



下水道モニター 平成 24 年度 第 4 回アンケート結果

第 4 回アンケートでは、モニターの方のご家庭での「生活排水や油の処理」についてのご意見や、「『油・断・快適！下水道』キャンペーン」やその他下水道局の行う「キャンペーン」についてのご意見をお伺いしました。

この報告書は、その結果をまとめたものです。

- ◆ 実施期間 平成 24 年 11 月 19 日（月）～平成 24 年 12 月 4 日（火）
の 16 日間
- ◆ 対 象 者 東京都下水道局「平成 24 年度下水道モニター」
※東京都在住 20 歳以上の男女個人
- ◆ 回答者数 621 名
- ◆ 調査方法 ウェブ形式による自記式アンケート

I 結果の概要

II 回答者属性

III 集計結果

1. ご家庭での生活排水の実態について
2. ご家庭での油の処理について
3. 『油・断・快適！下水道』キャンペーンについて
4. 新たなキャンペーン展開について
5. 自由意見

I 結果の概要

1. ご家庭での生活排水の実態について

9～21 頁

◆【生活排水の実態について】

- (全 体) 家庭の生活排水に対して日頃から実行していることについて、全体では、「2. 浴室等の抜け毛はゴミとして捨てる」94%、「3. 洗濯時の糸くずはゴミとして捨てる」91%、「1. 台所の流しに水切り袋などを置く」80%の順に高くなった。
- (性 別) 「2. 浴室等の抜け毛はゴミとして捨てる」については、男性 91%、女性 97%で、女性の方が 6 ポイント高くなり、「3. 洗濯時の糸くずはゴミとして捨てる」については、男性 88%、女性 93%で、女性の方が 5 ポイント高くなった。一方、「1. 台所の流しに水切り袋などを置く」については、男性 80%、女性 79%で、男性の方が 1 ポイント高くなった。
- (地域別) 「2. 浴室等の抜け毛はゴミとして捨てる」については、23 区 93%、多摩地区 97%で 4 ポイント、「3. 洗濯時の糸くずはゴミとして捨てる」については、23 区 90%、多摩地区 92%で 2 ポイント、「1. 台所の流しに水切り袋などを置く」については、23 区 78%、多摩地区 83%で 5 ポイント、いずれも多摩地区の方が高くなった。
- (年代別) 各項目の順位に差異は無いが、20 歳代はいずれの項目についての低く、「2. 浴室等の抜け毛はゴミとして捨てる」は 87%で 7 ポイント、「3. 洗濯時の糸くずはゴミとして捨てる」は 77%で 14 ポイント、「1. 台所の流しに水切り袋などを置く」は 70%で 10 ポイント、全体に対して低くなった。

◆【家庭からの排水が引き起こす影響について①】

- (全 体) 家庭からの排水が引き起こす影響のうち、「1) 台所から流れ出た油污は、冷えて下水道管に付着して固まり、下水道管を詰まらせたり、悪臭の原因になること」について、全体では、86%が「知っていた」と回答している。
- (性 別) 男女とも 86%が「知っていた」と回答し、差異は無い。
- (年代別) 年代が上がるにつれて「知っていた」の回答が高くなり、20 歳代では 70%であったものが、70 歳以上では 97%となっている。
- (地域別) 23 区と多摩地区とで差異は無い。

◆【家庭からの排水が引き起こす影響について②】

- (全 体) 家庭からの排水が引き起こす影響のうち、「2) 下水道管に付着して固まった油の塊（オイルボール）が大雨の降った時に流れ出して川や海を汚してしまうこと」について、全体では、59%が「知っていた」と回答している。
- (性 別) 「知っていた」については、男性 63%、女性 56%で、男性の方が 7 ポイント高くなった。
- (年代別) 「知っていた」については、70 歳以上が 86%と最も高く、次いで 60 歳代の 69%、50 歳代の 65%といった順である。30 歳代が 44%と最も低くなった。
- (地域別) 「知っていた」については、23 区で 60%、多摩地区で 58%と、23 区の方が 2 ポイント高くなった。

◆【家庭からの排水が引き起こす影響について③】

(全 体) 家庭からの排水が引き起こす影響のうち、「3) お米のとぎ汁には、海に赤潮を発生させる原因となる「りん」や「ちっ素」が多く含まれていること」について、全体では、37%が「知っていた」と回答している。

(性 別) 「知っていた」については、男性 38%、女性 36%で、男性の方が 2 ポイント高くなった。

(年代別) 「知っていた」については、50 歳代が 48%と最も高く、次いで 20 歳代の 43%、70 歳以上の 38%といった順である。

(地域別) 「知っていた」については、23 区で 36%、多摩地区で 38%と、多摩地区の方が 2 ポイント高くなった。

◆【家庭からの排水が引き起こす影響について④】

(全 体) 家庭からの排水が引き起こす影響のうち、「4) 宅地内の排水管には、主に硬質塩化ビニル管が使われているため、熱湯を流すと管が変形することがあること」について、全体では、40%が「知っていた」と回答している。

(性 別) 「知っていた」については、男性 41%、女性 39%で、男性の方が 2 ポイント高くなった。

(年代別) 「知っていた」については、60 歳代・70 歳以上が 43%と最も高く、20 歳代・50 歳代が 37%と最も低くなった。

(地域別) 23 区と多摩地区とで差異は無い。

◆【排水トラブルの実態について】

(全 体) 排水トラブルの経験について、全体では「1. 排水トラブルあり」は 7%であった。

(性 別) 男性と女性とで差異は無い。

(年代別) 「1. 排水トラブルあり」は、40 歳代が 9%で最も高く、「20 歳代」は(回答数が 30 件と少ないが) 0%であった。

(地域別) 23 区 7%、多摩地区 6%となり、23 地区の方が 1 ポイント高くなった。

◆【排水トラブルの内容について】

(全 体) 自由回答から排水トラブルの内容をみると、「排水管のつまり・流れが悪い」が 60%、次いで「におい」が 20%、「漏水」が 14%であった。

◆【家庭排水に関心のない方に関心を持ってもらうための方策】

(全 体) 家庭の排水に気を配らない方に関心を持ってもらうための方策を伺ったところ、「テレビ・ラジオの活用」33%、「広報活動の活発化」11%となった。次いで、「学校で啓蒙教育を行う」と「都区市広報紙を活用」が共に 8%といった順となった。

2. ご家庭での油の処理について

22～39 頁

◆【揚げ物料理の頻度】

(全 体) 家庭での揚げ物料理の頻度について「週 1 回以上」は 29%となった。

(性 別) 「週 1 回以上」は、男性 26%、女性 33%であり、女性の方が 7 ポイント高くなった。

(年代別) 50 歳代の 26%を例外として、年代が上がるにつれて「週 1 回以上」との回

答が高くなった。20 歳代では 13%、70 歳以上では 40%となった。
(地域別)「週 1 回以上」は 23 区は 25%、多摩地区は 39%と、多摩地区の方が 14 ポイント高くなった。

◆【廃油の処理方法】

- (全 体) 家庭における廃油の処理方法について、全体では、「1.紙や布などにしみ込ませて「燃やすゴミ」として出している」56%、「2.市販の凝固剤で固めてゴミに出している」29%、「3.炒め物などに利用して使い切るようにしている」27%の順に高くなった。
- (性 別) 「1.紙や布などにしみ込ませて「燃やすゴミ」として出している」は男性 50%、女性 62%と 12 ポイント、「3.炒め物などに利用して使い切るようにしている」は男性 21%、女性 33%と 2 ポイント、女性の方が高くなった。一方「2.市販の凝固剤で固めてゴミに出している」は男性 31%、女性 27%と、男性の方が 4 ポイント高くなった。
- (地域別) 「1.紙や布などにしみ込ませて「燃やすゴミ」として出している」は 23 区 54%、多摩地区 60%と 6 ポイント、「3.炒め物などに利用して使い切るようにしている」は 23 区 27%、多摩地区 28%と 1 ポイント、多摩地区の方が高くなった。一方「2.市販の凝固剤で固めてゴミに出している」は 23 区 31%、多摩地区 26%と、23 区の方が 5 ポイント高くなった。
- (年代別) 「1.紙や布などにしみ込ませて「燃やすゴミ」として出している」は 70 歳以上は 73%と最も高く、20 歳代は 43%と最も低くなり、「2.市販の凝固剤で固めてゴミに出している」は 40 歳代は 33%と最も高く、20 歳代は 13%と最も低くなった。また、「3.炒め物などに利用して使い切るようにしている」は 50 歳代は 32%と最も高く、70 歳以上は 22%と最も低くなった。

◆【油で汚れたお皿やお鍋などの洗い方について】

- (全 体) 家庭での油で汚れたお皿やお鍋などの洗い方について、全体では「1.いつもふき取ってから洗っている」41%、「2.ときどきふき取って洗っている」39%、「3.ふき取らずに洗っている」19%となった。
- (性 別) 「3.ふき取らずに洗っている」については、男性 26%、女性 13%で、男性の方が 13 ポイント高くなった。
- (年代別) 「3.ふき取らずに洗っている」については、20 歳代・40 歳代が 23%と最も高く、一方 70 歳以上は 14%と最も低くなった。
- (地域別) 「3.ふき取らずに洗っている」については、23 区 20%、多摩地区 19%で、23 区の方が 1 ポイント高くなった。

◆【ふき取らない理由について】

- (全 体) 油汚れをふき取らないで洗う主な理由について、全体では「4.油汚れが少ないとき」61%で最も高く、次いで「1.面倒だから」35%、「7.油を分解する洗剤を使っているから」21%の順となった。
- (性 別) 「4.油汚れが少ないとき」は男性 53%、女性 70%で女性の方が 17 ポイント高くなった。一方「1.面倒だから」は男性 36%、女性 34%で男性の方が 2 ポイント、「7.油を分解する洗剤を使っているから」は男性 23%、女性 19%で男性の方が 4 ポイント高くなった。
- (地域別) 「4.油汚れが少ないとき」は 23 区 62%、多摩地区 60%で 23 区の方が 2 ポイント、「7.油を分解する洗剤を使っているから」は 23 区 22%、多摩地区 20%で 23 区の方が 2 ポイント高くなった。「1.面倒だから」については、

35%と差異は無かった。

(年代別) 「4.油汚れが少ないとき」については、20 歳代は 38%と、全体に比べ 23 ポイントも低くなった。一方「1.面倒だから」については、20 歳代は 62%で、全体に比べ 27 ポイント高くなった。「7.油を分解する洗剤を使っているから」については、60 歳代 27%、50 歳代 25%、40 歳代 23%の順に高く、20 歳代は 10%で最も低い。

3. 『油・断・快適！下水道』キャンペーンについて

40～59 頁

◆【『油・断・快適！下水道キャンペーン』について】

(全 体) 『油・断・快適！下水道キャンペーン』のキャンペーンの認知状況は、全体では、「1.モニターになる前から知っていた」は 11%、「2.モニターになってから知った」44%、「知らなかった」45%となった。

(性 別) 「知っていた・知っている」は、男性 60%、女性 51%で男性の方が 9 ポイント高くなった。

(年代別) 年代が上がるにつれて「知っていた・知っている」と回答する割合も上昇し、20 歳代で 34%、70 歳以上で 78%となった。

(地域別) 「知っていた・知っている」については、23 区で 54%、多摩地区で 56%となり、多摩地区の方が 2 ポイント高くなった。

◆【キャンペーンの取り組みの認知度について】

(全 体) 全体では「1.広報東京都での告知」が 52%、「2.区市町村の広報紙での告知」が 18%で上位を占めた。

(性 別) 「1.広報東京都での告知」については男性 57%、女性 47%で、男性の方が 10 ポイント高く、「2.区市町村の広報紙での告知」については男性 20%、女性 15%で、男性の方が 5 ポイント高くなった。

(地域別) 「1.広報東京都での告知」については 23 区 51%、多摩地区 53%で、多摩地区の方が 2 ポイント高く、「2.区市町村の広報紙での告知」については 23 区 19%、多摩地区 15%で、23 区の方が 4 ポイント高くなった。

(年代別) 「1.広報東京都での告知」については、40 歳代の 43%を例外として、年代が上がるほど高くなり、20 歳代で 43%、70 歳以上で 76%となった。「2.区市町村の広報紙での告知」については、70 歳以上の 30%、60 歳代の 23%、30 歳代の 21%といった順で高くなった。

◆【キャンペーンの取り組みの有効性について】

(全 体) キャンペーンの取り組みの有効性については、全体で、「1.広報東京都での告知」46%、「2.区市町村の広報紙での告知」29%、「4.スーパー店頭でのPR」23%といった順で高くなった。

(性 別) 「1.広報東京都での告知」については男性 50%、女性 41%で、男性の方が 9 ポイント高く、「2.区市町村の広報紙での告知」については男性 30%、女性 28%で、男性の方が 2 ポイント高くなった。

(地域別) 「1.広報東京都での告知」については 23 区 43%、多摩地区 51%で、多摩地区の方が 8 ポイント高く、「2.区市町村の広報紙での告知」については 23 区 28%、多摩地区 31%で、多摩地区の方が 3 ポイント高くなった。

(年代別) 「1.広報東京都での告知」については、70 歳以上の 65%、50 歳代の 53%、60 歳代の 52%といった順で高くなった。

◆【『油・断・快適！下水道キャンペーン』の理解度について】

（全 体）『油・断・快適！下水道キャンペーン』のポスターの理解度について、全体では、「1. 油を含んだ排水を流すとどのような影響を引き起こすか理解できた」88%、「4. 油を流さないことでどのような効果があるのかわかった（下水道管の詰まり防止など）」66%、「5. 『油・断・快適！下水道』の意味がわかった」44%、「2. 汚れをふき取るタイミング（皿を洗う前）がわかった」42%、「3. 汚れをふき取る方法（不要な布等）がわかった」39%の順に高くなった。

（性 別）「1.油を含んだ排水を流すとどのような影響を引き起こすか理解できた」については男性 86%、女性 89%で、女性の方が 3 ポイント高くなった。この他のいずれの選択肢についても女性の方が高くなった。

（地域別）「1.油を含んだ排水を流すとどのような影響を引き起こすか理解できた」については 23 区 87%、多摩地区 89%で、多摩地区の方が 2 ポイント高くなった。

（年代別）「1.油を含んだ排水を流すとどのような影響を引き起こすか理解できた」については、30 歳代 91%、60 歳代 90%、20 歳代・50 歳代 87%、40 歳代 85%、70 歳以上 84%といった順で高くなった。

◆【油汚れをふき取ることの効果について】

（全 体）油汚れをふき取ることの効果について、全体では、「1.知っていた」63%、「2. 聞いたことがある」22%、「3.知らなかった」15%となった。

（性 別）「1.知っていた」については、男性 54%、女性 71%で、女性の方が 17 ポイント高くなった。

（年代別）「1.知っていた」については、60 歳代の 74%、50 歳代の 67%、70 歳以上の 65%といった順で高くなった。

（地域別）「1.知っていた」については、23 区は 60%、多摩地区 68%となり、多摩地区の方が 8 ポイント高くなった。

◆【「ダイエットレシピ」について】

（全 体）ダイエットレシピの認知状況について、全体では、「知っていた」27%、「知らなかった」73%となった。

（性 別）「知っていた」は、男性 19%、女性 35%で、女性の方が 16 ポイント高くなった。

（年代別）「知っていた」は、20 歳代の 13%が最も低く、30 歳代の 33%が最も高くなった。

（地域別）「知っていた」は、23 区で 28%、多摩地区で 26%となり、23 区の方が 2 ポイント高くなった。

◆【「ダイエットレシピ」をどこで知ったか】

（全 体）ダイエットレシピの認知経路について、全体では、「1. 下水道局ホームページ（HP）への掲載」の 51%、「2. イベントでのダイエットレシピブックの配布」の 38%で大部分を占めた。

（性 別）「1. 下水道局ホームページ（HP）への掲載」については、男性 46%、女性 53%で、女性の方が 7 ポイント高く、「2. イベントでのダイエットレシピブックの配布」については、男性 46%、女性 34%で、男性の方が 12 ポイント高くなった。

- (年代別) 「1. 下水道局ホームページ(HP)への掲載」については、30 歳代・50 歳代の 60%が、他の年代に比べ高くなった。「2. イベントでのダイエツレシヰヰックの配布」については、40 歳代の 47%が最も高くなった。
- (地域別) 「1. 下水道局ホームページ(HP)への掲載」については、23 区 50%、多摩地区 53%で、多摩地区の方が 3 ポイント高く、「2. イベントでのダイエツレシヰヰックの配布」については、23 区 40%、多摩地区 32%で、23 区の方が 8 ポイント高くなった。

4. 新たなキャンペーン展開について

60~73 頁

◆【キャンペーン展開について】

- (全 体) 今後のキャンペーンについて意見を求めたところ、全体では、「1.油・断・快適! 下水道キャンペーンを継続したほうがよい」79%、「2.新たなキャンペーンを展開したほうがよい」19%、「3.キャンペーンは必要ない」1%、「4.その他」1%となった。
- (性 別) 「1.油・断・快適! 下水道キャンペーンを継続したほうがよい」については男性 79%、女性 78%でほぼ拮抗しているが、「2.新たなキャンペーンを展開したほうがよい」については男性 17%、女性 21%で、女性の方が 4 ポイント高くなった。
- (年代別) 20 歳代のみ(回答数が 30 件と少ないものの)他の年代に比べて顕著な特徴を示しており、「1.油・断・快適! 下水道キャンペーンを継続したほうがよい」は 57%で全体に比べ 22 ポイント低く、「2.新たなキャンペーンを展開したほうがよい」は 37%で全体に比べ 18 ポイント高くなった。
- (地域別) 「1.油・断・快適! 下水道キャンペーンを継続したほうがよい」については 23 区 80%、多摩地区 76%で、23 区の方が 4 ポイント高く、「2.新たなキャンペーンを展開したほうがよい」については、23 区 18%、多摩地区 20%で、多摩地区の方が 2 ポイント高くなった。

◆【キャンペーン展開の回答の理由】

- (全 体) 今後のキャンペーン展開に対する自由回答について、前問(Q14)で「1.油・断・快適! 下水道キャンペーンを継続したほうがよい」と答えた方の理由は、「いまだ認知度が低いため」との回答が 42%、「継続が浸透につながる」との回答が 27%であった。「新たなキャンペーンを展開したほうがよい」と答えた方の理由では、「キャンペーンを知らなかった」との回答が 29%、「インパクトが小さい・地味」との回答が 26%であった。

◆【新たなキャンペーンおよびアイデア】

- (全 体) 「新たなキャンペーン」や「油・断・快適! 下水道キャンペーン」のアイデアを伺ったところ、「テレビの活用」と回答した方が 19%と最も高かった。次に「テレビ以外の媒体の工夫」と回答した方も 17%と高かった。

◆【東京都下水道局へのご意見・ご要望など】

（全 体）東京都下水道局へのご意見としては、「ダイエットレシピ」に関する意見が23%と最も高く、次いで「PR 方法へのご意見」20%、「PR 不足へのご意見」13%といった順で高くなった。

Ⅱ 回答者属性

- 平成 24 年度下水道モニター数は、アンケート実施時で 993 名である。
- 第 4 回アンケートは、平成 24 年 11 月 19 日（月）～12 月 4 日（火）までの 16 日間で実施した。その結果、621 名の方からの回答があった。（回答率 62.5%）

■回答者 性別・年代

性別・年代		回答者数	モニター数	回答率
男性	20 歳代	13	37	35.1%
	30 歳代	47	107	43.9%
	40 歳代	78	107	72.9%
	50 歳代	60	81	74.1%
	60 歳代	73	95	76.8%
	70 歳以上	29	34	85.3%
	小計	300	461	65.1%
女性	20 歳代	17	58	29.3%
	30 歳代	91	186	48.9%
	40 歳代	125	175	71.4%
	50 歳代	43	58	74.1%
	60 歳代	37	45	82.2%
	70 歳以上	8	10	80.0%
	小計	321	532	60.3%
合計		621	993	62.5%

■回答者 居住地域

地 域	回答者数	モニター数	回答率
2 3 区	417	676	61.7%
多摩地区	204	317	64.4%
合 計	621	993	62.5%

■回答者 職業

職 業	回答者数	モニター数	回答率
会社員	242	398	60.8%
自営業	44	66	66.7%
学生	6	24	25.0%
私立学校教員・塾講師	6	7	85.7%
パート	36	66	54.5%
アルバイト	24	25	96.0%
専業主婦	160	280	57.1%
無職	78	95	82.1%
その他	25	32	78.1%
合計	621	993	62.5%

※モニター数と回答者数については、職業の変化等により、一致しないことがある。

Ⅲ 集計結果

※ 文中の「n」は、質問に対する回答者数で、比率(%)はすべて「n」を基数(100%)として算出している。
また、小数点以下を四捨五入してあるので、内訳の合計が100%にならないこともある。

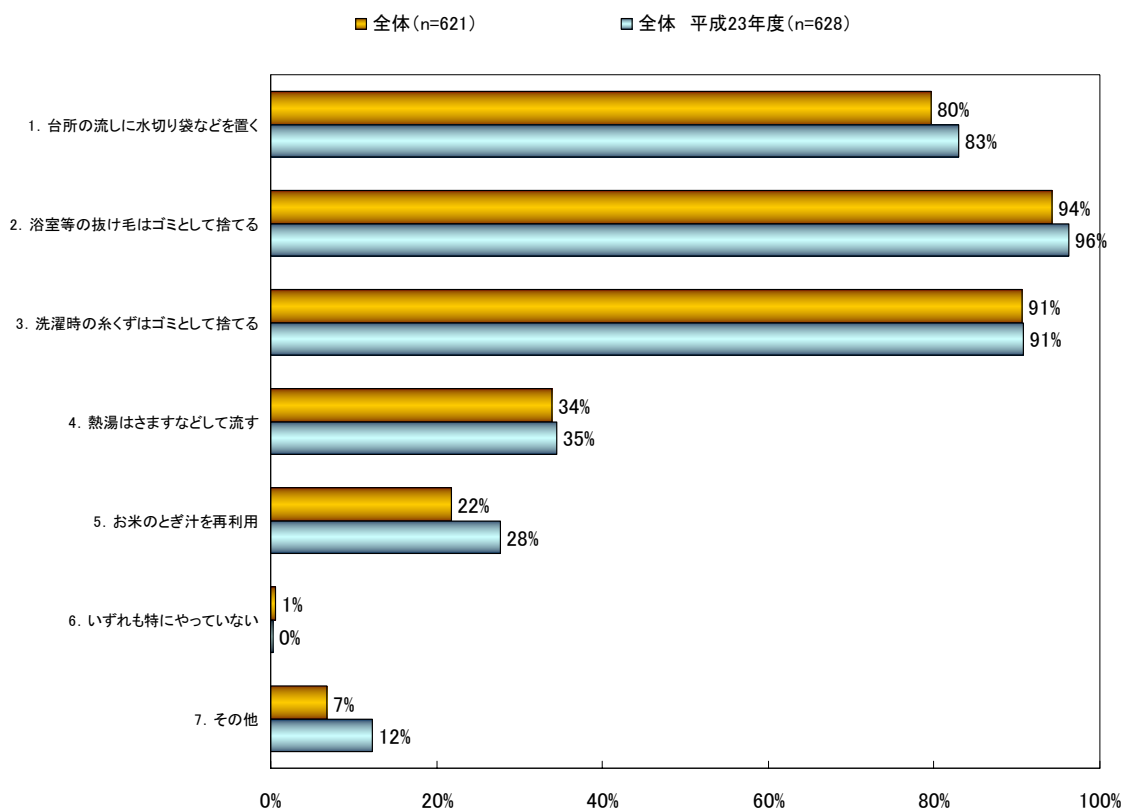
1. ご家庭での生活排水の実態について

1-1. 生活排水の実態について〔全体〕

- 家庭の生活排水に対して日頃から実行していることについて、全体では、「2. 浴室等の抜け毛はゴミとして捨てる」94%、「3. 洗濯時の糸くずはゴミとして捨てる」91%、「1. 台所の流しに水切り袋などを置く」80%の順に高くなった。
- 平成23年度調査との比較では、全体の順位に変動は無いが、「2. 浴室等の抜け毛はゴミとして捨てる」は96%から2ポイント低くなり、「3. 洗濯時の糸くずはゴミとして捨てる」は91%で差異は無く、また「1. 台所の流しに水切り袋などを置く」は83%から3ポイント低くなった。

Q1. 次の事柄のうち、あなたのお宅で日頃から実行していることについてお伺いします。
以下の選択肢の中から、該当するものをいくつでもお選び下さい（複数回答）。

図 1-1 生活排水の実態について〔全体〕



「7. その他の取り組み」の記載内容のうち、主な意見を以下に紹介する。

【油の処理】

- ◆ 食器の油脂分を布などで拭取る
- ◆ 廃油はゴミとして回収してもらう
- ◆ 油は牛乳の空き箱等に入れた新聞紙に吸わせてから捨てる
- ◆ 油を固めてゴミとして出す

【無洗米の利用など】

- ◆ お米は無洗米を使用
- ◆ 玄米、無洗米を使用
- ◆ 米のとぎ回数を二回ぐらいにしている

【雨水の利用など】

- ◆ 雨水・グレイウォーター利用
- ◆ 雨水タンクを花やりに
- ◆ 雨水タンクを置く

【お風呂の水の再利用など】

- ◆ アルカリイオン水の酸性水は風呂で使用。風呂の水は洗濯に使用。
- ◆ お風呂の水の再利用
- ◆ 浴槽残り水は花木に散水

【その他の工夫】

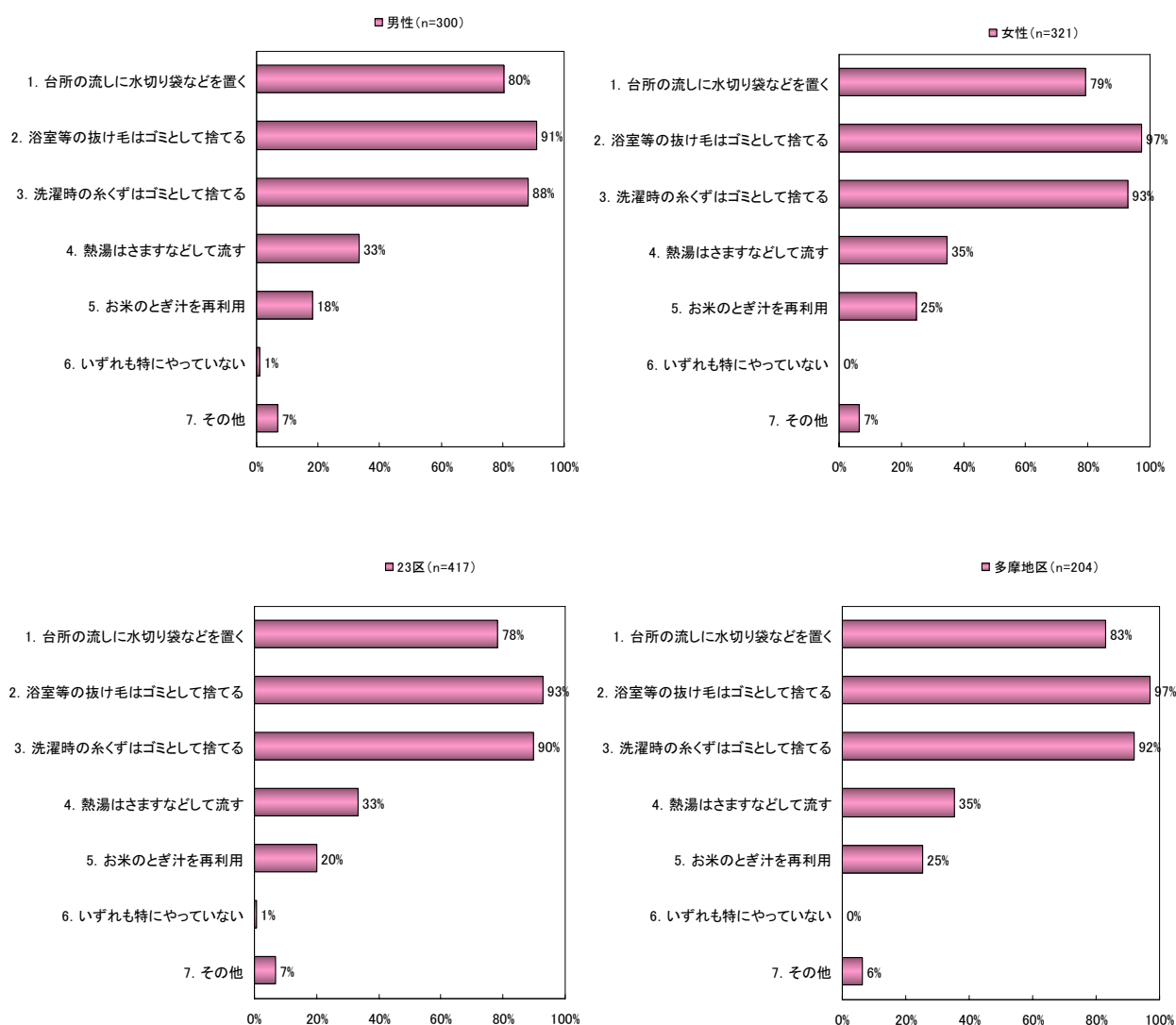
- ◆ ディスポーザーを使用
- ◆ トイレはできるだけまとめて流す
- ◆ 合成洗剤を使わない
- ◆ 出来るだけ汚れを落としてから洗う
- ◆ 洗剤を表示より少なめに使用
- ◆ 洗車のときに洗剤を使わない
- ◆ 庭に撒くける使用済水は庭に散水する

