



下水道モニター

令和3年度 第1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。

下水道モニターアンケート第1回では、下水道の役割等の認知度などやデジタルメディアを使用したPR手法、「東京アメッシュ」についてアンケートしました。

- ◆ 実施期間 令和3年5月21日(金)～6月3日(木)の14日間
- ◆ 対象者 東京都下水道局「令和3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 764名
- ◆ 調査方法 ウェブ形式による自記式アンケート
- ◆ 内容

I	結果の概要	1
1	下水道の役割の認知度と重要度	1
2	デジタルメディアを活用したPR手法	2
3	「東京アメッシュ」について	3
4	下水道事業の評価基準、ニーズ、認知経路など	5
5	局へのご意見、ご要望	6
II	回答者の属性	7
1	回答者数(性別、年代、地域、職業)	7
2	回答者属性別グラフ	8
III	集計結果	9
1	下水道の役割の認知度と重要度	9
2	デジタルメディアを活用したPR手法	33
3	「東京アメッシュ」について	42
4	下水道事業の評価基準、ニーズ、認知経路など	51
5	局へのご意見、ご要望	63

構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても100とはならない場合があります。

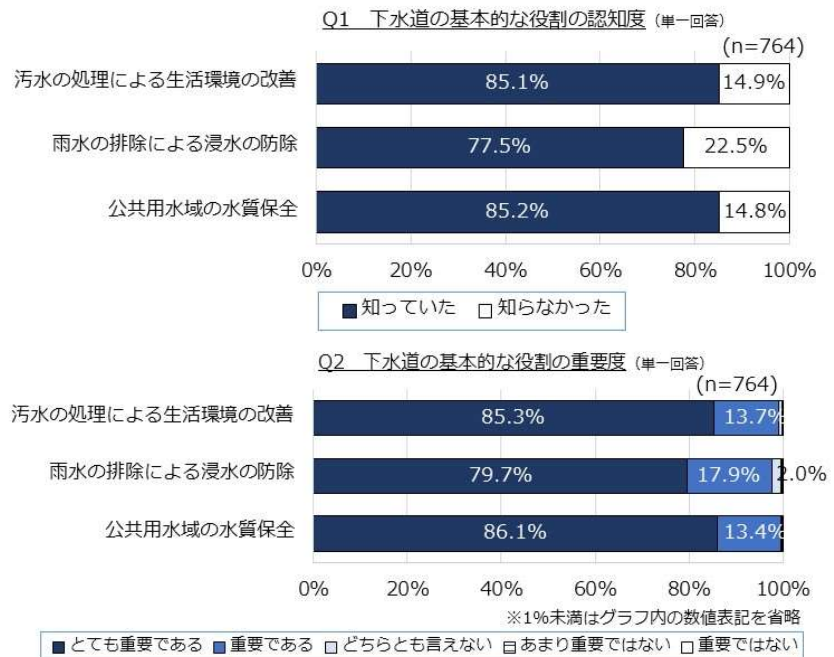
I 結果の概要

1 下水道の役割の認知度と重要度

(1) 下水道の基本的な役割の認知度と重要度

下水道の役割の認知度について、「汚水の処理による生活環境の改善」「雨水の排除による浸水の防除」「公共用水域の水質保全」を知っている回答者はいずれも約8割だった。

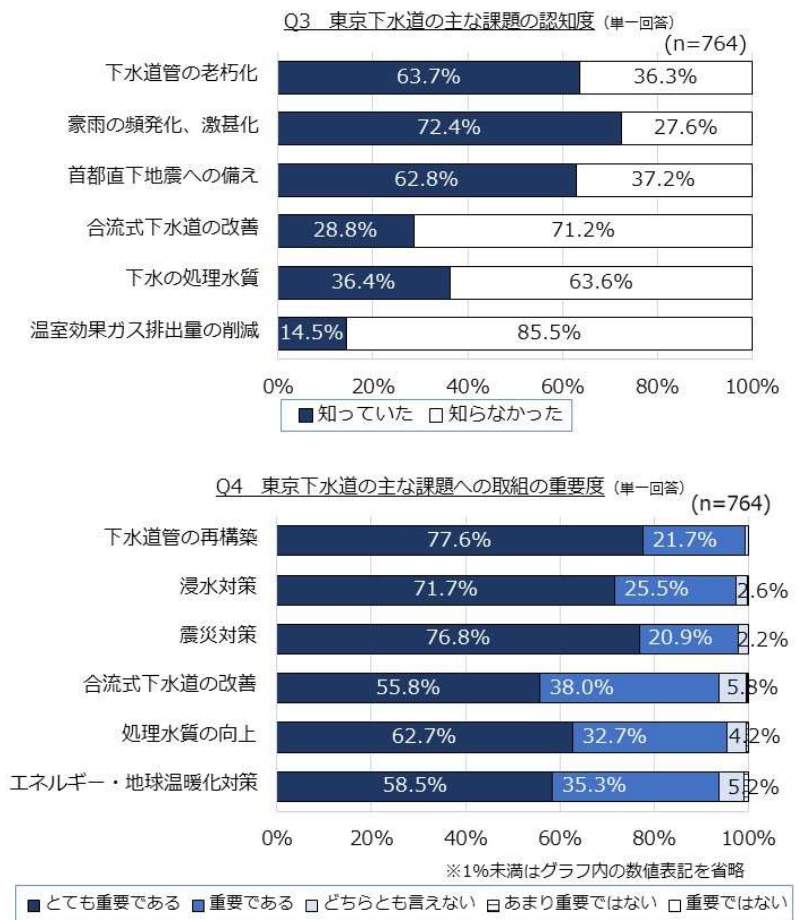
下水道の役割の重要度はほとんどの回答者が「とても重要」「重要」と回答し、重要性が広く認識されていた。



(2) 東京下水道の主な課題の認知度と取組の重要度

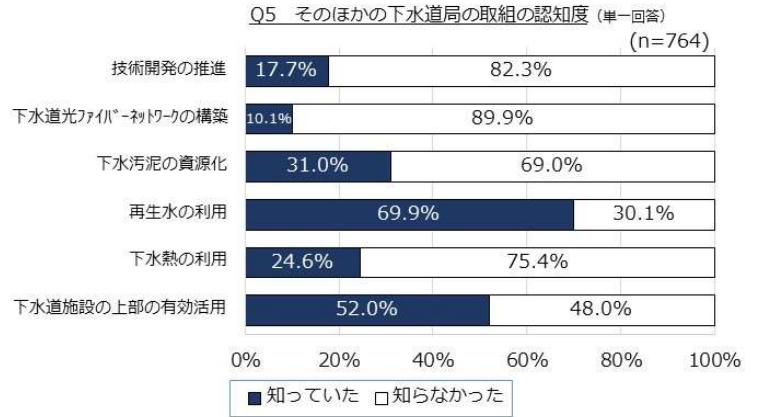
東京下水道の主な課題の認知度は、「豪雨の頻発化、激甚化」が72%、次いで「下水道管の老朽化」が63.7%と高かった。

東京下水道の主な課題に対する局の取組を設問内で説明したところ、ほとんどの回答者が「とても重要」「重要」と回答し、課題への取組の重要性を認識してもらう機会となった。



(3) そのほかの下水道局の取組の認知度

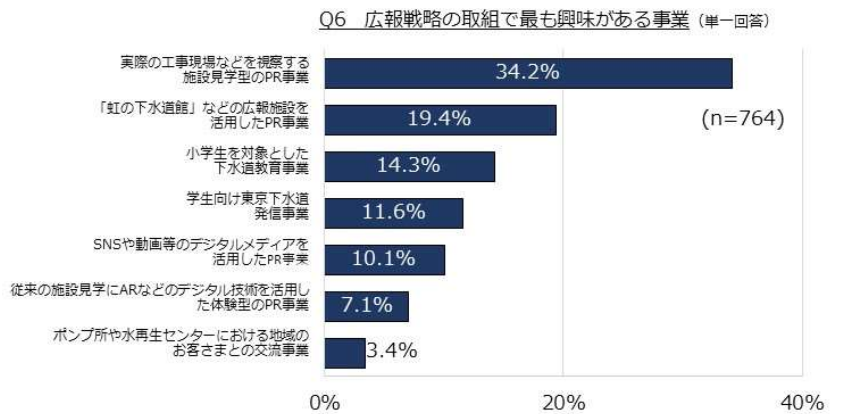
そのほかの下水道局の取組では、「再生水の利用」や「下水道施設の上部の有効利用」が回答者の半数以上に知られていた。



2 デジタルメディアを活用したPR手法

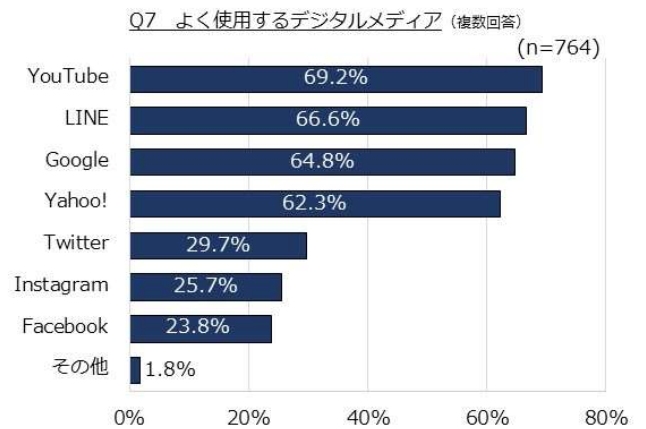
(1) 下水道局の広報戦略の取組で最も興味がある事業

最も興味がある事業について、『実際の工事現場などを視察する施設見学型のPR事業』が34.2%と最も高く、次いで『小学生を対象とした下水道教育事業』が19.4%となった。



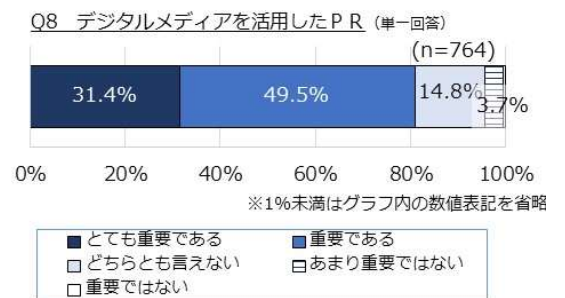
(2) よく使用するデジタルメディア

回答者全員(764人)がデジタルメディアを使用しており、上位4つ(YouTube、Line、Google、Yahoo!)は半数以上が、TwitterやInstagram、Facebookは3割近くが使用していた。



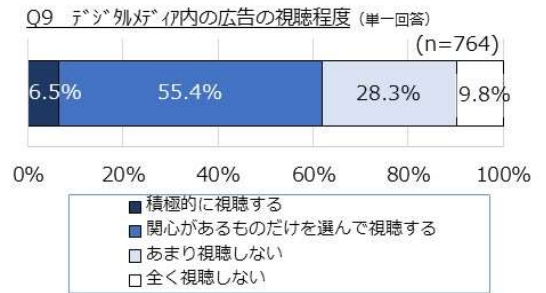
(3) デジタルメディアを活用したPR

デジタルメディアを活用したPRを「重要である」と回答したのは8割だった。



(4) デジタルメディア内で流れている広告の視聴程度

デジタルメディア内で流れて広告の視聴は、「積極的に視聴する」「関心があるものだけを選んで視聴する」との回答をあわせると6割だった。



(5) デジタルメディア内で流れている広告からHPへのアクセス経験

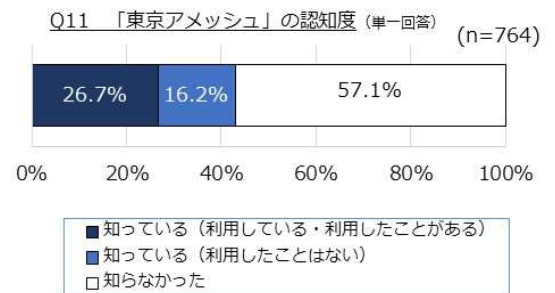
2(4)(Q9)で「積極的に視聴する」「関心がある者だけを選んで視聴する」と回答した473人のうち、視聴広告から広告元のHPへアクセスした経験が「よくある」「たまにある」と回答したのはあわせて8割だった。



3 「東京アメッシュ」について

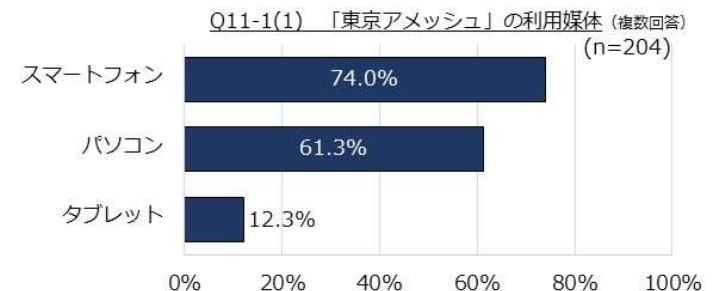
(1) 「東京アメッシュ」の認知度

「東京アメッシュ」を「知っている (利用している・利用したことがある)」は26.7%、「知っている (利用したことはない)」は16.2%で、両者を合わせた『知っている』は42.9%の認知度であった。



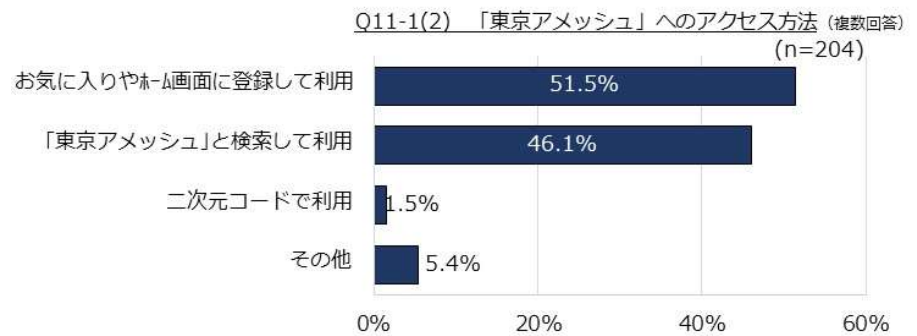
(2) 「東京アメッシュ」の利用媒体

3(1)(Q11)で「知っている (利用している・利用したことがある)」と回答した204人は「パソコン」や「スマートフォン」の利用が多く、「その他」を選択した人はいなかった。



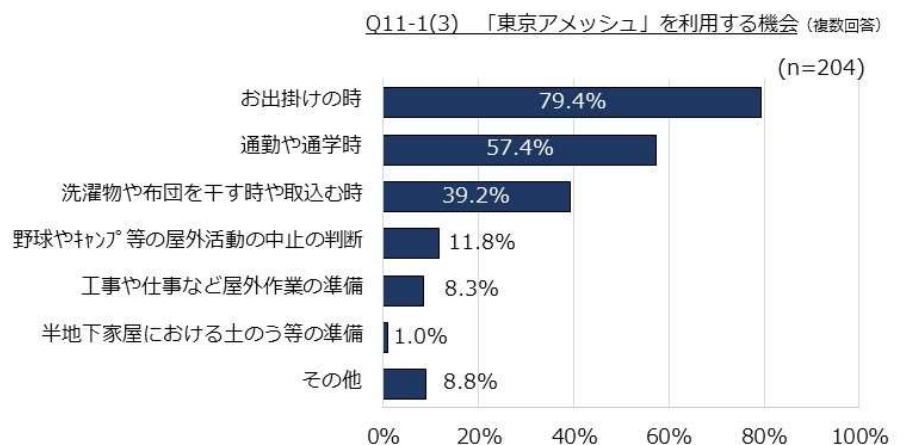
(3) 「東京アメッシュ」へのアクセス方法

3 (1) (Q11) で「知っている (利用している・利用したことがある)」と回答した 204 人のアクセス方法は、「お気に入りやホーム画面に登録して利用」と「東京アメッシュ」と検索して利用」がほぼ同数だった。



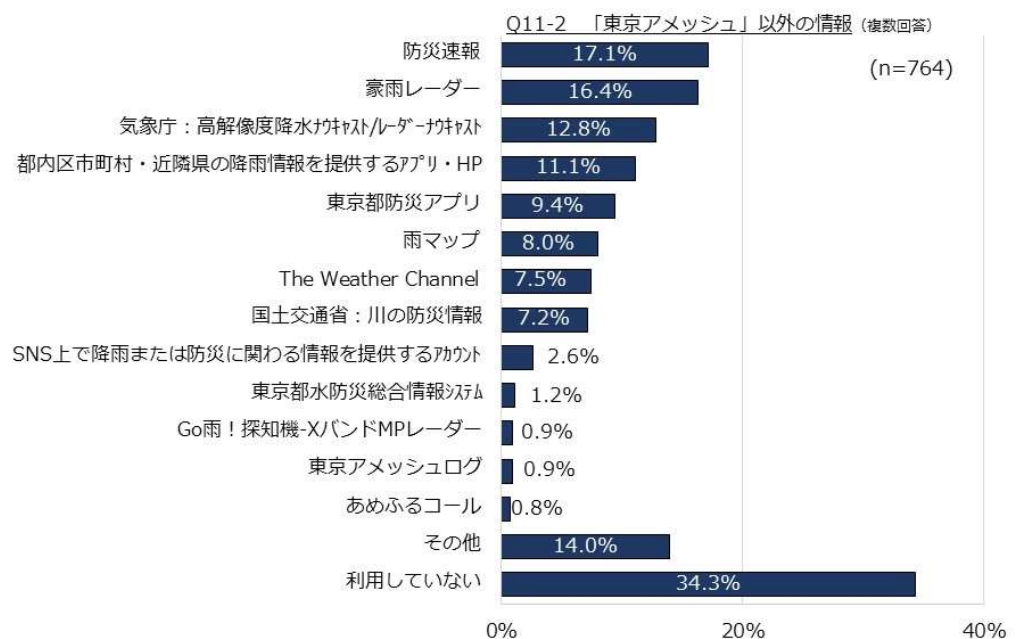
(4) 「東京アメッシュ」を利用する機会

3 (1) (Q11) で「知っている (利用している・利用したことがある)」と回答した 204 人について、アメッシュを利用する機会は「お出かけの時」が最も多く、回答者の 8 割近くだった。



(5) 「東京アメッシュ」以外に利用している降雨または防災に関わる情報

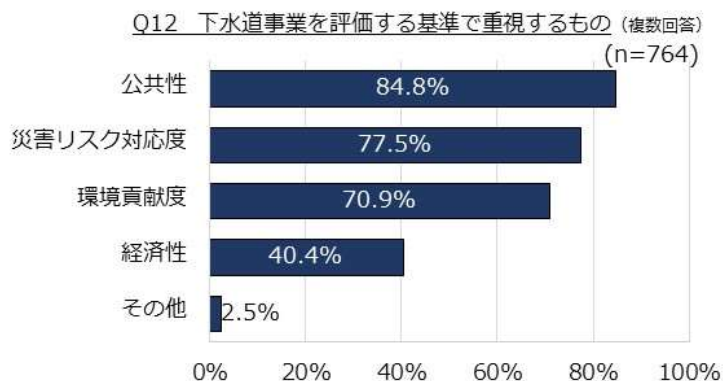
降雨や防災に関わる情報で利用が多いものは、防災速報や豪雨レーダー、気象庁のナウキャストだった。



4 下水道事業の評価基準、ニーズ、認知経路など

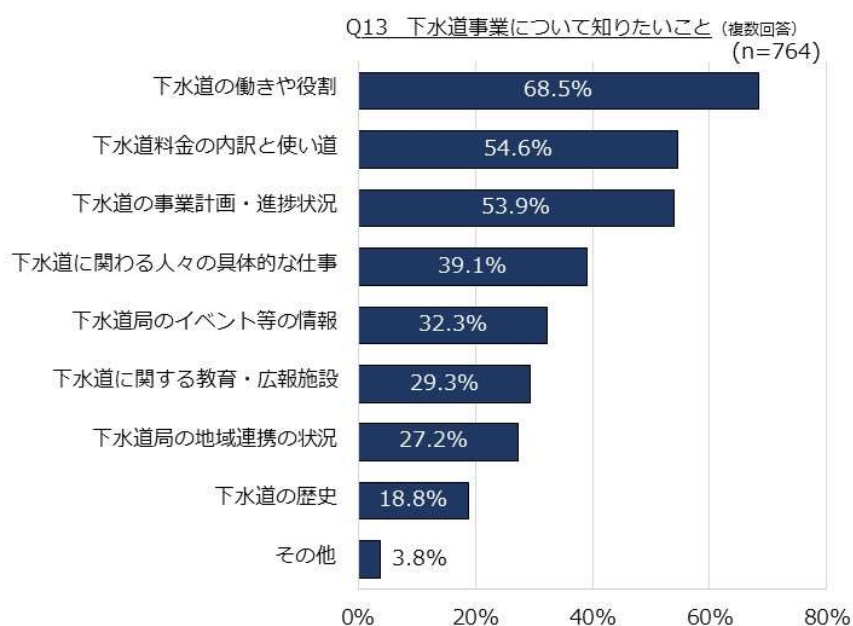
(1) 下水道事業を評価する基準

下水道事業の評価基準で重視するものについて、「公共性」「災害リスク対応度」「環境貢献度」との回答は7-8割だった。



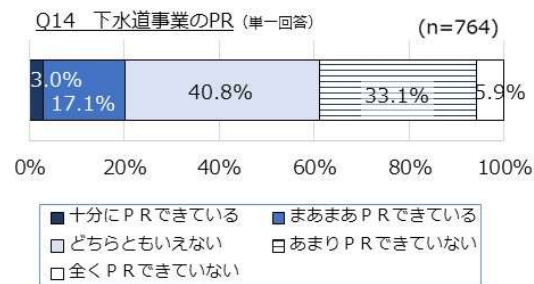
(2) 下水道事業について知りたいと思うこと

下水道事業で知りたいと思うことは、「下水道の働きや役割」が最も多かった。



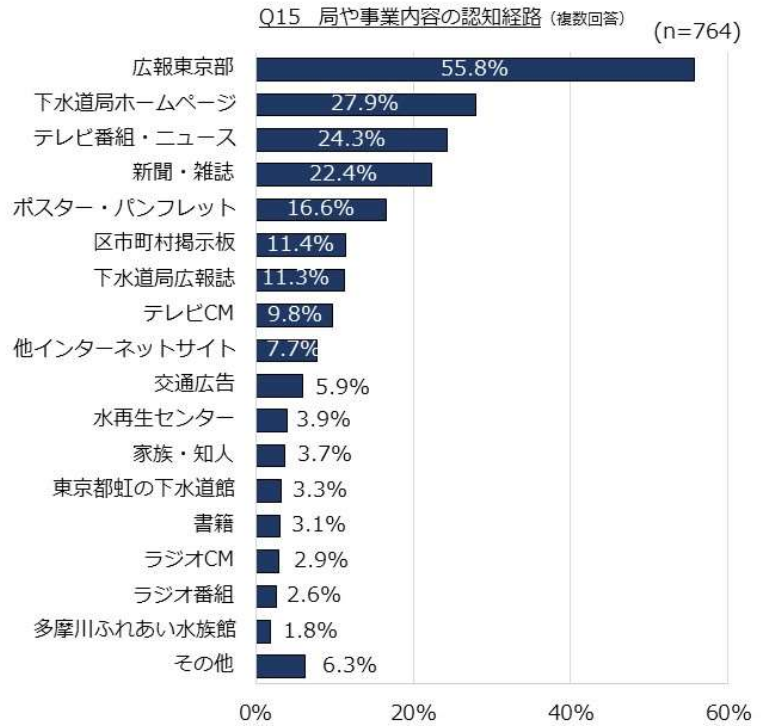
(3) 下水道事業のPR

4 (2) (Q13) で「知りたいと思うこと」について「PR できている」と考える回答者は合わせて2割、「PR できていない」との回答者は合わせて4割だった。



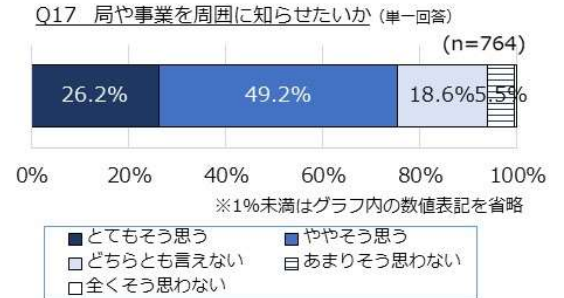
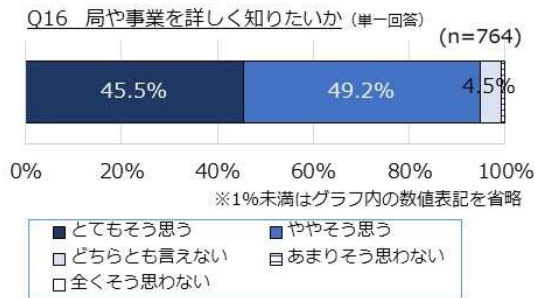
(4) 下水道事業の認知経路

事業の認知経路は、「広報東京都」が最も多く、次いで「下水道局ホームページ」が続いた。



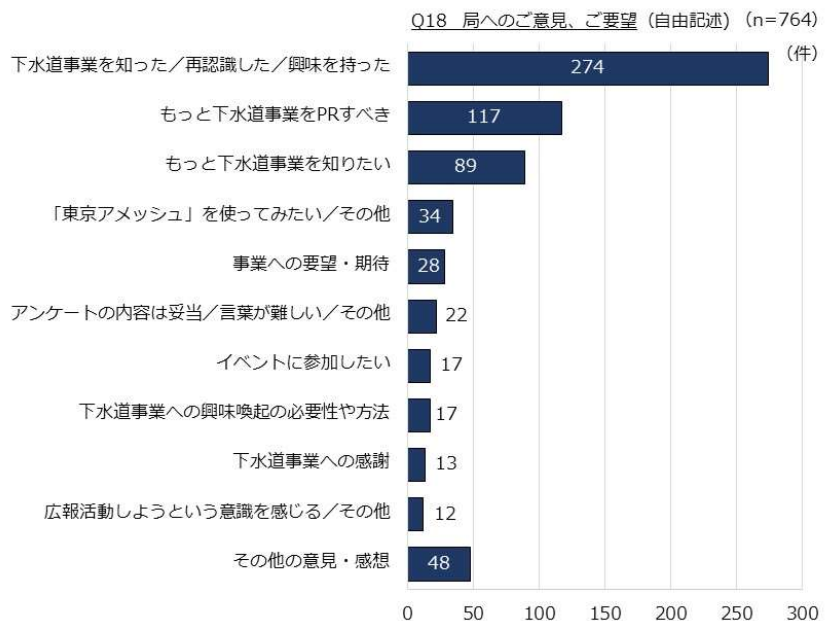
(5) 下水道局や下水道事業についてさらに詳しく知りたいか、周囲の人に知らせたいか

回答者の95%が「下水道局や事業についてさらに知りたい」と回答し、75%が「周囲の人に知らせたい」と回答した。



5 局へのご意見、ご要望

アンケートやモニター活動で「下水道事業を知った」等の意見が最も多く、次いで「もっと下水道事業をPRすべき」「もっと下水道事業を知りたい」が多かった。



II 回答者の属性

第1回モニターアンケートは、令和3年5月21日（金）から6月3日（木）までの14日間で実施した。その結果、764名の方から回答があった。（回答率76.9%）

1 回答者数（性別、年代、地域、職業）

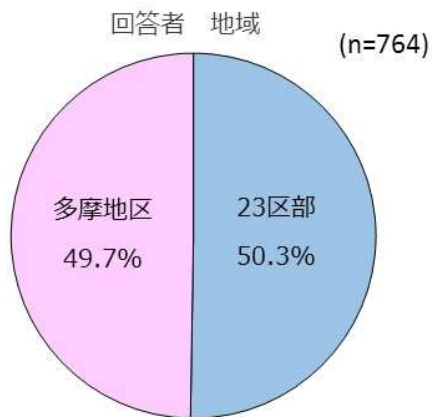
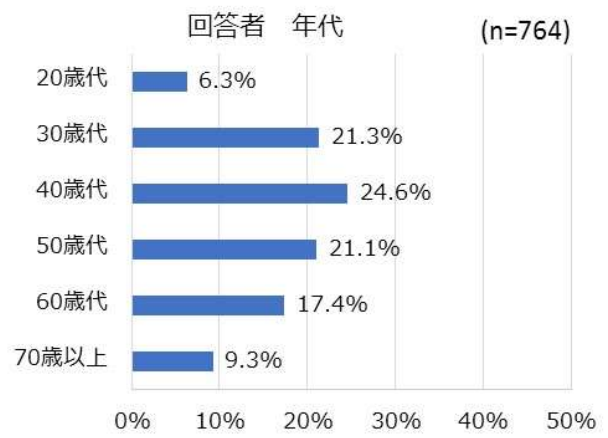
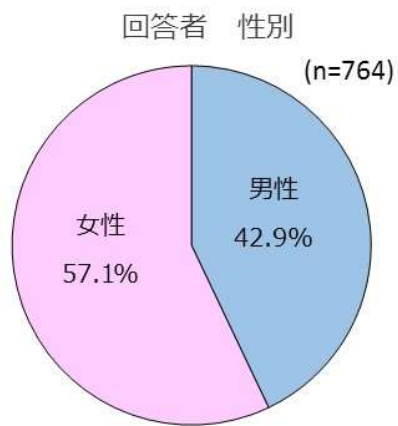
性別	回答者数	モニター数	回答率	回答者中の割合
男性	328	428	76.6%	42.9%
女性	436	566	77.0%	57.1%
合計	764	994	76.9%	100.0%

年代	回答者数	モニター数	回答率	回答者中の割合
20歳代	48	60	80.0%	6.3%
30歳代	163	216	75.5%	21.3%
40歳代	188	239	78.7%	24.6%
50歳代	161	216	74.5%	21.1%
60歳代	133	165	80.6%	17.4%
70歳以上	71	98	72.4%	9.3%
合計	764	994	76.9%	100.0%

地域	回答者数	モニター数	回答率	回答者中の割合
23区部	384	504	76.2%	50.3%
多摩地区	380	490	77.6%	49.7%
合計	764	994	76.9%	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	300	394	76.1%	39.3%
自営業・家族従業	45	63	71.4%	5.9%
学生	15	19	78.9%	2.0%
学校教員・塾講師	5	8	62.5%	0.7%
パート・アルバイト	132	167	79.0%	17.3%
専業主婦	141	182	77.5%	18.5%
無職	103	129	79.8%	13.5%
その他	23	32	71.9%	3.0%
合計	764	994	76.9%	100.0%

