

「令和 6 年度水に関する意識調査」の実施結果を踏まえた今後の対応について

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 1 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 6 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 調査の概要

- (1) 調査方法 京都市内に在住する 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・設問数 令和 6 年 9 月（25 問）
- (3) 調査項目
 - I 水に関するライフスタイルについて
 - II お客さまサービスについて
 - III 広報活動等について
 - IV 上下水道料金について
 - V 事業全般について
 - VI 総合的な満足度、ご意見について

3 調査結果の取りまとめ

調査結果については、各設問の単純集計（設問ごとの集計）による経年変化等の把握や、属性、設問間でのクロス集計分析を行った。調査項目ごとに詳細な分析・考察を行い、今後の事業に活用していく。

調査結果については、**別紙**「令和 6 年度 水に関する意識調査 報告書」のとおり。

4 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5年度の55.6%から5.7ポイント増加し、61.3%となったが、単年度目標を下回った。

「サービスの利用全般に対するお客さま満足度」は、令和5年度の50.8%から大幅に増加し、95.1%となり、単年度目標を達成した。

「広報活動・媒体の認知度」は、令和5年度の20.1%から11.5ポイント増加し、31.6%となったが、単年度目標を下回った。

「事業に対する総合満足度」は、令和5年度の70.7%から4.1ポイント増加し、74.8%となり、令和5年度に引き続き、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	後期プラン			
	R5	R6	R6	R9
	結果	目標	結果	目標
飲料水の備蓄率	55.6%	62.4%	61.3%	65%
サービスの利用全般に対するお客さま満足度 ※1	50.8%	70%以上	95.1%	70%以上を維持
広報活動・媒体の認知度※2	20.1%	35.0%	31.6%	50%
事業に対する総合満足度	70.7%	70%以上	74.8%	70%以上を維持

※1 「サービスの利用全般に対するお客さま満足度」は、「料金の支払方法」、「インターネットを活用した各種申込・手続等」、「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」を除く）の平均

※2 「広報活動・媒体の認知度」は、設問の選択肢のうち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

5 指標の結果分析等

(1) 分析結果（一部抜粋）

- 飲料水の備蓄率に関しては、「備蓄の有無」、「一人当たりの備蓄量」とともに令和5年度から増加しており、近年全国各地で発生している地震や台風等による長期化する断水等の被害に対する備えとして、関心が高まっているものと推測されるため、引き続き、局ホームページにおける防災危機管理に関する情報を充実するなどの取組を通じて、啓発に努めていく。
- 「サービスの利用全般に対するお客さま満足度」については、平成30年度からの推移を見ると、全体的に、「満足している」の割合は増加傾向、「やや不満を感じる」と「不満である」を合わせた割合は減少傾向となっており、日頃のお客さま応対や、これまでのお客さまサービスに資する取組が満足度の増加及び不満の減少に繋がっているものと考えられる。
- 「広報活動・媒体の認知度」については、「一般公開」のほか「市民しんぶん」や「事業リーフレット」といった紙媒体については年齢層が高くなるほど認知度が高くなっている。一方で、マスコットキャラクターについては年齢層が低いほど認知度が高い。これは、マスコットキャラクターの需要層が、子ども及びその親世代が中心であると考えられ、若年層への効果的なPRには、マスコットキャラクターを用いた広報が有効であることを示しているため、引き続き「わくわく すいどうひろば」をはじめとする子どもや親子をターゲットとしたイベント等でマスコットキャラクターを活用し、認知度向上に努めていく。
- 「総合満足度」については、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、更なる満足度の向上を図るため、引き続き、世代間での満足度や事業や経営環境に関する項目との相関を分析していく必要がある。

(2) 今後の対応

「飲料水の備蓄率」について、令和5年度より増加したものの、大規模災害が発生したことが大きな要因とも考えられるため、今後備蓄率が維持・向上できるよう、引き続き、局のホームページ・SNS・防災冊子等を活用した啓発活動に取り組んでいく。

「お客さま満足度」については、引き続き高水準を維持できるよう、お客さまの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」については、令和5年度から「見たことがあるものはない」が減少しているものの、「知っている、見たことがある」は依然として低い回答率となっているため、引き続き各ターゲットに応じた効果的・効率的な広報活動を実施するとともに、新たな広報媒体の検討や発信方法の検討を行っていく必要がある。

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6年度
水に関する意識調査
報 告 書

令和7年(2025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方法等	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	年代	2
2	住所	2
3	世帯人数	3
4	住居の種類	3
III	単純集計結果（経年比較含む）	4
1	水に関するライフスタイルについて	4
(1)	入浴時における浴槽の利用頻度	4
(2)	節水に関する取組状況	5
(3)	「水」の飲み方	6
(4)	災害に備えた飲料水の備蓄状況	9
2	お客さまサービスについて	14
(1)	サービスに対するお客さま満足度	14
(2)	窓口や電話での対応の不満内容	19
3	広報活動等について	20
▪	広報活動・媒体の認知度	20
4	上下水道料金について	22
(1)	料金等に対する認知度	22
(2)	料金に対する印象	23
5	事業全般について	25
▪	水道・下水道事業に関する安心度	25
6	総合的な満足度、ご意見について	28
(1)	上下水道事業全般に関する満足度	28
(2)	上下水道局がさらに取り組むべきこと	29
(3)	施設の更新や地震対策について取り組むべきこと	31
▪	水道・下水道に関する主なご意見	32
IV	中期経営プランに掲げた指標の調査結果分析	34
1	指標の調査結果及び目標・過年度との比較	34
2	指標のクロス集計	35
(1)	飲料水の備蓄率	36
(2)	サービスの利用全般に対するお客さま満足度	38
①	料金の支払方法	38

② インターネットを活用した各種申込・手続等	38
③ 窓口や電話での対応	39
(3) 広報活動・媒体の認知度	40
(4) 事業に対する総合満足度	41
3 指標の結果分析等	46
(1) 分析結果	46
(2) 今後の方針	48

I 調査の目的と概要

1 水に関する意識調査の目的及び方法等

(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、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：令和6年9月

(3) 調査項目

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

2 本報告書の見方

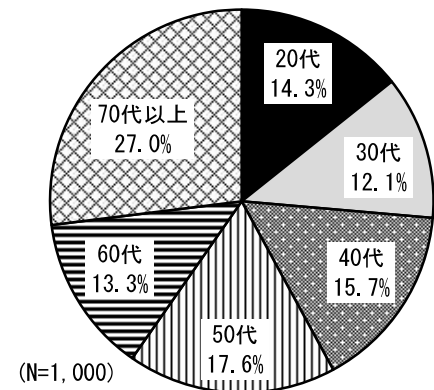
- ・ 令和5年度からアンケートモニターに対するWEB調査に手法を切り替えており、回答者に占める年代及び性別の割合構成が「京都市住民基本台帳人口」における行政区ごとの割合に近接したことによって、一部の設問では回答傾向に影響が見られる。
- ・ 集計に当たっては、無回答、非該当を除いており、有効回答数をN数と表示している。
- ・ 百分率(%)は原則として小数第2位を四捨五入し、小数第1位までを表示している。四捨五入の結果、個々の比率の合計と全体を示す数値が一致しないことがある。
- ・ グラフ内の設問名称については、調査票の設問名称を趣旨が変わらない範囲内で簡略化して表示している。
- ・ 経年変化については、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。
- ・ 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

- ・ 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。

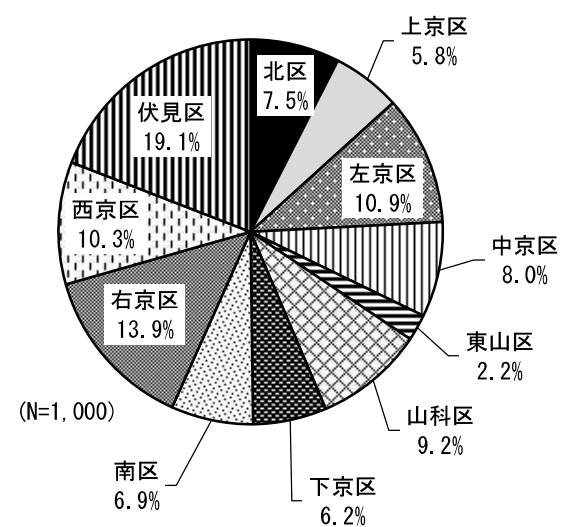
1 年代

選択肢	回答者数 (人)	割合 (%)	住民基本台帳人口比率 (%)
20 歳代	143	14.3	14.2
30 歳代	121	12.1	12.3
40 歳代	157	15.7	15.4
50 歳代	176	17.6	17.7
60 歳代	133	13.3	13.1
70 歳以上	270	27.0	27.3
合 計	1,000	100.0	100.0



2 住所

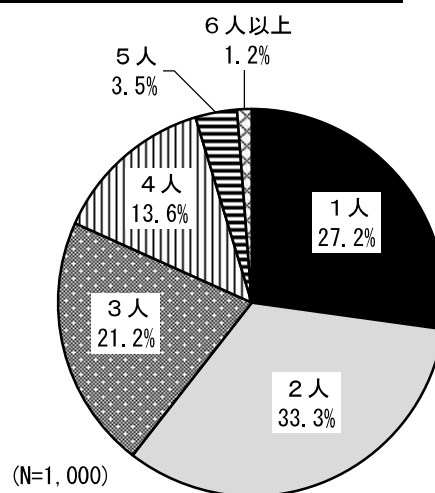
選択肢	回答者数 (人)	割合 (%)	住民基本台帳人口比率 (%)
北区	75	7.5	7.7
上京区	58	5.8	5.6
左京区	109	10.9	10.9
中京区	80	8.0	7.7
東山区	22	2.2	2.5
山科区	92	9.2	9.2
下京区	62	6.2	5.8
南区	69	6.9	7.3
右京区	139	13.9	13.8
西京区	103	10.3	10.2
伏見区	191	19.1	19.3
合 計	1,000	100.0	100.0



3 世帯人数

・世帯人数は、「2人」が33.3%で最も多く、次いで「1人」が27.2%、「3人」が21.2%となっている。

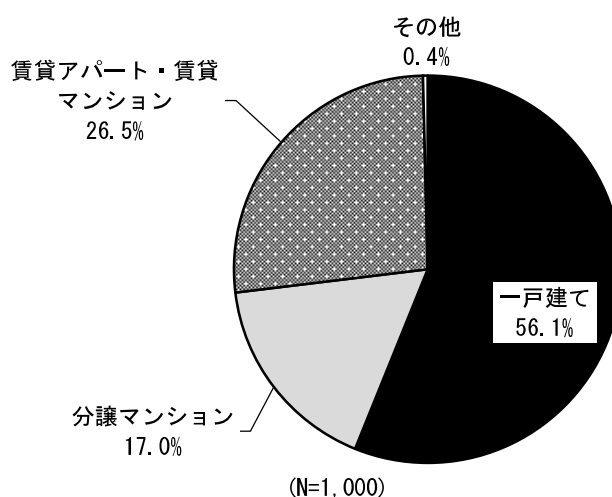
選択肢	回答者数 (人)	割合 (%)	住民基本台帳に基づく 世帯構成人員別世帯数比率 (%)
1人	272	27.2	52.8
2人	333	33.3	23.9
3人	212	21.2	11.9
4人	136	13.6	8.6
5人	35	3.5	2.3
6人以上	12	1.2	0.5
合 計	1,000	100.0	100.0



4 住居の種類

・住居の種類については、「一戸建て」が56.1%で最も多く、次いで「賃貸アパート・賃貸マンション」が26.5%、「分譲マンション」が17.0%となっている。

選択肢	回答者数 (人)	割合 (%)
一戸建て	561	56.1
分譲マンション	170	17.0
賃貸アパート・賃貸マンション	265	26.5
その他	4	0.4
合 計	1,000	100.0



Ⅲ 単純集計結果（経年比較含む）

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（令和4年度までの調査と比べて、若年層の割合が増加）したことによって、経年比較した際、一部の設問では回答傾向に影響が見られる。

1 水に関するライフスタイルについて

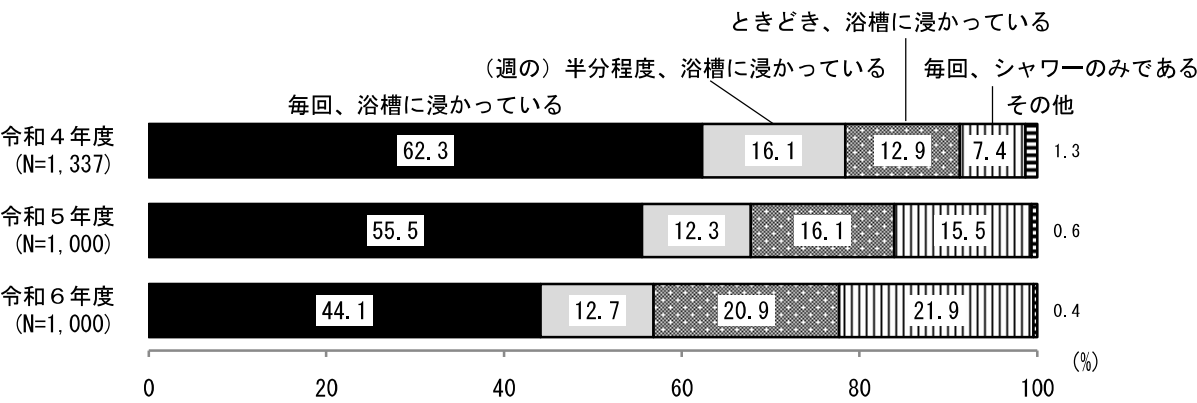
(1) 入浴時における浴槽の利用頻度

Q1 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44.1%で最も多く、次いで「毎回、シャワーのみである」が21.9%、「ときどき、浴槽に浸かっている」が20.9%となっており、令和4年度調査から浴槽の利用は減少傾向、シャワーの利用は増加傾向となっている。

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】

・家では入らない

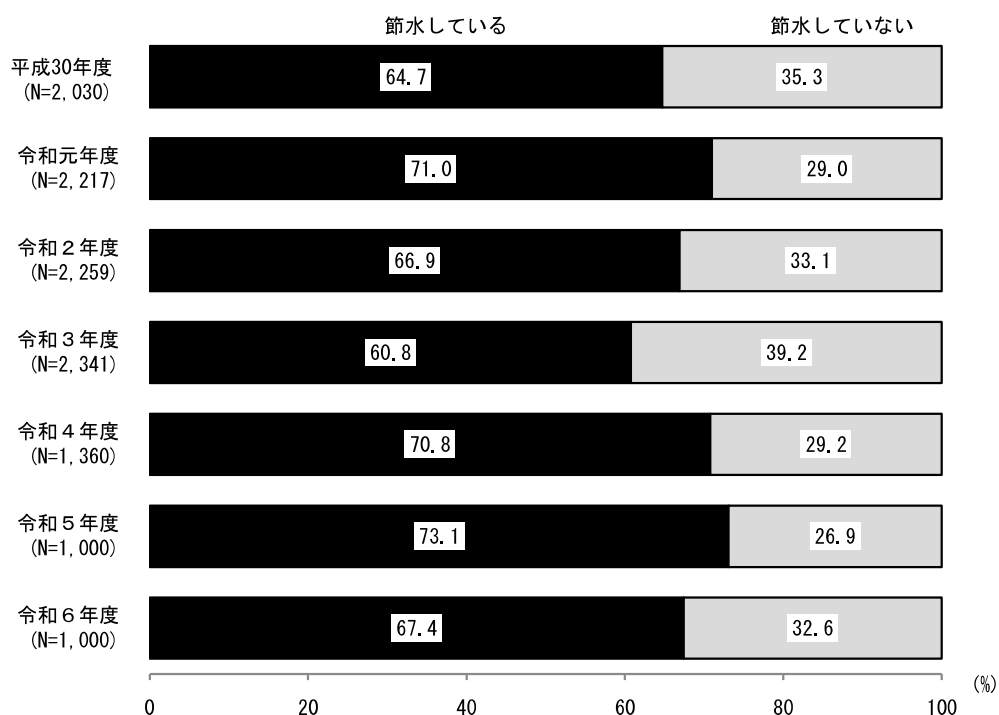
(2) 節水に関する取組状況

Q2 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67.4%であり、令和5年度と比べ、5.7ポイント減少しているが、平成30年度以降、長期的にはおおむね横ばいで推移している。

図Ⅲ-1-(2) 節水の有無（経年変化）



(3) 「水」の飲み方

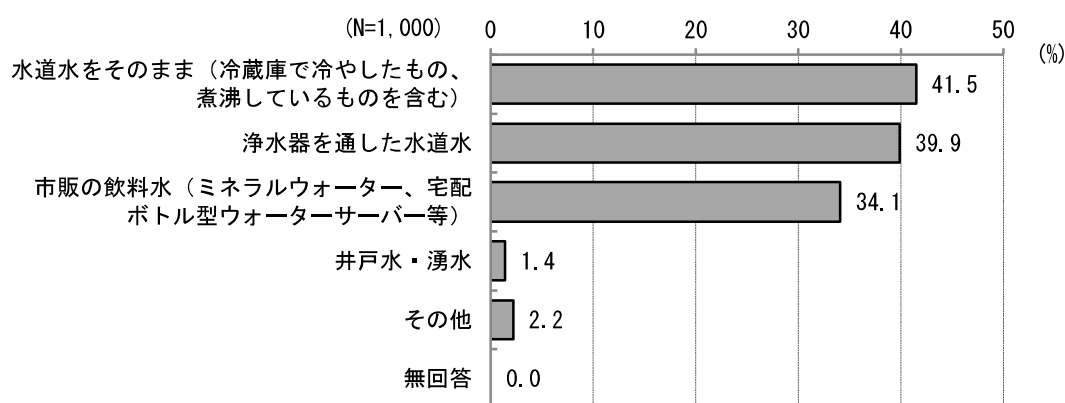
Q3 自宅で「水」を飲むとき、主にどのような水を飲まれますか。（複数回答可）

1. 水道水をそのまま（冷蔵庫で冷やしたもの、煮沸しているものを含む）
2. 浄水器を通した水道水
3. 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）
4. 井戸水・湧水
5. その他

