



下水道モニター 令和元年度 第3回アンケート結果

東京都下水道局では、様々な事業を行っています。

第3回アンケートでは、東京都下水道局の広報活動や『油・断・快適！下水道』キャンペーン、「東京アメッシュ」の情報などに関してご意見や評価を伺いました。

この報告書は、その結果をまとめたものです。

- ◆ 実施期間 令和元年 10月18日(金)～31日(木) 14日間
- ◆ 対象者 東京都下水道局「平成31年度下水道モニター」
※東京都在住20歳以上の男女個人
- ◆ 回答者数 470名
- ◆ 調査方法 ウェブ形式による自記式アンケート

I 結果の概要

II 回答者属性

III 集計結果

- 1 東京都下水道局の広報活動について
 - ・ホームページの閲覧について
 - ・「ニュース東京の下水道」について
- 2 「油・断・快適！下水道」について
 - ・キャンペーンについて
 - ・使った油の処理について
 - ・「ダイエットレシピ」について
- 3 「東京アメッシュ」について

I 結果の概要

1 東京都下水道局の広報活動について

- ・ ホームページの閲覧について
 - 東京都下水道局のホームページを週1回以上見る方の割合は7%。月に2,3回の方は33%。年代が上がるほど見る方の割合は高くなる傾向にあった。
 - 閲覧した記事について、「イベント、虹の下水道館の情報」が60%と最も高く、次いで「施設見学」が55%、「東京アメッシュ」が54%となった。
- ・ 広報誌「ニュース東京の下水道」について
 - 「見たことがない」と回答した方の割合は46%と高く、年代が下がるほど「見たことがない」の割合は上がる傾向にあった。見たことがある方では「公共施設の窓口」や「下水道局ホームページ」の割合が21%であった。
 - 閲覧者を増やすための対策について、「掲載内容を変える」の中では「イベント情報」、「震災対策」、「下水道料金について」の記事を上げる方が多かった。

2 「油・断・快適！下水道」について

- ・ キャンペーンについて
 - キャンペーンの認知度は「下水道モニターになる前から知っていた」割合は24%と低く、年代が下がるほど「知らなかった」方の割合は高まる傾向にあった。
 - チラシを見た感想では、「油を含んだ排水を流すと環境にどのような影響を及ぼすかがわかった」方が69%、「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」方が47%おり、チラシによる学習効果が高いことが分かった。
 - キャンペーンに対する意見では、マスコミの利用など積極的に宣伝すべきとの意見が多かった。
- ・ 使った油の処理について
 - 揚げ物料理後の油の処理方法では「紙や布にしみ込ませて「燃やすゴミ」として出している」方が59%、「市販の凝固剤で固めてゴミに出している」方が25%と多くの方は適切に知りされているが、「そのまま流している」方も3%いた。
 - 油で汚れたお皿やお鍋を洗う方法については「いつも拭き取ってから洗っている」方が46%、「時々拭き取って洗っている」方が33%の結果だったが、経年比較で見ると昨年度から減少している。そのまま流している方の理由で、「油を分解する洗剤を使っているから」を挙げた方が19%おり、今後も更なるPRが必要であることが分かった。
- ・ 「ダイエットレシピ」について
 - 認知度は9%とかなり低い結果で経年比較でも減少傾向にあることが分かった。

3 「東京アメッシュ」について

- 「利用している」方の割合は49%であった。天気の悪い時ほど閲覧回数が増える傾向にあることが分かった。
- 使いやすさについて、「工夫（改善）すべき点がある」の割合が24%あった。
- 「使いやすい」の割合は76%で、30歳代が83%で最も高く、次いで70歳以上が80%と、どの年代でも高い評価となった。

II 回答者属性

第3回モニターアンケートは、令和元年10月18日（金）から10月31日（木）までの14日間で実施した。その結果、470名の方から回答があった。（回答率67.0%）

■ 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	回答者中の割合
男性	236	325	72.6%	50.2%
女性	234	376	62.2%	49.8%
合計	470	701	67.0%	100.0%

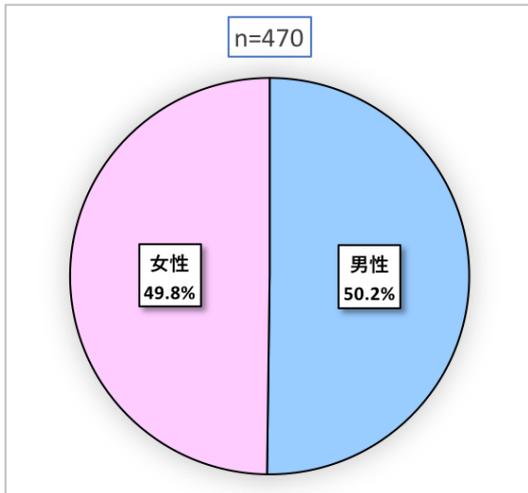
年代	回答者数	モニター数	回答率	回答者中の割合
20歳代	16	36	44.4%	3.4%
30歳代	74	131	56.5%	15.7%
40歳代	129	196	65.8%	27.4%
50歳代	100	146	68.5%	21.3%
60歳代	85	122	69.7%	18.1%
70歳以上	66	70	94.3%	14.0%
合計	470	701	67.0%	100.0%

地域	回答者数	モニター数	回答率	回答者中の割合
23区	244	364	67.0%	51.9%
多摩地区	226	337	67.1%	48.1%
合計	470	701	67.0%	100.0%

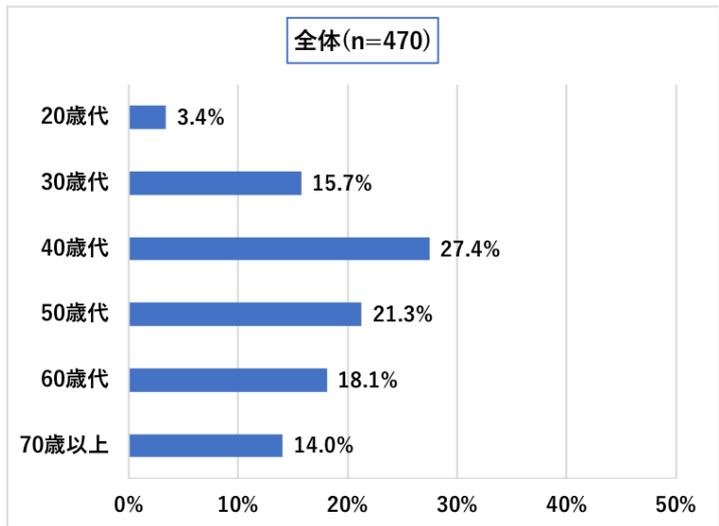
職業	回答者数	モニター数	回答率	回答者中の割合
会社員	182	271	67.2%	38.7%
自営業	29	49	59.2%	6.2%
学生	2	8	25.0%	0.4%
私立学校教員・塾講師	5	8	62.5%	1.1%
パート	56	86	65.1%	11.9%
アルバイト	12	15	80.0%	2.6%
専業主婦	84	139	60.4%	17.9%
無職	86	106	81.1%	18.3%
その他	14	19	73.7%	3.0%
合計	470	701	67.0%	100.0%

■ 回答者属性別グラフ

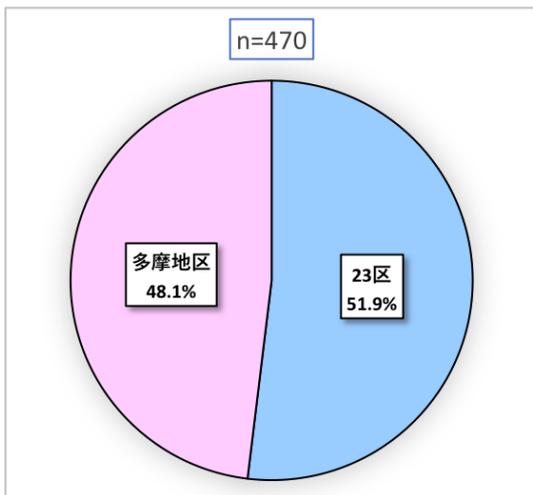
<性別>



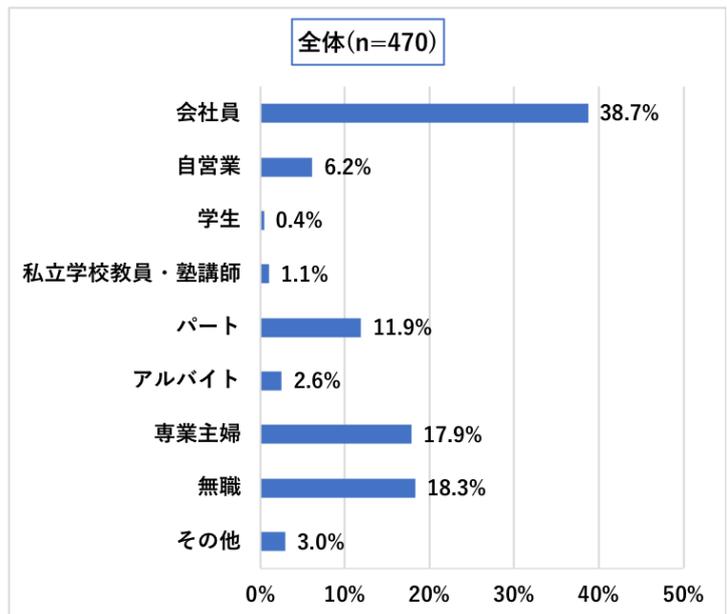
<年代別>



<地区別>



<職業別>



Ⅲ 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。

3.1 東京都下水道局の広報活動について

3.1.1 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の割合について、「ほとんど見ない（月に1回以下）」が50.3%と最も高かった。一方、「よく見る（週に1回以上）」と「たまに見る（月に2、3回）」を合わせた『見る』は40.6%で、約4割と低い結果となった。
- ◆ 男女別にみると、『見る』では、女性の30.8%に対し男性は50.4%と19.6ポイント高く、男性の方が当局ホームページへの関心が高い傾向が見られた。
- ◆ 年代別にみると、『見る』の割合は年齢が高くなるにつれ高くなる傾向が見られ、70歳以上では65.2%と6割を超えていた。
- ◆ 地区別にみると、『見る』では23区部が39.3%、多摩地区が42.0%となり、23区部の方が多摩地区より2.7ポイント高い結果となった。

Q5 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）

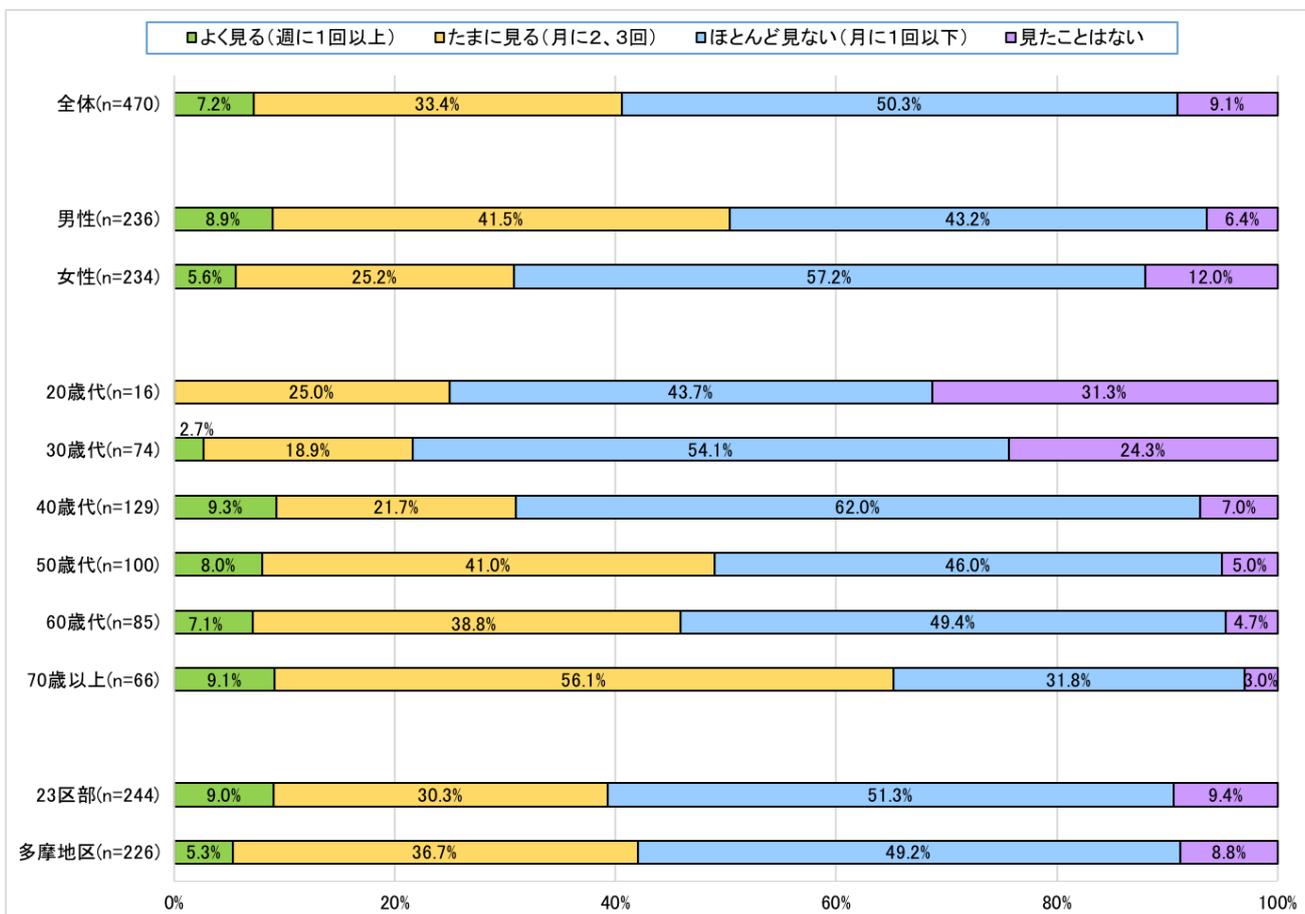


図3-1-1 東京都下水道局のホームページを閲覧する頻度

3.1.2 東京都下水道局のホームページで閲覧した記事

- ◆ 東京都下水道局のホームページを閲覧した記事について、「イベント、虹の下水道館の情報」が 60.2%と最も高く、次いで「施設見学」が 55.0%、「東京アメッシュ」が 53.9%となった。
- ◆ 男女別にみると、男性では「施設見学」が 62.2%となり、女性の 43.1%に比べ 19.1ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、20歳代では「イベント、虹の下水道館の情報」が 100%、30歳代では「東京アメッシュ」が 93.8%、70歳以上では「施設見学」が 81.4%と年代によって興味をひかれる記事に大きな違いがあることがわかった。
- ◆ 地区別にみると、23区部では「東京アメッシュ」が 61.5%、多摩地区では「イベント、虹の下水道館の情報」が 64.2%と最も高い結果となった。

Q6 上記Q5で「1. よく見る（週に1回以上）、2. たまに見る（月に2、3回）」を選択され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のどのような記事をご覧になりましたか。該当する選択肢をお選びください。（複数回答）

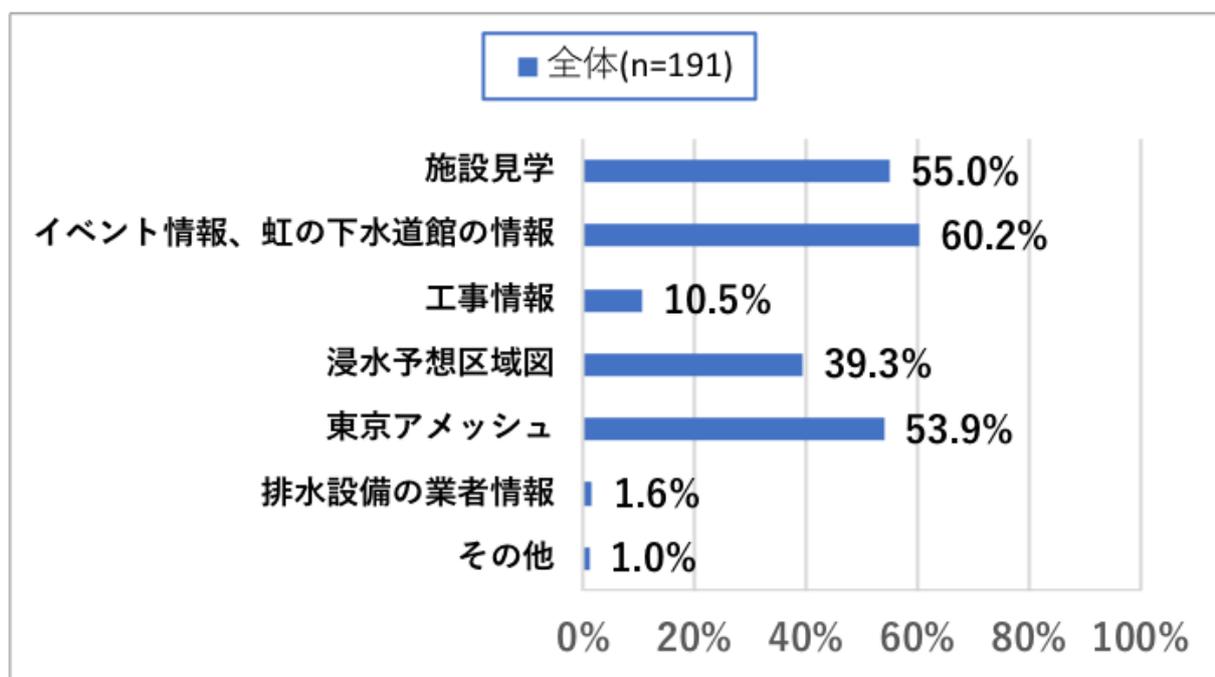


図3-1-2 東京都下水道局のホームページで閲覧した記事

No	その他（内容）	件数
1	アメッシュ活用しています。正確で地域の「雨」状況がわかるのでとても便利です。	1
2	マンホールカード	1
計		2

図3-1-2 東京都下水道局のホームページで閲覧した記事（その他）

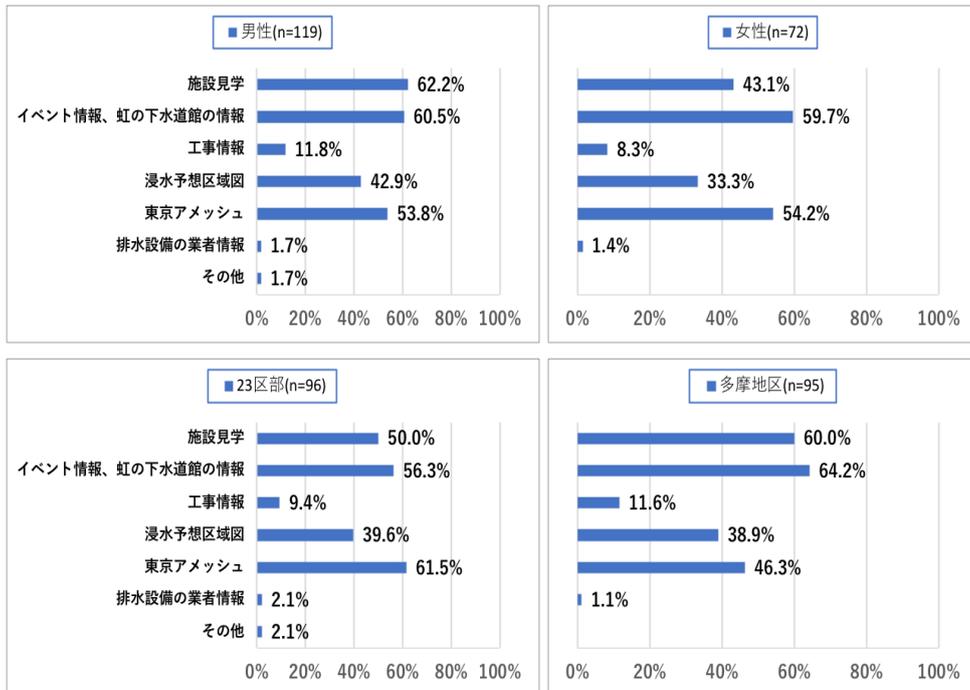


図 3-1-2-1 東京都下水道局のホームページで閲覧した記事（性別・地区別）

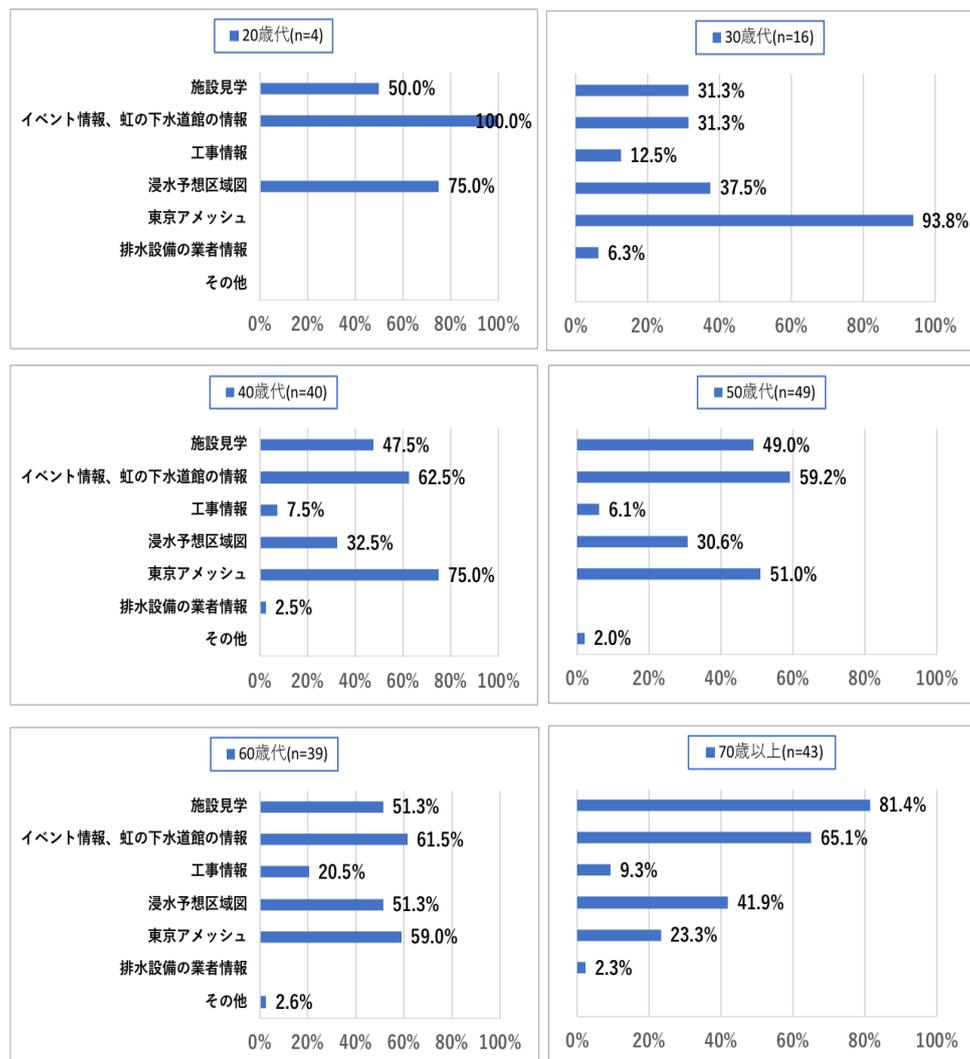


図 3-1-2-2 東京都下水道局のホームページで閲覧した記事（年代別）

3.1.3 「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46.2%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」「下水道局ホームページ」の割合が共に21.3%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、ほとんどの年代で「下水道局ホームページ」が最も高い割合となった。
- ◆ 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20.5%、多摩地区で22.1%、「下水道局ホームページ」でも23区部が20.5%、多摩地区が22.1%と、地区による大きな差は見られなかった。

