

「令和5年度 第2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、下記のとおり県政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 : 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5年9月14日(木)～令和5年9月15日(金)

2 調査の目的・内容

次の4項目について25問を設定

- (1) 県政の広報について
- (2) 長野県森林づくり県民税(森林税)について
- (3) 自転車の安全利用について
- (4) 防災に関する意識について

回答者の内訳

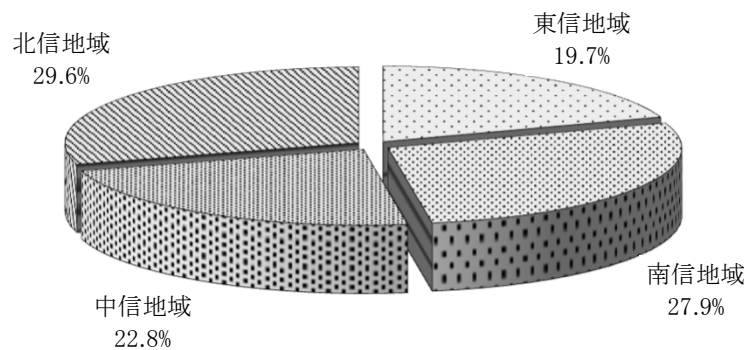
【男女別と年代別】

	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	70人	195人	176人	192人	278人	89人
	100.0%	7.0%	19.5%	17.6%	19.2%	27.8%	8.9%
男性	501人	34人	104人	76人	110人	128人	49人
	50.1%	3.4%	10.4%	7.6%	11.0%	12.8%	4.9%
女性	499人	36人	91人	100人	82人	150人	40人
	49.9%	3.6%	9.1%	10.0%	8.2%	15.0%	4.0%

※ 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	279人	228人	296人
	100.0%	19.7%	27.9%	22.8%	29.6%



1 県政の広報について

問1 県政情報の入手先

■「テレビ」が5割超

①テレビ	53.4 %
②新聞	39.2 %
③県公式ホームページ	29.9 %
④長野県広報紙	23.6 %
⑤ラジオ	13.8 %

(ほか複数回答)

問2 今後の県政情報の入手先

■「テレビ」が約6割

①テレビ	57.8 %
②新聞	39.6 %
③県公式ホームページ	38.3 %
④長野県広報紙	24.1 %
⑤県公式SNS (LINE、X (旧Twitter) 、Youtubeなど)	23.9 %

(ほか複数回答)

問3 興味・関心のある分野

■「災害・防災」が4割超

①災害・防災	44.8 %
②健康・医療	36.9 %
③観光	25.6 %
④消費生活	21.7 %
⑤子育て	15.9 %

(ほか複数回答)

問4 興味・関心のある分野の知りたい情報

■「県の行事や催し物などのお知らせ」が4割超

①県の行事や催し物などのお知らせ	44.1 %
②各種申請や事務手続きの方法	38.0 %
③県がこれから進めていこうとしている計画や方針	37.6 %
④県施設の紹介や利用案内	30.8 %
⑤県の各種相談窓口の案内	20.3 %

(ほか複数回答)

問5 県公式ホームページの閲覧

■「よく見ている」「ときどき見ている」が合わせて約5割

①よく見ている	3.5 %
②ときどき見ている	47.8 %
③見たことはない	48.7 %

(単数回答)

(問5で「よく見ている」又は「ときどき見ている」を回答した方)

問6 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」「分かりやすい」が合わせて6割超

①非常に分かりやすい	1.9 %
②分かりやすい	63.4 %
③分かりにくい	33.1 %
④非常に分かりにくい	1.6 %

(単数回答)

(問6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7 県公式ホームページの分かりにくい理由

■「知りたい情報が検索しても出てこない」が7割弱

①知りたい情報が検索しても出てこない	66.9 %
②1ページに情報が詰め込まれすぎている	24.2 %
③専門用語が多い	21.9 %
④文章が長い	21.3 %
⑤写真やイラストが少ない	14.6 %

(ほか複数回答)

問8 県広報紙の閲覧

■「見たことがない」が9割弱

①見たことがある	12.6 %
②見たことがない	87.4 %

(単数回答)

