

「令和 5 年度 水に関する意識調査」の実施結果について

上下水道局では、「京（みやこ）の水ビジョンーあすをつくるー」及び「中期経営プラン 2023-2027」において、「京の上下水道を未来へ継承する広報・広聴活動の推進」を取組の一つに掲げ、きめ細やかに市民の皆さまの声をお聴きし、事業運営に反映することとしています。

その一環として、「令和 5 年度 水に関する意識調査」を実施し、調査結果を取りまとめましたので御報告いたします。

1 調査の目的

節水型社会の定着等による水需要の減少や、老朽化した管路や施設の改築・更新需要の増大など、厳しい経営環境においても、市民の皆さまの重要なライフラインである水道・下水道を未来へと確実に繋いでいく必要がある。

そのため、節水意識や水道水の利用状況をはじめとする、市民の皆さまの水に対する様々な意識や行動を継続的にお聴かせいただき、ニーズや御意見を把握するとともに、調査結果を今後の事業運営等に役立てていくことを目的としている。

2 調査対象等

- (1) 調査方法 京都市内に在住する満 20 歳以上の 1, 000 名のアンケートモニターに対してWEB調査を実施
- (2) 調査時期 令和 5 年 9 月・12 月

3 調査項目

- (1) 水に関するライフスタイルについて
- (2) 事業全般について
- (3) お客さまサービスについて
- (4) 上下水道局の経営環境について
- (5) 広報活動等について
- (6) 総合的な満足度、ご意見について

4 調査結果の取りまとめ

調査結果については、各設問を単純集計（設問ごとの集計）して経年変化を把握した。また、中期経営プランに掲げた指標については、詳細な分析を実施し、今後の方針を検討した。

調査結果については、別紙「令和 5 年度 水に関する意識調査 報告書」のとおり。

5 中期経営プランに掲げた指標の調査結果

「飲料水の備蓄率」は、令和4年度の61.9%から6.3ポイント減少し、55.6%となり、令和3年度と同等の結果となるものの、単年度目標を下回った。

また、令和5年度から見直した指標である「サービスの利用全般に対するお客さま満足度」と「広報活動・媒体の認知度」については、結果がそれぞれ50.8%、20.1%となり、ともに単年度目標に到達しなかった。

一方で、「事業に対する総合満足度」は、令和4年度の75.7%から5ポイント減少したものの、70.7%と高水準を維持し、単年度目標を達成した。

表 経営ビジョン・中期経営プランに掲げた指標の調査結果

指標名	前期プラン					後期プラン
	H30	R1	R2	R3	R4	R5
						調査結果 (目標)
飲料水の備蓄率	62.0%	62.4%	61.9%	56.3%	61.9%	55.6% (62.4%)
サービスの利用全般に対するお客さま満足度※1	61.8%	60.1%	64.4%	72.7%	72.7%	50.8% (70%以上)
広報活動・媒体の認知度※2	37.7%	29.9%	32.6%	27.0%	25.2%	20.1% (30.0%)
事業に対する総合満足度	78.5%	79.7%	77.9%	76.9%	75.7%	70.7% (70%以上)

※1 令和5年度から指標を「サービスの利用全般に対するお客さま満足度」に見直し、「窓口や電話での応対」・「インターネットを活用した各種申込・手続等」・「上下水道料金の支払い方法」に対する満足度（「利用経験がないまたは知らない」を除く）の平均に変更
平成30～令和4年度は「窓口、電話応対のお客さま満足度」を指標としていた

※2 令和5年度から上下水道局の広報・PR情報について、2つ以上「知っている（見たことがある）」と回答した人の割合に変更
平成30～令和4年度は上下水道局が展開している広報・PR情報について「よく見かける」・「時々見かける」と回答した人の割合を指標としていた

6 指標の結果分析等

(1) 分析結果

- 飲料水の備蓄を実施している層は、その必要性を「ＴＶ・ラジオの防災・災害関連のニュース等」から認知する機会が最も多くなっており、これは近年、全国的に地震や大雨・台風の被害等に関する報道があったことが要因であると考えられる。一方で、備蓄をしていない理由として「保管する場所がないため」が最も多く、これは単身者世帯において飲料水の備蓄率が低いこととの関連が推測される。また、「急いで準備する必要性はないと思うため」の割合が次いで高くなっており、これはアンケート実施時では京都市内・近隣での災害が発生していないことが大きな要因となっていると考えられる。
- 「窓口や電話での応対」及び「インターネットを活用した各種申込・手続等」の2問については、いずれも「利用経験がないまたは知らない」が6割以上となり、満足度に対する回答は「どちらとも言えない」が最も多かった。一方で、「利用経験がないまたは知らない」の割合が最も低い「上下水道料金の支払い方法」の満足度が3設問の中で最も高くなっており、これらの結果からはサービス自体の利用頻度や認知度が満足度の向上に関係していることが推測される。
- 「広報活動・媒体の認知度」では、令和4年度と比較すると認知度が低下している媒体が多くなっているものの、重点的に実施した「YouTubeによる動画広報」の認知度は上昇傾向にあり、広報の効果が発揮されたものと考えられる。また、これまでから広報媒体として活用してきた「マスコットキャラクター」や「一般公開事業」の認知度は他の媒体に比べて高くなっている。
- 水道・下水道事業に対する安心度が高く、料金を「おおむね適正」と感じているほど、水道・下水道全般に満足している割合も高くなっており、総合満足度は事業への安心感や経営環境・料金など、様々な項目と相関、関連していると考えられる。

(2) 今後の方針

「飲料水の備蓄」について備蓄そのものの必要性は理解しているものの、緊急性を感じていない層が多いことから、災害時に備えた備蓄の重要性を「局のチラシ・リーフレット」等を活用して引き続き啓発していく。

また、「お客さま満足度」については、応対研修を継続するとともに、今後も問合せやアンケート等を通じてニーズを把握しながら、お客さまサービス施策に反映していく。

「広報活動・媒体の認知度」の向上のため、啓発・周知の際には認知度の高い広報媒体を活用するだけでなく、年齢層による特性を捉え発信する情報やターゲットに応じた媒体の使い分け等、効果的・効率的な発信をしっかりと行っていく。

これらの取組に加え、今回の調査結果を様々な上下水道事業の施策に活かしていくことで、市民の皆さまの事業に対する理解を深め、満足度をさらに向上できるように努めていく。

(案)

令和5年度
水に関する意識調査
報 告 書

令和6年(2024年)3月
京都市上下水道局

目 次

I	調査の目的と概要	1
1	水に関する意識調査の目的及び概要	1
(1)	目的	1
(2)	調査方法・時期	1
(3)	調査項目	1
2	本報告書の見方	1
II	本調査の回答者属性	2
(1)	年齢	2
(2)	住所	3
(3)	世帯人数	3
(4)	住居の種類	4
III	単純集計結果（経年比較含む）	5
1	水に関するライフスタイルについて	5
(1)	入浴時における浴槽の利用頻度	5
(2)	節水に関する取組状況	6
(3)	「水」の飲み方	7
(4)	災害時の備蓄状況	8
2	事業全般について	12
・	事業に関する安心の程度	12
3	お客さまサービスについて	15
(1)	サービスに対するお客さま満足度	15
(2)	新たなサービス	18
4	上下水道局の経営環境について	19
(1)	水道・下水道の料金等に対する印象・認知度	19
・	水道・下水道の料金に対する印象	19
・	水道・下水道の料金等に関する認知度	21
(2)	老朽化施設の更新事業への対応	22
5	広報活動等について	23
・	広報活動・媒体の認知度	23
・	マスコットキャラクターの認知度	24
・	一般公開事業の認知度	24
6	総合的な満足度、ご意見について	25
(1)	水道・下水道全般の満足度	25
(2)	上下水道局がさらに取り組むべきこと	26
(3)	水道・下水道に関する主なご意見	28
IV	中期経営プランに掲げた指標の調査結果分析	30
1	指標の調査結果及び目標・過年度との比較	30
2	指標のクロス集計	31

(1) 飲料水の備蓄率.....	32
(2) サービスの利用全般に対するお客さま満足度	33
・窓口や電話での応対.....	33
・インターネットを活用した各種申込・手続等	33
・上下水道料金の支払い方法.....	34
(3) 総合満足度.....	34
3 指標の結果分析等	37
(1) 分析結果.....	37
(2) 今後の方針.....	37

I 調査の目的と概要

1 水に関する意識調査の目的及び概要

(1) 目的

節水型社会の定着等による水需要の減少や、老朽化した管路・施設の改築・更新需要の増大など、厳しい経営環境においても、市民の皆さまの重要なライフラインである水道・下水道を未来へと確実につないでいく必要がある。

そのため、節水意識や水道水の利用状況をはじめとする、市民の皆さまの水に対する様々な意識や行動を継続的に聴かせいただき、ニーズやご意見を把握するとともに、調査結果を今後の事業運営等に役立てていくことを目的とし、今回の調査を実施した。

(2) 調査方法・時期

調査方法：京都市内に在住する満20歳以上の1,000名のアンケートモニターに対してWEB調査を実施

調査時期：9月・12月

(3) 調査項目

- ア 水に関するライフスタイルについて
- イ 事業全般について
- ウ お客さまサービスについて
- エ 上下水道局の経営環境について
- オ 広報活動等について
- カ 総合的な満足度、ご意見について

2 本報告書の見方

- ア 令和5年度からアンケートモニターに対するWEB調査に手法を切り替えており、回答者に占める年代及び性別の割合構成が「京都市住民基本台帳人口」における行政区ごとの割合に近接したことによって、一部の設問では回答傾向に影響が見られる。
- イ 集計に当たっては、無回答、非該当を除いており、有効回答数をN数と表示している。
- ウ 百分率(%)は原則として小数第2位を四捨五入し、小数第1位までを表示している。四捨五入の結果、個々の比率の合計と全体を示す数値が一致しないことがある。
- エ グラフ内の設問名称については、調査票の設問名称を趣旨が変わらない範囲内で簡略化して表示している。
- オ 経年変化については、前回までの調査と同種の項目について実施し、選択肢等の名称は調査意図が変わらない範囲で本調査の名称に統一している。
- カ クロス集計とは、各設問の単純集計結果について回答者属性や他の設問を掛け合わせて集計する手法である。

Ⅱ 本調査の回答者属性

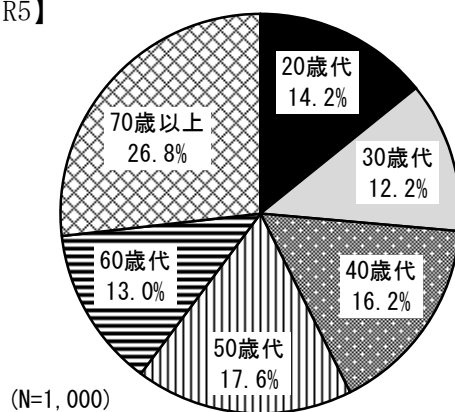
- ・ 本調査は、アンケートモニターを活用したWEB調査により実施した。
- ・ 回答者に占める年代及び性別の割合構成については、「京都市住民基本台帳人口」における行政区ごとの割合に合わせている。

(1) 年齢

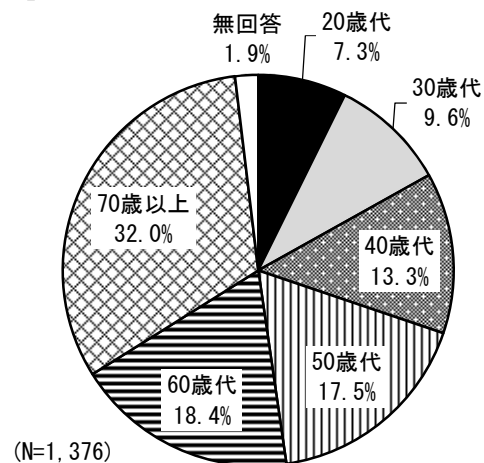
- ・ 調査手法をWEB調査に切り替えたことにより、京都市住民基本台帳人口比率におおむね一致する割合構成となった。

選択肢	回答者数 (人)	割合 (%)	住民基本台帳人口比率 (%)
20 歳代	142	14.2	13.9
30 歳代	122	12.2	12.6
40 歳代	162	16.2	16.0
50 歳代	176	17.6	17.3
60 歳代	130	13.0	12.9
70 歳以上	268	26.8	27.3
合 計	1,000	100.0	100.0

【R5】



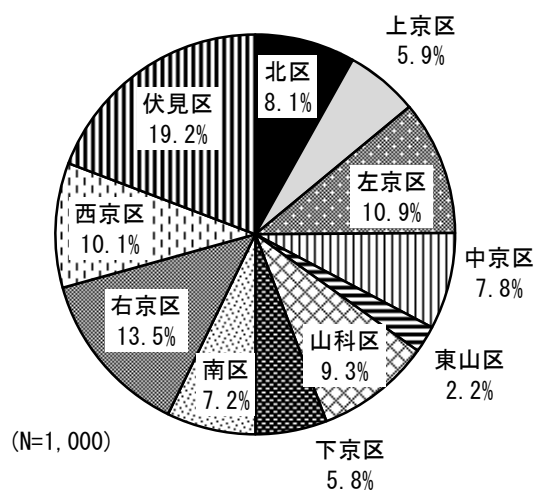
【R4】



(2) 住所

- ・調査手法をWEB調査に切り替えたことにより、京都市住民基本台帳人口比率におおむね一致する割合構成となった。

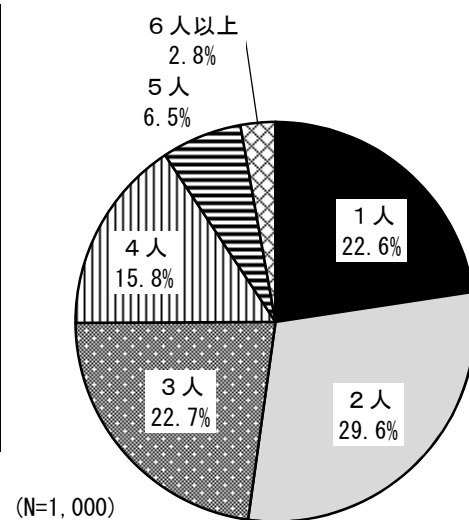
選択肢	回答者数 (人)	割合 (%)	住民基本台帳人口比率 (%)
北区	81	8.1	7.8
上京区	59	5.9	10.9
左京区	109	10.9	10.9
中京区	78	7.8	7.7
東山区	22	2.2	2.5
山科区	93	9.3	9.2
下京区	58	5.8	5.7
南区	72	7.2	7.3
右京区	135	13.5	13.8
西京区	101	10.1	10.2
伏見区	192	19.2	19.3
合 計	1,000	100.0	100.0



(3) 世帯人数

- ・世帯人数は、「2人」が29.6%で最も多く、次いで「3人」が22.7%、「1人」が22.6%となっている。

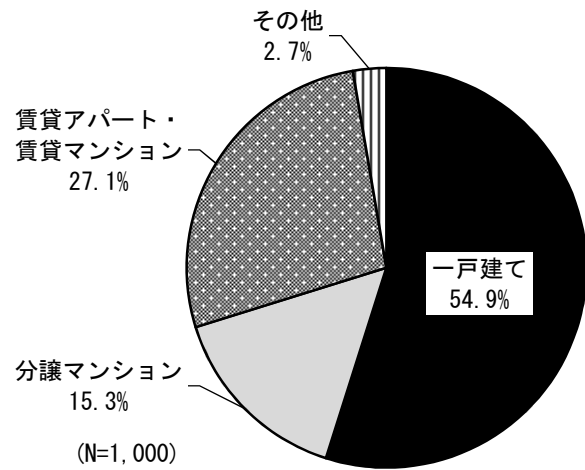
選択肢	回答者数 (人)	割合 (%)	住民基本台帳に基づく 世帯構成人員別世帯数比率 (%)
1人	226	22.6	51.7
2人	296	29.6	24.2
3人	227	22.7	12.3
4人	158	15.8	8.8
5人	65	6.5	2.5
6人以上	28	2.8	0.5
合 計	1,000	100.0	100.0