Q7 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）

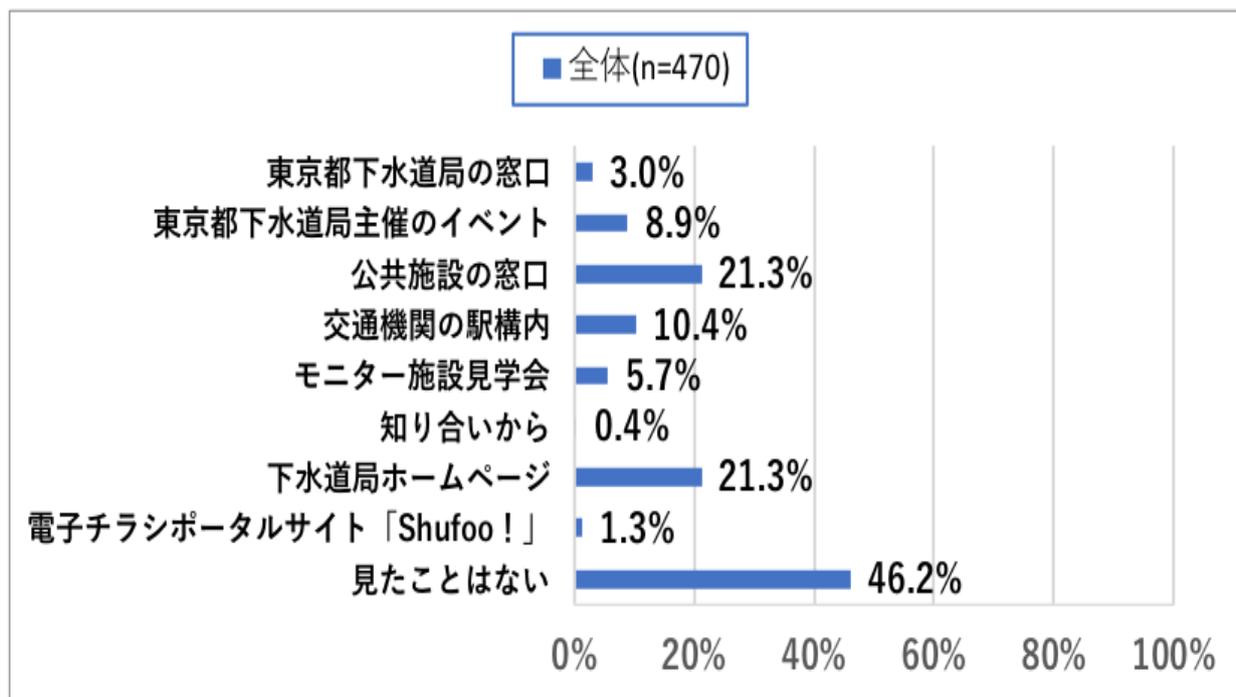


図3-1-3 「ニュース東京の下水道」の閲覧経験と入手方法

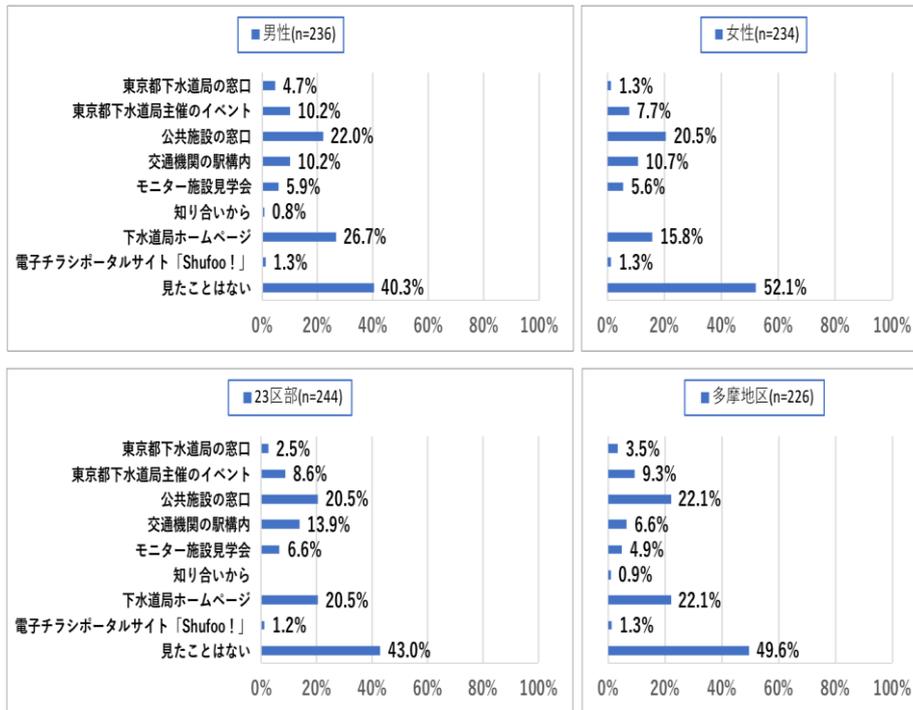


図 3-1-3-1 「ニュース東京の下水道」の閲覧経験と入手方法（性別・地区別）

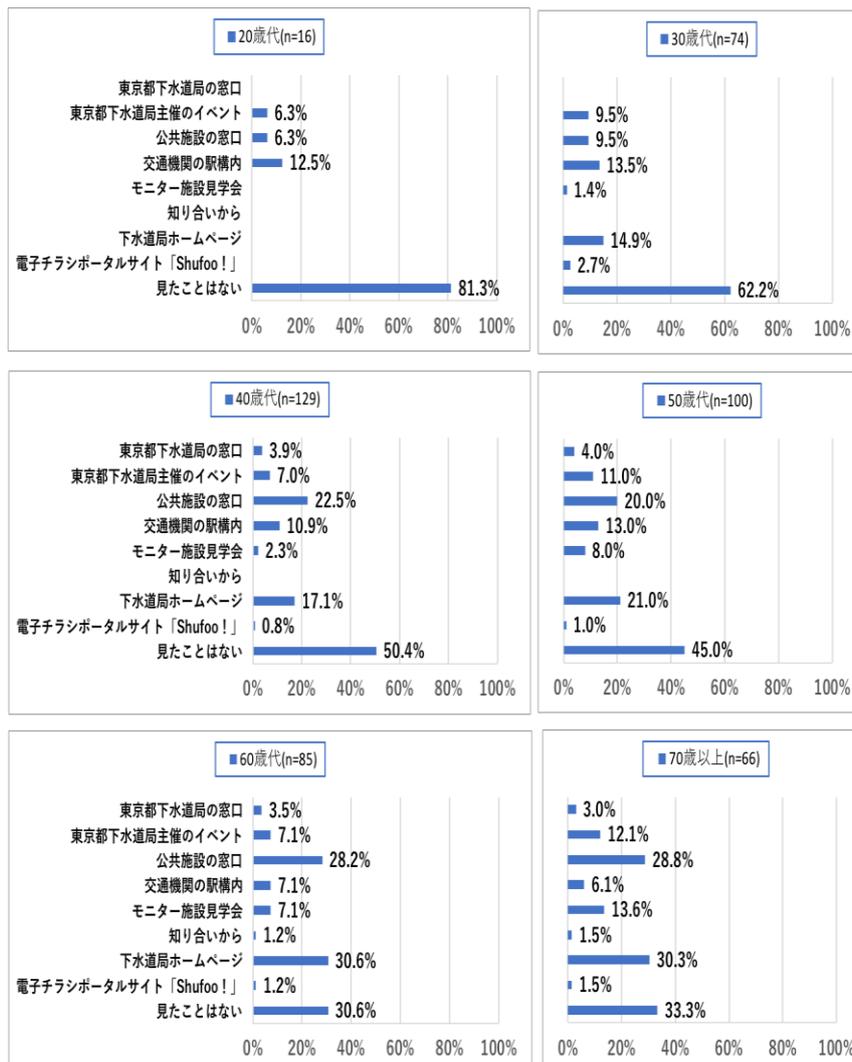


図 3-1-3-2 「ニュース東京の下水道」の閲覧経験と入手方法（年代別）

3.1.4 「ニュース東京の下水道」をより多くの方にご覧いただくための対策

- ◆ 「ニュース東京の下水道」をより多くの方にご覧いただくための対策では、「配布場所を増やす」が53.6%と最も高い割合を示し、次いで「電子配信などの提供媒体を多様化する」が38.9%となった。
- ◆ 男女別にみると、選択された対策の傾向に男女間で大きな違いは見られなかった。しかし項目別に見ると、「配布場所を増やす」では女性が男性に比べ5.6ポイント高かった。一方、「発行回数を増やす」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」では男性の方がそれぞれ6.3、8.7ポイント高い結果となり、女性では外出先で入手可能な手段が、男性では自宅でも入手可能な手段が好まれる傾向が見られた。
- ◆ 年代別にみると、「配布場所を増やす」対策はほぼすべての年代において過半数を超える結果となった。年代が下がると「電子配信などの提供媒体を多様化する」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、「電子配信などの提供媒体を多様化する」では多摩地区が23区部に比べ5.9ポイント高い結果となった。

Q8 「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思いますか。該当する選択肢をお選びください。（複数回答）

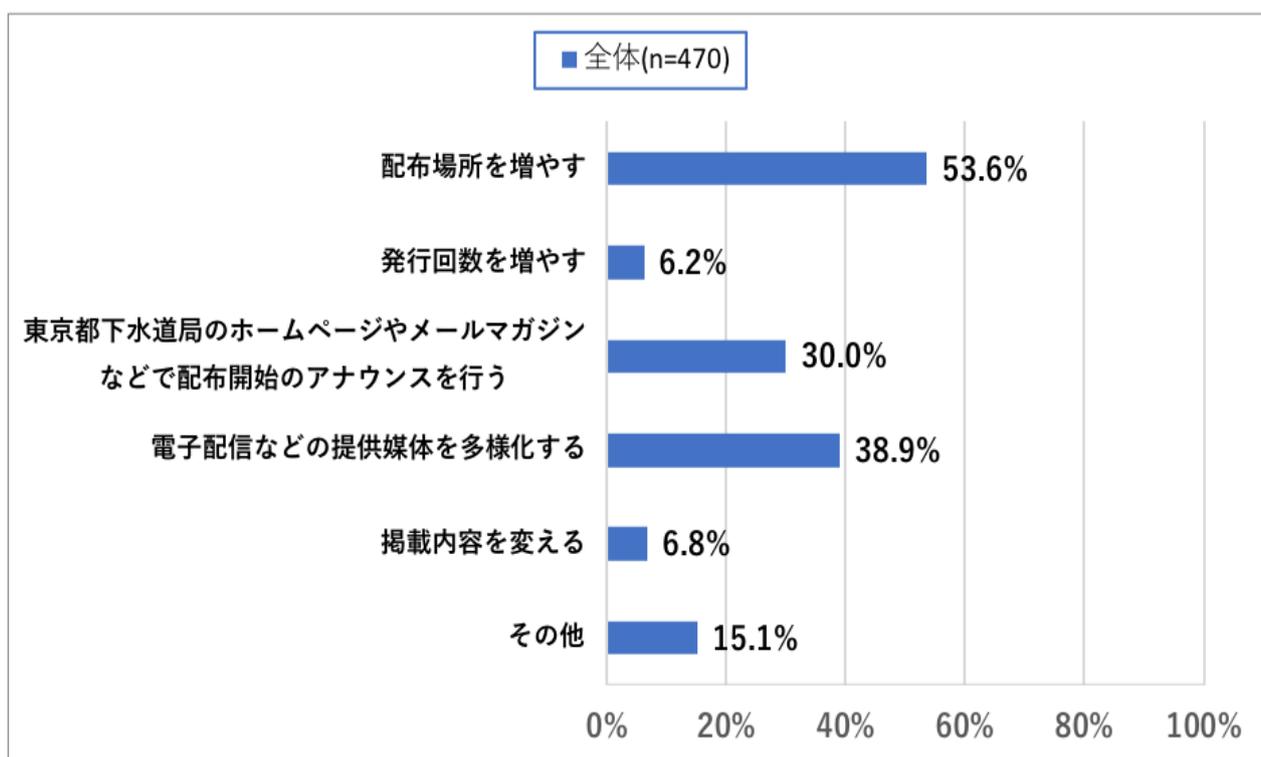


図3-1-4 「ニュース東京の下水道」をより多くの方々に閲覧いただくための対策

No	その他（内容）	件数
1	イベント等で周知、配布	4
2	テレビ等で取り上げてもらう	4
3	新聞の折り込みに入れる	18
4	ポスティング	4
5	インターネット、SNS 等を利用する	5
6	都などの広報誌に掲載したり、中に折り込む	6
7	内容の充実	7
8	配布場所の工夫	13
9	学校などで子供を通じて配布する	1
10	特典を増やす	2
11	電車内のビジョンや広告で宣伝する	3
12	目立つようにする	2
13	検針票の裏に案内を載せる	1
14	不要	1
計		71

表 3-1-4 「ニュース東京の下水道」をより多くの方に閲覧いただくための対策（その他）

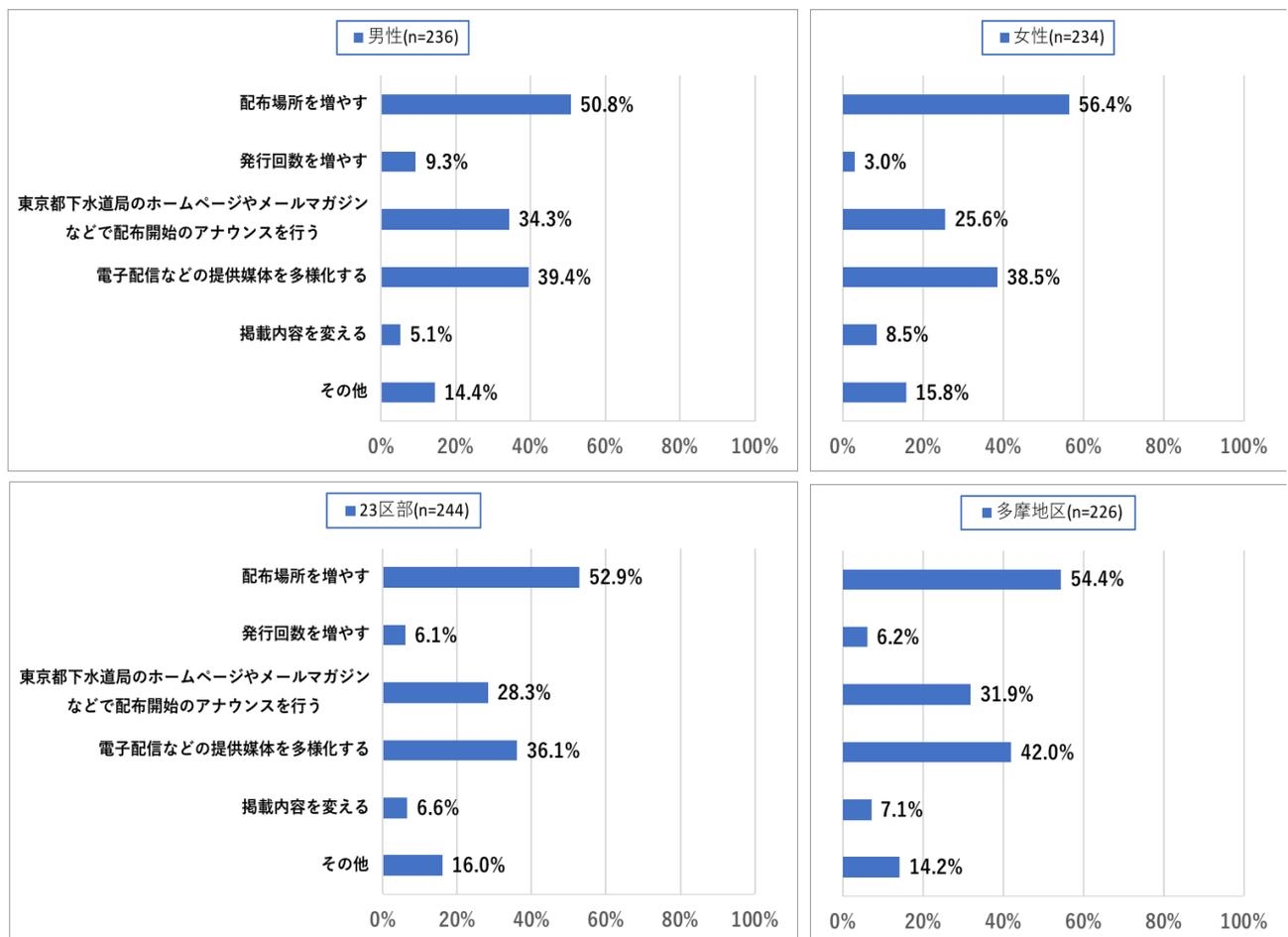


図 3-1-4-1 「ニュース東京の下水道」をより多くの方に閲覧いただくための対策（性別・地区別）

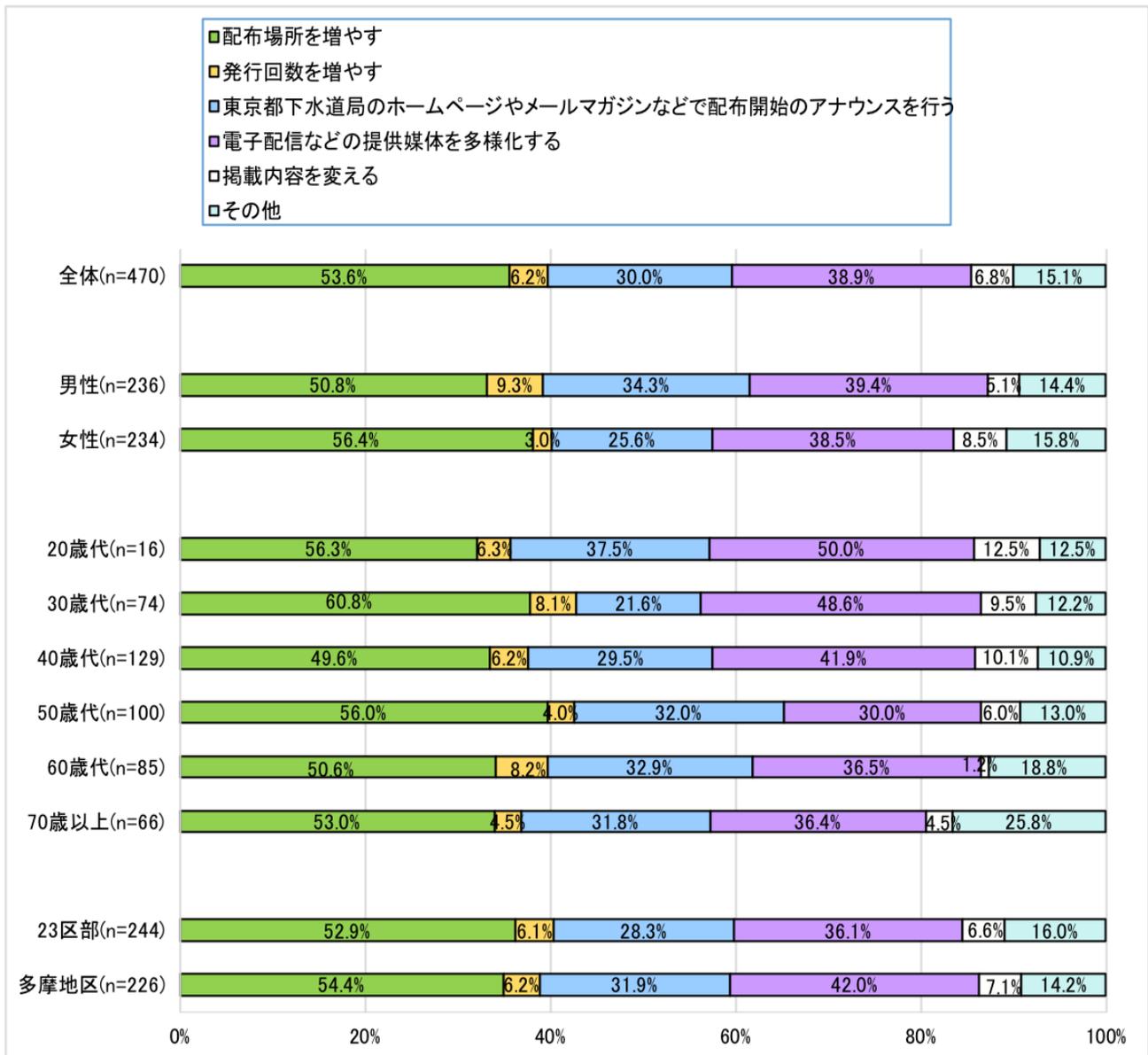


図3-1-4-2 「ニュース東京の下水道」をより多くの方に関覧いただくための対策（年代別）

※横軸は、選択肢ごとの割合の合計を100%とした時の、各選択肢の割合
 グラフ内の数字は、選択肢ごとの割合

3.1.5 「ニュース東京の下水道」をより多くの方にご覧いただくための記事

- ◆ 前の問いで「掲載内容を変える」を選択された方にたずねた、「ニュース東京の下水道」をより多くの方にご覧いただくための記事では、「震災対策」「イベント情報」が共に 59.4%と最も高い割合を示し、次いで「下水道料金について」が 43.8%となった。
- ◆ 男女別にみると、「イベント情報」では女性が男性に比べ 55 ポイント高く、大きな差がみられた。一方、男性では「震災対策」が 66.7%と最も高い結果となった。「震災対策」は女性でも 55.0%と高く、近年多発する災害により「震災対策」についての関心が高まっていることがわかった。
- ◆ 地区別にみると、23 区部に比べ多摩地区がほぼ全ての選択肢で高い結果となり、「ニュース東京の下水道」に対する関心が高いことがわかった。

Q9 上記Q8で「5. 掲載内容を変える」を選択された方におたずねします。
 そのような記事が掲載されていると「ニュース東京の下水道」をご覧になりたいと思いますか。該当する選択肢をお選びください。（複数回答）

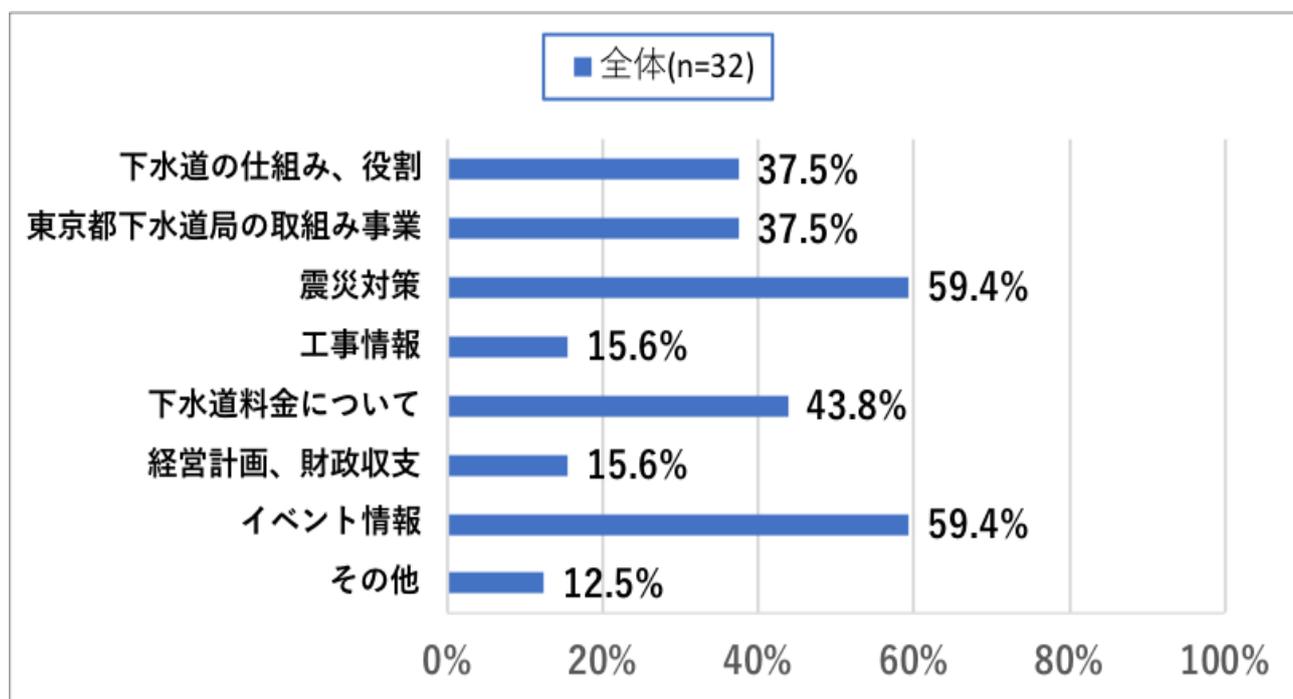


図3-1-5 「ニュース東京の下水道」をより多くの方にご覧いただくための記事

No	その他（内容）	件数
1	お得な情報、閲覧でポイントが貯まる	1
2	民営化について、どうなっているのか。	1
3	興味を持たれる内容	1
4	震災以外の災害対策	1
計		4

図3-1-5 「ニュース東京の下水道」をより多くの方にご覧いただくための記事（その他）

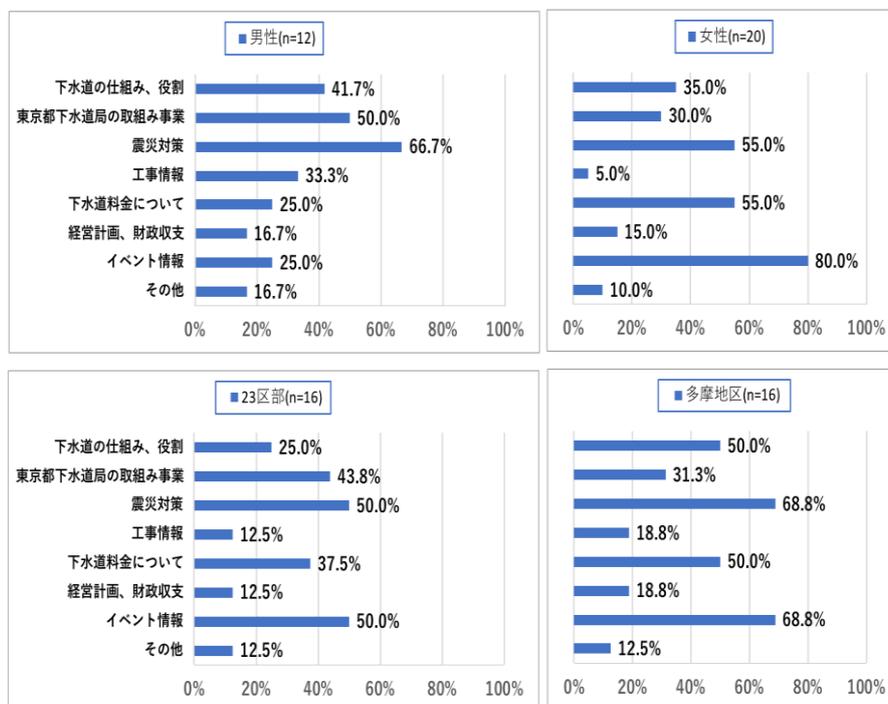


図3-1-5-1 「ニュース東京の下水道」をより多くの方にご覧いただくための記事（性別・地区別）

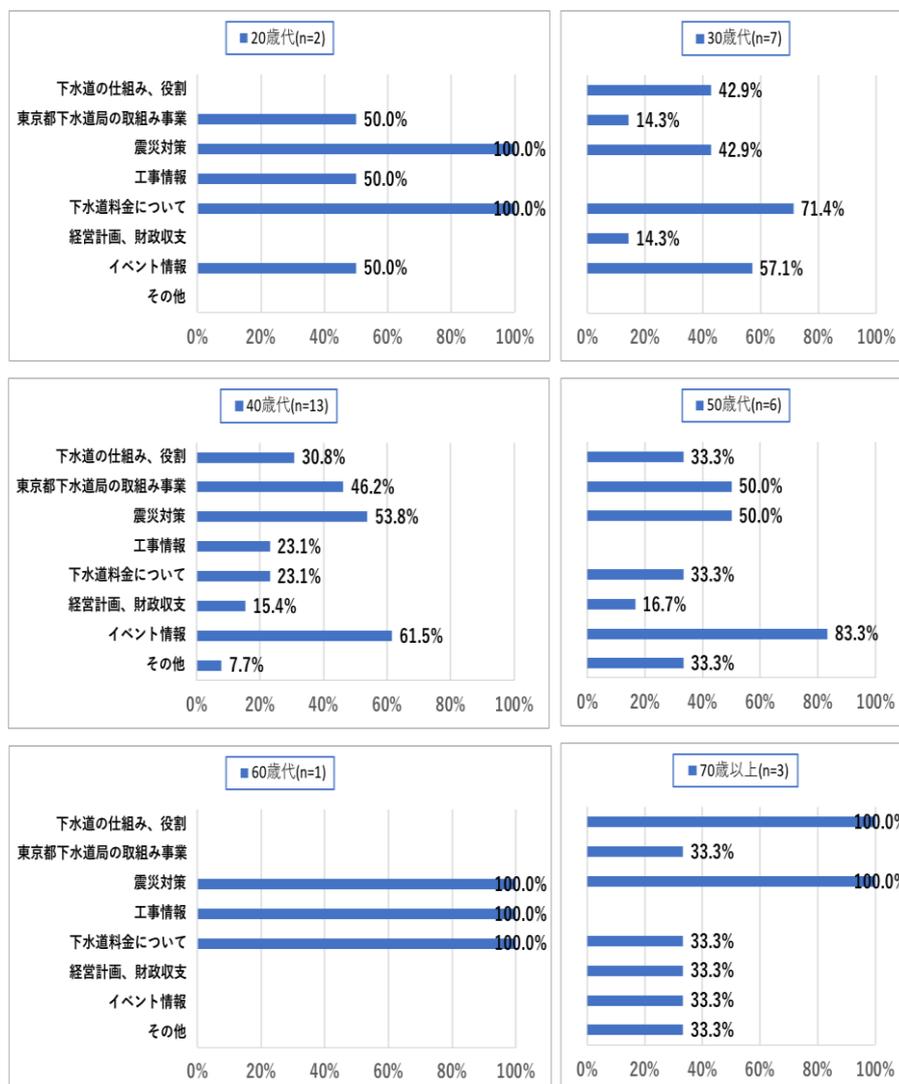


図3-1-5-2 「ニュース東京の下水道」をより多くの方にご覧いただくための記事（年代別）

3.2 『油・断・快適！下水道』キャンペーンについて

3.2.1 『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」は24.3%と低かった。一方、「知らなかった」の中で、「下水道モニターになってから知った」の割合は33.6%で「下水道モニターになる前から知っていた」の割合より高く、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る前から知っていた」では、男性が26.3%、女性が22.2%と、男性が女性より4.1ポイント高い結果となった。これまで『油・断・快適！下水道キャンペーン』は、スーパーマーケットなど主婦層が多く集まる場所での開催が多かったが、女性に比べ男性の認知度の方が高かった。
 - ◆ 年代別にみると、「知らなかった」方の割合は年代が下がるほど高まる傾向があり、20歳代が75.0%で最も高かった。一方、年代が上がるとともに「下水道モニターになる前から知っていた」方の割合は高くなっており、本キャンペーンの認知度を向上するためには、若い世代へのPRが課題であると考えられた。
 - ◆ 23区部、多摩地区共に、「下水道モニターになる前から知っていた」よりも「下水道モニターになってから知った」の割合が高く、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と考えられた。
-

