



下水道モニター

平成29年度 第3回アンケート結果

目次

1. 調査の概要	1
2. 結果の概要	2
2.1 東京都下水道局の広報活動について	2
2.1.1 「広報東京都」の入手方法	2
2.1.2 東京都下水道局のホームページを閲覧する頻度	2
2.1.3 東京都下水道局のホームページを閲覧する方法	2
2.1.4 「ニュース東京の下水道」の閲覧経験と入手方法	2
2.1.5 「ニュース東京の下水道」をより多くの方に閲覧してもらう為の対策	2
2.2 『油・断・快適！下水道』キャンペーンについて	3
2.2.1 『油・断・快適！下水道キャンペーン』の認知度	3
2.2.2 『油・断・快適！下水道キャンペーン』での取組	3
2.2.3 『油・断・快適！下水道キャンペーン』で最も有効な取組	3
2.2.4 揚げ物料理後の油の処理方法	3
2.2.5 油で汚れたお皿やお鍋などを洗う方法	3
2.2.6 お皿やお鍋などの油をふき取らない理由	4
2.2.7 『油・断・快適！下水道キャンペーン』から理解できた事	4
2.2.8 「ダイエツトレシピ」の認知度	4
2.2.9 「ダイエツトレシピ」を知った経緯	4
2.2.10 『油・断・快適！下水道キャンペーン』に関しての意見・要望	4
2.3 降雨に関する情報について	5
2.3.1 東京アメツシュの利用の有無	5
2.3.2 東京アメツシュの利用方法	5
2.3.3 東京アメツシュの利用頻度（晴れている時）	5
2.3.4 東京アメツシュの利用頻度（曇っている時）	5

2.3.5	東京アメッシュの利用頻度（雨の時）	5
2.3.6	東京アメッシュの使いやすさ	5
2.3.7	東京アメッシュの使いやすかった点	6
2.3.8	東京アメッシュの工夫すべき点	6
2.3.9	東京アメッシュの利便性の向上に良いと思われる情報や機能	6
2.3.10	「東京アメッシュ」を利用していない理由	6
2.3.11	「東京アメッシュ」の必要な改善点	6
2.3.12	気象情報についての意見	6
3.	回答者属性	7
4.	集計結果	9
4.1	東京都下水道局の広報活動について	9
4.1.1	「広報東京都」の入手方法	9
4.1.2	東京都下水道局のホームページを閲覧する頻度	12
4.1.3	東京都下水道局のホームページを閲覧する方法	13
4.1.4	「ニュース東京の下水道」の閲覧経験と入手方法	14
4.1.5	「ニュース東京の下水道」をより多くの方には閲覧してもらおう為の対策	17
4.2	『油・断・快適！下水道』キャンペーンについて	20
4.2.1	『油・断・快適！下水道キャンペーン』の認知度	20
4.2.2	『油・断・快適！下水道キャンペーン』での取組	21
4.2.3	『油・断・快適！下水道キャンペーン』で最も有効な取組	24
4.2.4	揚げ物料理後の油の処理方法	28
4.2.5	油で汚れたお皿やお鍋などを洗う方法	32
4.2.6	お皿やお鍋などの油をふき取らない理由	34
4.2.7	『油・断・快適！下水道キャンペーン』から理解できた事	37
4.2.8	「ダイエットレシピ」の認知度	40
4.2.9	「ダイエットレシピ」を知った経緯	41
4.2.10	『油・断・快適！下水道キャンペーン』に関しての意見・要望	43
4.3	降雨に関する情報について	47
4.3.1	東京アメッシュの利用の有無	47
4.3.2	東京アメッシュの利用方法	48
4.3.3	東京アメッシュの利用頻度（晴れている時）	49

4.3.4	東京アメッシュの利用頻度（曇っている時）	50
4.3.5	東京アメッシュの利用頻度（雨の時）	51
4.3.6	東京アメッシュの使いやすさ	52
4.3.7	東京アメッシュの使いやすかった点.....	53
4.3.8	東京アメッシュの工夫すべき点.....	56
4.3.9	東京アメッシュの利便性の向上に良いと思われる情報や機能.....	59
4.3.10	「東京アメッシュ」を利用していない理由	62
4.3.11	「東京アメッシュ」の必要な改善点.....	64
4.3.12	気象情報についての意見	65

1. 調査の概要

(1) 調査目的

第3回アンケートでは、東京都下水道局の広報活動、『油・断・快適！下水道』キャンペーン及び降雨に関する情報の利用状況等を把握するために実施した。

(2) 調査対象

①調査対象：東京都下水道局「平成29年度下水道モニター」

* 東京都在住20歳以上の男女個人

②調査対象の数：632名

③調査対象の抽出：インターネット上から「平成29年度下水道モニター」を募集

(3) 調査方法

インターネットによる自記式アンケート

(4) 回答回収率

モニター件数 : 632名

回答者数 : 449名

回答率 : 71%

(5) 調査項目

① 東京都下水道局の広報活動について

② 『油・断・快適！下水道』キャンペーンについて

③ 降雨に関する情報について

(6) 調査期間

平成29年10月25日（水）～ 平成29年11月8日（金）

(7) 集計上・表記上への注意事項

① 本文中の「n」は質問に対する回答者数で、比率（%）は全て「n」を基数として算出している。また、比率を小数点第一位で四捨五入し「0%」となる項目については、グラフ上の表記を省略する。

② 本文中の性別、年代、地域、子供と同居有無別分析において、性別、年代、地域、子供と同居それぞれにおける「無回答」「不明」は省略する。

2. 結果の概要

2.1 東京都下水道局の広報活動について

2.1.1 「広報東京都」の入手方法

「広報東京都」の入手方法について、「定期的に自宅に届く新聞折り込みとして」が63%と最も高く、次いで「公共施設の窓口」が21%、「交通機関の駅構内」が14%となった。

年代別では、「定期的に自宅に届く新聞折り込みとして」が70歳以上で91%、60歳代で80%となり、60歳代以上での割合がとて高かった。一方、20～40歳代は約50%と低く、年代間で入手方法に大きな違いが見られた。

2.1.2 東京都下水道局のホームページを閲覧する頻度

東京都下水道局のホームページを閲覧する頻度について、「ほとんど見ない（月に1回以下）」が60%と最も多く、次いで「たまに見る（月に2、4回）」が31%となっている。

また、「よく見る」と「たまに見る」を合わせた『見る』が34%となっており、4割未満の低い結果となった。

男女別にみると、『見る』では男性が41%、女性が25%と、男性が女性より16ポイント高い結果となった。

2.1.3 東京都下水道局のホームページを閲覧する方法

東京都下水道局のホームページを閲覧する方法について、「自宅、会社等のパソコンのみ」が73%と最も高く、次いで「スマートフォンなどの携帯端末のみ」と「どちらもみるが自宅、会社等のパソコンの方が多し」がともに13%となった。

年代別にみると、ほとんどの年代で「自宅、会社等のパソコンのみ」が最も高く過半数を超える結果となったが、30歳代は47%と最も低く、他の年代と比べ「スマートフォンなどの携帯端末のみ」が29%と最も高い結果となった。

2.1.4 「ニュース東京の下水道」の閲覧経験と入手方法

下水道局広報誌「ニュース東京の下水道」の閲覧経験と入手方法について、「見たことはない」が50%となった。一方、閲覧経験がある方の中では、「公共施設の窓口」が29%と最も高かった。

閲覧経験がある方の入手方法を地区別にみると、「公共施設の窓口」では23区部が27%、多摩地区で32%と、多摩地区が23区部より5ポイント高かった。逆に、「交通機関の駅構内」では、23区部が17%、多摩地区が12%と、23区部が多摩地区より5ポイント高い結果となり、入手方法は地区により違いが見られた。

2.1.5 「ニュース東京の下水道」をより多くの方に閲覧してもらう為の対策

「ニュース東京の下水道」をより多くの方に閲覧してもらう為の対策についての意見では、「配布場所を増やす」が67%と最も高く、次いで「東京都下水道局のホームページやメールマガジンなどで配布開始のアナウンスを行う」が31%となった。

男女別にみると、「配布場所を増やす」では男性が61%、女性が75%と、女性が男性より14ポイント高い結果となった。一方、「東京都下水道局のホームページやメールマガジンなどで配布開始のアナウンスを行う」では男性が35%、女性が26%と、男性が女性より9ポイント高い結果となり、よいと思う対策の傾向には、男女で若干の違いが見られた。

2.2 『油・断・快適！下水道』キャンペーンについて

2.2.1 『油・断・快適！下水道キャンペーン』の認知度

『油・断・快適！下水道キャンペーン』の認知度について、「下水道モニターになる前から知っていた」方は27%と低かった。一方、「知らなかった」方の中で、「下水道モニターになってから知った」方の割合は高く、モニター活動がキャンペーンの認知度向上に寄与していることが分かった。

年代別にみると、「下水道モニターになってから知った」では、年代が上がるにしたがい割合が上昇し70歳以上が53%と最も高かった。次いで40歳代と60歳代が43%となった。

2.2.2 『油・断・快適！下水道キャンペーン』での取組

『油・断・快適！下水道キャンペーン』実施期間中に見たことのある取組について、「広報東京都」での告知が77%と最も高く、次いで「区市町村の広報誌での告知」が28%となった。

地区別にみると、「広報東京都」での告知では、23区部が84%、多摩地区が66%と、23区部が多摩区部より18ポイント高い結果となり、「広報東京都」は23区部にお住まいの方々に対し、有効な情報伝達手段の一つであることが分かった。

2.2.3 『油・断・快適！下水道キャンペーン』で最も有効な取組

『油・断・快適！下水道キャンペーン』で最も有効な取組についての意見では、「広報東京都」での告知が58%と最も高く、次いで「区市町村の広報誌での告知」が51%、「スーパーの店頭でのPR」が47%となった。

男女別にみると、各取組とも男性に比べ女性の割合が高かった。これは女性が多くの取組を重複して選択した結果と考えられるが、「区市町村の広報誌での告知」のように、認知度では男性より低いものの、取組の評価は高いものがあることが分かった。

2.2.4 揚げ物料理後の油の処理方法

揚げ物料理後の油の処理方法について、「紙や布などにしみ込ませて「燃やすゴミ」として出している」が54%と最も高く、次いで「市販の凝固剤で固めてゴミに出している」が31%、「炒め物などに利用して使い切るようにしている」が22%となり、料理後の油の正しい処理方法について、一定の認識が得られていることが分かった。

男女別にみると、料理後の油の正しい処理方法についての認識は女性が高い傾向で、「紙や布などにしみ込ませて「燃やすゴミ」として出している」、「炒め物などに利用して使い切るようにしている」では、男性に対して女性の割合がそれぞれ5ポイント、8ポイント高かった。

2.2.5 油で汚れたお皿やお鍋などを洗う方法

油で汚れたお皿やお鍋などを洗う方法について、「いつもふき取ってから洗っている」が46%と最も高く、次いで「時々拭き取って洗っている」が32%となり、多くの方が油で汚れた皿等に関して正しい処理をされていることが分かった。

男女別にみると、「いつもふき取ってから洗っている」と「ときどきふき取って洗っている」を合わせた『ふき取っている』では、男性が73%、女性が84%と、女性が男性より11ポイント高く、油処理への認識が高いことが分かった。

2.2.6 お皿やお鍋などの油をふき取らない理由

お皿やお鍋などの油をふき取らない理由について、「油汚れが少ないとき」が62%と最も高く、次いで「面倒だから」が29%、「油を分解する洗剤を使っているから」が20%となった。回答割合上位の「油汚れが少ないとき」、「油を分解する洗剤を使っているから」を選択された方は、油汚れをふき取る必要性は認識している方と考えられ、今後のPR方法の改善によって、油汚れをふき取らない方を減少できる可能性が考えられた。

2.2.7 『油・断・快適！下水道キャンペーン』から理解できた事

『油・断・快適！下水道キャンペーン』から理解できたことについて、「油を含んだ排水を流すとどのような影響を引き起こすか理解できた」が83%と最も高く、次いで「油を流さないことでどのような効果があるのかわかった（下水道管の詰まり防止、悪臭防止など）」が56%、「油を流さない方法（ふき取る、吸い取る、使い切る）がわかった」が45%となり、アンケートを実施したことによる学習効果があったと考える。

地区別にみると、「油を含んだ排水を流すとどのような影響を引き起こすか理解できた」では23区部と多摩地区で大きな差はなかったが、「汚れをふき取るタイミング（皿を洗う前）がわかった」など他の項目では、全般的に多摩地区の方が低い結果となった。今後は、多摩地区において、より細かなPRが必要と考えた。

2.2.8 「ダイエットレシピ」の認知度

「ダイエットレシピ」の認知度について、「知っていた」が17%、「知らなかった」が83%となった。

年代別にみると、「知っていた」では70歳以上が26%と最も高く、20歳代を除く他の年代は16～17%とほぼ同様の割合だった。

2.2.9 「ダイエットレシピ」を知った経緯

「ダイエットレシピ」を知った経緯について、「下水道のホームページ」が56%と最も高く、次いで「イベントでのダイエットレシピブックの配布」が33%となった。

男女別にみると、男性では「下水道局のホームページ」が、女性では「イベントでのダイエットレシピブックの配布」が高い結果となり、「ダイエットレシピ」を知った経緯は男女で異なる傾向が見られた。

2.2.10 『油・断・快適！下水道キャンペーン』に関する意見・要望

『油・断・快適！下水道キャンペーン』に関する意見・要望では、「下水道の利用の仕方をアピールする事が大切だと思う」が19%と最も高く、次いで「キャンペーンを知り意識が高まった/よい取り組みだと思う」が16%、「メディアやネットでのキャンペーン・広告を出してPRするとよいと思う」が13%となった。

2.3 降雨に関する情報について

2.3.1 東京アメッシュの利用の有無

東京アメッシュの利用の有無について、「利用している（必要な時に利用している）」が44%、「利用してみたが、今は利用していない」と「利用していない」を合わせた『利用していない』が56%となった。

男女別にみると、「利用している（必要な時に利用している）」では男性が48%、女性が39%と、男性が女性より9ポイント高い結果となった。

2.3.2 東京アメッシュの利用方法

東京アメッシュの利用方法について、「パソコン版」が42%、「スマートフォン版」が27%、「パソコン版とスマートフォン版」が31%となり、「パソコン版」の利用が多い結果となった。

男女別にみると、「パソコン版」では男性が46%、女性が36%と、男性が女性より10ポイント高い結果となった。一方「スマートフォン版」では男性が20%、女性が38%と、女性が男性より18ポイント高い結果となった。

2.3.3 東京アメッシュの利用頻度（晴れている時）

東京アメッシュの利用頻度（晴れている時）について、「利用しない」が63%と最も高く、次いで「1回程度/日」が26%、「2～3回/日」が8%、「4回以上/日」が3%となった。

男女別にみると、「1回程度/日」では男性が32%、女性が18%と、男性が女性より14ポイント高い結果となった。

2.3.4 東京アメッシュの利用頻度（曇っている時）

東京アメッシュの利用頻度（曇っている時）について、「1回程度/日」が41%と最も高く、次いで「利用しない」が27%、「2～3回程度/日」が26%、「4回以上/日」が6%となった。

地区別にみると、「1回程度/日」では23区部が45%、多摩地区が35%と、23区部が多摩地区より10ポイント高い結果となった。

2.3.5 東京アメッシュの利用頻度（雨の時）

東京アメッシュの利用頻度（雨の時）について、「2～3回/日」が38%と最も高く、次いで「1回程度/日」が33%、「4回以上/日」が29%となった。

年代別にみると、「2～3回/日」では30歳代が43%と最も高く、次いで50歳代が42%、60歳代が38%となった。（※母数が少ないため、20歳代・70歳以上を除く）

2.3.6 東京アメッシュの使いやすさ

東京アメッシュの使いやすさについて、「使いやすい」が85%、「工夫（改善）すべき点がある」が15%となった。

地区別にみると、「使いやすい」では23区部が87%、多摩地区が81%と、23区部が多摩地区より6ポイント高い結果となった。

2.3.7 東京アメッシュの使いやすかった点

東京アメッシュの使いやすかった点についての意見では、「見やすい」が69%と最も高く、次いで「操作がしやすい」「細かく雨の降り具合が表示される」が46%、「現在地表示ができる」が33%となった。

年代別にみると、「見やすい」では30歳代が92%と最も高く、次いで40歳代が68%、50歳代と60歳代が65%となった。（※母数が少ないため、20歳代を除く）

2.3.8 東京アメッシュの工夫すべき点

東京アメッシュの工夫すべき点について、【パソコン版】では、「町名や地名が広域すぎ、見たい範囲が分かりづらいので詳細な表示が欲しい」が37%と最も高く、次いで「雨雲予想も入れて欲しい」が16%となった。

【スマートフォン版】では、「情報が多すぎるのでシンプルにまとめて欲しい」が27%と最も高く、次いで「広域すぎるので、詳細な表示が欲しい」が13%となった。

2.3.9 東京アメッシュの利便性の向上に良いと思われる情報や機能

東京アメッシュの利便性の向上に良いと思われる情報や機能について、【パソコン版】では「今後の予測ができるとよい（雨、風、雷、ゲリラ豪雨、台風、雲など）」が35%と最も高く、次いで「詳細地域（地名の増加）や表示範囲の拡大（全国版）ができるとよい」が13%、「今のままでよい/重宝している」が12%となった。

【スマートフォン版】では、「今後の予測ができるとよい（雨、風、雷、ゲリラ豪雨、台風、雲など）」が29%と最も高く、次いで「今のままでよい/重宝している」が14%となった。

2.3.10 「東京アメッシュ」を利用していない理由

「東京アメッシュ」を利用していない理由について、「別の気象情報を使用している」が46%と最も多く、次いで「必要性がない」が21%、「活用方法がわからない」が9%となった。

地区別にみると、「別の気象情報を使用している」では23区部が40%、多摩地区が52%と、多摩地区が23区部より12ポイント高い結果となった。

2.3.11 「東京アメッシュ」の必要な改善点

（*件数が少なく全件表示の為、すべて同数となるのでコメント及びピックアップは割愛した）

2.3.12 気象情報についての意見

気象情報についての意見では、「見やすい/使いやすい/わかりやすい」が23%と最も高く、次いで「降雨の予測、予報ができる」が14%、「テレビで見ている」「Yahoo 天気を見ている」が9%となった。

3. 回答者属性

第3回モニターアンケートは、平成29年10月25日(水)から11月7日(火)までの14日間で実施した。その結果、449名の方から回答があった。(回答率71%)

■ 回答者数（性別、年代別、職業別、地区別）

性別	回答者数	モニター数	回答率
男性	244	334	73%
女性	205	298	69%
合計	449	632	71%

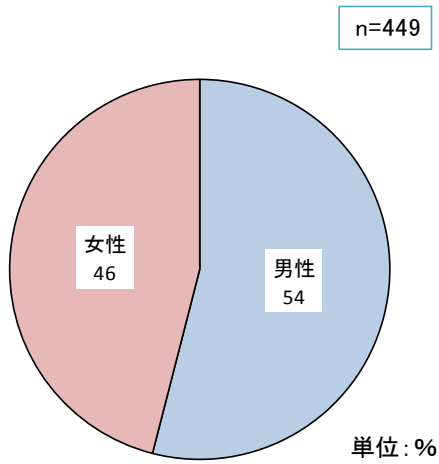
年代	回答者数	モニター数	回答率
20歳代	17	35	49%
30歳代	71	121	59%
40歳代	142	206	69%
50歳代	93	116	80%
60歳代	83	101	82%
70歳以上	43	53	81%
合計	449	632	71%

地域	回答者数	モニター数	回答率
23区	272	374	73%
多摩地区	177	258	69%
合計	449	632	71%

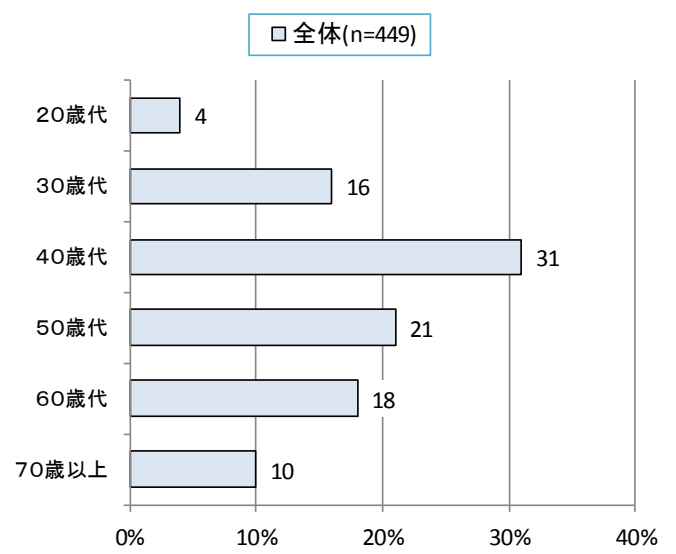
職業	回答者数	モニター数	回答率
会社員	179	252	71%
自営業	31	53	58%
学生	6	13	46%
私立学校教員・塾講師	5	3	-
パート	50	49	-
アルバイト	12	17	71%
専業主婦	82	136	60%
無職	75	85	88%
その他	9	24	38%
合計	449	632	71%

■ 回答者属性別グラフ

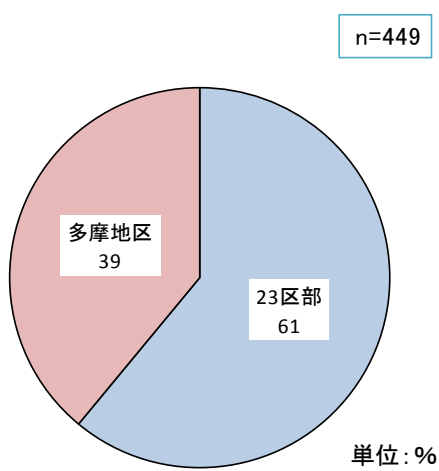
<性別>



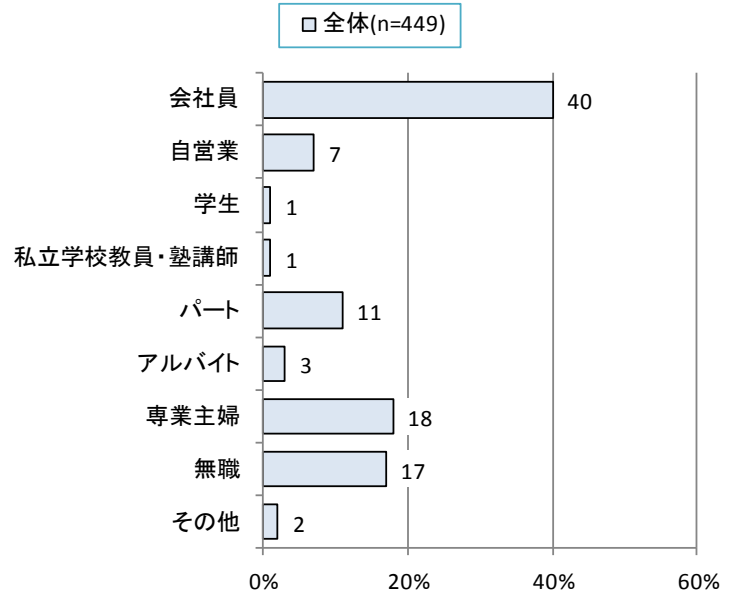
<年代別>



<地区別>



<職業別>



4. 集計結果

※ 文中の「n」は質問に対する回答者数で、比率（%）はすべて「n」を基数（100%）として算出している。

4.1 東京都下水道局の広報活動について

4.1.1 「広報東京都」の入手方法

- ◆ 「広報東京都」の入手方法について、「定期的に自宅に届く新聞折り込みとして」が63%と最も高く、次いで「公共施設の窓口」が21%、「交通機関の駅構内」が14%となった。
- ◆ 男女別にみると、入手方法は男女ともに同様の傾向を示し、男女で大きな差はなかった。
- ◆ 年代別にみると、「定期的に自宅に届く新聞折り込みとして」が70歳以上で91%、60歳代で80%となり、60歳代以上での割合がとて高かった。一方、20～40歳代は約50%と低く、年代間で入手方法に大きな違いが見られた。
- ◆ 地区別にみると、「交通機関の駅構内」では23区部が18%、多摩地区が8%と、23区部が多摩地区より10ポイント高い結果となった。また、「公共施設の窓口」では23区部が19%、多摩地区が24%と、多摩地区が23区部より5ポイント高い結果となり、地区による入手方法に違いが見られた。

Q5 平成29年度第1回モニターアンケートにおける「下水道事業の認知経路」の回答では、「広報東京都」が最も多く、次いで「下水道局ホームページ」、「テレビ番組・ニュース」、「下水道局広報誌」という結果でした。あなたは、「広報東京都」をどうやって入手されましたか。以下の選択肢の中から、該当する選択肢をお選びください。（複数回答）

図表4-1-1 「広報東京都」の入手方法

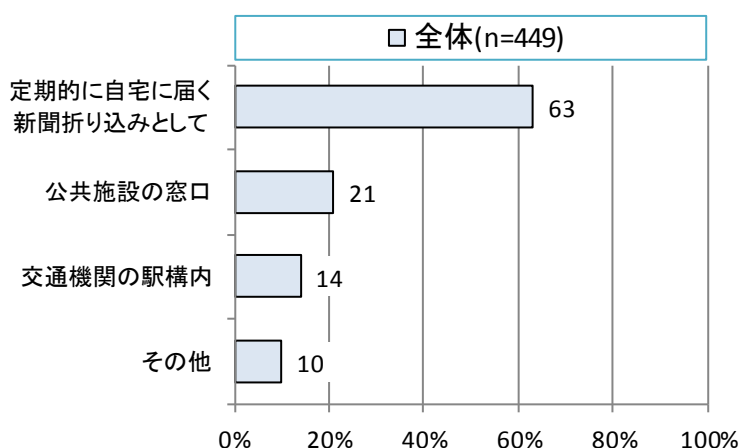
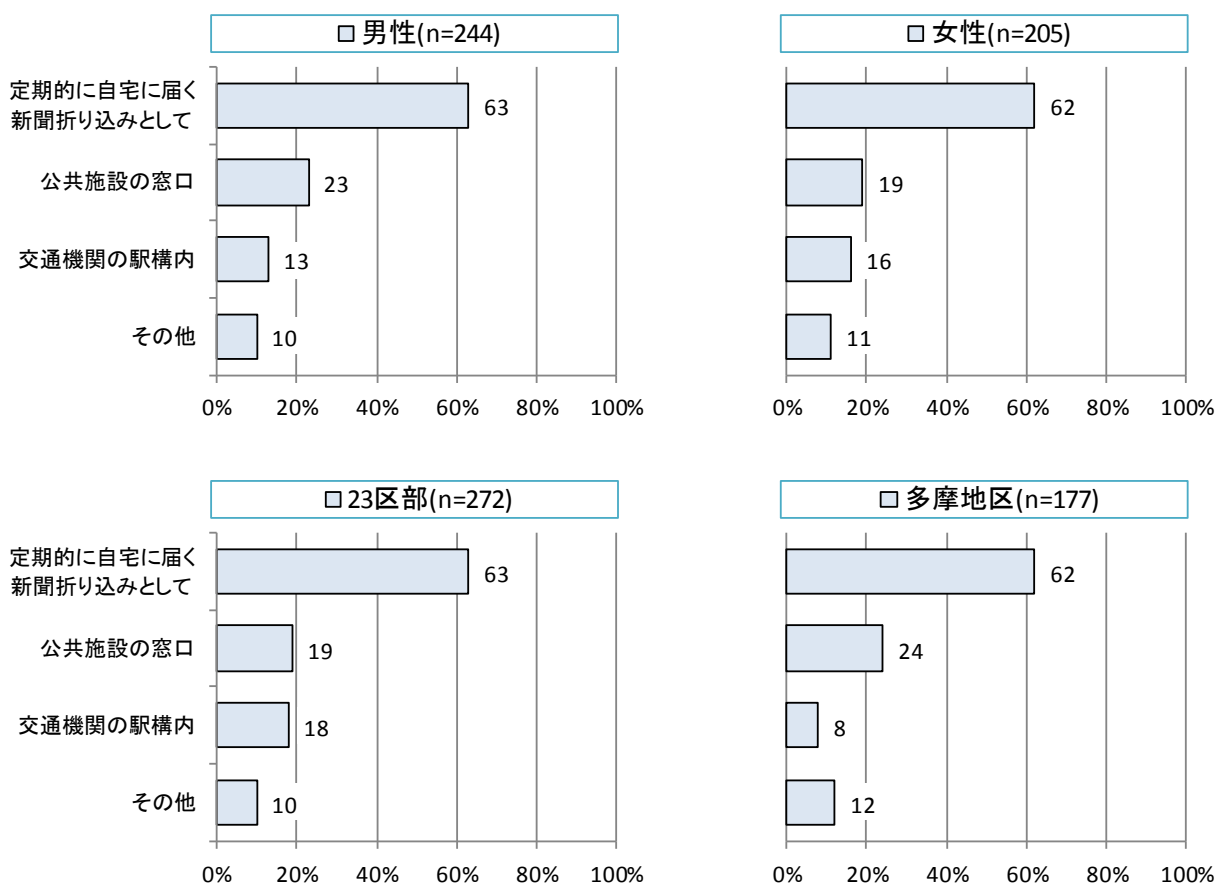


