



さいたま市水道局キャラクター
「ピッチ」「チャッピー」

水道局工事現場見学会

さいたま市水道局

1. 抱えていた課題

現在、多くの老朽管や老朽施設が更新時期を迎えており、節水機器の普及やライフスタイルの変化による使用水量の減少、将来的な人口減少などから水道料金の減収が見込まれている。その結果、水道事業を取り巻く環境は大変厳しいものとなっている。このような中、安全・安心な水道水を安定して供給し続けるため、水道施設の老朽化対策など水道事業に対する市民の理解を深めることが課題となっている。

2. 広報活動概要

市民の皆様へ水道事業への理解を深めていただくことを目的として、老朽管更新工事の重要性や現場の様子を直接ご覧いただける見学会を開催した。

【開催日時】令和7年3月17日（月）11時30分～12時

【場所】さいたま市浦和区常盤8-9-8付近

【告知方法】ホームページ、SNS（公式X）、自治会掲示板など、幅広い媒体を活用して周知

【安全対策】公道上での見学にあたり、警備員を配置し、安全に配慮して実施した。

【報道対応】NHKおよびテレビ埼玉による取材があり、テレビ放映やYouTubeでの紹介を通じて、より多くの方に情報を届けることができた。



工事概要や耐震管の構造について説明



工事現場見学の様子

さいたま市水道局 工事現場見学会

令和7年3月17日（月）11:30～12:00（雨天中止）



【見学について】
・開始5分前までに集合場所（水道庁舎）までお越しください。
・汚れてもいい服装、歩きやすい靴でお越しください。
詳しくは、右記の二次元コードを掲載又はインターネットで「さいたま市水道局 工事現場見学会」と検索してご確認ください。

自治会掲示板の案内ポスター

3. 広報活動の狙い

市民に水道事業への理解と関心を深めてもらうことを目的に、以下の3点を重視して広報活動を展開した。

○分かりやすさの工夫

モニターや模型を活用し、普段目にする事のない水道管の構造や工事内容を、視覚的に理解できるよう工夫した。



○多様な媒体による周知

ホームページ、SNS、自治会掲示板など、世代を問わず情報が届くようにしました。特に高齢者にも伝わるよう掲示板を活用し、地域全体への情報共有に努めた。

○安全面への配慮

公道上での見学にあたり、警備員を配置し、参加者が安心して見学できるよう安全面にも十分配慮した。

4. PRポイント

今回の見学会では、広報活動を通じて市民とのつながりを深めるとともに、発信力と運営面の工夫により、効果的なPRを実現した。

○市民とのつながり

参加者からは「水道事業の重要性を実感した」との声が多数寄せられ、職員や事業者にとっても市民との交流を深める貴重な機会となった。

○発信力と波及効果

NHK、テレビ埼玉による取材でテレビやYouTubeでも紹介され、見学会の様子が広く発信された。



○運営面の工夫で、効果的なPRに

水道庁舎近隣の現場を選定することで、準備・運営の効率化を図りながら高い広報効果を達成した。

5. 広報活動の効果

水道局の役割や老朽管更新の重要性を市民に直接伝える見学会を開催し、水道事業への理解と関心を深めることができた。テレビやSNSなど多様な媒体で広く発信され、多くの方に水道インフラ維持の大切さを知っていただく機会となった。