2 回答者属性別グラフ



III集計結果

1 下水道の役割の認知度と重要度

(1) 下水道の基本的な役割の認知度と重要度

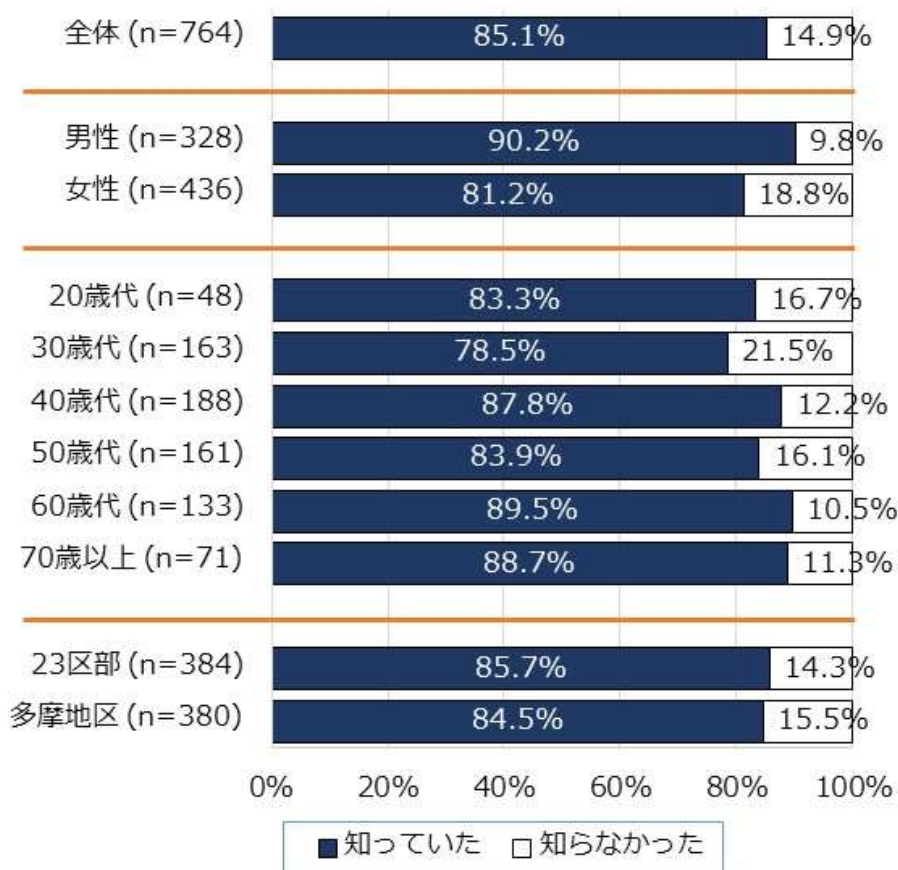
ア. 「汚水の処理による生活環境の改善」の認知度

- ◆ 「汚水の処理による生活環境の改善」の認知度について、85.1%が「知っていた」と回答した。
- ◆ 男女別にみると、「知っていた」では男性が90.2%、女性が81.2%となり、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、「知っていた」では全年代で7割以上を示した。特に60歳代では89.5%となり、認知度が最も高いことがわかった。
- ◆ 地区別にみると、「知っていた」では23区部が85.7%、多摩地区が84.5%となり、顕著な違いは見られなかった。

Q1 下水道の基本的な役割として「汚水の処理による生活環境の改善」「雨水の排除による浸水の防除」「公共用水域の水質保全」の三つがあります。あなたは、このことをご存じでしたか。(1)から(3)について該当するものを一つだけお選びください。(単一回答)

Q1-(1)「汚水の処理による生活環境の改善」

汚水の処理により清潔で、快適な生活環境に寄与するという汚水の処理による生活環境の改善の役割

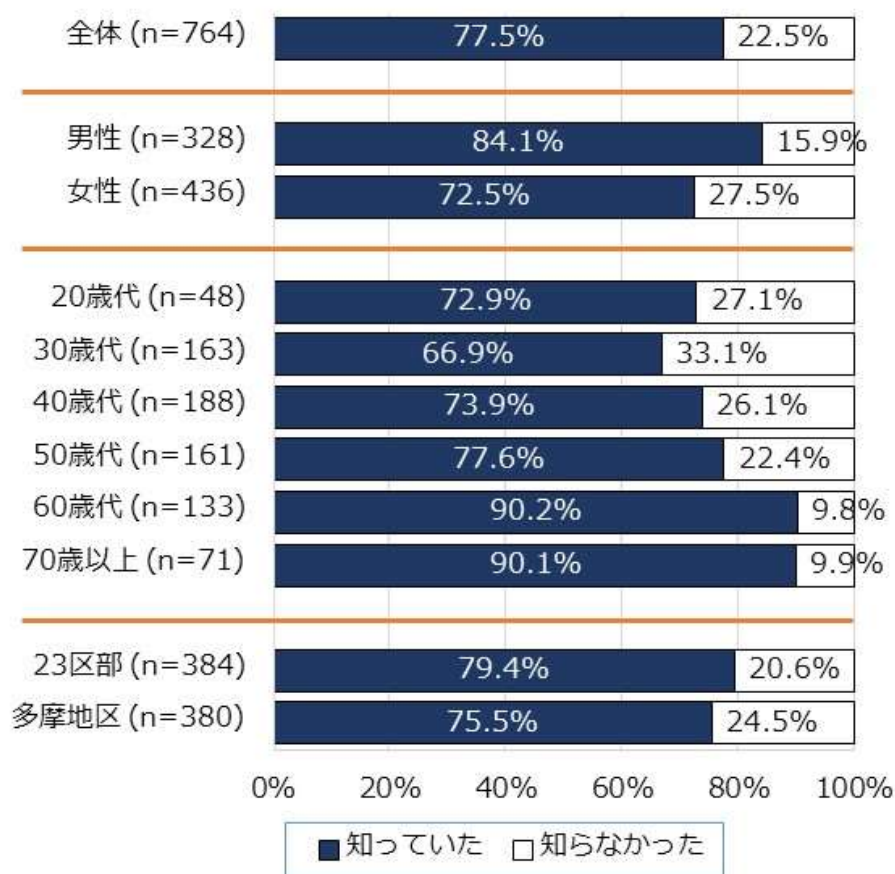


イ. 「雨水の排除による浸水の防除」の認知度

- ◆ 「雨水の排除による浸水の防除」の認知度について、77.5%が「知っていた」と回答した。
- ◆ 男女別にみると、「知っていた」では男性が84.1%、女性が72.5%となり、男性が女性より11.6ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、「知っていた」では、60歳代が90.2%と最も高く、次いで70歳以上が90.1%となった。一方、30歳代では66.9%と最も低い結果となった。
- ◆ 地区別にみると、「知っていた」では23区部が79.4%、多摩地区が75.5%となり、23区部が多摩地区より3.9ポイント高い結果となった。

Q1 - (2) 雨水の排除による浸水の防除

雨が降った時に、雨水を下水道管に取り込み川や海に放流することで、市街地を浸水から守るという雨水の排除による浸水の防除の役割

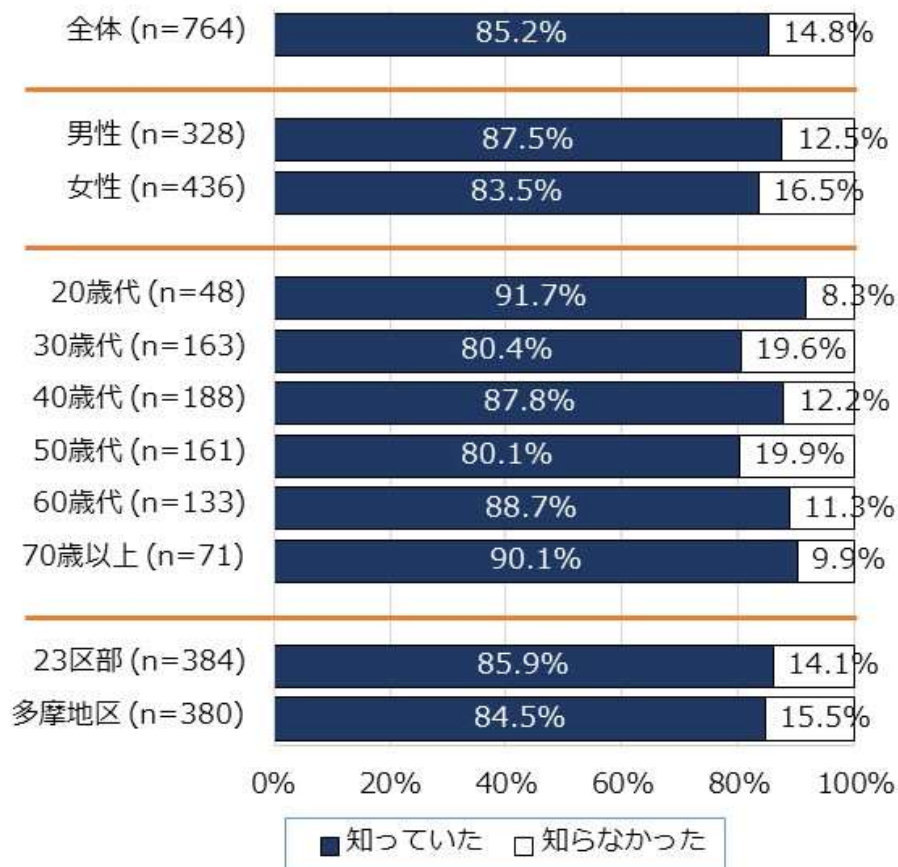


ウ. 「公共用水域の水質保全」の認知度

- ◆ 「公共用水域の水質保全」の認知度について、85.2%が「知っていた」と回答した。
- ◆ 男女別にみると、「知っていた」では男性が87.5%、女性が83.5%となり、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、「知っていた」では全年代で8割以上を示した。特に20歳代では91.7%となり、認知度が最も高いことがわかった。
- ◆ 地区別にみると、「知っていた」では23区部が85.9%、多摩地区が84.5%となり、顕著な違いは見られなかった。

Q1-(3) 公共用水域の水質保全

家庭や工場などから出た汚れた水をきれいにしてから川や海に放流するという公共用水域の水質保全の役割



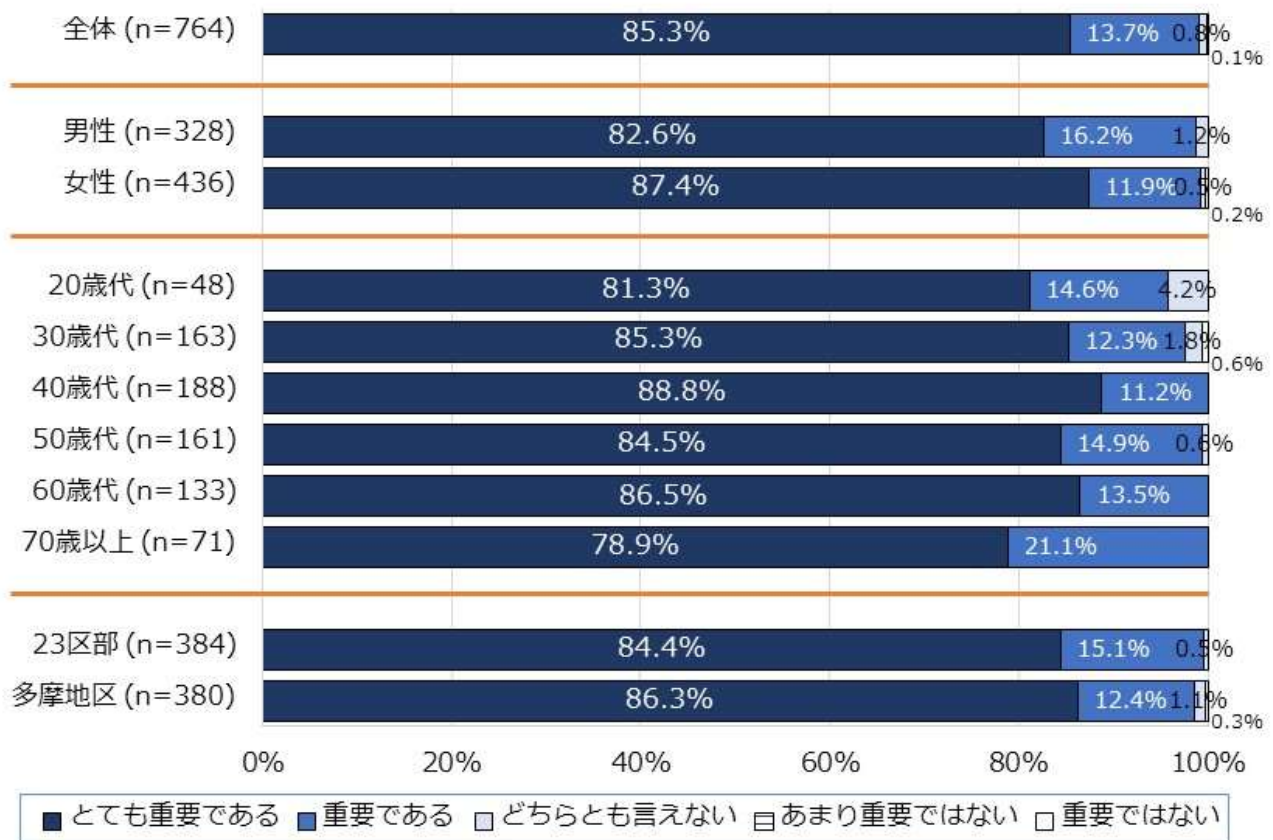
工. 「汚水の処理による生活環境の改善」の重要度

- ◆ 「汚水の処理による生活環境の改善」について、「とても重要である」が85.3%、「重要である」が13.7%で、『重要である』との回答は合わせて99.0%となり、「汚水の処理による生活環境の改善」の重要度は広く認識されていることがわかった。
- ◆ 男女別にみると、『重要である』は男性が98.8%、女性が99.3%となり、男性と女性で顕著な差は見られなかった。
- ◆ 年代別にみると、『重要である』は40歳代と60歳代と70歳以上が100%と最も多く、次いで50歳代が99.4%、30歳代が97.6%となった。一番低い結果の20歳代でも95.9%と9割を超えていた。
- ◆ 地区別にみると、『重要である』は23区部が99.5%、多摩地区が98.7%となり、顕著な違いは見られなかった。

Q2 下水道の基本的な役割について、あなたはどのくらい重要であると思いますか。(1)から(3)について以下の選択肢から、該当するものを一つだけお選びください。(単一回答)

Q2-(1)「汚水の処理による生活環境の改善」

汚水の処理により清潔で、快適な生活環境に寄与するという汚水の処理による生活環境の改善の役割

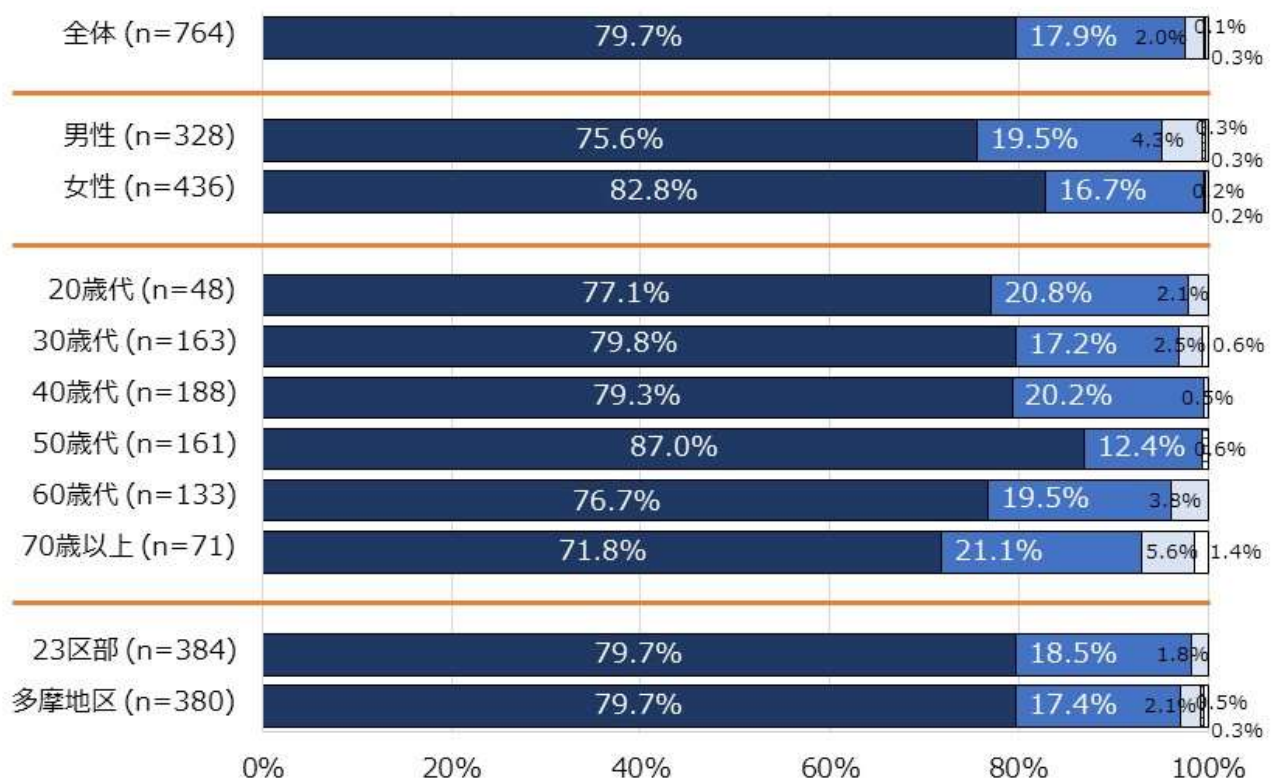


オ. 「雨水の排除による浸水の防除」の重要度

- ◆ 「雨水の排除による浸水の防除」について、「とても重要である」が79.7%、「重要である」が17.9%で、『重要である』との回答は合わせて97.6%となり、「雨水の排除による浸水の防除」の重要度は広く認識されていることがわかった。
- ◆ 男女別にみると、『重要である』は男性が95.1%、女性が99.5%となり、女性が男性より4.4ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、『重要である』は40歳代が99.5%と最も多く、次いで50歳代が99.4%、20歳代が97.9%となった。一番低い結果の70歳以上でも92.9%と9割を超えていた。
- ◆ 地区別にみると、『重要である』は23区部が98.2%、多摩地区が97.1%となり、顕著な違いは見られなかった。

Q2-(2) 雨水の排除による浸水の防除

雨が降った時に、雨水を下水道管に取り込み川や海に放流することで、市街地を浸水から守るという雨水の排除による浸水の防除の役割



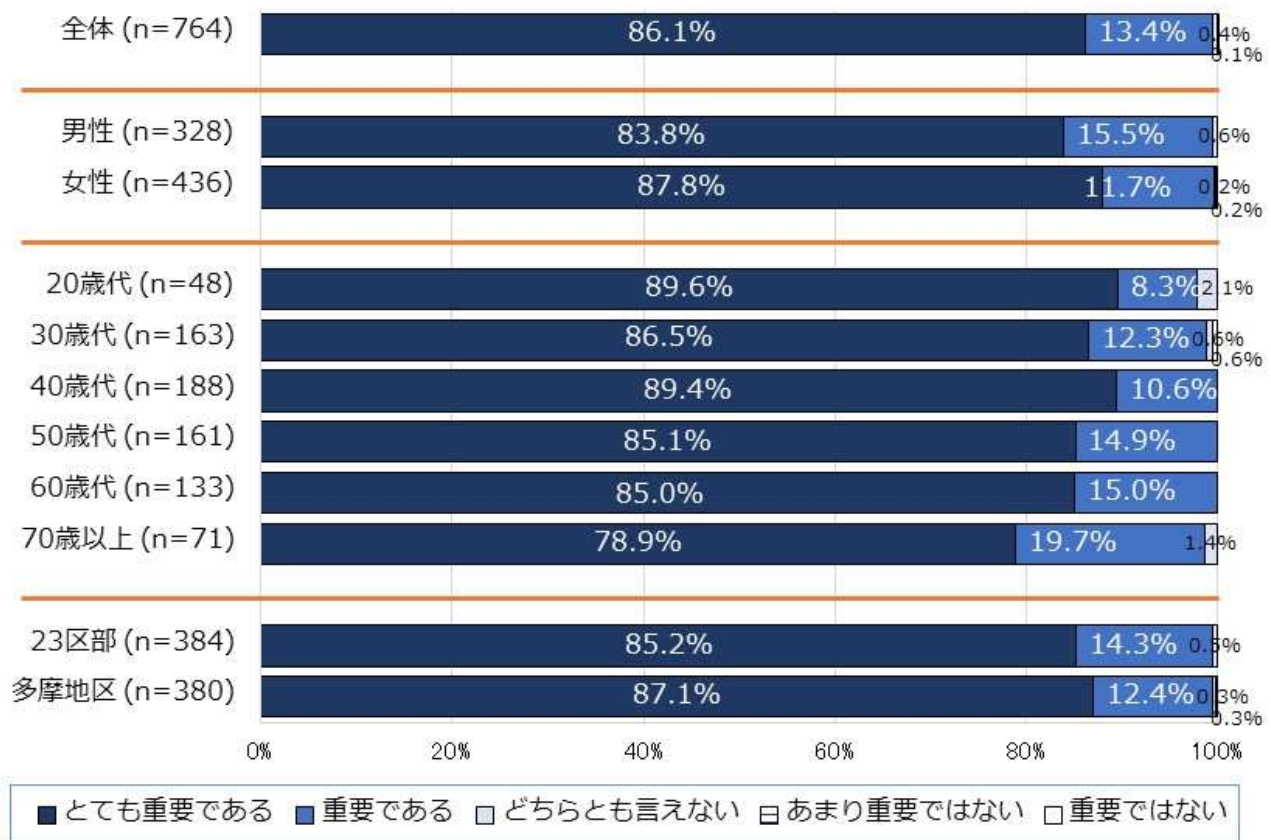
■ とても重要である ■ 重要である □ どちらとも言えない □ あまり重要ではない □ 重要ではない

カ. 「公共用水域の水質保全」の重要度

- ◆ 「公共用水域の水質保全」について、「とても重要である」が86.1%、「重要である」が13.4%で、『重要である』との回答は合わせて99.5%となり、「公共用水域の水質保全」の重要度は広く認識されていることがわかった。
- ◆ 男女別にみると、『重要である』は男性が99.3%、女性が99.5%となり、顕著な違いは見られなかった。
- ◆ 年代別にみると、『重要である』は40歳代と50歳代と60歳代が100%と最も多く、次いで30歳代が98.8%、70歳以上が98.6%となった。一番低い結果の20歳代でも97.9%と9割を超えていた。
- ◆ 地区別にみると、『重要である』は23区部が99.5%、多摩地区が99.5%となり、顕著な違いは見られなかった。

Q2-(3) 公共用水域の水質保全

家庭や工場などから出た汚れた水をきれいにしてから川や海に放流するという公共用水域の水質保全の役割



(2) 東京下水道の主な課題の認知度と取組の重要度

ア. 「下水道管の老朽化」の認知度

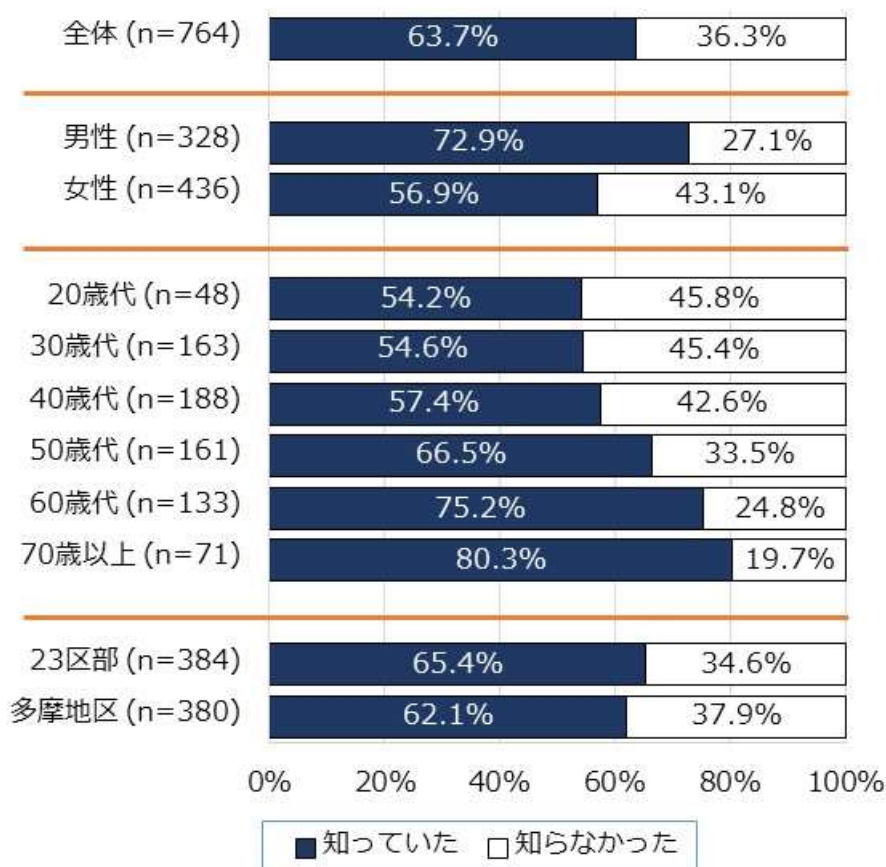
- ◆ 「下水道管の老朽化」について、「知っていた」は 63.7% となり、「下水道管の老朽化」の認知度は約 6 割であった。
- ◆ 男女別にみると、「知っていた」では男性が 72.9%、女性が 56.9% と、女性が男性より 16 ポイント低い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、「知っていた」では、70 歳以上が 80.3% と最も高く、次いで 60 歳代が 75.2% となった。年代の上昇とともに認知度が上がる傾向が見られた。
- ◆ 地区別にみると、「知っていた」では 23 区部が 65.4%、多摩地区が 62.1% となり、23 区部が多摩地区より 3.3 ポイント高い結果となった。

Q3 東京下水道の主な課題として「下水道管の老朽化」や「豪雨の頻発化、激甚化」などがあります。あなたは、このことをご存じでしたか。(1) から (6) について以下の選択肢から、該当するものを一つだけお選びください。(単一回答)

Q3-(1) 下水道管の老朽化

道路の下に埋設される下水道管が破損すると、道路の陥没事故につながる恐れがあるため、古い下水道管は取替えや補修が必要です。

東京都の下水道は整備を始めてから既に 100 年以上が経過しています。下水道管は耐用年数が 50 年とされており、高度経済成長期以降（1960 年代以降）に整備した大量の下水道管が耐用年数に達する等、急速に下水道管の老朽化が進んでいます。



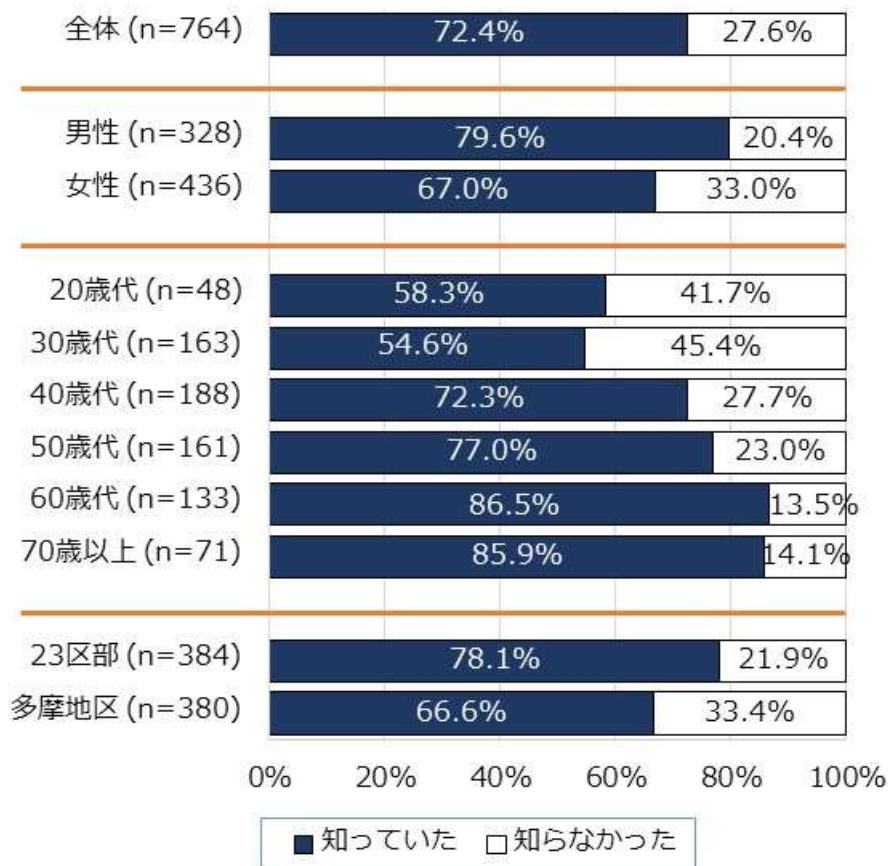
イ. 「豪雨の頻発化、激甚化」の認知度

- ◆ 「豪雨の頻発化、激甚化」について、「知っていた」は72.4%となり、「豪雨の頻発化、激甚化」の認知度は約7割であった。
- ◆ 男女別にみると、「知っていた」では男性が79.6%、女性が67%と、女性が男性より12.6ポイント低い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、「知っていた」では、60歳代が86.5%と最も高く、70歳以上次いで85.9%となった。年代の上昇とともに認知度が上がる傾向が見られた。
- ◆ 地区別にみると、「知っていた」では23区部が78.1%、多摩地区が66.6%となり、23区部が多摩地区より11.5ポイント高い結果となった。

