

令和7年度  
水に関する意識調査  
報告書

令和8年(2026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   | 行政区                    | 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   | 広報活動等について              | 13 |
| (1) | 広報活動・媒体の認知度            | 13 |
| (2) | 琵琶湖疏水の認知度              | 15 |
| 3   | お客さまサービスについて           | 16 |
| (1) | サービスに対するお客さま満足度        | 16 |
| (2) | 窓口や電話での対応の不满内容         | 21 |
| 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) | 広報活動・媒体の認知度            | 38 |

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| (3) サービスの利用全般に対するお客さま満足度..... | 41 |
| ① 料金の支払方法 .....               | 41 |
| ② インターネットを活用した各種申込・手続等 .....  | 43 |
| ③ 窓口や電話での対応 .....             | 43 |
| (4) 事業に対する総合満足度.....          | 44 |
| 3 指標の結果分析、今後の方向性.....         | 51 |

# 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7年11月

### (3) 調査項目

- ア 水に関するライフスタイルについて
- イ 広報活動等について
- ウ お客さまサービスについて
- 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

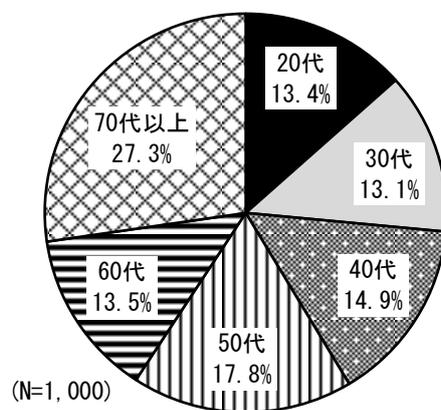
- ・ 集計に当たっては、無回答、非該当を除いており、有効回答数をN数と表示している。
- ・ 百分率（％）は原則として小数第2位を四捨五入し、小数第1位までを表示している。四捨五入の結果、個々の比率の合計と全体を示す数値が一致しないことがある。
- ・ グラフ内の設問名称については、調査票の設問名称を趣旨が変わらない範囲内で簡略化して表示している。
- ・ 経年変化については、前回までの調査と同種の項目について実施し、選択肢等の名称は調査意図が変わらない範囲で本調査の名称に統一している。
- ・ クロス集計とは、各設問の単純集計結果について回答者属性や他の設問を掛け合わせて集計する手法である。
- ・ 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。

## 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（令和7年7月1日現在）」における行政区ごとの割合に近付けている。

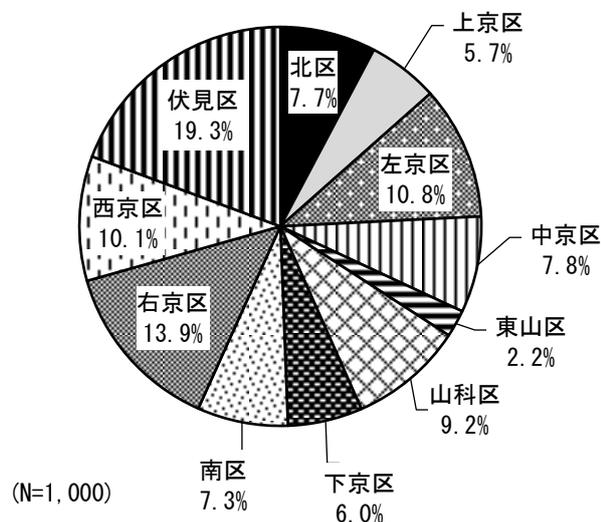
### 1 年代

| 選択肢   | 回答者数<br>(人) | 割合<br>(%) | 住民基本台帳人口比率<br>(%) |
|-------|-------------|-----------|-------------------|
| 20歳代  | 134         | 13.4      | 14.3              |
| 30歳代  | 131         | 13.1      | 12.2              |
| 40歳代  | 149         | 14.9      | 14.9              |
| 50歳代  | 178         | 17.8      | 17.8              |
| 60歳代  | 135         | 13.5      | 13.5              |
| 70歳以上 | 273         | 27.3      | 27.3              |
| 合計    | 1,000       | 100.0     | 100.0             |



### 2 行政区

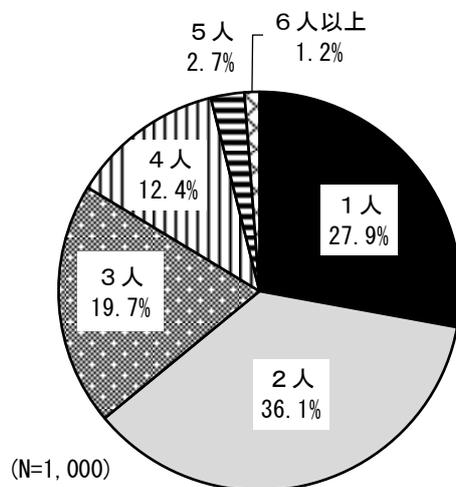
| 選択肢 | 回答者数<br>(人) | 割合<br>(%) | 住民基本台帳人口比率<br>(%) |
|-----|-------------|-----------|-------------------|
| 北区  | 77          | 7.7       | 7.8               |
| 上京区 | 57          | 5.7       | 5.5               |
| 左京区 | 108         | 10.8      | 11.0              |
| 中京区 | 78          | 7.8       | 7.6               |
| 東山区 | 22          | 2.2       | 2.7               |
| 山科区 | 92          | 9.2       | 9.1               |
| 下京区 | 60          | 6.0       | 5.8               |
| 南区  | 73          | 7.3       | 7.3               |
| 右京区 | 139         | 13.9      | 13.8              |
| 西京区 | 101         | 10.1      | 10.1              |
| 伏見区 | 193         | 19.3      | 19.3              |
| 合計  | 1,000       | 100.0     | 100.0             |



### 3 世帯人数

・世帯人数は、「2人」が36.1%で最も多く、次いで「1人」が27.9%、「3人」が19.7%となっている。

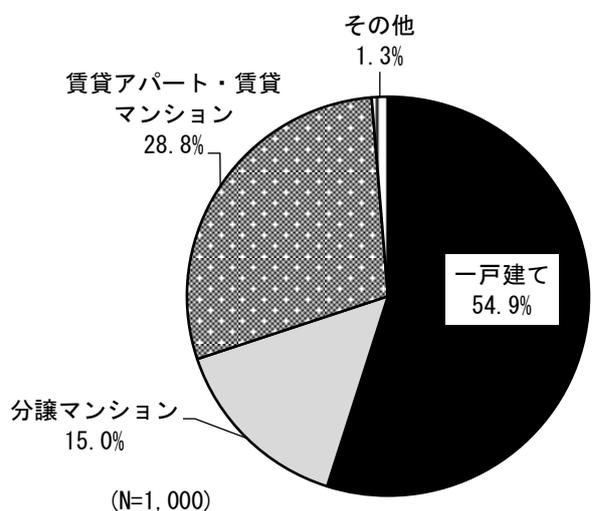
| 選択肢  | 回答者数<br>(人) | 割合<br>(%) | 住民基本台帳に基づく<br>世帯構成員別世帯数比率<br>(%) |
|------|-------------|-----------|----------------------------------|
| 1人   | 279         | 27.9      | 53.7                             |
| 2人   | 361         | 36.1      | 23.6                             |
| 3人   | 197         | 19.7      | 11.6                             |
| 4人   | 124         | 12.4      | 8.3                              |
| 5人   | 27          | 2.7       | 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54.9%で最も多く、次いで「賃貸アパート・賃貸マンション」が28.8%、「分譲マンション」が15.0%となっている。

| 選択肢                | 回答者数<br>(人) | 割合<br>(%) |
|--------------------|-------------|-----------|
| 一戸建て               | 549         | 54.9      |
| 分譲マンション            | 150         | 15.0      |
| 賃貸アパート・<br>賃貸マンション | 288         | 28.8      |
| その他                | 13          | 1.3       |
| 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

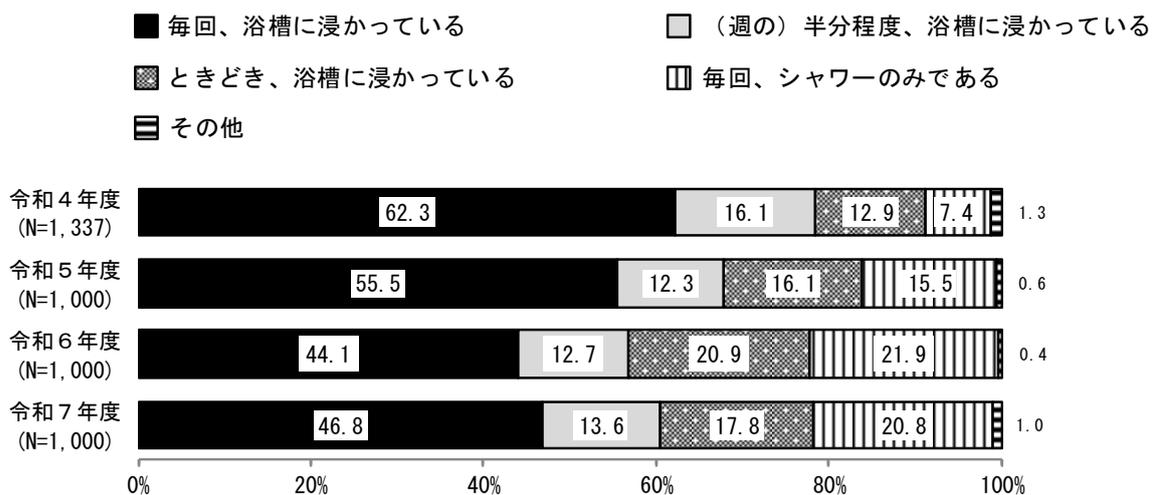
##### (1) 入浴時における浴槽の利用頻度

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46.8%で最も多く、次いで「毎回、シャワーのみである」が20.8%、「ときどき、浴槽に浸かっている」が17.8%となっている。令和4年度調査から浴槽の利用は減少傾向であったが、増加に転じた。

