

「令和7年度第4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8年1月9日（金）～令和8年1月14日（水）

2 調査内容

次の10項目について35問を設定

(1) 人権に関する意識について

「しあわせ信州創造プラン3.0」の指標達成状況を把握するため、県民の人権に関する意識を調査

(2) 子どもの権利について

令和5年12月に閣議決定された「こども大綱」において「こども・若者を権利の主体として認識する」ことが明記されたことから、現状把握のため、県民（大人）の「子どもの権利」に関する意識を調査

(3) 男女共同参画について

「しあわせ信州創造プラン3.0」及び「第5次長野県男女共同参画計画」等の指標達成状況を把握するため、県民の男女共同参画に関する意識等を調査

(4) DV（配偶者等への暴力）及びデートDVについて

「第6次長野県男女共同参画計画」の策定を踏まえ、DVに関する認知度等を調査

(5) 養育里親への関心について

「長野県社会的養育推進計画」（後期計画）の策定を踏まえ、里親制度に関する認知度等を調査

(6) 生活就労支援センター「まいさぼ」について

効果的な広報活動を展開するため、生活就労支援センター「まいさぼ」の認知度等を調査

(7) 健康づくりに関する実態について

「第3期信州保健医療総合計画」の達成目標の指標等を把握するため、健康づくりに関する実態を調査

(8) 障がい者共生社会づくりについて

「長野県障がい者共生条例」施行から約4年が経過したことを踏まえ、障がい者共生社会づくりに関する基本的考え方や施策の認知度等を把握するため調査

(9) **運動・スポーツに関する実感について**

「しあわせ信州創造プラン 3.0」及び「第3次長野県スポーツ推進計画」の指標達成状況を把握するため、運動・スポーツへの取組状況や関わり方等を調査

(10) **長野県森林づくり県民税（森林税）について**

森林税に係る効率的・効果的な広報活動を展開するため、森林税に関する認知度や森林づくりに対する意識を調査

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

F A X 026-235-7026

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

「令和7年度 第4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8年1月9日(金)～令和8年1月14日(水)

2 調査内容

次の10項目について35問を設定

- (1) 人権に関する意識について
- (2) 子どもの権利について
- (3) 男女共同参画について
- (4) DV(配偶者等への暴力)及びデートDVについて
- (5) 養育里親への関心について
- (6) 生活就労支援センター「まいさぼ」について
- (7) 健康づくりに関する実態について
- (8) 障がい者共生社会づくりについて
- (9) 運動・スポーツに関する実感について
- (10) 長野県森林づくり県民税(森林税)について

回答者の内訳

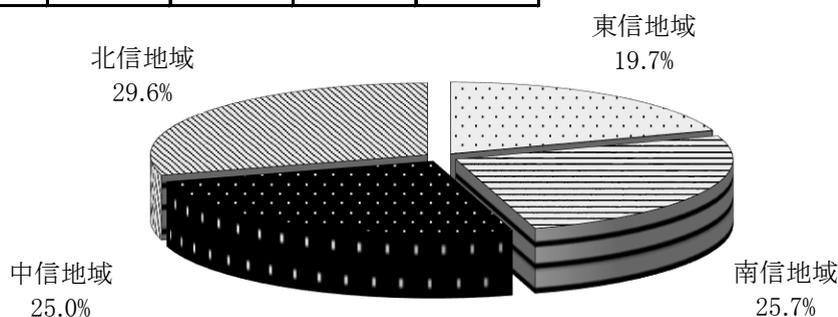
【男女別・年代別】

	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	66人	198人	147人	222人	274人	93人
	100.0%	6.6%	19.8%	14.7%	22.2%	27.4%	9.3%
男性	501人	24人	113人	68人	119人	125人	52人
	50.1%	2.4%	11.3%	6.8%	11.9%	12.5%	5.2%
女性	499人	42人	85人	79人	103人	149人	41人
	49.9%	4.2%	8.5%	7.9%	10.3%	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 人権に関する意識について

※()内数値は、令和6年度第4回県政アンケート調査数値を参考として記載

問1 人権を尊重する意識の状況

■「常に意識して行動している」と「時々意識して行動している」が合わせて5割弱

①常に意識して行動している	21.6 %	(17.0 %)
②時々意識して行動している	24.7 %	(33.7 %)
③時々意識はするが、行動につながっていない	25.4 %	(27.8 %)
④意識も行動もできていない	28.3 %	(21.5 %)

単数回答

問2 身近で起きている人権問題

■「障がい者に関すること」、「女性に関すること」、「高齢者に関すること」がいずれも約2割

①障がい者に関すること	21.0 %	(27.0 %)
②女性に関すること	20.1 %	(21.1 %)
③高齢者に関すること	19.9 %	(23.0 %)
④子どもに関すること	16.1 %	(16.3 %)
⑤インターネットによる人権侵害に関すること (SNSを含む)	15.0 %	(21.7 %)

ほか複数回答

2 子どもの権利について

※()内数値は、令和6年度第4回県政アンケート調査数値を参考として記載

問3 こども基本法の認知状況

■「全く知らなかった」は約5割

①よく知っている（他人に説明できる）	2.3 % (2.1 %)
②少し知っている（説明できないがおおよそ知っている）	13.9 % (13.5 %)
③法律名を聞いたことはあるが内容はわからない	33.9 % (37.9 %)
④全く知らなかった	49.9 % (46.5 %)
	単数回答

問4 子どもに対する日頃の態度・対応

■「子どもは『子どもの権利』を持っていることを認識しているか」は、「している」、「どちらかといえばしている」の計が約5割

■「子どもの視点を尊重し、その意見を聴いているか」は、「している」、「どちらかといえばしている」の計が約6割

項目	①している	②どちらかといえ ばしている	③どちらかといえ ばしていない	④していない	⑤わからない
子どもは「子どもの権利」を持っていることを認識しているか	22.1%(16.4%)	29.4%(30.3%)	16.1%(16.4%)	12.5%(12.9%)	19.9%(24.0%)
「子どもの権利」を尊重しているか	26.4%(15.3%)	37.1%(41.0%)	12.6%(15.5%)	6.5%(7.3%)	17.4%(20.9%)
子どもの多様な人格・個性を尊重しているか	25.4%(17.9%)	39.0%(40.1%)	13.5%(13.6%)	5.9%(7.9%)	16.2%(20.5%)
子どもの視点を尊重し、その意見を聴いているか	22.3%(14.7%)	39.0%(39.1%)	14.5%(16.1%)	6.8%(8.6%)	17.4%(21.5%)
項目ごとに単数回答					

