

平成27年度東京都下水道局広報広聴アンケート(東京の下水道に関するアンケート) 調査結果(概要)

調査の概要

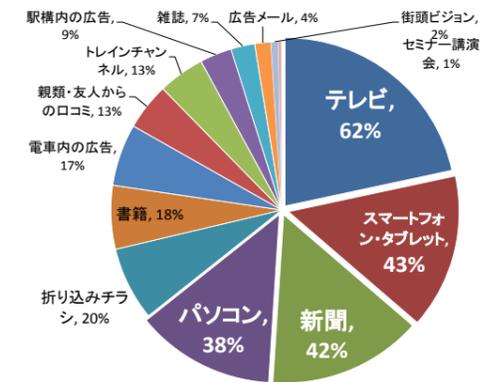
- 調査対象
東京都23区内に居住する満20歳以上の男女
3,000人(住民基本台帳から無作為抽出)
- 調査方法
郵送法(有効回答数1,507/回収率50.2%)
- 調査内容
下水道のイメージ、下水道に関する認知度・関心度
情報入手方法 など

<回答者の内訳>

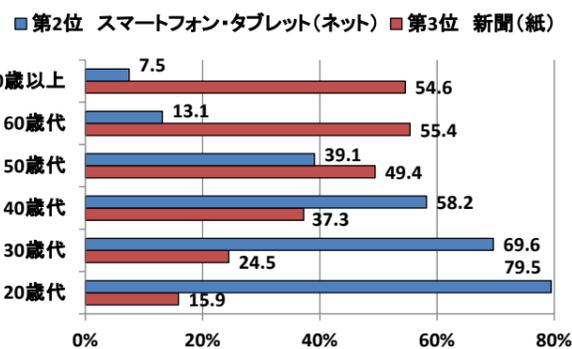
年代	全体	男性	女性
20歳代	7.1%	5.4%	8.5%
30歳代	15.7%	14.5%	16.7%
40歳代	23.2%	22.2%	24.0%
50歳代	23.1%	25.1%	21.5%
60歳代	23.8%	23.8%	22.0%
70歳以上	8.0%	9.0%	7.3%
(無回答)	0.1%	0.0%	0.0%
合計(数)	1,507	668	837

情報入手

≫「非常に良く見たり聞いたりする」と回答した割合



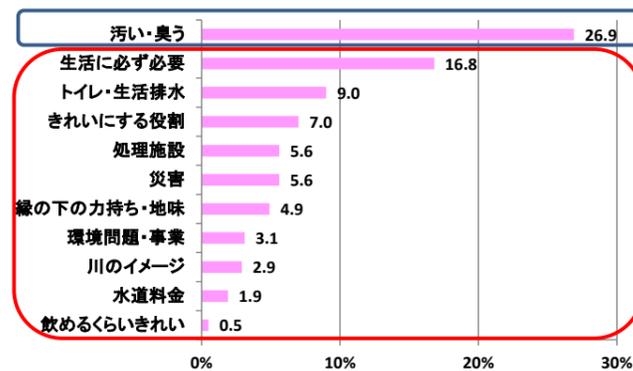
≫紙媒体とインターネット媒体で世代傾向が逆転(男女合算値)



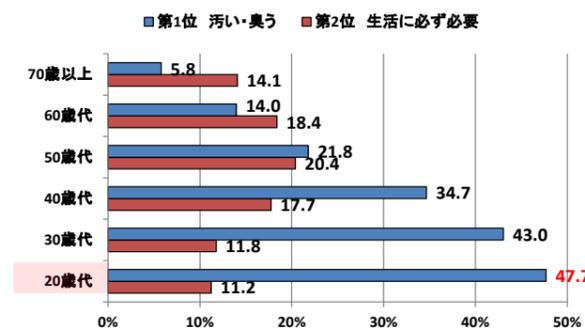
- ◆「下水道のイメージ」は、「汚い・臭う」が27%で第1位
- ◆「東京都下水道局事業の関心度」は、「関心を持っている」が25%
- ◆「下水道の役割」の認知度は70%以上
- ◆若年世代ほど下水道に関する情報接触が少なく、下水道に対する関心度、認知度が低くなる傾向

