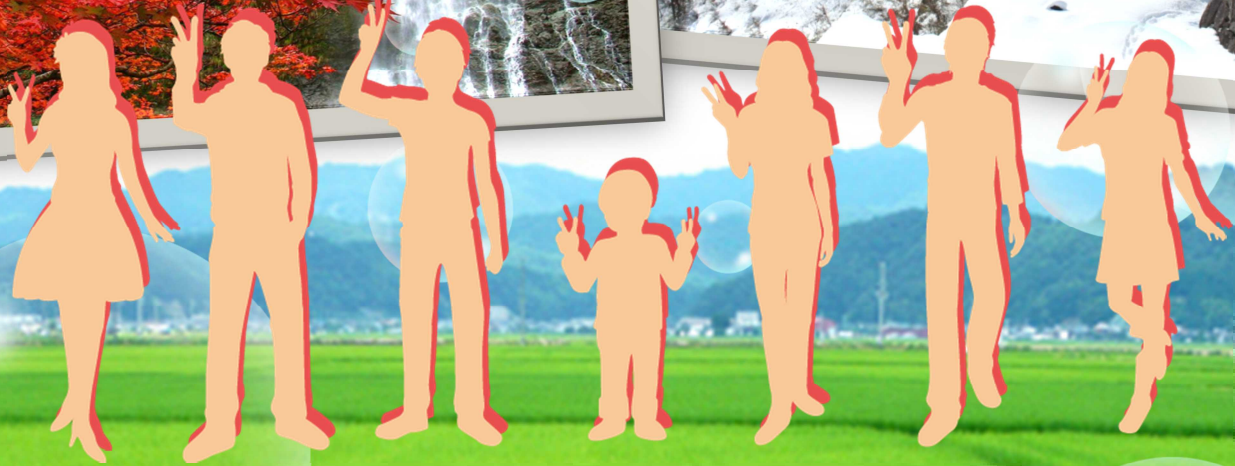




但馬力指標



平成25年3月

但馬夢テーブル委員会

兵庫県但馬県民局

目 次

I	はじめに	1
II	但馬力指標作成の経緯	2
1	ビジョンにおけるシンボルプロジェクトの提案	2
2	但馬力強化大作戦	2
3	但馬力とは	3
4	目指そう指標	4
5	手作り指標	4
6	検討体制	4
III	目指そう指標	6
1	作成目的	6
	(1) 地域力のデータベース化	
	(2) ビジョンのフォローアップ指標	
2	指標の種類	7
	(1) 客観的な指標	
	(2) 主観的な指標	
3	作成方針	7
	(1) 指標選定の考え方	
	(2) シンボル指標	
4	但馬力の構成要素	8
5	全体構成のイメージ	10
6	シンボル指標	12
	(1) 人づくり	
	(2) 産業づくり	
	(3) 誇りづくり	
	(4) 安心づくり	
7	補足指標	25

IV 手作り指標	36
1 作成目的	36
2 地域住民参加型の指標づくり（但馬お宝100選の取組）	..	36
(1) 事業内容		
(2) 但馬お宝百選の選定		
(3) この取組が目指すもの		
3 活動の成果・効果を指標により測る取組(但馬夢テーブル委員会の活動)	38
(1) 但馬夢テーブル委員会		
(2) 実践活動への指標の活用		
(3) 実践活動と指標（例）		
V 但馬力指標の活用	41
1 今後の活用に向けて	41
2 指標の見直しについて	41

☆ 参考文献（統計資料の出典については本文中に記載）

- ・草郷孝好・宮本匠（2011）「住民による地域生活プロセス評価手法の試み
新潟県長岡市川口木沢地区の導入事例」関西大学『社会学部紀要』第43
巻第2号（平成24年3月）抜刷
- ・草郷孝好・山本杏子（2011）「生活実感パイロット調査：人々の「幸せ」
や「不幸せ」を探って」先進国型人間開発指数（HDI-I）の開発に関する
調査研究成果報告書2011年
- ・「週刊東洋経済 第6422号」東洋経済新報社

I はじめに

平成23年9月、「但馬地域ビジョン」は地域のこうありたいと願う姿をあらためて描き「但馬地域ビジョン(バージョン2)」(以下、ビジョンという。)として改訂されました。

その改訂版では、参画と協働に基づくビジョン実現に向けた取組としてシンボルプロジェクトが提案されています。

今回、そのシンボルプロジェクトの一つである「但馬力強化大作戦」に基づく取組として「但馬力指標」を作成することとしました。

この「但馬力指標」は、普段、私たちが思う、但馬の持つ魅力や但馬の持つ豊かさ、また、これから但馬が強みとして伸ばしていくべきところなど、但馬地域の総合力を「但馬力」と定義し、その「但馬力」を指標により「見える化」しようとする試みです。

さらには、その但馬力指標が向上していくような様々な活動を公民協働で行っていく、それが但馬力強化大作戦の目指す取組です。

但馬には誇れる指標がたくさんあります。

今回整理された指標をごらんいただき、公民それぞれの立場や取組でその指標の数値が向上するような地域づくりを進めていただきたいと思います。

II 但馬力指標作成の経緯

1 ビジョンにおけるシンボルプロジェクトの提案

平成23年9月に改訂版が策定されたビジョンでは、将来像を公民の参画と協働で実現するための3つのシンボルプロジェクトが提案されています。

【ビジョンのシンボルプロジェクト】

- ・但馬・理想の都の祭典20周年事業
(事業名称：～出会い・感動～夢但馬 2014)
- ・但馬力強化大作戦
- ・但馬夢シナリオプロジェクト

但馬力指標はこの3つのシンボルプロジェクトのうち、但馬力強化大作戦の一環として作成されています。

2 但馬力強化大作戦

シンボルプロジェクトの一つ、但馬力強化大作戦では、ビジョンで示された「あしたのふるさと但馬～コウノトリ翔る郷～」を地域みんなが実感できる地域像に育て上げ、具体的な形をあたえていく手法として但馬力を表す指標(=但馬力指標)づくりに取り組むこととしています。また、併せて、その指標をビジョンの実施状況を確認していくツールとして但馬全体で共有することを提案しています。

