

令和元年度第1回インターネットモニターアンケート調査
「ホームページ」「ペットボトル水・ちばポタ」「安全でおいしい水」について

問9-3

「第2次おいしい水づくり計画」の周知方法について

千葉県営水道では、「第2次おいしい水づくり計画」における取組をホームページや県水だより、イベントなどでPRしていますが、今後PR活動を行う上で、力を入れてほしい媒体はありますか。いくつでもお選びください。

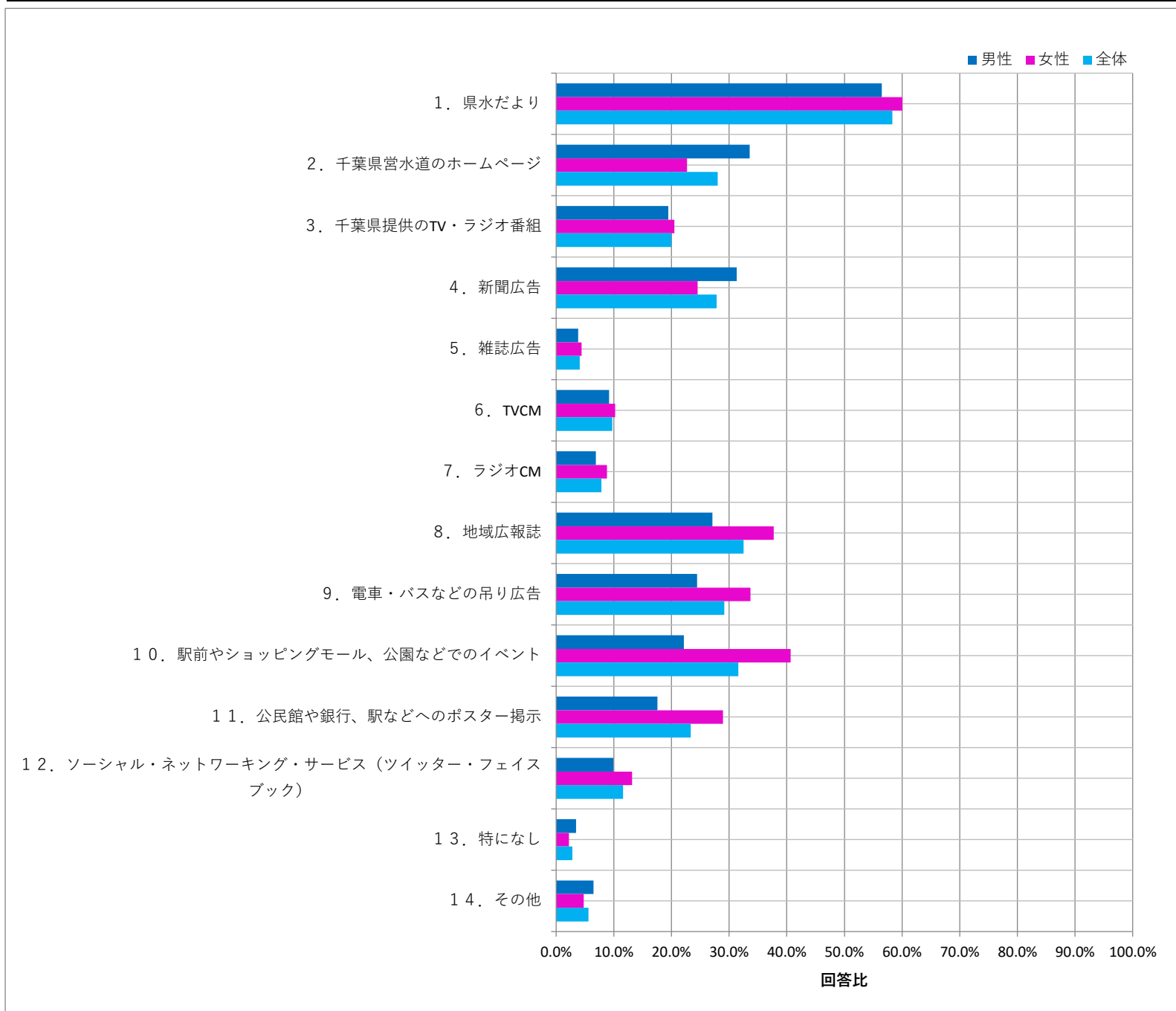
N=535

設問	回答数	回答比率
1. 県水だより	312	58.3%
2. 千葉県営水道のホームページ	150	28.0%
3. 千葉県提供のTV・ラジオ番組	107	20.0%
4. 新聞広告	149	27.9%
5. 雑誌広告	22	4.1%