1-2. 生活排水の実態について〔性別・地域別〕

- 性別にみると、「2. 浴室等の抜け毛はゴミとして捨てる」については、男性 91%、女性 97%で、女性の方が 6 ポイント高くなり、「3. 洗濯時の糸くずはゴミとして捨てる」については、男性 88%、女性 93%で、女性の方が 5 ポイント高くなった。一方、「1. 台所の流しに水切り袋などを置く」については、男性 80%、女性 79%で、男性の方が 1 ポイント高くなった。
- 地域別にみると、「2. 浴室等の抜け毛はゴミとして捨てる」については、23 区 93%、多摩地区 97%で 4 ポイント、「3. 洗濯時の糸くずはゴミとして捨てる」については、23 区 90%、多摩地区 92%で 2 ポイント、「1. 台所の流しに水切り袋などを置く」については、23 区 78%、多摩地区 83%で 5 ポイント、いずれも多摩地区の方が高くなった。

Q1. 次の事柄のうち、あなたのお宅で日頃から実行していることについてお伺いします。
以下の選択肢の中から、該当するものをいくつでもお選び下さい（複数回答）。

図 1-2 生活排水の実態について〔性別・地域別〕

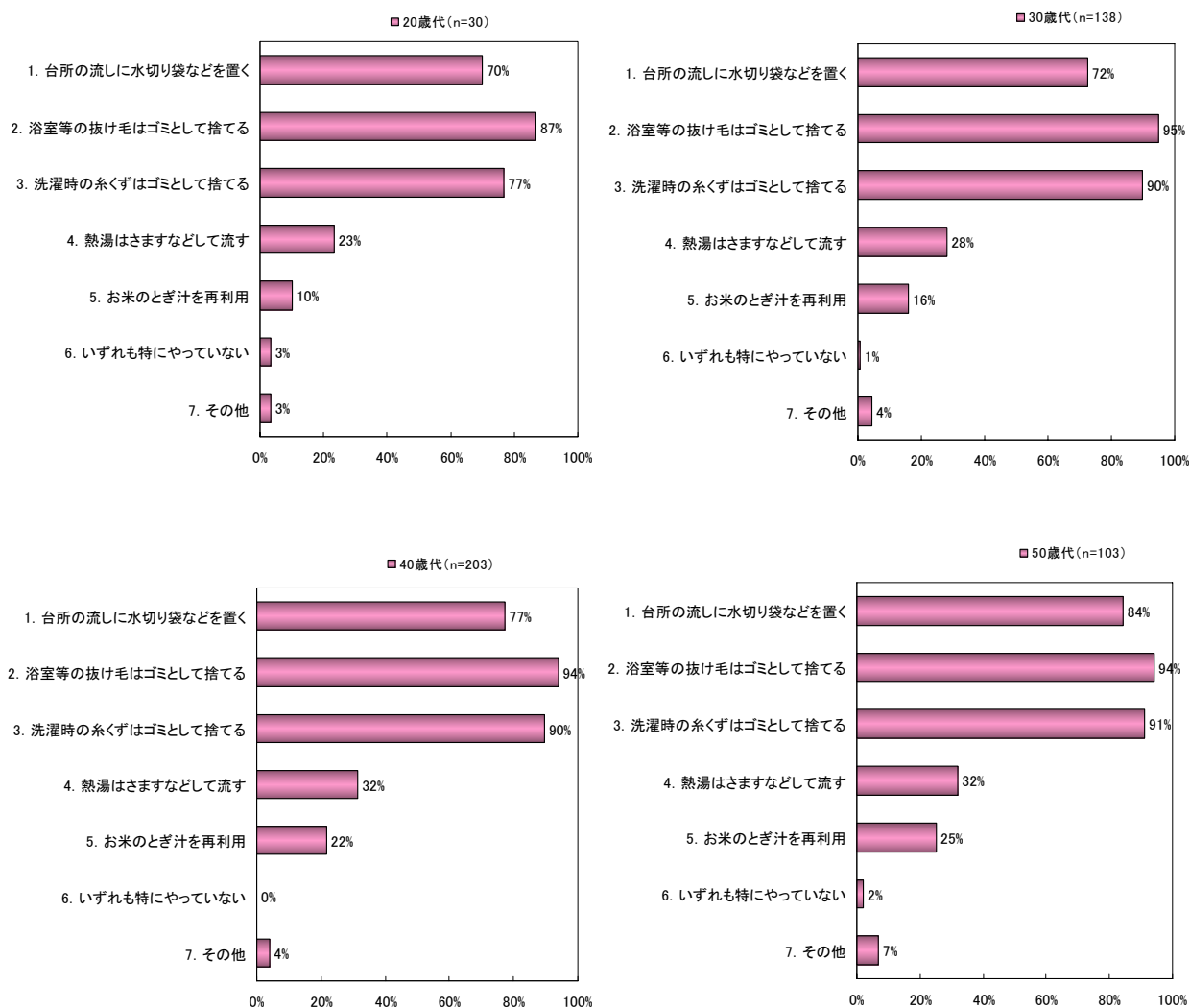


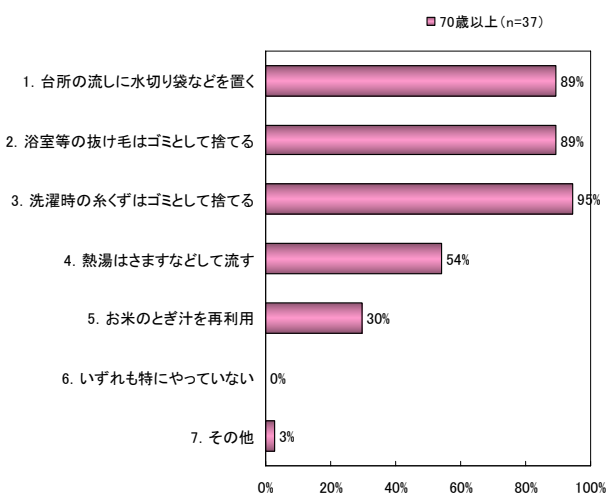
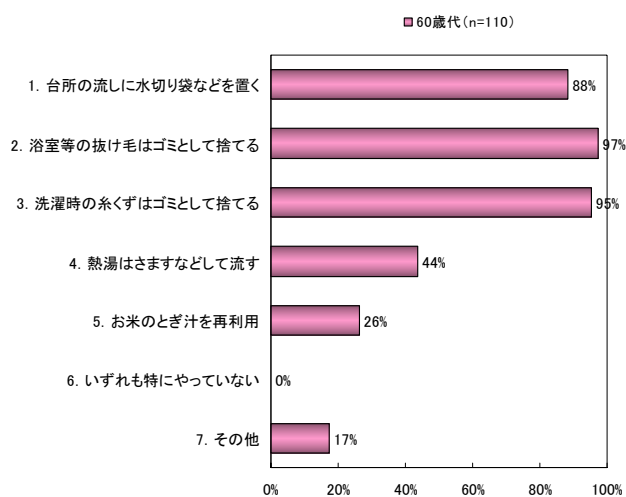
1-3. 生活排水の実態について〔年代別〕

- 年代別にみると、各項目の順位に差異は無いが、20歳代はいずれの項目についての低く、「2. 浴室等の抜け毛はゴミとして捨てる」は87%で7ポイント、「3. 洗濯時の糸くずはゴミとして捨てる」は77%で14ポイント、「1. 台所の流しに水切り袋などを置く」は70%で10ポイント、全体に対して低くなった。

Q1. 次の事柄のうち、あなたのお宅で日頃から実行していることについてお伺いします。
以下の選択肢の中から、該当するものをいくつでもお選び下さい（複数回答）。

図 1-3 生活排水の実態について〔年代別〕





1-4. 家庭の排水が引き起こす影響について①

- 家庭からの排水が引き起こす影響のうち、「1）台所から流れ出た油汚れは、冷えて下水道管に付着して固まり、下水道管を詰まらせたり、悪臭の原因になること」について、全体では、86%が「知っていた」と回答している。
- 性別にみると、男女とも 86%が「知っていた」と回答し、差異は無い。
- 年代別にみると、年代が上がるにつれて「知っていた」の回答が高くなり、20 歳代では 70%であったものが、70 歳以上では 97%となっている。
- 地域別にみると、23 区と多摩地区とも 86%で、差異は無い。
- 平成 23 年度調査も 86%であり、差異は無い。

Q2. 家庭の排水が引き起こす影響について伺います。以下のそれぞれの項目について、あなたはご存知でしたか。該当する選択肢を一つだけお選び下さい。（単一回答）。

- 1）台所から流れ出た油汚れは、冷えて下水道管に付着して固まり、下水道管を詰まらせたり、悪臭の原因になること

図 1-4 家庭の排水が引き起こす影響について①



1-5. 家庭の排水が引き起こす影響について②

- 家庭からの排水が引き起こす影響のうち、「2）下水道管に付着して固まった油の塊（オイルボール）が大雨の降った時に流れ出して川や海を汚してしまうこと」について、全体では、59%が「知っていた」と回答している。
- 性別にみると、「知っていた」については、男性 63%、女性 56%で、男性の方が7ポイント高くなった。
- 年代別にみると、「知っていた」については、70歳以上が86%と最も高く、次いで60歳代の69%、50歳代の65%といった順である。30歳代が44%と最も低くなった。
- 地域別にみると、「知っていた」については、23区で60%、多摩地区で58%と、23区の方が2ポイント高くなった。
- 平成23年度調査と比較して、「知っていた」については、63%から4ポイント低くなった。

Q2. 家庭の排水が引き起こす影響について伺います。以下のそれぞれの項目について、あなたはご存知でしたか。該当する選択肢を一つだけお選び下さい。（単一回答）。

2）下水道管に付着して固まった油の塊（オイルボール）が大雨の降った時に流れ出して川や海を汚してしまうこと

図 1-5 家庭の排水が引き起こす影響について②



1-6. 家庭の排水が引き起こす影響について③

- 家庭からの排水が引き起こす影響のうち、「3）お米のとぎ汁には、海に赤潮を発生させる原因となる「りん」や「ちっ素」が多く含まれていること」について、全体では、37%が「知っていた」と回答している。
- 性別にみると、「知っていた」については、男性 38%、女性 36%で、男性の方が2ポイント高くなった。
- 年代別にみると、「知っていた」については、50歳代が48%と最も高く、次いで20歳代の43%、70歳以上の38%といった順である。
- 地域別にみると、「知っていた」については、23区で36%、多摩地区で38%と、多摩地区の方が2ポイント高くなった。
- 平成23年度調査と比較して、「知っていた」については、41%から4ポイント低くなった。

Q2. 家庭の排水が引き起こす影響について伺います。以下のそれぞれの項目について、あなたをご存知でしたか。該当する選択肢を一つだけお選び下さい。（単一回答）。

3）お米のとぎ汁には、海に赤潮を発生させる原因となる「りん」や「ちっ素」が多く含まれていること

図 1-6 家庭の排水が引き起こす影響について③



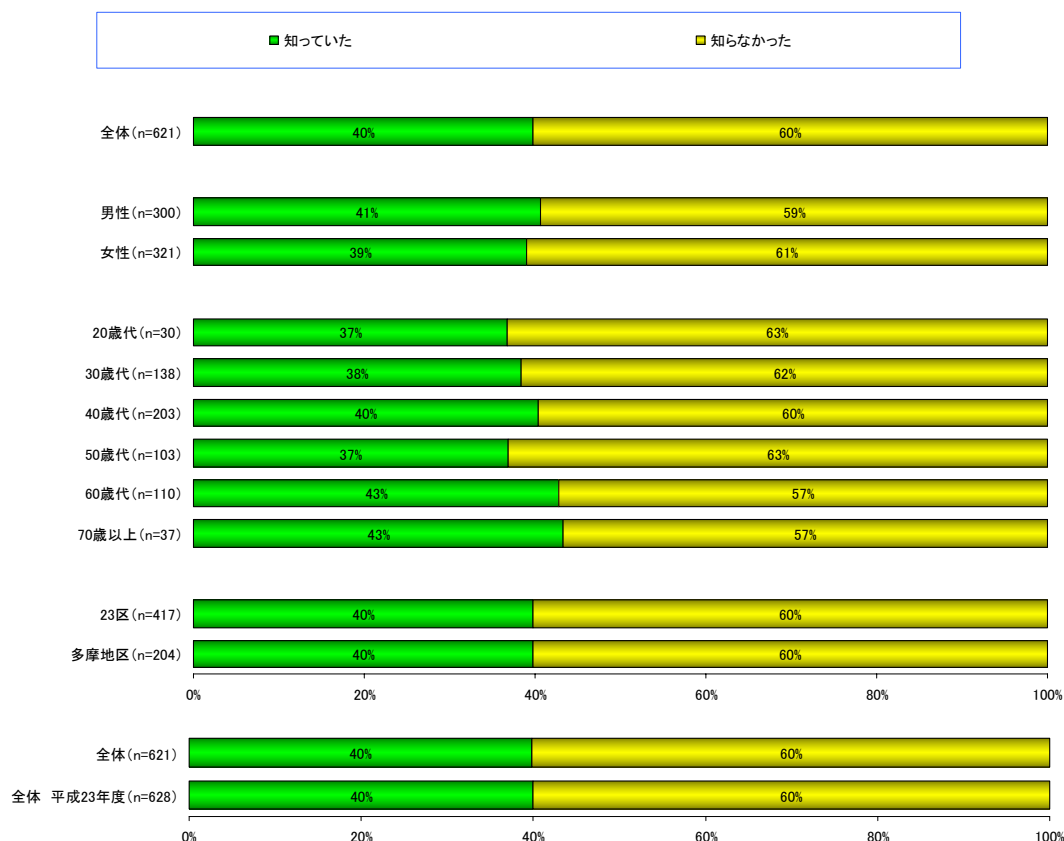
1-7. 家庭の排水が引き起こす影響について④

- 家庭からの排水が引き起こす影響のうち、「4）宅地内の排水管には、主に硬質塩化ビニル管が使われているため、熱湯を流すと管が変形することがあること」について、全体では、40%が「知っていた」と回答している。
- 性別にみると、「知っていた」については、男性 41%、女性 39%で、男性の方が 2 ポイント高くなった。
- 年代別にみると、「知っていた」については、60 歳代・70 歳以上が 43%と最も高く、20 歳代・50 歳代が 37%と最も低くなった。
- 地域別にみると、23 区と多摩地区ともに 40%となり、差異は無い。
- 平成 23 年度調査も 40%となり、差異は無い。

Q2. 家庭の排水が引き起こす影響について伺います。以下のそれぞれの項目について、あなたはご存知でしたか。該当する選択肢を一つだけお選び下さい。（単一回答）。

- 4）宅地内の排水管には、主に硬質塩化ビニル管が使われているため、熱湯を流すと管が変形することがあること

図 1-7 家庭の排水が引き起こす影響について④

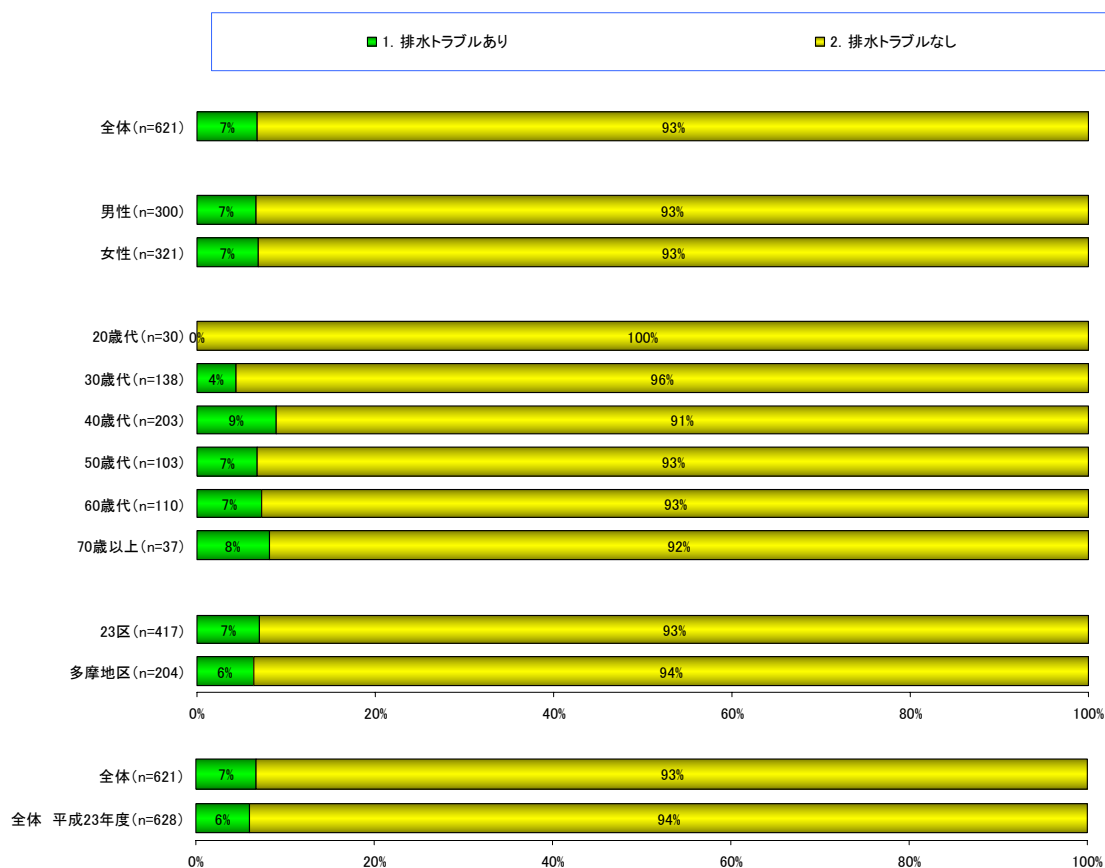


1-8. 排水トラブルの実態について

- 排水トラブルの経験について、全体では「1. 排水トラブルあり」は7%であった。
- 性別にみると、男性と女性とも7%であり、差異は無い。
- 年代別にみると、「1. 排水トラブルあり」は、40歳代が9%で最も高く、「20歳代」は（回答数が30件と少ないが）0%であった。
- 地域別にみると、23区7%、多摩地区6%となり、23地区の方が1ポイント高くなった。
- 平成23年度調査と比較すると、6%から1ポイント高くなった。

Q3. あなたのご家庭では、最近1年以内に排水トラブルはありましたか（単一回答）。

図 1-8 排水トラブルの実態

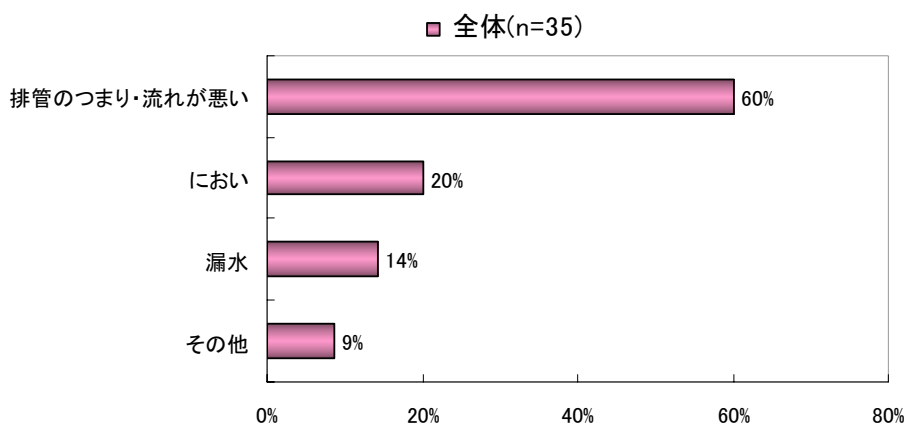


1-9. 排水トラブルの内容について

- 自由回答から排水トラブルの内容をみると、「排水管のつまり・流れが悪い」が60%、次いで「におい」が20%、「漏水」が14%であった。
- 以下に排水トラブル内容について具体的な意見を紹介する。

Q3-1. トラブル内容を具体的にご記入ください。(自由回答)。

図 1-9 排水トラブルの内容



上記は、表記のキーワードに関連した内容を回答した回答者の割合(率)である。例えば1位の「排水管つまり・流れが悪い」は、総回答者数35人のうち、回答欄に文章で「排水管つまり・流れが悪い」に関連する内容を記載した21人(60%)の割合を示している(以降の自由回答は、すべて同様の方法にて集計している)。

1. 「排水管のつまり・流れが悪い」事例

- ◆ 台所の流しの排水が悪くなり、業者に洗浄を依頼しました。(40歳代女性、23区)
- ◆ 洗面所下部の排水管が詰まって、水が流れなくなった。(50歳代男性、23区)
- ◆ トイレの排水つまり(50歳代男性、多摩地区)
- ◆ お風呂の排水管が少し詰まり気味になった。(60歳代女性、23区)

2. 「におい」の事例

- ◆ とくに夏場においが出てくる。(40歳代男性、23区)
- ◆ パイプ洗浄剤を使っても、排水パイプからイヤなニオイが漂ってきて困っています。(40歳代女性、23区)
- ◆ 排水溝からにおいがあがってくる。風の強い日などは特にそう感じる(40歳代女性、多摩地区)
- ◆ 排水口から悪臭がする。(60歳代女性、23区)

3. 「漏水」の事例

- ◆ シンクの排水溝の周りから水漏れ。シンクと下水管の接続部にゴミがたまっていたために水漏れした（30 歳代女性、23 区）
- ◆ 2階のキッチンの排水溝がつまり1階の寝室の天井から汚水が漏れてきた（40 歳代男性、23 区）
- ◆ 洗面台の下が物入れになっており、その中に排水のための配管がされている。その管の U 字になった下側にヒビ（穴）があいて水が漏れだした。気づかずに翌朝起きたら物入れの中が水浸し（ちょっとオーバーか？）になっていた。（60 歳代男性、多摩地区）
- ◆ 洗面台のホースが穴が開いていたため、水漏れが起きた。（60 歳代女性、23 区）

4. 「その他」の事例

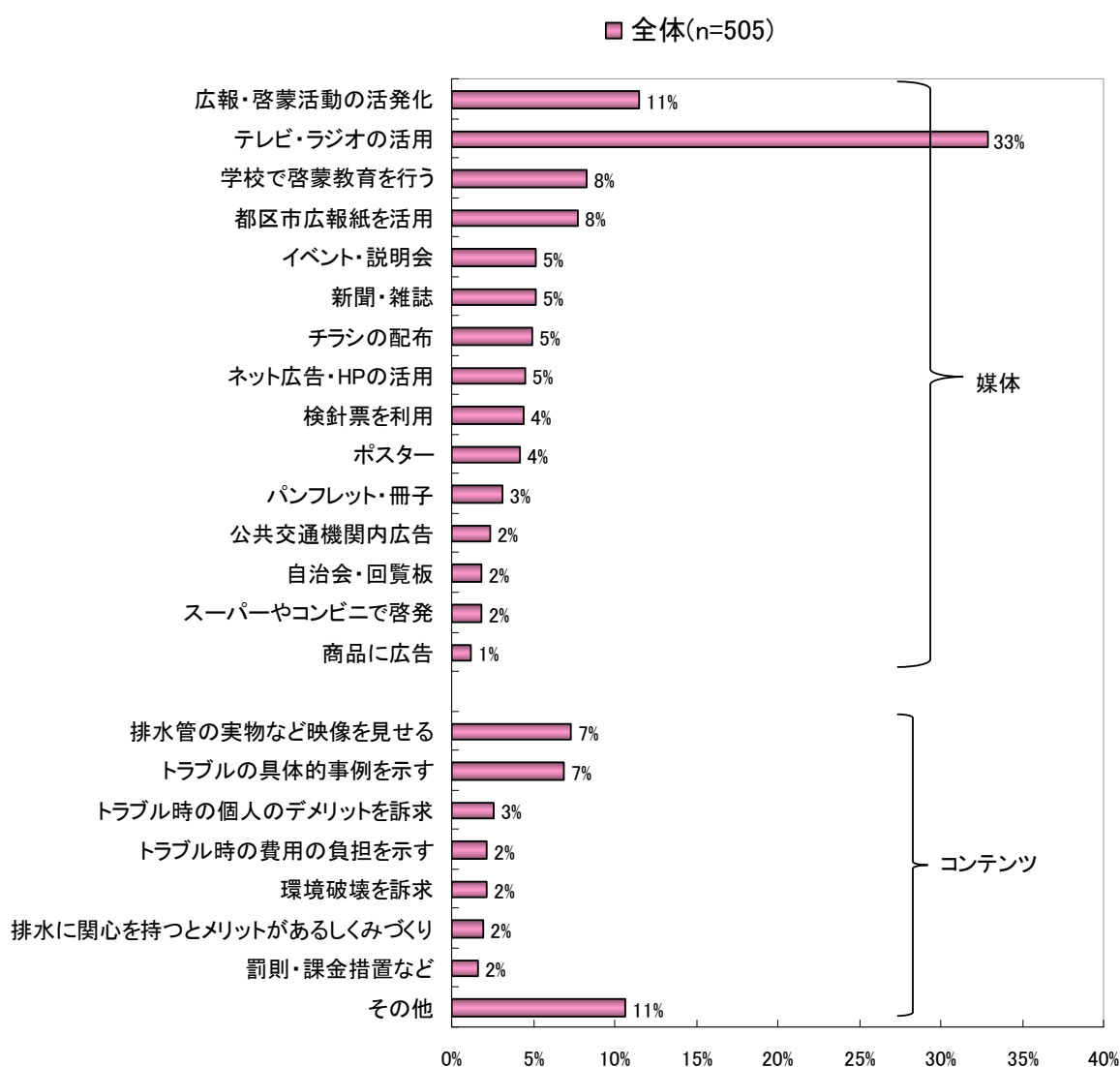
- ◆ 集合住宅に居住。洗面所の洗面台に上階の排水が流れ込んで来る。（40 歳代男性、多摩地区）
- ◆ 落ち葉が樋に詰まり雨水が溢れて地面にたたき落ちて泥はねで建物やその近辺が汚れた。（50 歳代男性、多摩地区）

1-10. 家庭排水に関心のない方に関心を持ってもらうための方策

- 家庭の排水に気を配らない方に関心を持ってもらうための方策を伺ったところ、「テレビ・ラジオの活用」33%、「広報・啓蒙活動の活発化」11%となった。次いで、「学校で啓蒙教育を行う」と「都区市広報紙を活用」が共に8%といった順となった。
- 以下に、ご意見を多数お寄せいただいたので、一部ご紹介する。