Q3-(2) 豪雨の頻発化、激甚化

近年、豪雨が頻発化、激甚化しています。また、都市化によって道路等の舗装が進み、雨水が地中にしみ込みにくくなるなど、下水道に流れ込む雨水の量が増加しています。

これにより、既に下水道が整備された東京都でも、豪雨により下水道管やポンプ所の処理能力を超えて、浸水被害が発生することがあります。

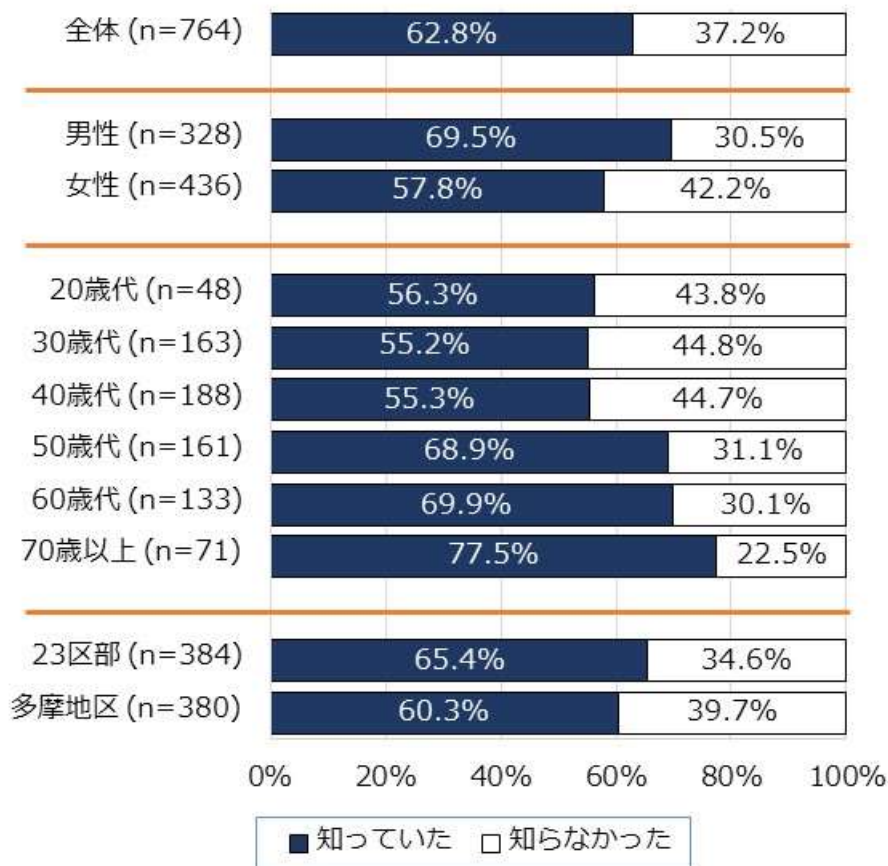


ウ. 「首都直下地震への備え」の認知度

- ◆ 「首都直下地震への備え」について、「知っていた」は62.8%となり、「首都直下地震への備え」の認知度は約6割であった。
- ◆ 男女別にみると、「知っていた」では男性が69.5%、女性が57.8%と、女性が男性より11.7ポイント低い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、「知っていた」では、70歳以上が77.5%と最も高く、次いで60歳代が69.9%となった。年代の上昇とともに認知度が上がる傾向が見られた。
- ◆ 地区別にみると、「知っていた」では23区部が65.4%、多摩地区が60.3%となり、23区部が多摩地区より5.1ポイント高い結果となった。

Q3-(3) 首都直下地震への備え

首都直下地震などの震災時に、下水道管が損傷等することで、トイレが使用できなくなることがあります。また、水再生センター・ポンプ所の損傷や大規模停電などの発生時には、下水処理機能が損なわれるおそれがあります。

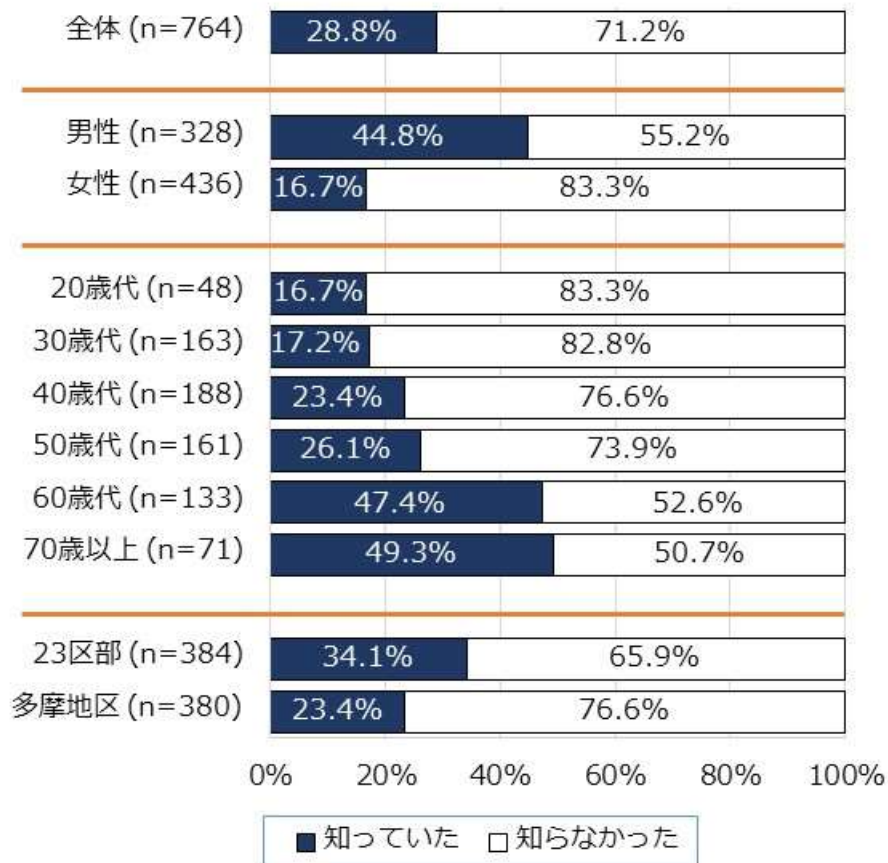


工. 「合流式下水道の改善」の認知度

- ◆ 「合流式下水道の改善」について、「知っていた」は 28.8%となり、「合流式下水道の改善」の認知度は約 3割であった。
- ◆ 男女別にみると、「知っていた」では男性が 44.8%、女性が 16.7%と、女性が男性より 28.1 ポイント低い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、「知っていた」では、70 歳以上が 49.3%と最も高く、次いで 60 歳代が 47.4%となった。年代の上昇とともに認知度が上がる傾向が見られた。
- ◆ 地区別にみると、「知っていた」では 23 区部が 34.1%、多摩地区が 23.4%となり、23 区部が多摩地区より 10.7 ポイント高い結果となった。

Q3-(4) 合流式下水道の改善

東京都の下水道は、主に汚水と雨水を一つの下水道管で集める「合流式下水道」の方式で整備されています。合流式下水道では、弱い雨の日は、地面や道路の汚れは雨と一緒に下水道管に集められ、水再生センターで処理されます。一方、強い雨の日は、市街地を浸水から守るため、汚水混じりの雨水が河川などへ放流されます。このため、河川などへ放流される汚濁負荷量を削減する取組が必要です。



才. 「下水の処理水質」の認知度

- ◆ 「下水の処理水質」について、「知っていた」は36.4%となり、「下水の処理水質」の認知度は約4割であった。
- ◆ 男女別にみると、「知っていた」では男性が46.0%、女性が29.1%と、女性が男性より16.9ポイント低い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、「知っていた」では、70歳以上が53.5%と最も高く、次いで60歳代が51.1%となった。年代の上昇とともに認知度が上がる傾向が見られた。
- ◆ 地区別にみると、「知っていた」では23区部が36.5%、多摩地区が36.3%となり、顕著な違いは見られなかった。

Q3-(5) 下水の処理水質

多摩川では河川水量の約半分が下水処理水であるなど、下水の処理水質が、水生生物の生息などの水環境に大きく影響します。また、下水処理水に含まれる窒素・りんは、東京湾の赤潮の発生要因のひとつにもなっています。

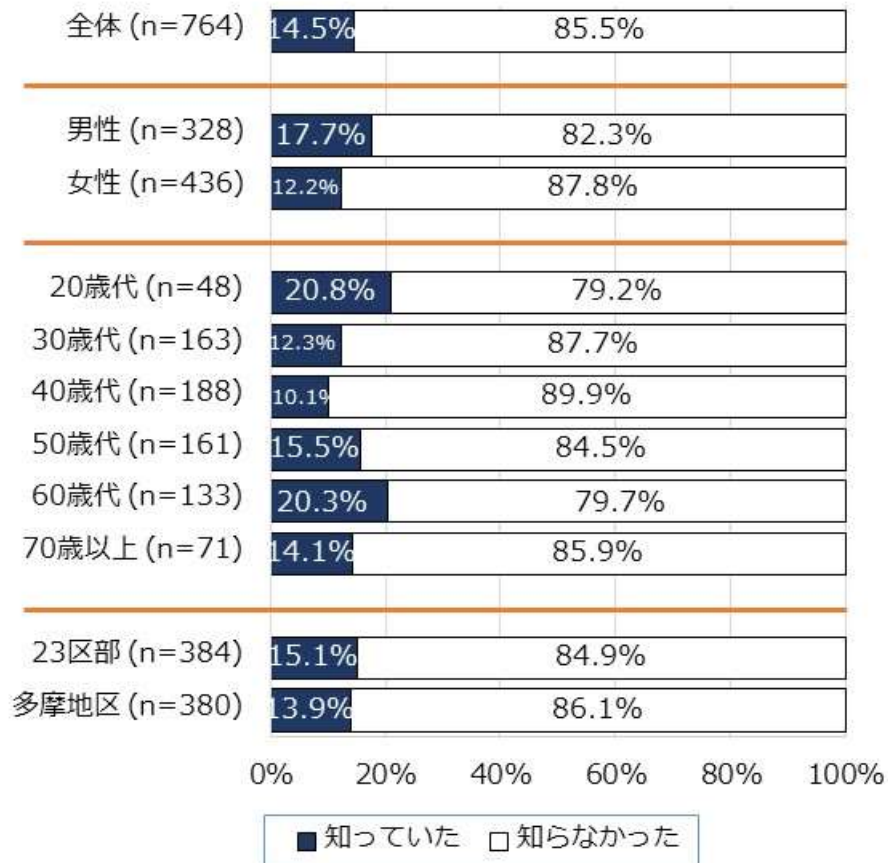


力. 「温室効果ガス排出量の削減」の認知度

- ◆ 「温室効果ガス排出量の削減」について、「知っていた」は14.5%となり、「温室効果ガス排出量の削減」の認知度は約1割であった。
- ◆ 男女別にみると、「知っていた」では男性が17.7%、女性が12.2%と、女性が男性より5.5ポイント低い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、「知っていた」では、20歳代が20.8%と最も高く、次いで60歳代が20.3%となった。
- ◆ 地区別にみると、「知っていた」では23区部が15.1%、多摩地区が13.9%となり、顕著な違いは見られなかった。

Q3-(6) 温室効果ガス排出量の削減

下水道局は、年間約21億^m（東京ドーム約1700杯分）の下水を処理するとともに、処理過程で発生する汚泥を年間約120万トン焼却処理しています。これらの処理のため、都内全域の電力使用量の約1%に当たる電力を消費するなど、大量のエネルギーを必要とし、多くの温室効果ガスを排出しています。



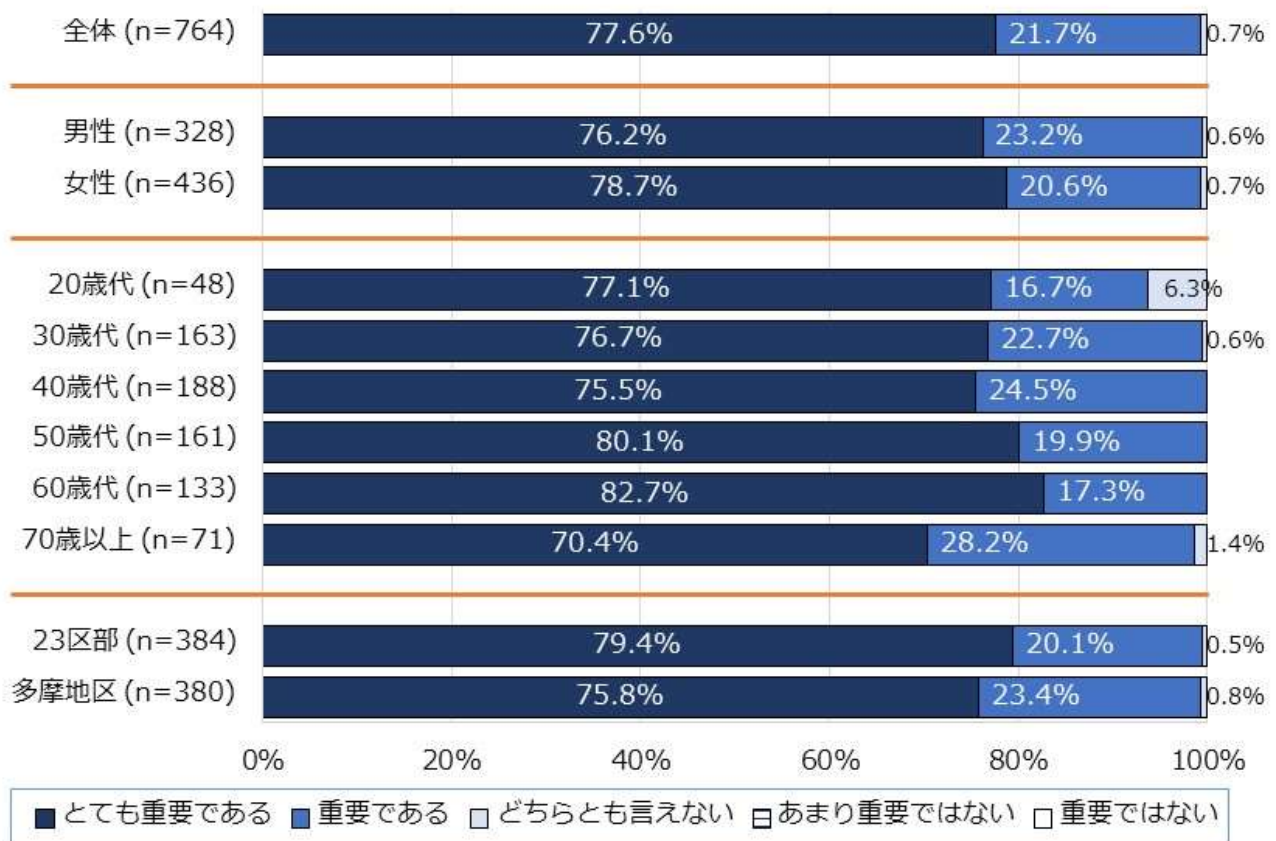
キ. 「下水道管の再構築」の重要度

- ◆ 「下水道管の再構築」について、「とても重要である」が77.6%、「やや重要である」が21.7%で、『重要である』とする方は合わせて99.3%となり、多くの方が重要であると認識していることが分かった。
- ◆ 男女別にみると、『重要である』は男性が99.4%、女性が99.3%となり、顕著な違いは見られなかった。
- ◆ 年代別にみると、『重要である』との回答は、どの年代も9割を超え、中でも40歳代と50歳代と60歳代は100%と高い結果となった。
- ◆ 地区別にみると、『重要である』は23区部が99.5%、多摩地区が99.2%となり、顕著な違いは見られなかった。

Q4 東京下水道の主な課題への対応策について、あなたはどのくらい重要だと思いますか。(1)から(6)について以下の選択肢から、該当するものを一つだけお選びください。(単一回答)

Q4- (1) 下水道管の再構築

下水道管の老朽化対策にあわせて、雨水排除能力の増強や耐震性の向上など、機能の向上を図る再構築を計画的に進めています。

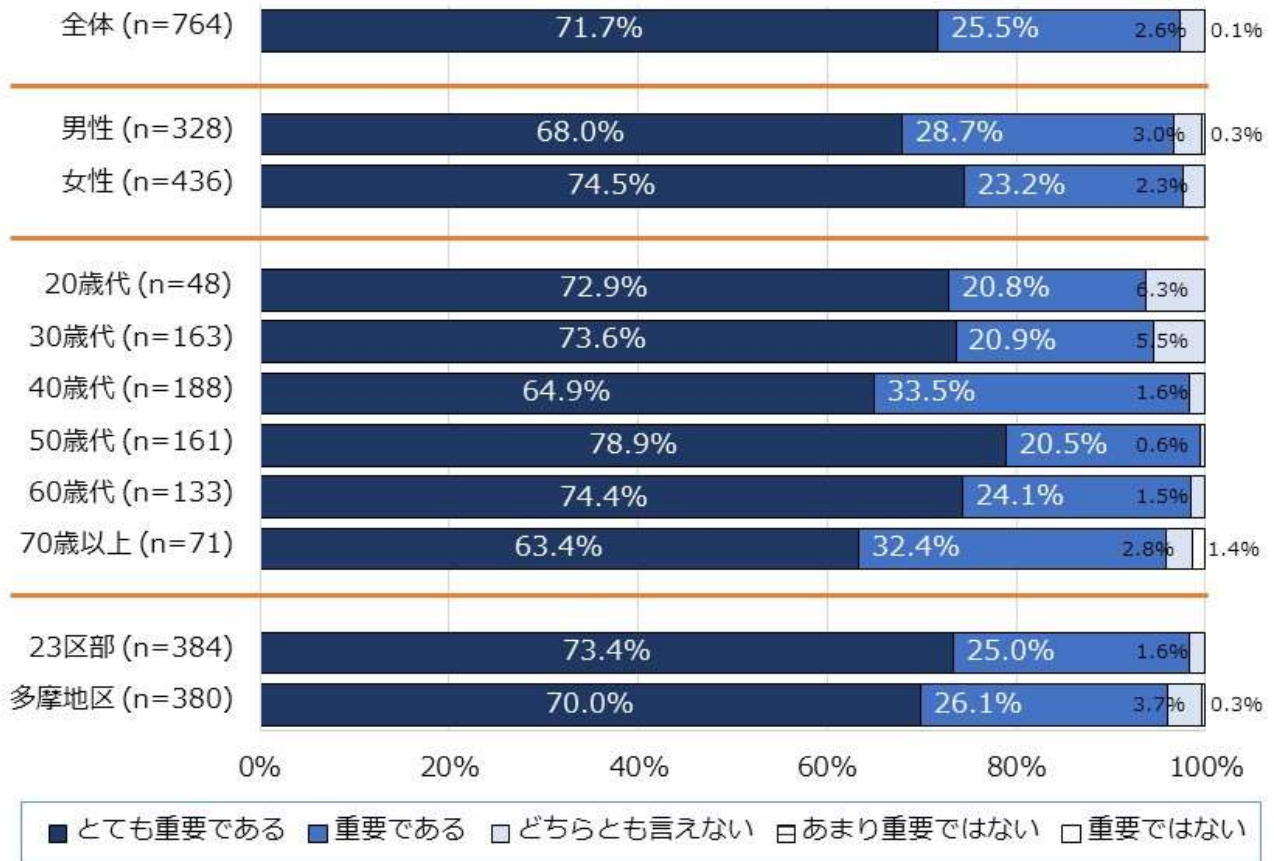


ク. 「浸水対策」の重要度

- ◆ 「浸水対策」について、「とても重要である」が71.7%、「やや重要である」が25.5%で、『重要である』とする方は合わせて97.2%となり、多くの方が重要であると認識していることが分かった。
- ◆ 男女別にみると、『重要である』は男性が96.7%、女性が97.7%となり、顕著な違いは見られなかった。
- ◆ 年代別にみると、『重要である』との回答は、どの年代も9割を超え、50歳代が99.4%と最も高かった。
- ◆ 地区別にみると、『重要である』は23区部が98.4%、多摩地区が96.1%となり、23区部が多摩地区より2.3ポイント高い結果となった。

Q4-（2）浸水対策

浸水被害を防ぐため、浸水の危険性が高い地区などに重点化し、雨水貯留施設の整備やポンプ所の能力増強などを進めています。

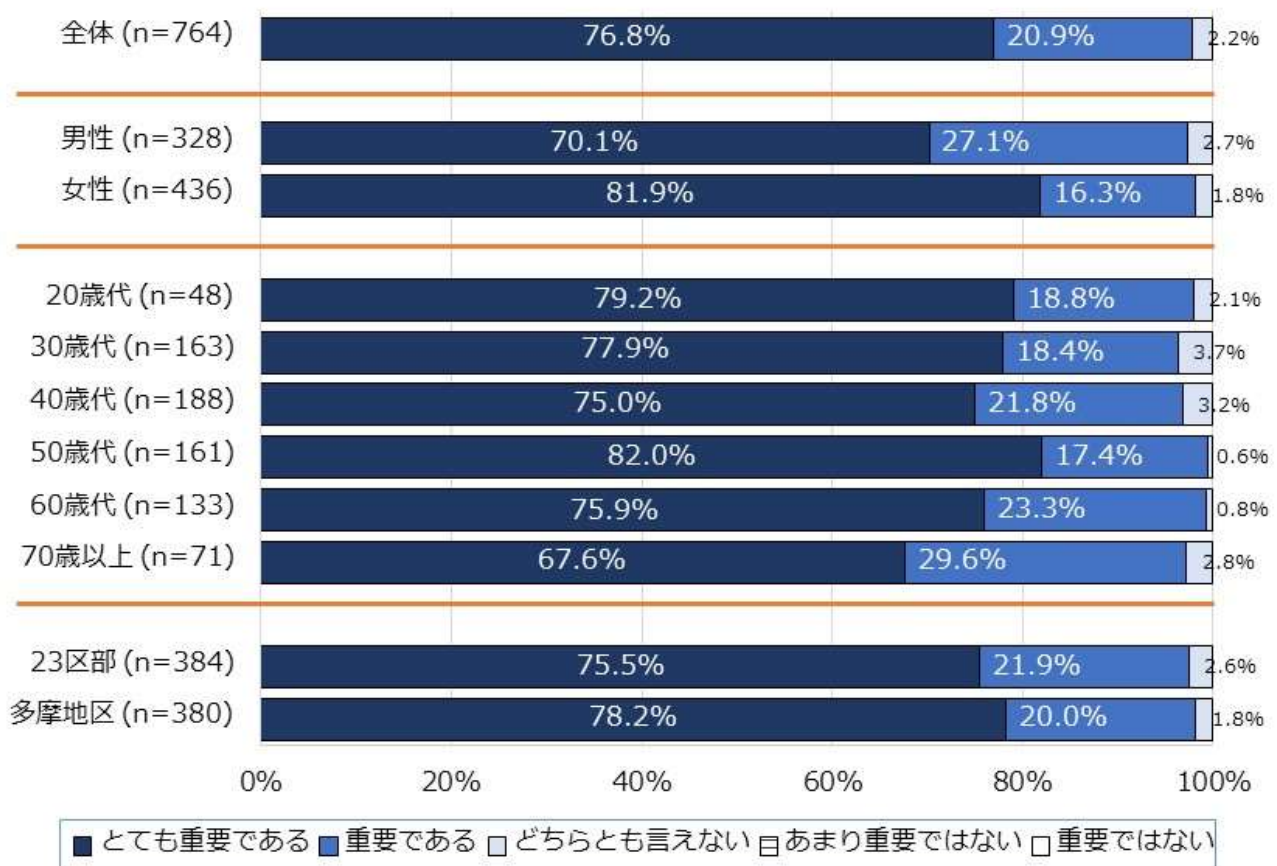


ケ. 「震災対策」の重要度

- ◆ 「震災対策」について、「とても重要である」が76.8%、「やや重要である」が20.9%で、『重要である』とする方は合わせて97.7%となり、多くの方が重要であると認識していることが分かった。
- ◆ 男女別にみると、『重要である』は男性が97.2%、女性が98.2%となり、顕著な違いは見られなかった。
- ◆ 年代別にみると、『重要である』との回答は、どの年代も9割を超え、50歳代が99.4%と最も高かった。
- ◆ 地区別にみると、『重要である』は23区部が97.4%、多摩地区が98.2%となり、顕著な違いは見られなかった。

Q4-(3) 震災対策

避難所など震災時に人が集まる施設や災害拠点連携病院などから排水を受け入れる下水道管の耐震化を進め、震災時にもトイレを使用できるようにします。また、水再生センター、ポンプ所の耐震対策を進め、震災時にも機能を確保します。

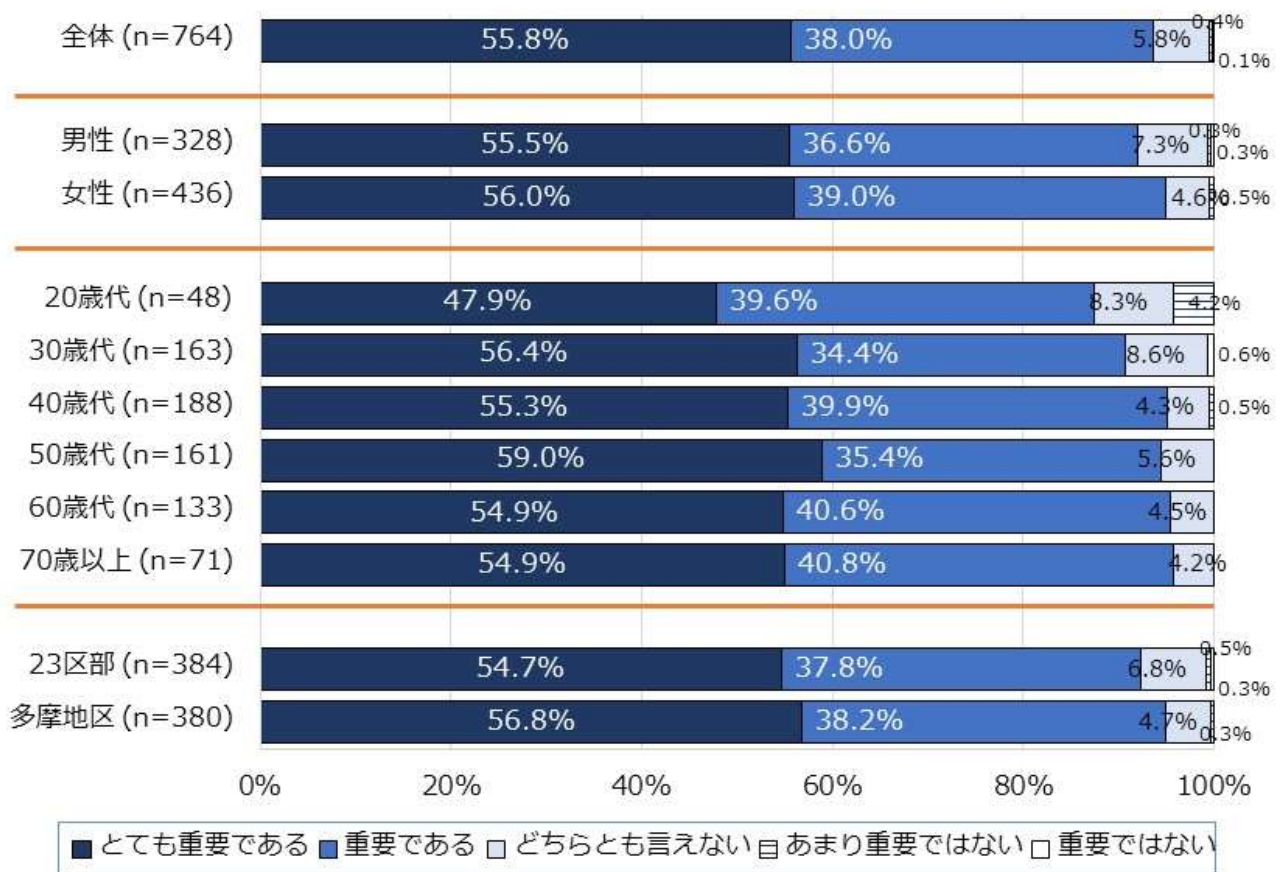


コ. 「合流式下水道の改善」の重要度

- ◆ 「合流式下水道の改善」について、「とても重要である」が55.8%、「やや重要である」が38%で、『重要である』とする方は合わせて93.8%となり、多くの方が重要であると認識していることが分かった。
- ◆ 男女別にみると、『重要である』は男性が92.1%、女性が95%となり、女性が男性より2.9ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、『重要である』との回答は、どの年代も8割を超え、70歳以上が95.7%と最も高かった。20歳代が87.5%と最も低かった。
- ◆ 地区別にみると、『重要である』は23区部が92.5%、多摩地区が95%となり、多摩地区が23区部より2.5ポイント高い結果となった。

Q4-(4) 合流式下水道の改善

雨天時に「合流式下水道」から河川や海などに放流される放流水質の改善のため、降雨初期の特に汚れた下水を貯留する施設の整備等を進めています。

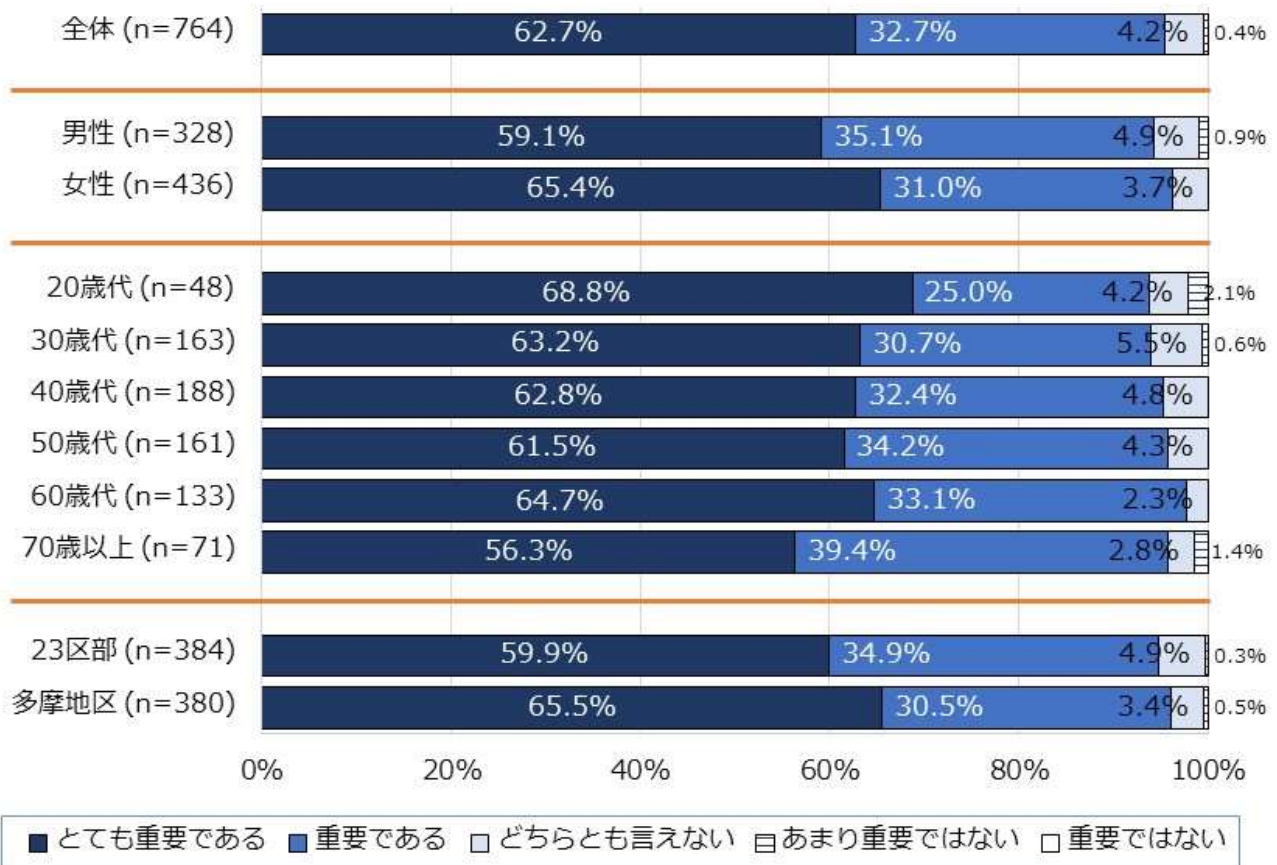


サ. 「処理水質の向上」の重要度

- ◆ 「処理水質の向上」について、「とても重要である」が62.7%、「やや重要である」が32.7%で、『重要である』とする方は合わせて95.4%となり、多くの方が重要であると認識していることが分かった。
- ◆ 男女別にみると、『重要である』は男性が94.2%、女性が96.4%となり、女性が男性より2.2ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、『重要である』との回答は、どの年代も9割を超え、60歳代が97.8%と最も高かった。20歳代が93.8%と最も低かった。
- ◆ 地区別にみると、『重要である』は23区部が94.8%、多摩地区が96%となり、顕著な違いは見られなかった。