・「水道水をそのまま」が41.5%で最も多く、次いで「浄水器を通した水道水」が39.9%、「市販の飲料水」が34.1%となっている。

・経年比較をすると、「水道水をそのまま」と「浄水器を通した水道水」のどちらか、または両方を回答した割合は合わせて77.7%となり、令和5年度（76.8%）と比べ、おおむね横ばいで推移しているが、「市販の飲料水」については、令和5年度（38.4%）と比べ、4.3ポイント減少している。

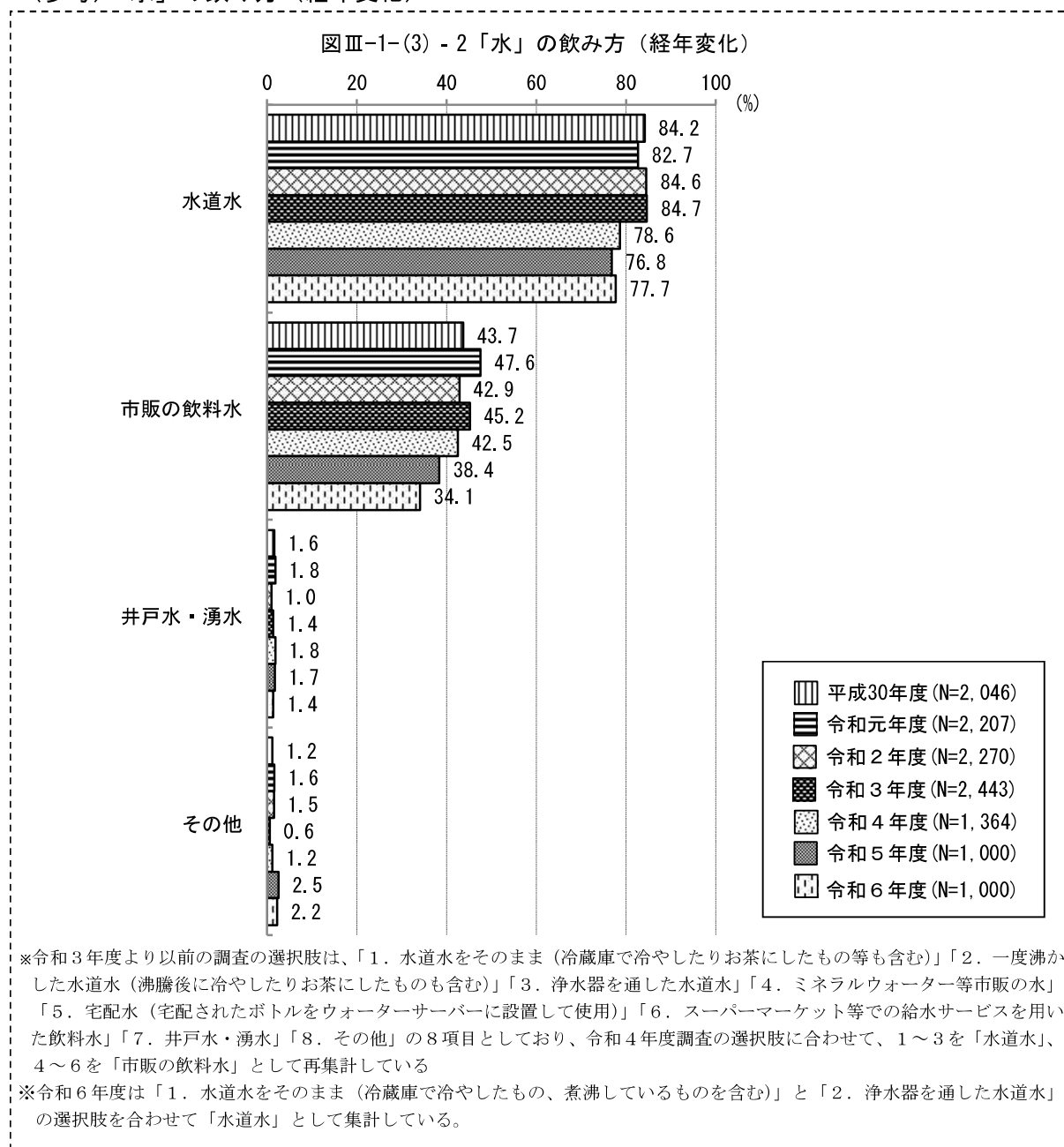
図Ⅲ-1-(3)-1 「水」の飲み方



【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）

(参考)「水」の飲み方(経年変化)

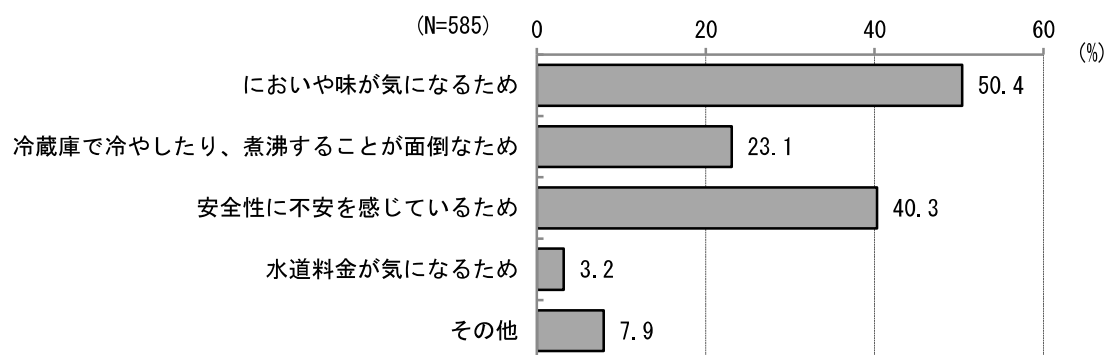


Q3-1 前問で「1 水道水をそのまま（冷蔵庫で冷やしたもの、煮沸しているものを含む）」以外を選ばれた方は、その理由を教えてください。

1. においや味が気になるため
2. 冷蔵庫で冷やしたり、煮沸することが面倒なため
3. 安全性に不安を感じているため
4. 水道料金が気になるため
5. その他

・「においや味が気になるため」が 50.4%で最も多く、次いで「安全性に不安を感じているため」が 40.3%となった。

図Ⅲ-1-(3)-3 水道水をそのまま飲まない理由



【その他】

- ・少しでもおいしい水を飲みたい
- ・安全性は気にしていないが昔からなので特に理由はない
- ・最初からシステムキッチンに浄水器が付いていた
- ・買い物に行くついでに給水している

(4) 災害に備えた飲料水の備蓄状況

Q4 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。

Q4-1 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. 上下水道局のホームページ・SNS・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。

Q4-2 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

○飲料水の備蓄率

- ・飲料水の備蓄率については「はい」が61.3%で、令和5年度に比べて5.7ポイント増加しているが、平成30年度以降、長期的にはおおむね横ばいで推移している。

○1人当たりの備蓄量

- ・1人当たりの備蓄量については「9リットル以上」が34.3%で、令和5年度に比べて4.6ポイント増加しており、令和4年度から増加傾向が続いている。

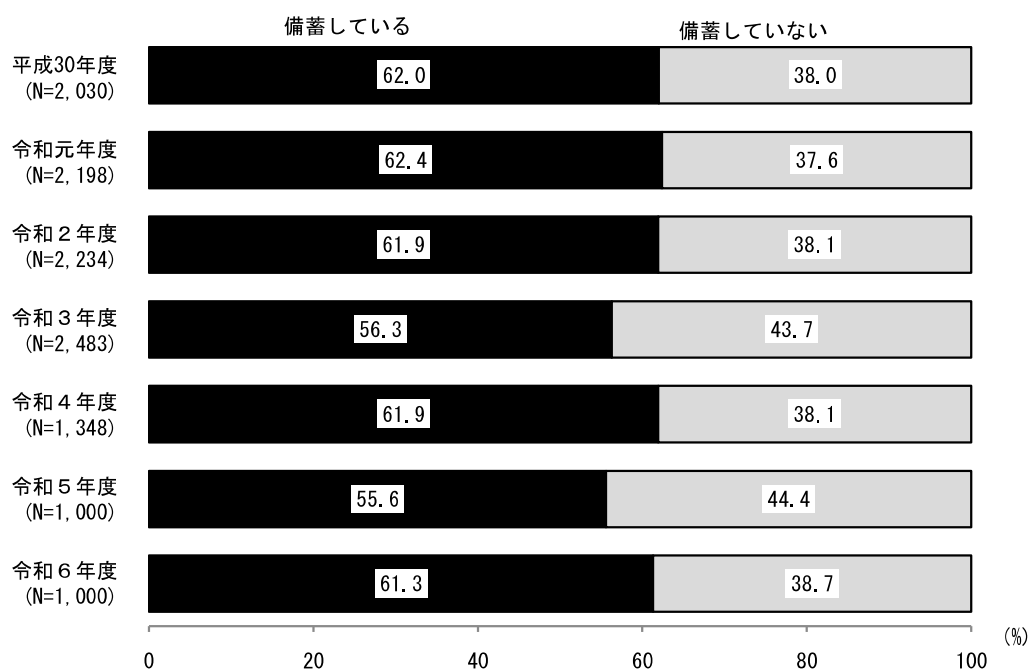
○備蓄の必要性の認知経路

- ・「TV・ラジオの防災・災害関連のニュース等」が58.2%で最も多く、次いで「市民しんぶん・京都市の広報」が35.1%となっている。

○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38.2%で最も多く、次いで「準備するのが面倒なため」が28.4%、「急いで準備する必要性はないと思うため」が26.1%となっている。

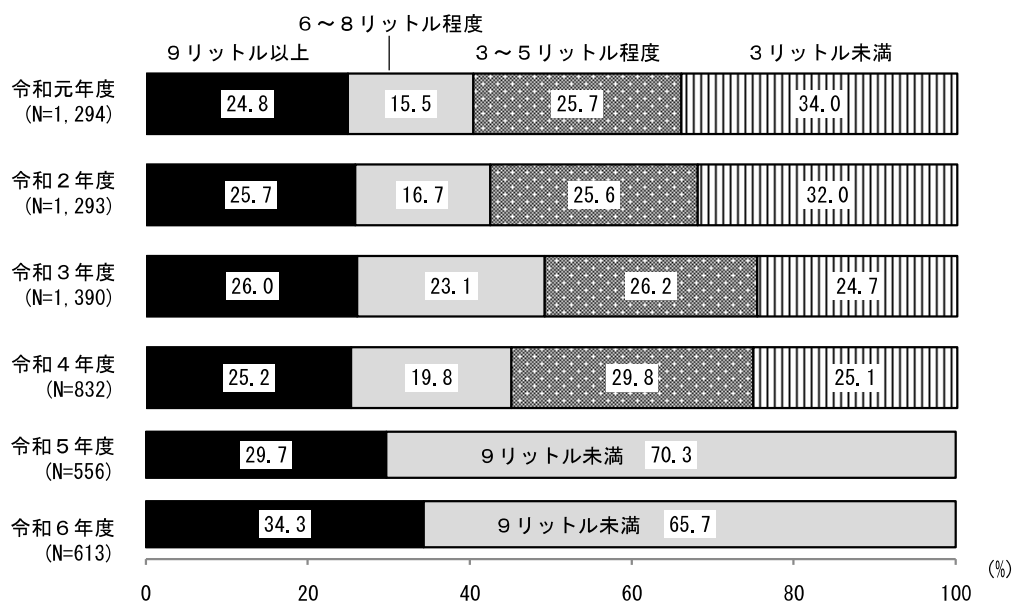
図Ⅲ-1-(4)-1 飲料水の備蓄率（経年変化）



※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。）。

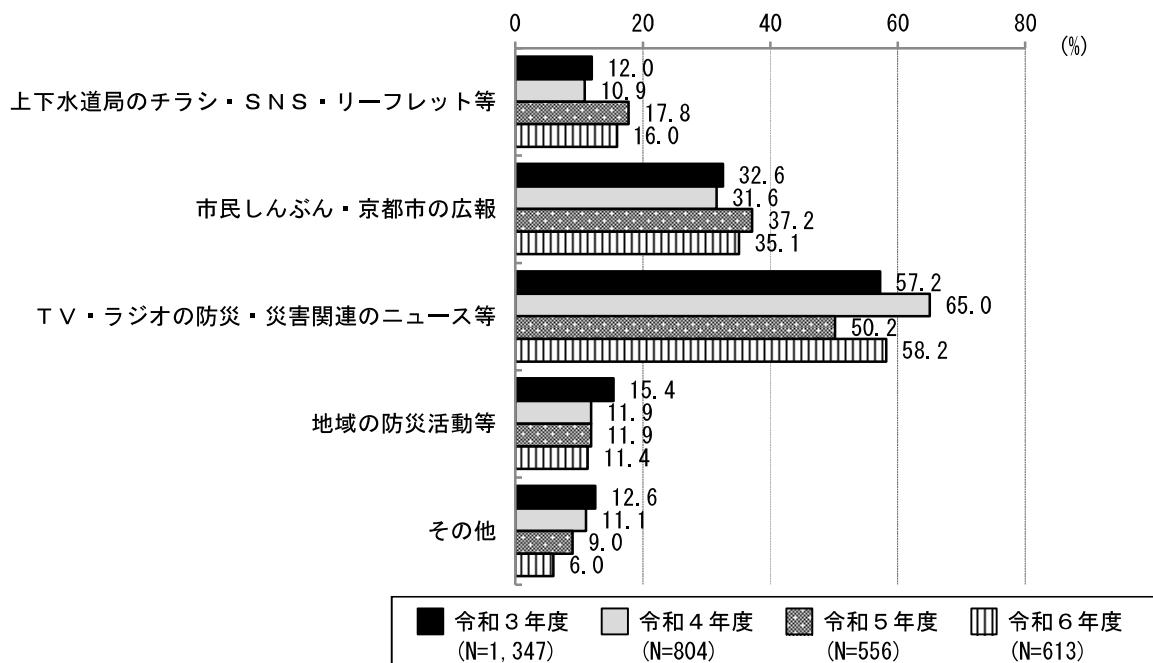
※令和5年度以降の「はい」は、「はい（備蓄目安である1人9リットル以上を備蓄している）」と「はい（備蓄しているが、1人9リットル未満である）」をあわせた割合。

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）



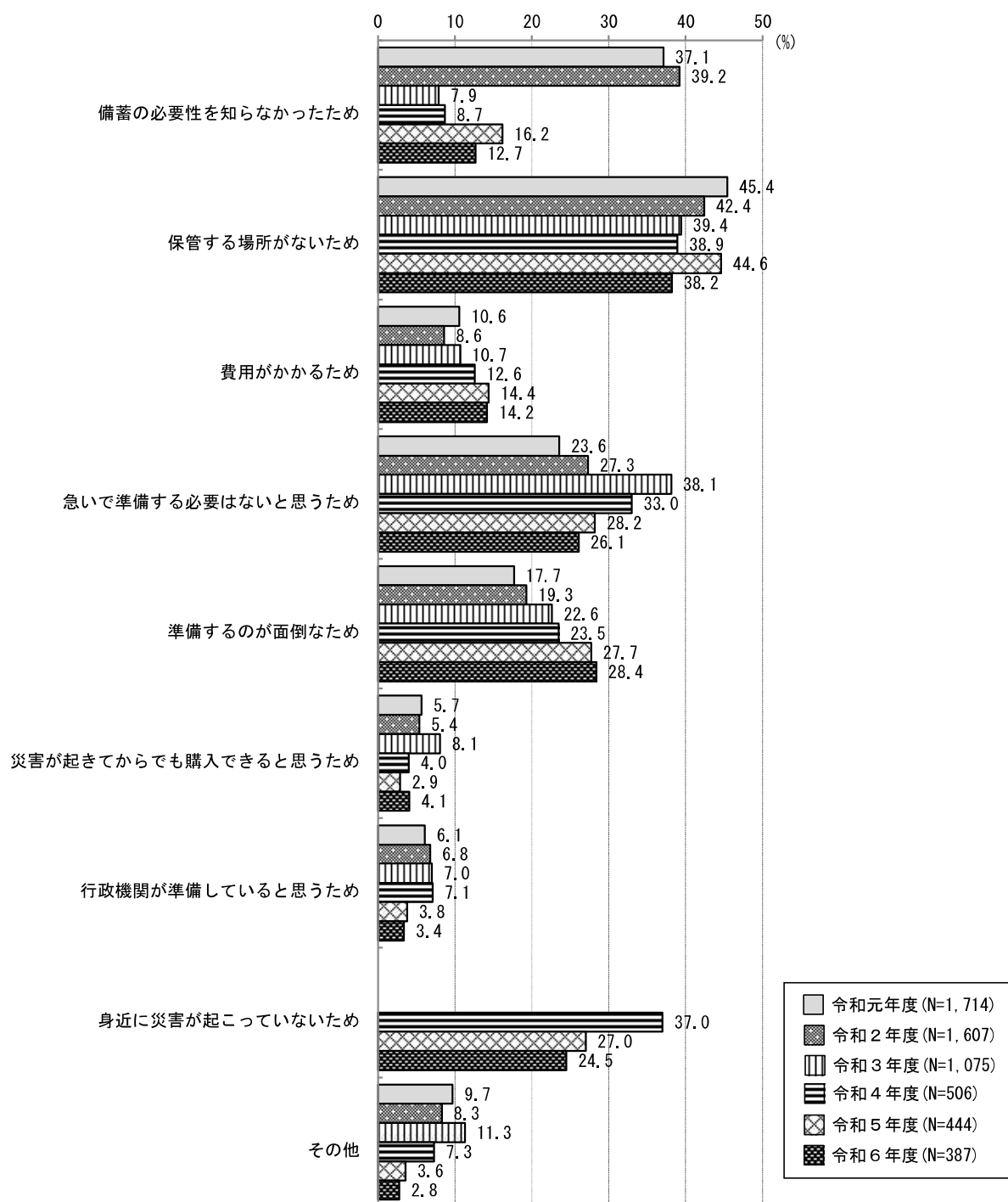
※「TV・ラジオの防災・災害関連のニュース等」は、令和4年度の調査で「TV・ラジオのニュース等」から表記を変更している。

