

令和元年度 東京の下水道に関する都民意識調査結果(概要)

調査の概要

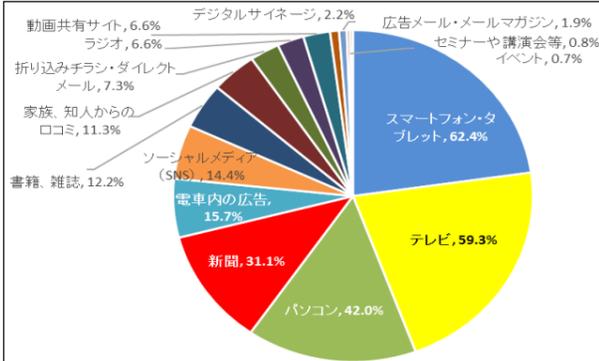
- 調査対象
東京都23区内に居住する満20歳以上の男女
3,000人(住民基本台帳から無作為抽出)
- 調査方法
郵送法(回答方法は郵送又はweb法)
有効回答数1,113(回収率37.1%)
- 調査内容
下水道のイメージ、下水道に関する認知度・関心度、情報入手方法 など

<回答者の内訳>

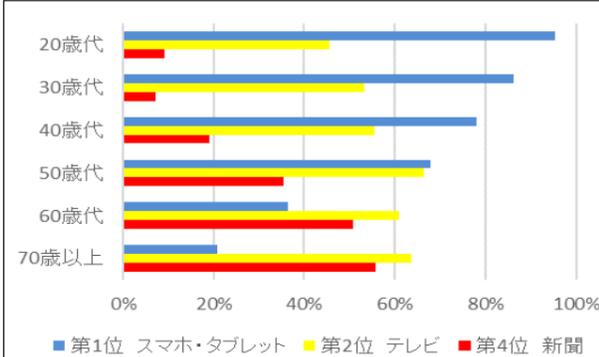
年代	割合
20歳代	2.0%
30歳代	18.4%
40歳代	25.1%
50歳代	23.3%
60歳代	17.5%
70歳以上	12.6%
(無回答)	1.2%
合計	100%

情報入手

※「非常に良く見たり聞いたりする」と回答した割合



※紙媒体と電子媒体で世代間の傾向が逆転する傾向は前回調査と同じ。テレビは全世代で高い傾向にある。

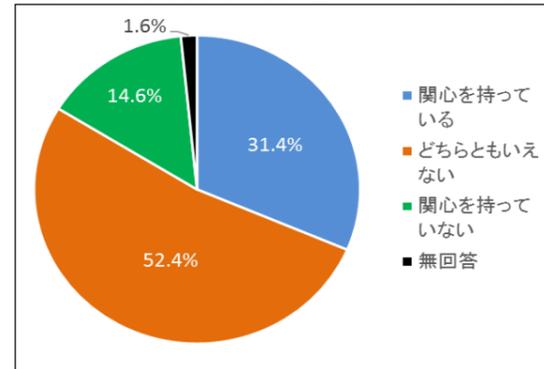


- ◆「東京都下水道事業の関心度」は、「関心を持っている」が31%、「関心を持っていない」が15%
「関心を持っている」は60歳代以上で高く、50歳代以下はほぼ横並び
- ◆「下水道の役割」の認知度は前回調査より低下。特に「快適な生活環境の創出」は大きく低下
- ◆事業に関するPRの評価は3割以下、テレビやマスコミを活用した広報活動を支持する声が6割超