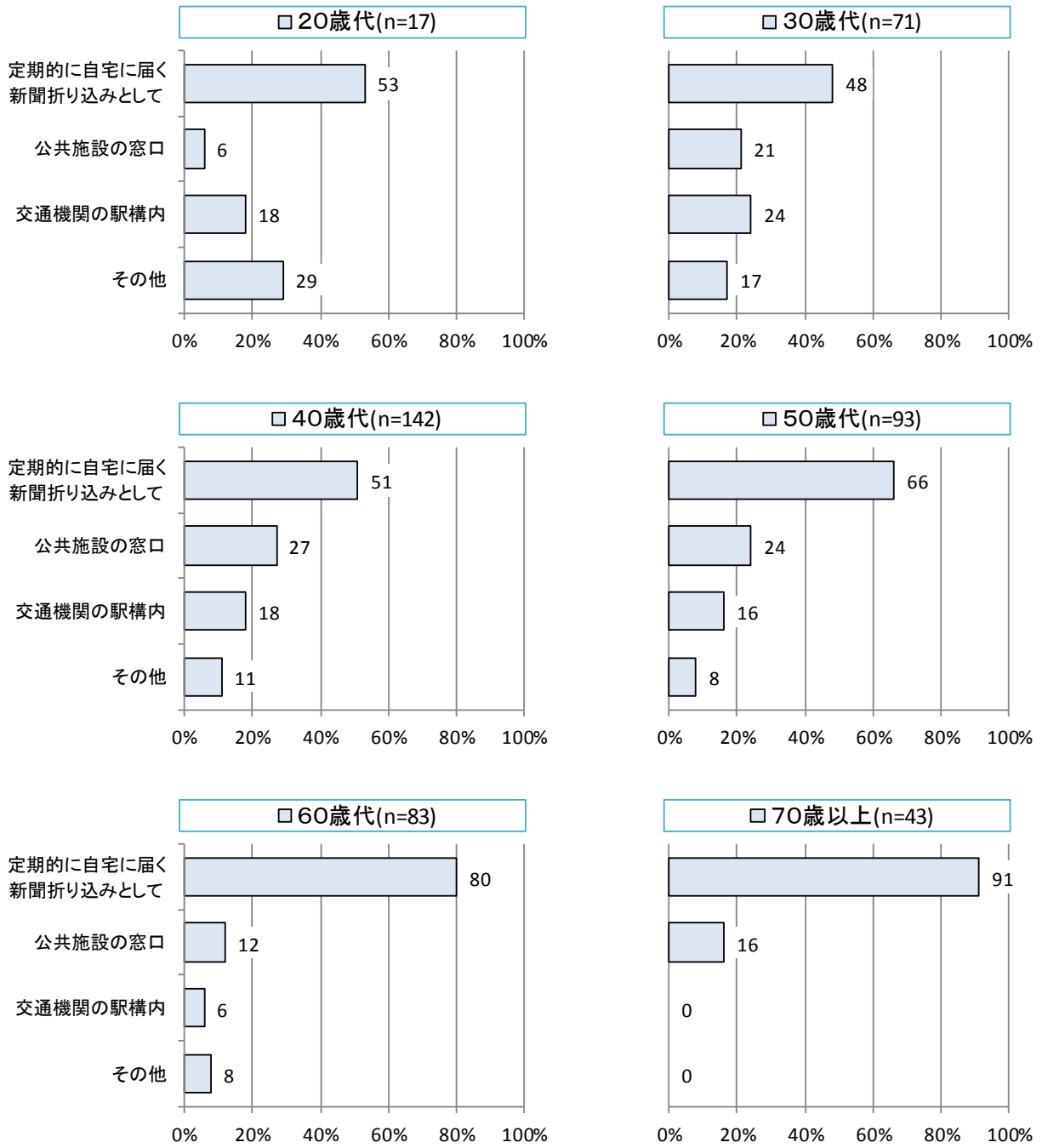
表4-1-1 「広報東京都」の入手方法（その他）

No	その他(内容)	件数
1	入手していない	15
2	郵便局	3
3	広報東京都を見たことがない	4
4	インターネットやメールなど	10
5	新聞折込	2
6	東京都虹の下水道館	1
7	図書館に設置してある棚	1
8	駅や公共施設、区役所など	3
9	マンションコンシェルジュ内	1
10	ポスティングでポストに入る	1
0	特になし/わからない	2
計		43

図表4-1-1-1 「広報東京都」の入手方法（性別・地区別）



図表4-1-1-2 「広報東京都」の入手方法（年代別）

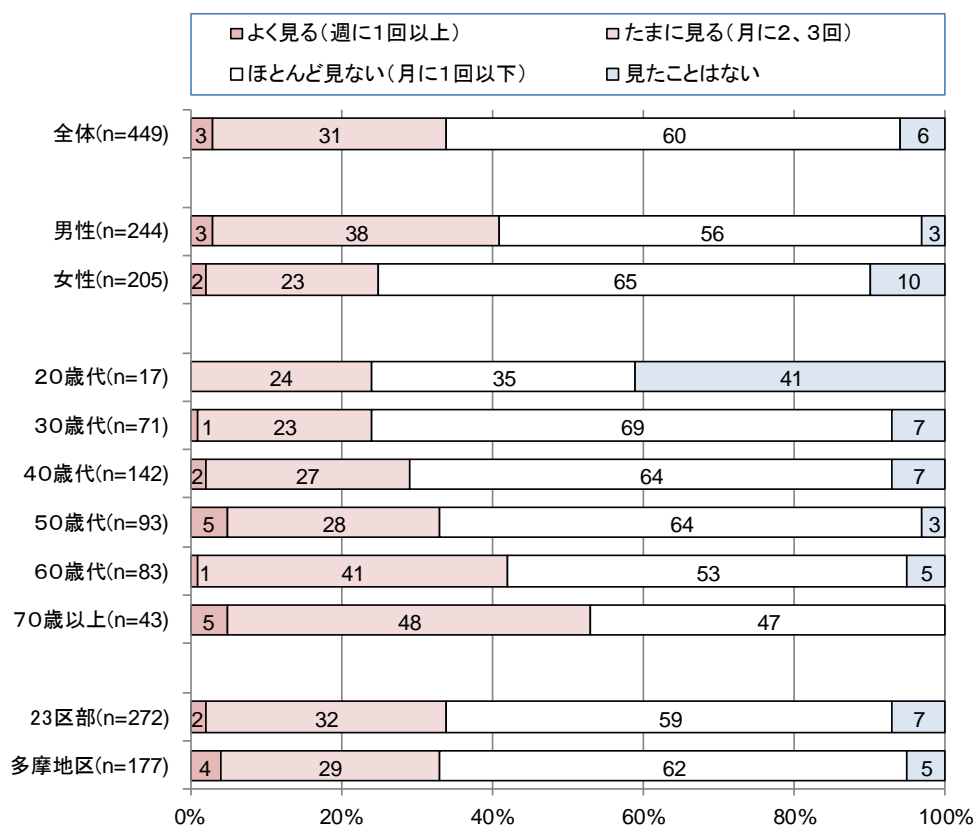


4.1.2 東京都下水道局のホームページを閲覧する頻度

- ◆ 東京都下水道局のホームページを閲覧する頻度について、「ほとんど見ない（月に1回以下）」が60%と最も多かった。一方、「よく見る」と「たまに見る」を合わせた『見る』は34%で、4割未満と低い結果となった。
- ◆ 男女別にみると、『見る』では男性が41%、女性が25%と、男性が女性より16ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、『見る』では年齢が高くなるにつれ、割合も高くなっており、70歳以上では53%と5割を超える結果となった。
- ◆ 地区別にみると、『見る』では23区部が34%、多摩地区が33%となり、23区部と多摩地区で大きな差はなかった。

Q6 あなたは、東京都下水道局のホームページをご覧になったことがありますか。ご覧になったことがある場合、どの程度の頻度でご覧になりますか。該当する選択肢を一つだけお選びください。(単一回答)

図表4-1-2 東京都下水道局のホームページを閲覧する頻度

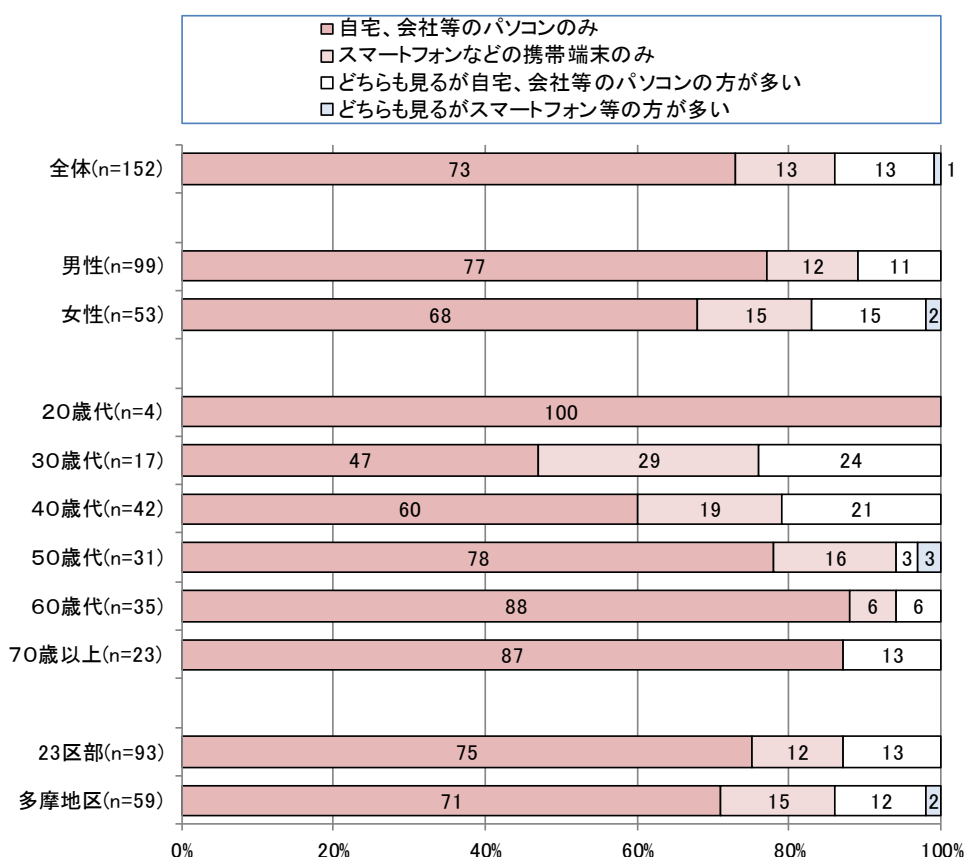


4.1.3 東京都下水道局のホームページを閲覧する方法

- ◆ 東京都下水道局のホームページを閲覧する方法について、「自宅、会社等のパソコンのみ」が73%と最も高く、次いで「スマートフォンなどの携帯端末のみ」と「どちらもみるが自宅、会社等のパソコンの方が多し」がともに13%となった。
- ◆ 男女別にみると、男性では「自宅、会社等のパソコンのみ」が77%と、女性の68%に比べ9ポイント高い結果となった。一方、女性では「どちらも見る」が合計で30%となり、男性での合計の23%に比べ高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、ほとんどの年代で「自宅、会社等のパソコンのみ」が最も高く過半数を超える結果となったが、30歳代は47%と最も低く、他の年代と比べ「スマートフォンなどの携帯端末のみ」が29%と最も高い結果となった。
- ◆ 地区別にみると、「自宅、会社等のパソコンのみ」では23区部が75%、多摩地区が71%となり、23区部と多摩地区で大きな差はなかった。

Q7 上記Q6で「1、2」を選択した方におたずねします。あなたは、東京都下水道局のホームページをどのような方法でご覧になりますか。該当する選択肢を一つだけお選びください。(単一回答)

図表4-1-3 東京都下水道局のホームページを閲覧する方法

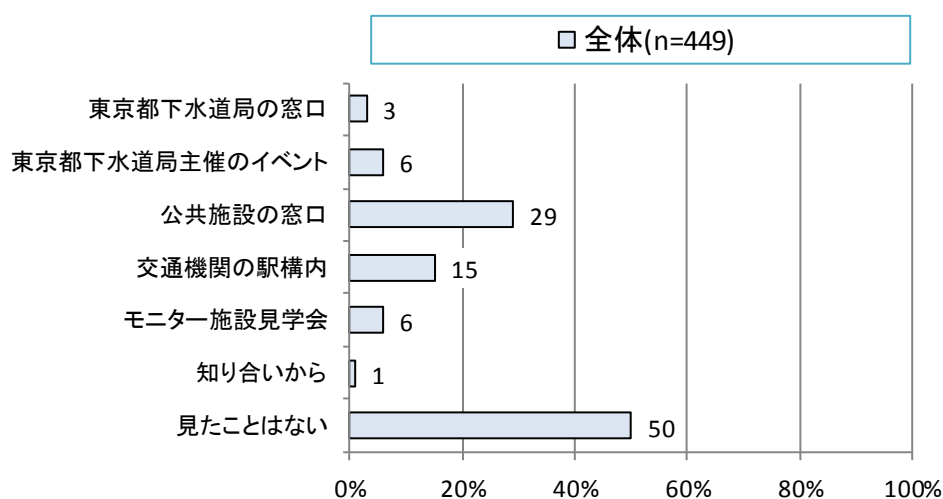


4.1.4 「ニュース東京の下水道」の閲覧経験と入手方法

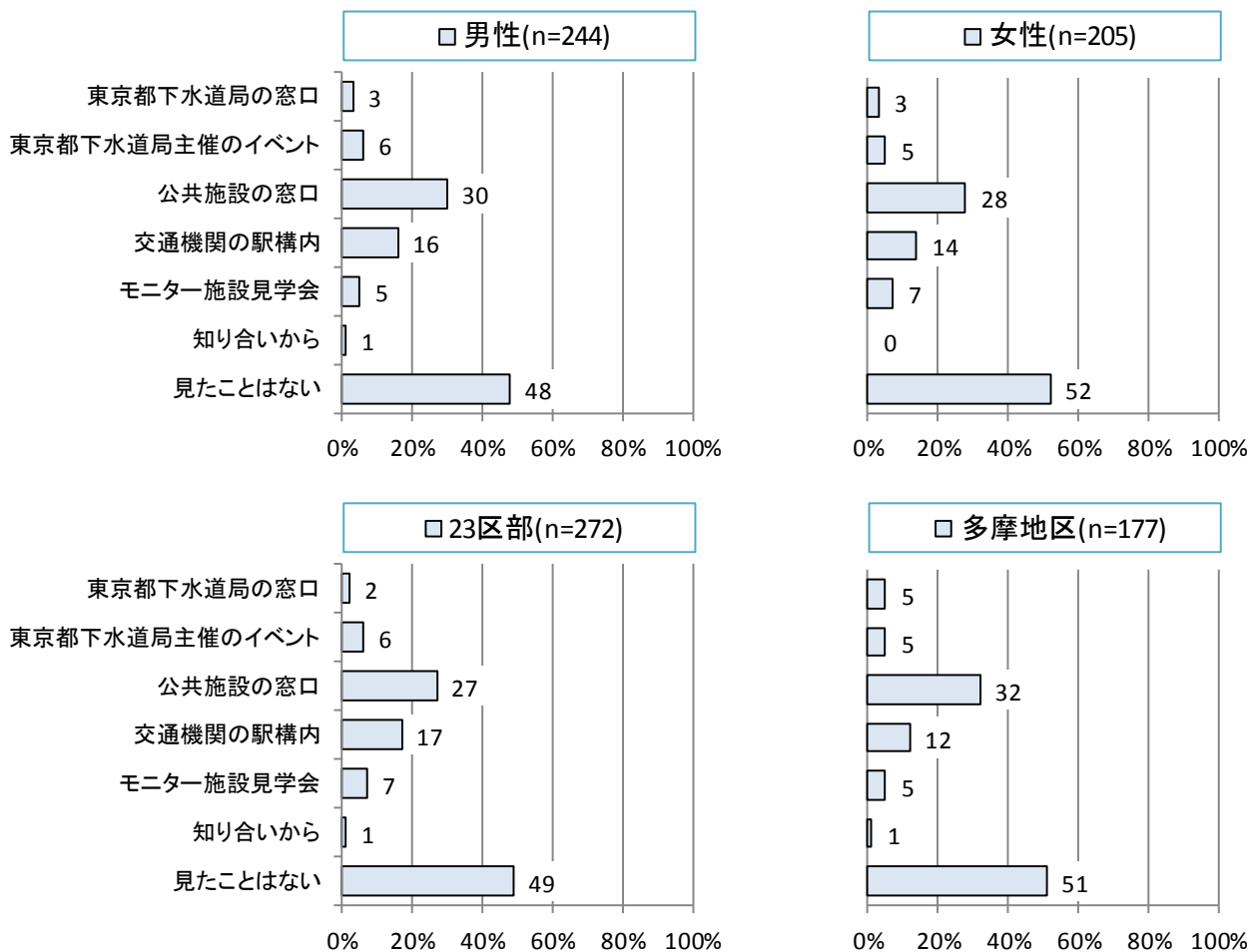
- ◆ 下水道局広報誌「ニュース東京の下水道」の閲覧経験と入手方法について、「見たことはない」が 50% となった。一方、閲覧経験がある方の中では、「公共施設の窓口」が 29%と最も高かった。
- ◆ 男女別にみると、入手方法に男女の違いで大きな差はなかった。
- ◆ 年代別にみると、年代が上がるにしたがって「見たことがない」の割合が下がる、つまり「ニュース東京の下水道」の認知度が上昇することがわかった。また入手方法は、年代の上昇とともに「公共施設の窓口」の役割が大きくなることがわかった。
- ◆ 閲覧経験がある方の入手方法を地区別にみると、「公共施設の窓口」では 23 区部が 27%、多摩地区で 32%と、多摩地区が 23 区部より 5 ポイント高かった。逆に、「交通機関の駅構内」では、23 区部が 17%、多摩地区が 12%と、23 区部が多摩地区より 5 ポイント高い結果となり、入手方法は地区により違いが見られた。

Q 8 東京都下水道局では、下水道局広報誌として、「ニュース東京の下水道」を年 4 回発行しています。あなたは、「ニュース東京の下水道」をご覧になったことがありますか。ご覧になったことがある場合、どちらで入手されましたか。該当する選択肢をお選びください。（複数回答）

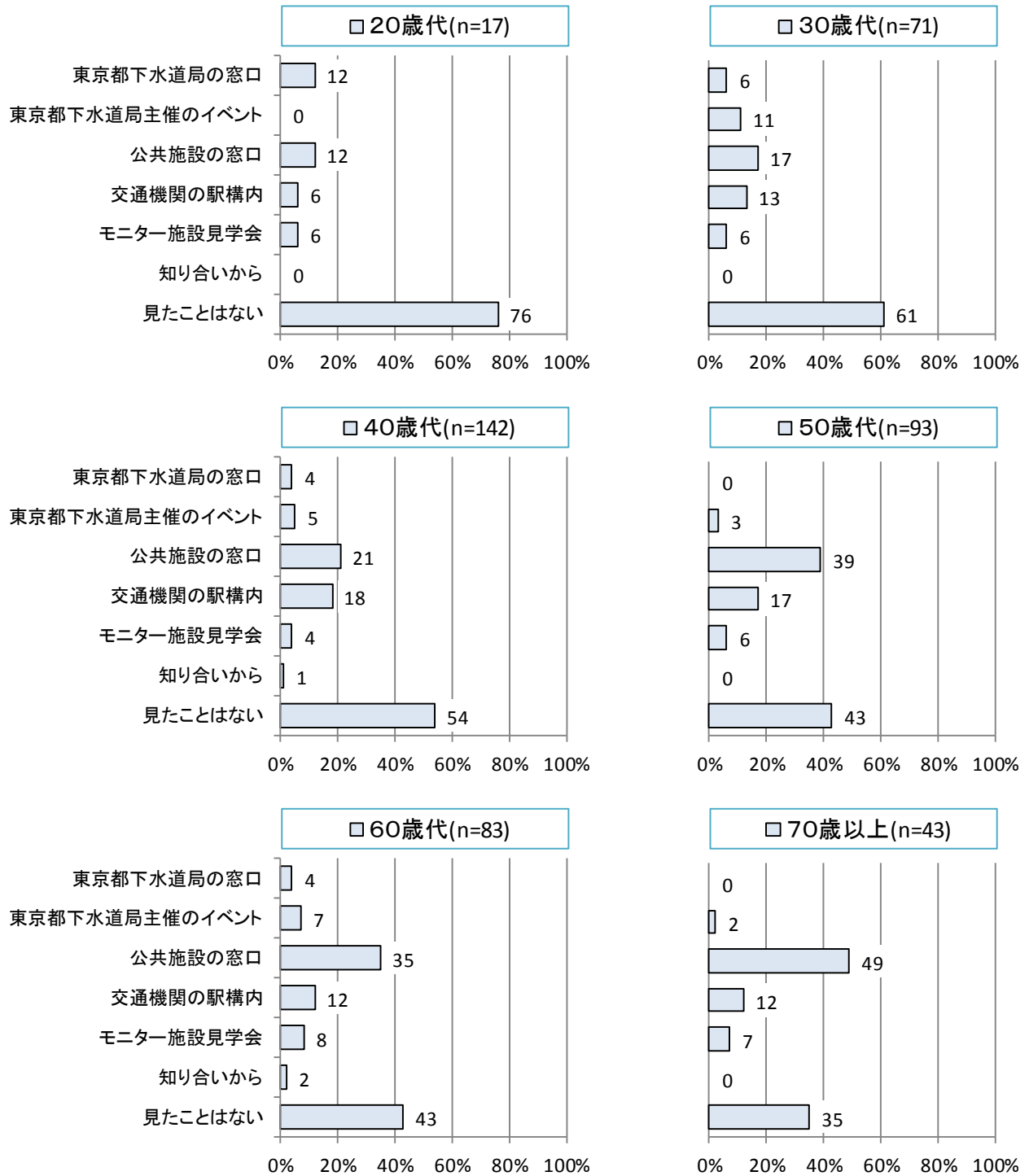
図表 4-1-4 「ニュース東京の下水道」の閲覧経験と入手方法



図表 4-1-4-1 「ニュース東京の下水道」の閲覧経験と入手方法（性別・地区別）



図表 4-1-4-2 「ニュース東京の下水道」の閲覧経験と入手方法（年代別）



4.1.5 「ニュース東京の下水道」をより多くの方に閲覧してもらう為の対策

- ◆ 「ニュース東京の下水道」をより多くの方に閲覧してもらう為の対策についての意見では、「配布場所を増やす」が67%と最も高く、次いで「東京都下水道局のホームページやメールマガジンなどで配布開始のアナウンスを行う」が31%となった。
- ◆ 男女別にみると、「配布場所を増やす」では男性が61%、女性が75%と、女性が男性より14ポイント高い結果となった。一方、「東京都下水道局のホームページやメールマガジンなどで配布開始のアナウンスを行う」では男性が35%、女性が26%と、男性が女性より9ポイント高い結果となり、よいと思う対策の傾向には、男女で若干の違いが見られた。
- ◆ 年代別にみると、「配布場所を増やす」ではすべての年代において過半数を超える結果となったが、年代が下がるにしたがい割合は高くなった。逆に年代が上がると、「東京都下水道局のホームページやメールマガジンなどで配布開始のアナウンスを行う」の割合が高くなり、年代によって対策への捉え方に違いが見られた。
- ◆ 地区別にみると、全ての項目で23区部と多摩地区に大きな差はなかった。

