

### 3 広報・PR

(すべての事業所にお聞きします。)

問7 水道局が行っている広報の媒体の中で、あなたの事業所が利用しているものは次のうちどれですか。(〇はいくつでも)

- |               |          |                    |
|---------------|----------|--------------------|
| 1 広報紙「水先案内」   | 2 市報にいがた | 3 ホームページ           |
| 4 パンフレット      | 5 新聞での広報 | 6 イベント(水道週間等のイベント) |
| 7 利用しているものはない |          |                    |

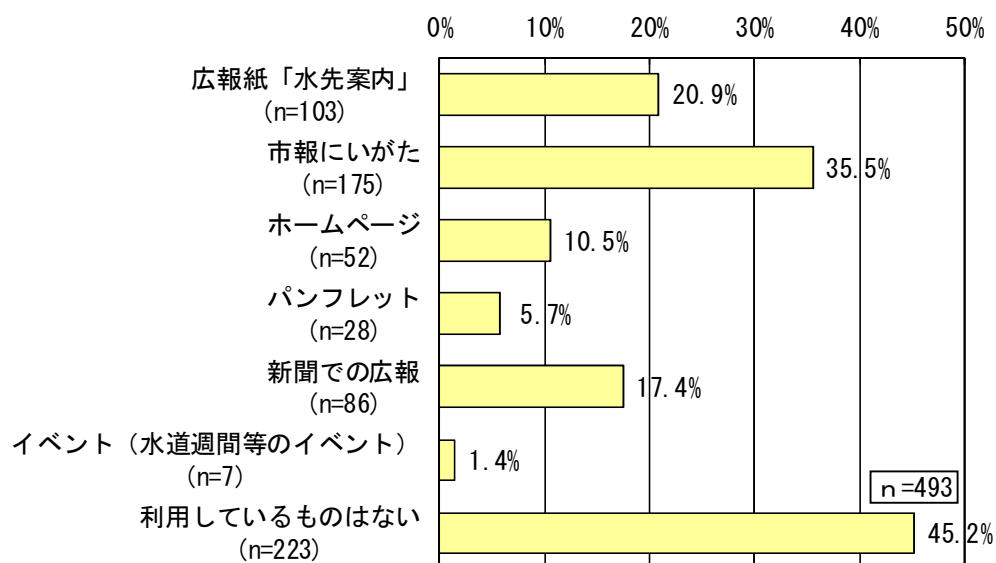
問8 水道局が広報活動を行っていく上で、今後力を入れてほしい媒体は次のうちどれですか。(〇はいくつでも)

- |             |                     |           |
|-------------|---------------------|-----------|
| 1 広報紙「水先案内」 | 2 市報にいがた            | 3 ホームページ  |
| 4 携帯版ホームページ | 5 パンフレット            | 6 新聞での広報  |
| 7 雑誌での広報    | 8 ラジオでの広報           | 9 テレビでの広報 |
| 10 検針票の裏面   | 11 イベント(水道週間等のイベント) |           |
| 12 その他( )   |                     |           |

問9 あなたの事業所が必要と考える水道局からの情報やお知らせは、次のうちどれですか。(〇はいくつでも)

- |                   |                      |
|-------------------|----------------------|
| 1 水道水の水質検査の結果     | 2 断水・漏水などの工事情報       |
| 3 災害対策の取組み        | 4 水道料金や支払いに関する手続きの方法 |
| 5 事業の経営状況         | 6 各種のイベント情報          |
| 7 水道水の節水方法や活用方法など | 8 その他( )             |