Q4-(5) 処理水質の向上

良好な水環境を創出するため、省エネルギーにも配慮しつつ、窒素やリンの除去施設等を整備し、下水処理水の水質をより一層改善します。

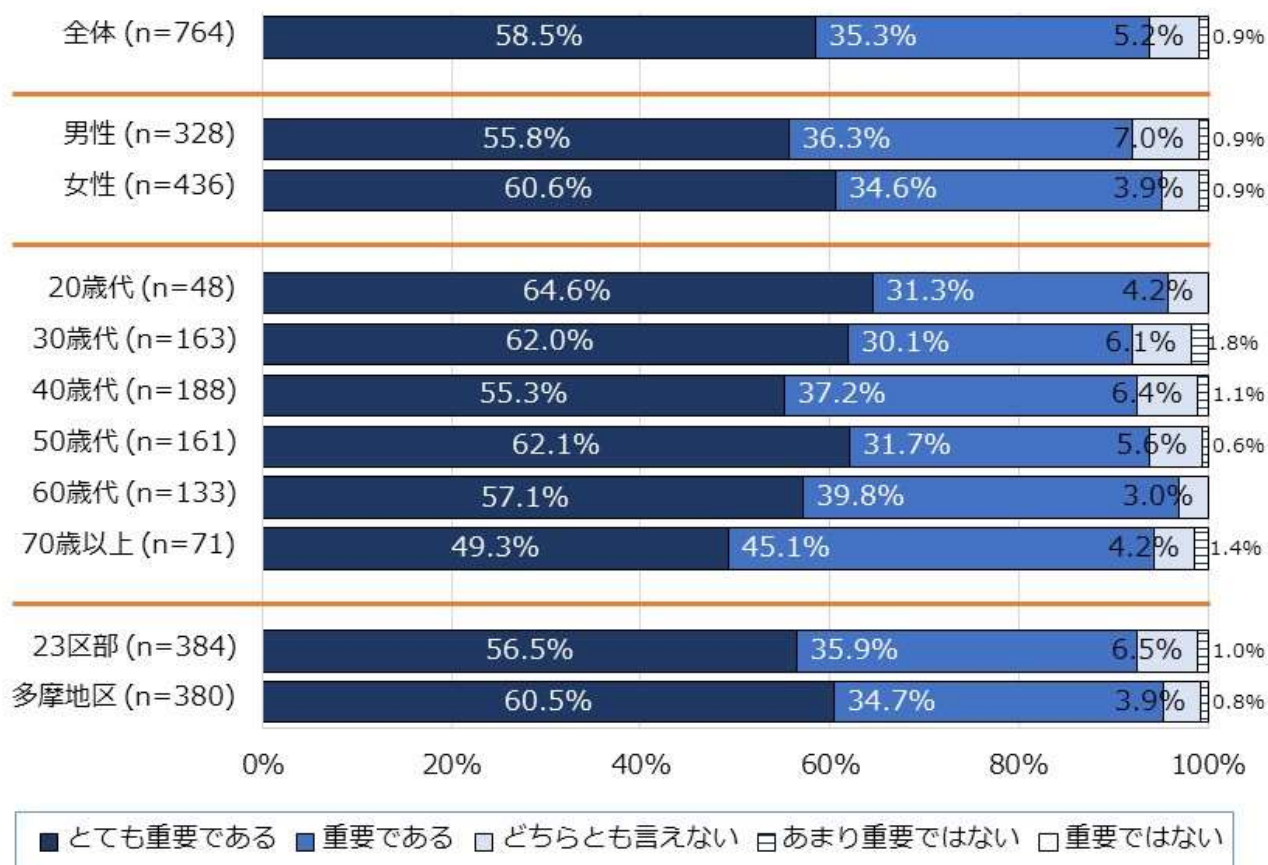


シ. 「エネルギー・地球温暖化対策」の重要度

- ◆ 「エネルギー・地球温暖化対策」について、「とても重要である」が58.5%、「やや重要である」が35.3%で、『重要である』とする方は合わせて93.8%となり、多くの方に「重要である」と認識されていることが分かった。
- ◆ 男女別にみると、『重要である』は男性が92.1%、女性が95.2%となり、女性が男性より3.1ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、『重要である』との回答は、どの年代も9割を超え、60歳代が96.9%と最も高かった。30歳代が92.1%と最も低かった。
- ◆ 地区別にみると、『重要である』は23区部が92.4%、多摩地区が95.2%となり、多摩地区が23区部より2.8ポイント高い結果となった。

Q4-(6) エネルギー・地球温暖化対策

省エネルギー型機器の導入や、運転の効率化を図り、エネルギー使用量を削減するなど、温室効果ガス排出量を積極的に削減するとともに、再生可能エネルギーの利用拡大を図ります。



(3) そのほかの下水道局の取組の認知度

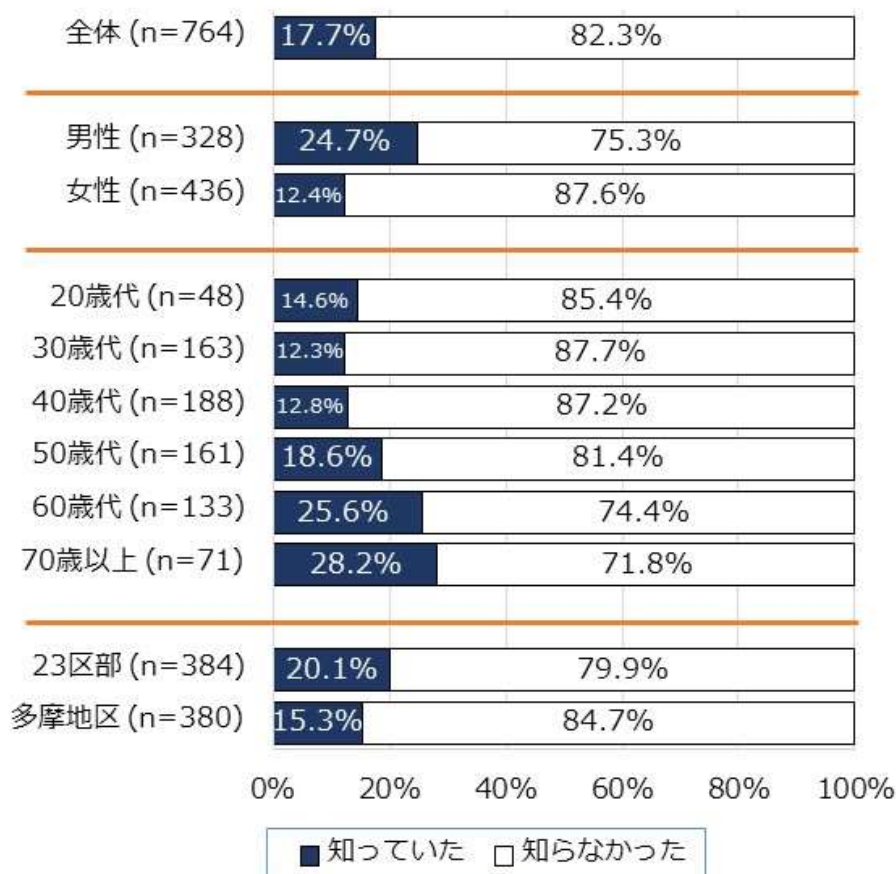
ア. 「技術開発の推進」の認知度

- ◆ 「技術開発の推進」について、約2割の17.7%が「知っていた」と回答した。
- ◆ 男女別にみると、「知っていた」では男性が24.7%、女性が12.4%となり、男性が女性より12.3ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、「知っていた」は年齢が高くなるにつれて増加する傾向がみられ、70歳以上が28.2%と最も高かった。
- ◆ 地区別にみると、「知っていた」では23区部が20.1%、多摩地区が15.3%となり、23区部が多摩地区より4.8ポイント高い結果となった。

Q5 東京都下水道局が行っている取組について伺います。以下のそれぞれの項目について、あなたはこのことをご存知でしたか。(1)から(6)について該当するものを一つだけお選びください。(単一回答)

Q5-(1) 技術開発の推進

事業が直面する課題等に対応するため、最先端技術を持つ民間企業や大学との共同研究を進めるなど、下水道局自ら新たな技術の開発・導入を推進

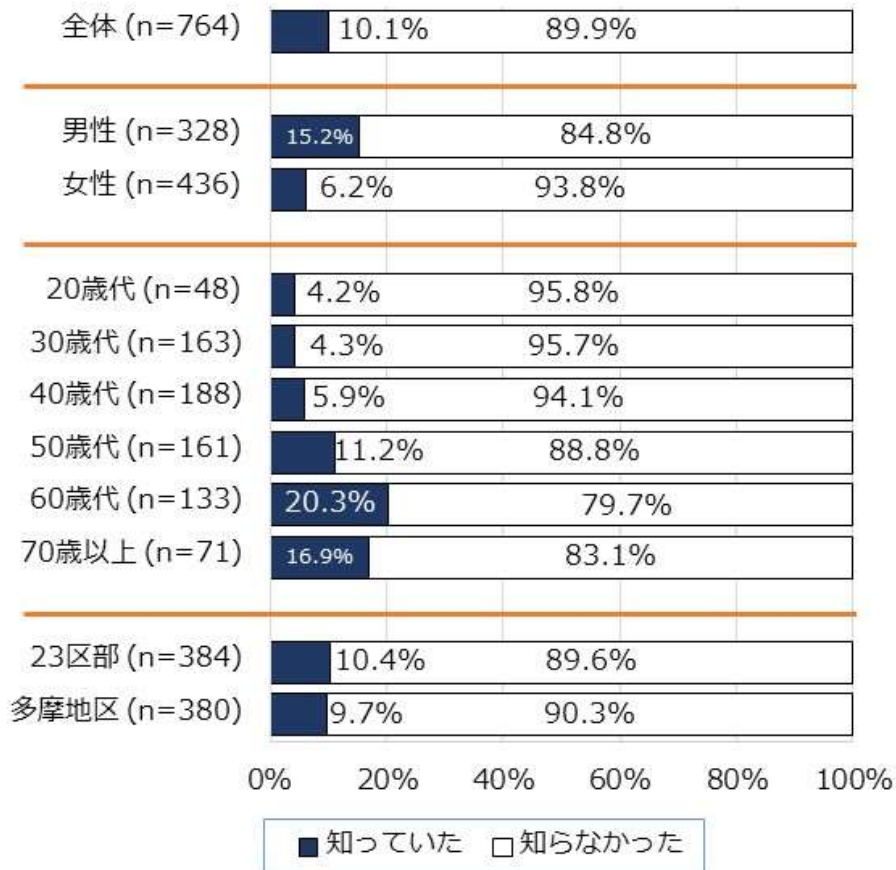


イ. 「下水道光ファイバーネットワークの構築」の認知度

- ◆ 「下水道光ファイバーネットワークの構築」について、約1割の10.1%が「知っていた」と回答した。
- ◆ 男女別にみると、「知っていた」では男性が15.2%、女性が6.2%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、「知っていた」では、60歳代が20.3%と最も高く、次いで70歳以上が16.9%となった。年代の上昇とともに認知度が上がる傾向が見られた。
- ◆ 地区別にみると、「知っていた」では23区部が10.4%、多摩地区が9.7%となり、顕著な違いは見られなかった。

Q5-(2) 下水道光ファイバーネットワークの構築

下水道管内に光ファイバーケーブルを敷設し、独自の通信網を構築して水再生センター・ポンプ所の遠方監視制御などに活用

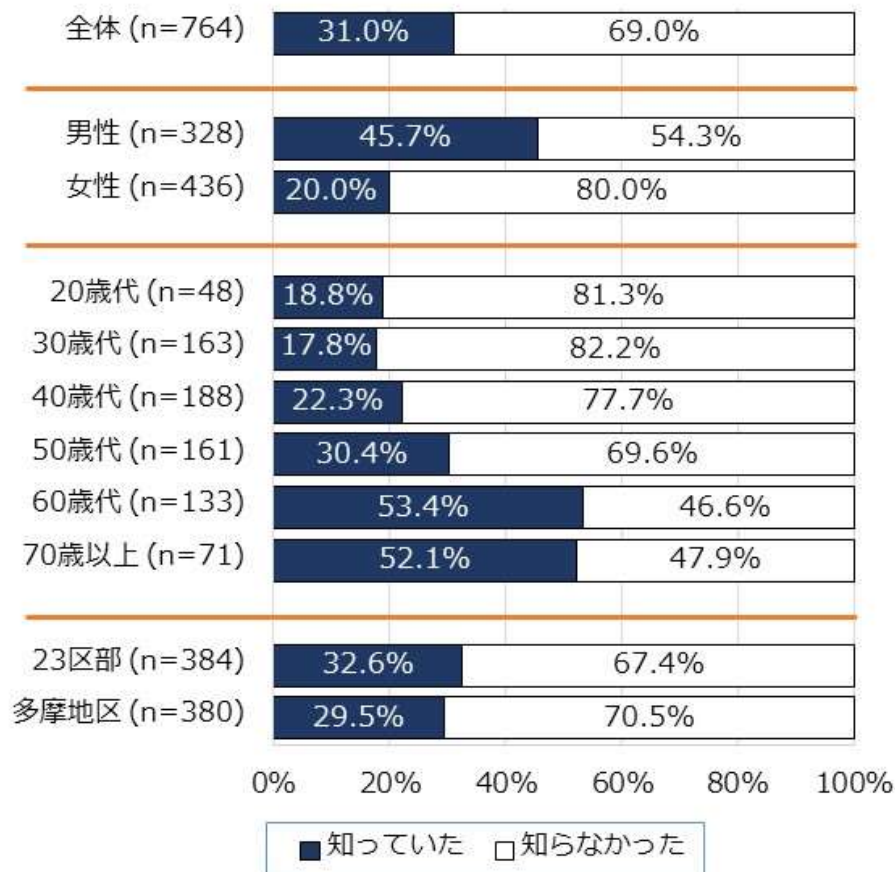


ウ. 「下水汚泥の資源化」の認知度

- ◆ 「下水汚泥の資源化」について、約3割の31.0%が「知っていた」と回答した。
- ◆ 男女別にみると、「知っていた」では男性が45.7%、女性が20.0%と、男性が女性より25.7ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、「知っていた」では、60歳代が53.4%と最も高く、次いで70歳以上が52.1%となった。年代の上昇とともに認知度が上がる傾向が見られた。
- ◆ 地区別にみると、「知っていた」では23区部が32.6%、多摩地区が29.5%となり、23区部が多摩地区より3.1ポイント高い結果となった。

Q5-（3）下水汚泥の資源化

下水道が有する資源・エネルギーなどの有効利用として、下水汚泥を焼却する際に発生する焼却灰を、セメントなどの原料とする資源化を推進

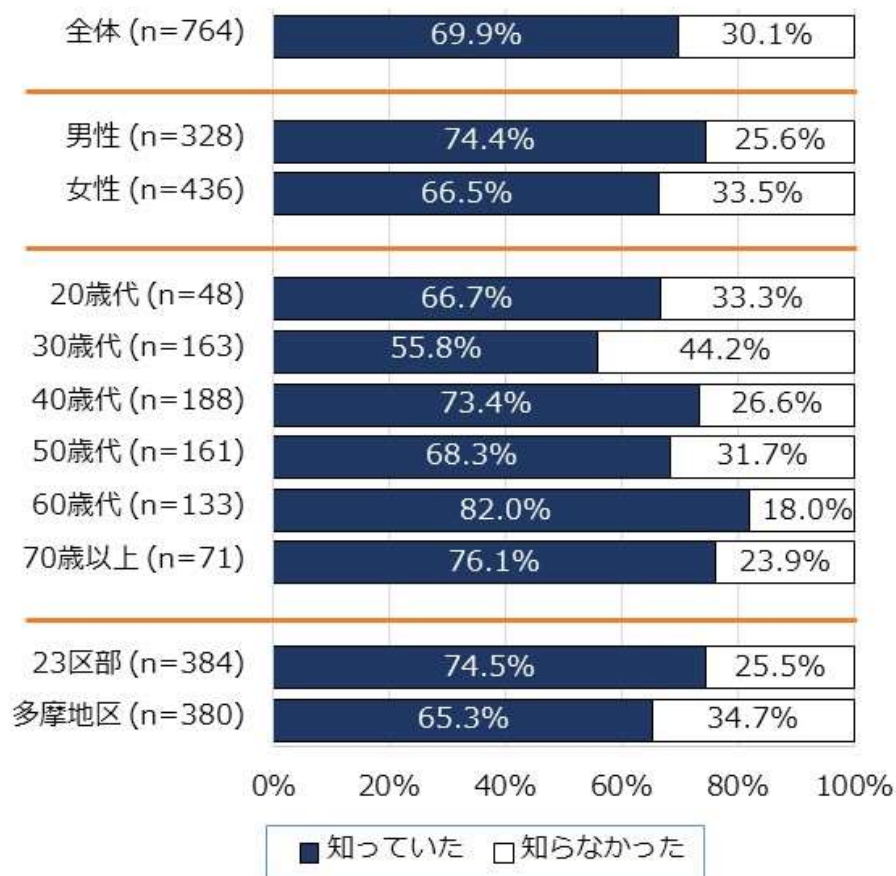


工. 「再生水の利用」の認知度

- ◆ 「再生水の利用」について、約7割の69.9%が「知っていた」と回答した。
- ◆ 男女別にみると、「知っていた」では男性が74.4%、女性が66.5%と、男性が女性より7.9ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、「知っていた」では、60歳代が82.0%と最も高く、次いで70歳以上が76.1%となった。
- ◆ 地区別にみると、「知っていた」では23区部が74.5%、多摩地区が65.3%となり、23区部が多摩地区より9.2ポイント高い結果となった。

Q5-(4) 再生水の利用

きれいにした再生水を、ビルのトイレ用水や車両洗浄水、水量が少ない川に流す清流復活に利用

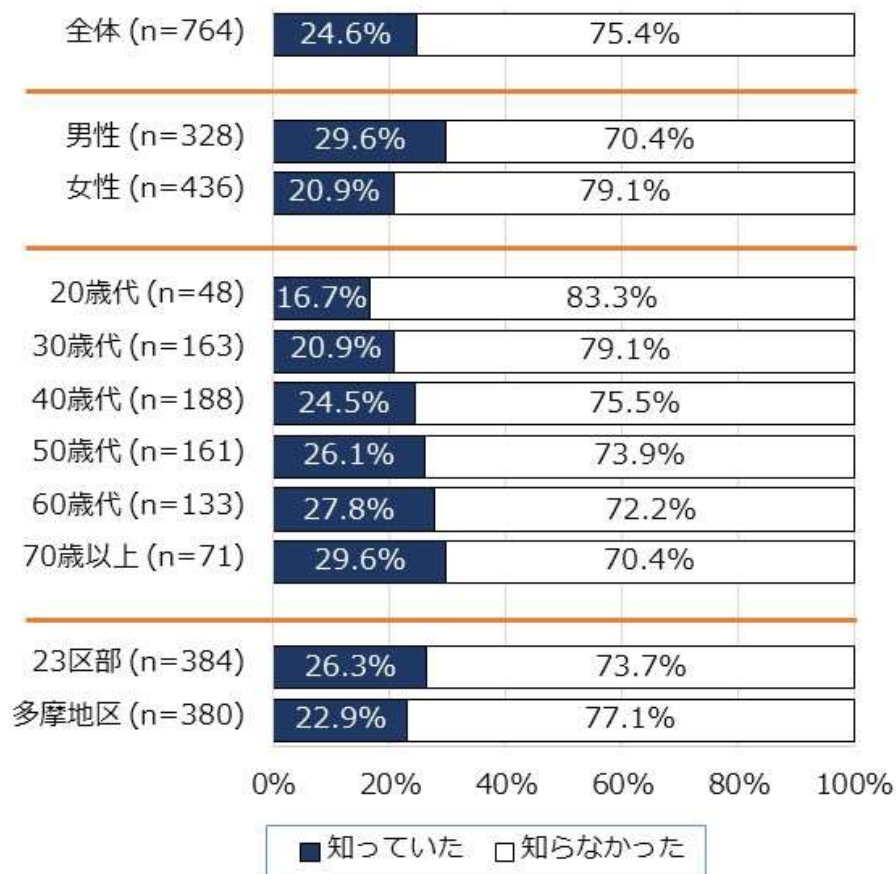


オ. 「下水熱の利用」の認知度

- ◆ 「下水熱の利用」について、約2割の24.6%が「知っていた」と回答した。
- ◆ 男女別にみると、「知っていた」では男性が29.6%、女性が20.9%と、男性が女性より8.7ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、「知っていた」では、70歳以上が29.6%と最も高く、次いで60歳代が27.8%となった。年代の上昇とともに認知度が上がる傾向が見られた。
- ◆ 地区別にみると、「知っていた」では23区部が26.3%、多摩地区が22.9%となり、23区部が多摩地区より3.4ポイント高い結果となった。

Q5-(5) 下水熱の利用

気温と比べ、「夏は冷たく、冬は暖かい」という下水の温度特性を活用し、下水熱をオフィスビルなどの冷暖房の熱源として利用

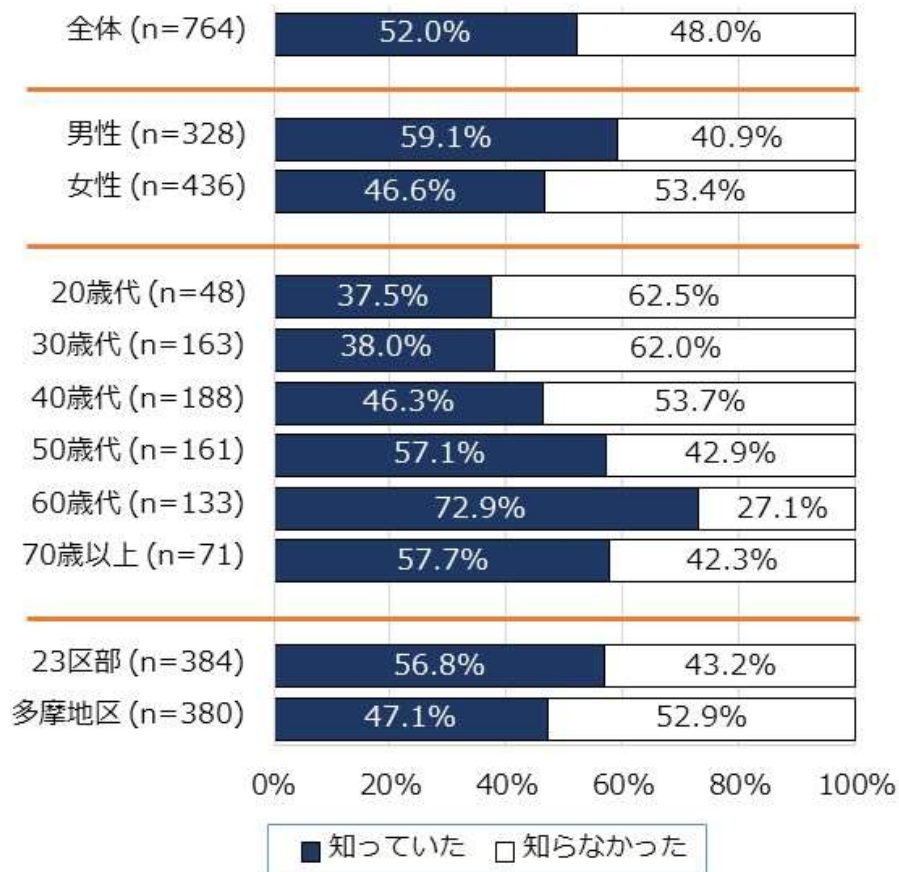


カ. 「下水道施設の上部の有効活用」の認知度

- ◆ 「下水道施設の上部の有効活用」について、約 5 割の 52.0%が「知っていた」と回答した。
- ◆ 男女別にみると、「知っていた」では男性が 59.1%、女性が 46.6%と、男性が女性より 12.5 ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、「知っていた」では、60 歳代が 72.9%と最も高く、次いで 70 歳以上が 57.7%となった。年代の上昇とともに認知度が上がる傾向が見られた。
- ◆ 地区別にみると、「知っていた」では 23 区部が 56.8%、多摩地区が 47.1%となり、23 区部が多摩地区より 9.7 ポイント高い結果となった。

Q 5 - (6) 下水道施設の上部の有効活用

水再生センターなどの下水道施設の上部を、公園や運動場、災害時の避難場所として活用し、周辺地域の環境整備にも貢献



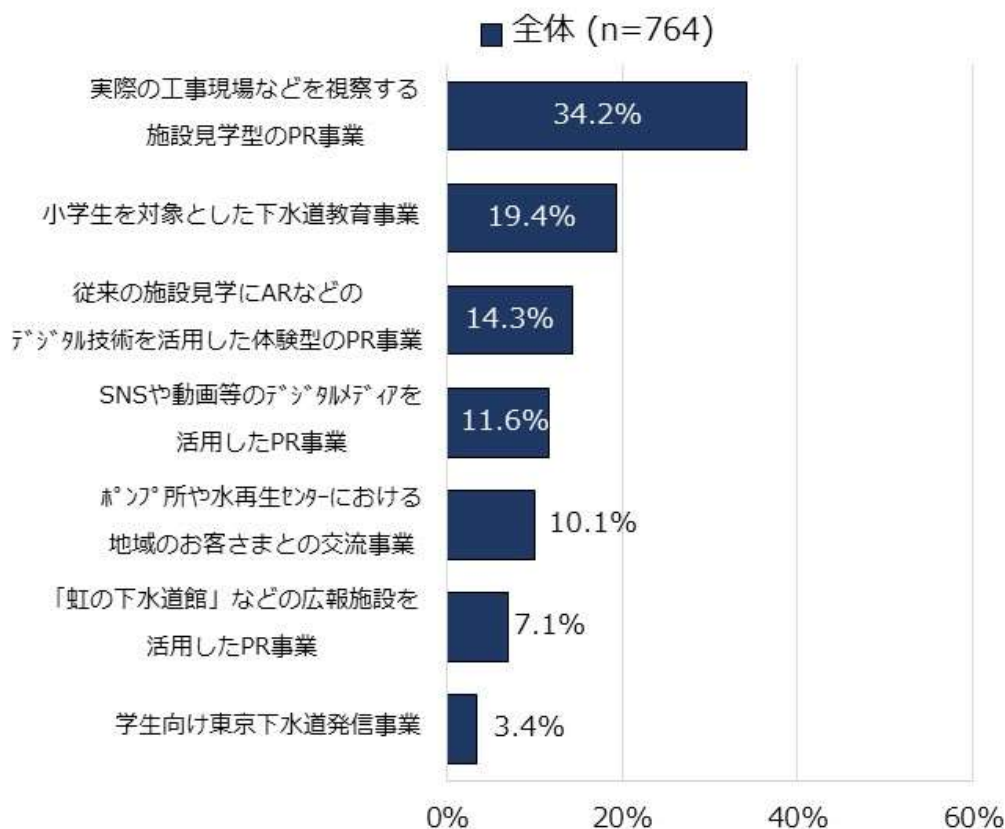
2 デジタルメディアを活用したPR手法

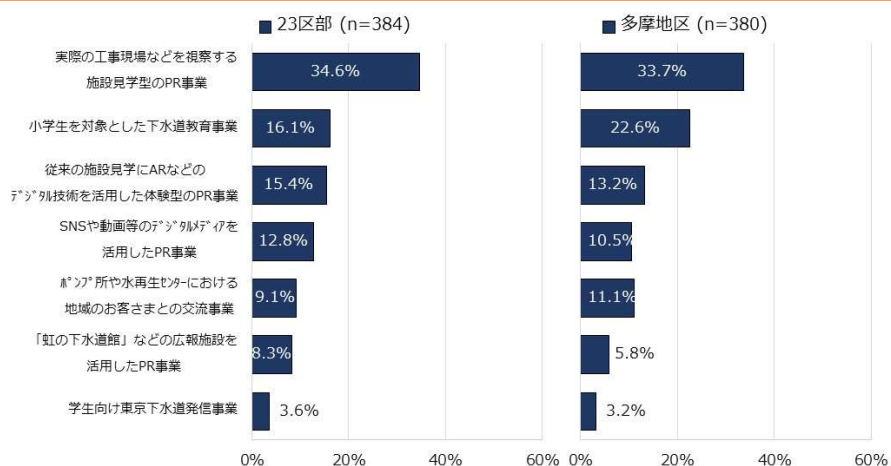
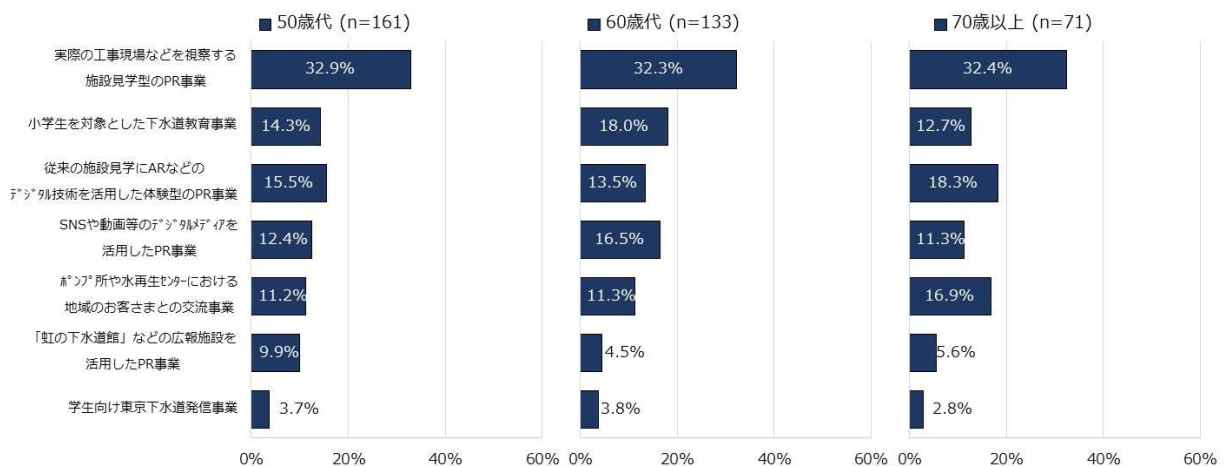
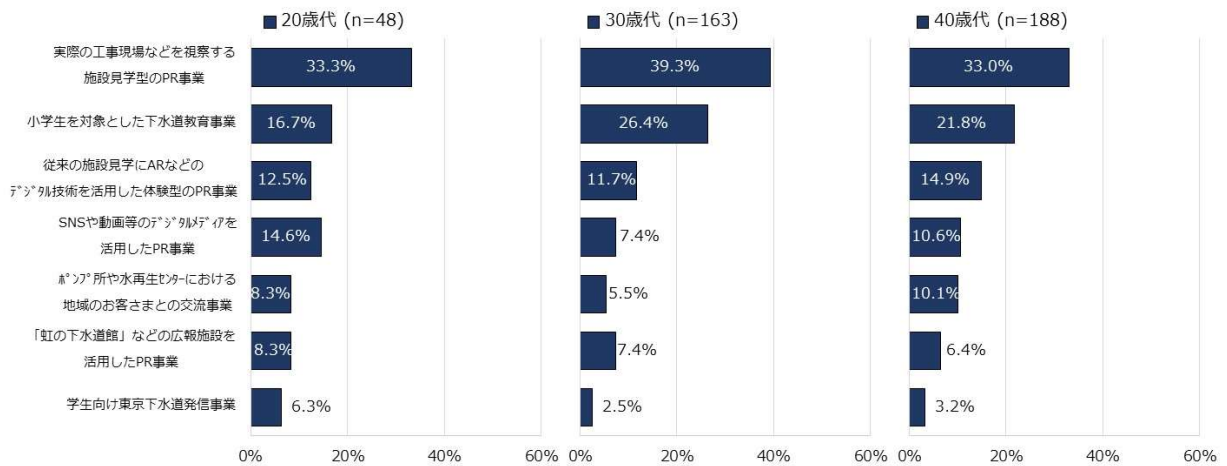
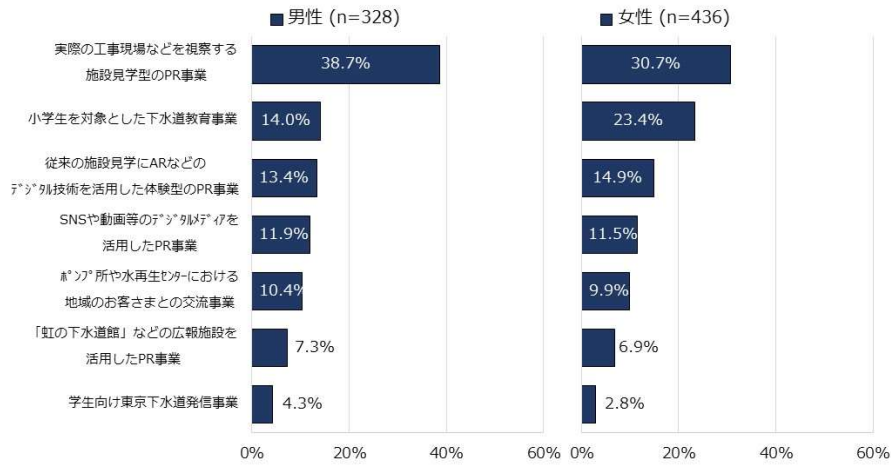
(1) 下水道局の広報戦略の取組で最も興味がある事業