6. TVCM	52	9.7%
7. ラジオCM	42	7.9%
8. 地域広報誌	174	32.5%
9. 電車・バスなどの吊り広告	156	29.2%
10. 駅前やショッピングモール、公園などでのイベント	169	31.6%
11. 公民館や銀行、駅などへのポスター掲示	125	23.4%
12. ソーシャル・ネットワーキング・サービス（ツイッター・フェイスブック）	62	11.6%
13. 特になし	15	2.8%
14. その他	30	5.6%

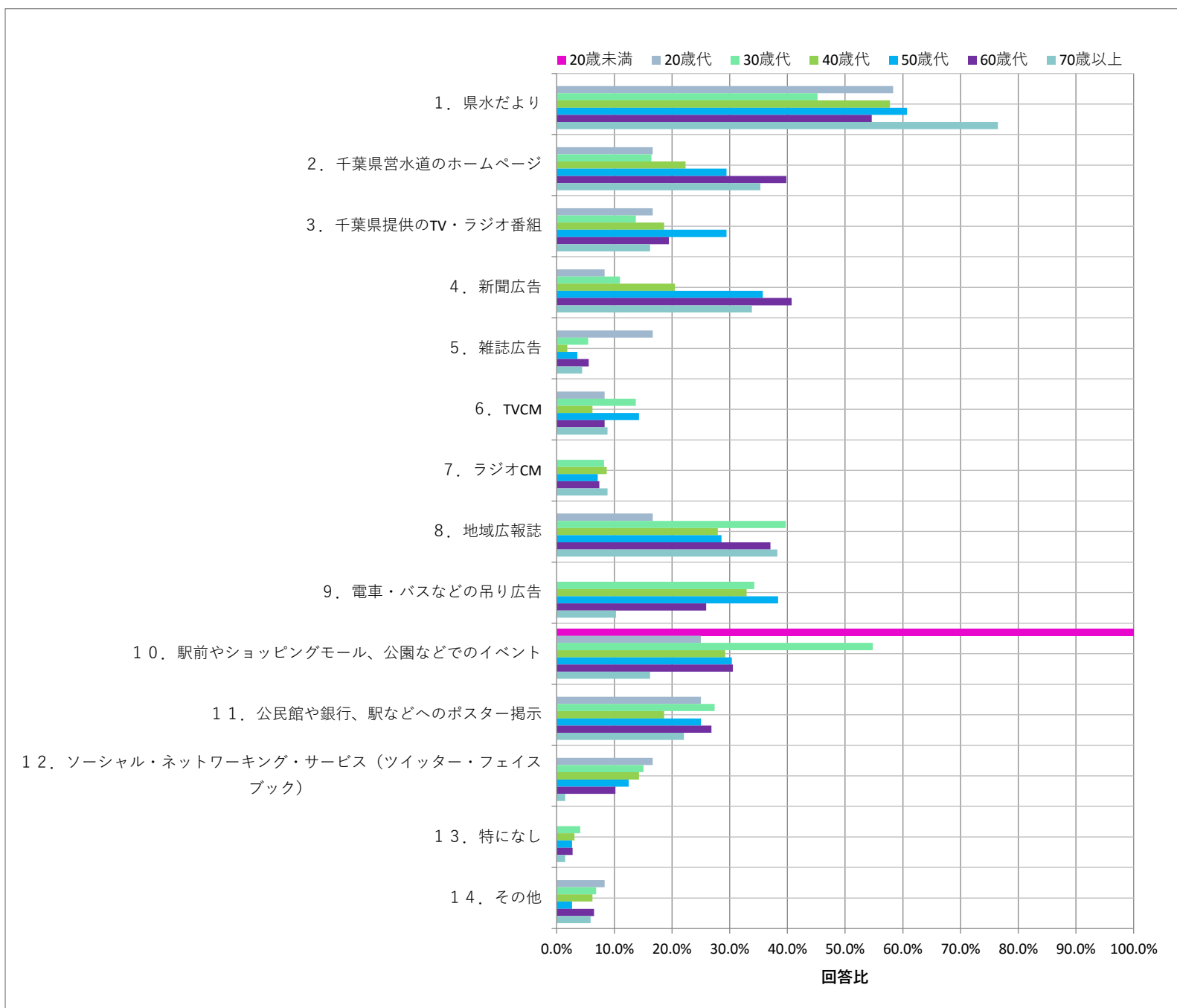
「県水だより」の割合が58.3%と最も高く、続いて「地域広報誌」、「駅前やショッピングモール、公園などでのイベント」、「電車・バスなどの吊り広告」、「千葉県営水道のホームページ」、「新聞広告」の順になっています。