(問8で「見たことがある」を回答した方)

問9 県広報紙の閲覧先

■「長野県ホームページ」が約4割

①長野県ホームページ	42.1 %
②新聞折込の広報紙	34.1 %
③テレビCM	27.8 %
④県の施設に設置の広報紙	26.2 %
⑤インターネット広告	18.3 %

(ほか複数回答)

問10 県広報紙の紙面構成

■「今のままでいい」が6割超

①今のままでいい	63.2 %
②特集のページを減らし、「お知らせ」をもっと充実してほしい	20.1 %
③すべて「お知らせ」がよい	9.3 %
④すべて「特集」がよい	7.4 %

(単数回答)

問11 県議会広報の接触状況

■「見聞きしたことはない」が約8割

①見聞きしたことがある	20.1 %
②見聞きしたことはない	79.9 %

(単数回答)

(問11で「見聞きしたことがある」を回答した方)

問12 見聞きした媒体

■「新聞折込の広報紙」が約7割

①新聞折込の広報紙	71.1 %
②長野県議会公式ホームページ	16.4 %
③県の施設に設置の広報紙	14.9 %
④長野県議会公式X (旧Twitter)	10.9 %
⑤コンビニ設置の広報紙	9.5 %

(ほか複数回答)

2 長野県森林づくり県民税(森林税)について

※()内数値は、令和2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13 森林税と使途の認知度

■「森林税を知っている」のは全体の6割弱、そのうち「森林税の使い道も知っている」のは1割超

①名称、税額を知っており、使い道もよく知っている	2.3 %
②名称、税額を知っており、使い道もある程度知っている	10.3 %
③名称、税額は知っているが、使い道はよくわからない	15.7 %
④名称は知っているが、税額や使い道はよくわからない	27.9 %
⑤名称、税額、使い道ともに知らない	43.8 %
	(単数回答)

(問13で①又は②を回答した方)

問14 森林税の名称や税額、使途を認知した媒体

■「新聞記事」が約5割、「県広報紙(県からのたより)」が4割超、「テレビ(ニュース、番組)」が4割弱

①新聞記事	47.6 %	(47.2%)
②県広報紙(県からのたより)	42.9 %	(44.3%)
③テレビ(ニュース・番組)	37.3 %	(43.1%)
④市町村の広報紙	27.8 %	(31.6%)
⑤県のホームページ・ブログ	17.5 %	(7.2%)
		(ほか複数回答)

(問13で③から⑤のいずれかを回答した方)

問15 森林税に関する情報確認に希望する媒体

■「テレビ(ニュース・番組)」が4割弱、「市町村の広報紙」が約3割、「県広報紙(県からのたより)」が2割超

①テレビ(ニュース・番組)	37.3 %
②市町村の広報紙	28.3 %
③県広報紙(県からのたより)	25.9 %
④新聞広告	20.9 %
⑤テレビコマーシャル	14.9 %
	(ほか複数回答)

問16 森林税を活用した成果を感じる取組

■「道路や電線沿い等の危険木が除去された」が3割超、「河川沿いの河畔林の危険木が除去された」、「里山の間伐が実施された」がともに2割超(問13で①又は②を回答した方について集計)

①道路や電線沿い等の危険木が除去された	35.7 %
②河川沿いの河畔林の危険木が除去された	23.8 %
③里山の間伐が実施された	23.0 %
④観光地の危険木除去や森林景観整備が行われた	21.4 %
⑤利用する民間・県有施設が木質化された	16.7 %
里山の森林整備が実施された(または森林整備の補助を受けた)	16.7 %
	(ほか複数回答)

問17 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

■「防災減災のための里山整備」が約5割、「多様な林業の担い手の確保・育成」、「ライフライン等保全対策」がともに2割超

①「防災・減災のための里山整備」	48.4 %
②「多様な林業の担い手の確保・育成」	25.7 %
③「ライフライン等保全対策」	23.0 %
④「再生林の加速化」	22.9 %
⑤「病虫害被害対策」	19.0 %
	(ほか複数回答)

