

令和3年度第3回インターネットモニターアンケート調査

問1-3

「安全・おいしい水プロジェクト2021-2025」の周知方法について

千葉県営水道では、「安全・おいしい水プロジェクト2021-2025」における取組をホームページや県水だよりなどでPRしています。今後PR活動を行う上で、より効果的と思われる媒体はありますか。いくつかもお選びください。

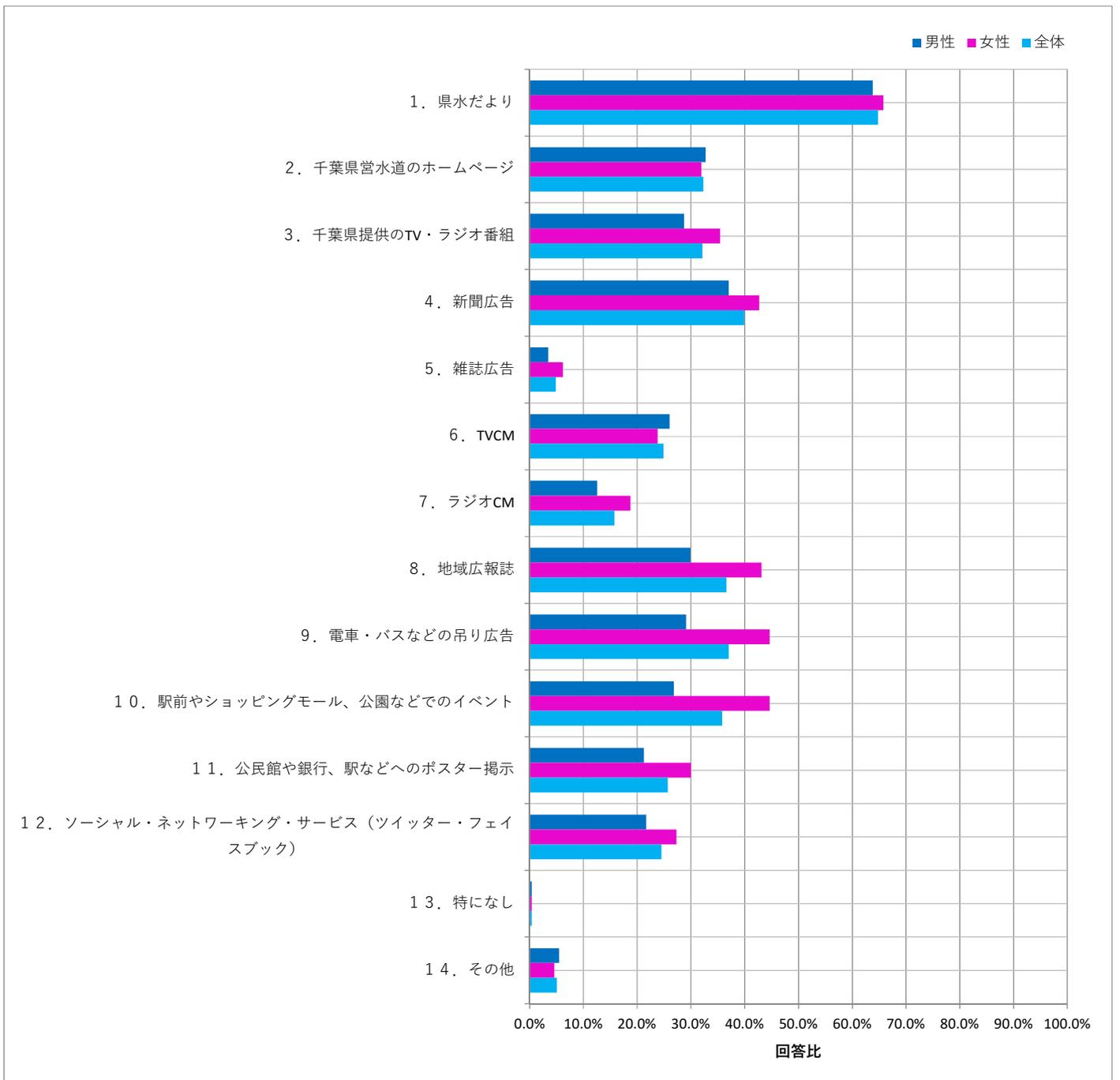
N=514

設問	回答数	回答比率
1. 県水だより	333	64.8%
2. 千葉県営水道のホームページ	166	32.3%
3. 千葉県提供のTV・ラジオ番組	165	32.1%
4. 新聞広告	205	39.9%
5. 雑誌広告	25	4.9%
6. TVCM	128	24.9%
7. ラジオCM	81	15.8%
8. 地域広報誌	188	36.6%
9. 電車・バスなどの吊り広告	190	37.0%
10. 駅前やショッピングモール、公園などでのイベント	184	35.8%
11. 公民館や銀行、駅などへのポスター掲示	132	25.7%
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）	126	24.5%
13. 特になし	2	0.4%
14. その他	26	5.1%