(4) 住居の種類

・住居の種類については、「一戸建て」が54.9%で最も多く、次いで「賃貸アパート・賃貸マンション」が27.1%、「分譲マンション」が15.3%となっている。

選択肢	回答者数 (人)	割合 (%)
一戸建て	549	54.9
分譲マンション	153	15.3
賃貸アパート・ 賃貸マンション	271	27.1
その他	27	2.7
合 計	1,000	100.0



Ⅲ 単純集計結果（経年比較含む）

1 水に関するライフスタイルについて

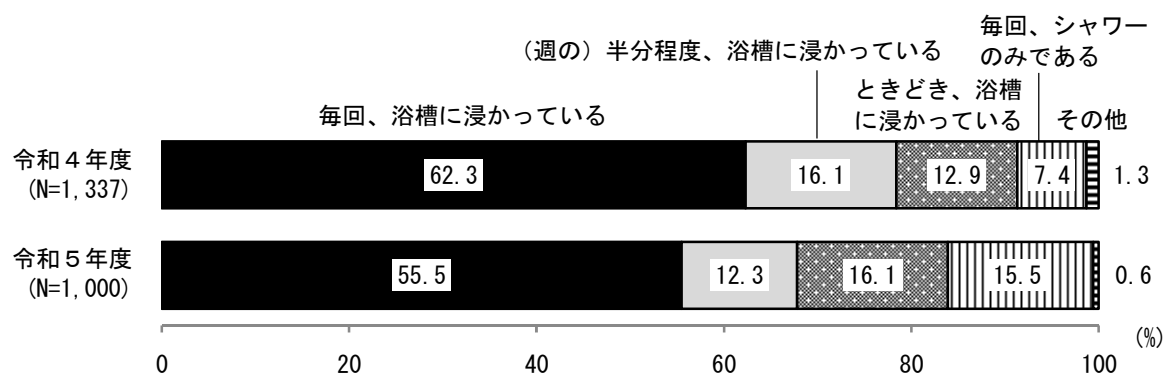
（1）入浴時における浴槽の利用頻度

入浴時における浴槽の利用頻度について教えてください。【夏場以外】

1. 毎回、浴槽に浸かっている
2. （週の）半分程度、浴槽に浸かっている
3. ときどき、浴槽に浸かっている
4. 毎回、シャワーのみである
5. その他

・「毎回、浴槽に浸かっている」が55.5%で最も多く、次いで「ときどき、浴槽に浸かっている」が16.1%、「毎回、シャワーのみである」が15.5%となっている。

図Ⅲ-1-1 入浴時における浴槽の利用頻度－経年変化



【その他】

- ・ジムで入浴している
- ・公衆浴場

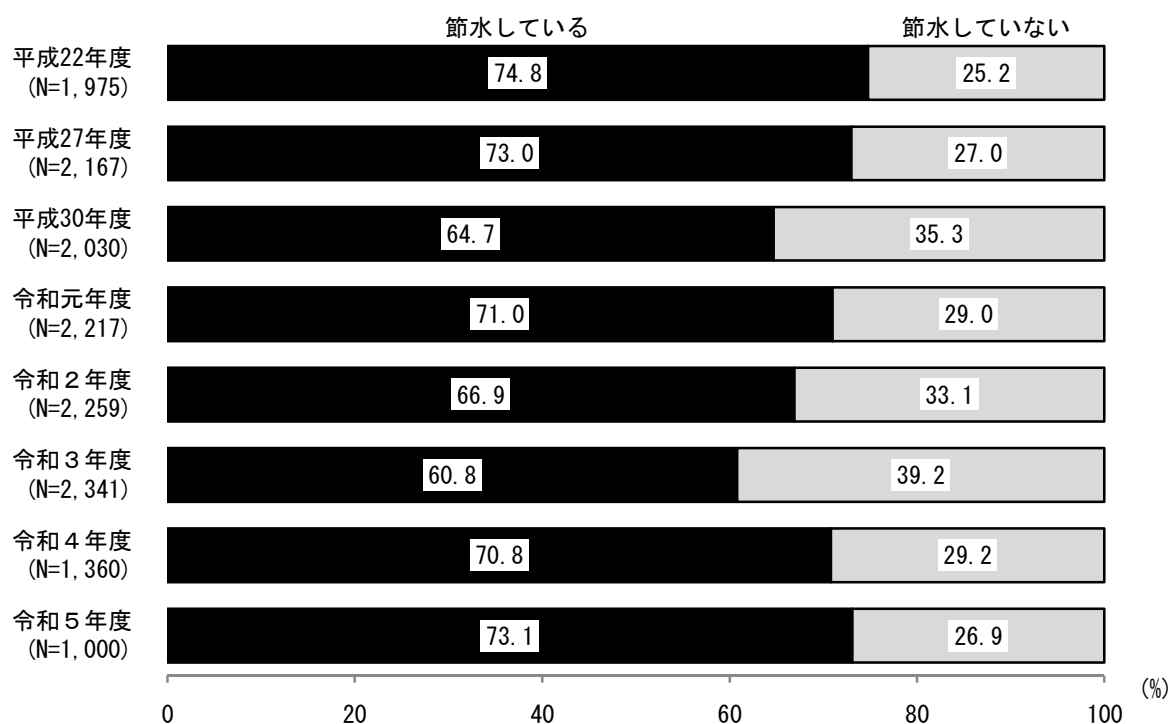
(2) 節水に関する取組状況

日常生活において、節水をしていますか。

1. 節水している
2. 節水していない

・「節水している」は73.1%であり、平成22年度からの減少傾向から増加に転じた令和4年度と比べ、令和5年度は更に2.3ポイント増加している。

図Ⅲ-1-2 節水の有無一経年変化



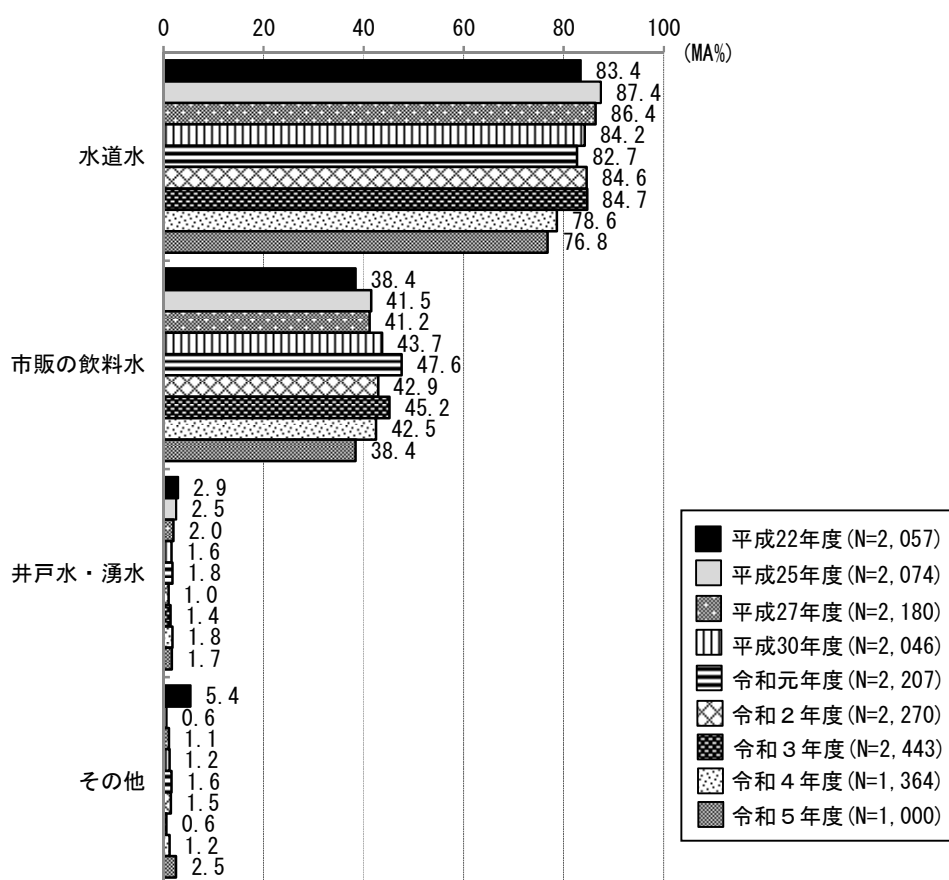
(3)「水」の飲み方

「水」を飲むとき、どのような水を飲まれますか。(複数回答可)

1. 水道水(浄水器を通しているもの、水道水を煮沸しているもの等を含む)
2. 市販の飲料水(ミネラルウォーター、宅配ボトル型ウォーターサーバー等)
3. 井戸水・湧水
4. その他

・「水道水」が76.8%で最も多く、次いで「市販の飲料水」が38.4%、「井戸水・湧水」が1.7%となっており、「水道水」は減少傾向、「市販の飲料水」はおおむね横ばいで推移している。

図Ⅲ-1-3 「水」の飲み方※一経年変化



※令和3年度より以前の調査の選択肢は、「1. 水道水をそのまま(冷蔵庫で冷やしたりお茶にしたもの等も含む)」「2. 一度沸かした水道水(沸騰後に冷やしたりお茶にしたものも含む)」「3. 浄水器を通した水道水」「4. ミネラルウォーター等市販の水」「5. 宅配水(宅配されたボトルをウォーターサーバーに設置して使用)」「6. スーパーマーケット等での給水サービスを用いた飲料水」「7. 井戸水・湧水」「8. その他」の8項目としており、令和4年度調査の選択肢に合わせて、1～3を「水道水」、4～6を「市販の飲料水」として再集計している。

【その他】

- ・スーパーマーケット等で無料提供している水(水素水・アルカリイオン水等)
- ・水は飲まない

(4) 災害時の備蓄状況

あなたのご家庭では、飲料水の備蓄をしていますか。

(上下水道局では、1人1日当たり3リットル、3日分で9リットル程度を目安として、備蓄をお願いしています。)

1. はい(備蓄目安である1人9リットル以上を備蓄している)
2. はい(備蓄しているが、1人9リットル未満である)
3. いいえ

「1」「2」とお答えになった方にお聞きします。

飲料水の備蓄量の目安や備蓄の必要性について、どのようなものからお知りになりましたか。

1. 上下水道局のチラシ・リーフレット等
2. 市民しんぶん・京都市の広報
3. TV・ラジオの防災・災害関連のニュース等
4. 地域の防災活動等
5. その他

「3」とお答えになった方にお聞きします。

飲料水を備蓄していない理由を教えてください。(複数回答可)

1. 備蓄の必要性を知らなかったため
2. 保管する場所がないため
3. 費用がかかるため
4. 急いで準備する必要はないと思うため
5. 準備するのが面倒なため
6. 災害が起きてからでも購入できると思うため
7. 行政機関が準備していると思うため
8. 身近に災害が起こっていないため
9. その他

○災害時の飲料水の備蓄状況

- ・災害時の飲料水の備蓄については「はい」が55.6%で、令和4年度に比べて6.3ポイント減少している。

○1人当たりの備蓄量

- ・1人当たりの備蓄量が「9リットル以上」が29.7%となっており、令和4年度に比べて4.5ポイント上昇している。

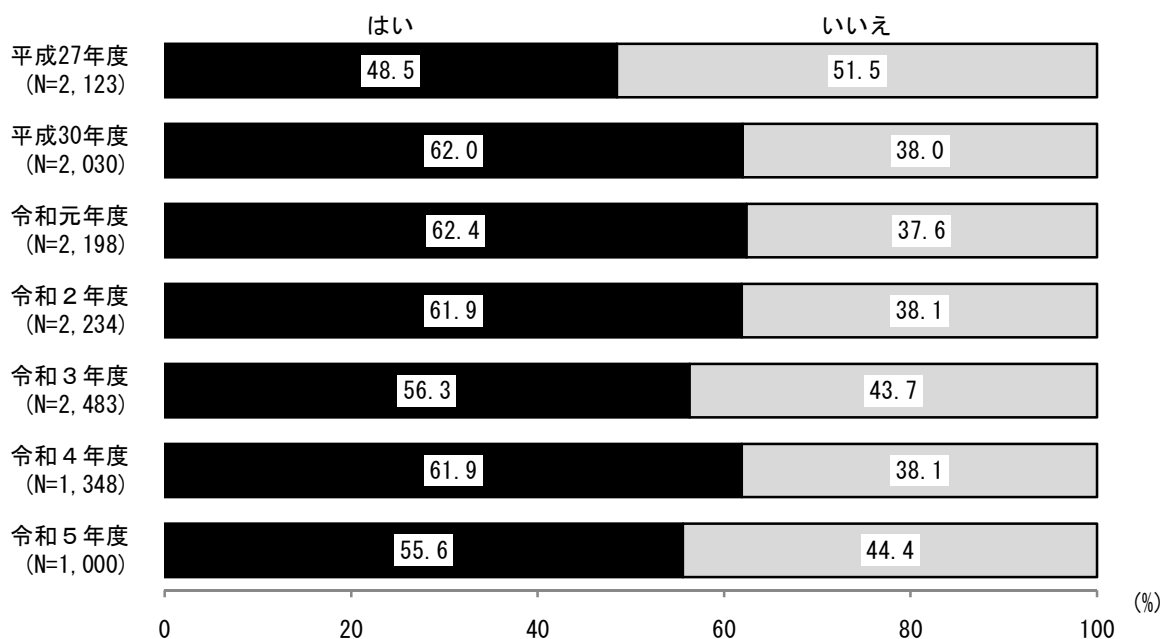
○備蓄の必要性の認知経路

- ・「TV・ラジオの防災・災害関連のニュース等」が50.2%で最も多く、次いで「市民しんぶん・京都市の広報」が37.2%となっており、令和4年度と同じ傾向を示している。

○備蓄をしていない理由

- ・災害時の飲料水を備蓄していない理由は、「保管する場所がないため」が44.6%で最も多く、次いで「急いで準備する必要性はないと思うため」が28.2%、「準備するのが面倒なため」が27.7%となっている。

