

令和6年度 東京都下水道局広報広聴アンケート結果(概要)

調査の概要

○調査対象

東京都23区内に居住する満18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(回答方法は郵送又はweb)
有効回答数1226(回収率40.9%)

○調査内容

下水道事業に関する関心度、認知度 など

<回答者の内訳>

年代	割合
20歳代以下	10.1%
30歳代	15.9%
40歳代	21.9%
50歳代	18.4%
60歳代	15.6%
70歳以上	17.7%
無回答	0.4%

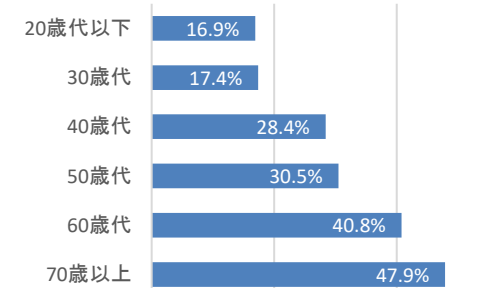
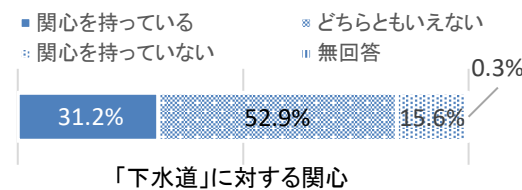
- ◆「下水道への関心度」は、「関心を持っている」が約3割で、前回調査とほぼ同程度
「関心を持っている」は70歳代以上で高く、年代が下がるほど減少傾向
- ◆「下水道の役割」の認知度は約6割で、前回調査とほぼ同程度
- ◆特に重要だと認識されている施策は「震災対策」「再構築」「浸水対策」
- ◆油のふき取りは約8割の方が実践【新規】
- ◆雨ますを塞がないことが大雨への備えになることを約3割の方が知らない【新規】

主な調査結果

○「下水道」に対する関心度

≫「下水道に関心を持っている」は、約3割で前回調査と同程度であった。

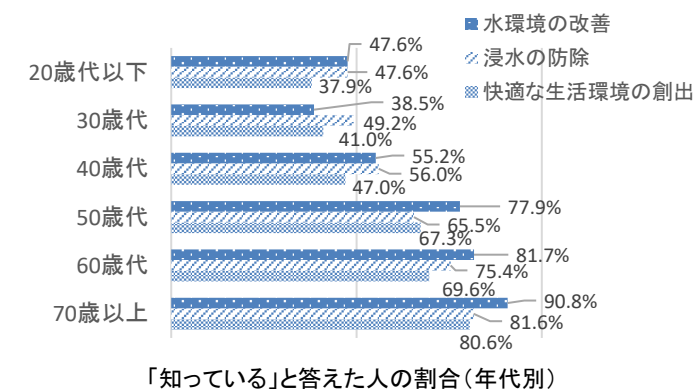
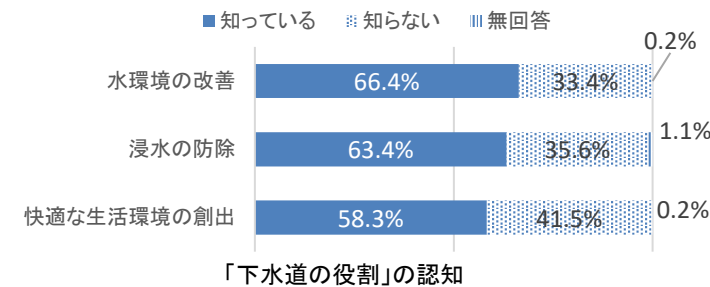
年代別では、70歳以上が最も多く、年代が下がるほど減少傾向が見られ、20歳代以下が最も少なかった。



「関心を持っている」と答えた人の割合(年代別)

○「下水道の役割」の認知度

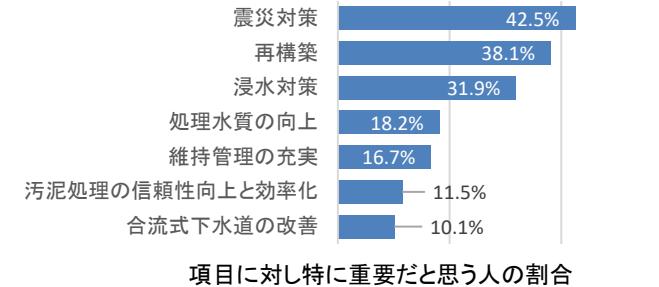
≫全体の認知度は前回調査とほぼ同程度。
年代別では、年代が下がるほど認知度は減少傾向であった。



「知っている」と答えた人の割合(年代別)

○施策の重要度の認識

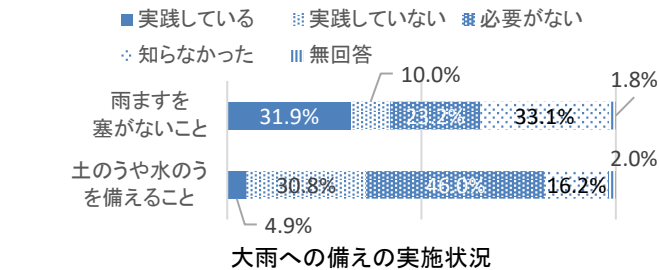
≫下水道局が推進している施策のうち、特に重要だと認識されている施策は「震災対策」「再構築」「浸水対策」であった。