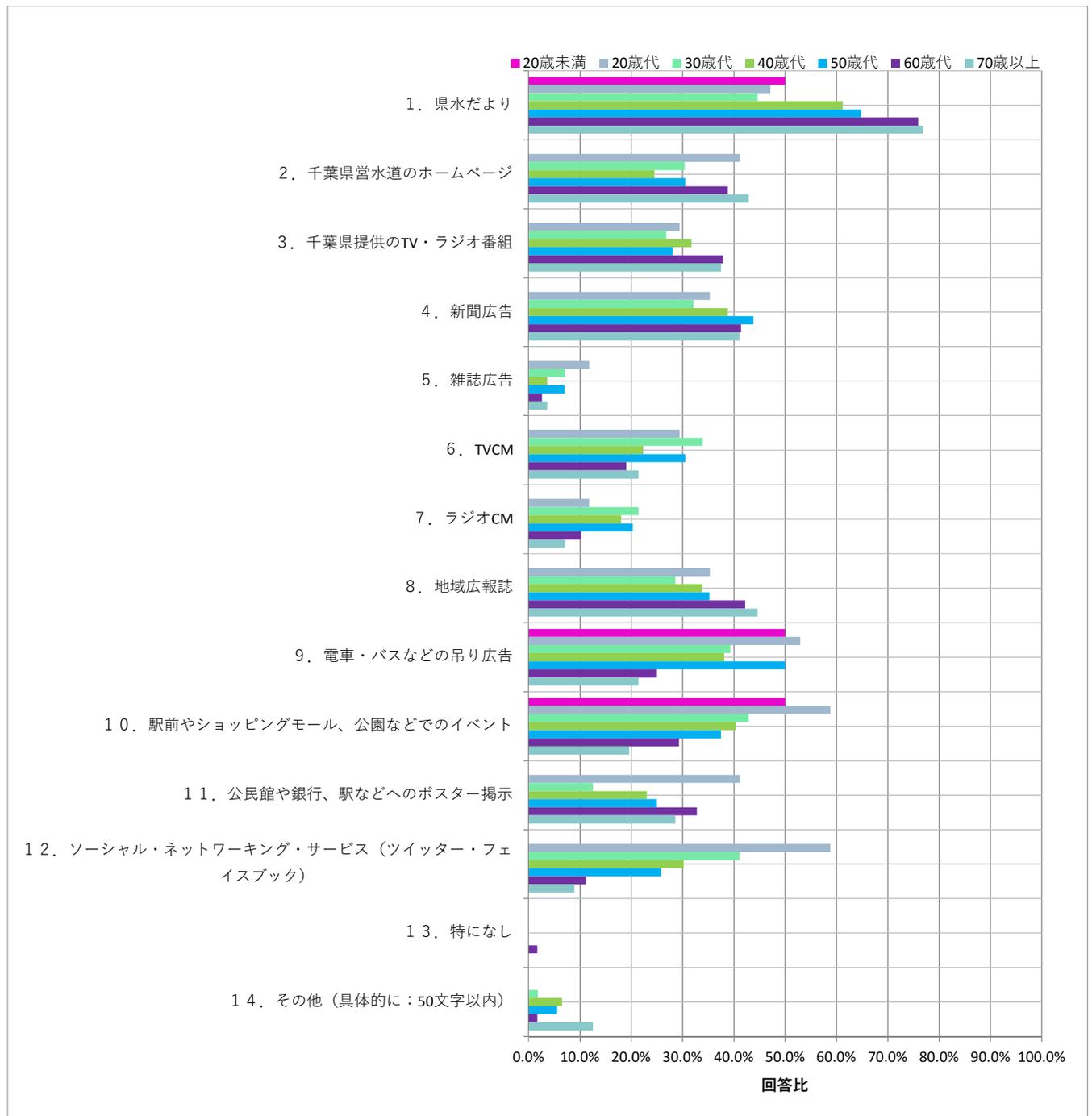
「県水だより」が64.8%と最も割合が高く、次いで「新聞広告」が39.9%、「電車・バスなどの吊り広告」が37.0%、「地域広報誌」が36.6%の順で割合が高い結果となりました。

年代の比較では、「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）」の項目を見ると、年代が低いほど割合が高い傾向となりました。