※「上下水道局のホームページ・SNS・リーフレット等」は、令和6年度の調査で「上下水道局のチラシ・リーフレット等」から表記を変更している。

【その他】

・家族、知人からの助言

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】

- ・以前していたが、毎回賞味期限が切れてしまい、ムダばかりしているため
- ・温水器のタンクがあるから

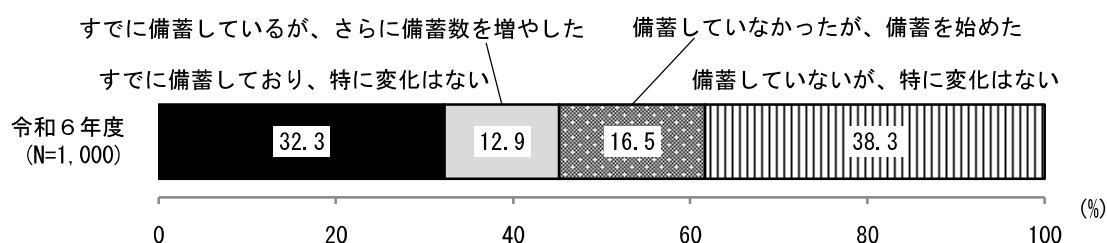
Q5 今年1月に能登半島地震が発生し、ライフラインへの被害は甚大なものになり、損傷した水道や下水道の復旧が長期にわたることで、市民生活への影響が深刻なものになりました。

これを踏まえて、飲料水備蓄に対する考えや行動に変化がありましたか。

1. すでに備蓄しており、特に変化はない
2. すでに備蓄しているが、さらに備蓄数を増やした
3. 備蓄していなかったが、備蓄を始めた
4. 備蓄していないが、特に変化はない

- ・「すでに備蓄しているが、さらに備蓄数を増やした」が 16.5%、「備蓄していなかったが、備蓄を始めた」が 12.9%となり、合計 29.4%に行動変容があった。
- ・一方で、「備蓄していないが、特に変化はない」は 38.3%であった。

図Ⅲ-1-(4)-5 能登半島地震発生の影響による飲料水備蓄に対する意識の変化



2 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

Q6 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。

また、「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」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ことについても教えてください。

① 料金の支払方法

② インターネットを活用した各種申込・手続等

③ 窓口や電話での対応

- | | | |
|-------------------|-------------|-------------|
| 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 |

・「料金の支払方法」については、「満足している」が53.7%で最も多く、次いで「やや満足している」が40.7%となった。

・「インターネットを活用した各種申込・手続等」は、「やや満足している」が50.1%と最も多く、次いで「満足している」が45.0%となった。

・「窓口や電話での対応」に対しては、「やや満足している」が58.2%と最も多く、次いで「満足している」が37.9%となった。

・①～③はいずれも「満足している」「やや満足している」をあわせた満足度は90%以上となった。

※いずれも「利用経験がないまたは知らない」の割合を除いた数値

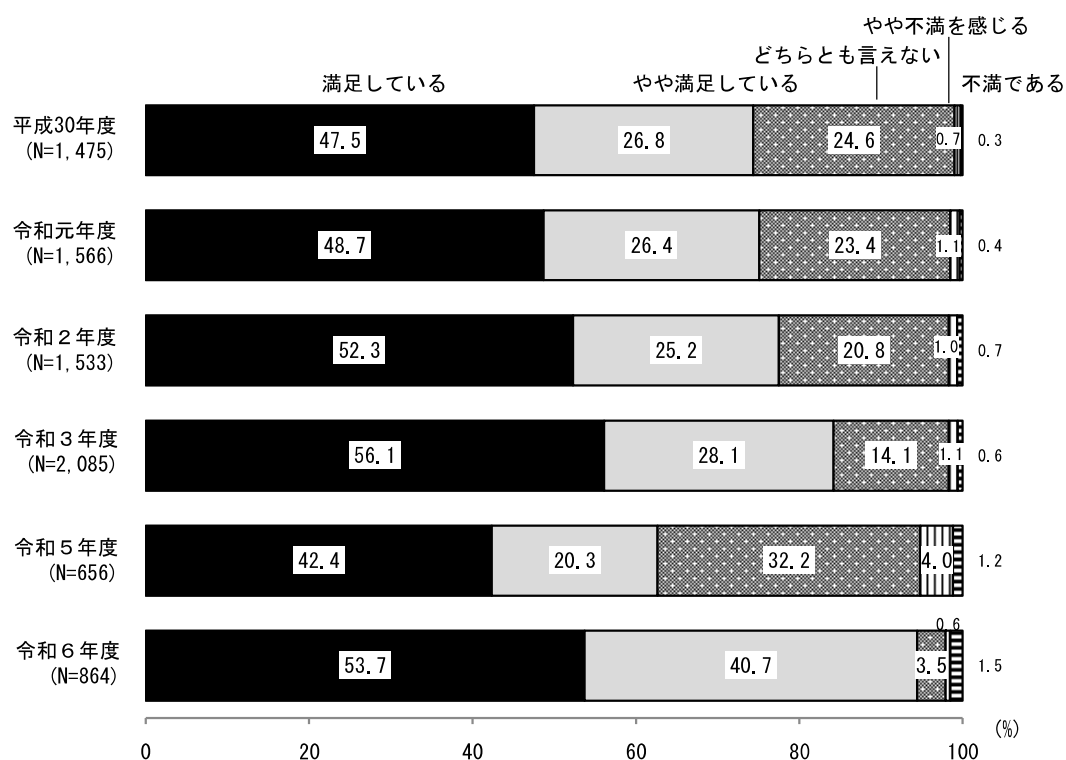
※令和6年度調査では前年度からの設問内容や必須回答の設定に変更はないが、回答欄の位置の変更があった。

①料金の支払方法

上下水道局では、お支払いの際の利便性向上に努めており、現在、以下の支払方法に対応しています。

- 口座振替払い
- クレジットカード継続払い
- 金融機関・コンビニ払い
- スマートフォン決済（PayPay や au Pay 等 12 サービス）

図Ⅲ-2-(1)-① 料金の支払方法に対する満足度（経年変化）



【今後取り組んでほしいこと】

- ・ 口座振替以外も値引きしてほしい

②インターネットを活用した各種申込・手続等

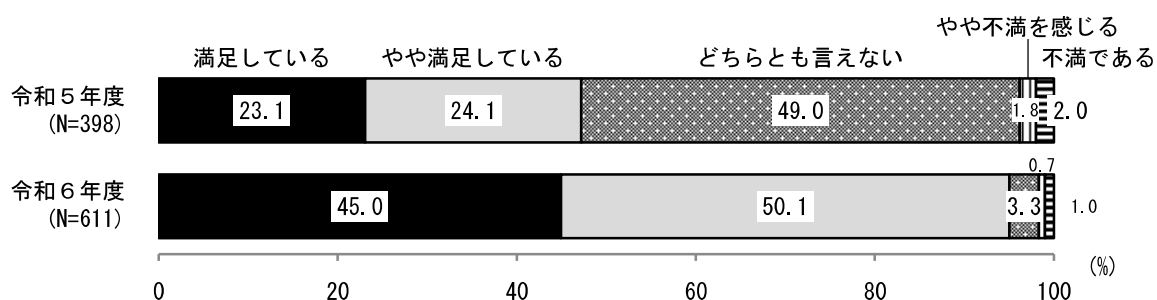
京都市上下水道局では、各種申込・手続等の利便性向上に努めており、現在、以下の申込・手続等をインターネットから行うことができます。

- 水道の開始、中止
- 水道契約情報の変更
- 上下水道料金の支払方法（クレジットカード継続払い、一部金融機関からの口座振替払い）の新規登録、変更
- 水道使用履歴の照会（みずみるネット）

※ 令和6年10月から使用水量・料金照会や各種申込等、上記の機能を集約したスマートフォンアプリの導入を予定しています。

（スマートフォンやタブレットのほか、パソコンのWebブラウザからの利用も可能です。）

図Ⅲ-2-(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（経年変化）

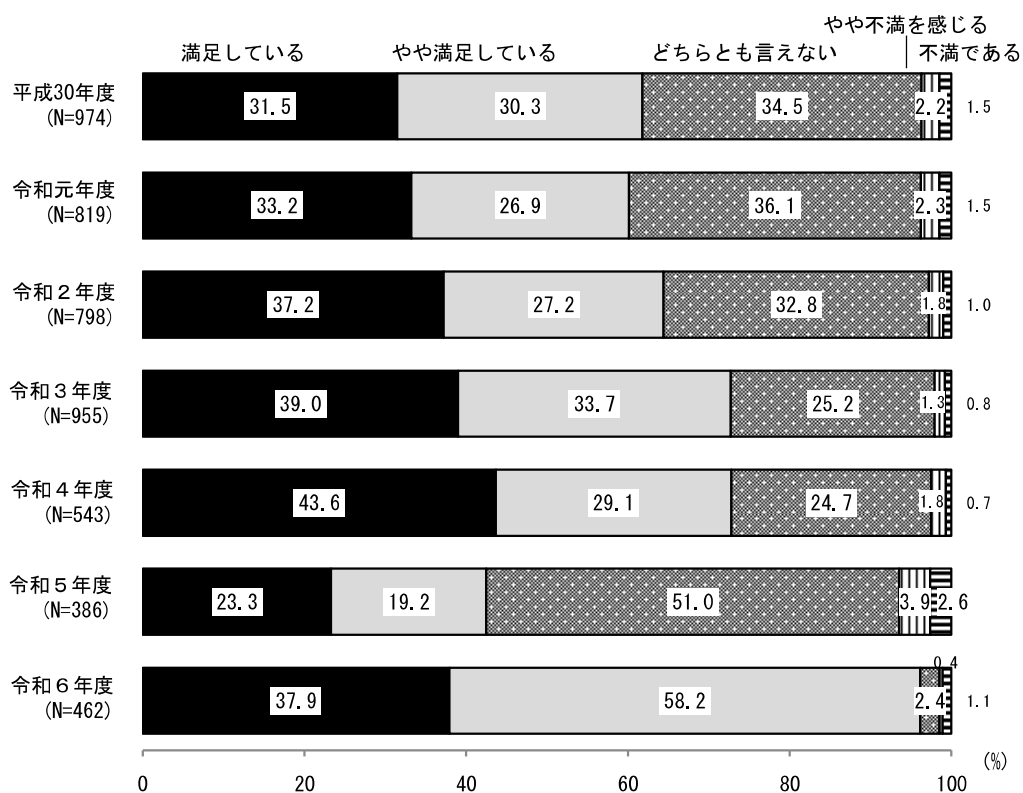


【今後取り組んでほしいこと】

- ・もっと使いやすくしてほしい

③窓口や電話での対応

図Ⅲ-2-(1)-③ 窓口や電話での対応に対する満足度（経年変化）

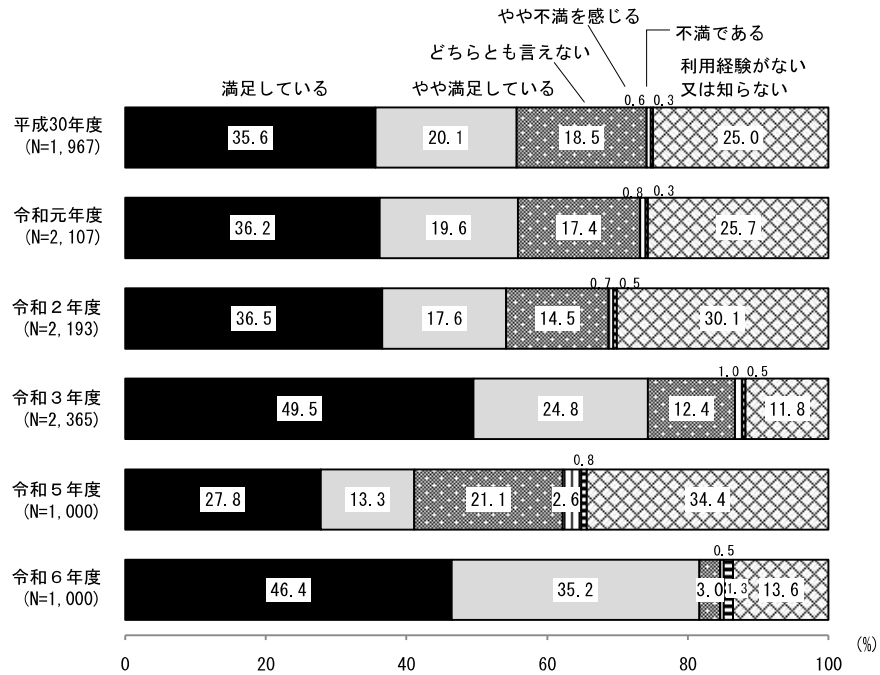


【今後取り組んでほしいこと】

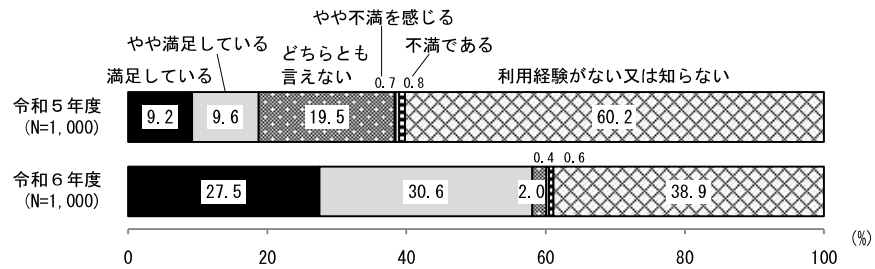
・ゆっくり話してほしい

(参考)「利用経験がないまたは知らない」を含めた満足度

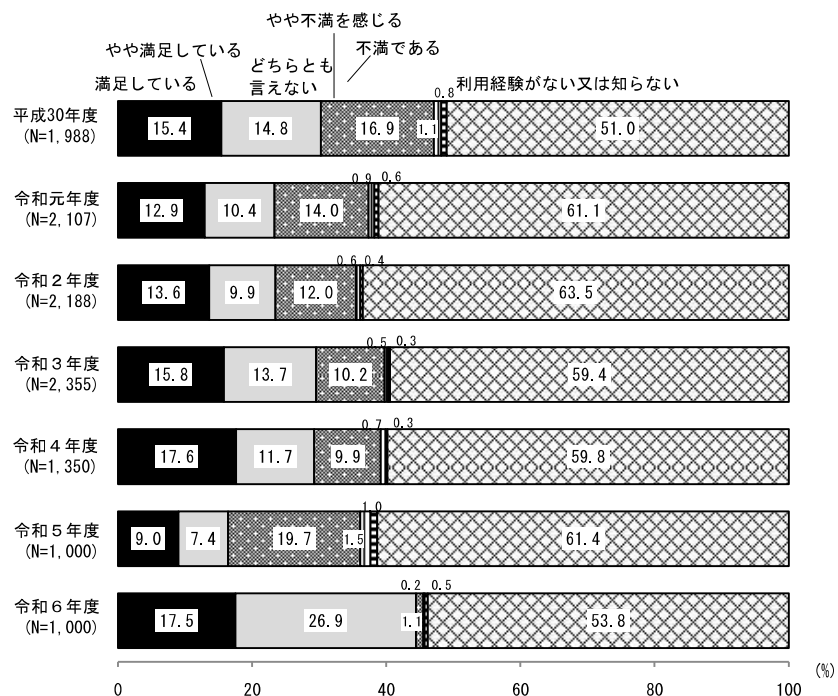
図Ⅲ-2-(1)-4 料金の支払方法に対する満足度（経年変化）



図Ⅲ-2-(1)-5 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（経年変化）



図Ⅲ-2-(1)-6 窓口や電話での応対に対する満足度（経年変化）



(2) 窓口や電話での対応の不満内容

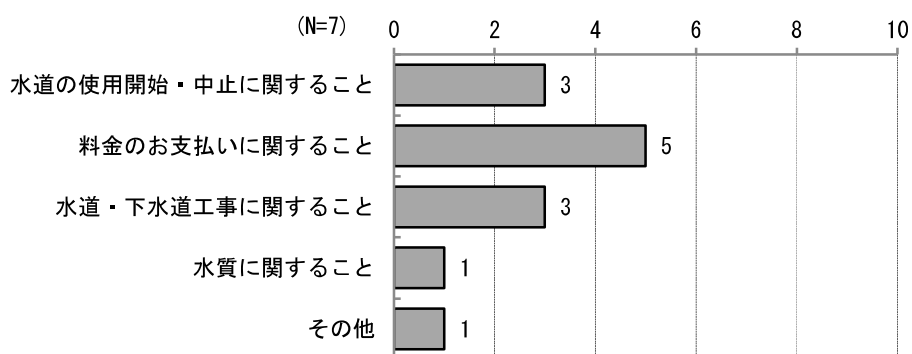
Q6-1 窓口や電話での対応の不満内容について（複数回答可）

Q6 の 3. で「5. やや不満を感じる」、「6. 不満である」を選ばれた方は、対応にご不満を感じられたお問合せの内容について教えてください。

1. 水道の使用開始・中止に関する事
2. 料金のお支払いに関する事
3. 水道・下水道工事に関する事
4. 水質に関する事
5. その他

・1,000 名中 7 名から回答があり、「料金のお支払いに関する事」が 5 名、「水道の使用開始・中止に関する事」及び「水道・下水道工事に関する事」がそれぞれ 3 名となった。