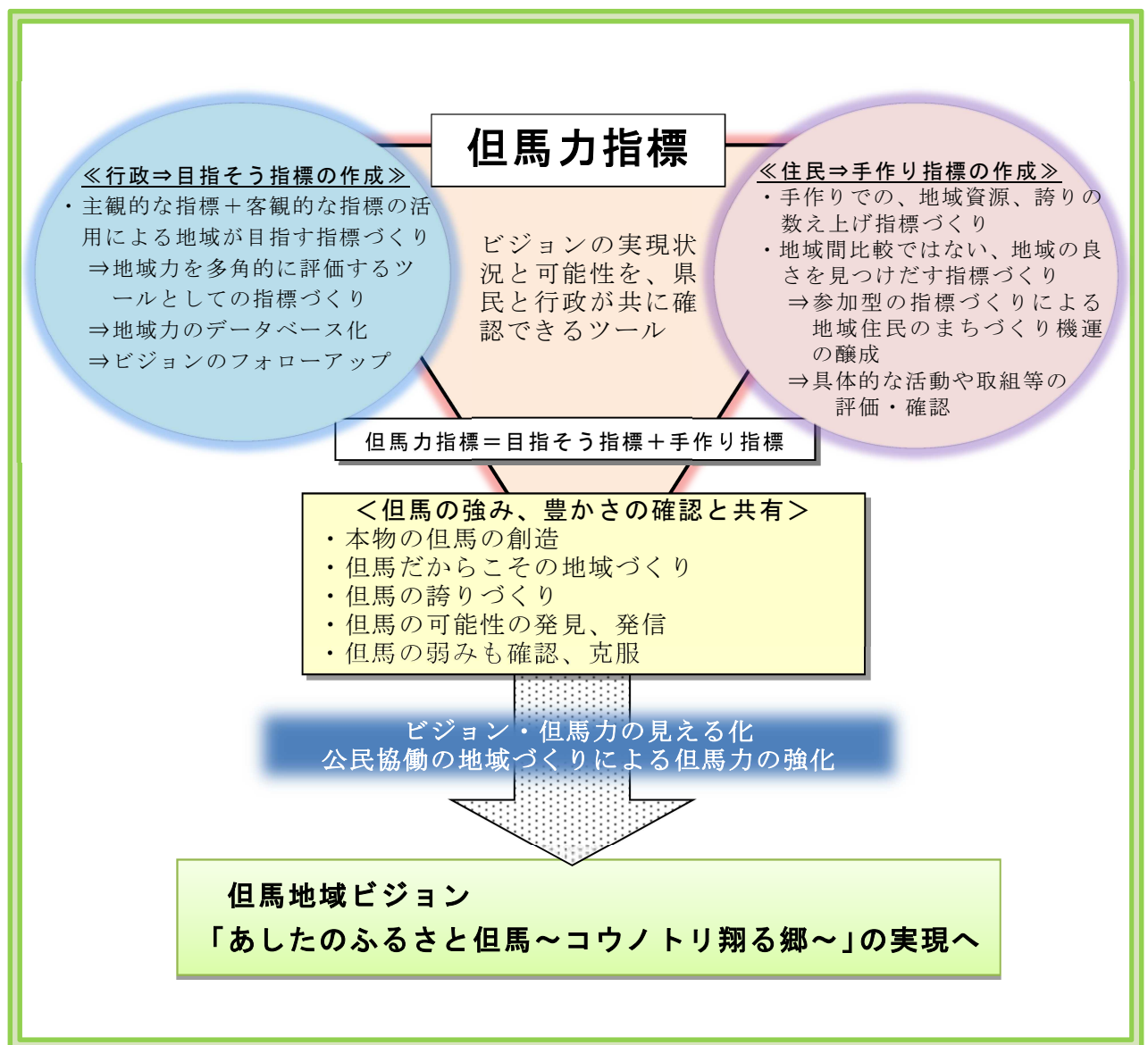
この但馬力指標の作成により、但馬の持つ魅力とビジョンの実現度合いを「見える化」とするとともに、指標を向上させ様々な施策・活動を展開することで、但馬の魅力のより一層の強化を目指しています。

3 但馬力とは

ビジョンでは但馬力は「地域の総合力」としてしています。

但馬に住む人だけではなく、訪れる人々とも、共に安らぎや感動、共に生きる喜びを分かち合える「交流・共生」の地域「あしたのふるさと」を目指し、但馬の強みや豊かさを確認・共有し、その地域の総合力である但馬力を向上・発揮させていくことが但馬力強化大作戦の目的です。

【但馬力強化大作戦（指標づくり）イメージ】



4 目指そう指標

但馬を多角的に評価し、これから目指す地域をみんなで創っていくためのコンパスとなる指標として、公民協働でその数値の向上に取り組むことを目的として作成します。

具体的には、但馬の地域力を示すことのできる客観的な指標と主観的な指標を抽出・選定・整理した指標群を設定します。さらに、シンボルとなるいくつかの指標によりわかりやすく共有できる指標として作成します。

<作成の目的>

- ① 地域力のデータベース化による魅力、強みや豊かさの理解・共有
- ② ビジョンのフォローアップ

5 手作り指標

他地域との比較ではなく、具体的な活動を通じて地域住民自らが地域の良さや誇りを見つけることで作り上げていく指標です。この指標は住民参加型で作成に取り組む指標です。

具体的には、地域の良いところや地域の自慢を数え上げたり、活動に伴う成果など測る項目を指標とします。

<作成の目的>

- ① 地域住民のまちづくりへの参加に向けた機運の醸成
- ② 具体的な活動・取組がもたらした成果の評価・確認

6 検討体制

但馬力指標は、但馬に住む方々の総意により作成をしていくとの考えを基本におき、但馬夢テーブル委員会（以下、委員会という。）と但馬県民局を中心に、但馬管内の各市町の協力や地域住民の方々の意見などをいただきながら作成を進めました。

