

平成30年度第2回インターネットモニターアンケート調査
「接客対応」「安全でおいしい水」「首都圏水道水キャンペーン」について

問15-2

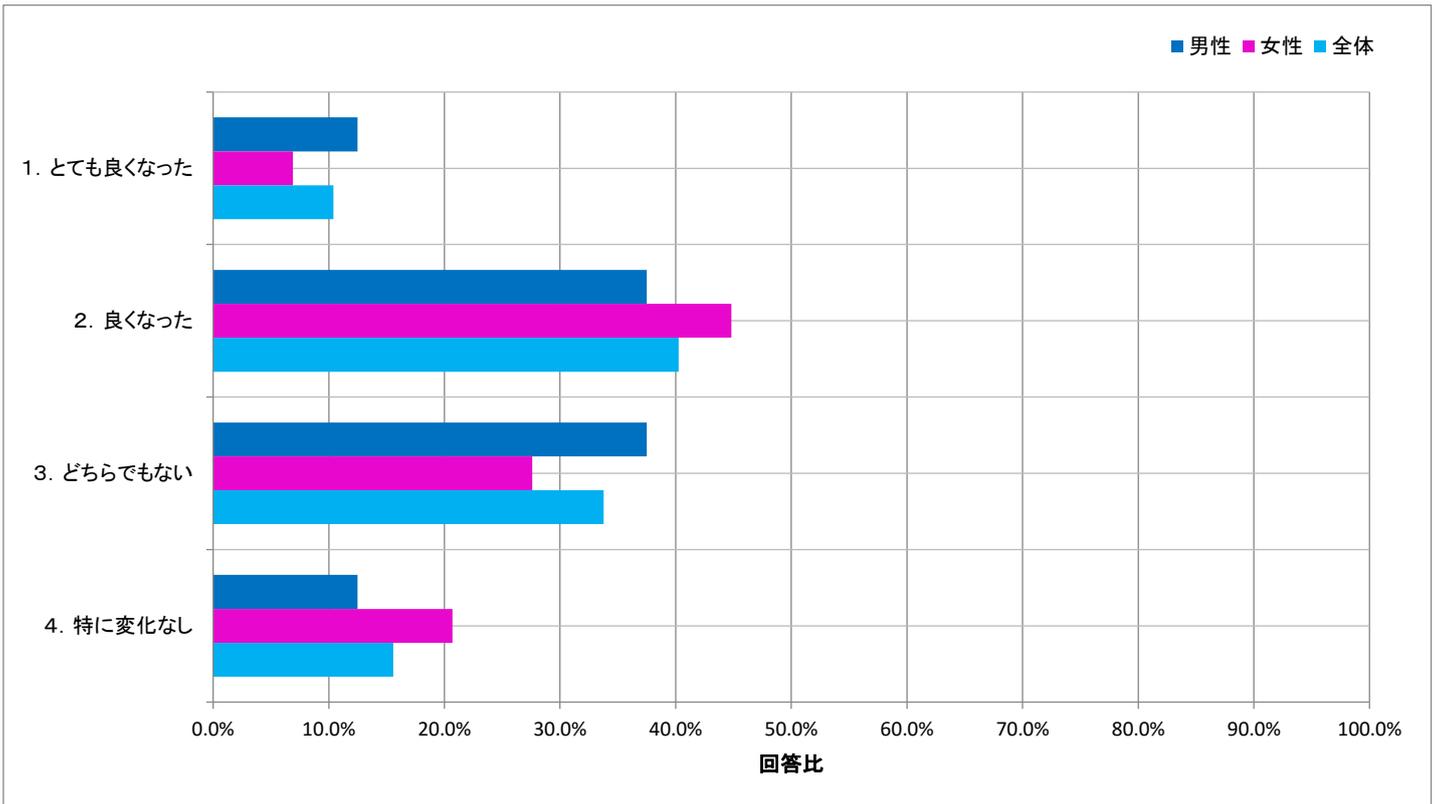
首都圏水道水キャンペーンポスターのイメージについて
水道水に対するイメージが良くなった

N=77

設問	回答数	回答比率	回答数	回答比率
1. とても良くなった	8	10.4%	良くなった	39
2. 良くなった	31	40.3%		
3. どちらでもない	26	33.8%	変化なし	12
4. 特に変化なし	12	15.6%		

「とても思う」、「思う」の合計は50.6%でした。
約5割の方から、水道水に対するイメージが良くなったという評価をいただきました。

性別	回答数・比率		
	男性	女性	全体
	48	29	77
1. とても良くなった	6	2	8
2. 良くなった	18	13	31
3. どちらでもない	18	8	26
4. 特に変化なし	6	6	12



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	10	19	21	19	7
1. とても良くなった	0	0	3	3	1	0	1
2. 良くなった	0	0	2	8	9	12	0
3. どちらでもない	1	0	3	3	8	5	6
4. 特に変化なし	0	0	2	5	3	2	0