その他では、「千葉県のアプリを作成し、その中でPRしてほしい。」や「なるべくお金をかけずにPRしてほしい」というご意見もありました。

性別	回答数・比率					
	男性		女性		全体	
	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率
1. 県水だより	148	56.5%	164	60.1%	312	58.3%
2. 千葉県営水道のホームページ	88	33.6%	62	22.7%	150	28.0%
3. 千葉県提供のTV・ラジオ番組	51	19.5%	56	20.5%	107	20.0%
4. 新聞広告	82	31.3%	67	24.5%	149	27.9%
5. 雑誌広告	10	3.8%	12	4.4%	22	4.1%
6. TVCM	24	9.2%	28	10.3%	52	9.7%
7. ラジオCM	18	6.9%	24	8.8%	42	7.9%
8. 地域広報誌	71	27.1%	103	37.7%	174	32.5%
9. 電車・バスなどの吊り広告	64	24.4%	92	33.7%	156	29.2%
10. 駅前やショッピングモール、公園などでのイベント	58	22.1%	111	40.7%	169	31.6%
11. 公民館や銀行、駅などへのポスター掲示	46	17.6%	79	28.9%	125	23.4%
12. ソーシャル・ネットワーキング・サービス (ツイッター・フェイスブック)	26	9.9%	36	13.2%	62	11.6%
13. 特になし	9	3.4%	6	2.2%	15	2.8%
14. その他	17	6.5%	13	4.8%	30	5.6%