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である『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）

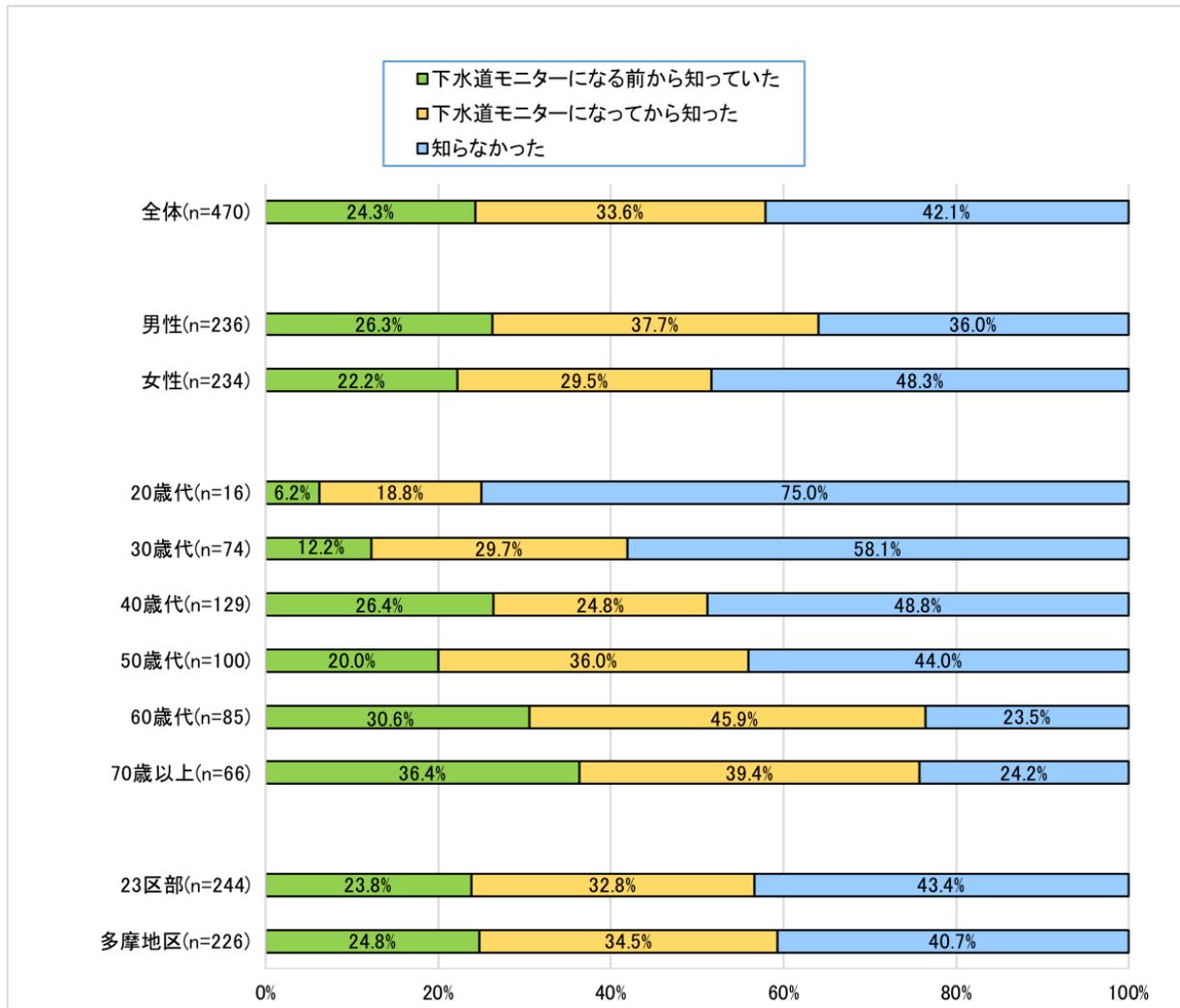


図3-2-1-1 『油・断・快適！下水道』キャンペーンの認知度

【経年比較】

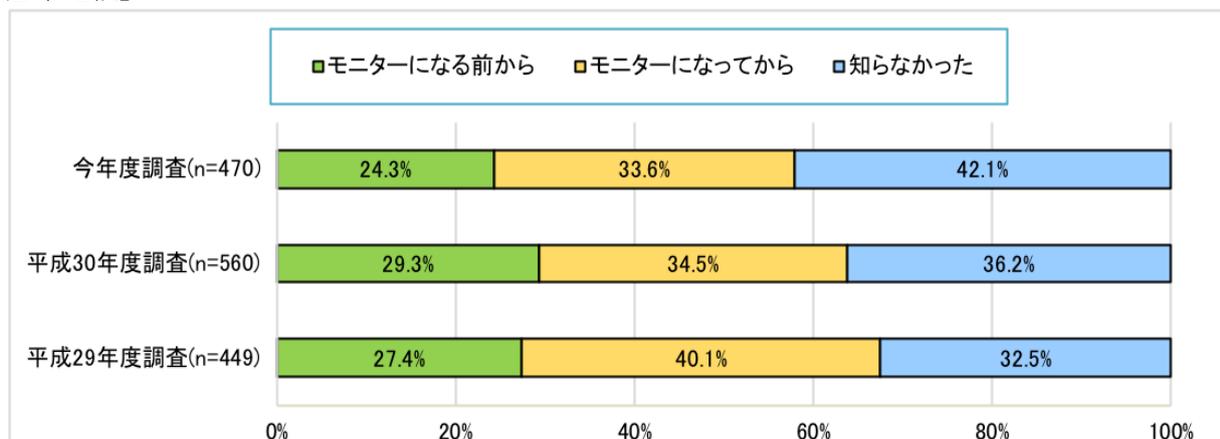


図3-2-1-2 『油・断・快適！下水道』キャンペーンの認知度（経年比較）

3.2.2 『油・断・快適！下水道キャンペーン』の認知経路

- ◆ 『油・断・快適！下水道キャンペーン』の認知経路について、「広報東京都」での告知が70.6%と最も高く、次いで「区市町村の広報誌での告知」が22.4%となり、各種広報誌で認識された方が多かった。
- ◆ 男女別にみると、「区市町村の広報誌での告知」では、男性が25.2%、女性が19.0%と男性が女性より6.2ポイント高い結果となったが、「広報東京都」での告知では男女差はあまりなかった。
- ◆ 年代別にみると、「広報東京都」での告知では70歳以上が約80.0%と最も高く、次いで50歳代の76.8%と、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73.2%、多摩地区が67.9%と23区部が多摩地区より5.3ポイント高い結果となった。

Q11 上記Q10で、「1. 下水道モニターになる前から知っていた、2. 下水道モニターになってから知った」を選択された方におたずねします。

『油・断・快適！下水道キャンペーン』の実施期間中、あなたはどちらでこのキャンペーンの取組をお知りになりましたか。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)

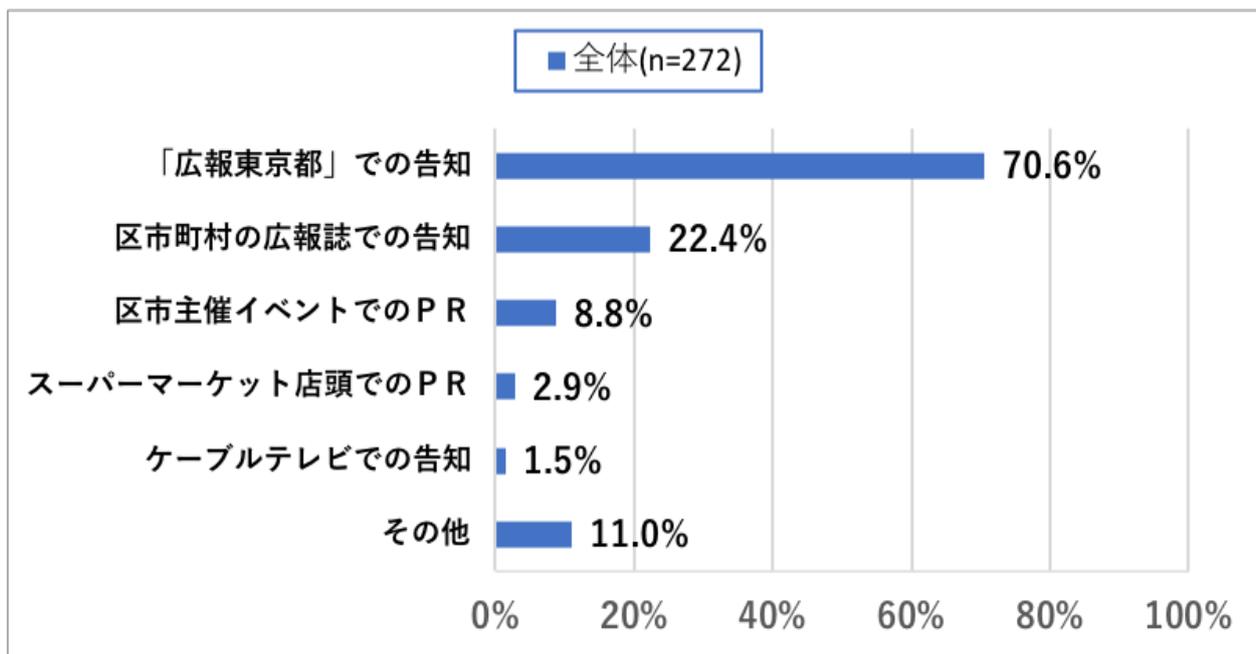


図3-2-2 『油・断・快適！下水道キャンペーン』での取組

No	その他（内容）	件数
1	施設見学会	7
2	インターネット	2
3	イベント	3
4	テレビ番組	2
5	下水道局のHP、メールマガジン	3
6	下水道モニター	4
7	東京アメッシュ	1
8	電車の吊り広告	1
9	駅前の電光掲示板	1
10	覚えていない	5
11	マンションの組合	1
計		30

表3-2-2 『油・断・快適！下水道キャンペーン』での取組（その他）

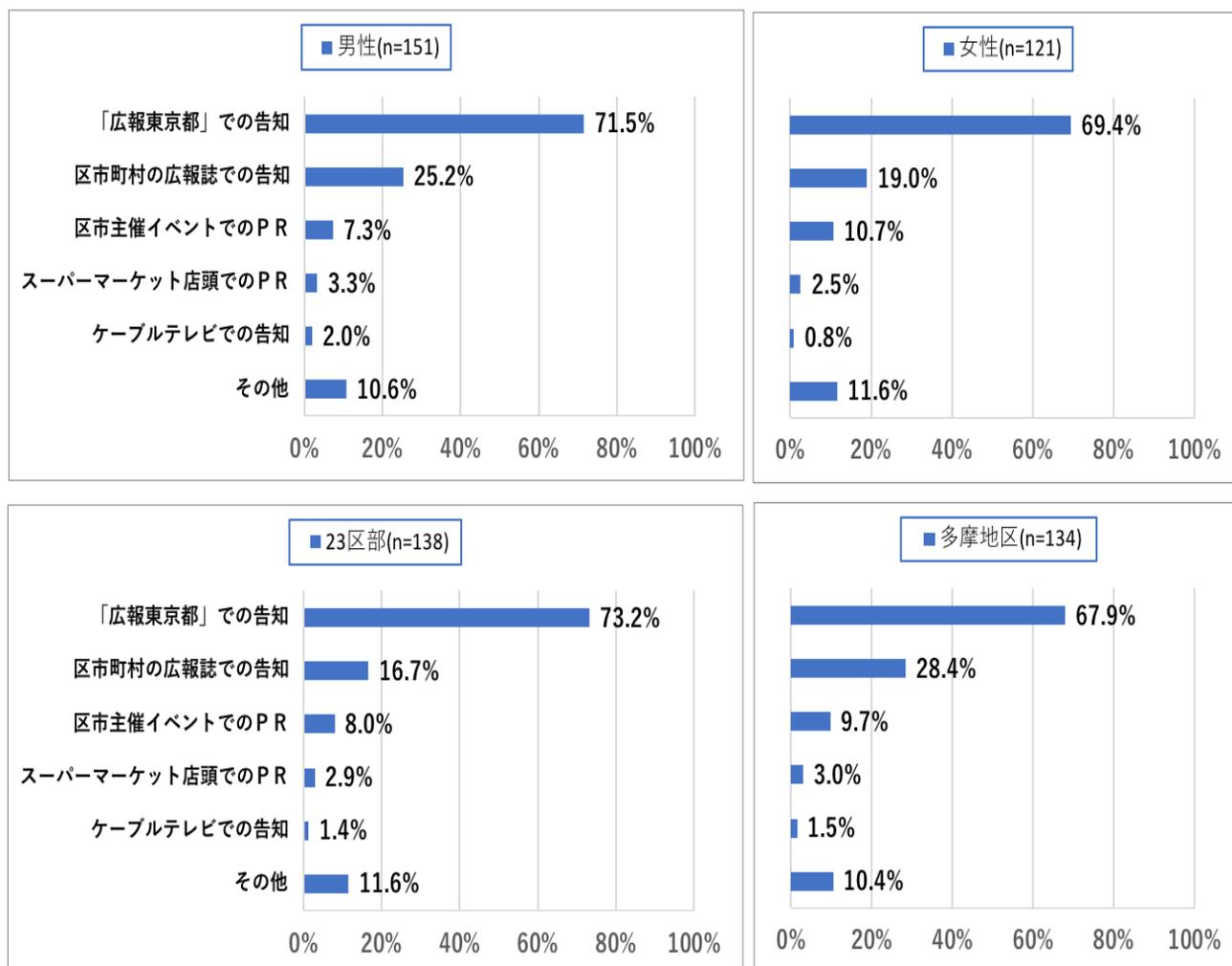


図3-2-2-1 『油・断・快適！下水道キャンペーン』での取組（性別・地区別）

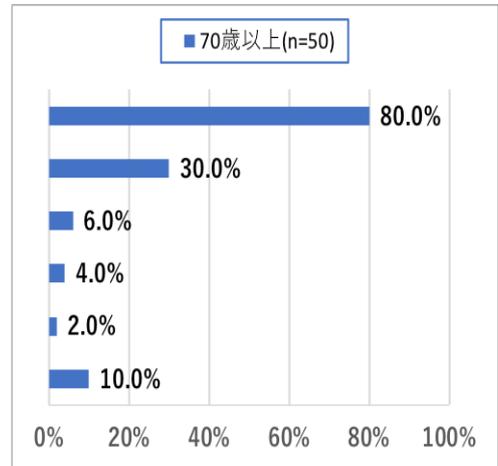
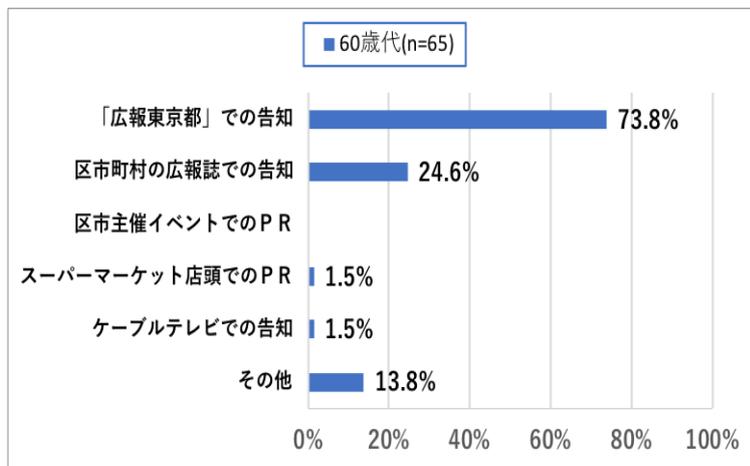
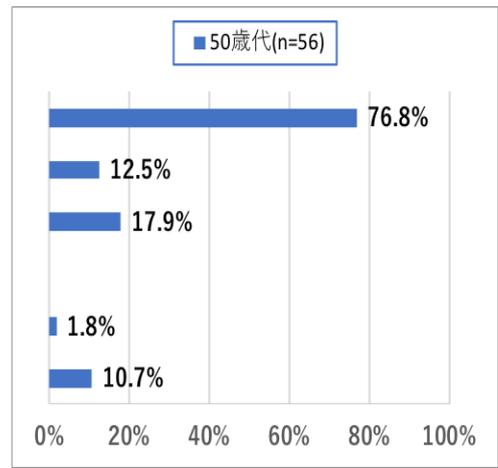
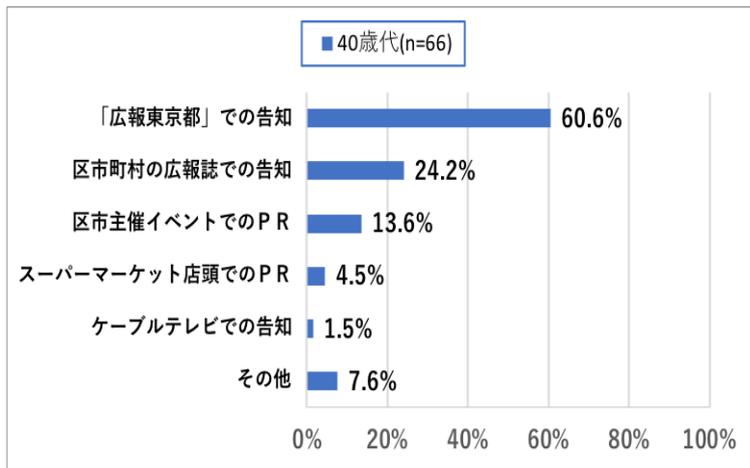
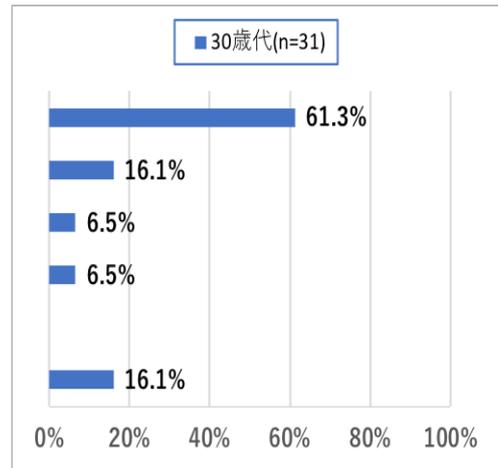
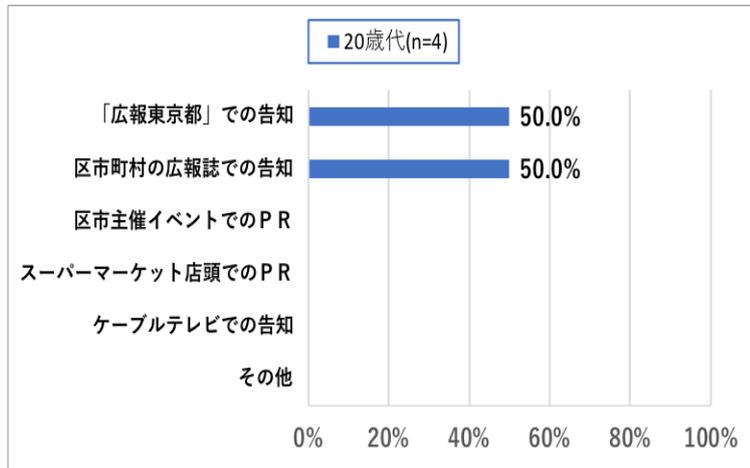


図3-2-2-2 『油・断・快適！下水道キャンペーン』での取組（年代別）

3.2.3 『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、「区市町村の広報誌での告知」が53.0%と最も高く、次いで、「広報東京都」での告知」が52.6%となった。
- ◆ 男女別にみると、男性では「広報東京都」での告知」の割合が最も高かったのに対し、女性では「区市町村の広報誌での告知」「スーパーマーケット店頭でのPR」の割合が高く、男女間で差が見られたが、両者ともに「ケーブルテレビでの告知」は有効とは考えられていないことがわかった。
- ◆ 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55.7%、多摩地区が49.1%と、23区部が多摩地区より6.6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42.6%、多摩地区が64.2%と、多摩地区が23区部より21.6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」の効果が大きいことがわかった。
- ◆ 経年比較でみると、今年度調査は、平成30年度と比べて大きな変化は見られなかった。

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）

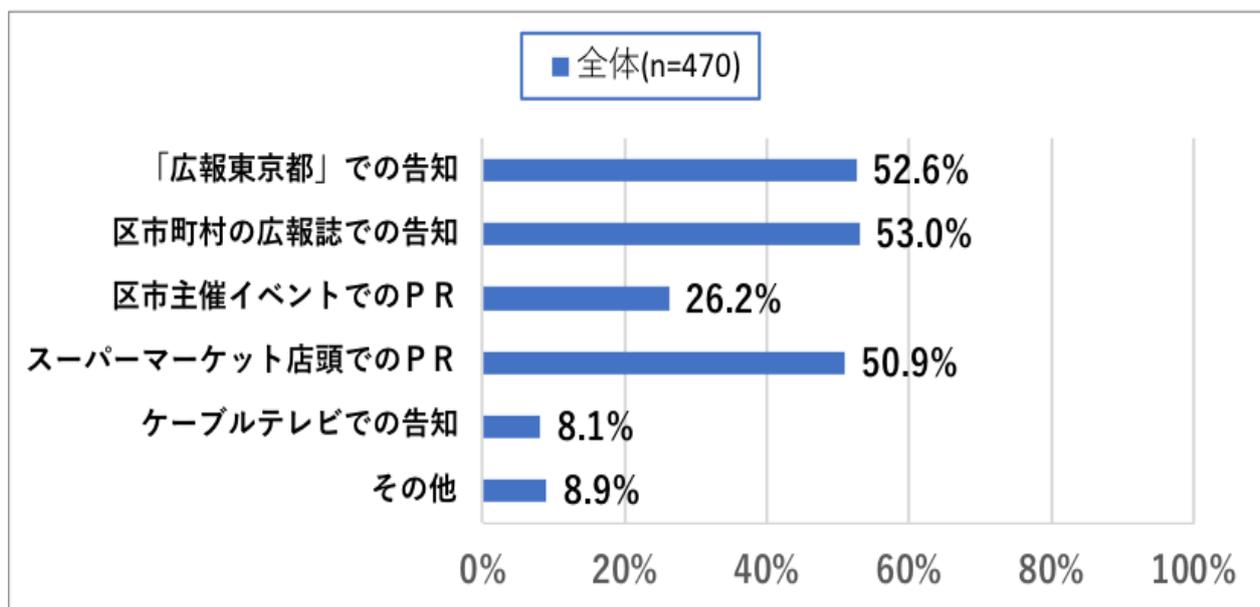


図3-2-3 『油・断・快適！下水道キャンペーン』で最も有効な取組

No	その他（内容）	件数
1	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	10
2	インターネット、SNS等を利用する	8
3	公共交通機関での広告	4
4	ポスターの掲示	2
5	水道料金の領収書に記載、同封	3
6	小中学校でのPR	4
7	地域の回覧板や、新聞の地域欄への掲載	2
8	その他/少数意見	9
計		42