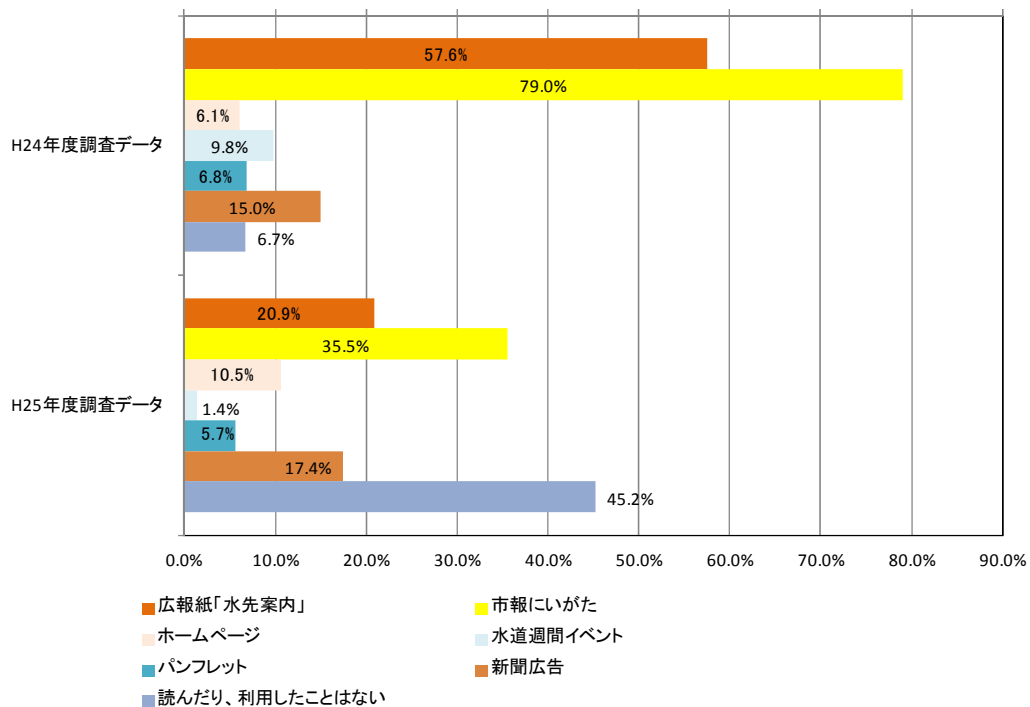
問7 利用している広告媒体



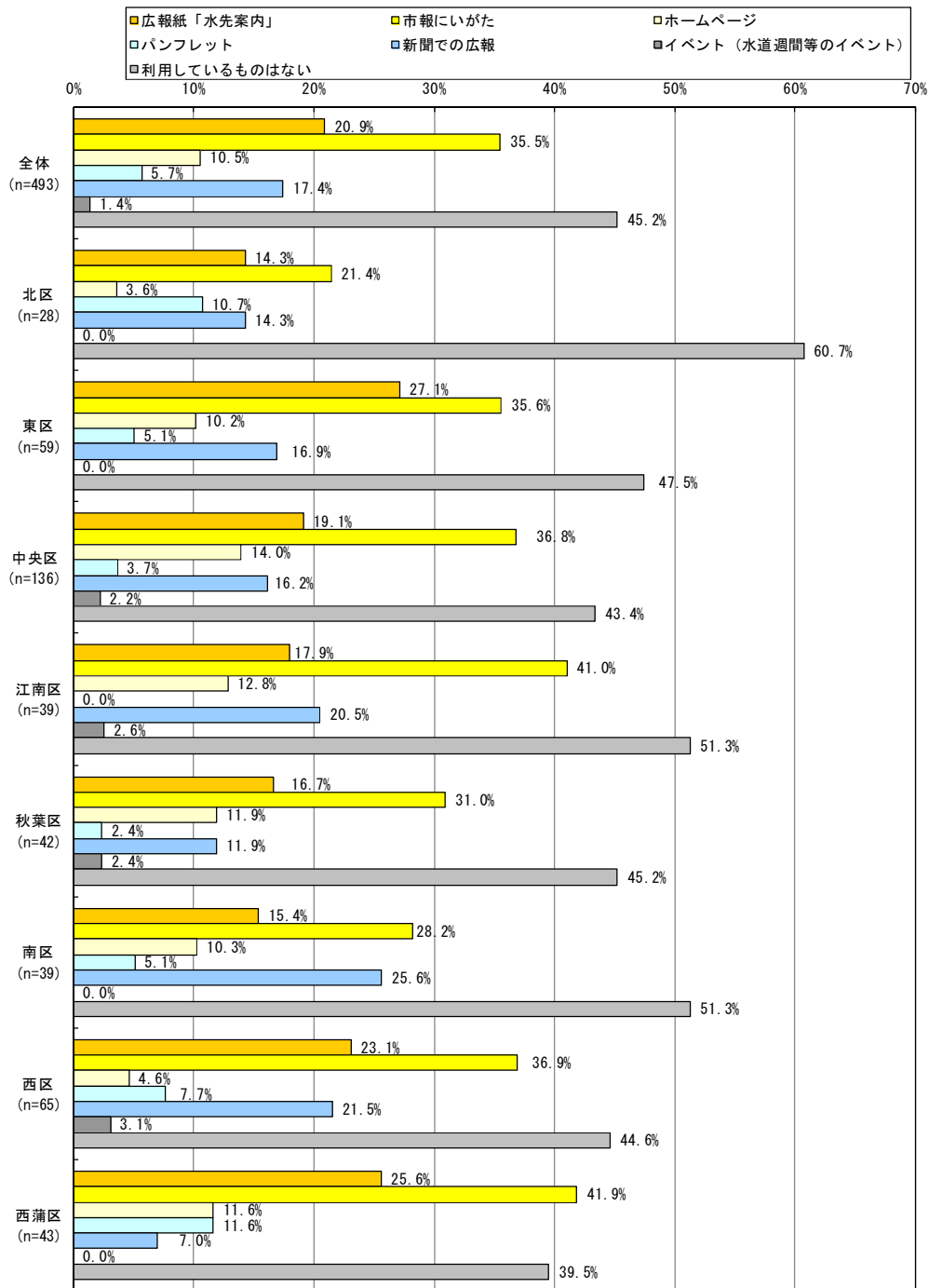
水道局が行っている広報の媒体の中で、事業所に最も利用されている広報媒体は、「市報にいがた」で35.5%を占めている。

次いで、「広報紙「水先案内」」が20.9%と高く、「新聞での広報」も17.4%、「ホームページ」も10.5%と、それなりの利用があるが、「利用しているものはない」が45.2%で大差をつけて1位であることは、より一層の広報活動の必要性が感じられる。