図Ⅲ-2-(2) 窓口や電話での対応の不満内容



3 広報活動等について

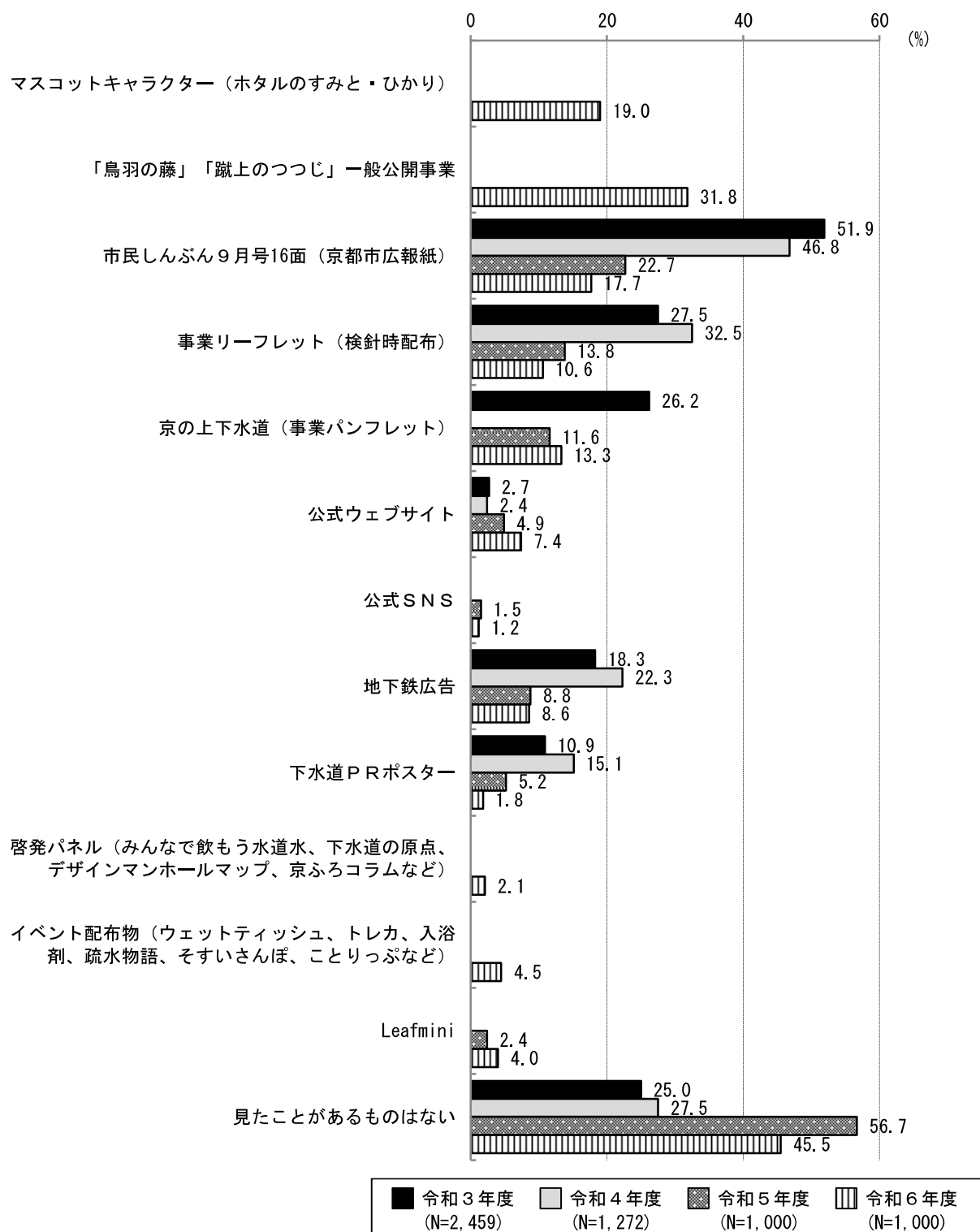
・ 広報活動・媒体の認知度

Q7 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. マスコットキャラクター（ホタルのすみと・ひかり）
2. 「鳥羽の藤」「蹴上のつつじ」一般公開事業
3. 市民しんぶん9月号16面（京都市広報紙）
4. 事業リーフレット（検針時配布）
5. 京の上下水道（事業パンフレット）
6. 公式ウェブサイト
7. 公式 SNS
8. 地下鉄広告
9. 下水道 PR ポスター
10. 啓発パネル（みんなで飲もう水道水、下水道の原点、デザインマンホールマップ、京ふろコラム など）
11. イベント配布物（ウェットティッシュ、トレカ、入浴剤、疏水物語、そすいさんぽ、ことりっぴ など）
12. Leaf mini
13. 見たことがあるものはない

・「見たことがあるものはない」が 45.5%で最も多く、次いで「「鳥羽の藤」「蹴上のつつじ」一般公開事業」が 31.8%、「マスコットキャラクター（ホタルのすみと・ひかり）」が 19.0%となっている。

図Ⅲ-3 広報・PR情報で知っている（見たことがある）もの（経年変化）



※ 一般公開事業及びマスコットキャラクターは、令和5年度は単独で認知度を調査していた。

4 上下水道料金について

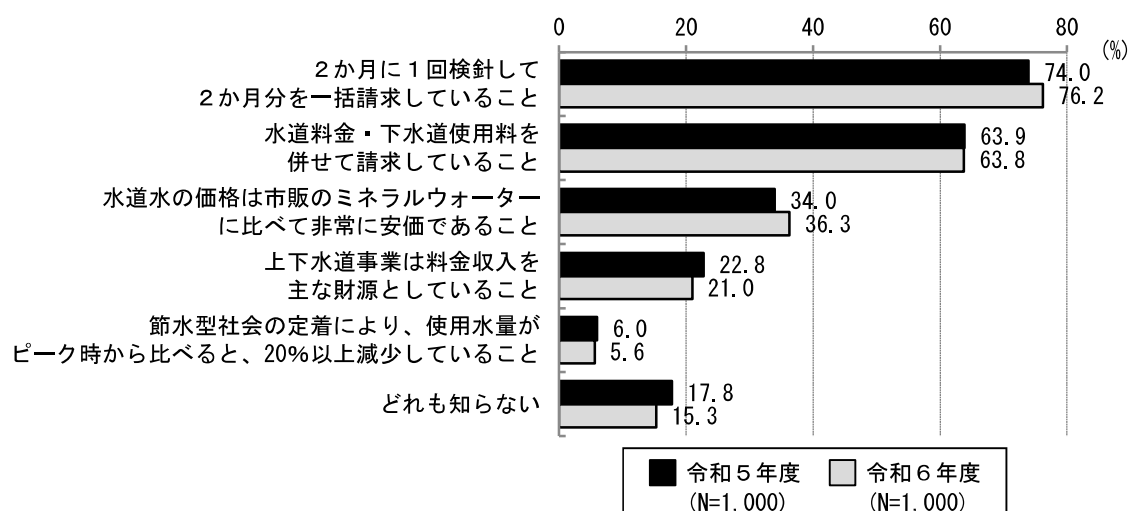
(1) 料金等に対する認知度

Q8 料金等に関してご存じ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76.2%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63.8%、「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36.3%となった。

図Ⅲ-4-(1) 水道・下水道の料金等に対する認知度（経年変化）



(2) 料金に対する印象

Q9 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 |

「1」「2」とお答えになった方にお聞きます。

Q9-1 料金を「1. 高い」・「2. 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

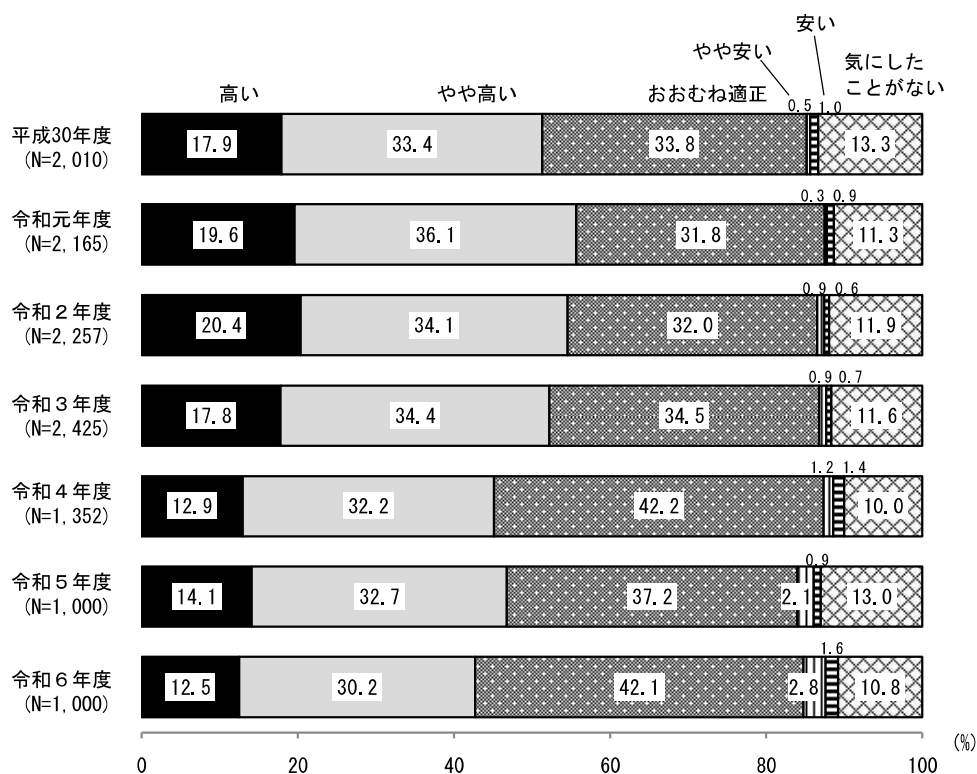
○水道・下水道の料金に対する印象

・令和5年度に比べて、「高い」が1.6ポイント減少、「やや高い」が2.5ポイント減少した一方、「おおむね適正」が4.9ポイント増加している。

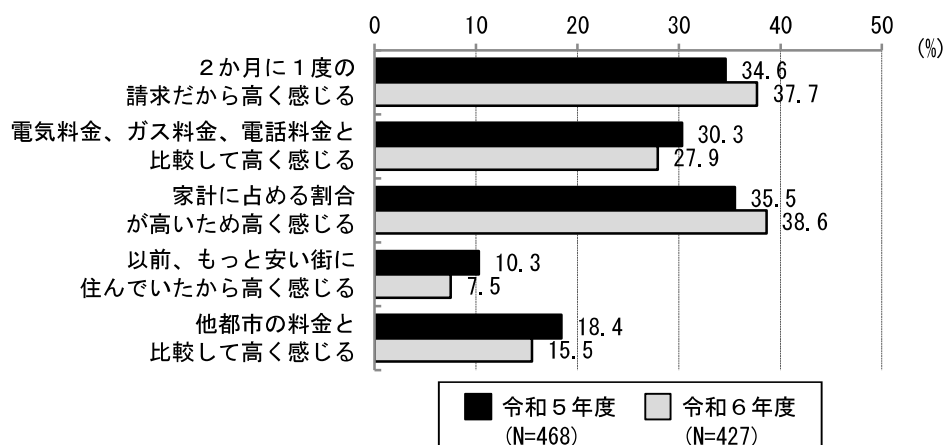
○料金を「高い」と感じる理由

・「家計に占める割合が高いため高く感じる」が38.6%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37.7%、「電気料金、ガス料金、電話料金と比較して高く感じる」が27.9%となった。

図Ⅲ-4-(2)-1 水道・下水道の料金等に対する印象（経年変化）



図Ⅲ-4-(2)-2 料金を「高い」と感じる理由（経年変化）



【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（宇治市、木津川市、井手町 等）
- ・大阪府内市町村（大阪市、八尾市、岸和田市 等）
- ・滋賀県内市町村（東近江市）
- ・東京都、名古屋市、札幌市 等

【5. 他都市の料金と比較して高く感じる】

- ・京都府亀岡市
- ・京都府向日市
- ・大阪府大阪市
- ・大阪府柏原市
- ・滋賀県大津市
- ・兵庫県赤穂市
- ・東京都 等

5 事業全般について

・ 水道・下水道事業に関する安心度

Q10 京都市の水道・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。

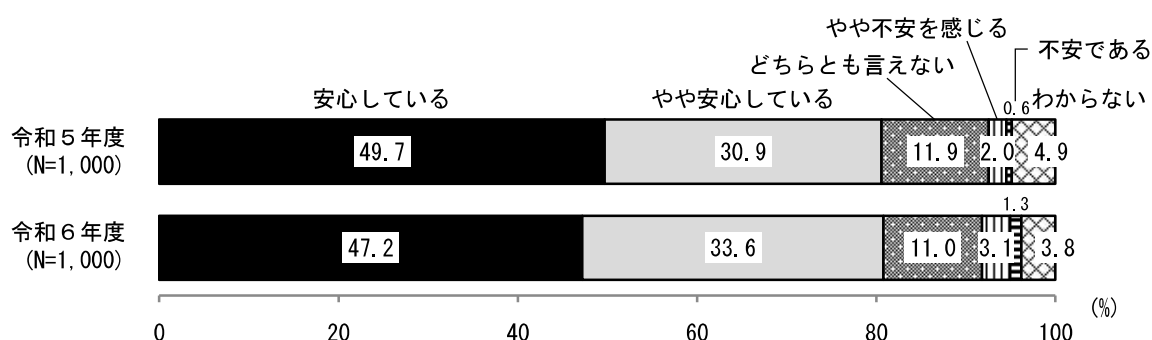
- ① いつでも水道・下水道が利用できること
 - ② 蛇口から直接水道水を飲めること
 - ③ 水道水の水質・におい
 - ④ 災害（地震・大雨）時にも施設への被害がないこと
1. 安心している 2. やや安心している 3. どちらとも言えない
4. やや不安を感じる 5. 不安である 6. わからない

- ・「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47.2%で、「やや安心している」をあわせると全体の80.8%となり、令和5年度（80.6%）とほとんど変化がなかった。
- ・「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35.7%で、「やや安心している」をあわせると67.8%となった。令和5年度（69.6%）に比べて1.8ポイント減少しており、令和3年度から減少傾向が続いている。
- ・「水道水の水質・におい」について、「安心している」は21.7%で、「やや安心している」をあわせると57.9%となった。令和5年度（62.7%）に比べて4.8ポイント減少しており、「安心している」は令和4年度から減少傾向が続いている。
- ・「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17.7%で、「やや安心している」をあわせると54.0%となった。令和5年度に比べて2.4ポイント減少している。
- ・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

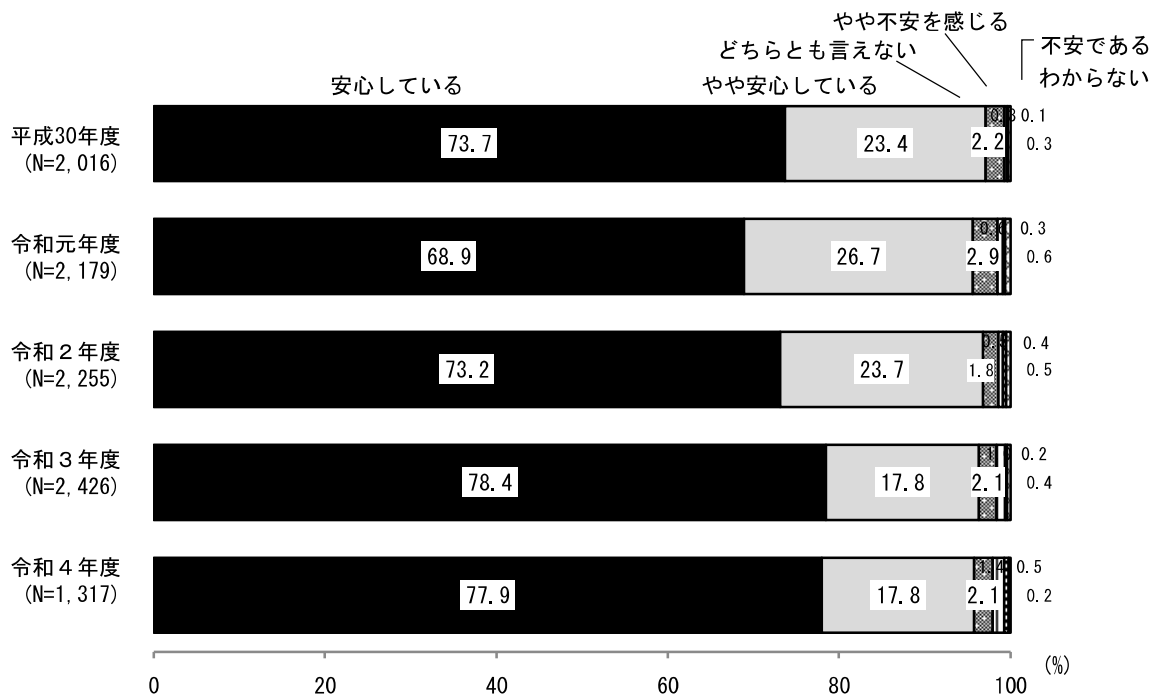
24時間365日、安全な水道水を安定的にお届けし、また、汚れた水を集め、再びきれいにして川や海へ戻すことにより、くらしを支えています。

