

## 上下水道事業の広報活動等に関するアンケート 集計結果

単位：人、（ ）は割合

回答数	55
-----	----

性別	男性	女性
	45	10

年齢	10代	20代	30代
	0	0	5
	40代	50代	60代
	6	11	11
	70代以上		
	22		

職業	会社員	公務員	自営業
	19	1	2
	主婦（主夫）	学生	無職
	4	0	22
	その他		
	7		

問1	<b>本市の上下水道事業に関する広報活動で知っているものはどれですか</b>		
	市報	企業局だより	パンフレット
	50 (91%)	20 (36%)	8 (15%)
	ホームページ	フェイスブック	JWAY（行政放送）
	11 (20%)	2 (4%)	8 (15%)
	FMひたち	上下水道フェア	ひたちの水
	5 (9%)	18 (33%)	16 (29%)
	デザインマンホール・カード	知っているものはない	
	12 (22%)	2 (4%)	

\*市報の認知度が90%を超えているのに対し、企業局だよりの認知度は36%と低い結果となっています。検針時に各家庭のポストに投函しているにも関わらず、認知度が低いことを考えると、紙面自体に目に留まる工夫が必要と考えます。その他の媒体についても、全体的に認知度が低いことから、広報活動自体のPRが必要です。

問2	<b>本市の上下水道事業に関する情報について、どのような方法で発信してほしいですか</b>		
	市報	企業局だより	ホームページ
	45 (82%)	20 (36%)	19 (35%)
	フェイスブック	JWAY（行政放送）	FMひたち
	3 (5%)	6 (11%)	3 (5%)
	その他		
	1 (2%)		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・市報のように個人宅に自動的に配布されるもの（60代男性：無職）</li> <li>・水道使用量案内を利用（70代以上男性：無職）</li> <li>・Twitter（40代男性：会社員）</li> </ul>			

\* 紙媒体（市報・企業局だより）での発信を希望する方が最も多く、次いでホームページが多い結果となっています。

上下水道事業に関して、どのような情報を知りたいですか			
問3	水源・水質	料金	災害対策
	43 (78%)	42 (76%)	27 (49%)
	経営状況	処理のしくみ	施設の現状と整備計画
	23 (42%)	19 (35%)	32 (58%)
	断水情報	工事情報	イベント情報
	31 (56%)	25 (45%)	11 (20%)
	問い合わせ先	特になし	その他
	22 (40%)	0 (0%)	4 (7%)
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 料金の内訳を具体的にわかるようにしてほしい。例えば庭にまく水やトイレに流す水は飲み水より安いのかなど（70代以上女性：無職）</li> <li>・ 民営化に対する日立市の意向（70代以上男性：無職）</li> <li>・ 地震等で全断水の時、高齢者の多い高台団地の復旧順位を優先してほしい（70代以上男性：無職）</li> <li>・ 日立市の人口減少に対応する長期施策（40代男性：会社員）</li> </ul>			

\* 水源・水質が78%、料金が76%と身近な項目への関心が特に高く、次いで、施設の現状と整備計画、断水情報、災害対策など、施設の整備に関する項目への関心が高い結果となっています。

広報紙「企業局だより」の内容や表現は分かりやすいですか			
問4	分かりやすい	やや分かりやすい	どちらともいえない
	10 (18%)	6 (11%)	6 (11%)
	やや分かりにくい	分かりにくい	読んだことがない
	5 (9%)	3 (5%)	25 (46%)

\* 「分かりにくい」「やや分かりにくい」が14%なのに対し、「分かりやすい」「やや分かりやすい」が29%と比較的高い反面、ほぼ半数の46%の方が「読んだことがない」と回答していることから、読んでもらえる広報の手法等について検討する必要があります。

企業局ホームページに掲載している記事の内容や表現は分かりやすいですか			
問5	分かりやすい	やや分かりやすい	どちらともいえない
	6 (11%)	6 (11%)	7 (13%)
	やや分かりにくい	分かりにくい	読んだことがない
	4 (7%)	0 (0%)	32 (58%)

\* 「分かりにくい」「やや分かりにくい」が7%なのに対し、「分かりやすい」「やや分かりやすい」が22%と高い反面、半数を超える58%の方が「読んだことがない」と回答していることから、読んでもらえる広報の手法等を検討するとともに、企業局ホームページのPRを行う必要があります。

市のフェイスブックに掲載している記事の内容や表現は分かりやすいですか			
問6	分かりやすい	やや分かりやすい	どちらともいえない
	5 (9%)	1 (2%)	6 (11%)
	やや分かりにくい	分かりにくい	読んだことがない
	1 (2%)	1 (2%)	41 (74%)

\* 「読んだことがない」と答えた方が74%と圧倒的に多く、読んでもらえる広報の手法等について検討する必要があります。また、フェイスブックのみで発信している情報については、他の媒体との併用についても検討する必要があります。

イベント「上下水道フェア(水道フェア・下水道フェア)」に行った事がありますか			
問7	二回以上行ったことがある	一回だけ行ったことがある	知っているが行ったことはない
	7 (13%)	9 (16%)	24 (44%)
	イベント自体知らない		
	15 (27%)		

\* 「知っているが行ったことはない」「イベント自体知らない」と答えた方が70%を越えており、より多くの方々の興味・関心を引くことができるよう、イベントの内容充実とPR活動の強化を図る必要があります。

今後の広報活動の取組として、良いと思うもの・興味があるものを選んでください			
問8	出前講座の実施	施設見学会の充実	体験型イベントの充実
	24 (44%)	38 (69%)	22 (40%)
	公式キャラクターの導入	デザインマンホールを活用したPR	その他
	2 (4%)	13 (24%)	7 (13%)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・料金が安いのは努力の結果なので、PRしたらよい。池の川処理場は良い設備なので大いにPRしたら良い (70代以上男性：無職)</li> <li>・下水詰まり対応の方法、雨水の排水処理、下水料金の仕組みの説明 (60代男性：会社員)</li> <li>・蛇口をひねるだけで水が出る今の社会に感謝しています (70代以上男性：その他)</li> <li>・広報紙の発行回数を増やし、あって当たり前の上下水道の問題点の広報を強化すべき (60代男性：会社員)</li> <li>・各家庭に直接情報が届くようなことが望ましい (60代女性：主婦)</li> <li>・Twitterによる情報発信 (40代男性：会社員)</li> </ul>		

\* 施設見学会の充実が69%、出前講座の実施が44%、体験型イベントの充実が40%と、実際に自分で体感できるような取組に対する関心が高い結果となっています。

本市の水道料金の水準が、県内で1番安いことを知っていますか		
問9	知っている	知らない
	12 (22%)	43 (78%)

\* 「水道料金の水準が県内で1番安い」という本市の大きなPRポイントが、わずか22%の方々にしか伝わっておらず、広報下手・広報不足が考えられるため、広報力を強化し、伝わる広報を行う必要があります。