性別	回答数・比率					
	男性		女性		全体	
	254		260		514	
1. 県水だより	162	63.8%	171	65.8%	333	64.8%
2. 千葉県営水道のホームページ	83	32.7%	83	31.9%	166	32.3%
3. 千葉県提供のTV・ラジオ番組	73	28.7%	92	35.4%	165	32.1%
4. 新聞広告	94	37.0%	111	42.7%	205	39.9%
5. 雑誌広告	9	3.5%	16	6.2%	25	4.9%
6. TVCM	66	26.0%	62	23.8%	128	24.9%
7. ラジオCM	32	12.6%	49	18.8%	81	15.8%
8. 地域広報誌	76	29.9%	112	43.1%	188	36.6%
9. 電車・バスなどの吊り広告	74	29.1%	116	44.6%	190	37.0%
10. 駅前やショッピングモール、公園などでのイベント	68	26.8%	116	44.6%	184	35.8%
11. 公民館や銀行、駅などへのポスター掲示	54	21.3%	78	30.0%	132	25.7%
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）	55	21.7%	71	27.3%	126	24.5%
13. 特になし	1	0.4%	1	0.4%	2	0.4%
14. その他	14	5.5%	12	4.6%	26	5.1%



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							
	2	17	56	139	128	116	56							
1. 県水だより	1	50.0%	8	47.1%	25	44.6%	85	61.2%	83	64.8%	88	75.9%	43	76.8%
2. 千葉県営水道のホームページ	0	0.0%	7	41.2%	17	30.4%	34	24.5%	39	30.5%	45	38.8%	24	42.9%
3. 千葉県提供のTV・ラジオ番組	0	0.0%	5	29.4%	15	26.8%	44	31.7%	36	28.1%	44	37.9%	21	37.5%
4. 新聞広告	0	0.0%	6	35.3%	18	32.1%	54	38.8%	56	43.8%	48	41.4%	23	41.1%
5. 雑誌広告	0	0.0%	2	11.8%	4	7.1%	5	3.6%	9	7.0%	3	2.6%	2	3.6%
6. TVCM	0	0.0%	5	29.4%	19	33.9%	31	22.3%	39	30.5%	22	19.0%	12	21.4%
7. ラジオCM	0	0.0%	2	11.8%	12	21.4%	25	18.0%	26	20.3%	12	10.3%	4	7.1%
8. 地域広報誌	0	0.0%	6	35.3%	16	28.6%	47	33.8%	45	35.2%	49	42.2%	25	44.6%
9. 電車・バスなどの吊り広告	1	50.0%	9	52.9%	22	39.3%	53	38.1%	64	50.0%	29	25.0%	12	21.4%
10. 駅前やショッピングモール、公園などでのイベント	1	50.0%	10	58.8%	24	42.9%	56	40.3%	48	37.5%	34	29.3%	11	19.6%
11. 公民館や銀行、駅などへのポスター掲示	0	0.0%	7	41.2%	7	12.5%	32	23.0%	32	25.0%	38	32.8%	16	28.6%
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%	10	58.8%	23	41.1%	42	30.2%	33	25.8%	13	11.2%	5	8.9%
13. 特になし	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	1.7%	0	0.0%
14. その他（具体的に：50文字以内）	0	0.0%	0	0.0%	1	1.8%	9	6.5%	7	5.5%	2	1.7%	7	12.5%



その他意見

年代	性別	意見
40歳代	男性	県知事のツイッター
50歳代	女性	ゆるキャラがあるので、つぶやいてみる
50歳代	男性	12以外のSNS(インスタ等)
70歳以上	男性	アンケートメール等
70歳以上	男性	水道局 関連施設での見学会
50歳代	男性	イベントでのブース展示等
40歳代	女性	学校へ配り、子供へ持って帰らせる。手紙は親も目にする
40歳代	女性	保育園、幼稚園、学校等の教育関係にポスターを掲示したり案内を配布する。
50歳代	男性	幼稚園、小学校などでの出前講座
40歳代	女性	お金をかけてのPRが必要なのではないでしょうか？
50歳代	女性	こういったことには税金を使って欲しくない
40歳代	女性	電車のモニター広告
50歳代	女性	Web広告、YouTubeの広告
40歳代	男性	yahooなどの検索エンジンによるPR
40歳代	女性	ヤフーなどの検索サイトの横に出る広告
40歳代	女性	子どもの学校で配布など。
70歳以上	女性	校外学習後、家庭で再認識する「水を汚さない取組チェック表」など、消費者参加型の取組みも大切では？
50歳代	男性	市の広報にも掲載したら良い
70歳以上	男性	各市町村の広報紙
70歳以上	男性	市の広報にも掲載した方が良い。
60歳代	男性	市等の、「使用水量のお知らせ」とか、市等の「上下水道納入通知書or請求書」等々で掲載もしくはチラシ
70歳以上	男性	市の広報紙はよく読むので、特集などをたまに組んだらと思います。
30歳代	女性	レシート印字
40歳代	女性	明細書への明記
60歳代	男性	水道料金の通知書に、水質向上に努めながら水道料金低減への取り組みを行なっていることをPRする。
70歳以上	男性	ネーミングの問題。印象、記憶に残らない。