



下水道モニター
令和7年度 第3回アンケート結果

東京都下水道局では、様々な事業を行っています。

下水道モニターアンケート第3回では、下水道局の広報事業や降雨情報の「東京アメッシュ」についてアンケートしました。

- ◆ 実施期間 令和7年9月26日(金)～10月10日(金)の15日間
- ◆ 対象者 東京都下水道局「令和7年度下水道モニター」
※東京都在住 18歳以上の男女個人
- ◆ 回答者数 552名

年代	回答者数	モニター数	回答率	回答者中の割合
20歳代以下	42	72	58.3%	6.9%
30歳代	103	178	57.9%	17.0%
40歳代	137	230	59.6%	22.6%
50歳代	156	253	61.7%	25.7%
60歳代	113	167	67.7%	18.6%
70歳以上	56	95	59.0%	9.2%
合計	607	995	61.0%	100.0%

※10歳代（18歳及び19歳）と20歳代の回答は「20歳代以下」として集計した。

- ◆ 調査方法 ウェブ形式による自記式アンケート
- ◆ 内容

1	東京都下水道局の広報活動	1
2	『油・断・快適！下水道』キャンペーン	2
3	降雨に関する情報.....	5

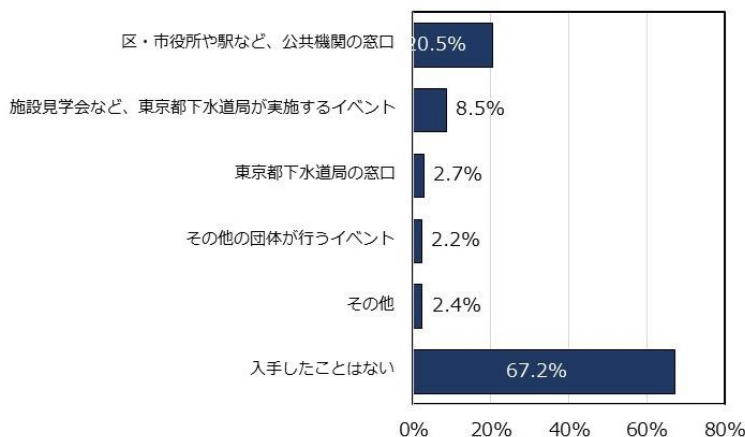
構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても100とはならない場合があります。

1 東京都下水道局の広報活動

Q1 局の冊子やチラシの入手経路（複数回答）
(n=552)

(1) 下水道局の冊子やチラシの入手経験と入手場所

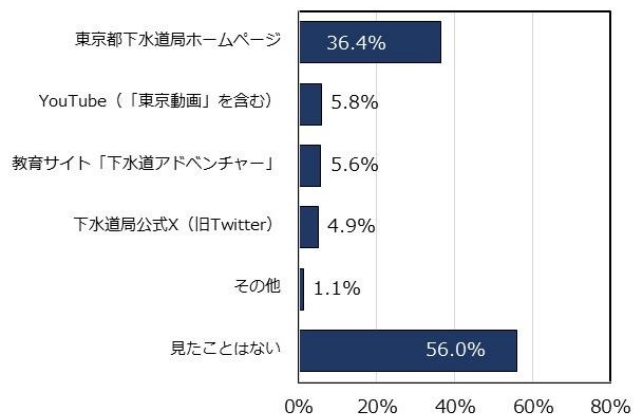
回答者の3割程度が局の冊子やチラシを入手したことがあると回答した。入手場所は公共機関の窓口が最も多く、次いで局のイベント、局の窓口だった。