6. 今後の展望

市民の理解をさらに深めるため、今後も見学会や情報発信を継続し、水道インフラの重要性を広く伝えていきたい。

給水部南部水道建設課 TEL : 048-714-3102

E-mail: nambu-suido-kensetsu@city.saitama.lg.jp

“おいしい水道水”の発信「宮の泉」プロジェクト

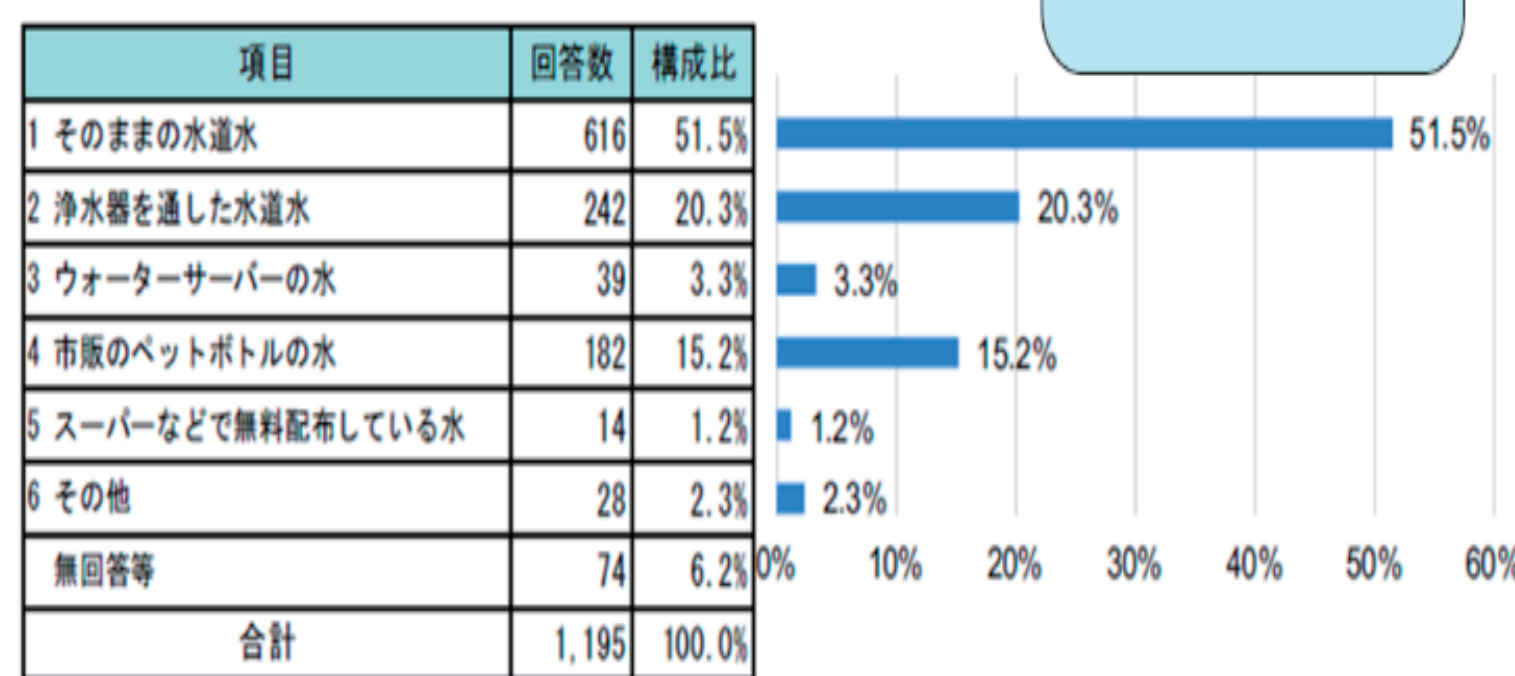


宇都宮市上下水道局

1. 抱えていた課題

【問2-1】普段、どのような「水」を飲用していますか。（n=1,195）

水道水を飲用している世帯は71.8%と、大半の世帯で飲用に水道水を利用している。
「そのままの水道水」⇒51.5%、「浄水器を通した水道水」⇒20.3%



水道水を飲まない理由
1位 水質に不安がある
2位 おいしくない
3位 においが気になる

水道水離れ

● 本局が実施したアンケートでは、水道水をそのまま飲む人の割合は、平成29年度の70%から、令和4年度には52%と大幅に低下。一方で、市販のペットボトルやウォーターサーバーの利用割合は、6%から19%と約3倍に増加

おいしい水道水の効果的なPR

● イベントなどで、本市の水道水と市販のミネラルウォーター（2種）の3種類について正体を明かさず飲み比べを実施すると、半分以上の方は本市の水道水が一番おいしいと感じるという結果になっているものの、こうしたデータだけを示しても、なかなか日常的な飲用につながらない。

水道水の
飲用ニーズの拡大
→
収益確保へ

2. 広報活動概要

給水スポット「宮の泉」

実際に水道水を飲んでいただき、おいしさを実感していただく機会を増やす取組として令和4年度から市民や来街者向けの“給水スポット「宮の泉」”の設置を開始



身近なところで水道水を飲めるスポット「宮の泉」の整備
(左上:ライトキューブ宇都宮 右上:うつのみや表参道スクエア
左下:オリオンスクエア 右下:大谷コネクト)

学校版「宮の泉」

- 小学校の子どもたちは自宅から持参しており、校内にある水道水を飲まない児童が多いことがアンケート結果などから分かっていた。ほとんどの学校は、受水槽や高架水槽を経由して給水する方式を採用しているが、水道管から直接蛇口へ給水する「直結給水方式」を採用すれば、外気の影響を受けにくく、より冷たくおいしい水道水を提供することができる。
- 子どもたちの水道水への愛着醸成や飲用促進を図る取組として、小学校の水飲み場の一部を「直結給水方式」に切り替え、子どもたちが興味をもつ意匠で、利用しやすい水飲み場へ改修する“学校版「宮の泉」”を令和6年度に市内小学校3か所に設置



未来を担う子どもたちに水道水のおいしさを知ってもらおう！
学校版「宮の泉」

3. 広報活動の狙い

- ・ 水道水のおいしさを実感してもらう機会の創出
- ・ 市民が多く利用する施設やイベントが開催される場所に設置することで、**飲用の機会を増やす**。
- ・ 特に、未来を担う子どもたちに**水道水のおいしさを知ってもらう**！
- ・ 子どもたちが利用するにあたっては、「**目を引くこと**」や「**使いたくなること**」、「**愛着が持てること**」も必要であると考え、地域資源である「大谷石」を使ったデザインや飲みやすい飲水栓を取り入れた。



4. PRポイント

家庭内での話題に

まずは、往来の多い駅や広場に給水スポットを設置し興味関心を高め、続いて小学校に設置することで、子どもの意識を目覚めさせ、おいしさを感じてもらおう。

「おいしかった」という子どもの声から、家庭内でも「水道水を飲む」という習慣につなげていくとともに、地域の方々の目にも触れることから、地域資源をいかした意匠とし、口コミの力で話題を広げていく。

