

令和2年度第1回インターネットモニターアンケート調査
「ホームページ」「ペットボトル水・ちばポタ」「安全でおいしい水」について

問3-3

「第2次おいしい水づくり計画」の周知方法について

千葉県営水道では、「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、より効果的と思われる媒体はありますか。いくつでもお選びください。

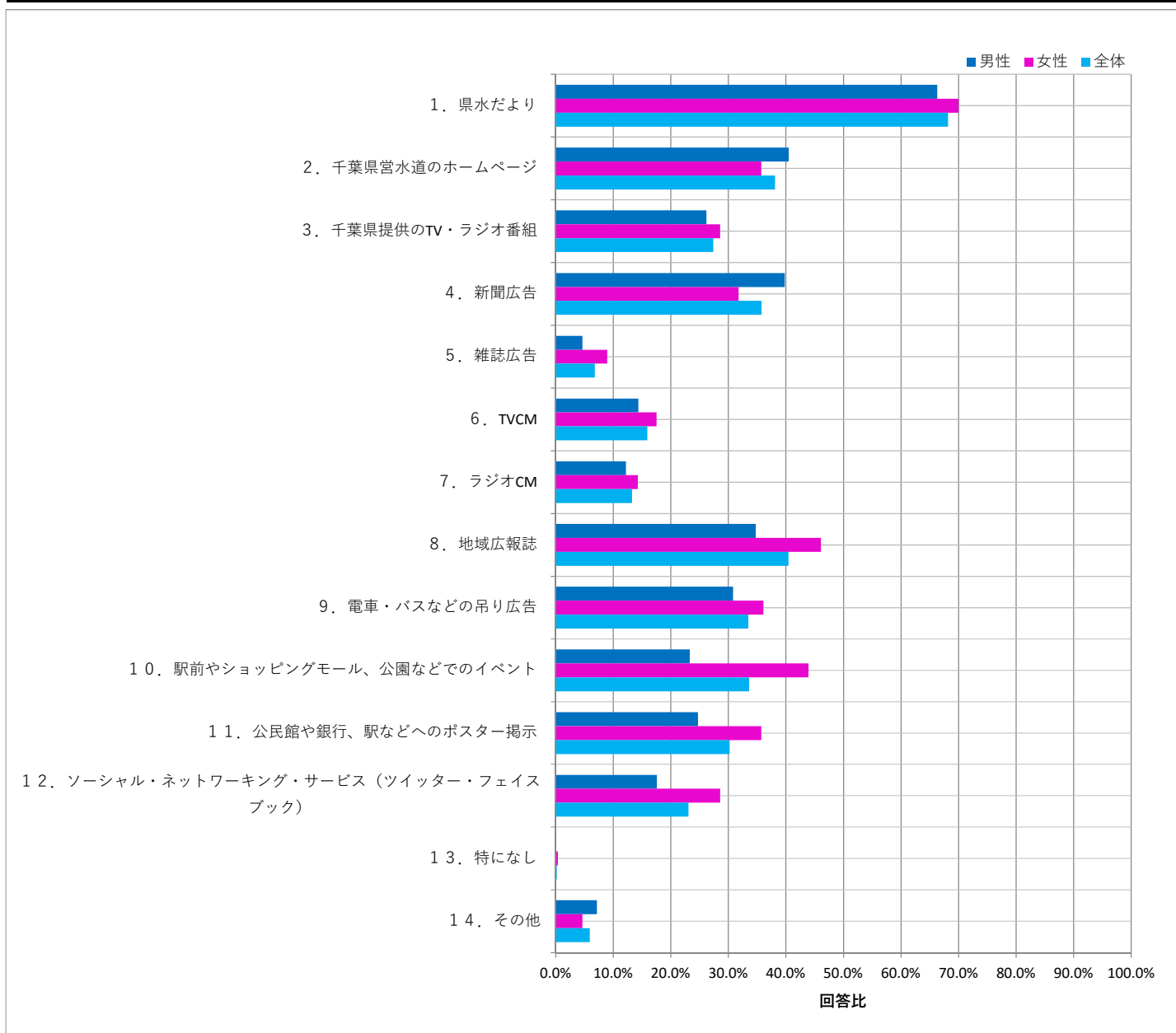
N=559

| 設問 | 回答数 | 回答比率 |
|--------------------------------|-----|-------|
| 1. 県水だより | 381 | 68.2% |
| 2. 千葉県営水道のホームページ | 213 | 38.1% |
| 3. 千葉県提供のTV・ラジオ番組 | 153 | 27.4% |
| 4. 新聞広告 | 200 | 35.8% |
| 5. 雑誌広告 | 38 | 6.8% |