(2) 下水道局の情報（ウェブサイト上）の閲覧経験と閲覧サイト

ウェブサイトの閲覧は、局ホームページで閲覧経験が最も多かった。YouTube や下水道アドベンチャー、下水道局公式Xもあったが、閲覧経験のない人が5割以上いた。

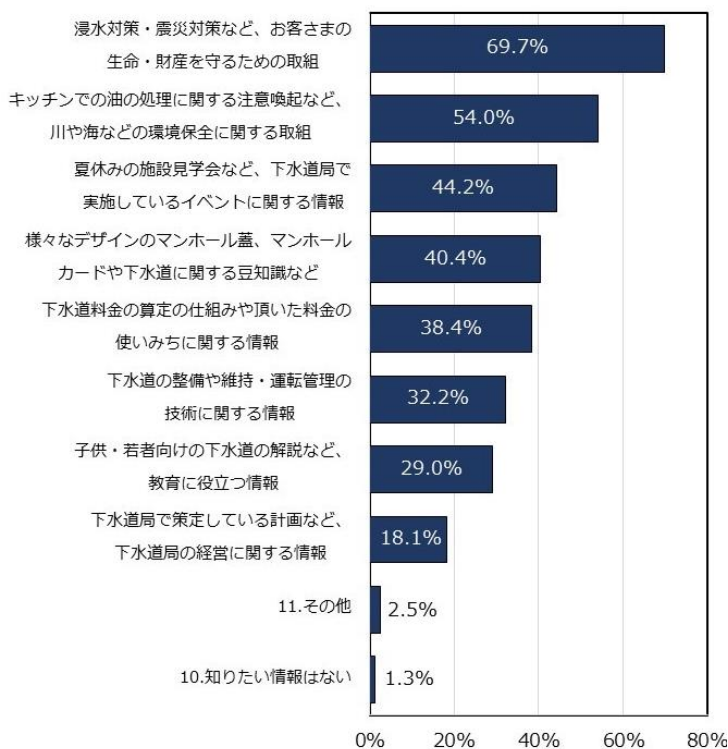
Q2 下水道ウェブサイト情報の閲覧経路（複数回答）
(n=552)



(3) 下水道局の広報で知りたい情報

広報活動で知りたい情報は「浸水対策・震災対策の取組」「油の処理に関する注意喚起などの取組」が多かった。

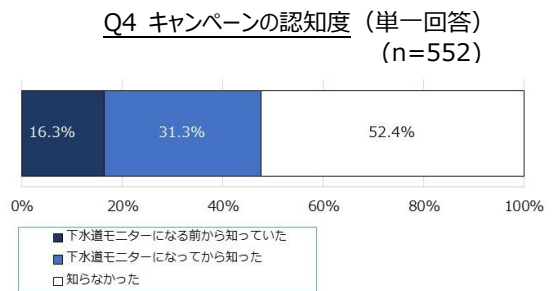
Q3 局の広報で知りたい情報（複数回答）
(n=552)



2 『油・断・快適！下水道』キャンペーン

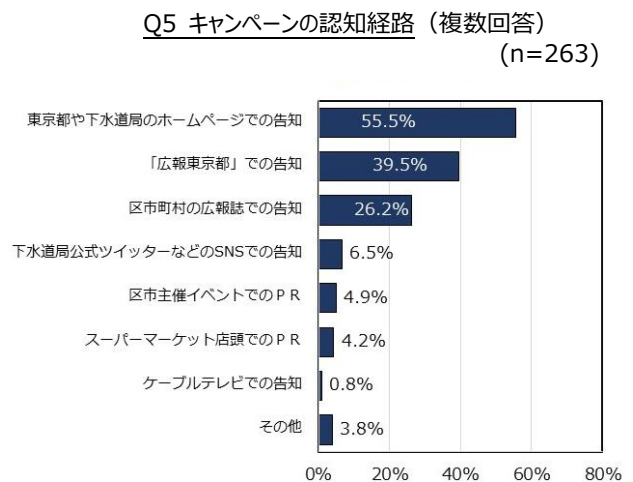
(1) キャンペーンの認知度

モニターになる前からキャンペーンを知っていた回答者は全体の16.3%、モニターになってから知った回答者は31.3%だったが、知らないと答えた回答者が5割以上いた。