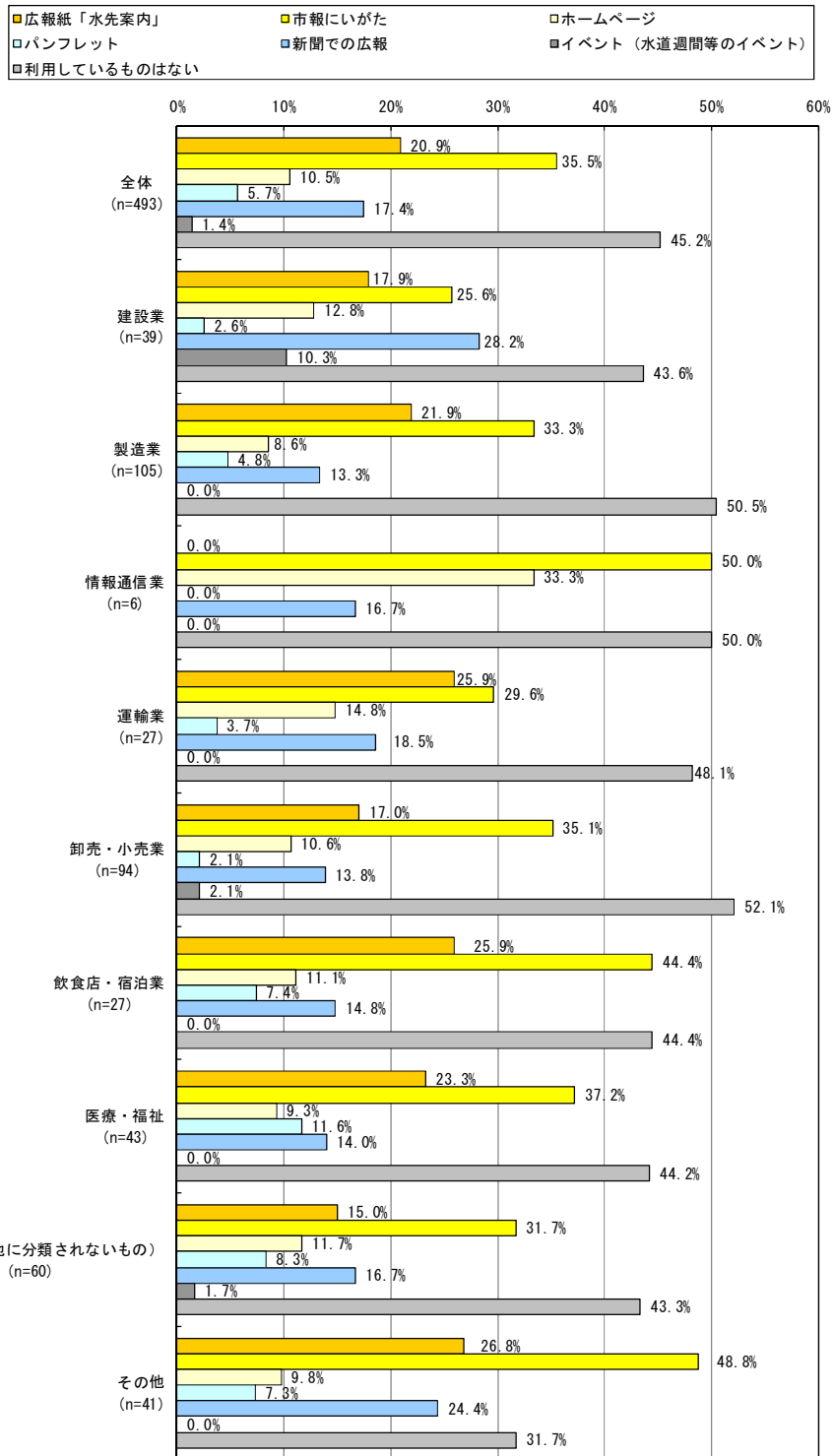
(H24年度との経年比較) ※ただし、H24年度の調査対象は一般家庭



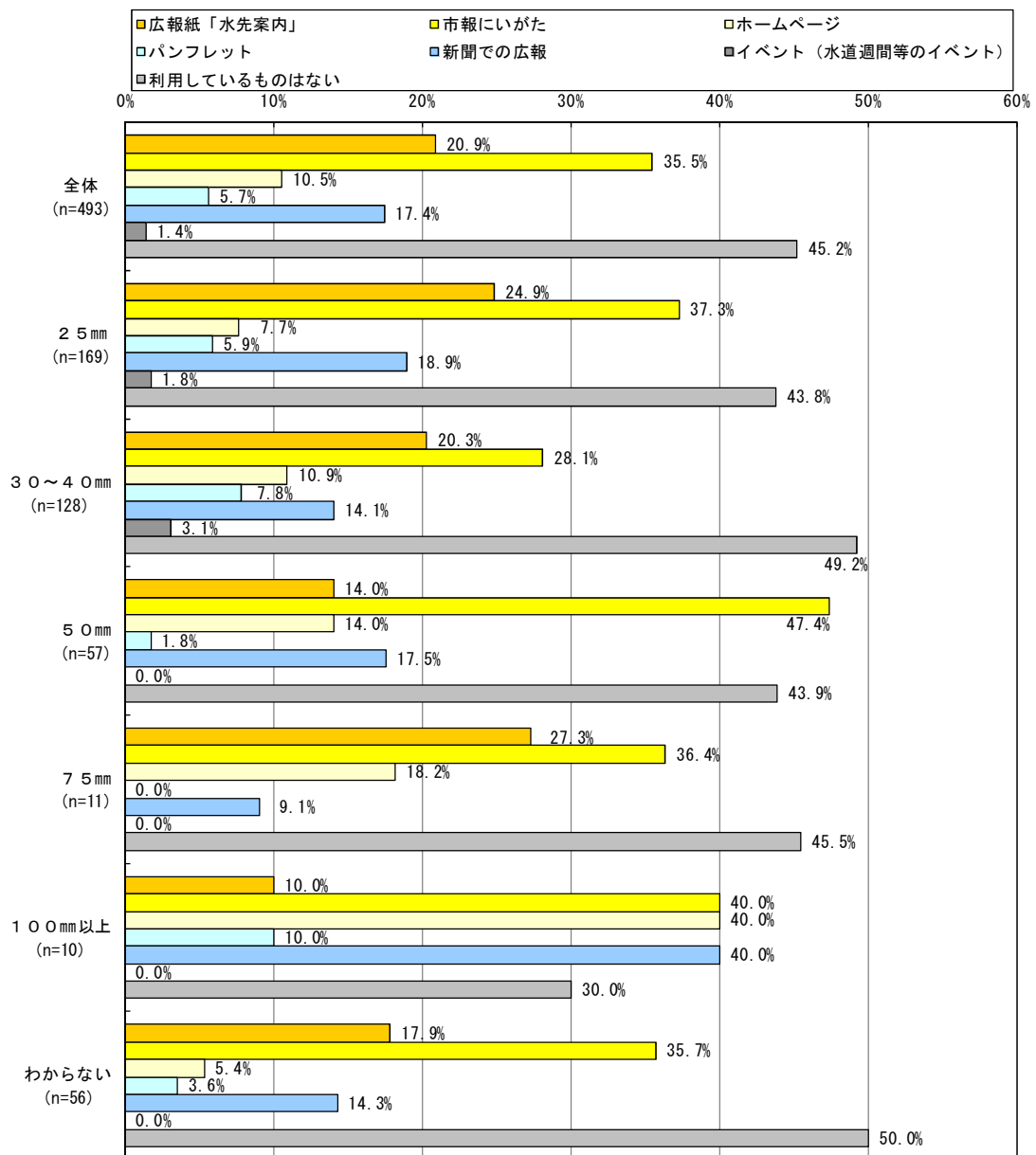
全体的な比率は大きな変化はないが、平成25年度では「読んだり、利用したことがない」と回答した割合が高くなっている。



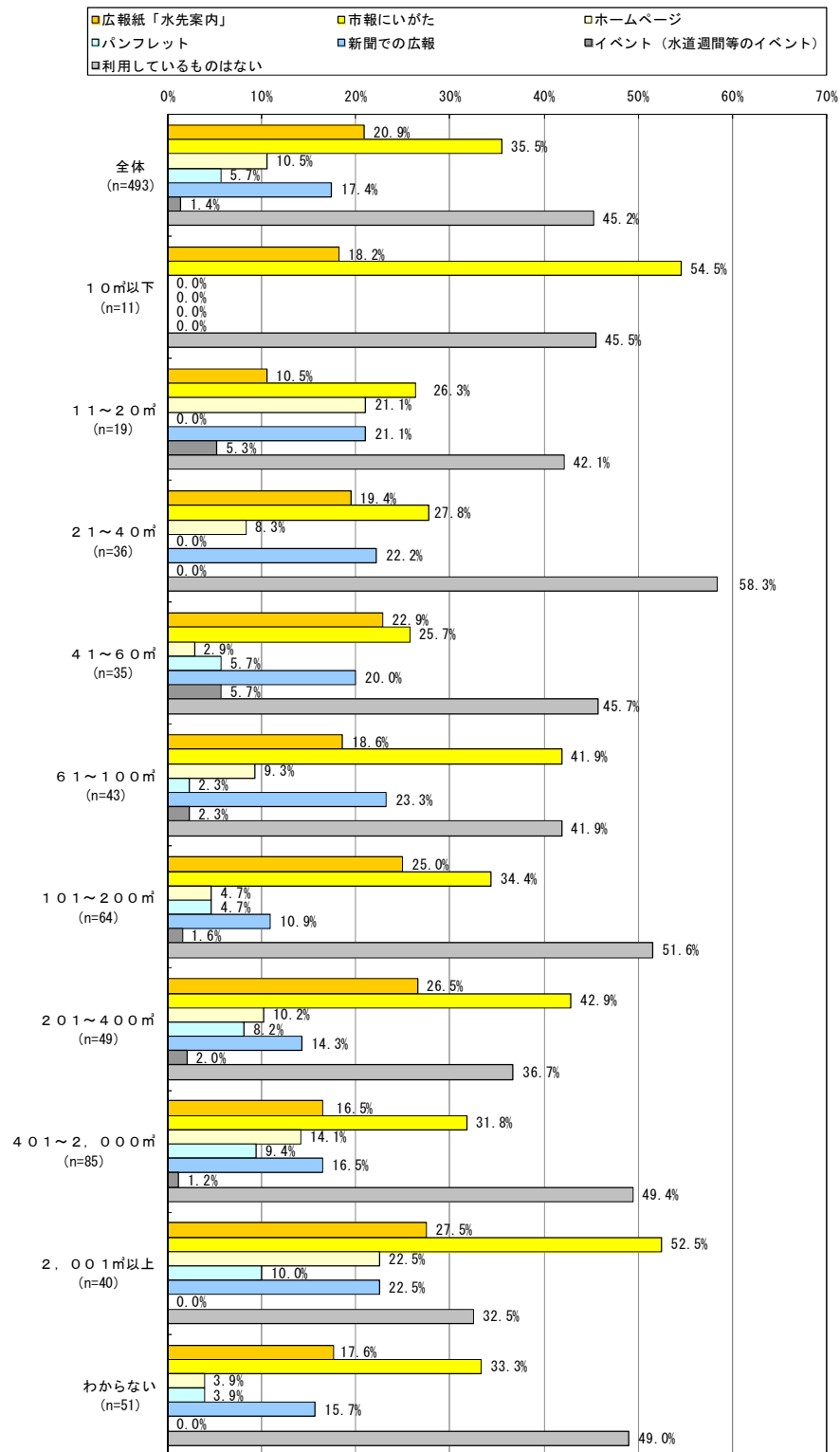
所在区別でみると、北区での各広報媒体の利用率が「パンフレット」を除いて、全体の平均より低く、「利用しているものはない」が60.7%と他の区に比較してかなり多くなっていることが分かった。