| 6. TVCM | 89 | 15.9% |
| 7. ラジオCM | 74 | 13.2% |
| 8. 地域広報誌 | 226 | 40.4% |
| 9. 電車・バスなどの吊り広告 | 187 | 33.5% |
| 10. 駅前やショッピングモール、公園などでのイベント | 188 | 33.6% |
| 11. 公民館や銀行、駅などへのポスター掲示 | 169 | 30.2% |
| 12. ソーシャル・ネットワーキング・サービス（ツイッター・ | 129 | 23.1% |
| 13. 特になし | 1 | 0.2% |
| 14. その他 | 33 | 5.9% |

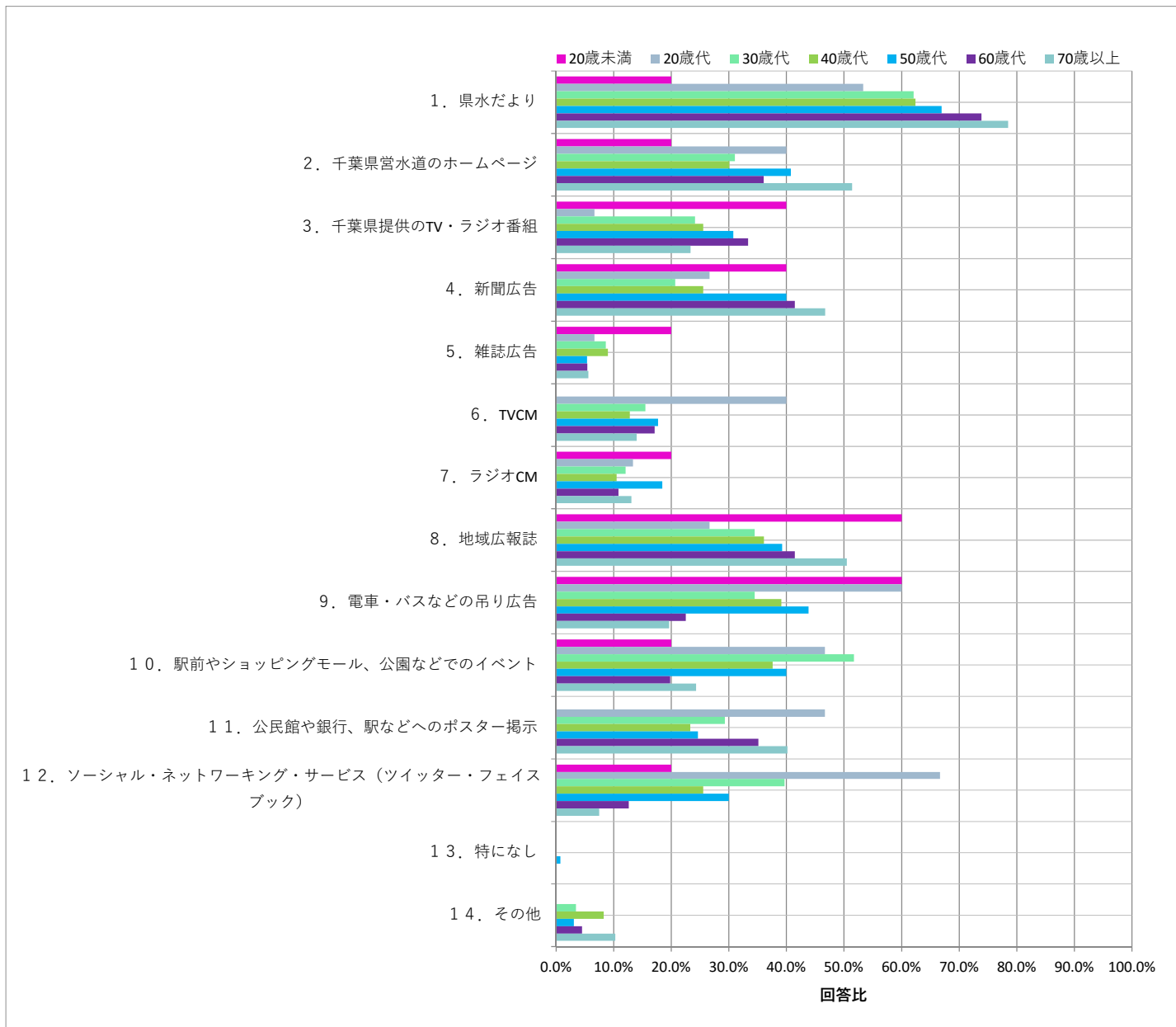
「県水だより」の割合が68.2%と最も高く、続いて「地域広報誌」、「千葉県営水道のホームページ」、「新聞広告」、「駅前やショッピングモール、公園などでのイベント」、「電車・バスなどの吊り広告」の順になっています。