⇒ **子どもたちの「水道水はそのままおいしく飲める」という実体験が、水道水を飲む習慣に、そして継続的な使用水量の確保につながっていく。**

〔波及性〕

学校だけでなく、各施設にある水飲み場を直結給水にすることで、「水道水のおいしさ」を伝えることができることから、他市・他施設でも展開可能である。

また、「宮の泉」の設置・利用が熱中症予防やペットボトル削減など環境配慮にもつながるだけでなく、災害時給水拠点となっている地域に配置することで、災害時の対応力強化にもつながる。

5. 広報活動の効果

水道水飲用を習慣に！

「宮の泉」の利用者は増加傾向で認知されてきていることが伺える。

学校版「宮の泉」の効果検証のアンケートを実施した結果、学校の水道水を飲む児童の割合が上昇し、3割の児童が家庭などで日常的に水道水を飲む機会が増えたとの回答があった。令和6年度中の給水水量の減少がここ数年と比較して緩やかになってきており、飲用促進のPRを進めた効果もあると考えている。

体験型展示と直接対話形式で行う新感覚の広報手法 「水道カフェ」

城里町水道事業



水道カフェ とは・・・

- ・市内の農家さんやパン屋さんなどが出展するプチマルシェ「しろさとコラボ」
- ・一息つける憩いの場を提供する、地域おこし協力隊の「コミュニティカフェ」
- ・水道事業の啓発のために、城里町水道事業が行う水道に関する展示コーナー「水道展」

この3つの
合同開催イベント！



▲来場者と交流する大学生
学生がいることで会場の雰囲気が和み、
話しやすい雰囲気が生まれていました。

利き水体験でお水の飲み比べ ボランティア学生による来場者対応



開催日時：令和7年1月23日(木)
開催場所：城里町役場1階コミュニティスペース
配置職員：上下水道課1名専従、1名一部補助



▲当日の様子



▲利き水体験に挑戦している来場者
楽しみながら学ぶことに加え、声掛けでコミュニ
ケーションのハードルを下げる役割も期待できます。



▲展示物を見る来場者
展示形式とすることで、各自自分のペースで
資料を読むことができ、理解促進に繋がります。

展示形式で自由に観覧！ 紙とテープで！手作りの展示物



▲ありもの活用の展示物
普段使用している印刷機で、カラーコピーした
ものを貼り付けるだけでも、見ごたえ充分！

抱えていた課題：`無関心`の壁と、限られた資金や労力での広報活動

住民との対話不足と水道への住民の関心の低さ

水道は生活の基盤であるにもかかわらず、その重要性や課題に関心を持たない住民が多く、特に若年層との接点が乏しい状況でした。また、茨城県内において水道の広域連携が進む中で、住民に対しその必要性や効果を十分に説明する場がなく、持続可能な水道事業に向けて住民の関心をより上げていく必要がありました。

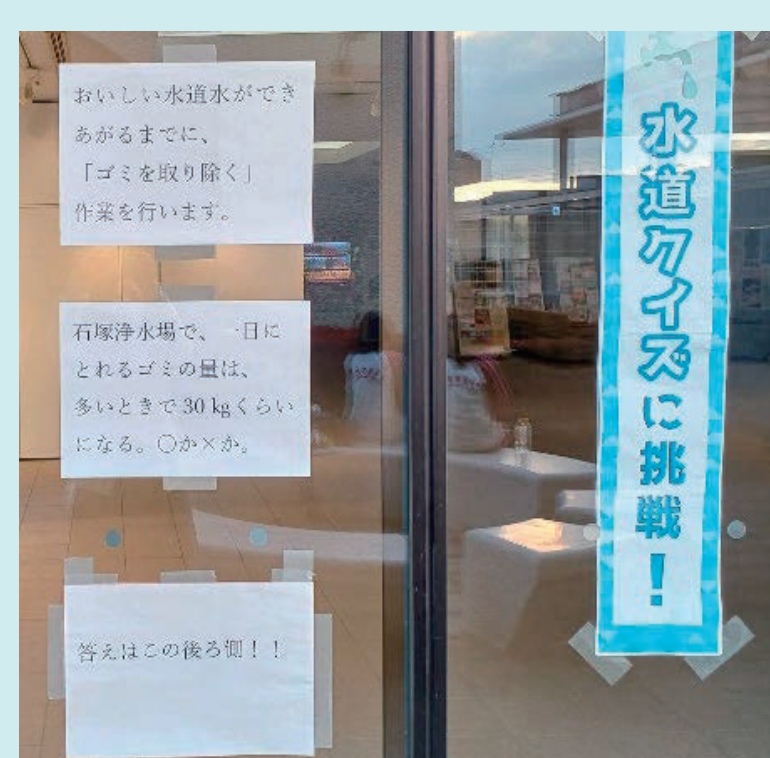
従来型広報の限界と情報伝達の一方通行さ

チラシや説明会といった従来の形式では`お知らせ`にとどまりがちで双方向コミュニケーションが生まれにくく、情報が定着しにくい課題がありました。また、広報活動には多くの時間と労力が必要になりますが、資金面、人員面には限界があり、`最低限のコスト、最低限の労力`で行うことが求められていました。