3 男女共同参画について

※()内数値は、令和6年度第4回県政アンケート調査数値を参考として記載

問5 固定的性別役割分担意識の状況

■「反対」と「どちらかといえば反対」が合わせて約5割

①賛成	6.8 %	(3.3 %)
②どちらかといえば賛成	22.4 %	(14.7 %)
③どちらかといえば反対	28.8 %	(37.7 %)
④反対	20.0 %	(19.1 %)
⑤わからない	22.0 %	(25.2 %)

単数回答

問6 悩んだとき、困ったときに相談できる窓口の認知度

■「名称及び相談できる窓口があることを知っている」が1割弱

①名称及び相談できる窓口があることを知っている	6.2 %
②名称は知っているが、相談できる窓口があることは知らない	15.0 %
③名称も、相談できる窓口があることも知らない	78.8 %

単数回答

4 DV(配偶者等への暴力)及びデートDVについて

問7 DV及びデートDVに関する認識度

■「DV、デートDVともに知っている」が約3割、「DVは知っているが、デートDVは知らない」、「DVは知らないが、デートDVは知っている」が合わせて5割超

①DV、デートDVともに知っている	30.5 %
②DVは知っているが、デートDVは知らない	53.5 %
③DVは知らないが、デートDVは知っている	1.1 %
④DV、デートDVともに知らない	14.9 %
	単数回答

(問7で「DV、デートDVともに知っている」または「DVは知らないが、デートDVは知っている」を回答した方)

問8 デートDVを認知した媒体

■「テレビ・新聞・雑誌」が6割弱、「ホームページ・ブログ」が約2割

①テレビ・新聞・雑誌	57.0 %
②ホームページ・ブログ	18.0 %
③SNS (LINE、X、Instagram等)	15.2 %
④職場	12.3 %
⑤学校	10.1 %
⑤YouTube等の動画サイト	10.1 %
	ほか複数回答

問9 DV(デートDVを含む)の防止及び被害者への支援として期待する県の施策

■「相談窓口の周知」が3割超、被害者支援として「被害者の一時保護の充実」、「被害者へのケア及び自立支援」が合わせて約5割

①相談窓口の周知	34.6 %
②被害者の一時保護の充実	24.6 %
③被害者へのケア及び自立支援	24.2 %
④インターネットやSNSでの広報・啓発	22.4 %
⑤教育現場での子ども向け広報・啓発	21.9 %
	ほか複数回答

5 養育里親への関心について

問10 養育里親の認知度

■「『里親』という存在がいることは知っているが、内容はよくわからない」が約5割

①養育里親の制度・仕組みの概要を知っている	12.7 %
②「養子縁組」を目的としない、「養育里親」という里親の名前・種類があることを知っている	13.3 %
③「養子縁組」を目的としない、里親がいることを知っている	15.1 %
④「里親」という存在がいることは知っているが、内容はよくわからない	47.9 %
⑤そもそも親が育てることが難しい子どもを育てる「里親」という存在を全く知らない	11.0 %
	単数回答

問11 養育里親になることへの関心の状況

■「とても関心がある」、「やや関心がある」が合わせて1割超

①とても関心がある	2.4 %
②やや関心がある	11.9 %
③なんとも言えない（わからない）	42.9 %
④あまり関心がない	20.1 %
⑤全く関心がない	22.7 %
	単数回答

6 生活就労支援センター「まいさぼ」について

問12 「まいさぼ」の認知度

■名称も含めて、「まいさぼ」を知っている人は約3割、知らない・聞いたことがない人は約7割

①利用したことがある	2.4 %
②利用したことはないが、どんな相談・支援ができるかも含めて知っている	7.2 %
③名称は知っている・聞いたことがある	21.9 %
④知らない・聞いたことがない	68.5 %
	単数回答

問13 「まいさぼ」に相談する際に求めること

■「無料で相談できる」が約4割、「相談員が、資格を持っているなど福祉の専門家である」が約3割

①無料で相談できる	39.0 %
②相談員が、資格を持っているなど福祉の専門家である	28.2 %
③相談機関から定期的に連絡・訪問してくれるなど相談後の伴走支援・フォローアップ	23.9 %
④SNSやメールなどで相談できる	20.4 %
⑤その他	0.5 %
	ほか複数回答

7 健康づくりに関する実態について

※()内数値は、令和6年度第4回県政アンケート調査数値を参考として記載

問14 自分の健康状態をどのように感じているか

■「よい」、「まあよい」と感じている人は、合わせて7割弱

①よい	12.2 %	(9.8 %)
②まあよい	54.4 %	(51.3 %)
③あまりよくない	24.1 %	(28.9 %)
④よくない	9.3 %	(10.0 %)
		単数回答

問15 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」・「飲酒に関すること」・「健康診断受診に関すること」の「取り組んでいる」、「少し取り組んでいる」を合わせた割合は約7割

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		
運動に関すること	54.1 %	(53.4 %)
食生活に関すること	68.2 %	(66.4 %)
生活リズムに関すること	65.4 %	(59.9 %)
飲酒に関すること	72.5 %	(64.6 %)
健康診断受診に関すること	70.8 %	(63.7 %)
		それぞれ単数回答

(問15で「あまり取り組んでいない」または「全く取り組んでいない」を回答した方)

問16 健康の維持や増進に関することに取り組まない理由

■「面倒くさい」が「運動に関すること」で約5割、「食生活に関すること」で約4割

	「運動」	「食生活」	「生活リズム」	「飲酒」	「健康診断受診」
①面倒くさい	48.8%	40.6%	21.7%	15.3%	32.9%
②時間がない・忙しい	24.0%	12.9%	25.7%	5.8%	12.7%
③そのような気持ちがない	21.8%	24.5%	31.5%	41.1%	21.6%
					ほか複数回答

問17 健康づくりを進める上で必要な環境づくり

■「ウォーキングコースや歩道の整備」が4割弱

①ウォーキングコースや歩道の整備	36.9 %	(33.6 %)
②スポーツジム、プール等運動施設の充実	18.5 %	(14.8 %)
③家庭における健康づくりに関する取組の支援	15.7 %	(15.4 %)
④塩分・油を抑えた調味料や加工食品の種類、販売店舗の充実	15.5 %	(15.9 %)
⑤健康づくりに関するイベントの開催	14.4 %	(11.0 %)
⑤飲食店における分煙・禁煙の徹底	14.4 %	(13.4 %)
		ほか複数回答

問18 長野県版身体活動ガイド「ずくだすガイド(第2版)」の認知度

■「聞いたことはあるがよく知らない」と「知らない」を合わせると96.8%

①意味を含めて知っている	3.2 %
②聞いたことはあるがよく知らない	16.8 %
③知らない	80.0 %
	単数回答

8 障がい者共生社会づくりについて

【障がいのある人もない人も共に生きる長野県づくりに関する取組について】

問19-1 「障がいのある人もない人も共に生きる長野県づくり条例」の認知状況

■「よく知っている」、「少し知っている」、「聞いたことはある」の計は約3割

①よく知っている（他人に説明できる）	1.8 %
②少し知っている（説明できないがおおよそ知っている）	6.6 %
③聞いたことはある	21.3 %
④全く知らない	70.3 %
	単数回答