Q4. あなたは、家庭の排水に気を配らない方に関心を持ってもらうためには、どのような方法が有効だと思いますか。（自由回答）。

図1-10 家庭排水に関心のない方に関心を持ってもらうための方策



※ 上記は、表記のキーワードに関連した内容を回答した回答者の割合（率）である。例えば1位の「テレビ・ラジオの活用」は、総回答者数505人のうち、回答欄に文章で「テレビ・ラジオの活用」に関連する内容を記載した166人（33%）の割合を示している（以降の自由回答は、すべて同様の方法にて集計している）。

1. 「広報・啓蒙活動の活発化」に関連した意見

- ◆ 根気よく説明を続けていく事が大事だと思います(30 歳代女性、多摩地区)
- ◆ もっと広報活動するべき。難しい表現ではなく、簡単なイラストや、マンガのポスターなどで。(50 歳代女性、23 区)
- ◆ 広報活動での徹底要請(60 歳代男性、23 区)
- ◆ 排水又は排水管への悪影響事例をあらゆるチャンスを生かしてPRする。(70 歳以上男性、23 区)

2. 「テレビ・ラジオの活用」に関連した意見

- ◆ テレビのCMや番組で取り上げてもらう。(20 歳代女性、23 区)
- ◆ TVCMで、排水の問題を具体的に紹介してわかりやすく説明する。(40 歳代男性、23 区)
- ◆ TVCMで繰り返し放映したり、バラエティー番組などで取り上げてもらう(50 歳代女性、23 区)
- ◆ もう少しインパクトのある啓もう活動が必要だと思う。(テレビCM・公共放映利用等)(70 歳以上男性、多摩地区)

3. 「学校で啓蒙教育を行う」に関連した意見

- ◆ ゴミの分別と同じで、関心がない人はやらないと思うが、子供の頃から家庭や学校で現場をみるといいと思う。(30 歳代女性、23 区)
- ◆ 学校教育(義務教育)で、排水処理について学習させるべき。大人に浸透させるのは難しいが、子どものころに学校で学んだことはずっと覚えていると思うから。(40 歳代女性、23 区)
- ◆ 幼稚園や小学校の子供を教育する事により、その子の口を通して親を教育する。更に、子供絵の教育を実施する際に父兄の出席を求め、一緒に教育する。(60 歳代男性、23 区)
- ◆ 学校で生徒に教えてそれを家庭で親や家族に教える。(70 歳以上男性、多摩地区)

4. 「都区市広報紙を活用」に関連した意見

- ◆ 区の新聞に何度か記載する(20 歳代男性、23 区)
- ◆ 自治体の広報紙等で排水トラブルの実例を紹介し、一人一人がこの問題に関心を持ち出来る事から実行していくよう啓発する。無関心な人への周知啓発は大変だとは思いますが、地道な積み重ねが実を結ぶ事を信じて実行していく事が大事だと思う。(40 歳代男性、多摩地区)
- ◆ 広報等で分かりやすく箇条書きでイラスト等も交えつたえる。それを壁等に貼れると良いとおもう。公なら駅等にも。(50 歳代女性、23 区)
- ◆ 水道局ニュース、東京都水道ニュース、あらゆる広報に沢山ではなくて絞り込み①、②、③などのように重要項目を載せてPR活動を繰り返し載せる(60 歳代男性、多摩地区)

5. 「イベント・説明会」に関連した意見

- ◆ 地域のイベント(産業祭など)にてブース出展・模擬店など催す。(30 歳代男性、多摩地区)
- ◆ 面白いイベントなどで興味を引いて、情報を伝えるなどが良いと思います。以前いただいたレシピ(コンテスト?)小冊子はとても良かったです。(40 歳代女性、23 区)
- ◆ 身近なところで、実例を出した見学会を開催していただければ、より多くの区民に理解

してもらえと思う。(50 歳代男性、23 区)

- ◆ 実演講習がよい。区役所のイベント等で、油を流したとき、熱湯を流したとき等を実演してみせる(60 歳代男性、23 区)

6. 「新聞・雑誌」に関連した意見

- ◆ CMや新聞広告など目につきやすい広告で、排水で大変なことになることが一目でわかるようなインパクトあるものを出す。(30 歳代女性、多摩地区)
- ◆ 新聞広告・折込紙に特集で解説を掲載する。(30 歳代男性、23 区)
- ◆ 水道広告紙ではなく、普通の新聞に広告をだす。水道広報誌や東京都報は主人は読まないで、普通の新聞に掲載するほうがよいと思う。(40 歳代女性、23 区)
- ◆ 新聞記事などで正しい知識を広く伝える。(60 歳代女性、23 区)

7. 「チラシの配布」に関連した意見

- ◆ ○だけの油を捨てると、お風呂○杯分の水が必要、というチラシをまく(30 歳代男性、多摩地区)
- ◆ 定期的に全家庭にチラシのようなものを配る。駅での告知(40 歳代女性、23 区)
- ◆ 新聞の折り込みチラシなどで注意を促す。(40 歳代女性、多摩地区)
- ◆ 気が付きにくいトラブル原因は、注意事項をチラシ(箇条書き)にして、台所の目につくところに貼ってもらう。(60 歳代男性、多摩地区)

8. 「ネット広告・HP」に関連した意見

- ◆ 新聞、テレビ、インターネット配信を利用し、排水に気を配らないと、川が汚染し水道水が汚染することを広報することで効果が期待できると思います。(60 歳代男性、多摩地区)
- ◆ Yahoo 等の検索エンジンのトップページや、新聞に広告を出す(30 歳代男性、23 区)
- ◆ スマホや携帯の無料ゲームと提携してゲームの中で宣伝する(40 歳代男性、23 区)
- ◆ 継続してホームページ等で呼びかける(40 歳代女性、多摩地区)

9. 「検針票を利用」に関連した意見

- ◆ 「検針票(領収書)」の活用。コストを考えなければ「テレビ」「新聞」と思いますが費用対効果です。そんなに経費をかけないで となると 地道に相応の手段を講じることです。(70 歳以上男性、多摩地区)
- ◆ 排水に気を配らない人は通常料理もしないような気がします。下水道の明細書の裏に工夫をしてみてくださいように促すのはどうでしょうか。(30 歳代女性、23 区)
- ◆ 排水についてのお知らせを水道料金のお知らせに目立つように表記する。(40 歳代女性、多摩地区)
- ◆ 水道メーターのチェックした時の後に配る水道下水道代の請求書に、広報のチラシを一緒に配る。(60 歳代男性、23 区)

10. 「ポスター」に関連した意見

- ◆ もっと広報活動するべき。難しい表現ではなく、簡単なイラストや、マンガのポスターなどで。(50 歳代女性、23 区)

- ◆ 実際に痛い目に遭うのが一番効果的だとは思いますが、ポスターなどをマンションの掲示板へ貼って注意喚起するのが有効だと思います。(30 歳代男性、23 区)
- ◆ 例を示して注意喚起するしかないと思う。マンションの掲示板に張り紙をするとか、排水管の定期清掃のときの業者にパンフレットを配布させるとかして、とにかく目に触れさせることが大切ではないか。(30 歳代女性、23 区)
- ◆ 本人の自覚の問題なので大変難しい人もいます。油を平気で流す人もいます。ポスターを小学生 中学生にコンクールで募集してその中で優秀な作品を掲示して P R したら良いと思います。水道部で行って道路沿いに掲示してありますが、子供達の創造力はすごいなと関心しています。(60 歳代女性、多摩地区)

1 1. 「パンフレット・冊子」に関連した意見

- ◆ 毎日何気なくとっている行動が実はこんなことをひきおこしているということをイラスト化した下水道局からのパンフレット保存版を各家庭に配布する(20 歳代女性、23 区)
- ◆ 大きなトラブルになるとは考えずに流してしまっている人がほとんどだと思うので、年に一度冊子を配って周知させることが必要だと思います。ホームページでのお知らせでは気になった人しか検索をしないと思うので、手に取って見られるものがないのではないかと感じました。(30 歳代女性、多摩地区)
- ◆ 各家庭にパンフレットなどを配布する。(40 歳代女性、多摩地区)
- ◆ 青梅市は、ごみ出しのさいの分別のマニュアル(品詞)を各家庭に配布された。同様に各市区町村を通じて排水のマニュアルの配布を願いたい。(60 歳代男性、多摩地区)

1 2. 「公共交通機関内広告」に関連した意見

- ◆ テレビやラジオでのよびかけ、電車の中の掲示も目につきます(30 歳代女性、多摩地区)
- ◆ 電車内広告(40 歳代男性、23 区)
- ◆ 駅ホームや電車内ポスターで告知(40 歳代女性、23 区)
- ◆ 電車車内広告等にて P R する。(50 歳代男性、23 区)

1 3. 「自治会・回覧板」に関連した意見

- ◆ 町会の回覧板などで、気を配る様に注意を促す。(50 歳代女性、23 区)
- ◆ 町内会、マンションの管理組合を通じて、啓発を活発化させる。(60 歳代男性、23 区)
- ◆ 自治会報など身近なところからの広報が有効だと思います。(60 歳代女性、多摩地区)
- ◆ 自治会や町内会を通じての啓蒙のビラ等の配布等(70 歳以上男性、多摩地区)

1 4. 「スーパーやコンビニで啓発」の意見

- ◆ スーパーやコンビニなどでの啓発活動。(30 歳代女性、23 区)
- ◆ スーパーでの冊子やチラシの配布、もしくはスーパーなどで配布されてるスーパー専門の冊子で、排水についての記事を載せる。(30 歳代女性、23 区)
- ◆ 商店街、駅など、或いはスーパなどで配管の実害をアピール(50 歳代男性、23 区)
- ◆ 家庭で一番多く排水に関するのは、主婦だと思うので、スーパーとか、主婦が良く行く所で、キャンペーンをする。(60 歳代女性、23 区)

15. 「商品に広告」に関連した意見

- ◆ 生活排水についてのキャンペーン実施。テレビ・新聞・関連するメーカーとタイアップして実施。生活者に対しての迫力あるメッセージが最重要です。(60 歳代男性、23 区)
- ◆ 家庭での排水に気を配らない人より知らない人もいると思うので、例えば米のとぎ汁が赤潮を発生させる原因となる物質を多く含んでいることを米のパッケージに印刷するなどして多くの人に知らせるようにすれば良い。(30 歳代女性、23 区)
- ◆ 商品に明記する。(ゴミ袋とか)(30 歳代女性、23 区)
- ◆ リンナイなどの流し台を作っている会社に熱湯は流すと流し台の配管の傷みが速くなるので熱湯は水と一緒に流す、若しくはさめてから流す、とシールのようなものを貼って貰うようにする。(50 歳代女性、23 区)

16. 「排水管の実物など映像を見せる」に関連した意見

- ◆ 普段見えない排水管の中を映像で可視化して説明する(30 歳代男性、多摩地区)
- ◆ 実際に汚れた排水管や汚水などの現物または模型・写真などを見せる。(30 歳代女性、23 区)
- ◆ 汚い配管の模型または実物のカッティングモデルを見せる(50 歳代男性、23 区)
- ◆ 下水道管の調査や工事現場などで管の内側にこびりついた状態の現物を見本展示して視覚による啓蒙を行う。(60 歳代女性、23 区)

17. 「トラブルの具体的事例を示す」に関連した意見

- ◆ 実際の排水トラブルの実例を体感したら良いと思います。(20 歳代女性、多摩地区)
- ◆ トラブルが発生した時に、具体的に生じる不具合(たとえば、悪臭など)をお知らせすればよいと思います。(30 歳代男性、23 区)
- ◆ 無関心が引き起こすトラブルについての情報を流すこと。その際は、控えめよりも最悪の場合などをアピールした方が良いと思う。(50 歳代女性、多摩地区)
- ◆ トラブルの事例を告知する。ほとんどの人がトラブルの原因を知らずトラブル発生で初めて知る場合が多い。 予防のためにも事例、原因の告知が必要と思う。(70 歳以上男性、23 区)

18. 「トラブル時の個人のデメリットを訴求」に関連した意見

- ◆ 排水に気を配らない事によるデメリットを大きく取り上げる。また、それとともに簡単な解決方法を提案する。(20 歳代男性、23 区)
- ◆ 気を配らないとどうなるのかという事を具体的に伝えていく必要がある。(40 歳代女性、23 区)
- ◆ 配水管が詰まった場合には どんな大変なことになるかを周知する。集合住宅の場合にはほかの人に迷惑をかけるし、時には工事が必要になることもある。(50 歳代女性、23 区)
- ◆ 排水にゴミを捨てると逆流し、水が噴き出る恐れがあるなど、自分の身に起きる恐れがあると注意勧告する。(60 歳代女性、多摩地区)

19. 「トラブル時の費用の負担を示す」に関連した意見

- ◆ 気を配らなかったためにかかる経済的損失額(宅地内の排水管が変形して交換する際の費用など)を新聞広告、テレビのCMでアピールする方法(30歳代女性、多摩地区)
- ◆ 自宅、借家等関係なく、排水管の詰まりや故障はその住人が修理代金を払う油や熱湯を流すことによって下水管に悪影響を及ぼすこと、またその対応に税金がかかることなどコマーシャルを流す。(40歳代男性、多摩地区)
- ◆ 排水トラブルを引き起こすと、費用がかかることを強く訴えれば良いと思う。わが身に金銭的な負担がかかるとなると、意外に人の話を聞くものです。(40歳代男性、23区)
- ◆ トラブルに伴うコスト・発生頻度等について周知徹底することで啓蒙を図る(50歳代男性、23区)

20. 「環境破壊を訴求」に関連した意見

- ◆ 環境に害があることを知ってもらう機会を作る(40歳代女性、23区)
- ◆ 魚が住めるには、どれだけのきれいな水が必要かどうかを、絵本にする。(50歳代女性、多摩地区)
- ◆ そのような人の行為が、地球環境の汚染の原因になっていることを周知せしめる。(60歳代男性、23区)
- ◆ 排水が海や川に流れ自然破壊をひきおこし、さらに人間が汚した水を人間が再利用しているという水の循環や、きれいな水がなければ人間は生きていけないという水不足地帯の実態などを繰り返し伝えることが必要と考えます。また排水の浄化には膨大なコストがかかっていること、生活排水には人間の排泄物も含むと言うと驚く人もいますので、水の循環についてグロテスクなくらい具体的な説明を繰り返せば効果があると思います。(60歳代女性、23区)

21. 「排水に関心を持つとメリットがあるしくみづくり」に関連した意見

- ◆ 難しい問題だが何らかの方法で、排水に関心をもってもらうためには、何かをした場合、水道料を割引するとかが有効だと思う。(30歳代男性、23区)
- ◆ 何か排水に気を配ったことをしたら得点がもらえるなど、少しでも排水に関心を持ってもらえるようなイベントを定期的に行ったらいいと思います。(30歳代女性、多摩地区)
- ◆ 各家庭の配水管にフィルタ機能を付け義務化する。下水道局指定のフィルタを販売する。フィルタ代は使用した家庭が負担する事になるが下水道がきれいになるため下水道料金を大幅に下げて対応する。フィルタ交換に出費が伴うため排水に気を使う人が大幅に増加する。(40歳代男性、多摩地区)
- ◆ 排水に気を使うと、こんな得なことがあるというプラスの面を訴える。(40歳代女性、23区)

22. 「罰則・課金措置など」に関連した意見

- ◆ 下水道料金の加算。環境税的な処理費用の外部化(20歳代女性、多摩地区)
- ◆ 罰則を設ける(30歳代男性、23区)
- ◆ 人は困らない限り、反省しません。明らかに個人が原因の下水道管補修などは、原因者に費用を負担させては如何でしょうか。(40歳代男性、23区)
- ◆ 排水トラブルの起因となった家庭に対し、工事費の実費を請求するようにする。(50歳代男性、23区)

23. 「その他」の意見

- ◆ 料理番組で紹介する(30 歳代女性、23 区)
- ◆ 身の回りの人に聞いてみると、賃貸の人ほど無頓着なようです。引っ越し後、水道の開栓時に周知するなどの対策も必要かと思われます。(40 歳代男性、23 区)
- ◆ 各家庭の配水管にフィルタ機能を付け義務化する。下水道局指定のフィルタを販売する。フィルタ代は使用した家庭が負担する事になるが 下水道がきれいになるため下水道料金を大幅に下げて対応する。 フィルタ交換に出費が伴うため 排水に気を使う人が大幅に増加する。(40 歳代男性、多摩地区)
- ◆ サラダ油の購入の時に付属品として固める凝固剤のようなものを義務づけてつけさせる。(40 歳代女性、23 区)

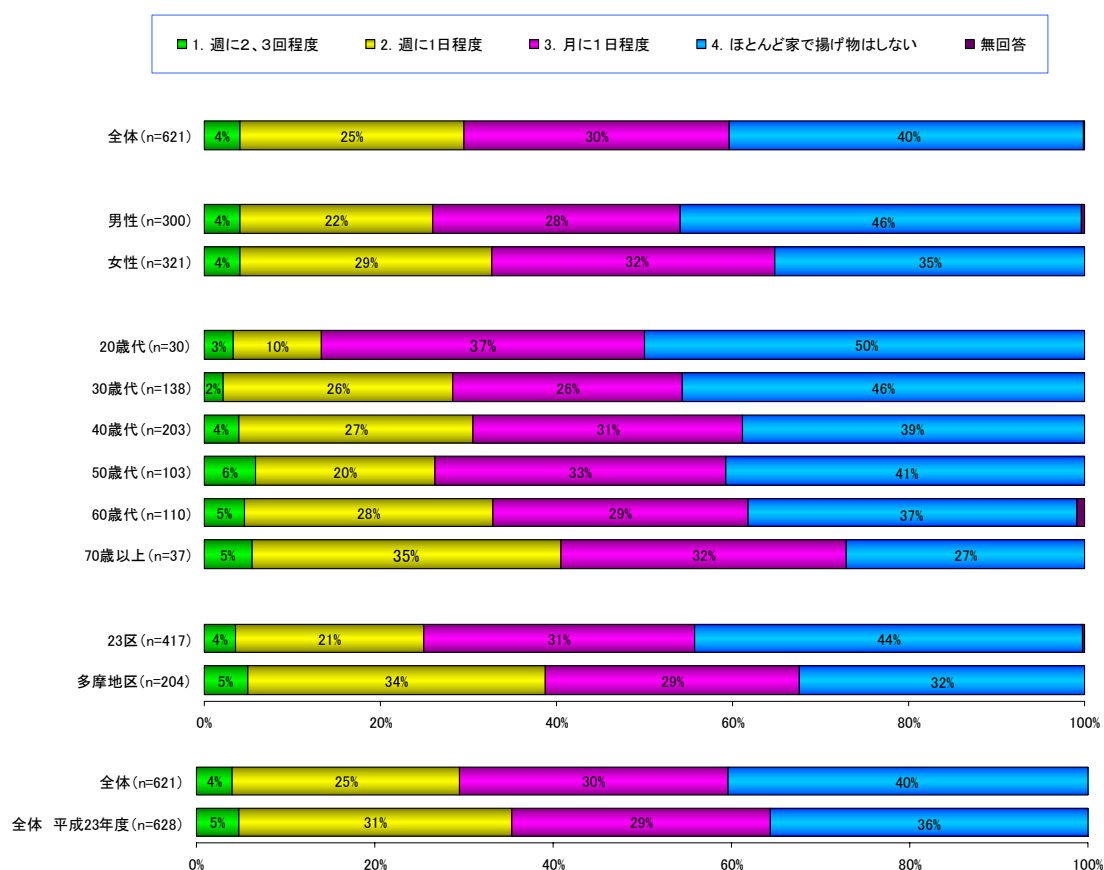
2. ご家庭での油の処理について

2-1. 揚げ物料理の頻度

- 家庭での揚げ物料理の頻度について、ここでは「1. 週に2, 3回程度」と「2. 週に1日程度」を合わせた「週1回以上」揚げ物料理を作る人についてみる。
- 全体では、家庭での揚げ物料理の頻度について「週1回以上」は29%となった。
- 性別にみると、「週1回以上」は、男性26%、女性33%であり、女性の方が7ポイント高くなった。
- 年代別にみると、50歳代の26%を例外として、年代が上がるにつれて「週1回以上」との回答が高くなった。20歳代では13%、70歳以上では40%となった。
- 地域別にみると、「週1回以上」は23区は25%、多摩地区は39%と、多摩地区の方が14ポイント高くなった。
- 平成23年度調査と比較すると、「週1回以上」は36%から7ポイント低くなった。

Q5. あなたのお宅での揚げ物料理の頻度についてお伺いします。以下の選択肢の中から、該当するものを一つだけお選び下さい（単一回答）。

図 2-1 揚げ物料理の頻度

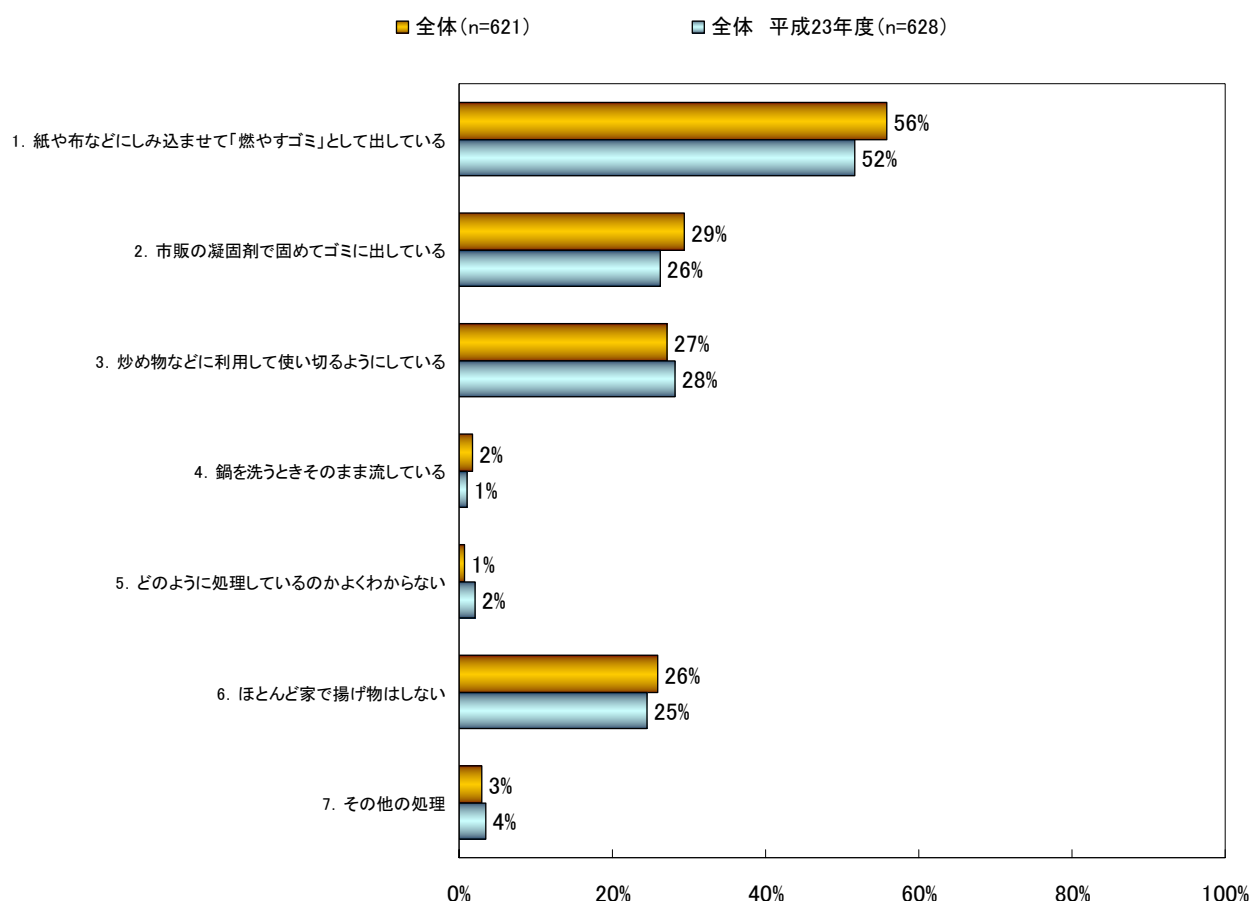


2-2. 廃油の処理方法〔全体〕

- 家庭における廃油の処理方法について、全体では、「1. 紙や布などにしみ込ませて「燃やすゴミ」として出している」56%、「2. 市販の凝固剤で固めてゴミに出している」29%、「3. 炒め物などに利用して使い切るようにしている」27%の順に高くなった。
- 平成 23 年度調査と比較すると、「1. 紙や布などにしみ込ませて「燃やすゴミ」として出している」は 52%から 4 ポイント、「2. 市販の凝固剤で固めてゴミに出している」は 26%から 3 ポイント高くなり、「3. 炒め物などに利用して使い切るようにしている」は 28%から 1 ポイント低くなった。

Q6. あなたのお宅では、揚げ物料理をした後の油（天ぷら油など）を、どのような方法で処理することが多いですか。以下の選択肢の中から、該当するものをいくつでもお選び下さい。（複数回答）。

図 2-2 廃油の処理方法〔全体〕



「7. その他の処理をしている」の記載内容のうち、主な意見を以下に紹介する。

【回収してもらう】

- ◆ スーパーに廃油として回収してもらう
- ◆ そのまま瓶等に入れ、ゴミとして回収してもらう
- ◆ 近くにある区の出張所で、油回収をしているのでそこへ持参する
- ◆ ペットボトル等に入れて西東京市の資源物回収日に出している
- ◆ 他の容器に貯めておいて、リサイクルセンターの排油コンテナに持って行っている
- ◆ 廃油下取りの店に持参する
- ◆ 月1回市が回収している
- ◆ 市の回収日に出す

【再利用する】

- ◆ 滑りをよくするために使っている
- ◆ 何回か使用した後、腐らせて肥料にしている
- ◆ 廃油石鹸にする
- ◆ 何度か使ったあとの廃油は庭の植物の肥料にしている