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】

- ・スポーツジムで風呂に入る

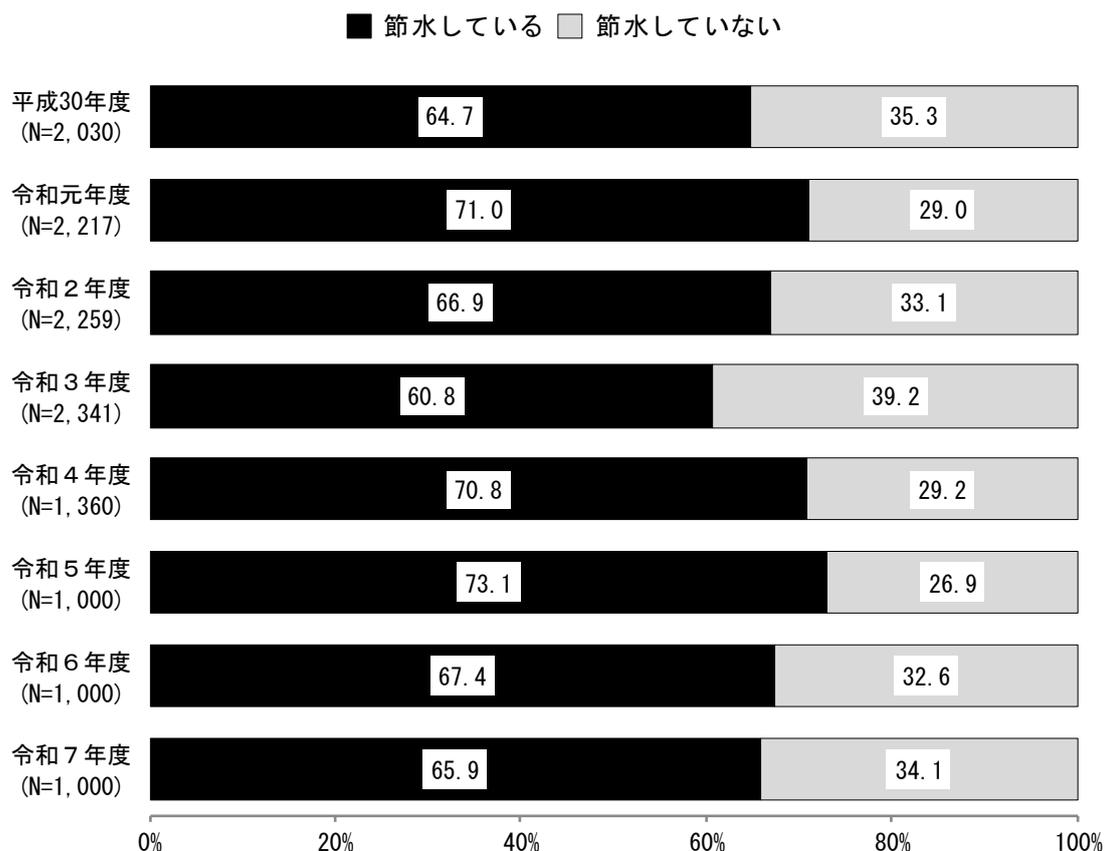
## (2) 節水に関する取組状況

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65.9%であり、令和6年度と比べて1.5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）



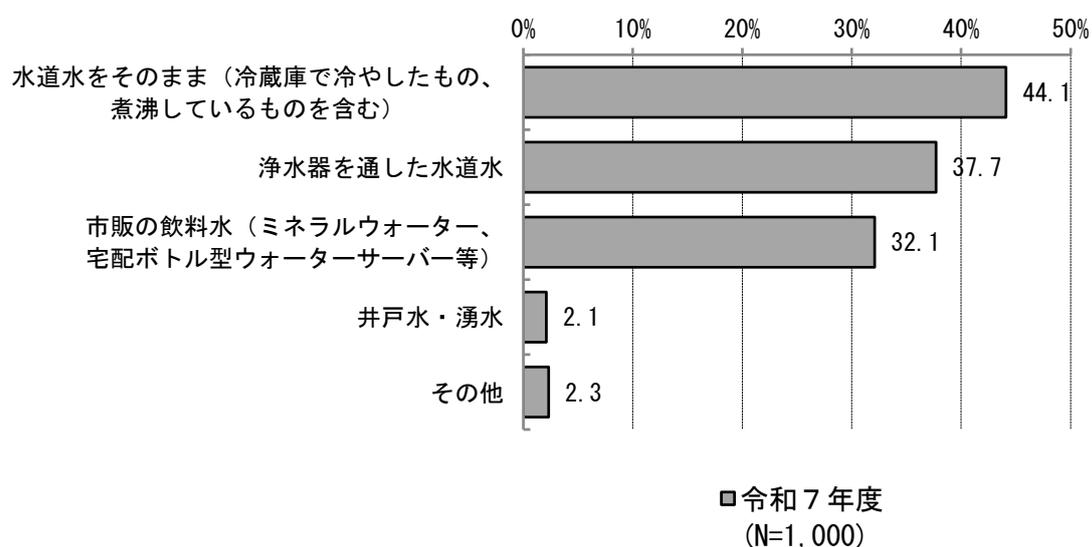
### (3) 「水」の飲み方

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44.1%で最も多く、次いで「浄水器を通した水道水」が37.7%、「市販の飲料水」が32.1%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、又は両方を回答した割合は合わせて78.4%となり、令和4年度以降、おおむね横ばいで推移している。「市販の飲料水」については、令和4年度以降、減少傾向にある。

図Ⅲ-1-(3)-1 「水」の飲み方

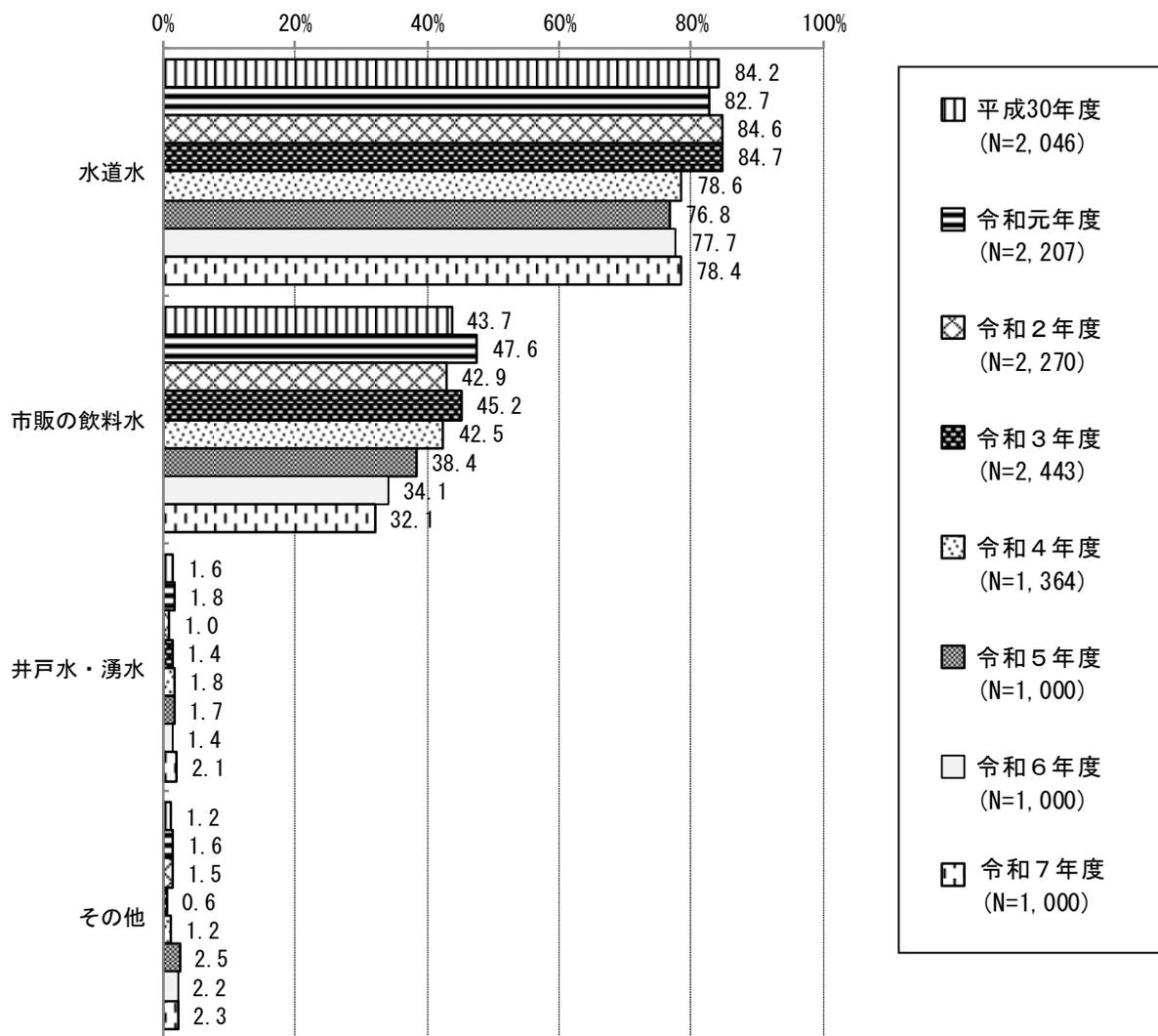


#### 【その他】

- ・スーパーマーケット等で無料提供している水(アルカリイオン水等)

(参考)「水」の飲み方(経年変化)

図Ⅲ-1-(3) - 2「水」の飲み方(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

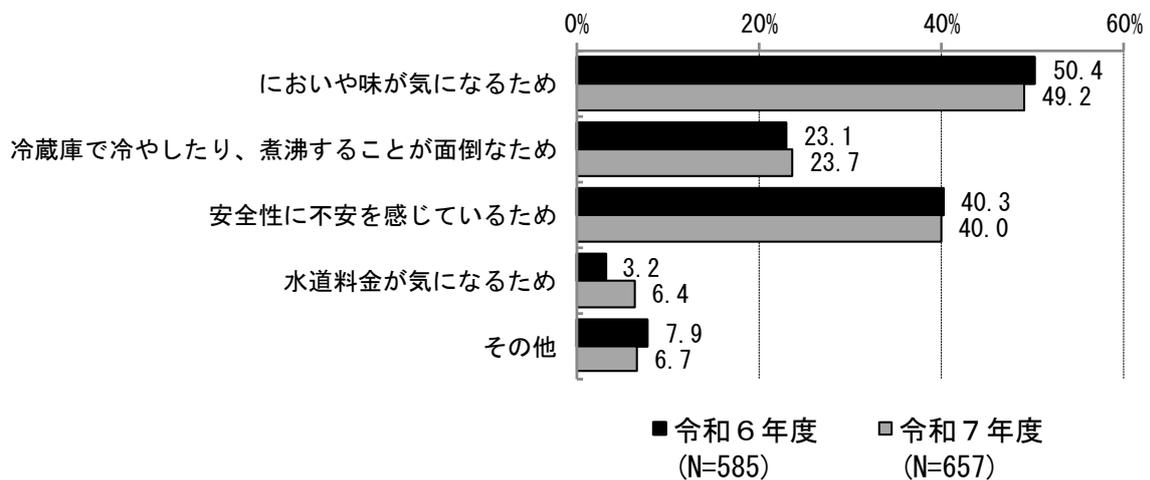
※令和6年度以降は「1. 水道水をそのまま(冷蔵庫で冷やしたもの、煮沸しているものを含む)」と「2. 浄水器を通した水道水」の選択肢を合わせて「水道水」として集計している。

Q4 前述の設問で「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。（複数回答可）

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49.2%で最も多く、次いで「安全性に不安を感じているため」が40.0%となった。
- ・概ね令和6年度と同傾向であるが、「水道料金が気になるため」が3.2ポイント増加している。