工夫したところ：興味関心を深める`直接対話`が生まれやすい雰囲気づくり

立ち寄りやすい空間づくり

来場タイミングや資料に目を通す時間等が自由である展示形式は、来場のしやすさの面で利点が大きく、気軽に参加できる雰囲気を創出してくれます。展示物もグラフや図が入った資料、写真や水道管の現物展示、クイズ等、楽しく観覧できるような内容にしました。また、会場の一部がガラス張りである点を活かし、屋外からも水道クイズの設問を読めるようにするなど、来場することへのハードルを下げる工夫を行いました。



交流しやすい雰囲気づくり

利き水体験の声掛けや、運営に大学生ボランティアを起用するなど、運営側に「声を掛けやすい」雰囲気をつくることで、「気になったささいなこと」が質問につながります。来場者と運営側のコミュニケーションのハードルを下げることで、興味関心の深化に大きく影響する`対面交流`が自然と発生する場をつくることができました。



PRポイント：全国の水道事業体で再現できる広報モデル！

地域住民と協力して運営する

運営側に地域住民の力を借りやすいカフェ形式、学生参加、展示と対話の融合などの広報モデルは、全国の水道事業体でも実現可能です。他のイベントとの合同開催とすることで、集客面での相乗効果もめざましいです。

ほぼゼロ予算の展示物

主な展示物は既存資料を活用し、紙やテープを使って職員が作成しました。町庁舎内開催で場所代もゼロ、利き水も必要なものは水道水と紙コップで、「あるもの」を活用して開催可能です。資金が潤沢でない事業体でこそ取り入れてほしい手法です。

担当者コメント～双方向コミュニケーションの重要性への気づきときっかけづくり～

【問い合わせ先】 城里町上下水道課 江幡・加倉井
TEL:029-288-3114

水道カフェは、双方向性の力と可能性を実感した経験から、「双方向コミュニケーション」が生まれやすい広報手法として考えました。

`知らないこと`から`気になること`へ

運営参加の大学生は、セミナー事業(※1)への参加を通して水道に興味を持ち、今回の参加に繋がりました。学だけでなく、話し合いながら未来の水道について考えたことで、「何かやってみたい」と思うまでに関心が深まる様子を見て、双方向性の力を実感しました。

経験差や情報量の壁を和らげる

審議会(※2)委員の一部は公募により決定したことからメンバー間で経験や情報に差が生じていましたが、ワークショップ形式の意見交換を行ったところ、`わからない`ことを聞きやすい雰囲気が創出され、その壁を和らげていました。双方向性の可能性を実感した経験でした。

気軽&交流できる「知る機会」

`ふらっと立ち寄りやすい`を重視したことで想定を上回る70名近くの来場がありました。カフェ形式による開放的なレイアウトが良い意味で「行政らしくない」空気を醸成し、対立でなく対話の機会が生まれており、質問もしやすい雰囲気、満足感や納得感が高まっている印象でした。

※1国土交通省事業「水道事業の啓発に向けた調査検討等及びセミナー企画運営業務」。横浜ウォーター株式会社主催、茨城キリスト教大学と城里町水道事業が協力し、令和6年に座学や現地見学、ワークショップ等のセミナーを行った。
※2城里町水道事業運営審議会。令和6年度、15年ぶりに設置、開催。茨城県の進める広域連携への参画に関する含め、経営戦略の改定について検討した。

水の大切さを再発見！健康と水道に関するイベント開催 (四日市市 上下水道フェスタ)

四日市市上下水道局

1. 抱えていた課題

教育現場では生水を飲まないよう指導が行われましたが、それが「生水＝水道水」という誤解を生み、現在に至るまで、親世代を含め水道水の安全性を誤解している人が少なくありません。この誤解を解き、水道水の安全性を正しく理解してもらうための広報活動が重要であった。また、将来の水道事業を担う人材確保は課題であり、幼少期から水道へ関わり、水道事業への興味を持つきっかけを作る必要となっていた。

2. 広報活動概要

8月12日(祝)、四日市市上下水道局は「上下水道フェスタin四日市」を開催し、延べ463名が参加した。水道水の安全・良質性をPRし、利用促進、災害時の備えの啓発を目的とした。小中学生向け講演会の実施。薬剤師会講師による「お風呂につかって免疫力アップ！～病気に負けない身体づくり～」と題した講演が行われた。

また、水質検査体験ブースの設置し、薬剤師会指導のもと、水道水やスポーツドリンク、お茶など様々な飲料水の塩素濃度や濁度、色度などを測定。学校で学ぶ水質検査を体験を通して理解を深め、水の安全性を学んだ。

給水車から給水体験し、水を入れる体験を通して、災害時の給水方法を学んだ。また、給水した水を飲んでもらい、四日市の水道水の美味しさを実感する声も多く聞かれた。



小中学生向け講演会の実施



水質検査体験ブース



給水体験

3. 広報活動の狙い

市民の健康維持に貢献する薬剤師会と連携することで、水道事業への信頼感向上と新たな広報チャネルの開拓を目指しました。健康という共通のテーマを通じて、水道水の安全・安心を訴求します。



飲料水の検査状況



配布チラシ

4. PRポイント

水道事業への信頼向上と水需要喚起のため、多角的な広報活動を展開しました。健康をテーマに、市民に身近な薬剤師会と連携することで、新たな広報チャネルを開拓し、水道水の安全性・安心を訴求。ドラッグストアや薬局といった生活導線上にチラシを設置することで、これまで水道広報に触れる機会の少なかった層へリーチを広げました。

