や物価の価格監視、地産地消の推進など)
- ② 商品・サービスの適切な選択機会の確保
(悪質な事業者への指導・処分や多重債務にならないための知識啓発など)
- ③ 消費者教育の充実
(さまざまな世代に応じた消費者被害防止の啓発や消費者教育のための人材育成など)
- ④ 県民意見の反映
(行政における計画策定や取組の公表、消費者団体等との協働など)
- ⑤ 相談窓口の強化
(身近な市町村での相談体制の整備や相談員の専門性向上など)

〔自由記載欄〕 その他、取り組んでほしいことがありましたら記入してください。

問4 より良い社会づくりのために有効な手段である、人や社会・環境に配慮した消費行動「エシカル消費(※)」という取組をご存じですか。（〇は1つ）

- ① 知っている ② 聞いたことがある ③ 知らない

※「エシカル消費」とは、倫理的消費ともいい、価格や品質だけでなく、「地域」「社会」「人」「環境」などに配慮した消費行動のことです。
(地元産野菜の購入、災害被災地商品の購入、省エネ家電製品の購入など)

問5 「エシカル消費」について、次のような取組がありますが、実施していることはありますか。（〇はいくつでも）

- ① 地元産や伝統工芸品を選んだり、また地元商店で買い物をする
- ② 災害被災地や風評被害にあっている地域の商品を選ぶ
- ③ リサイクル商品、またリサイクル可能な商品を選ぶ
- ④ 値段の安さだけでなく、長く使えるか、本当に必要かを重要視する
- ⑤ 障がい者や障がい者施設で作った商品などを選ぶ
- ⑥ 減塩など健康に配慮した商品を選ぶ

2 消費生活に関する意識について

問3 消費者として行政に望むこと

■「県民の安全安心の確保」が約8割、「商品・サービスの適切な選択機会の確保」が7割弱

① 「県民の安全安心の確保」 (消費者事故情報の提供や物価の価格監視、地産地消の推進など)	79.6 %
② 「商品・サービスの適切な選択機会の確保」 (悪質な事業者への指導・処分や知識啓発など)	67.2 %
③ 「消費者教育の充実」 (世代ごとの消費者被害防止の啓発や消費者教育のための人材育成など)	37.4 %
④ 「相談窓口の強化」 (身近な市町村での相談体制の整備や相談員の専門性向上など)	37.2 %
⑤ 「県民意見の反映」 (行政における計画策定や取組の公表、消費者団体等との協働など)	23.2 %

(複数回答)

問4 「エシカル消費(※)」の認知度

■「知っている」「聞いたことがある」が合わせて2割超、「知らない」が8割弱

① 「知っている」	4.2 %
② 「聞いたことがある」	18.4 %
③ 「知らない」	76.5 %
④ 無回答	0.9 %

(単数回答)

※「エシカル消費」とは、倫理的消費ともいい、価格や品質だけでなく、「地域」「社会」「人」「環境」に配慮した消費行動のこと
(地元産野菜の購入、省エネ家電製品の購入など)

問5 知らずに実施していた「エシカル消費」の実態

■「値段の安さだけでなく、長く使えるか、本当に必要かを重要視する」が7割、「地元産や伝統工芸品を選んだり、また地元商店で買い物をする」が約6割、「減塩など健康に配慮した商品を選ぶ」が5割超

① 「値段の安さだけでなく、長く使えるか、本当に必要かを重要視する」	70.0 %
② 「地元産や伝統工芸品を選んだり、また地元商店で買い物をする」	59.9 %
③ 「減塩など健康に配慮した商品を選ぶ」	54.1 %
④ 「災害被災地や風評被害にあっている地域の商品を選ぶ」	29.3 %
⑤ 「リサイクル商品、またリサイクル可能な商品を選ぶ」	28.1 %
⑥ 「障がい者や障がい者施設で作った商品などを選ぶ」	22.3 %

(複数回答)

平成29年度

第1回 県政モニターアンケート調査



目 次

I	調査の概要	-----	1
II	結果の内容	-----	5
	(1) 「自転車事故を補償する保険への加入」について		
	問1 自転車保険に関する項目の条例化の是非		6
	問2 自転車保険加入促進について県条例に規定する場合の考え方		6
	(2) 消費生活に関する意識について		
	問3 消費者として行政に望むこと		7
	問4 「エシカル消費」の認知度		8
	問5 知らずに実施していた「エシカル消費」の実態		9
	(3) 道路整備等について		
	問6 道路整備の方向性の認知度		11
	問7 乗り物の保有状況		12
	問8 外出時の目的		13
	問9 道路整備状況の満足度		15
	問10 優先して整備すべき道路		16
	問11 道路対策の優先度		17
	問12 高齢歩行者への配慮に必要な道路整備		18
	問13 地域活性化に必要な道路整備		19
	問14 大地震や大雨などの災害発生時における道路網分断の不安感		20
III	調査票	-----	21