Q9 「ニュース東京の下水道」をより多くの方々にご覧いただくためには、今後、どのような対策が必要とされますか。該当する選択肢をお選びください。（複数回答）

図表4-1-5 「ニュース東京の下水道」をより多くの方に閲覧してもらう為の対策

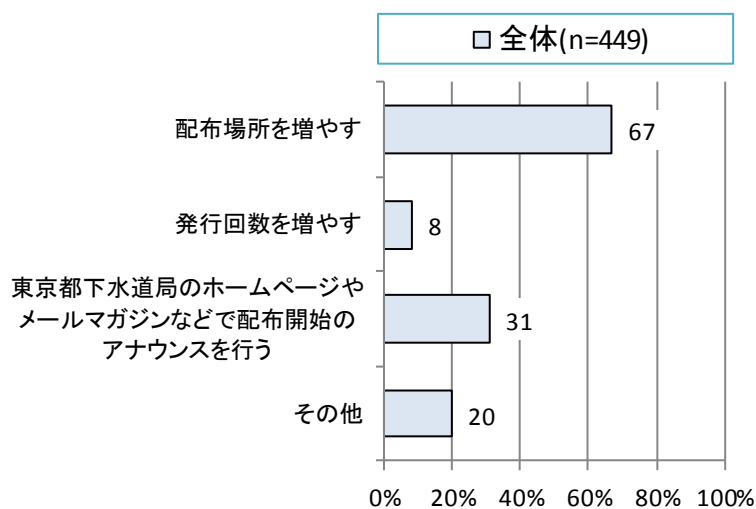
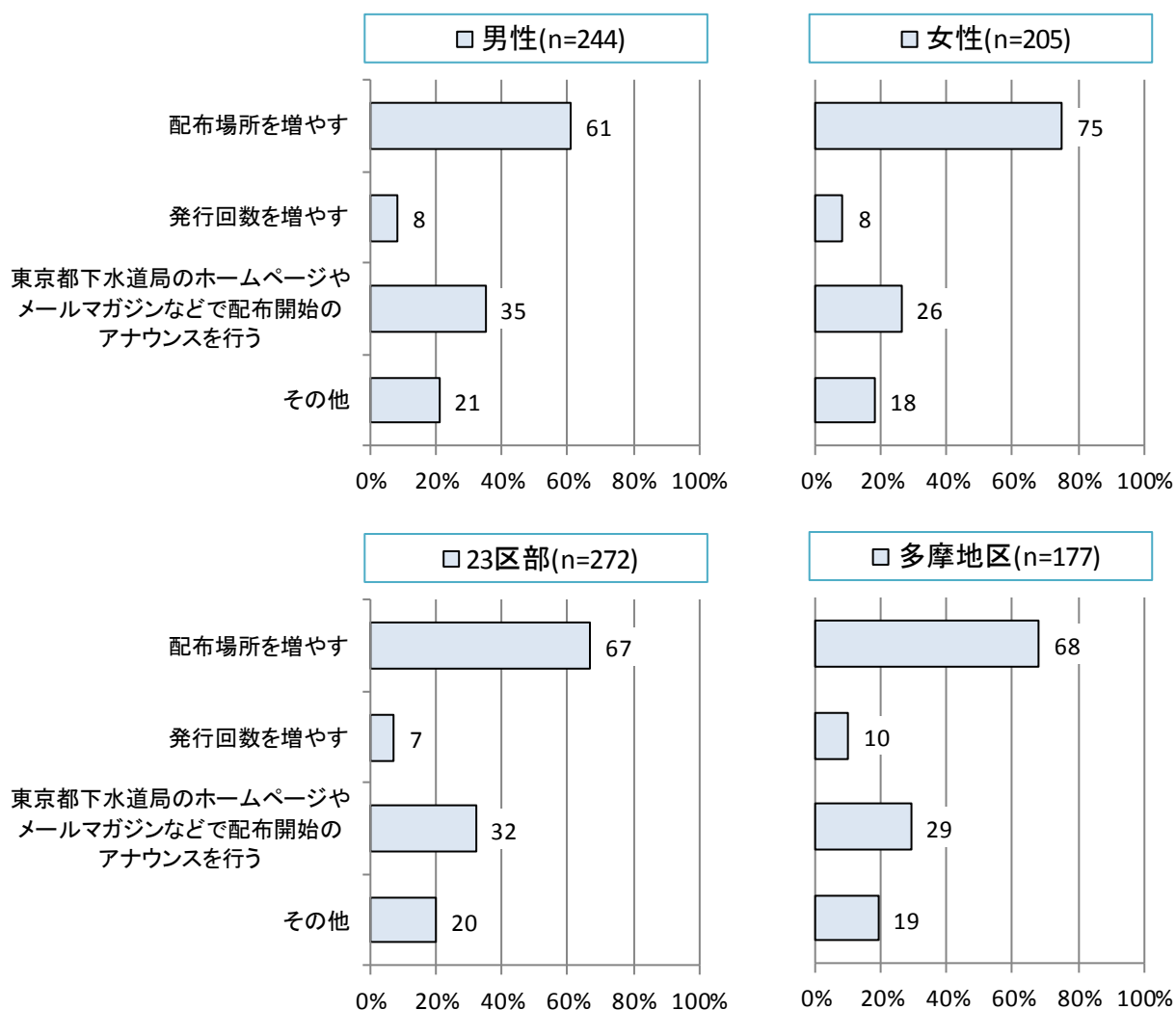


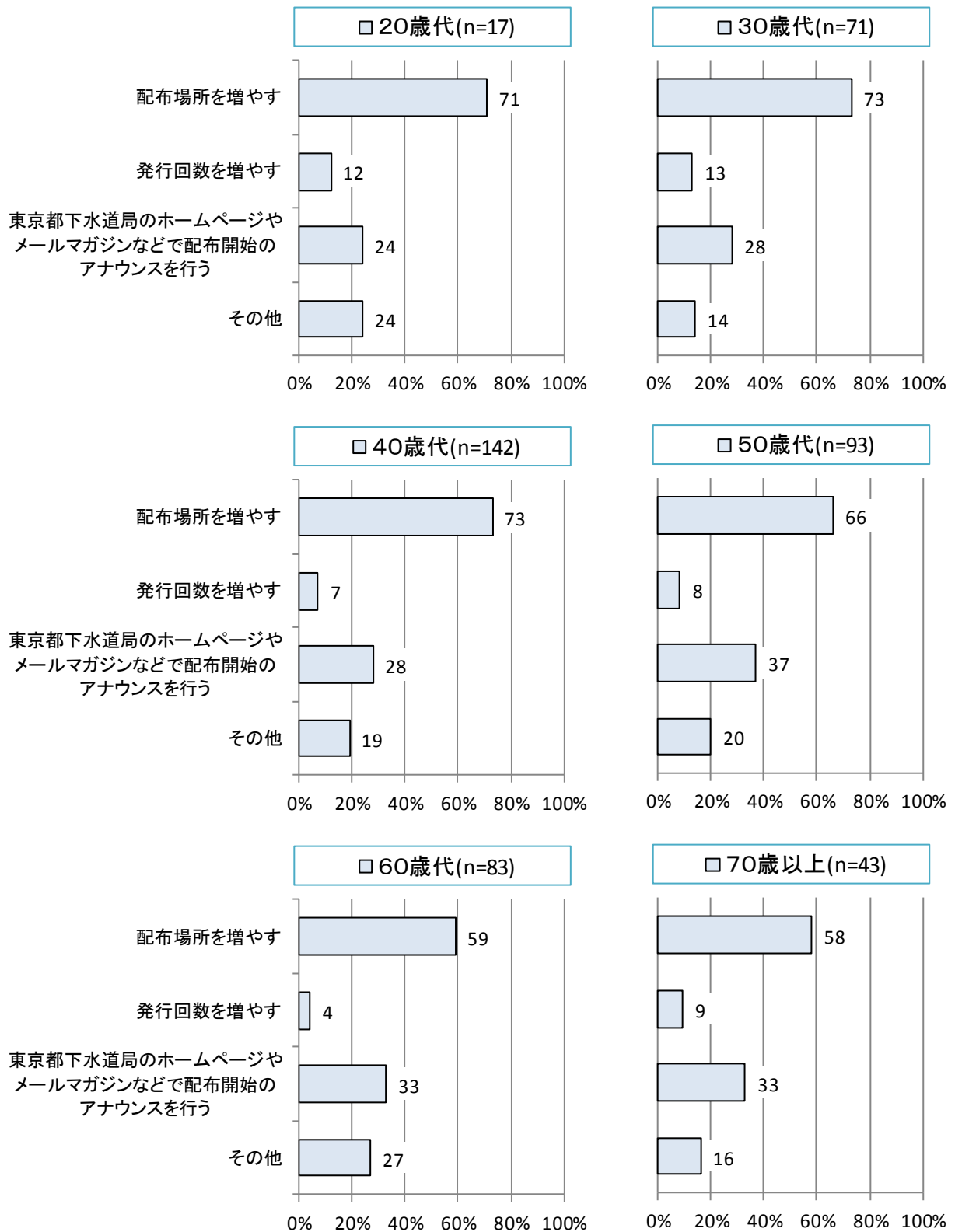
表4-1-5 「ニュース東京の下水道」をより多くの方に
閲覧してもらう為の対策（その他）

No	その他(内容)	件数
1	都関連のイベント時などで周知、配布	5
2	地域の回覧板等、ポスト投函	8
3	学校などで子供を通じて配布する	1
4	キャンペーンや特典を増やす	3
5	新聞の折り込みに入れる	26
6	インターネット、SNS等を利用する	12
7	テレビ等でCMを流したり番組で取り上げてもらう	9
8	都などの広報誌に掲載したり、中に折り込む	16
9	人気タレントに宣伝してもらう	3
10	内容の充実や配布場所の工夫	6
計		89

図表4-1-5-1 「ニュース東京の下水道」をより多くの方に
閲覧してもらう為の対策（性別・地区別）



図表4-1-5-2 「ニュース東京の下水道」をより多くの方に
閲覧してもらう為の対策（年代別）



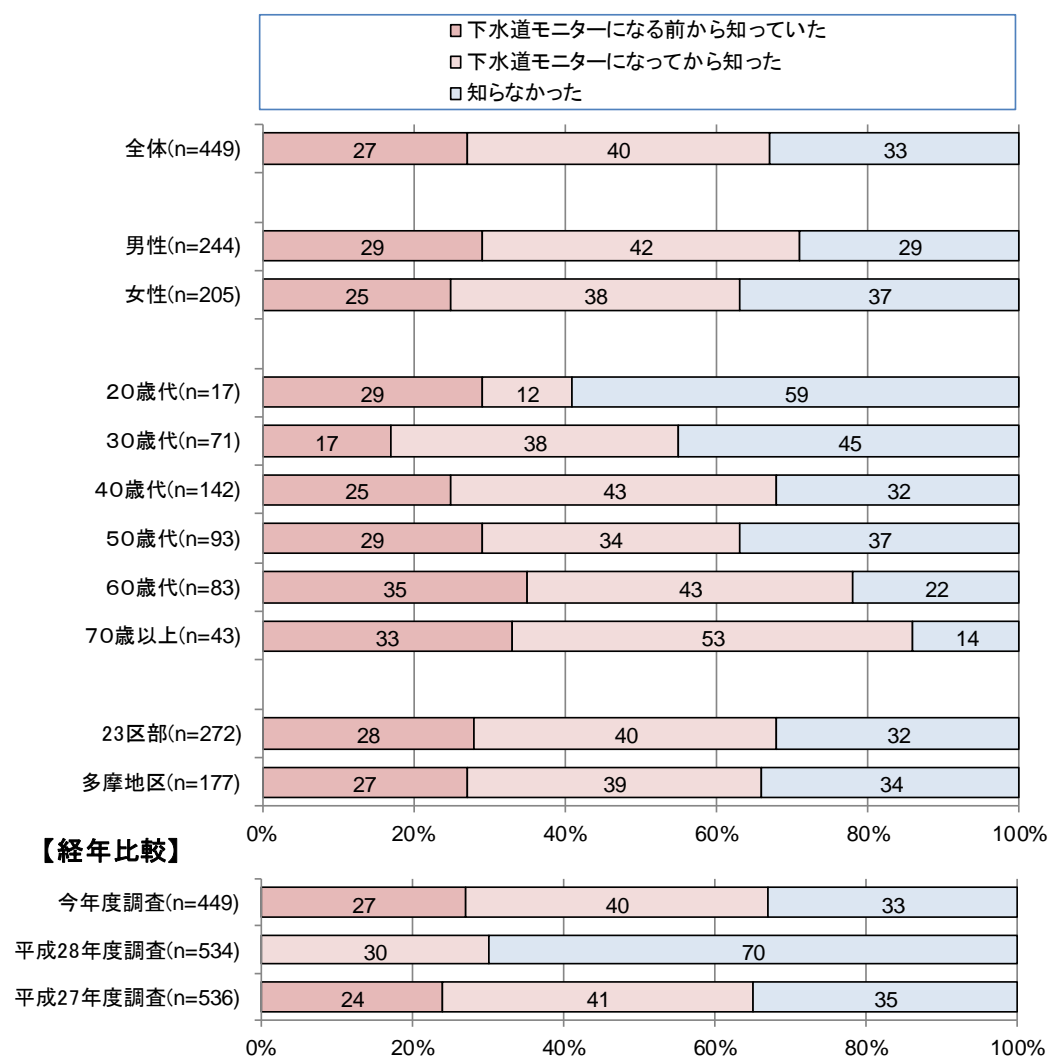
4.2 『油・断・快適！下水道』キャンペーンについて

4.2.1 『油・断・快適！下水道キャンペーン』の認知度

- ◆ 『油・断・快適！下水道キャンペーン』の認知度について、「下水道モニターになる前から知っていた」方は27%と低かった。一方、「知らなかった」方の中で、「下水道モニターになってから知った」方の割合は高く、モニター活動がキャンペーンの認知度向上に寄与していることが分かった。
- ◆ 男女別にみると、「下水道モニターになってから知った」では、男性が42%、女性が38%と、男性が女性より4ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、「下水道モニターになってから知った」では、年代が上がるにしたがい割合が上昇し70歳以上が53%と最も高かった。次いで40歳代と60歳代が43%となった。
- ◆ 地区別にみると、全ての項目で23区部と多摩地区に大きな差はなかった。
- ◆ 経年比較でみると、他年と傾向が大きく異なる平成28年度を除き、今年度調査を平成27年度調査と比較すると、キャンペーンの認知度に大きな変化は見られなかった。

Q10 東京都下水道局では、毎年秋に、下水道に油を流さないよう都民の皆さまにお願いをする取組『油・断・快適！下水道キャンペーン』を行っています。あなたは、このキャンペーンをご存じでしたか。以下の選択肢の中から、該当するものを一つだけお選びください。（単一回答）

図表4-2-1 『油・断・快適！下水道』キャンペーンの認知度



4.2.2 『油・断・快適！下水道キャンペーン』での取組

- ◆ 『油・断・快適！下水道キャンペーン』実施期間中に見たことのある取組について、「広報東京都」での告知が77%と最も高く、次いで「区市町村の広報誌での告知」が28%となった。
- ◆ 男女別にみると、「広報東京都」での告知では、男女に大きな差はなかったが、「区市町村の広報誌での告知」では、男性が32%、女性が23%と、男性が女性より9ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、「広報東京都」での告知では60歳代と70歳以上が86%と最も高く、年代の低下とともに割合も下がる傾向が見られた。
- ◆ 地区別にみると、「広報東京都」での告知では、23区部が84%、多摩地区が66%と、23区部が多摩地区より18ポイント高い結果となり、「広報東京都」は23区部にお住まいの方々に対し、有効な情報伝達手段の一つであることが分かった。

Q11 上記Q10で、「1～2」を選択した人におたずねします。

『油・断・快適！下水道キャンペーン』の実施期間中、あなたをご覧になられたキャンペーンの取組について、以下の選択肢の中から、該当するものをいくつでもお選びください。（複数回答）

図表4-2-2 『油・断・快適！下水道キャンペーン』での取組

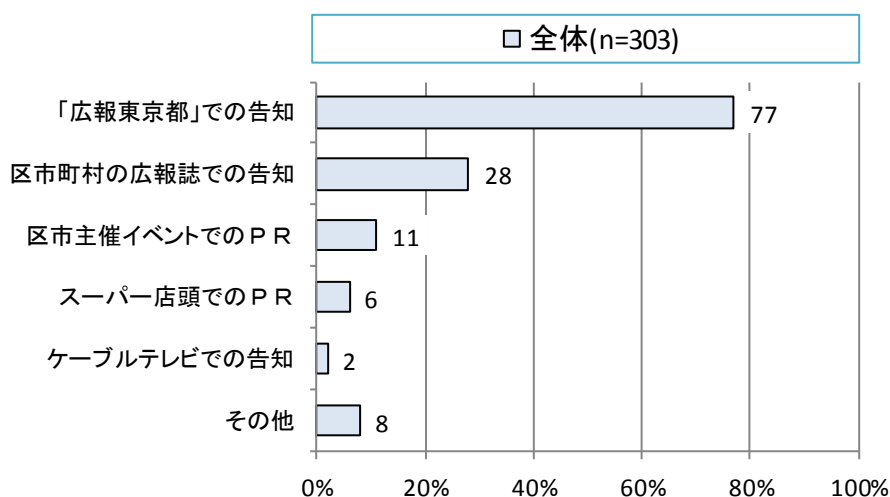
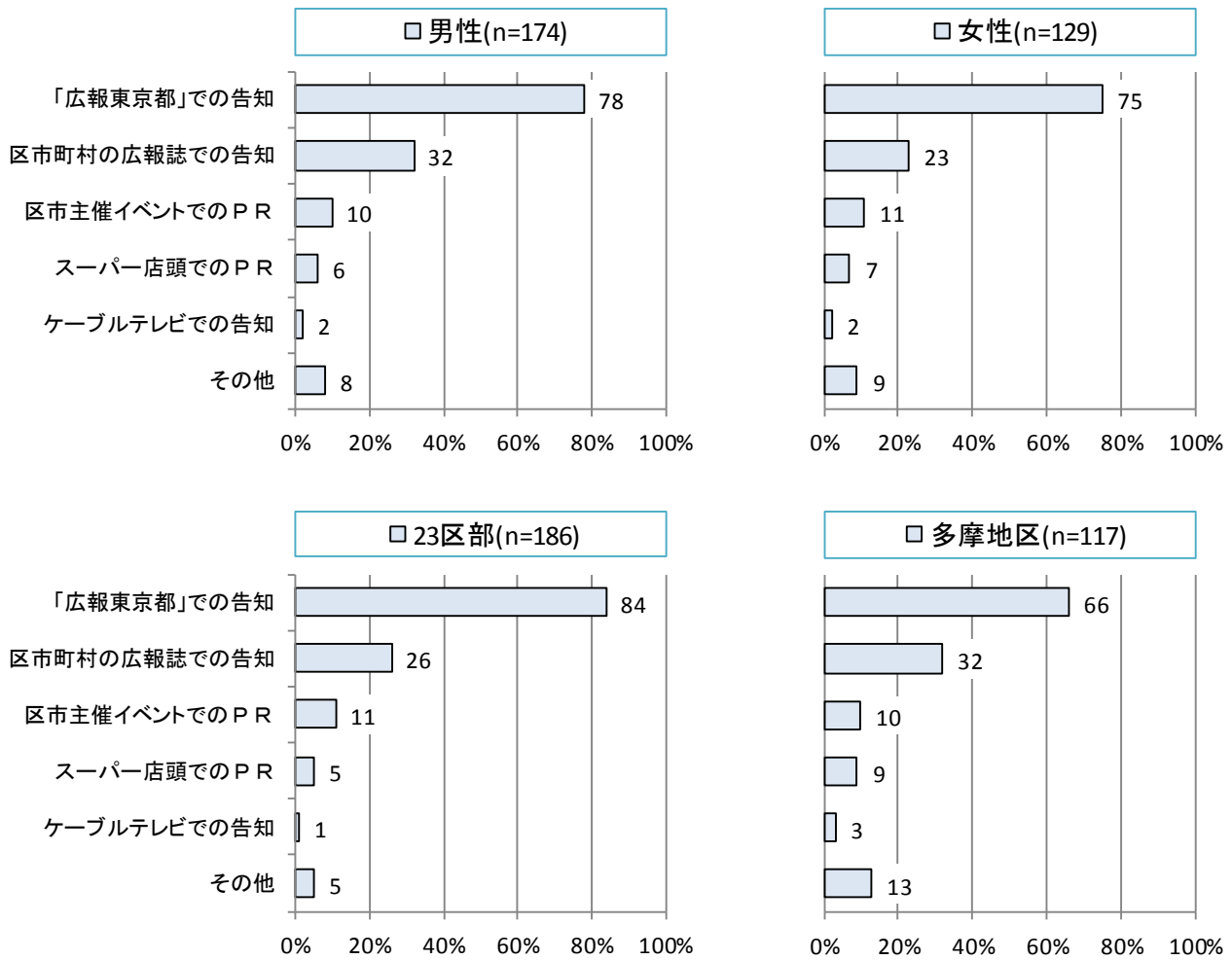


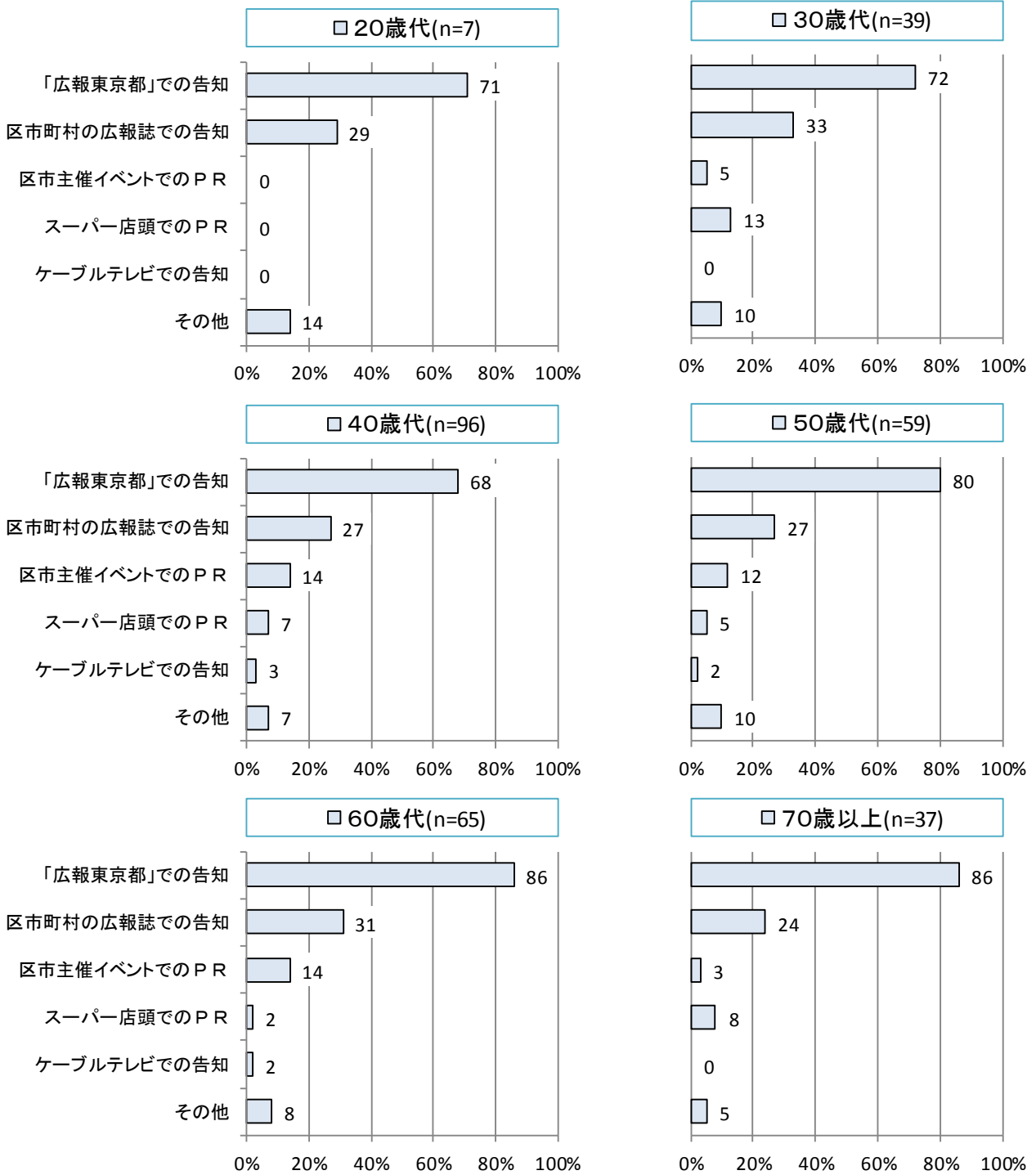
表4-2-2 『油・断・快適！下水道キャンペーン』での取組（その他）

No	その他(内容)	件数
1	マスメディアでの告知	2
2	モニターアンケート	3
3	施設見学会で	2
4	公共施設のポスター	2
5	ニュース東京の下水道	2
6	覚えていない	1
7	キッチン用品などで	2
8	インターネット	1
9	スローガンポスター	1
10	マンションの理事会	1
計		17

図表4-2-2-1 『油・断・快適！下水道キャンペーン』での取組
(性別・地区別)



図表4-2-2-2 『油・断・快適！下水道キャンペーン』での取組（年代別）



4.2.3 『油・断・快適！下水道キャンペーン』で最も有効な取組

- ◆ 『油・断・快適！下水道キャンペーン』で最も有効な取組についての意見では、「広報東京都」での告知が58%と最も高く、次いで「区市町村の広報誌での告知」が51%、「スーパーの店頭でのPR」が47%となった。
- ◆ 男女別にみると、各取組とも男性に比べ女性の割合が高かった。これは女性が多く取組を重複して選択した結果と考えられるが、「区市町村の広報誌での告知」のように、認知度では男性より低いものの、取組の評価は高いものがあることが分かった。
- ◆ 年代別にみると、取組と年代の関係に違いが見られ、年代の上昇とともに「広報東京都」や「区市町村の広報誌」のように自宅に届く広報誌での告知の評価が高かった。一方、在宅より外出している時間が長いためか、若い世代では外出先の「スーパー店頭でのPR」の評価が高かった。
- ◆ 地区別にみると、「広報東京都」での告知では23区部が63%、多摩地区が50%と、23区部が多摩地区より13ポイント高い結果となったが、「区市町村の広報誌での告知」では23区部が47%、多摩地区が56%と、多摩地区が23区部より9ポイント高い結果となり、多摩地区では「市区町村の広報誌」の効果大きいことが分かった。
- ◆ 経年比較でみると、今年度調査では、平成27年度調査に比べ、「スーパー店頭でのPR」よりも「広報東京都」での告知の評価が高いことが明らかとなった。

Q12 『油・断・快適！下水道キャンペーン』について、どの取組が最も有効であると思いますか。以下の選択肢の中から、該当するものをいくつでもお選びください。（複数回答）