図Ⅲ-5-①-1 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（経年変化）



(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

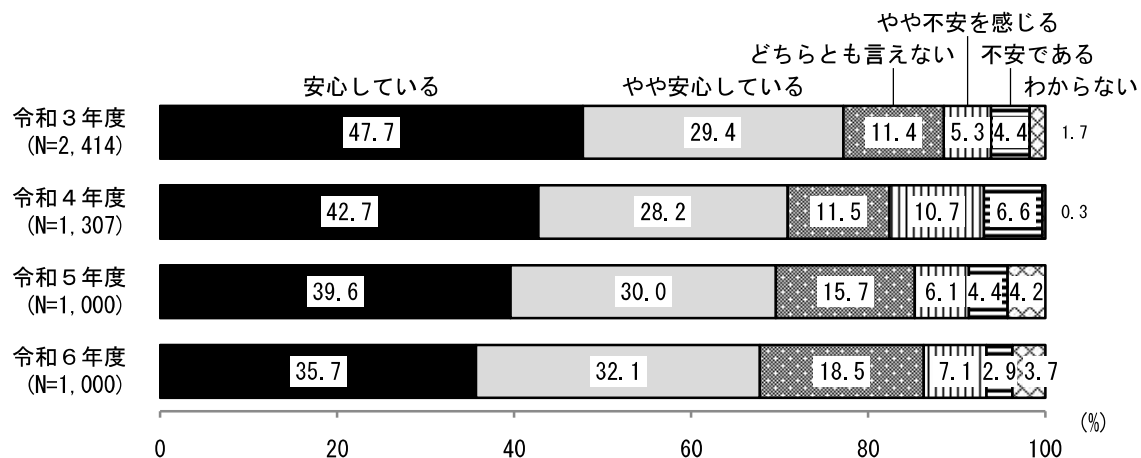
図Ⅲ-5-①-2 いつでも水道が利用できることに対する安心の程度（経年変化）



②蛇口から直接水道水を飲めること

水道水は、市販のミネラルウォーターと比較すると、約1.5倍の71項目について水質検査を行っており、また、各家庭の蛇口に届くまでにかかるエネルギー量は約700分の1となっています。

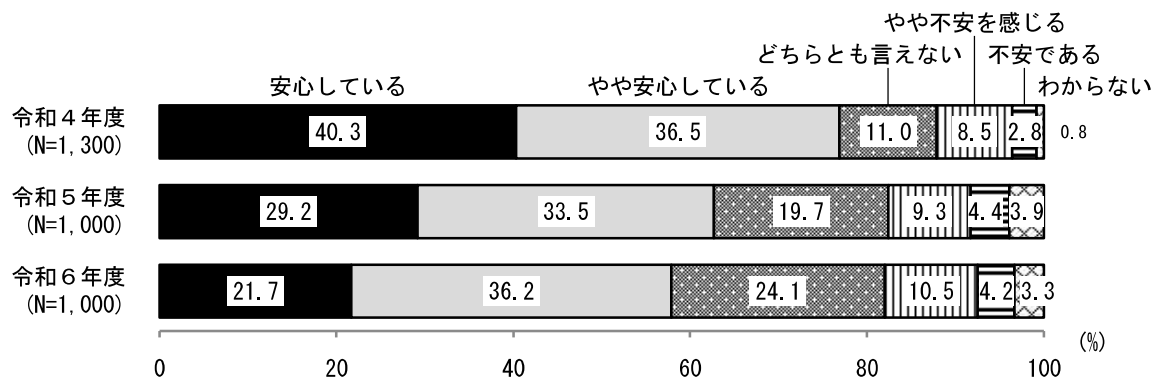
図Ⅲ-5-② 蛇口から直接水道水を飲めることに対する安心の程度（経年変化）



③水道水の水質・におい

水源水質の監視や、かび臭等の原因になる微生物への対策を強化するなど、おいしい水道水を目指して取り組んでいます。

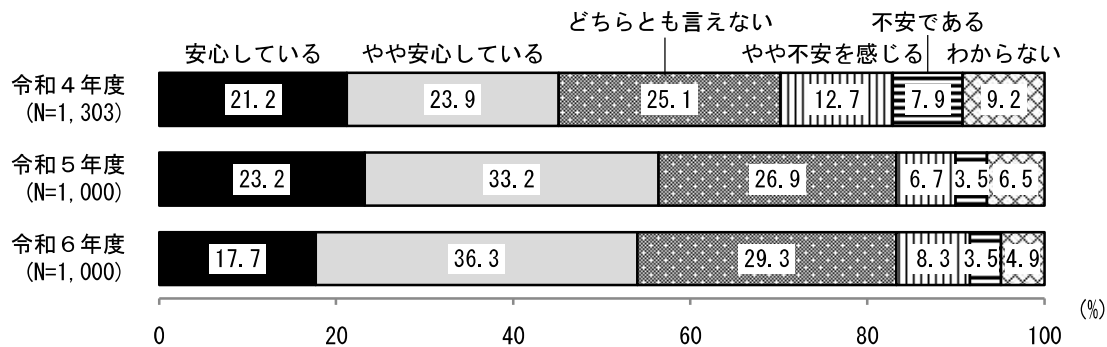
図Ⅲ-5-③ 水道水の水質・においに対する安心の程度（経年変化）



④災害（地震・大雨）時にも施設への被害がないこと

老朽化した水道・下水道施設の更新・地震対策や、大雨の時に雨水を取り込む雨水幹線等の整備（浸水対策）を進めるなど、災害時に備えて様々な取組を行っています。

図Ⅲ-5-④ 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）



6 総合的な満足度、ご意見について

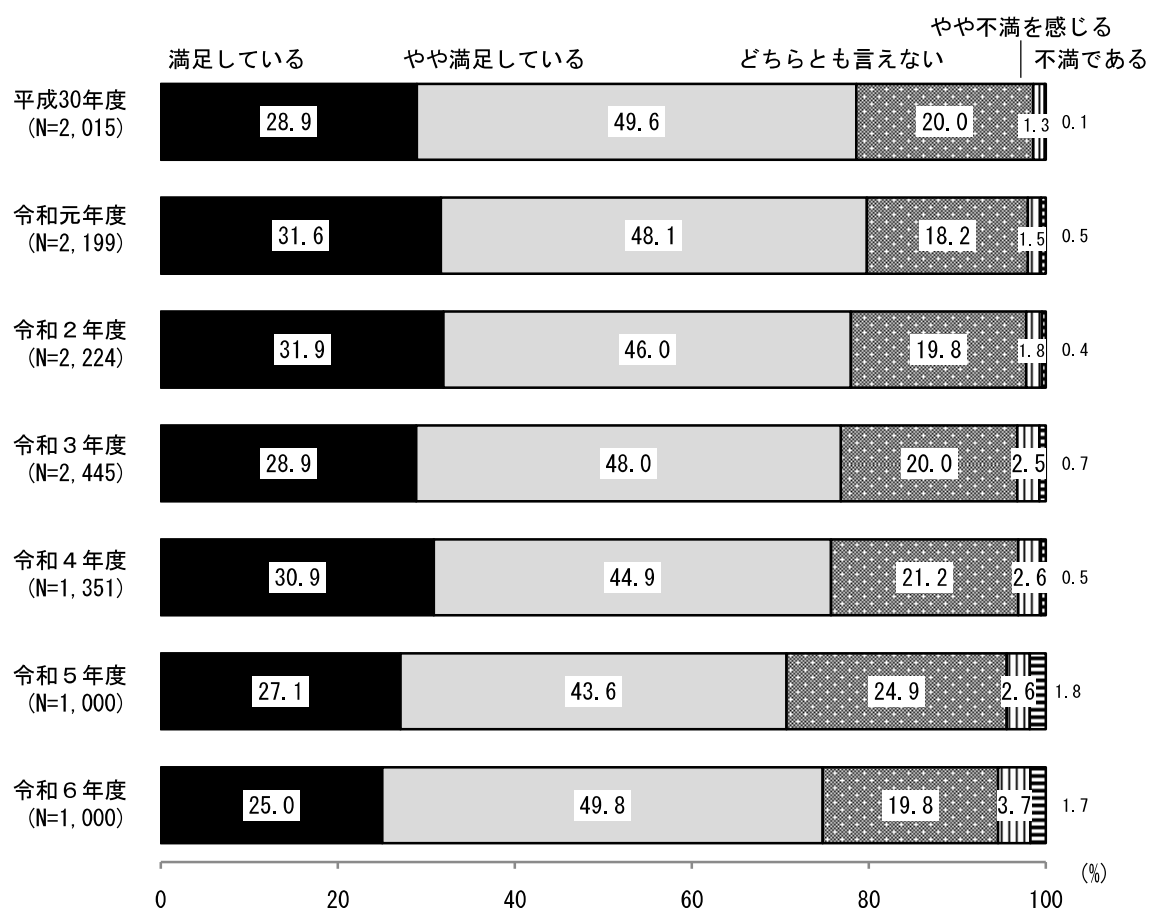
(1) 上下水道事業全般に関する満足度

Q11 これまで水道・下水道に関する質問にお答えいただきましたが、京都市の上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. やや満足している 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

・「やや満足している」が49.8%で最も多く、次いで「満足している」が25.0%、「どちらとも言えない」が19.8%となった。「満足している」と「やや満足している」をあわせた割合は74.8%となり、令和5年度に比べて4.1ポイント増加している。

図Ⅲ-6-(1) 水道・下水道事業全般の満足度（経年変化）



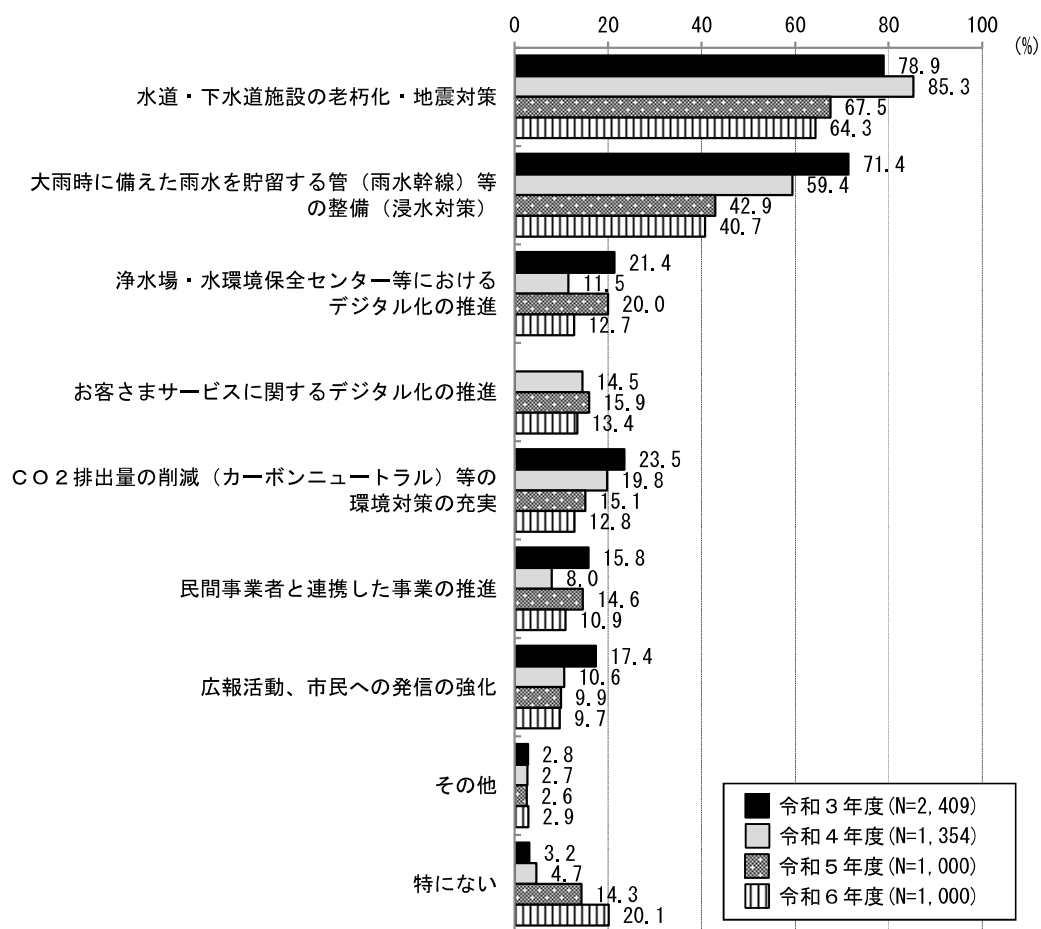
(2) 上下水道局がさらに取り組むべきこと

Q12 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 64.3%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 40.7%、「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）」が 13.4%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（経年変化）



※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）」

【今後取り組んでほしいこと】

- ・経費削減
- ・水質保全の更なる維持向上
- ・災害時対応のマンホールトイレの設置場所拡大

(3) 施設の更新や地震対策について取り組むべきこと

Q13 今後の施設の更新や地震対策について、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。

京都市では、水道・下水道施設の老朽化が進んでいます。

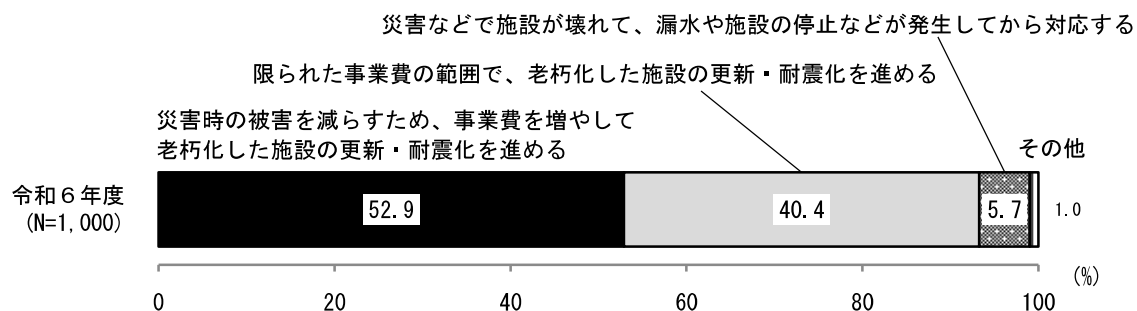
老朽化施設が増加すると断水や事故のリスクが高まるため、将来世代のためにも継続して更新事業を実施する必要があります。また、施設の更新や地震対策には多額の事業費が必要ですが、その財源には、お客さまにお支払いいただいている上下水道料金が使われています。

(参考) 京都市の状況

- ・ 水道管路の総延長 約 4,250km に対し、令和6年度は約 55 kmの改築更新・地震対策を実施
 - ・ 下水道管路の総延長 約 4,200km に対し、令和 6 年度は約 33 kmの改築更新・地震対策を実施
1. 災害時の被害を減らすため、事業費を増やして老朽化した施設の更新・耐震化を進める
 2. 限られた事業費の範囲で、老朽化した施設の更新・耐震化を進める
 3. 災害などで施設が壊れて、漏水や施設の停止などが発生してから対応する
 4. その他

・ 老朽化した施設の更新について、「災害時の被害を減らすため、事業費を増やして老朽化した施設も更新・耐震化を進める」が52.9%で最も多く、半数以上を占めており、次いで「限られた事業費の範囲で、老朽化した施設の更新・耐震化を進める」が40.4%となっている。

図Ⅲ-6-(3) 老朽化施設の更新事業への対応（経年変化）



【その他】

- ・ 長期的に考えて計画的に行う修繕・更新・耐震化を見据えた予算組みをしているのであれば、予算の範囲内でよい

・ 水道・下水道に関する主なご意見

Q14 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 250 人から 271 件の意見があった。

項 目	件 数
①水道の水質に関すること	87 件
②水道・下水道の料金に関すること	32 件
③水道管の老朽化・耐震化等への対応に関すること	20 件
④災害・事故時の断水等への不安・対策強化の要望	15 件
⑤経営についての要望	12 件
⑥情報提供・PR活動に関すること	8 件
⑦新たなサービスに関する要望	8 件
⑧職員の対応等に関する意見	6 件
⑨工事への要望	5 件
⑩水源や河川などの衛生状態・環境保全に関すること	1 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）	77 件
合 計	271 件

①水道の水質に関すること

- ・ 昔に比べたら臭いもなく、安心して生水を飲める。日々努力して、提供してもらっていることに感謝します。
- ・ 最近、臭いを感じるので改善を願う。

②水道・下水道の料金に関すること

- ・ 基本料金（最低料金）が高い。
- ・ 物価高なので水道料金が上がると困る。

③水道管の老朽化等への対応に関すること

- ・ 自分の住んでいる地域の水道管等の老朽化がどの程度なのか分からないので不安です。
- ・ 現状には満足していますが、老朽化や災害対策については分かりません。適切な対応をお願い致します。

④災害・事故時の断水等への不安・対策強化の要望

- ・ 自然災害の際の水道設備などへの影響が報道され、そのような場面を見るとやはり心配です。仮に発生した場合はどのような対応がなされるのか、ある程度予備知識として知っておきたい。
- ・ 災害時のマンホールトイレの場所・使用方法などをもう少しわかりやすく情報をまとめて欲しいです。