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

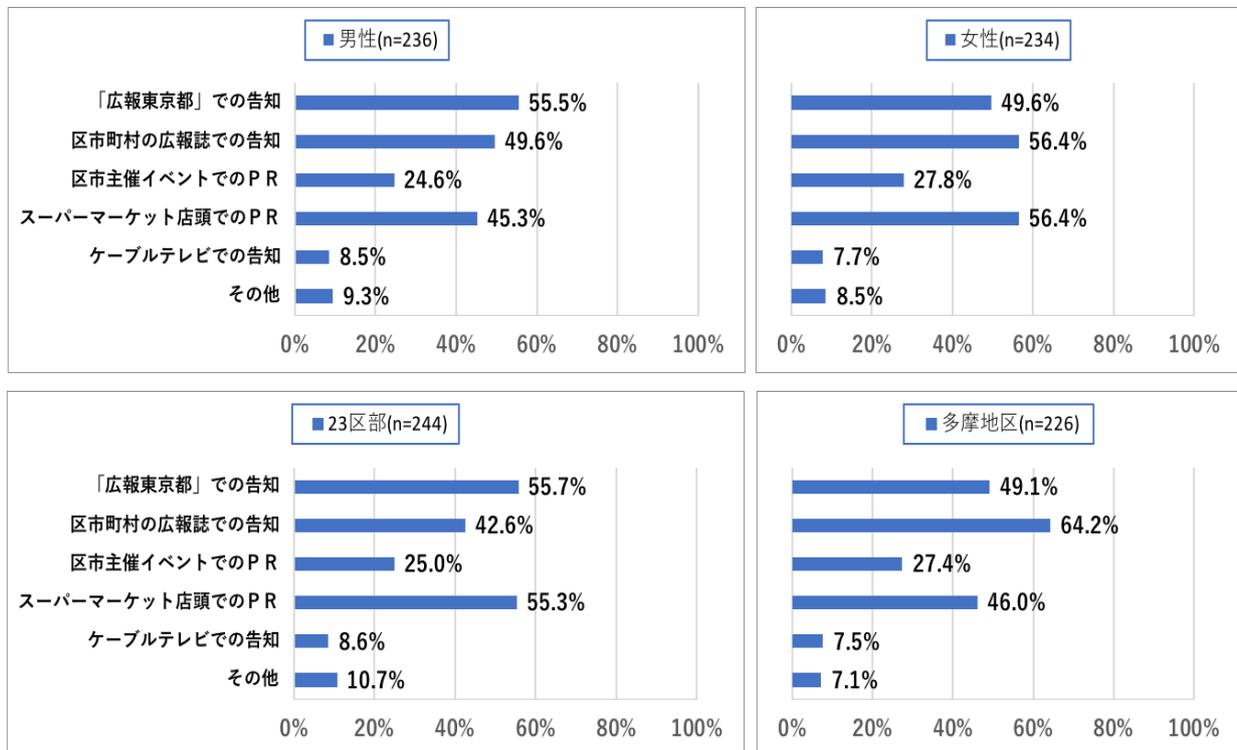


図3-2-3-1 『油・断・快適！下水道キャンペーン』で最も有効な取組（性別・地区別）

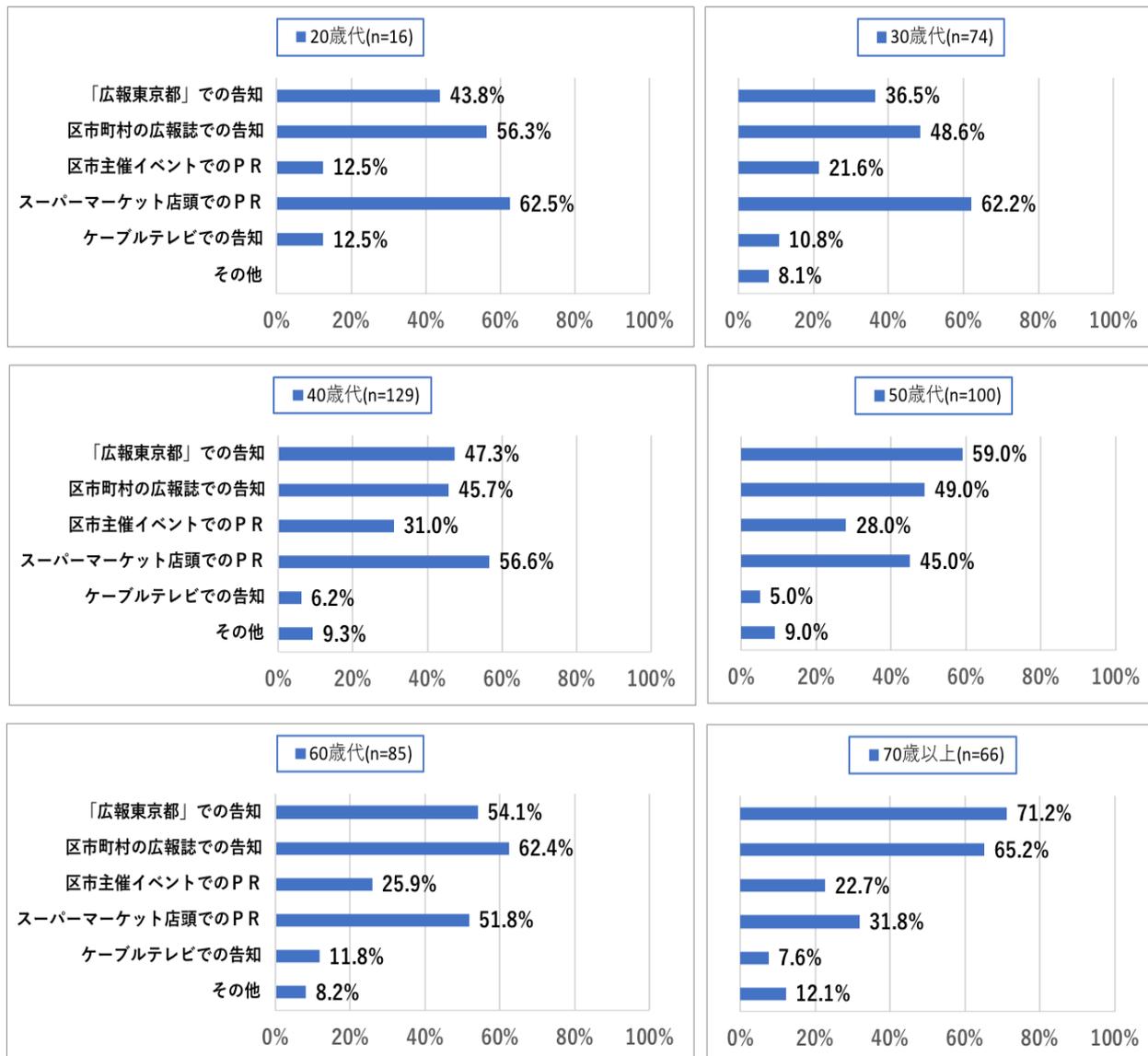


図3-2-3-2 『油・断・快適！下水道キャンペーン』で最も有効な取組（年代別）

【経年比較】

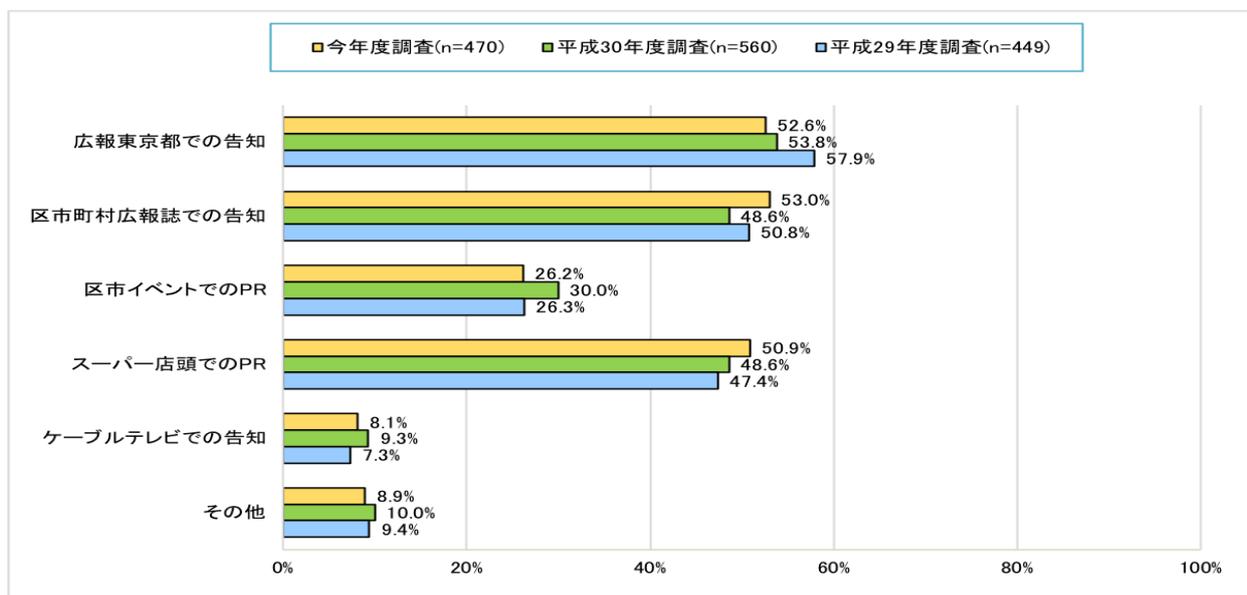


図3-2-3-3 『油・断・快適！下水道キャンペーン』で最も有効な取組（経年比較）

3.2.4 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59.1%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24.7%、「炒め物などに利用して使い切るようにしている」が22.6%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わかった。
- ◆ 男女別にみると、男性では、「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」、「市販の凝固剤で固めてゴミに出している」のように廃棄時の処理方法の認識はとて高いのに対し、「炒め物などに利用して使い切るようにしている」のように再利用への認識は女性に比べ低い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、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わかった。
- ◆ 地区別にみると、23区部、多摩地区共に「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」に次いで「ほとんど家で揚げ物はしない」の割合が高く、ライフスタイルの変化がうかがえた。
- ◆ 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昨年から大きな変化はなかったが「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、今後もさらなる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ください。（複数回答）

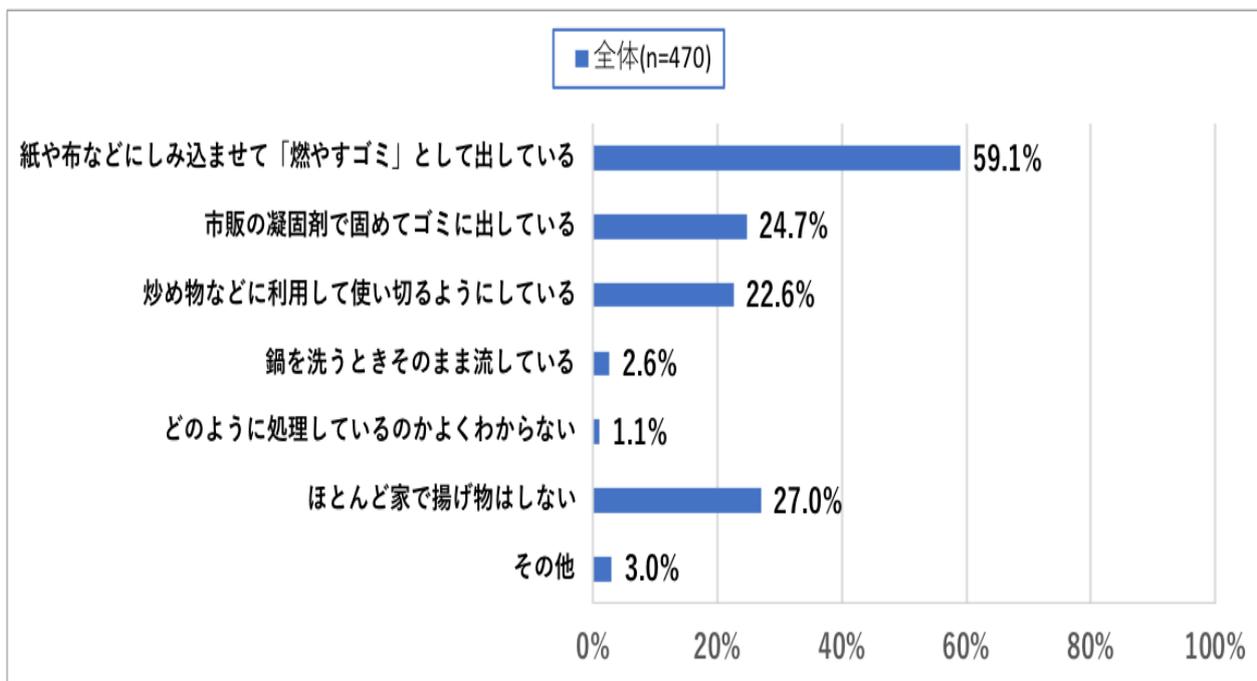


図3-2-4 揚げ物料理後の油の処理方法

No	その他（内容）	件数
1	コンポストで処理	2
2	資源物として回収	9
3	吸油紙等を使用し、ゴミとして出す	1
4	揚げ物はしない	1
5	庭に捨てる	1
計		14

表 3 - 2 - 4 揚げ物料理後の油の処理方法（その他）

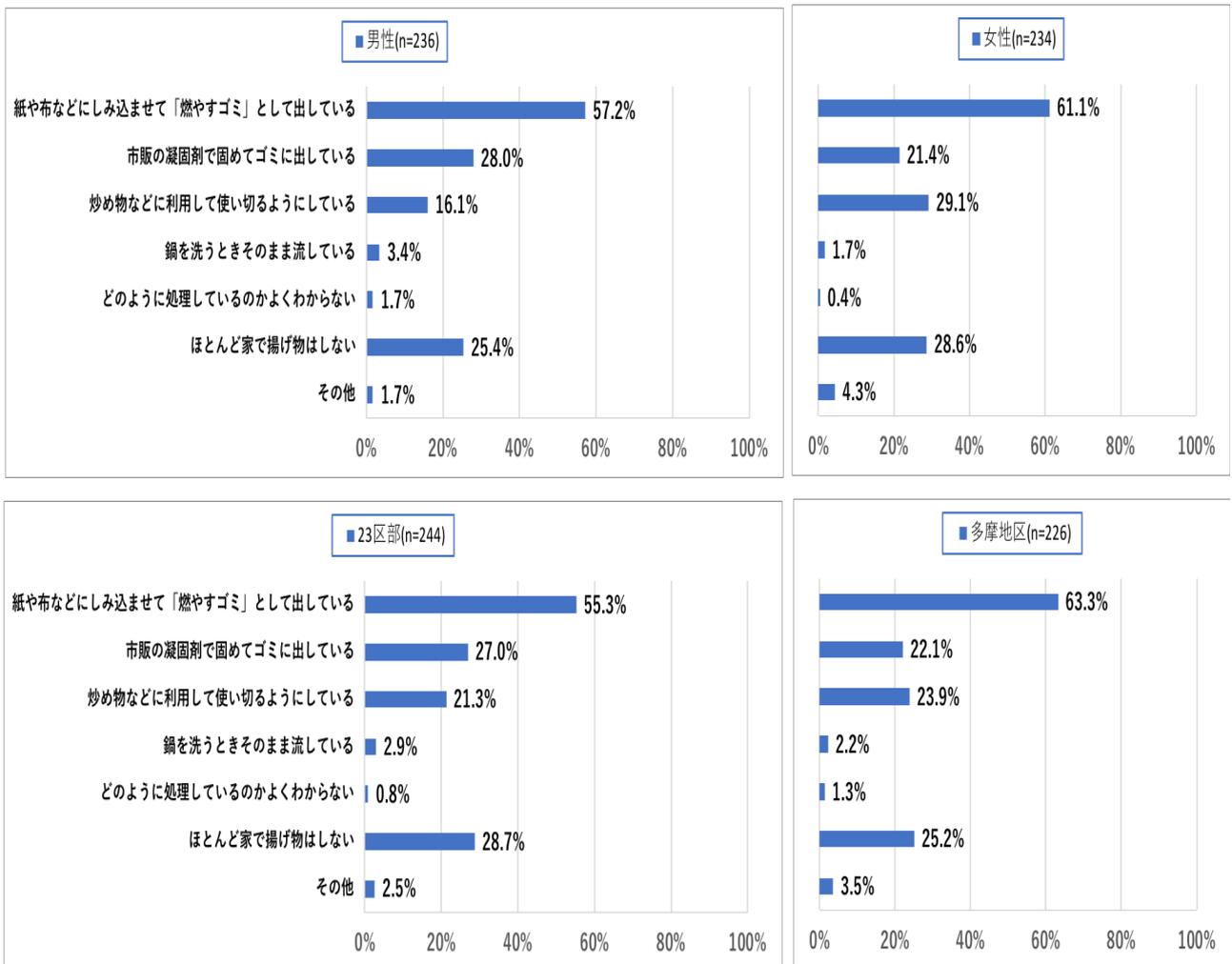


図 3 - 2 - 4 - 1 揚げ物料理後の油の処理方法（性別・地区別）

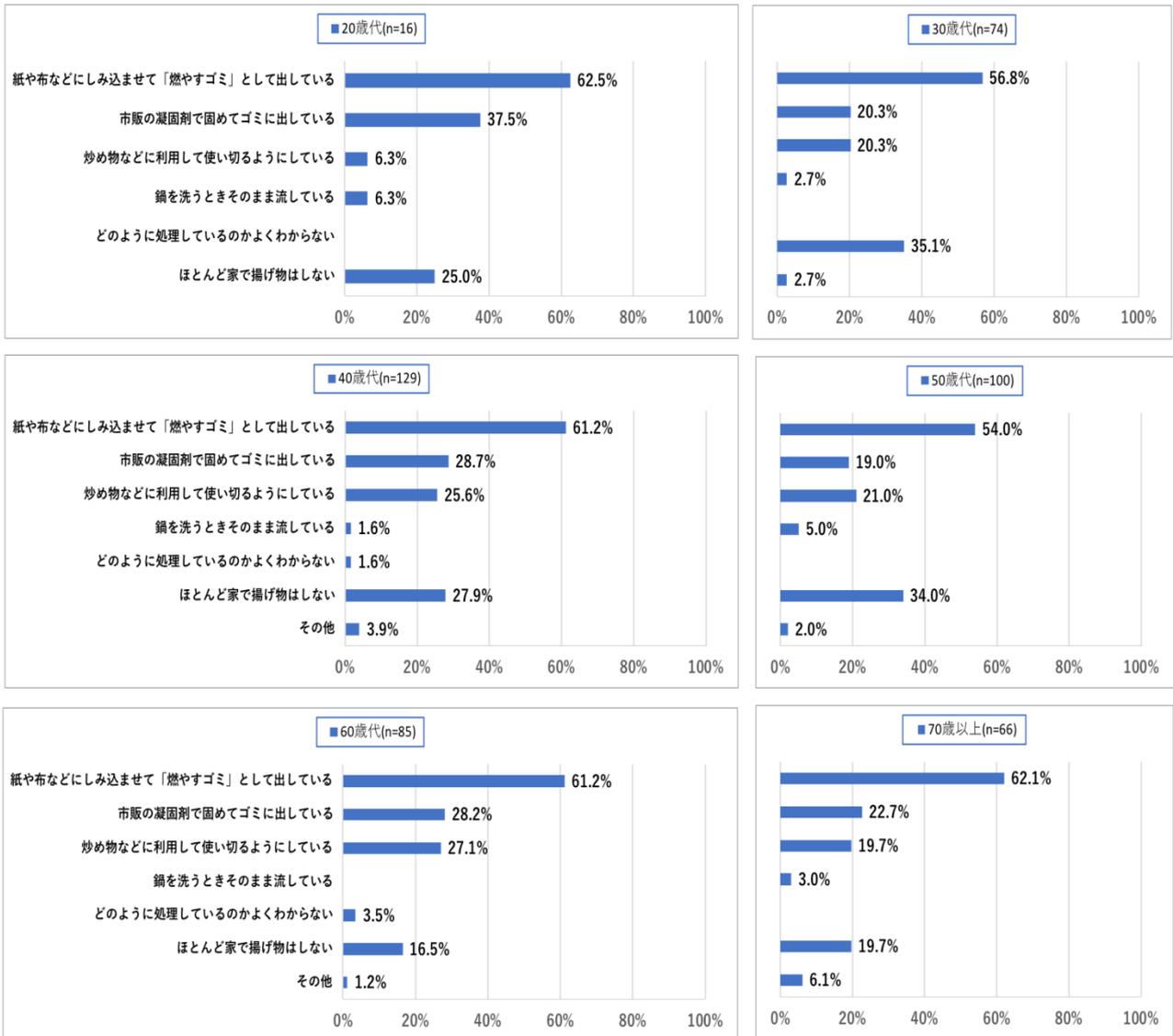


図 3-2-4-2 揚げ物料理後の油の処理方法（年代別）

【経年比較】

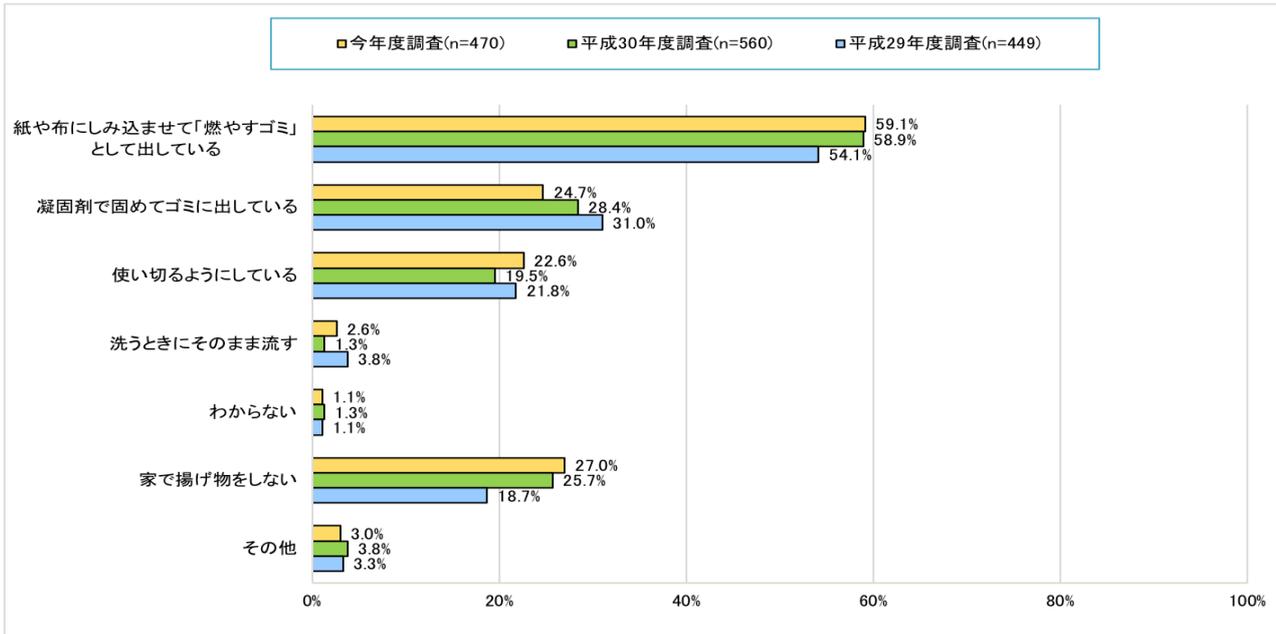
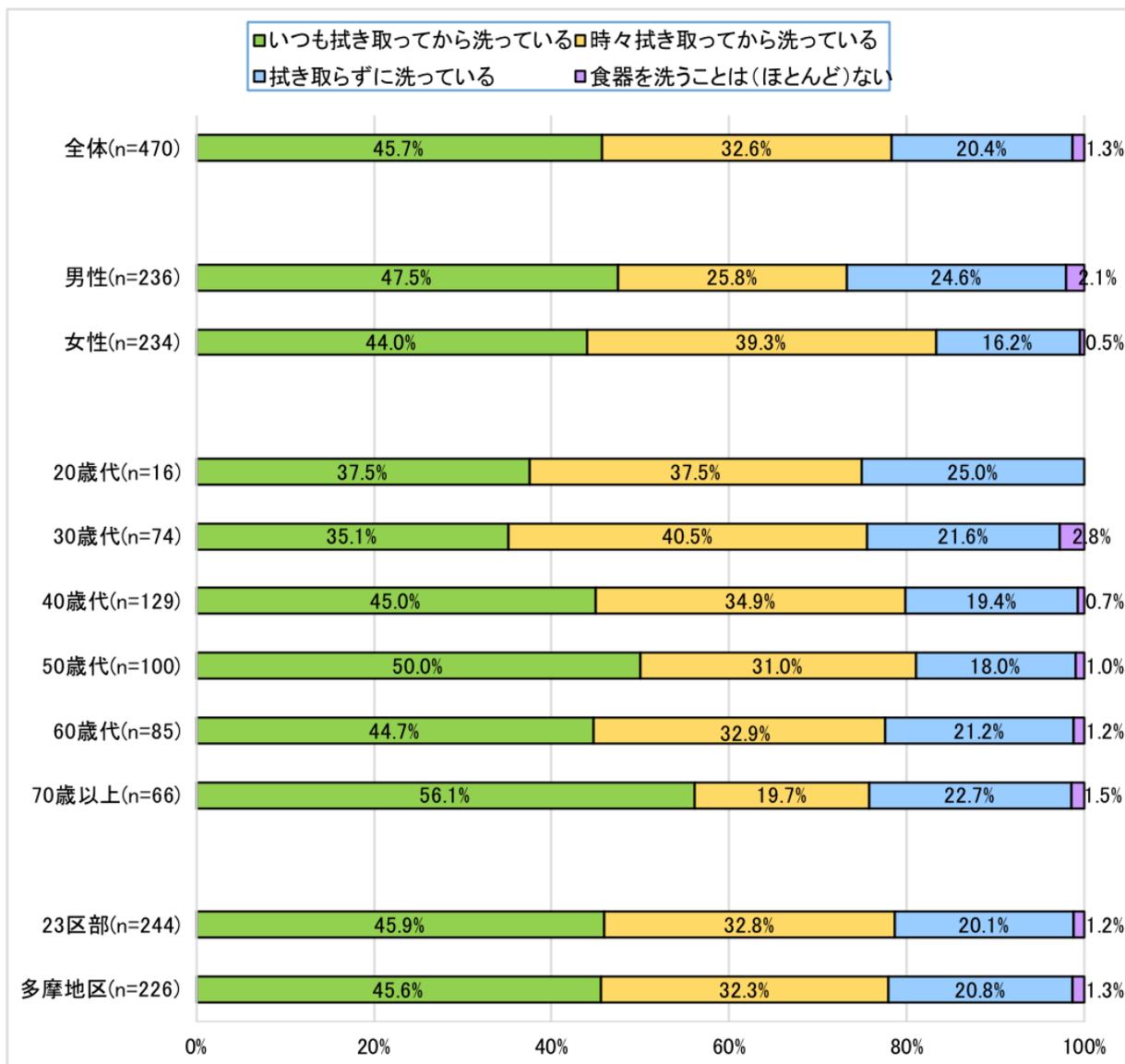


図 3-2-4-3 揚げ物料理後の油の処理方法（経年比較）

3.2.5 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、「いつも拭き取ってから洗っている」が45.7%と最も高く、次いで「時々拭き取って洗っている」が32.6%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わかった。
 - ◆ 男女別にみると、「いつも拭き取ってから洗っている」と「時々拭き取って洗っている」を合わせた『拭き取っている』では、男性が73.3%、女性が83.3%と、女性の方が男性より10ポイント高い結果となった。また、油で汚れたお皿等の処理方法について、下水道モニターの女性は8割以上の方が正しい処理を行っていることが明らかとなった。
 - ◆ 年代別にみると、「いつも拭き取ってから洗っている」の割合は、年代が上がるに従い上昇傾向を示し、50歳代と70歳以上では5割以上となった。
 - ◆ 地区別にみると、「いつも拭き取ってから洗っている」では23区部が45.9%、多摩地区が45.6%となり、地区による差は見られなかった。
 - ◆ 経年比較でみると、「いつも拭き取ってから洗っている」の割合は昨年から減少しており、更なるPRが必要と考える。
-

Q 1 4 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、古新聞などで拭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ください。（単一回答）



【経年比較】

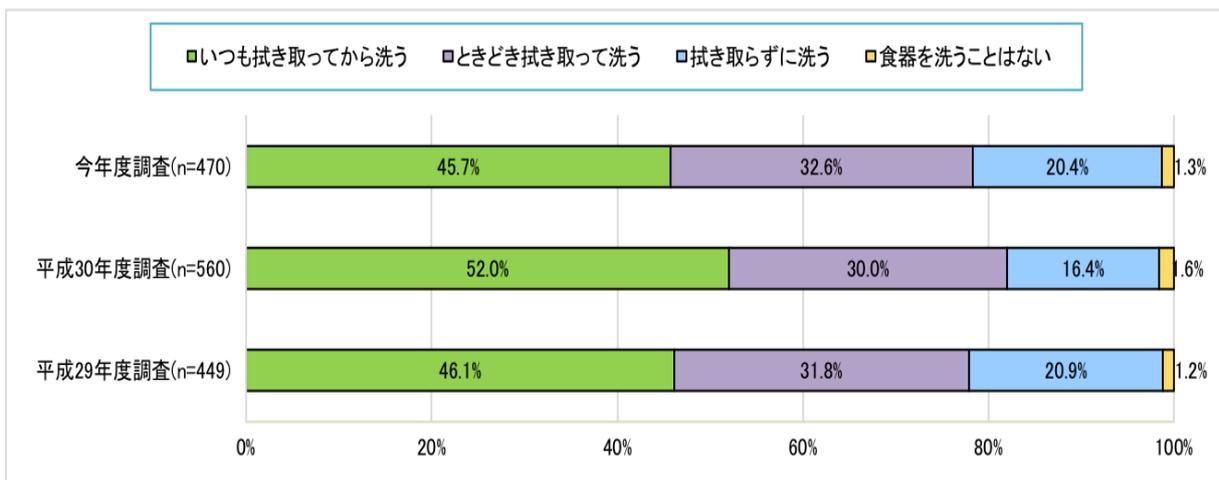


図 3 - 2 - 5 油で汚れたお皿やお鍋などを洗う方法

3.2.6 お皿やお鍋などの油を拭き取らない理由

- ◆ お皿やお鍋などの油を拭き取らない理由について、「油汚れが少ないから」が 52.2%と最も高く、次いで「面倒だから」が 29.7%、「油を分解する洗剤を使っているから」が 19.3%となった。回答割合上位の「油汚れが少ないから」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るが、「油を分解する洗剤を使っているから」を選択された方は誤った知識を基にしていると考えられ、今後のPR方法の改善によって、油汚れを拭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、「油汚れが少ないから」では男性が 55.5%、女性が 49.2%となり、男性が女性に比べ 6.3 ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、40 歳代を除く全ての年代で「油汚れが少ないから」がほぼ 5 割を超え、その割合は年代が上がるとともに上昇傾向を示した。
- ◆ 地区別にみると、「油汚れが少ないから」では 23 区部が 48.1%、多摩地区が 56.7%となり、多摩地区が 23 区部に比べ 8.6 ポイント高い結果となった。