図表4-2-3 『油・断・快適！下水道キャンペーン』で最も有効な取組

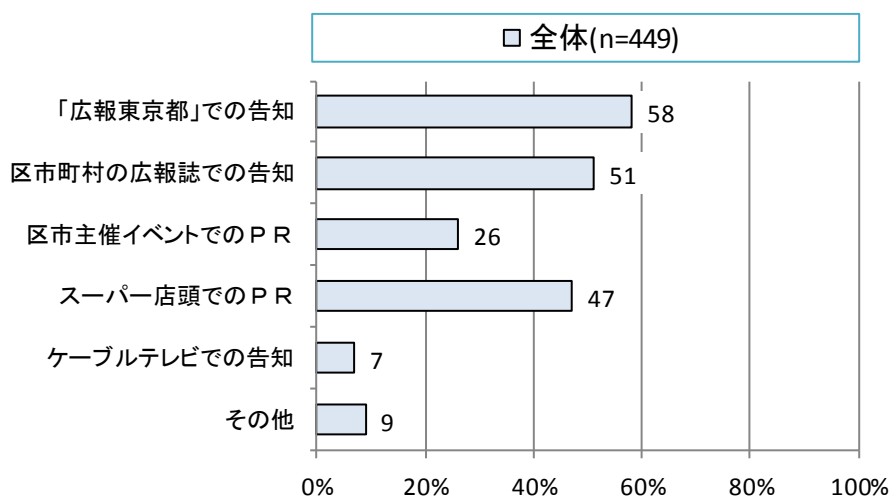
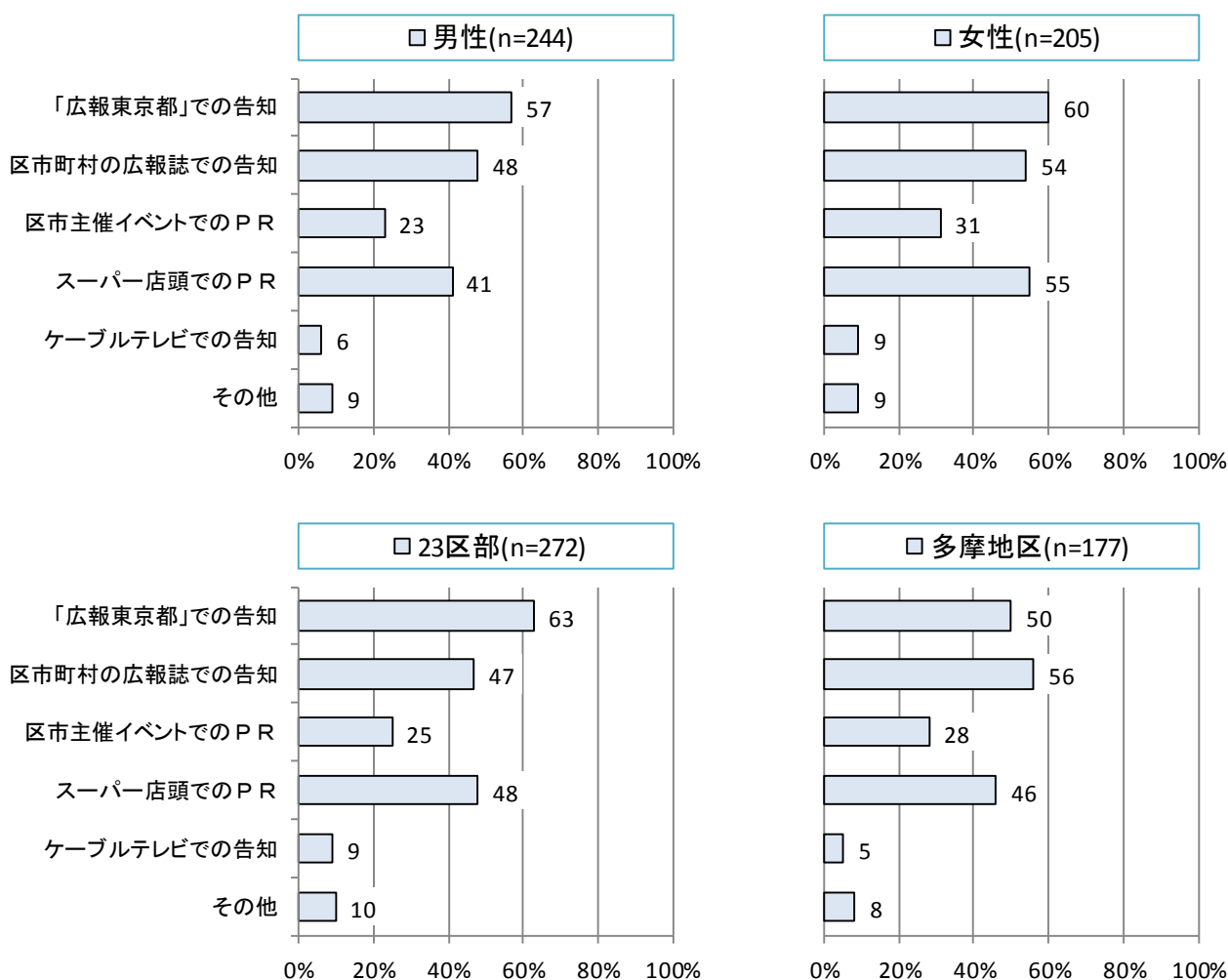


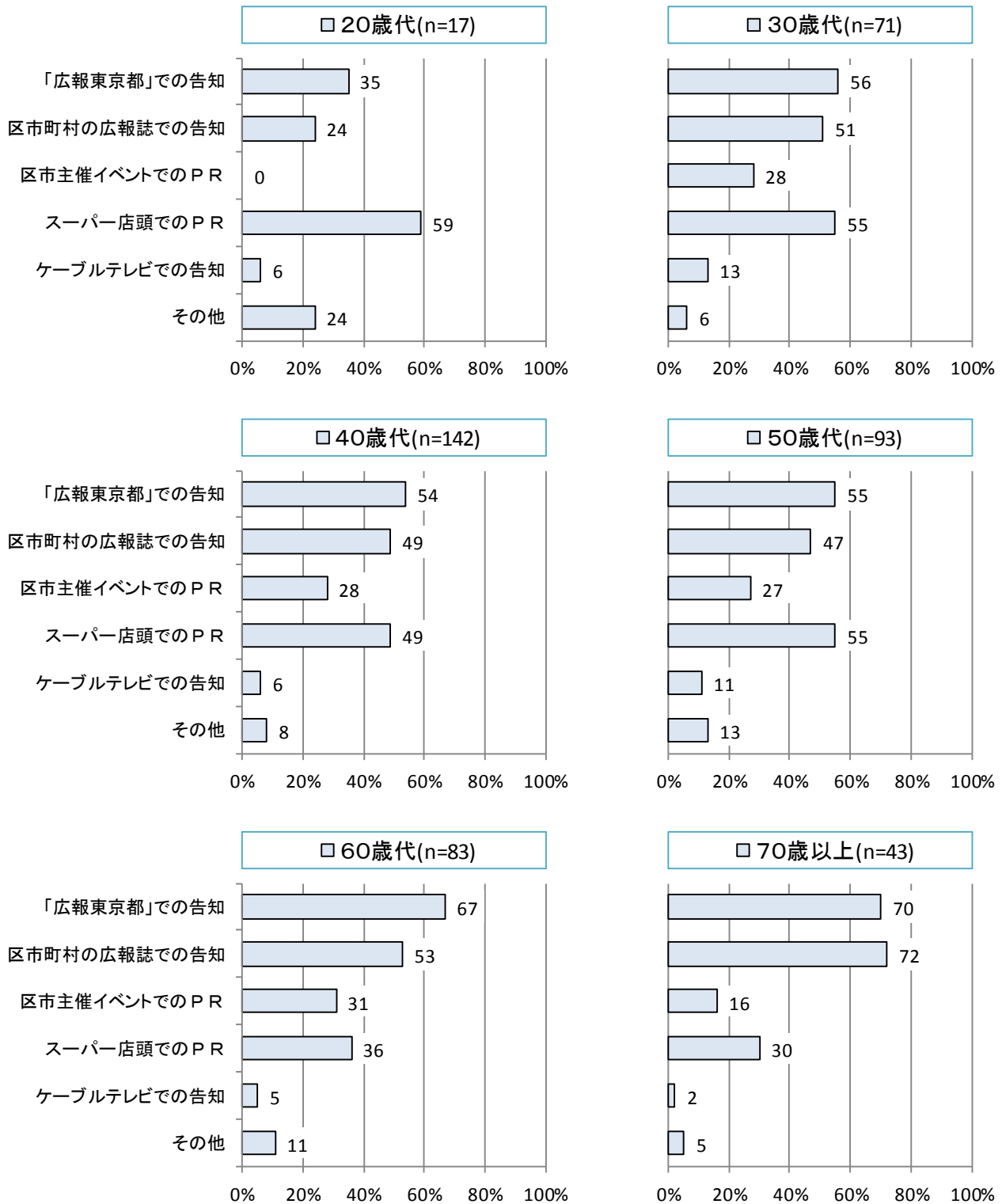
表 4-2-3 『油・断・快適！下水道キャンペーン』で最も有効な取組（その他）

No	その他(内容)	件数
1	電車の液晶モニターでの広告	3
2	地上波テレビ等でCMを流したり番組で取り上げてもらう	13
3	インターネット、SNS等を利用する	7
4	地域の回覧板等、ポスト投函	3
5	新聞等の折り込みに入れる	3
6	小中学校でのPR	3
7	公共施設へのポスター掲示や出前講座などで周知してもらう	2
8	その他／少数意見	7
計		41

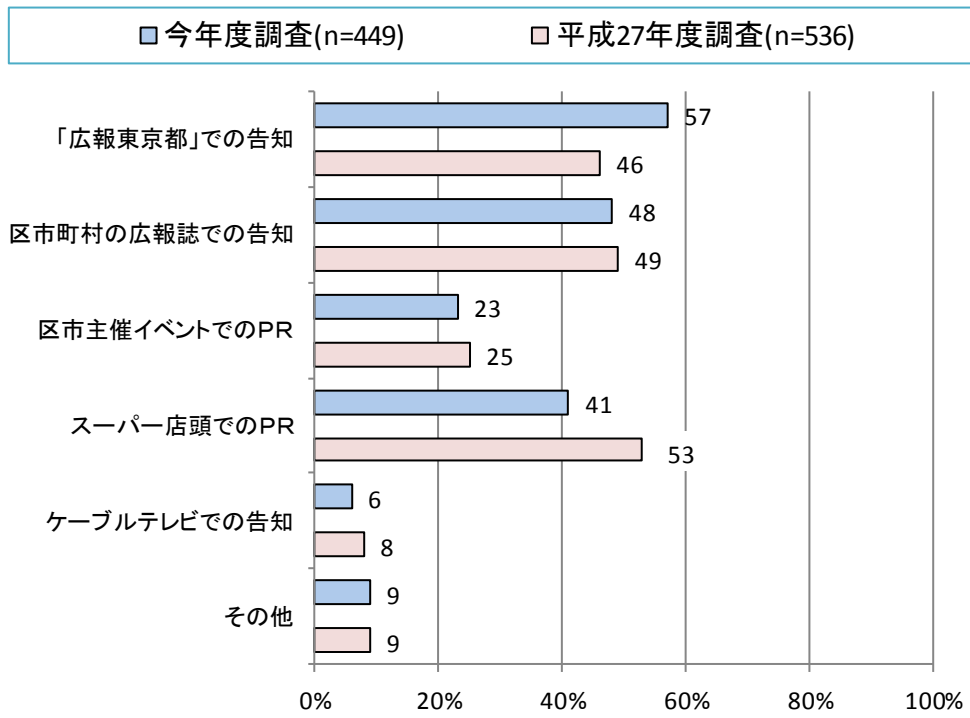
図表 4-2-3-1 『油・断・快適！下水道キャンペーン』で最も有効な取組（性別・地区別）



図表4-2-3-2 『油・断・快適！下水道キャンペーン』で最も有効な取組
(年代別)



図表4-2-3-3 『油・断・快適！下水道キャンペーン』で最も有効な取組
(経年比較)



4.2.4 揚げ物料理後の油の処理方法

- ◆ 揚げ物料理後の油の処理方法について、「紙や布などにしみ込ませて「燃やすゴミ」として出している」が54%と最も高く、次いで「市販の凝固剤で固めてゴミに出している」が31%、「炒め物などに利用して使い切るようにしている」が22%となり、料理後の油の正しい処理方法について、一定の認識が得られていることが分かった。
- ◆ 男女別にみると、料理後の油の正しい処理方法についての認識は女性が高い傾向で、「紙や布などにしみ込ませて「燃やすゴミ」として出している」、「炒め物などに利用して使い切るようにしている」では、男性に対して女性の割合がそれぞれ5ポイント、8ポイント高かった。
- ◆ 年代別にみると、20歳代を除く全ての年代で「紙や布などにしみ込ませて「燃やすゴミ」として出している」が最も高い結果となり、「紙や布などにしみ込ませて「燃やすゴミ」として出している」は処理方法として広く認識されていることが分かった。
- ◆ 地区別にみると、全ての項目で、23区部と多摩地区に大きな差はなかった。
- ◆ 経年比較でみると、「紙や布などにしみ込ませて「燃やすゴミ」として出している」などの正しい処理方法は低下傾向が見られるとともに、「鍋を洗うときそのまま流している」は未だに0%になっていないことから、今後はさらなるPRが必要と考える。

Q13 あなたのお宅では、揚げ物料理をした後の油（天ぷら油など）を、どのような方法で処理することが多いですか。以下の選択肢の中から、該当するものをいくつでもお選び下さい。（複数回答）

図表4-2-4 揚げ物料理後の油の処理方法

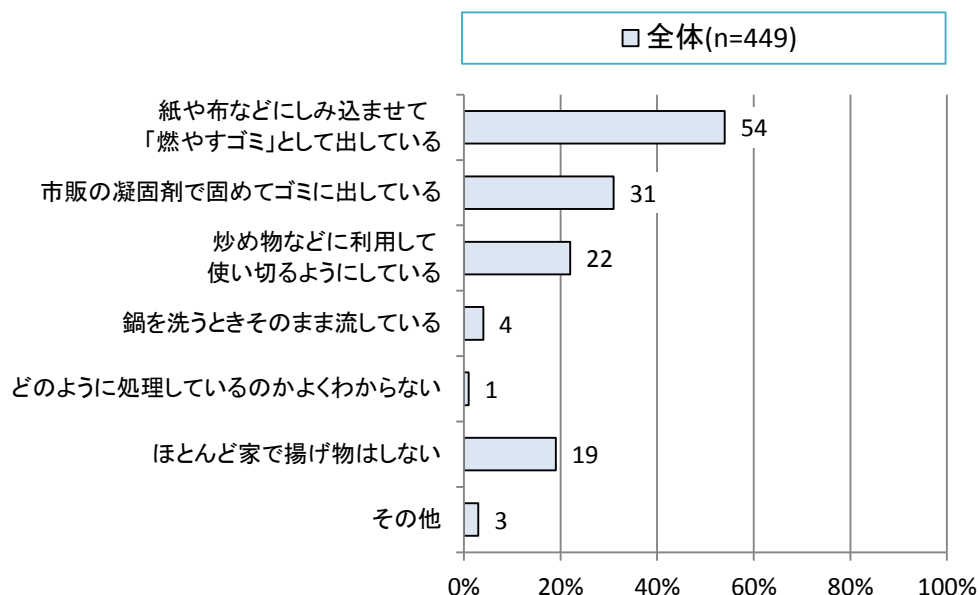
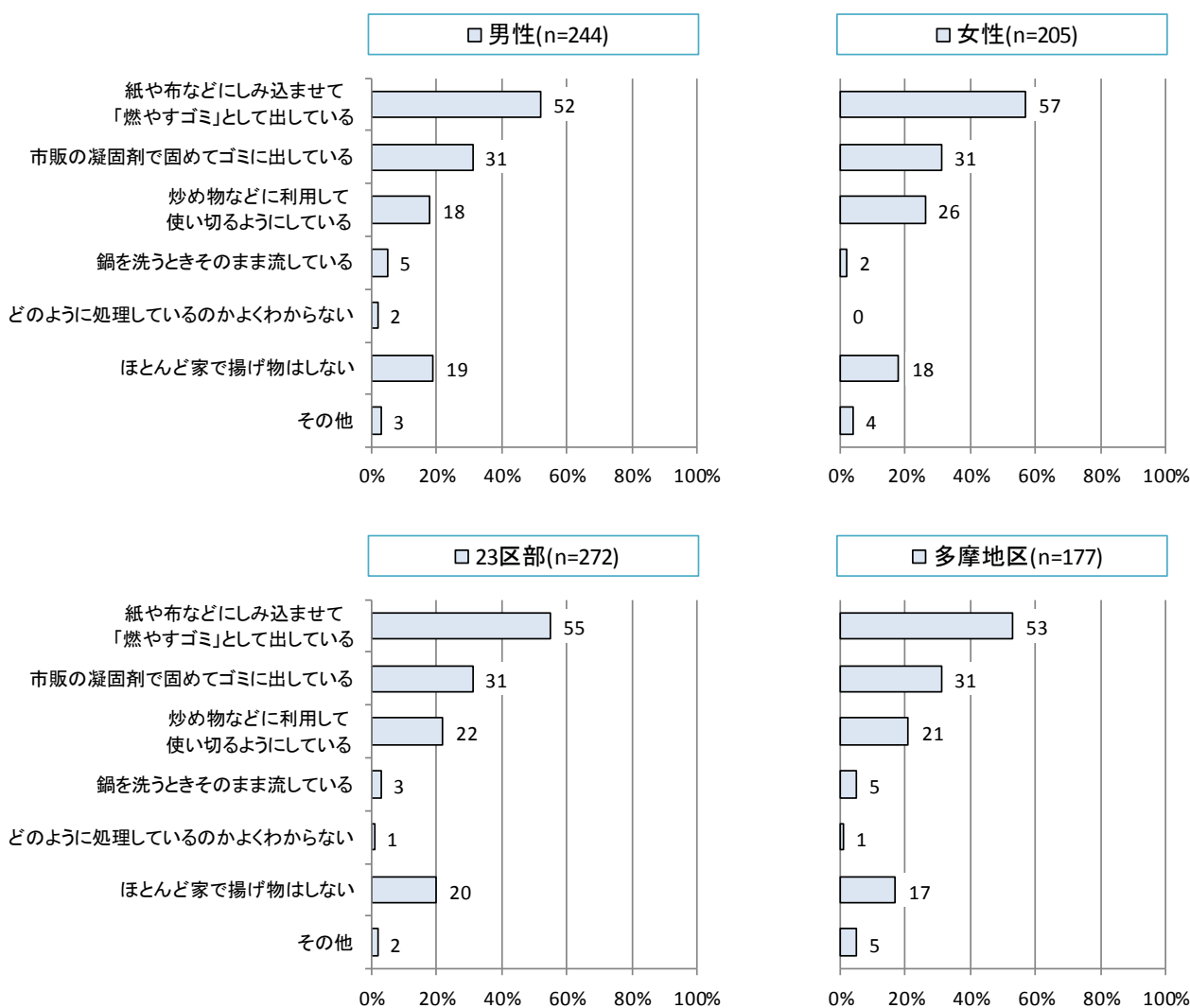


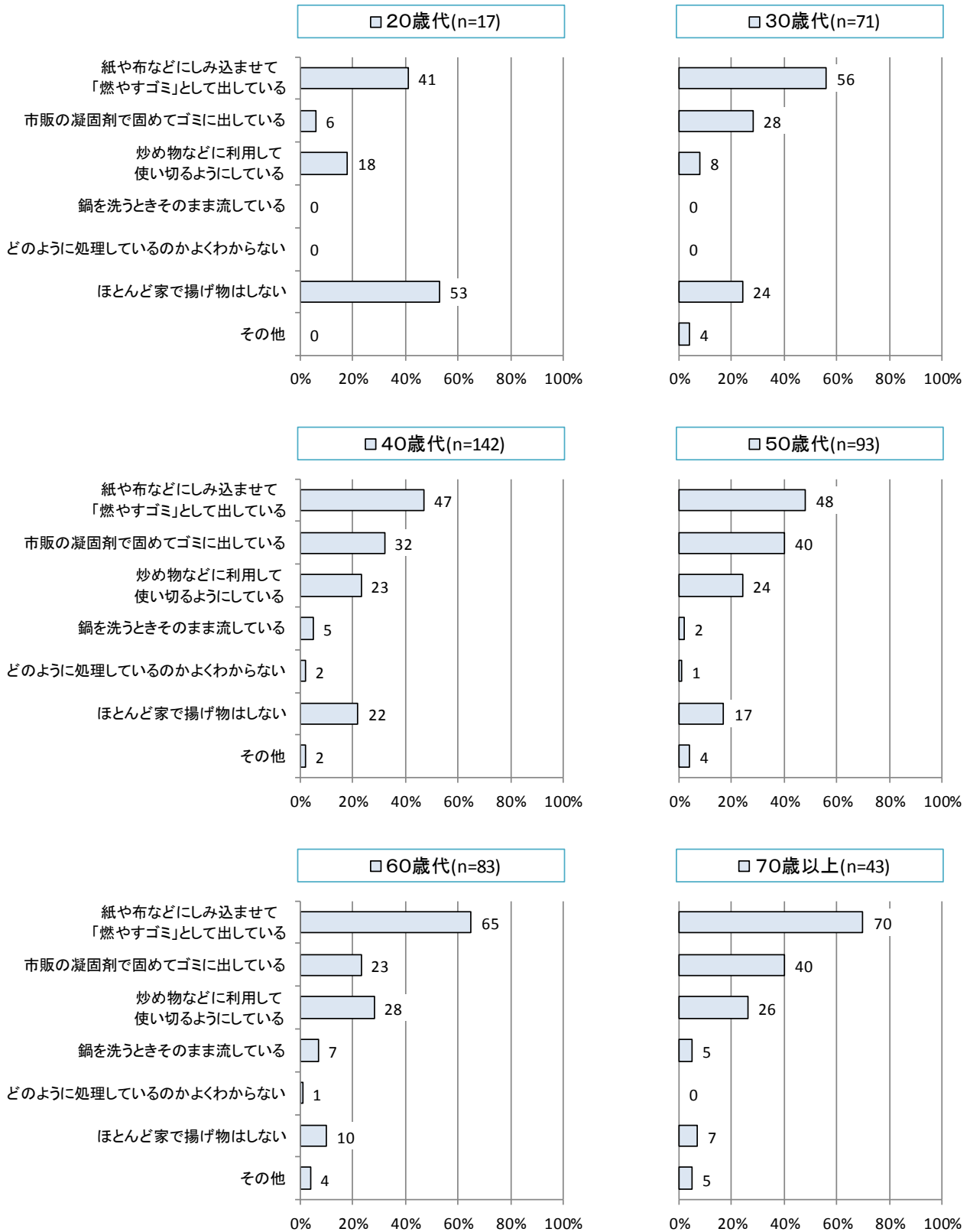
表 4 - 2 - 4 揚げ物料理後の油の処理方法（その他）

No	その他(内容)	件数
1	資源物として回収	2
2	回収ステーションに持っていく	2
3	活性炭で濾して再利用	1
4	容器やビニールに入れて捨てている	2
5	地域の回収に出している	4
6	揚げ焼きにして油を少量にする	2
7	揚げ物はしない	1
8	庭の土にまく	1
9	〈6〉もマークしたら矛盾だとのことなれど、フライや天ぷら料理はまずやらない	1
計		16

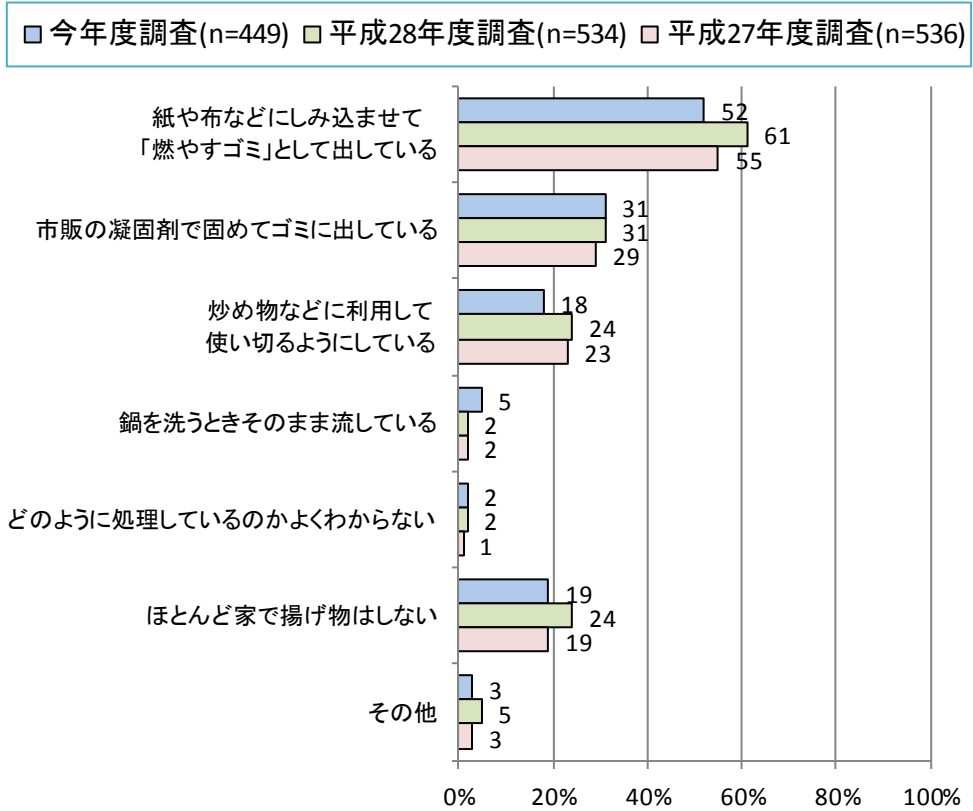
図表 4 - 2 - 4 - 1 揚げ物料理後の油の処理方法（性別・地区別）



図表 4 - 2 - 4 - 2 揚げ物料理後の油の処理方法（年代別）



図表 4 - 2 - 4 - 3 揚げ物料理後の油の処理方法（経年比較）

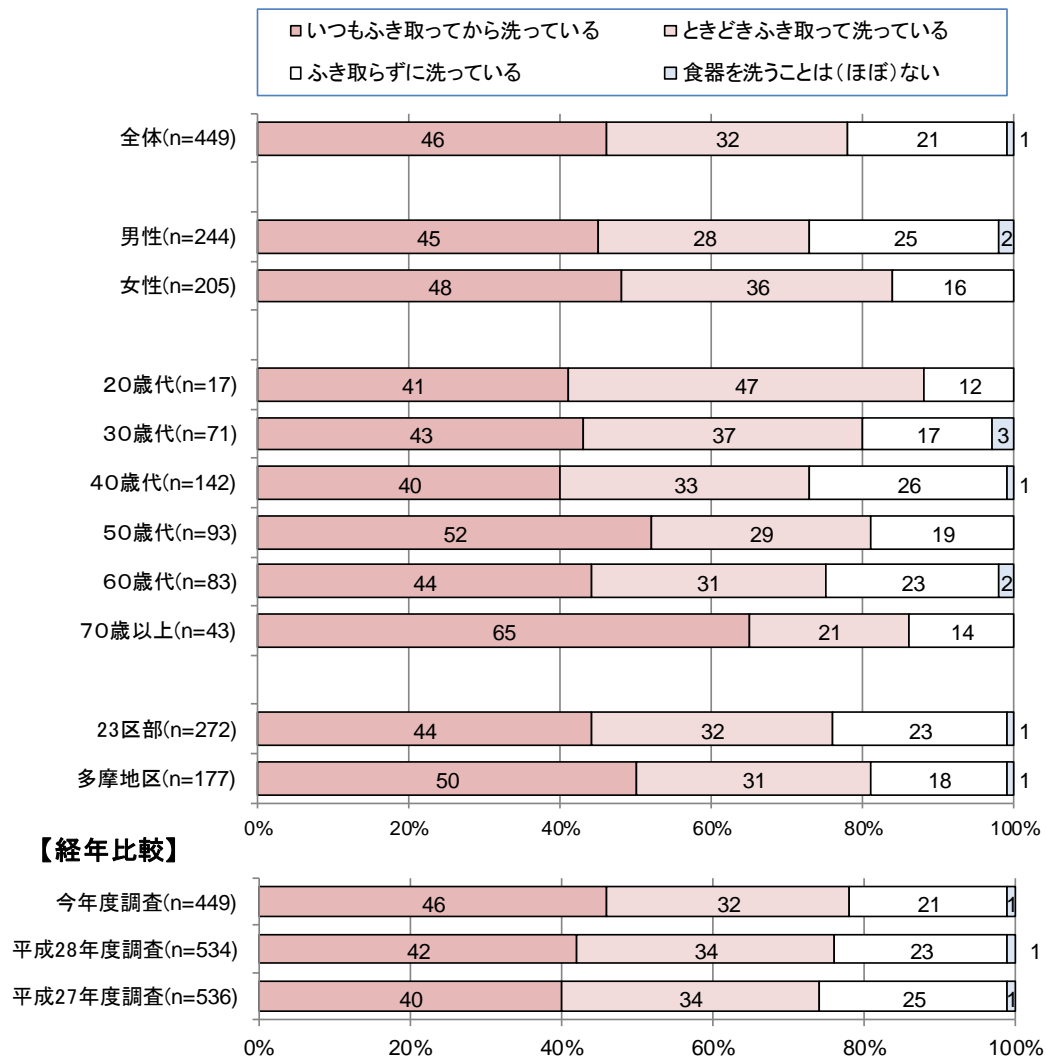


4.2.5 油で汚れたお皿やお鍋などを洗う方法

- ◆ 油で汚れたお皿やお鍋などを洗う方法について、「いつもふき取ってから洗っている」が46%と最も高く、次いで「時々拭き取って洗っている」が32%となり、多くの方が油で汚れた皿等に関して正しい処理をされていることが分かった。
 - ◆ 男女別にみると、「いつもふき取ってから洗っている」と「ときどきふき取って洗っている」を合わせた『ふき取っている』では、男性が73%、女性が84%と、女性が男性より11ポイント高く、油処理への認識が高いことが分かった。
 - ◆ 年代別にみると、「いつもふき取ってから洗っている」方の割合は、年代が上がるにしたがい上昇傾向を示し、50歳代と70歳以上で5割を超える結果となった。
 - ◆ 地区別にみると、「いつもふき取ってから洗っている」では23区部が44%、多摩地区が50%と、多摩地区が23区部より6ポイント高い結果となった。
 - ◆ 経年比較でみると、「いつもふき取ってから洗っている」方の今年度の割合は、平成27年度調査より6ポイント、平成28年度調査より4ポイント増加していた。『ふき取っている』でも増加傾向を示していることから、今後も継続したPRが必要と考える。
-