図Ⅲ-1-(3)-3 水道水をそのまま飲まない理由（経年変化）



【その他】

- ・リフォームしたときに水道の蛇口が浄水器付きに変わったから
- ・井戸水がおいしい、井戸水が好き
- ・おいしい水、体によい水を飲みたいから

#### (4) 災害に備えた飲料水の備蓄状況

Q5 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。

Q6 飲料水の備蓄量を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。(複数回答可)

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。

Q7 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56.3%で、令和6年度に比べて5.0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。

### ○1人当たりの備蓄量

・備蓄している人のうち1人当たりの備蓄量については「9リットル以上」が33.4%で、令和6年度に比べて0.9ポイント減少している。

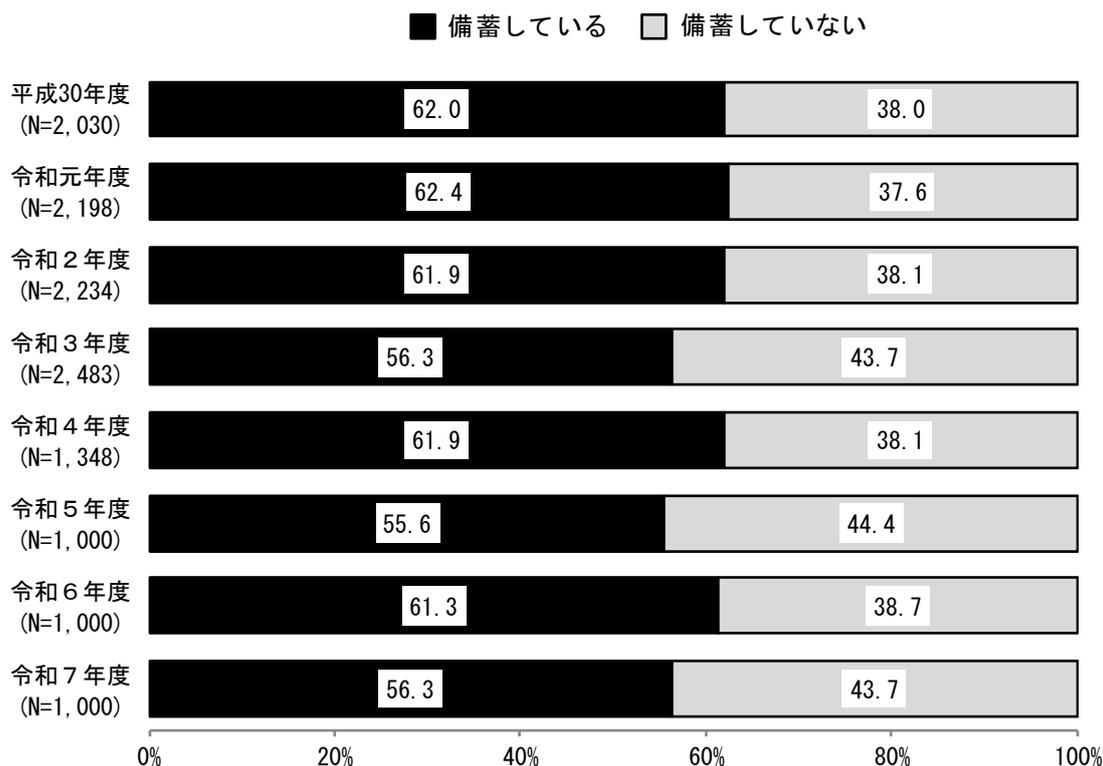
### ○備蓄の必要性の認知経路

・「TV・ラジオの防災・災害関連のニュース等」が49.2%で最も多く、次いで「市民しんぶん・京都市の広報」が38.7%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38.0%で最も多く、次いで「身近に災害が起こっていないため」が24.3%、「準備するのが面倒なため」が23.8%となっている。

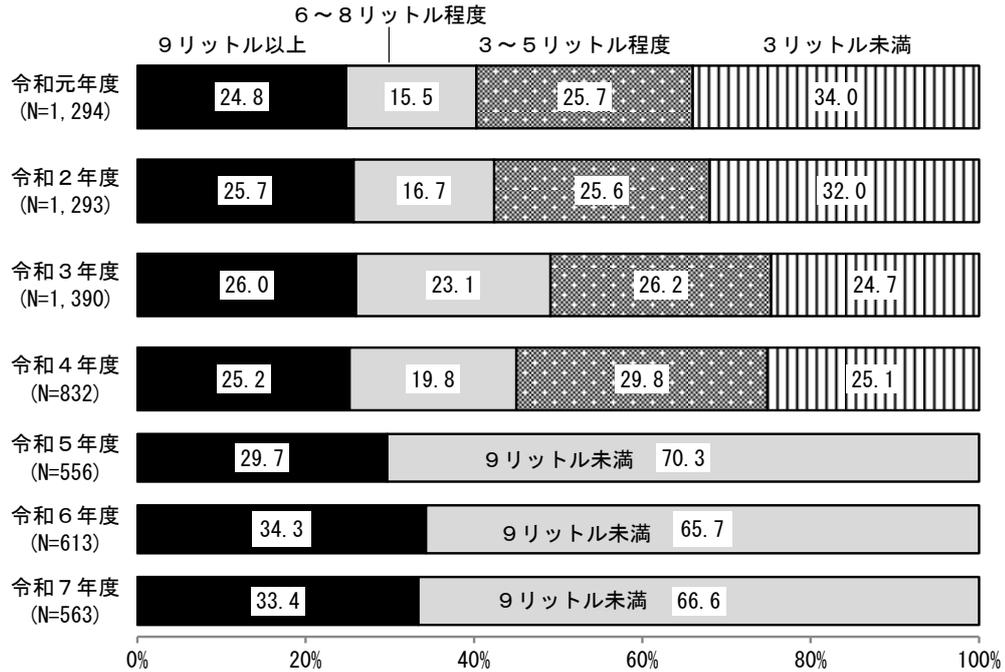
図Ⅲ-1-(4)-1 飲料水の備蓄率（経年変化）



※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。）。

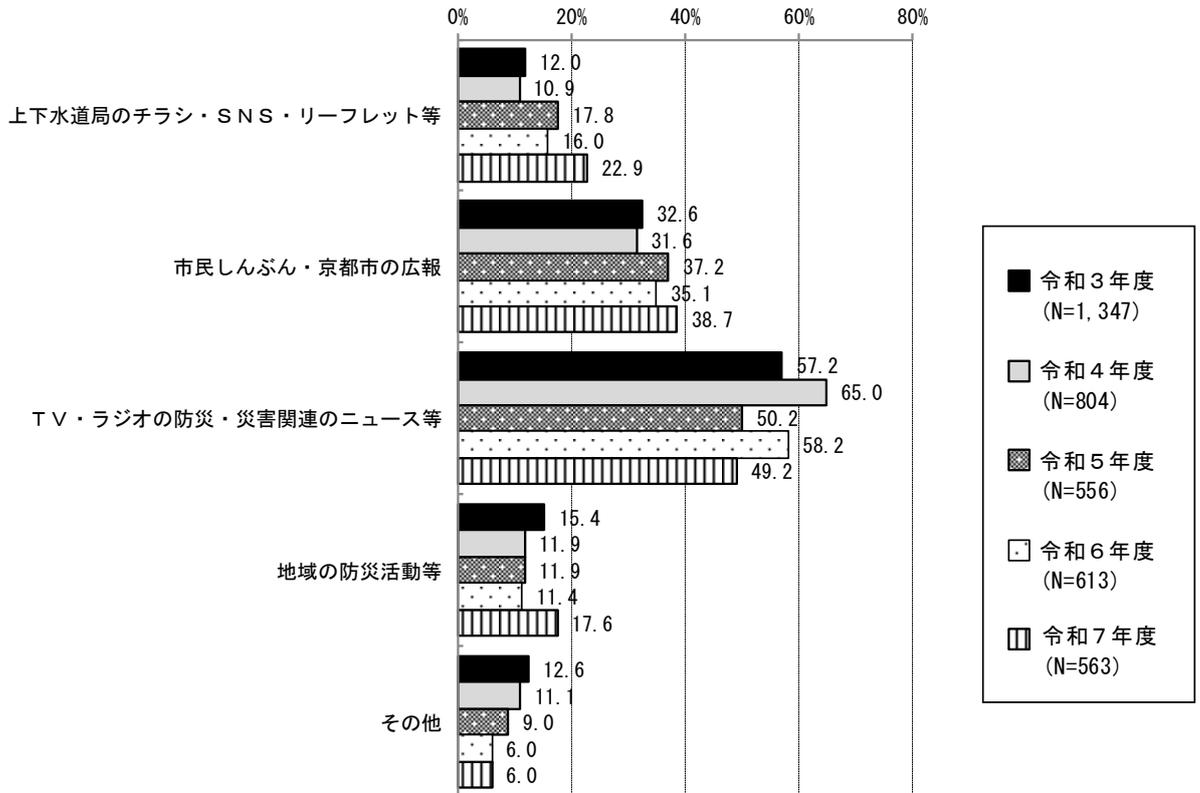
※令和5年度以降の「はい」は、「はい（備蓄目安である1人9リットル以上を備蓄している）」と「はい（備蓄しているが、1人9リットル未満である）」をあわせた割合。