業種別にみると、利用している広報媒体にあまり大きな差はないようである。

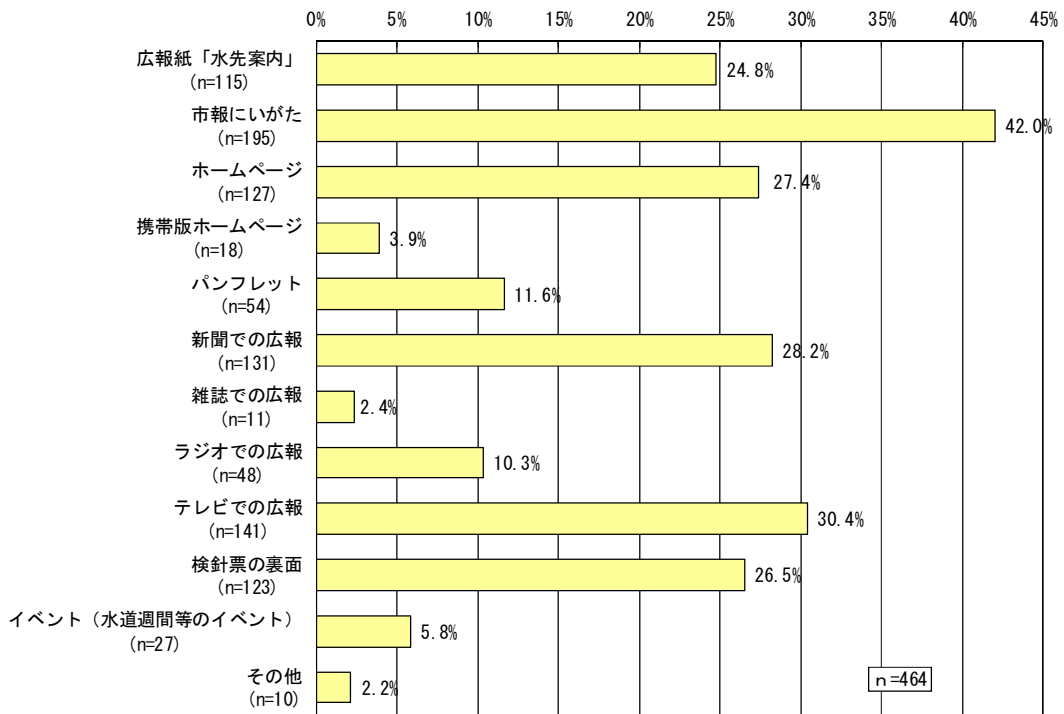


水道メーター口径別でみると、100mm以上の大きな口径での各広報媒体の利用率が、「市報にいがた」「ホームページ」「新聞での広報」がそれぞれ40.0%と高い水準で利用され、その結果、「利用しているものはない」が30.0%と他の口径に比較してかなり低くなっていることが分かった。



直近の水道使用水量別で見ると、利用している広報媒体にあまり大きな差はないようである。

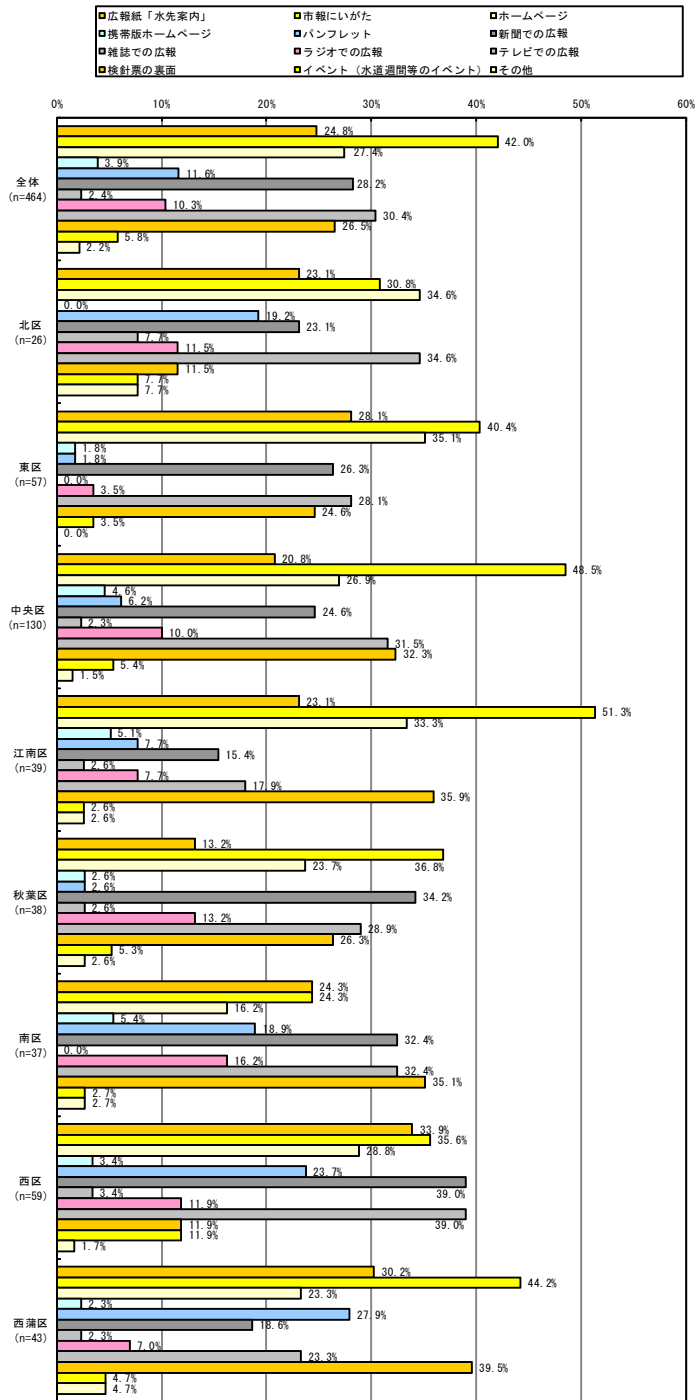
問8 力を入れてほしい媒体



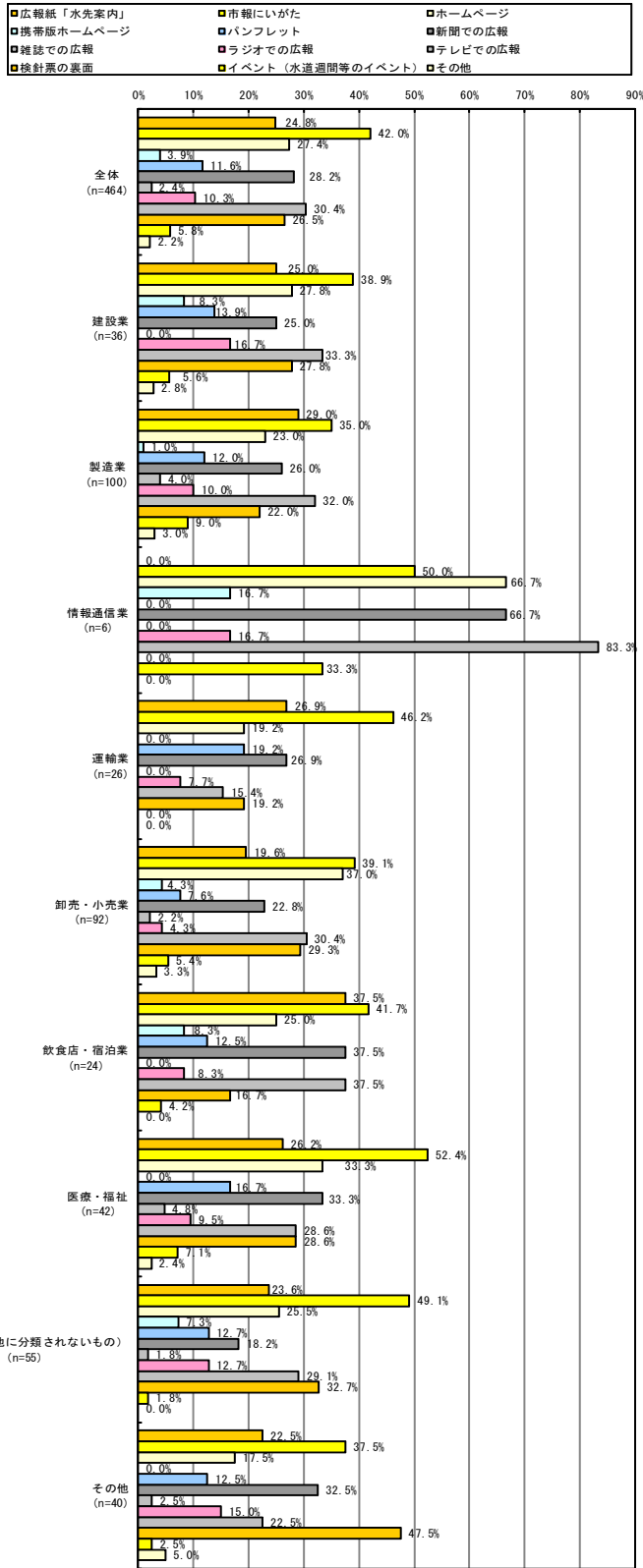
今後力を入れてほしい媒体としては、「市報にいがた」が最も多く、42.0%を占めている。次いで、「テレビでの広報」が30.4%と高く、「新聞での広報」も28.2%、「ホームページ」も27.4%と高いが、「検針票の裏面」26.5%や「広報紙「水先案内」」24.8%の2つの水道局独自の媒体についても、高い要望がある。