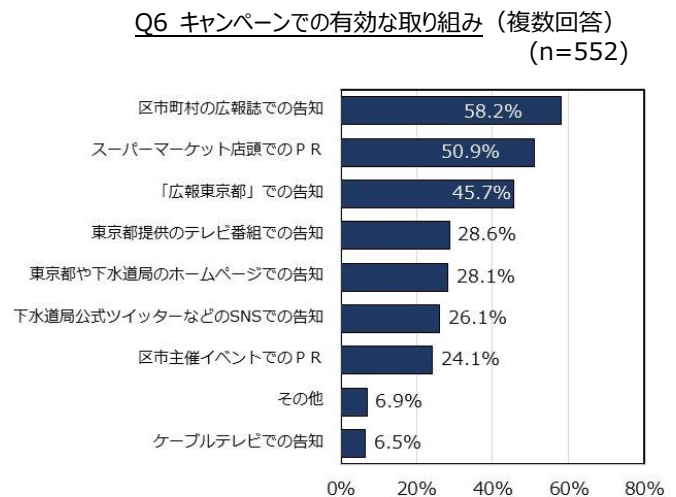
(2) キャンペーンの認知経路

2(1)の認知度の設問(Q4)でキャンペーンを「知っていた」「モニターになってから知った」と回答した人の認知経路は、局ホームページや広報東京都での告知が多かった。



(3) キャンペーンでの有効な取組

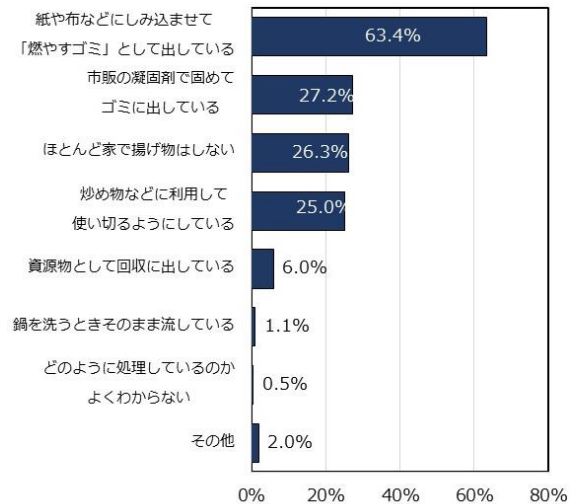
有効と考える取組は、自治体の広報誌での告知、店頭PR、広報東京都での告知が上位だった。



(4) 揚げ物料理後の油の処理方法

処理方法で油を「そのまま流している」との回答は少なく、多くの回答者が紙や布にしみ込ませたり凝固剤で固めたりしてゴミとして廃棄していたが、資源としての回収も増えてきている。

Q7 揚げ油の処理 (複数回答)
(n=552)



(5) 汚れた皿や鍋などを洗うときの拭き取り

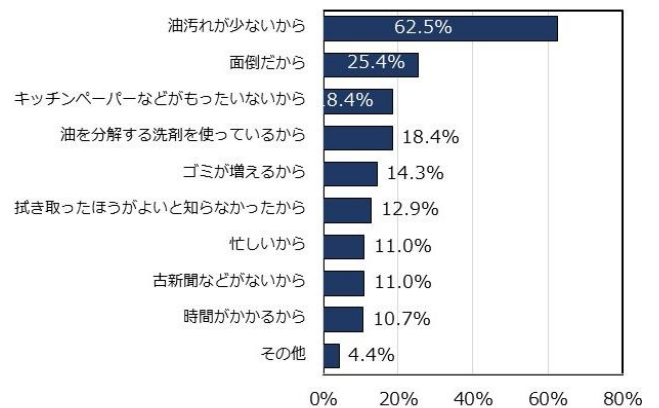
油で汚れた皿や鍋の油を「いつも拭き取ってから洗っている」「時々拭き取ってから洗っている」の回答者が8割強だった。

「時々拭き取ってから洗っている」「拭き取らずに洗っている」と回答した272人のうち6割以上が挙げた理由は、「油汚れが少ないから」だった。「ふき取った方がよいと知らなかった」との回答も12.9%あった。

Q8 油で汚れた皿や鍋などを洗う方法 (単一回答)
(n=552)