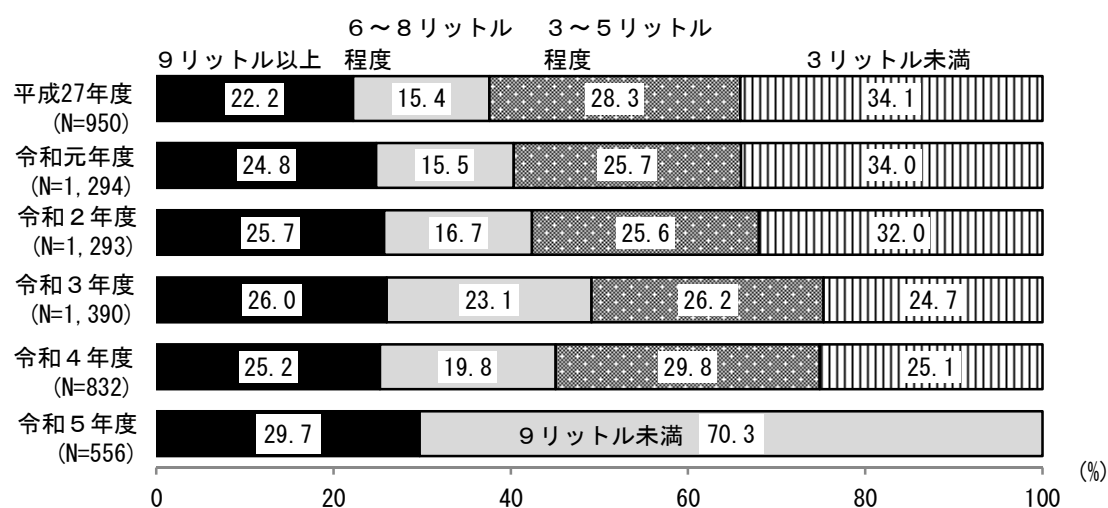
図Ⅲ-1-4-1 災害時の飲料水の備蓄状況※一経年変化



※令和3年度から設問方法を変更している（令和2年度までは備蓄方法を問う質問にしており、いずれかの方法を選択していれば「備蓄している」として集計を行った。）。

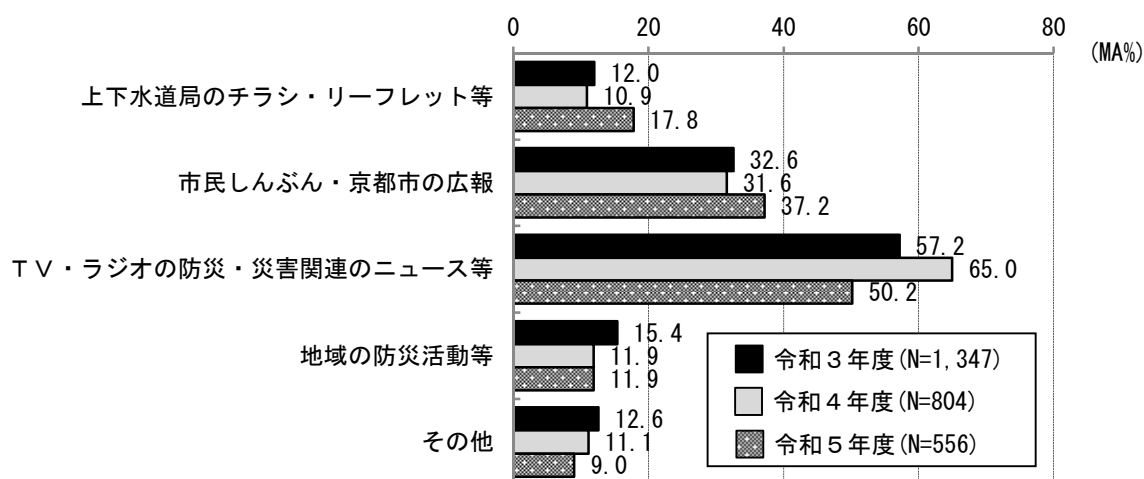
※令和5年度の「はい」は、「はい（備蓄目安である1人9リットル以上を備蓄している）」と「はい（備蓄しているが、1人9リットル未満である）」をあわせた割合。

図Ⅲ-1-4-2 1人当たりの備蓄量※－経年変化



※令和5年度から備蓄量について、「9リットル以上」か「9リットル未満」の2択に変更している。

図Ⅲ-1-4-3 備蓄の必要性の認知経路※－経年変化

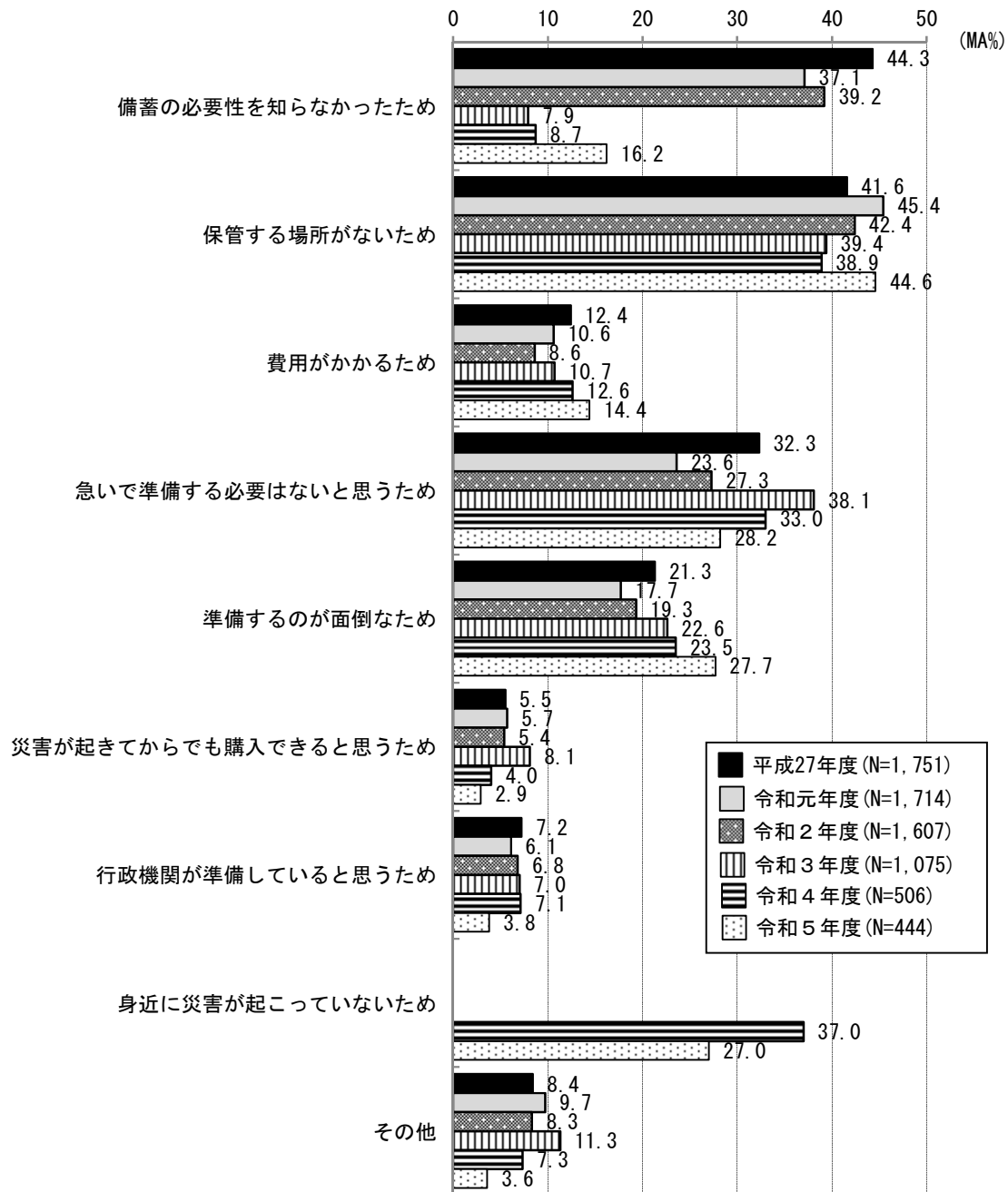


※「TV・ラジオの防災・災害関連のニュース等」は、令和4年度の調査で「TV・ラジオのニュース等」から表記を変更している。

【その他】

- ・SNS、インターネット
- ・家族、知人からの助言
- ・自己判断

図Ⅲ-1-4-4 備蓄していない理由※－経年変化



※「備蓄の必要性を知らなかったため」は、令和2年度の調査までは、「1人当たり3日分で9リットル程度の備蓄が必要であることを知らなかったため」としていた。

※令和4年度の調査では、回答の選択肢に「身近に災害が起こっていないため」を新たに追加している。

【その他】

- ・消費期限があるため
- ・保存状態によってはかえって害がありそうだと思うため
- ・お茶があるため
- ・買おうと思うがつい忘れてしまうため

2 事業全般について

・事業に関する安心の程度

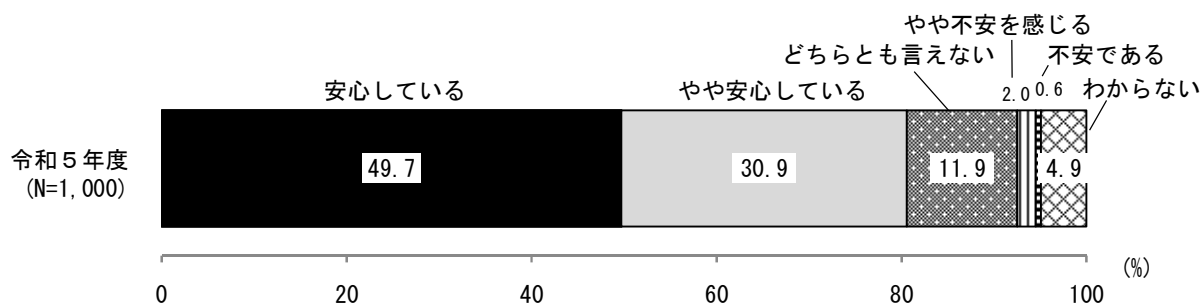
水道・下水道事業に関するあなたの安心度について、教えてください。

- ① いつでも水道・下水道が利用できること
 - ② 蛇口から直接水道水を飲めること
 - ③ 水道水の水質・におい
 - ④ 災害（地震・大雨）時にも施設への被害がないこと
- | | | |
|-------------|-------------|--------------|
| 1. 安心している | 2. やや安心している | 3. どちらとも言えない |
| 4. やや不安を感じる | 5. 不安である | 6. わからない |

- ・「いつでも水道・下水道が利用できること」について、「安心している」は 49.7%で、「やや安心している」をあわせると全体の 80.6%となった。
- ・「蛇口から直接水道水を飲めること」について、「安心している」は 39.6%で、「やや安心している」をあわせると 69.6%と、令和4年度（70.9%）とほとんど変化がなかった。
- ・「水道水の水質・におい」について、「安心している」は29.2%で、「やや安心している」をあわせると62.7%と、令和4年度（76.8%）より14.1ポイント減少している。
- ・「災害（地震・大雨）時にも施設への被害がないこと」について、「安心している」は 23.2%で、「やや安心している」をあわせると56.4%と、令和4年度を上回った。
- ・4つの項目の中で、「安心している」の割合が最も高い項目は「いつでも水道・下水道が利用できること」であり、最も低い項目は「災害（地震・大雨）時にも施設への被害がないこと」となっている。

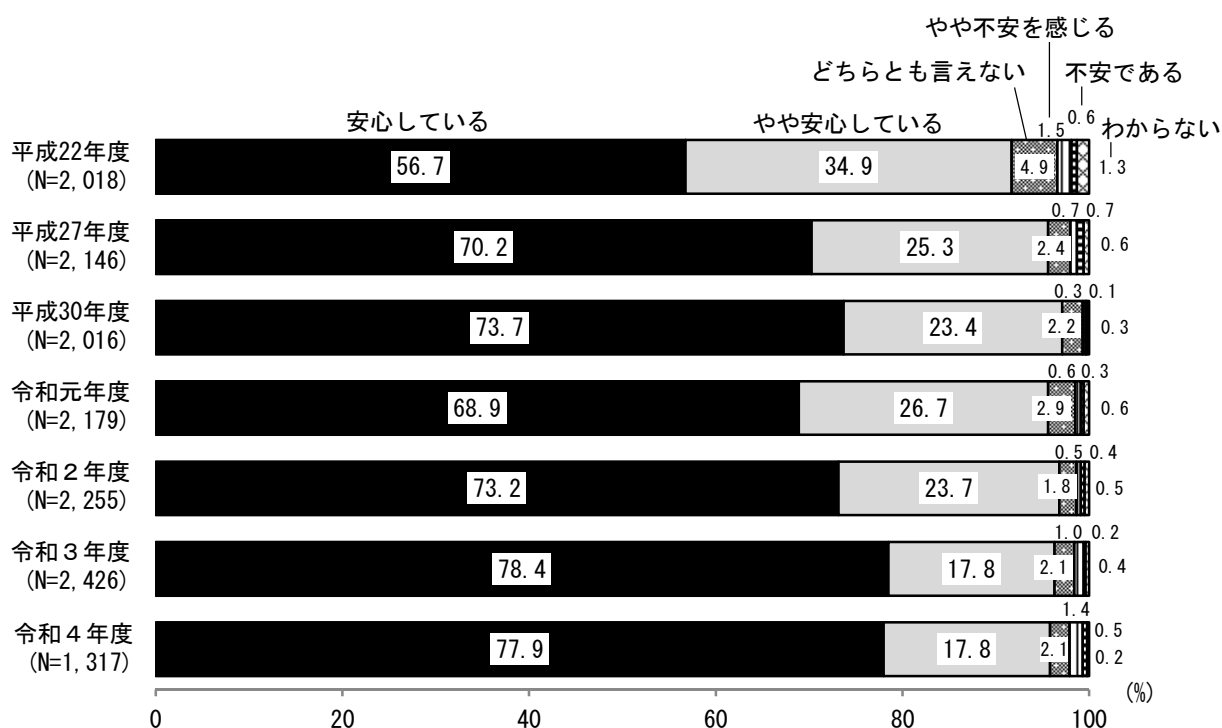
①いつでも水道・下水道が利用できること

図Ⅲ-2-① いつでも水道・下水道が利用できることに対する安心の程度



(参考) いつでも水道が利用できることに対する安心の程度

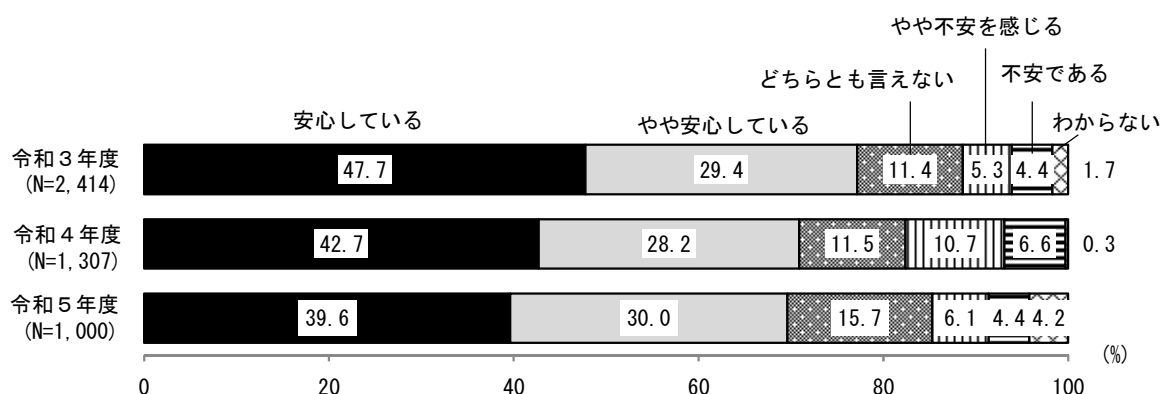
図Ⅲ-2-① いつでも水道が利用できることに対する安心の程度※一経年変化



※令和4年度の調査までは「いつでも水道が利用できること」について安心の程度を調査していた。

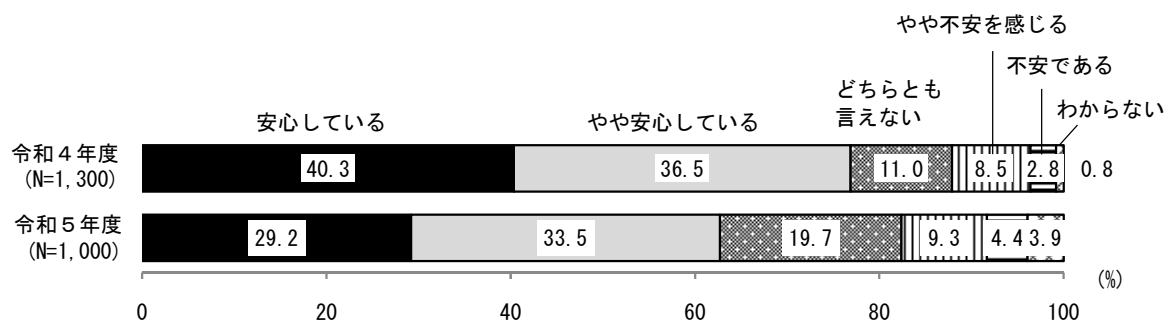
②蛇口から直接水道水を飲めること

図Ⅲ-2-② 蛇口から直接水道水を飲めることに対する安心の程度一経年変化



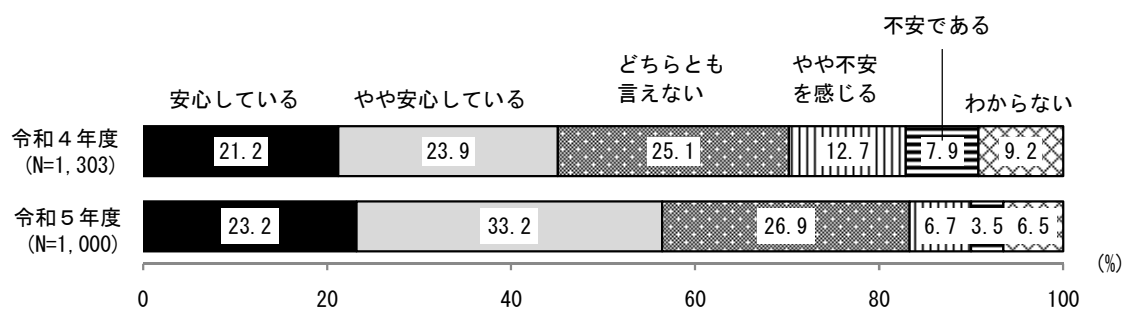
③水道水の水質・におい

図Ⅲ-2-③ 水道水の水質・においに対する安心の程度－経年変化



④災害（地震・大雨）時にも施設への被害がないこと

図Ⅲ-2-④ 災害（地震・大雨）時にも施設への被害がないことに対する安心の程度－経年変化



3 お客さまサービスについて

(1) サービスに対するお客さま満足度

京都市上下水道局のお客さま対応やサービスに対するあなたの満足度について教えてください。1～3以外を選ばれた方は、お客さまサービス向上のために、今後取り組んでほしいと思うことについても教えてください。