【委員 会】

- ・但馬力指標（原案）の協議・検討・作成（専門委員への意見聴取）
- ・実践活動グループの取組を通じた手作り指標作成の実践

【但馬県民局】

- ・但馬地域ビジョン本部（※）を通じた但馬力指標（原案）の協議・検討・作成

※但馬地域ビジョン本部

但馬県民局長を本部長、県民局内の各部署の長を本部員とし、局におけるビジョンの実現に向けた取組を推進

- ・個別指標の選別・情報提供
- ・但馬お宝百選の取組を通じた手作り指標作成の実践（夢但馬 2014 推進協議会）

【市 町】

- ・個別の指標に関する情報提供・内容確認
- ・但馬力指標（原案）への意見・提案

III 目指そう指標

1 作成目的

目指そう指標は、但馬の現状を確認・評価でき、総合的・継続的にビジョンの進捗を確認していくことのできる指標群を作成することとしており、公民協働でその数値等の向上に取り組むことを目的として地域住民で共有することとしています。

その目的には具体的に次の2つの側面があります。

(1) 地域力のデータベース化

但馬の魅力、強みや豊かさを「知って」「見て」「伝える」ため、数値や指数で「但馬らしさ」や「但馬ならではの」を整理・表示し、地域住民が但馬力を共有・理解するデータベースとします。

感覚的には理解していたり、一般的に言われていたりする但馬のよいところや但馬の強みなどを、指標というよりわかりやすい形で確認することで、地域住民に但馬力の理解を深めていただきます。

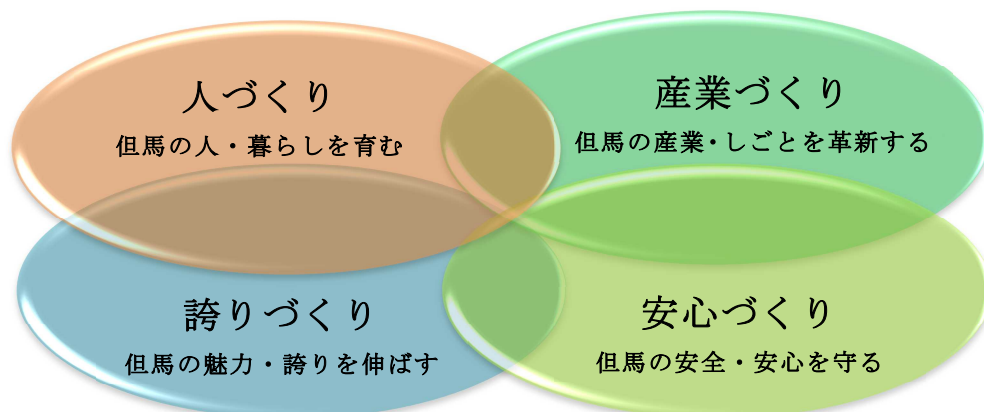
(2) ビジョンのフォローアップ指標

ビジョンが目指す将来像を実現するためビジョンの行動目標とリンクした指標を設定し、ビジョンの実現状況をフォローアップしていきます。

ビジョンでは、これからの但馬づくりに向けて、①人づくり、②産業づくり、③誇りづくり、④安心づくりの4つの行動目標を掲げています。

この行動目標をもとに指標を整理し、それぞれの行動目標に応じたビジョンの進捗を確認していきます。

【ビジョンの行動目標】



2 指標の種類

目指そう指標では、但馬に関連すると思われる様々な数値を指標として活用することとしています。

(1) 客観的な指標

目指そう指標では国勢調査に代表される一般的な統計調査に基づく指標だけではなく、認定や選定等の件数、出荷量等の数量、参加者数等の人数など、但馬を表すことの出来る客観的な数値を幅広く指標として活用しています。

これら客観的な指標は、全国や県内の他地域との比較により但馬の地域特性や優位性を確認するために用います。

(2) 主観的な指標

兵庫県では、兵庫の目指すべき社会像を描いた「21 世紀兵庫長期ビジョン」の実現状況や県政の取組の成果を点検・評価するため、毎年度「県民意識調査」により県民の方々の意識や行動を調査しています。

目指そう指標では、この県民意識調査を主観的な指標として活用し、客観的な指標では補足することの出来ない地域住民の意識や特性、思いなどの変化を確認します。

【県民意識調査の概要】

- i) 調査地域 兵庫県全域
- ii) 調査対象 県内に居住する満 20 歳以上の男女個人
- iii) 標本数 10 の地域毎に 500 の標本数を市町別・男女別・年齢 10 歳階級の母集団構成比に応じて配分 (計 5,000 人)
- iv) 抽出方法 各市町の住民基本台帳に基づき無作為抽出法により抽出
- v) 項目数 約 70 項目

3 作成方針

(1) 指標選定の考え方

目指そう指標は、たくさんある指標の中から但馬力を示すことのできる指標を選び出し、地域住民が但馬力を理解・共有することのできるツールとして指標群を作成しています。

指標の選び出しは、作成目的を踏まえた下記の3つの視点に基づき、データ取得の可否など考慮した上で行いました。

【指標選定の3つの視点】

- ① 但馬が全国もしくは県内の他地域との比較において優位性・特異性を示すことができる指標
- ② 市町の総合計画や県で定めるビジョンなど他の計画等ですでに目標として定めている指標
- ③ 現状の指標の数値等が悪くても、今後の但馬にとってその数値の改善が必要と考えられる指標

(2) シンボル指標

わかりやすく、見やすい指標群とするため、ビジョンの行動目標と対応する「但馬力の構成要素」に従って指標を整理・表示するとともに、但馬力の構成要素ごとに客観的な指標、主観的な指標それぞれに一つシンボルとなる指標(=シンボル指標)を設定しています。

また、それぞれのシンボル指標には公民協働の取組により近い将来達成を目指したい数値として「目指そう値」を設定しています。

4 但馬力の構成要素

目指そう指標では但馬力の構成要素をもとに、それぞれに関連する指標を抽出・選定しています。

但馬力を構成する要素については、委員会や但馬地域夢会議での意見交換内容の頻出語の調査結果をもとに、ビジョンで示された4つの行動目標それぞれに対応する形で以下のとおり整理しました。