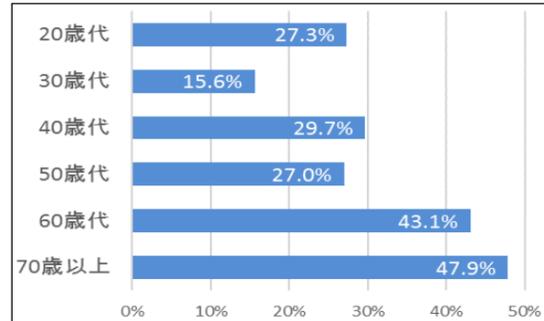
主な調査結果

○「東京都下水道事業」に対する関心度

※「関心を持っている」は31%で前回調査から6ポイントアップしたが、まだ「どちらともいえない」が半数を超えている。

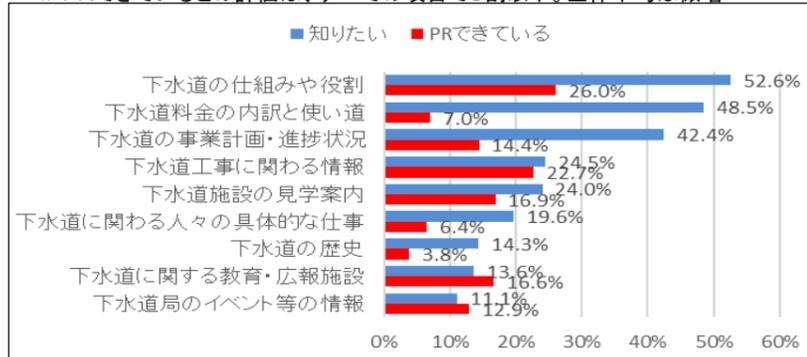


※関心度は60歳代以上で高く、50歳代以下はほぼ横並びで、前回調査の若年代ほど低くなる傾向とは異なった。



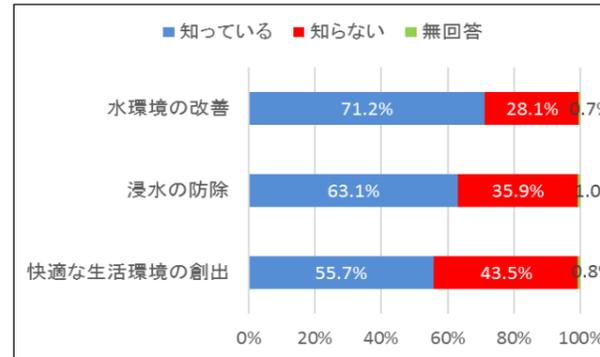
○都民の「知りたいこと」と「PRの評価」

※「下水道の仕組みや役割」「下水道料金の内訳と使い道」「下水道の事業計画・進捗状況」の知りたいことの上位3つは前回調査と同じ項目
※PRできているとの評価は、すべての項目で3割以下。全体平均は微増

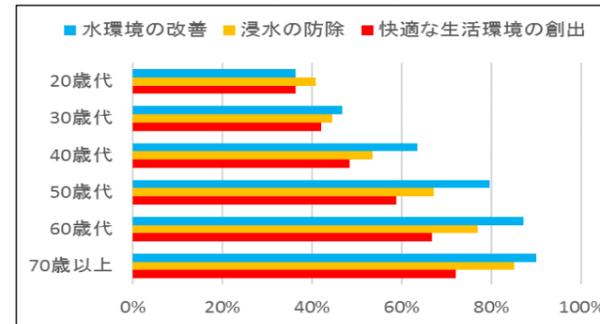


○「下水道の役割」の認知度

※認知度は全ての項目で前回調査より低下した。特に普及率100%による快適な生活環境の創出は56%で前回調査から34ポイント低下した。

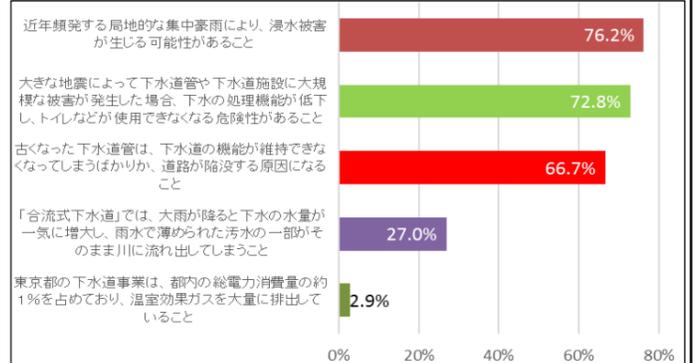


※若年代ほど全体的に認知度が低くなるが、年代が上がるにつれそれぞれの項目の差が広がった。



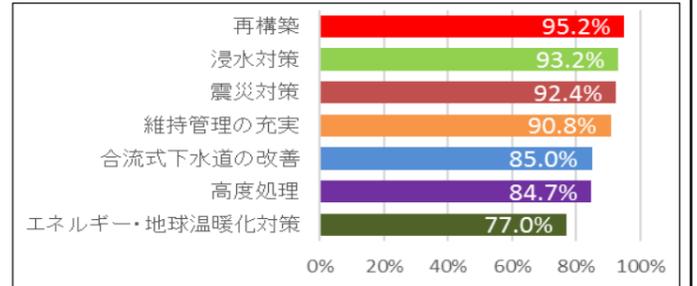
○「東京都の下水道がかかえる課題」の認知度

※浸水被害、大地震による被害、下水管の老朽化の課題への認知度は7割前後と高かった。
※雨天時の下水排水やエネルギーに対する認知度は低かった。



施策の重要度の認識

※下水道局が推進している施策を重要と思う割合は8~9割で、高い結果となった。



○都民へもっと知ってもらうための取組み

※「テレビなどマスコミを活用した広報」が6割を超え、多くの方に支持されていることが分かった。
※公共施設での広報など、5つの取組みで2割を超える支持を得た。