① 窓口や電話での対応

② インターネットを活用した各種申込・手続等

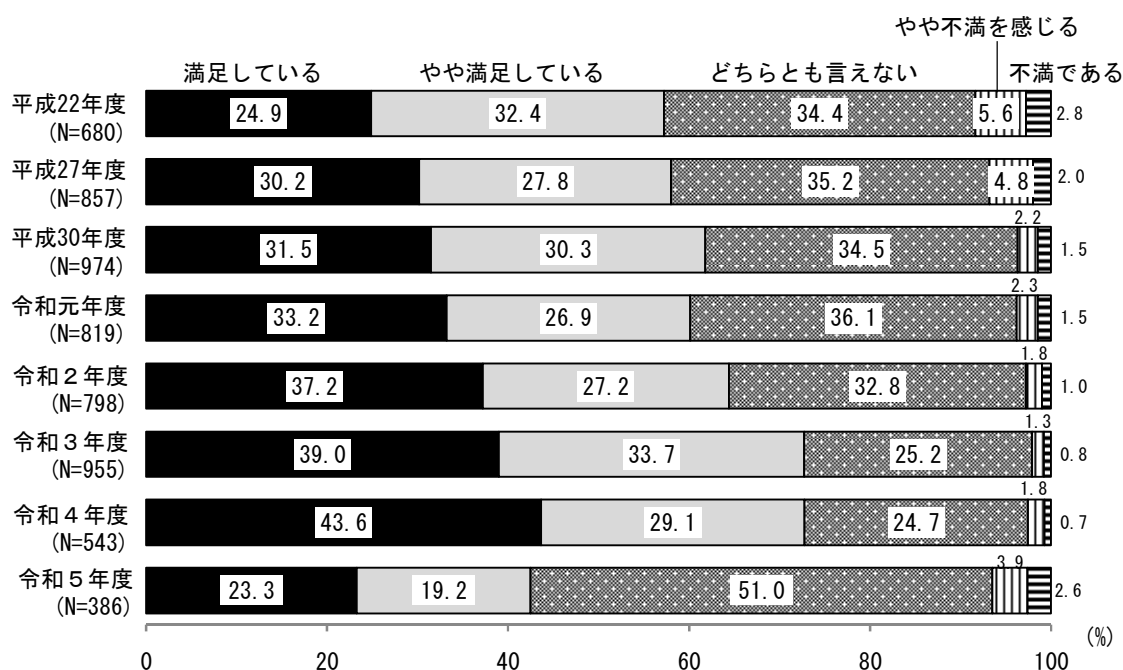
③ 上下水道料金の支払い方法

1. 利用経験がないまたは知らない 2. 満足している 3. やや満足している
4. どちらとも言えない 5. やや不満を感じる 6. 不満である

- ・「窓口や電話での対応」については、「どちらとも言えない」が51.0%で最も多く、次いで「満足している」が23.3%、「やや満足している」が19.2%となった。
- ・「インターネットを活用した各種申込・手続等」は、「どちらとも言えない」が49.0%と最も多く、次いで「やや満足している」が24.1%、「満足している」が23.1%となった。
- ・「上下水道料金の支払い方法」に対しては、「満足している」が42.4%と最も多く、「やや満足している」が20.3%となっており、「満足している」と「やや満足している」をあわせた満足度は62.7%となった。

①窓口や電話での対応

図Ⅲ-3-1-① 窓口や電話での対応に対する満足度一経年変化

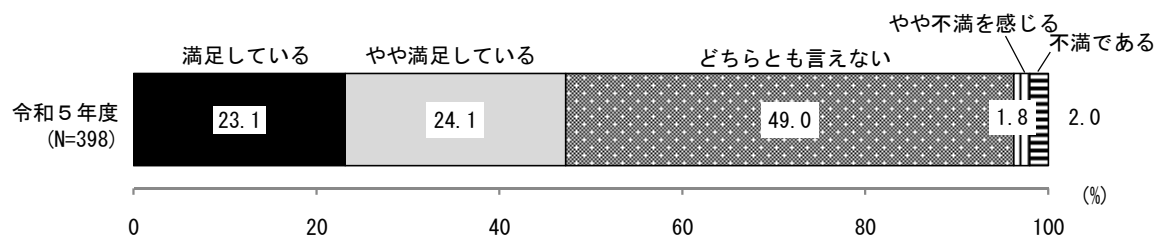


【今後取り組んでほしいこと】

- ・親切、丁寧、迅速に対応してほしい
- ・たらい回しに遭わないような、分かりやすい案内
- ・水漏れ等の緊急時に手配できる業者を教えて欲しい

②インターネットを活用した各種申込・手続等

図Ⅲ-3-1-② インターネットを活用した各種申込・手続等に対する満足度

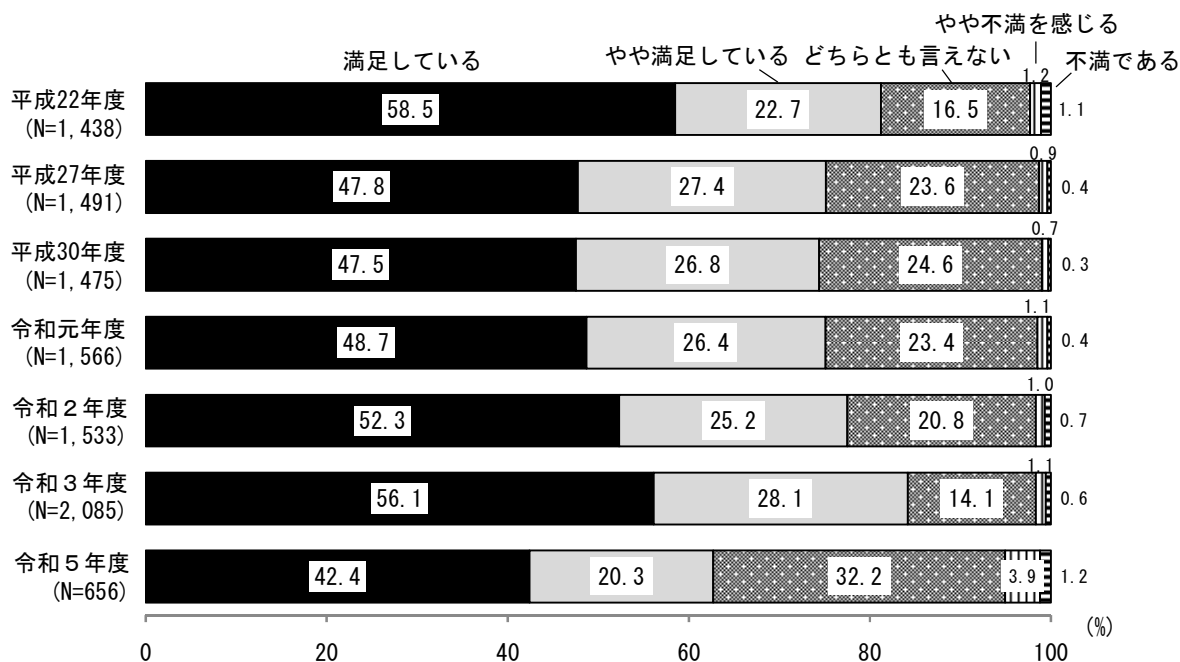


【今後取り組んでほしいこと】

- ・支払い関係もネット上で完結してほしい
- ・手続きを分かりやすく簡単にしてほしい

③上下水道料金の支払い方法

図Ⅲ-3-1-③ 上下水道料金の支払い方法に対する満足度一経年変化

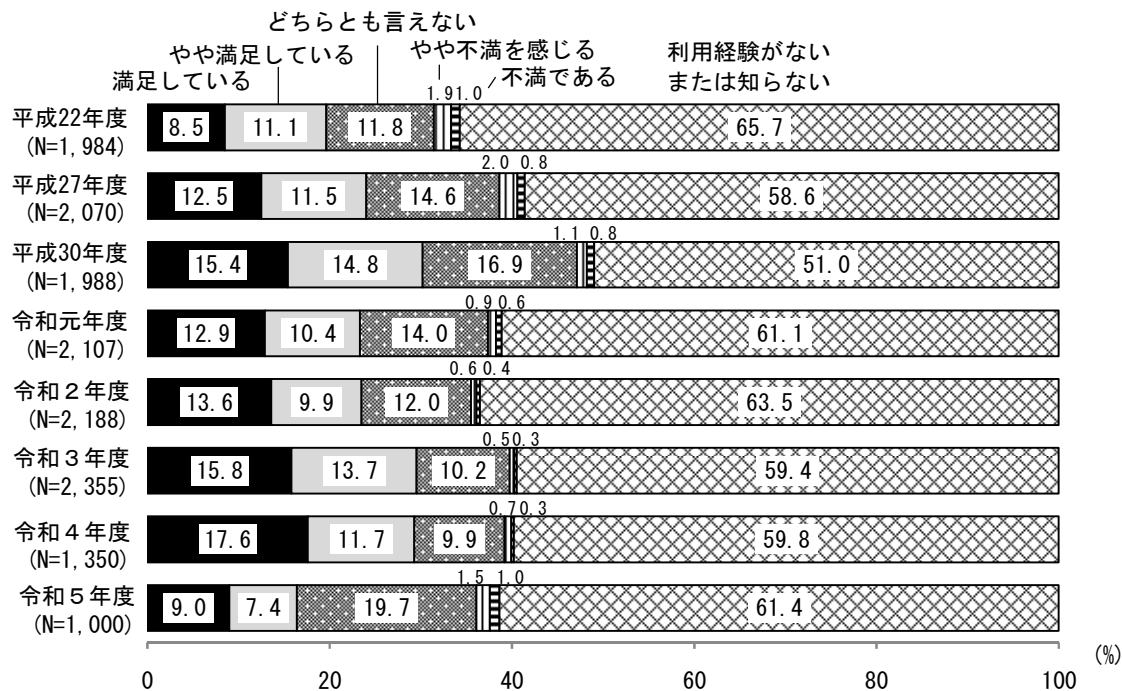


【今後取り組んでほしいこと】

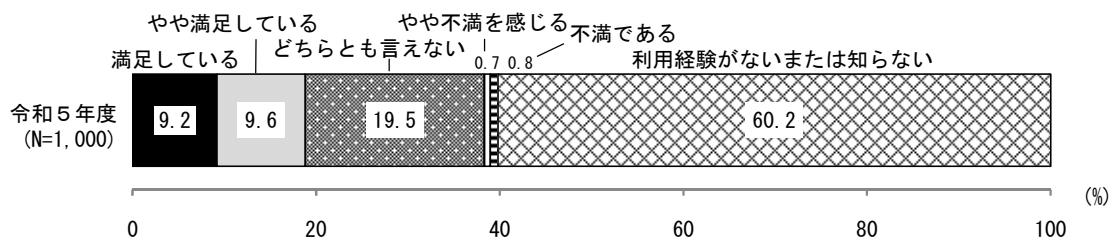
- ・決済方法を増やしてほしい
- ・もっと利便性を向上

(参考)「利用経験がないまたは知らない」を含めた満足度

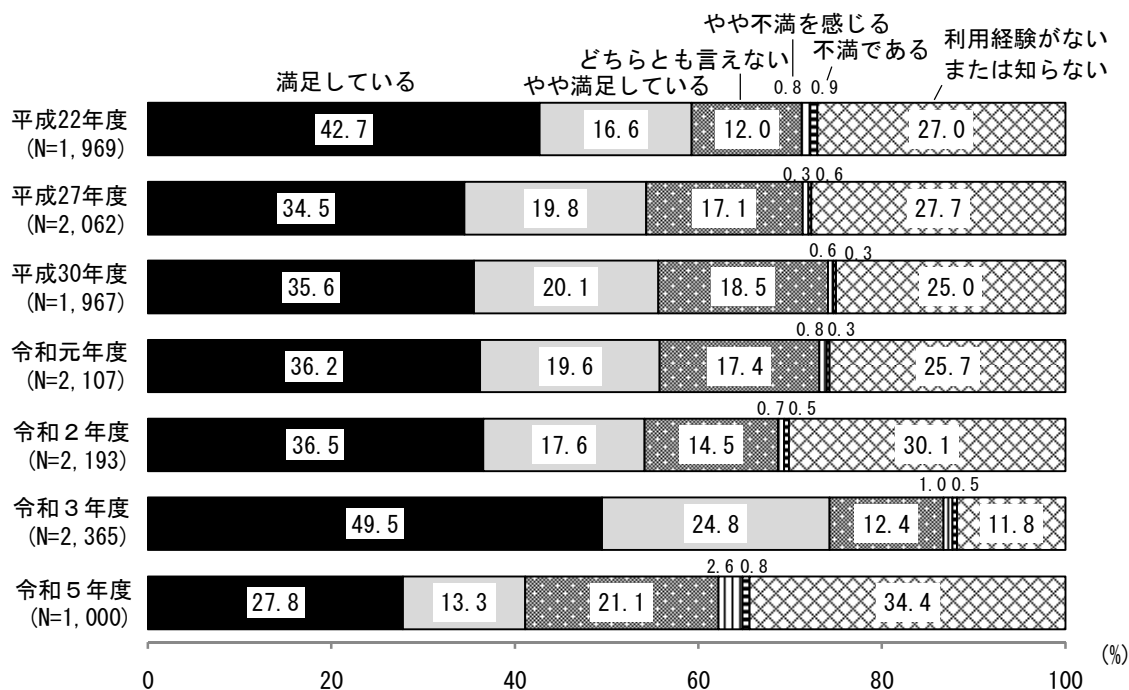
図Ⅲ-3-1-① 窓口や電話での応対に対する満足度（「利用経験がないまたは知らない」を含む）一経年変化