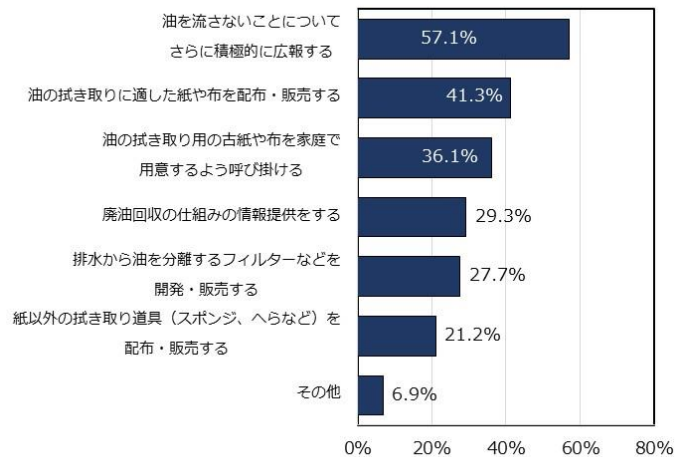
Q9 拭きとらずに洗う理由 (複数回答)
(n=272)



(6) 拭き取りをしようという気持ちになるための道具や仕組み

気軽に拭き取りをしようという気持ちになるために、どのような道具や仕組みがあるか尋ねたところ、油を流さないことの広報や、拭き取り道具の配布や販売等の対応を求める声が多かった。

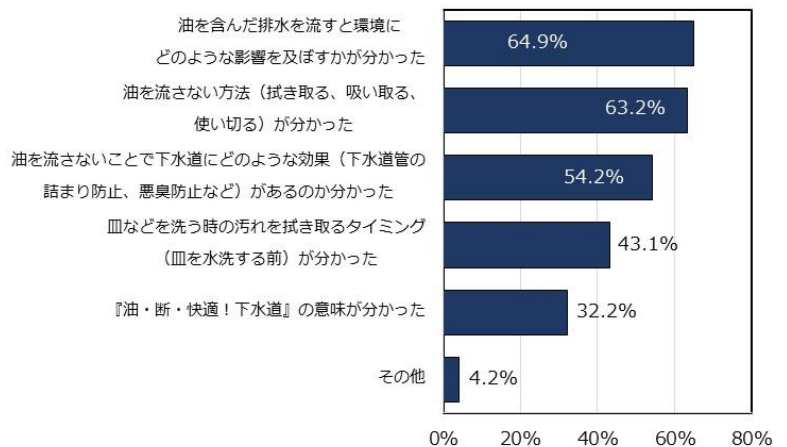
Q10 油汚れの拭き取りを気軽にする道具や仕組み (複数回答)
(n=552)



(7) キャンペーン案内チラシ

案内チラシを見ての感想では、油を含んだ排水が環境に与える影響、油を流さない方法、油を流さないことで下水道にどのような効果があるのかが分かったとの回答が多く、チラシの効果を確認できた。

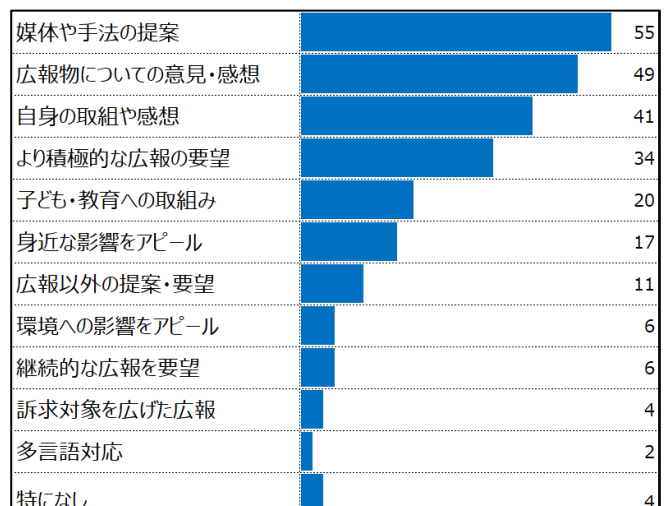
Q11 キャンペーン案内チラシについて (複数回答)
(n=552)



(8) キャンペーンに関してのご意見・ご要望

『油・断・快適! 下水道キャンペーン』に関してのご意見は、「認知度を上げるための媒体や手法の提案」や広報物に対しての感想・意見が寄せられた他、より積極的な広報を要望する声も多かった。

Q12 キャンペーンに関するご意見・ご要望 (自由回答)
(n=552)