主な調査結果

○「下水道」に対するイメージ(自由記入回答をグループ化)
≫「汚い・臭う」が約27%で第1位、「生活に必ず必要」は約17%で第2位

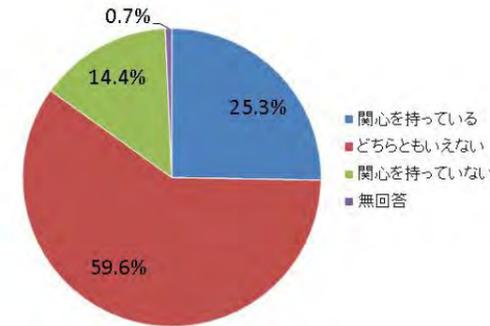


≫若年世代ほどネガティブなイメージがある

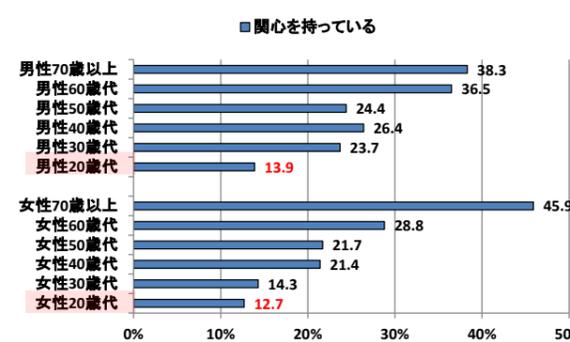


○「東京都下水道局事業」に対する関心度

≫「関心を持っている」が約25%であるが、「どちらともいえない」が約60%で第1位

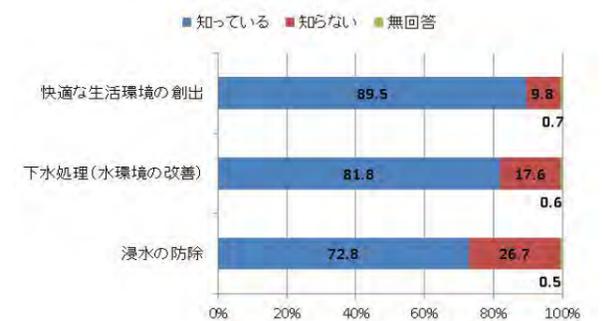


≫若年世代ほど関心度が低くなる

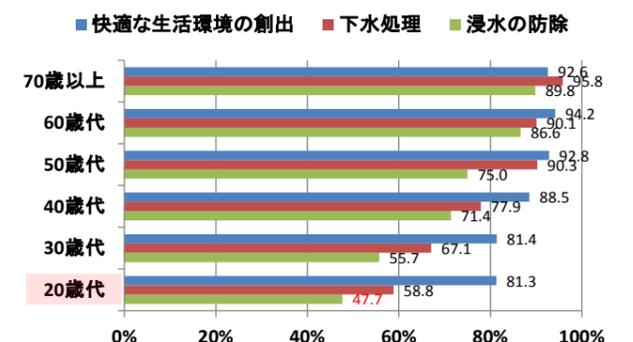


○「下水道の役割」の認知度

≫3つの役割の認知度はいずれも70%以上



≫若年世代ほど認知度が低くなる



○都民の「知りたいこと」とPRの評価

≫「下水道料金の内訳と使い道」「下水道の仕組みや役割」「下水道の事業計画・進捗状況」が上位
≫「知りたいこと」をPRできていると評価されたものはすべての項目で30%以下



グループインタビュー (アンケート回答者から20歳代と60歳代の2グループを招集して聞き取り)

- 情報接触行動
≫60歳代 「情報じっくり見型」 活字媒体をひとつお目を通す
20歳代 「情報チラ見型」 膨大なネット情報から、瞬時にピックアップ
- 下水道に対する認識
≫60歳代 下水道の移り変わりを知り、恩恵を実感している下水道尊重世代
20歳代 水のトラブルイメージしか思い浮かべない下水道無関心世代 (下水道との直接的な接点もほとんどない)
- 効果的な広報の方策について
≫60歳代 下水道の更なる価値・可能性を知ってもらう
20歳代 下水道に興味を持ってもらう。アプローチの工夫が必要