3 自転車の安全利用について

※()内数値は、令和4年度第3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18 自転車の利用状況

■「自転車を利用する」が2割超

①自転車を利用する	24.2 %	(29.6 %)
②自転車を利用しない	75.8 %	(69.0 %)
		(単数回答)

(問18で「自転車を利用する」を回答した方)

問19 自転車損害賠償保険等への加入状況

■「はい(加入している)」が6割超

①はい(加入している)	64.0 %	(67.1 %)
②いいえ(加入していない)	29.8 %	(26.3 %)
③わからない	6.2 %	(6.2 %)
		(単数回答)

問20 全年齢に対する自転車乗用時のヘルメット着用努力義務化の認知度

■「知っている」が約9割

①知っている	88.1 %	(72.9 %)
②知らない	11.9 %	(23.5 %)
		(単数回答)

(問18で「自転車を利用する」を回答した方)

問21 自転車利用時のヘルメットの着用状況

■「着用していない」が半数

①必ず着用している	22.7 %	(8.2 %)
②利用状況(夜間や遠出等)に応じて着用している	24.8 %	(10.3 %)
③着用していない	52.5 %	(81.5 %)
		(単数回答)

(問21で「利用状況に応じて着用」又は「着用していない」を回答した方)

問22 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6割弱

①ヘルメットを持っていないから	56.7 %	(81.3 %)
②近距離の移動にしか乗らないから	38.5 %	(61.6 %)
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	22.5 %	(28.3 %)
④髪型が乱れるから	19.3 %	(17.2 %)
⑤ヘルメットの価格が高いから	16.0 %	(14.1 %)
		(ほか複数回答)

問23 どうしたらヘルメット着用が浸透するか

■「購入の際の費用を補助する」が半数

①購入の際の費用を補助する	50.7 %
②安全性・必要性について周知・広報する	43.0 %
③多様なデザインのヘルメットがあることを紹介する	27.2 %
④交通安全教育・講習会等を充実させる	21.2 %
⑤その他	7.6 %
	(複数回答)

4 防災に関する意識について

問24 自宅周辺の災害リスク認知度

■「ハザードマップ等を見たことがあり、自宅周辺の災害リスクを知っている」が約6割

①ハザードマップ等を見たことがあり、自宅周辺の災害リスクを知っている	58.7 %
②ハザードマップ等を見たことはあるが、自宅周辺の災害リスクは知らない	27.4 %
③ハザードマップ等を見たことがない	13.9 %

(単数回答)

問25 マイ・タイムラインの作成状況

■「知っているが、作成していない」、「知らない」の合計が9割超

①作成している	2.6 %
②マイ・タイムラインは知っているが、作成していない	30.8 %
③マイ・タイムラインを知らない	66.6 %

(単数回答)

調査結果を踏まえた今後の対応

1 県政の広報について

(問い合わせ先：広報・共創推進課 電話 026-235-7054
議会事務局調査課 電話 026-235-7414)

(問1) 県政情報の入手先

結果の分析

全体では「テレビ」が53.4%、「新聞」が39.2%となっており、マスメディアからの情報が主な入手先となっている。年代別で見ると「テレビ」は各年代で1番高いが、18歳～20代及び30代では全体に比べて「新聞」の割合が低く、「県公式SNS」の割合が高い。

県民との主な接点はマスメディアであるため、パブリシティを活用した発信に力を入れる必要がある。

(問2) 今後の県政情報の入手先

結果の分析

全体では「テレビ」が57.8%、「新聞」が39.6%となっており、問1同様、マスメディアから情報を入手したい方が多い。問1と比較すると「県公式ホームページ」と「県公式SNS」で県政情報を入手したい方の割合が高くなっている。また、年代別で見ると18歳～20代から40代で「県公式SNS」から県政情報を入手したい方が多い。

パブリシティを活用しつつ、特に若い世代に情報を届けるため、今後はSNSでの発信にも力を入れていく必要がある。

(問3) 興味・関心のある分野

結果の分析

全体では「災害・防災」が44.8%、「健康・医療」が36.9%となっており、生活に身近な情報を求めている県民が多い。年代別で見ると各年代とも「災害・防災」、「健康・医療」、「消費生活」の割合が高いが、18歳～20代から40代では「子育て」、60代以上は「福祉」の割合が高い。