Q14 あなたのお宅では、油で汚れたお皿やお鍋などを洗うとき、古新聞などでふき取ってから洗っていますか。以下の選択肢の中から、該当するものを一つだけお選び下さい。(単一回答)

図表4-2-5 油で汚れたお皿やお鍋などを洗う方法



4.2.6 お皿やお鍋などの油をふき取らない理由

- ◆ お皿やお鍋などの油をふき取らない理由について、「油汚れが少ないとき」が62%と最も高く、次いで「面倒だから」が29%、「油を分解する洗剤を使っているから」が20%となった。回答割合上位の「油汚れが少ないとき」、「油を分解する洗剤を使っているから」を選択された方は、油汚れをふき取る必要性は認識している方と考えられ、今後のPR方法の改善によって、油汚れをふき取らない方を減少できる可能性が考えられた。
- ◆ 男女別にみると、「油汚れが少ないとき」では男性が59%、女性が65%と、女性が男性より6ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、20歳代を除く全ての年代で「油汚れが少ないとき」が5割を超え、その割合は年代が上がるにしたがい上昇傾向を示した。
- ◆ 地区別にみると、「油汚れが少ないとき」では23区部が60%、多摩地区が66%と、多摩地区が23区部より6ポイント高い結果となった。

Q15 上記Q14で「ときどきふき取って洗っている」「ふき取らずに洗っている」とお答えの方にお伺いします。ふき取らないで洗う主な理由は何でしょうか。以下の選択肢の中から、該当するものをいくつでもお選び下さい。(複数回答)

図表4-2-6 お皿やお鍋などの油をふき取らない理由

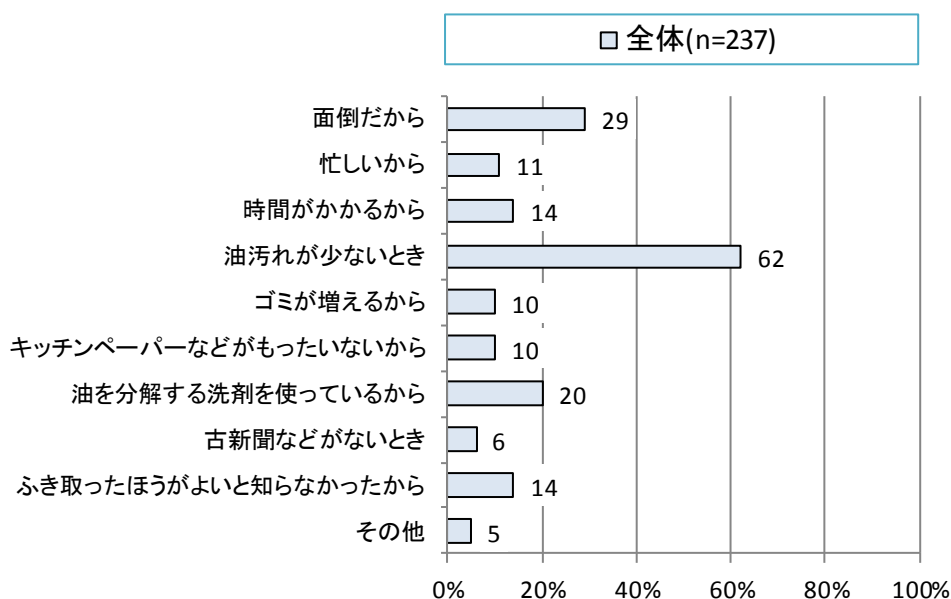
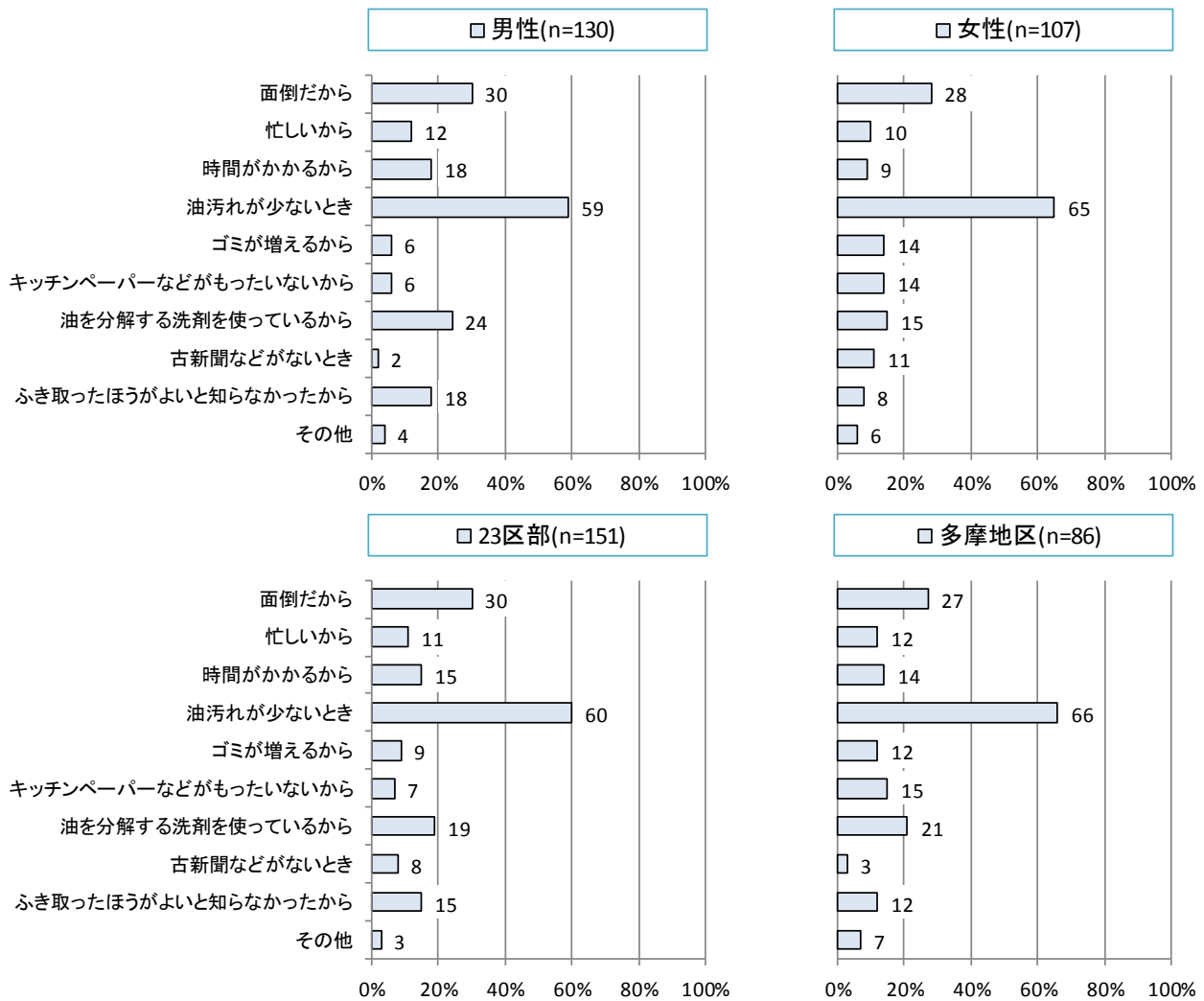


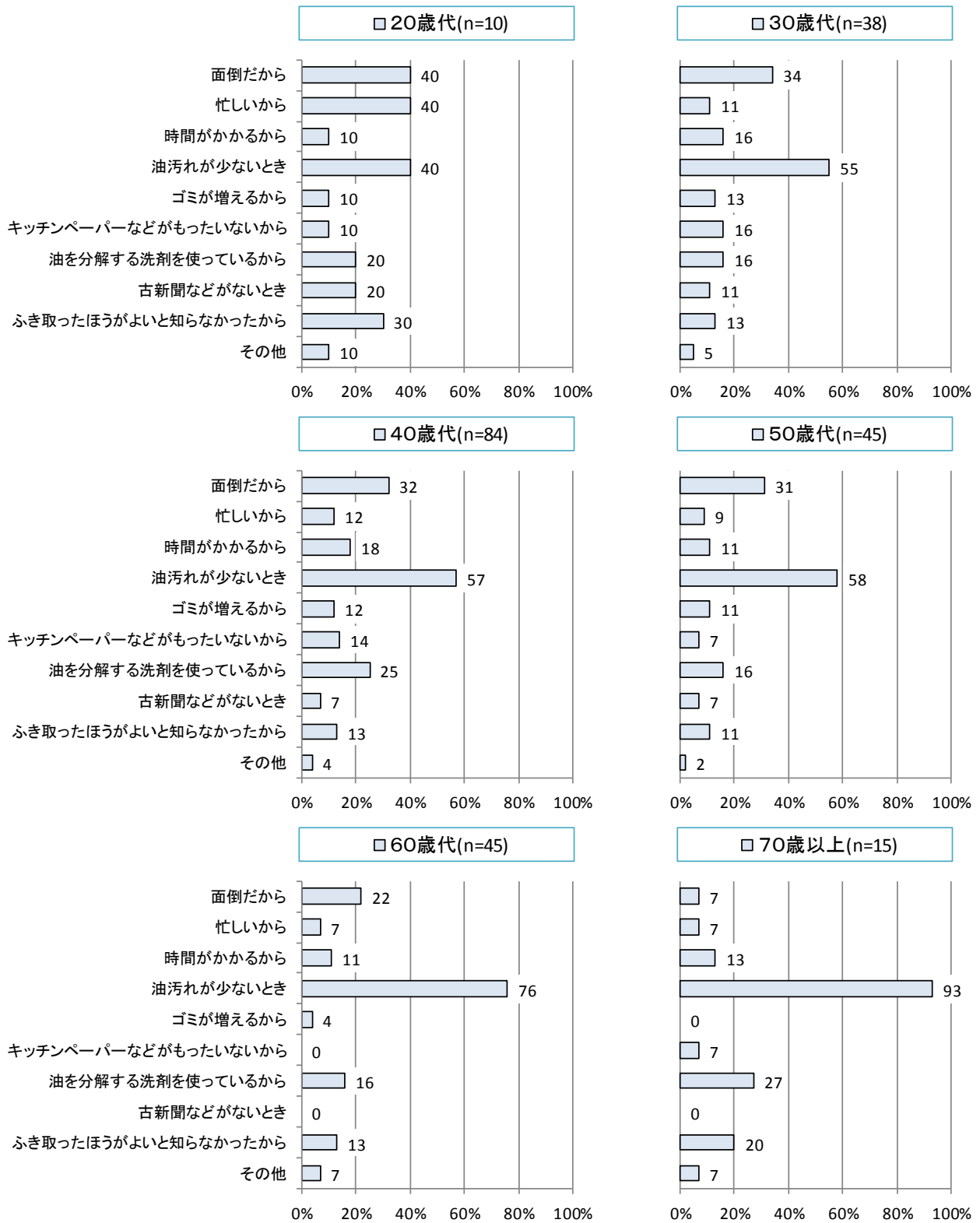
表4-2-6 お皿やお鍋などの油をふき取らない理由（その他）

No	その他(内容)	件数
1	お客さんが来たときの後片付けのとき	1
2	油をそれほど使用しないので	1
3	通常の食事で脂っこい料理は摂っていない	1
4	拭き取っている	1
5	燃やすごみを増やすのとそのまま流すのとどちらが環境によいか迷い、あまり神経質にならないように、大量には流さないが、少量であれば洗剤で洗ってしまう	1
6	費用がかさむ	1
7	汚れが酷くない時	1
8	夫が皿洗いをするときはふき取りまで強要できない	1
9	新聞を購読していないから古新聞を持っていない	1
10	「4. 油汚れが少ないとき」の真逆で、油汚れが多く、食器にベタベタ感がある時に、キッチンペーパーや古新聞等で拭き取っています。	1
11	先に水につけ置きしてしまう事が多いから	1
計		11

図表4-2-6-1 お皿やお鍋などの油をふき取らない理由（性別・地区別）



図表4-2-6-2 お皿やお鍋などの油をふき取らない理由（年代別）



4.2.7 『油・断・快適！下水道キャンペーン』から理解できた事

- ◆ 『油・断・快適！下水道キャンペーン』から理解できたことについて、「油を含んだ排水を流すとどのような影響を引き起こすか理解できた」が83%と最も高く、次いで「油を流さないことでどのような効果があるのかわかった（下水道管の詰まり防止、悪臭防止など）」が56%、「油を流さない方法（ふき取る、吸い取る、使い切る）がわかった」が45%となり、アンケートを実施したことによる学習効果があったと考える。
- ◆ 男女別にみると、「油を含んだ排水を流すとどのような影響を引き起こすか理解できた」では男性が81%、女性が86%と、女性が男性より5ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、全ての年代で「油を含んだ排水を流すとどのような影響を引き起こすか理解できた」が8割を超える高い結果となった。
- ◆ 地区別にみると、「油を含んだ排水を流すとどのような影響を引き起こすか理解できた」では23区部と多摩地区で大きな差はなかったが、「汚れをふき取るタイミング（皿を洗う前）がわかった」など他の項目では、一般的に多摩地区の方が低い結果となった。今後は、多摩地区において、より細かなPRが必要と考えた。

Q16 下図は、『油・断・快適！下水道キャンペーン』の案内チラシです。こちらをご覧になって、あなたはどのようなことが理解できましたか。以下の選択肢の中から、該当するものをいくつでもお選びください。（複数回答）

図表4-2-7 『油・断・快適！下水道キャンペーン』から理解できた事

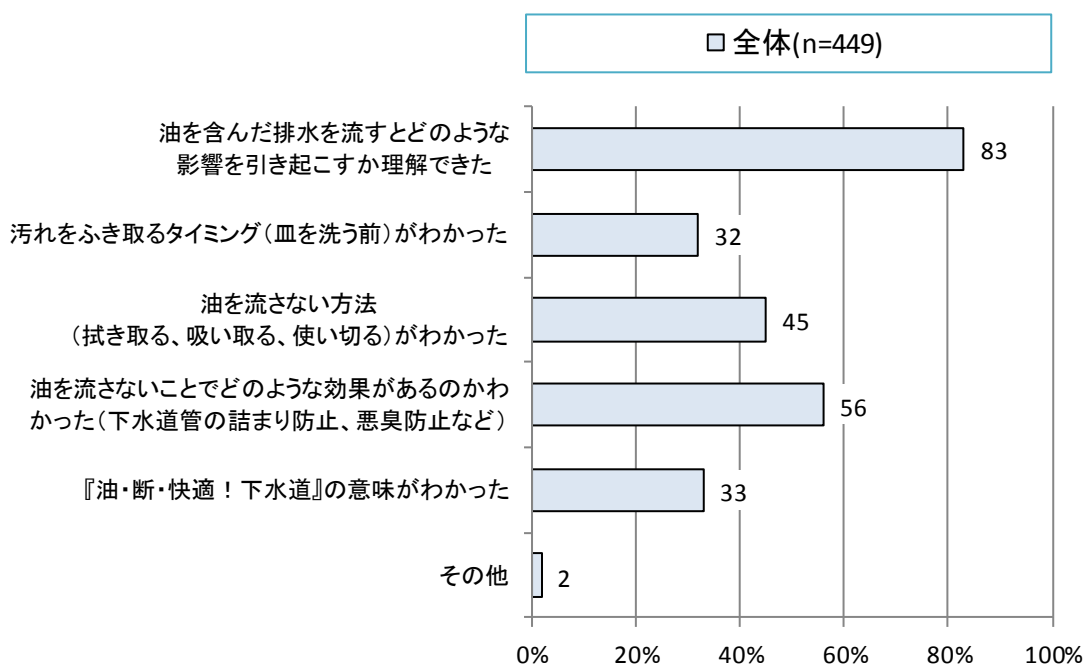
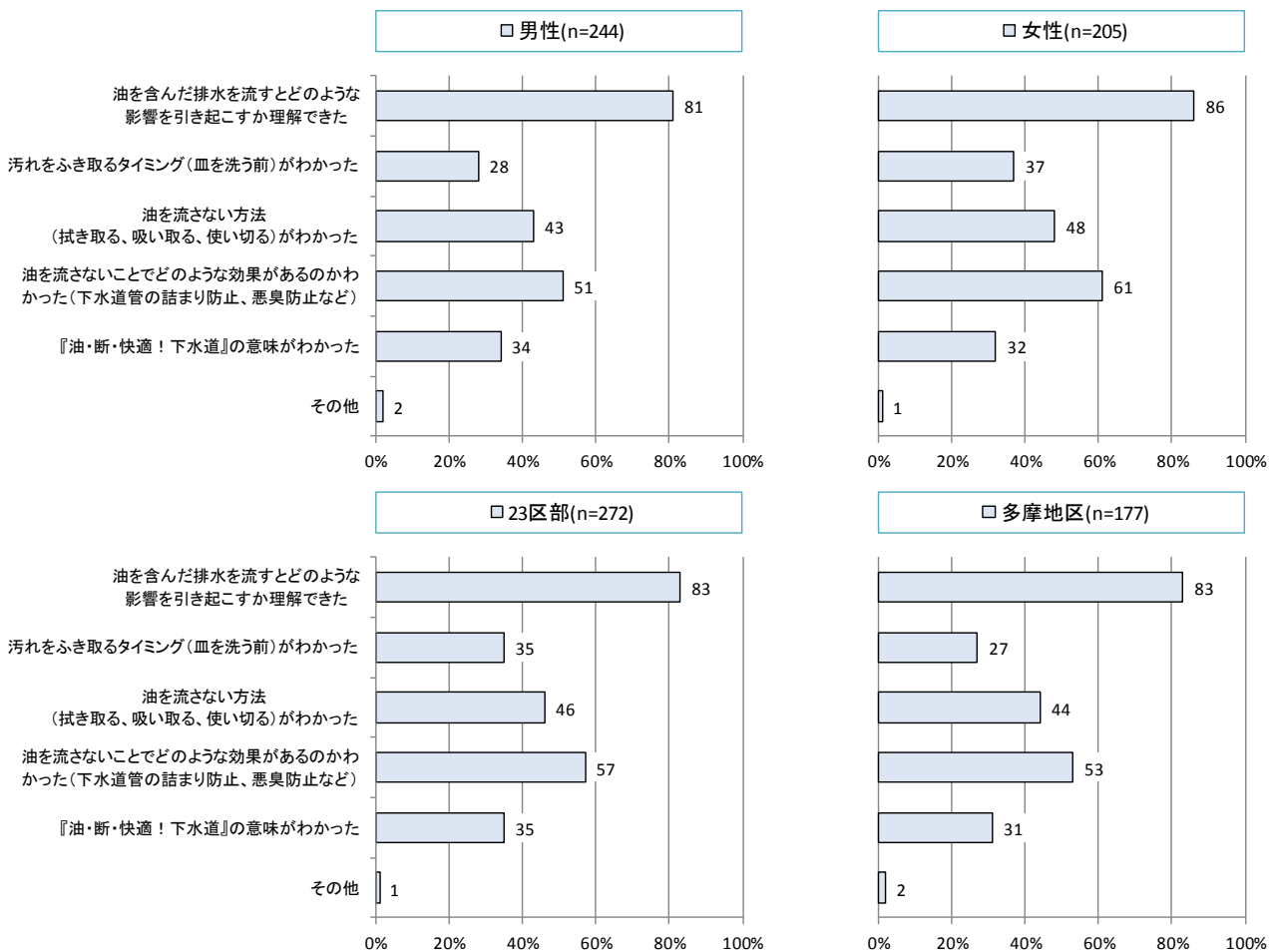


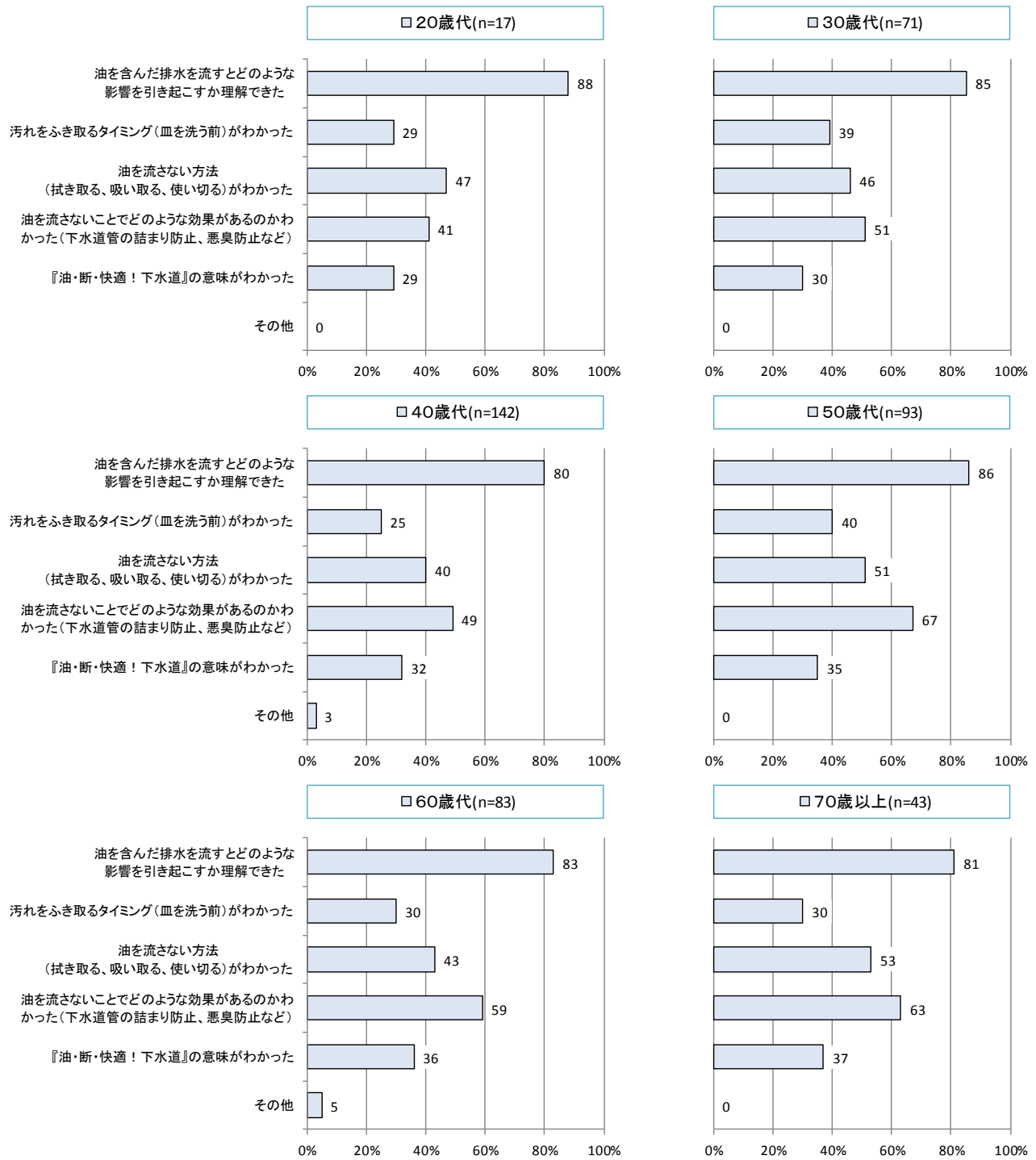
表4-2-7 『油・断・快適！下水道キャンペーン』から理解できた事（その他）

No	その他(内容)	件数
1	この程度のことは以前から知っていた。	1
2	(プロに外注しているとすれば)情報がぱっとわからず、税金をかけて作るほどの質ではないなと思います。	1
3	下水道を通して、下水施設で処理されてから、きれいな水を海に戻すという話があったと思います。施設に行かないで、どうやって直接、海に行くのでしょうか？	1
4	言っていることは分かるが、そのとおりにすることは難しい。	1
5	マンションでも同じように油を流さないように注意喚起している	1
6	もう少しシンプルにならないかな。よく読まない伝わりにくい	1
7	[大雨=一時的に川や海に下水が流出する]の仕組みが簡単でいいのでスライド一枚あれば、油にかかわらず下水道に流してはいけないものを流すとどうなるかもより認識しやすいと思いました。	1
8	写真入りなので、具体的にわかりやすかった。	1
9	大きな事が起こる前に 家庭内での排水管のつまり汚れをみせて家でも大変なことになるということを先に理解してもらう	1
計		9