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）



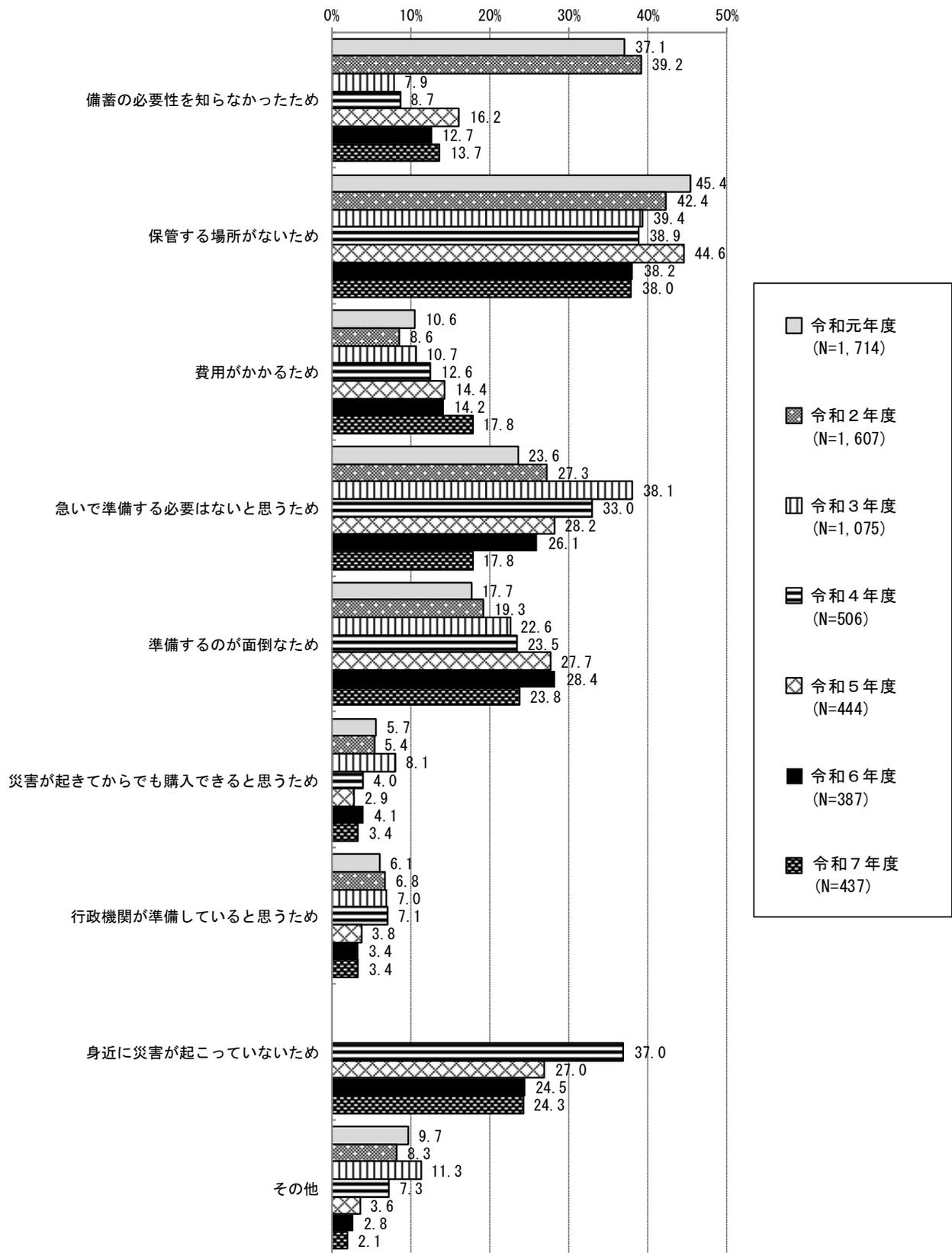
※「TV・ラジオの防災・災害関連のニュース等」は、令和4年度の調査で「TV・ラジオのニュース等」から表記を変更している。

※「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）



【その他】

- ・賞味期限切れで処分することが多い
- ・温水器のタンクの水があるから

## 2 広報活動等について

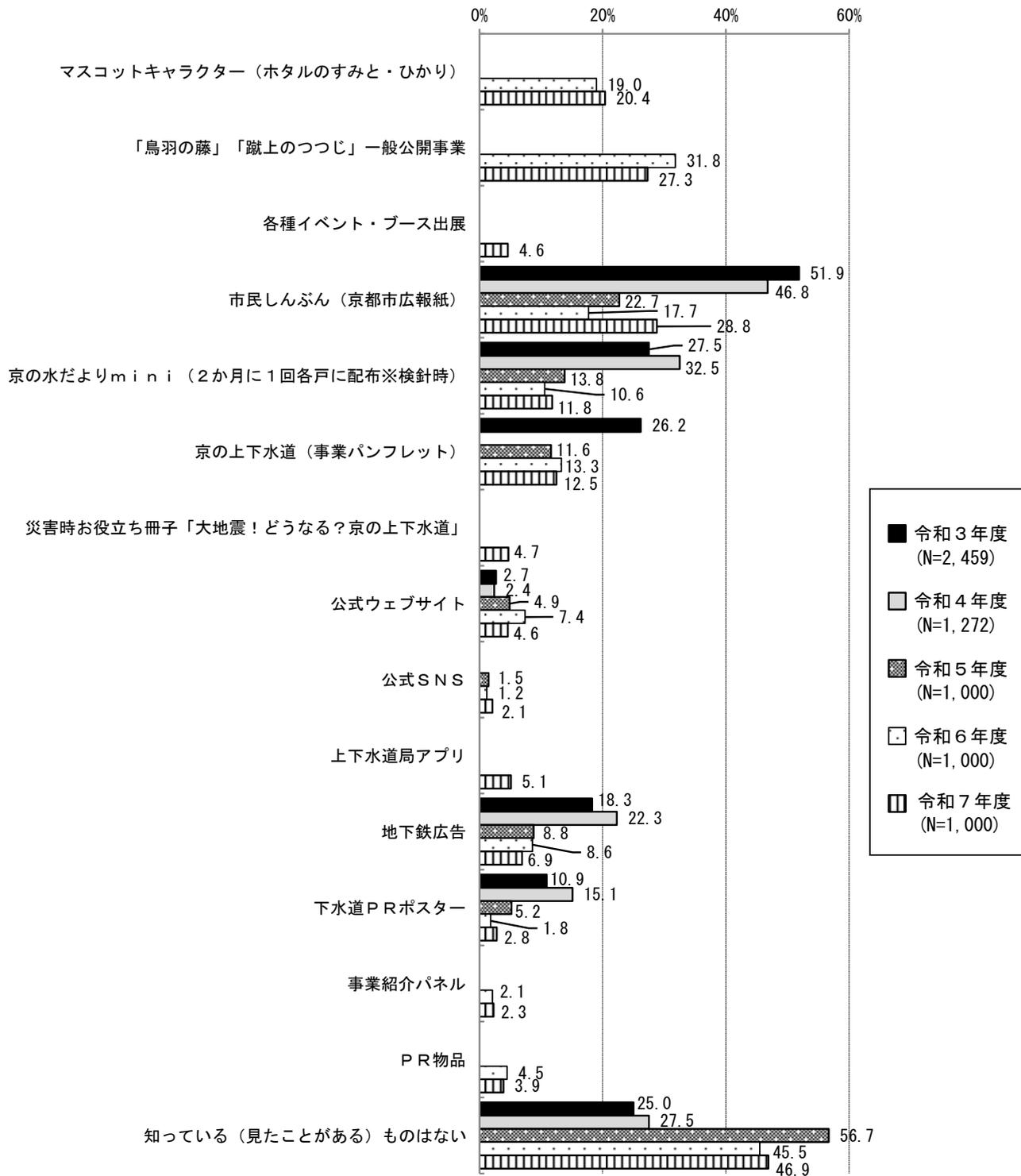
### (1) 広報活動・媒体の認知度

Q8 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. 各種イベント・ブース出展（水道週間、水の日、下水道の日、いい風呂の日、ピースな風呂の日、祇園祭での冷やし水道水体験ブース、夏休み下水道施設見学会）
4. 市民しんぶん（京都市広報紙）（水道や下水道、琵琶湖疏水に関する記事）
5. 京の水だよりmini（2か月に1回各戸に配布※検針時）
6. 京の上下水道（事業パンフレット）
7. 災害時お役立ち冊子「大地震！どうなる？京の上下水道」
8. 公式ウェブサイト
9. 公式SNS
10. 上下水道局アプリ（上下水道事業（イベント情報等を含む）に関するお知らせ）
11. 地下鉄広告
12. 下水道PRポスター
13. 事業紹介パネル（デザインマンホールマップ、みんなで飲もう水道水、下水道の原点、京ふるコラム など）
14. PR物品（ウェットティッシュ、トレカ、コースター、紙石鹸、入浴剤、疏水物語、そすいさんぽ、ことりっぷ など）
15. 知っている（見たことがある）ものはない

・「知っている（見たことがある）ものはない」が46.9%で最も多く、次いで「市民しんぶん（京都市広報紙）（水道や下水道、琵琶湖疏水に関する記事）」が28.8%、「鳥羽の藤」「蹴上のつつじ」一般公開事業」が27.3%となっている。

図Ⅲ-2-(1) 広報・PR情報で知っている（見たことがある）もの（経年変化）



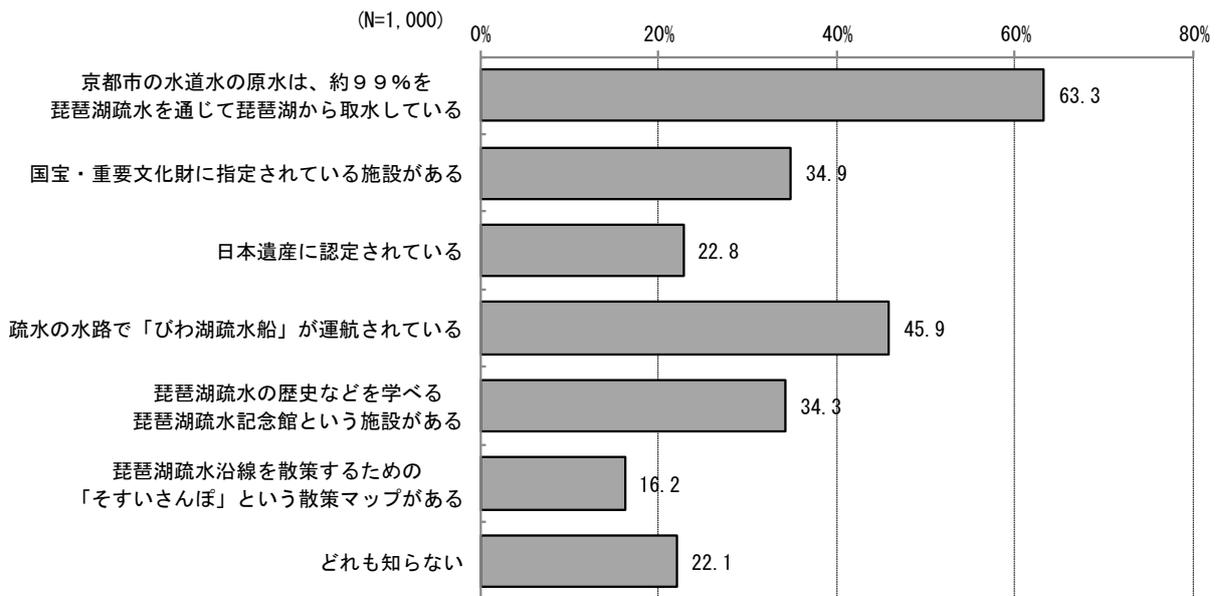
※「マスコットキャラクター」及び「鳥羽の藤」「蹴上のつつじ」一般公開事業は、令和5年度は単独で認知度を調査していた。

## (2) 琵琶湖疏水の認知度

- Q9 琵琶湖疏水に関する事柄について、知っていることを教えてください。（複数回答可）
1. 京都市の水道水の原水は、約99%を琵琶湖疏水を通じて琵琶湖から取水している
  2. 国宝・重要文化財に指定されている施設がある
  3. 日本遺産に認定されている
  4. 疏水の水路で「びわ湖疏水船」が運航されている
  5. 琵琶湖疏水の歴史などを学べる琵琶湖疏水記念館という施設がある
  6. 琵琶湖疏水沿線を散策するための「そすいさんぽ」という散策マップがある
  7. どれも知らない

・「約99%を琵琶湖から取水している」の認知度が63.3%で最も多く、次いで「「びわ湖疏水船」が運航されている」が45.9%、「国宝・重要文化財に指定されている施設がある」が34.9%となっている。