今回の調査結果を踏まえつつ、いま県民が必要としている情報を把握し、ニーズに沿った伝わる発信をしていく必要がある。

(問4) 興味・関心のある分野の知りたい情報

結果の分析

「県の行事や催し物などのお知らせ」が44.1%、「各種申請や事務手続きの方法」が38.0%、「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%となっている。

催事や事務手続きといった身近な情報だけでなく、長野県の計画や方針に対する関心も高く、県民のニーズに沿った伝わる発信をしていく必要がある。

(問5) 県公式ホームページの閲覧

結果の分析

「見たことはない」が48.7%、「ときどき見ている」が47.8%となった。18歳～20代は「見たことはない」が62.9%となっており、他の世代に比べ10ポイント以上高い。

ホームページは一定程度閲覧されているが、さらに閲覧していただけるよう引き続き分かりやすいホームページづくりに取り組んでいく。また、他の広報媒体も活用し、県民に情報を届けていく。

(問6) 県公式ホームページの分かりやすさ

結果の分析

「分かりやすい」が63.4%、「分かりにくい」が33.1%となった。おおむね県民にとって見やすいページとなっている。

今後も必要な情報が分かりやすく整理されたページづくりを進めていく。

(問7) 県公式ホームページの分かりにくい理由

結果の分析

「知りたい情報が検索しても出てこない」が66.9%と、他の項目より高いスコアとなっている。職員研修などにより、県民にとって知りたい情報が快適に入手できるページづくりを進めていく必要がある。

（問 8）県広報紙の閲覧

結果の分析

「見たことがある」が 12.6%、「見たことがない」が 87.4%となっている。年 2 回発行で接触回数が少ないことと、紙面の配布は主に新聞折込で新聞購読者に限られることから、認知が低いと考えられる。紙面と連動し、テレビ・インターネットなど、複数のメディアを活用した広報（メディアミックス）を行っていくことが必要である。

（問 9）県広報紙の閲覧先

結果の分析

「長野県ホームページ」が 42.1%、「新聞折込の広報紙」が 34.1%、「テレビ CM」が 27.8%となっている。長野県公式ホームページの広報紙が掲載されているページへのアクセス数は発行時期と他の時期を比較しても大きな変化がないことから、インターネット広告の誘導先である特設サイトを「長野県ホームページ」と回答した人が多い可能性がある。

問 1 で県政情報の主な入手先としてはマスメディアの回答が多かったことと、上述のとおりインターネット上での情報の接触が多いと考えられるため、引き続きメディアミックスで発信していく。

（問 10）県広報紙の紙面構成

結果の分析

「今のままでいい」が 63.2%、「特集のページを減らし、『お知らせ』をもっと充実してほしい」が 20.1%となった。

おおむねニーズに合っている現在の紙面構成を維持しつつ、「お知らせ」で時機に応じて県民のニーズに沿った情報を発信していく必要がある。

（問 11）県議会広報の接触状況

結果の分析

全体で、「見聞きしたことがある」者の割合は 20.1%だった。男女別では、「見聞きしたことがある」の割合が男性（24.0%）の方が女性（16.2%）より高い結果となった。年代別では、年代が上がるにつれ高くなる傾向があり、70 代以上（25.8%）、次いで 50 代（24.0%）と高い。

18 歳～20 代から 40 代を中心とした見聞きしたことがない年代に対する情報発信を行っていく必要がある。

（問 12）見聞きした媒体

結果の分析

全体のうち「新聞折込の広報紙」が、71.1%と最も多く、次いで「長野県議会公式ホームページ」が 16.4%、「県の施設に設置の広報紙」が 14.9%であった。

「新聞折込の広報紙」は他の媒体よりも 50 ポイント以上高く、県民が議会の情報を受け取る有効な媒体であることから、引き続き実施していく必要がある。

今後の対応

問 1～問 10 について、テレビや新聞といったマスメディアをこれまで以上に活用していくほか、特に若い世代に情報を届けるため、今後は SNS での発信にも力を入れていく。