図表4-2-7-1 『油・断・快適！下水道キャンペーン』から理解できた事（性別・地区別）



図表4-2-7-2 『油・断・快適！下水道キャンペーン』から理解できた事（年代別）

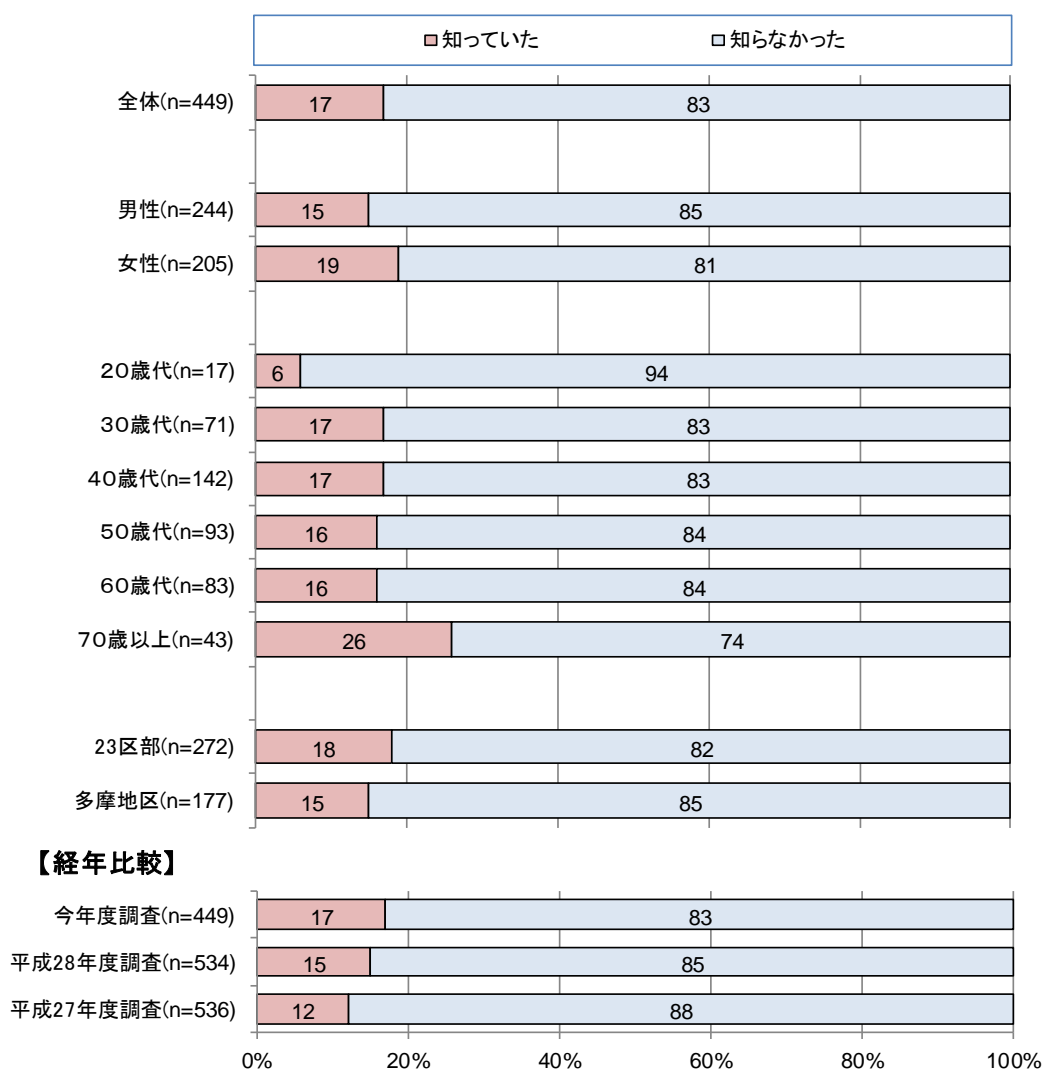


4.2.8 「ダイエットレシピ」の認知度

- ◆ 「ダイエットレシピ」の認知度について、「知っていた」が17%、「知らなかった」が83%となった。
- ◆ 男女別にみると、「知っていた」では男性が15%、女性が19%と、女性が男性より4ポイント高い結果となったが、あまり大きな違いはなかった。
- ◆ 年代別にみると、「知っていた」では70歳以上が26%と最も高く、20歳代を除く他の年代は16~17%とほぼ同様の割合だった。
- ◆ 地区別にみると、「知っていた」では23区部が18%、多摩地区が15%と、23区部と多摩地区で大きな差はなかった。
- ◆ 経年比較でみると、今年度の「知っていた」方の割合は平成27年度、平成28年度に比べ若干の上昇傾向にも見えるが、認知度はまだまだ低いといえる。

Q17 あなたは、『油・断・快適！下水道キャンペーン』のPRの一環として、「ダイエットレシピ」によるPRを行っていることをご存じでしたか。以下の選択肢の中から、該当するものを一つだけお選びください。(単一回答)

図表4-2-8 「ダイエットレシピ」の認知度



4.2.9 「ダイエットレシピ」を知った経緯

- ◆ 「ダイエットレシピ」を知った経緯について、「下水道のホームページ」が56%と最も高く、次いで「イベントでのダイエットレシピブックの配布」が33%となった。
- ◆ 男女別にみると、男性では「下水道局のホームページ」が、女性では「イベントでのダイエットレシピブックの配布」が高い結果となり、「ダイエットレシピ」を知った経緯は男女で異なる傾向が見られた。
- ◆ 年代別にみると、30歳代、40歳代ではホームページとイベントでの認識が同程度であったのに対し、70歳以上ではホームページでの認識が高く、50歳代、60歳代ではホームページでの認識が7割を超え極めて高いなど、年代により「ダイエットレシピ」を知った経緯には大きな違いが見られた。
- ◆ 地区別にみると、「イベントでのダイエットレシピブックの配布」で、23区部は多摩地区より9ポイント高く、23区部は多摩地区に比べイベントでの認識効果が高いと考えられた。
- ◆ 経年比較でみると、「下水道局のホームページ」で知った方の今年度の割合は平成27年度調査より11ポイント増加しており、局事業の認識における局ホームページの役割は大きくなっていると考えられた。

Q18 上記Q17で「知っていた」とお答えの方にお伺いします。「ダイエットレシピ」をどこで知りましたか。以下の選択肢の中から、該当するもの一つだけお選びください。(単一回答)

図表4-2-9 「ダイエットレシピ」を知った経緯

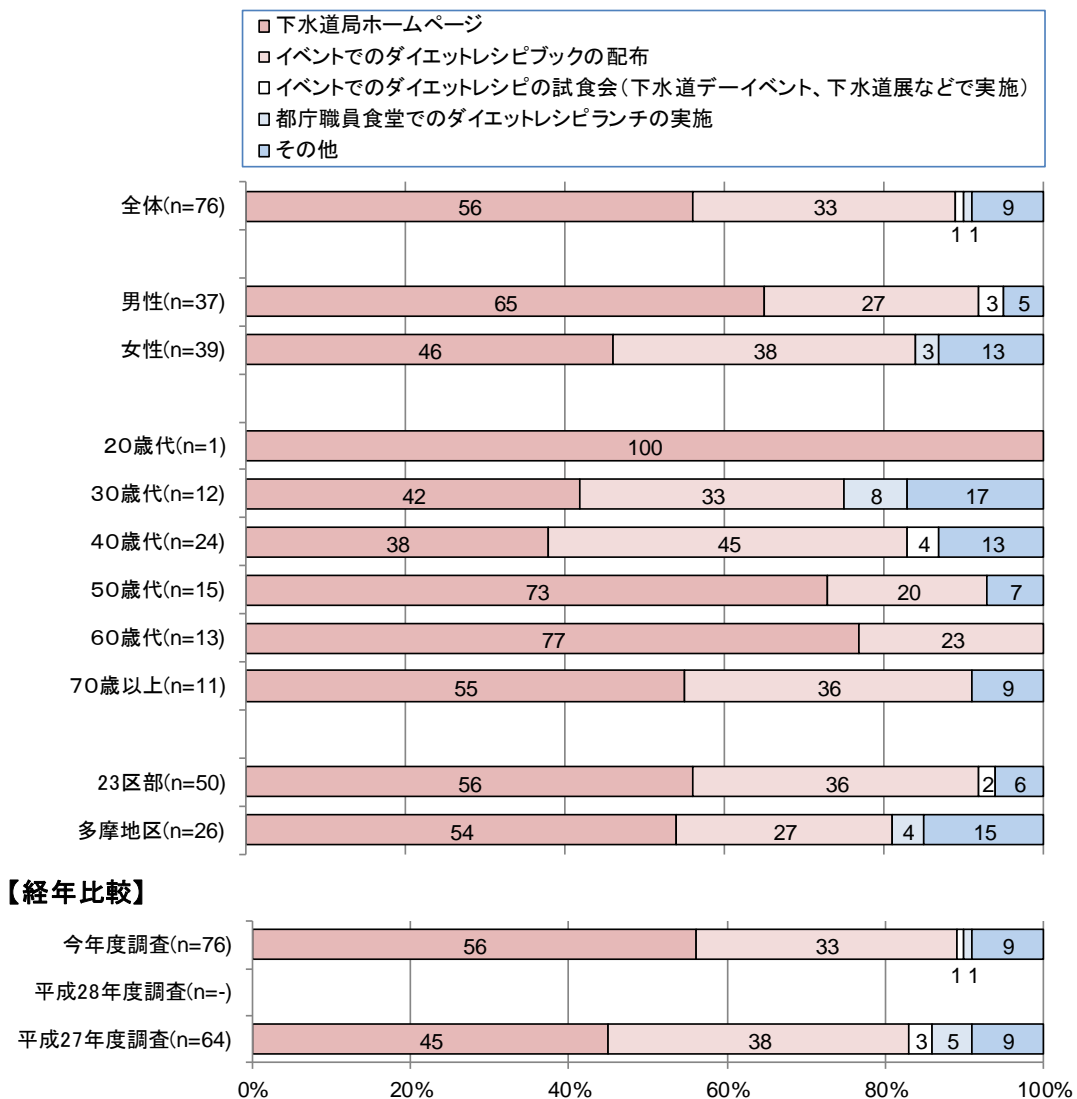


表4-2-9 「ダイエットレシピ」を知った経緯（その他）

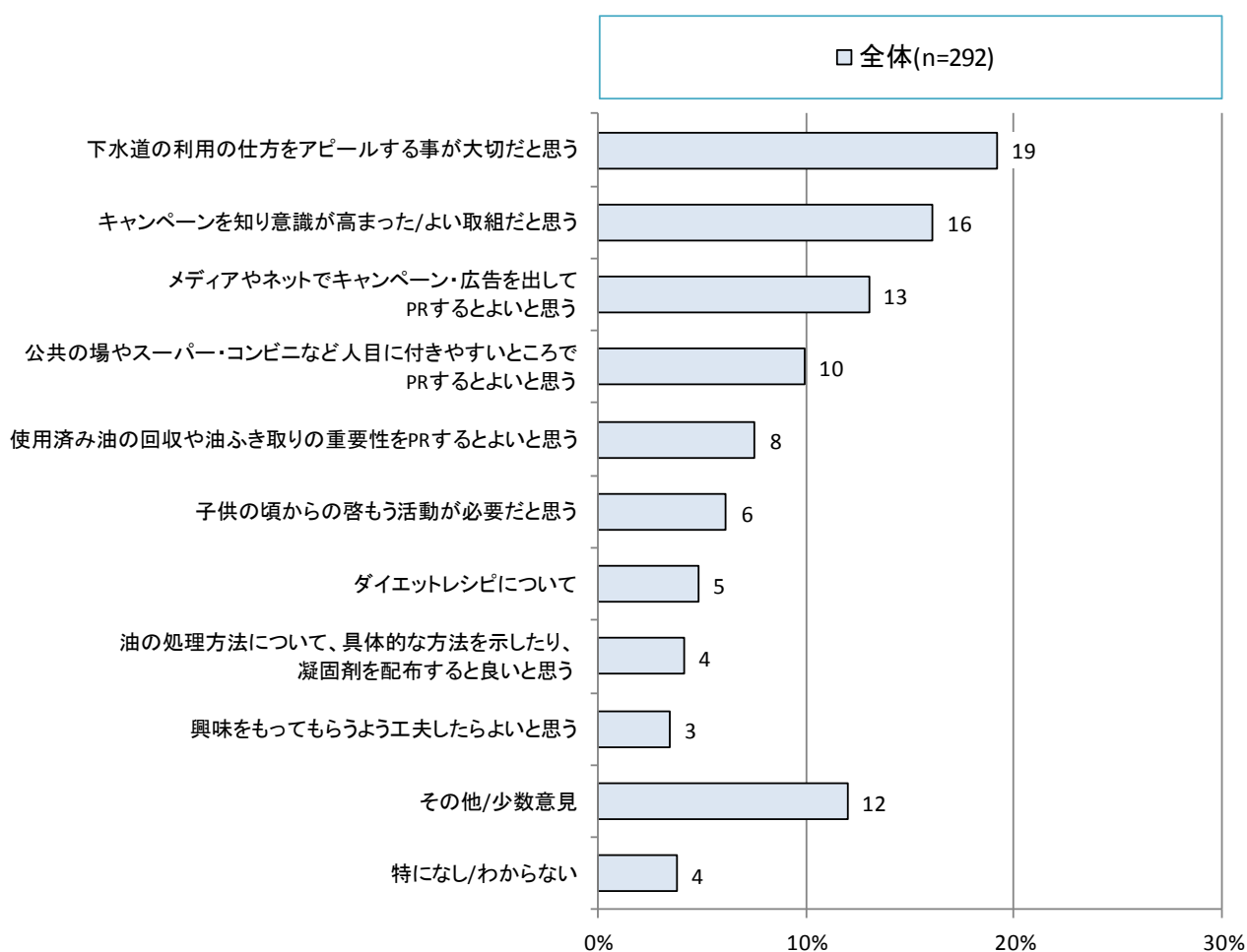
No	その他(内容)	件数
1	下水道モニターアンケートにて	1
2	どこかのホームページからとんだ。環境関係の資料を作成していた	1
3	東京アメッシュ	1
4	前回のモニターアンケートでした。	1
5	R25	1
6	小冊子は見ているが、どこであったかよく覚えていない。	1
7	スーパー店頭	1
計		7

4.2.10 『油・断・快適！下水道キャンペーン』に関する意見・要望

- ◆ 『油・断・快適！下水道キャンペーン』に関する意見・要望では、「下水道の利用の仕方をアピールする事が大切だと思う」が19%と最も高く、次いで「キャンペーンを知り意識が高まった/よい取り組みだと思う」が16%、「メディアやネットでのキャンペーン・広告を出してPRするとよいと思う」が13%となった。

Q19 『油・断・快適！下水道キャンペーン』に関してご意見・ご要望がございましたら、ご自由にお答えください。(自由回答)

図表4-2-10 『油・断・快適！下水道キャンペーン』に関する意見・要望



【『油・断・快適！下水道キャンペーン』に関する意見・要望】

- 下水道の利用の仕方をアピールする事が大切だと思う
 - ◇ 油は直接流してはいけないことは分かっているが、多少くらいは良いかと勝手に思いながら捨てていることが分かりました。このキャンペーンを実施していることをもっとアピールして頂き、理解を世の中に広めて行って欲しいです。（30歳代男性・23区）
 - ◇ 個人個人が真剣に考えることが重要、従って広報等でもっと告知したほうが良いと思います。（60歳代女性・多摩地区）
 - ◇ 下水道を汚さないために有益なキャンペーンだと思うので更に色々な場所で周知してほしい。（30歳代女性・多摩地区）

- キャンペーンを知り意識が高まった/よい取組だと思う
 - ◇ 使用後の油をそのまま流すのは良くないと知っていましたがオイルボールのように大きな塊になってしまうとは驚きでした。今後は毎回拭きとってから洗うようにします。（50歳代女性・23区）
 - ◇ 一人ひとりが油汚れをふき取るだけで、下水道や自然に与える悪い影響がだいぶ減らせることを実感しました。（40歳代女性・多摩地区）
 - ◇ 大賛成です。河川や海に住む魚に影響を及ぼすことは、私達の食生活の安全安心にも繋がります。私も出来ることから実行していきたいと思います。（60歳以上女性・23区）

- メディアやネットでキャンペーン・広告を出してPRするとよいと思う
 - ◇ 先日、職場で油を排水溝へ流してはいけないことの話をしたところ、同年代の人達はほとんど知っていましたが、若い年代の人は知らない人が多かったことがわかりました。そこで、PCを使う時に広告が出るところに、このキャンペーンを載せてみてはいかがでしょうか？（50歳以上女性・23区）
 - ◇ ツイッターやLINEを使用して若者向けのキャンペーンをやっていただきたいです。（40歳代男性・23区）
 - ◇ 地上波のテレビなどでも、ダイエットレシピを通して、下水管に油汚れを流さないように放送したほうが、もっと大勢の人に周知できると思う。（50歳代女性・23区）

- 公共の場やスーパー・コンビニなど人目に付きやすいところでPRするとよいと思う
 - ◇ 買い物をする場所（スーパー、コンビニ）にポスター掲示があると効果があがると思う。（40歳代男性・多摩地区）
 - ◇ 電車の中の広告として掲示すると、より多くの人目に触れて、広告としての効果が出ると思う。（30歳代女性・多摩地区）
 - ◇ 定期的に自治体を移動しながらのイベントPR等の方法は、いかがでしょうか？（60歳代男性・多摩地区）

- 使用済み油の回収や油ふき取りの重要性をPRするとよいと思う
 - ◇ 油のついた食器や油の処理方法についてはまだまだ認知していない人が多いように思います。更に積極的に広く知らしめる必要があると思います。（70歳代男性・23区）
 - ◇ 食器や鍋の油を拭き取ってから洗う事は、環境にも良いのと、洗剤、水道代の節約にもつながるので、ぜひもっと多くの人に知ってもらいたい！（40歳代女性・23区）
 - ◇ 言われれば皿の油は拭いた方が良いことは理解できるので、もっとしつこいくらいに訴えてもいい気がする。（40歳代女性・23区）

- 子供の頃からの啓もう活動が必要だと思う
 - ◇ 小学校の家庭科の時間に、油の処理をキッチンとしないと困ったことになるという、啓発活動をしてほしい。子供は教わったことは素直に覚えてくれ、大人になっても役立ててくれます。また、普段、親がやることをよく見えていますから、親がきちんと油を処理していないと、「それだめだよ、学校で習ったもん」と親に注意してくれます。まずは、家庭から。 (40歳代女性・23区)
 - ◇ とても大事なことだと思うので、小学校や中学校の家庭科でしっかり教えるようにしたら良いと思います。 (40歳代女性・23区)
 - ◇ 油・断・快適！下水道キャンペーンは大変大切な事なので、活動推進は良い事だと思います。一度理解すれば、実施する事は簡単であり、多くの方が実践するとより効果が高まるので、小学生を含む学生などへの対応も意識して活動すると良いと思います。私は、小学生の時、イベントで知る事ができ、その時以来意識して実施しています。 (40歳代女性・23区)

- ダイエットレシピについて
 - ◇ なぜダイエットレシピ？と思ったのですが、新しい切り口だと感心しました。全く知らなかったのもう少しPRしてもいいのでは、と思いました。 (40歳代女性・多摩地区)
 - ◇ ダイエットレシピを食べてみたいのでいろいろな区役所でランチの実施をしてほしい。 (30歳代男性・23区)
 - ◇ 下水道局でのダイエットレシピが、本キャンペーンの主旨に基づくものだとは気がつかなかった。突如、レシピが現れた感覚。当方の読みが浅かったのかも知れないけれど、理解しづらい。 (50歳代女性・23区)

- 油の処理方法について、具体的な方法を示したり、凝固剤を配布すると良いと思う
 - ◇ 油の処理方法について、もう少し具体的な方法を示した方が、若い人にはわかりやすいと思う(油処理剤・吸い取り材の商品名や詳しい使い方)。最近では低糖質が流行っていて、油を減らしてダイエットする人が減っている気がする。 (30歳代女性・23区)
 - ◇ 油の凝固剤を配るキャンペーンなどをすれば、キャンペーン内容もより伝わるのではないのでしょうか。 (30歳代女性・23区)
 - ◇ 油の処理に困っている方が多いので簡単に処理できるやり方を広めて欲しい。 (40歳代男性・多摩地区)

- 興味をもってもらおうよう工夫したらよいと思う
 - ◇ 環境問題にあまり関心がない人にも興味を持ってもらえるような工夫が必要、小池都知事にもキャンペーンの前面に出てもらった方が良いと思います。例えば、油の「排除」ではなく新聞紙・布などへの「融和」「包摂」により良い環境をつくりましょうとアピールしてもらおう。 (60歳代男性・23区)
 - ◇ キャンペーン名がもう一つ何のことかわからないので、この段階で興味をもってもらおうよう、もう少し工夫したらと思います。 (50歳代男性・23区)
 - ◇ お堅い感じがして、親しみが持てない。デザインを親しみやすく、露出を増やすなどしてはどうか。取組んで欲しいターゲット層が広いためか、PRがぼやけているように感じる。 (30歳代女性・23区)

➤ その他/少数意見

- ◇ 日本に住んでおられる外国の方にも広める必要があると思います。 (60歳代男性・23区)
- ◇ 先日、下水道施設見学会ということで、浅川水再生センターを訪ねることができました。理解していたつもりでも、実際に目にして、専門家からお話を聞くのでは大違いだと実感しました。もっと見学できる機会を増やすことと、見学できることを知らない人が多いので、その告知の方法を工夫する必要があると感じました。 (50歳代女性・多摩地区)
- ◇ 育ち盛りの子を持つ世帯でも揚げ物はあまりつくらないと聞く。食用オイルが原因で下水道配管や環境への悪影響を、経年の変化、地域の偏りなど、具体的数値で示して頂きたいと思います。またクリーニング屋では、廃油の処理費用が増え、最近クリーニング代の値上げとなりました。家庭だけでなく企業・事業者に対する啓もうの実態と、事業者に対するルールなども知りたいと思いました。 (60歳代男性・23区)

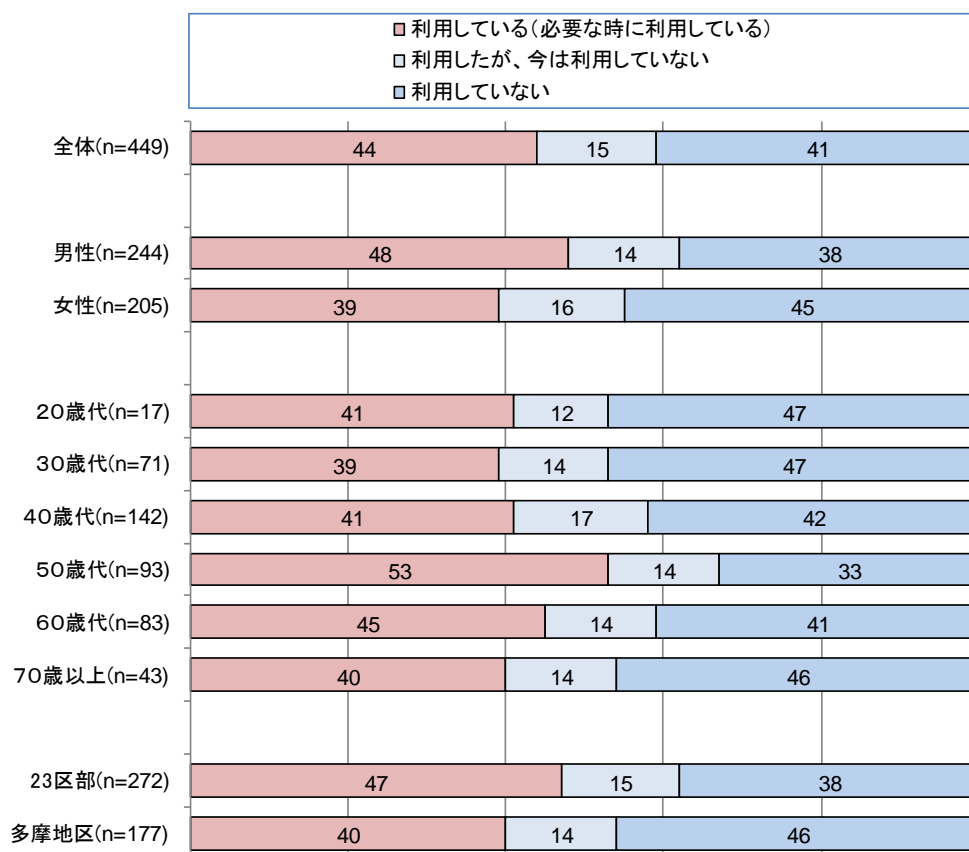
4.3 降雨に関する情報について

4.3.1 東京アメッシュの利用の有無

- ◆ 東京アメッシュの利用の有無について、「利用している（必要な時に利用している）」が 44%、「利用してみたが、今は利用していない」と「利用していない」を合わせた『利用していない』が 56%となった。
- ◆ 男女別にみると、「利用している（必要な時に利用している）」では男性が 48%、女性が 39%と、男性が女性より 9ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、「利用している（必要な時に利用している）」では 50 歳代と 60 歳代が高く、他の年代はほぼ同じ割合となった。これは『「ダイエットレシピ」を知った経緯』と同様の傾向であり、50 歳代、60 歳代はホームページなどネット経由での情報入手の傾向が高いことが分かった。
- ◆ 地区別にみると、「利用している（必要な時に利用している）」では 23 区部が 47%、多摩地区が 40%となり、23 区部が多摩地区より 7ポイント高い結果となった。

Q20 あなたは、「東京アメッシュ」について、ご利用になりましたか？以下の選択肢の中から、該当するものを一つだけお選びください。（単一回答）

図表 4-3-1 東京アメッシュの利用の有無



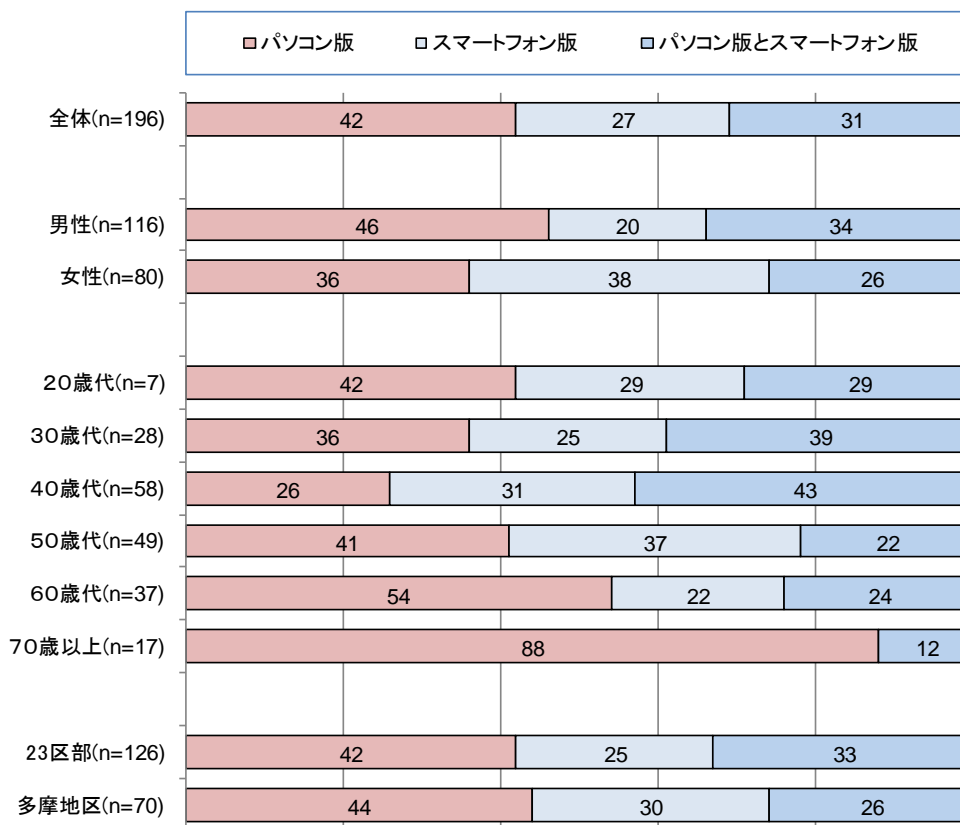
4.3.2 東京アメッシュの利用方法

- ◆ 東京アメッシュの利用方法について、「パソコン版」が42%、「スマートフォン版」が27%、「パソコン版とスマートフォン版」が31%となり、「パソコン版」の利用が多い結果となった。
- ◆ 男女別にみると、「パソコン版」では男性が46%、女性が36%と、男性が女性より10ポイント高い結果となった。一方「スマートフォン版」では男性が20%、女性が38%と、女性が男性より18ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、「パソコン版」では60歳代が54%と最も高く、次いで50歳代が41%となった。（※母数が少ないため、20歳代・70歳以上を除く）
- ◆ 地区別にみると、「スマートフォン版」では23区部が25%、多摩地区が30%と、多摩地区が23区部より5ポイント高い結果となった。

Q21 (1) 上記Q20で、「1」を選択した人におたずねします。

あなたは、「東京アメッシュ」について、パソコン版、又は、スマートフォン版のどちらをご利用になりましたか？以下の選択肢の中から、該当するもの一つだけお選びください。（単一回答）