その他では、「検針書、領収書に記載」や「YouTube動画広告」というご意見もありました。

| 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 |
| | 279 | | 280 | | 559 | |
| 1. 県水だより | 185 | 66.3% | 196 | 70.0% | 381 | 68.2% |
| 2. 千葉県営水道のホームページ | 113 | 40.5% | 100 | 35.7% | 213 | 38.1% |
| 3. 千葉県提供のTV・ラジオ番組 | 73 | 26.2% | 80 | 28.6% | 153 | 27.4% |
| 4. 新聞広告 | 111 | 39.8% | 89 | 31.8% | 200 | 35.8% |
| 5. 雑誌広告 | 13 | 4.7% | 25 | 8.9% | 38 | 6.8% |
| 6. TVCM | 40 | 14.3% | 49 | 17.5% | 89 | 15.9% |
| 7. ラジオCM | 34 | 12.2% | 40 | 14.3% | 74 | 13.2% |
| 8. 地域広報誌 | 97 | 34.8% | 129 | 46.1% | 226 | 40.4% |
| 9. 電車・バスなどの吊り広告 | 86 | 30.8% | 101 | 36.1% | 187 | 33.5% |
| 10. 駅前やショッピングモール、公園などでのイベント | 65 | 23.3% | 123 | 43.9% | 188 | 33.6% |
| 11. 公民館や銀行、駅などへのポスター掲示 | 69 | 24.7% | 100 | 35.7% | 169 | 30.2% |
| 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) | 49 | 17.6% | 80 | 28.6% | 129 | 23.1% |
| 13. 特になし | 0 | 0.0% | 1 | 0.4% | 1 | 0.2% |
| 14. その他 | 20 | 7.2% | 13 | 4.6% | 33 | 5.9% |



| 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 | | | | | | | |
| | 5 | 15 | 58 | 133 | 130 | 111 | 107 | | | | | | | |
| 1. 県水だより | 1 | 20.0% | 8 | 53.3% | 36 | 62.1% | 83 | 62.4% | 87 | 66.9% | 82 | 73.9% | 84 | 78.5% |
| 2. 千葉県営水道のホームページ | 1 | 20.0% | 6 | 40.0% | 18 | 31.0% | 40 | 30.1% | 53 | 40.8% | 40 | 36.0% | 55 | 51.4% |
| 3. 千葉県提供のTV・ラジオ番組 | 2 | 40.0% | 1 | 6.7% | 14 | 24.1% | 34 | 25.6% | 40 | 30.8% | 37 | 33.3% | 25 | 23.4% |
| 4. 新聞広告 | 2 | 40.0% | 4 | 26.7% | 12 | 20.7% | 34 | 25.6% | 52 | 40.0% | 46 | 41.4% | 50 | 46.7% |
| 5. 雑誌広告 | 1 | 20.0% | 1 | 6.7% | 5 | 8.6% | 12 | 9.0% | 7 | 5.4% | 6 | 5.4% | 6 | 5.6% |
| 6. TVCM | 0 | 0.0% | 6 | 40.0% | 9 | 15.5% | 17 | 12.8% | 23 | 17.7% | 19 | 17.1% | 15 | 14.0% |
| 7. ラジオCM | 1 | 20.0% | 2 | 13.3% | 7 | 12.1% | 14 | 10.5% | 24 | 18.5% | 12 | 10.8% | 14 | 13.1% |
| 8. 地域広報誌 | 3 | 60.0% | 4 | 26.7% | 20 | 34.5% | 48 | 36.1% | 51 | 39.2% | 46 | 41.4% | 54 | 50.5% |
| 9. 電車・バスなどの吊り広告 | 3 | 60.0% | 9 | 60.0% | 20 | 34.5% | 52 | 39.1% | 57 | 43.8% | 25 | 22.5% | 21 | 19.6% |
| 10. 駅前やショッピングモール、公園などでのイベント | 1 | 20.0% | 7 | 46.7% | 30 | 51.7% | 50 | 37.6% | 52 | 40.0% | 22 | 19.8% | 26 | 24.3% |
| 11. 公民館や銀行、駅などへのポスター掲示 | 0 | 0.0% | 7 | 46.7% | 17 | 29.3% | 31 | 23.3% | 32 | 24.6% | 39 | 35.1% | 43 | 40.2% |
| 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 | 20.0% | 10 | 66.7% | 23 | 39.7% | 34 | 25.6% | 39 | 30.0% | 14 | 12.6% | 8 | 7.5% |
| 13. 特になし | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 0.8% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% |
| 14. その他 | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 2 | 3.4% | 11 | 8.3% | 4 | 3.1% | 5 | 4.5% | 11 | 10.3% |