問19-2 「障がいの社会モデル」の認知状況

■「よく知っている」、「少し知っている」、「聞いたことはある」の計は約3割

①よく知っている（他人に説明できる）	2.4 %
②少し知っている（説明できないがおおよそ知っている）	6.5 %
③聞いたことはある	20.0 %
④全く知らない	71.1 %
	単数回答

問19-3 「障がいを理由とした差別の禁止」の認知状況

■「よく知っている」、「少し知っている」、「聞いたことはある」の計は約5割

①よく知っている（他人に説明できる）	5.1 %
②少し知っている（説明できないがおおよそ知っている）	19.0 %
③聞いたことはある	27.7 %
④全く知らない	48.2 %
	単数回答

問19-4 「合理的配慮の提供」の認知状況

■「よく知っている」、「少し知っている」、「聞いたことはある」の計は3割超

①よく知っている（他人に説明できる）	3.7 %
②少し知っている（説明できないがおおよそ知っている）	12.6 %
③聞いたことはある	18.6 %
④全く知らない	65.1 %
	単数回答

問19-5 「事前的改善措置（環境整備）」の認知状況

■「よく知っている」、「少し知っている」、「聞いたことはある」の計は約3割

①よく知っている（他人に説明できる）	2.5 %
②少し知っている（説明できないがおおよそ知っている）	10.4 %
③聞いたことはある	17.4 %
④全く知らない	69.7 %
	単数回答

(問19で1つでも「よく知っている」・「少し知っている」・「聞いたことはある」を回答した方)

問20 「障がいのある人もない人も共に生きる長野県づくりに関する取組」を認知した媒体

■「テレビ」、「新聞」がそれぞれ約3割

①テレビ	31.9 %
②新聞	28.7 %
③県や市町村の広報（ポスター、チラシ、広報紙、イベント等）	27.5 %
④インターネット（ホームページ、ネットニュース等）	18.5 %
⑤職場	9.7 %
	ほか複数回答

【ヘルプマーク及び信州あいサポート運動について】

※（ ）内数値は、令和2年度第1回県政モニターアンケート調査数値を参考として記載

問21 「ヘルプマーク」の認知状況

■意味を知っているのは5割弱、聞いたことがある方を含めると6割超、実物を見たことがあるのは約4割

①意味を知っており、実物も見たとある	28.2 %	(16.6 %)
②意味は知っているが、実物を見たことがない	18.3 %	(27.6 %)
③聞いたことがあり、実物も見たとあるが、意味は知らない	8.2 %	(3.0 %)
④聞いたことはあるが、実物を見たことがなく、意味も知らない	10.6 %	(14.0 %)
⑤聞いたことはなく、意味も知らないが、実物を見たことがある	3.9 %	(-)
⑥聞いたことはない	30.8 %	(38.8 %)
		単数回答

(問21で「聞いたことはない」以外を回答した方)

問22 「ヘルプマーク」を認知した媒体

■「テレビ」が約4割、「インターネット(ホームページ、ネットニュース等)」が2割超、「SNS(YouTube、Instagram、X、TikTok等)」・「新聞」・「県や市町村の広報(ポスター、チラシ、広報紙、イベント等)」は約2割

①テレビ	41.5 %
②インターネット（ホームページ、ネットニュース等）	25.1 %
③SNS（YouTube、Instagram、X、TikTok等）	20.2 %
④新聞	19.9 %
⑤県や市町村の広報（ポスター、チラシ、広報紙、イベント等）	19.1 %
	ほか複数回答

問23 「信州あいサポート運動」の認知状況

■「よく知っている」、「少し知っている」、「聞いたことはある」の計は3割弱

①よく知っている（他人に説明できる）	1.8 %
②少し知っている（説明できないがおおよそ知っている）	8.0 %
③聞いたことはある	17.1 %
④全く知らない	73.1 %
	単数回答

(問23で「全く知らない」以外を回答した方)

問24 「信州あいサポート運動」を認知した媒体

■「テレビ」が約4割、「県や市町村の広報(ポスター、チラシ、広報紙、イベント等)」が約3割

①テレビ	37.5 %
②県や市町村の広報（ポスター、チラシ、広報紙、イベント等）	31.2 %
③新聞	21.9 %
④インターネット（ホームページ、ネットニュース等）	21.2 %
⑤SNS（YouTube、Instagram、X、TikTok等）	14.1 %
	ほか複数回答

【手話言語条例について】

※()内数値は、平成29年度第2回県政モニターアンケート調査数値を参考として記載

問25 「手話言語条例」の認知状況

■手話を見たことがあり、言葉(言語)であることも知っているが、使うことはできない」が5割超

①手話を使ってコミュニケーションをとることができる	1.5 % (0.5%)
②簡単な手話（あいさつや自分の名前）を使うことができる	5.3 % (6.9%)
③手話を見たことがあり、言葉（言語）であることも知っているが、 使うことはできない	54.2 % (84.2%)
④テレビ等で見たことはあるが、手話が手や指の動きで表現する言葉 （言語）であることは知らない	17.9 % (6.3%)
⑤これまで手話を全く見たことがない	21.1 % (1.8%)
	単数回答

9 運動・スポーツに関する実感について

※()内数値は、令和6年度第4回県政アンケート調査数値を参考として記載

問26 この1年間に行った運動・スポーツの種類

■「ウォーキング」が5割超、「階段昇降」が3割超、「体操」が2割超

①ウォーキング	54.7 %	(49.6 %)
②階段昇降	34.5 %	(16.1 %)
③体操	25.4 %	(18.9 %)
④トレーニング	15.9 %	(18.1 %)
⑤ランニング・マラソン・駅伝	10.0 %	(7.7 %)
	ほか複数回答	

問27 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

①週に5日以上	12.4 %	(15.1 %)	②週に3日～4日程度	12.2 %	(14.5 %)
③週に2日程度	14.4 %	(10.0 %)	④週に1日程度	11.4 %	(9.2 %)
⑤月に1日～3日程度	9.0 %	(7.6 %)	⑥月に1日未満	10.5 %	(9.0 %)
⑦わからない	3.4 %	(1.9 %)			

単数回答

問28 この1年間に運動・スポーツを実施した理由

■「健康のため」が約5割、「体力増進・維持のため」が3割超、「運動不足を感じるから」が約3割

①健康のため	51.6 %	(49.5 %)
②体力増進・維持のため	33.6 %	(30.7 %)
③運動不足を感じるから	29.3 %	(27.2 %)
④筋力増進・維持のため	24.0 %	(23.4 %)
⑤楽しみ、気晴らしとして	21.5 %	(24.3 %)
	ほか複数回答	