Q15 上記Q14で「時々拭き取って洗っている」「拭き取らずに洗っている」とお答えの方におうかがいします。拭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ください。（複数回答）

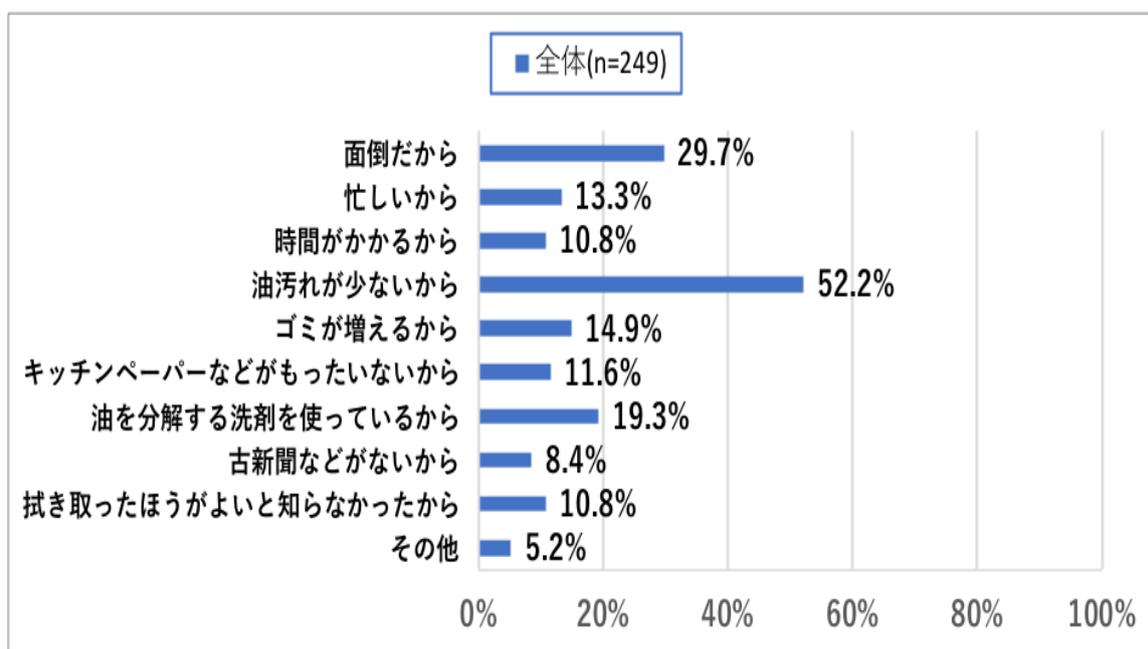


図 3-2-6 お皿やお鍋などの油を拭き取らない理由

No	その他（内容）	件数
1	油をそれほど使用していないから	6
2	うっかり吹き忘れる	2
3	短時間で終わらせたいから	2
4	排水口に油とりフィルタを使っているから	1
5	フライパンに油をなじませるため	1
6	揚げ物はしないので	1
計		13

表 3-2-6 お皿やお鍋などの油を拭き取らない理由（その他）

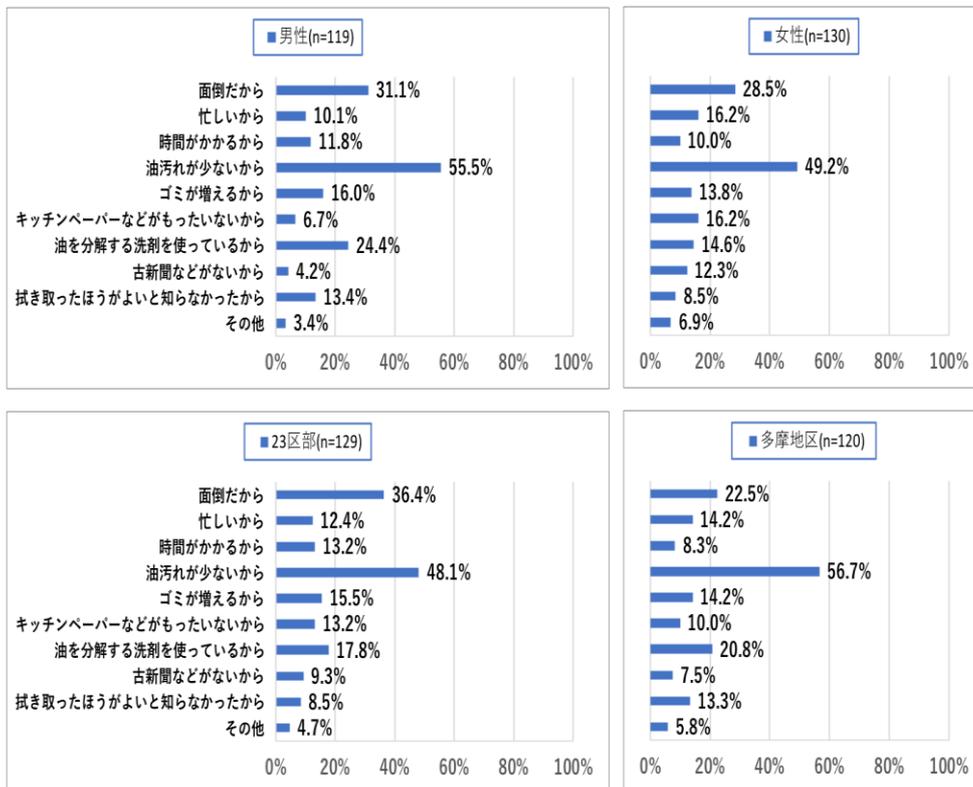


図3-2-6-1 お皿やお鍋などの油を拭き取らない理由（性別・地区別）

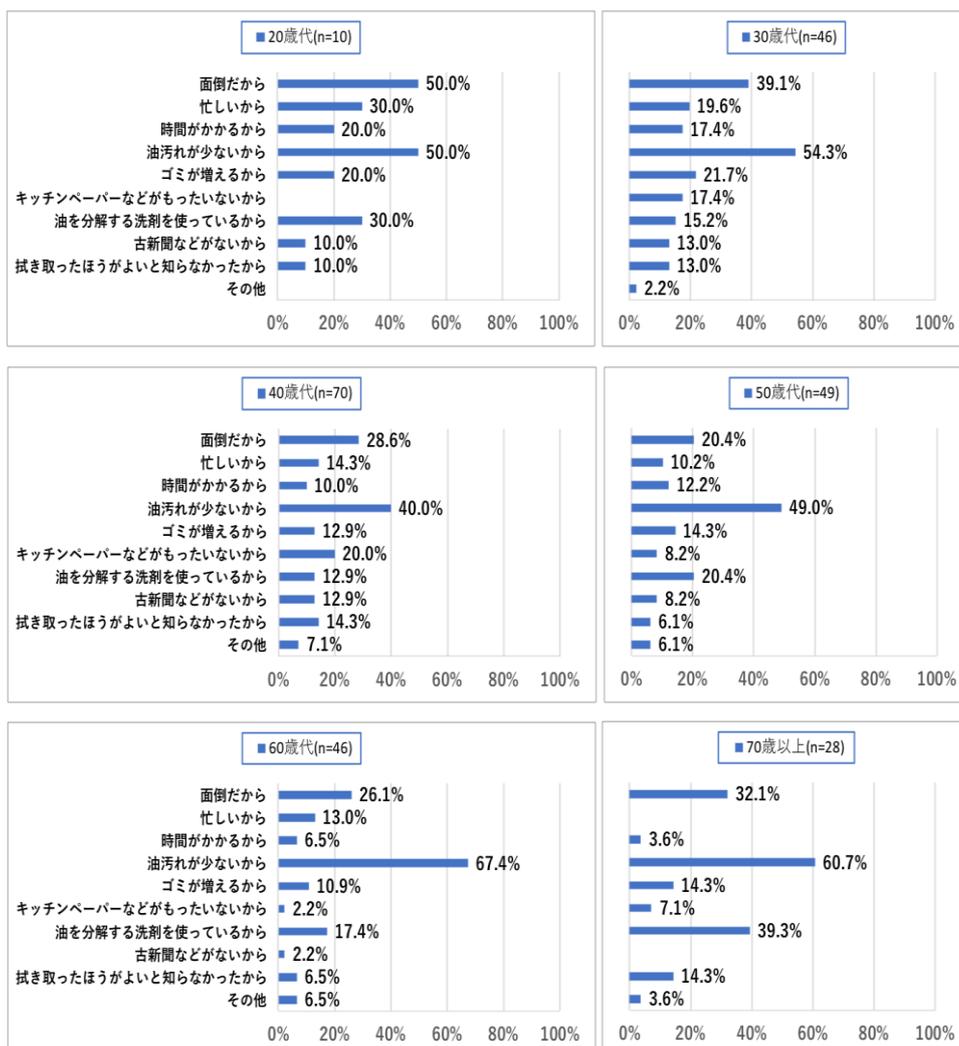


図3-2-6-2 お皿やお鍋などの油を拭き取らない理由（年代別）

3.2.7 『油・断・快適！下水道キャンペーン』の案内チラシを見て

- ◆ 『油・断・快適！下水道キャンペーン』の案内チラシを見た感想では、「油を含んだ排水を流すと環境にどのような影響を及ぼすかがわかった」が68.9%と最も高く、次いで「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」47.4%、「油を流さないことで下水道にどのような効果（下水道管の詰まり防止、悪臭防止など）があるのかわかった」が45.5%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環境にどのような影響を及ぼすかがわかった」では男性が64.8%、女性が73.1%となり、男性に比べ女性が8.3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環境にどのような影響を及ぼすかがわかった」が6割を超える結果となった。
- ◆ 地区別にみると、「油を含んだ排水を流すと環境にどのような影響を及ぼすかがわかった」では23区部が66.0%、多摩地区が72.1%となり、23区部に比べ多摩地区が6.1ポイント高い結果となった。一方、「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」では23区部が51.6%、多摩地区が42.9%と、多摩地区に比べ23区部が8.7ポイント高い結果となった。

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、あなたはどのように思われましたか。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）

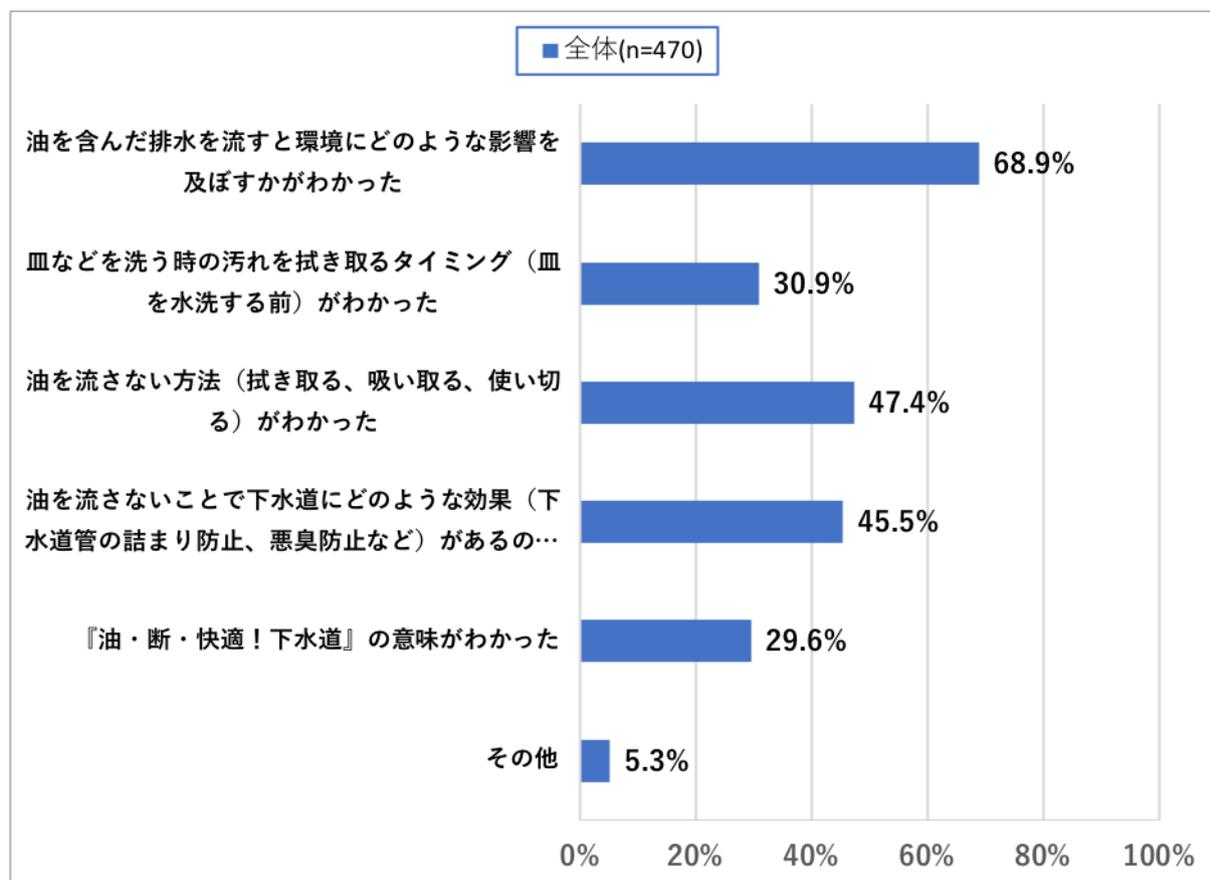


図3-2-7 『油・断・快適！下水道キャンペーン』の案内チラシを見ての感想

No	その他（内容）	件数
1	チラシが綺麗すぎる	2
2	説明文がわかりにくい。理由が伝わらない。	6
3	わかりやすい。理解できた。	5
4	文字が小さい	2
5	インパクトがない。デザイン、フレーズの改善が必要。	4
6	現状への批判	2
7	知っていた。意識を高めたい。	4
計		25

表3-2-7 『油・断・快適！下水道キャンペーン』の案内チラシを見ての感想（その他）

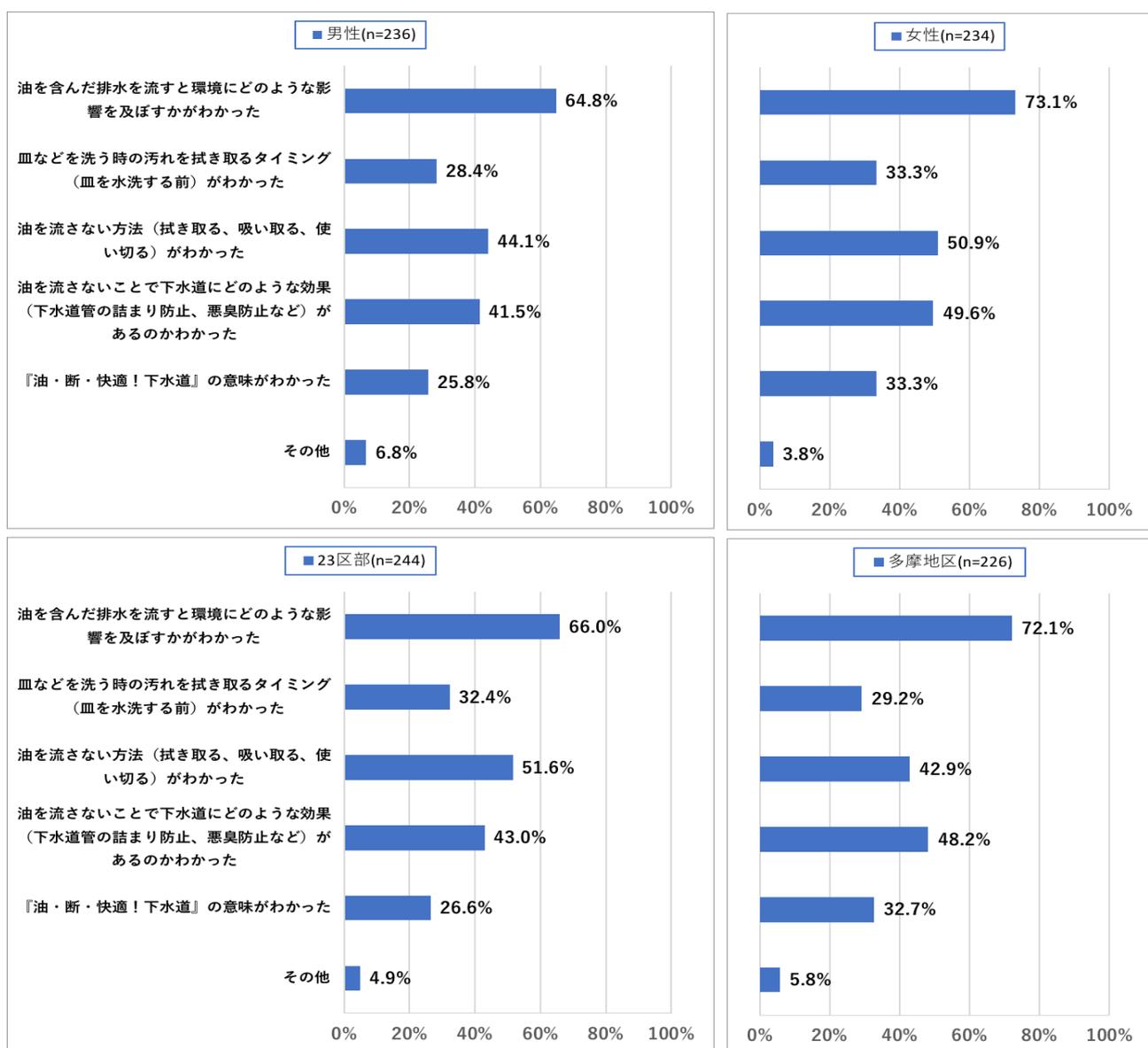


図3-2-7-1 『油・断・快適！下水道キャンペーン』の案内チラシを見ての感想（性別・地区別）

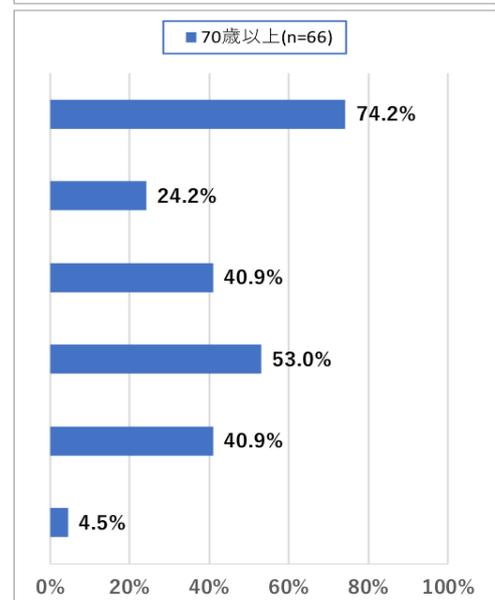
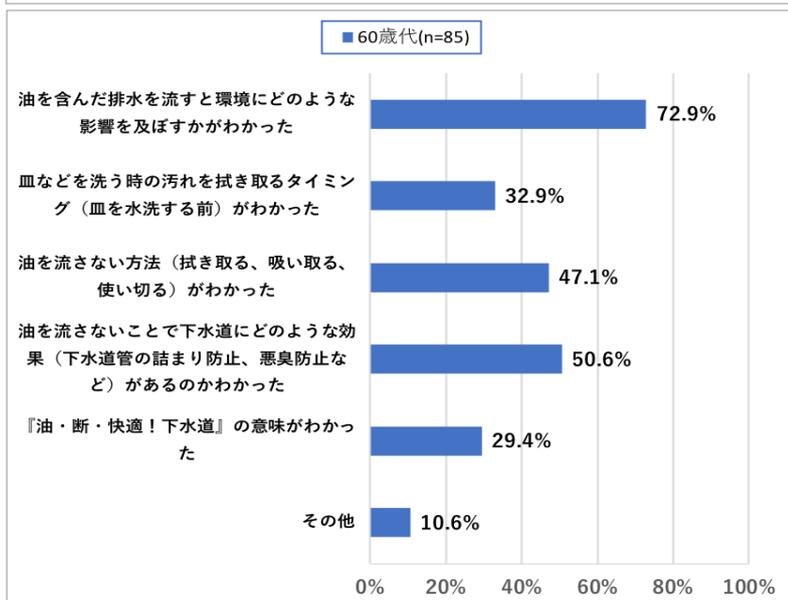
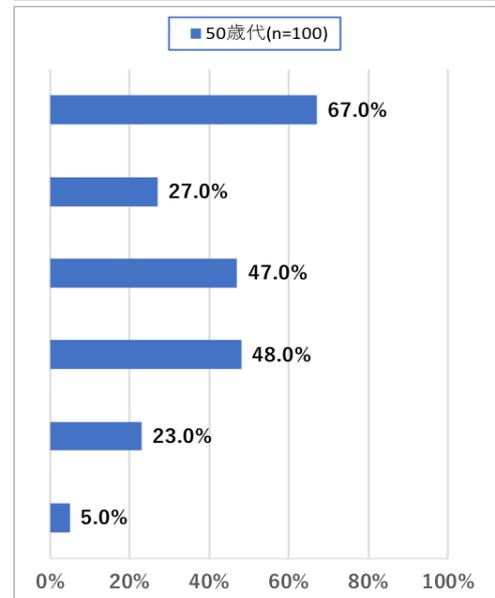
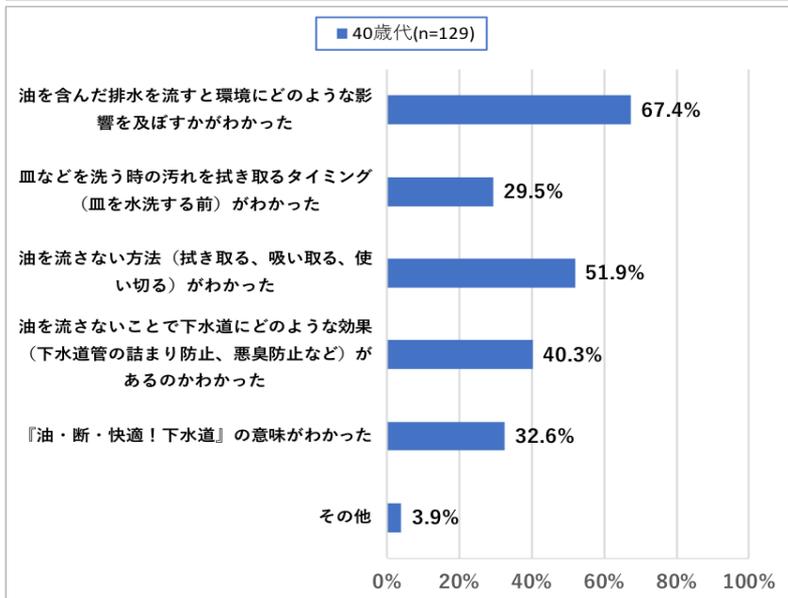
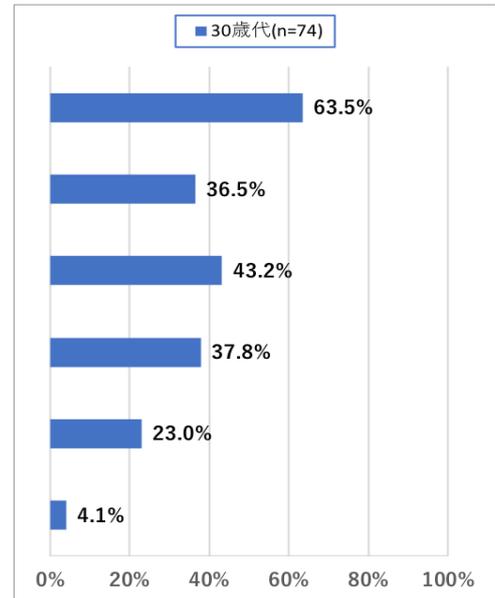
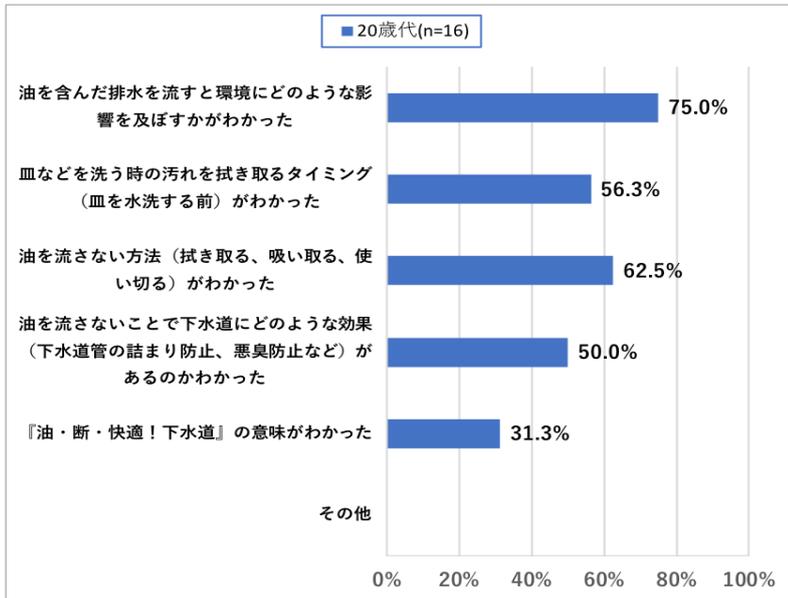
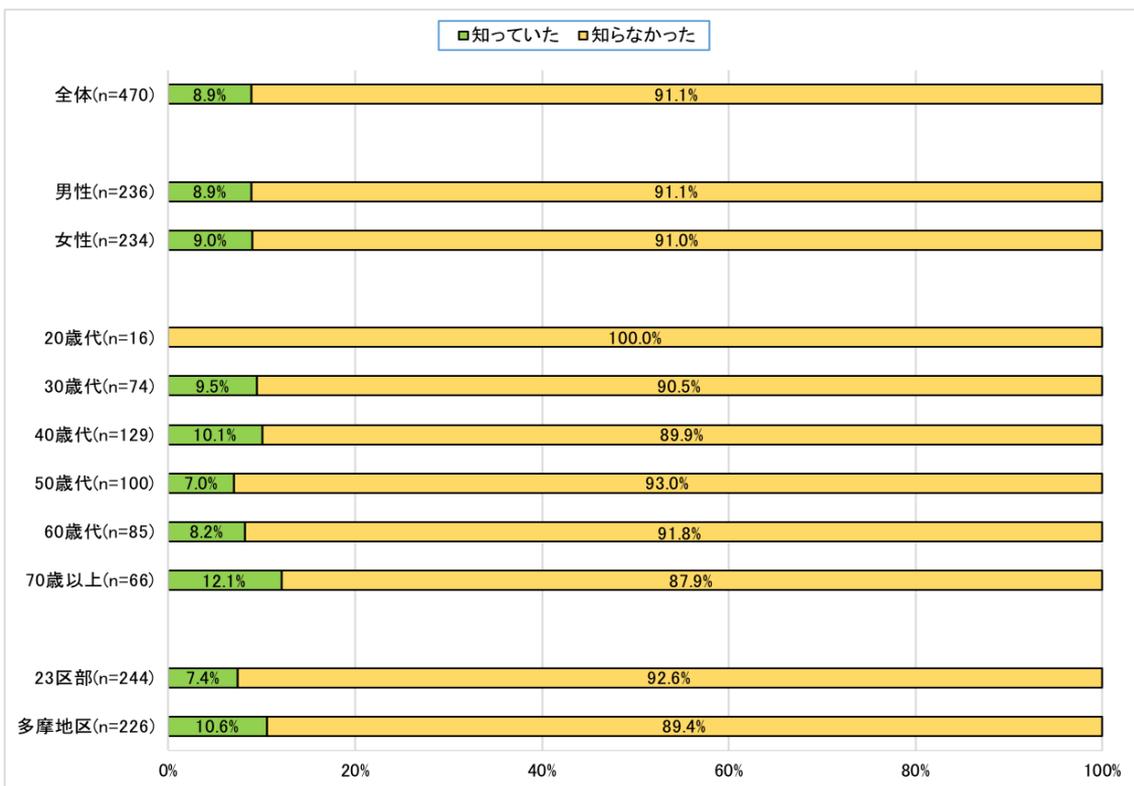