年代	回答数・比率													
	20歳未満		20歳代		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代		70歳以上	
	1	0.0%	12	58.3%	73	45.2%	161	57.8%	112	60.7%	108	54.6%	68	76.5%
1. 県水だより	0	0.0%	7	58.3%	33	45.2%	93	57.8%	68	60.7%	59	54.6%	52	76.5%
2. 千葉県営水道のホームページ	0	0.0%	2	16.7%	12	16.4%	36	22.4%	33	29.5%	43	39.8%	24	35.3%
3. 千葉県提供のTV・ラジオ番組	0	0.0%	2	16.7%	10	13.7%	30	18.6%	33	29.5%	21	19.4%	11	16.2%
4. 新聞広告	0	0.0%	1	8.3%	8	11.0%	33	20.5%	40	35.7%	44	40.7%	23	33.8%
5. 雑誌広告	0	0.0%	2	16.7%	4	5.5%	3	1.9%	4	3.6%	6	5.6%	3	4.4%
6. TVCM	0	0.0%	1	8.3%	10	13.7%	10	6.2%	16	14.3%	9	8.3%	6	8.8%
7. ラジオCM	0	0.0%	0	0.0%	6	8.2%	14	8.7%	8	7.1%	8	7.4%	6	8.8%
8. 地域広報誌	0	0.0%	2	16.7%	29	39.7%	45	28.0%	32	28.6%	40	37.0%	26	38.2%
9. 電車・バスなどの吊り広告	0	0.0%	0	0.0%	25	34.2%	53	32.9%	43	38.4%	28	25.9%	7	10.3%
10. 駅前やショッピングモール、公園などでのイベント	1	100.0%	3	25.0%	40	54.8%	47	29.2%	34	30.4%	33	30.6%	11	16.2%
11. 公民館や銀行、駅などへのポスター掲示	0	0.0%	3	25.0%	20	27.4%	30	18.6%	28	25.0%	29	26.9%	15	22.1%
12. ソーシャル・ネットワーキング・サービス (ツイッター・フェイスブック)	0	0.0%	2	16.7%	11	15.1%	23	14.3%	14	12.5%	11	10.2%	1	1.5%
13. 特になし	0	0.0%	0	0.0%	3	4.1%	5	3.1%	3	2.7%	3	2.8%	1	1.5%
14. その他	0	0.0%	1	8.3%	5	6.8%	10	6.2%	3	2.7%	7	6.5%	4	5.9%



その他意見

年代	性別	意見
40歳代	女性	利用料金の案内の裏面など。実際に県水を利用している人が知らないのはおかしい気がします。
60歳代	男性	市政だよりに県水だよりのPRを適宜に行っていただけたらその時に県水のホームページをみます。
60歳代	女性	千葉県は「おいしい水作り計画」のイベントをニュースで取り上げてもらい、みんなに知ってもらいたい。
20歳代	女性	市政だより。毎月各家庭に配布される様になり必ず目を通すから
40歳代	男性	折り込み広告
30歳代	男性	市政だより「全戸配布されているため」
70歳以上	男性	市町村の広報
40歳代	男性	小学校などの広報誌に掲載
30歳代	男性	千葉県のアプリを作成し、その中でPRしてほしい。
70歳以上	男性	幕張メッセのイベントに「県水コーナー」を設置
60歳代	男性	『ちば県民だより』にもちょこっと。『ちば県民だより』は読んでも『県水だより』は読まない人もいるのでは
60歳代	女性	オフィシャルページではなく、県営水道のトップページに「第2次?」のリンクを張った方が良い。
40歳代	男性	小学校の各児童へプリントで渡す。学校の配布物だと、かなりの確率で目を通すから。
60歳代	女性	学生から30、40代はテレビ、新聞など見ない傾向だと思います。学校や企業、保育園、病院などにポスター
30歳代	男性	市の媒体への掲載（県の媒体よりも目にする機会が多いため）
50歳代	女性	東京のペットボトル水は有名で知られている。同じような広報活動をしてはどうか。
70歳以上	男性	現在既に実施している現地でのPRを、規模を拡大したウオーキング感覚での現地視察を実施する。
40歳代	女性	コンビニなどで既に配布されているフリーペーパー、クーポン誌など、人目につくもの
40歳代	女性	お金をかけてPRしなくてもいいと思います。
60歳代	男性	領収書と一緒に配る
40歳代	男性	なるべくお金をかけずにPRしてほしい
30歳代	女性	公立小中学校などに配布する。
70歳以上	男性	アンケート回答者へ送信して戴く方法
40歳代	女性	市川市であれば、「行徳新聞」などの地元紙
30歳代	男性	県だより
60歳代	男性	直接に効果がわからないので、自治会や市との協業によりお祭り（自治会夏祭とか??）で知らしめる努力が必
50歳代	男性	現状で十分と思います。コスト増にならないようお願いします。
50歳代	女性	千葉県民だよりにも載せる。
40歳代	女性	積極的な学校への出前授業など。
40歳代	女性	学校などの授業で