【その他】

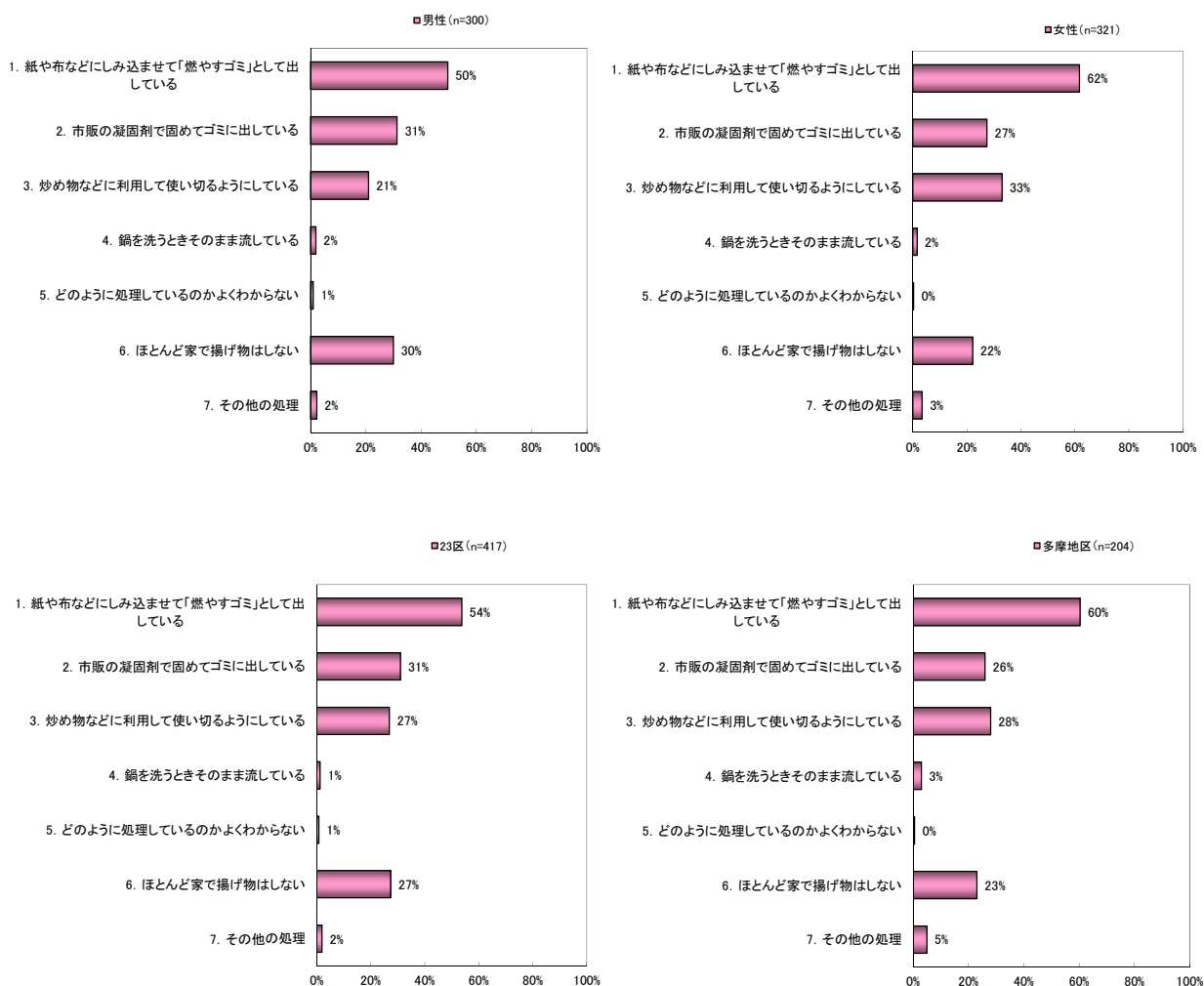
- ◆ 捨てることはない
- ◆ 殆ど他の炒め物等に使用する
- ◆ 庭に穴を開けて捨てている
- ◆ 廃油を貯めてまとめて固めている
- ◆ 炒め物をした際に、出来るだけフライパンを紙で拭いてから洗っています

2-3. 廃油の処理方法〔性別・地域別〕

- 性別にみると、「1. 紙や布などにしみ込ませて「燃やすゴミ」として出している」は男性 50%、女性 62%と 12 ポイント、「3. 炒め物などに利用して使い切るようにしている」は男性 21%、女性 33%と 2 ポイント、女性の方が高くなった。一方「2. 市販の凝固剤で固めてゴミに出している」は男性 31%、女性 27%と、男性の方が 4 ポイント高くなった。
- 地域別にみると、「1. 紙や布などにしみ込ませて「燃やすゴミ」として出している」は 23 区 54%、多摩地区 60%と 6 ポイント、「3. 炒め物などに利用して使い切るようにしている」は 23 区 27%、多摩地区 28%と 1 ポイント、多摩地区の方が高くなった。一方「2. 市販の凝固剤で固めてゴミに出している」は 23 区 31%、多摩地区 26%と、23 区の方が 5 ポイント高くなった。

Q6. あなたのお宅では、揚げ物料理をした後の油（天ぷら油など）を、どのような方法で処理することが多いですか。以下の選択肢の中から、該当するものをいくつでもお選び下さい。（複数回答）。

図 2-3 廃油の処理方法〔性別・地域別〕

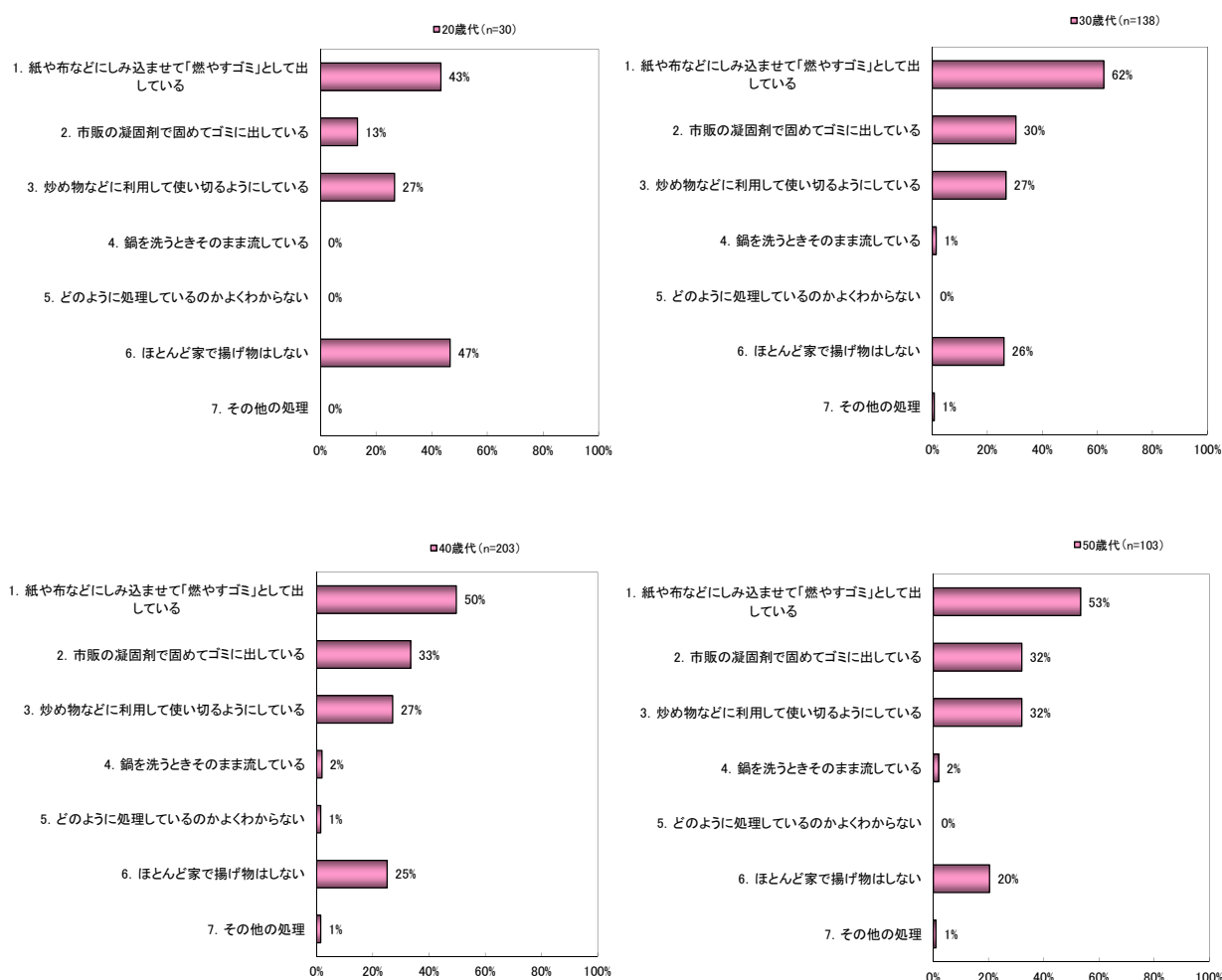


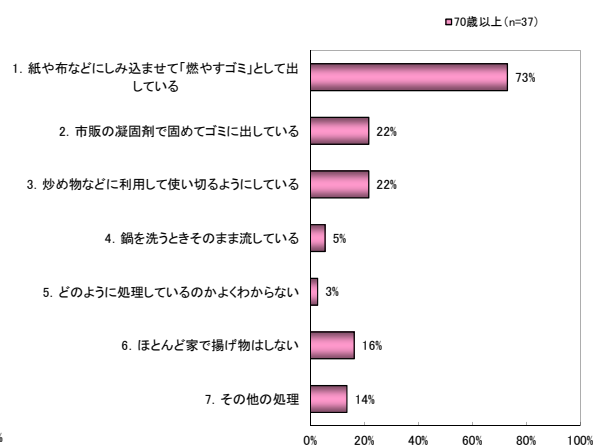
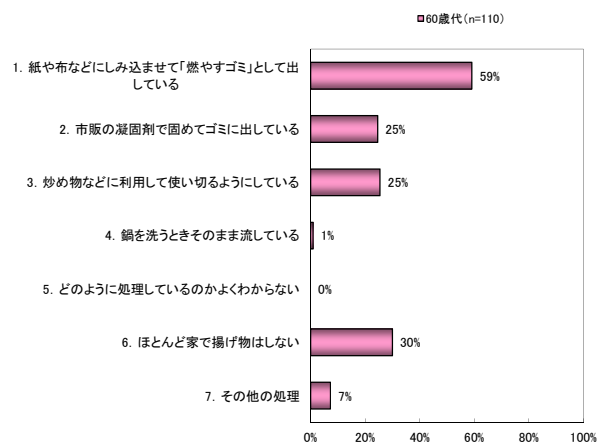
2-4. 廃油の処理方法〔年代別〕

- 年代別にみると、「1. 紙や布などにしみ込ませて「燃やすゴミ」として出している」は70歳以上は73%と最も高く、20歳代は43%と最も低くなり、「2. 市販の凝固剤で固めてゴミに出している」は40歳代は33%と最も高く、20歳代は13%と最も低くなった。また、「3. 炒め物などに利用して使い切るようにしている」は50歳代は32%と最も高く、70歳以上は22%と最も低くなった。

Q6. あなたのお宅では、揚げ物料理をした後の油（天ぷら油など）を、どのような方法で処理することが多いですか。以下の選択肢の中から、該当するものをいくつでもお選び下さい。（複数回答）。

図 2-4 廃油の処理方法〔年代別〕





2-5. 油で汚れたお皿やお鍋などの洗い方について

- 家庭での油で汚れたお皿やお鍋などの洗い方について、全体では「1. いつもふき取ってから洗っている」41%、「2. ときどきふき取って洗っている」39%、「3. ふき取らずに洗っている」19%となった。
- 性別にみると、「3. ふき取らずに洗っている」については、男性 26%、女性 13%で、男性の方が 13 ポイント高くなった。
- 年代別にみると、「3. ふき取らずに洗っている」については、20 歳代・40 歳代が 23%と最も高く、一方 70 歳以上は 14%と最も低くなった。
- 地域別にみると、「3. ふき取らずに洗っている」については、23 区 20%、多摩地区 19%で、23 区の方が 1 ポイント高くなった。
- 平成 23 年度調査と比較すると、「1. いつもふき取ってから洗っている」は 48%から 7 ポイント低くなり、「2. ときどきふき取って洗っている」は 36%から 3 ポイント、「3. ふき取らずに洗っている」は 14%から 5 ポイント高くなった。

Q7. あなたのお宅では、油で汚れたお皿やお鍋などを洗うとき、古新聞などでふき取ってから洗っていますか。以下の選択肢の中から、該当するものを一つだけお選び下さい（単一回答）。

図2-5 油で汚れたお皿やお鍋などの洗い方について



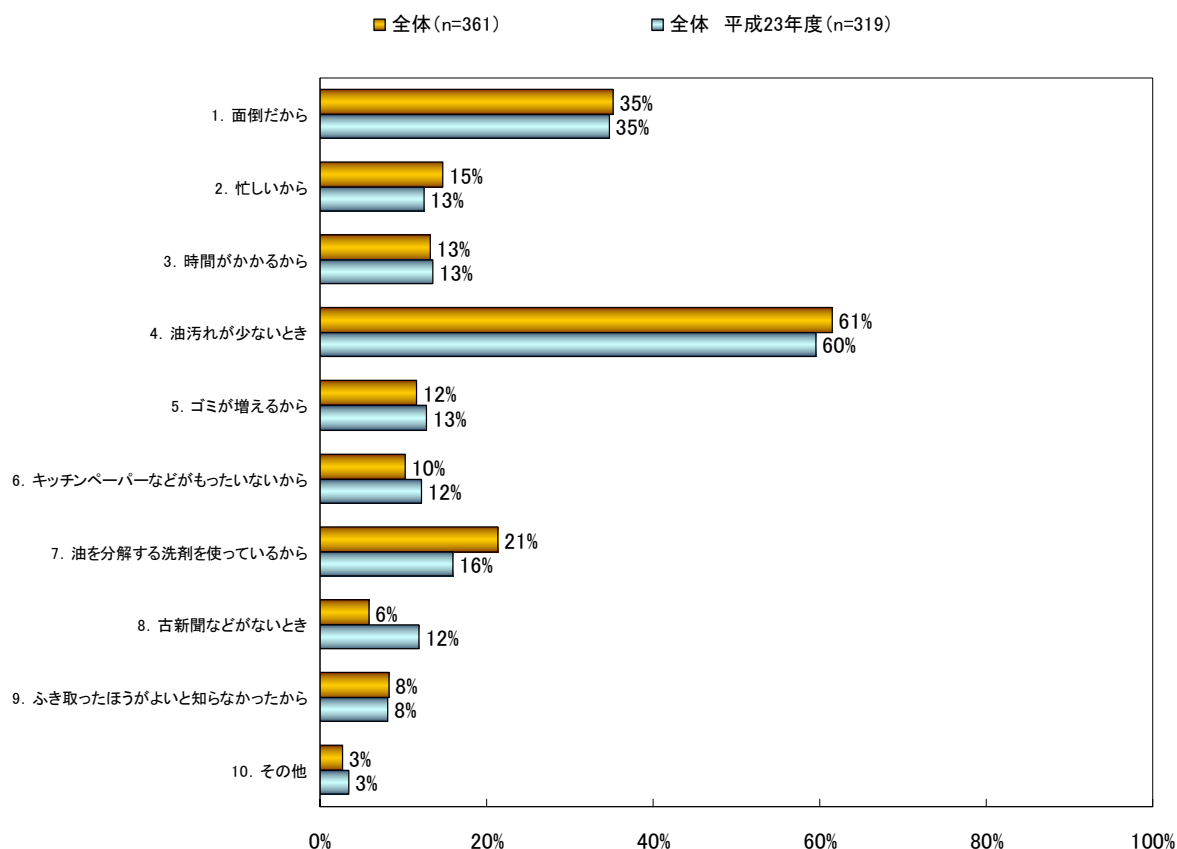
2-6. ふき取らない理由について〔全体〕

- 油污れをふき取らないで洗う主な理由について、全体では「4. 油污れが少ないとき」61%で最も高く、次いで「1. 面倒だから」35%、「7. 油を分解する洗剤を使っているから」21%の順となった。
- 平成 23 年度調査と比較すると、「4. 油污れが少ないとき」は 60%から 1 ポイント高くなり、「1. 面倒だから」は 35%で差異は無い。「7. 油を分解する洗剤を使っているから」は 16%から 5 ポイント高くなった。

Q7-1. Q7 で【油污れを「ときどきふき取って洗っている」「ふき取らずに洗っている」とお答えの方へ伺います】

ふき取らないで洗う主な理由は何でしょうか。以下の選択肢の中から、該当するものをいくつかでもお選び下さい（複数回答）。

図 2-6 ふき取らない理由について〔全体〕



「１０．その他」の記載内容のうち、主な意見を以下に紹介する。

- ◆ さほど影響がないと思っていたから
- ◆ 量が多いときには必ずふき取りをしますが、油の量がほんの少しのときにはそのまま洗ってしまうこともあります
- ◆ 洗剤は油を分解すると思っている
- ◆ 食器洗い器を使ってる
- ◆ 少量の場合は洗剤のみ
- ◆ 妻の認識がやすい
- ◆ 流しても処理場で処理するから
- ◆ 揚げ物がほとんどしないので・・・
- ◆ 時々夫に洗いものを手伝ってもらった際にやってません
- ◆ 多分無意識のまま

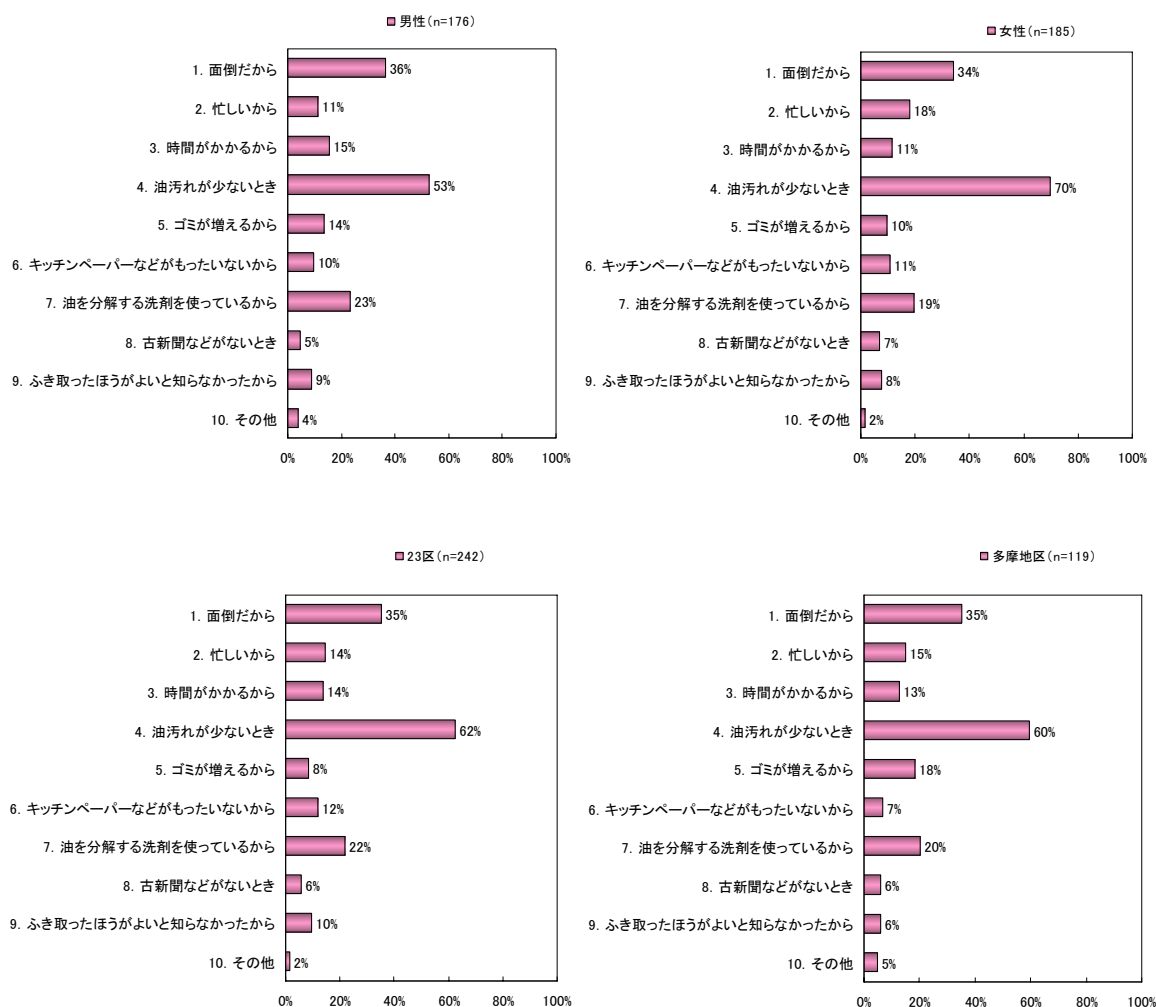
2-7. ふき取らない理由について〔性別・地域別〕

- 性別にみると、「4. 油汚れが少ないとき」は男性 53%、女性 70%で女性の方が 17 ポイント高くなった。一方「1. 面倒だから」は男性 36%、女性 34%で男性の方が 2 ポイント、「7. 油を分解する洗剤を使っているから」は男性 23%、女性 19%で男性の方が 4 ポイント高くなった。
- 地域別にみると、「4. 油汚れが少ないとき」は 23 区 62%、多摩地区 60%で 23 区の方が 2 ポイント、「7. 油を分解する洗剤を使っているから」は 23 区 22%、多摩地区 20%で 23 区の方が 2 ポイント高くなった。「1. 面倒だから」については、35%と差異は無かった。

Q7-1. Q7 で【油汚れを「ときどきふき取って洗っている」「ふき取らずに洗っている」とお答えの方へ伺います】

ふき取らないで洗う主な理由は何でしょうか。以下の選択肢の中から、該当するものをいくつでもお選び下さい（複数回答）。

図2-7 ふき取らない理由について〔性別・地域別〕



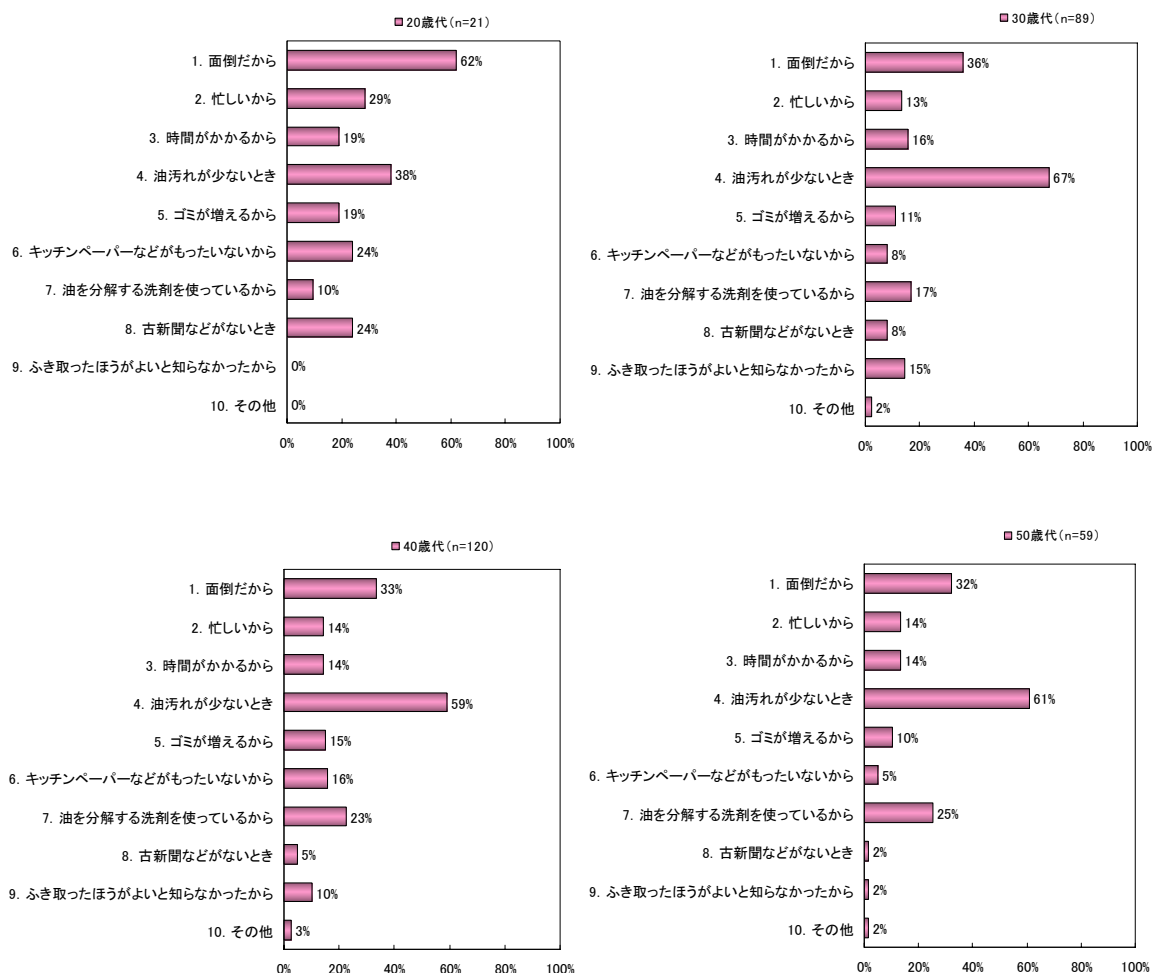
2-8. ふき取らない理由について〔年代別〕

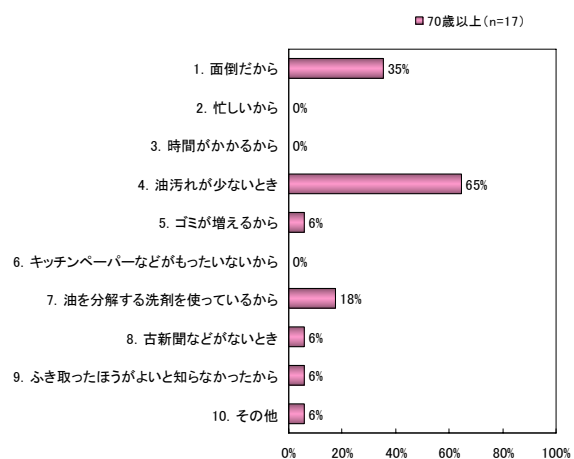
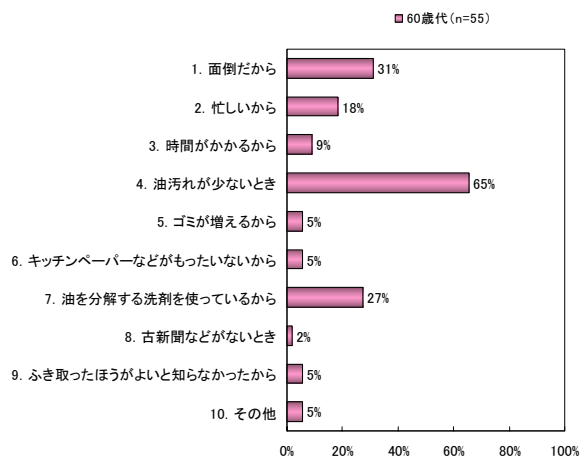
- 年代別にみると、「4. 油汚れが少ないとき」については、20 歳代は 38%と、全体に比べ 23 ポイントも低くなった。一方「1. 面倒だから」については、20 歳代は 62%で、全体に比べ 27 ポイント高くなった。「7. 油を分解する洗剤を使っているから」については、60 歳代 27%、50 歳代 25%、40 歳代 23%の順に高く、20 歳代は 10%で最も低い。