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6項目について16問を設定しました。

- (1) 「自転車事故を補償する保険への加入」について
「長野県自転車条例（仮称）」の制定にあたって、自転車保険加入促進に関する意識について調査
- (2) 消費生活に関する意識について
「第2次消費生活基本計画」の策定にあたって、消費生活に関する意識等について調査
- (3) 道路整備等について
「信州みちビジョン（仮称）」の策定にあたって、道路整備に関する意識等について調査

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, 230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) 調査機関：平成29年5月30日（火）から平成29年6月12日（月）

3 回収結果

回収数（率） 992人（80.7%）

【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	992	810	182
	1,230	963	267
	80.7%	84.1%	68.2%
公募	82	18	64
	103	21	82
	79.6%	85.7%	78.0%
無作為	910	792	118
	1,127	942	185
	80.7%	84.1%	63.8%

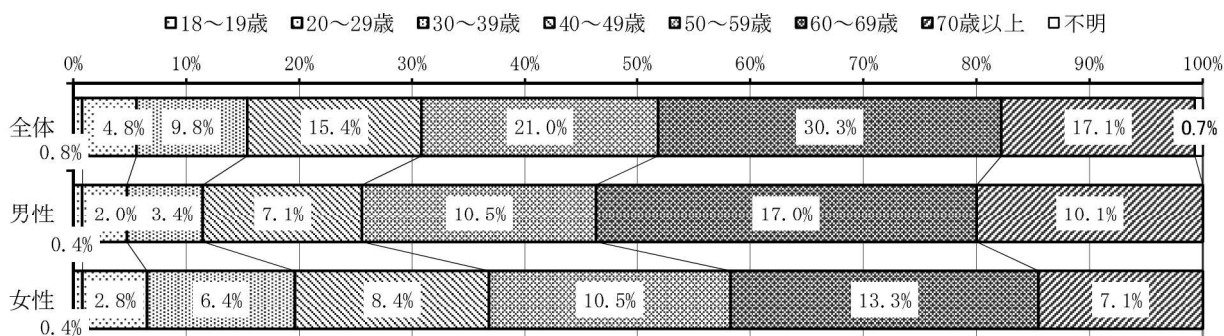
4 回答状況

【男女別・年代別】

(上段 回答者数：下段 割合)

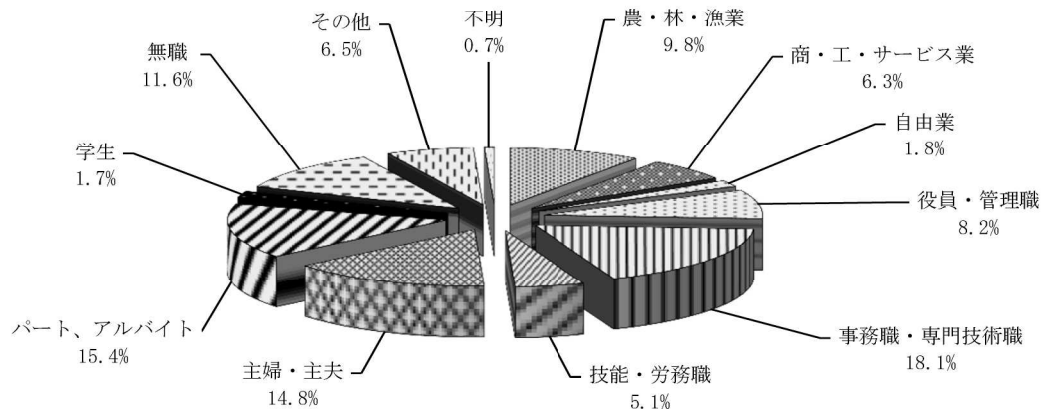
	総数	18～19歳	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上	不明
総数	992	8	48	97	153	208	301	170	7
	100.0%	0.8%	4.8%	9.8%	15.4%	21.0%	30.3%	17.1%	0.7%
男性	501	4	20	34	70	104	169	100	0
	50.5%	0.4%	2.0%	3.4%	7.1%	10.5%	17.0%	10.1%	-
女性	484	4	28	63	83	104	132	70	0
	48.8%	0.4%	2.8%	6.4%	8.4%	10.5%	13.3%	7.1%	-
不明	7	-	-	-	-	-	-	-	7
	0.7%	-	-	-	-	-	-	-	0.7%