図Ⅲ-2-(2) 琵琶湖疏水に関して知っていること



### 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

Q10 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、「どちらとも言えない」、「やや不満を感じる」、「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。（必須回答）

- ① 上下水道料金の支払方法
  - ② 京都市上下水道局アプリ等のインターネットを活用した各種申込・手続等
  - ③-1 窓口や電話での対応
1. 利用経験がない又は知らない    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57.4%で最も多く、次いで「やや満足している」が38.5%となった。
- ・「インターネットを活用した各種申込・手続等」は、「満足している」が49.6%と最も多く、次いで「やや満足している」が45.3%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54.5%と最も多く、次いで「満足している」が40.5%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「利用経験がない又は知らない」の割合を除いた数値

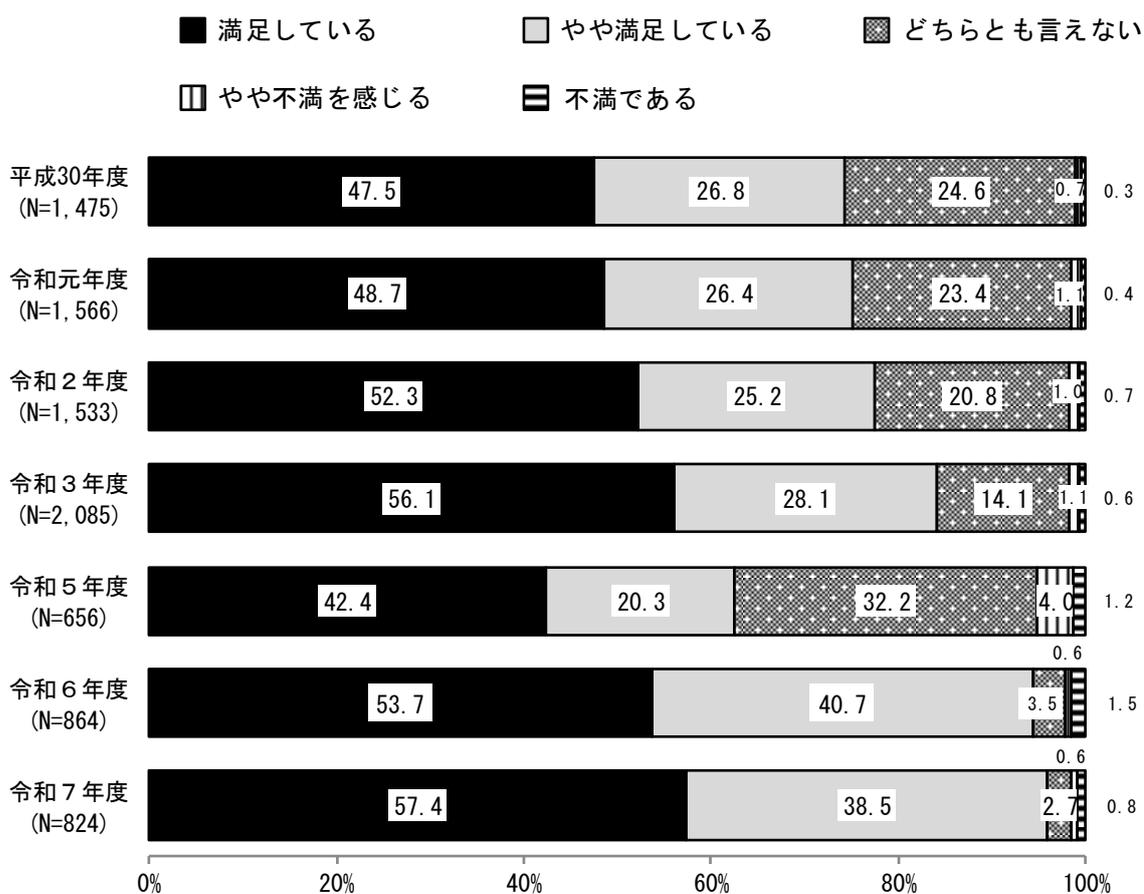
※令和6年度調査では前年度からの設問内容や必須回答の設定に変更はないが、回答欄の位置の変更があった。

Q10①上下水道料金の支払方法

京都市上下水道局では、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 11 サービス）

図Ⅲ-3-(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に対する自由意見】

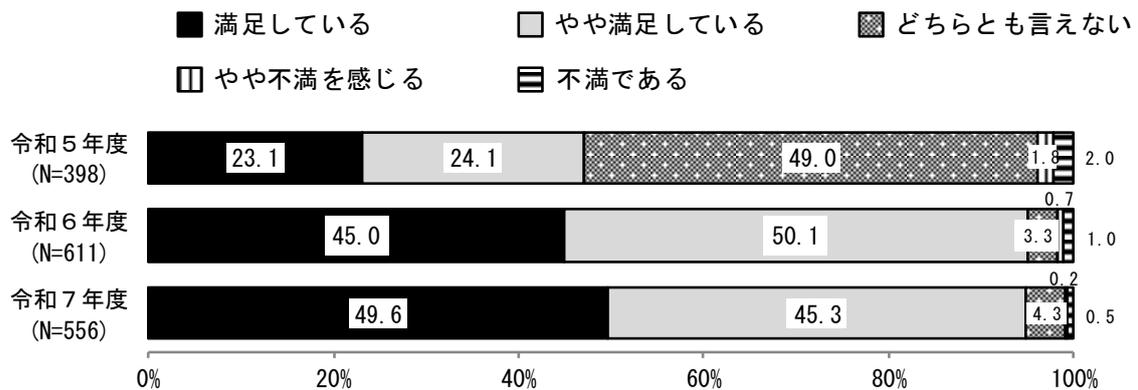
- ・ 口座振替しか割引がない
- ・ 支払い方法が色々あると便利
- ・ マンション等で管理会社経由でないと支払えないのが不満

Q10②京都市上下水道局アプリ等の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

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（経年変化）

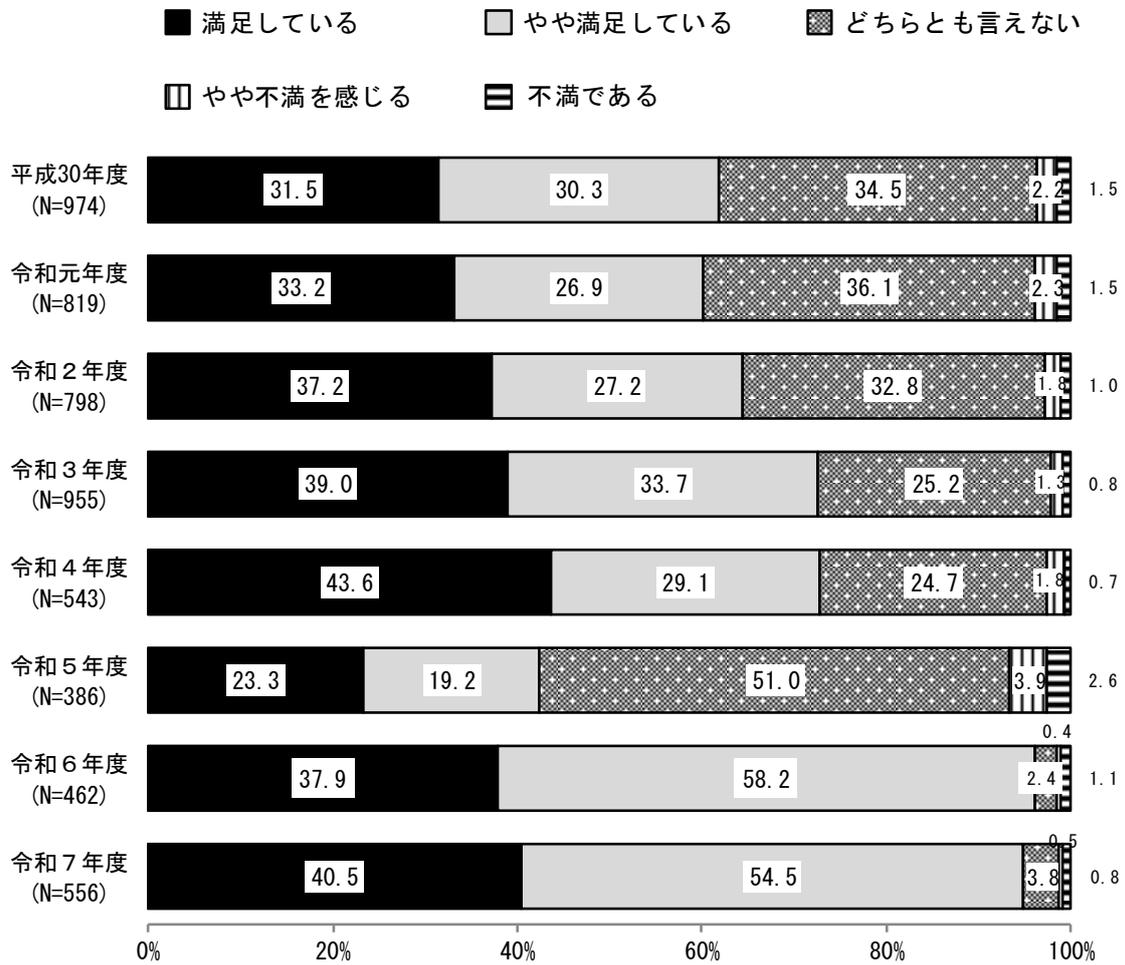


【今後取り組んでほしいことに対する自由意見】

- ・ 口座の変更をアプリでしようとしたが分かりにくかった

Q10③-1 窓口や電話での対応

図Ⅲ-3-(1)-3 窓口や電話での対応に対する満足度（経年変化）

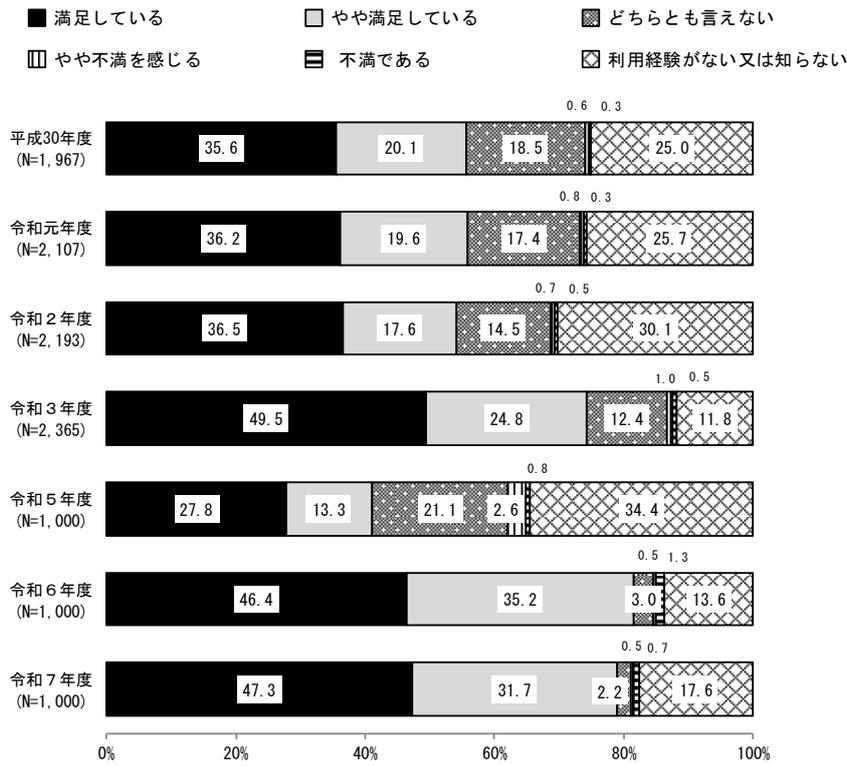


【今後取り組んでほしいことに対する自由意見】

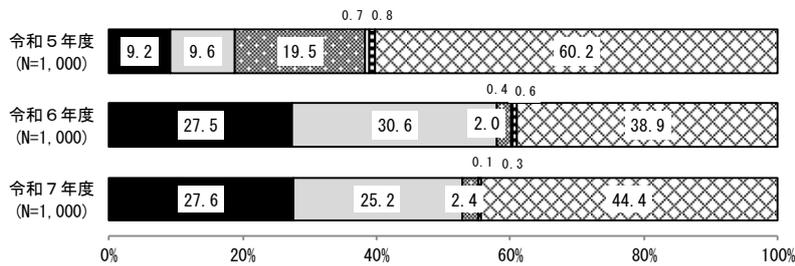
- ・名乗らなかつたり、横柄な電話対応がみられる
- ・対応に時間がかかり、繋がりにくい