Q7-1. Q7 で【油汚れを「ときどきふき取って洗っている」「ふき取らずに洗っている」とお答えの方へ伺います】

ふき取らないで洗う主な理由は何でしょうか。以下の選択肢の中から、該当するものをいくつでもお選び下さい（複数回答）。

図2-8 ふき取らない理由について〔年代別〕





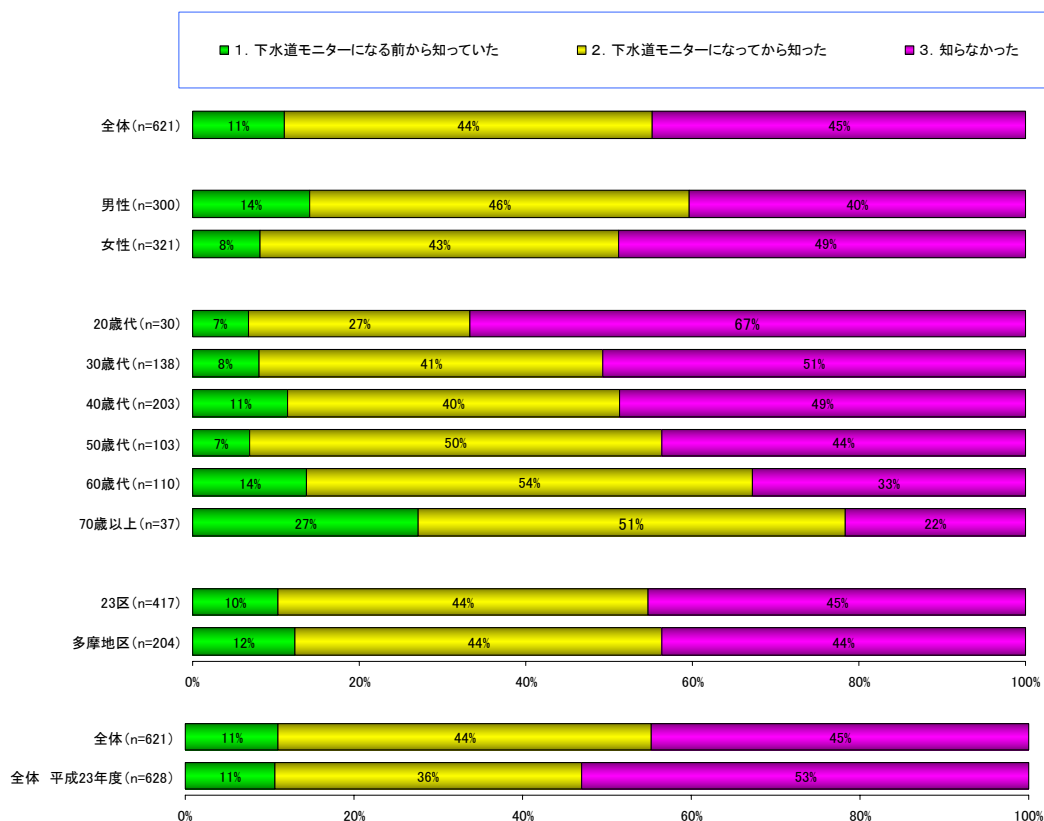
3. 『油・断・快適！下水道』キャンペーンについて

3-1. 『油・断・快適！下水道キャンペーン』について

- 『油・断・快適！下水道キャンペーン』のキャンペーンの認知状況は、全体では、「1. モニターになる前から知っていた」は11%、「2. モニターになってから知った」44%、「知らなかった」45%となった。（以下では「1. モニターになる前から知っていた」と「2. モニターになってから知った」の合計を「知っていた・知っている」とする。）
- 性別にみると、「知っていた・知っている」は、男性 60%、女性 51%で男性の方が 9 ポイント高くなった。
- 年代別にみると、年代が上がるにつれて「知っていた・知っている」と回答する割合も上昇し、20 歳代で 34%、70 歳以上で 78%となった。
- 地域別にみると、「知っていた・知っている」については、23 区で 54%、多摩地区で 56%となり、多摩地区の方が 2 ポイント高くなった。
- 平成 23 年度調査と比較すると、「知っていた・知っている」については、47%から 55%へと 8 ポイント高くなった。

Q8. 東京都下水道局では、毎年秋期に、下水道に油を流さないよう都民の皆さまにお願いをする取り組み『油・断・快適！下水道キャンペーン』を行っています。あなたは、このキャンペーンをご存じでしたか（単一回答）。

図3-1 『油・断・快適！下水道キャンペーン』について

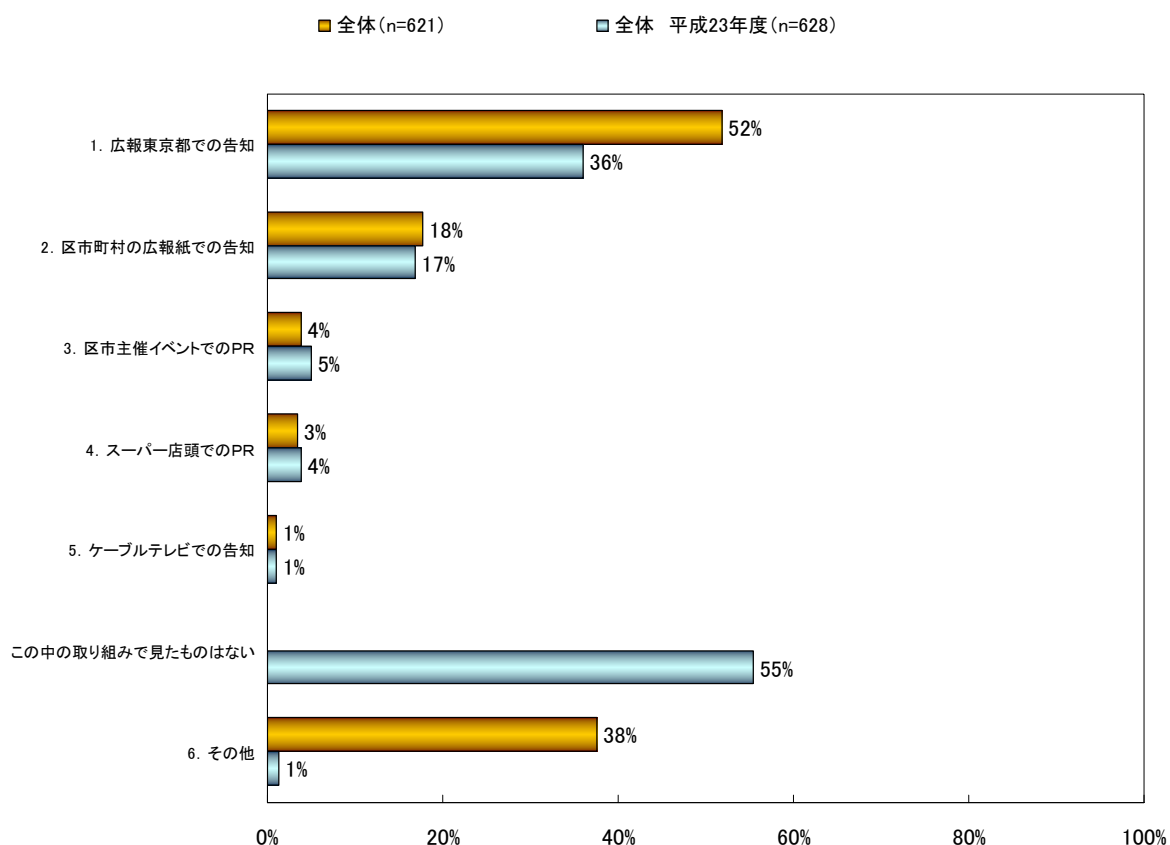


3-2. キャンペーンの実施の認知度について〔全体〕

- キャンペーン期間中の実施の認知度について、全体では「1. 広報東京都での告知」が52%、「2. 区市町村の広報紙での告知」が18%で上位を占めた。
- 平成23年度調査と比較すると、「1. 広報東京都での告知」は36%から16ポイント、「2. 区市町村の広報紙での告知」は17%から1ポイント高くなった。

Q9. 『油・断・快適！下水道キャンペーン』の実施期間中、様々な取り組みを行いました。次の中で、あなたをご覧になられたキャンペーンの取り組みはありますか（複数回答）。

図3-2 キャンペーンの実施の認知度について〔全体〕



※選択肢「この中の取り組みで見たものはない」については、今回のアンケート調査では設定していない。

「6. その他」の記載内容のうち、主な意見を以下に紹介する。

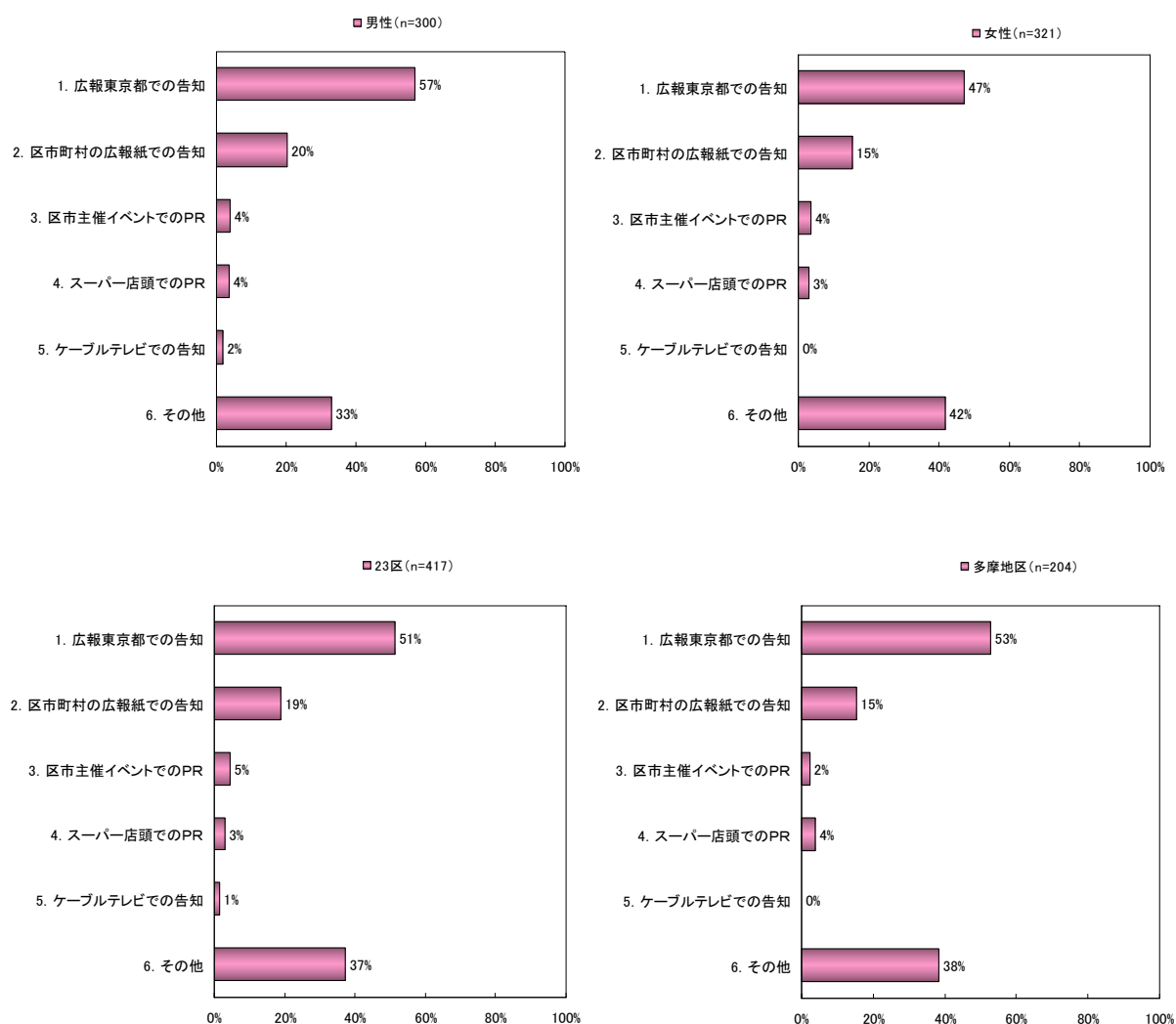
- ◆ 首都高の看板
- ◆ 下水道モニタ
- ◆ 交通広告
- ◆ アンケートで
- ◆ モニターツアーで知った
- ◆ このアンケートで知った
- ◆ TV放送
- ◆ モニター見学会参加
- ◆ 下水道施設見学会でのPR
- ◆ 学校に張ってあったポスター
- ◆ 下水処理場でのイベント
- ◆ 下水道ホームページ

3-3. キャンペーンの実施の認知度について〔性別・地域別〕

- 性別にみると、「1. 広報東京都での告知」については男性 57%、女性 47%で、男性の方が 10 ポイント高く、「2. 区市町村の広報紙での告知」については男性 20%、女性 15%で、男性の方が 5 ポイント高くなった。
- 地域別にみると、「1. 広報東京都での告知」については 23 区 51%、多摩地区 53%で、多摩地区の方が 2 ポイント高く、「2. 区市町村の広報紙での告知」については 23 区 19%、多摩地区 15%で、23 区の方が 4 ポイント高くなった。

Q9. 『油・断・快適！下水道キャンペーン』の実施期間中、様々な取り組みを行いました
が、次の中で、あなたをご覧になられたキャンペーンの取り組みはありますか（複数回答）。

図 3-3 キャンペーンの実施の認知度について〔性別・地域別〕

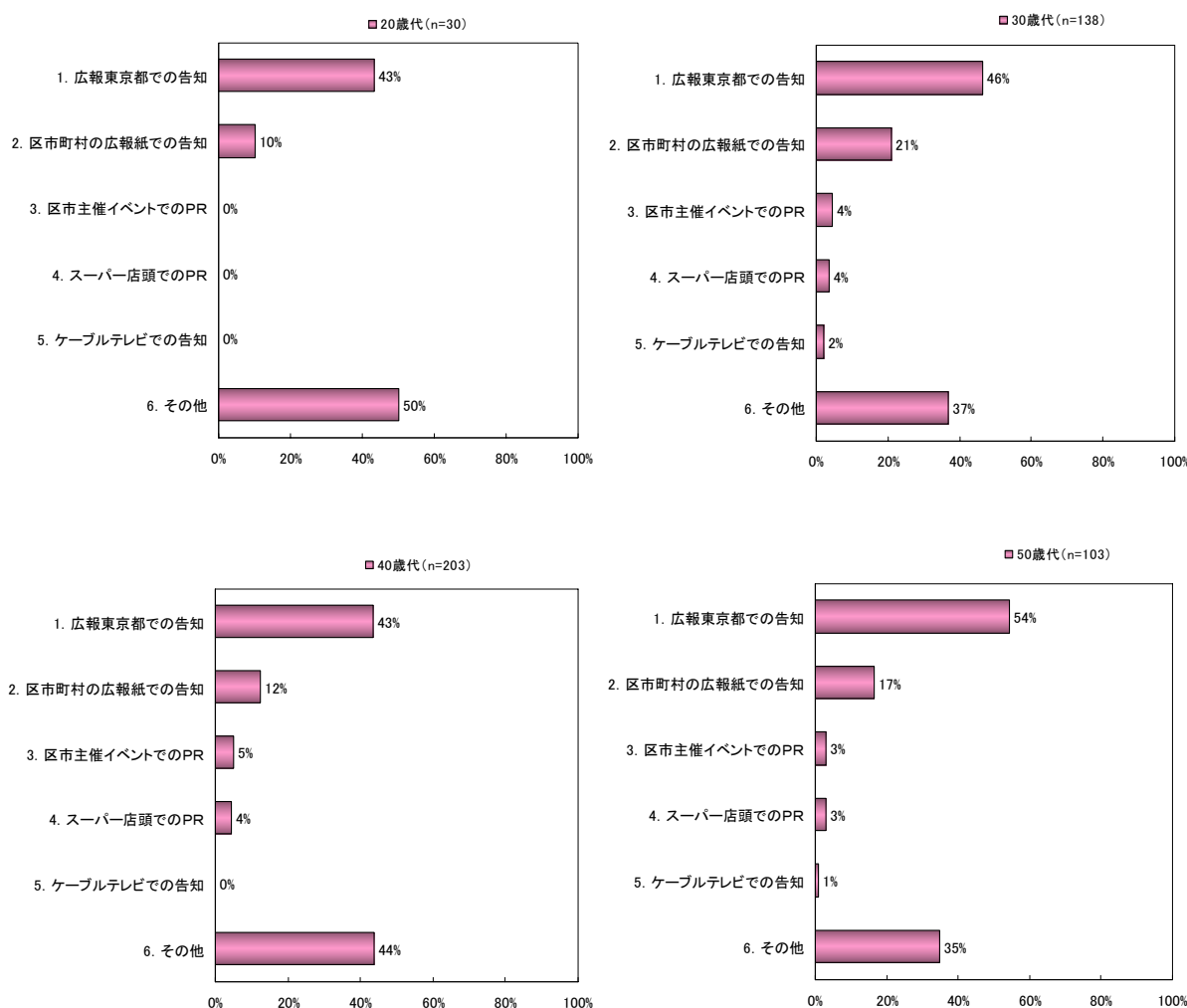


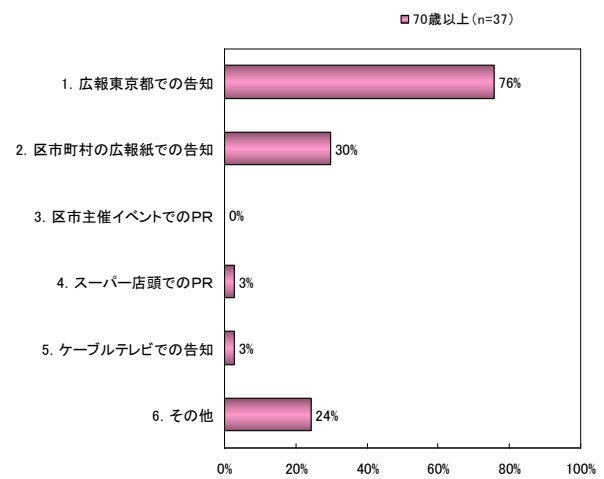
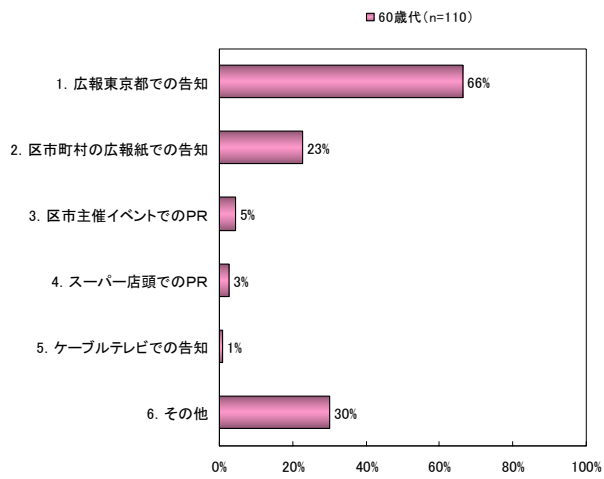
3-4. キャンペーンの実施の認知度について〔年代別〕

- 年代別にみると、「1. 広報東京都での告知」については、40 歳代の 43%を例外として、年代が上がるほど高くなり、20 歳代で 43%、70 歳以上で 76%となった。「2. 区市町村の広報紙での告知」については、70 歳以上の 30%、60 歳代の 23%、30 歳代の 21%といった順で高くなった。

Q9. 『油・断・快適！下水道キャンペーン』の実施期間中、様々な取り組みを行いました
が、次の中で、あなたをご覧になられたキャンペーンの取り組みはありますか（複数
回答）。

図 3-4 キャンペーンの実施の認知度について〔年代別〕



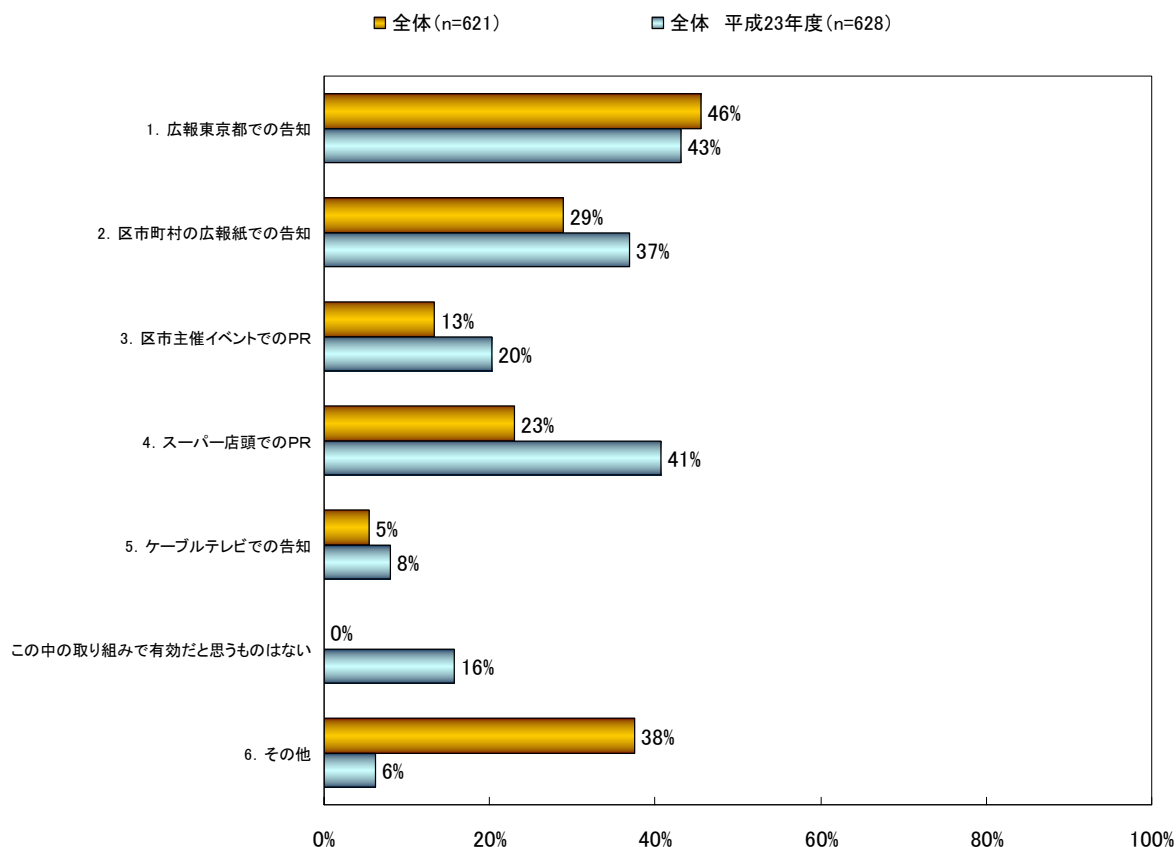


3-5. キャンペーンの実施の有効性について〔全体〕

- キャンペーンの実施の有効性については、全体で、「1. 広報東京都での告知」46%、「2. 区市町村の広報紙での告知」29%、「4. スーパー店頭でのPR」23%といった順で高くなった。
- 平成23年度調査と比較すると、「1. 広報東京都での告知」は43%から3ポイント高くなり、「2. 区市町村の広報紙での告知」は37%から8ポイント、「4. スーパー店頭でのPR」は41%から18ポイント低くなった。

Q10. あなたは、今回のキャンペーンの中で、どの取り組みがもっとも有効であったと思いますか（複数回答）。

図3-5 キャンペーンの実施の有効性について〔全体〕



「6. その他」の記載内容のうち、主な意見を以下に紹介する。

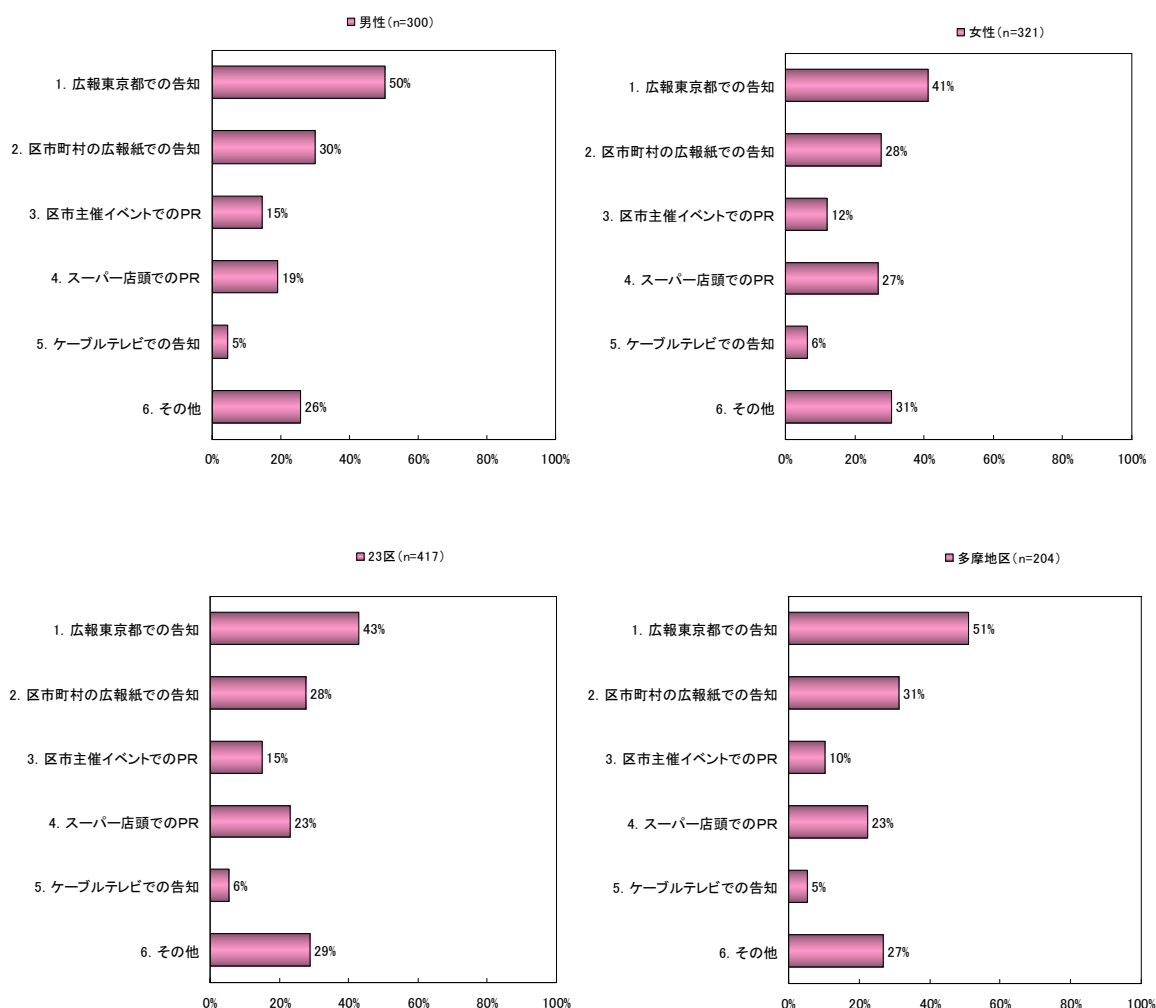
- ◆ ニュース番組でPR
- ◆ チラシの戸別配布
- ◆ ママタレントさんのブログなどで紹介してもらう
- ◆ 下水道局のHPでの告知
- ◆ テレビCM
- ◆ 知らなかったから、どれも有効ではないです
- ◆ 1でのみ、拝見しましたが、効果があったかについては疑問です
- ◆ 新聞をページ一面使う、大手テレビ局のコマーシャル
- ◆ 各家庭へ送る
- ◆ どれも有効性が低いと思う
- ◆ 各家庭の訪問
- ◆ SNS
- ◆ メルマガ、Facebook, ツイッター
- ◆ 使用料金表と一緒に渡す
- ◆ モニター見学会
- ◆ 下水道施設見学会でのPR

3-6. キャンペーンの実施の有効性について〔性別・地域別〕

- 性別にみると、「1. 広報東京都での告知」については男性 50%、女性 41%で、男性の方が 9 ポイント高く、「2. 区市町村の広報紙での告知」については男性 30%、女性 28%で、男性の方が 2 ポイント高くなった。
- 地域別にみると、「1. 広報東京都での告知」については 23 区 43%、多摩地区 51%で、多摩地区の方が 8 ポイント高く、「2. 区市町村の広報紙での告知」については 23 区 28%、多摩地区 31%で、多摩地区の方が 3 ポイント高くなった。

