

2021년 인천시 자원순환정책 종합홍보 만족도 조사 결과

1 자원순환 정책 인식

○ 조사결과

(Base : N=500, 단위 : %, 점)

구분	긍정%	5점 평균(점)	[응답자 특성별] 긍정 비율							
			성별		연령대				거주지역	
			여성	남성	20대	30대	40대	50대	서울/경기	인천
인천시 자원순환 정책 인식	78.2	3.95	74.3	82.2	66.7	80.5	77.2	87.1	74.4	82.0
자원순환 정책 중요도	87.6	4.19	84.6	90.7	87.7	83.1	89.0	90.2	85.6	89.6


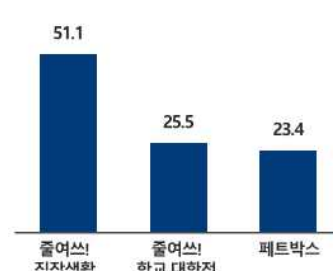
○ 결과분석

- ▶ 인천시의 자원순환 정책이 긍정적이라는 응답은 78.2%로 나타났고, 특히 남성(82.2%)과 50대(87.1%), 인천 거주자(82.0%)에서 상대적으로 높게 나타남
- ▶ 자원순환 정책 중요도는 87.6%가 중요하다고 인식하고 있으며, 특히 남성(90.7%)과 50대(90.2%), 인천 거주자(89.6%)에서 중요하다고 응답한 비율이 높게 나타남

2 인천시 자원순환 캠페인 인지도

○ 조사결과

(Base : N=500, 단위 : %, 점)

인천시 자원순환 캠페인 참여/홍보 접한 경험	참여/홍보 접한 캠페인	캠페인의 시민 실천/ 정책 참여 효과성 평가																									
<div><table><tr><th>성별</th><th>여성</th><th>남성</th></tr><tr><td>20대</td><td>22.5</td><td>15.0</td></tr><tr><td>30대</td><td>20.2</td><td>23.7</td></tr><tr><td>40대</td><td>11.0</td><td>21.2</td></tr><tr><td>50대</td><td>13.2</td><td>24.4</td></tr></table></div>	성별	여성	남성	20대	22.5	15.0	30대	20.2	23.7	40대	11.0	21.2	50대	13.2	24.4	<div><table><tr><th>참여/홍보 접한 캠페인</th><th>참여/홍보 접한 캠페인</th></tr><tr><td>즐어쓰 직장생활</td><td>51.1</td></tr><tr><td>즐어쓰 학교 대항전</td><td>25.5</td></tr><tr><td>페트박스</td><td>23.4</td></tr></table></div>	참여/홍보 접한 캠페인	참여/홍보 접한 캠페인	즐어쓰 직장생활	51.1	즐어쓰 학교 대항전	25.5	페트박스	23.4		긍정%	5점 평균(점)
성별	여성	남성																									
20대	22.5	15.0																									
30대	20.2	23.7																									
40대	11.0	21.2																									
50대	13.2	24.4																									
참여/홍보 접한 캠페인	참여/홍보 접한 캠페인																										
즐어쓰 직장생활	51.1																										
즐어쓰 학교 대항전	25.5																										
페트박스	23.4																										
	전체	73.2	3.84																								
성 별	여성	70.0	3.79																								
	남성	76.5	3.89																								
연 령 대	20대	70.2	3.74																								
	30대	67.8	3.78																								
	40대	69.9	3.82																								
	50대	84.1	4.02																								
거 주 지	서울/경기	71.2	3.80																								
	인천	75.2	3.88																								

○ 결과분석

- ▶ 인천시 자원순환 캠페인에 참여 또는 홍보 콘텐츠를 접한 경험이 있다는 응답은 18.8%로 나타났고, 주로 여성, 30대, 인천 거주자에서 경험률이 높게 나타남
- ▶ 참여 또는 홍보를 접한 캠페인으로 '줄여쓰! 직장생활'이 51.1%로 가장 높게 나타남
- ▶ 응답자의 73.2%는 캠페인이 시민의 자원순환 실천과 정책 참여에 효과적이라고 생각하고 있고, 특히 남성(76.5%)과 50대(84.1%)의 긍정비율이 상대적으로 높게 조사됨

3 인천시 자원순환 광고 홍보 효과

○ 조사결과

(Base : N=500, 단위 : %)