※ 割合(%)はすべて、回答総数(n=992)に対する割合



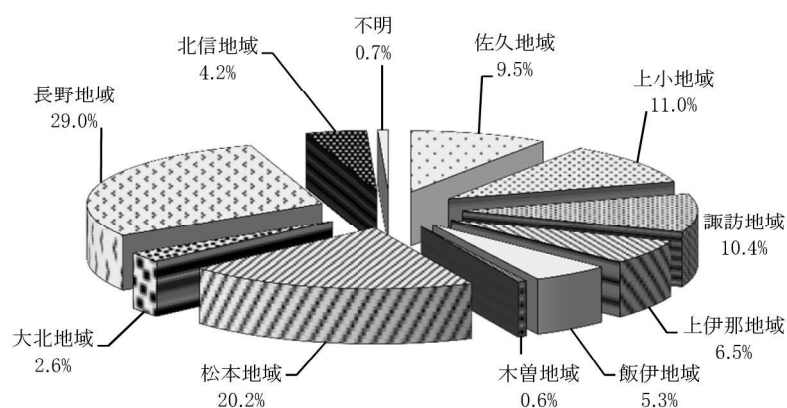
【職業別】

	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	111	9.0%	97	9.8%	87.4%
商・工・サービス業	82	6.7%	62	6.3%	75.6%
自由業	23	1.9%	18	1.8%	78.3%
役員・管理職	107	8.7%	81	8.2%	75.7%
事務職・専門技術職	248	20.2%	180	18.1%	72.6%
技能・労務職	68	5.5%	51	5.1%	75.0%
主婦・主夫	162	13.2%	147	14.8%	90.7%
パート、アルバイト	185	15.0%	153	15.4%	82.7%
学生	24	2.0%	17	1.7%	70.8%
無職	137	11.1%	115	11.6%	83.9%
その他	83	6.7%	64	6.5%	77.1%
不明	-	-	7	0.7%	-
合計	1,230	100.0%	992	100.0%	80.7%



【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	126	10.2%	94	9.5%	74.6%
上小地域	138	11.2%	109	11.0%	79.0%
諏訪地域	128	10.4%	103	10.4%	80.5%
上伊那地域	75	6.1%	64	6.5%	85.3%
飯伊地域	68	5.5%	53	5.3%	77.9%
木曾地域	10	0.8%	6	0.6%	60.0%
松本地域	244	19.8%	200	20.2%	82.0%
大北地域	29	2.4%	26	2.6%	89.7%
長野地域	356	28.9%	288	29.0%	80.9%
北信地域	56	4.6%	42	4.2%	75.0%
不明	-	-	7	0.7%	-
合計	1,230	100.0%	992	100.0%	80.7%



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場合がある。
- (4) 「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。