その他の回答
市民が一目みて判るものが良いと思います。
検針票，裏面は必ず目を通します。
特に無い
気かけなくても，目に入ってくる様な方法で！
安全性のエビデンス（根拠）
当然のことなので必要性を感じたことはありません
特にない
企業広告は不要と思う。水質準値の検出結果などが必要。21年より変えていないのも現状です。（水先案内にも表示しているが）
あきは区役所だより

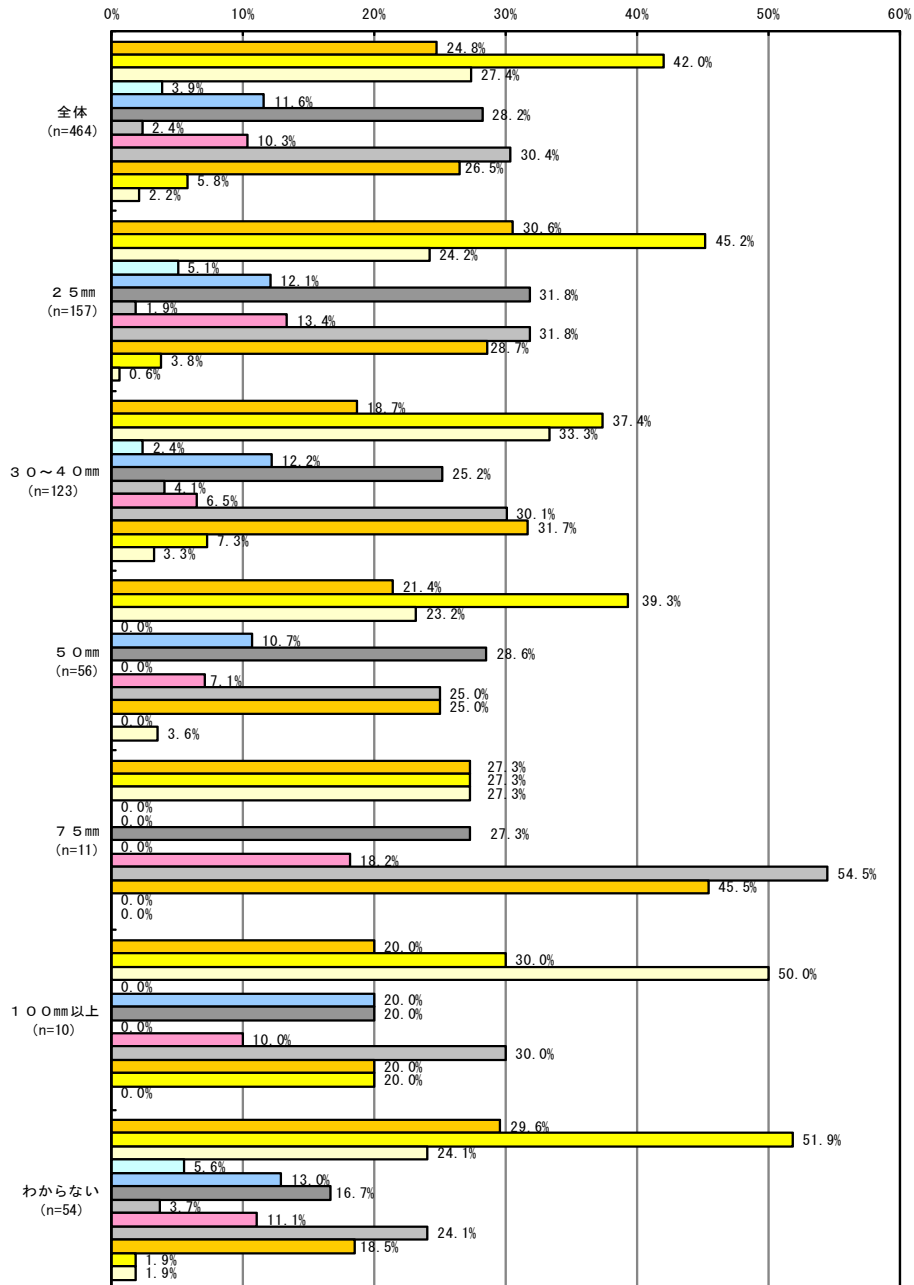
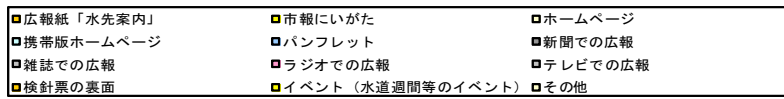




