

平成30年度第3回インターネットモニターアンケート調査
「安全でおいしい水」について

問6-3 「第2次おいしい水づくり計画」の周知方法について
千葉県水道局では、「第2次おいしい水づくり計画」における取組をホームページや県水だより、イベントなどでPRしていますが、今後PR活動を行う上で、力を入れてほしい媒体はありますか。いくつでもお選びください。

N=503

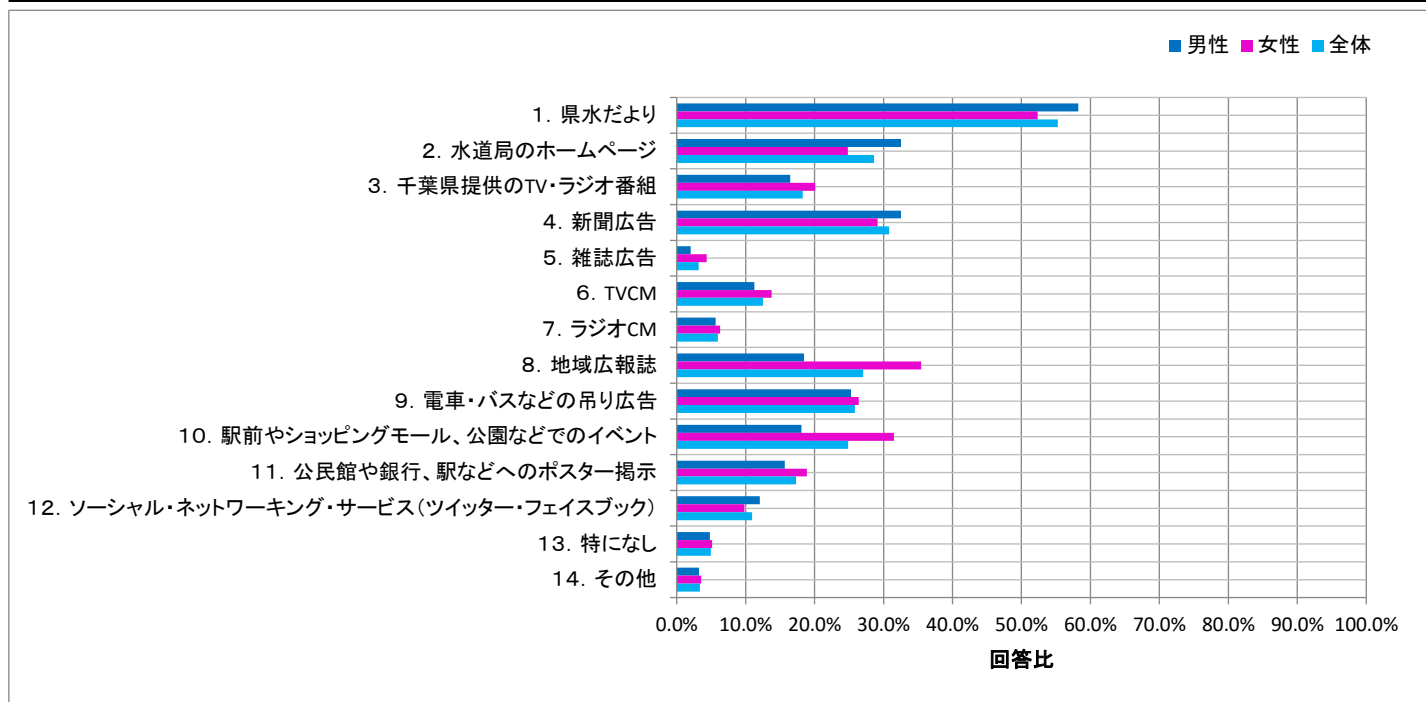
設問	回答数	回答比率
1. 県水だより	278	55.3%
2. 水道局のホームページ	144	28.6%
3. 千葉県提供のTV・ラジオ番組	92	18.3%
4. 新聞広告	155	30.8%
5. 雑誌広告	16	3.2%
6. TVCM	63	12.5%
7. ラジオCM	30	6.0%
8. 地域広報誌	136	27.0%
9. 電車・バスなどの吊り広告	130	25.8%
10. 駅前やショッピングモール、公園などでのイベント	125	24.9%
11. 公民館や銀行、駅などへのポスター掲示	87	17.3%
12. ソーシャル・ネットワーキング・サービス（ツイッター・フェイスブック）	55	10.9%
13. 特になし	25	5.0%
14. その他	17	3.4%

「県水だより」の割合が55.3%と最も高く、他の回答と大きな差をつけました。

続いて「新聞広告」、「水道局のホームページ」、「地域広報誌」、「電車・バスなどの吊り広告」、「駅前やショッピングモール、公園などでのイベント」の順になっています。