- ◆ 最も興味がある事業について、「実際の工事現場などを視察する施設見学型のPR事業」が34.2%と最も高く、次いで「小学生を対象とした下水道教育事業」が19.4%となった。
- ◆ 男女別にみると、「実際の工事現場などを視察する施設見学型のPR事業」では男性が38.7%、女性が30.7%と、男性が女性より8ポイント高い結果となった。「小学生を対象とした下水道教育事業」では男性が14.0%、女性が23.4%と、女性が男性より9.4ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別では特に、30歳代が「実際の工事現場などを視察する施設見学型のPR事業」39.3%、「小学生を対象とした下水道教育事業」26.4%と最も高かった。
- ◆ 地区別にみると、「小学生を対象とした下水道教育事業」では23区部が16.1%、多摩地区が22.6%となり、多摩地区が23区部より6.5ポイント高い結果となった。

Q6 下水道局では、今回策定した「経営計画2021」において、これからの広報戦略の方向性として、これまでの「見える化」の取組をより深化・発展させて実施することで、東京下水道の更なる「認知度向上」を図り、「理解度向上」「イメージアップ」につなげることをとしています。

あなたが、下水道局における広報戦略の取組の中で、一番興味がある事業はどれですか。(単一回答)



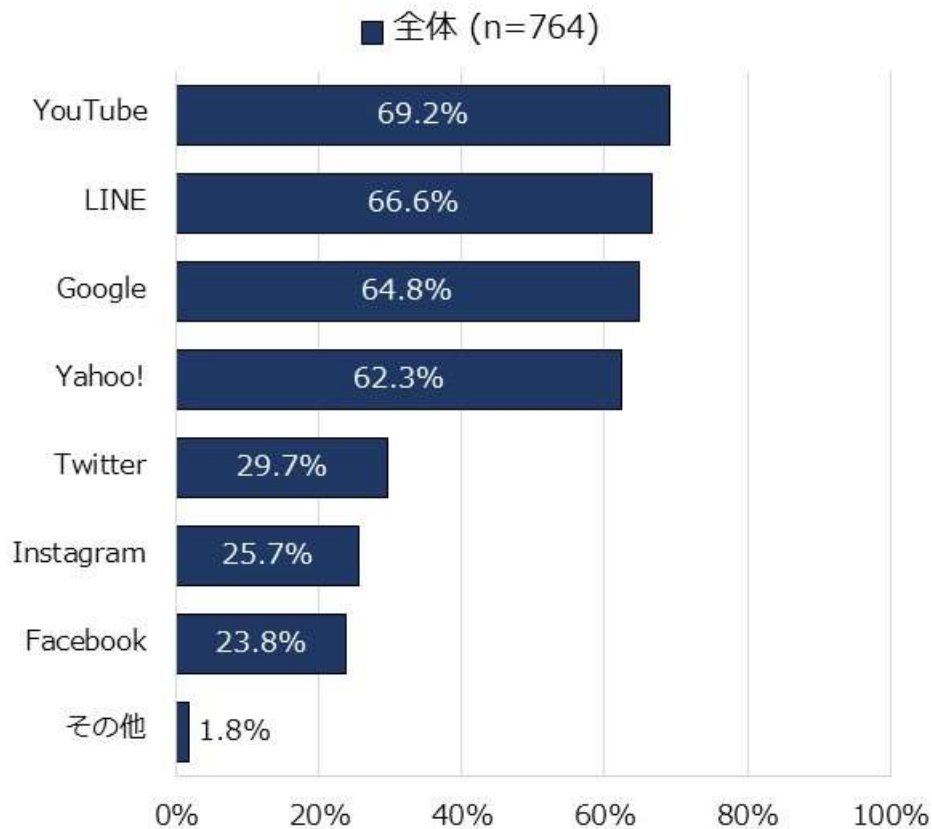


(2) よく使用するデジタルメディア

- ◆ よく使用するデジタルメディアについて、「YouTube」は 69.2%と最も高く、次いで「LINE」66.6%、「Google」64.8%、「Yahoo!」62.3%となった。
- ◆ 男女別にみると、男性が「YouTube」72.0%、女性が「LINE」77.8%と最も高かった。
- ◆ 年代別にみると、特に 20 歳代の「Twitter」77.1%と「Instagram」50.0%と高かった。
- ◆ 地区別にみると、「LINE」では 23 区部が 62.5%、多摩地区が 70.8%となり、多摩地区が 23 区部より 8.3 ポイント高い結果となった。

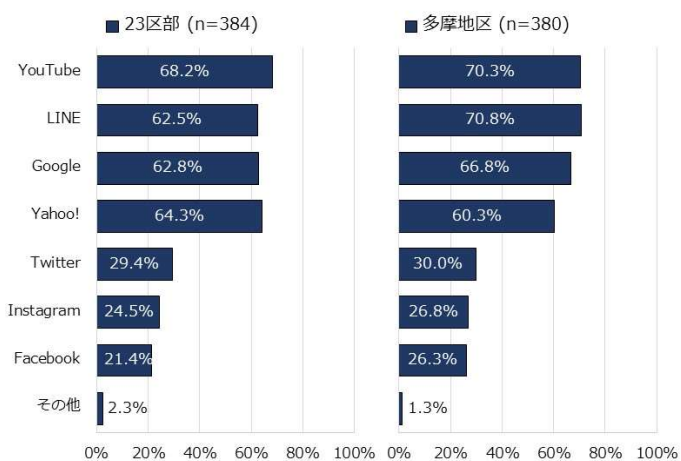
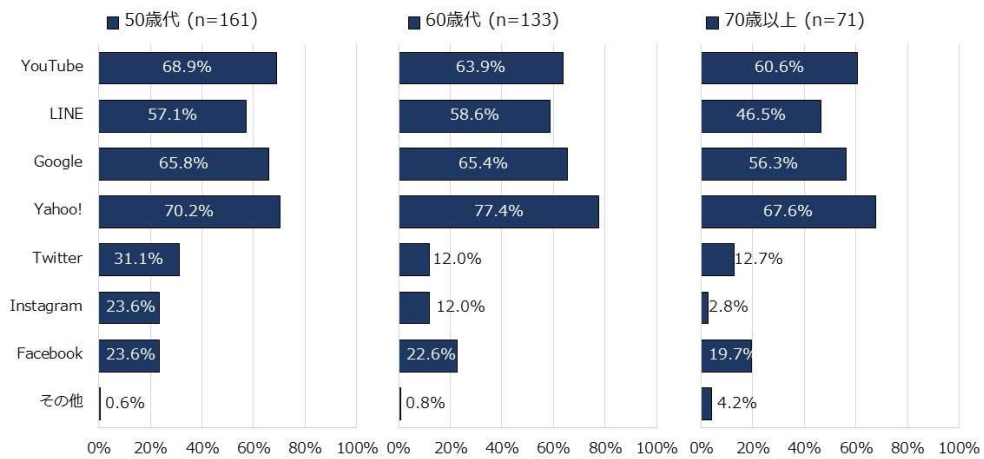
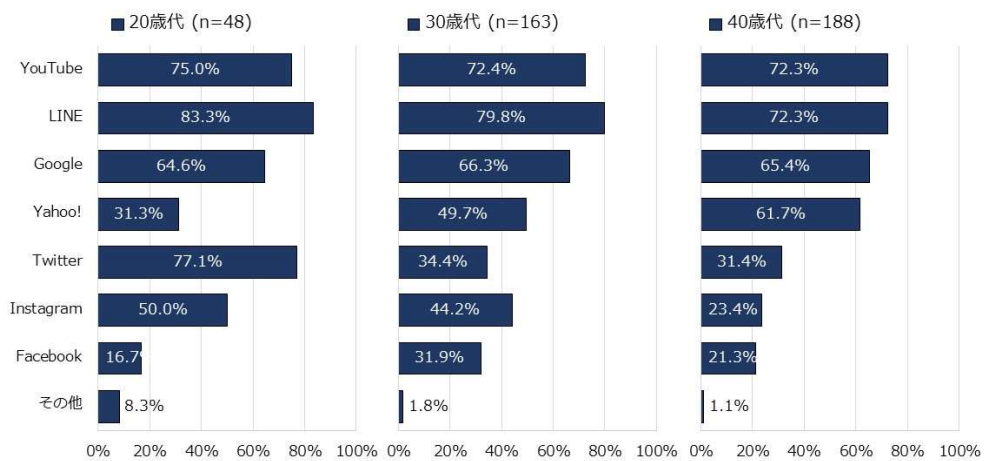
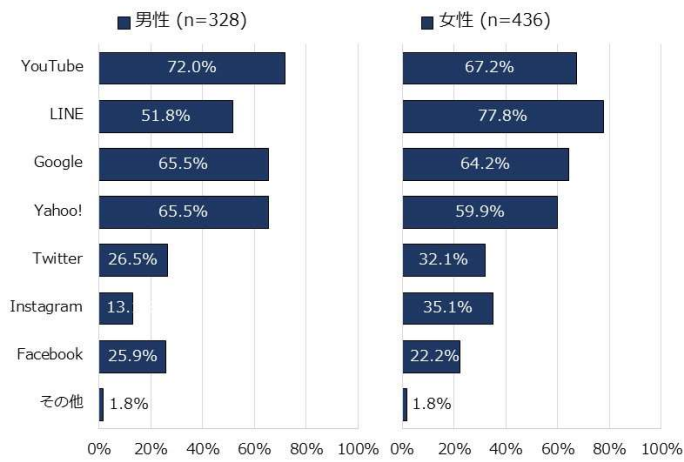
Q7 令和 3 年度 of 取組として、お客さまが知りたい情報や必要としている情報を把握し、SNS や動画等のデジタルメディアを活用した PR 手法を多く取り入れ、受け手側の反応を捉えた双方向かつ機動的な広報に力を入れていきます。

そこで、あなたがよく使用するデジタルメディアをいくつでもお答えください。(複数回答)



「その他」(14 件) の自由記述

Ecosia、TikTok、Pinterest、WhatsApp、WeChat、TV などの見逃し配信
DuckDuckGo、東京アメッシュ、インターネットの HP、特になし

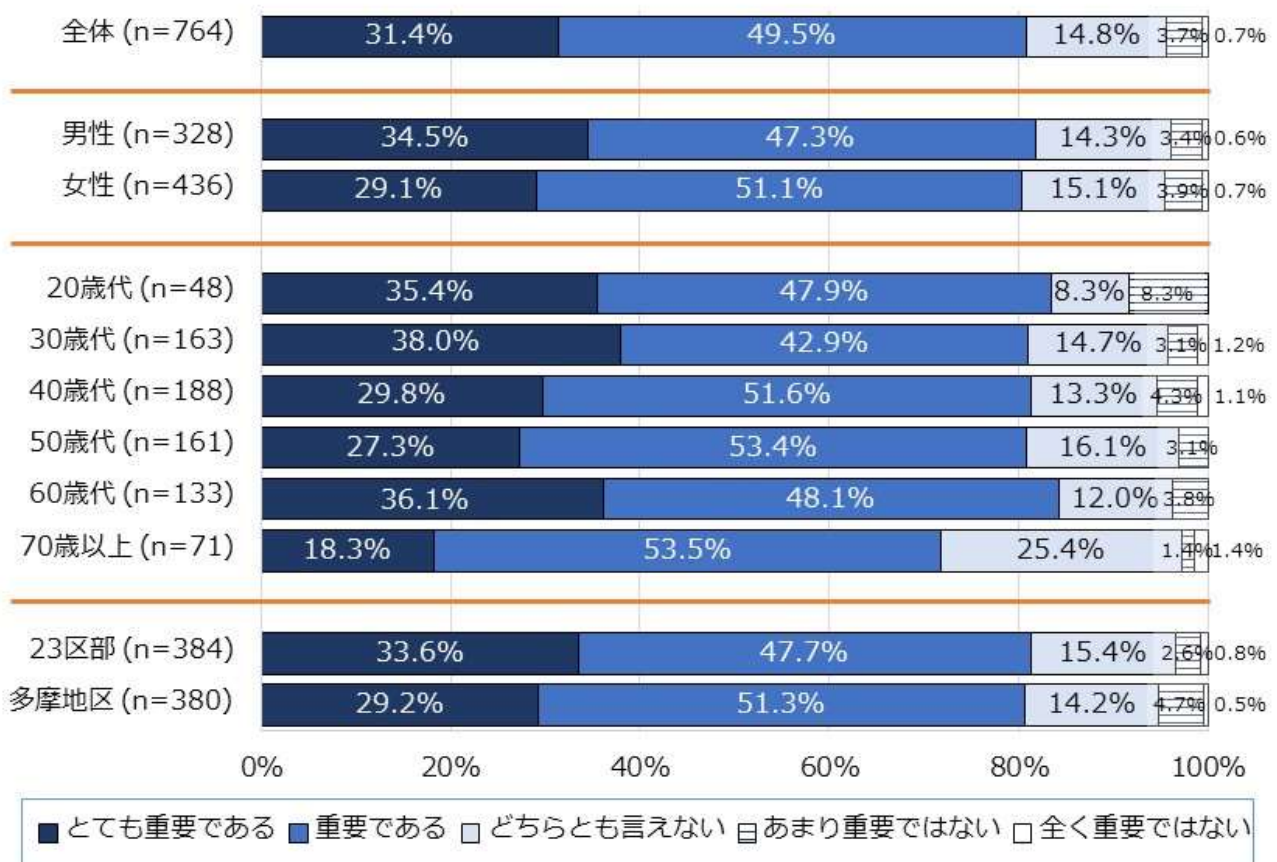


(3) デジタルメディアを活用した PR

ア. デジタルメディアを活用した PR の重要性

- ◆ デジタルメディアを活用した PR について、「とても重要である」が 31.4%、「重要である」が 49.5%で、『重要である』とする方は合わせて 80.9%となり、多くの方が重要であると認識していた。
- ◆ 男女別にみると、『重要である』は男性が 81.8%、女性が 80.6%となり、顕著な違いは見られなかった。
- ◆ 年代別にみると、『重要である』との回答は、70 歳以上が 71.8%と最も低い、他の年代が 8 割を超えている。
- ◆ 地区別にみると、『重要である』は 23 区部が 81.3%、多摩地区が 80.5%となり、顕著な違いは見られなかった。

Q8 Q7で伺ったデジタルメディアを活用した PR について、あなたはごどう思いますか。(単一回答)



イ. そう思う理由

- ◆ Q8回答のそう思う理由について、「重要である」と回答した人では利用しやすさや目にする機会が多いからとの回答が最も多く、「どちらともいえない」では年齢層などで情報が偏るとの回答が多かった。「重要でない」と回答した人は、デジタル広告は興味がないと見てもらえないとの回答が多かった。

Q8-1 Q8について、あなたがそう思う理由を教えてください。(自由回答)

	とても重要である	重要である	どちらともいえない	あまり重要でない	全く重要でない
利用しやすい、目にする機会が多いから	71	91	1	0	0
様々な世代が目にする機会が多いから	53	85	0	0	0
若い世代に周知できるから	37	72	0	0	0
時代に適しているから	25	26	0	0	0
情報の収集が容易だから	16	18	0	0	0
情報発信は必要だから	10	2	0	0	0
視覚的にわかりやすくPRできるから	8	17	0	0	0
実際見に行くことが難しくなったから	3	4	0	0	0
対象とする年齢層等が偏るから	0	5	31	3	0
デジタル広告は興味がないと見ないから	0	0	26	10	0
実体験や紙媒体など別の方法がよいから	0	0	13	7	1
デジタル広告は多くて見ないから	0	0	7	0	1
効果が不明だから	0	0	6	0	0
内容に工夫が必要だから	0	1	4	2	0
その他	3	21	15	4	3
無回答	14	36	10	2	0
合計	240	378	113	28	5

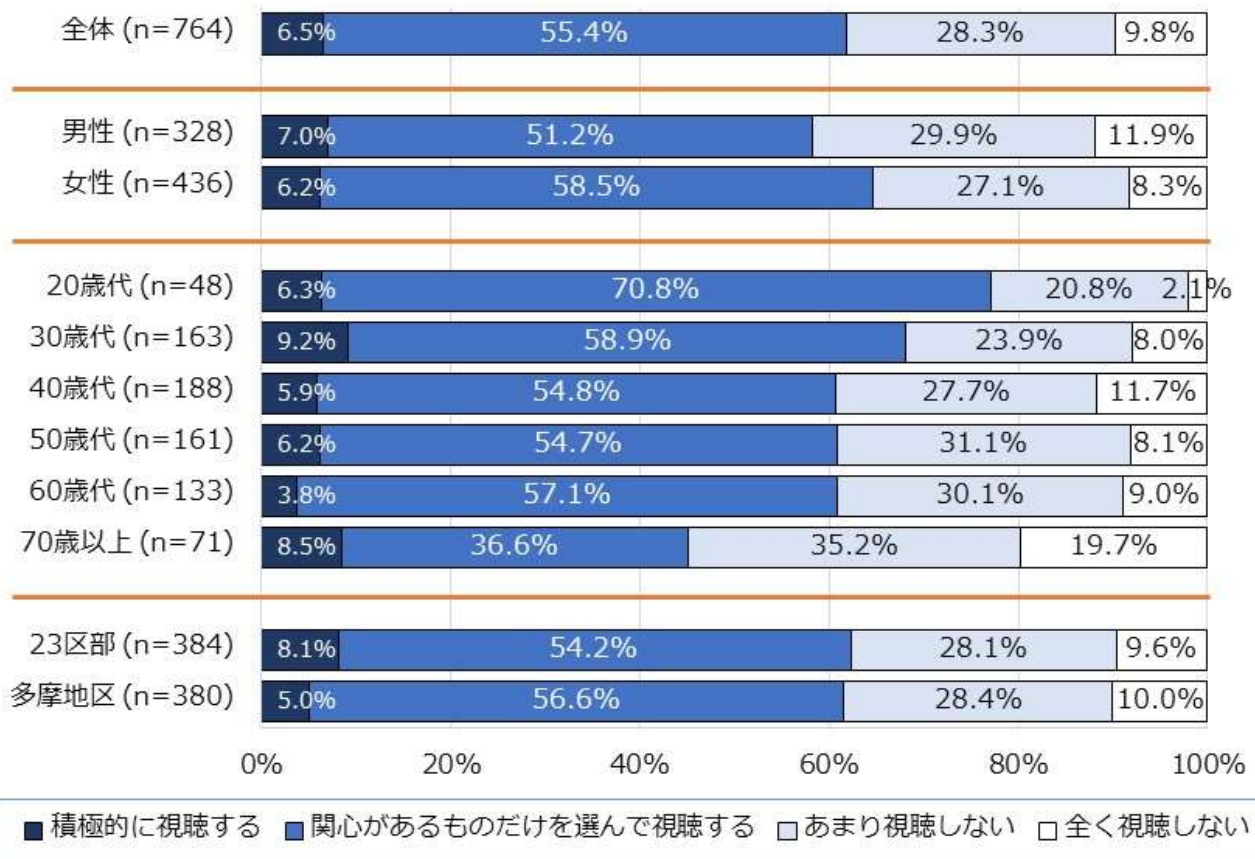
とても重要である	
	<ul style="list-style-type: none"> ● 沢山の人が利用するデジタルメディアでのPRはとても有効と考えられるから。 ● 若い世代に周知してもらうことが大切だと思うので若い人の目にふれる媒体でPRするのが大切だから。 ● 今はどの世代の方にもSNSは普及しているのでデジタルメディアの活用はとても重要であると感じます。特にコロナ禍では直接交流することが難しいので。
重要である	
	<ul style="list-style-type: none"> ● 若い人はテレビや新聞などのオールドメディアをあまり見ません。デジタルメディアの活用が重要だと思います。 ● 動画や写真付きの方がインパクトがあり興味が持ちやすくなるので。 ● 興味がひかれる内容であれば、普段の生活のなかで情報に自然とアクセスできると考えるから。

どちらとも言えない	
	<ul style="list-style-type: none"> ● 若い世代には有効でも、高齢の世代には伝わらない可能性があるため。 ● ある程度は必要だが、今デジタルメディアの情報は玉石混淆で半信半疑である。 ● 関心があるものしか見ないため、関心を持っていない人への PR としてはあまり効果がないと思うため。
あまり重要ではない	
	<ul style="list-style-type: none"> ● デジタルメディアは、ごく限られた用途でしか利用しないから。同じような人もかなりいると思うので。 ● 興味がない状態で情報を受け取ると邪魔に感じるため。 ● 下水道に興味がない人はそもそも見ないから。
全く重要ではない	
	<ul style="list-style-type: none"> ● 真面目な内容は SNS には受け入れられづらいかと思います。 ● デジタルメディアを利用している人は非常に多いと思う反面、安易な広告には嫌悪感を抱かれる恐れもあるため。 ● かかる費用の割には、読み飛ばされるのみで印象に残らないから。

(4) デジタルメディア内で流れている広告の視聴程度

- ◆ デジタルメディア内で流れている広告について、「積極的に視聴する」が6.5%、「関心があるものだけを選んで視聴する」が55.4%で、『視聴する』とする方は合わせて61.9%となった。
- ◆ 男女別にみると、『視聴する』は男性が58.2%、女性が64.7%となり、女性が男性より6.5ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、『視聴する』との回答は、20歳代が77.1%と最も高い、次いで30歳代が68.1%となった。70歳以上が45.1%と最も低かった。
- ◆ 地区別にみると、『視聴する』は23区部が62.3%、多摩地区が61.6%となり、顕著な違いは見られなかった。

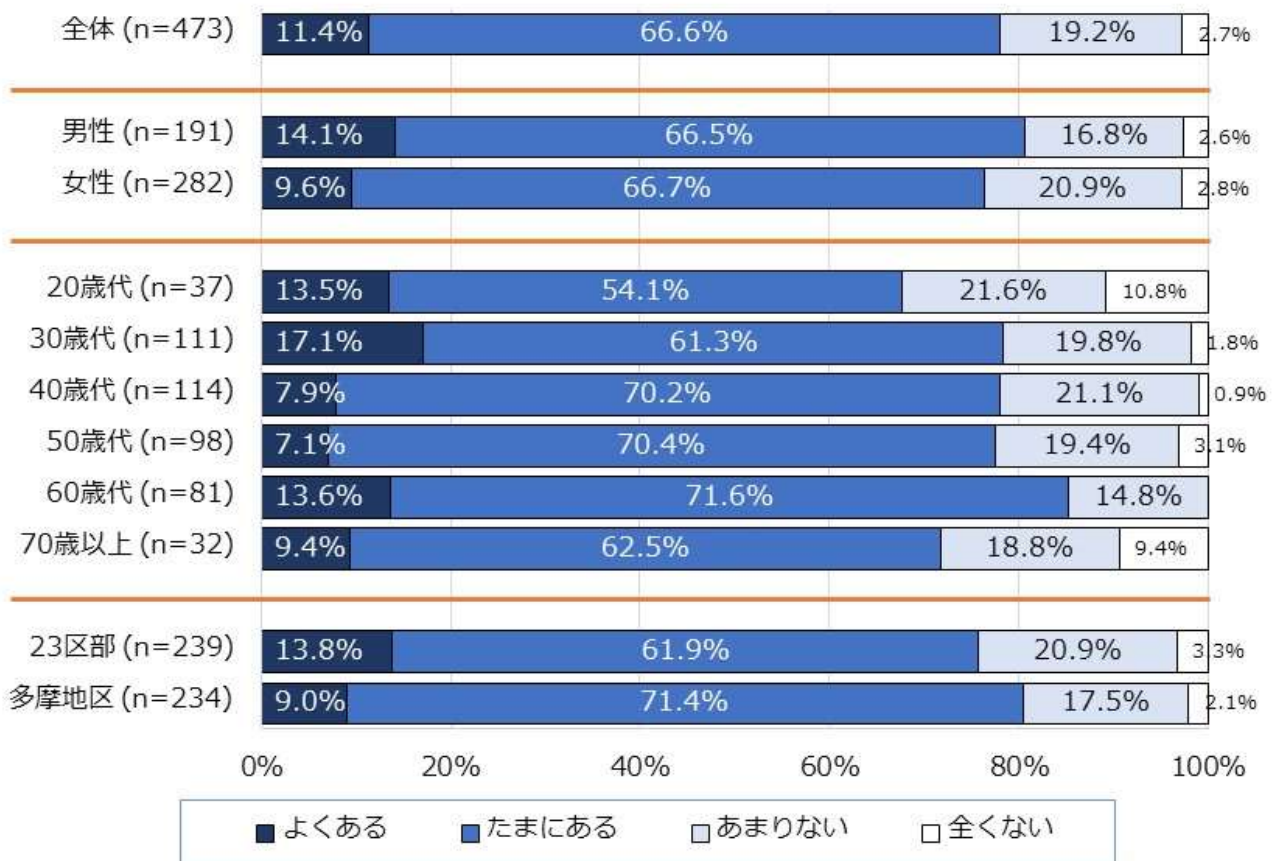
Q9 Q7でデジタルメディアを使用されている方に伺います。デジタルメディア内で流れている広告について、あなたはどのくらい視聴していますか。(単一回答)



(5) デジタルメディア内で流れている広告からHPへのアクセス経験

- ◆ 広告からホームページにアクセスした経験について、「よくある」が11.4%、「たまにある」が66.6%で、『ある』とする方は合わせて78.0%となった。
- ◆ 男女別にみると、『ある』は男性が80.6%、女性が76.3%となり、男性が女性より4.3ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、『ある』との回答は、60歳代が85.2%と最も高い、次いで30歳代が78.4%となった。20歳代が67.6%と最も低かった。
- ◆ 地区別にみると、『ある』は23区部が75.7%、多摩地区が80.4%となり、多摩地区が23区部より4.7ポイント高い結果となった。

Q10 Q9の質問で「積極的に視聴する」「関心があるものだけを選んで視聴する」と回答をされた方に伺います。デジタルメディアにおける広告で、広告からホームページにアクセスした経験がありますか。(単一回答)