図Ⅲ-3-1-② インターネットを活用した各種申込・手続等に対する満足度



図Ⅲ-3-1-③ 上下水道料金の支払い方法に対する満足度一経年変化



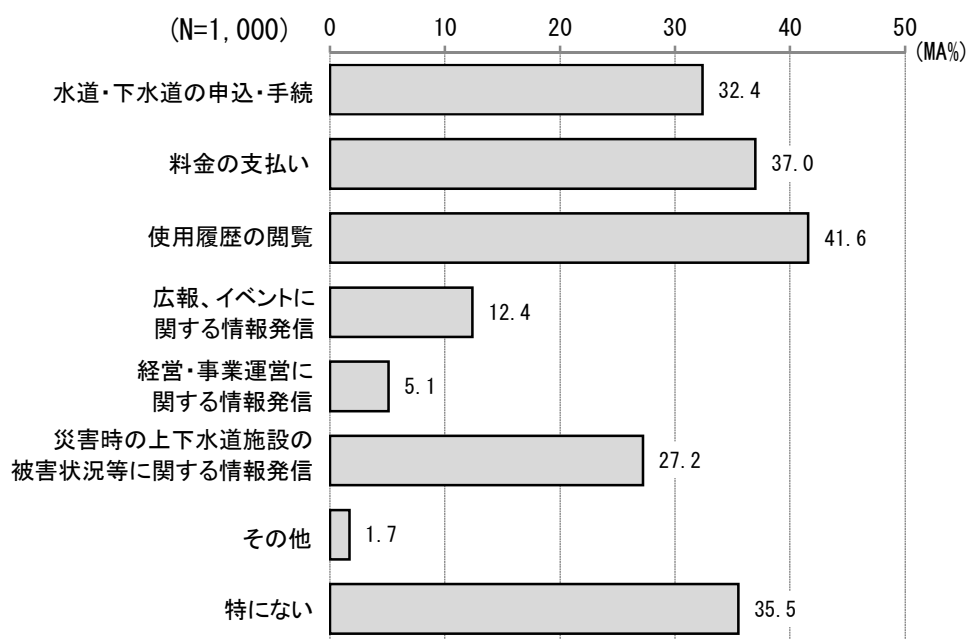
(2) 新たなサービス

京都市上下水道局ではデジタル化を推進し、お客さまサービスの向上を図るため、スマートフォンアプリの導入を予定しています。本スマートフォンアプリにおいて、充実してほしい機能について教えてください。（複数回答可）

1. 水道・下水道の申込・手続
2. 料金の支払い
3. 使用履歴の閲覧
4. 広報、イベントに関する情報発信
5. 災害時の上下水道施設の被災状況等に関する情報発信
6. その他

・「使用履歴の閲覧」が41.6%で最も多く、次いで「料金の支払い」が37.0%、「水道・下水道の申込・手続」が32.4%、「災害時の上下水道施設の被災状況等に関する情報発信」が27.2%となった。

図Ⅲ-3-2 スマートフォンアプリにおいて充実してほしい機能



【その他】

- ・水漏れなどの緊急連絡
- ・スマートフォン・アプリ一辺倒にならないでほしい（通信障害やスマートフォンを使いこなせない人もいるため）
- ・分かりやすく容易な操作であること

4 上下水道局の経営環境について

(1) 水道・下水道の料金等に対する印象・認知度

・水道・下水道の料金に対する印象

毎日使用している水道・下水道の料金に対する印象について教えてください。

- | | | |
|---------|---------|--------------|
| 1. 高い | 2. やや高い | 3. おおむね適正 |
| 4. やや安い | 5. 安い | 6. 気にしたことがない |

「4」「5」とお答えになった方にお聞きします。

水道・下水道の料金を「高い」・「やや高い」と感じる理由について教えてください。

(複数回答可)

- 2か月に1度の請求だから高く感じる
- 電気料金、ガス料金、電話料金と比較して高く感じる
- 家計に占める割合が高いため高く感じる
- 以前、もっと安い街に住んでいたから高く感じる
- 他都市の料金と比較して高く感じる
- その他

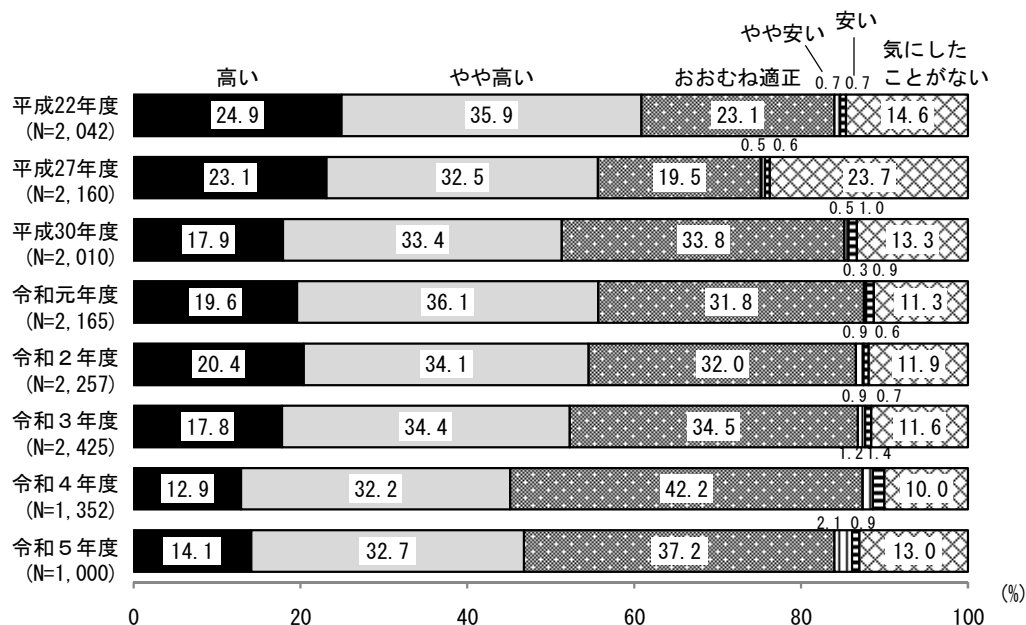
○水道・下水道の料金に対する印象

・「おおむね適正」が37.2%となっており、「高い」と「やや高い」をあわせた割合は46.8%と微増している。

○料金を「高い」と感じる理由

・「家計に占める割合が高いため高く感じる」が166件で最も多くなっており、次いで「2か月に1度の請求だから高く感じる」が162件、「電気料金、ガス料金、電話料金と比較して高く感じる」が142件となった。

図Ⅲ-4-1-1 水道・下水道の料金に対する印象－経年変化



図Ⅲ-4-1-2 料金を「高い」と感じる理由

回答者数：468 名 回答件数：622 件

	回答件数
2 か月に 1 度の請求だから高く感じる	162 件
電気料金、ガス料金、電話料金と比較して高く感じる	142 件
家計に占める割合が高いため高く感じる	166 件
以前、もっと安い街に住んでいたから高く感じる	48 件
他都市の料金と比較して高く感じる	86 件
その他	18 件
計	622 件

【4. 以前もっと安い街に住んでいたから高く感じる】

- ・京都府内市町村（舞鶴市、宇治市、京田辺市、城陽市 等）
- ・大阪府内市町村（大阪市、堺市、吹田市、高槻市 等）
- ・滋賀県内市町村（大津市、守山市、栗東市 等）
- ・東京都

【5. 他都市の料金と比較して高く感じる】

- ・京都府向日市
- ・京都府長岡京市
- ・大阪府大阪市
- ・大阪府高槻市
- ・滋賀県大津市
- ・兵庫県赤穂市
- ・東京都

【6. その他】

- ・下水道に流さない水（植木などにやる水など）も上水道の仕様割合で請求されているから
- ・基本料金がきつく感じる
- ・生活に余裕がないから

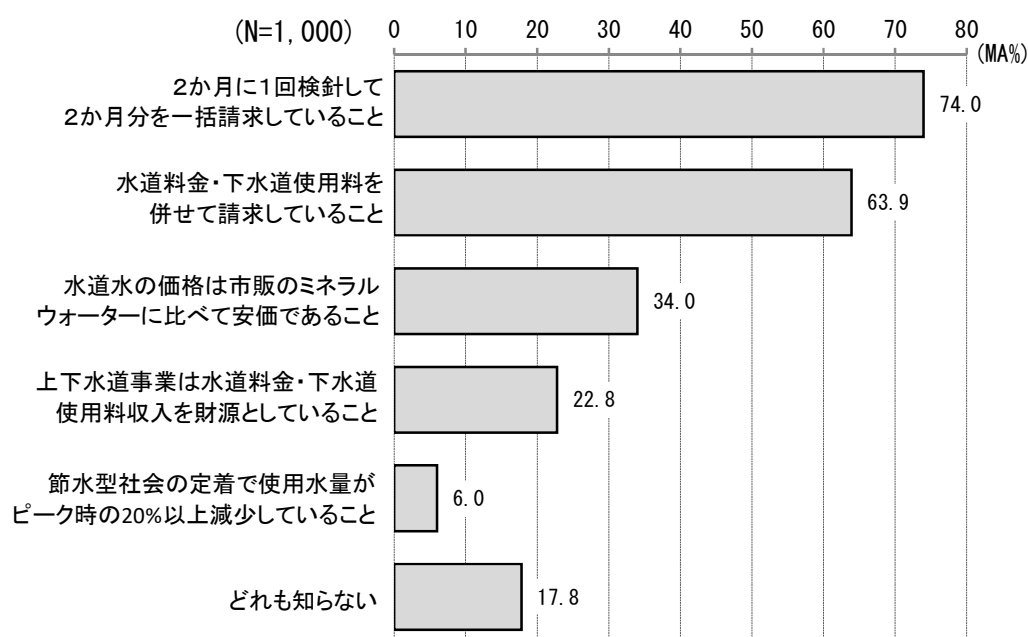
・水道・下水道の料金等に関する認知度

水道・下水道の料金等に関してご存知のことを教えてください。（複数回答可）

1. 2か月に1回検針して2か月分を一括請求していること
2. 水道料金・下水道使用料を併せて請求していること
3. 水道水の価格は市販のミネラルウォーターに比べて非常に安価であること
（市販のミネラルウォーターは水道水の約400倍の値段）
4. 上下水道事業は水道料金・下水道使用料収入を主な財源としていること
（独立採算制であること）
5. 節水型社会の定着により、使用水量がピーク時から比べると、20%以上減少していること
6. どれも知らない

「2か月に1回検針して2か月分を一括請求していること」が74.0%と最も認知度が高く、次いで「水道料金・下水道使用料を併せて請求していること」が63.9%、「水道水の価格はミネラルウォーターに比べて安価であること」が34.0%となった。

図Ⅲ-4-1-3 水道・下水道の料金等に関する認知度



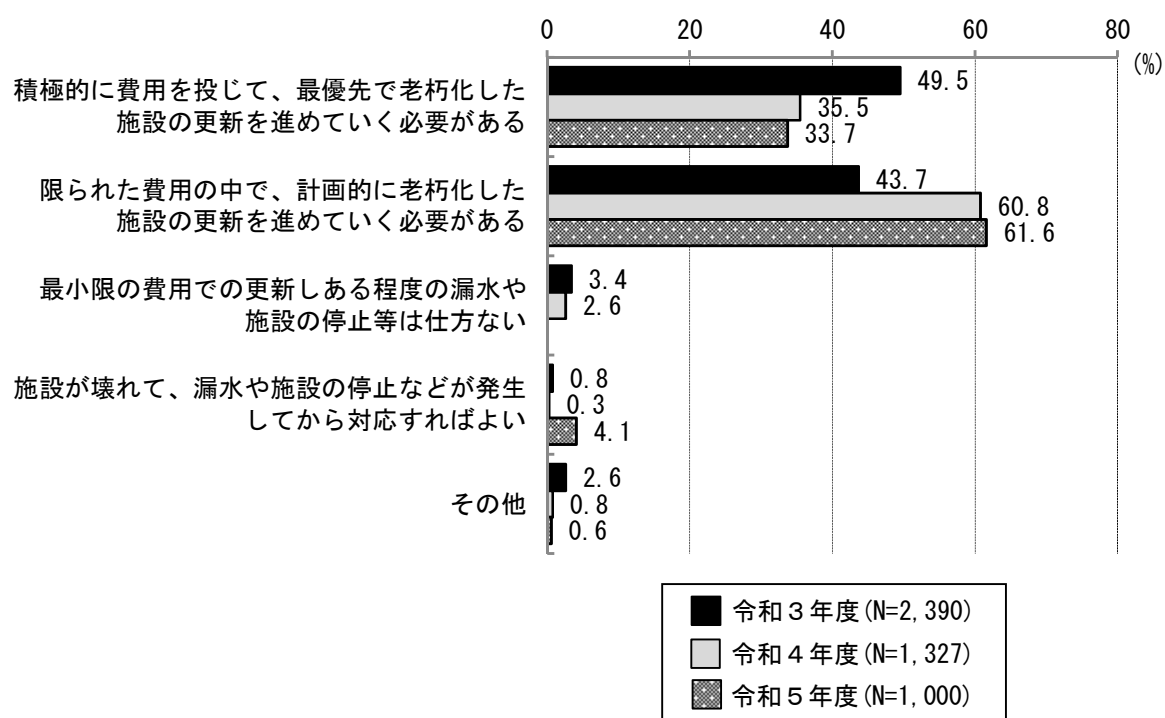
(2) 老朽化施設の更新事業への対応

今後増加していく老朽化施設（耐用年数を超える施設）の更新事業について、どのように取り組んでいくべきかあなたの考えを教えてください。

1. 積極的に費用を投じて、最優先で老朽化した施設の更新を進めていく必要がある
2. 限られた費用の中で、計画的に老朽化した施設の更新を進めていく必要がある
3. 施設が壊れて、漏水や施設の停止などが発生してから対応すればよい
4. その他

・老朽化した施設の更新について、「限られた費用の中で、計画的に進めていく必要がある」が61.6%で最も多く、次いで「積極的に費用を投じて、最優先で進めていく必要がある」が33.7%となっている。