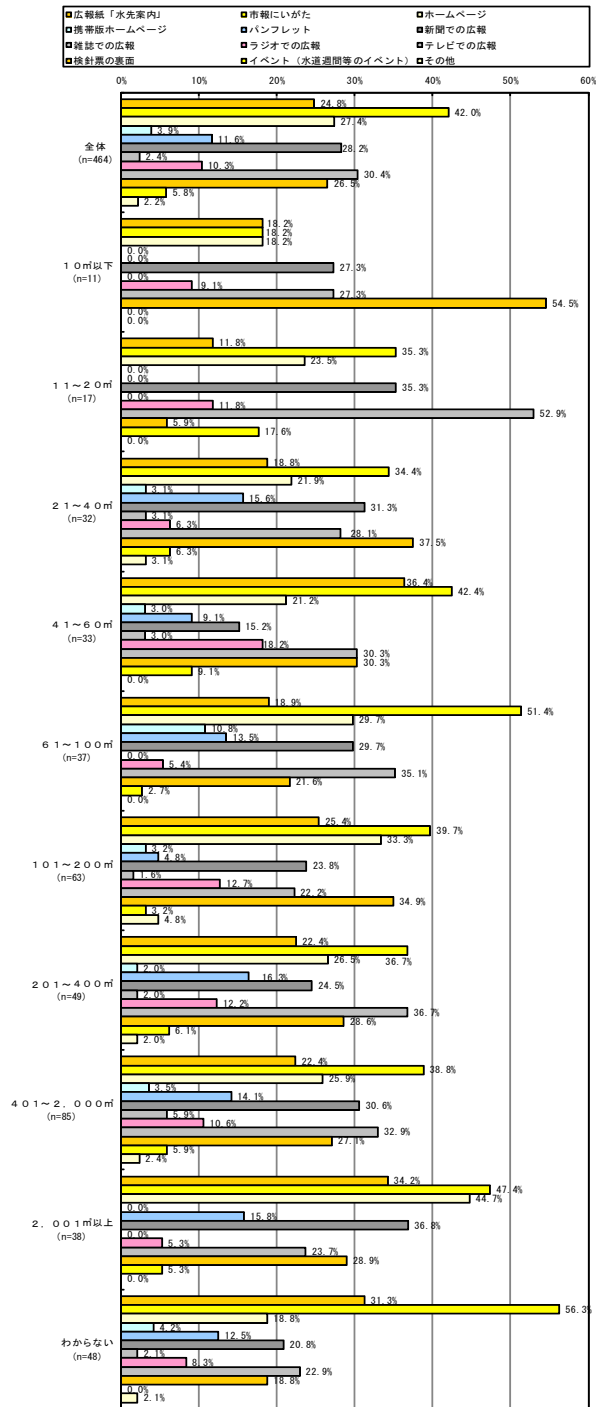
所在区別では、今後力を入れてほしい媒体にあまり大きな差はないように思われる。



業種別にみても、今後力を入れてほしい媒体にあまり大きな差はないように思われる。

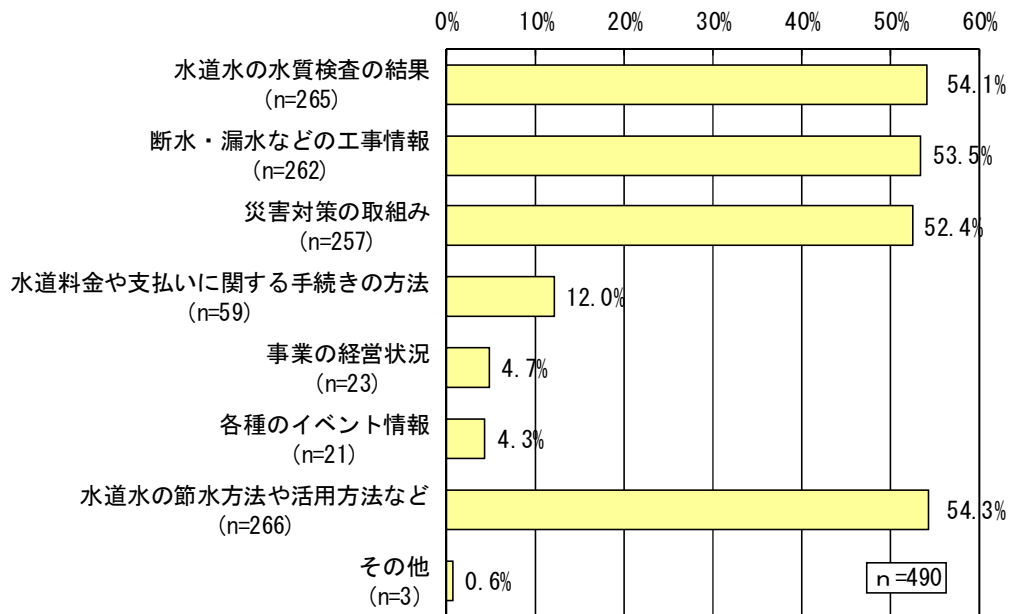


水道メーター口径別でも、今後力を入れてほしい媒体にあまり大きな差はないように思われるが、7.5mmで「テレビでの広報」が54.5%で、10.0mm以上でも「ホームページ」が50.0%で、それぞれ「市報にいがた」を押さえ、1位になっているのは特徴的である。



直近の水道使用水量別でみると、今後力を入れてほしい媒体にあまり大きな差はないようであるが、10m<sup>3</sup>以下で、「検針票の裏面」が54.5%で、要望が一番多く、また11~20m<sup>3</sup>でも「テレビでの広報」が52.9%と一番要望が多かったのは、少ない使用水量に特徴的である。

問9 必要と考える情報やお知らせ

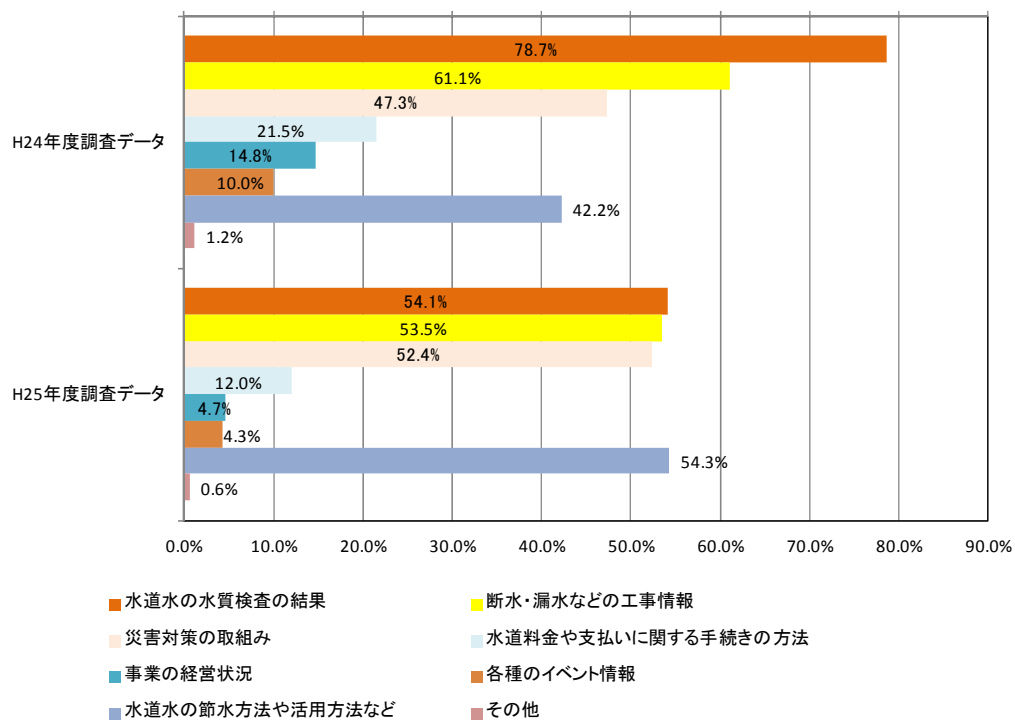


事業所が必要と考える情報やお知らせは、「水道水の節水方法や活用方法など」が54.3%、「水道水の水質検査の結果」54.1%、「断水・漏水などの工事情報」53.5%、「災害対策の取組み」52.4%が、僅差で一番多く、その他に「水道料金や支払いに関する手続きの方法など」12.0%以外は、10%以下となっている。