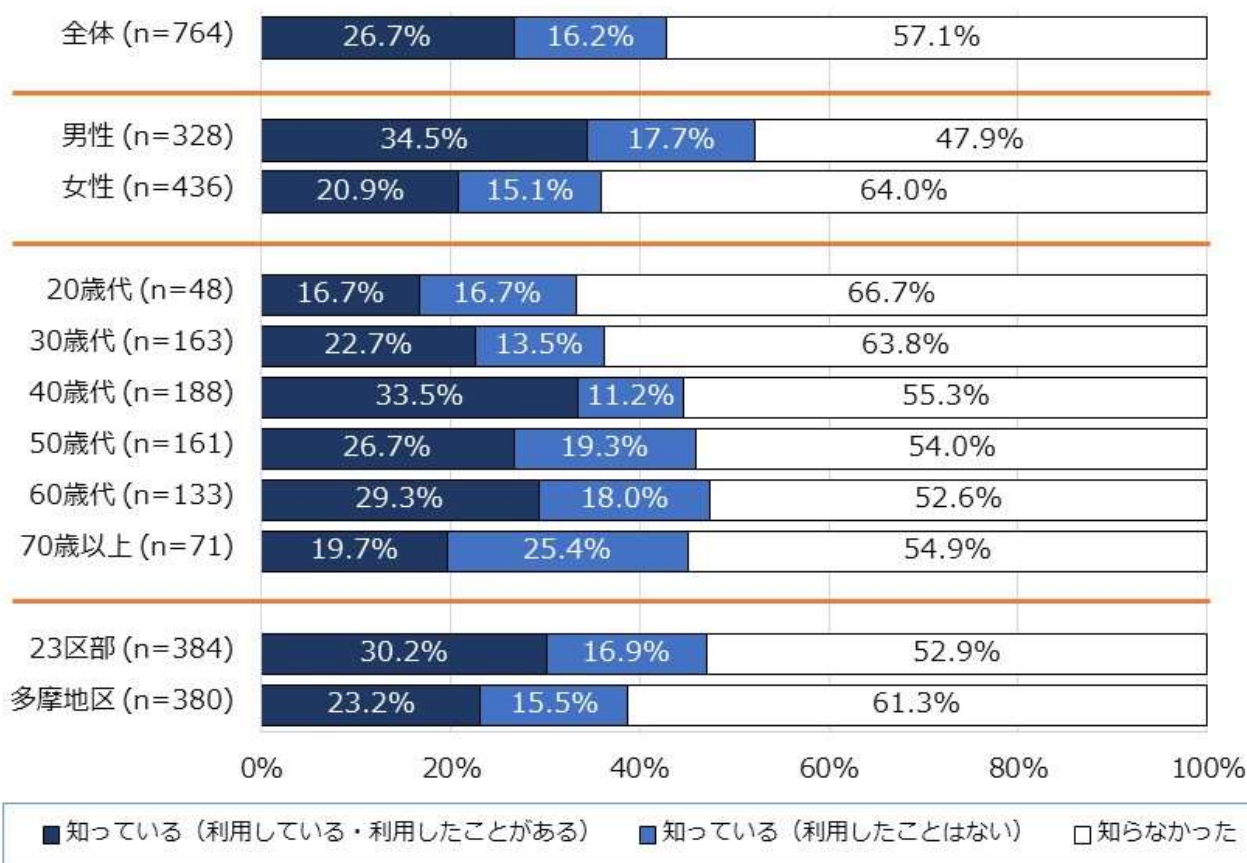


3 「東京アメッシュ」について

(1) 「東京アメッシュ」の認知度

- ◆ 「東京アメッシュ」について、「知っている（利用している・利用したことがある）」は26.7%、「知っている（利用したことはない）」は16.2%で、両者を合わせた『知っている』は42.9%の認知度であった。
- ◆ 男女別にみると、『知っている』では男性が52.2%、女性が36.0%と、男性が女性より16.2ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、『知っている』では60歳代が47.3%と最も高く、ついで50歳代が46.0%となっており、20歳代が33.4%と最も低い結果となった。
- ◆ 地区別にみると、『知っている』では23区部が47.1%、多摩地区が38.7%と、23区部が多摩地区より8.4ポイント高い結果となった。

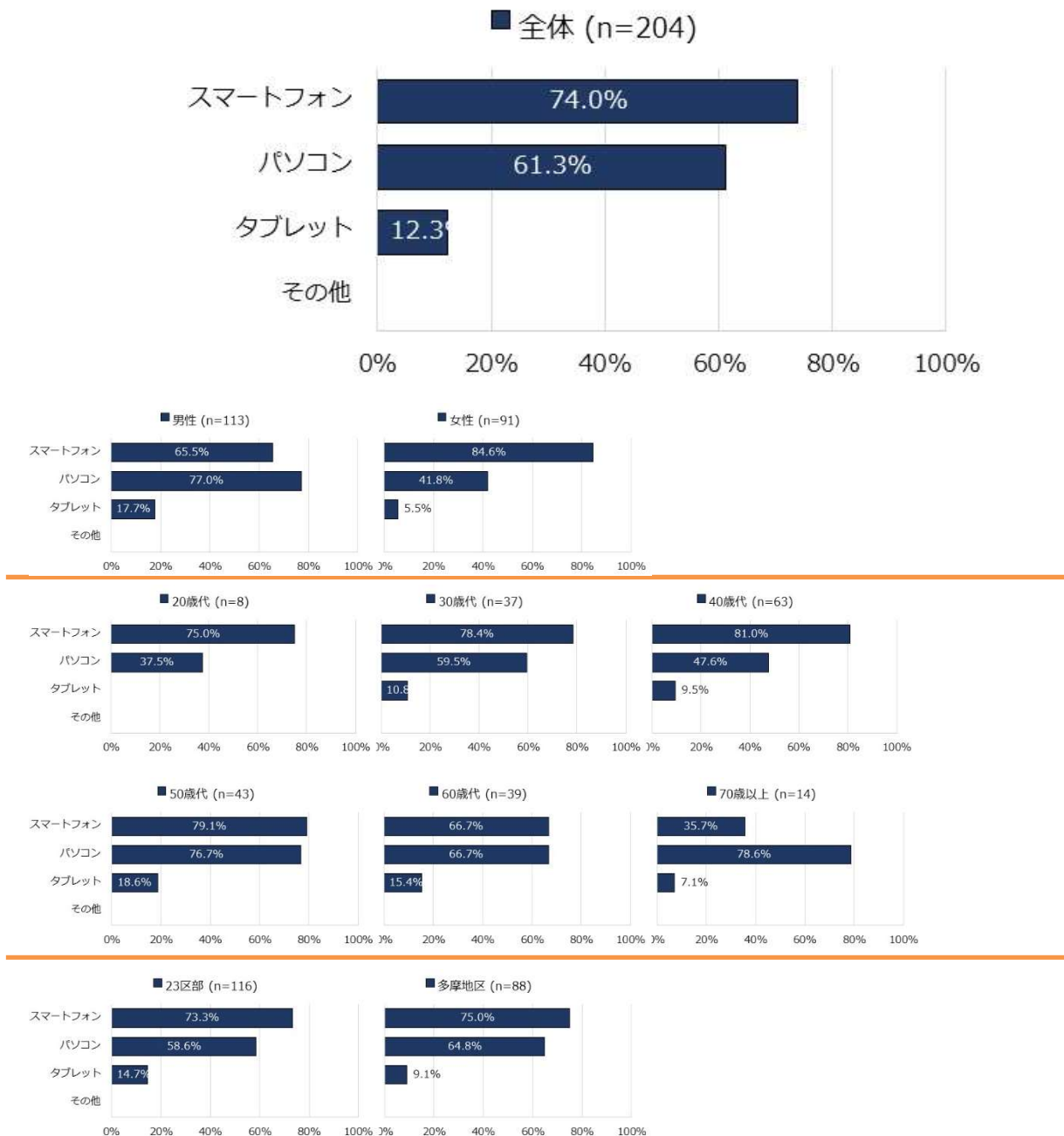
Q11 あなたは「東京アメッシュ」について、ご存知でしたか。以下の選択肢から、該当するものを一つだけお選びください。(単一回答)



(2) 「東京アメッシュ」の利用媒体

- ◆ 「東京アメッシュ」を「利用している・利用したことがある」方（全体数 204 名）の利用媒体は、「スマートフォン」が最も多く 74.0%、次いで「パソコン」が 61.3%、「タブレット」は 12.3%となった。「その他」を選択した人はいなかった。
- ◆ 男女別にみると、男性は「パソコン」、「スマートフォン」、「タブレット」の順で高い割合となり、女性では「スマートフォン」、「パソコン」、「タブレット」の順で高い割合になった。
- ◆ 年代別にみると、20 歳代、30 歳代、40 歳代、50 歳代、60 歳代では「パソコン」に比べ「スマートフォン」の利用度が高い、70 歳以上では「スマートフォン」に比べ「パソコン」の利用度が高いことがわかった。

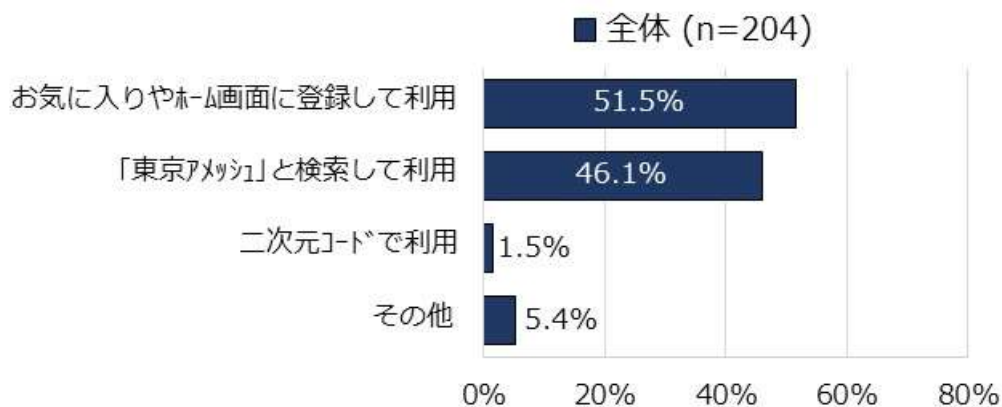
Q11-1 (1) Q11で、「知っている（利用している・したことがある）」を選択した方に伺います。
あなたは、「東京アメッシュ」を利用する際、何を使用してご覧になっていますか。（複数回答）



(3) 「東京アメッシュ」へのアクセス方法

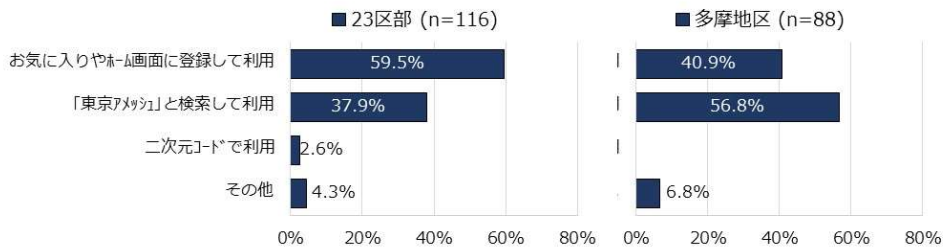
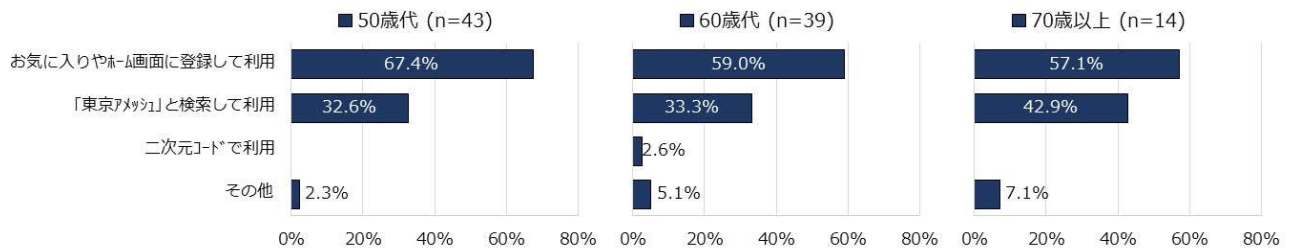
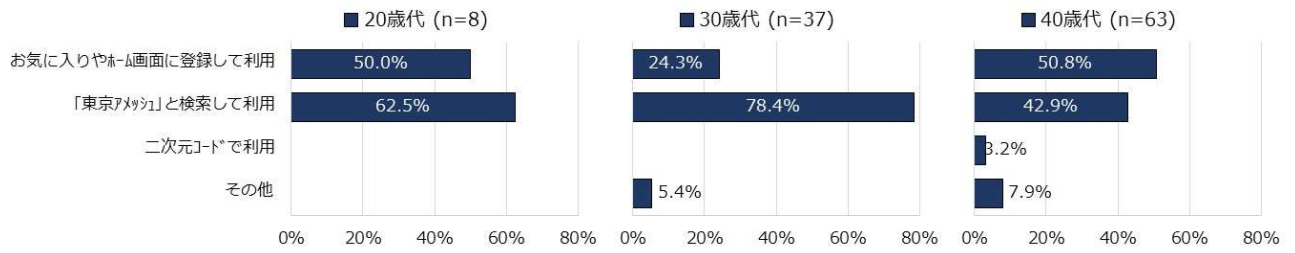
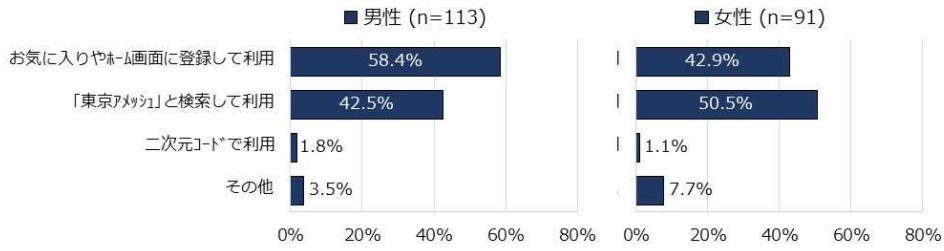
- ◆ 「東京アメッシュ」を「利用している・利用したことがある」と回答した人（204名）は、「お気に入りやホームページに登録して利用」が最も多く51.5%、次いで「「東京アメッシュ」と検索して利用」が46.1%だった。
- ◆ 男女別にみると、利用方法に差が見られ、男性では「お気に入りやホームページに登録して利用」が多かったが、女性では「「東京アメッシュ」と検索して利用」が多い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、利用方法に差が見られ、40歳代、50歳代、60歳代、70歳以上では「お気に入りやホームページに登録して利用」の割合が高かったが、20歳代、30歳代では「「東京アメッシュ」と検索して利用」の割合の方が高かった。
- ◆ 地区別にみると、利用方法に差が見られ、23区部では「お気に入りやホームページに登録して利用」が多かったが、多摩地区では「「東京アメッシュ」と検索して利用」が多い結果となった。

Q11-1(2) 「東京アメッシュ」を利用する際、どのようにアクセスして利用していますか。(複数回答)



「その他」(11件)の自由記述

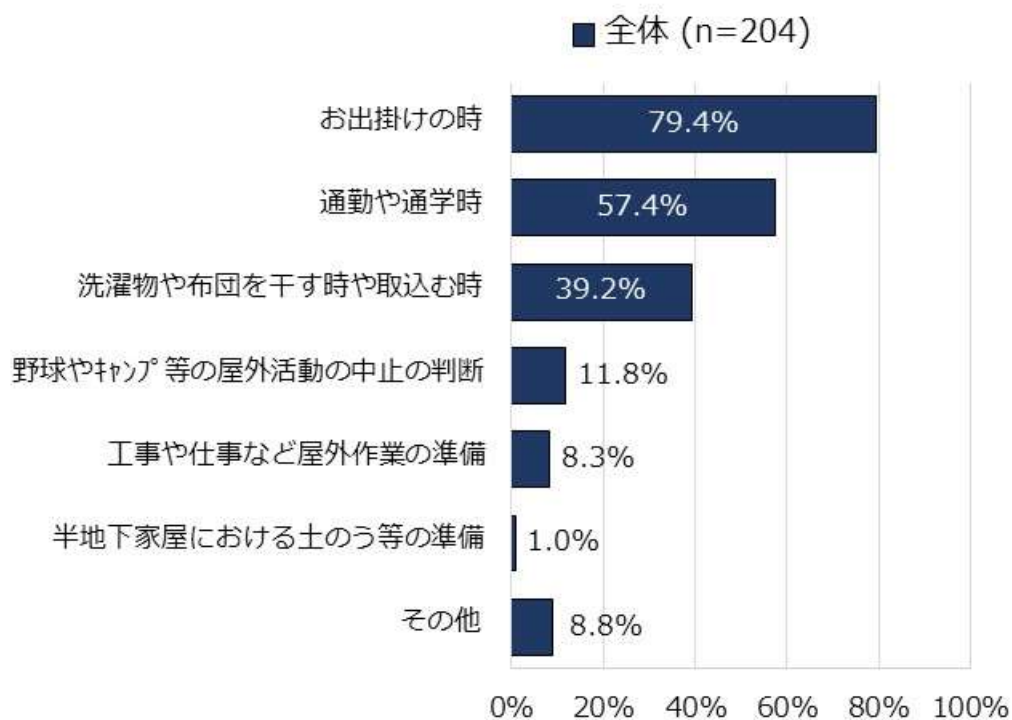
- ・ウェブの検索サイトで「天気情報」を検索して(8件)
- ・都庁(下水道局)のホームページから(1件)
- ・キュレーションサイトのリンクから(1件)
- ・スマホに自動表示される天気予報(1件)



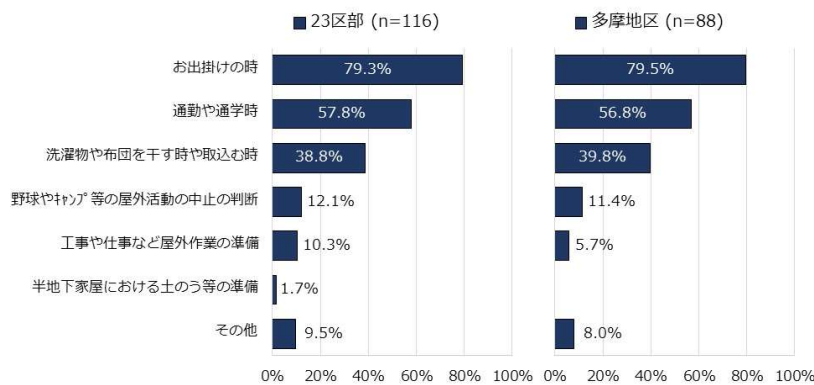
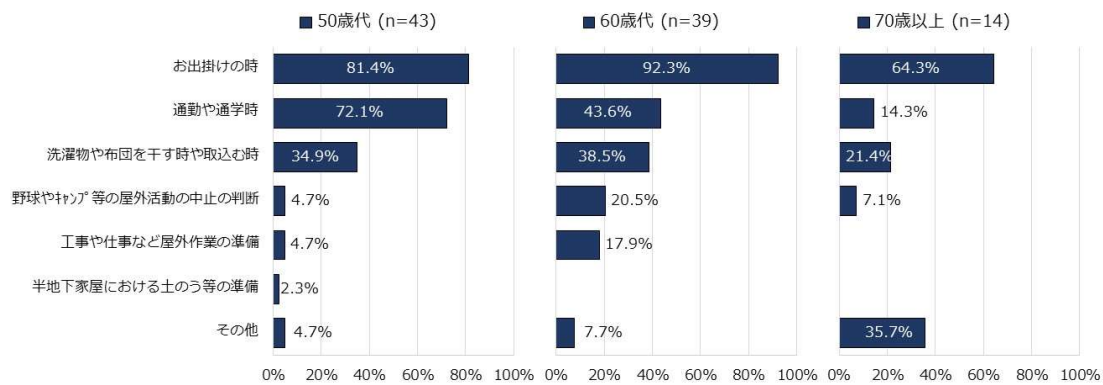
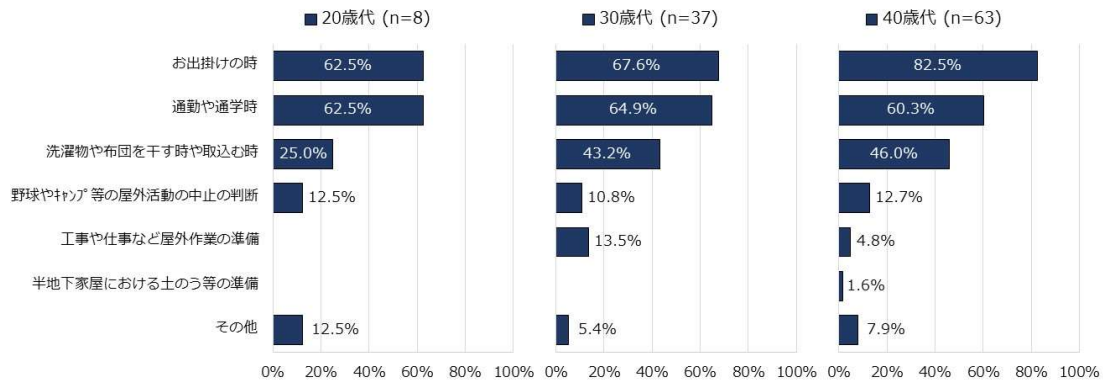
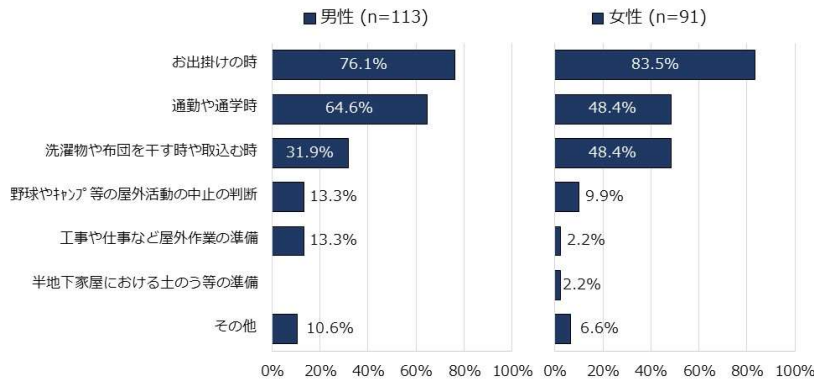
(4) 「東京アメッシュ」を利用する機会

- ◆ 「東京アメッシュ」の利用機会については「お出掛けの時」が79.4%と最も高く、次いで「通勤や通学時」が57.4%、「洗濯物や布団を干す時や取込む時」が39.2%だった。
- ◆ 男女別にみると、男性、女性ともに利用方法の上位は、「お出掛けの時」、「通勤や通学時」、「洗濯物や布団を干す時や取込む時」であったが、女性に比べ男性では、「工事や仕事など屋外作業の準備」で利用される傾向が見られた。
- ◆ 年代別にみると、70歳以上が「お出掛けの時」の利用が多かったが、70歳以上以外では「通勤や通学時」の利用も多い傾向が見られた。
- ◆ 地区別にみると、23区部と多摩地区は同様な傾向が見られた。

Q11-1 (3) どのような時に「東京アメッシュ」を利用していますか。(複数回答)



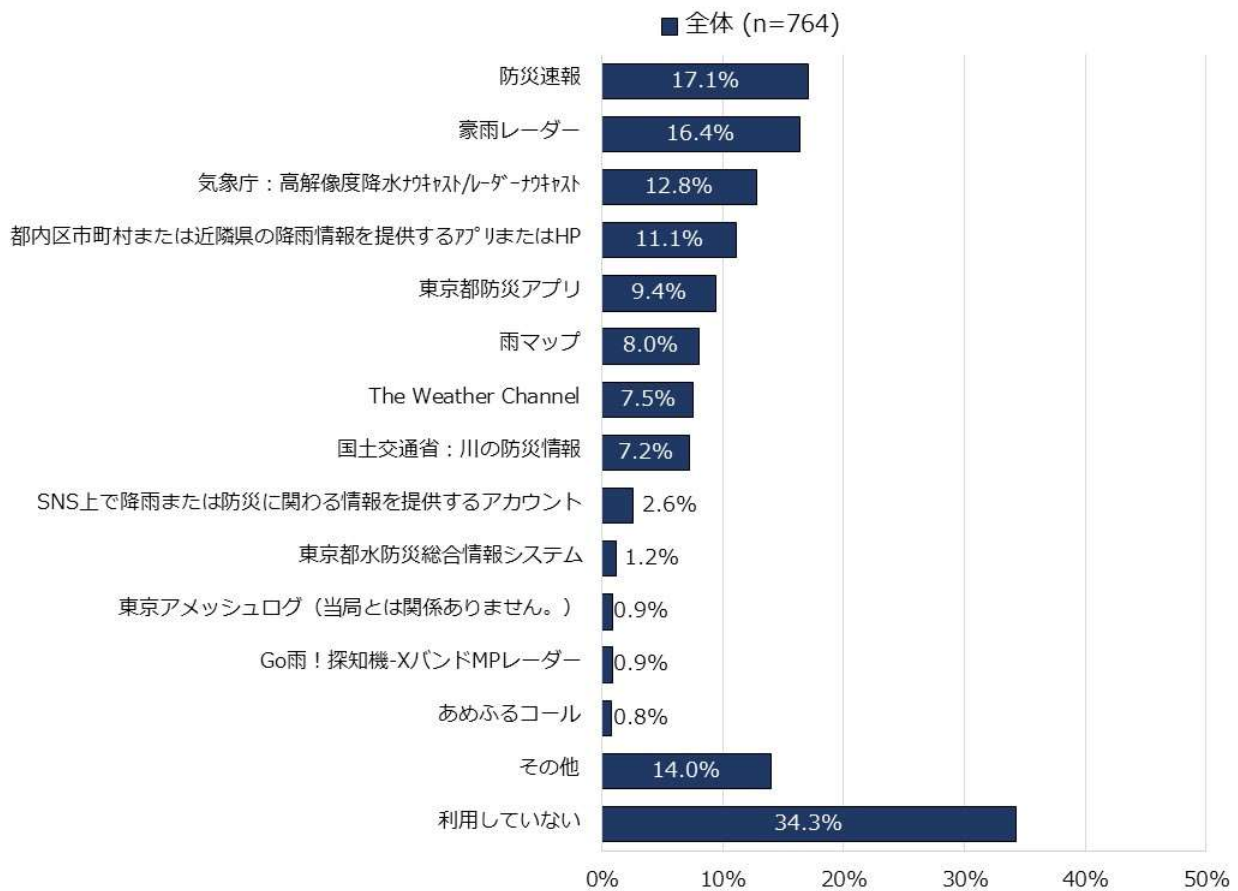
「その他」(18件)の自由記述	
豪雨、台風、雨のとき (10件)	・天気予報が雨の時、どの程度の強さになるのかの把握のため、また、どの程度雨が続くのかを知るため
毎日、毎朝 (4件)	・すごく便利。毎日何度も見ている ・パソコンを立ち上げている時には、常時画面をつけています ・毎朝の日課
注意報が出ているとき (2件)	・注意報、警報等の範囲、程度、時間等を、自宅だけでなく、娘たちの居住地の状態を知るため
勤務中 (1件)	・勤務中
あまり見ない (1件)	・最近ほとんど見ない。予想がないので予想のあるのを見ている



(5) 「東京アメッシュ」以外に利用している降雨または防災に関わる情報

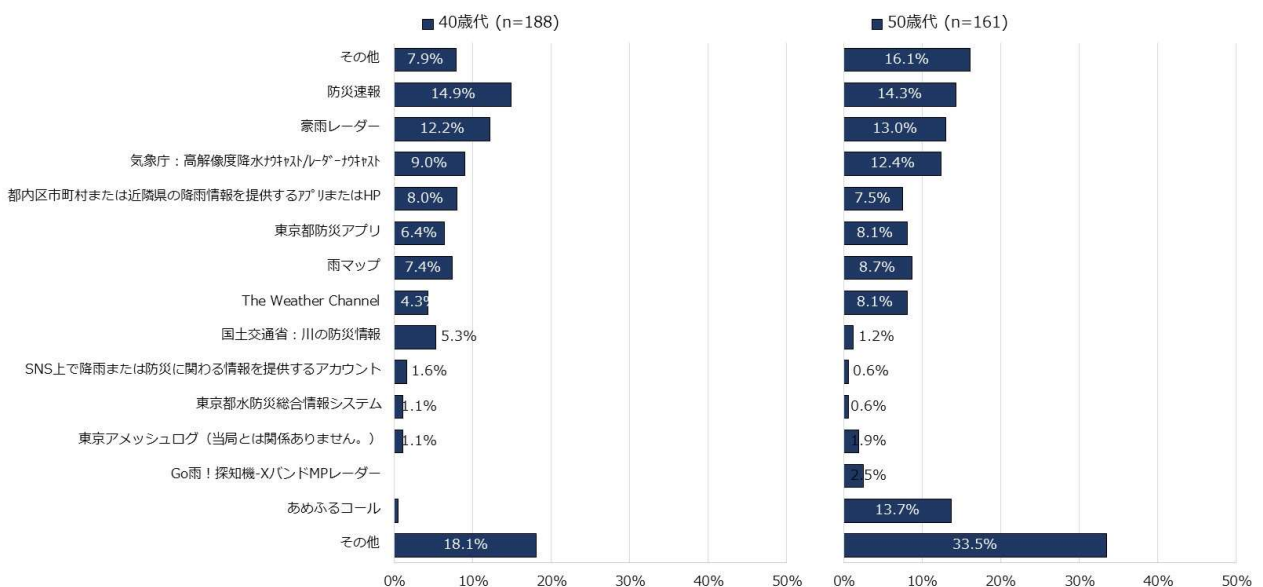
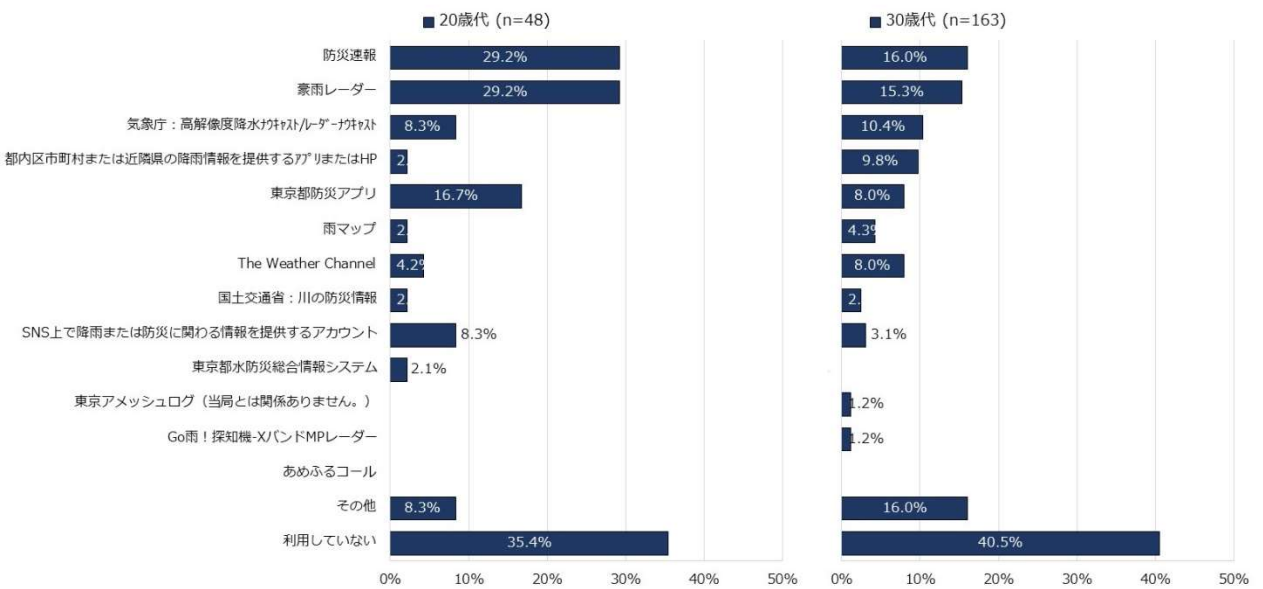
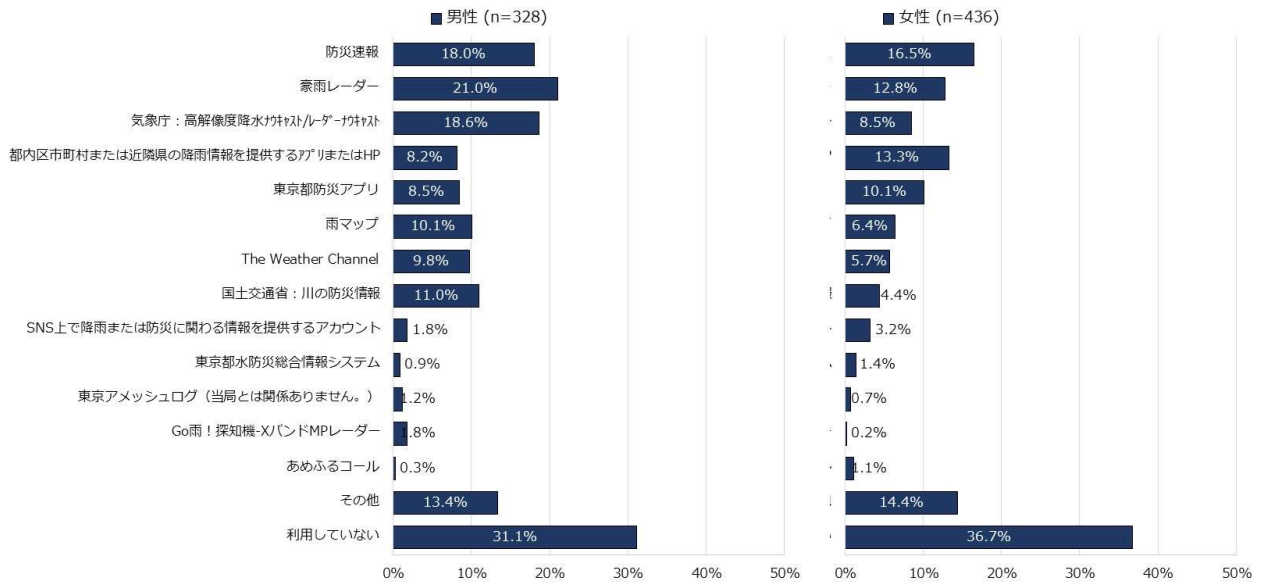
- ◆ 「東京アメッシュ」以外に利用している降雨情報について、「利用していない」との回答が34.3%と最も多かった。次いで「防災速報」が17.1%、「豪雨レーダー」が16.4%となった。
- ◆ 男女別、地区別では、顕著な違いは見られなかった。
- ◆ 年代別にみると、「防災速報」と「豪雨レーダー」では20歳代が29.2%と最も多い結果だった。