⑤経営についての要望

- ・今のまま継続して運営してほしい。
- ・上下水道は基礎的インフラであることから、市長部局からの財政支援を積極的に行うべき。

⑥情報提供・PR活動に関すること

- ・鳥羽の藤、蹴上のつつじの企画を継続してほしい。
- ・下水道処理に大きな費用がかかることをもっと広く知らせるべき。

⑦新たなサービスに関すること

- ・アプリがあれば便利
- ・一世帯当たりが使用する水道の平均的な量を知りたい。使用量の目安にしたいので。

⑧職員の対応等に関する意見

- ・引っ越し手続きの時、窓口で親切にしてもらった。

⑨工事への要望

- ・工事後の舗装復旧をもう少し綺麗におねがいします。
- ・水道、ガスの道路工事の跡がでこぼこになっており、事故の原因となっている。

⑩水源や河川などの衛生状態・環境保全に関すること

- ・水源について、環境汚染や海外の人たちの水源地買収等に関心を持っています。

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）

- ・いつも有難うございます。安心して水が使える事に感謝しております。
みんなが生きる上で必要不可欠な水は他に変わるものが無く大切だと考えています。
- ・「蛇口をひねれば、安全な水が出る」ことが、あたりまえに思うが、そうでない事を常に意識して、水を大切に生活しなければならない。大事な仕事ですので、頑張ってください。

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5年度の55.6%から5.7ポイント増加し、61.3%となり、令和4年度と同等の結果となるものの、単年度目標を下回った。

「サービスの利用全般に対するお客さま満足度」は、令和5年度の50.8%から44.3ポイント増加し、95.1%となり、単年度目標を達成した。

「広報活動・媒体の認知度」は、令和5年度の20.1%から11.5ポイント増加し、31.6%となり、令和2年度以来の増加に転じたものの、単年度目標は達成できなかった。

「事業に対する総合満足度」は、令和5年度の70.7%から4.1ポイント増加し、74.8%となり、令和5年度に引き続き、単年度目標を達成した。

指標名	前期プラン	後期プラン		
	R4	R5	R6	R6
	結果	結果	目標	結果
飲料水の備蓄率	61.9%	55.6%	62.4%	61.3%
サービスの利用全般に対するお客さま満足度※1	72.7%	50.8%	70%以上	95.1%
広報活動・媒体の認知度※2	25.2%	20.1%	35.0%	31.6%
事業に対する総合満足度	75.7%	70.7%	70%以上	74.8%

※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

前期プラン（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

前期プラン（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

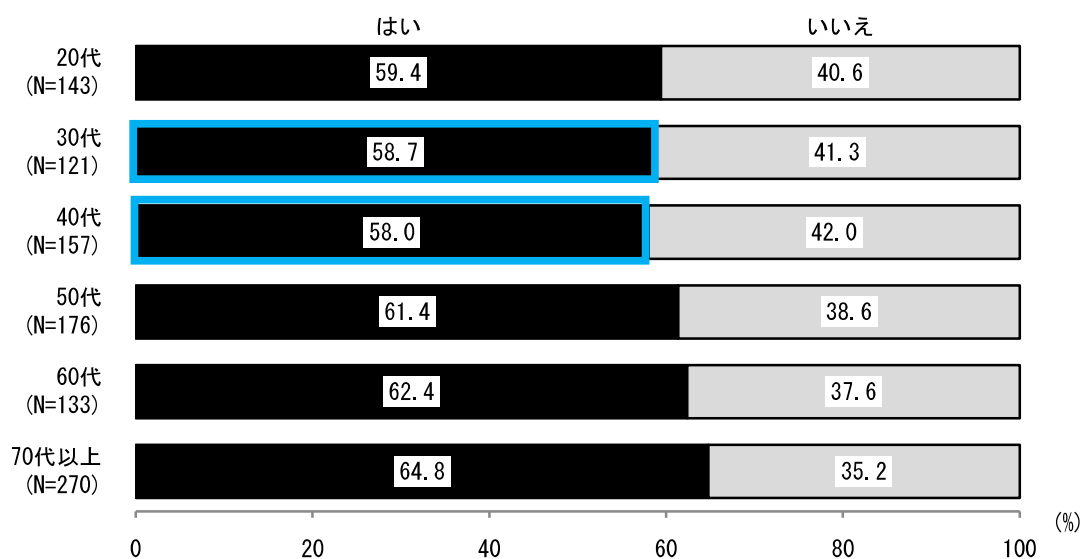
<プラン指標に掲げる設問 × 属性・各設問>

調査項目	×	属性・各設問		ページ番号
飲料水の備蓄率	×	年代		36-37
	×	世帯人数		
	×	住居の種類		
サービスの利用全般に対する お客さま満足度	×	年代		38-39
広報活動・媒体の認知度	×	年代		40
事業に対する総合満足度	×	年代		41
	×	サービスの利用全般 に対するお客さま 満足度	①	41-42
			②	
			③	
	×	事業への安心度	①	43-44
			②	
			③	
			④	
	×	料金に対する印象		44
	×	施設の更新や地震対策について 取り組むべきこと		45

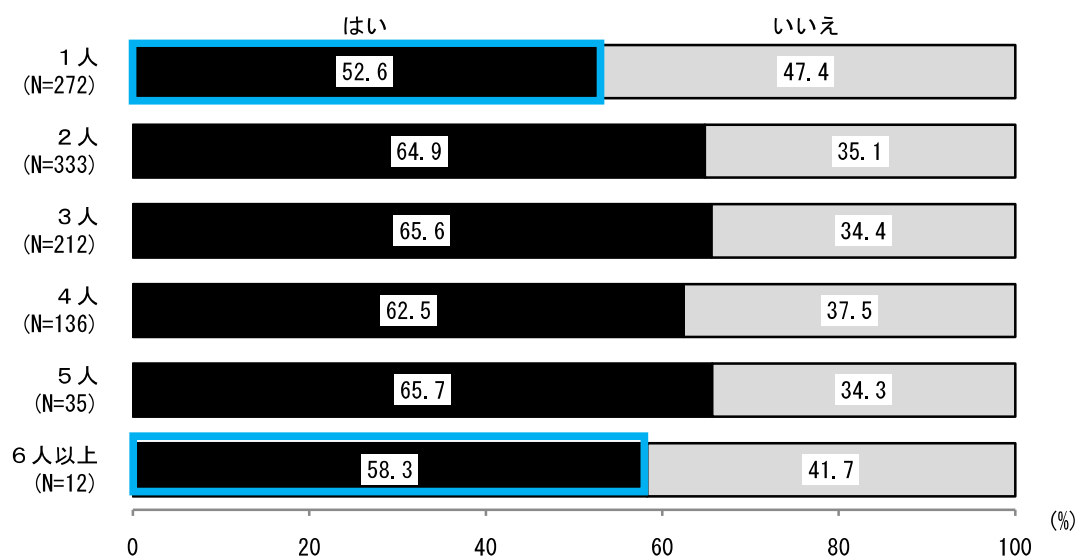
(1) 飲料水の備蓄率

- ・年代別：飲料水の備蓄している割合は「40歳代」が58.0%で最も少なく、次いで「30歳代」が58.7%となっているが、全体として60%前後を推移している。
- ・世帯人数別：飲料水の備蓄している割合は「1人」が52.6%で最も少なく、次いで「6人以上」が58.3%となっている。
- ・住居の種類別：飲料水の備蓄している割合は「賃貸アパート・賃貸マンション」が58.1%で最も少なく、次いで「一戸建て」が60.8%となっている。

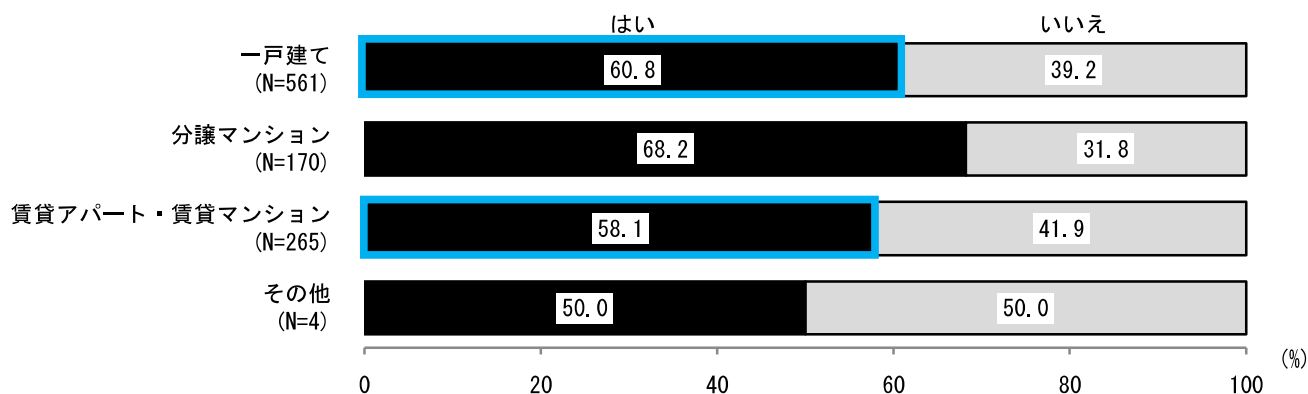
図IV-2-(1)-1 飲料水の備蓄率×年代



図IV-2-(1)-2 飲料水の備蓄率×世帯人数



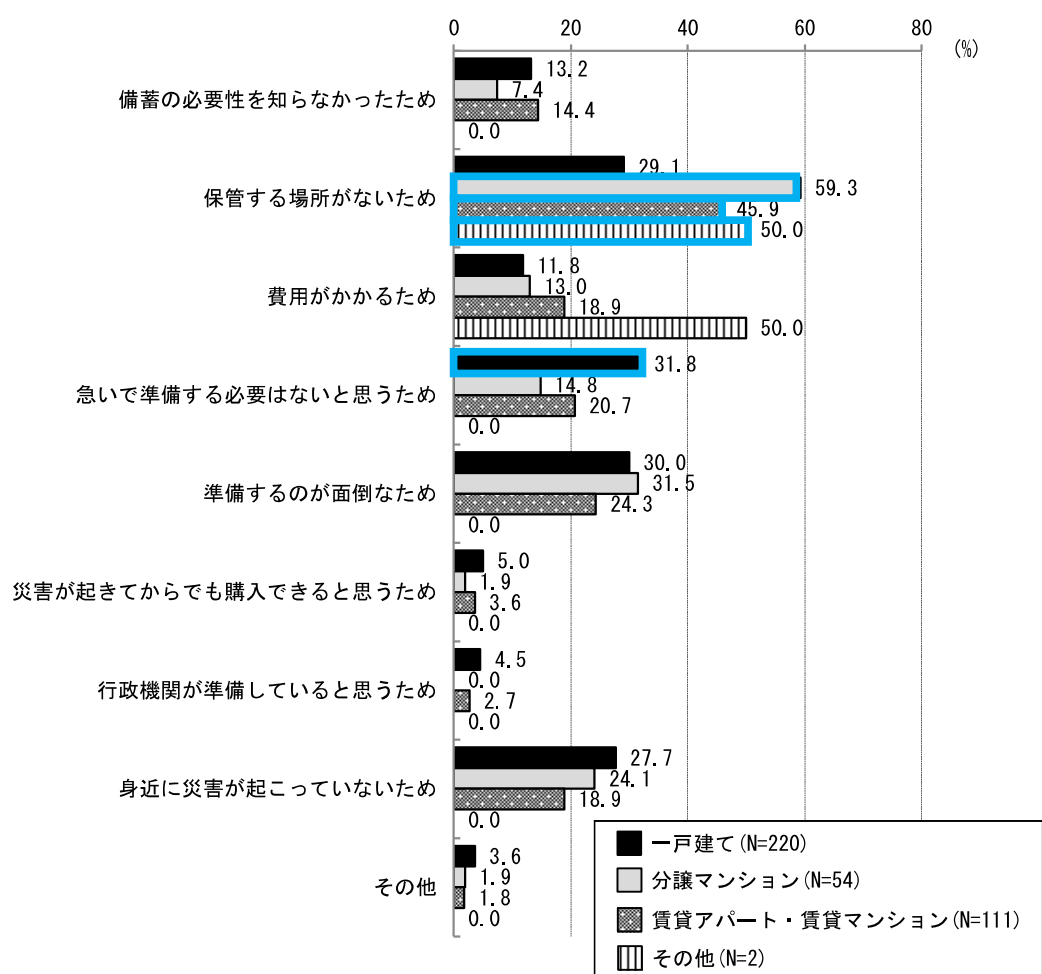
図IV-2-(1)-3 飲料水の備蓄率×住居の種類



(参考) 関連するクロス集計 (飲料水を備蓄していない理由×住居の種類)

・住居の種類別に見ると、「一戸建て」では「急いで準備する必要はないと思うため」が最も高く、それ以外の住居では「保管する場所がないため」が最も高くなっている。

図IV-2-(1)-4 飲料水を備蓄していない理由×住居の種類

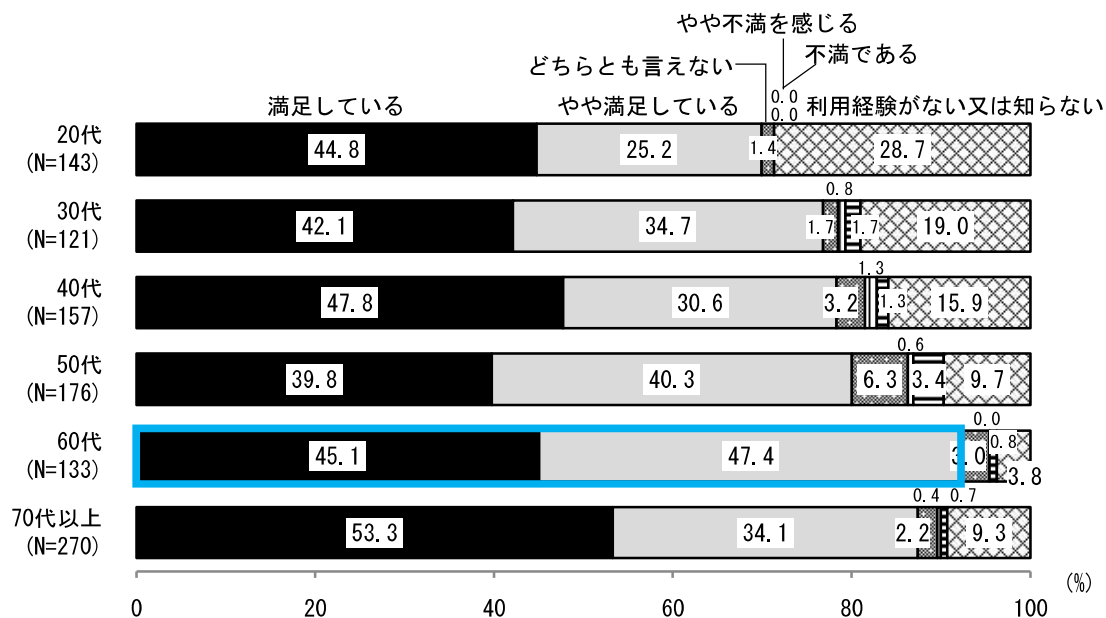


(2) サービスの利用全般に対するお客さま満足度

① 料金の支払方法

・「満足している」、「やや満足している」は「60歳以上」が92.5%で最も多くなっている。

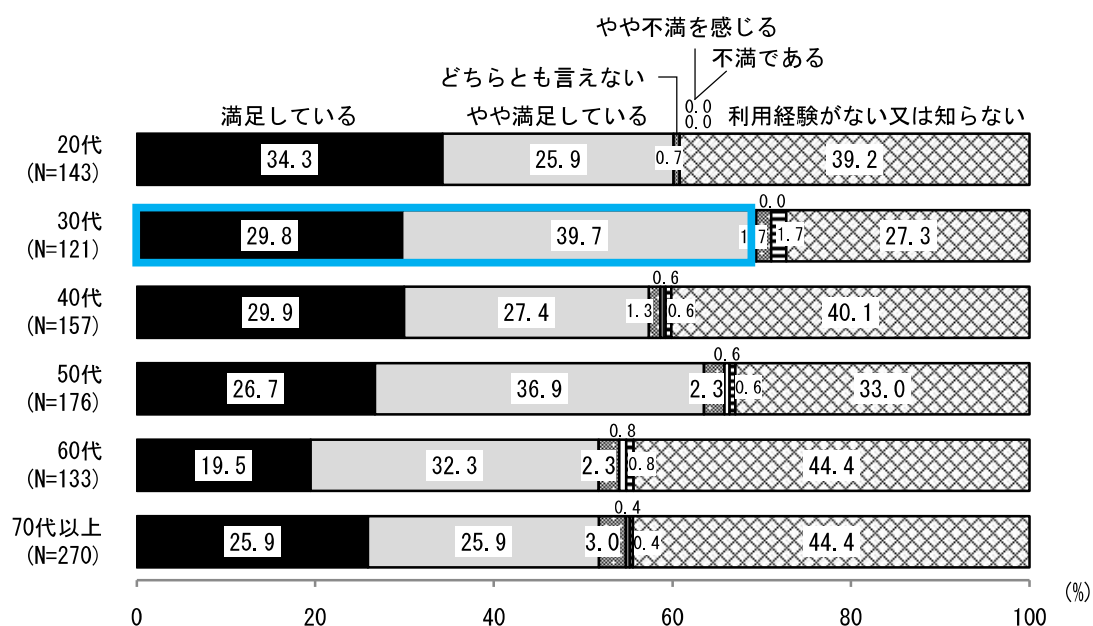
図IV-2-(2)-① 料金の支払方法に対する満足度×年代



② 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「30歳代」が69.5%で最も多くなっており、「利用経験がないまたは知らない」は「60歳代」、「70歳代」で44.4%となっている。