図3-2-7-2 『油・断・快適！下水道キャンペーン』の案内チラシを見ての感想（年代別）

3.2.8 「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8.9%、「知らなかった」が91.1%となり、認知度はかなり低いことが明らかとなった。
- ◆ 男女別にみると、「知っていた」では男性が8.9%、女性が9.0%と、男女で差はみられなかった。
- ◆ 年代別にみると、「知っていた」では70歳以上が12.1%と最も高く、次いで40歳代の10.1%となり、その他の年代は10%未満、20歳代に関しては0%と非常に低い結果となった。
- ◆ 地区別にみると、「知っていた」は23区部が7.4%、多摩地区が10.6%と、多摩地区が23区部より3.2ポイント高い結果となった。
- ◆ 経年比較でみると、「知っていた」の割合が減少傾向にあり、認知度を上げる対策が必要不可欠であることがわかった。

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）



【経年比較】

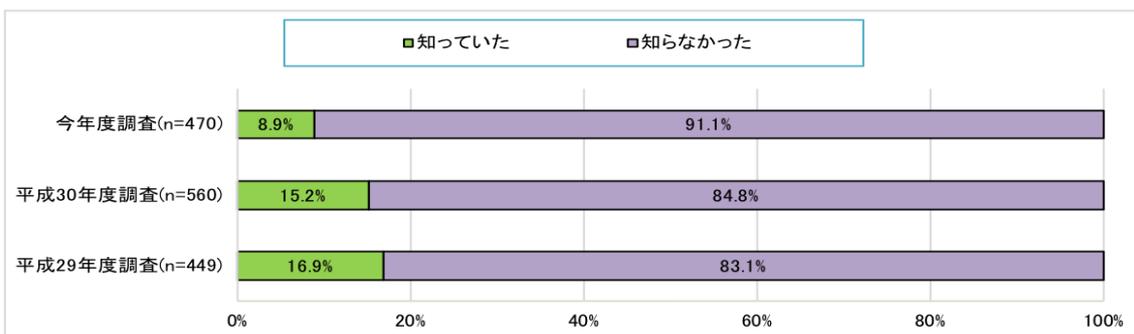


図3-2-8 「ダイエットレシピ」の認知度

3.2.9 『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、「キャンペーンを知り意識が高まった／よい取組だと思う」が18.5%と最も高く、次いで「ダイエットレシピについて」が16.8%、「もっと大々的に告知、PRしたり、宣伝方法の工夫」が14.0%となった。

Q18 『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)

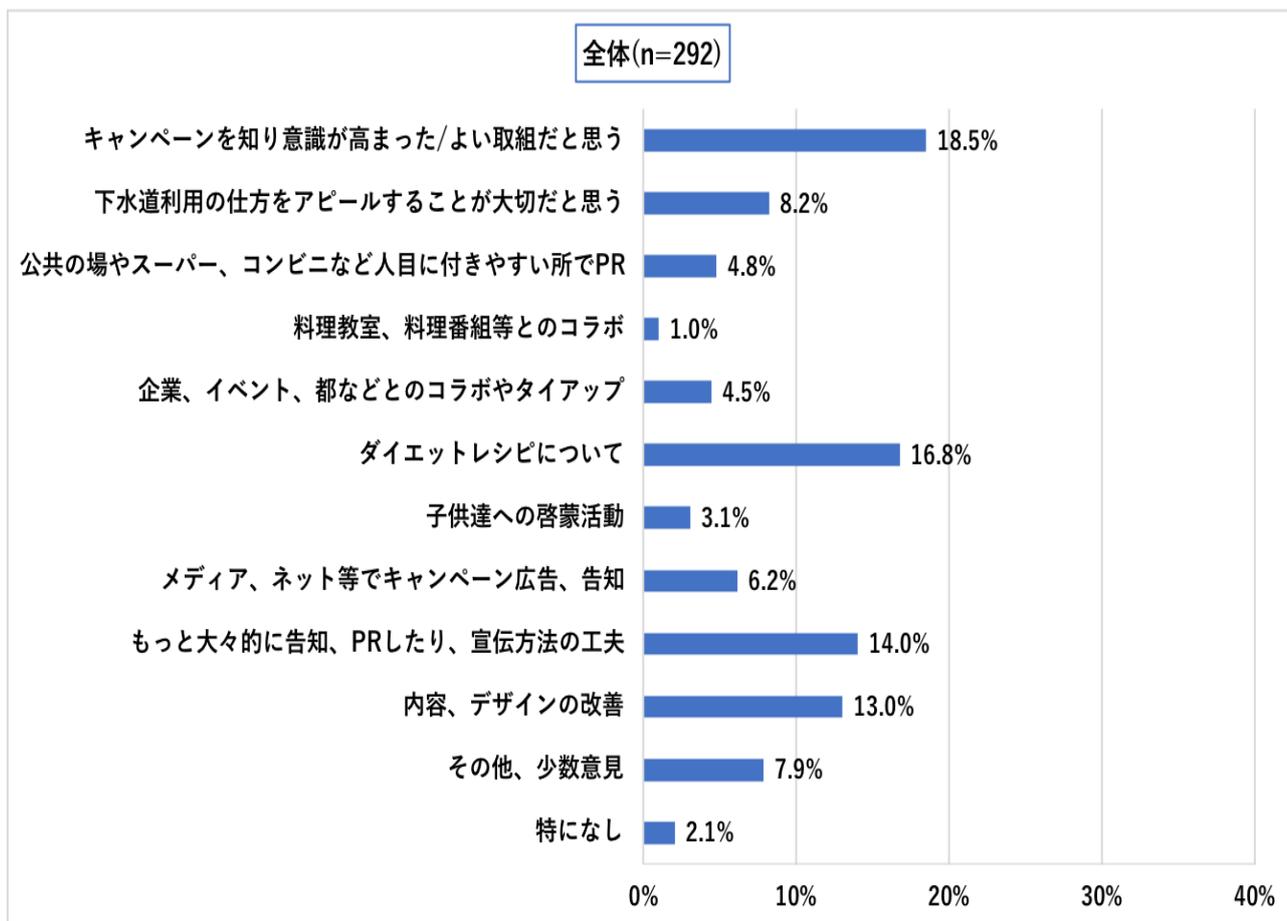


図3-2-10 『油・断・快適！下水道キャンペーン』に関する意見・要望

【『油・断・快適！下水道キャンペーン』に関する意見・要望】

- キャンペーンを知り意識が高まった／良い取組だと思う
 - ◇『油・断・快適！下水道キャンペーン』は大変良い事だと思います。各種イベントなどでも説明して頂いたので、子供を含めた家族全員理解できました。1人1人ができる事なので、内容を理解できれば、徹底できると思います。(50歳代男性・23区部)
 - ◇なにげなく行っていたことが、環境に悪影響を及ぼす事に、改めて気が付きました。食器を洗い、綺麗にすることには注意が向きますが、油をそのまま流さないことには、無関心でした。今後、気を付けるきっかけになりました。(50歳代女性・23区部)
 - ◇下水道のつまりだけの問題かと思っていたが、環境に悪いことがわかり行動を改めようと思った。(30歳代女性・23区部)
 - ◇災害が増えて下水道への関心も増しています。環境への配慮はみんながやらなければ効果が出ないので下水道キャンペーンはとてもよいと思います。(50歳代女性・多摩地区)

- 下水道利用の仕方をアピールすることが大切だと思う
 - ◇油を流すことが良くないということは皆知っているはずなので、それを何度も告知して、正しく実践させることにつなげる必要があると思う。(60歳代女性・多摩地区)
 - ◇小さい頃から親や家庭科授業で油の捨て方を厳しく指導していましたが、最近若者が油をそのまま排水口に流す姿を結構見ます。もっとお店やごみ置き場に看板やチラシを配布した方がいいのではないかと思います。展示会で下水道のしくみを子供達に分かりやすく説明されていたのは、とてもいい事だと思いました。(50歳代女性・多摩地区)
 - ◇家庭からの油排出による下水処理施設の負担、処理費用の増大等を積極的に広報する。同時に、各家庭でも、油をそのまま流すと目詰まりや悪臭の発生等家庭内の排水設備に悪い影響が出ることを知らせる。(70歳以上男性・23区部)

- 公共の場やスーパー、コンビニなど人目に付きやすい所でPR
 - ◇身近なスーパーや食料品を扱っている薬局などの油コーナーにキャンペーンに関する情報や処理の仕方の案内がしてあると良いと思います。(40歳代女性・23区部)
 - ◇スーパーなどでチラシやポケットティッシュを配って広める活動したらどうか(50歳代女性・多摩地区)
 - ◇まだまだ知らない方も多いと思います。電車の吊り広告などでもアピールするのがいいのではないかと思います。(40歳代女性・23区部)

- 料理教室、料理番組等とのコラボ
 - ◇ダイエットレシピを前端的にPRするのも良いかと思います。東京ガス・東京電力などの料理教室などで、キャンペーンのPRをしてもらうなど。(60歳代女性・23区部)
 - ◇ダイエットレシピなどは、下水道局独自でPRするのではなく、料理番組、NHK「あさイチ」など、他の番組などと連携して推進したら良いと思う。(60歳代男性・23区部)

- 企業、イベント、都などとのコラボやタイアップ
 - ◇親子で参加できるクッキングや、ツアーみたいなものがあるといい。(40歳代女性・23区部)
 - ◇よい取り組みだと思う。もっと、広報をして、下水道・きれいな河川を守るキャンペーンを、他のイベントとコラボしてやってもらいたい。例えば、板橋区の健康祭りと一緒にやるとか。学校や老人会と一緒にやるとか。(50歳代女性・23区部)
 - ◇より身近な「市報」（私の地区では月2回、公民館だよりと一緒に）に「油・断・快適！」キャンペーンを掲載するように図る。下水道キャンペーンの標語と川柳を都民から募集する。(70歳以上男性・多摩地区)

➤ ダイエットレシピについて

- ◇ダイエットレシピ集は一冊持っています。PRの一環として、この媒体はもっとアピールされても良いのではと思いました。健康志向の世の中には響く内容かとおもいます。(30歳代女性・多摩地区)
- ◇油をあまり使わないダイエットレシピがあるのがとても興味深かったです。環境のためでもあります、自分の為にもなるので、こういう角度からのお知らせは多くの人に見てもらえそうです。(40歳代女性・多摩地区)

➤ 子供達への啓蒙活動

- ◇高校生の子供がこのキャンペーンに興味をもって、夏休みの調べものの宿題のテーマの一つに選んでいた。中高生を対象に、食育の一環として、都下の中学・高校にポスターなどを配布するとよいと思います。(50歳代男性・23区部)
- ◇子供の頃から環境問題に触れることは大切です。学校でも教育をお願いします。(40歳代女性・多摩地区)
- ◇キャンペーンをすることはとても良いと思います。幼稚園児から教えて下水道についての知識を持つことが当たり前になるような大人になってほしいです。(70歳以上女性・23区部)

➤ メディア、ネット等での告知やキャンペーン広告

- ◇NHKの「あさイチ」などの主婦層向けの番組は影響力があるので、そういう番組で取り上げてもらえるように広報部門からNHKに働きかけてはいかがでしょうか。(60歳代男性・23区部)
- ◇人気のバラエティーで取り上げてもらえば効果が大きいのでは？(50歳代男性・23区部)
- ◇ある程度年齢の方は油を流さない事は理解していると思う。割と若い年齢の方や一人暮らしを始めた方はよくわからず流す。気にしていないと思う。そこでyoutubeやスマホゲームのcm動画で告知。(30歳代男性・多摩地区)

➤ もっと大々的な告知やPR、宣伝方法の工夫

- ◇キャンペーンがあまり知られていない。確かに考えると、「そうだよね」となるので、もっと効果的なキャンペーンで告知してほしい。また、家庭だけでなく、企業の取り組みなども報告してほしい。(60歳代女性・23区部)
- ◇台風による水害が多発しており下水道への関心が高まっている今こそ周知により力をいれるべきだと思う。(40歳代女性・23区部)
- ◇大切な取り組みが多くの人に浸透するよう、PRの方法を多様化すると良いかと思いました。(50歳代女性・多摩地区)

➤ 内容、デザインの改善

- ◇イラストが少々古臭い印象を受けた。同じ内容でもイラストを今風に変えるだけで、目に止まる人の数も増えそう(30歳代女性・23区部)
- ◇わかりやすい文書、イラストを用いるのもよいが、深刻な状況を表した写真を出すことも一つの方法だと思う。自分たちに出来る簡単な方法を示すことがまず重要である。(60歳代男性・多摩地区)

➤ その他、少数意見

- ◇油を洗う洗剤と一緒に、流しているのではないかと、心配になった。(70歳以上女性・23区部)
- ◇キャンペーンチラシを油をふき取るペーパー製にしてほしい。(40歳代女性・23区部)
- ◇油が厄介なことは分かるが、健康にとっても必要なものでもあり、ゼロにはできないでしょう。下水道の処理能力から考えて、現状の油をどれだけ減らせばよいのでしょうか？2割削減とか半減とか具体的に目標を示せば、それなりに効果があると思います。(60歳代男性・23区部)

3.3 降雨に関する情報について

3.3.1 「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49.1%、「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50.9%となり、利用されている方の割合は約5割だった。
- ◆ 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53.8%、女性が44.4%となり、男性が女性より9.4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60歳代の割合が61.2%と高い一方、70歳以上が30.3%と最も低い結果となった。
- ◆ 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50.0%、多摩地区が48.2%となり、大きな差はみられなかった。

Q19 あなたは、「東京アメッシュ」をご利用いただいたことがありますか？以下の選択肢の中から、該当するものを一つだけお選びください。（単一回答）

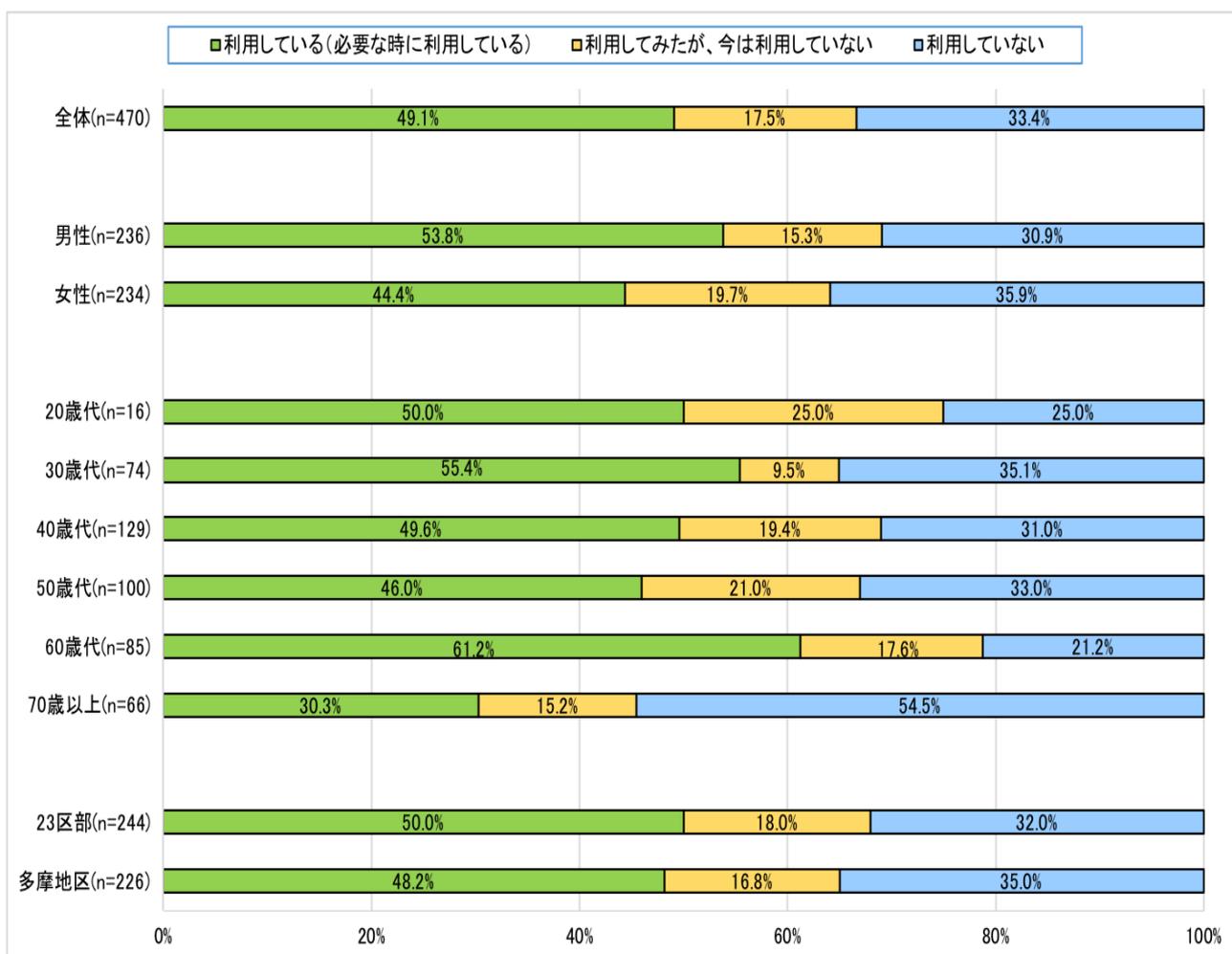


図3-3-1 「東京アメッシュ」の利用の有無

3.3.2 「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33.8%、「スマートフォン版」が39.0%、「パソコン版とスマートフォン版」が27.2%となり、「スマートフォン版」の利用が多い結果となった。
- ◆ 男女別にみると、「パソコン版」の利用では男性が71.6%、女性が48.1%となり、男性が女性より23.5ポイント高い結果となった。一方「スマートフォン版」の利用では男性が63.0%、女性が70.2%と逆転し、女性が男性より7.2ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、「パソコン版」の利用は60歳代が73.1%と最も高く、次いで70歳以上が70.0%と年代の高い層の割合が高い結果となった。またスマートフォン版は20歳代が87.5%と最も高く、次いで30歳代が80.5%と、「パソコン版」とは反対に若い層の割合が高い結果となった。

Q20(1) 上記Q20で、「1. 利用している(必要な時に利用している)」を選択した方におたずねします。

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いただきましたか？以下の選択肢の中から、該当するものをお選びください。(単一回答)

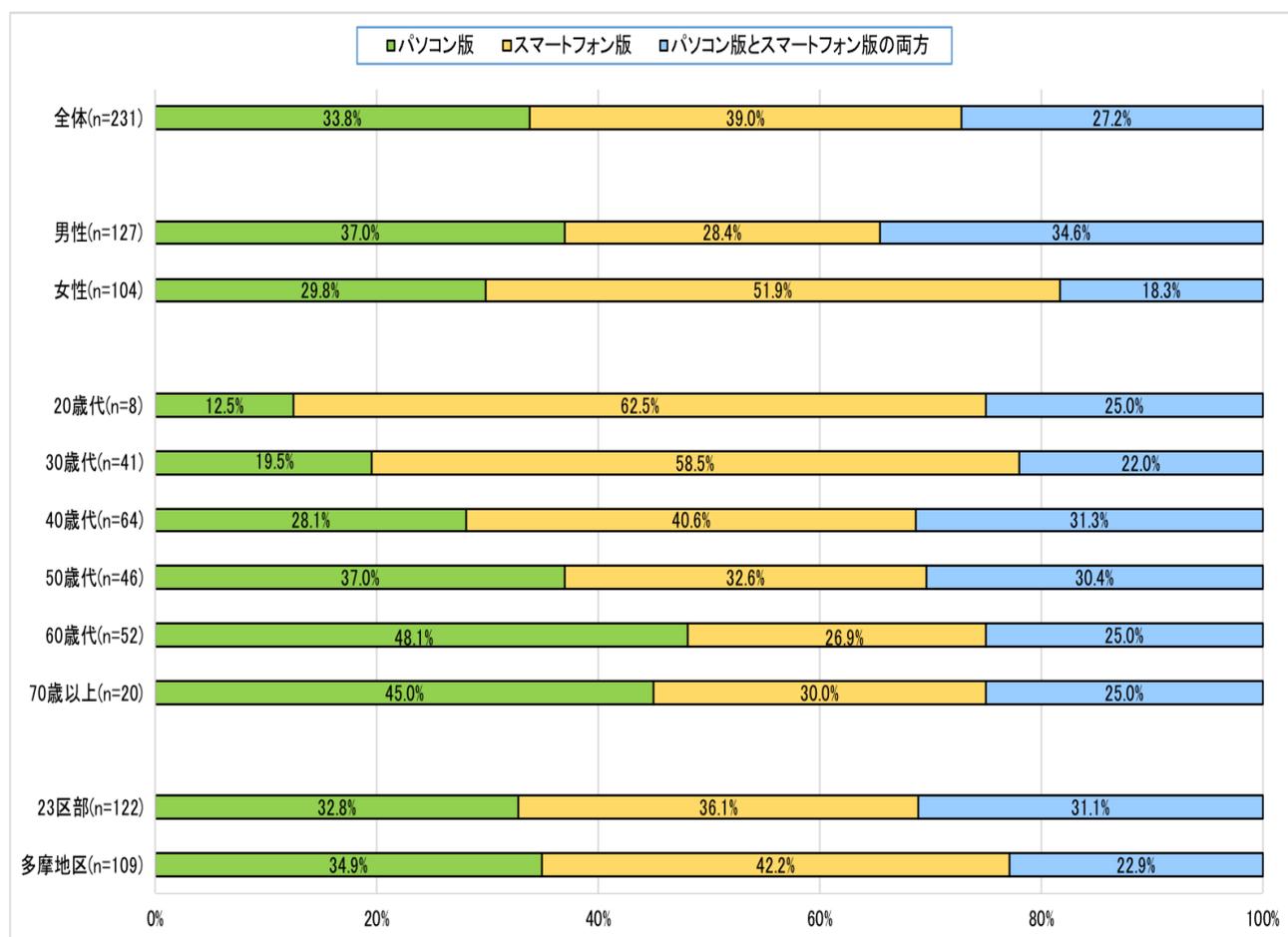


図3-3-2 「東京アメッシュ」の利用方法

3.3.3 「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 58.9%と高いが、約 4 割の方は晴れている時でも利用していることがわかった。
- ◆ 男女別にみると、晴れている時の「1 回程度/日」、「2～3 回程度/日」、「4 回以上/日」を合わせた「1 日に 1 回は見る」の割合は、男性が 44.1%、女性が 37.5%となり、男性の方が利用する傾向がわかった。
- ◆ 年代別にみると、晴れている時の「1 日に 1 回は見る」の割合は、年代が上がるるとともに高い傾向となった。特に 70 歳以上は 55.0%と高い割合を示した。
- ◆ 地区別にみると、晴れている時の「1 日に 1 回は見る」の割合は、23 区部が 44.3%、多摩地区が 37.6%となり、23 区部が多摩地区より 6.7 ポイント高い結果となった。

Q20（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？「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）