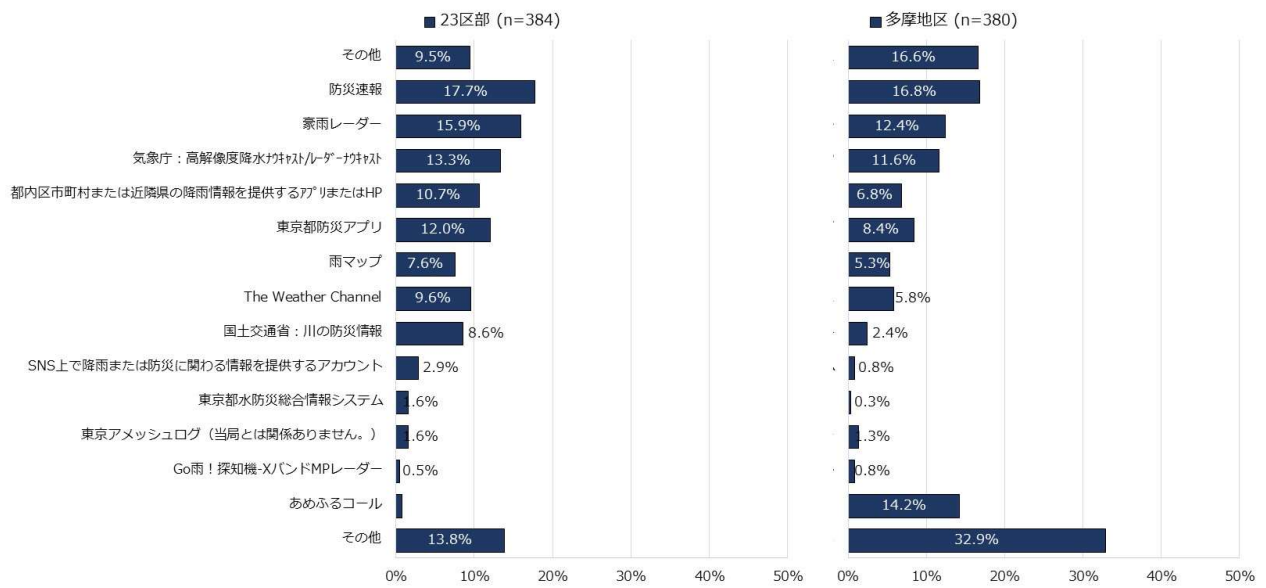
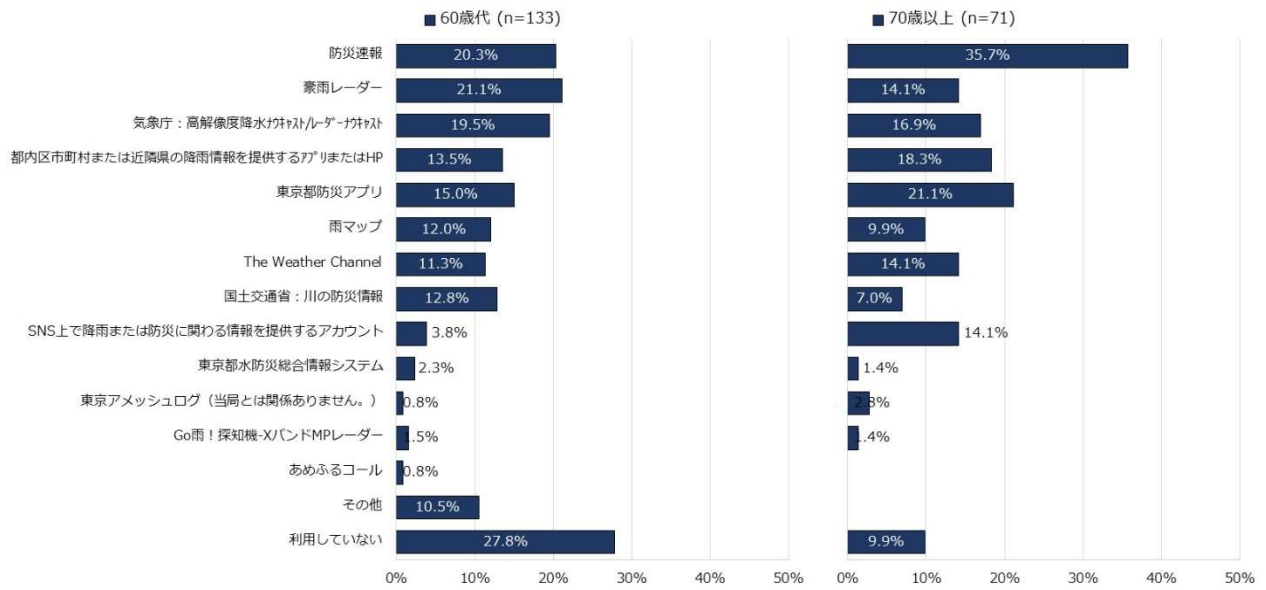
Q 1 1 - 2 「東京アメッシュ」以外に利用している降雨または防災に関わる情報がございましたら、以下の選択肢から、該当するものをいくつでもお選びください。(複数回答)



「その他」(106件)の自由記述

- ・Yahoo!天気・災害のサイト (50件)
- ・テレビやラジオ、NHK など (19件)
- ・ウェザーニュース (12件)
- ・スマートニュース (4件)
- ・自治体のメール (3件) など





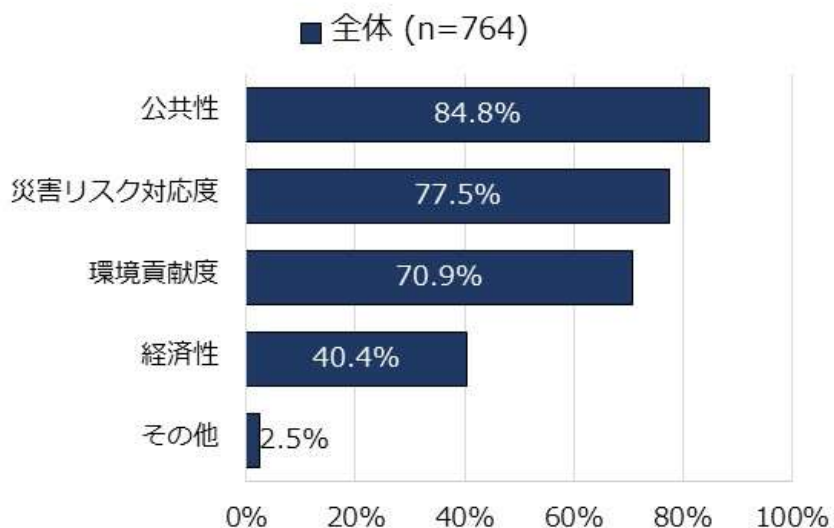
4 下水道事業の評価基準、ニーズ、認知経路など

(1) 下水道事業を評価する基準

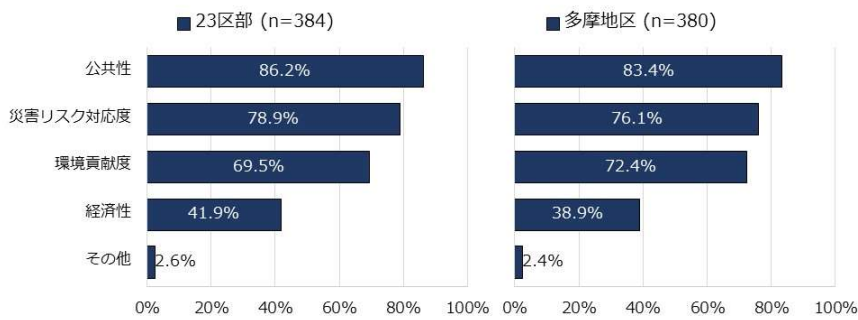
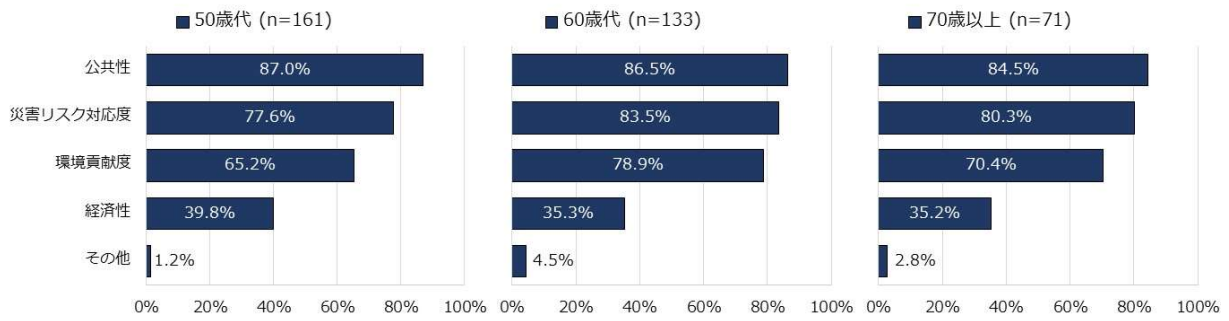
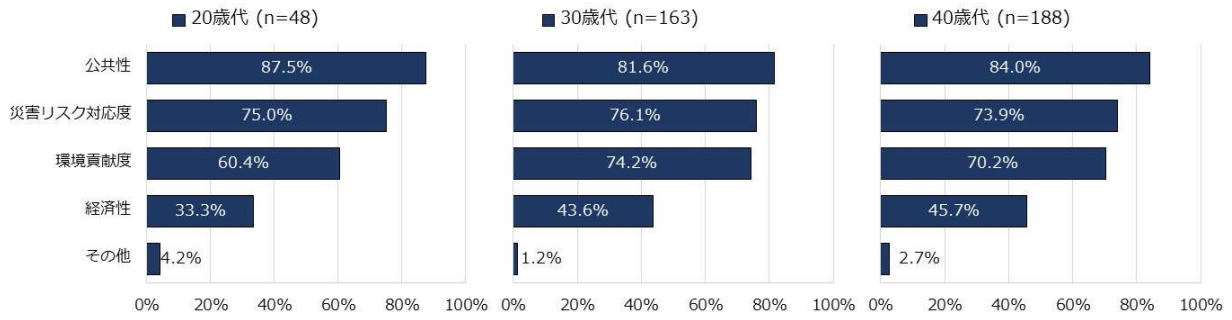
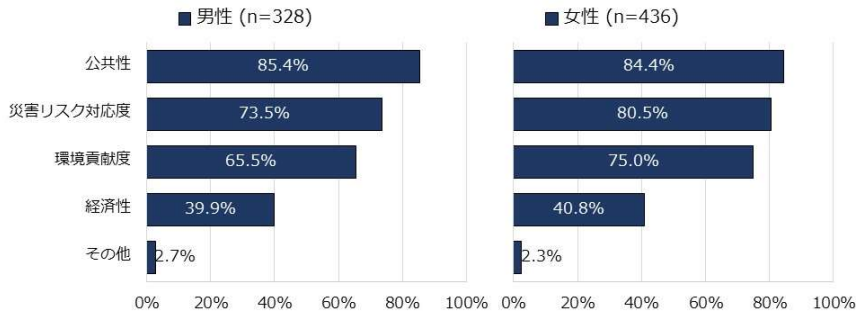
- ◆ 下水道事業を評価する基準について、「公共性」が84.8%と最も高く、次いで「災害リスク対応度」が77.5%、「環境貢献度」が70.9%だった。
- ◆ 男女別にみると、下水道事業を評価する基準は、男性、女性ともに「公共性」、「災害リスク対応度」、「環境貢献度」の順であった。
- ◆ 年代別にみると、どの年代も評価基準は、「公共性」、「災害リスク対応度」、「環境貢献度」の順だった。
- ◆ 地区別にみると、23区部・多摩地区ともに評価基準は、「公共性」、「災害リスク対応度」、「環境貢献度」の順となった。

Q12 あなたが下水道事業を評価する基準で重視しているのは、どのようなことですか。(複数回答)

公共性：国民、地域住民のために役立つ事業であるか
災害リスク対応度：災害リスクへの対応が想定されているか
環境貢献度：私たちが住む環境の保全に貢献しているか
経済性：投資する費用と期待する効果が合っているか



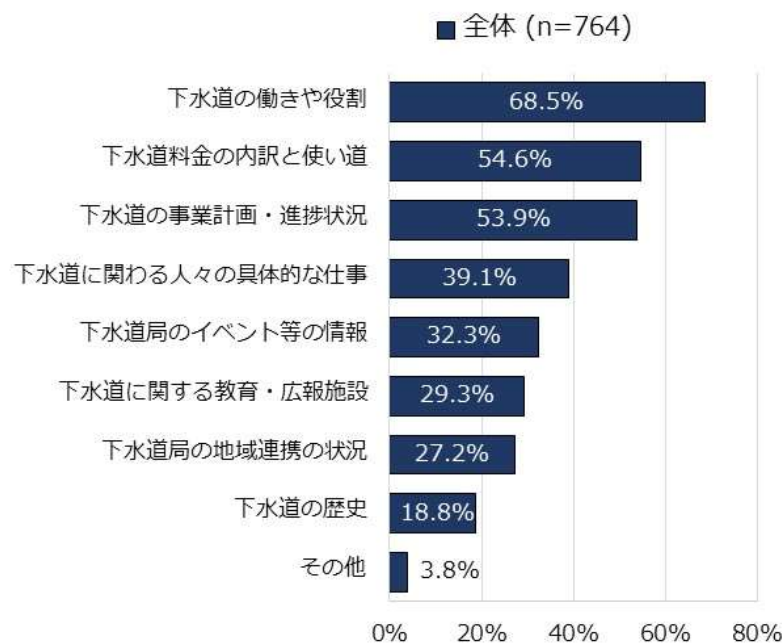
「その他(19件)」の自由記述 (一部)	
持続可能な開発 (4件)	・SDGs等への配慮、市民の立場等の視点 ・未来の子どもたちに役に立つ事業であるか
情報発信・広報 (4件)	・情報発信 (透明性が高く、正確な情報) ・事業進捗度の積極的な広報、都民一人一人に直接関わることであることの周知活動
安全性 (4件)	・安全性、公衆衛生
計画的な事業執行 (1件)	・計画的に実行されているか
浸水対策・臭気対策 (1件)	・氾濫予防と、臭い処理 (住環境の向上) に興味があります
水道事業との統合 (1件)	・水道事業との協業化



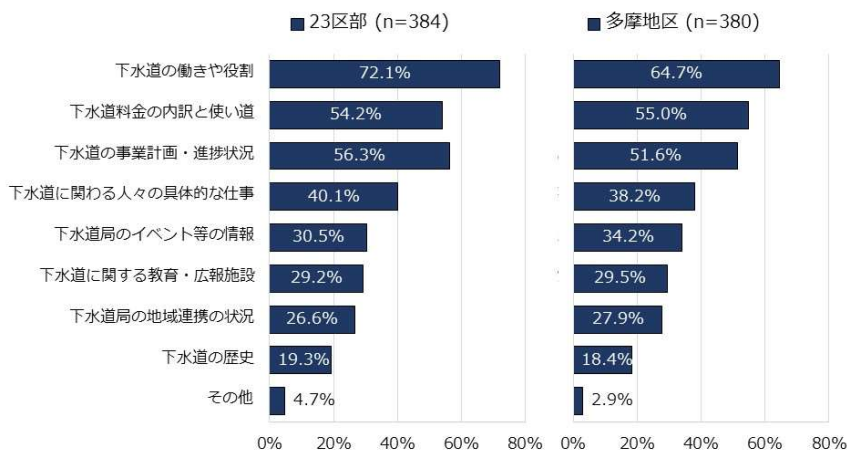
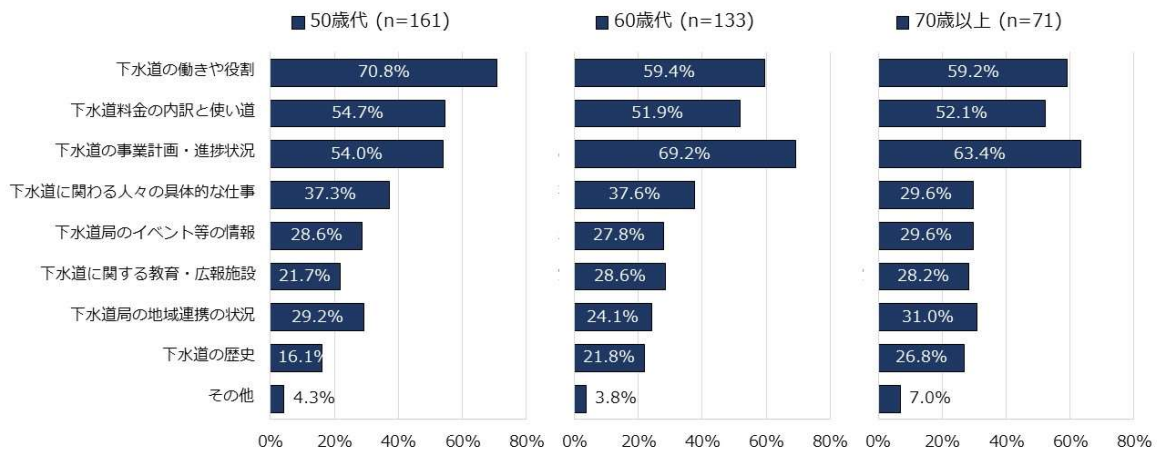
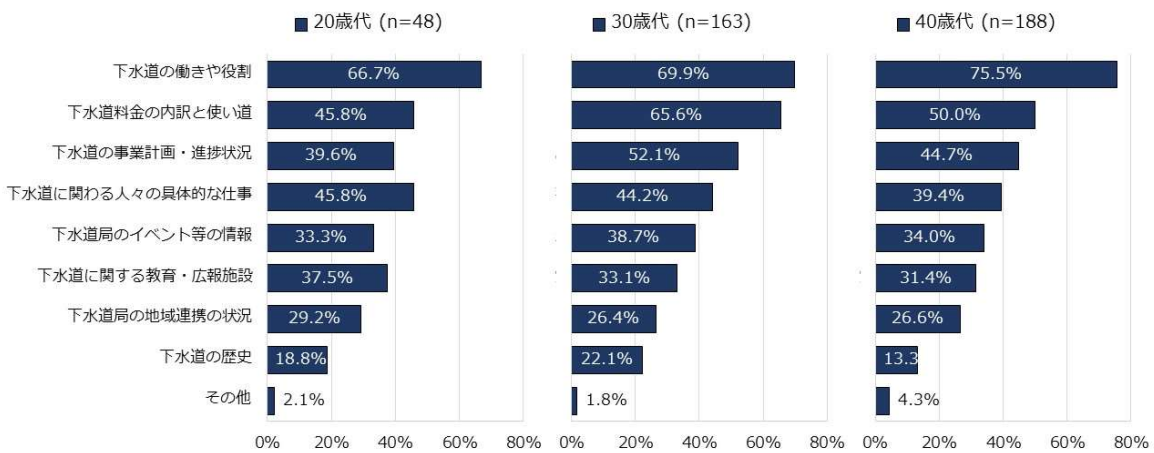
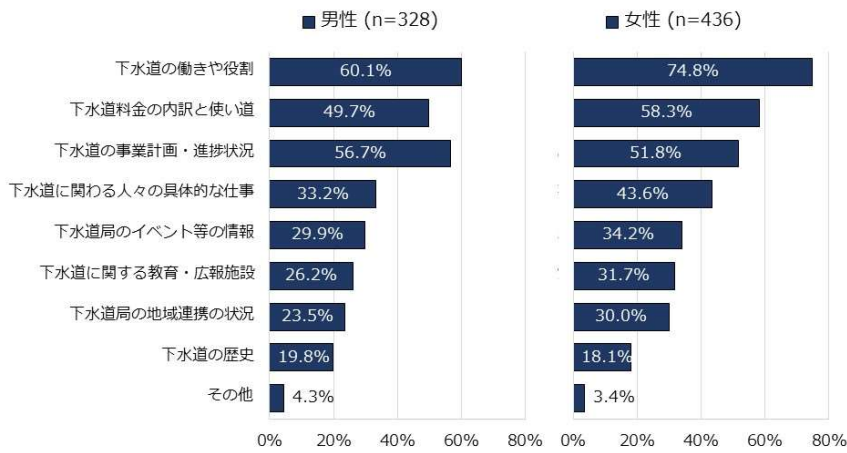
(2) 下水道事業について知りたいと思うこと

- ◆ 下水道に関して知りたいと思うことは、「下水道の働きや役割」が68.5%と最も高く、次いで「下水道料金の内訳と使い道」が54.6%、「下水道の事業計画・進捗状況」が53.9%となった。
- ◆ 男女別にみると、男性と女性ではともに「下水道の働きや役割」、「下水道料金の内訳と使い道」、「下水道の事業計画・進捗状況」の割合が高い結果となった。女性では「下水道の働きや役割」の次に「下水道料金の内訳と使い道」が高い割合となっており、下水道料金への関心が高かった。
- ◆ 年代別にみると、「下水道の働きや役割」では40歳代が75.5%と最も高く、「下水道の事業計画・進捗状況」では60歳代が69.2%と最も高く、「下水道料金の内訳と使い道」では30歳代が65.6%と最も高かった。
- ◆ 地区別にみると、23区部、多摩地区ともに同様の傾向を示し、「下水道の働きや役割」、「下水道料金の内訳と使い道」、「下水道の事業計画・進捗状況」の割合が高かった。

Q13 下水道事業について、あなたが知りたいと思うことはどのようなことですか。(複数回答)



「その他」(29件)の自由記述 (一部)	
下水道事業計画 (4件)	・ 今下水道事業の改善予定、改善計画、予定事業、海外協力 ・ 今後の取り組みとその進捗について気を付けていきたいと思えます。
浸水対策 (4件)	・ 地震や台風などの災害時の整備状況と、今後どう対応していくかの計画 ・ 豪雨に対する現在の設備と、今後の対策に関して
下水道に関わる人々の具体的な仕事 (2件)	・ 実際に働いている現場の人の声
老朽化対策 (1件)	・ 各下水道管の老朽化の度合い
技術開発 (1件)	・ 東京都が力を入れている下水技術、とくに世界に誇れるようなもの
新型コロナウイルス感染症関連情報 (1件)	・ 下水道とコロナウイルス
工事情報 (1件)	・ 工事に関する情報 (期間・時間帯・場所・目的など)
下水道料金 (1件)	・ 料金の設定根拠
地域連携 (1件)	・ 市民と一体となった下水道事業の役割
身近なトラブルの対応 (1件)	・ 身の回りの下水道トラブル・注意点・解決法

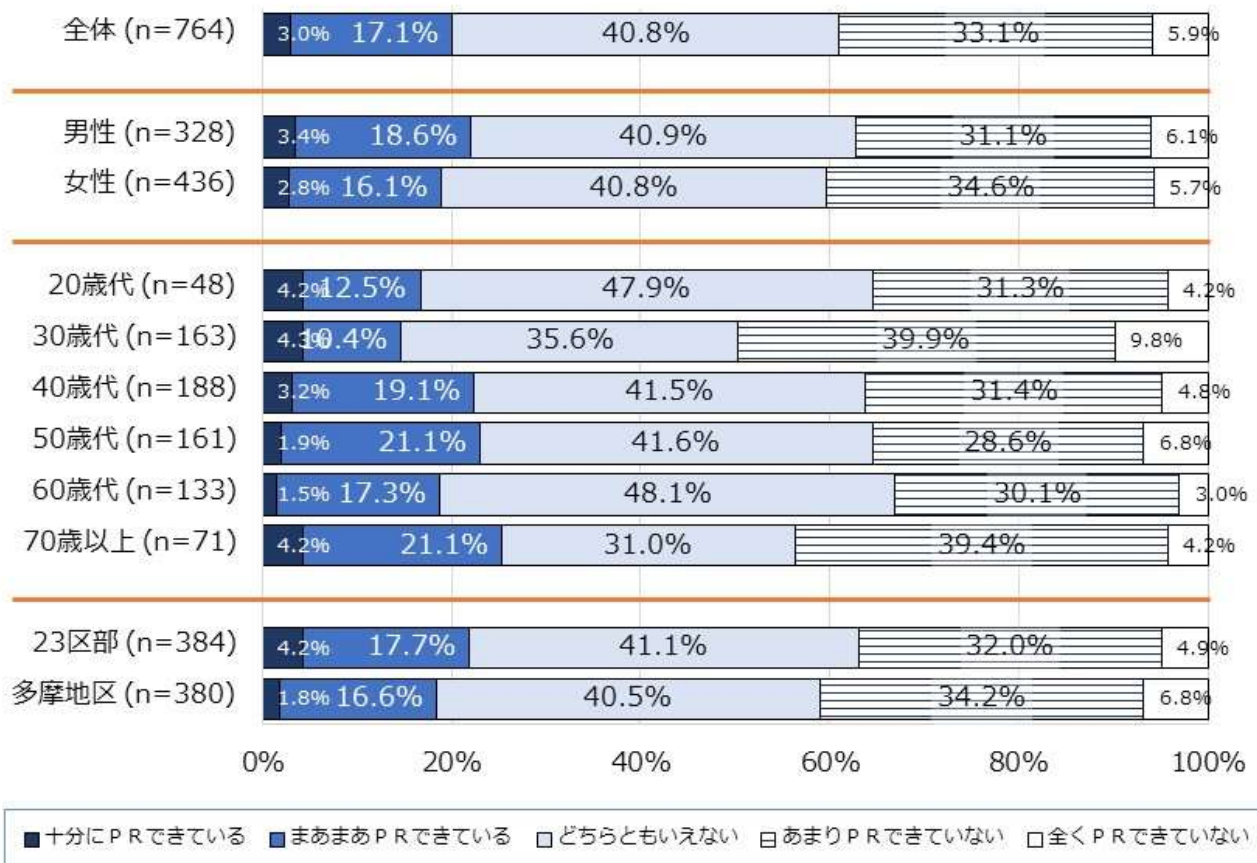


(3) 下水道事業のPR

ア. 下水道事業PRが十分かどうか

- ◆ 下水道事業PRの認知は、「十分にPRできている」が3.0%、「まあまあPRできている」が17.1%で、『PRできている』とする方は合わせて20.1%となった。
- ◆ 男女別にみると、『PRできている』は男性が22%、女性が18.9%となり、男性が女性より3.1ポイント高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、『PRできている』との回答は、70歳以上が25.3%と最も高い、次いで50歳代が23.0%となった。30歳代が14.7%と最も低かった。
- ◆ 地区別にみると、『PRできている』は23区部が21.9%、多摩地区が18.4%となり、23区部が多摩地区より3.5ポイント高い結果となった。

Q14 Q13の質問であなたの「知りたい」と思うことに対して、東京都下水道局が十分にPRできていると思いますか。(単一回答)



イ. そう思う理由

- ◆ Q14回答のそう思う理由について、「PRできている」との回答者は下水道事業の情報を何らかの媒体で入手出来ていると感じているが、「どちらともいえない」「PRできていない」との回答者は、下水道事業のPRを見かけないことやモニターアンケートで知った下水道局の取組をこれまで知らなかったことを理由に挙げた人が多かった。

Q14-1 Q14について、あなたがそう思う理由を教えてください。(自由記述)

	十分にPRできている	まあまあPRできている	どちらとも言えない	あまりPRできていない	全くPRできていない
局から下水道事業情報を入手できているから	5	16	0	0	0
局HPや局動画で下水道事業情報を提供しているから	5	14	0	0	0
下水道施設見学やイベントを目にするから	4	12	0	0	0
下水道事業を広報誌で目にするから	2	18	0	0	0
下水道事業を学校で学んでいるから	0	8	1	0	0
下水道事業を目にする機会が多いから	1	6	0	0	0
下水道事業をテレビで見るから	0	2	0	0	0
下水道事業PRを見かけないから	0	1	100	114	20
下水道事業で知らない取組があるから	0	6	34	61	14
能動的に行動しないと下水道事業情報が入手できないから	0	1	40	20	0
下水道事業をもっとPRした方がよいから	0	7	10	11	0
下水道事業情報の入手方法が分からないから	0	0	9	1	0
事業PRの費用対効果の検討が必要だから	0	2	0	0	0
局の取組を知らないので回答できない	0	0	34	0	0
その他	1	14	38	20	7
無回答	5	24	46	26	4
合計	23	131	312	253	45

十分にPRできている

- ホームページ、東京都のテレビ広報番組等で必要な情報はきちんと発信されています。
- 十分にPRされていると思いますが、普段はできない場所の見学などをさらに積極的に体験したいと考えています。体験として知ることにより身近に感じられ日常的に課題意識を持てるからです。
- HPを拝見すると、多彩な情報が載っていたため。子供がいる家庭では、施設見学やキッズコーナーが楽しく学べるコンテンツだと思いました。