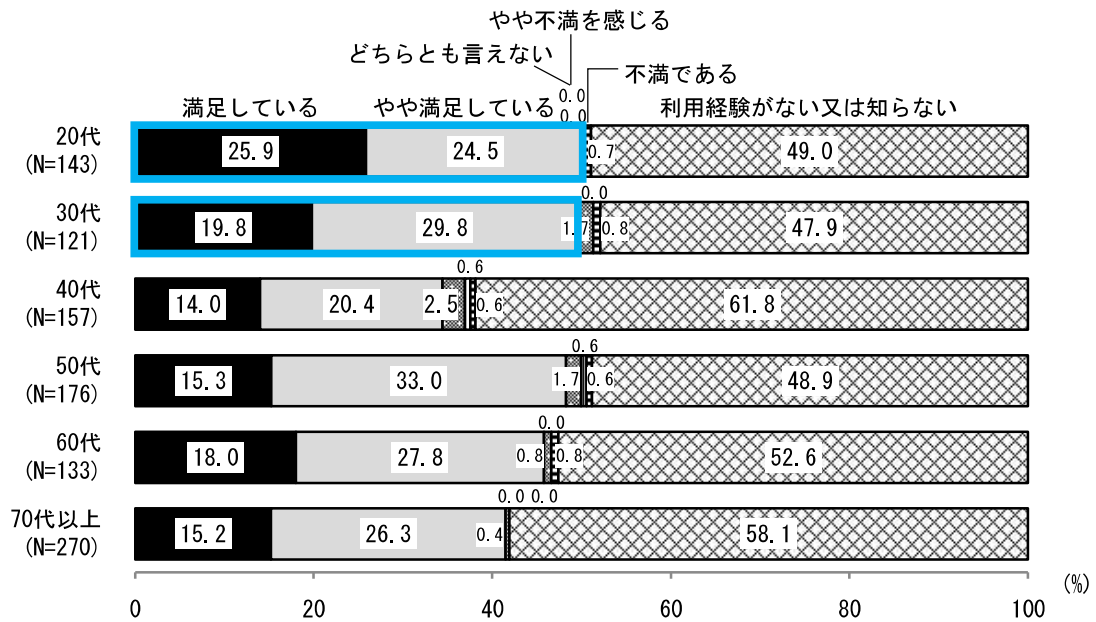
図IV-2-(2)-② インターネットを活用した各種申込・手続等に対する満足度×年代



③ 窓口や電話での対応

・「満足している」、「やや満足している」は「20歳代」が50.4%で最も多くなっており、次いで「30歳代」が49.6%となった。

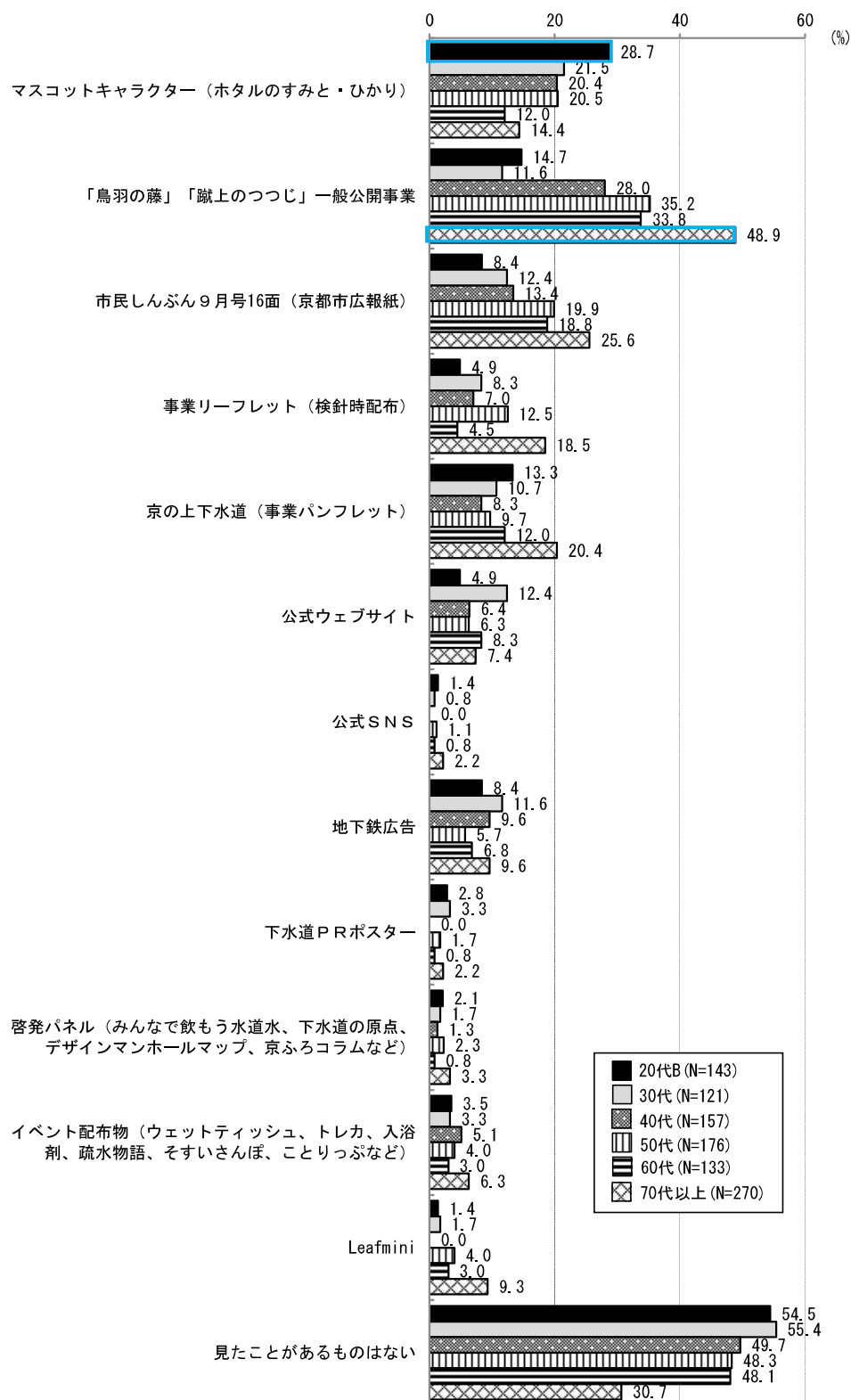
図IV-2-(2)-③ 窓口や電話での対応に対する満足度×年代



(3) 広報活動・媒体の認知度

・「マスコットキャラクター（ホタルのすみと・ひかり）」は「20 歳代」が 28.7%で最も多くなっており、「鳥羽の藤」「蹴上のつつじ」一般公開事業」は「70 歳以上」が 48.9%で最も多くなっている。

図IV-2-(3) 広報活動・媒体の認知度×年代

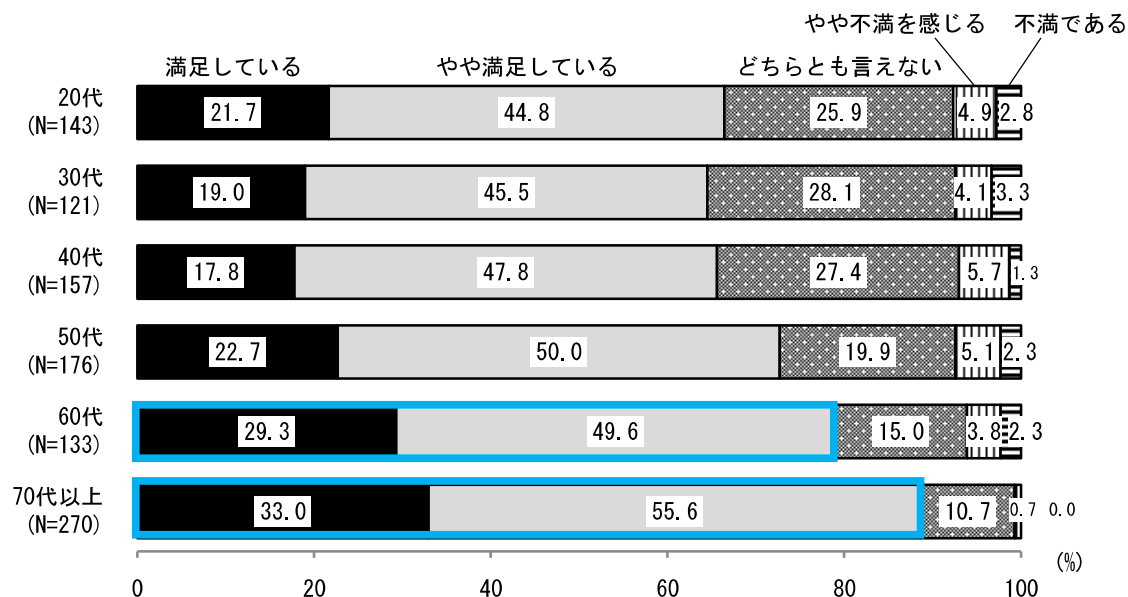


(4) 事業に対する総合満足度

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88.6%で最も多くなっており、次いで「60歳代」が78.9%と多くなっている。

図IV-2-(4)-① 総合満足度×年代

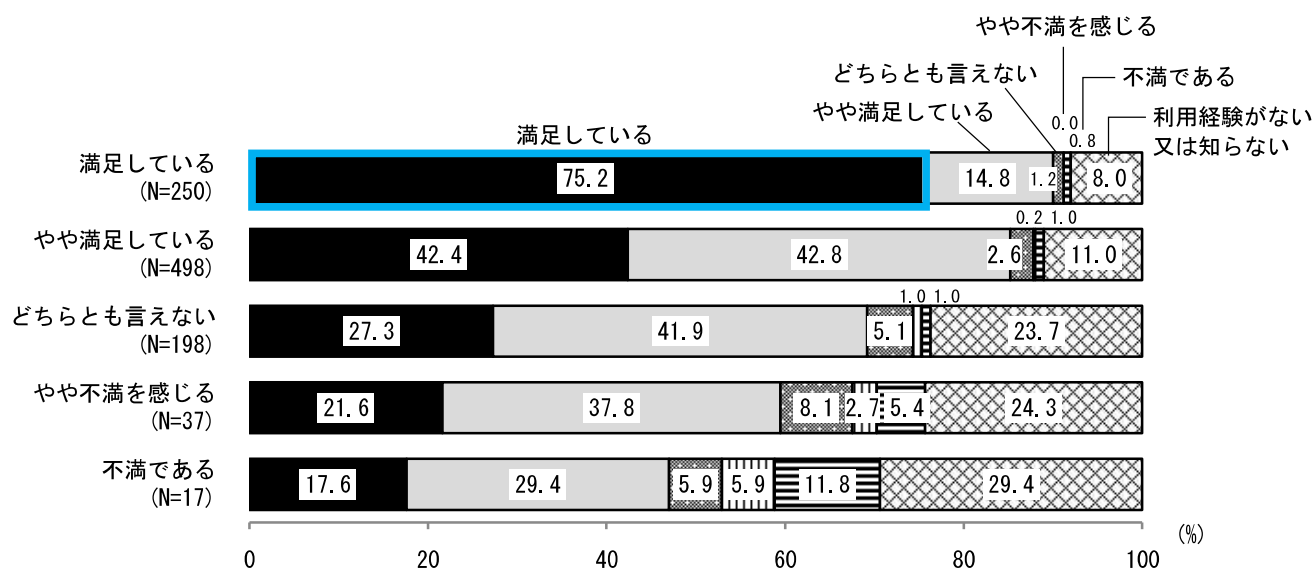


② 設問間クロス集計

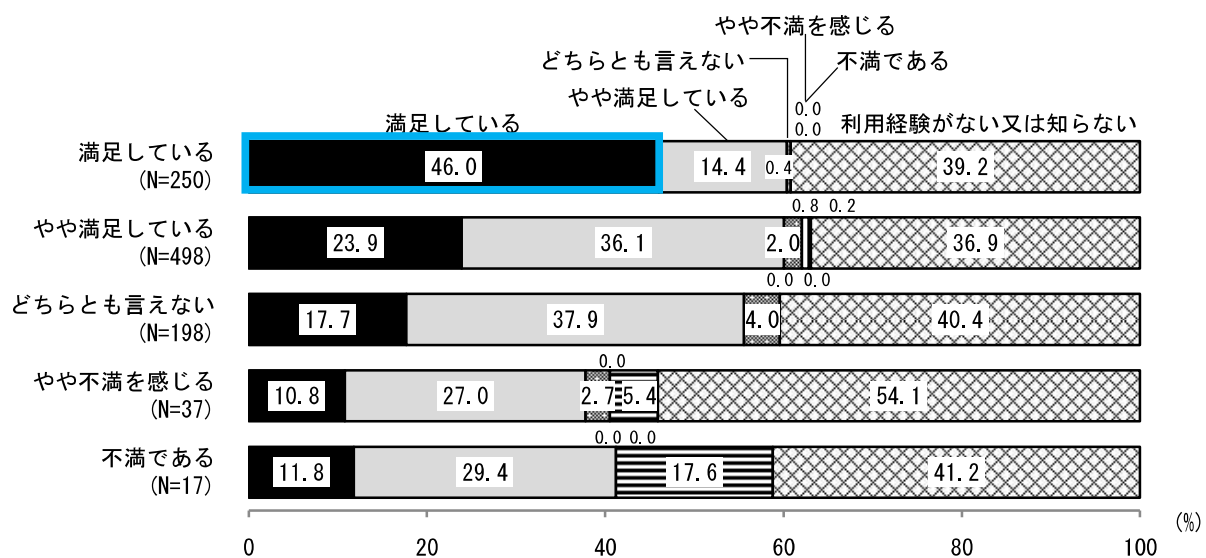
○「サービスの利用全般に対するお客さま満足度」との関係

・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、サービス利用全般について「満足している」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。

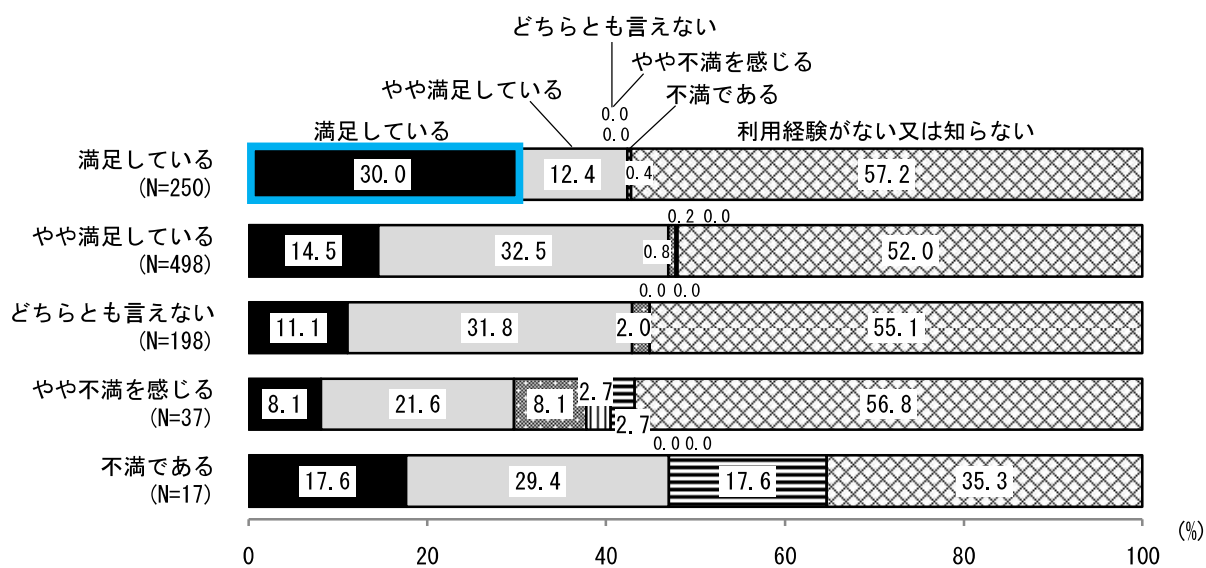
図IV-2-(4)-2 総合満足度×お客さま満足度（①料金の支払方法）



図Ⅳ-2-(4)-3 総合満足度×お客さま満足度（②インターネットを活用した各種申込・手続等）



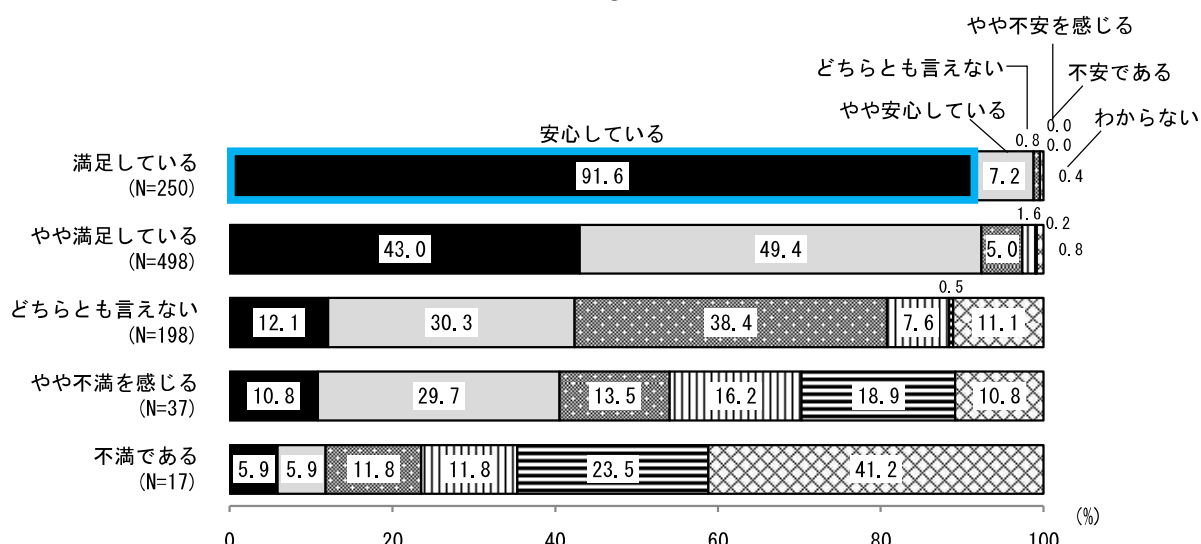
図Ⅳ-2-(4)-4 総合満足度×お客さま満足度（③窓口や電話での応対に対する満足度）