図Ⅲ-4-2 老朽化施設の更新事業への対応※－経年変化



※2番目の選択肢については表記を変更している。

(令和3年度調査時)「老朽化した施設の更新を計画的に進める必要があるが、多額の費用を投じるべきではない」

(令和4年度調査時)「老朽化した施設の更新を限られた費用の中で計画的に進める必要がある」

※令和5年度調査時においては、「最小限の費用での更新とし、ある程度の漏水や施設の停止などが発生することは仕方ない」を削除。

【その他】

- ・周辺の市町村と事業を統一していくべき
- ・無駄な人、物、建物などをもっと見直すべき

5 広報活動等について

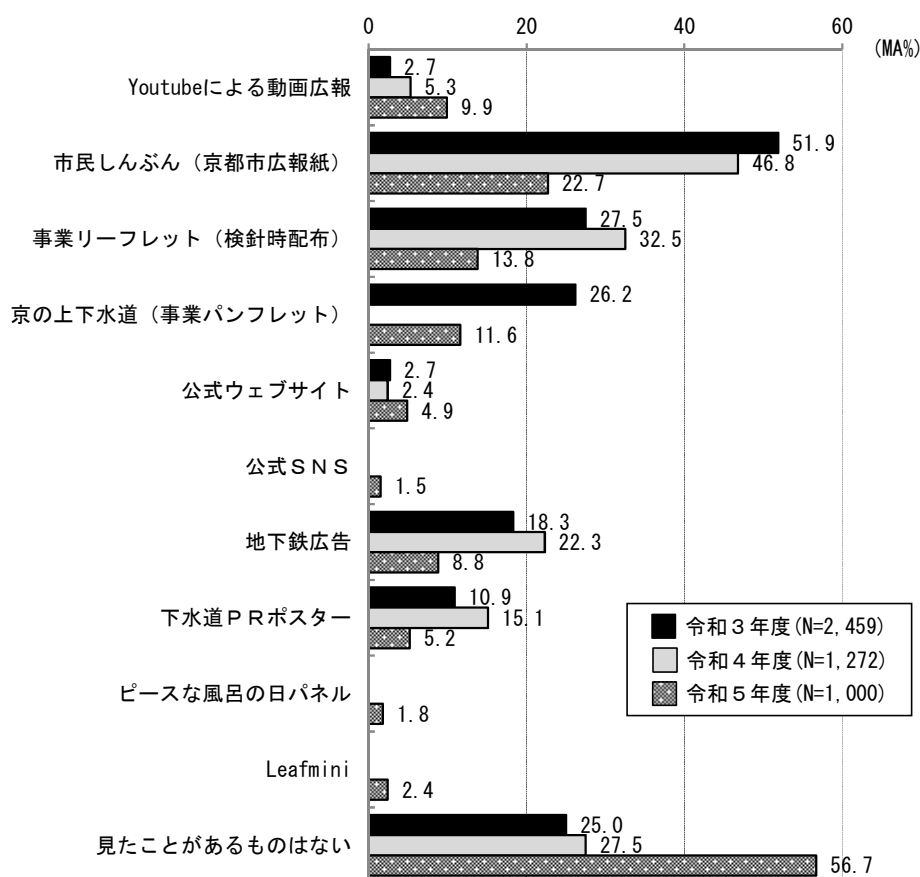
・広報活動・媒体の認知度

上下水道局が展開している広報・PR 情報について、知っている（見たことがある）ものを教えてください。（複数回答可）

1. YouTube による動画広報 動画「テルマエ・ロマエ～京都篇～」
2. 市民しんぶん 11 月号（京都市広報紙）
3. 事業リーフレット（検針時配布）
4. 京の上下水道（事業パンフレット）
5. 公式ウェブサイト
6. 公式 SNS
7. 地下鉄広告
8. 下水道 PR ポスター
9. ピースな風呂の日パネル
10. Leaf mini
11. 見たことがあるものはない

・「市民しんぶん」が22.7%で最も多く、次いで「検針時配布リーフレット」が13.8%となっている。「見たことがあるものはない」は56.7%で、令和4年度に比べ29.2ポイント増加している。

図Ⅲ-5-1 広報・PR 情報で見たことがあるもの※－経年変化



※令和3年度の調査時に設けていた「パンフレット、チラシ」は、令和4年度の調査では削除した。また、「インターネット動画サービスによる動画広報（お風呂 PR 等）」は「YouTube 等による動画広報」に、「ホームページや SNS（ツイッター、フェイスブック等）」は「WEB 広報（SNS 等）」に、「特になし」は「どれも見かけたことがない」にそれぞれ表記を変更した。

※令和4年度の調査時に設けていた「WEB 広報（SNS 等）」は、令和5年度の調査では「公式ウェブサイト」と「公式 SNS」に切り分けた。また、「どれも見かけたことがない」は「見たことがあるものはない」に表記を変更した。

・マスコットキャラクターの認知度

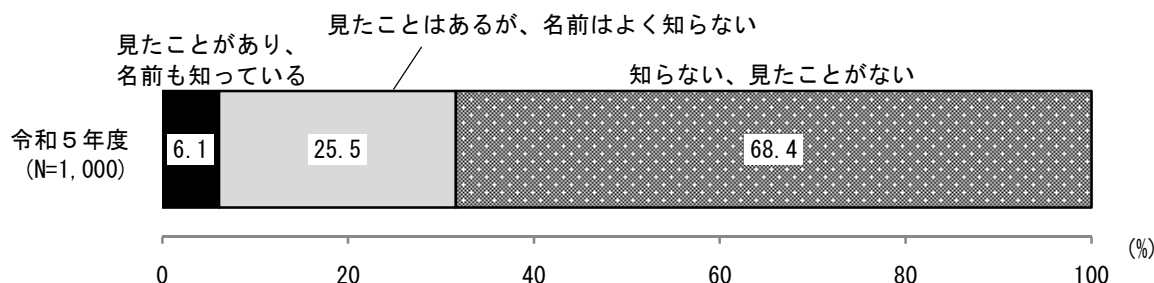
京都市上下水道局マスコットキャラクター（ホタルのすみと・ひかり）について教えてください。

1. 見たことがあり、名前も知っている
2. 見たことはあるが、名前はよく知らない
3. 知らない、見たことがない



・「見たことがあり、名前も知っている」が6.1%、「見たことはあるが、名前はよく知らない」が25.5%と、認知度はあわせて31.6%となった。

図Ⅲ-5-2 マスコットキャラクターの認知度



・一般公開事業の認知度

京都市上下水道局では、コロナ禍以前の毎年4月末頃からゴールデンウィークにかけて、「鳥羽の藤」鳥羽水環境保全センター及び「蹴上のつつじ」蹴上浄水場の一般公開事業を開催していました。当該イベントについて教えてください。

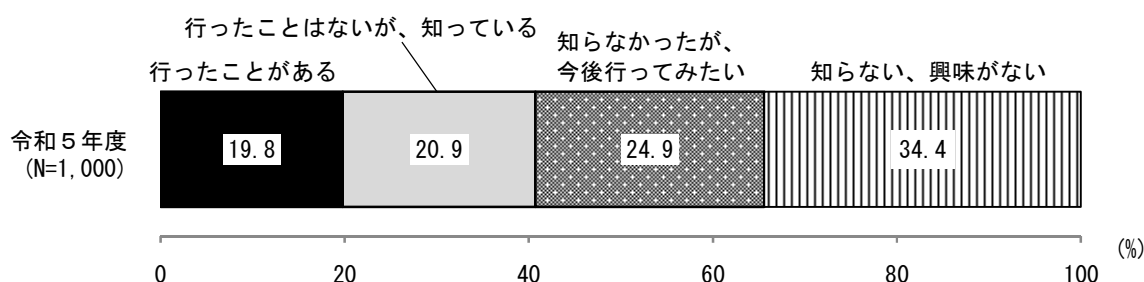
1. いずれかのイベントに行ったことがある
2. 行ったことはないが、イベントは知っている
3. これまで知らなかったが、今後行ってみたいと思う
4. 知らない、イベントに興味がない



令和元年度に開催した際のチラシ→

・「いずれかのイベントに行ったことがある」が19.8%、「行ったことはないが、イベントは知っている」が20.9%と、認知度はあわせて40.7%となった。

図Ⅲ-5-3 一般公開事業の認知度



6 総合的な満足度、ご意見について

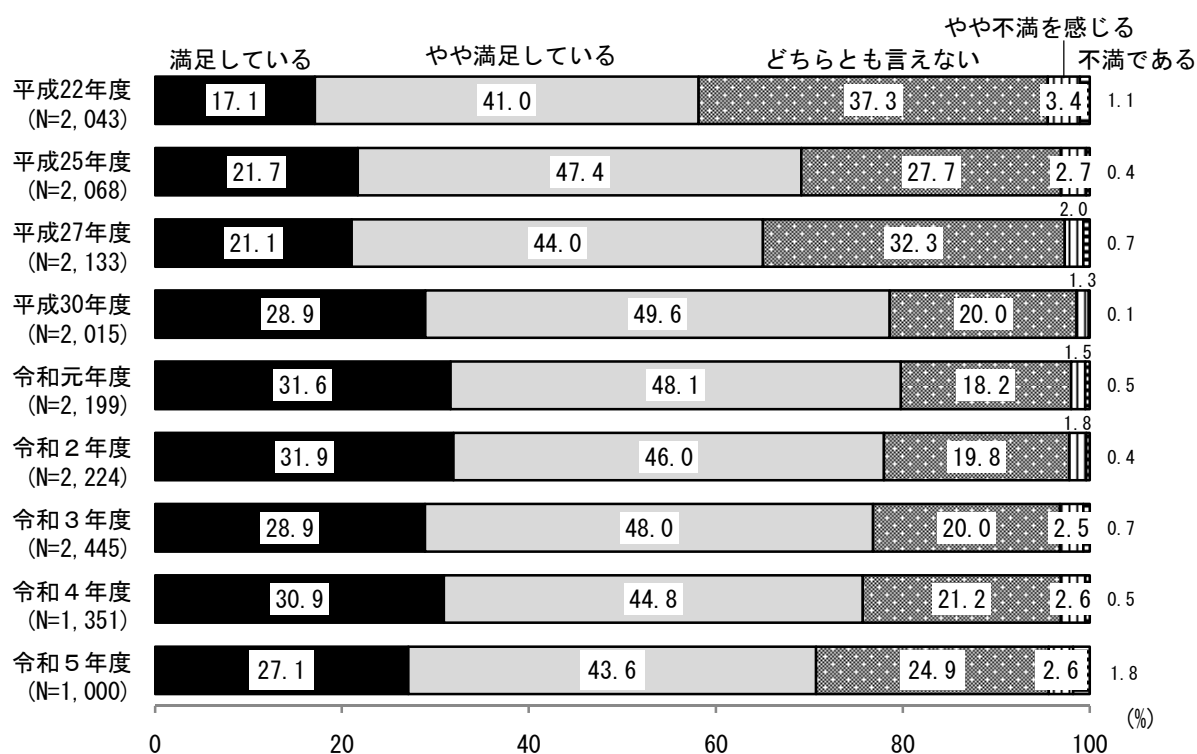
(1) 水道・下水道全般の満足度

これまで水道・下水道事業に関する質問にお答えいただきましたが、最後に水道・下水道事業全般に関するあなたの満足度について教えてください。

1. 満足している 2. やや満足である 3. どちらとも言えない
4. やや不満を感じる 5. 不満である

・「やや満足」が43.6%で最も多く、次いで「満足」が27.1%、「どちらとも言えない」が24.9%となった。70.7%が水道・下水道全般について満足と回答しているが、昨年度からは5ポイント減少している。

図Ⅲ-6-1 水道・下水道全般の満足度一経年変化



(2) 上下水道局がさらに取り組むべきこと

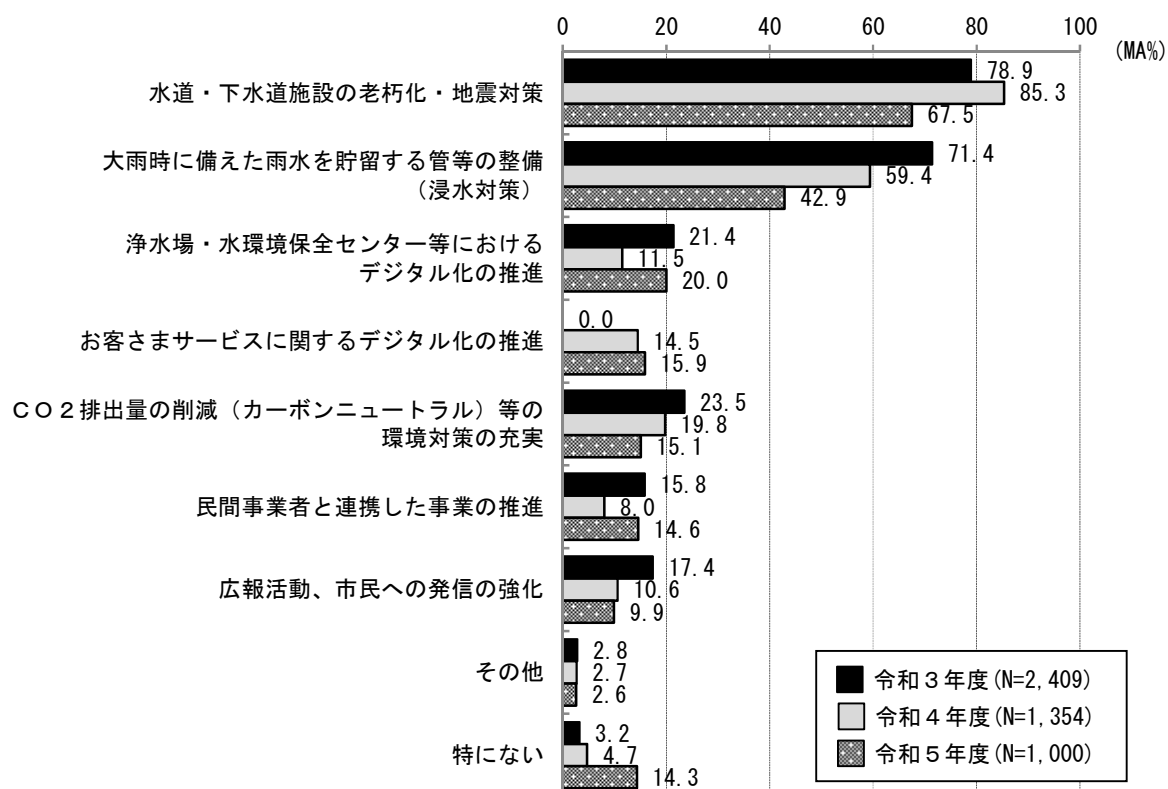
上下水道局がさらに取り組むべきであると思うことについて教えてください。

(複数回答可)

1. 水道・下水道施設の老朽化・地震対策
2. 大雨時に備えた雨水を貯留する管（雨水幹線）等の整備（浸水対策）
3. 浄水場・水環境保全センター等におけるデジタル化の推進（ICT を使った浄水場等の自動化等）
4. お客さまサービスに関するデジタル化の推進（Web・ペーパーレスによる各種手続き等の充実、自動検針が可能なメーターの導入等）
5. CO₂排出量の削減（カーボンニュートラル）等の環境対策の充実
6. 民間事業者と連携した事業の推進
7. 広報活動、市民への発信の強化
8. その他
9. 特にない

・「水道・下水道施設の老朽化・地震対策」が67.5%で最も多く、次いで「大雨時に備えた雨水を貯留する管（雨水幹線）等の整備」が42.9%、「浄水場・水環境保全センター等におけるデジタル化の推進」が20.0%となっている。

図Ⅲ-6-2 上下水道局がさらに取り組むべきこと※一経年変化



※「お客さまサービスに関するデジタル化の推進」は、令和4年度新設の選択肢

※1～3番目の選択肢については表記を変更している。

(令和3年度調査時)「1. 水道・下水道施設の老朽化対策」、「2. 災害(地震・大雨)時にも強い施設への対応(地震対策・浸水対策)」、「3. 水道・下水道事業のデジタル化の推進(自動検針が可能なメーター、ICTを使った浄水場等の自動化等)」

(令和4年度調査時)「2. 大雨時に備えた施設の対応(浸水対策)」

【その他】

- ・財政健全化
- ・水質保全の維持向上
- ・周辺の市町村と事業を統一して、業務の効率化を図る

(3) 水道・下水道に関する主なご意見

水道・下水道に関するご意見がございましたら、ご自由にご記入ください。

・水道・下水道に関するご意見（自由記入）として 213 人から 230 件の意見があった。

項 目	件 数
①水道・下水道の料金に関すること	64 件
②水道の水質に関すること	40 件
③経営についての要望	14 件
④水道管の老朽化等への対応に関すること	14 件
⑤情報提供・PR活動に関すること	10 件
⑥災害・事故時の断水等への不安・対策強化の要望	7 件
⑦工事への要望	5 件
⑧水源や河川などの衛生状態・環境保全に関すること	3 件
⑨職員の対応等に関する意見	3 件
⑩新たなサービスに関する要望	3 件
⑪その他（感謝、お礼、水に関する意識調査に関する感想等含む）	67 件
合 計	230 件