(問26で「この1年間に運動・スポーツはしなかった」または問27で「月に1日～3日程度」・「月に1日未満」・「わからない」を回答した方)

問29 運動・スポーツを週に1日以上実施しなかった理由

■「面倒くさいから」が約3割、「仕事や家事が忙しいから」が2割超

①面倒くさいから	30.2 %	(20.1 %)
②仕事や家事が忙しいから	24.8 %	(28.5 %)
③特に理由はない	19.2 %	(25.8 %)
④わからない	13.7 %	(11.1 %)
⑤お金に余裕がないから	9.1 %	(12.7 %)
⑥運動・スポーツが嫌いだから	9.1 %	(8.6 %)
	ほか複数回答	

問30 運動・スポーツを「する」以外の関わり方

■「テレビ・インターネット等により日常的にスポーツ中継やスポーツ情報に接している」が3割弱、「特に関わっていない」が7割弱

①特に関わっていない	67.0 %	(67.6 %)
②テレビ・インターネット等により日常的にスポーツ中継や スポーツ情報に接している	26.9 %	(26.1 %)
③競技場等に出掛けて、スポーツを観戦している	6.2 %	(6.2 %)
④各種運動・スポーツ行事、大会、教室等へボランティアとして 参加している	3.6 %	(4.0 %)
⑤指導者として関わっている	2.1 %	(2.0 %)
		ほか複数回答

10 長野県森林づくり県民税(森林税)について

※()内数値は、令和6年度第4回県政アンケート調査数値を参考として記載

問31 森林税に関する認知度

■森林税の名称を知っているのは約6割、森林税の使い道を知っているのは3割弱

①名称、税額、使い道ともに知っている	7.1 % (4.6%)
②名称、税額は知っており、使い道もある程度知っている	12.0 % (16.4%)
③名称、使い道は知っているが、税額は知らない	7.2 % (5.4%)
④名称、税額は知っているが、使い道は知らない	14.9 % (13.1%)
⑤名称は知っているが、税額や使い道は知らない	19.5 % (18.6%)
⑥名称、税額、使い道ともに知らない	39.3 % (41.9%)
	単数回答

※分析の都合上、調査画面の選択肢の順番と逆に記載している

(問31で「名称、税額、使い道ともに知らない」以外を回答した方)

問32 森林税の名称や税額、用途を認知した媒体

■「テレビ」、「県広報紙(県からのたより)」がそれぞれ約3割、「新聞記事」が2割超

①テレビ	29.5 % (34.8%)
②県広報紙(県からのたより)	29.0 % (34.9%)
③新聞記事	25.7 % (29.9%)
④市町村の広報紙	22.7 % (26.0%)
⑤納税通知書	12.5 % (9.3%)
	ほか複数回答

(問31で「名称、税額、使い道ともに知らない」以外を回答した方)

問33 森林税を活用した成果を感じる取組

■「健全な森林をつくるための里山の間伐」が3割超、「道路や電線沿いの危険木の除去」、「松枯れ木の伐採」、「皆伐(木を全て伐ること)後の植林」、「河川沿いの支障木等の除去」が約2割

①健全な森林をつくるための里山の間伐(木を抜き伐りすること)	35.1 %
②道路や電線沿いの危険木の除去	19.6 %
③松枯れ木の伐採	19.3 %
④皆伐(木を全て伐ること)後の植林	18.6 %
⑤河川沿いの支障木等の除去	17.6 %
	ほか複数回答

問34 森林税を活用して取り組む内容として大切だと思うもの

■「健全な森林をつくるための里山の間伐(木を抜き伐りすること)」が5割弱、「皆伐(木を全て伐ること)後の植林」が約3割

①健全な森林をつくるための里山の間伐(木を抜き伐りすること)	46.6 % (46.3%)
②皆伐(木を全て伐ること)後の植林	29.2 % (33.4%)
③道路や電線沿いの危険木の除去	27.1 % (32.4%)
④松枯れ木の伐採	20.4 % (21.4%)
⑤河川沿いの支障木等の除去	19.8 % (23.3%)
	ほか複数回答

問35 森林税に、より関心を持ってもらうために必要な情報

■「森林整備が行われた場所の整備前後の写真」が3割超、「森林税に関するデータ集(活用額、活用事業、活用面積、効果等)」、「やさしい言葉や写真・イラスト等で簡単に説明」が約2割

①森林整備が行われた場所の整備前後の写真	33.6 %
②やさしい言葉や写真・イラスト等で簡単に説明	20.1 %
③県下の各地域の特徴的な取組やイベント	15.3 %
④森林税を活用して取組を行った団体や人のインタビュー	7.2 %
⑤森林税に関するデータ集(活用額、活用事業、活用面積、効果等)	21.1 %
⑥その他	2.7 %
	単数回答

調査結果を踏まえた今後の対応

1 人権に関する意識について

(問合せ先：人権・男女共同参画課 電話 026-235-7106)

(問1) 人権を尊重する意識の状況

結果の分析

「常に意識して行動している」、「時々意識して行動している」を合わせた割合は 46.3%であり、令和7年1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 50.7%に比べ、4.4ポイント低くなっている。

なお、同割合の男女別では、女性（45.3%）、男性（47.4%）であり、大きな差はみられない。

また、「時々意識はするが、行動につながっていない」、「意識も行動もできていない」を合わせた年代別の割合は 40歳～49歳（64.6%）、次いで 50歳～59歳（55.4%）が高くなっている。

(問2) 身近で起きている人権問題

結果の分析

前回調査と同様に「障がい者に関すること」が 21.0%と最も高く、ほかに「女性に関すること」が 20.1%、「高齢者に関すること」が 19.9%であり、身近な人権問題であることが分かる。

また、「外国人に関すること」は 10.3%であり、前回調査の 8.3%に比べ、2.0ポイント高くなっている。

なお、SNS 上のひぼう中傷を含む「インターネットによる人権侵害に関すること」については、15.0%であり、前回調査の 21.7%に比べ、6.7ポイント低い結果となった。

今後の対応

問1において、前回調査と比べて、「常に意識して行動している」、「時々意識して行動している」を合わせた割合が低くなっているため、より多くの方が人権について関心を持ち、他者の人権を尊重することについて普段から意識して行動していただけるよう、社会経済情勢の変化に対応した人権政策を推進していく。

また、人権啓発の実施にあたっては、問2を参考にして内容を検討し、講演会、研修会の開催、県内プロスポーツチームや長野美術専門学校と連携した啓発など、多様な手法を用いて取り組んでいく。