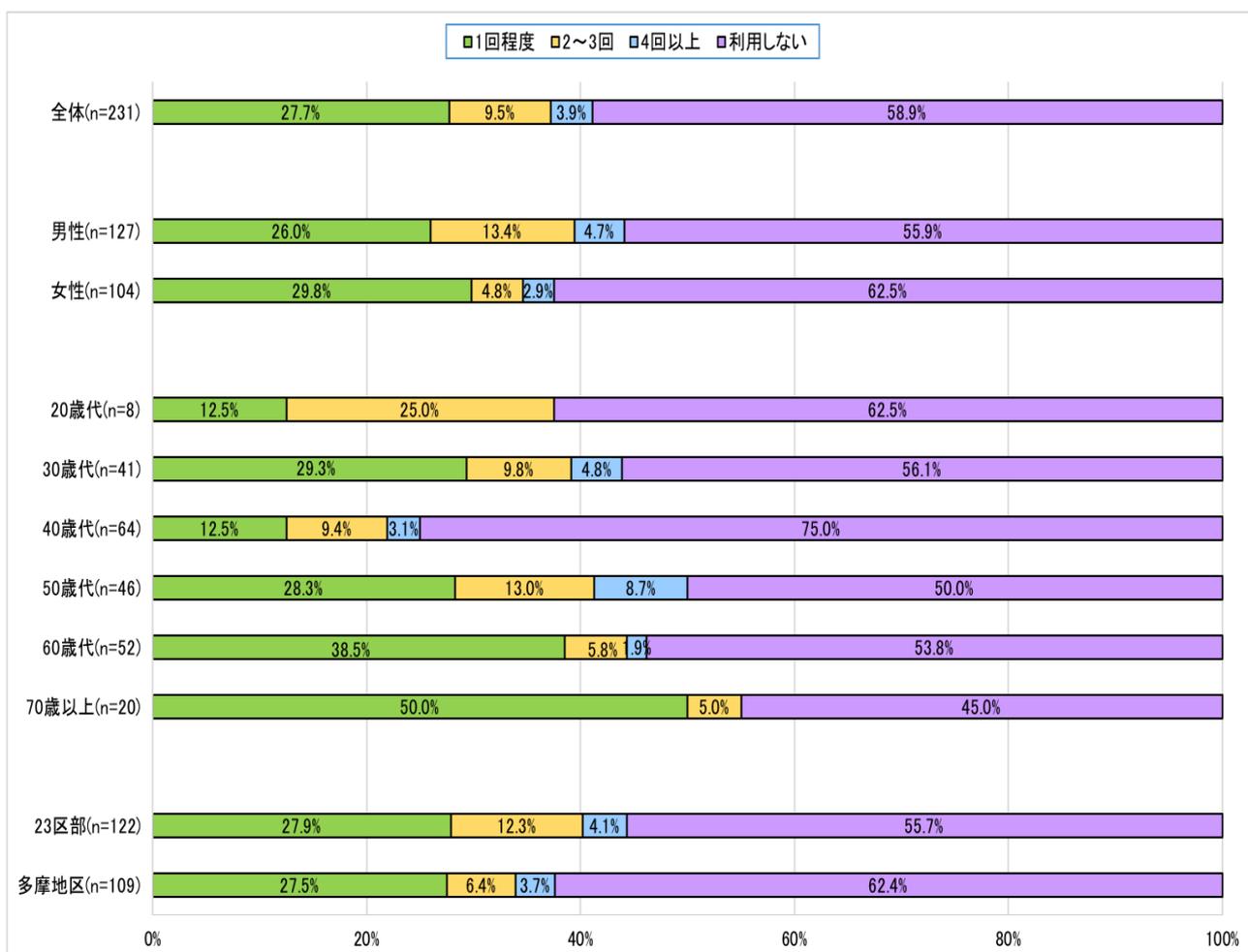


図 3-3-3 「東京アメッシュ」の利用頻度（晴れている時）

3.3.4 「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」、「2～3回程度/日」、「4回以上/日」を合わせた「1日に1回は見る」の割合は72.3%となり、「利用しない」の27.7%、を大きく上回った。
- ◆ 男女別にみると、曇っている時の「1日に1回は見る」の割合は、男性が73.2%、女性が71.2%となり、男女間で大きな差は見られなかった。
- ◆ 年代別にみると、曇っている時の「1日に1回は見る」の割合は、20歳代が50.0%と最も低く、次いで70歳以上が65.0%、60歳代が67.3%となった。
- ◆ 地区別にみると、曇っている時の「1日に1回は見る」の割合は、23区部が81.1%、多摩地区が62.4%と、多摩地区が23区部に比べ18.7ポイント低い結果となった。

Q20（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？「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。

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）

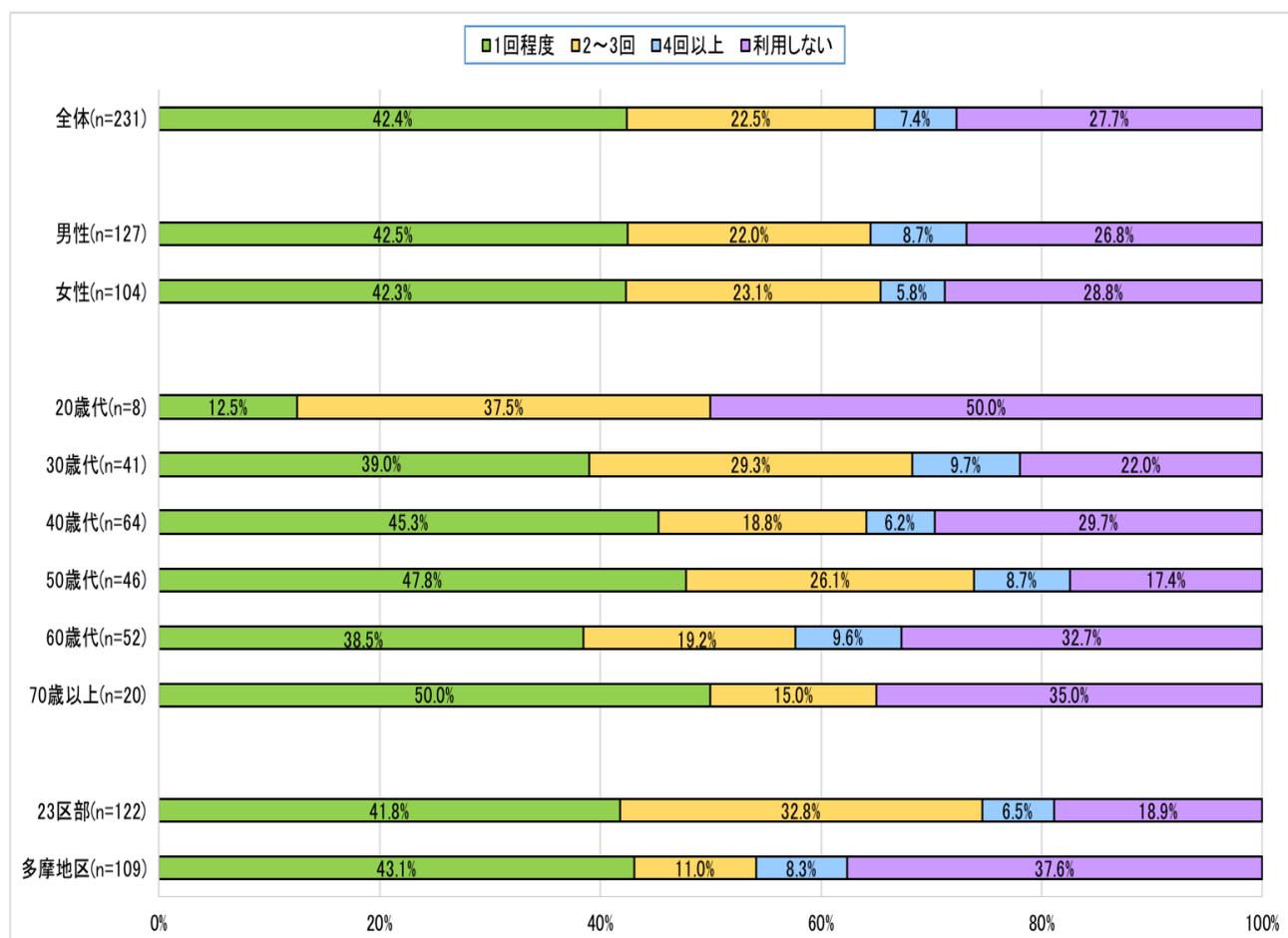


図3-3-4 「東京アメッシュ」の利用頻度（曇っている時）

3.3.5 「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45.0%と最も高く、次いで「4回以上/日」が28.1%、「1回程度/日」が24.7%となり、雨の時の利用は合計で97.8%と非常に高いことが明らかとなった。
- ◆ 男女別にみると、「1回程度/日」と「2～3回/日」を合わせた「1～3回/日」の割合は女性の方が高いながら、「4回以上/日」の割合は男性の方が高く、男性の方が頻繁に利用されていることが明らかとなった。
- ◆ 年代別にみると、60歳代、50歳代、40歳代、30歳代では「4回以上/日」の割合が高く、頻繁に利用されていることが伺える一方20歳代、70歳以上の利用頻度は他の年代に比べ低いことがわかった。
- ◆ 地区別にみると、「4回以上/日」では23区部が33.6%、多摩地区が22.0%と、23区部の方が11.6ポイント高く、23区部の利用頻度が高いことが伺えた。

Q20（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？「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。

ウ 「雨の時」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）

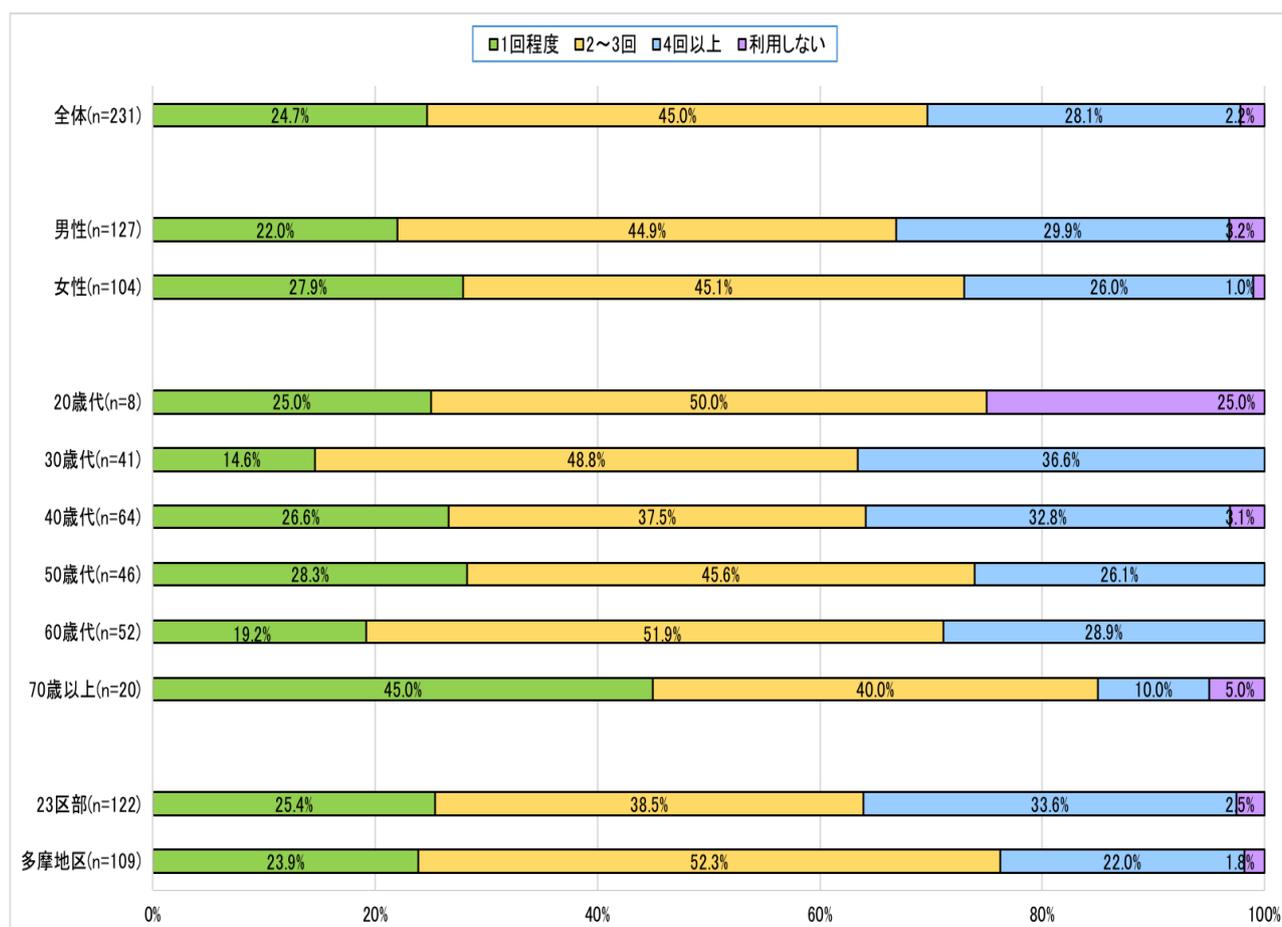


図3-3-5 「東京アメッシュ」の利用頻度（雨の時）

3.3.6 「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76.2%、「工夫（改善）すべき点がある」が23.8%で、使いやすいの割合が高かった。
- ◆ 男女別にみると、「使いやすい」では男性が76.4%、女性が76.0%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82.9%と最も高く、次いで70歳以上が80.0%、60歳代が76.9%となり、どの年代においても、「使いやすい」との評価を得た。
- ◆ 地区別にみると、「使いやすい」では23区部が76.2%、多摩地区が76.1%と、地域による差はみられなかった。

Q20（3）「東京アメッシュ」をご利用いただいた際、使いやすさはいかがでしたか？以下の選択肢の中から、該当するものを一つだけお選びください。（単一回答）

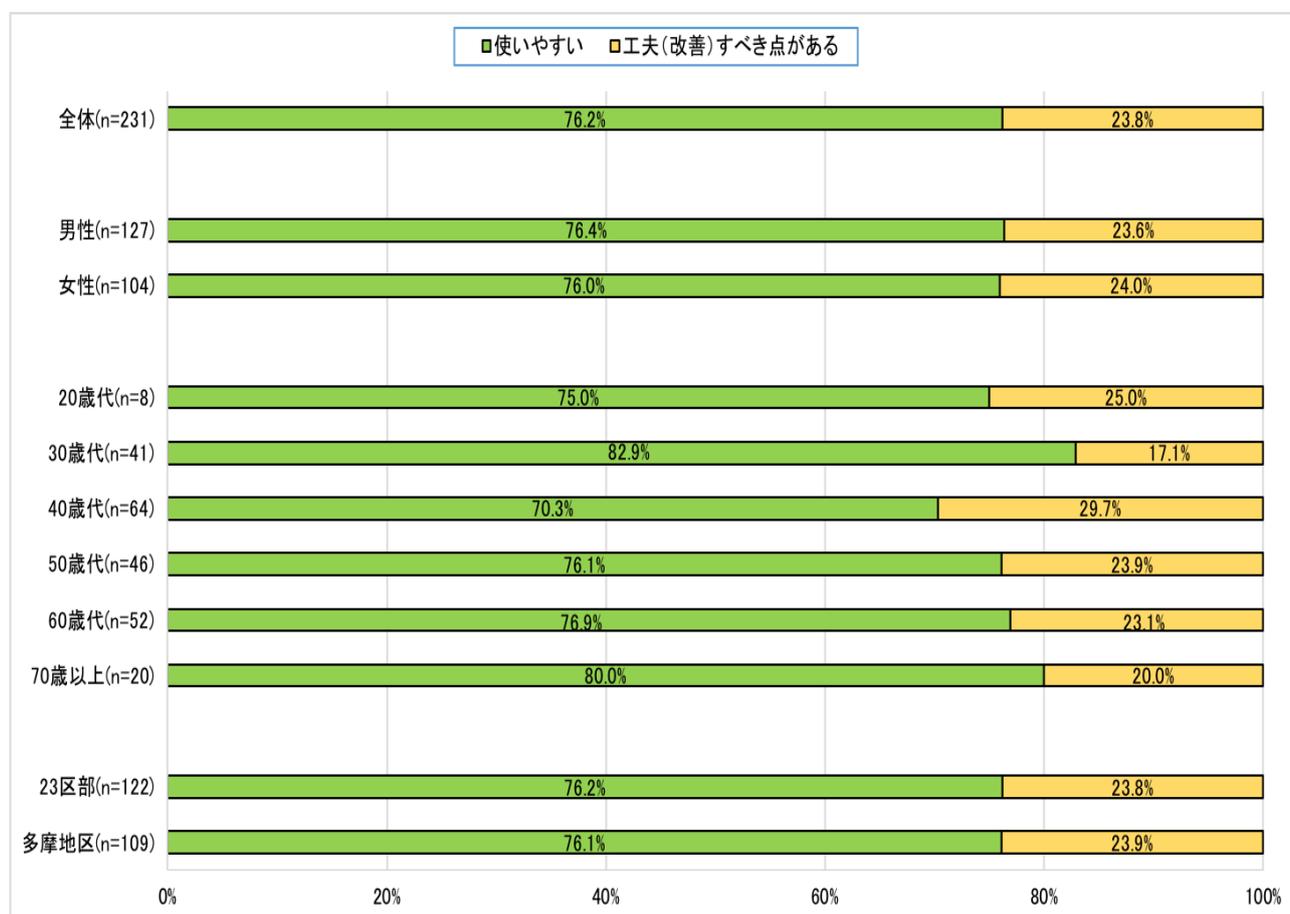


図3-3-6 「東京アメッシュ」の使いやすさ

3.3.7 「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73.3%と最も高く、次いで「現在地表示ができる」が44.9%、「操作がしやすい」が39.8%、「細かく雨の降り具合が表示される」が37.5%となった。
- ◆ 男女別にみると、「見やすい」では男性が77.3%、女性が68.4%と、男性が女性より8.9ポイント高い結果となった。また、男性は「現在地表示ができる」が48.5%、女性は「細かく雨の降り具合が表示される」が41.8%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76.5%と最も高く、次いで40歳代が75.6%、70歳以上が75.0%、50歳代が74.3%、60歳代が72.5%と、20歳代を除く全年代が7割以上となった。
- ◆ 地区別にみると、「見やすい」では23区部が77.4%、多摩地区が68.7%で、23区部が多摩地区より8.7ポイント高い結果となった。

Q20(4) 上記(3)で「1. 使いやすい」を選択された方におたずねします。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)

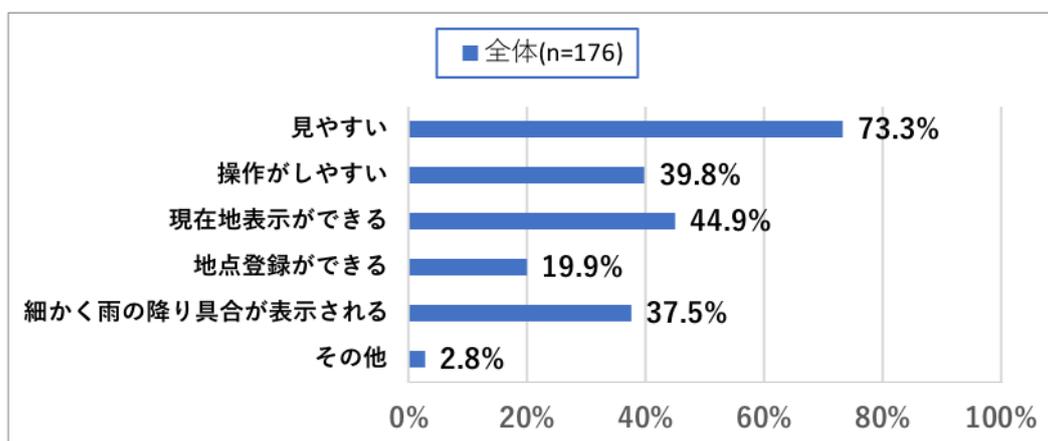


図3-3-7 「東京アメッシュ」の使いやすかった点

No	その他(内容)	件数
1	素晴らしいです	1
2	短時間ではなく1日後なども見られると良い(予報として)	1
3	”東京”なので仕様が無いが、もうちょっと広域表示ができたらうれしい。	1
4	見たい画面までのアクションが少なくアクセスし易い	1
5	使いやすいというよりこういうもんだと思ってみているので感想はないのです。でも今回の台風や大雨では犬の散歩時に助かりました	1
計		5

表3-3-7 「東京アメッシュ」の使いやすかった点(その他)

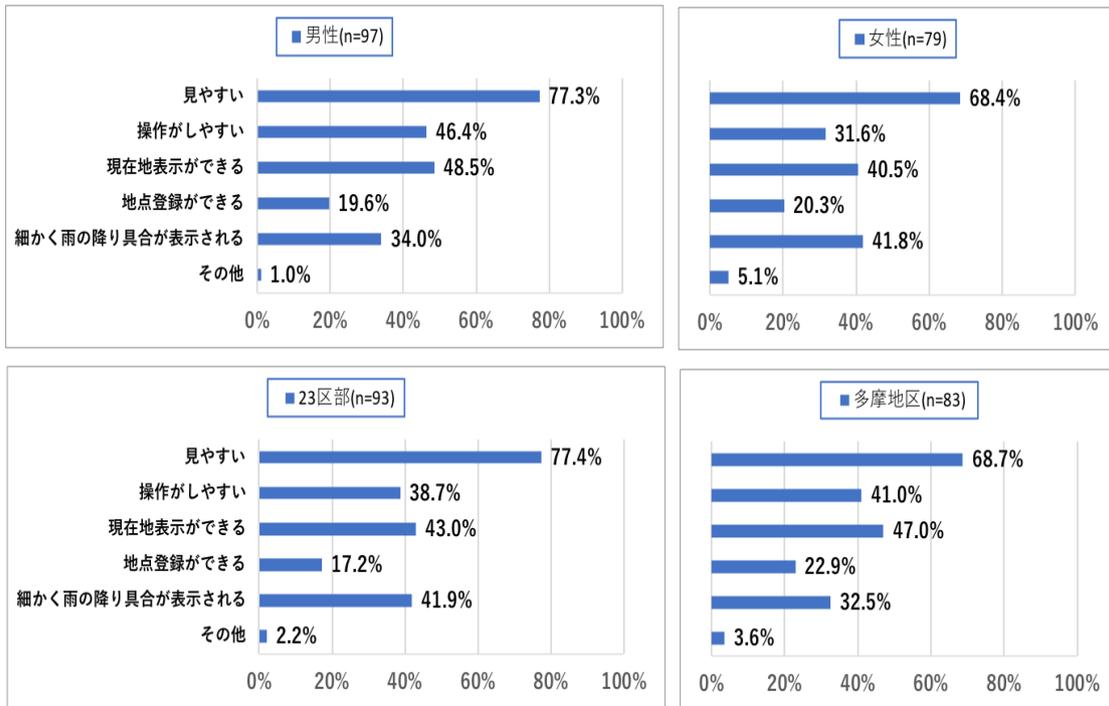


図 3-3-7-1 「東京アメッシュ」の使いやすかった点（性別・地区別）

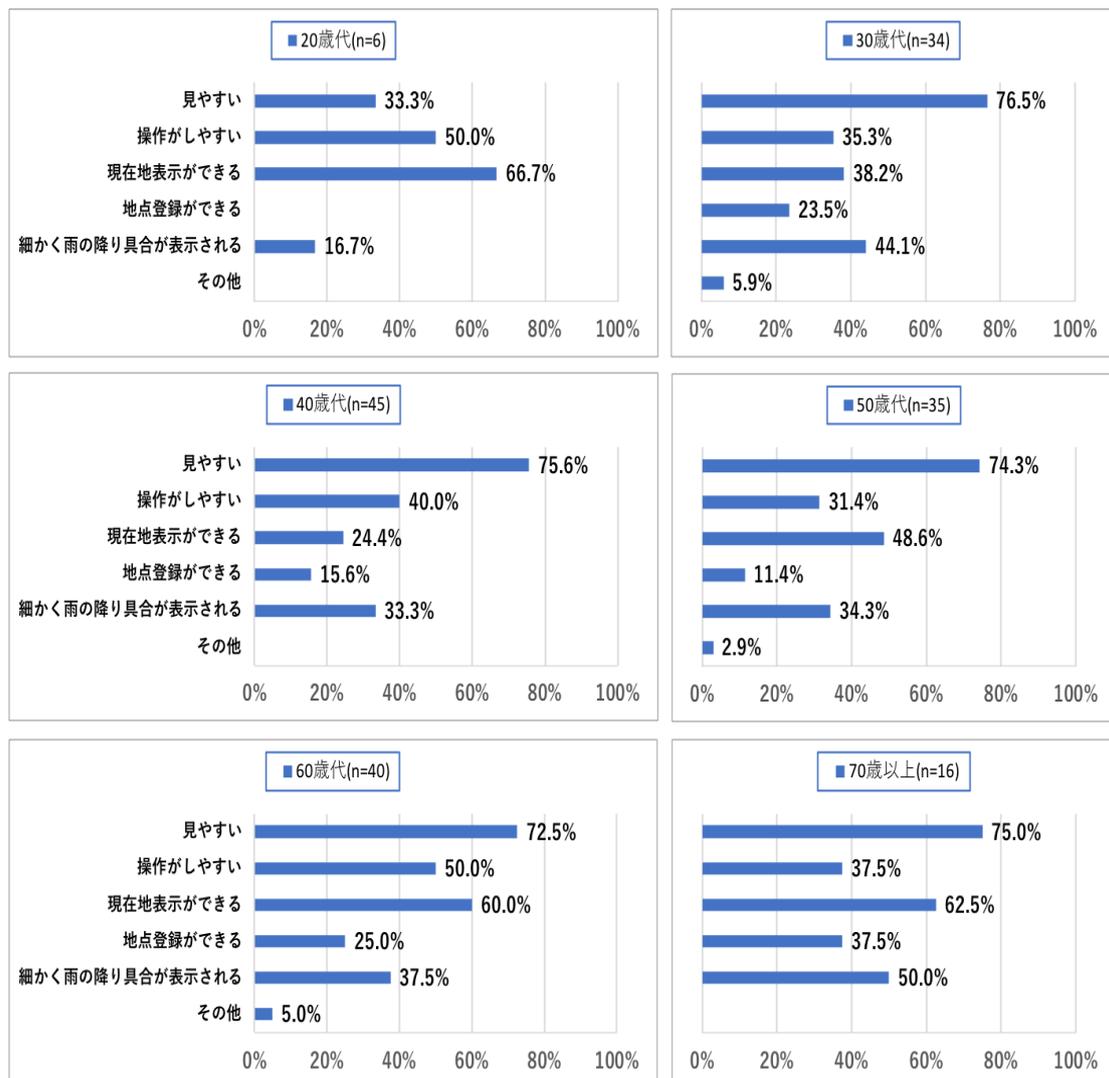


図 3-3-7-2 「東京アメッシュ」の使いやすかった点（年代別）

3.3.8 「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、「見づらい」が 21.7%と最も高く、次いで「詳細地域に対応して欲しい」が 17.4%、「拡大について」が 13.0%となった。
- ◆ 【スマートフォン版】でも、「見づらい」が 28.1%で最も高く、【パソコン版】と【スマートフォン版】で最も工夫すべき点と同じ結果となった。

Q20(5) 上記(3)で「2. 工夫(改善)すべき点がある」を選択された方におたずねします。工夫や改善すべき点について、具体的にお聞かせください。(自由回答)