【意見交換における頻出語の調査】

委員会及び但馬地域夢会議において、但馬の魅力と但馬の今後に関する以下のテーマでそれぞれ意見交換を行いました。

その際の発言内容について頻出語を調べた結果が以下の表です。

但馬力の構成要素はこの頻出語を分析・整理しています。

○委員会全体会（H24. 4. 22 委員 4 2 名参加）

・テーマ

- 10年、20年後の未来を見据えて、これこそ但馬の誇りであり大切にしていきたいと思いますものは何ですか
- 10年、20年後の未来を見据えて、但馬としてここだけは改善していきたいと思いますことは何ですか

順位	抽出語	出現回数	順位	抽出語	出現回数
1	自然	20	10	海	8
2	若者	17	10	活動	8
3	健康	15	10	歴史	8
4	人	14	14	スキー	7
5	高齢	13	14	経済	7
6	環境	9	14	生活	7
6	元気	9	14	伝統	7
6	仕事	9	14	絆	7
6	自分	9	19	リーダー	6
10	家族	8	19	安心	6

○但馬地域夢会議（H24. 8. 25 高校生 38 名参加）

・テーマ

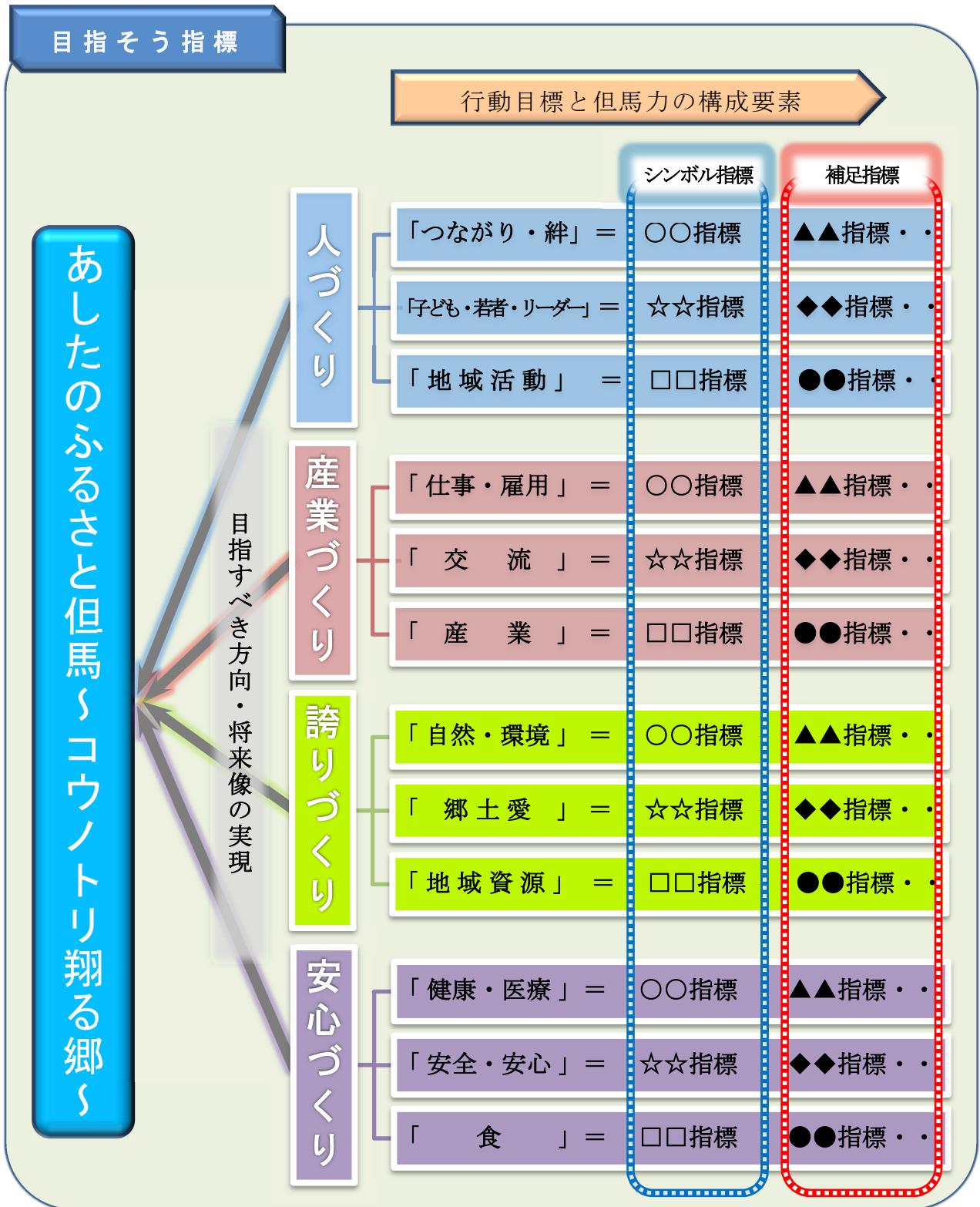
- 但馬地域のよいところはどこですか
- 10年後、20年後の但馬の未来はどうなっていると思いますか

順位	抽出語	出現回数	順位	抽出語	出現回数
1	自然	37	10	牛	6
2	人	24	10	若者	6
3	観光	23	13	コウノトリ	5
4	PR	9	13	スキー	5
4	カニ	9	13	学校	5
4	交通	9	13	自分	5
4	山	9	13	農業	5
8	就職	7	13	福祉	5
8	名所	7	13	歴史	5
10	海	6	13	活動	5

※委員会、但馬地域夢会議の双方で出現した頻出語は青地ゴシックで表記しました。

5 全体構成のイメージ

目指そう指標の全体構成のイメージは次図のとおりとなります。



但馬力指標(目指そう指標)

※ 県下の順位は10県民局中の順位を表している。

行動目標

但馬力の構成要素

シンボル指標

※ ㊦=客観的な指標、㊧=主観的な指標

現状値
(P13以降参照。最新の統計データ)