なお、現在、「長野県人権尊重の社会づくり条例(仮称)」を検討中であり、検討の状況を踏まえて、より効果的な人権施策や人権啓発を推進してまいりたい。

調査結果を踏まえた今後の対応

2 子どもの権利について

(問合せ先：次世代サポート課 電話 026-235-7207)

(問3) こども基本法の認知状況

結果の分析

「よく知っている(他人に説明できる)」(2.3%)と「少し知っている(説明できないがおおよそ知っている)」(13.9%)を合わせた「こども基本法」の認知度は、16.2%となっており、令和7年1月に実施した県政アンケート調査(以下、「前回調査」という。)結果の15.6%から微増した。年代別では、18～29歳の認知度(28.8%)が最も高く、50～59歳の認知度(11.3%)が最も低い。また、40代～60代の認知度は2割に届かなかった。

(問4) 子どもに対する日頃の態度・対応

結果の分析

子どもは「子どもの権利」を持っていることを認識している人(「している」と「どちらかといえばしている」の計)は、51.5%となっており、前回調査の46.7%から4.8ポイント増加した。年代別では、70歳以上が69.9%で最も高く、40～49歳が43.6%と最も低い。

また、子どもの視点を尊重し、その意見を聴いている人(「している」と「どちらかといえばしている」の計)は、61.3%となっており、前回調査の53.8%から7.5ポイント増加した。年代別では、70歳以上が74.2%で最も高く、40～49歳が55.1%と最も低いものの、全ての年代で前回調査より増加した。

今後の対応

調査結果を踏まえ、「こども基本法」の認知度向上を図るための情報発信に努めるとともに、子どもの人権を尊重することについて普段から意識して行動してもらえるよう、普及啓発を図る。

また、子どもの視点を尊重し、その意見を聴くことへの意識が高まっていることを受け、今後はより一層子どもの意見表明の機会の確保、施策への意見反映、子どもの社会参画などを進めていく。

調査結果を踏まえた今後の対応

3 男女共同参画について

(問合せ先：人権・男女共同参画課 電話 026-235-7106)

(問5) 固定的性別役割分担意識の状況

結果の分析

性別によって役割を固定する考え方について、「反対」、「どちらかといえば反対」を合わせた割合は48.8%であった。

また、「賛成」、「どちらかといえば賛成」を合わせた割合は29.2%であり、令和7年1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18.0%より10ポイント以上高い。

男女別では、「反対」、「どちらかといえば反対」を合わせた割合は女性(53.3%)の方が男性(44.3%)より9.0ポイント高い。

年代別では、「賛成」、「どちらかといえば賛成」を合わせた割合が最も高いのは18～29歳(37.9%)、次いで30～39歳(35.8%)で、これらの年代では前回調査からの上昇も大きかった。

また、「反対」、「どちらかといえば反対」を合わせた割合が最も高いのは70歳以上(64.5%)、次いで60～69歳(53.6%)であった。

(問6) 悩んだとき、困ったときに相談できる窓口の認知度

結果の分析

長野県男女共同参画センター（“あいとぴあ”）の「名称及び相談できる窓口があることを知っている」割合は6.2%であった。「名称は知っているが、相談できる窓口があることは知らない」割合は15.0%であった。

男女別では、「名称及び相談できる窓口があることを知っている」の割合は男性(7.4%)の方が女性(5.0%)より2.4ポイント高い。

年代別では、同割合が最も高いのは70歳以上(12.9%)であった。

今後の対応

問5において、性別により役割を固定する考え方について「賛成」又は「どちらかといえば賛成」と回答した割合は前回調査から上昇しており、18～39歳でその割合が高く、かつ前回調査からの上昇が大きかった。

地域や職場での女性の活躍や男性の育児参画を妨げるジェンダーギャップのもととなっている固定的性別役割分担意識の解消に向けて、令和8年度を初年度とする第6次長野県男女共同参画計画に基づき、着実に施策を推進していく。

また、18～39歳の固定的性別役割分担意識の捉え方について、様々な機会を通じて把握していく。

問6において、長野県男女共同参画センター（“あいとぴあ”）の名称及び同センターに相談できる窓口があることの認知度が低いことから、悩み等を抱えている県民が相談窓口を知らず、相談できていない可能性がある。

この状況を改善し、同センター及び相談窓口の認知度向上と利用促進につなげるため、令和8年度は広報・啓発活動を強化し、同センターが実施する講座回数を増やすほか、各種団体との連携、の行政機関や団体が主催するイベント等での啓発物品の配布等を積極的に行う。

調査結果を踏まえた今後の対応

4 DV（配偶者等への暴力）及びデートDVについて

（問合せ先：こども・家庭課児童相談・養育支援室 電話 026-235-7099）

（問7）DV及びデートDVに関する認知度

結果の分析

「DV、デートDVともに知っている」が30.5%、「DVは知っているが、デートDVは知らない」が53.5%、「DVは知らないが、デートDVは知っている」が1.1%という結果となった。

つまり、DVを知っている割合（84.0%（30.5%+53.5%））と比べて、デートDVを知っている割合（31.6%（30.5%+1.1%））が低くなっている。

デートDVについての認知度は、30～39歳が40.4%（37.9%+2.5%）で最も高く、次いで18～29歳が34.8%（33.3%+1.5%）となり、若年層の知っている割合が高かった。

（問8）デートDVを認知した媒体

結果の分析

「テレビ・新聞・雑誌」（57.0%）が最も高く、次いで「ホームページ・ブログ」（18.0%）となっている。

年代別では、デートDVの認知度が高い30～39歳と18～29歳において、「学校」（30～39歳：13.8%、18～29歳：52.2%）の割合が他年代と比べて高い傾向にある。

（問9）DV（デートDVを含む）の防止及び被害者への支援として期待する県の施策

結果の分析

「相談窓口の周知」が34.6%と最も高く、次いで「被害者の一時保護の充実」（24.6%）、「被害者へのケア及び自立支援」（24.2%）、「インターネットやSNSでの広報・啓発」（22.4%）、「教育現場での子ども向け広報・啓発」（21.9%）、「一般県民向け講演会等での広報・啓発」（18.5%）となっている。

大きく分けて「周知・広報・啓発」と「被害者支援」に関する項目の回答が多かった。

今後の対応

デートDVは、主に10代から20代の未婚の交際相手間で発生する暴力であり、20代が認知した媒体として回答が多かった「学校」での情報提供に引き続き力を入れていく必要がある。関係機関である教育委員会や男女共同参画センター、民間団体等と協力しながら、学校での子ども向け広報・啓発に取り組む。