(参考) 「利用経験がない又は知らない」を含めた満足度

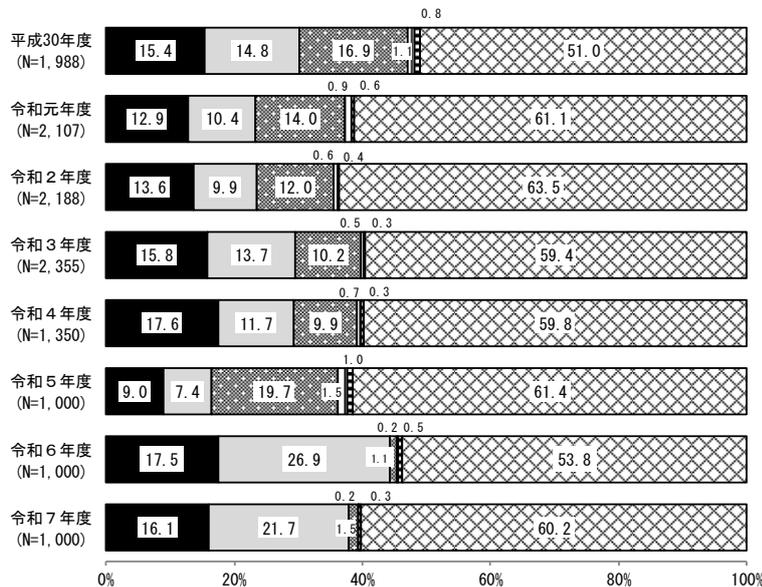
図Ⅲ-3-(1)-4 料金の支払方法に対する満足度 (経年変化)



図Ⅲ-3-(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-3-(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

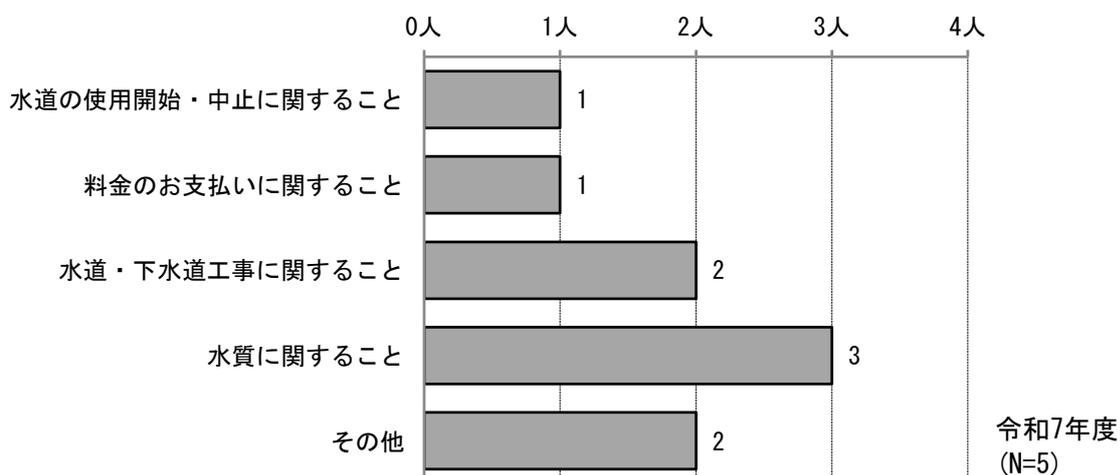
### Q10③-2 窓口や電話での対応の不満内容について

前述の③-1で「やや不満を感じる」、「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。(複数回答可)

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5名から回答があり、最も多いのは「水質に関する事」で3回答であった。

図Ⅲ-3-(2) 窓口や電話での対応の不満内容



## 4 上下水道料金について

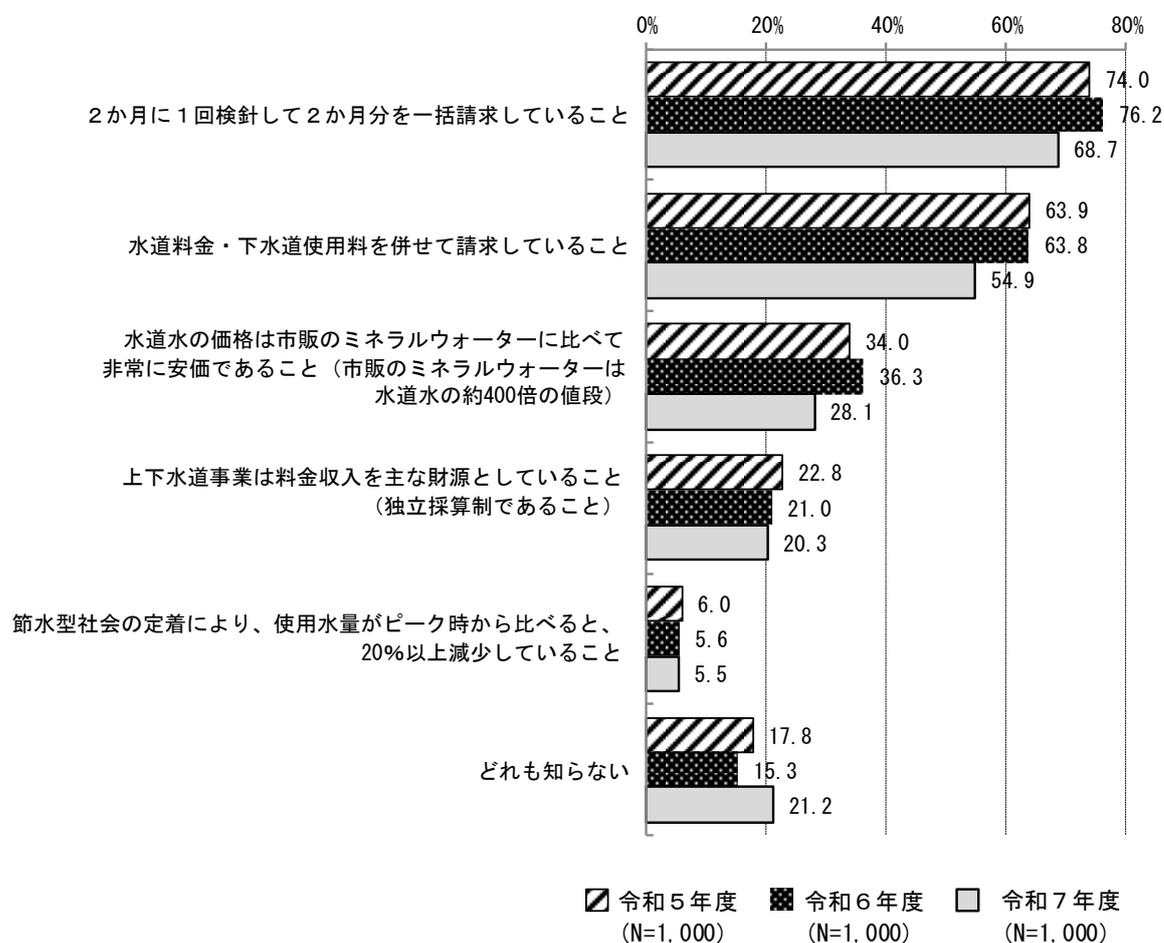
### (1) 料金等に対する認知度

Q11 水道・下水道の料金等に関して知っている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68.7%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54.9%、「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28.1%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