目指そう値

人づくり

- 1 家族・隣人・地域等との「つながり・絆」
- 2 次世代を担う「子ども・若者・リーダー」
- 3 みんなが参加し活躍する「地域活動」

㊦婚姻率(人口千対)	4.07	(—)	←	県下 No.1
㊧地域の異なる世代の人とつきあいがある人の割合	57.6%	(県下 No.2)	←	県下 No.1
㊦合計特殊出生率	1.84	(県下 No.1)	←	県下 No.1
㊧住んでいる地域の子どもは伸び伸びと育てていると思う人の割合	65.5%	(県下 No.4)	←	県下 No.1
㊦但馬夢シナリオ応募件数	88件	(オンリーワン)	←	200件
㊧地域に自分の活躍の場がある人の割合	39.7%	(県下 No.2)	←	県下 No.1

産業づくり

- 1 地域を支える「仕事・雇用」
- 2 賑わいを創出する「交流」
- 3 特色豊かな「産業」

㊦有効求人倍率	0.72	(県下 No.3)	←	1.0以上
㊧自分の仕事にやりがいを感じる人の割合	61.4%	(県下 No.4)	←	県下 No.1
㊦観光客入込数	8,362千人	(—)	←	10,000千人
㊧住んでいる地域に観光などの訪問客が増えていると思う人の割合	22.0%	(県下 No.2)	←	50.0%
㊦農「観」商工連携事例数	29件	(—)	←	31件
㊧住んでいる地域の企業は地域に貢献していると思う人の割合	31.3%	(県下 No.2)	←	50.0%

誇りづくり

- 1 多様で美しい「自然・環境」
- 2 ふるさとを誇る「郷土愛」
- 3 彩り豊かな「地域資源」

㊦野生のコウノトリペア数	9ペア	(オンリーワン)	←	14~15ペア
㊧住んでいる地域はきれいだと思う人の割合	72.5%	(県下 No.1)	←	県下 No.1
㊦人口1万人あたりご当地検定受検者数	6.5人	(実施6地域中5位)	←	実施地域中 No.1
㊧住んでいる地域に誇りや愛着を感じる人の割合	52.1%	(県下 No.7)	←	県下 No.1
㊦地域団体商標登録数	7件	(県下 No.1)	←	10件
㊧自慢したい地域の風景や名所がある人の割合	61.1%	(県下 No.1)	←	県下 No.1

安心づくり

- 1 元気に暮らす「健康・医療」
- 2 みんなの生活を守る「安全・安心」
- 3 おいしくて安心な「食」

㊦健康寿命	男78.17年 女83.68年	(男6位女2位)	←	男女とも No.1
㊧住んでいる地域は高齢者や障害者にも暮らしやすいと思う人の割合	33.5%	(県下 No.8)	←	50.0%
㊦人口1万人あたり刑法犯認知件数	69.6件	(県下最少)	←	県下最少
㊧住んでいる地域で安全・安心を守る取組が行われていると思う人の割合	78.6%	(県下 No.3)	←	県下 No.1
㊦食糧自給率(カロリーベース)	71%	(県下 No.3)	←	100%
㊧食べ物や飲み水は安心だと思う人の割合	89.9%	(県下 No.1)	←	県下 No.1

6 シンボル指標 (◇=客観的な指標 ◆=主観的な指標)