DVについては、相談窓口の周知のためのチラシ作成や街頭活動を引き続き行いつつ、長野県公式LINEやホームページを活用した広報・啓発を行う。

それに並行して、被害者支援として、相談窓口だけでなく避難機能も備える女性相談支援センターや各地域の相談窓口である保健福祉事務所との連携を図る。

調査結果を踏まえた今後の対応

5 養育里親への関心について

(問合せ先：こども・家庭課児童相談・養育支援室 電話 026-235-7099)

(問 10) 養育里親の認知度

結果の分析

『里親』という存在がいることは知っているが、内容はよくわからない」が 47.9%と最も高い。年代別では、養育里親に関する認知度（「養育里親の制度・仕組みの概要を知っている」、「『養子縁組』を目的としない、『養育里親』という里親の名前・種類があることを知っている」、「『養子縁組』を目的としない、里親がいることを知っている」の計）は、70 歳以上（52.6%）が最も高く、次いで 30～39 歳（44.0%）、60～69 歳（43.4%）となっている。最も低いのは、40～49 歳の 34.6% だった。

(問 11) 養育里親になることへの関心の状況

結果の分析

男女別では大きな差がみられなかったが、年代別では、「とても関心がある」、「やや関心がある」と答えた割合は、18～29 歳（34.9%）及び 30～39 歳（19.7%）が高かった。

一方、関心がない割合（「あまり関心がない」、「全く関心がない」の計）は、40～49 歳（50.4%）が最も高かった。

今後の対応

養育里親の認知度と養育里親になることへの関心の状況は、必ずしも比例しないことがわかった。これまでは里親リクルートのターゲットは 30 代以上としていたが、関心が高かった 18～29 歳へのアプローチも検討したい。

調査結果を踏まえた今後の対応

6 生活就労支援センター「まいさぼ」について

(問合せ先：地域福祉課 電話 026-235-7114)

(問 12) 「まいさぼ」の認知度

結果の分析

名称も含めて、「まいさぼ」を知っていると回答した人は 31.5%、「知らない・聞いたことがない」と回答した人は 68.5%であった。世代別の認知度では、70 歳以上が 39.8%と最も高く、18 歳～40 代まで同割合が全体を上回った一方、50 代～60 代では全体を下回り、最も認知度が低かったのは 50 代の 27.1%であった。

(問 13) 「まいさぼ」に相談する際に求めること

結果の分析

選択肢のうち、「無料で相談できる」が 39.0%と最も高く、次いで、「相談員が、資格を持っているなど福祉の専門家である」(28.2%)、「相談機関から定期的に連絡・訪問してくれるなど、相談後の伴走支援・フォローアップ」(23.9%)、「SNS やメールなどで相談できる」(20.4%)となった。一方、「わからない」が 45.6%となった。

今後の対応

生活困窮者自立支援法に基づき、生活困窮者からの相談を受け、就労や家計改善など自立に向けた様々な支援をする生活就労支援センター「まいさぼ」について、68.5%が「知らない・聞いたことがない」との回答結果となった。近年の長引く物価高騰等の影響を踏まえると、誰もが生活困窮状態に陥る可能性があり、そのような中で、「まいさぼ」が果たすべき役割は大きいと言える。

結果を踏まえ、令和 7 年度に取り組んだ「まいさぼ重点広報事業」において、動画やチラシ等の多様な広報媒体を効果的に活用し、あらゆる年齢層に「まいさぼ」の情報がいき渡るよう、県民に向けた幅広い広報を継続して実施していく。

また、「まいさぼ」相談時に求められる項目について、全県の「まいさぼ」間で情報共有を図るとともに、相談体制の構築や専門人材の確保及び処遇改善を進めるほか、関係機関との連携強化・役割分担等を通じて、「まいさぼ」が県民にとって身近で利用しやすい相談機関となるよう、取り組んでいく。

7 健康づくりに関する実態について

(問合せ先：健康増進課 電話 026-235-7112)

(問 14) 自分の健康状態をどのように感じているか

結果の分析

「よい」、「まあよい」は合わせて 66.6%と、令和 7 年 1 月に実施した県政アンケート調査（以下、前回調査という。）結果（61.1%）に比べて 5.5 ポイントの増加となった。

健康の維持・増進に取り組む方が増加した（問 15 参照）ことにより、その結果として自分が健康だと感じる方が増加したと考えられる。

(問 15) 健康の維持・増進に関して取り組んでいること

結果の分析と今後の対応

「運動」・「食生活」・「生活リズム」・「飲酒」・「健康診断受診」に関することについて「取り組んでいる」と「少し取り組んでいる」を合わせた値は、それぞれ 54.1%（53.4%）、68.2%（66.4%）、65.4%（59.9%）、72.5%（64.6%）、70.8%（63.7%）と、「食生活」が約 7 割、「飲酒」・「健康診断」が 7 割以上となっており、前回調査から全ての項目で増加となっているが、「運動」の同割合は 5 割程度であるため、運動アドバイザー派遣事業の利用促進、信州ウォーキング大賞への参加働きかけなど、信州 ACE プロジェクトの更なる推進等により、「運動」に関する健康づくりの意識の向上を図る取組が必要であると考えられる。

※（ ）内は前回調査結果

(問 16) 健康の維持や増進に関することに取り組まない理由

結果の分析と今後の対応

「運動」・「食生活」・「健康診断受診」に関することでは、「面倒くさい」が 48.8%、40.6%、32.9% で最も高く、「生活リズム」・「飲酒」に関することでは、「そのような気持ちがない」がそれぞれ 31.5%、41.1% で最も高くなっている。

体の変化を知ることや早期から疾病予防を続けることの重要性を発信するなど、健康無関心層の人にも行動変容を促す効果的な取組を推進するとともに、定刻で仕事を終えるなど、余裕を持った生活を送ることができる職場・社会環境づくりといった大きな視点での取組を進める必要があると考えられる。

(問 17) 健康づくりを進める上で必要な環境づくり

結果の分析と今後の対応

「ウォーキングコースや歩道の整備」（36.9%）や「スポーツジム、プール等運動施設の充実」（18.5%）といったハード面の整備、「家庭における健康づくりに関する取組の支援」（15.7%）、「塩分・油を抑えた調味料や加工食品の種類、販売店舗の充実」（15.5%）等といった食環境の整備、「インターネットや SNS からの健康づくりに関する情報の充実」（14.2%）等といった健康情報発信の充実など、多様な取組が求められている。

引き続き様々な方向、観点から県民の健康づくりを支援していく取組が必要と考えられる。

(問 18) 長野県版身体活動ガイド「ずくだすガイド（第 2 版）」の認知度

結果の分析と今後の対応

「聞いたことはあるがよく知らない」と「知らない」の計が 9 割以上を占め、普及が進んでいないことから、周知方法を検討する必要がある。問 15 の結果で「運動」に関することに取り組んでいる割合が 5 割程度であることがわかったことから、引き続き「運動」に関する取組も合わせて、様々な方向、観点から県民の健康づくりを支援していく取組が必要と考えられる。