まあまあPRできている

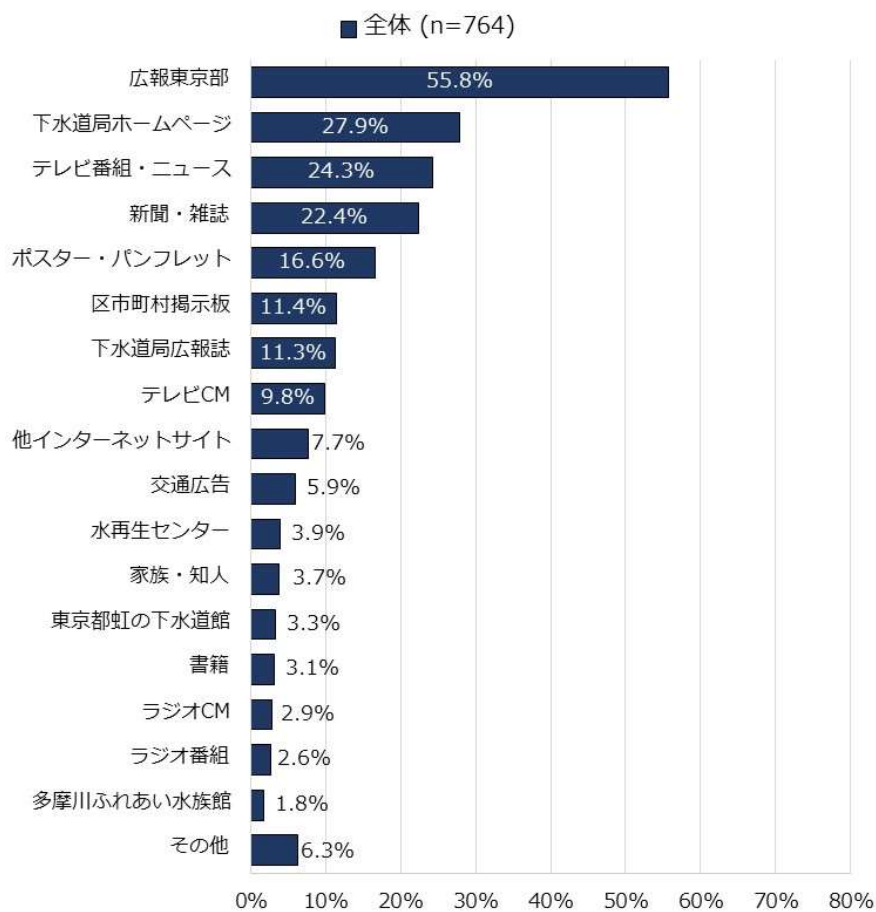
- 十分という訳ではないがPRできてないわけでもないから。
- 今回モニターになり、良いPRと思った。と同時に今までモニターの存在を知らなかったため、その点はPR不足(だった)と思う。
- 新聞や区報などで下水道について知ることが多いのですが、他のメディアでも、もっと下水道について知りたいと思うからです。

どちらとも言えない	
	<ul style="list-style-type: none"> ● 必要な情報を自分で調べないと、情報が入ってこないイメージがある。 ● 関心がない対象の方は積極的にアクセスするのか疑問である。 ● ガス・電気・水道の、使用する側のライフラインに対して、消費した先である下水についての情報は、普段ほとんど知ることがなかった。
あまりPRできていない	
	<ul style="list-style-type: none"> ● これまで下水道局のPRを目にした記憶がほとんどない。私の情報が偏っているのかもしれないが、残念ながらほとんど目にしたことがない。 ● PRについてはそれなりに努力されていると思うが下水道そのものについての関心が都民に低いのでPR効果が出ていないと思う。 ● 電気やガスの広報に比して目にする機会が少ない。マンホール柄等や水害のことをきっかけにせっかくの事業をもっとアピールできるようにしたらよいと思う。
全くPRできていない	
	<ul style="list-style-type: none"> ● 目に触れる機会が全く無い。 ● 本やSNSなどで東京都下水道局がPRしている情報を見たことはありません。 ● 使用金額しか分からないため。

(4) 下水道事業の認知経路

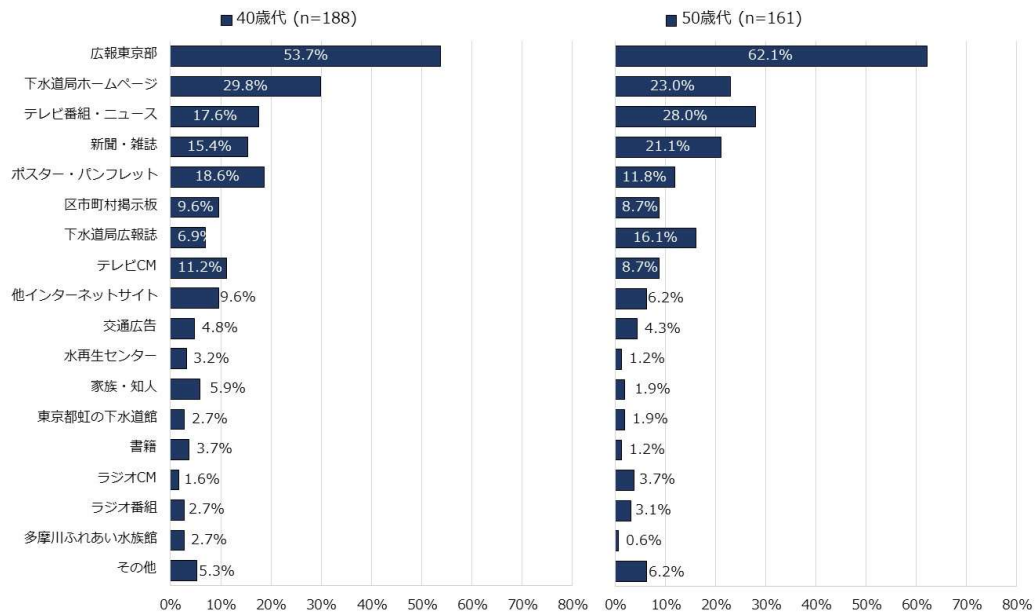
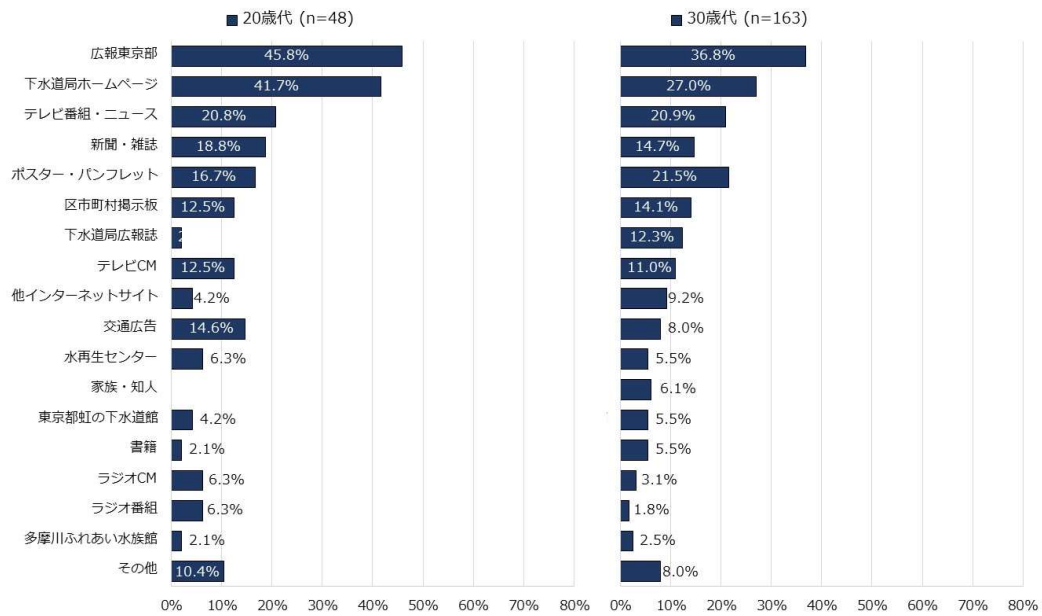
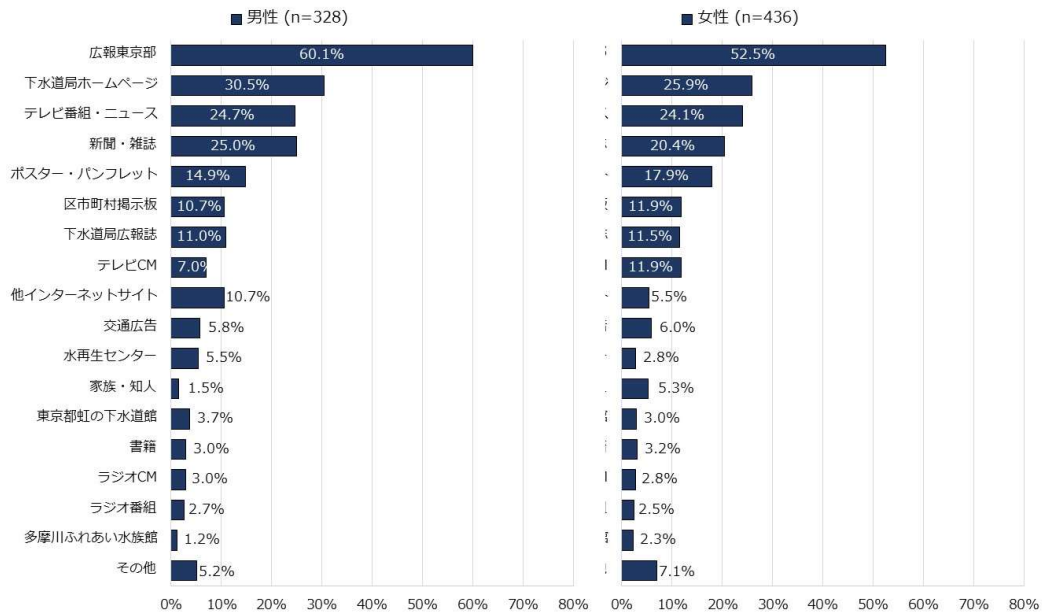
- ◆ 下水道事業の認知経路は、「広報東京都」が 55.8%と最も高く、次いで「下水道局ホームページ」が 27.9%、「テレビ番組・ニュース」が 24.3%となった。
- ◆ 男女別にみると、男性、女性ともに認知経路は同様な傾向を示し、「広報東京都」、「下水道局ホームページ」、「テレビ番組・ニュース」、「新聞・雑誌」が高い結果となった。
- ◆ 年代別にみると、「広報東京都」との回答は、70 歳以上が 73.2%と最も高い、次いで 60 歳代が 68.4%となった。30 歳代が 36.8%と最も低かった。
- ◆ 地区別にみると、「広報東京都」は 23 区部が 62.8%、多摩地区が 48.7%となり、23 区部が多摩地区より 14.1 ポイント高い結果となった。

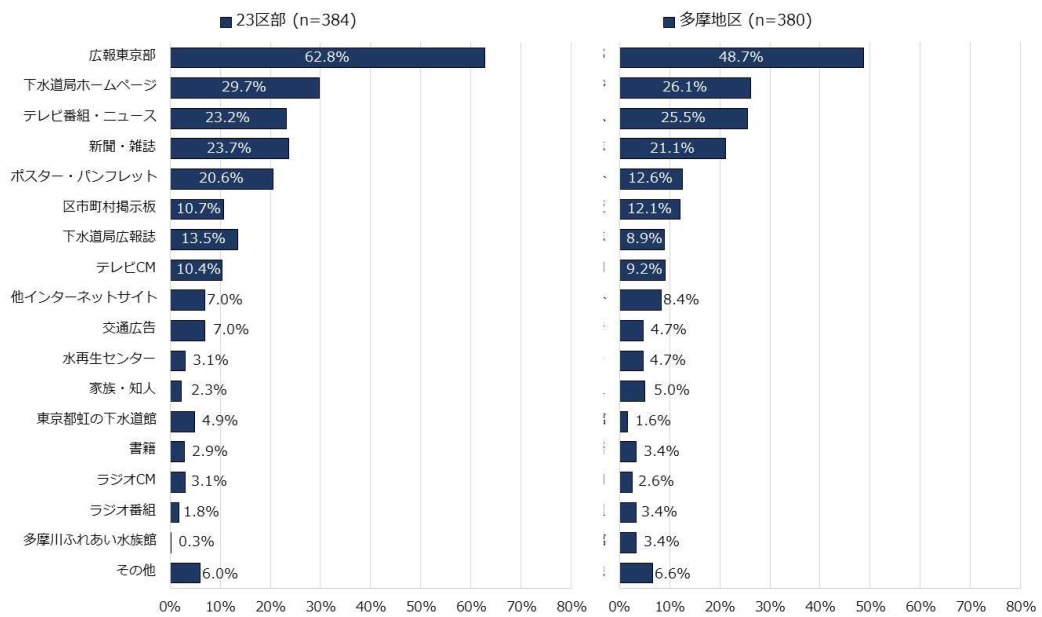
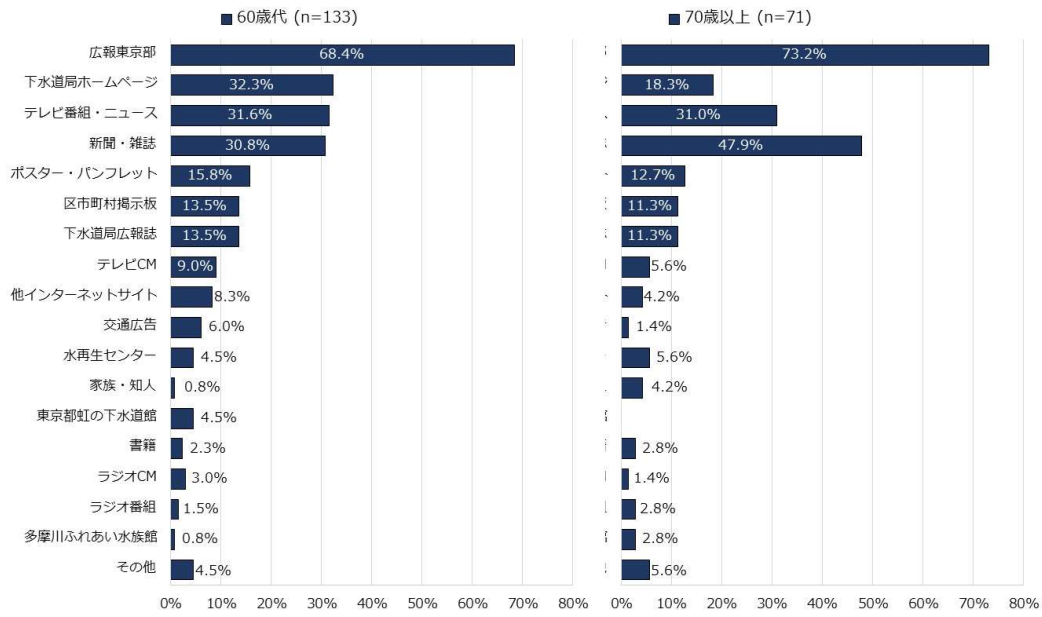
Q15 あなたは、下水道局や下水道事業の内容について、どのようなところから知ることが多いですか。
(複数回答)



「その他」(48件)の自由記述(一部)

- ・日常生活で知る機会はない(16件)
- ・下水道関連の施設やイベントで(11件)
- ・市区町村の広報で(5件)
- ・「東京アメッシュ」をみて(4件)
- ・下水道工事で(3件)
- ・インターネットで(3件)



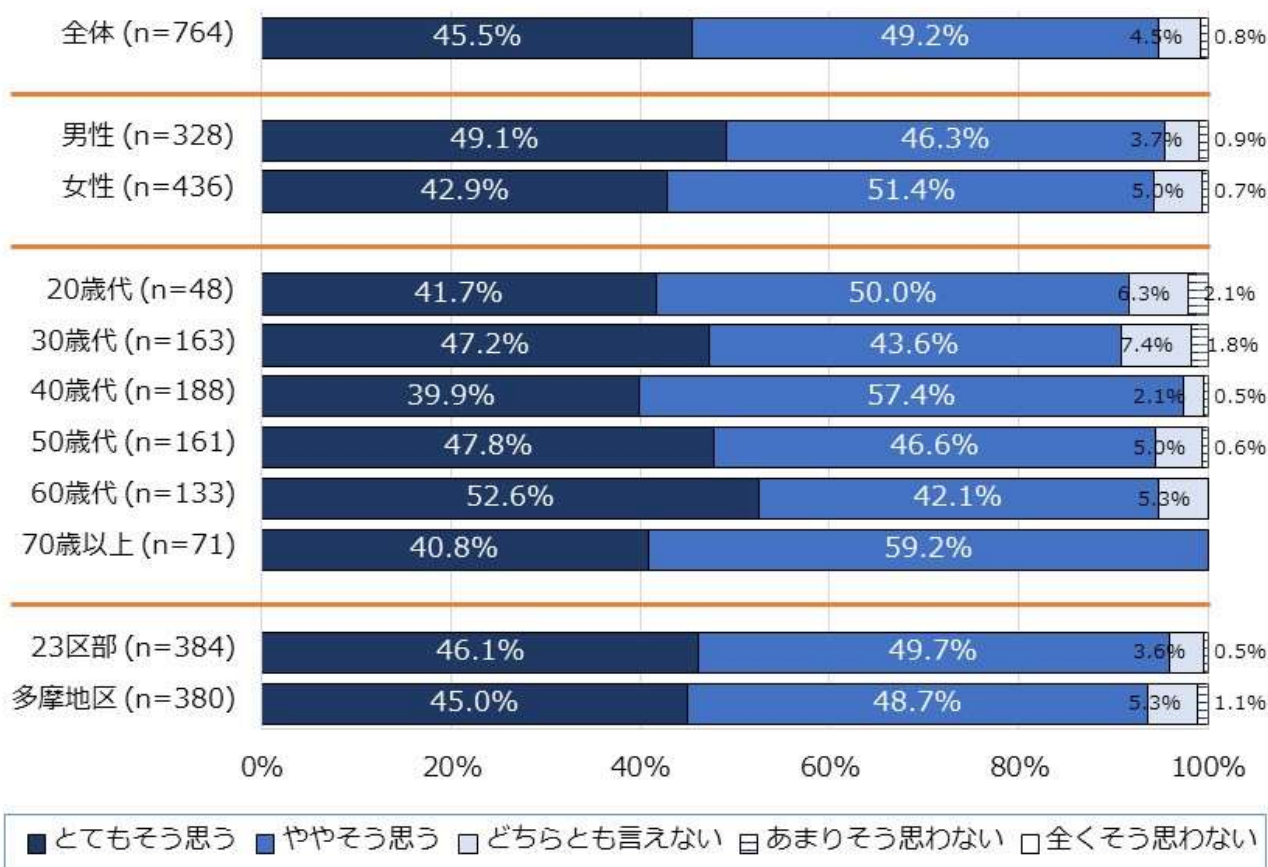


(5) 下水道局や下水道事業についてさらに詳しく知りたいか、周囲の人に知らせたいか

ア. さらに詳しく知りたいか

- ◆ 下水道事業に関する情報の探求意思は、「とてもそう思う」が45.5%、「ややそう思う」が49.2%で、『そう思う』とする方は合わせて94.7%となった。
- ◆ 男女別にみると、『そう思う』は男性が95.4%、女性が94.3%となり、顕著な違いは見られなかった。
- ◆ 年代別にみると、『そう思う』との回答は、どの年代も9割を超え、70歳以上が100%と最も高い、次いで40歳代が97.3%となった。
- ◆ 地区別にみると、『そう思う』は23区部が95.8%、多摩地区が93.7%となり、23区部が多摩地区より2.1ポイント高い結果となった。

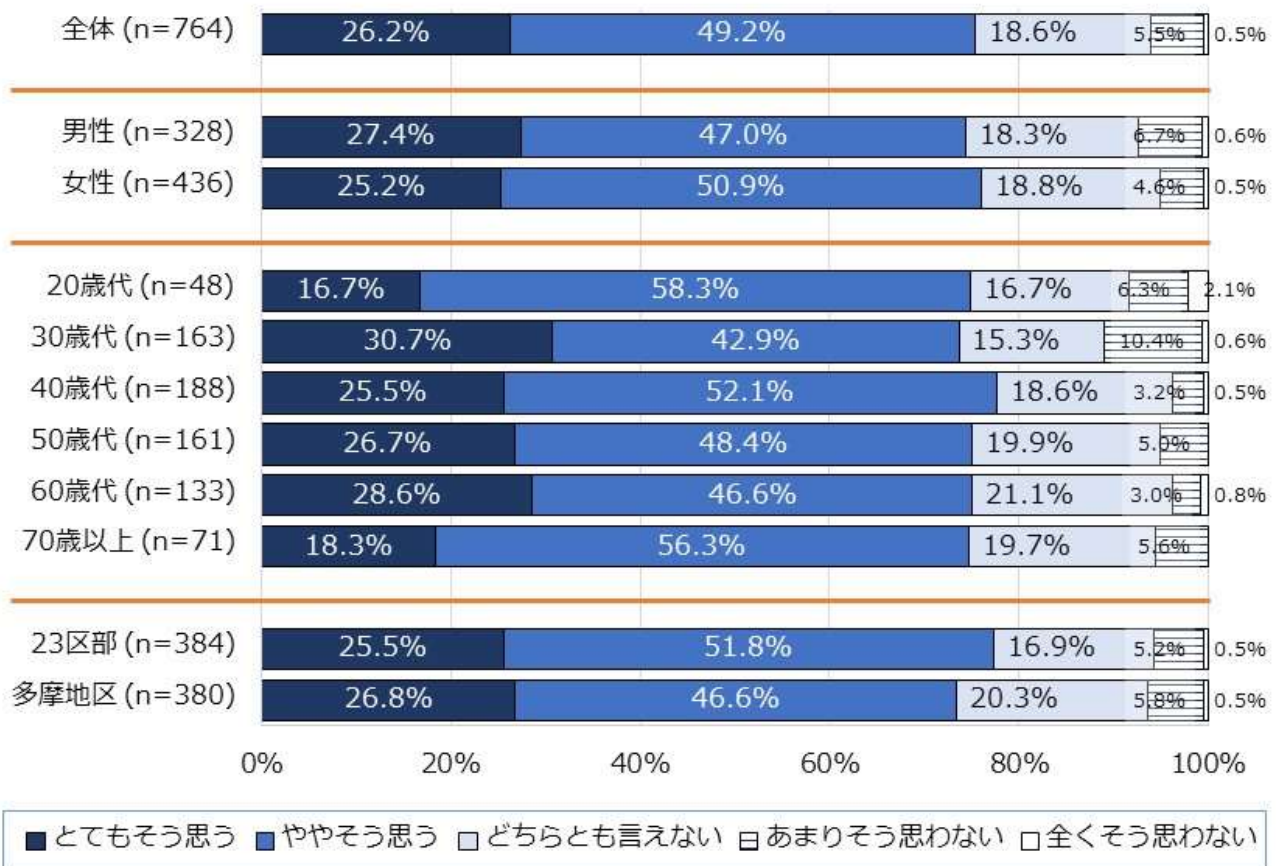
Q16 あなたは、下水道局や下水道事業について、さらに詳しく知りたいと思いませんか。(単一回答)



イ. 周囲の人に知らせたいか

- ◆ 下水道事業に関する情報の共有欲求について、「とてもそう思う」と「ややそう思う」を合わせた『そう思う』は75.4%であり、多くの方が下水道事業に関する情報を周囲の人に知らせたいと思っていることが明らかとなった。
- ◆ 男女別にみると、『そう思う』では男性が74.4%、女性が76.1%と、顕著な違いは見られなかった。
- ◆ 年代別にみると、『そう思う』では40歳代が77.6%と最も高く、次いで60歳代が75.2%、50歳代が75.1%となった。
- ◆ 地区別にみると、『そう思う』では23区部が77.3%、多摩地区が73.4%となり、23区部が多摩地区より3.9ポイント高い結果となった。

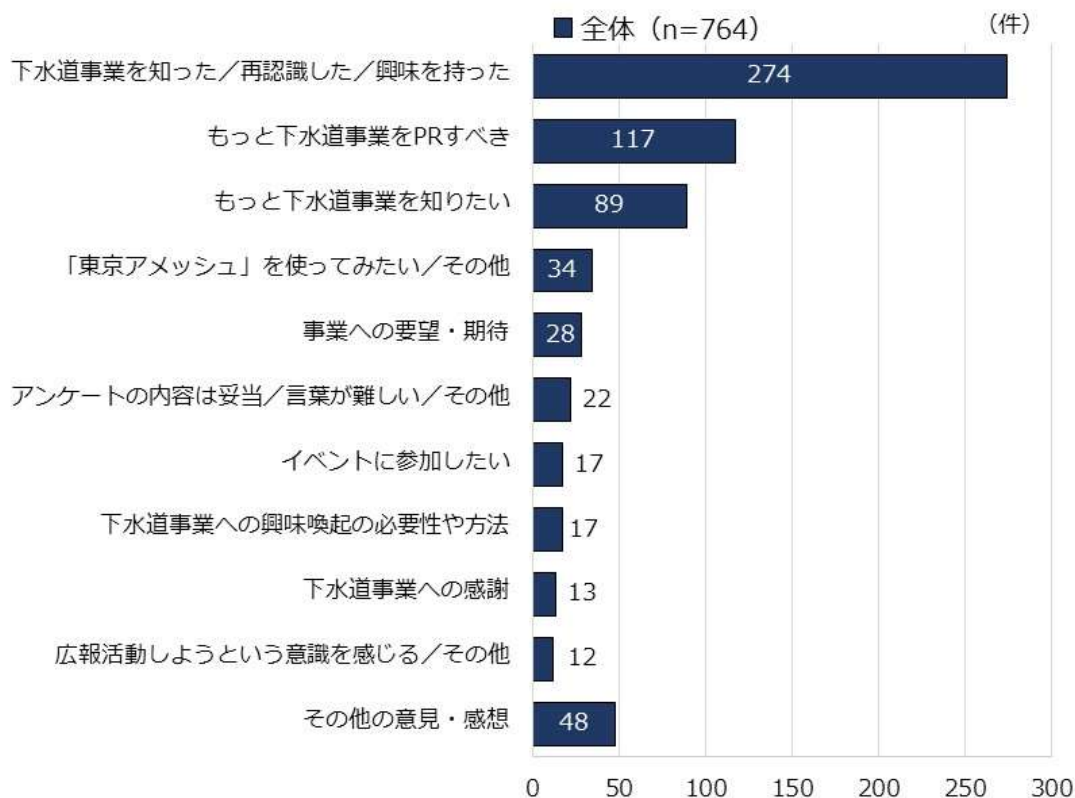
Q17 あなたは、下水道局や下水道事業に関して知っていることを、周囲の人に知らせたいと思いますか。
(単一回答)



5 局へのご意見、ご要望

- ◆ アンケート内容や下水道局へのご意見・ご要望について、「活動内容がわかり有意義」が264件で最も多く、次いで「知識・理解を深めたい」が94件あった。

Q18 今回のアンケート内容(本アンケートに回答したことで、イメージが変わられた方はその理由など)、及び東京都下水道局へのご意見・ご要望等がございましたら、お聞かせください。(自由記述)



※回答に複数の内容が記載されているときは、それぞれの内容ごとに集計した

【アンケート内容や下水道局へのご意見・ご要望】

下水道事業を知った/再認識した/興味を持った	<ul style="list-style-type: none"> ・下水道の役割が意外と多岐にわたるんだなと思った。事業についてはほぼ知らないということも再確認した。 ・知らない取組がかなりあった。環境への影響と取組をもっと知りたいと思ったし、周りにも伝えたい。 ・知らない事ばかりでした。なぜ下水道工事を頻繁にしているのかも不思議に思っていたので、老朽化が進み必要不可欠な事とわかり納得いたしました。
もっと下水道事業をPRすべき	<ul style="list-style-type: none"> ・多摩川でよく子供とよく遊ぶので半分が処理水とは驚きました。そのことをもっと親子に啓発し、自分達が出している下水が生活に直結していることを知ってもらいたいです。 ・下水処理場の上に公園やテニスコートがある意味など全く考えたことがなかったので広く知っていただくためのPRをもっと強化すべきと感じた。

もっと下水道事業を知りたい	
	<ul style="list-style-type: none"> ・下水道局が取り掛かっている事業で知らないものがあったので興味がわきました。 ・下水道は私たちにとってなくてはならないものなのに、今回のアンケートを通してまだまだ知らないことが多いなと感じました。下水道事業には環境問題など、課題もありますが、私たちの生活の縁の下の力持ちである下水道についてもっと興味を持ちたいと思いました。
「東京アメッシュ」を使ってみたい／その他	
	<ul style="list-style-type: none"> ・東京アメッシュは早速登録致しました。 ・アンケートでいろいろ知ることができれば勉強になりました。アメッシュはどのアプリより信頼性が高く利用しています。アプリでもうすぐ雨が降る通知が来るともっと良いなと思います。 ・アプリは知らなかった。使用して便利だったら周りに教えたい。
事業への要望・期待	
	<ul style="list-style-type: none"> ・近年、ゲリラ豪雨などが多く発生しているので、下水道の浸水対策のストック効果の効果に期待している。 ・下水道施設の老朽化対策の着実な実行を期待したい。 ・施設の老朽化対策等の重要課題は山積すると思いますが、広域な環境対策の取り組み推進に期待しています。
アンケートの内容は妥当／言葉が難しい／その他	
	<ul style="list-style-type: none"> ・アンケートの初回導入としては妥当な内容だったと思う。 ・アンケートの内容が難しい用語が多く、理解しづらい印象があったのでもう少しわかりやすくしてくれたら嬉しいです。
イベントに参加したい	
	<ul style="list-style-type: none"> ・まだまだ勉強がたりないので機会があれば下水処理場の見学や水害時の対応をリアルタイム知りたと思っています。 ・まだまだ知らない取り組みも多く、興味をもったので機会があれば施設や工事の見学をしたいと思いました。
下水道事業への興味喚起の必要性や方法	
	<ul style="list-style-type: none"> ・幅広い事業を都民の一人として知る積極性も必要だと感じた。 ・多くの役割を担い、世界でもレベルが高い事業にもかかわらず、認知が低いのが残念に思う。事業内容をより知ってもらうためのイベントや社会見学、VR 体験など是非積極的にやってほしい。 ・デジタル時代に対応の必要あり。
下水道事業への感謝	
	<ul style="list-style-type: none"> ・いつも安全に事業を行っていただき、ありがとうございます。大変な仕事だと思いますがよろしくお願ひします。

広報活動しようという意識を感じる／その他	
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広報活動に努力されていることを評価します。今後、教育現場での活動や施設見学の拡充等を期待しています。 ・ 下水道局が、結構積極的に情報発信しようとして試みていることに感心した。
その他	
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新発行冊子を一覧で確認し希望により配布してほしい ・ 地震の際、トイレを使ってよいか（流してよいか）否かの判断方法、一旦禁止になった場合の使用開始可の判断方法を Sewerage News 等でもう少し国民に知らせてほしい。