Q10. あなたは、今回のキャンペーンの中で、どの取り組みがもっとも有効であったと思いますか（複数回答）。

図 3-6 キャンペーンの実施の有効性について〔性別・地域別〕

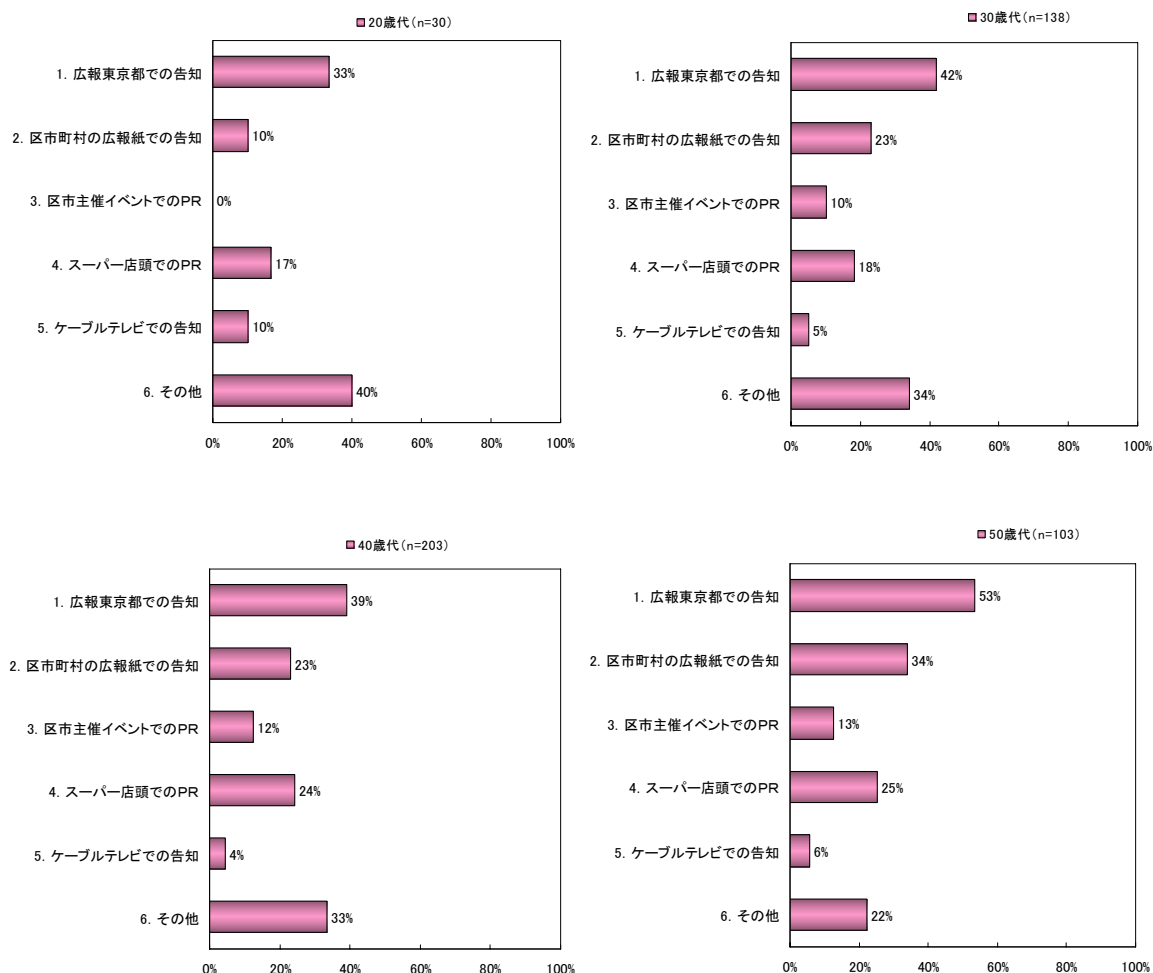


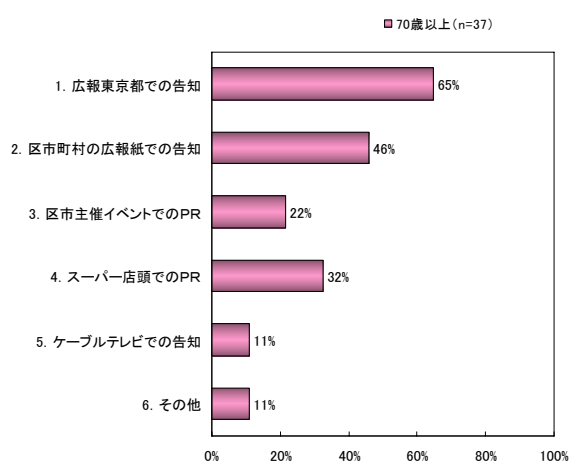
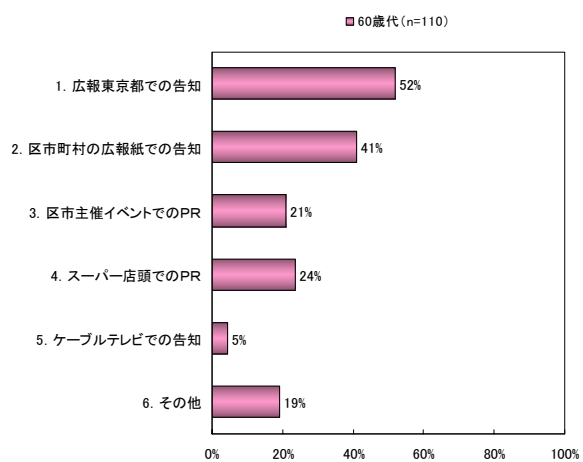
3-7. キャンペーンの実施方法の有効性について〔年代別〕

- 年代別にみると、「1. 広報東京都での告知」については、70 歳以上の 65%、50 歳代の 53%、60 歳代の 52%といった順で高くなった。
- 「2. 区市町村の広報紙での告知」については、70 歳以上の 46%、60 歳代の 41%、50 歳代の 34%といった順で高くなった。

Q10. あなたは、今回のキャンペーンの中で、どの取り組みがもっとも有効であったと思いますか（複数回答）。

図3-7 キャンペーンの実施方法の有効性について〔年代別〕





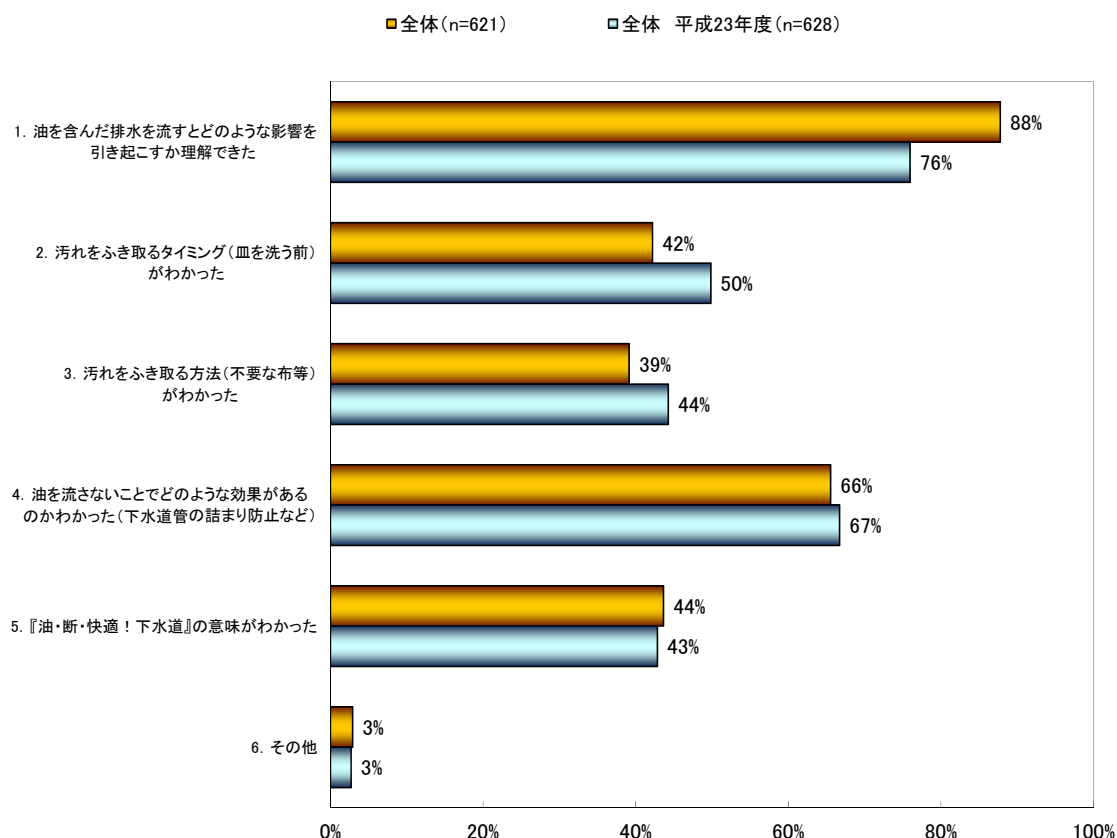
3-8. 『油・断・快適！下水道キャンペーン』の理解度について〔全体〕

- 『油・断・快適！下水道キャンペーン』のポスターの理解度について、全体では、「1. 油を含んだ排水を流すとどのような影響を引き起こすか理解できた」88%、「4. 油を流さないことでどのような効果があるのかわかった（下水道管の詰まり防止など）」66%、「5. 『油・断・快適！下水道』の意味がわかった」44%、「2. 汚れをふき取るタイミング（皿を洗う前）がわかった」42%、「3. 汚れをふき取る方法（不要な布等）がわかった」39%の順に高くなった。
- 平成23年度調査と比較すると、「1. 油を含んだ排水を流すとどのような影響を引き起こすか理解できた」は76%から12ポイント高くなったが、「2. 汚れをふき取るタイミング（皿を洗う前）がわかった」は50%から8ポイント、「3. 汚れをふき取る方法（不要な布等）がわかった」は44%から5ポイント低くなった。

Q11. 図はニュース東京の下水道9月号の『油・断・快適！下水道キャンペーン』の記事です。こちらをご覧になってあなたはどのようなことが理解できましたか（複数回答）。



図3-8 『油・断・快適！下水道キャンペーン』の理解度について〔全体〕



「6. その他」の記載内容のうち、主な意見を以下に紹介する。

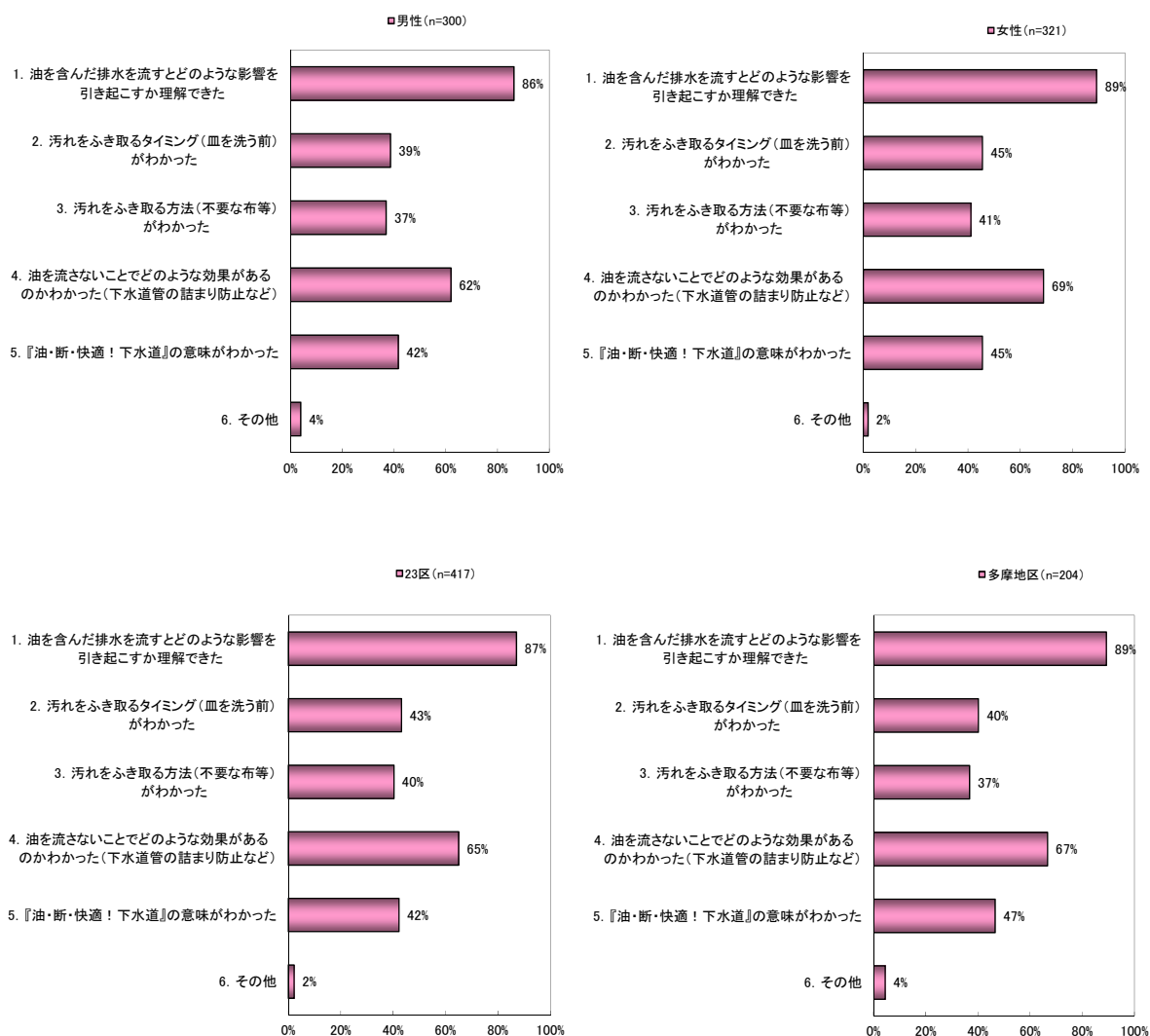
- ◆ 説得力に欠ける
- ◆ なんだかパツと解らない。キレイな状態も見せるべきだ
- ◆ オイルボールがどんなものか理解できた。
- ◆ これでは問題の危機意識が伝わらない。
- ◆ ここまで説明をしなければ理解されない都民市民がいることに不安を感じます。1人でも多くの都民に理解してもらえよう周知に協力をしていきたいと思います。モニターになって意識が高くなりました。
- ◆ 表現方法の見直しを。訴求効果に疑わしい
- ◆ 「～台所は川や海とつながっています～」の下に描かれている3点のイラストがじっくり考えないと繋がってこない。下水道管の汚れの様子の写真は、どのぐらいの期間で、このように汚れるのか、比較できる写真があると分かりやすいのでは
- ◆ 川や海の自然を守るのは家庭だ
- ◆ 油と中性洗剤との関係は同時に論じるべきだがそれが欠けている！
- ◆ 血管に詰まっているコレステロールみたい
- ◆ 下水道管の詰まり防止のため、どのような策を実施しそのための費用を掲載しても良いのでは
- ◆ これからは油はぜったい拭きとってから洗います。
- ◆ 本当に注意せねばと思った。
- ◆ 海岸？にあるオイルボールの写真を見ても環境に影響しているとは感じられないと思う
- ◆ 理解はするが実効は又別
- ◆ 清掃方法頻度がわからない

3-9. 『油・断・快適！下水道キャンペーン』の理解度について〔性別・地域別〕

- 性別にみると、「1. 油を含んだ排水を流すとどのような影響を引き起こすか理解できた」については男性 86%、女性 89%で、女性の方が3ポイント高くなった。その他のいずれの選択肢についても女性の方が高くなった。
- 地域別にみると、「1. 油を含んだ排水を流すとどのような影響を引き起こすか理解できた」については23区 87%、多摩地区 89%で、多摩地区の方が2ポイント高くなった。

Q11. 図はニュース東京の下水道9月号の『油・断・快適！下水道キャンペーン』の記事です。こちらをご覧になってあなたはどのようなことが理解できましたか（複数回答）。

図3-9 『油・断・快適！下水道キャンペーン』の理解度について〔性別・地域別〕

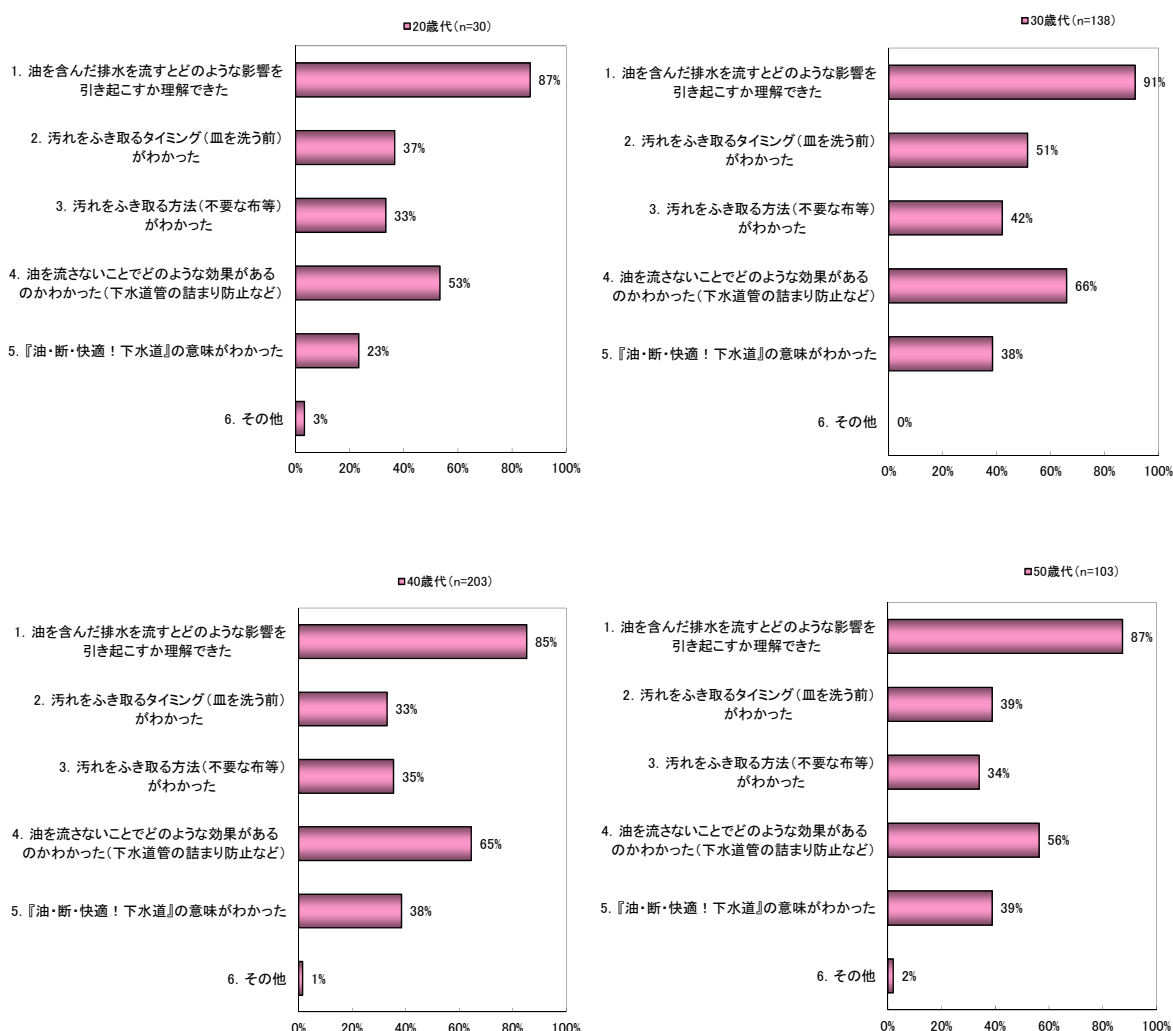


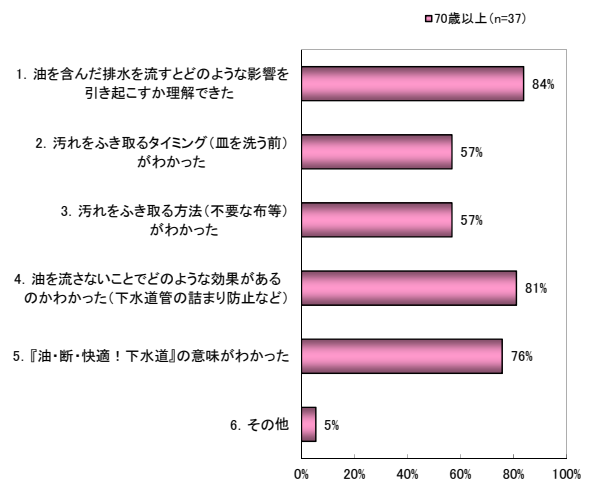
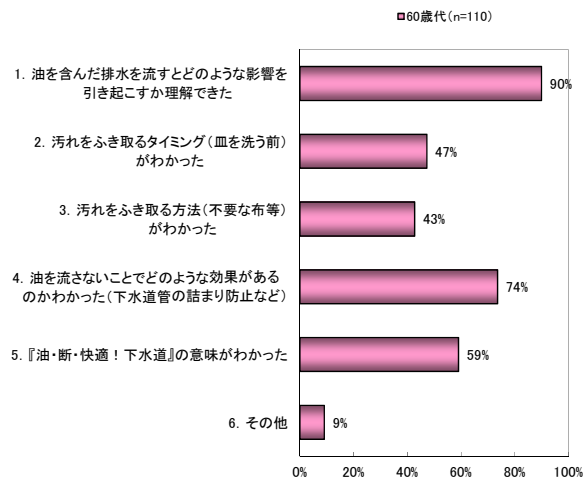
3-10. 『油・断・快適！下水道キャンペーン』の理解度について〔年代別〕

- 年代別にみると、「1. 油を含んだ排水を流すとどのような影響を引き起こすか理解できた」については、30 歳代 91%、60 歳代 90%、20 歳代・50 歳代 87%、40 歳代 85%、70 歳以上 84%といった順で高くなった。

Q11. 図はニュース東京の下水道9月号の『油・断・快適！下水道キャンペーン』の記事です。こちらをご覧になってあなたはどのようなことが理解できましたか（複数回答）。

図3-10 『油・断・快適！下水道キャンペーン』の理解度について〔年代別〕



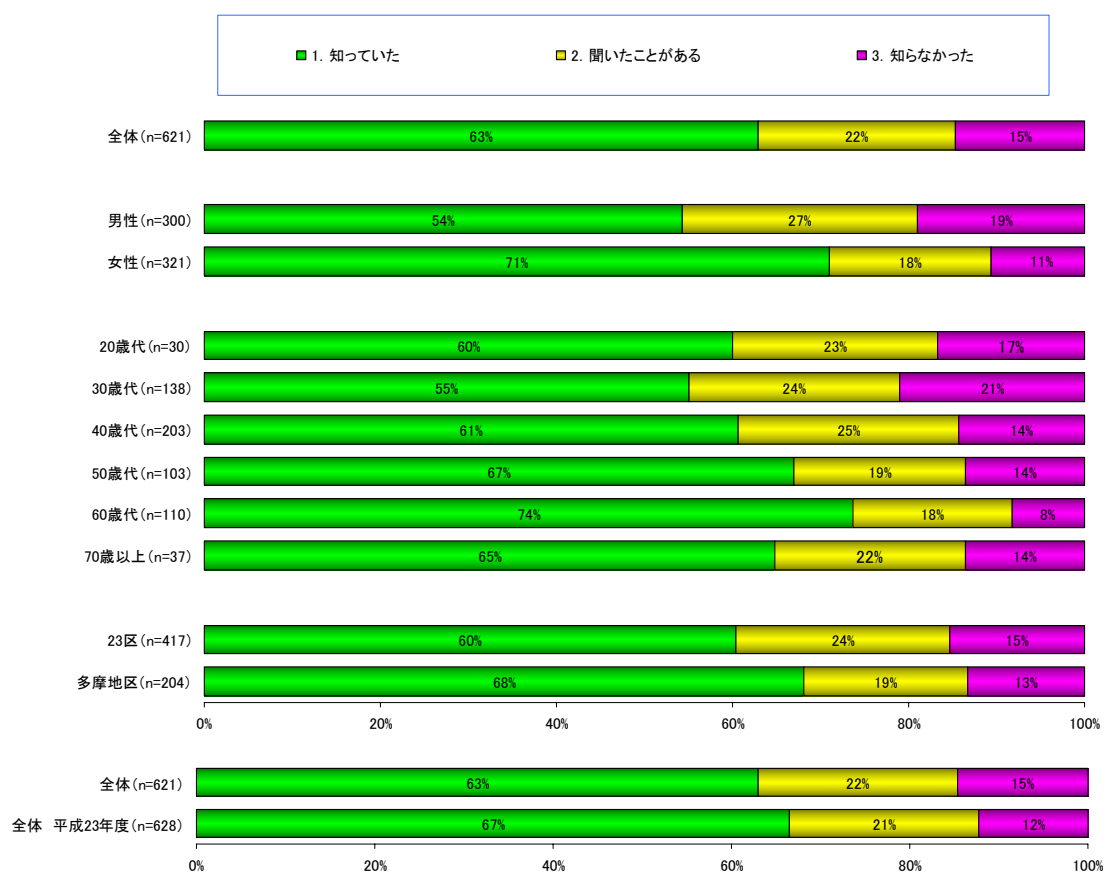


3-1 1. 油汚れをふき取ることの効果について

- 油汚れをふき取ることの効果について、全体では、「1. 知っていた」63%、「2. 聞いたことがある」22%、「3. 知らなかった」15%となった。
- 性別にみると、「1. 知っていた」については、男性 54%、女性 71%で、女性の方が 17 ポイント高くなった。
- 年代別にみると、「1. 知っていた」については、60 歳代の 74%、50 歳代の 67%、70 歳以上の 65%といった順で高くなった。
- 地域別にみると、「1. 知っていた」については、23 区は 60%、多摩地区 68%となり、多摩地区の方が 8 ポイント高くなった。
- 平成 23 年度調査と比較すると、「1. 知っていた」については、67%から 4 ポイント低くなった。

Q12. あなたは、油汚れをふき取ることが、洗剤や水の節約、下水処理を容易にすることにつながることをご存じでしたか。以下の選択肢の中から、該当するものを一つだけお選び下さい（単一回答）。

図 3-1 1 油汚れをふき取ることの効果について



3-12. 「ダイエットレシピ」について

- ダイエットレシピの認知状況について、全体では、「知っていた」27%、「知らなかった」73%となった。
- 性別にみると、「知っていた」は、男性 19%、女性 35%で、女性の方が 16 ポイント高くなった。
- 年代別にみると、「知っていた」は、20 歳代の 13%が最も低く、30 歳代の 33%が最も高くなった。
- 地域別にみると、「知っていた」は、23 区で 28%、多摩地区で 26%となり、23 区の方が 2 ポイント高くなった。
- 平成 23 年度調査と比較すると、「知っていた」は、37%から 10 ポイント低下した。

Q13. あなたは、「油・断・快適！下水道」キャンペーンのPRの一つとして、ダイエットレシピによるPRを行っていることをご存じでしたか。以下の選択肢の中から、該当するものをお選び下さい（単一回答）。