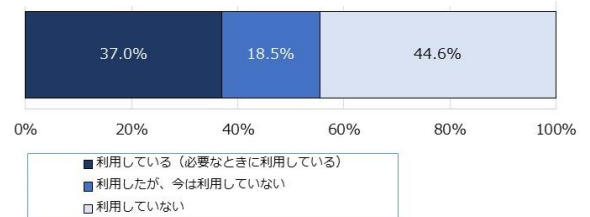


3 降雨に関する情報

(1) 「東京アメッシュ」の利用

「東京アメッシュ」の利用では、第2回アンケートと比較すると利用経験者「利用している」の回答者の割合は若干増えている

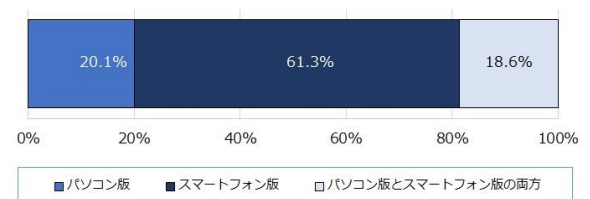
Q13 「東京アメッシュ」の利用 (単一回答) (n=552)



(2) 「東京アメッシュ」の利用タイプ

3(1)の利用経験の設問(Q13)で「利用している (必要なときに利用している)」と回答した204人の利用タイプは、「スマートフォン版」の利用が6割で、パソコンとスマートフォンとの併用を足すと、8割り近くになった。

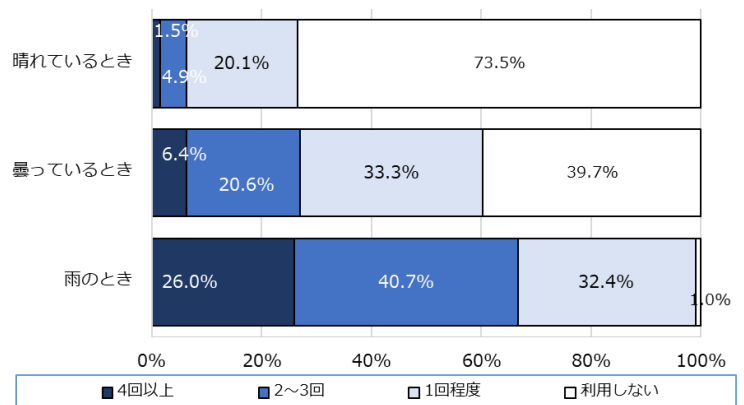
Q14-1 「東京アメッシュ」の利用媒体 (単一回答) (n=204)



(3) 「東京アメッシュ」の利用頻度

3(1)の利用経験の設問(Q13)で「利用している (必要なときに利用している)」と回答した204人は、降雨時に頻繁に利用していた。

Q14-2 「東京アメッシュ」の利用頻度 (1日の利用回数) (単一回答) (n=204)



(4) 「東京アメッシュ」の使いやすさ

3(1)の利用経験の設問(Q13)で「利用している (必要なときに利用している)」と回答した204人のうちの8割近くが「東京アメッシュ」は使いやすい」と回答した。

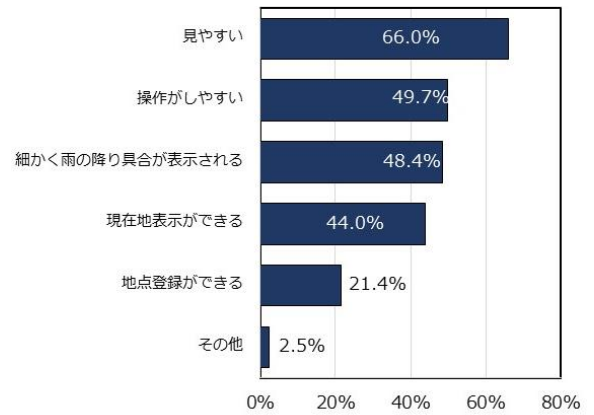
Q14-2 「東京アメッシュ」の使いやすさ (単一回答) (n=204)



(5) 「東京アメッシュ」の使いやすい点

3(4)の使いやすさの設問(Q14-3)で「使いやすい」と回答した159人「東京アメッシュ」を評価する点は、「見やすい」「操作がしやすい」「細かく雨の降り具合が表示される」が多かった。

Q14-4 「東京アメッシュ」の使いやすい点 (単一回答) (n=159)