①水道・下水道の料金に関すること

- ・最低使用量（基本料）の値下げをしてほしい。
- ・市財政が逼迫しているとのニュースも耳にするが、命の源である水道の料金の値上げは絶対に避けてください。

②水道の水質に関すること

- ・昔に比べて臭いが良くなった。無味無臭が継続されるように願います。
- ・夏にたまに少しカビ臭いにおいがするのを改善してほしいです。

③経営についての要望

- ・当たり前と思いがちだが、当然コストがかかることは認識しているので、計画的に投資をしてもらうための利用料負担を。しっかり説明してほしい。
- ・より良い上下水道のため、適切な運営を今後もよろしくお願いします。

④水道管の老朽化等への対応に関すること

- ・うちの地域では上下水道の老朽化が酷いと言われているが対策が何も無いように感じる。
- ・老朽化した上下水道管の計画的な更新を遅滞なく推進してほしい。

⑤情報提供・PR活動に関すること

- ・広報のことはあまり気に留めていなかったので知らなかった。
- ・琵琶湖疏水記念館のイベント広報が地下鉄にあったらいいな、と思います。

⑥災害・事故時の断水等への不安・対策強化の要望

- ・災害時、一番困るのが水の事だと思うので災害時の水道局の取り組み方(例えば給水車がいつ出るとか、この場所の水を一時的に共同で使うようにとかの指示など)をもっと広報して欲しい。転入して来た人とかはわからない。紙で渡されても災害は自分には起こらないと勝手に思っているからあまり読まない。
- ・限られた予算の中で大変だとは思いますが、最近ニュースでよく見る老朽化した水道管破裂や、大雨時の冠水等、いつ起こるか分からない災害対策に早め早めに対策を取って欲しい。

⑦工事への要望

- ・水道管や下水道管の工事をする時には、他の工事と日程をあわせ、何度も同じ箇所を掘り起こし埋め直すという無駄を省く様にすべきだと思う。
- ・水道工事の後、道路が盛り上がったたり、凹みがある。もう少し丁寧に舗装お願いいたします。

⑧水源や河川などの衛生状態・環境保全に関すること

- ・生活に大切な水道・下水道。止まってしまったら、生活出来ません。虫の悪い話ですが、より安全な方法で利用できるようにしてください。特に琵琶湖を大切にできるように京都市民として考えましょう。

⑨職員の対応等に関する意見

- ・仕事で水道局とやり取りすることが時々あるが、対応が丁寧でいつも助かっている。

⑩新たなサービスに関すること

- ・わかりやすく、アプリなどで1日単位で使用量や料金を知りたい。

⑪その他（感謝、お礼、水に関する意識調査に関する感想等含む）

- ・いつも安全できれいな水を供給し、下水を適切に処理していただきありがとうございます。
- ・以前、浄水場の見学があり、素晴らしい管理に感心した。このまま市民の水道を守ってほしい。

Ⅳ 中期経営プランに掲げた指標の調査結果分析

1 指標の調査結果及び目標・過年度との比較

「中期経営プラン（2023-2027）」に掲げる数値目標のうち、「飲料水の備蓄率」「サービスの利用全般に対するお客さま満足度」「広報活動・媒体の認知度」「事業に対する総合満足度」の4項目については、「水に関する意識調査」の結果を用いている。

「飲料水の備蓄率」は、令和4年度の61.9%から6.3ポイント減少し、55.6%となり、令和3年度と同等の結果となるものの、単年度目標を下回った。

また、令和5年度から見直した指標である「サービスの利用全般に対するお客さま満足度」と「広報活動・媒体の認知度」については、結果がそれぞれ50.8%、20.1%となり、ともに単年度目標に到達しなかった。

一方で、「事業に対する総合満足度」は、令和4年度の75.7%から5ポイント減少したものの、70.7%と高水準を維持し、単年度目標を達成した。

指標名	前期プラン					後期プラン
	H30	R1	R2	R3	R4	R5
						調査結果 (目標)
飲料水の備蓄率	62.0%	62.4%	61.9%	56.3%	61.9%	55.6% (62.4%)
サービスの利用全般に対するお客さま満足度※1	61.8%	60.1%	64.4%	72.7%	72.7%	50.8% (70%以上)
広報活動・媒体の認知度※2	37.7%	29.9%	32.6%	27.0%	25.2%	20.1% (30.0%)
事業に対する総合満足度	78.5%	79.7%	77.9%	76.9%	75.7%	70.7% (70%以上)

※1 令和5年度から指標を「サービスの利用全般に対するお客さま満足度」に見直し、「窓口や電話での対応」・「インターネットを活用した各種申込・手続等」・「上下水道料金の支払い方法」に対する満足度（「利用経験がないまたは知らない」を除く）の平均に変更

平成30～令和4年度は「窓口、電話対応のお客さま満足度」を指標としていた

※2 令和5年度から上下水道局の広報・PR情報について、2つ以上「知っている（見たことがある）」と回答した人の割合に変更

平成30～令和4年度は上下水道局が展開している広報・PR情報について「よく見かける」・「時々見かける」と回答した人の割合を指標としていた

2 指標のクロス集計

調査結果の属性による違いや設問への回答傾向などの詳細な分析を行うため、回答者属性とプラン指標に掲げる設問の単純集計結果とのクロス集計を実施した。また、総合満足度については各事業の相関を調べるため、総合満足度と設問間でのクロス集計を実施した。

なお、本書では、項目間での回答結果に意味のある差（有意差）がある結果のみを示している（有意差の判定はカイ二乗検定※による。）。

※カイ二乗検定：二つのデータ群の集計結果に相関があるかどうかを調べる手法

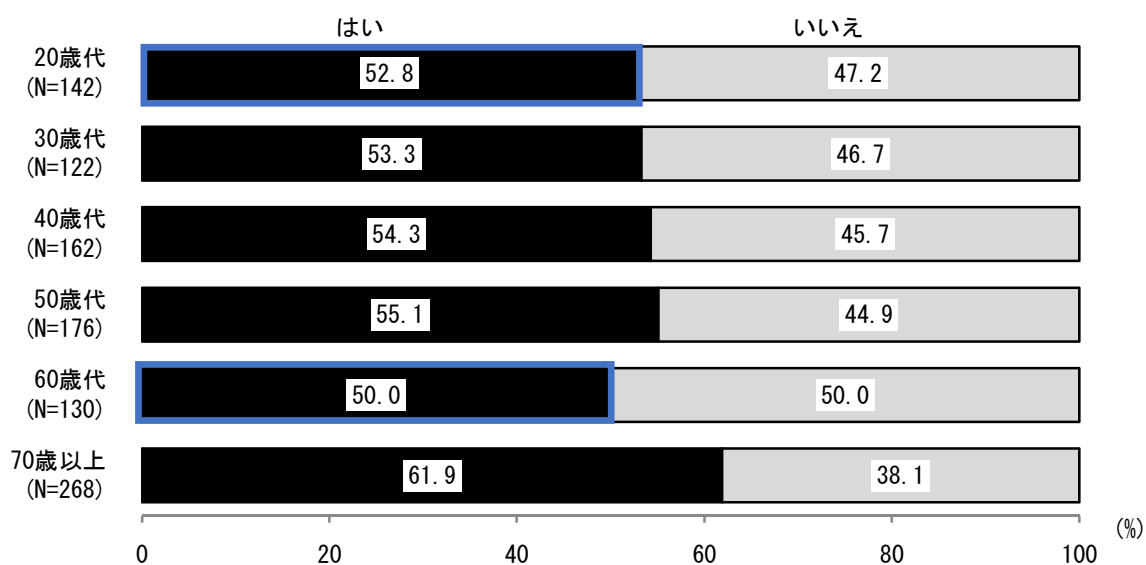
<プラン指標に掲げる設問 × 属性・各設問>

調査項目	×	属性・各設問	ページ番号
飲料水の備蓄率	×	年代	32
	×	世帯人数	
サービスの利用全般に対するお客さま満足度	×	年代	33-34
水道・下水道全般の満足度	×	年代	34
	×	事業への安心度	①
			②
			③
			④
	×	料金に対する印象	36

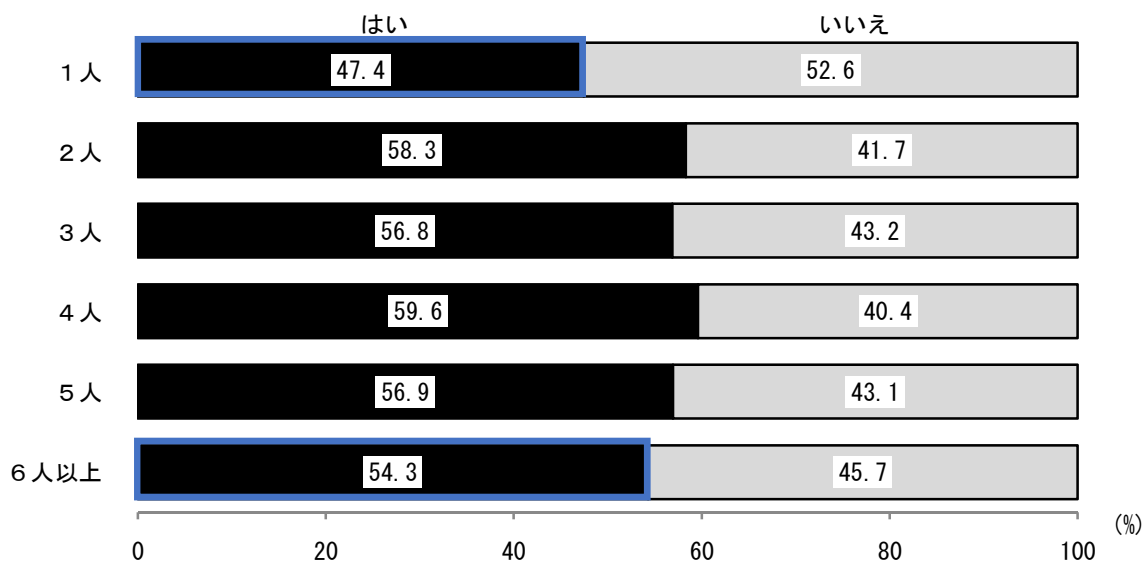
(1) 飲料水の備蓄率

- ・年代別：飲料水の備蓄している割合は「60歳代」が50.0%で最も少なく、次いで「20歳代」が52.8%となっている。
- ・世帯人数別：飲料水の備蓄している割合は「1人」が47.4%で最も少なく、次いで「6人以上」が54.3%となっている。

図IV-2-1-1 災害時の備蓄状況－年代別



図IV-2-1-2 災害時の備蓄状況－世帯人数別

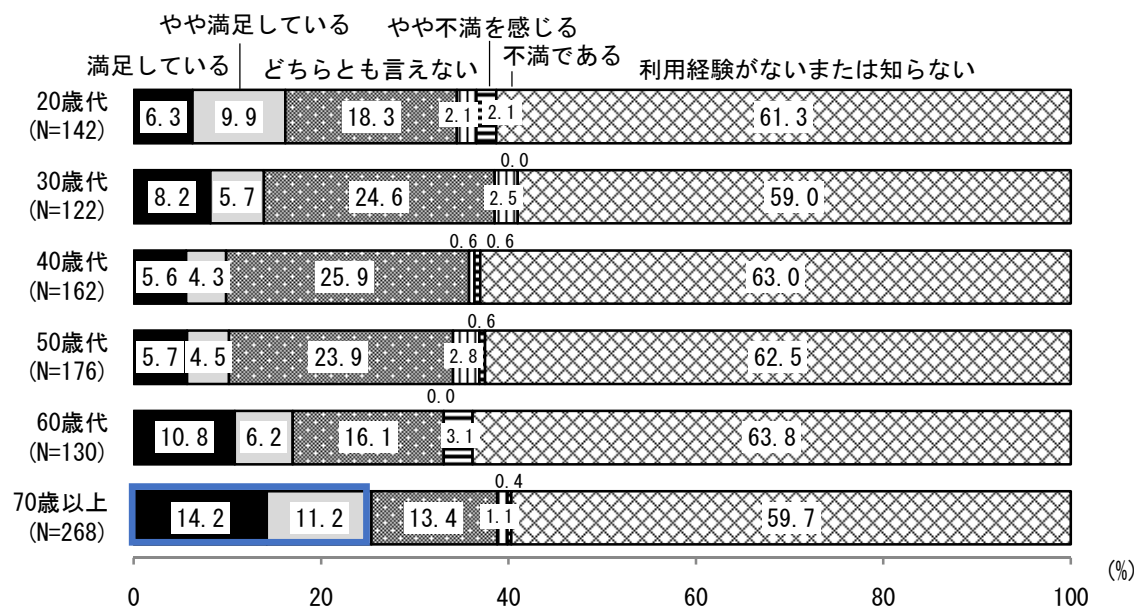


(2) サービスの利用全般に対するお客さま満足度

・窓口や電話での対応

・「満足している」、「やや満足している」は「70歳以上」が25.4%で最も多くなっている。

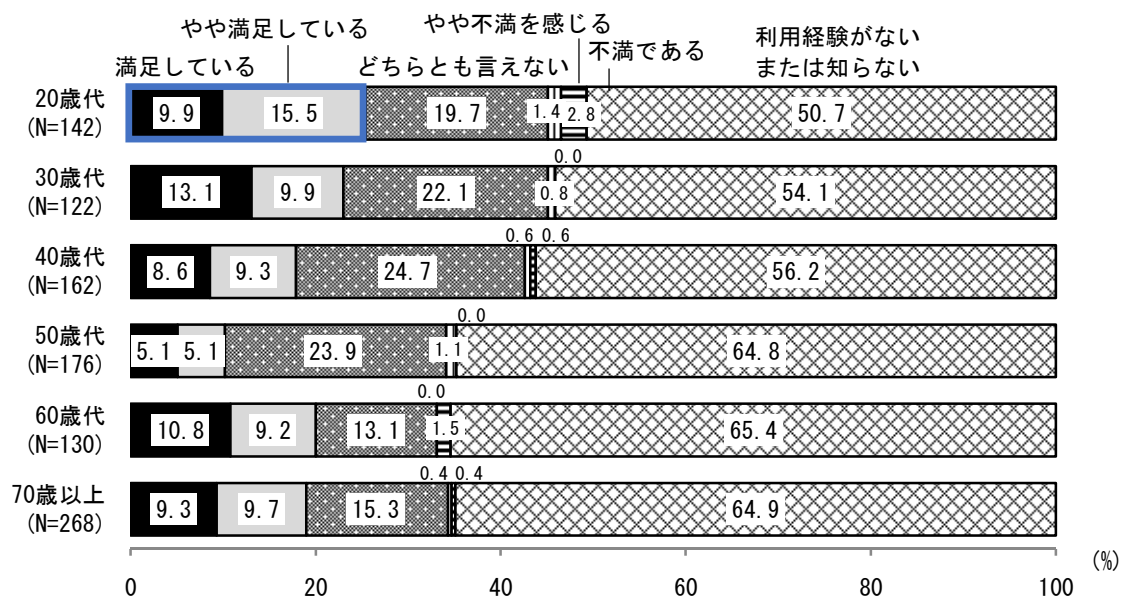
図IV-2-2-1 窓口や電話での対応に対する満足度一年代別



・インターネットを活用した各種申込・手続等

・「満足している」、「やや満足している」は「20歳代」が25.4%で最も多くなっており、年齢層が上がるごとに「利用経験がないまたは知らない」が増加する傾向にある。