図3-12 「ダイエットレシピ」について

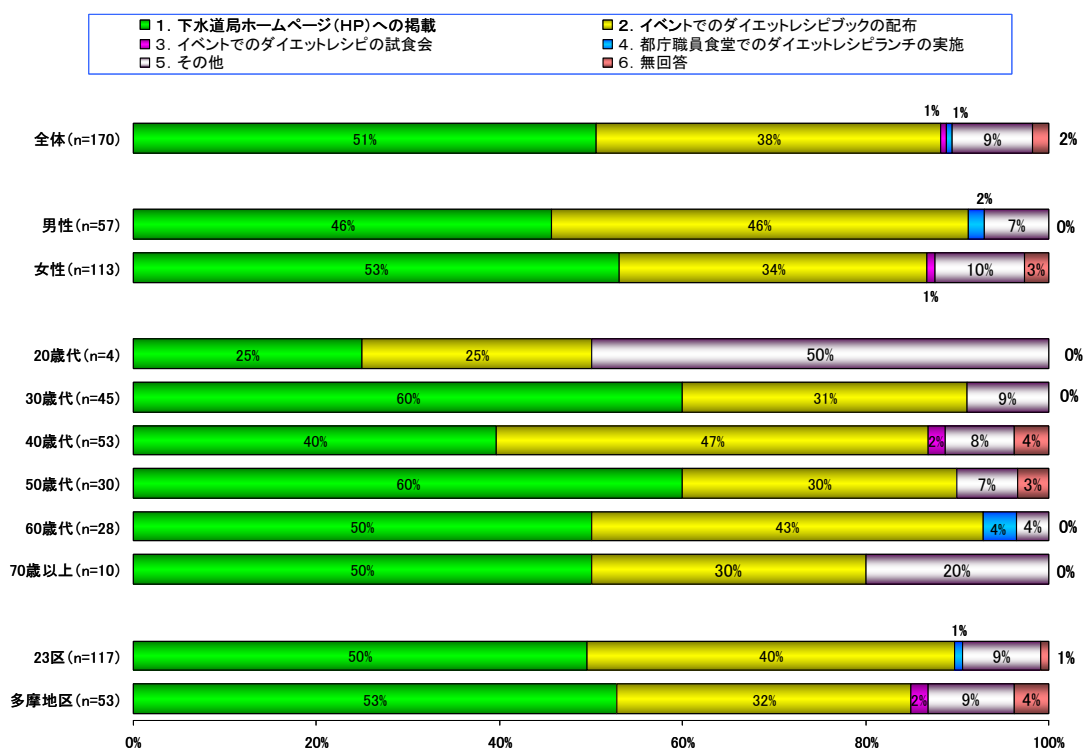


3-13. 「ダイエットレシピ」をどこで知ったか

- ダイエットレシピの認知経路について、全体では、「1. 下水道局ホームページ（HP）への掲載」の 51%、「2. イベントでのダイエットレシピブックの配布」の 38%で大部分を占めた。
- 性別にみると、「1. 下水道局ホームページ（HP）への掲載」については、男性 46%、女性 53%で、女性の方が 7 ポイント高く、「2. イベントでのダイエットレシピブックの配布」については、男性 46%、女性 34%で、男性の方が 12 ポイント高くなった。
- 年代別にみると、「1. 下水道局ホームページ（HP）への掲載」については、30 歳代・50 歳代の 60%が、他の年代に比べ高くなった。「2. イベントでのダイエットレシピブックの配布」については、40 歳代の 47%が最も高くなった。
- 地域別にみると、「1. 下水道局ホームページ（HP）への掲載」については、23 区 50%、多摩地区 53%で、多摩地区の方が 3 ポイント高く、「2. イベントでのダイエットレシピブックの配布」については、23 区 40%、多摩地区 32%で、23 区の方が 8 ポイント高くなった。

Q13-1. Q 13 で「知っている」とお答えの方に伺います。「油・断・快適！下水道」キャンペーンをどこで知りましたか。以下の選択肢の中から、該当するものをお選び下さい（単一回答）。

図3-13 「ダイエットレシピ」をどこで知ったか



「５．その他」の記載内容のうち、主な意見を以下に紹介する。

- ◆ モニター登録時
- ◆ 引っ越した時に配布されたパンフレットで
- ◆ 自分で考えれば分かる
- ◆ 子供の学校で配布された
- ◆ 処理施設の見学会
- ◆ ダイエットレシピブックを送られて
- ◆ 下水道モニターの見学会での配布
- ◆ 見学会

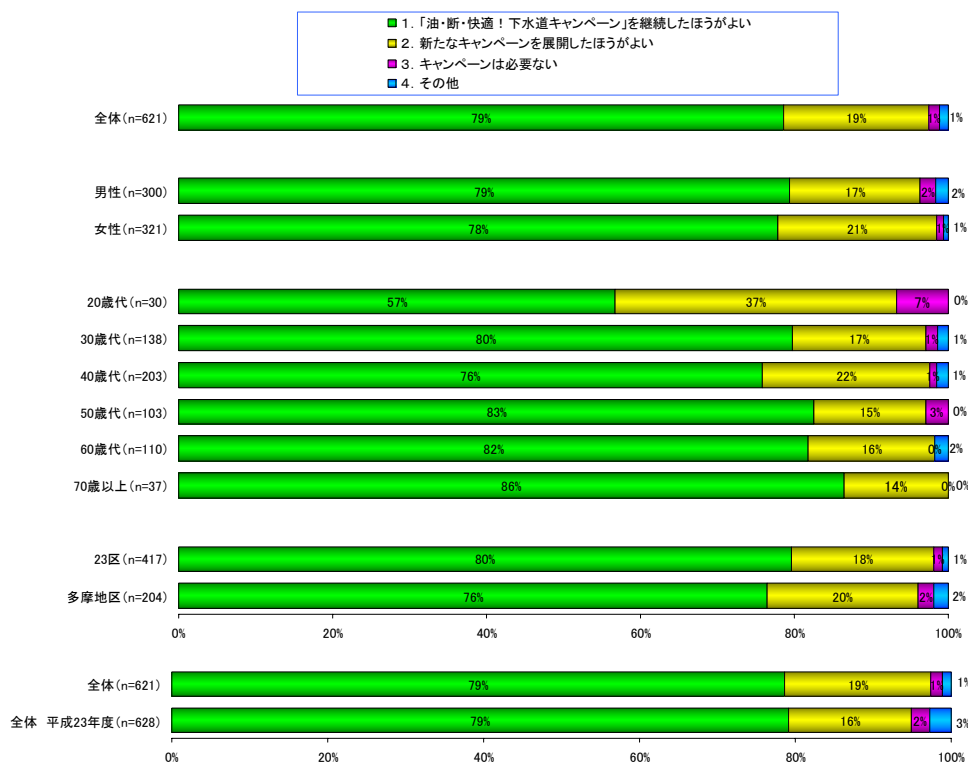
4. 新たなキャンペーン展開について

4-1. キャンペーン展開について

- 今後のキャンペーンについて意見を求めたところ、全体では、「1. 油・断・快適！下水道キャンペーンを継続したほうがよい」79%、「2. 新たなキャンペーンを展開したほうがよい」19%、「3. キャンペーンは必要ない」1%、「4. その他」1%となった。
- 性別にみると、「1. 油・断・快適！下水道キャンペーンを継続したほうがよい」については男性 79%、女性 78%でほぼ拮抗しているが、「2. 新たなキャンペーンを展開したほうがよい」については男性 17%、女性 21%で、女性の方が4ポイント高くなった。
- 年代別にみると、20歳代のみ（回答数が30件と少ないものの）他の年代に比べて顕著な特徴を示しており、「1. 油・断・快適！下水道キャンペーンを継続したほうがよい」は57%で全体に比べ22ポイント低く、「2. 新たなキャンペーンを展開したほうがよい」は37%で全体に比べ18ポイント高くなった。
- 地域別にみると、「1. 油・断・快適！下水道キャンペーンを継続したほうがよい」については23区 80%、多摩地区 76%で、23区の方が4ポイント高く、「2. 新たなキャンペーンを展開したほうがよい」については、23区 18%、多摩地区 20%で、多摩地区の方が2ポイント高くなった。
- 平成23年度調査と比較すると、「1. 油・断・快適！下水道キャンペーンを継続したほうがよい」については79%で差異は無いが、「2. 新たなキャンペーンを展開したほうがよい」については16%から3ポイント高くなった。

Q14. 今後のキャンペーンについて、あなたのお考えに近いものはありますか。以下の選択肢の中から、該当するものを一つだけお選び下さい。（単一回答）。

図4-1 キャンペーン展開について



「４．その他」の記載内容のうち、主な意見を以下に紹介する。

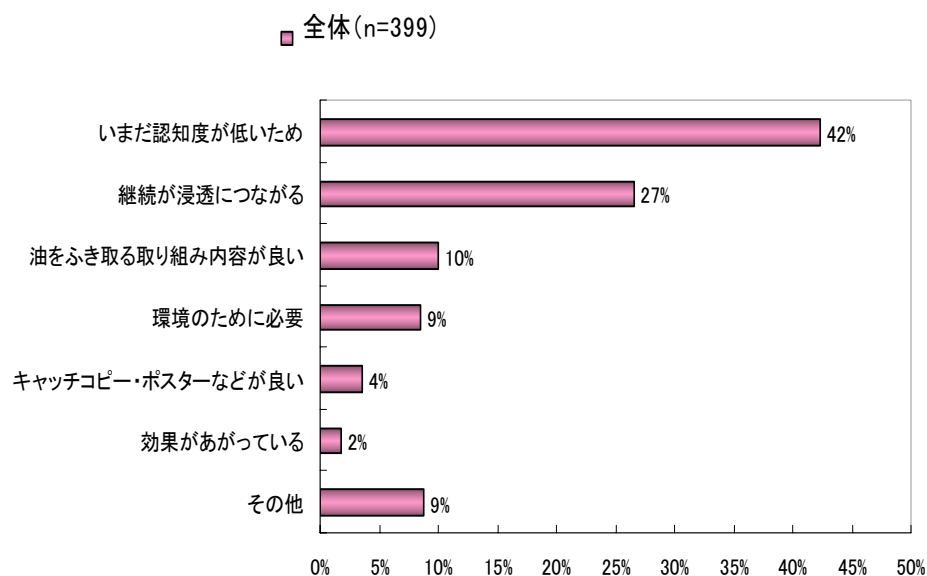
- ◆ 意味のある方法を検討した方がいい
- ◆ テレビ CMの方が効果がありそうな気がする
- ◆ 必要だがみんな知らない
- ◆ キャンペーン広告を広げるべき
- ◆ 全学校での教育キャンペーン
- ◆ 行動に結びつきやすいキャンペーンを

4-2. キャンペーン展開の回答の理由

- 今後のキャンペーン展開に対する自由回答について、前問（Q14）で「1. 油・断・快適！下水道キャンペーンを継続したほうがよい」と答えた方の理由は、「いまだ認知度が低いため」との回答が 42%、「継続が浸透につながる」との回答が 27%であった。
- また、「新たなキャンペーンを展開したほうがよい」と答えた方の理由では、「キャンペーンを知らなかった」との回答が 29%、「インパクトが小さい・地味」との回答が 26%であった。
- 以下に、それぞれの理由を多数お答えいただいたので一部ご紹介する。

Q14-1. Q14 であなたがそのようにお答えになった理由をご記入ください（自由回答）。

図 4-2-1 「1. 油・断・快適！下水道キャンペーンを継続したほうがよい」と答えた方の理由



「1. 油・断・快適！下水道キャンペーンを継続したほうがよい」と答えた方の理由

1. いまだ認知度が低いため

- ◆ 周知されてないから。周知させるべきと思うから。(50 歳代男性、23 区)
- ◆ 定着するまでまだ時間が必要だから(40 歳代女性、23 区)
- ◆ 下水道イベントに来られる方は意識が高く良いアンケート結果がでていると思われる。来られない方は知識としては知っているが実行が伴っていないのではないかと。まだまだ周知の徹底をはかる必要がある。(70 歳以上男性、多摩地区)
- ◆ 現在のキャンペーンを継続することで、より多くの人に伝わると思うので。(30 歳代女性、23 区)
- ◆ 油・断・快適！下水道キャンペーンまだまだ周知徹底するため継続した方がよいと思い

ます。(70 歳以上男性、多摩地区)

2. 継続が浸透につながる

- ◆ ネバーギブアップ・諦めずにアナウンスし続けることは大切では、また、今、興味を示さない方も二年後・三年後興味を持ってもらえるかもしれない！ 今、このキャンペーンに気が付いてない方がいるかもしれません。(50 歳代男性、多摩地区)
- ◆ 一回聞けば容易に理解できる内容なので地道に告知活動が続ければよいと思う。(40 歳代女性、23 区)
- ◆ 継続することで徐々に広まると思うので(20 歳代男性、23 区)
- ◆ 油の悪影響については、引続き丁寧にキャンペーンを継続することが大切です。(60 歳代男性、23 区)
- ◆ 継続して行うことにより、より多くの人に下水道への影響のを知ってもらえるし、すでに知っている人にも意識を促すことができるため。(30 歳代女性、23 区)

3. 油をふき取る取り組み内容が良い

- ◆ 下水道に油等を流さないということは不断に気をつけていなければならないことなので定期的にキャンペーンを張ったほうがよい。(70 歳以上男性、多摩地区)
- ◆ 内容的に周知された方がいいから。(20 歳代男性、23 区)
- ◆ ちょっとした心掛けで実施できることだから(30 歳代女性、23 区)
- ◆ 油を下水道に流すのを少しでも少なくするため(60 歳代男性、23 区)

4. 環境のために必要

- ◆ 誰にでも出来る環境問題に関する取組みなので、もっと世の中に浸透して欲しいから。(20 歳代女性、23 区)
- ◆ 自然を守る為に大切な事だから(50 歳代女性、多摩地区)
- ◆ やはり、まずは、基本的な、川や海を、または下水管を痛めないという、内容の活動を、徹底させるべきかと思います。また新たな取り組みというのにも、少し関心があります。(50 歳代女性、多摩地区)
- ◆ 地球環境の未来の為に是非やるべきだ！いらす(40 歳代女性、多摩地区)

5. キャッチコピー・ポスターなどが良い

- ◆ 油断快適の語呂が非常に判りやすいので継続してもいいと思います。(60 歳代男性、多摩地区)
- ◆ わかりやすいポスターなのでこのままで良いと思います。(40 歳代女性、23 区)
- ◆ 油・断・快適！下水道キャンペーン は 語呂がいい(60 歳代男性、多摩地区)
- ◆ 見たり読んだりすればだれでも理解できるから。(70 歳以上男性、多摩地区)

6. 効果があがっている

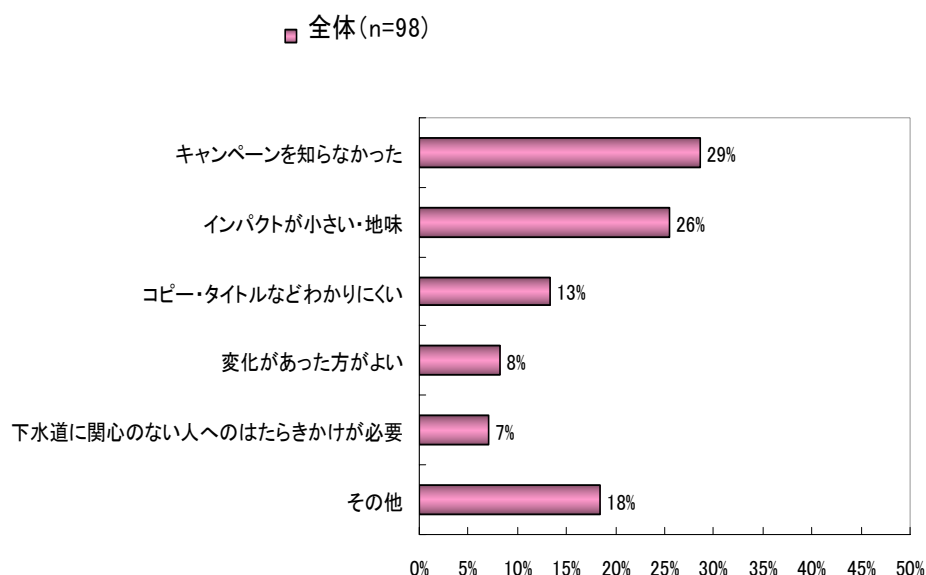
- ◆ これまでも広報効果があったと思うので継続してほしい(60 歳代男性、23 区)
- ◆ 従来のキャンペーンの効果が出ているから。(50 歳代男性、23 区)
- ◆ 一定程度の効果が感じられるから。(30 歳代女性、23 区)
- ◆ 新たなキャンペーンという方法もあるが、現行の方法も非常に有益だと思うので。このキャンペーンを継続すればと思うが。(60 歳代女性、23 区)

7. その他

- ◆ エコ意識が高まっているし、ちりも積もれば山となるワケで、一人ひとりが地道に努力していくべきだと思うから。(50 歳代女性、多摩地区)

- ◆ 若年層への啓蒙(60 歳代男性、多摩地区)
- ◆ 年配の家庭などには情報が行き届いていない気がする(40 歳代男性、23 区)
- ◆ ひとつのキャンペーンがある程度成果が出てから次のをしたほうが良いとおもうから(30 歳代女性、多摩地区)

図4-2-2 「2. 新たなキャンペーンを展開したほうがよい」を選んだ理由



「2. 新たなキャンペーンを展開したほうがよい」と答えた方の理由

1. キャンペーンを知らなかった

- ◆ ホームページや区の広報を見る人なら良いが見る人は少ないと思うので周知されていないと思う。(50 歳代女性、23 区)
- ◆ 自分が、「油・断・快適！下水道キャンペーン」を知らないことで、周知方法に問題ありだと思います。(60 歳代男性、多摩地区)
- ◆ 今回のキャンペーンは全く知らなかったため、もっと認知度が上がるキャンペーンを考えたほうが良いと思う(20 歳代女性、多摩地区)
- ◆ キャンペーンを知らなかった。(40 歳代女性、多摩地区)

2. インパクトが小さい・地味

- ◆ 人目につく方法が必要(50 歳代男性、23 区)
- ◆ 私が知らなかったので言葉が長すぎて インパクトが無いので 名前を変えた方が良いと思います！(40 歳代男性、多摩地区)
- ◆ アピールが足りないから(40 歳代男性、23 区)
- ◆ もう少し効果が必要だと思うから(50 歳代男性、23 区)

3. コピー・タイトルなどわかりにくい

- ◆ 新しい事を PR した方が知識が増えるから。(30 歳代女性、23 区)
- ◆ 先ず、イベントへの来場者を集めることが重要である。現行のキャンペーンでも、新しいキャンペーンでもよいが、来場者を増やすためには、目先を時々変えたがよいと思い

ます。(60 歳代男性、多摩地区)

- ◆ マンネリにならないように常に掲載写真を変えたり図柄を変えることにより、常に国民へ注意を促していく。(40 歳代男性、23 区)
- ◆ 違うキャンペーンにしてみても良いと思う。(20 歳代女性、23 区)

4. 変化があった方がよい

- ◆ 内容はいいが、キャッチフレーズが憶えにくい(40 歳代女性、23 区)
- ◆ ネーミングが、読んでみてパッとイメージ出来ないの、キャンペーンの名称を変えた方がよいと思ったから(40 歳代女性、23 区)
- ◆ 皿や鍋の油污れのふき取りが周知徹底されるまで継続すべきと思うが、「油・断・快適」をもっと解りやすいキャチフレーズにした方がよい。(60 歳代男性、多摩地区)
- ◆ わかりやすいがあまりおしゃれではない。(40 歳代女性、23 区)

5. 下水道に関心のない人へのはたらきかけが必要

- ◆ 先ず、イベントへの来場者を集めることが重要である。現行のキャンペーンでも、新しいキャンペーンでもよいが、来場者を増やすためには、目先を時々変えたがよいと思います。(60 歳代男性、多摩地区)
- ◆ キャンペーンの意図はわかったが、関心の薄い人にはあまり効果のないキャンペーンだと思います。(20 歳代女性、多摩地区)
- ◆ 下水道に興味の無い人も参加してもらえるようなキャンペーンが必要なのではないかと思いました。(60 歳代女性、23 区)
- ◆ 下水道イベント来場者へのアンケートとなると、普段から下水道に関心の高い人が多いと思います。普通の人には、「油・断・快適！下水道キャンペーン」に気が付かないのではないのでしょうか。(40 歳代男性、23 区)
- ◆ 興味のない人にいかに知らせることができるか(30 歳代女性、23 区)

6. その他

- ◆ もっと定量的に伝える必要性を感じます。(50 歳代男性、多摩地区)
- ◆ 結果的に各自に費用負担がかかってくるから、その認識を知らしめる必要ある(60 歳代男性、多摩地区)
- ◆ 油はもちろんですが食べカスなど器に残っている物みなぼろ布や紙で拭き取ると排水口のゴミが非常に少なくなりました 食べ残しも掃除しましょう 効果あると思います(70 歳以上女性、多摩地区)
- ◆ イベント等を行わないと意識的に考えることがない。(20 歳代女性、多摩地区)

「3. キャンペーンは必要ない」と答えた方の理由

- ◆ してもしなくても人々の関心は変わらなそうだから
- ◆ 全然知られてないから
- ◆ キャンペーンをしていても、だからと言って何か変わるわけではないから。継続的に広告をすればいいと思う。(予算がないなら、キャンペーンでも、「そういえば」とみんな思い出す機会になっていいと思う)
- ◆ 興味が無い人にはしても届かないから。
- ◆ 我が家では、揚げ物など油を使った料理をほとんどしないため、関心自体がない。洗いは食洗機を使っているため、紙で拭き取ることにより、洗剤や水が節約される実感がない。新聞はネットで契約・参照しており、新聞紙がない。不要な布もほとんどない。

- ◆ 費用対効果を検証して、有効であることが確認できたら再開すればよい。

「4. その他」と答えた方の理由

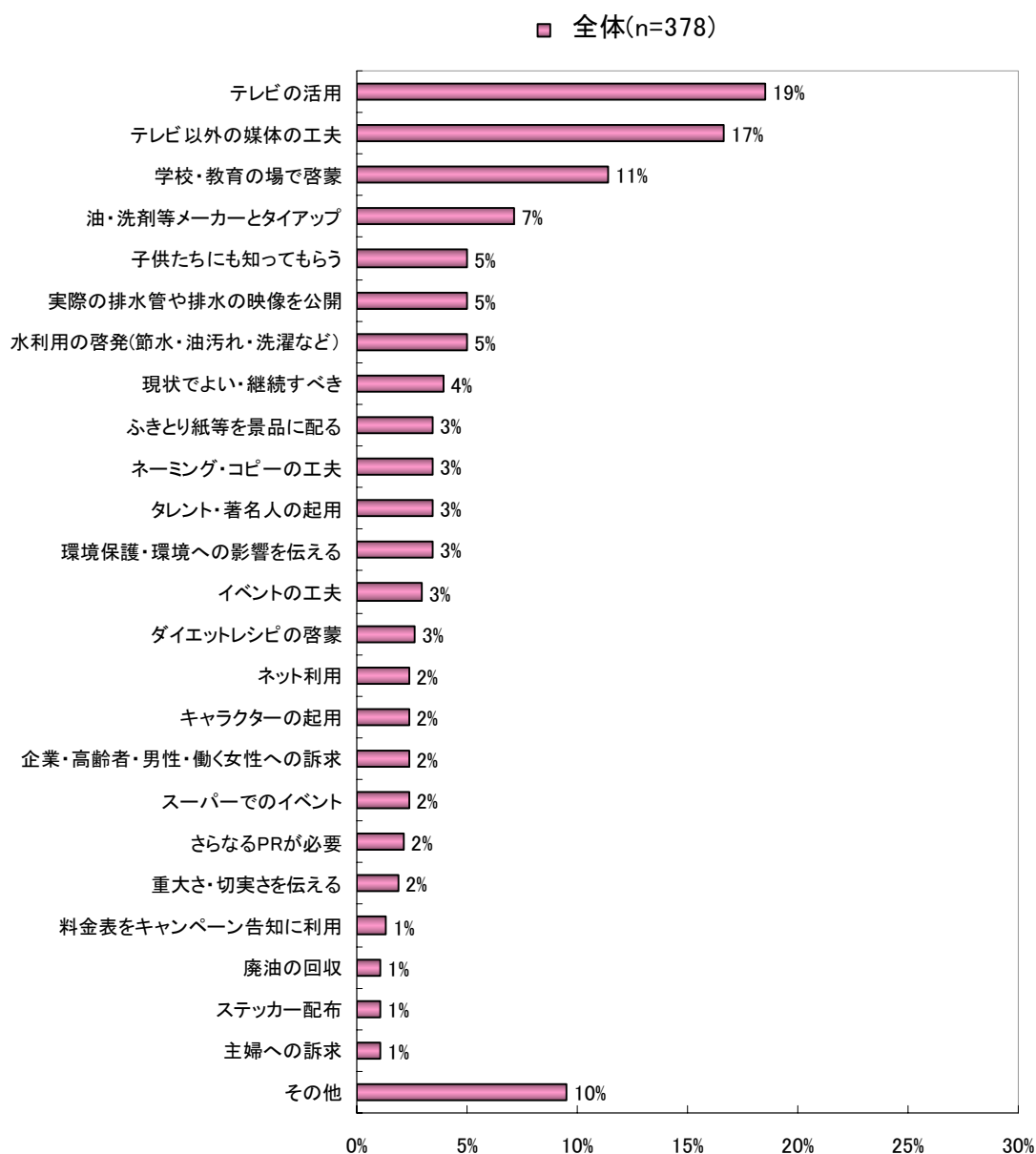
- ◆ 紙面やHPに加えて、テレビCMでもキャンペーンしたほうが知る人が多くなると思ったので。
- ◆ ポスターを見たことがあるが、大勢の人に見られている場所ではないもっと人目に付く場所が必要
- ◆ 今現在どれほど油に関しての下水道被害があるか分からないが、深刻な状況段階であれば、キャンペーンを推し進めるべきだし、そうで無ければ次のステップに進むべきだと思う。
- ◆ 全く知らないキャンペーンだったので、新たなキャンペーンをうっても意味がない。
- ◆ まだ、知れない人が多いと思うからです
- ◆ ホームページ掲載やちょっとしたキャンペーンをはってもよほど環境問題に意識の高い人にしか実行動に結び付かない。問11の記事でも、読んで理解してもそれが実行動にまでつながるかは疑問だ。COP16の動きをみると”やはりおかしいよね？”と本当に心配している人がどれだけいるか？マスメディアや知事の発信力を使って、もっとパンチのある展開を期待する。あらゆる機会に粘り強く取り組んでほしい。
- ◆ 排水処理に心をくだかない人は、そもそも関心がない。学校を通して教育することが、父兄に伝わり、いやでも関心を持つ。子供が監視者となることで、改善が進む。幼稚園、保育園、小中高校以外にも専門学校大学でも実施し、息の長い活動を望む。

4-3. 新たなキャンペーンおよびアイデア

- 「新たなキャンペーン」や「油・断・快適！下水道キャンペーン」のアイデアを伺ったところ、「テレビの活用」と回答の方が19%と最も高かった。次に「テレビ以外の媒体の工夫」と回答した方も17%と高かった。
- 以下に、「新たなキャンペーン」や「油・断・快適！下水道キャンペーン」のアイデアを、多数お寄せいただいたので、一部ご紹介する。

Q15. あなたが有効だと思う「新たなキャンペーン」や「油・断・快適！下水道キャンペーン」のアイデアがあればぜひとも、お聞かせください（自由回答）。

図4-3 新たなキャンペーンおよびアイデア



1. テレビの活用

- ◆ TVCMやTVのNEWSで取り上げてもらう。(30 歳代男性、多摩地区)
- ◆ さきほど書いたようにテレビのCM。メーカーなどと協同でやってコストは抑える。(50 歳代男性、23 区)
- ◆ テレビのニュース番組で特集するとか、バラエティ番組で取り上げてもらって、興味をもってもらう。幅広い年齢層のかたが、理解し、協力するとおもいます。(50 歳代女性、23 区)
- ◆ テレビのCMが効果あるように思います(70 歳以上男性、多摩地区)

2. テレビ以外の媒体の工夫

- ◆ 上記の「油・断・快適！下水道キャンペーン」ポスターにおいて、問題点の話題の後に解決策（油のふき取りなど）を記載したほうがインパクトがあるように感じる(20 歳代男性、23 区)
- ◆ 15 秒程度のスポット広告でいいから流す。テレビでなくても、最近は駅の映像広告があるので、それを利用する。電車の中刷り広告で告知してみる。私はテレビを見ませんし新聞も見いていませんので町中で知れる機会があると助かります。(40 歳代男性、多摩地区)
- ◆ 東京メトロの社内広告、特に東京都の「水」のビデオは印象に残る。若い世代にも印象が残るのではないか。(40 歳代女性、23 区)
- ◆ 動画を用いてしてみたらどうか。小学生や中学生などにもっと関心をもってもらったらよいと思う。(50 歳代女性、多摩地区)

3. 学校・教育の場で啓蒙

- ◆ 小学校の環境に関する授業などで扱う。子どもたちに知ってもらうことで、家庭で話題にしてもらい、周知を図る。(30 歳代女性、23 区)
- ◆ 大人だけでなく、子供にも教えていくべきだと思う。小学生では、上水道・下水道の勉強をすると思うが、その時に下水道に流す油対策を教えるべき。子供が学べば、子供が自分の家庭はどのように処置しているかを現状把握し、間違っていたら、子供から親へと伝えることにより親子ともども環境維持への理解も深まると思うから。(40 歳代女性、多摩地区)
- ◆ 環境・エコ等の一環として、小・中学校での教育を通じ子供から親への伝達、同時に未来を担う子供への早期教育・普及(60 歳代男性、23 区)
- ◆ 小学校などでの教育に取り入れてはどうか。PTAでのキャンペーンも有効であろう。(70 歳以上男性、23 区)