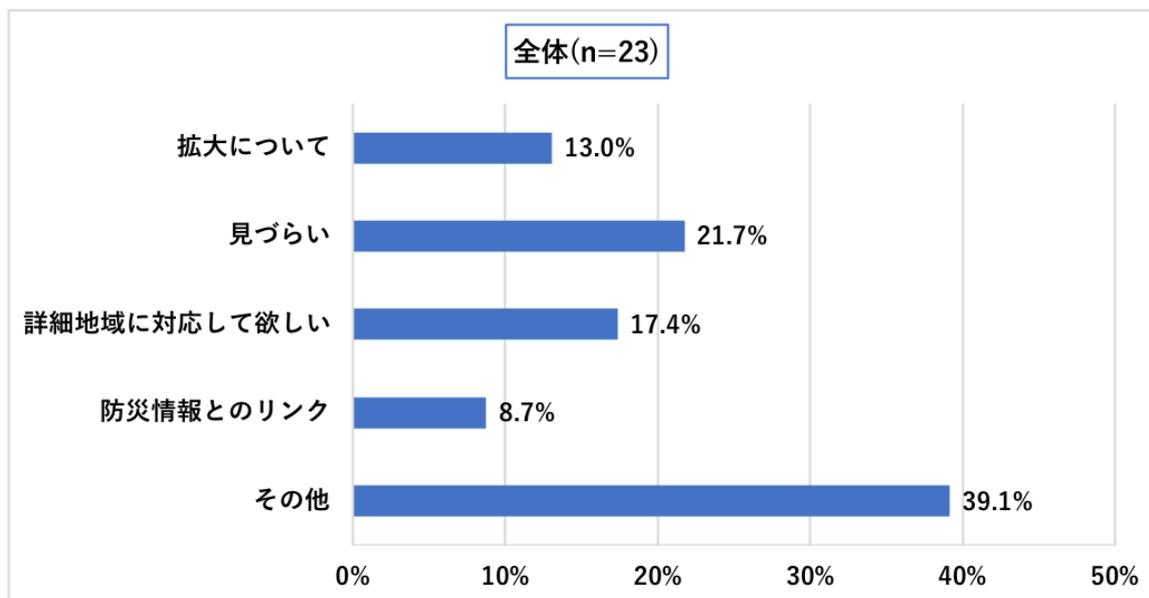


図3-3-8-1 「東京アメッシュ」の工夫すべき点【パソコン版】

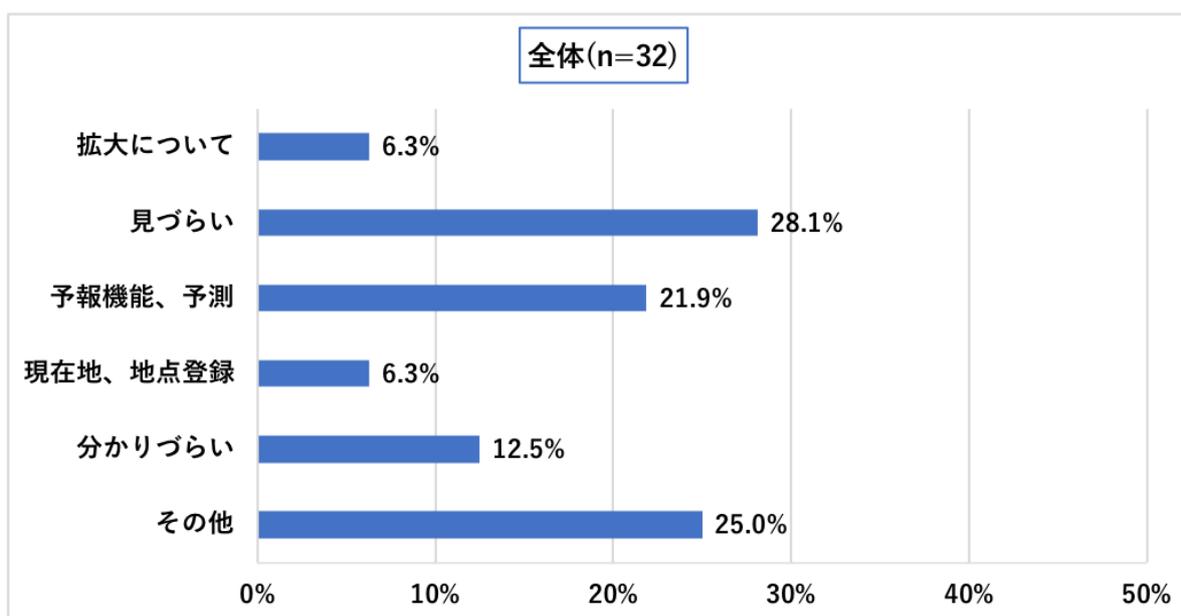


図3-3-8-2 「東京アメッシュ」の工夫すべき点【スマートフォン版】

【パソコン版】

➤ 拡大について

- ◇もう少しズーム出来ると良い(60歳代女性・多摩地区)
- ◇画面の拡大(60歳代女性・多摩地区)

➤ 見づらい

- ◇色分けが見にくい(60歳代女性・多摩地区)
- ◇都外の隣接県の市境等を示して欲しいです(60歳代女性・多摩地区)

➤ 詳細地域に対応して欲しい

- ◇詳細地域がわかり難い(60歳代女性・多摩地区)
- ◇市区等、更に詳しく表示出来ると良いと思います。(60歳代女性・多摩地区)

➤ 防災情報とのリンク

- ◇データ更新が遅いこと 河川や下水道の流量とリンクさせるシステムがほしい(60歳代女性・多摩地区)
- ◇他の防災情報とのリンク(60歳代女性・多摩地区)

➤ その他

- ◇自分の知りたい場所を表示させにくかった(60歳代女性・多摩地区)
- ◇予報時間を増やして欲しい(60歳代女性・多摩地区)

【スマートフォン版】

➤ 拡大について

- ◇ズーム(60歳代女性・多摩地区)
- ◇文字を大きく読みやすくする(60歳代女性・多摩地区)

➤ 見づらい

- ◇全体的に画面を見た時に、もう少し分かりやすくデザイン性のある見やすい表示になるともっとアクセスして使いたくなる(60歳代女性・多摩地区)
- ◇地形図の色が見にくい。(60歳代女性・多摩地区)
- ◇画面のきめが粗い。(60歳代女性・多摩地区)

➤ 予報機能、予測

- ◇降雨レーダーが何分後にどこに行くか予想が立てられるとより役立つと思う(60歳代女性・多摩地区)
- ◇長い時間の予測が欲しい(60歳代女性・多摩地区)

➤ 見現在地、地点登録

- ◇地点登録が上手く出来ない(60歳代女性・多摩地区)
- ◇スクロールが少ししにくい。登録スポットを3か所ほど設定できると便利か。(60歳代女性・多摩地区)

➤ 分かりづらい

- ◇雨の強さ量がわかりづらい(60歳代女性・多摩地区)
- ◇「スタートを押すと雨雲が動くが何時の天気を表しているのかわかりにくい。(60歳代女性・多摩地区)
- ◇時間経過が分かりにくい。(60歳代女性・多摩地区)

➤ その他

- ◇範囲を選択できると良い。西へドラッグしたり戻したりが面倒。(60歳代女性・多摩地区)
- ◇オフラインでも降雨量履歴がわかるようにする(60歳代女性・多摩地区)

3.3.9 「東京アメッシュ」の利便性を向上させるための情報や機能

- ◆ 「東京アメッシュ」の利便性を向上させるとされる情報や機能について、【パソコン版】では「予報機能、予測」が26.4%と最も高かった。一方、「特になし」も26.4%と同じ割合となった。
- ◆ 【スマートフォン版】でも、「予報機能、予測」が29.6%と高かったが、「その他」も21.0%あり、【パソコン版】に比べ、意見の多様化が見られた。

Q20(6)「東京アメッシュ」の利便性を向上させるため、「あったらよい」と思う情報や機能はありますか？あなたのご意見をお聞かせください。(自由回答)

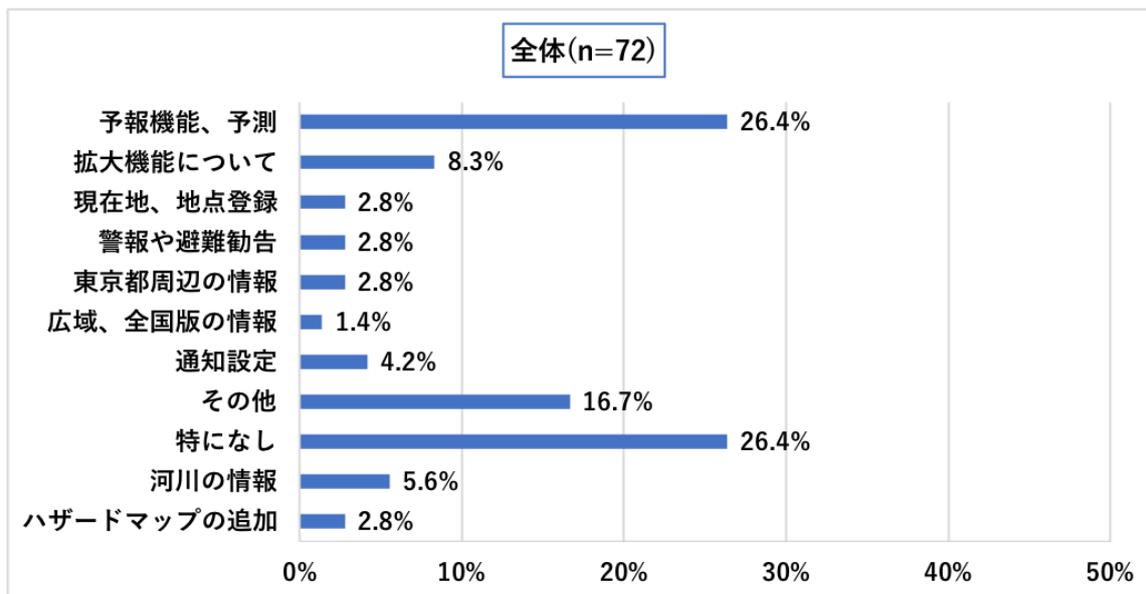


図3-3-9-1 「東京アメッシュ」の利便性を向上させるための情報や機能【パソコン版】

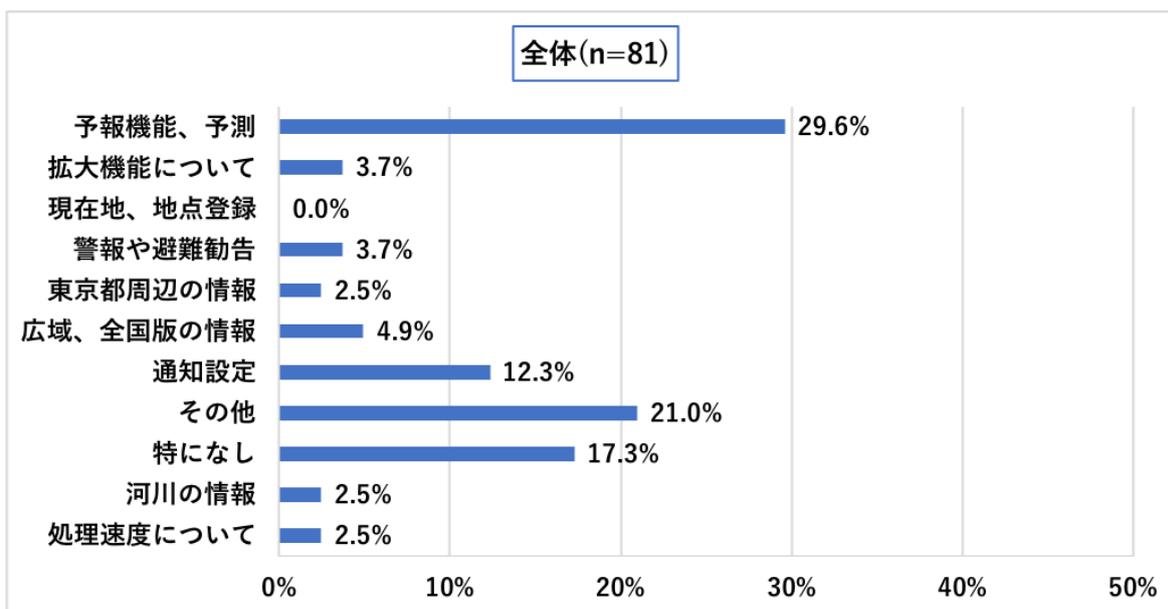


図3-3-9-2 「東京アメッシュ」の利便性を向上させるための情報や機能【スマートフォン版】

【パソコン版】

➤ 拡大機能について

◇ズーム機能の向上(60歳代女性・多摩地区)

◇もう少し詳細な場所まで拡大できたら嬉しい。もう少し広い範囲の降雨状況もあると嬉しい。(60歳代女性・多摩地区)

➤ 現在地、地点登録

◇定点での湿度表示(60歳代女性・多摩地区)

◇1拠点だけでなく、複数拠点の地点状況を並行してみれる(60歳代女性・多摩地区)

➤ 東京都周辺の情報

◇東京都外の周辺も知りたい(60歳代女性・多摩地区)

◇東京のみだがもう少し広範囲で見たい(60歳代女性・多摩地区)

➤ 広域、全国版の情報

◇周辺の県と連携して範囲を拡大してほしい(60歳代女性・多摩地区)

➤ 予報機能、予測

◇細かい時間別の雨量表示をよろしく願いいたします。(60歳代女性・多摩地区)

◇天気予報と連携して実績に加えて予想も表示してほしい。(60歳代女性・多摩地区)

➤ 警報や避難勧告

◇ゲリラ豪雨接近のお知らせ機能(60歳代女性・多摩地区)

◇雷がどこでなっているかも一緒に知りたい(60歳代女性・多摩地区)

➤ 通知設定

◇避難アラート機能(60歳代女性・多摩地区)

◇ゲリラ豪雨アラート(60歳代女性・多摩地区)

➤ その他

◇過去データの閲覧(60歳代女性・多摩地区)

◇台風情報(60歳代女性・多摩地区)

◇雨の質と移動スピード(60歳代女性・多摩地区)

➤ 河川の情報

◇河川増水情報連動(60歳代女性・多摩地区)

◇河川の水位(60歳代女性・多摩地区)

➤ ハザードマップの追加

◇ハザードマップも付ける(60歳代女性・多摩地区)

◇重ねるハザードマップとの連携を希望します(60歳代女性・多摩地区)

【スマートフォン版】

➤ 拡大機能について

◇さらなるズーム機能(60歳代女性・多摩地区)

◇細かい地名表示(60歳代女性・多摩地区)

➤ 東京都周辺の情報

◇東京都外の周辺も知りたい(60歳代女性・多摩地区)

➤ 広域、全国版の情報

◇他県との広域連携(60歳代女性・多摩地区)

◇もっと本州まるごとなど広い範囲の情報がわかると、より先の時間まで雨雲の動きが予想できてよいです。
(60歳代女性・多摩地区)

➤ 処理速度について

◇もう少し軽くしてほしい(60歳代女性・多摩地区)

◇もう少しスピーディーに操作できればなおよいと思います(60歳代女性・多摩地区)

➤ 予報機能、予測

◇地域別降雨予想情報(60歳代女性・多摩地区)

◇現在から数時間先の雨雲予測も見られるととても参考になります(60歳代女性・多摩地区)

➤ 警報や避難勧告

◇雷情報・強風情報・所在地の警報情報などがわかるといい。(60歳代女性・多摩地区)

◇集中豪雨の際に警報など(60歳代女性・多摩地区)

➤ 通知設定

◇現在地でも降雨アラーム(60歳代女性・多摩地区)

◇地域を登録しておき、雨が降りそうになったらメールで通知するサービス(60歳代女性・多摩地区)

➤ その他

◇Yahoo天気等のようにホーム画面に設置できる(60歳代女性・多摩地区)

◇天気に合わせて服装紹介(60歳代女性・多摩地区)

➤ 河川の情報

◇現在から近い河川決壊情報と河川実況映像(60歳代女性・多摩地区)

◇川の情報(60歳代女性・多摩地区)

3.3.10 「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 39.9%と最も高く、次いで「必要性が無い」が 18.8%、「アクセス方法がわからない」が 16.3%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 33.0%、女性が 45.4%と、女性が男性より 12.4 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 20 歳代が 62.5%と最も高く、次いで 30 歳代、50 歳代が共に 42.5%となった。一方、「使いにくい」との回答は 20 歳代を除く年代では一番低かったが、20 歳代では 25.0%と「別の気象情報を使用している」に次いで高い割合となった。
- ◆ 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 34.5%、多摩地区が 45.3%となり、多摩地区が 23 区部に比べ 10.8 ポイント高い結果となった。

Q 2 1 (1) 上記 Q 1 9 で、「2. 利用したが、今は利用していない」及び「3. 利用していない」を選択された方におたずねします。

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？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)

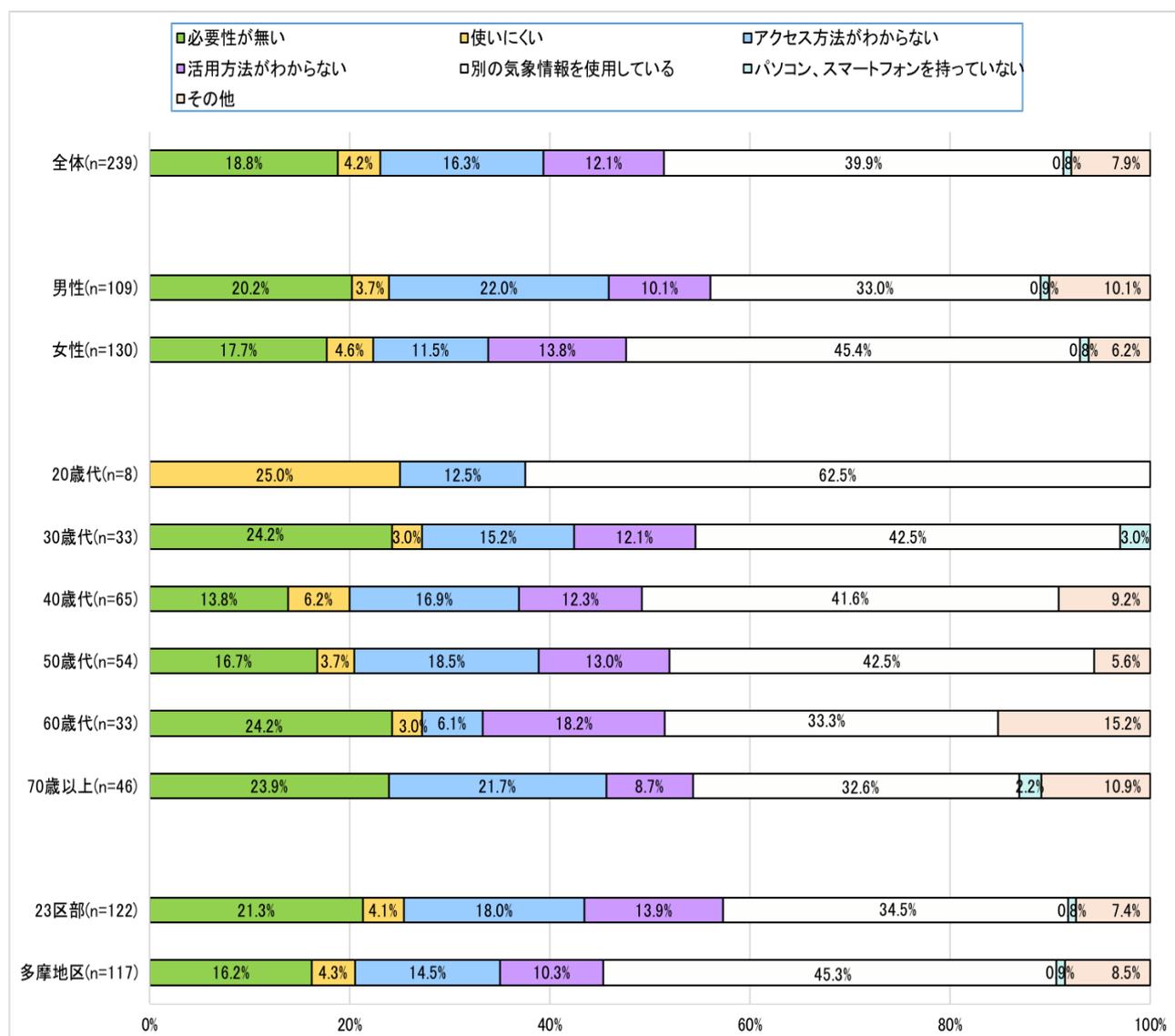


図 3-3-10 「東京アメッシュ」を利用していない理由

No	その他（内容）	件数
1	知らなかったから	2
2	アプリを使っているから	2
3	使いづらいところがあるから	3
4	利用する機会がない	5
5	気象庁、TVなどで足りる	2
6	その他	5
計		19

表3-3-10 「東京アメッシュ」を利用していない理由（その他）

3.3.11 「東京アメッシュ」に必要な改善点

Q21(2) 上記Q21(1)で、「2. 使いにくい」を選択された方におたずねします。使いにくかったところや改善が必要なところを具体的にお聞かせください。(自由回答)

No	自由回答(内容)	件数
1	降水量については良く分かりますが、それによってもたらされた被害状況などに連動しないと意味がないような気がします。	1
計		1

表3-3-11-1 「東京アメッシュ」に必要な改善点【パソコン版】

No	自由回答(内容)	件数
1	位置がみにくい	1
2	雨雲の画面が見にくい	1
3	自分の住んでいる部分など見方がよくわからない	1
4	以前から使っていたヤフー天気の方が使い勝手がよい	1
5	画面に情報がたくさんあって見辛い	1
計		5

表3-3-11-2 「東京アメッシュ」に必要な改善点【スマートフォン版】

3.3.12 他の気象情報

- ◆ 他の気象情報について、「予測、予報が出来る」が19.4%と最も高く、次いで「見やすい/使いやすい」が16.1%、「メール、ニュース、番組等を見るついでに見られる」が9.7%となった。

Q21(5) 上記Q21(1)で、「5. 別の気象情報を使用している」を選択された方におたずねします。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)

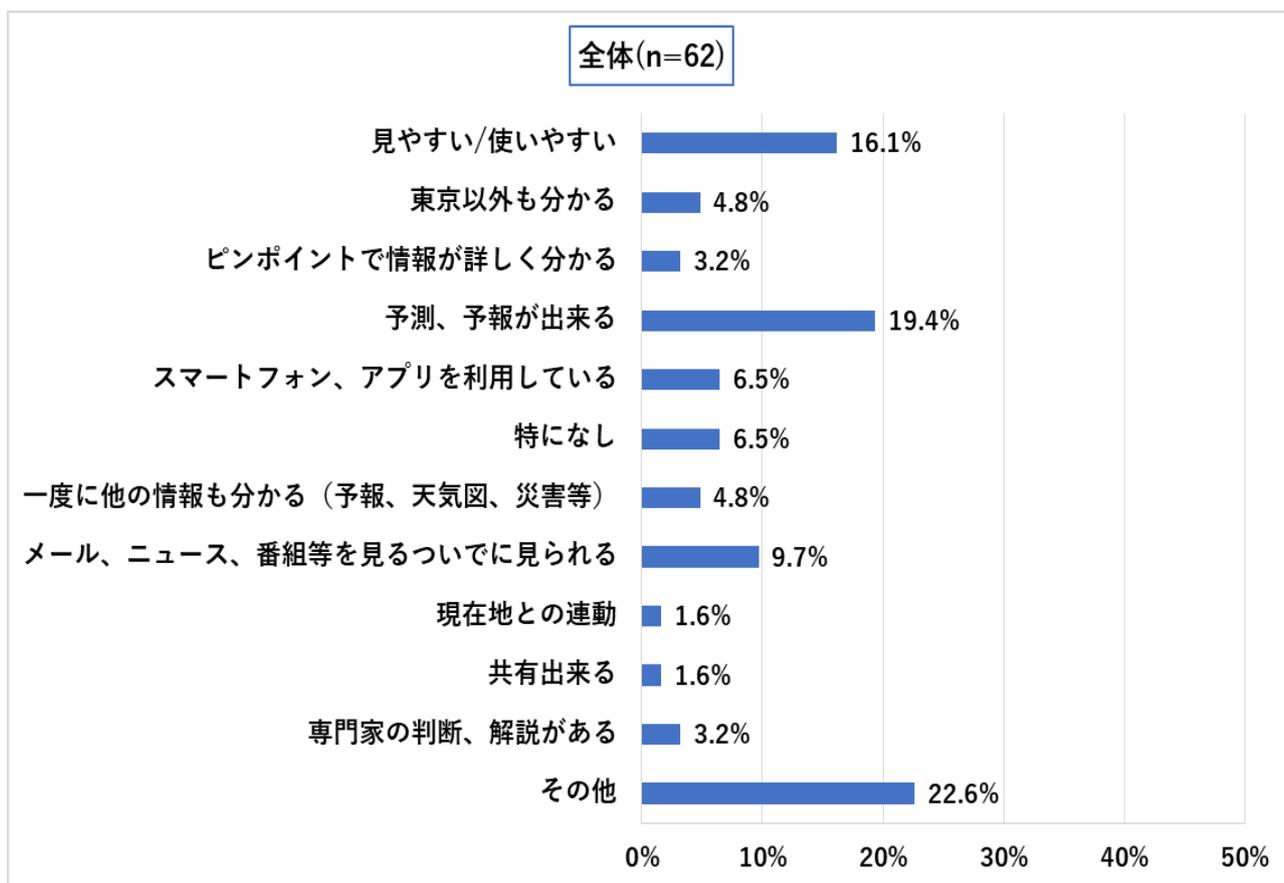


図3-3-12 気象情報についての意見

【気象情報についての意見】

➤ 見やすい/使いやすい

- ◇ Yahoo!の天気アプリ。シンプルな情報量で使いやすい(60歳代女性・多摩地区)
- ◇ テレビ情報は簡単にすぐ見られるから(60歳代女性・多摩地区)
- ◇ 気軽に見やすい(60歳代女性・多摩地区)

➤ 東京以外も分かる

- ◇ 気象庁のサービスだとほかの気象情報もわかって便利(60歳代女性・多摩地区)
- ◇ Yahoo!天気予報を利用しています。実家など他の地域も見られるのでついそれを使いがちです。(60歳代女性・多摩地区)

- ピンポイントで情報が詳しく分かる
 - ◇すぐに時間毎の天気予報にアクセスできる。(60 歳代女性・多摩地区)
 - ◇2 日後までの 1 時間ごとの天気予報(60 歳代女性・多摩地区)
- 予測、予報が出来る
 - ◇ヤフーのアメダス情報やテレビの雨情報を見ている。(60 歳代女性・多摩地区)
 - ◇広い範囲の雨雲の流れがわかる(予測されている)(60 歳代女性・多摩地区)
- スマートフォン、アプリを利用している
 - ◇今日明日の天気はスマホ、台風接近ならテレビ放送で確認する。(60 歳代女性・多摩地区)
 - ◇初めからスマホに入っていてわざわざインストールする必要がないから(60 歳代女性・多摩地区)
- 一度に他の情報も分かる(予報、天気図、災害等)
 - ◇天気予報も天気図も地震情報も一度にわかる(60 歳代女性・多摩地区)
 - ◇Yahoo 等で見る事が多いです。色々な情報が載っているので便利です。(60 歳代女性・多摩地区)
- メール、ニュース、番組等を見るついでに見られる
 - ◇テレビのリモコンで、番組を見ながら情報が見られる為。(60 歳代女性・多摩地区)
 - ◇ヤフーで、メールやニュースを見るついでに、雨雲レーダーを見えています。(60 歳代女性・多摩地区)
- 現在地との連動
 - ◇普段自分がいる場所の天気と連動して雨雲レーダーがわかる(Yahoo 天気予報)(60 歳代女性・多摩地区)
- 共有出来る
 - ◇すぐ見られて、皆と共有できる。(60 歳代女性・多摩地区)
- 専門家の判断、解説がある
 - ◇ニュース。解説付きだから。(60 歳代女性・多摩地区)
 - ◇現時点のみでなく少し先まで専門家の判断を知ることが出来る点が使いやすいと感じている。(60 歳代女性・多摩地区)
- その他
 - ◇キャラクターが可愛くて、つい。(60 歳代女性・多摩地区)
 - ◇普段、雨のパーセンテージと気温しかチェックしていないので、アメッシュを見るほどではないから(60 歳代女性・多摩地区)
 - ◇天気と言えばやはり ” 気象庁” を見ます。(60 歳代女性・多摩地区)
 - ◇Yahoo! 天気が検索で上にある(60 歳代女性・多摩地区)