残留塩素を測ってみよう

- (1) セルAに水を入れる
- (2) セルBに測る液を入れる
- (3) セルBに試薬を入れる
- (4) 測定機の上にセルAを及びセルBをセットする
- (5) 内蔵の目盛、同じ色になるところの数字を読む
- (6) 読んだ数字を記録用紙に書く



水質検査(残留塩素)

学校教育法では学校での水質検査が義務付けられており、また学校薬剤師の配置も必須とされています。検査機器や検査試薬は学校薬剤師が所有しているため、実施費用は比較的安価に抑えられます。

5. 広報活動の効果

水道事業への信頼向上と水需要喚起のため、薬剤師会と連携し、多角的な広報活動を展開。ドラッグストア・薬局でのチラシ配布で新たな広報チャネルを開拓し、学校での水質検査で子どもたちの水道への関心を高めました。学校薬剤師の活用による水質検査は、他地域への波及性も高く、メディア露出によるPR効果も高く、費用対効果の高い事業となりました。

6. 今後の展望

引き続き、四日市薬剤師会との連携を図りつつ、医療の知見に基づいた水の安全性をPRしつつ、水需要の喚起につながるPR活動の実施を行います。

双方向コミュニケーション

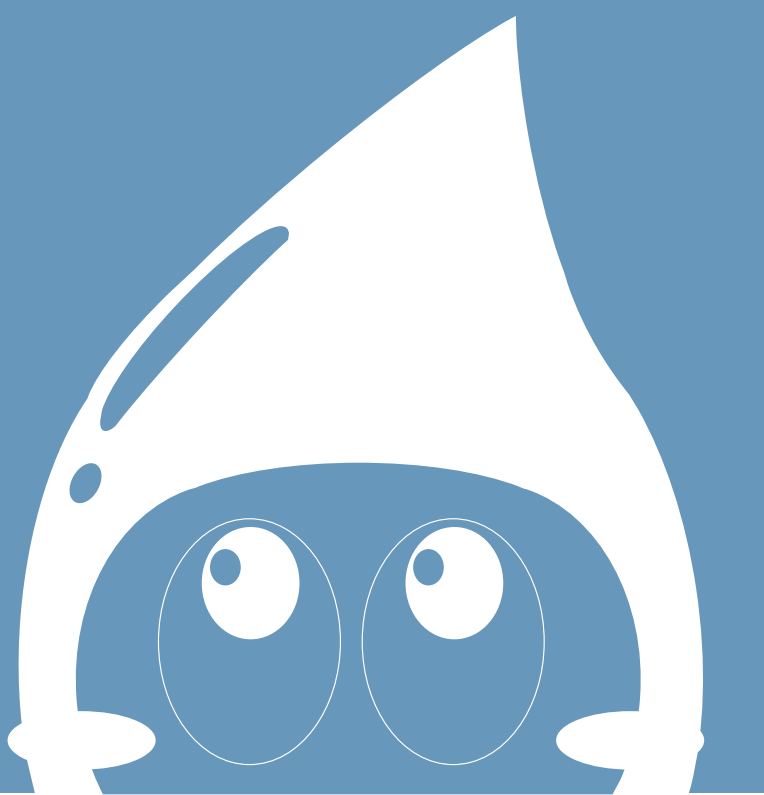
「水道いどばた会議」

吹田市水道部

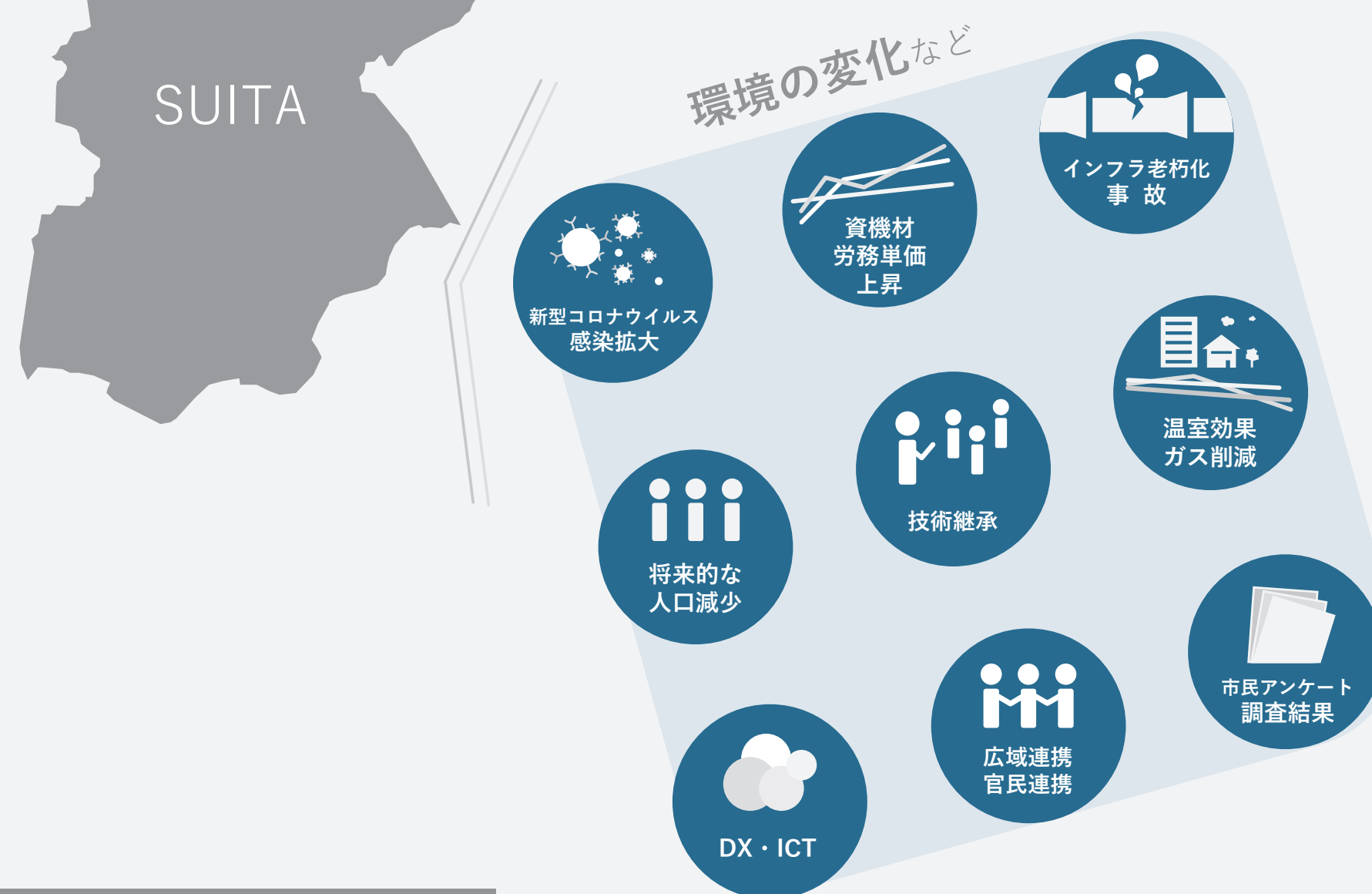
企画室 経営グループ

TEL : 06-6384-1253

Mail: w-keiri@city.suita.osaka.jp



SUITA



抱えていた課題

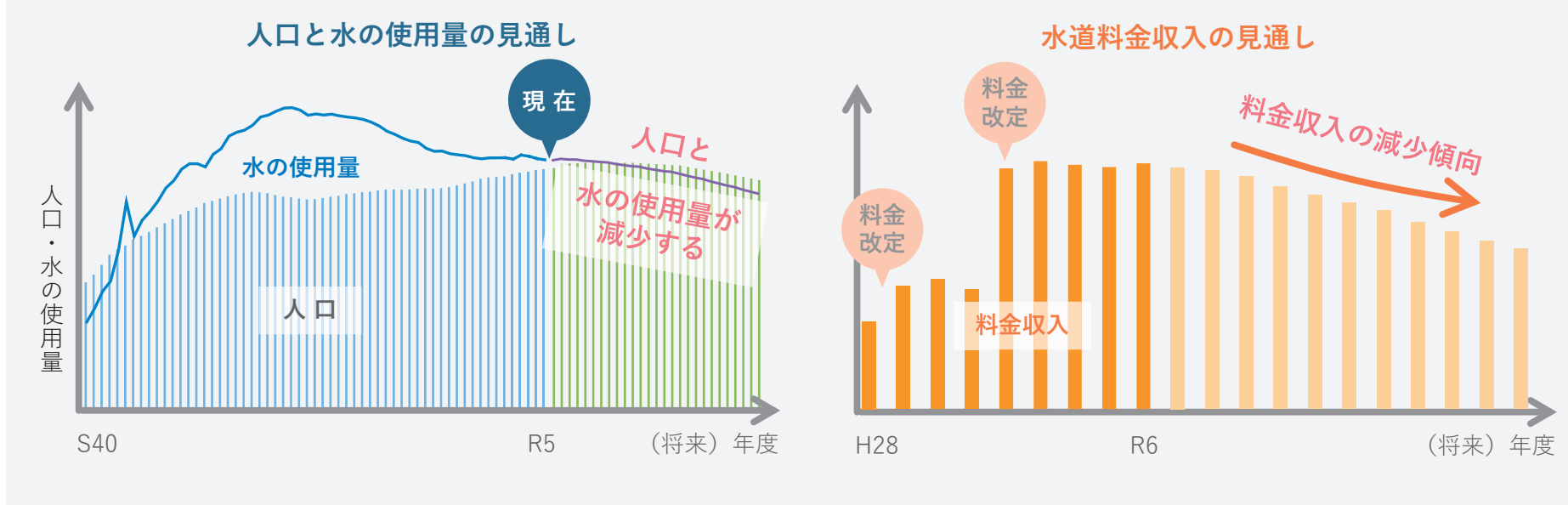
水道施設の更新や耐震化の財源確保を主な理由として、平成28年に10%、令和2年に15.2%の水道料金値上げを実施しましたが、人件費及び物価高騰の影響もあり、財政シミュレーション上、令和9年には更なる値上げが必要となる状況となっています。

独立採算原則のもと、水道料金収入をもって能率的経営に努めてきましたが、水需要減少に伴い収入は右肩下がり、生じる収支ギャップを水道料金値上げや企業債で補填するような状況が続いており、今後も増収基調に好転することは見込めません。