Q12 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

「高い」、「やや高い」とお答えになった方にお聞きします。

Q13 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）

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

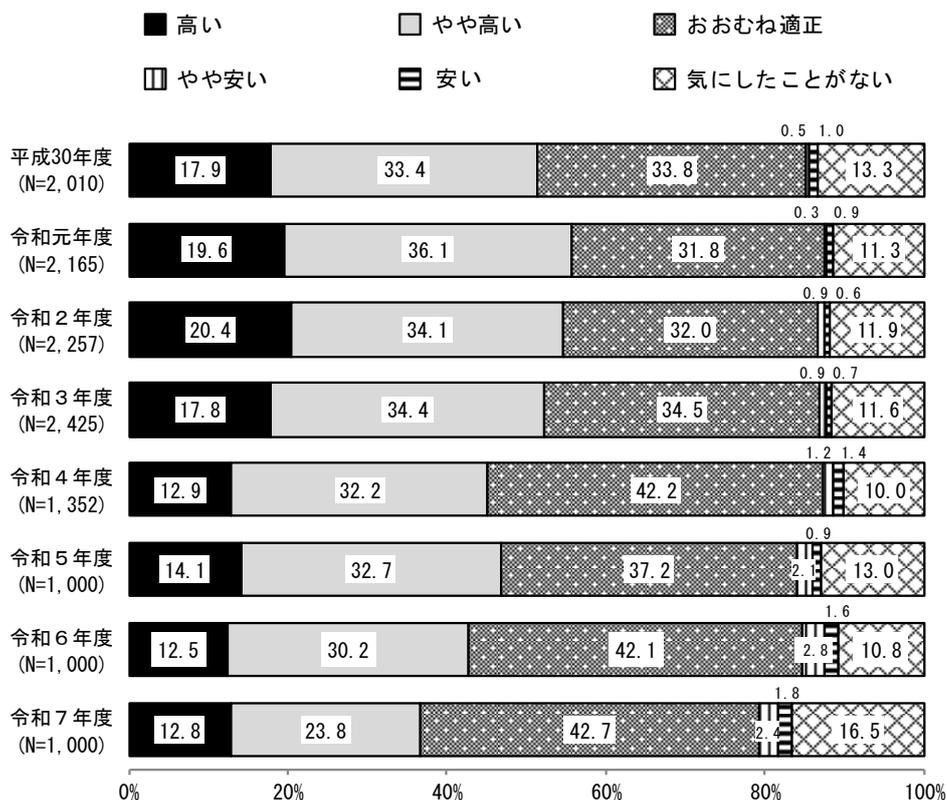
### ○水道・下水道の料金に対する印象

・令和6年度に比べて、「高い」が0.3ポイント増加、「やや高い」が6.4ポイント減少した。また、「気にしたことがない」が5.7ポイント増加している。

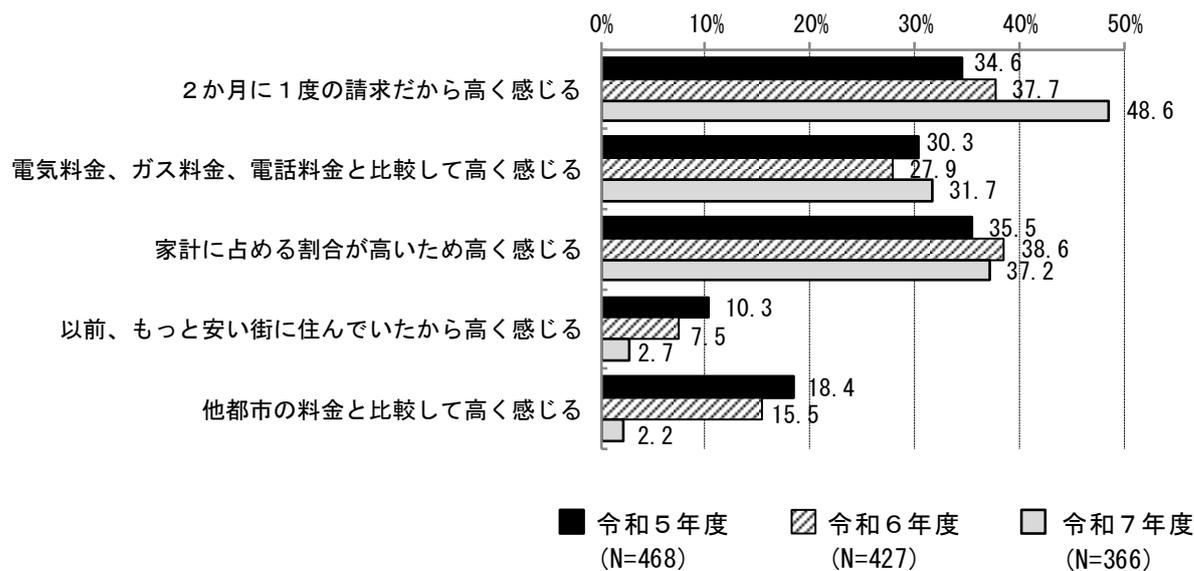
### ○料金を「高い」と感じる理由

・「2か月に1度の請求だから高く感じる」が48.6%で最も多くなっており、次いで「家計に占める割合が高いため高く感じる」が37.2%、「電気料金、ガス料金、電話料金と比較して高く感じる」が31.7%となった。

図Ⅲ-4-(2)-1 水道・下水道の料金に対する印象（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 等）
- ・大阪府内市町村（大阪市、枚方市 等）
- ・滋賀県内市町（大津市）
- ・神奈川県相模原市、神奈川県川崎市 等

【5. 他都市の料金と比較して高く感じる】

- ・大阪府大阪市、大阪府枚方市、愛知県名古屋市、福井県敦賀市 等

## 5 事業全般について

### ・ 水道・下水道事業に関する安心度

Q14 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

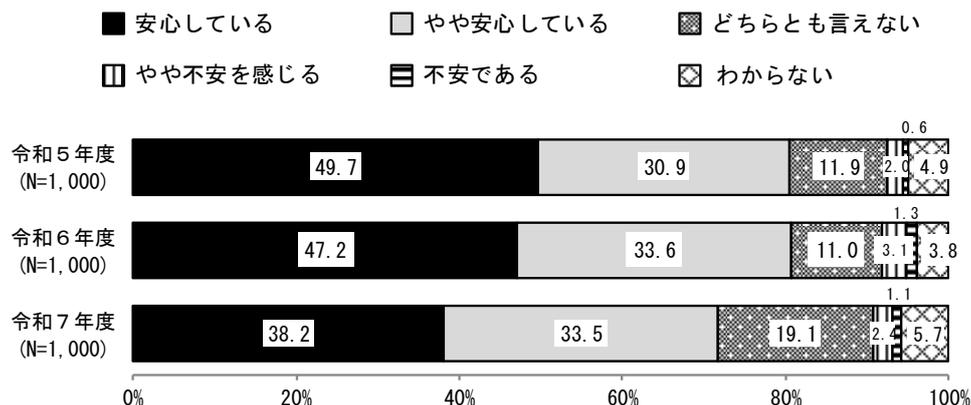
- 1. 安心している                      2. やや安心している                      3. どちらとも言えない
- 4. やや不安を感じる                      5. 不安である                      6. わからない

- ・「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38.2%で、「やや安心している」をあわせると全体の71.7%となり、令和6年度（80.8%）に比べて9.1ポイント減少しており、令和5年度以降、減少傾向が続いている。
- ・「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30.4%で、「やや安心している」をあわせると64.5%となった。令和6年度（67.8%）に比べて3.3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23.2%で、「やや安心している」をあわせると59.9%となった。令和6年度（57.9%）に比べて2.0ポイント増加しており、「安心している」は令和4年度から減少傾向が続いていたが、増加に転じた。
- ・「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56.0%となった。令和6年度（54.0%）に比べて2.0ポイント増加している。
- ・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。

#### Q14①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、暮らしを支えています。

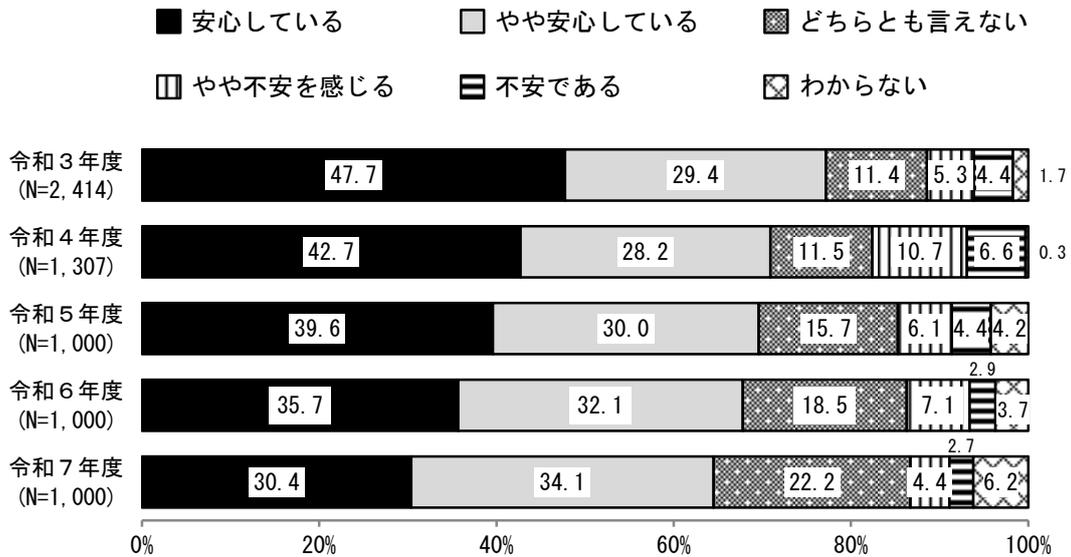
図Ⅲ-5-1 いつでも水道・下水道が利用できることに対する安心の程度（経年変化）