調査結果を踏まえた今後の対応

8 障がい者共生社会づくりについて

(問合せ先：障がい者支援課 電話 026-235-7105)

【障がいのある人もない人も共に生きる長野県づくりに関する取組について】

(問 19-1)「障がいのある人もない人も共に生きる長野県づくり条例」の認知状況

結果の分析

「よく知っている」、「少し知っている」、「聞いたことはある」を合わせると、29.7%となった。40代～60代の「全く知らない」の割合が、全体(70.3%)を上回っている。

(問 19-2)「障がいの社会モデル」の認知状況

結果の分析

「よく知っている」、「少し知っている」、「聞いたことはある」を合わせると、28.9%となった。40代～60代の「全く知らない」の割合が、全体(71.1%)を上回っている。

(問 19-3)「障がいを理由とした差別の禁止」の認知状況

結果の分析

「よく知っている」、「少し知っている」、「聞いたことはある」を合わせると51.8%であり、問19の5項目の中で認知度が一番高い。また、「全く知らない」の割合が全体(48.2%)を上回っているのは30代～50代であり、他の4項目よりも年齢層がやや低い。

(問 19-4)「合理的配慮の提供」の認知状況

結果の分析

「よく知っている」、「少し知っている」、「聞いたことはある」を合わせると、34.9%となった。40代～60代の「全く知らない」の割合が、全体(65.1%)を上回っている。

(問 19-5)「事前的改善措置(環境整備)」の認知状況

結果の分析

「よく知っている」、「少し知っている」、「聞いたことはある」を合わせると、30.3%となった。40代～50代の「全く知らない」の割合が、全体(69.7%)を上回っている。

(問 20)「障がいのある人もない人も共に生きる長野県づくりに関する取組」を認知した媒体

結果の分析

「テレビ」が31.9%で最も高く、次いで「新聞」(28.7%)、「県や市町村の広報(ポスター、チラシ、広報紙、イベント等)」(27.5%)となっている。インターネットメディアでは、「インターネット(ホームページ、ネットニュース等)」(18.5%)が「SNS(YouTube、Instagram、X、TikTok等)」(8.3%)を上回った。

今後の対応

条例や社会モデル、合理的配慮の提供などの基礎的な考え方を伝えていくため、分かりやすい内容の広報を強化することが必要。

日常的に触れやすいテレビ・新聞に加え、県や市町村の広報などで制度や考え方を具体例とセットで発信する。特に、認知が伸びにくいと思われる、用語(障がいの社会モデル・事前的改善措置(環境整備))は、職場や地域活動の場面に結びつけて“自分ごと化”を促すため、県政出前講座の周知広報も更に積極的に行っていく。

インターネットやSNSも活かし、動画や図解を用いて、幅広い世代が理解しやすい複数経路の啓発を進める。

【ヘルプマーク及び信州あいサポート運動について】

（問 21）「ヘルプマーク」の認知状況

結果の分析

令和 2 年 8 月に実施した県政モニターアンケート調査結果（以下、前回調査という。）と比べて、意味を知っている方と聞いたことがある方の計は 61.2%から 65.3%と 4.1 ポイント増加した。

（問 22）「ヘルプマーク」を認知した媒体

結果の分析

「テレビ」は 41.5%、「新聞」は 19.9%だった。前回調査では「テレビ・新聞」（56.3%）を一括で回答を求めており、単純比較はできないが、マスメディア経由の認知は依然として主要な情報源であると考えられる。インターネット媒体では「インターネット（ホームページ、ネットニュース等）」（25.1%）が「SNS（YouTube、Instagram、X、TikTok 等）」（20.2%）を上回った。その他、街で身に着けている人や公共交通機関内のポスターを見たという回答もあった。

（問 23）「信州あいサポート運動」の認知状況

結果の分析

「よく知っている」、「少し知っている」、「聞いたことはある」を合わせると、26.9%となった。40代～60代の「全く知らない」の割合が、全体（73.1%）を上回っている。

（問 24）「信州あいサポート運動」を認知した媒体

結果の分析

「テレビ」は 37.5%と最多である一方、「県や市町村の広報（ポスター、チラシ、広報紙、イベント等）」も高い割合（31.2%）を占め、行政広報が有力な媒体となっているといえる。「新聞」（21.9%）と「インターネット（ホームページ、ネットニュース等）」（21.2%）はほぼ同水準であった。

今後の対応

「ヘルプマーク」への関心が広がってきた流れを踏まえ、「ヘルプマーク」の意味と併せて「信州あいサポート運動」で広めている具体的な声かけや手助けの方法も一緒に伝え、思いやりの行動が広がる流れをつくる。

そのために、県や市町村の広報などで両施策を一緒に紹介し、県民全体の理解を深める。また、「ヘルプマーク」を認知した媒体として、前回調査（16.0%）から 29.3 ポイント増加しており、認知度向上に寄与していると考えられる「インターネット（ホームページ、ネットニュース等）」（25.1%）+「SNS（YouTube、Instagram、X、TikTok 等）」（20.2%）※による広報も活かし、「知る→気づく→行動する」までをつなぐ啓発を展開する。

※前回調査の選択肢は「web 広告、SNS 等」

【手話言語条例について】

（問 25）「手話言語条例」の認知状況

結果の分析

平成 29 年 9 月に実施した県政モニターアンケート調査結果と比べて、「手話を見たことがあり、言葉（言語）であることも知っているが、使うことはできない」は、84.2%から 54.2%に減少したが、「手話を使ってコミュニケーションをとることができる」は、0.5%から 1.5%に増加している。

今後の対応

情報の格差をなくすため、手話が言語であることの周知及び手話を言語とするろう者に対する情報保障（手話通訳の配置、テレビ番組や動画等への手話の挿入）の取組を推進する必要がある。

児童から高齢者世代まで幅広い世代を対象にした手話講座を実施し、手話が言語であることの認識の向上及びろう者に対する情報保障の理解促進を図っていく。

調査結果を踏まえた今後の対応

9 運動・スポーツに関する実感について

(問合せ先：スポーツ振興課 電話 026-235-7447)

(問 26) この1年間に行った運動・スポーツの種類

結果の分析

「ウォーキング」が 54.7%と最も高く、次いで「階段昇降」(34.5%)「体操」(25.4%)となっており、令和7年1月に実施した県政アンケート調査(以下、前回調査という。)結果から「階段昇降」が 18.4ポイント増加した。上位項目は、自分の生活リズムに合わせて身近で手軽にできる運動・スポーツが人気の傾向は変わっていない。また、「この1年間に運動・スポーツはしなかった」は 26.7%で、前回調査の 32.7%を下回り、問 27 で聴取した週1日以上運動・スポーツを行っている人の割合(以下、スポーツ実施率という。)向上の一因と考える。