図表4-3-2 東京アメッシュの利用方法



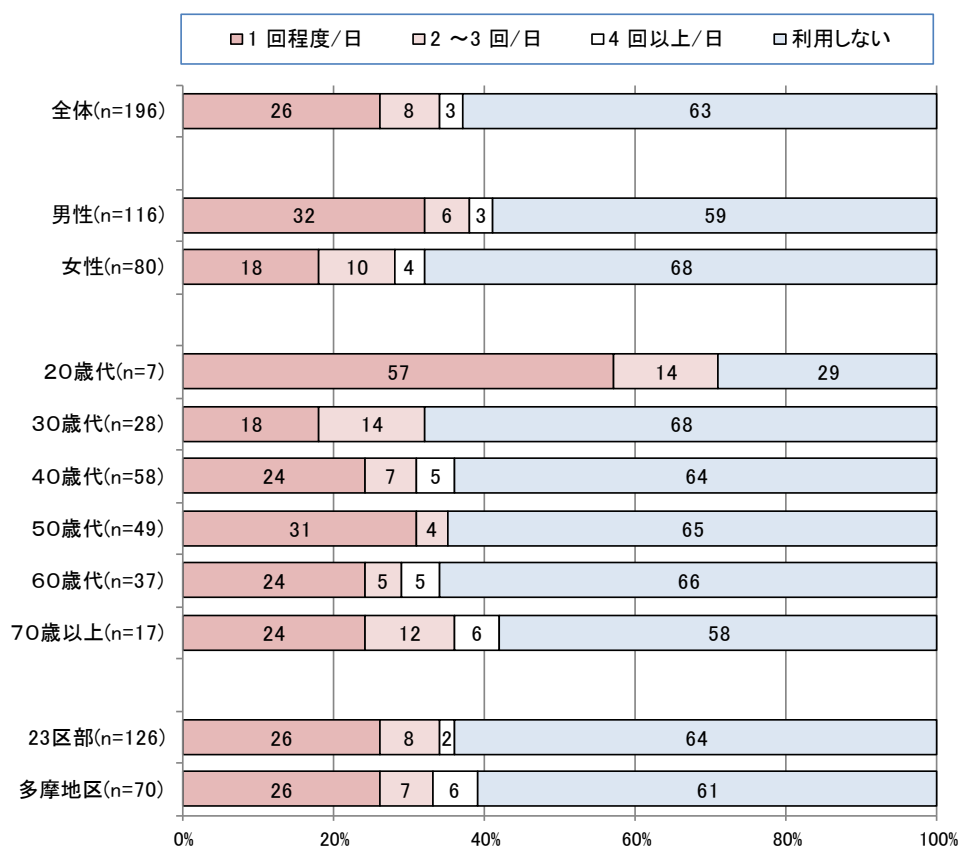
4.3.3 東京アメッシュの利用頻度（晴れている時）

- ◆ 東京アメッシュの利用頻度（晴れている時）について、「利用しない」が63%と最も高く、次いで「1回程度/日」が26%、「2～3回/日」が8%、「4回以上/日」が3%となった。
- ◆ 男女別にみると、「1回程度/日」では男性が32%、女性が18%と、男性が女性より14ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、「1回程度/日」では50歳代が31%と最も高く、次いで40歳代と60歳代が24%となった。一方、30歳代は18%と最も低い結果となった。（※母数が少ないため、20歳代・70歳以上を除く）
- ◆ 地区別にみると、全ての項目で23区部と多摩地区で大きな差はなかった。

Q21(2) あなたは、「東京アメッシュ」をどのぐらいの頻度で利用されていますか？夏場の晴れている時、曇っている時、雨の時におけるそれぞれの利用回数について、お答えください。

ア 晴れている時における1日の利用回数について、以下の選択肢の中から、該当するものを一つだけお選びください。（単一回答）

図表4-3-3 東京アメッシュの利用頻度（晴れている時）



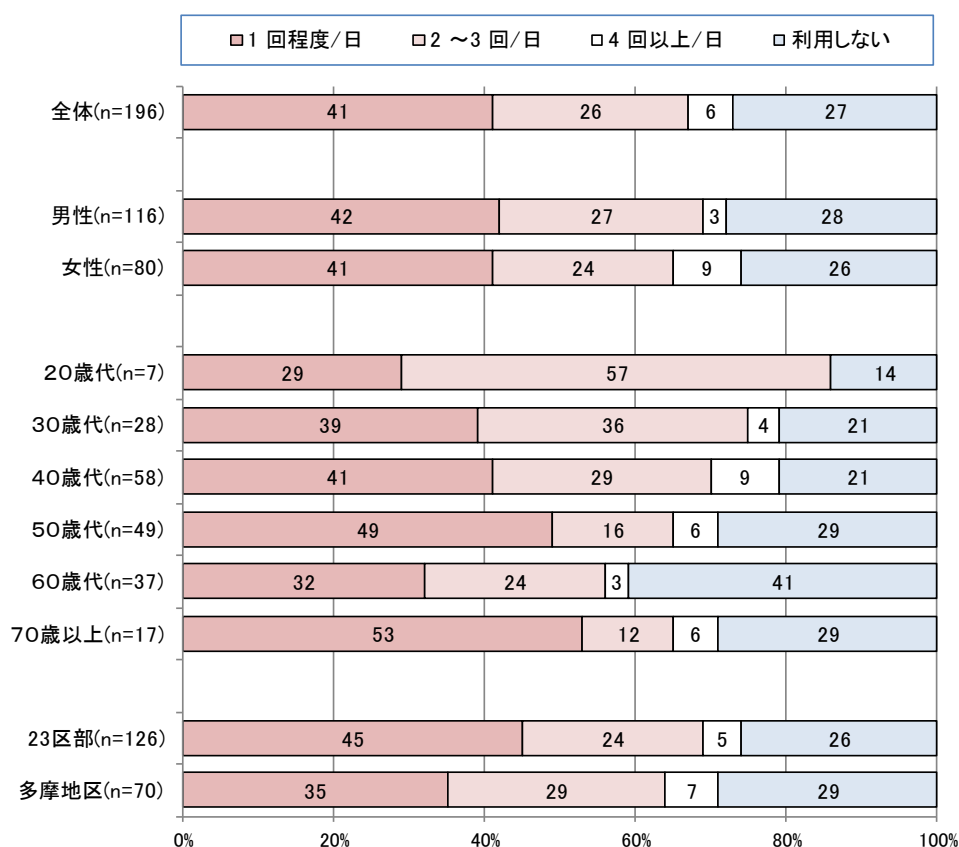
4.3.4 東京アメッシュの利用頻度（曇っている時）

- ◆ 東京アメッシュの利用頻度（曇っている時）について、「1回程度/日」が41%と最も高く、次いで「利用しない」が27%、「2～3回程度/日」が26%、「4回以上/日」が6%となった。
- ◆ 男女別にみると、ほとんどの項目で大きな差はなかったが、「4回以上/日」では男性が3%、女性が9%と、女性が男性より6ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、「1回程度/日」では50歳代が49%と最も高く、次いで40歳代が41%となった。一方、60歳代では32%と最も低い結果となった。（※母数が少ないため、20歳代・70歳以上を除く）
- ◆ 地区別にみると、「1回程度/日」では23区部が45%、多摩地区が35%と、23区部が多摩地区より10ポイント高い結果となった。

Q21(2) あなたは、「東京アメッシュ」をどのぐらいの頻度で利用されていますか？夏場の晴れている時、曇っている時、雨の時にけるそれぞれの利用回数について、お答えください。

イ 曇っている時における1日利用回数について、以下の選択肢の中から、該当するものを一つだけお選びください。（単一回答）

図表4-3-4 東京アメッシュの利用頻度（曇っている時）



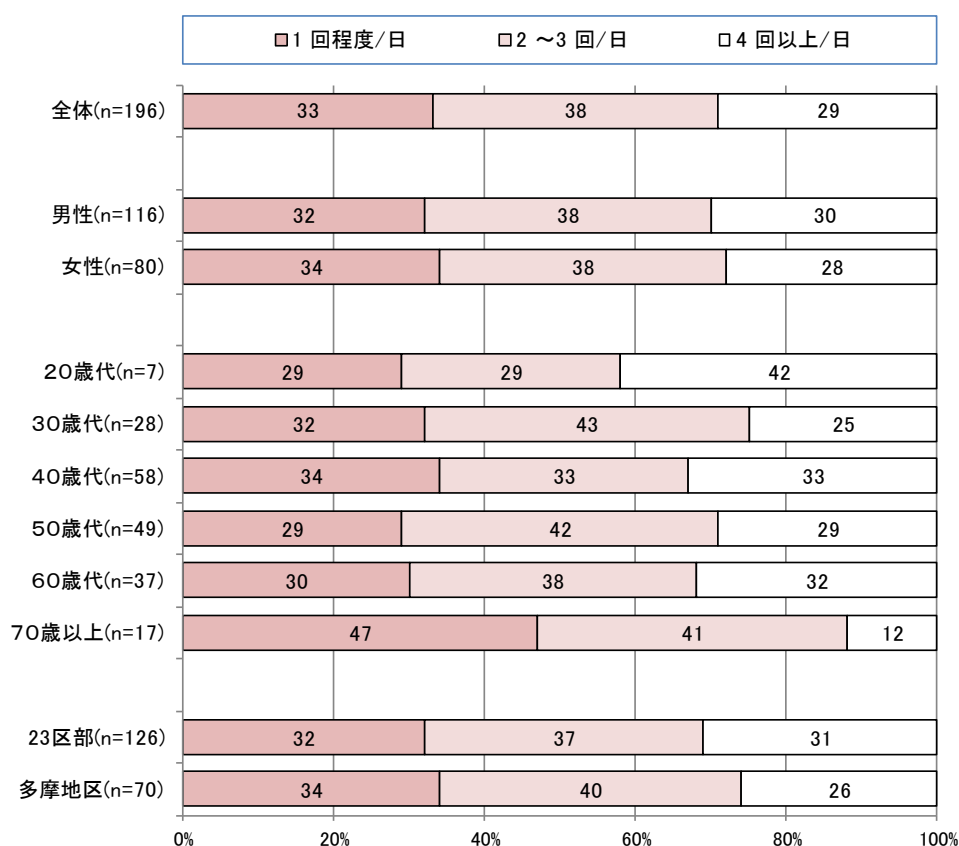
4.3.5 東京アメッシュの利用頻度（雨の時）

- ◆ 東京アメッシュの利用頻度（雨の時）について、「2～3回/日」が38%と最も高く、次いで「1回程度/日」が33%、「4回以上/日」が29%となった。
- ◆ 男女別にみると、全ての項目で男性と女性で大きな差はなかった。
- ◆ 年代別にみると、「2～3回/日」では30歳代が43%と最も高く、次いで50歳代が42%、60歳代が38%となった。（※母数が少ないため、20歳代・70歳以上を除く）
- ◆ 地区別にみると、「2～3回/日」では23区部が37%、多摩地区が40%となり、23区部と多摩地区で大きな差はなかった。

Q21(2) あなたは、「東京アメッシュ」をどのぐらいの頻度で利用されていますか？夏場の晴れている時、曇っている時、雨の時にけるそれぞれの利用回数について、お答えください。

ウ 雨の時にける1日の利用回数について、以下の選択肢の中から、該当するものを一つだけお選びください。（単一回答）

図表4-3-5 東京アメッシュの利用頻度（雨の時）

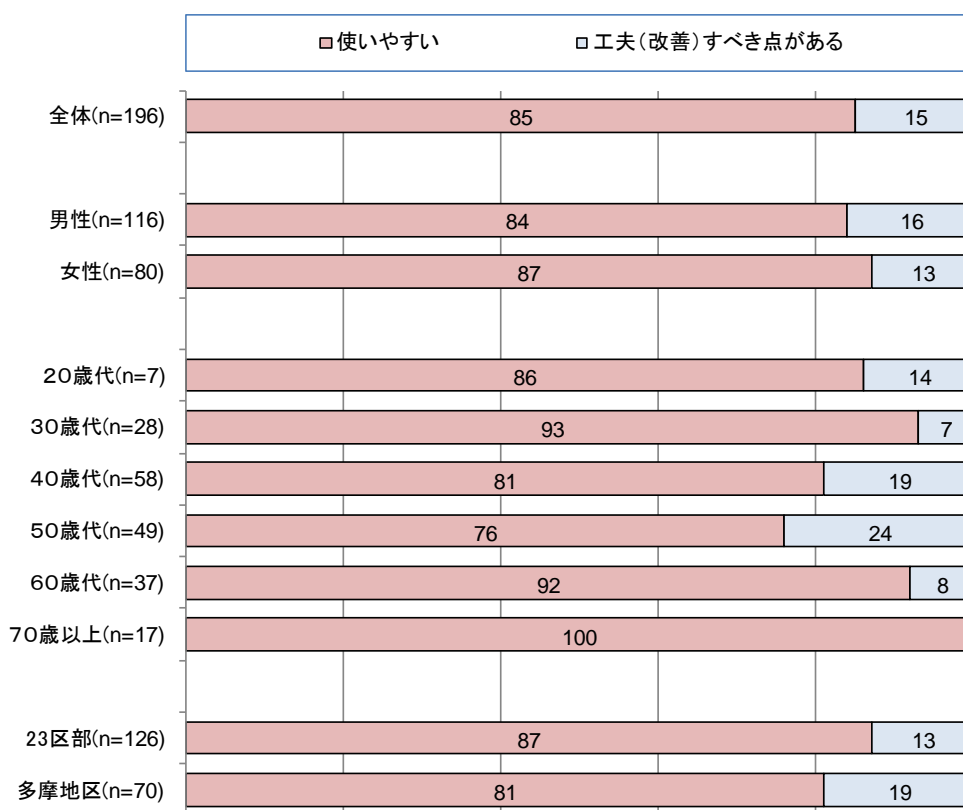


4.3.6 東京アメッシュの使いやすさ

- ◆ 東京アメッシュの使いやすさについて、「使いやすい」が85%、「工夫（改善）すべき点がある」が15%となった。
- ◆ 男女別にみると、「使いやすい」では男性が84%、女性が87%となり、男女で大きな差はなかった。
- ◆ 年代別にみると、「使いやすい」では30歳代が93%と最も高く、次いで60歳代が92%、40歳代が81%となり、どの年代においても、「使いやすい」との評価を得た。（※母数が少ないため、20歳代・70歳以上を除く）
- ◆ 地区別にみると、「使いやすい」では23区部が87%、多摩地区が81%と、23区部が多摩地区より6ポイント高い結果となった。

Q21（3）「東京アメッシュ」を利用した際、使いやすさはいかがでしたか？以下の選択肢の中から、該当するもの一つだけお選びください。（単一回答）

図表4-3-6 東京アメッシュの使いやすさ



4.3.7 東京アメッシュの使いやすかった点

- ◆ 東京アメッシュの使いやすかった点についての意見では、「見やすい」が69%と最も高く、次いで「操作がしやすい」「細かく雨の降り具合が表示される」が46%、「現在地表示ができる」が33%となった。
- ◆ 男女別にみると、「見やすい」では男性が73%、女性が64%と、男性が女性より9ポイント高い結果となった。また、男性では「操作がしやすい」が51%で、「見やすい」に次いで高いが、女性は「細かく雨の降り具合が表示される」が47%で、「見やすい」に次いで高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、「見やすい」では30歳代が92%と最も高く、次いで40歳代が68%、50歳代と60歳代が65%となった。（※母数が少ないため、20歳代を除く）
- ◆ 地区別にみると、「見やすい」では23区部が73%、多摩地区が63%で、23区部が多摩地区より10ポイント高い結果となった。また、多摩地区では「細かく雨の降り具合が表示される」が5割を超える結果となった。

Q21(4) 上記(3)で「1」を選択した人におたずねします。具体的に使いやすかった点について、以下の選択肢の中から、該当するものをいくつでもお選びください。（複数回答）

図表4-3-7 東京アメッシュの使いやすかった点

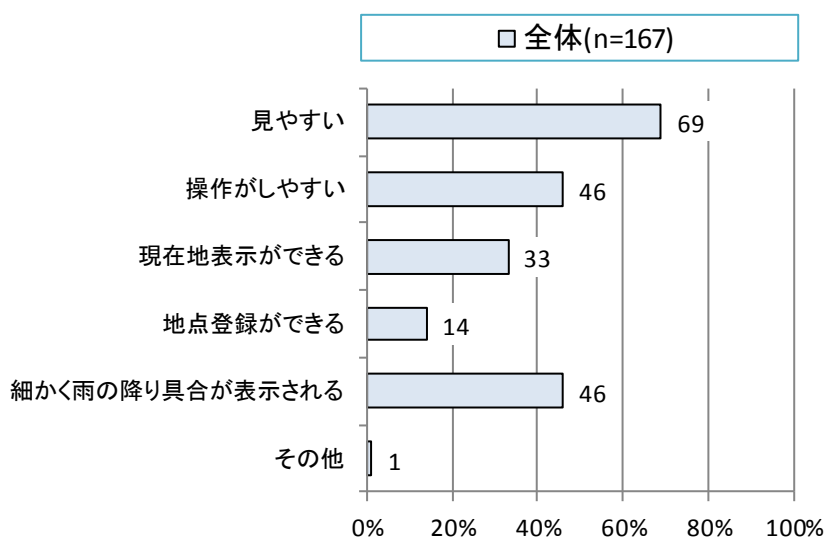
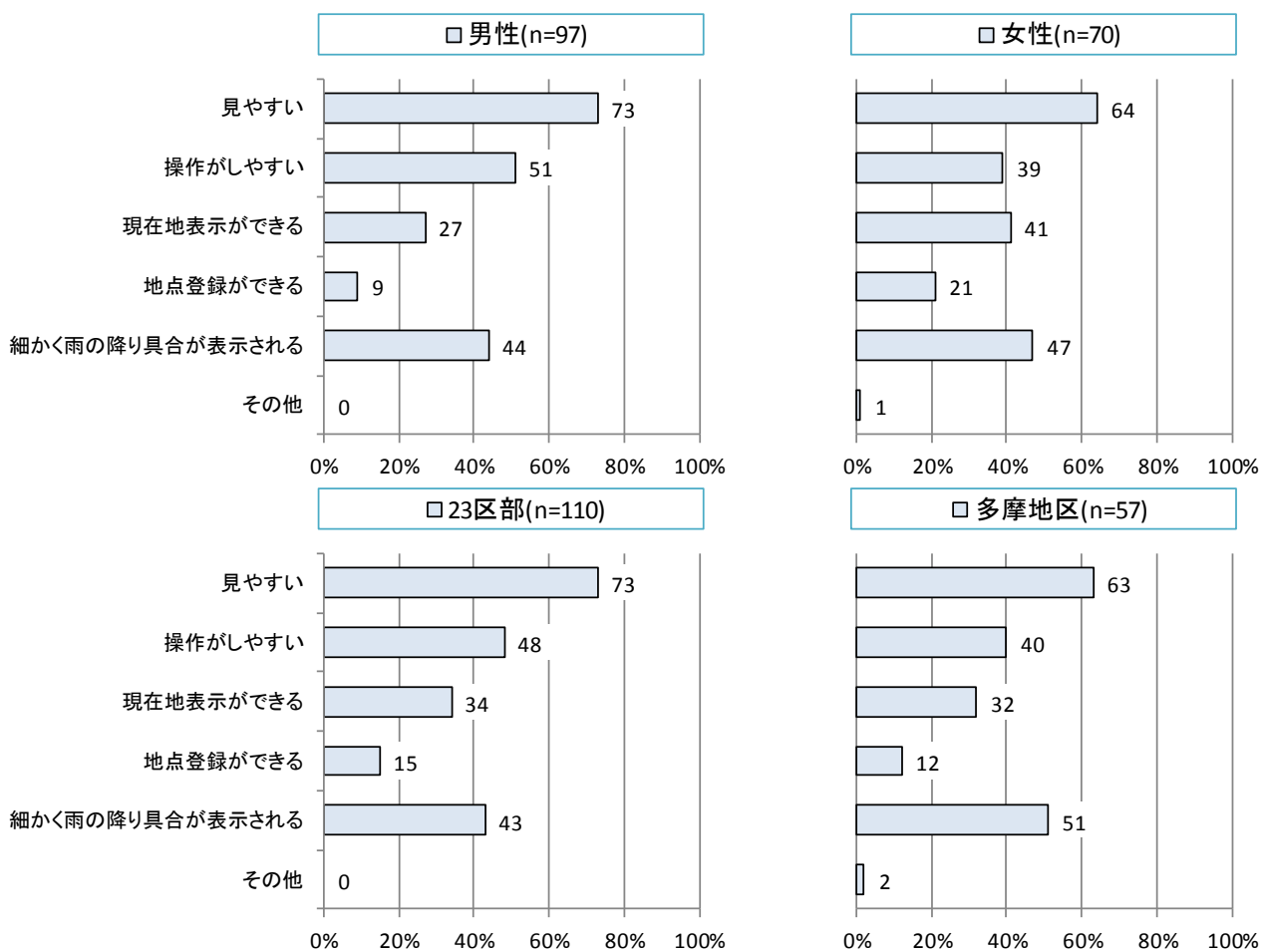


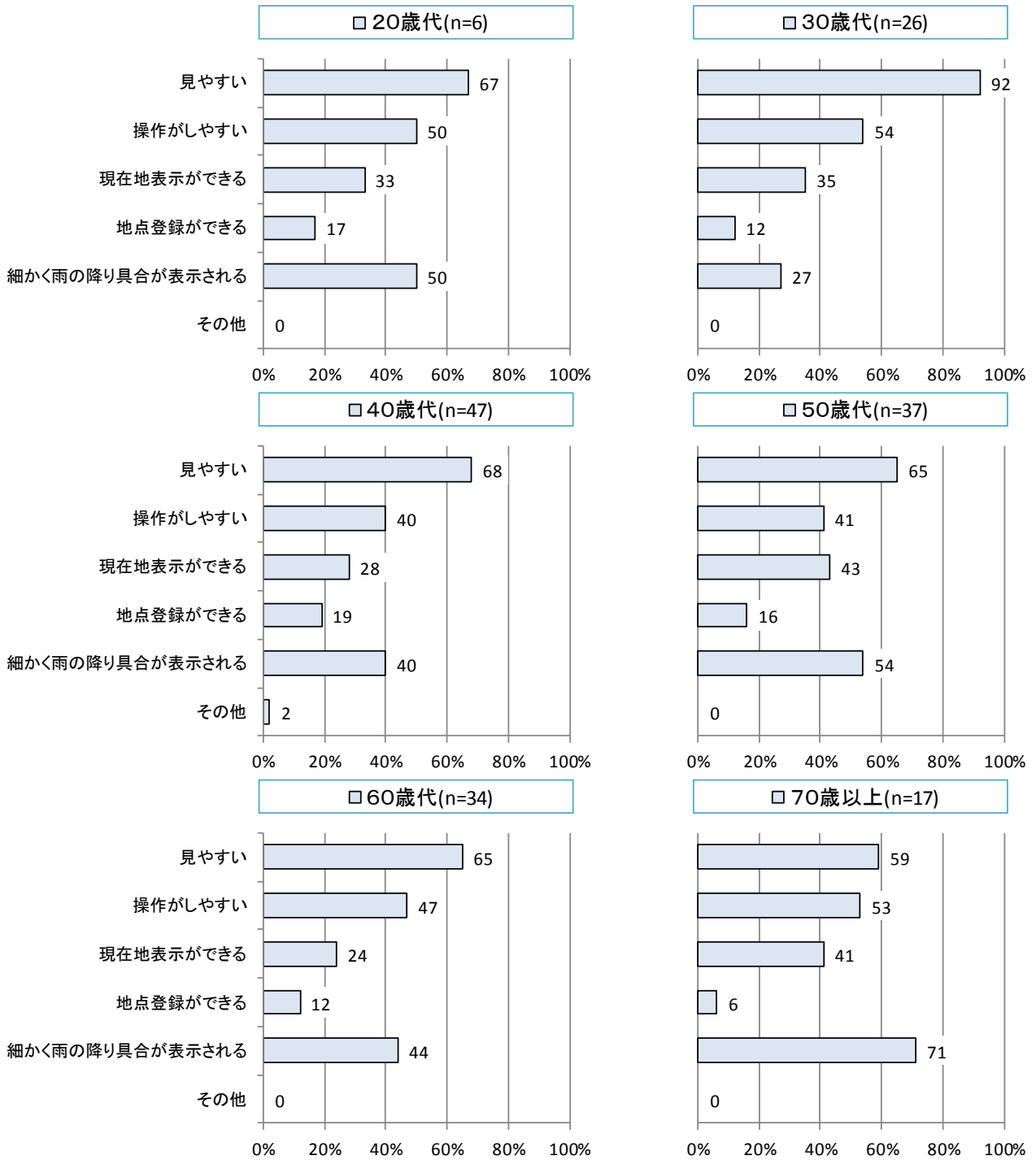
表4-3-7 東京アメッシュの使いやすかった点（その他）

No	その他(内容)	件数
1	リアルタイムに雨雲の動きがわかる	1
計		1

図表4-3-7-1 東京アメッシュの使いやすかった点（性別・地区別）



図表 4-3-7-2 東京アメッシュの使いやすかった点（年代別）

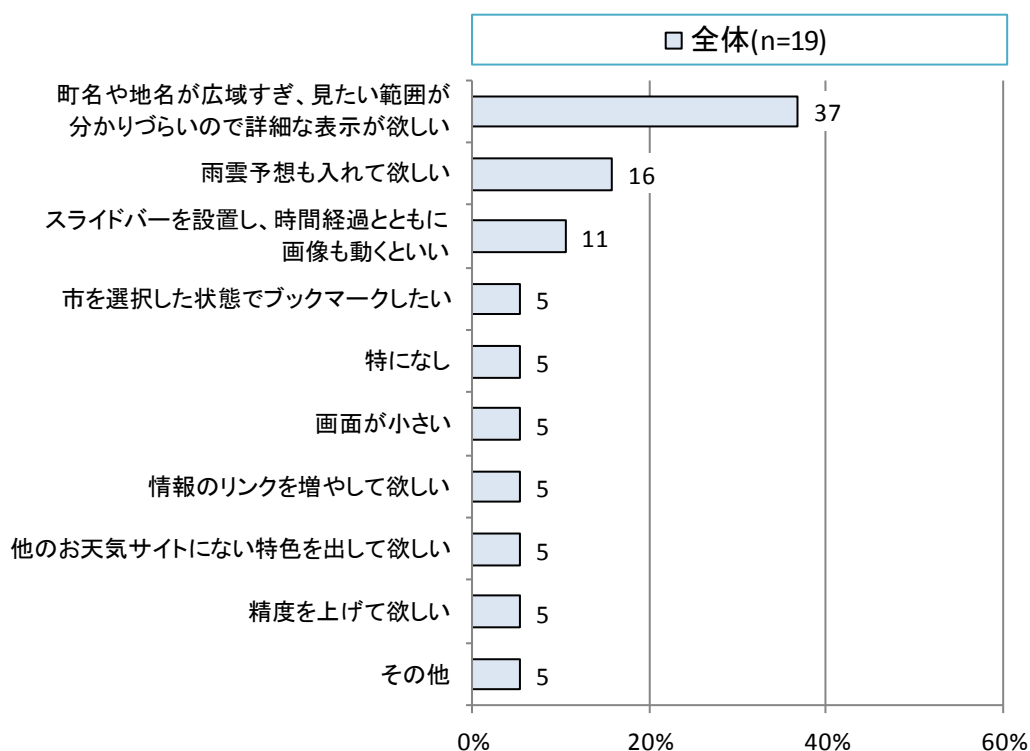


4.3.8 東京アメッシュの工夫すべき点

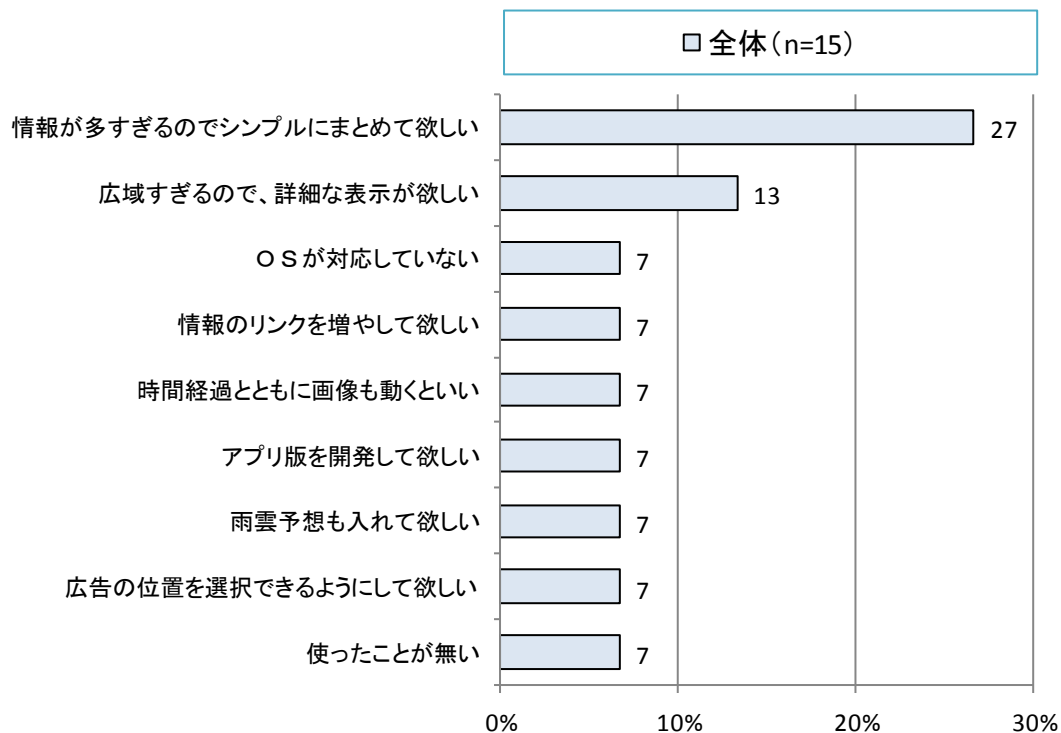
- ◆ 東京アメッシュの工夫すべき点について、【パソコン版】では、「町名や地名が広域すぎ、見たい範囲が分かりづらいので詳細な表示が欲しい」が37%と最も高く、次いで「雨雲予想も入れて欲しい」が16%となった。
- ◆ 【スマートフォン版】では、「情報が多すぎるのでシンプルにまとめて欲しい」が27%と最も高く、次いで「広域すぎるので、詳細な表示が欲しい」が13%となった。