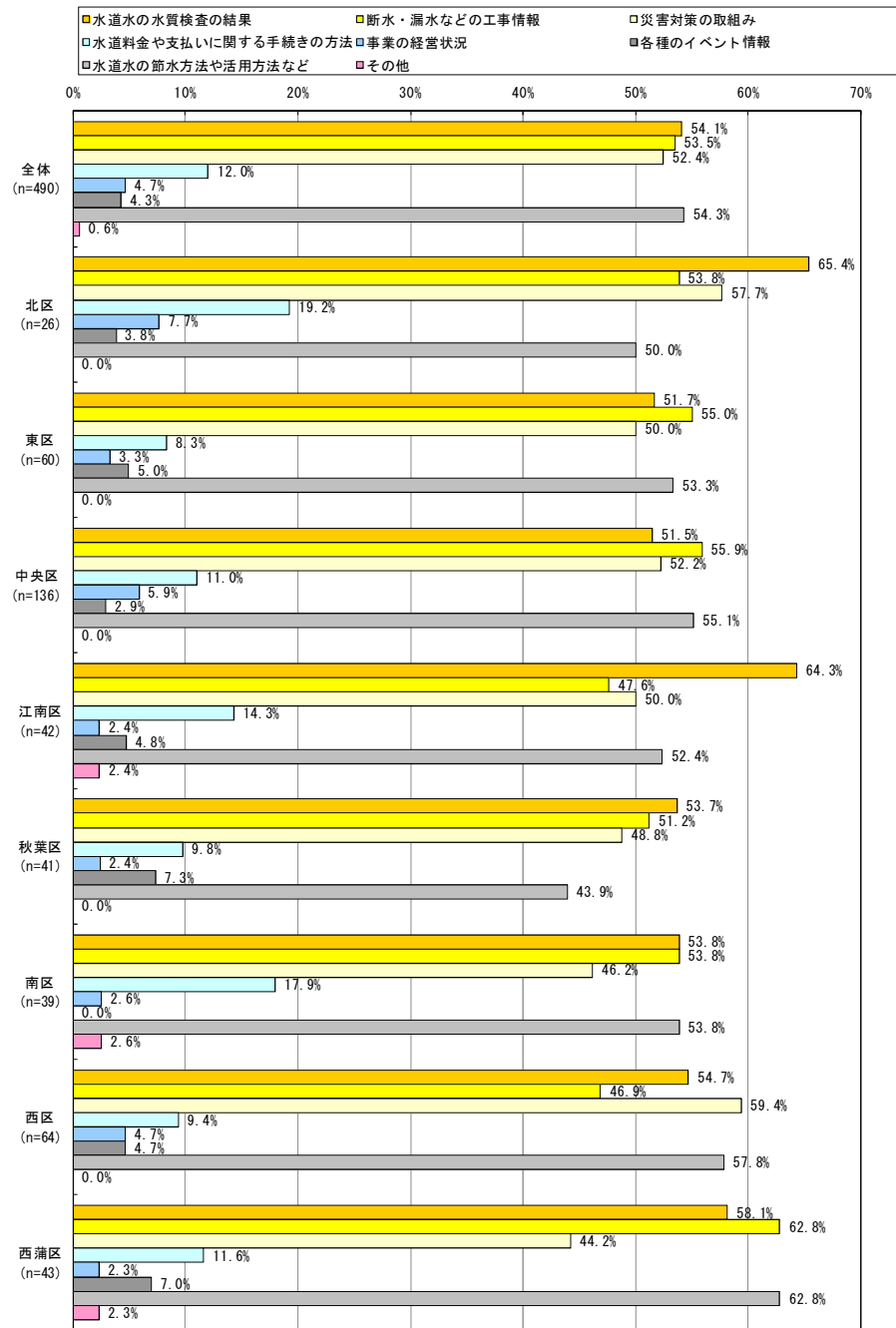
その他の回答

必要性なし

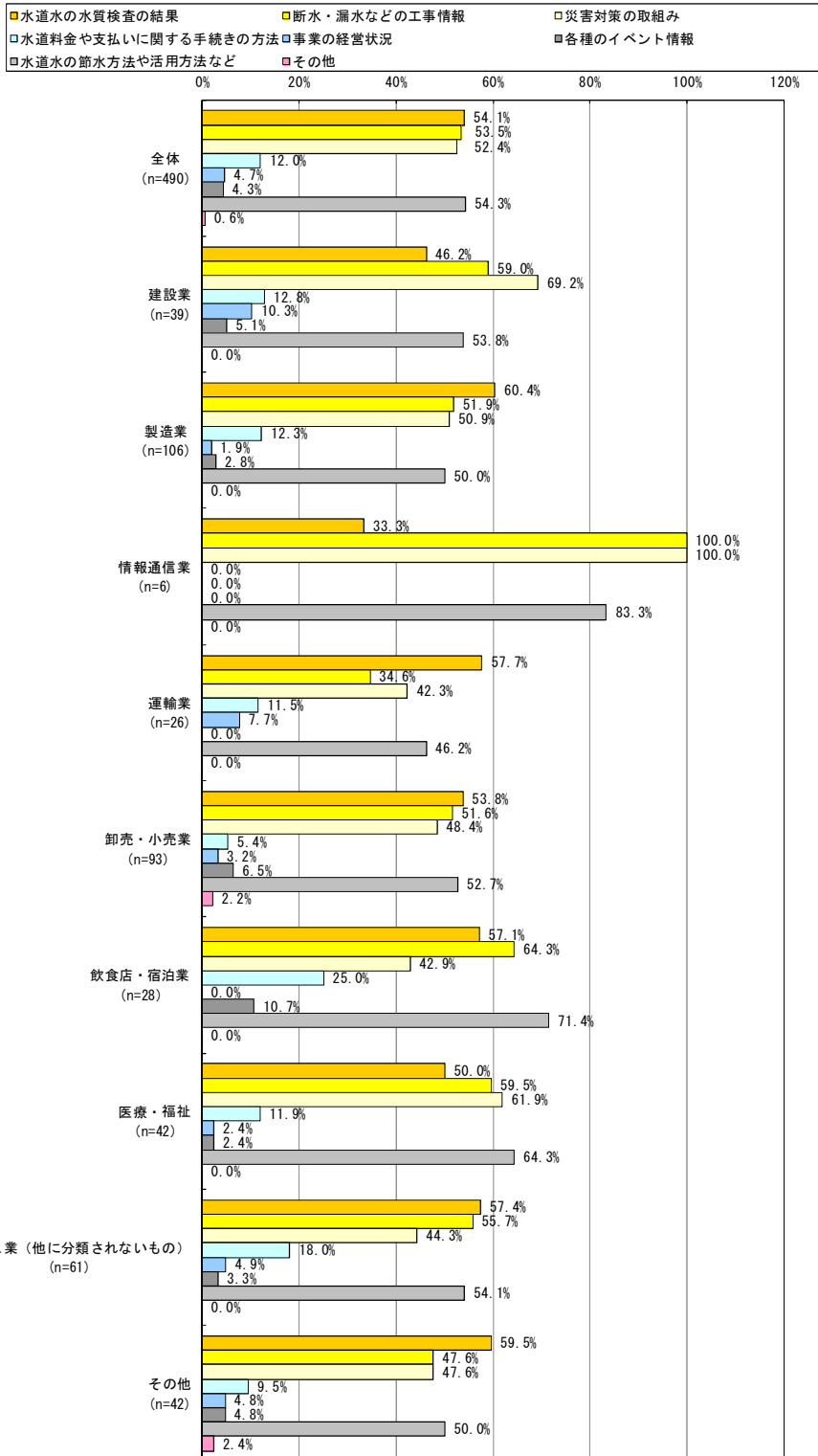
(H24年度との経年比較) ※ただし、H24年度の調査対象は一般家庭



比較的グラフの割合に変化は見られないが「水道水の節水方法や活用法など」は増加傾向にある。

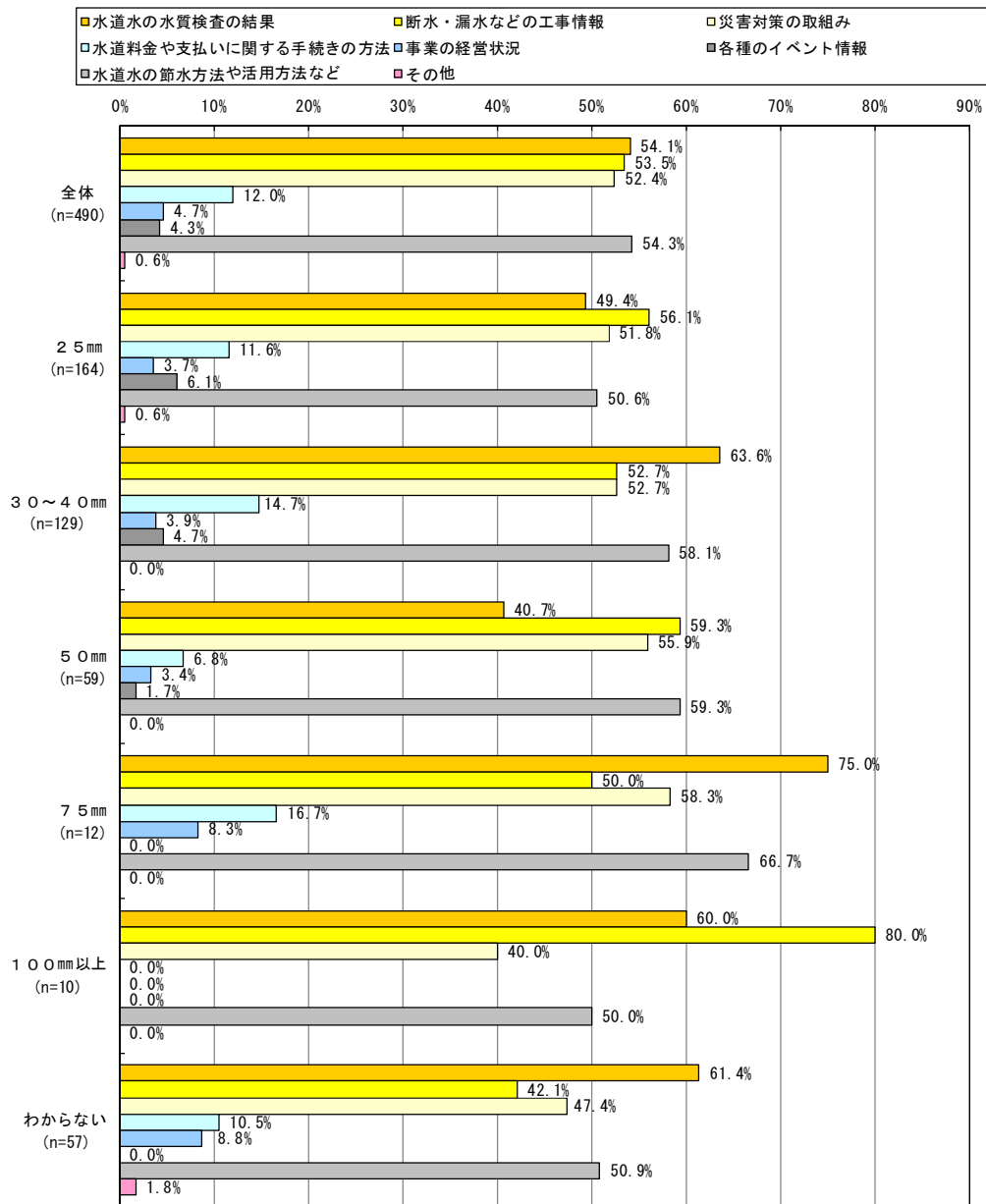