(1) 人づくり ～但馬の人・暮らしを育む～

【但馬力】家族・隣人・地域等との「つながり・絆」のシンボル指標

◇婚姻率（人口千対）

年間婚姻届出件数を当該年度の10月1日現在の人口で割った数値

数値

4.07

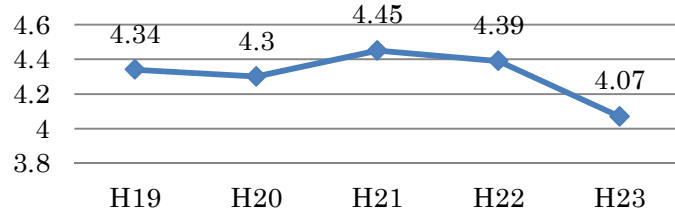
特徴

—

目指そう値

県下 NO.1

人口動態調査



○シンボル指標への選定理由

婚姻という新しいつながり・絆により地域が活性化し定住人口の増加にもつながる。

◆地域の異なる世代の人とつきあいがある人の割合

数値

57.6%

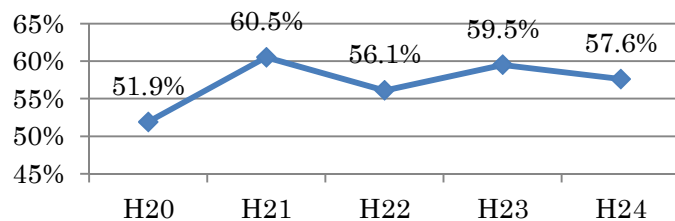
特徴

県下 NO.2

目指そう値

県下 NO.1

県民意識調査



●シンボル指標への選定理由

絆の形成に重要な世代間交流の進展を住民意識の面から確認できる。

【但馬力】次世代を担う「子ども・若者・リーダー」のシンボル指標

◇合計特殊出生率

一人の女性が一生に生む子どもの平均数

数値

1.84

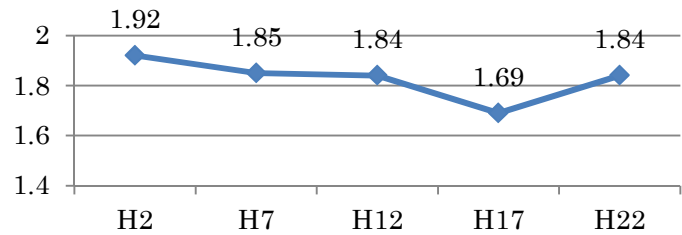
特徴

県下 NO. 1

目指そう値

県下 NO. 1

国勢調査



○シンボル指標への選定理由

県内の他地域より優れている指標であり、少子対策の進展や子育て環境のよさを確認できる。

◆住んでいる地域の子どもは伸び伸びと育っていると思う人の割合

数値

65.5%

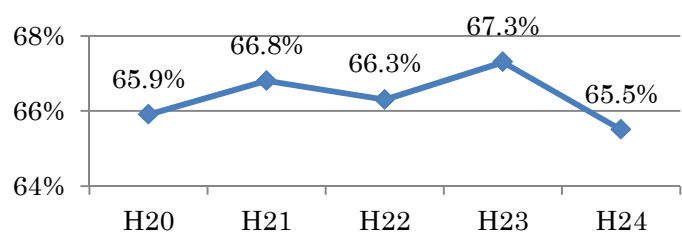
特徴

県下 NO. 4

目指そう値

県下 NO. 1

県民意識調査



●シンボル指標への選定理由

子育て環境と若い世代の成長を住民意識の面から確認することができる。

【但馬力】 みんなが参加し活躍する「地域活動」のシンボル指標

◇但馬夢シナリオ件数

但馬に関わりのある人が但馬で思い描く具体的な夢とその実現に向けた道筋（＝但馬夢シナリオ）の件数

数値

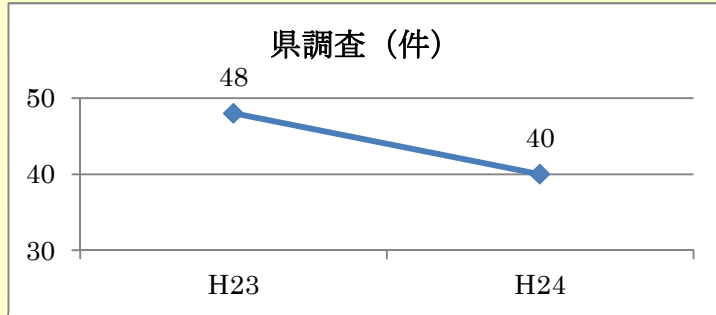
88件(通算)

特徴

オンリーワン

目指そう値

200件(通算)



○シンボル指標への選定理由

地域で描く夢を共有し実践につなぐビジョンのシンボルプロジェクトであり重要性が高い。

◆地域に自分の活躍の場がある人の割合

数値

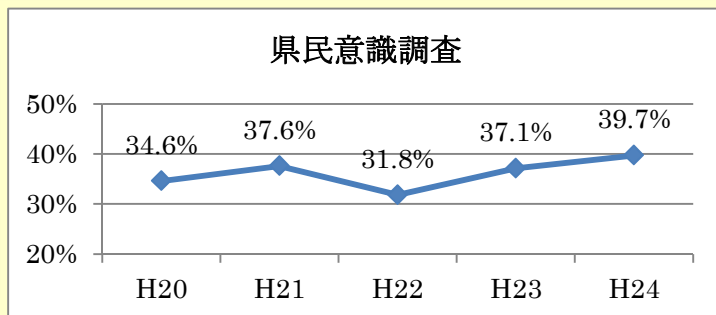
39.7%

特徴

県下 NO. 2

目指そう値

県下 NO. 1



●シンボル指標への選定理由

様々な地域活動への参画の意識と活動の場についての住民の意識を確認できる。

(2) 産業づくり ～但馬の産業・しごとを革新する～

【但馬力】地域を支える「仕事・雇用」のシンボル指標

◇有効求人倍率

有効求職者数に対する有効求人数の割合

数値

0.72

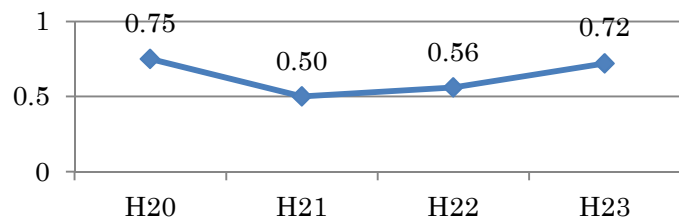
特徴

県下 NO. 3

目指そう値

1.0以上

一般職業紹介状況（兵庫労働局）



○シンボル指標への選定理由

地域内の求職と求人の状況を示す重要な指標であり他地域との比較も可能である。

◆自分の仕事にやりがいを感じる人の割合

数値

61.4%

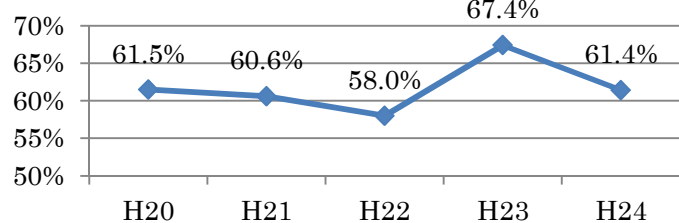
特徴

県下 NO. 4

目指そう値

県下 NO. 1

県民意識調査



●シンボル指標への選定理由

仕事に対する住民意識を確認する直接的な質問項目である。

【但馬力】賑わいを創出する「交流」のシンボル指標

◇観光客入込数

期間内に但馬地域に訪れた観光客の数

数値

8,362千人

特徴

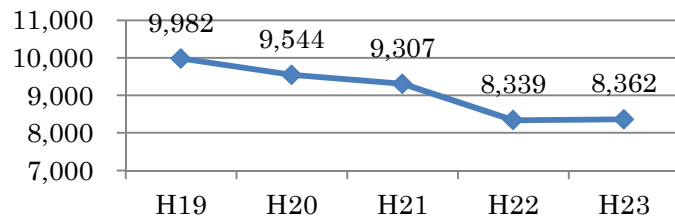
—

目指そう値

1千万人

※但馬2014年交流人口1千万人目標

観光客動態調査（千人）



○シンボル指標への選定理由

観光客の入込数は交流を図る上で最も大きな指標の一つである。

◆住んでいる地域に観光などの訪問客が増えていると思う人の割合

数値

22.0%

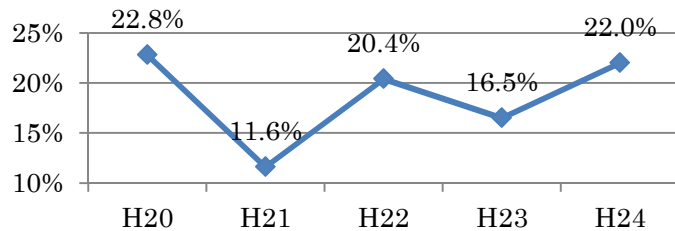
特徴

県下 NO. 2

目指そう値

県下 NO. 1

県民意識調査



●シンボル指標への選定理由

観光客も含めた交流人口の増減について、住民の感じ方を確認できる。

【但馬力】特色豊かな「産業」のシンボル指標

◇農「観」商工連携事例数

農林漁業者と観光業や商工業分野の企業が連携して新商品開発や新サービスの提供に取り組んだ事例の件数

数値

29件(通算)