4. 油・洗剤等メーカーとタイアップ

- ◆ 油メーカーと協力して、商品自体に油の処理法、地球環境改善などを載せてみるのはどうか？(30 歳代女性、多摩地区)
- ◆ 洗剤会社に洗う前に紙でふき取ってから使用するよう広告・宣伝してもらう。(40 歳代男性、多摩地区)
- ◆ 油脂メーカーに、積極的に参加してもらって、ラベル表示に、告知する。(50 歳代男性、23 区)
- ◆ 食用油やコメのメーカーや流通業者と連携して、商品に油やとぎ汁を流さないというキャンペーンのシールを張ったりつけたりする。(70 歳以上男性、多摩地区)

5. 子供たちにも知ってもらう

- ◆ 子どものイベントをやると、家族で来る可能性が多いので、もっと大勢な人に伝わると
思います。それから、子どもが理解して、家族に説明するようになるかもしれません。
(30 歳代男性、23 区)
- ◆ 親子イベントなどがよいと思います。とくに、小学生のイベントはほかにもたくさんあ
るので、未就学児を対象とするのがよいかと思います。(40 歳代女性、23 区)
- ◆ 生活習慣を身に付ける時期の小学生への啓蒙を強化することで、将来有効となると考え
ます。(50 歳代男性、多摩地区)
- ◆ 子供と一緒に下水道の清掃を体験できるような機会があれば、親にも下水道の大切さが
分かるのではないかと思います。(60 歳代女性、23 区)

6. 実際の排水管や排水の映像を公開

- ◆ 実際に下水管の映像を見せる。どのような影響が起きているのか、身近でも起きている
ことを見せる。(30 歳代男性、23 区)
- ◆ やはり実物を見せる場を作り、PRする。(40 歳代男性、多摩地区)
- ◆ 公共施設で実際の汚れた下水道管の一部を置いて見せる。その横で汚れを流さないよう
に注意する。(50 歳代女性、多摩地区)
- ◆ オイルボールの実物を、どこかで展示してアピール(70 歳以上女性、23 区)

7. 水利用の啓発(節水・油汚れ・洗濯など)

- ◆ 自分にとってもメリット、節約など役に立つことがあることを伝えること(30 歳代女性、
多摩地区)
- ◆ オイルボールなどの地球環境よりも、自宅の排水管への油の付着などの悪影響などを強
調して、自分の問題(直接自分自身に降りかかってくる害)として認識させるのが効果
的ではないでしょうか。(50 歳代男性、23 区)
- ◆ 今のキャンペーンに他人事ではないと思わせる工夫が必要だと思う。たとえば、下水道
管の油汚れの処理にかかる費用で、水道代が上がる等、直接個人の負担も明記する。ま
たは、「あなたの一時間で海鳥の環境が守られる」など。(50 歳代女性、23 区)
- ◆ 家庭における適切な対策が、どれほどの経費をセーブすることになるかのシミュレーシ
ョン。(60 歳代男性、23 区)

8. 現状でよい・継続すべき

- ◆ これまでの取り組みにさらに厚みをもたせる方策がよろしいかと思います。(40 歳代男
性、23 区)
- ◆ 意識の浸透なので、根強く告知を継続するしかないと思う(40 歳代女性、多摩地区)
- ◆ 地道に今の活動を継続することが大切と思う。(50 歳代男性、多摩地区)
- ◆ 徹底的に繰り返す。(70 歳以上男性、23 区)

9. ふきとり紙等を景品に配る

- ◆ 料理を作る飲食店や料理を作る人が集まる場所でのキャンペーンをすべき。ティッシュ
配りのように、拭き取る古紙をくばればいいのか？(30 歳代女性、23 区)
- ◆ 始めの一步として、油をふき取るための再生紙を小分けにして、各家庭に配る。(30 歳
代女性、23 区)
- ◆ あぶら进行处理するときの凝固剤を配布する。その凝固剤のパッケージにオイルボールの
説明文をのせる。(40 歳代女性、23 区)
- ◆ 各イベント等で廃油をごみとして擦れるための袋の配布はどうでしょうか？(50 歳代男

性、23 区)

10. ネーミング・コピーの工夫

- ◆ キャンペーンの名前の意味がわかりにくいので、もっとわかりやすい感じがいい。(30 歳代女性、多摩地区)
- ◆ ダイエットという言葉には女性は敏感なので、うまく使ったほうが良いと思います。(40 歳代女性、多摩地区)
- ◆ 単純に「油を排水管に流すことは止めて！」で良いと思う。(60 歳代男性、多摩地区)
- ◆ 「節約キャンペーン」というのはいかがでしょうか？同じ油を流さないという内容でも、節約と言う観点から見ると表現の仕方も違って来るし、台所をあずかっている奥様方の注意をひきやすいかもしれません。(60 歳代女性、多摩地区)

11. タレント・著名人の起用

- ◆ 東京メトロの CM のようにタレントさんを起用して CM を流す。(30 歳代女性、23 区)
- ◆ タレントさんが参加すればインパクトはあると思います(40 歳代男性、23 区)
- ◆ 人気タレントを使用しての CM (40 歳代女性、多摩地区)
- ◆ キャンペーン等も大事だと思いますが、東京都或は区の主催による著名人によるセミナー、講演会等の実施も必要ではないかと思っています。(大勢の人達に効率よく啓蒙するためには) (60 歳代男性、23 区)

12. 環境保護・環境への影響を伝える

- ◆ 大人だけでなく、子供にも教えていくべきだと思う。小学生では、上水道・下水道の勉強をすると思うが、その時に下水道に流す油対策を教えるべき。子供が学べば、子供が自分の家庭はどのように処置しているかを現状把握し、間違っていたら、子供から親へと伝えることにより親子ともども環境維持への理解も深まると思うから。(40 歳代女性、多摩地区)
- ◆ 環境・エコ等の一環として、小・中学校での教育を通じ子供から親への伝達、同時に未来を担う子供への早期教育・普及(60 歳代男性、23 区)

13. イベントの工夫

- ◆ イベントをもっと頻繁に行う(30 歳代男性、23 区)
- ◆ 地域でのおもしろい家族で参加できるイベント(30 歳代女性、多摩地区)
- ◆ 家族で参加して、環境を整えていけるイベントの実施、参加するとおいしいお水がもらえる。(40 歳代女性、23 区)
- ◆ 市区町村のイベントに出向き積極的な PR を行う。(70 歳以上男性、多摩地区)

14. ダイエットレシピの啓蒙

- ◆ エコクッキング教室、油を拭き取らないことの結果のデモンストレーション(20 歳代女性、多摩地区)
- ◆ イベントの中でダイエットレシピの紹介や冊子の配布だけでなく、試食会があるといいと思います。興味を持って作る人が増えるような気がします。(30 歳代女性、多摩地区)
- ◆ いろんなイベントを行っているようだが一般の人たちは知らないと思う。試食会とか行うことを広くアピールしたほうがよいと思う。(40 歳代女性、23 区)
- ◆ ダイエットレシピをもっと浸透させて欲しい。(60 歳代女性、23 区)

15. ネット利用

- ◆ ポスターが古臭いしメディア露出があまりにの少ないのでもう少しその点を見直された

ほうが良いと思います。ポスターを例えばもっと現代的にしたりと、何らかの印象を乗せるようなポスターを作るとよいと思います。または、スマホなどの SMS など通じて若者や色々な方に情報を発信するなどしたほうがよいです。(20 歳代男性、23 区)

- ◆ youtube で広告(30 歳代男性、23 区)
- ◆ Internet やメールマガジン等で PR をしてみたいかと思いますが。広報誌だと目につきにくいと思います。(40 歳代男性、23 区)
- ◆ ネット広告も有効だと思います。(40 歳代女性、23 区)

16. キャラクターの起用

- ◆ 電車の車内に広告をだす。ゆるきゃらのアースくんを使って人の集まる街でキャンペーンをする。(30 歳代女性、23 区)
- ◆ テレビ CM を作る。キャラクターとわかりやすい、つい口ずさんでしまうような、子供でもわかるおもしろい歌。(30 歳代女性、多摩地区)
- ◆ もう少しポスターも可愛いキャラクターなどを使って子供にも目を引くポスターだったらいいと思うなんとなく暗いイメージの感じがする(40 歳代女性、23 区)
- ◆ 見たり読んだりしていない人がかなりいると思います。紙面全体に目につくキャラクターや動物などの薄い印刷をしたり、またアンケートで景品を出したりや見学会の招待をしたりすることもよいと思います。(70 歳以上男性、多摩地区)

17. 企業・高齢者・男性・働く女性への訴求

- ◆ 現場をみてもらうよう、パネルで区役所などに展示するなり、主婦は意外と関心があるが、男性は関心が薄いので新橋などの駅、電車にポスティング宣伝するなり、子供の教育現場に行って活動もできると思う。(30 歳代女性、23 区)
- ◆ 高齢者を念頭に置いたキャンペーン。一般的に若い世代は環境問題に関心が高い気がするが、高齢者はそうでもない。高齢者にも協力を呼びかける方法が必要(40 歳代男性、23 区)
- ◆ 働く女性の人たちを対象にしたキャンペーンを展開するべきでしょう。家事に割ける時間が少ない上に、こうした広報活動に接触する機会も少ないはず。これらの人たちに情報が到達しなければ、効果はあがらないと思います。(40 歳代男性、23 区)
- ◆ 個人宅より飲食店に訪問し啓蒙し理解を求めるべきです。(50 歳代男性、23 区)

18. スーパーでのイベント

- ◆ 一度もスーパーで見かけたことがなかったので、もっとスーパーなど屋外での PR を積極的に行うといいのではないかと思います。(30 歳代男性、23 区)
- ◆ スーパーやコンビニの油、油を使う商品棚にキャンペーンの POP を置くように協力を求めること。とにかく、目につくようにすることが注意喚起に役立つと思います。(40 歳代男性、23 区)
- ◆ 下水道モニターやキャンペーンに訪れる方は、ある程度関心があるため日頃から気を配っていると思われる。それ以外の方に如何に関心を持ってもらえるかが重要なので、町会の掲示板やスーパーなどの目立つところに張り紙をするなど、身近に感じてもらうように PR をしてほしい。(40 歳代女性、23 区)
- ◆ スーパー店頭などでの PR (50 歳代男性、23 区)

19. さらに PR が必要

- ◆ 「油・断・快適！下水道キャンペーン」はキャッチフレーズも分かり易くて良いと思いますが、目にする機会がありません。もっと、いろんなところで PR したらどうでしょうか。(30 歳代女性、多摩地区)

- ◆ 方法は今まで通りでよいと思う。更にというなら頻度を上げればよい。得に奇をてらうような方法は必要ではない。(40 歳代男性、23 区)
- ◆ もっと宣伝すべき(40 歳代女性、23 区)
- ◆ キャンペーンを知る機会がほとんど無い。内容よりも、キャンペーンの告知方法を考えるべきと思う。(70 歳以上男性、23 区)

20. 重大さ・切実さを伝える

- ◆ 上のチラシはややインパクトに欠ける気がしますもっと家庭に直接振りかかるデメリットを上げてもいいと思います(30 歳代女性、23 区)
- ◆ もっと強い警告のようなもの。(40 歳代男性、23 区)
- ◆ 『海や川を汚しているのはあなたです、地球環境を守ろう！』と言うような切羽詰まったタイトルで目を引くようにする。現在のチラシが優しく伝えてる感じなので、警告マークや、絶対にやらないで欲しいと記したり、もっと目立つように派手にアピールした方がいい。(40 歳代女性、23 区)
- ◆ もっと危機感をアピールしたほうがよいのでは。電車、バス内での広告が効果的では？(50 歳代女性、多摩地区)

21. 料金表をキャンペーン告知に利用

- ◆ 料金請求書や領収証にキャンペーンの案内を同封する。(30 歳代女性、23 区)
- ◆ 水道料金のお知らせと共にチラシを配布する。(40 歳代女性、23 区)
- ◆ 水道料金のお知らせの裏などに内容を P R して欲しい(60 歳代男性、多摩地区)
- ◆ 下水道料金のお知らせに文言を記載して、個人の意識を高める(60 歳代女性、23 区)

22. 廃油の回収

- ◆ 油の処理方法をいろいろ考えたほうがよい。また、油の回収事業をするのも 1 つの方法だと思います。(50 歳代男性、23 区)
- ◆ プレス発表して、新聞や TV で取り上げてもらう。検針の際に廃油を回収し、量に応じて下水道料金を割り引く。(50 歳代男性、多摩地区)
- ◆ 問題にするくらいなんだから、廃油を回収する手立てを考えるべきでは。私も、何かイベントに使用後の油をもって行った記憶がある。(60 歳代男性、多摩地区)
- ◆ 日本では食用油が簡単に安く手に入るためか 1 回使用のみで油を廃棄処分する人が多いように思います。そこで使用した油の有効再利用（例えば廃油石鹸、その他）をパンフレットに掲載するといったと思います。食用油が高価でなかなか手に入らないような事態にならない限り「最も簡単な方法で捨ててしまおう」とする人は減らないと思います。実際に私は 40 年ぐらい前から近所から出た廃油で石鹸を作って好評を得ています。(60 歳代女性、23 区)

23. ステッカー配布

- ◆ ステッカー配布(40 歳代女性、多摩地区)
- ◆ 家庭で炊事等に携わるのは主婦等女性だけでは無いことを考えた場合、普段目にする台所等に、ステッカーなどを貼り、普段から注意を促すことが大切だと思う。すぐにだめになるシールではなく、NHK のシールの様なものがよいのではないかと考えます。(60 歳代男性、23 区)
- ◆ 「油・断・快適！下水道」の言葉とすぐそれと分かる絵入りのステッカーを配布し、冷蔵庫などに貼り、子どもにも意識させる。子どもに注意されると、親も気をつけるようになると思う。(60 歳代女性、多摩地区)
- ◆ 流しのシンクの前に貼って、洗い物のたびに目につくようなシールを配布してはどうで

しょうか(70 歳以上男性、23 区)

24. 主婦への訴求

- ◆ 主婦向けに、料理教室を行ったり、セミナーなどを開く。(30 歳代女性、23 区)
- ◆ 環境面や生活の知恵、節約など主婦が身近に感じられるテーマの延長から訴えるのがいいと思う。雑誌などで様々なアイデアが出ているしそういうことに主婦は敏感だから、そういった記事の中に日々取り上げてもらうとか、油などのメーカーとのタイアップとか、日々の暮らしの中で少しずつでも浸透させて「当たり前の常識」にしていくことが必要。キャンペーンも必要だろうが、毎日の暮らしの中で少しずつ目にふれる機会が多いほうが目にとまる。(30 歳代女性、23 区)
- ◆ E S S Eやおはよう奥さんなど、主婦向け雑誌への掲載テレビコマーシャル下水道管内の映像の公開(40 歳代女性、23 区)
- ◆ 主婦になにか、プレゼントを考えては、洗剤など。(50 歳代男性、23 区)

25. その他

- ◆ 現在の下水道事業で、余計な費用がかかっている事項について紹介して改善することを提案する(40 歳代男性、23 区)
- ◆ この問題により税金、下水道代の費用のうち何割をコストとして計上されている等の情報提示。(50 歳代男性、多摩地区)

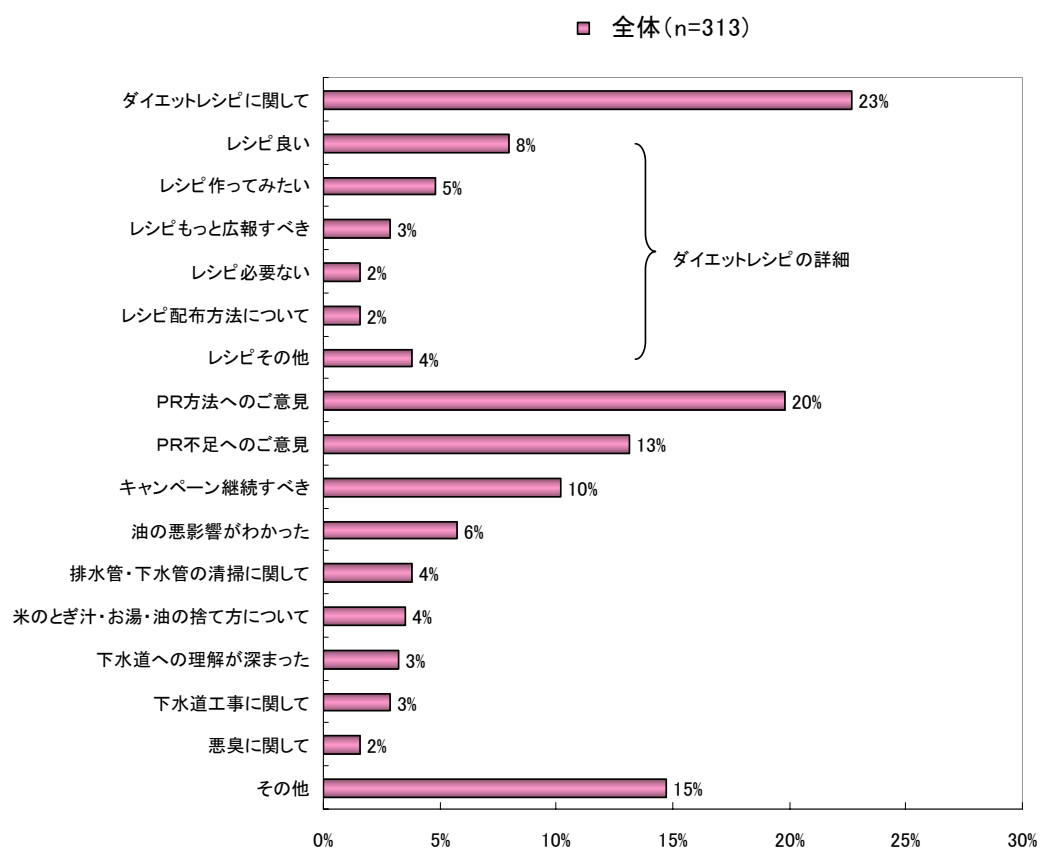
5. 自由意見

5-1. 東京都下水道局へのご意見・ご要望など

- 東京都下水道局へのご意見としては、「ダイエットレシピ」に関する意見が23%と最も高く、次いで「PR方法へのご意見」20%、「PR不足へのご意見」13%といった順で高くなった。
- 以下に東京都下水道局へのご意見・ご感想など、多数お寄せいただいたので、一部ご紹介する。

Q16. 「油・断・快適！下水道キャンペーン」や「ダイエットレシピ」などについておたずねしましたが、ご意見やご感想などがございましたらお聞かせください。また、ご家庭の排水について知りたいことや、下水道局に「してほしい」と思うことなどもございましたらお聞かせください。（自由回答）。

図5-1 下水道局へのご意見・ご感想



1. ダイエットレシピに関して

- ◆ ダイエットレシピに洗い物が少なくて済むレシピも盛り込んでみたらどうでしょう？ボウルを使わずにポリ袋に入れて混ぜるなど。洗い物が少なければラクチンだし、節水にもつながります。それから、「油・断・快適！」キャンペーンでどのようなものを使って拭き取っているか（古新聞、古布など）をもっとわかりやすく伝えたらいいかなあ、と思いました。実際に主婦の方が使っている様子などを紹介するなど。（30 歳代女性、多摩地区）
- ◆ レシピは、できたら簡単なイラスト化か写真で行程を提示していただけると、もう少し親しみやすいイメージを持てるかと思います。（40 歳代男性、多摩地区）
- ◆ ダイエットレシピは期待してみたが、作り方がめんどうだったり、調味料がいろいろで作るのが面倒な印象を受けた。「簡単に作れて、しかもダイエットレシピ」ということをもっときわめてほしい。（40 歳代女性、23 区）
- ◆ ダイエットレシピはいろいろアイデア料理が載っていて、見ていて楽しいです。老人にも良いと思うので、積極的に取り入れていきたいと思います。他には上に書いたように、教育の場（小学校位）で、お手伝いで生かせるような小冊子を作って指導して欲しいと思います。（60 歳代女性、多摩地区）

2. PR方法へのご意見

- ◆ 毎月の水道料金の明細に、取り組みの効果などを掲載していくとよいと思う。（30 歳代女性、23 区）
- ◆ 下水道のしくみを WEB 広告やメールマガジンで宣伝して、みんなに理解してもらってはいかがですか（40 歳代男性、23 区）
- ◆ 会社員も参加しやすい日にちで、イベントや勉強会をやってほしい（40 歳代男性、23 区）
- ◆ 下水道に関する啓蒙については、もっともっとマスコミ等も利用した方が良いのかなと思います。（一般の関心はかなり低いのではないかと思われるから）（60 歳代男性、23 区）
- ◆ 少なくともモニターは啓蒙に役立っています。教育は若い時から、で中学・高校生向きのモニターはどうでしょう？（60 歳代女性、23 区）

3. PR不足へのご意見

- ◆ もっと、PR活動に力を入れてほしいと思います。みんなに認知されれば、効果も絶大だと思います。日本人は基本的にまじめな方が多いので。（30 歳代男性、23 区）
- ◆ 「油・断・快適！下水道キャンペーン」は、周知には効果を上げていると思うが、実施にはまだ至っていないように感じる。これからはもっと、具体例（個人で出来る具体的な対策）をアピールしていく必要があると思う。（40 歳代女性、23 区）
- ◆ このモニターの参加してからより事業の先進性に驚くことが多かった。まだ都民へのPR力が不足しているのでは無いと思う。一步ずつとは思うが、これからの世界に冠たる下水道事業を継続されること期待している。（50 歳代男性、23 区）
- ◆ まだまだ一般的に広まっていないのでPR 必要だと思います。（60 歳代男性、多摩地区）

4. キャンペーン継続すべき

- ◆ これからも下水道に関して、多くの人に関心を持てるキャンペーンが行われると良いと思う。（20 歳代女性、23 区）
- ◆ 地道なキャンペーンにより、環境にやさしい行動が周知・実行される事を期待しています。（30 歳代女性、多摩地区）
- ◆ 下水道局のキャンペーンは非常に有効だし、これからも続けてほしいと思います。同時

にさらなるPRの工夫が必要だとも思います。(50 歳代男性、多摩地区)

- ◆ 趣旨を知れば多くの方が行動を変えようと思います。継続・持続が効果を高めようと思います。(60 歳代男性、多摩地区)

5. 油の悪影響がわかった

- ◆ 排水管に流れてしまった油やその他水以外のものは下水処理場で処理され、川や海には排出されないと漠然と思っていたので、オイルボール（←初めて聞きました）のようなものが川や海に流出することが驚きでした。(30 歳代男性、多摩地区)
- ◆ 油の処理はなんとなくわかっていたが、やっぱり面倒くさいんですね。でも、大事なことになるのでこれからは気をつけます。(40 歳代男性、23 区)
- ◆ 知ってもらうことが、何より大切だと思いました。私は知るまでは汚れた食器等を汚れをふき取らずに洗ったり、熱湯をそのまま流してました。広くみなさんに知ってもらうよう、私はまず身近な人に伝えていこうと思います。(40 歳代女性、多摩地区)
- ◆ ゴミ・排水処理は静脈です。より気をつけた対応を心がけていきたいと思います。(60 歳代男性、23 区)

6. 排水管・下水管の清掃に関して

- ◆ 「下水道口簡単掃除キャンペーン」普段から簡単に出来る掃除方法を教える！(30 歳代男性、23 区)
- ◆ 薬品を使わない清掃方法など知りたいです(40 歳代女性、多摩地区)
- ◆ マンションなので定期的に下水の洗浄がありますが、一軒家の場合はどうなのでしょう(50 歳代女性、23 区)
- ◆ 排水管の洗浄のために、年に数回、パイプユニッシュとかいう洗浄剤を流していますが、これは下水道局としては、やって欲しいことでしょうか？ それとも、困ることでしょうか？ その理由を含めて、広報されると良いと思います。(70 歳以上男性、23 区)

7. 米のとぎ汁・お湯・油の捨て方について

- ◆ 米のとぎ汁はどうすればよいか知りたい(30 歳代女性、多摩地区)
- ◆ 知らずに良くないことをやっていることを知りたい。お湯をそのまま捨てるのが悪いことだと知りませんでした。(40 歳代女性、23 区)
- ◆ 健康の為に油抜き料理はとても良いと思う。後、うちはマンションで植え木も無いので、米のとぎ汁はどうしても流す他ないんですが、、、。(40 歳代女性、23 区)
- ◆ わが家は無洗米を使っているのとぎ汁は出ませんが。普通米のとぎ汁の利用法に植木の水やりがありますが、植木にとってはよくないと園芸家の方が仰っていましたので他の利用法がありましたら提案してほしいと思います。(50 歳代女性、23 区)

8. 下水道への理解が深まった

- ◆ 啓蒙活動、がんばってください。(30 歳代男性、多摩地区)
- ◆ モニターになって初めて知ることも多く、大変ためになっています。知っているようで知らなかったことも多く驚いています。普段あまり意識することのない「下水道」について再認識する機会となりました。(40 歳代女性、23 区)
- ◆ アンケートモニターをする事によって知った事も多いです。(40 歳代女性、多摩地区)
- ◆ 特にありませんが下水道事業の大切さはよく分かるようになりました。(60 歳代男性、23 区)

9. 下水道工事に関して

- ◆ 今回の件とは関係がありませんが、近所の道路（住宅街）の下水道工事があったが、ア

スファルトの仕上げがボコボコで、自転車や老人はつまずくのではないかと思う。業者の選定に疑問を感じました。(30 歳代女性、23 区)

- ◆ 老朽化による修繕計画が知りたい。(40 歳代女性、23 区)
- ◆ 排水工事のチラシがたびたび入っていたり、訪問される。下水道局からのものではないようだが、実際排水管工事が必要なのかどうか分からないので、どのような時に排水管工事をするべきなのか教えて欲しい。(50 歳代女性、多摩地区)
- ◆ 耐震工事、雨水対策工事等をしているが具体的な内容を知りたい。工事現場にイラストなどで表示してあれば興味が湧く。(70 歳以上男性、23 区)

10. 悪臭に関して

- ◆ いやなにおいを減らすために各家庭で何に気をつければいいか教えてほしい(30 歳代女性、多摩地区)
- ◆ 排水溝をきれいにしておいても時々臭う事があるのですが、考えられる要因などありましたら知りたいです。(40 歳代女性、23 区)
- ◆ マンホールから時々においがします。もちろん家の排水溝もです。解決の方法を知りたいです(40 歳代女性、多摩地区)
- ◆ 千代田区にもマンホールから臭気が出ているところが散見されるので定期的に点検して頂けると衛生的になり有り難い。(70 歳以上男性、23 区)

11. その他

- ◆ もっと身近に資料を手に入れられる環境を整えて欲しい(20 歳代女性、23 区)
- ◆ 以前、テレビで廃油で走る車などを見たことがあるのですが、回収車が走っているところを見たことがありません。東京都の取り組みを知りたいです。(30 歳代女性、23 区)
- ◆ 分流式は雨水などきれいな水を直接河川に流し、かつ水再生センターの負担も軽減できるというメリットがありますが、私が町中でよく見かける光景として、雨水管の穴はまるでゴミ箱かのように吸い殻や周辺を掃き掃除したごみを穴に入れたり、洗車した泡だらけの水が流れていきます。これらの行為をされないように私自身注意を呼び掛けていきたいし、下水道局にも広報してほしい。(40 歳代男性、23 区)
- ◆ 下水にやさしい、低価格の洗剤を発売しているメーカーの公表。良好な下水対策をしているメーカーや個人の公表。(50 歳代女性、多摩地区)

以 上