ホームページは職員研修などにより利用者が快適に情報入手できるページづくりを進めていく。

広報紙は新聞折込を維持しつつも、目に付く、手に取りたくなるような質の高いデザインと内容を企画・制作する。また、新聞を購読しない層に向けて、テレビやインターネットなど紙面以外の媒体を利用し、効果的に情報発信をしていく。

問 11～12 について、毎定例会後に発行している広報紙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は継続していく。その際、より幅広い世代に見ただけのものとするため、設置場所や配布方法、掲載内容の見直しなども必要に応じて実施していく。

加えて、特に 18 歳～20 代から 40 代が県議会の情報を接する機会を増やせるよう、既に実施している県議会公式 X ははじめとした SNS による広報も充実させていく。

調査結果を踏まえた今後の対応

2 長野県森林づくり県民税（森林税）について

（問い合わせ先：森林政策課 電話 026-235-7261）

（問 13）森林税と使途の認知度

結果の分析

森林税の認知度は全体の6割弱となっており、そのうち使途の認知度は「名称、税額を知っており、使い道もよく知っている」「名称、税額を知っており、使い道もある程度知っている」をあわせて12.6%となっている。

使途の認知度を年代別にみると、70歳以上（25.8%）が最も高い。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るが、18歳～20代（10.0%）は30代（8.2%）を上回っている。

（問 14）森林税の名称や税額、使途を認知した媒体

結果の分析

令和2年度に実施したアンケート（県政モニターアンケート）と同様に「新聞記事」（47.6%）、「県広報紙（県からのたより）」（42.9%）、「テレビ（ニュース・番組）」（37.3%）、「市町村の広報紙」（27.8%）の順に多く、紙媒体から認知した割合が高い傾向にある。一方で、「県のホームページ」（17.5%）、「SNS」（3.2%）とインターネットに関係する媒体から認知した割合は低いものの、R2県政モニターアンケートよりも「県のホームページ」が10.3ポイント、「SNS」が2.7ポイント増加している。

（問 15）森林税に関する情報確認に希望する媒体

結果の分析

「テレビ（ニュース・番組）」が37.3%と最も高く、次いで「市町村の広報紙」（28.3%）、「県広報紙（県からのたより）」（25.9%）が上位となり、テレビ又は紙媒体での情報を求める割合が高い。

年代別に見ると、若い年代（18歳～20代）では「SNS」が高い傾向にあり、年代が高くなるにつれて、SNS等のインターネットを利用した媒体を求める割合は低くなる傾向にある。

（問 16）森林税を活用した成果を感じる取組

結果の分析

（問 13）で、森林税の使い道を知っている（「よく知っている」または「ある程度知っている」を選択した）と回答した方が、森林税を活用した成果を感じている取組としては、「道路や電線沿いの危険木の除去」（35.7%）、「河川沿いの河畔林の危険木の除去」（23.8%）と、生活圏に近い森林を対象とした取組の割合が高い傾向にある。

（問 17）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

令和2年度に実施したアンケート（県政モニターアンケート）と同様に「防災・減災のための里山整備」（48.4%）が最も高い割合を占めている一方で、「多様な林業の担い手の確保・育成」が25.7%、「ライフライン等保全対策」が23.0%となるなど、人材の確保・育成に関する取組のほか、防災や減災に繋がる取組への期待が大きい。

今後の対応

森林税の使途に関する認知度が全年代で低い状況を踏まえ、世代等に応じて発信する内容等を整理して効果的な広報に取り組む。また、訴求効果が高い新聞やテレビに取り上げられるよう、先駆的な事例や地域の取組（イベント）の事前案内等、積極的な情報発信に努めていく。

特に情報媒体に関しては、年代ごとに情報収集に用いる媒体が異なる結果となっていることを踏まえ、若い年代（18歳～20代及び30代）に向けてはSNSやホームページ等の媒体、40代以上の年代に向けては市町村等と連携した広報紙等の媒体を併用するなど、各年代の方が等しく情報を得られ、森林税とその使途への認知が高まるよう広報活動を実施していく。