(6) 「東京アメッシュ」の工夫すべき点

3(4)の使いやすさの設問「工夫(改善)すべき点がある」と回答した45人が工夫や改善すべき点と考えるのは、パソコン版・スマートフォン版ともに画面表示・操作性の改善や予測機能の付加・精度の改善が多かった。

Q14-5 「東京アメッシュ」の工夫すべき点 (自由回答)

項目	パソコン版	スマートフォン版
画面表示・操作性	29	22
予測機能・精度	9	8
表示エリア	5	5
視認性	1	
アプリ化	1	1
特になし	3	2

(7) 「東京アメッシュ」の利便性を向上させるための情報へ機能

3(1)の利用経験の設問(Q13)で「利用している(必要なときに利用している)」と回答した204人が「東京アメッシュ」の利便性を向上させる情報や機能として考えるのは、パソコン版では「予測機能」、スマートフォン版では「時間表示の詳細化」が多かった。

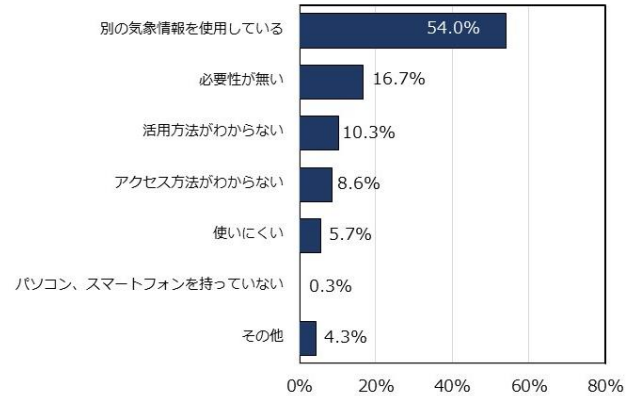
Q14-6 あったらよいと思う情報や機能 (自由回答)

項目	パソコン版	スマートフォン版
予測機能・精度	16	12
時間表示の詳細化	4	15
画面表示・操作性	4	8
通知機能	2	8
画面の操作性	3	6
表示エリア拡大・絞込み	4	5
地点登録	1	7
利便性	3	4
雨雲レーダー、サイトとの連携		7
河川・道路情報	2	4
現在地情報	2	2
アプリ化		4
色分け、レイアウト、画面切り替え	1	1
リアルタイムの情報		2
積算雨量	2	

(8) 「東京アメッシュ」を利用しない理由

3 (1) の利用経験の設問 (Q13) で「今は利用していない」「利用していない」と回答した 348 人の利用しない理由は、「別の気象情報を使用している」が最も多く 5 割以上になった。

Q15-1 「東京アメッシュ」を利用しない理由 (複数答)
(n=348)



(9) 「東京アメッシュ」の使いにくい点と必要な改善点

3 (8) の「東京アメッシュ」を利用しない理由の設問 (Q15-1) で「使いにくい」を挙げた 20 人に、使いにくい点や改善点を聞いたところ、パソコン版・スマートフォン版ともに「画面表示」が多く、スマートフォン版では「他アプリ・サイト」の優位性が挙げられた。

Q15-2 使いにくい点と改善が必要なところ (自由回答)

項目	パソコン版	スマートフォン版
他アプリ・サイトの方がよい	2	3
予測機能がない		5
画面表示	2	2
操作性がよくない		3
その他		5

(10) 「東京アメッシュ」以外のアプリで便利なところ

3 (8) の「東京アメッシュ」を利用しない理由の設問 (Q15-1) で「別の気象情報を使用している」とした 188 人に、使用している気象情報の使いやすい点や便利な機能を尋ねたところ、「雨雲レーダー」が最も多く、次いで「アプリであること」が挙げられた。

Q15-3 「東京アメッシュ」以外のアプリで便利なところ (自由回答)

項目	パソコン版
雨雲レーダー	27
アプリであること	21
情報量が多い	17
予測機能・精度	15
わかりやすさ	13
使い慣れている	12
使いやすい	11
アクセスしやすい	10
サイトとの連動	9
エリアごとの情報	7
通知機能	6
画面・操作性	6
エリア調整	4
時間帯ごとの情報	3
地点登録	2
その他	9
特になし	3