令和6年能登半島地震や埼玉県八潮市での陥没事故などもあって、インフラの耐震化や更新に対する市民の関心は高く、令和6年度に実施した本市の市民アンケート調査結果では約1,000名の回答者のうち、実に98%の方が「水道施設の耐震化は重要」と回答しています。

このように、水道施設の強靱化の必要性については、一定のご理解をいただいています。そのための水道料金値上げまでご納得いただくことは容易ではありません。

度重なる水道料金値上げを提案するためには、不断の経営努力はもとより、水道事業の実態や値上げの必要性について、深く理解していただくための広報活動が重要です。



広報活動の狙い

YouTubeやInstagramなどインターネットを活用した大量拡散型の広報も必要ですが、「ひざ詰めの対話」という人と人が向き合う、アナログな方法でなければ伝わらないこともあります。

職員が真摯な姿勢で地域に赴き、地域の方々とざっくばらんに対話を重ね、顔が見える関係を構築することで、水道事業者と使用者との精神的な距離が縮まるとともに、水道に対する理解を深めることができます。(下表参照)

表 - SNS等と水道いどばた会議の違い

項目	SNS等 (大量拡散型広報)	水道いどばた会議 (ひざ詰めの対話)
情報の方向性	一方的 / 大量伝達	双方向 / 個別理解
手段の性質	デジタル / スピード重視	アナログ / 丁寧な対話
伝達の質	幅広く届ける	深く伝わる
目的	知ってもらう	わかってもらう
関係性の構築	接点をつくる	信頼を築く
雰囲気・温度感	画面越し / 軽やか	対面 / あたたかい
向いている内容	イベント告知 / 周知	背景説明 / 本音の共有

PRポイント

【発信力】令和6年度に実施した会議後のアンケート結果では、参加者の94%が「水道事業を自分事と捉え関心を持っていこうと思う」と回答しています。

参加人数282名は、本市の人口の約39万人と比較すれば非常に少なく見えますが、会議に申込み方の中には、普段から行政に関心が高い地域のインフルエンサーも多く含まれており、『水道いどばた会議』での情報は、参加者だけに留まらず地域への伝播が期待できます。

【波及性】職員の慣れや数名の人員は必要ですが、ほとんどの水道事業者で本取組を実施することが可能と思われます。また、慣れは実施することで得られます。

広報用動画作成の予算が確保できない場合は、手作り動画でも対応可能です。【手作り動画作成手順】
・パワーポイントで説明資料を作成し画像データ化する。
・説明資料に沿った読み原稿を作成し音声データ化する。
・一般的な動画編集ソフトで画像データと録音データを編集する。

【費用対効果】費用について、人件費の一部と一般的な機材の費用のみで、特別な予算は必要ありません。

効果について、本市では同様の双方向コミュニケーションの取組を平成27年度から平成30年度まで延べ38回開催し、約800名の方々にご参加いただきました。その結果、令和2年4月からの平均15.2%の料金改定案について、原案どおり全会一致での可決に繋がりました。このことに関して、令和3年度優良地方公営企業総務大臣表彰をいただきました。

令和6年度の取組について、前述のとおり参加者の94%が「水道事業を自分事と捉え関心を持っていこうと思う」と回答したほか、「面白かったから、また来て欲しい」とのリピーターもおられました。

会議に参加した職員は、使用者の声を直に聞き、水道に関するフリートークを重ねる中で、使用者の疑問に対して、よりわかりやすく答えるスキルの必要性を感じ、水道の知識習得へのモチベーションがアップするなど、プロ意識の向上に繋がりました。

【その他】双方向コミュニケーション『水道いどばた会議』のような取組を、より多くの水道事業者で実施していただければ、何気なく当たり前のように使っている水道の実態や水道インフラを未来へ引き継ぐことの重要性など、水道事業の持続の必要性等に対する理解が国民全体に広まり、水道界への貢献に繋がると考えます。

「広報コンパス5D」



広報活動の目的と方向性を示し、戦略的に実施する方針

令和4年
(2022年)
3月策定

5W2H

デザイン

TWO-WAY

コミュニケーション

デザイン

プッシュ & プル

デザイン

5つのDesignを柱に

ユニバーサル

デザイン

ハート

デザイン

日本水道協会 令和6年度全国会議(水道研究開発委員会)
(1-8)吹田市水道部広報戦略指針の策定と現在の取組状況
→「広報コンパス5D」が主眼となる取組の取組が実現