구 분	(광고A)'친환경 자원순환의 길, 인천이 먼저 시작합니다'			(광고B)'내 쓰레기는 내가 싹(쓰레기 발생지 처리원칙)'				
광고 인지 여부	인지	23.6%		인지	24.6%			
영상 광고 인지 매체	TV (지상파: KBS,SBS,MBC,OBS)	70.4%		TV (지상파: OBS)	76.0%			
	TV (종편: MBN,채널A,TV조선)	44.9%		TV (종편: MBN,채널A,TV조선,jtbc,tvN)	39.4%			
	케이블 TV	42.9%		케이블 TV	33.7%			
인쇄 광고 인지 매체	지하철(스크린도어)	68.2%		지하철(스크린도어)	81.6%			
	지하철(내부광고판)	61.4%		지하철(내부광고판)	55.3%			
	버스 쉼터	54.5%		버스 쉼터	55.3%			
항목별 광고 평가	<div><div><div>■ 그렇다</div><div>■ 보통</div><div>■ 그렇지 않다</div></div><div>[5점 평균]</div></div>			<div><div><div>■ 그렇다</div><div>■ 보통</div><div>■ 그렇지 않다</div></div><div>[5점 평균]</div></div>				
	주목성	67.4	27.0 5.6	3.72	주목성	69.8	25.0 5.2	3.80
	이해도	81.0	16.4 2.6	4.11	이해도	75.8	19.6 4.6	3.99
	실천유발도	75.2	22.4 2.4	4.01	실천유발도	73.2	22.2 4.6	3.93
	호감도	68.8	27.4 3.8	3.86	호감도	73.8	19.6 6.6	3.89
	정보의 새로움	57.2	30.6 12.2	3.56	정보의 새로움	56.4	30.2 13.4	3.61
	제도 관심도	65.0	27.6 7.4	3.78	제도 관심도	66.4	27.2 6.4	3.78
	전반적 만족도	71.0	26.6 2.4	3.86	전반적 만족도	71.4	23.6 5.0	3.83
	광고 효과 평가	'환경특별시 인천' 문구 인지 여부	인지(기억남)	67.4%	'발생지 처리원칙' 문구 인지 여부	인지(기억남)	68.2%	
광고의 '환경특별시 인천' 이해 도움도		도움이 된다	72.8%	광고의 '쓰레기 발생지 처리원칙' 이해 도움도	도움이 된다	72.8%		
인천시 친환경 정책 선도 여부 평가		그렇다	67.2%	광역단체별 쓰레기 발생지 처리원칙 의견	동의한다	76.4%		
광고의 친환경 정책 선도 의견에 대한 영향력 평가		영향 미쳤다	68.2%					

○ 결과분석

광고 A	▶ 광고물을 본 적이 있는 경우는 23.6%로 나타났고, 영상광고는 주로 지상파 TV(70.4%)를 통해 보았으며, 인쇄광고는 지하철(스크린도어)(68.2%)에서 본 경우가 가장 많음
	▶ 광고 속성별로 보면, 메시지를 이해하기 쉽다(81.0%), 실천해야겠다는 생각이 든다(75.2%)는 항목에서 상대적으로 높게 평가되었고, 광고의 전반적 만족도는 만족 비율이 71.0% 로 나타나 대부분은 만족하고 있는 것으로 보임
	▶ 응답자의 72.8%는 광고가 환경특별시 인천에 대한 내용을 이해하는데 도움이 된다고 생각하고 있음
광고 B	▶ 광고물을 본 적이 있는 경우는 24.6%로 나타났고, 영상광고는 주로 지상파 TV(76.0%)를 통해 보았으며, 인쇄 광고는 지하철(스크린도어)(81.6%)에서 본 경우가 가장 많음
	▶ 광고 속성별로 보면, 메시지를 이해하기 쉽다(75.8%), 호감이 간다(73.8%), 실천해야겠다는 생각이 든다(73.2%)는 항목에서 상대적으로 높게 평가되었고, 광고의 전반적 만족도는 만족 비율이 71.4% 로 나타나 대부분은 만족하고 있는 것으로 보임
	▶ 응답자의 72.8%는 광고가 발생지 처리원칙에 대한 내용을 이해하는데 도움이 된다고 생각하고 있음