所在区別では、事業所が必要と考える情報やお知らせの傾向は、ほとんど変わらないようである。

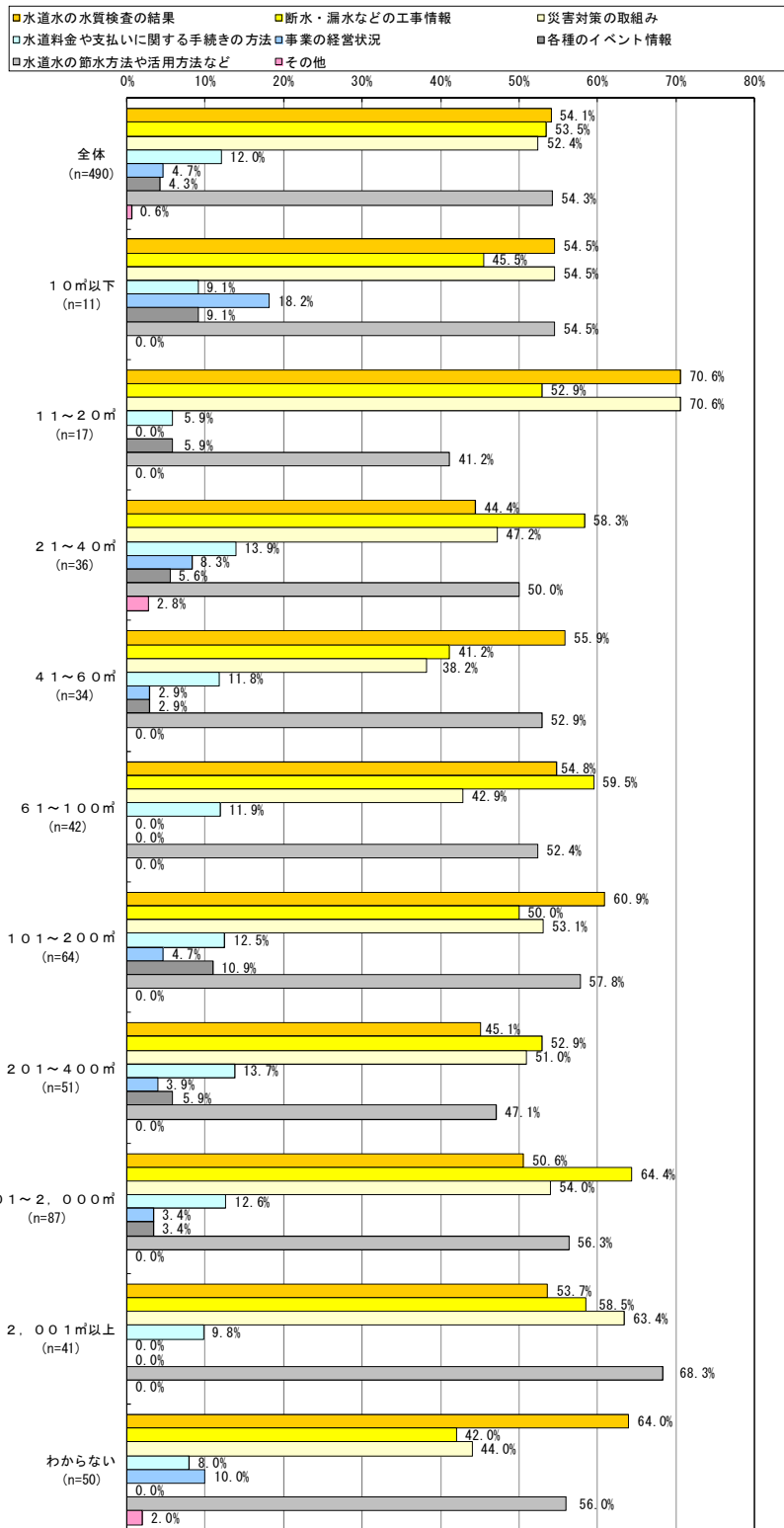


業種別でも、事業所が必要と考える情報やお知らせの傾向は、ほとんど変わらないようである。





水道メーター口径別でも、事業所が必要と考える情報やお知らせの傾向は、ほとんど変わらないようである。



直近の水道使用水量別でも、事業所が必要と考える情報やお知らせの傾向は、ほとんど変わらないようである。