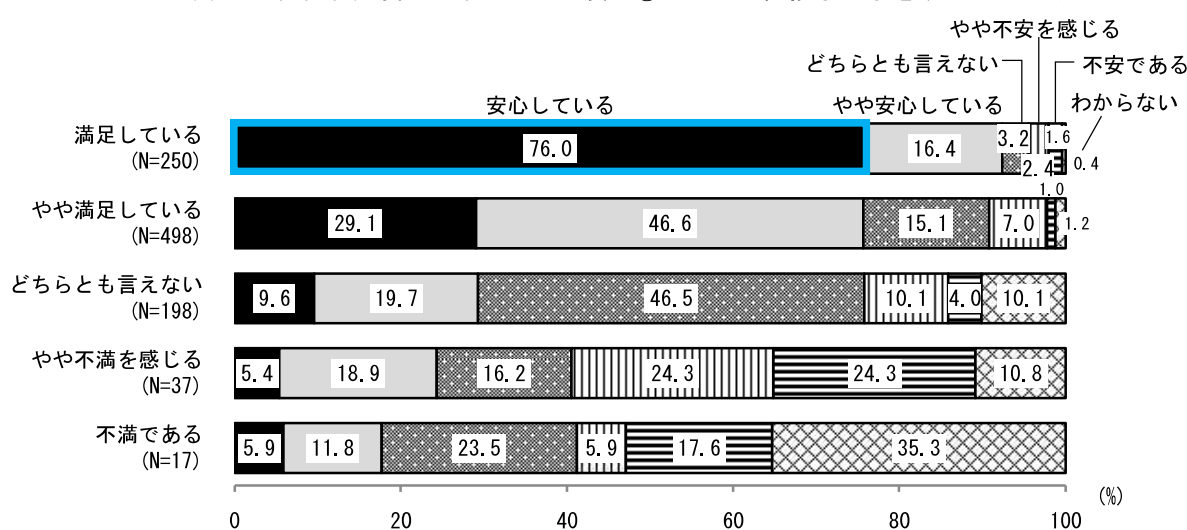
○「事業への安心度」との関係

- ・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。

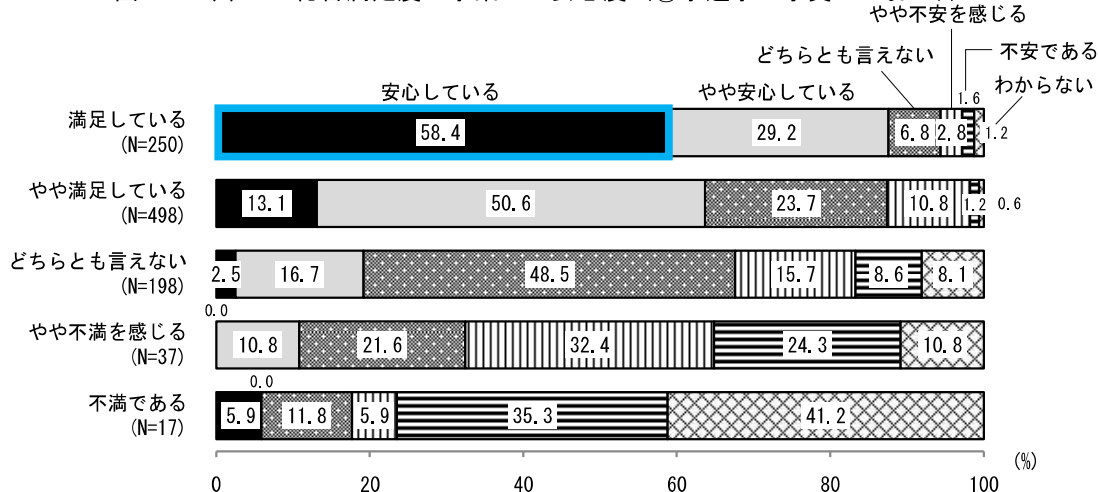
図IV-2-(4)-5 総合満足度×事業への安心度 (①いつでも水道・下水道が利用できること))



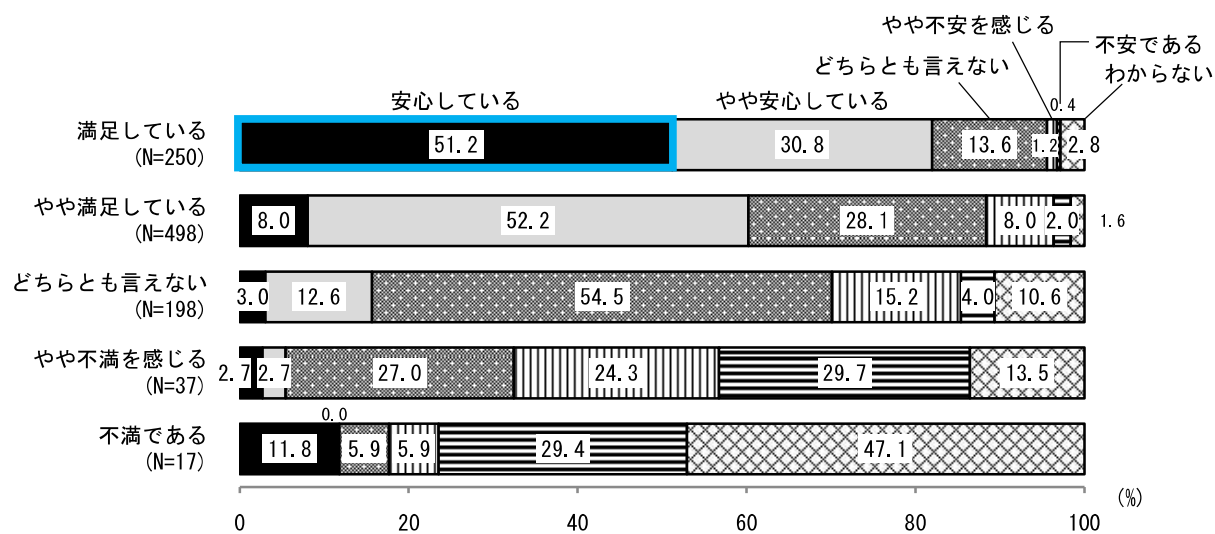
図IV-2-(4)-6 総合満足度×事業への安心度 (②蛇口から直接水道水を飲めること))



図IV-2-(4)-7 総合満足度×事業への安心度 (③水道水の水質・におい))



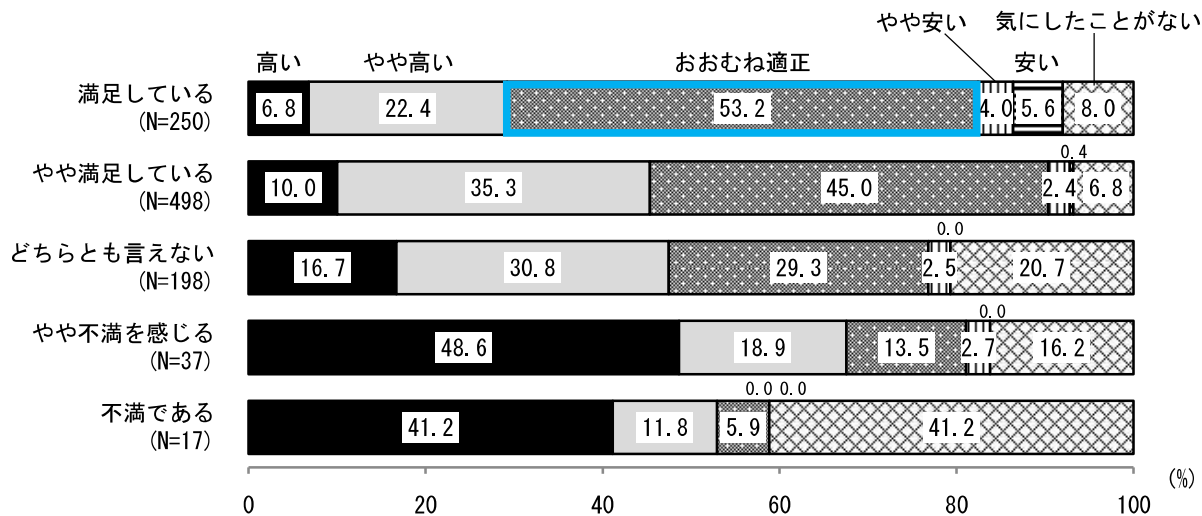
図IV-2-(4)-8 総合満足度×事業への安心度（④災害時にも施設への被害がないこと）



○「料金に対する印象」との関係

・水道・下水道事業全般に「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」又は「気にしたことがない」の割合が高くなっている。

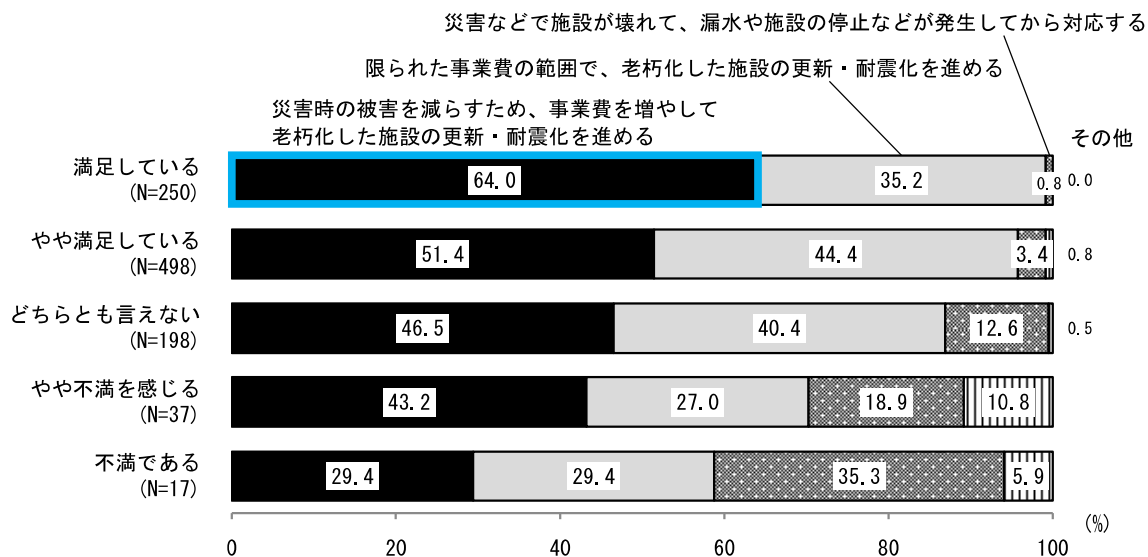
図IV-2-(4)-9 総合満足度×料金に対する印象



○「施設の更新や地震対策」との関係

- ・「災害時の被害を減らすため、事業費を増やして老朽化した施設の更新・耐震化を進める」が高いほど満足度も高い傾向を示した。

図Ⅳ-2-(4)-10 総合満足度×施設の更新や地震対策について取り組むべきこと



3 指標の結果分析等

(1) 分析結果

① 飲料水の備蓄率（Q4～Q5）

- ・ 飲料水の備蓄率に関しては、「備蓄の有無」、「一人当たりの備蓄量」とともに令和5年度から増加しており、近年全国各地で発生している地震や台風等による長期化する断水等の被害に対する備えとして、関心が高まっているものと推測されるため、引き続き、局ホームページにおける防災危機管理に関する情報を充実するなどの取組を通じて、啓発に努めていく。
- ・ 飲料水の備蓄の必要性を認知する媒体としては、「TV・ラジオの防災・災害関連のニュース等」が最も多く、次いで「市民しんぶん・京都市の広報」となっており、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。
- ・ 一方で飲料水を備蓄していない理由については、「保管する場所がないため」が最も多くなっているものの、「身近に災害が起こっていない」や「急いで準備する必要はないと思うため」については令和4年度から減少傾向にあることから、様々な災害がより身近なものになってきており、この結果からも飲料水の備蓄の必要性の認識は高まっているものと考えられる。
- ・ 今年度新規設問として追加した飲料水備蓄における能登半島地震の影響について、新たに備蓄を始めた若しくは備蓄量を増やした割合が約3割に上ることから、大規模災害が行動変容に影響を与えたことが確認できた。
- ・ これまで大規模災害が起こった直後の調査では「備蓄率」は上昇するが、それ以降は緩やかに減少することから、今後もより多くの市民の皆さまに備蓄していただけるよう、備蓄の重要性について、今年度作成した防災冊子やホームページ等を通じて啓発していく必要がある。

② サービスの利用全般に対するお客さま満足度（Q6）

- ・ 「料金の支払方法」については、2か月に1度、継続的に利用するサービスであるため、3つの設問の中で「利用経験がないまたは知らない」の割合が一番低く、お客さまにとって最も身近なサービスと言える。また、3つの設問の中で「満足している」と回答した割合が最も高く、キャッシュレス決済の導入など、これまでの取組に一定評価が得られているものと考えられる。
- ・ 「インターネットを活用した各種申込・手続等」については、使用開始・中止の手続き等、継続的に利用する人が少ないサービスであるが、時間を問わず手続ができるため「窓口や電話での対応」よりも身近なサービスとなっている。また、設問文に京都市上下水道局アプリの導入（令和6年10月1日～）に関して記載したことがアプリへの期待として満足度の増加に影響しているものと考えられる。
- ・ 「窓口や電話での対応」については、これまでインターネットを活用した様々なサービスを展開してきたため、窓口や電話を利用する頻度が少ない傾向にあることから、「利

用経験がない又は知らない」の割合が高くなっていると考えられる。

- ・ 平成30年度からの推移を見ると、全体的に、「満足している」の割合は増加傾向、「やや不満を感じる」と「不満である」を合わせた割合は減少傾向となっており、日頃のお客さま応対や、これまでのお客さまサービスに資する取組が満足度の増加及び不満の減少に繋がっているものと考えられる。
- ・ 結果の確実性を図るため、来年度以降の調査においても、今年度と同様の設問や位置等の設定を行うとともに、令和 7 年度目標について、適切な数値を検討する必要がある。

③ 広報活動・媒体の認知度（Q7）

- ・ 令和 5 年度に比べ、「見たことがあるものはない」が 11.2 ポイント減少しており、全体としては認知度が向上していると考えられる。
- ・ 全媒体の中でも、特に「マスコットキャラクター（ホタルのすみと・ひかり）」と「「鳥羽の藤」「蹴上のつつじ」一般公開事業」の割合が高く、マスコットキャラクターの認知度向上を図る広報活動に注力したことや、5年ぶりとなった「鳥羽の藤」「蹴上のつつじ」一般公開事業の開催が要因と考えられたため、引き続きキャラクターマーケティングによる広報活動を展開していく。
- ・ 年齢別の認知度では、「一般公開」のほか「市民しんぶん」や「事業リーフレット」といった紙媒体については年齢層が高くなるほど認知度が高くなっている。一方で、マスコットキャラクターは年齢層が低いほど認知度が高い。これは、マスコットキャラクターの需要層が、子ども及びその親世代が中心であると考えられ、若年層への効果的なPRには、マスコットキャラクターを用いた広報が有効であることを示しているため、引き続き「わくわく すいどうひろば」をはじめとする子どもや親子をターゲットとしたイベント等でマスコットキャラクターを活用し、認知度向上に努めていく。
- ・ また、「公式SNS」の割合が最も低くなっており、昨今のSNSの影響力を鑑みると、今後はより公式SNSを活用した広報事業に力を入れて展開していく必要がある。

④ 水道・下水道全般の満足度（Q11）

- ・ 「サービスの利用全般に対するお客さま満足度」で「満足している」と回答した人や「水道・下水道事業に対する安心度」で「安心している」と回答した人の多くが、「上下水道事業全般に関する満足度」で「満足している」と回答している。
- ・ また、「上下水道事業全般に関する満足度」で「満足している」と回答した人は、料金の印象について「おおむね適正」、「施設の更新や地震対策」について「災害時の被害を減らすため、事業費を増やして老朽化した施設も更新・耐震化を進める」と回答する人が多い。
- ・ 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、更なる満足度の向上を図るため、引き続き、世代間での満足度や事業や経営環境に関する項目との相関を分析していく必要がある。

(2) 今後の方針

「飲料水の備蓄率」について令和5年度より増加したものの、大規模災害が発生したことが大きな要因とも考えられるため、今後備蓄率が維持・向上できるよう、引き続き、局のホームページ・SNS・防災冊子等を活用した啓発活動に取り組んでいく。

「お客さま満足度」については、引き続き高水準を維持できるよう、お客さまの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」については、令和5年度から「見たことがあるものはない」が減少しているものの、「知っている、見たことがある」は依然として低い回答率となっているため、引き続き各ターゲットに応じた効果的・効率的な広報活動を実施するとともに、新たな広報媒体の検討や発信方法の検討を行っていく必要がある。

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6年度 水に関する意識調査報告書

令和7年（2025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）