(問 27) この1年間に運動・スポーツを行った日数

結果の分析

スポーツ実施(「する」スポーツ)率は、「週に5日以上」(12.4%)、「週に3日～4日程度」(12.2%)、「週に2日程度」(14.4%)、「週に1日程度」(11.4%)を合わせて 50.4%となり、前回調査の 48.8%を 1.6ポイント上回った。年齢別のスポーツ実施率は、18歳～20代が 47.0%、30代が 46.0%、40代が 35.3%、50代が 51.4%、60代が 55.1%、70歳以上が 69.9%となり、70歳以上が最も高く、40代が最も低い結果であった。男女別では、男性 55.3%、女性 45.5%であった。

(問 28) この1年間に運動・スポーツを実施した理由

結果の分析

「健康のため」が 51.6%と最も高く、次いで「体力増進・維持のため」(33.6%)、「運動不足を感じるから」(29.3%)、「筋力増進・維持のため」(24.0%)、「楽しみ、気晴らしとして」(21.5%)となっている。健康の保持や体力の増進など、自らの健康を意識した理由が上位を占めている。

(問 29) 運動・スポーツを週に1日以上実施しなかった理由

結果の分析

「面倒くさいから」が 30.2%と最も高く、前回調査の 20.1%から 10.1ポイントも上回った。次いで「仕事や家事が忙しいから」(24.8%)、「特に理由はない」(19.2%)となっている。仕事や家事による多忙さの要因だけでなく、「面倒くさい」という心理的な要因の比重が高まっており、余暇時間を運動・スポーツに費やせない現状がある。

(問 30) 運動・スポーツを「する」以外の関わり方

結果の分析

「テレビ・インターネット等により日常的にスポーツ中継やスポーツ情報に接している」が 26.9% (26.1%) で、国内外の大会での日本代表や本県にゆかりのある選手・チームの活躍なども大きく影響していると考えられる。「競技場等に出掛けて、スポーツを観戦している」が 6.2% (6.2%)、「各種運動・スポーツ行事、大会、教室等へボランティアとして参加している」は 3.6% (4.0%) となっている。直接スポーツ観戦(「みる」スポーツ)率及びスポーツボランティア参加(「ささえる」スポーツ)率は、前回調査と概ね同様の状況である。

※()内は前回調査結果

今後の対応

2028年の信州やまなみ国スポ・全障スポの開催気運を活用し、スポーツを「する」「みる」機会の充実を通じて、スポーツに親しむ人口の拡大と県民の健康づくりを推進していく。併せて、スポーツに関わる余暇時間が少ない働く世代、子育て世代など、ライフステージや生活環境により運動機会を確保しにくい層に対しては、市町村やスポーツ団体等と連携しながら、身近で参加しやすく、興味・関心を喚起する多様なスポーツ機会の創出を図る必要がある。

さらに、県内で開催される世界大会や全国大会、プロスポーツの試合等について情報発信を強化し、トップレベルの競技を身近で観戦できる環境を整えることで、スポーツへの関心の裾野を広げ、継続的なスポーツ参画につなげていく。

調査結果を踏まえた今後の対応

10 長野県森林づくり県民税（森林税）について

（問合せ先：森林政策課 電話 026-235-7262）

（問 31）森林税に関する認知度

結果の分析

「森林税」の名称の認知度は 60.7%となっており、使途の認知度（「名称、税額、使い道ともに知っている」、「名称、税額は知っており、使い道もある程度知っている」、「名称、使い道は知っているが、税額は知らない」の計）は 26.3%となった。

使途の認知度を年代別にみると、70 歳以上が最も高く 48.4%となった。令和 7 年 1 月に実施した県政アンケート調査（以下、前回調査という。）では年代が若くなるにつれて使途の認知度が低くなる傾向がみられ、18 歳～20 代では 13.6%にとどまっていたが、今年度は 20 代・30 代がいずれも 22.8%となり、若年層において認知度の上昇が確認された。

（問 32）森林税の名称や税額、使途を認知した媒体

結果の分析

「テレビ」（29.5%）が最も高く、次いで「県広報紙（県からのたより）」（29.0%）、「新聞記事」（25.7%）、「市町村の広報紙」（22.7%）となっており、紙媒体が重要な情報源となっている。

（問 33）森林税を活用した成果を感じる取組

結果の分析

「健全な森林をつくるための里山の間伐（木を抜き伐りすること）」（35.1%）が最も高く、次いで「道路や電線沿いの危険木の除去」（19.6%）、「松枯れ木の伐採」（19.3%）となっており、生活圏に近い森林での取組の成果が実感されている傾向にある。

（問 34）森林税を活用して取り組む内容として大切だと思うもの

結果の分析

前回調査結果同様「健全な森林をつくるための里山の間伐（木を抜き伐りすること）」（前回 46.3%・今回 46.6%）、「皆伐（木を全て伐ること）後の植林」（前回 33.4%・今回 29.2%）が高い割合を占めている。

その他、「道路や電線沿いの危険木の除去」（27.1%）、「松枯れ木の伐採」（20.4%）、「河川沿いの支障木等の除去」（19.8%）など、防災や減災に繋がる取組への期待が大きいことがうかがえる。

（問 35）森林税に、より関心を持ってもらうために必要な情報

結果の分析

最も高かったのは「森林整備が行われた場所の整備前後の写真」（33.6%）で、次いで「森林税に関するデータ集（活用額、活用事業、活用面積、効果等）」（21.1%）、「やさしい言葉や写真・イラスト等で簡単に説明」（20.1%）と、視覚的でわかりやすい情報へのニーズが高い結果となった。

今後の対応

昨年度から、使途の認知度が低かった 20 代～30 代をメインターゲットとして、SNS やインターネット媒体を活用した広報を重点的に行ってきた結果、20 代～30 代を中心に森林税の使途の認知度が向上したと考えられる。一方で、全体の使途の認知度は依然として目標値の 40%に達しておらず、特に 50～60 代での低下が目立った。

また、森林整備の前後写真やデータ、やさしい表現による説明など、「成果が視覚的に伝わる分かりやすい情報」が求められていることも明らかになった。

これらの結果を踏まえ、今後は、若い世代だけでなく、認知度の低下がみられる 50 代～60 代も対象とした広報の実施や、各年代に応じた媒体の活用に加え、写真や図表の積極的な使用、専門用語を多用しない平易な表現等、理解しやすい内容とすることで、森林税の使途や取組への理解を

深めていただけるよう広報活動を実施していく。