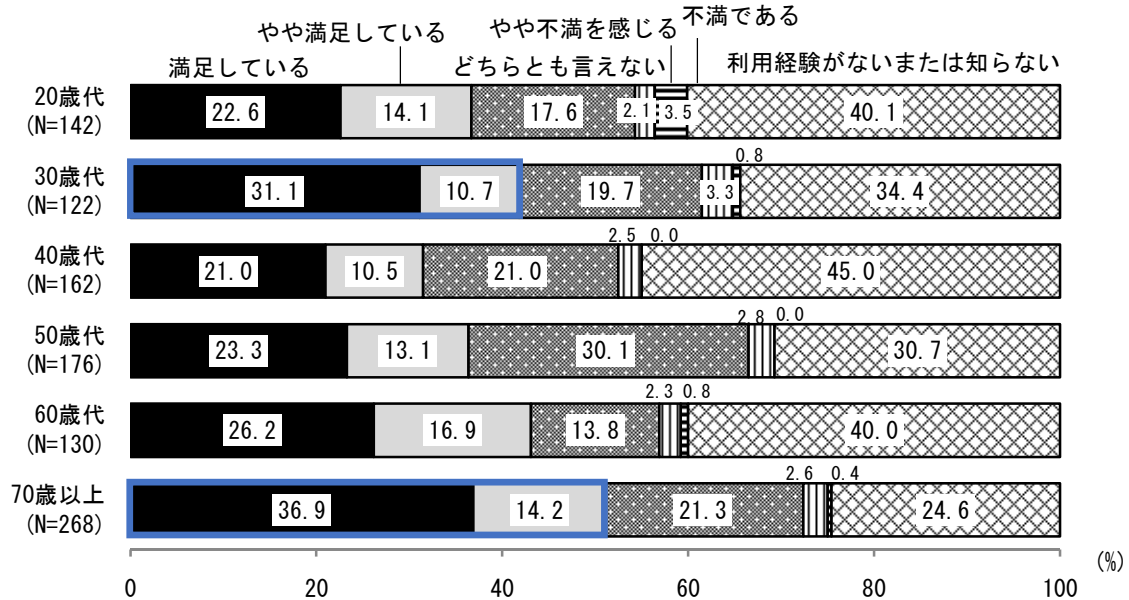
図IV-2-2-2 インターネットを活用した各種申込・手続等に対する満足度一年代別



・上下水道料金の支払い方法

・「満足している」、「やや満足している」は「70歳代」が51.1%で最も多くなっており、次いで「30歳代」が41.8%となった。

図IV-2-2-3 上下水道料金の支払い方法に対する満足度一年代別

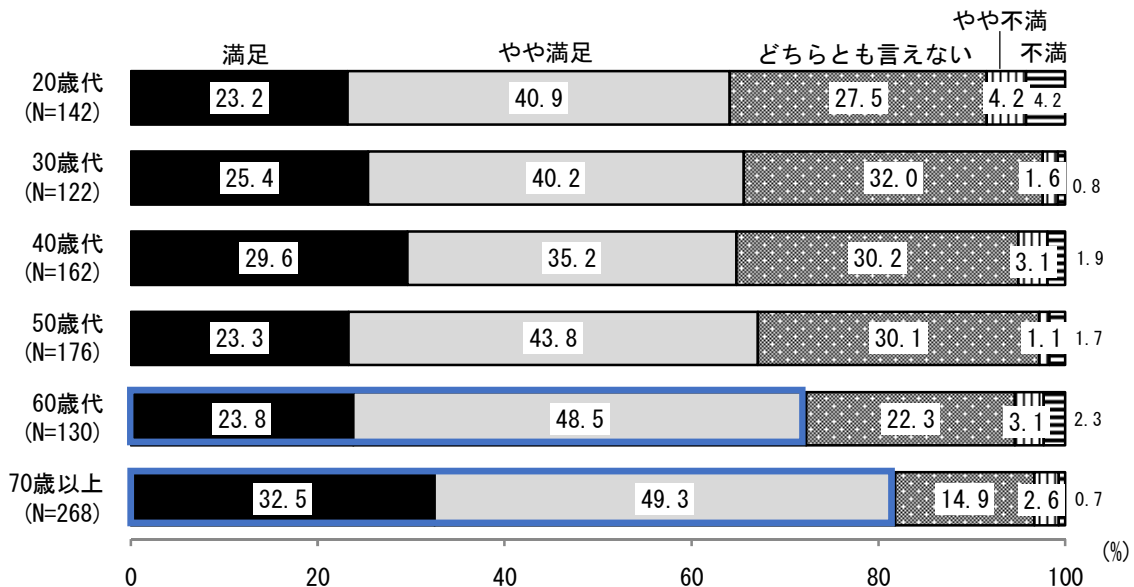


(3) 総合満足度

① 属性間クロス集計

・「満足している」、「やや満足している」は「70歳以上」が81.8%で最も多くなっており、次いで「60歳代」が72.3%と多くなっている。

図IV-2-3-1 水道・下水道全般の満足度一年代別

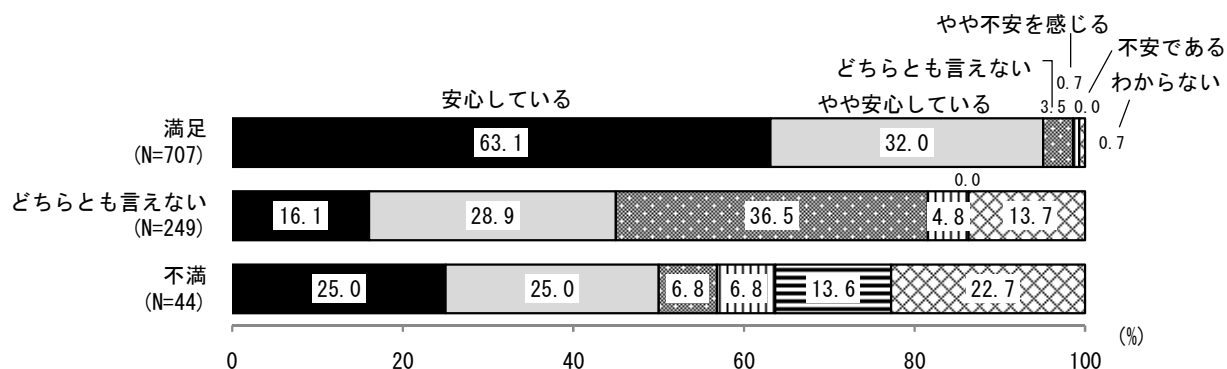


② 設問間クロス集計

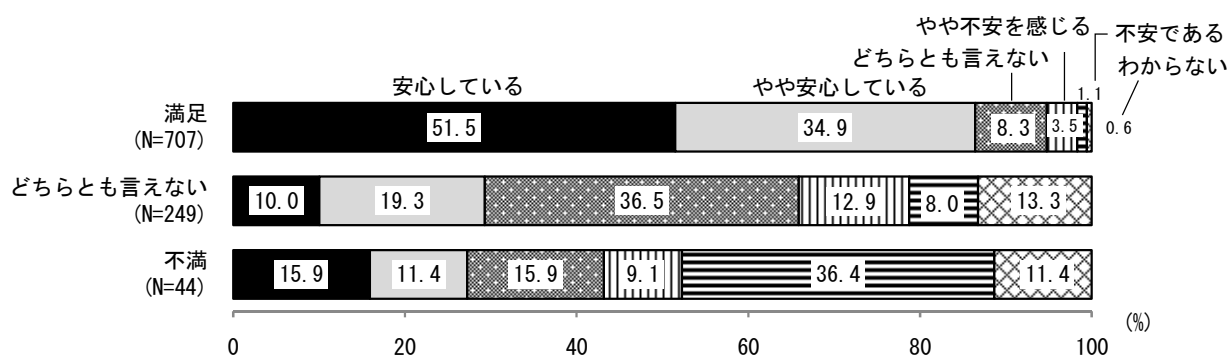
○水道・下水道全般の満足度と事業に関する安心度との関係

- ・いずれの項目においても、水道・下水道全般に「満足」している人は、「安心して
- る」の割合が「どちらとも言えない」、「不満」の割合に比べて高くなっている。

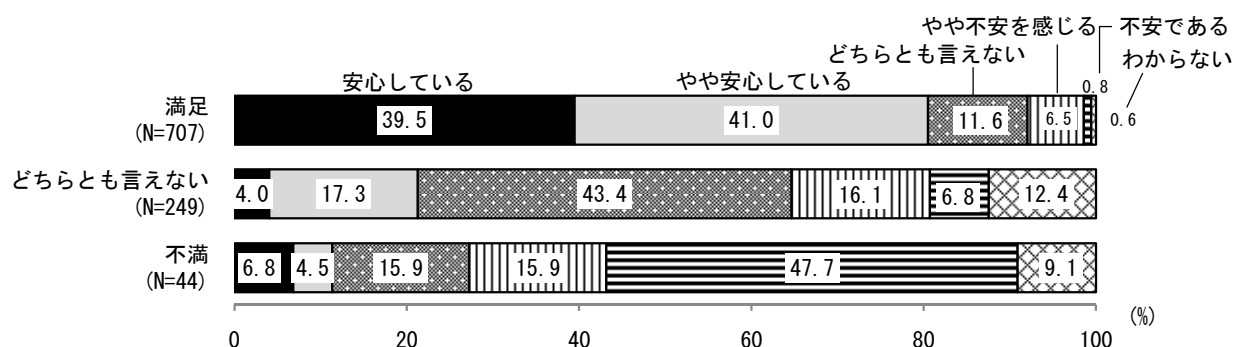
図IV-2-3-2 水道・下水道全般の満足度と各設問との関係
(事業に関する安心の程度 (① いつでも水道が利用できること))



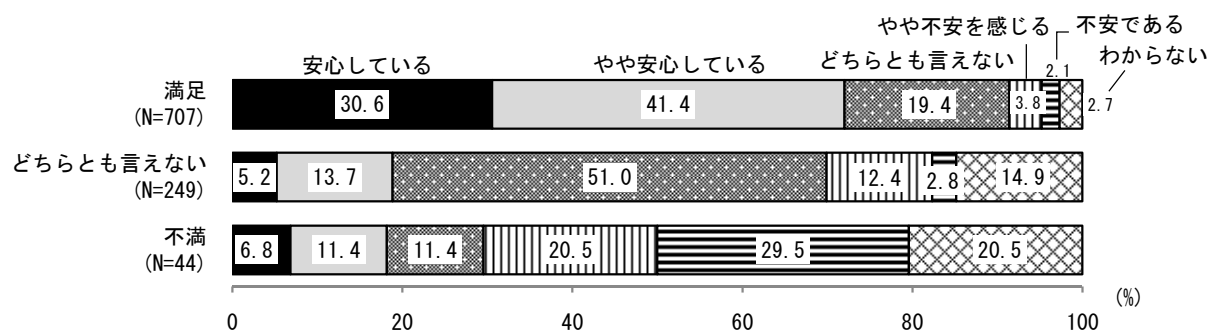
図IV-2-3-3 水道・下水道全般の満足度と各設問との関係
(事業に関する安心の程度 (② 蛇口から直接水道水を飲むこと))



図IV-2-3-4 水道・下水道全般の満足度と各設問との関係
(事業に関する安心の程度 (③ 水道水の水質・におい))



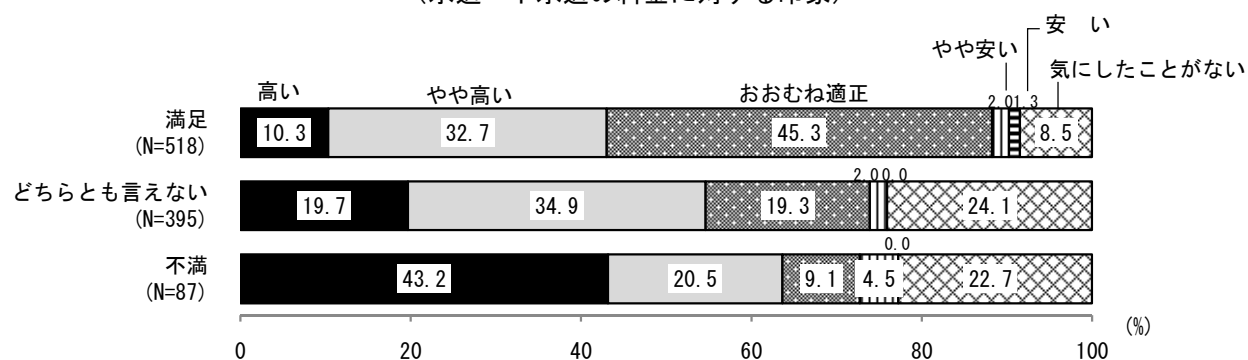
図Ⅳ-2-3-5 水道・下水道全般の満足度と各設問との関係
 (事業に関する安心の程度 (④ 災害(地震・大雨)時にも施設への被害がないこと))



○水道・下水道全般の満足度と水道・下水道の料金に対する印象

- ・水道・下水道全般に「満足」している人は、水道・下水道料金について「おおむね適正」の割合が高くなっており、「不満」である人は、「高い」の割合が高くなっている。

図Ⅳ-2-3-6 水道・下水道全般の満足度と各設問との関係
 (水道・下水道の料金に対する印象)



3 指標の結果分析等

(1) 分析結果

- 飲料水の備蓄を実施している層は、その必要性を「ＴＶ・ラジオの防災・災害関連のニュース等」から認知する機会が最も多くなっており、これは近年、全国的に地震や大雨・台風の被害等に関する報道があったことが要因であると考えられる。一方で、備蓄をしていない理由として「保管する場所がないため」が最も多く、これは単身者世帯において飲料水の備蓄率が低いこととの関連が推測される。また、「急いで準備する必要性はないと思うため」の割合が次いで高くなっており、これはアンケート実施時では京都市内・近隣での災害が発生していないことが大きな要因となっていると考えられる。
- 「窓口や電話での対応」及び「インターネットを活用した各種申込・手続等」の２問については、いずれも「利用経験がないまたは知らない」が６割以上となり、満足度に対する回答は「どちらとも言えない」が最も多かった。一方で、「利用経験がないまたは知らない」の割合が最も低い「上下水道料金の支払い方法」の満足度が３設問の中で最も高くなっており、これらの結果からサービス自体の利用頻度や認知度が満足度の向上に関係していることが推測される。
- 「広報活動・媒体の認知度」では、令和４年度と比較すると認知度が低下している媒体が多くなっているものの、重点的に実施した「YouTube による動画広報」の認知度は上昇傾向にあり、広報の効果が発揮されたものと考えられる。また、これまでから広報媒体として活用してきた「マスコットキャラクター」や「一般公開事業」の認知度は他の媒体に比べて高くなっている。
- 水道・下水道事業に対する安心度が高く、料金を「おおむね適正」と感じているほど、水道・下水道全般に満足している割合も高くなっており、総合満足度は事業への安心感や経営環境・料金など、様々な項目と相関、関連していると考えられる。

(2) 今後の方針

「飲料水の備蓄」について備蓄そのものの必要性は理解しているものの、緊急性を感じていない層が多いことから、災害時に備えた備蓄の重要性を「局のチラシ・リーフレット」等を活用して引き続き啓発していく。

また、「お客さま満足度」については、対応研修を継続するとともに、今後も問合せやアンケート等を通じてニーズを把握しながら、お客さまサービス施策に反映していく。

「広報活動・媒体の認知度」の向上のため、啓発・周知の際には認知度の高い広報媒体を活用するだけでなく、年齢層による特性を捉え発信する情報やターゲットに応じた媒体の使い分け等、効果的・効率的な発信をしっかりと行っていく。

これらの取組に加え、今回の調査結果を様々な上下水道事業の施策に活かしていくことで、市民の皆さまの事業に対する理解を深め、満足度をさらに向上できるように努めていく。

令和5年度 水に関する意識調査報告書

令和6年（2024年）3月

発行：京都市上下水道局 経営戦略室

〒601-8116 京都市南区上鳥羽鉾立町 11 番地 3

電 話：075-672-3114（直通）