項目に対し特に重要だと思う人の割合

○大雨への備え

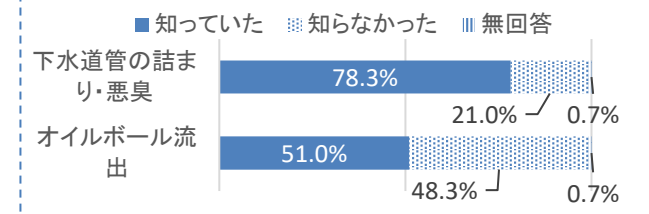
≫下水道局が呼びかけている大雨への備えについて、雨ますを塞がないことを知らない方が約3割であった。



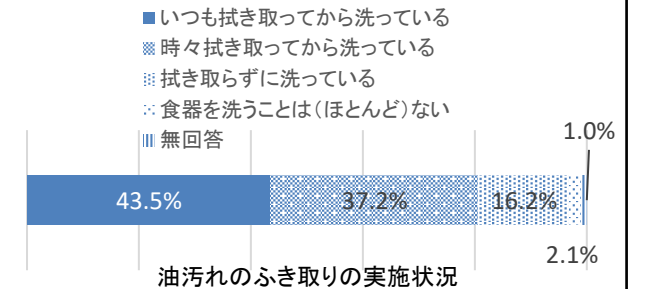
大雨への備えの実施状況

○下水道に油を流すことによるリスク

≫リスクのうち下水道管の詰まり・悪臭を知っている人は約8割、オイルボールの流出を知っている人は約5割であった。



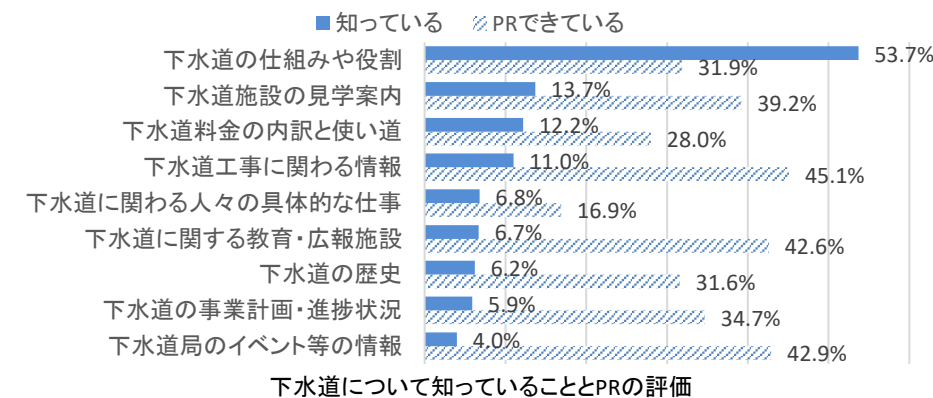
油を流すことによるリスクの認知



油汚れのふき取りの実施状況

○都民の「知っている」と「PRの評価」

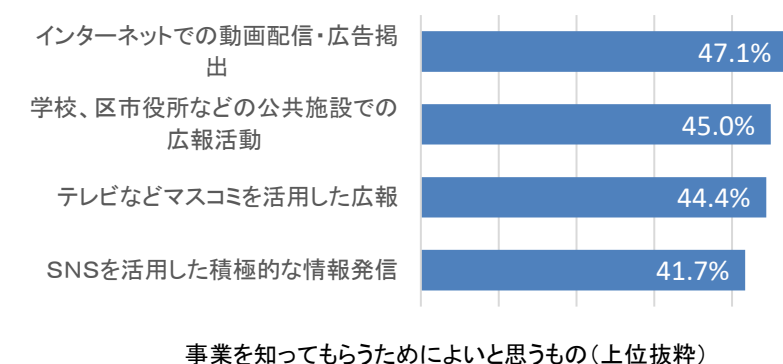
≫最も「知っている」と回答した人が多かったのは「下水道の仕組みや役割」
≫「知っている」と回答した人のうち、「PRできている」との評価は、すべての項目で5割以下。
特に「下水道に関わる人々の具体的な仕事」は2割弱の人しか、PRが十分だと思っていない。



下水道について知っていることとPRの評価

○都民へもっと知ってもらうための取組み

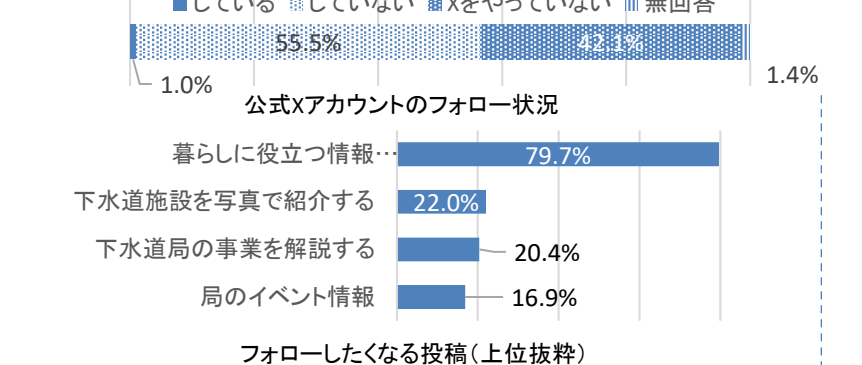
≫「インターネットでの動画配信・広告掲出」、「学校などの公共施設での広報」
「テレビなどマスコミを活用した広報」の回答が多かった。



事業を知ってもらうためによいと思うもの(上位抜粋)

○下水道局公式Xアカウントのフォロー

≫下水道局公式Xアカウントをフォローしていない人が約6割、Xをやっていない人が約4割だった。
≫「暮らしに役立つ情報」についての関心が高く、約8割の人がフォローしたくなる



フォローしたくなる投稿(上位抜粋)