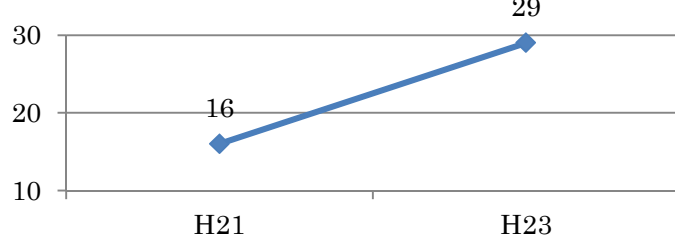
特徴

—

目指そう値

31件(通算)

但馬地域農林水産ビジョン動向調査(件)



○シンボル指標への選定理由

6次産業などの農「観」商工連携は但馬地域が優先的に取り組むべき新しい産業である。

◆住んでいる地域の企業は、地域に貢献していると思う人の割合

数値

31.3%

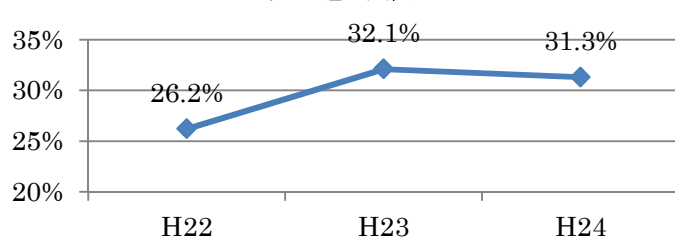
特徴

県下 NO. 2

目指そう値

県下 NO. 1

県民意識調査



●シンボル指標への選定理由

地域産業を支える企業の地域との関わりについての住民の感じ方を確認できる。

(3) 誇りづくり ～但馬の魅力・誇りを伸ばす～

【但馬力】多様で美しい「自然・環境」のシンボル指標

◇野生のコウノトリのペア数

自然界で生息するコウノトリのペア数

数値

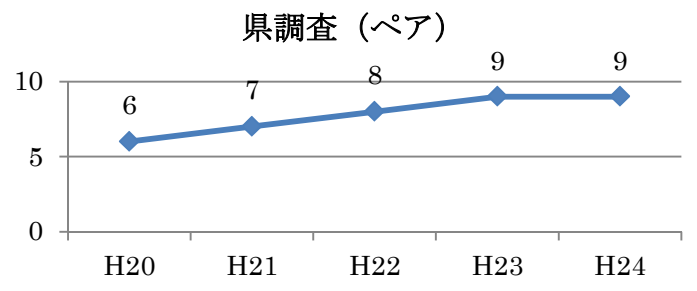
9 ペア

特徴

オンリーワン

目指そう値

14～15 ペア



○シンボル指標への選定理由

コウノトリは但馬の自然・環境のシンボルである。

◆住んでいる地域はきれいだと思う人の割合

数値

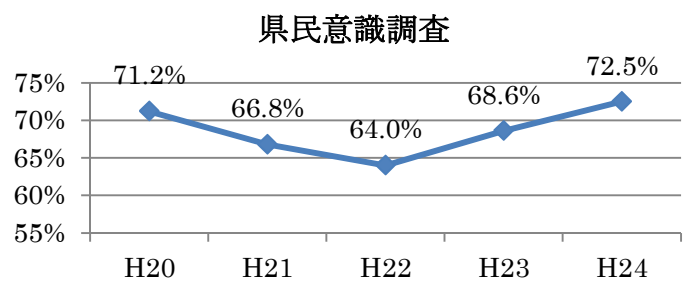
72.5%

特徴

県下 NO.1

目指そう値

県下 NO.1



●シンボル指標への選定理由

環境に対する住民意識を確認できる直接的な質問項目であり、住民の意識も高い。

【但馬力】ふるさと誇る「郷土愛」のシンボル指標

◇人口1万人あたりご当地検定受検者数
対象地域内人口1万人あたりのご当地検定受検者数

数値

6.5人

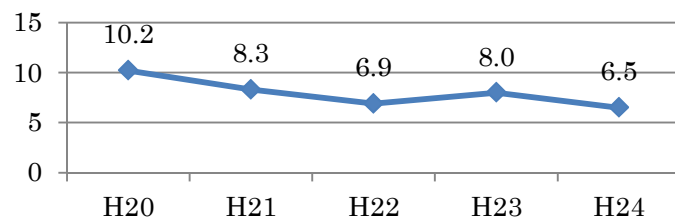
特徴

実施6地域中5位

目指そう値

実施地域中1位

県調査 (人/1万人)



○シンボル指標への選定理由

ご当地検定は、自然、人物、歴史、文化など地域の魅力を再確認できる。

◆住んでいる地域に誇りや愛着を感じる人の割合

数値

52.1%

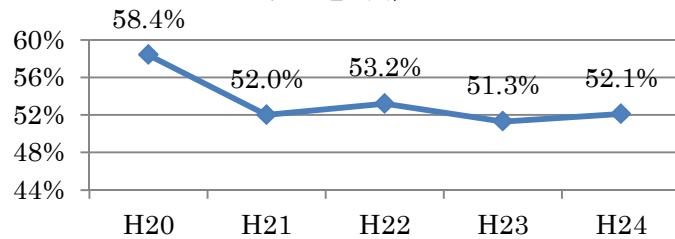
特徴

県下 NO. 7

目指そう値

県下 NO. 1

県民意識調査



●シンボル指標への選定理由

郷土愛についての住民意識を確認できる直接的な質問項目である。

【但馬力】彩り豊かな「地域資源」のシンボル指標

◇地域団体商標登録数

地域の名称及び商品〔役務〕の名称等からなる商標について、特許庁が地域団体商標の登録を認めた件数

数値

7件

特徴

県下NO.1

目指そう値

10件

☆地域団体商標登録されているブランド

- ・豊岡靴
- ・豊岡杞柳細工
- ・城崎温泉
- ・出石皿そば
- ・但馬牛(たじまうし)
- ・但馬ビーフ
- ・但馬牛(たじまぎゅう)