「新聞広告」から「駅前やショッピングモール、公園などでのイベント」までは、いずれも近い割合となっています。

性別	回答数・比率					
	男性		女性		全体	
	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率
	249		254		503	
1. 県水だより	145	58.2%	133	52.4%	278	55.3%
2. 水道局のホームページ	81	32.5%	63	24.8%	144	28.6%
3. 千葉県提供のTV・ラジオ番組	41	16.5%	51	20.1%	92	18.3%
4. 新聞広告	81	32.5%	74	29.1%	155	30.8%
5. 雑誌広告	5	2.0%	11	4.3%	16	3.2%
6. TVCM	28	11.2%	35	13.8%	63	12.5%
7. ラジオCM	14	5.6%	16	6.3%	30	6.0%
8. 地域広報誌	46	18.5%	90	35.4%	136	27.0%
9. 電車・バスなどの吊り広告	63	25.3%	67	26.4%	130	25.8%
10. 駅前やショッピングモール、公園などでのイベント	45	18.1%	80	31.5%	125	24.9%
11. 公民館や銀行、駅などへのポスター掲示	39	15.7%	48	18.9%	87	17.3%
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）	30	12.0%	25	9.8%	55	10.9%
13. 特になし	12	4.8%	13	5.1%	25	5.0%
14. その他	8	3.2%	9	3.5%	17	3.4%



その他意見

年代	性別	意見
50歳代	女性	県内のサッカーJリーグ（柏やジェフ千葉）の試合時のイベント
60歳代	男性	”おいしい水づくり”を旨し行動頂けるのはありがたい事ですが、その行為をアピールしないといけないの？
40歳代	女性	地域新聞のような自宅にポスティングされるフリーペーパー・自治会の回覧板
40歳代	女性	実際の工事現場の看板
40歳代	女性	学校等で配布
50歳代	女性	学校等の教育の場
60歳代	男性	千葉ロッテ、レイソル柏、JEF市原、千葉ジェッツ等々の選手に愛飲してもらっているポスターの掲示。
50歳代	男性	請求関係郵便物
50歳代	男性	敢て取り組みをイベントなどでPRしなければならない問題、課題意識はございません。
60歳代	女性	自治会の回覧板
30歳代	男性	力を入れる必要がないと思います。
40歳代	男性	ネット広告。そもそもそういう選択肢を用意していないことに驚きました。
60歳代	女性	経費がかからないSNSが良い。「ちーばちゃん」又は、「ぼたりちゃん」名で情報を発信できないだろうか。
60歳代	女性	千葉県提供のテレビ局のLINE
60歳代	女性	PR活動は水道局のホームページなど開けない人もいるので、新聞の「千葉」版に大きく掲載すると良いと思い
40歳代	男性	ラッピングバス
60歳代	男性	水道料金の検針票に印刷する、クーポンで美味しい水ペットボトルのプレゼント

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	11	66	184	115	107	19							
1. 県水だより	0	0.0%	6	54.5%	37	56.1%	100	54.3%	54	47.0%	69	64.5%	12	63.2%
2. 水道局のホームページ	0	0.0%	3	27.3%	13	19.7%	52	28.3%	30	26.1%	39	36.4%	7	36.8%
3. 千葉県提供のTV・ラジオ番組	0	0.0%	2	18.2%	5	7.6%	35	19.0%	22	19.1%	22	20.6%	6	31.6%
4. 新聞広告	0	0.0%	4	36.4%	13	19.7%	54	29.3%	36	31.3%	39	36.4%	9	47.4%
5. 雑誌広告	0	0.0%	3	27.3%	1	1.5%	3	1.6%	5	4.3%	4	3.7%	0	0.0%
6. TVCM	0	0.0%	3	27.3%	6	9.1%	28	15.2%	11	9.6%	14	13.1%	1	5.3%
7. ラジオCM	0	0.0%	0	0.0%	4	6.1%	15	8.2%	6	5.2%	4	3.7%	1	5.3%
8. 地域広報誌	0	0.0%	5	45.5%	13	19.7%	49	26.6%	30	26.1%	33	30.8%	6	31.6%
9. 電車・バスなどの吊り広告	0	0.0%	4	36.4%	18	27.3%	41	22.3%	34	29.6%	28	26.2%	5	26.3%
10. 駅前やショッピングモール、公園などでのイベント	0	0.0%	3	27.3%	14	21.2%	51	27.7%	27	23.5%	27	25.2%	3	15.8%
11. 公民館や銀行、駅などへのポスター掲示	0	0.0%	3	27.3%	8	12.1%	27	14.7%	22	19.1%	22	20.6%	5	26.3%
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)	1	100.0%	0	0.0%	14	21.2%	9	4.9%	16	13.9%	13	12.1%	2	10.5%
13. 特になし	0	0.0%	0	0.0%	2	3.0%	11	6.0%	7	6.1%	4	3.7%	1	5.3%
14. その他	0	0.0%	0	0.0%	1	1.5%	5	2.7%	4	3.5%	7	6.5%	0	0.0%