《消費生活に関する意識調査について》

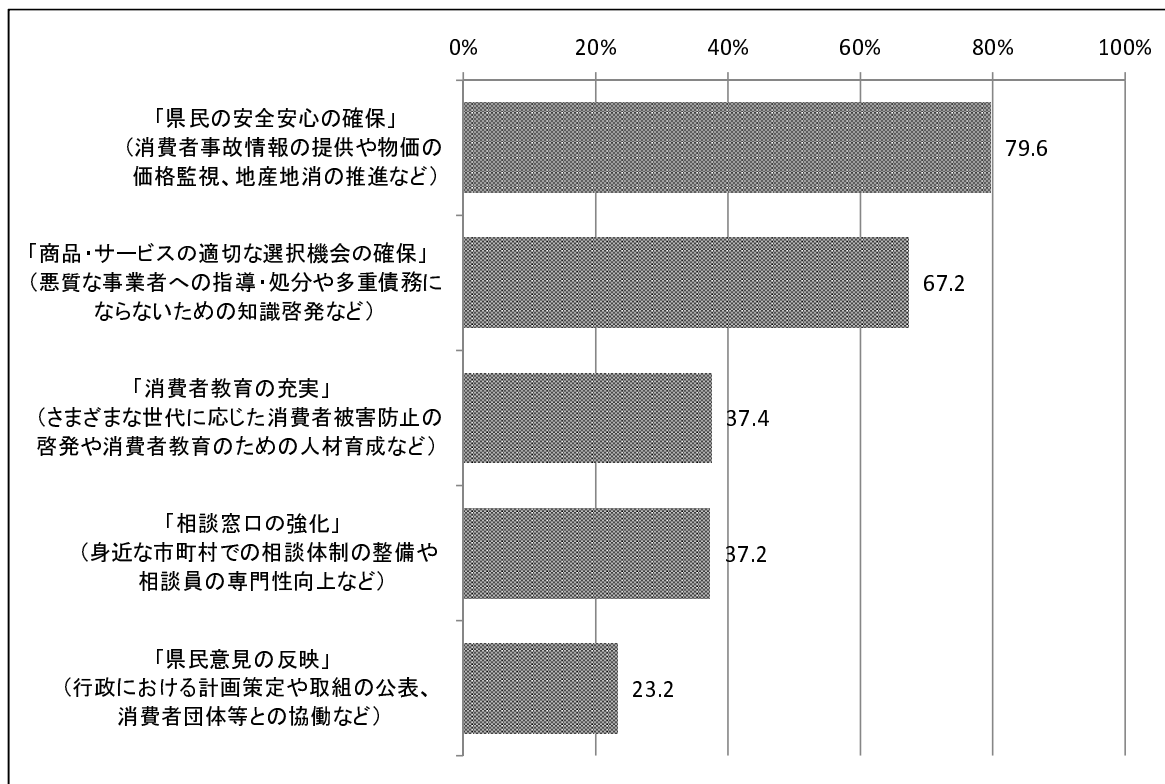
＜消費者として行政に望むこと＞

「県民の安全安心の確保」が約8割、「商品・サービスの適切な選択機会の確保」が7割弱

問3 現在の「長野県消費生活基本計画」に基づき、県では次の施策に取り組んでいます。今後、より力を入れてほしいものは何ですか。(〇は3つまで)

	回答数 (人)	割合 (%)
n= 992		
「県民の安全安心の確保」 (消費者事故情報の提供や物価の価格監視、地産地消の推進など)	790	79.6
「商品・サービスの適切な選択機会の確保」 (悪質な事業者への指導・処分や多重債務にならないための知識啓発など)	667	67.2
「消費者教育の充実」 (さまざまな世代に応じた消費者被害防止の啓発や消費者教育のための人材育成など)	371	37.4
「相談窓口の強化」 (身近な市町村での相談体制の整備や相談員の専門性向上など)	369	37.2
「県民意見の反映」 (行政における計画策定や取組の公表、消費者団体等との協働など)	230	23.2

●「県民の安全安心の確保」が79.8%と最も高く、次いで「商品・サービスの適切な選択機会の確保」(67.2%)が高い割合となっている。



自由記載欄では、「施策の広報を工夫してほしい」、「中学生、高校生への消費者教育に力をいれてほしい」等の回答が見られた。

<「エシカル消費」の認知度>

「知っている」「聞いたことがある」が合わせて2割超、「知らない」が8割弱

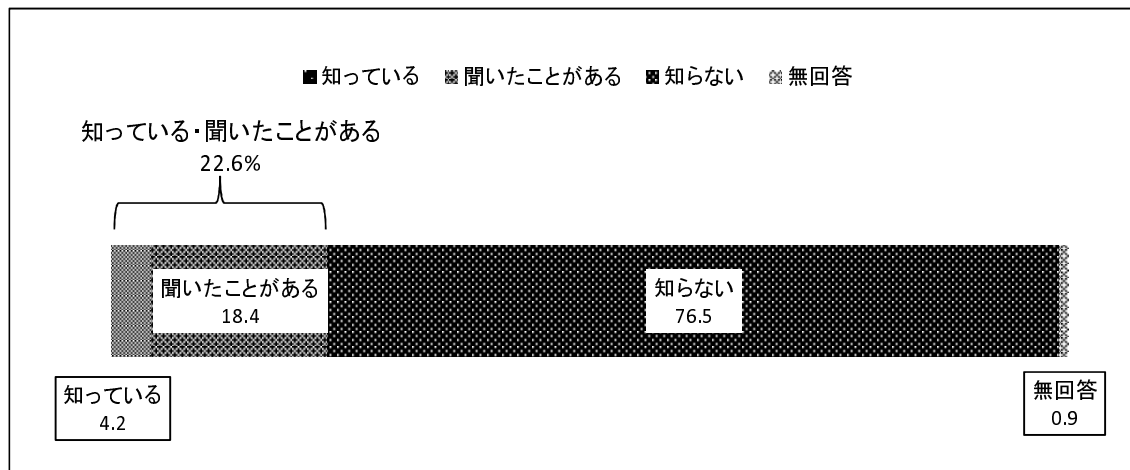
問4 より良い社会づくりのために有効な手段である、人や社会・環境に配慮した消費行動「エシカル消費」という取組をご存じですか。(〇は1つ)