その他意見

| 年代 | 性別 | 意見 |
|-------|----|--|
| 70歳以上 | 男性 | ちばポタのスーパーでの販売 |
| 70歳以上 | 男性 | 自治会などへ宣伝配布し各家庭に回覧紹介するようにされては如何か |
| 50歳代 | 男性 | 災害ボランティアの際に、ちばポタを提供して全国にアピールする。 |
| 60歳代 | 男性 | テレビ・ラジオの旅番組等の中で、取り上げていただくとよいのではないかと思います。 |
| 70歳以上 | 男性 | 市の広報 |
| 40歳代 | 男性 | 市報 理由、子育て世帯は県水だよりより確認する率が高い。実際我が家がそうです。 |
| 40歳代 | 女性 | 私は以前市民祭でチラシをもらいました。ブースが出せて、人が多いお祭りに出展するのがいいと思う。 |
| 40歳代 | 女性 | 検針の紙（使用料が明記されているもの） |
| 40歳代 | 女性 | 自治体の広報誌 |
| 50歳代 | 女性 | 学校にチラシを配布する 千葉県の広報や市の広報に掲載する |
| 60歳代 | 女性 | 市町村の定期広報誌に転載してもらってはどうか |
| 40歳代 | 男性 | 県や市の公報だと、市バスの中張り広告や、公民館などの、イメージがある。 |
| 60歳代 | 女性 | 地域のイベントでの広報活動 |
| 70歳以上 | 男性 | TVなら千葉テレビ、ラジオならBAY-FM等の県内のFMラジオがいいと思います。 |
| 60歳代 | 男性 | グーグルやヤフー検索画面での宣伝、YouTubeでの宣伝 |
| 40歳代 | 女性 | 学校教育で |
| 70歳以上 | 男性 | 年寄などは、公民館等の掲示板広告を見るので公共施設のポスター掲示 |
| 40歳代 | 女性 | YouTube動画広告、市報 |
| 40歳代 | 女性 | 学校 児童へ広告を配布する |
| 40歳代 | 女性 | 学校へのチラシ配布(学校経由のものだと保護者は必ず目をとおすので) |
| 50歳代 | 男性 | ショッピングモールでの飲み比べ |
| 60歳代 | 男性 | もっと活動状況を県民に知らせるべき。 |
| 70歳以上 | 女性 | なるべくお金の掛からない方法で、例えば小中学校、公立高校へのポスター掲載を依頼する等。 |
| 70歳以上 | 男性 | 千葉県の町内会に購入促進を行う。災害対応水としても保管してもらおう。町内会を動かすことが効果大。 |
| 70歳以上 | 男性 | 水道週間に合わせて広告 |
| 70歳以上 | 男性 | 今どきに考えるならYouTube。頭に残りそうな曲をかけてポタリちゃんを踊らせる |
| 30歳代 | 女性 | 県民だよりで知らせる |
| 70歳以上 | 男性 | 検針書、領収書に記載（見たくなる漫画を添えて） |
| 40歳代 | 男性 | 小中高の運動会などでサンプル配布や、スポーツ大会への協賛、マスコット派遣など。 |
| 70歳以上 | 男性 | 使用水量のお知らせを工夫して入れる |
| 50歳代 | 男性 | 「第2次おいしい水づくり計画」という表現は堅苦しい。親しみやすく記憶に残る名前にすべき。 |
| 30歳代 | 女性 | チーバくんのTwitter、県民だより |
| 40歳代 | 男性 | 毎月発行される県民便り |