Q21(5) 上記(3)で「2」を選択した人におたずねします。具体的に工夫や改善すべき点について、お聞かせください。(自由回答)

図表4-3-8-1 東京アメッシュの工夫すべき点【パソコン版】



図表 4-3-8-2 東京アメッシュの工夫すべき点【スマートフォン版】



【パソコン版】

- 市を選択した状態でブックマークしたい
 - ◇ 自分が住んでいる市を選択して使用することがほとんどなので、選択した状態でブックマークできるようにしてほしいです。（30歳代男性・多摩地区）
- 町名の表示や色合いを分かりやすくするなどして欲しい
 - ◇ 23区のように、多摩地区も市以外に町名も表示してほしい。（50歳代女性・多摩地区）
 - ◇ 各区の表示もできるが、もう少し地名を足す、色合いをわかりやすくするなど工夫してほしい。また、時間毎の変化画像を120分ではなく180分位にして動きをもう少し滑らかにしていただくとより見やすくなると思います。（50歳代男性・23区）
 - ◇ 地図を最大に拡大すると（23区東部→台東区）、区の境界線が表示されず、どこを見ているのかわからなくなります。（40歳代女性・23区）
- 画面が小さい
 - ◇ もう少し大きな画面で見られるといい。（50歳代男性・23区）
- 時間経過とともに画像も動くといい
 - ◇ 時間のバーを動かすと画像も動くようになったらいいと思う。（40歳代女性・多摩地区）
 - ◇ スライドバーを設置し時系列でスムーズに画像の遷移が見られるようにするべき。その際、描画方法は工夫しスムーズに画像が動くようにしなければならない。（40歳代男性・23区）

- 見たい範囲をすぐに表示できない
 - ◇ 見たい範囲をぱっと表示できない。 (30 歳代女性・23 区部)

- 広域すぎるので、詳細な表示が欲しい
 - ◇ もう少し見たい地域をアップで表示できるようにしてほしい。 (50 歳代男性・23 区部)
 - ◇ 範囲を広げてほしい。 (60 歳代男性・23 区部)

- 雨雲予想も入れて欲しい
 - ◇ 今後の予想される雨の降る地域を示してほしい。 (40 歳代男性・多摩地区)
 - ◇ Yahoo 天気のように、今後の予測をしてほしい。 (50 歳代男性・23 区部)
 - ◇ 過去から現在までの雨雲の動きよりも今現在からの予想図があるとよい。 (50 歳代男性・多摩地区)

【スマートフォン版】

- 画面が小さい・見づらい
 - ◇ 小さい画面でもう少し見やすい配慮をしてほしい。 (50 歳代男性・23 区)
 - ◇ もっと拡大して確認したいと毎回思う。広域すぎて厳密な予報確認ができず、これなら Yahoo の雨雲ズームレーダーでよいかなと思ってしまう。 (20 歳代女性・多摩地区)
 - ◇ もう少し見たい地域をアップで表示できるようにしてほしい。 (50 歳代男性・23 区)

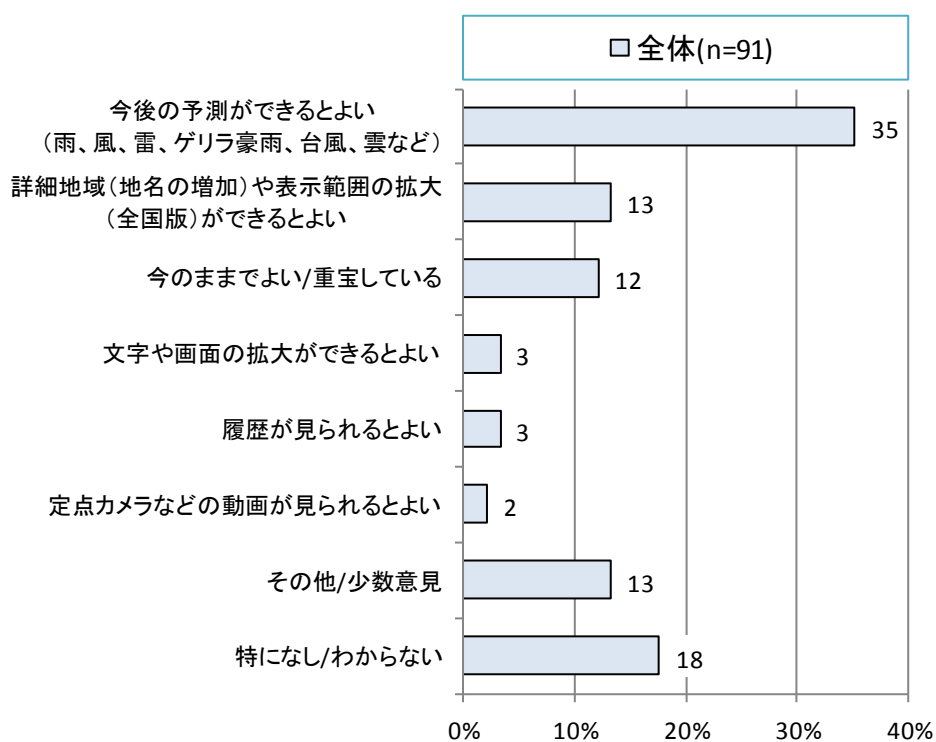
- 操作性について
 - ◇ 時間のバーを動かすと画像も動くようになったらいいと思う。 (40 歳代女性・多摩地区)
 - ◇ 他の天気アプリの方が操作性が良い気がする。 (40 歳代男性・23 区)

4.3.9 東京アメッシュの利便性の向上に良いと思われる情報や機能

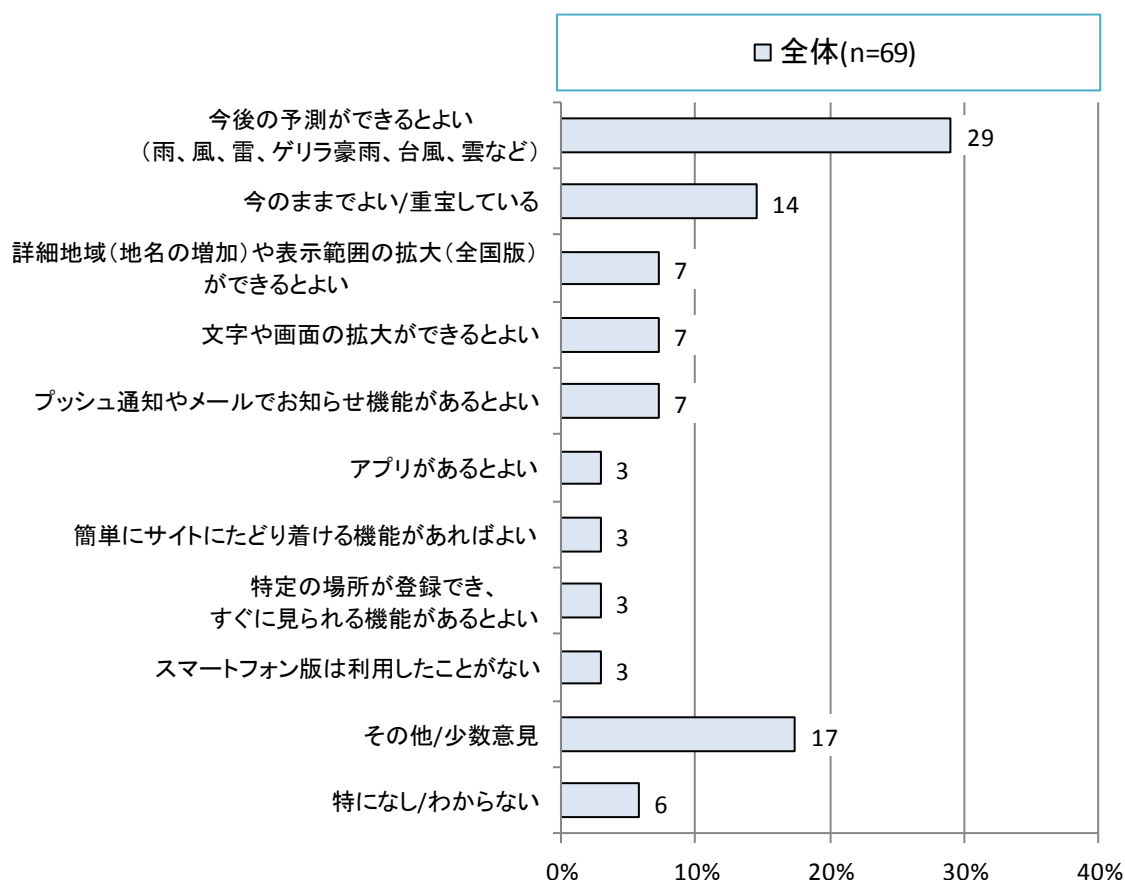
- ◆ 東京アメッシュの利便性の向上に良いと思われる情報や機能について、【パソコン版】では「今後の予測ができる」とよい（雨、風、雷、ゲリラ豪雨、台風、雲など）が35%と最も高く、次いで「詳細地域（地名の増加）や表示範囲の拡大（全国版）ができる」とよいが13%、「今のままでよい/重宝している」が12%となった。
- ◆ 【スマートフォン版】では、「今後の予測ができる」とよい（雨、風、雷、ゲリラ豪雨、台風、雲など）が29%と最も高く、次いで「今のままでよい/重宝している」が14%となった。

Q21（6）「東京アメッシュ」の利便性を向上させるため、あったら良いと思われる情報や機能がありますか？あなたの意見をお聞かせください。（自由回答）

図表4-3-9-1 東京アメッシュの利便性の向上に良いと思われる情報や機能【パソコン版】



図表4-3-9-2 東京アメッシュの利便性の向上に良いと思われる情報や機能
【スマートフォン版】



【パソコン版】

- 今後の予測ができるとうい(雨、風、雷、ゲリラ豪雨、台風、雲など)
 - ◇ より詳細なブロックでデータを表示して頂きたい。出来れば気象庁のデータの様に今後の予想データを示してほしい。(60歳代男性・多摩地区)
 - ◇ 気象庁のサイト等とリンクして短時間の降水予測が簡単に見られるようになればよいと思います。(60歳代男性・23区)
 - ◇ 台風進路状況をおおよそでもいいので知りたい。(40歳代男性・多摩地区)

- 詳細地域(地名の増加)や表示範囲の拡大(全国版)ができるとうい
 - ◇ 東京だけでなく全国版もあると旅行に行った時に便利だと思いました。が、それほど頻繁に旅行に行くわけではないので今の東京版で十分満足しております。(40歳代女性・多摩地区)
 - ◇ 通勤、通学ルート(交通機関のルート検索、時間、運賃などのような)をうちこめば、その区間の降雨状況が時間ごとに表示されるようになると、一目瞭然で便利である。(70歳以上女性・多摩地区)

- 今のままでよい/重宝している
 - ◇ あまり細かくなるのも、かえって見にくくなるので、今のままで充分。(70歳以上女性・23区)
 - ◇ 操作性も良く、地図画面もさくさく軽く動くので満足です。むしろ余りゴチャゴチャ機能を付ける必要はないと思いますが。(50歳代男性・23区)

◇ 現状で満足している。機能強化しようとするとなんらの費用が掛かると思われ現状でよいと思う。
(20 歳代男性・多摩地区)

➤ 文字や画面の拡大ができるとよい

◇ もう少し画面を拡大させられるともっと見やすくなると思う。(50 歳代男性・多摩地区)

➤ 履歴が見られるとよい

◇ 1 時間前より、もう少し前から見たい。(60 歳代男性・23 区)

➤ 定点カメラなどの動画が見られるとよい

◇ 居住区の 12 時間の降雨映像を動画で見る。(40 歳代女性・多摩地区)

【スマートフォン版】

➤ 今後の予測ができるとよい(雨、風、雷、ゲリラ豪雨、台風、雲など)

◇ レーダーだけの表示ではなく、これからの雨量はどうなのかが知りたい。(50 歳代女性・23 区)

◇ 10 分先くらいまでで良いので(ある程度確実性が担保される期間で良いので)、雨雲の動きを予測してくれると助かります。(20 歳代女性・23 区)

◇ 時間を入力して、予測を見れたら良いと思う。

(50 歳代女性・23 区)

➤ 今のままでよい/重宝している

◇ 情報を知りたい地点を登録できるのは良いと思った。(40 歳代女性・23 区)

◇ golf、山登り、行楽等スマホで知りたい情報が即座に入手できます、とても重宝してます。

(60 歳代男性・23 区)

➤ 詳細地域(地名の増加)や表示範囲の拡大(全国版)ができるとよい

◇ 東京都以外の近県の市境等の表示。(40 歳代男性・23 区)

➤ 文字や画面の拡大ができるとよい

◇ 拡大表示が出来ないので、PC 同様にしたいです。(50 歳代男性・多摩地区)

◇ GoogleAPI を使用した拡大縮小機能。(40 歳代男性・23 区)

➤ プッシュ通知やメールでお知らせ機能があるとよい

◇ 傘が必要かどうかの情報がすぐわかると思います。(40 歳代女性・多摩地区)

➤ 特定の場所が登録でき、すぐに見られる機能があるとよい

◇ 特定の場所(自宅とか勤務先)を登録して、すぐに見ることができるようにしてほしい。(50 歳代男性・23 区)

◇ 事前に登録した場所、もしくは現在居る場所を中心とした地図画面が出ると便利だと思います。

(60 歳代男性・23 区)

4.3.10 「東京アメッシュ」を利用していない理由

- ◆ 「東京アメッシュ」を利用していない理由について、「別の気象情報を使用している」が46%と最も多く、次いで「必要性がない」が21%、「活用方法がわからない」が9%となった。
- ◆ 男女別にみると、「別の気象情報を使用している」では男性が43%、女性が47%と、女性が男性より4ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、「別の気象情報を使用している」では50歳代が55%と最も高く、次いで40歳代が50%、30歳代が44%となった。一方、70歳以上では「必要性が無い」が38%と最も高い結果となった。（※母数が少ないため、20歳代を除く）
- ◆ 地区別にみると、「別の気象情報を使用している」では23区部が40%、多摩地区が52%と、多摩地区が23区部より12ポイント高い結果となった。

Q22(1) 上記Q20で、「2」及び「3」を選択した人におたずねします。

あなたは、なぜ、「東京アメッシュ」を利用しなくなった、又は、利用していないのですか？その理由を以下の選択肢の中から、該当するものを一つだけお選びください。（単一回答）

図表4-3-10 「東京アメッシュ」を利用していない理由

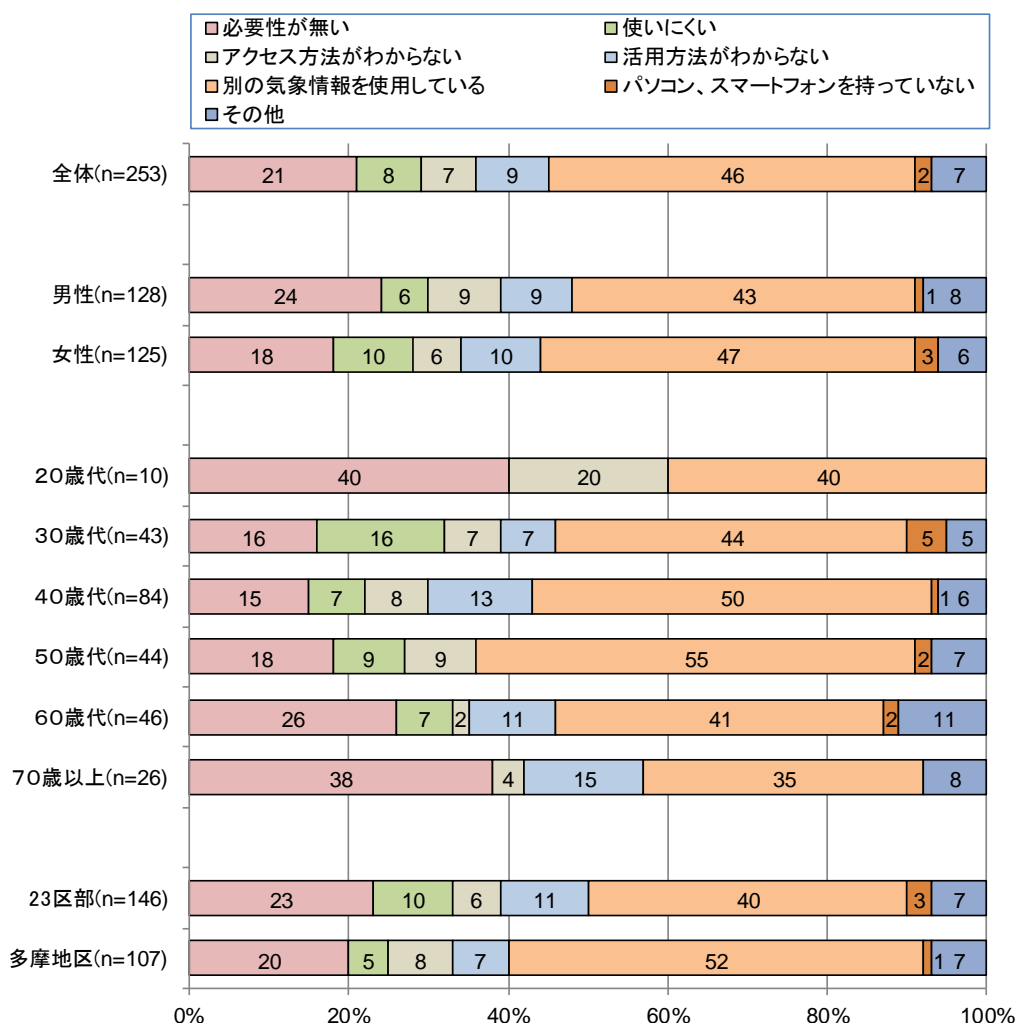


表4-3-10 「東京アメッシュ」を利用していない理由（その他）

No	その他(内容)	件数
1	他の天気サイトやアプリを使用している	4
2	テレビでの天気予報で足りている	4
3	大雨の被害が少ない地域に住んでいる、または危機意識がないから	2
4	先々の予報がないから	2
5	使い方がわからない	1
6	サイトの存在を知らなかった	1
7	そこまでの情報は必要ないから	3
8	忙しくて使うのを忘れていた	1
計		18

4.3.11 「東京アメッシュ」の必要な改善点

◆ (*件数が少なく全件表示の為、すべて同数となるのでコメント及びピックアップは割愛した)

Q22(2) 上記Q22(1)で、「2」を選択した人におたずねします。具体的に使いにくかったところや改善が必要なおところをお聞かせください。(自由回答)

表4-3-11-1 「東京アメッシュ」の必要な改善点【パソコン版】

No	自由回答(内容)	件数
1	時間の経過や見たい地域の操作が分かりにくかった	1
2	地図があまりにも大雑把すぎる。因気情報と切り離されており、シームレスでない。	1
3	せめて半日前あたりで早く雨が降る情報を知りたい。	1
4	似たようなサービスを他社で使用しているので、珍しさや便利さが際立たない。	1
5	見にくい	1
6	知りたい情報にたどり着くまで時間がかかり、その割に有益な情報ではなかった。	1
7	見てもよくわからない。普通の天気予報で十分である	1
8	拡大率も少ないですし、過去のデータを見られるだけになっています。むしろ、これからが知りたい。	1
9	わかりにくい。	1
計		9

表4-3-11-2 「東京アメッシュ」の必要な改善点【スマートフォン版】

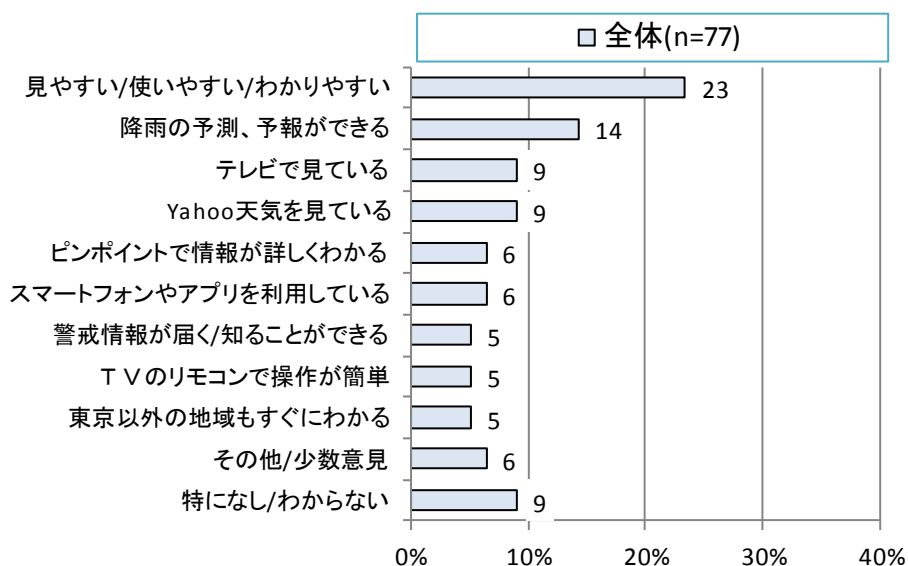
No	自由回答(内容)	件数
1	パソコン版と同様	1
2	似たようなサービスを他社で使用しているので、珍しさや便利さが際立たない。	1
3	アクセスするのが大変	1
4	自身の容量不足	1
5	登録地がよくわからず、そのままになってしまいました。もっとわかりやすい説明で、操作を簡単にしたいです。	1
6	情報が知りたい市町村の位置が分かりにくい。	1
7	以前の告知でインストールして利用できたのに、利用できなくなっている。無効になる理由がわからない。	1
8	スマホでは雨かしら?というアプリを使っています。 雨かしらは今現在の天気だけでなく1時間後までの雨の動きが分かるので出掛けるときや出先で天気が崩れたときにどのくらい待てば雨が過ぎるのかなど重宝しています。 アメッシュでそのような使い方をする方法が見つけれなかったため、雨かしらを使うようになりました。	1
9	わかりにくい。	1
10	動きが遅い	1
計		10

4.3.12 気象情報についての意見

- ◆ 気象情報についての意見では、「見やすい/使いやすい/わかりやすい」が 23%と最も高く、次いで「降雨の予測、予報ができる」が 14%、「テレビで見ている」「Yahoo 天気を見ている」が 9%となった。

Q 2 2 (5) 上記 Q 2 2 (1) で、「5」を選択した人におたずねします。お使いになっている気象情報の使いやすい点や便利な機能がありましたら、お聞かせください。(自由回答)

図表 4 - 3 - 1 2 気象情報についての意見



【気象情報についての意見】

- 見やすい/使いやすい/わかりやすい
 - ◇ 1時間ごとの天気わかる。使いやすい。機能が分かりやすい。見やすい。(40歳代男性・多摩地区)
- 降雨の予測、予報ができる
 - ◇ ピンポイントで、6時間後くらいまでの雨雲予想が出来て便利。(50歳代女性・多摩地区)
- テレビで見ている
 - ◇ TVの気象情報を利用しているが、各TV局で頻繁にやっているのもそれで足りている。(70歳以上男性・23区)
 - ◇ NHKのニュースはテレビを観ながら気象情報も検索できて便利。本当に危機を感じたときはアメッシュを利用したいと思う。(40歳代女性・多摩地区)
- Yahoo 天気を見ている
 - ◇ ヤフーからすぐに見ることができるのでアクセスしやすいこと。(40歳代男性・多摩地区)

- ピンポイントで情報が詳しくわかる
 - ◇ 自分の居住地域の天気がピンポイントでわかる。 (40 歳代女性・23 区)

- スマートフォンやアプリを利用している
 - ◇ スマホで検索画面を開くと、自動的に表示されている。 (40 歳代女性・23 区)

- 警戒情報が届く/知ることができる
 - ◇ 自分の住んでいる地域を登録しておく、雨量が多くなりそうな時は、事前にお知らせを通知してくれるところ。 (40 歳代女性・23 区)

- TVのリモコンで操作が簡単
 - ◇ データ放送でボタン一つで操作できるから。 (50 歳代男性・23 区)

- 東京以外の地域もすぐにわかる
 - ◇ 地区登録が複数できることや、1時間おきの降雨量、気温などが一覧できる。(20 歳代女性・多摩地区)