※「エシカル消費」とは、倫理的消費ともいい、価格や品質だけでなく、「地域」「社会」「人」「環境」などに配慮した消費行動のことです。

(地元産野菜の購入、災害被災地商品の購入、省エネ家電製品の購入など)

	回答数 (人)	割合 (%)
知っている	42	4.2
聞いたことがある	182	18.4
知らない	759	76.5
無回答	9	0.9

●「知っている」と「聞いたことがある」を合わせると、22.6%となっている。「知らない」が76.5%と最も高



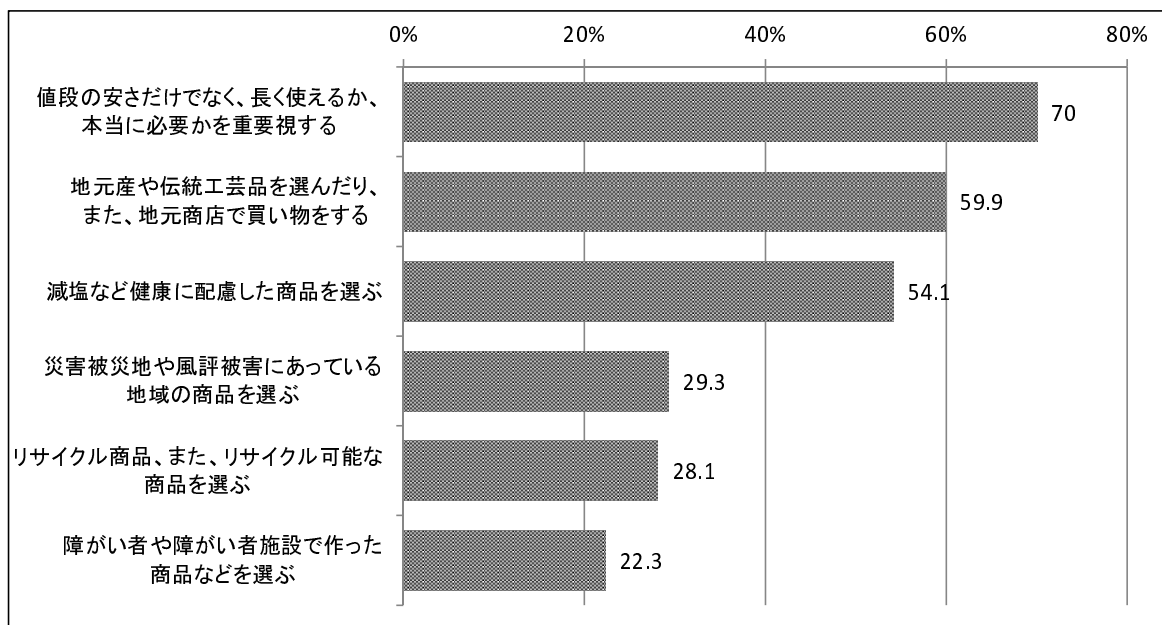
<知らずに実施していた「エシカル消費」の実態>

「値段の安さだけでなく、長く使えるか、本当に必要かを重要視する」が7割、「地元産や伝統工芸品を選んだり、また地元商店で買い物をする」が約6割、「減塩など健康に配慮した商品を選ぶ」が5割超

問5 「エシカル消費※」について、次のような取組がありますが、実施していることはありますか。
(〇はいくつでも)

	回答数 (人)	割合 (%)
n= 992		
値段の安さだけでなく、長く使えるか、本当に必要かを重要視する	694	70.0
地元産や伝統工芸品を選んだり、また、地元商店で買い物をする	594	59.9
減塩など健康に配慮した商品を選ぶ	537	54.1
災害被災地や風評被害にあっている地域の商品を選ぶ	291	29.3
リサイクル商品、また、リサイクル可能な商品を選ぶ	279	28.1
障がい者や障がい者施設で作った商品などを選ぶ	221	22.3

●「値段の安さだけでなく、長く使えるか、本当に必要かを重要視する」が70.0%と最も高く、次いで「地元産や伝統工芸品を選んだり、また地元商店で買い物をする」(59.9%)、「減塩など健康に配慮した商品を選ぶ」(54.1%)となっている。



●どの年代も「値段の安さだけでなく、長く使えるか、本当に必要かを重要視する」が最も高く、次いで「地元産や伝統工芸品を選んだり、また地元商店で買い物をする」となっている。また、「障がい者や障がい者施設で作った商品などを選ぶ」が最も少ない。