また、森林税の成果について「ライフライン等沿いの危険木除去」や「河畔林の危険木除去」等生活圏に近い森林を対象とした取組から成果を感じている方が多い傾向にあることから、事業実施箇所での森林税の情報発信等、森林税の認知度向上と合わせて成果を感じてもらいやすくなるよう取組を推進する。

調査結果を踏まえた今後の対応

3 自転車の安全利用について

(問い合わせ先：くらし安全・消費生活課 電話 026-235-7174)

(問 18) 自転車の利用状況

結果の分析

自転車を利用する者の割合は 24.2%であり、令和 5 年 1 月に実施した県政モニターアンケート調査（以下、「R5.1 月県政モニターアンケート調査」という。）の 29.6%から約 5%減少。男女比を見ると男性が 30.7%、女性は 17.6%。年代別で見ると 20 代が 36.2%、40 代が 26.7%となっている。また、全体の自転車利用率は、令和 3 年実施の県政モニターアンケート調査の結果から 5～10%の割合で減少している。

(問 19) 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は 64.0%であり、R5.1 月県政モニターアンケート調査の 67.1%と比べて 3.1%減少した。年代別の加入率を見ると、60 代が 73.4%と一番高いのに対し、40 代及び 50 代は約 60%、70 代以上は 40%にとどまっている。

(問 20) 全年齢に対する自転車乗用時のヘルメット着用努力義務化の認知度

結果の分析

全年齢に対する自転車乗用時のヘルメットの着用努力義務化の認知度は 88.1%であり、9 割近い認知度があったが、各年代で「知らない」の回答がある。

(問 21) 自転車利用時のヘルメットの着用状況

結果の分析

「必ず着用している」と回答した割合（22.7%）と、「利用状況（夜間や遠出）に応じて着用している」と回答した割合（24.8%）を合計したヘルメット着用率は 47.5%であり、R5.1 月県政モニターアンケート調査（18.5%）よりかなり高くなっている。

(問 22) 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 56.7%と最も多く、次いで「近距離の移動にしか乗らないから」が 38.5%、「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 22.5%となった。

(問 23) どうしたらヘルメット着用が浸透するか

結果の分析

「購入の際の費用を補助する」が 50.7%と最も高く、次いで「安全性・必要性についての周知・広報」が 43.0%、「多様なデザインのヘルメットがあることを紹介する」が 27.2%、「交通安全教育・講習会等を充実」が 21.2%となった。

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、本年 4 月から施行された改正道路交通法により全年齢で自転車乗用時のヘルメット着用が努力義務化されたが、努力義務化以降も着用が浸透していないことから、啓発活動の強化に合わせ、ヘルメット購入支援を実施することで関係者と連携して着用を促進していく。

年々、加入率が低下している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、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。

調査結果を踏まえた今後の対応

4 防災に関する意識について

(問い合わせ先：危機管理防災課 電話 026-235-7184)

(問 24) 自宅周辺の災害リスク認知度

結果の分析

「ハザードマップ等を見たことがあり、自宅周辺の災害リスクを知っている」が約6割であった。年代が下がるにつれ、自宅周辺の災害リスク認知度は低くなる傾向が見られたことから、若年層の防災意識を向上していく必要がある。

(問 25) マイ・タイムラインの作成状況

結果の分析

「マイ・タイムラインを知らない」、「マイ・タイムラインは知っているが、作成していない」の合計が9割超であった。マイ・タイムラインを「作成している」は、1割にも満たないことから、マイ・タイムラインそのものの必要性とわかりやすい作成方法を市町村とともに周知していく必要がある。

今後の対応

若年層には、若者が利用する機会の多い SNS 等の広報媒体を活用して、災害リスク認知度の向上を図っていく。なお、災害リスクを正しく理解し、一人ひとりに自分ごととして考えるきっかけづくりとなるよう、リアルな体験ができる最新技術の活用など取組の内容を工夫していく。

また、全ての年代に対して、マイ・タイムラインの必要性周知や作成を進めるため、県民の皆様へ直接お話しする出前講座の実施、平時の備えと発災時の行動をわかりやすく解説した啓発動画の作成・公開、手軽にマイ・タイムラインを作成できる信州防災アプリの普及促進などの取組を進めていく。