水道いどばた会議の実施概要

【必要なもの】

市の水道事業の概要と経営課題などがわかる動画と、様々なプレゼンテーションの際に作り貯めたパワーポイント資料

機材一式：ノートPC、プロジェクター、自立式スクリーン、スピーカー、電源ケーブル等

【会議開催までの流れ】

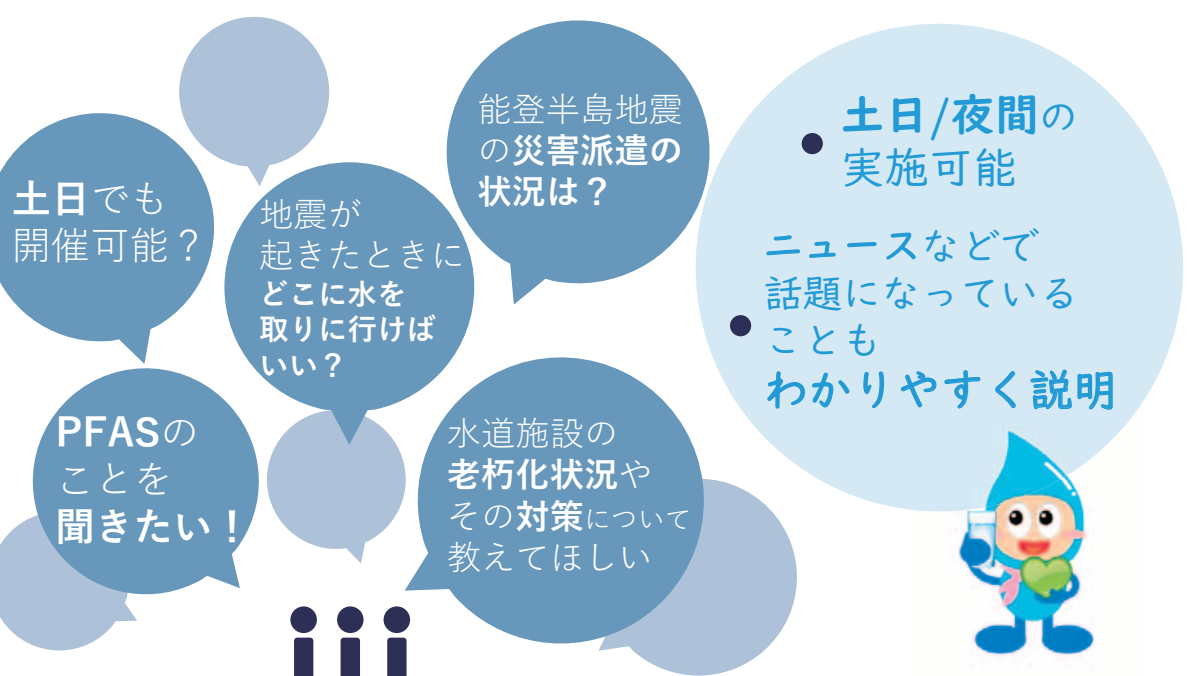
- ①『水道いどばた会議』の開催案内をホームページ、市報等に掲載
- ②自治会長や公民館長など、地域の方が集まる場で会議概要をアナウンス
※その他、施設への配架や地域での防災訓練など様々な機会を捉えてお知らせ
- ③電話やメール等で申込みを受付
(会場は申込者にて用意、知りたいネタなどをあらかじめ聞いておく、申込者のリクエストには柔軟に対応する)
- ④当日参加する職員の人選
(知りたいネタに合わせて3名程度)
- ⑤会議の開催に向けた事前打合せ

【会議開催当日の流れ】

- ①会場の設置
- ②名刺交換、自己紹介、挨拶
- ③事前に用意した動画の視聴
- ④動画に対して、質問や感じたことを参加者へ聞き、対話(ざっくばらんなフリートーク)
- ⑤あらかじめ聞いておいた知りたいネタなどをパワーポイントで説明
- ⑥説明を踏まえて対話(ざっくばらんなフリートーク)
- ⑦参加者へのアンケート調査の実施

令和6年度の取組

- 連合自治会長が参加する会議でPR
- 単一自治会長あてにチラシを送付
- 市内郵便局、協力スーパーでのチラシの配架



双方向コミュニケーション『水道いどばた会議』は、“当たり前”のように使用している蛇口の裏側を知っていただき、未来の水道をいっしょに考えていただくためのミーティングです。

令和4年に広報戦略「広報コンパス5D」を策定し、5つの方針を示しました。その方針のうち「TWO-WAYコミュニケーションデザイン」に、『水道いどばた会議』を位置付けて取り組んでいます。

広報活動概要

水道いどばた会議

「水道いどばた会議」は、水道について皆さまに知ってもらい、未来の水道をいっしょに考えていただくためのミーティングです

職員が地域に伺い、説明いたします

内容

広報用動画

「このまちの水の未来を考える」の上映



水道部が取り組んでいることを「じゃらの向こう側」で働く職員の思いとともに紹介します。

水道なんでも相談

水道に関することで、普段疑問に思われていることについて、職員がお答えいたします。

地域の水道のお話

地域の水道に関するお話をさせていただきます。

災害対策の取組

水道水の安全性

水道施設の老朽化対策

漏水など困ったときの対応

水道施設や災害時の給水など

電子申込みはコチラから

吹田市水道部
企画室 経営グループ
TEL : 06-6384-1253
FAX : 06-6384-1902
E-Mail: w-keiri@city.suita.osaka.jp

お申込み

対象 おおむね10名以上の市内のグループ・団体
方法 ①吹田市電子申込システム
②「申込用紙」の内容を次のいずれかの方法で、問合せ先にお知らせください。
・FAX ・E-Mail ・電話



水道いどばた会議実施時のアンケート結果の一部をご紹介します

吹田市の水道事業が抱えている現状や課題について、知っていましたか?

はじめて知った 54%

少し知っていた 39%

水道いどばた会議に参加して今後、水道事業を自分事と捉え関心を持っていこうと思いませんか?

はい 94%

どちらともいえない 5%