○シンボル指標への選定理由

地域の名称を冠する地域を代表する資源であり、県内でも対象件数が多い。

◆自慢したい地域の風景や名所がある人の割合

数値

61.1%

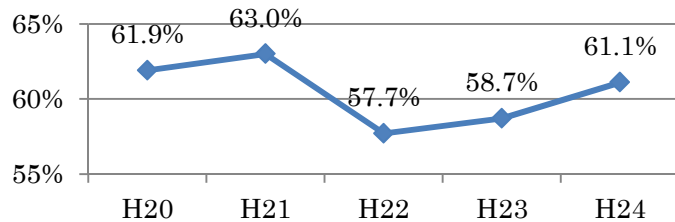
特徴

県下NO.1

目指そう値

県下NO.1

県民意識調査



●シンボル指標への選定理由

地域資源に対して対外的に誇れると感じている住民意識が現れている指標である。

(4) 安心づくり ～但馬の安全・安心を守る～

【但馬力】元気に暮らす「健康・医療」のシンボル指標

◇健康寿命

健康上の問題で日常生活が制限されることなく生活できる期間の平均（日常生活動作が自立している期間の平均）

数値
 男性：78.17年
 女性：83.68年

特徴
 男性：県下NO.6
 女性：県下NO.2

目指そう値
 男女とも県下No.1

※現時点でのデータは平成21-23の県内市町介護保険データを用いた左記の算定値のみ

○シンボル指標への選定理由
 通常の寿命と異なり、健康で元気な暮らしを測ることができる新しい指標である。

◆住んでいる地域は高齢者や障害者にも暮らしやすいと思う人の割合

数値
 33.5%

特徴
 県下NO.8

目指そう値
 県下NO.1

県民意識調査

年度	割合
H20	33.5%
H21	34.6%
H22	33.0%
H23	39.8%
H24	33.5%

●シンボル指標への選定理由
 地域住民が地域の暮らしやすさをどのように感じているかを確認できる指標である。

【但馬力】みんなの生活を守る「安全・安心」のシンボル指標

◇人口1万人あたり刑法犯認知件数

被害の届出などによって警察に認知された犯罪の人口1万人あたりの件数

数値

69.6件

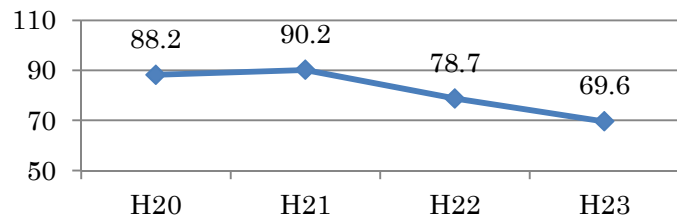
特徴

県下最少

目指そう値

県下最少

犯罪統計書(件/万人)



○シンボル指標への選定理由

安全安心を測る上で重要な指標であり、地域の優位性を示している指標である。

◆住んでいる地域で登下校時の見守り・パトロールや街灯整備等の安全・安心を守る取組が行われていると思う人の割合

数値

78.6%

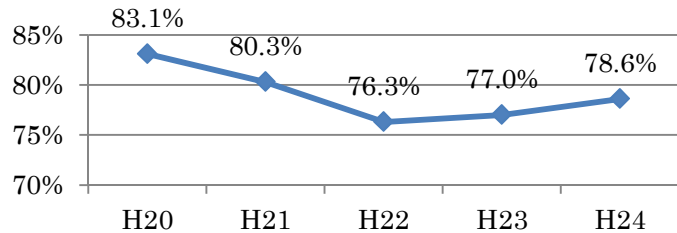
特徴

県下 NO. 3

目指そう値

県下 NO. 1

県民意識調査



●シンボル指標への選定理由

具体的な事項から安全安心に対する住民意識を確認できる項目である。

【但馬力】おいしくて安心な「食」のシンボル指標

◇食糧自給率（カロリーベース）

地域内でとれた製品の熱量を食卓に上がった食品の熱量で除して計算した試算値

数値

71%

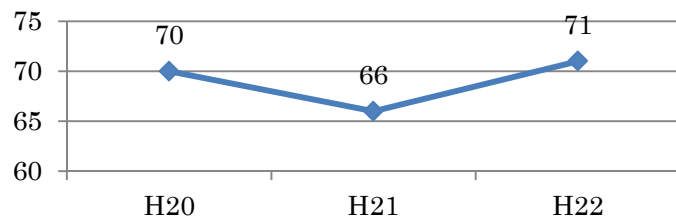
特徴

県下NO.3

目指そう値

100%

県調査 (%)



○シンボル指標への選定理由

食に関する地域の生産・消費の関係性を示す指標である。

◆食べ物や飲み水は安心だと思う人の割合

数値

89.9%

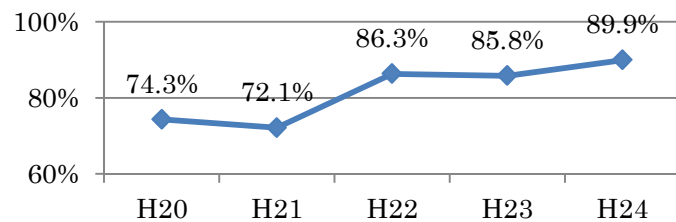
特徴

県下NO.1

目指そう値

県下NO.1

県民意識調査



●シンボル指標への選定理由

安全安心な食に対する住民意識を確認できる指標である。