Q 1 4 ②蛇口から直接水道水を飲むこと

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。

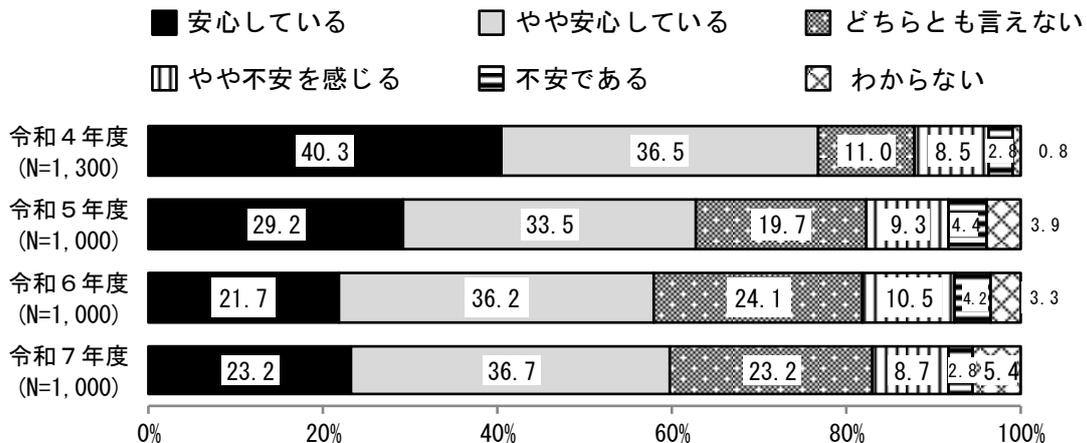
図Ⅲ-5-2 蛇口から直接水道水を飲むことに対する安心の程度（経年変化）



Q 1 4 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。

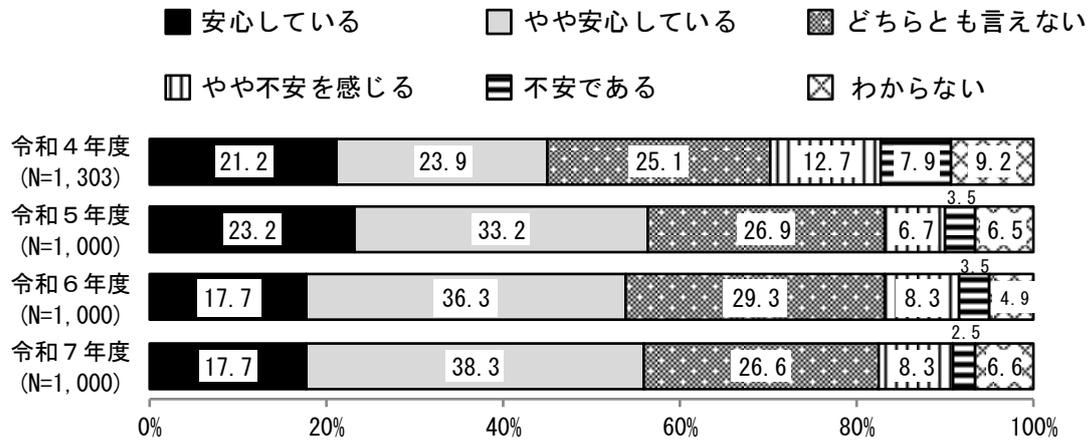
図Ⅲ-5-3 水道水の水質・においに対する安心の程度（経年変化）



Q14④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

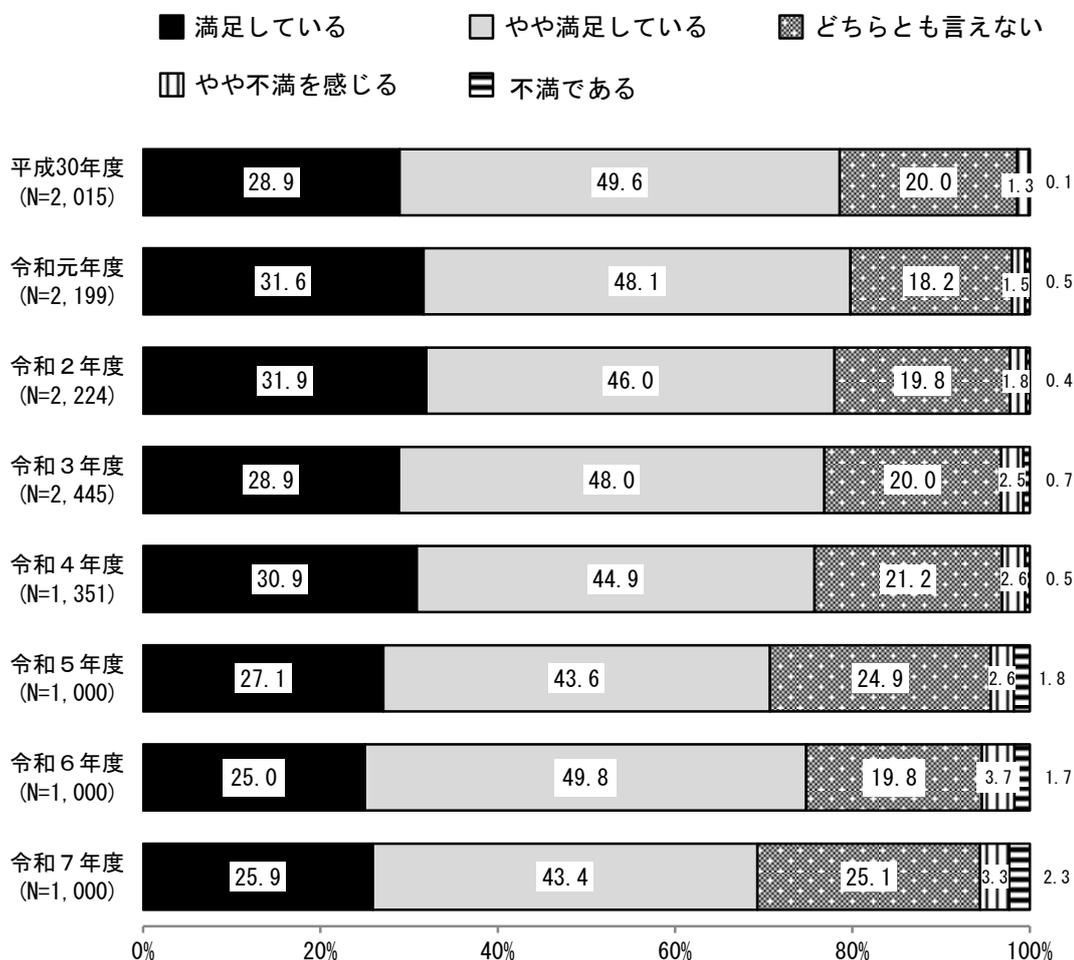
### (1) 上下水道事業全般に関する満足度

Q15 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43.4%で最も多く、次いで「満足している」が25.9%、「どちらとも言えない」が25.1%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69.3%となり、令和6年度（74.8%）に比べて5.5ポイント減少している。

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

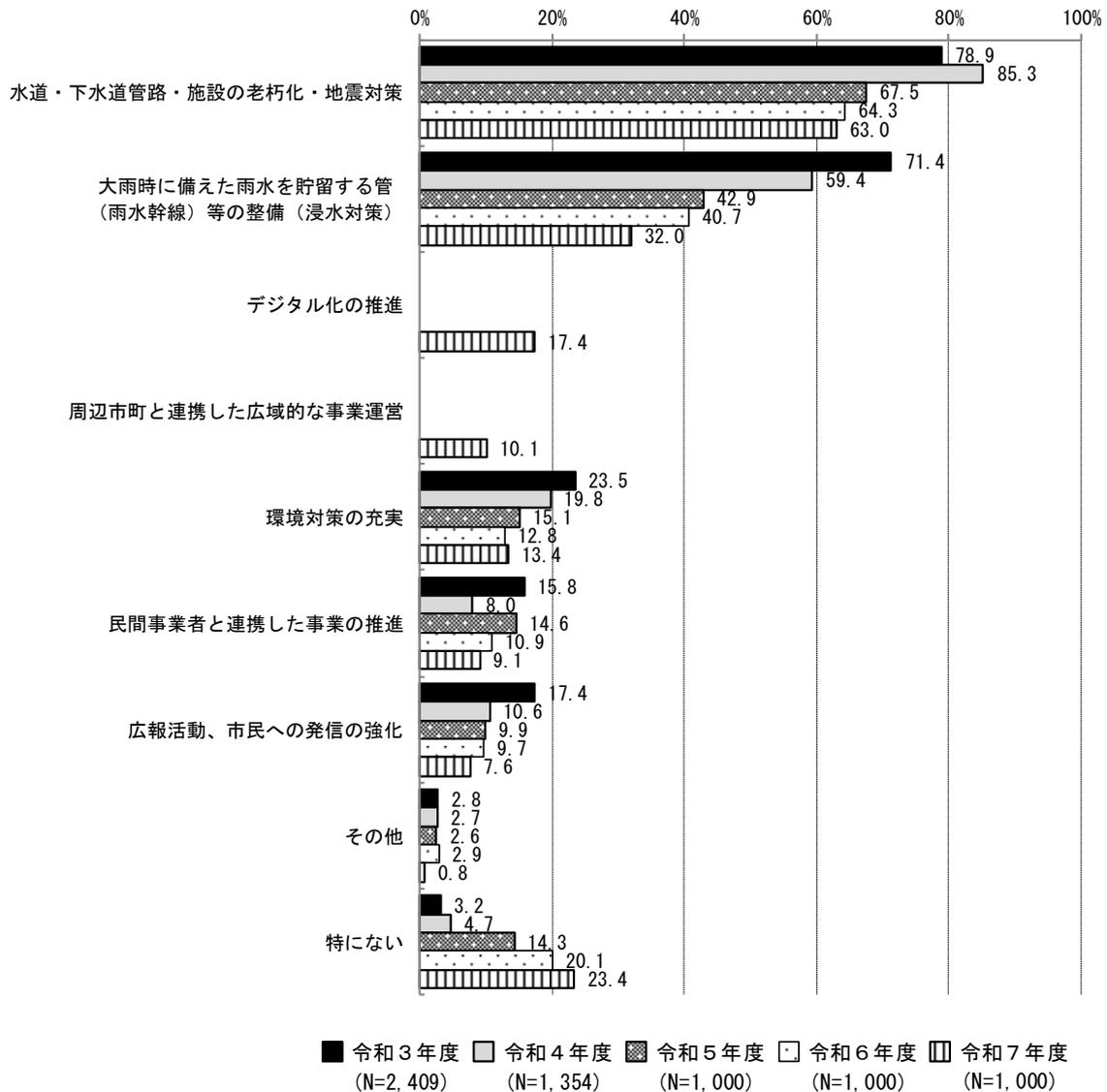
Q16 上下水道局がさらに取り組むべきであると思うことについて教えてください。

(複数回答可)

1. 水道・下水道管路・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. デジタル化の推進（Web・スマートフォンによる各種手続き等の充実、自動検針可能なメーターの導入、AIを活用した管路の劣化診断等）
4. 周辺市町と連携した広域的な事業運営
5. 環境対策の充実（太陽光発電設備の導入等によるCO<sub>2</sub>排出量の削減、下水汚泥から生成したバイオガスの利用等）
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・下水道管路・施設の老朽化・地震対策」が63.0%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32.0%、「デジタル化の推進（Web・スマートフォン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、AIを活用した管路の劣化診断等）」が17.4%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）



※1～5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）」

（令和6年度調査時）「1. 水道・下水道施設の老朽化・地震対策」、「5. CO<sub>2</sub>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」

【今後取り組んでほしいこと】

- ・料金制度・サービスの見直し
- ・民営化しないこと

### (3) 施設の更新や地震対策について取り組むべきこと

Q17 京都市では、水道・下水道施設の老朽化が進んでいます。

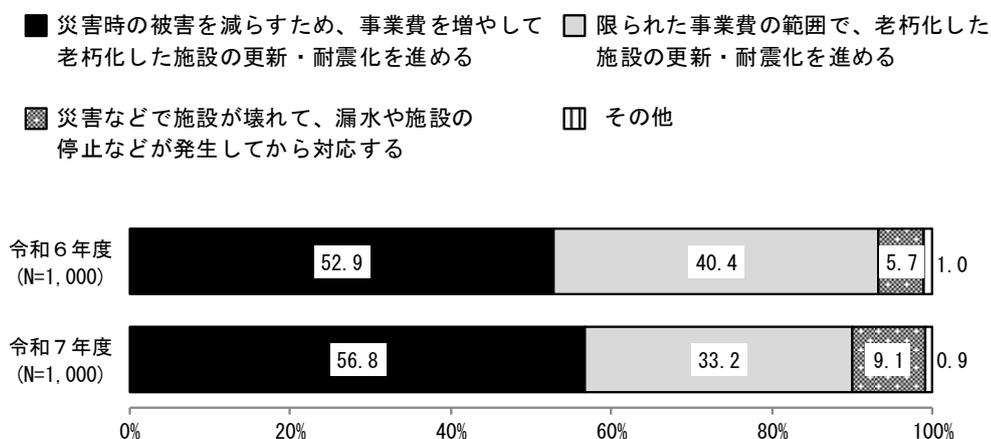
老朽化施設が増加すると断水や事故のリスクが高まるため、将来世代のためにも継続して更新事業を実施する必要があります。また、施設の更新や地震対策には多額の事業費が必要ですが、その財源には、お客さまにお支払いいただいている上下水道料金が使われています。今後の施設の更新や地震対策について、どのように取り組んでいくべきかあなたの考えに最もあてはまるものを教えてください。

(参考) 京都市の状況

- ・ 水道管路の総延長 約 4,250km に対し、令和7年度は約 51 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7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56.8%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33.2%となっている。
- ・ 「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」は令和6年度と比べて、3.9ポイント増加している。

図Ⅲ-6-(3) 老朽化施設の更新事業への対応（経年変化）



・ **水道・下水道に関する主なご意見**

Q18 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 204 人から 253 件の意見があった。

| 項 目                            | 件 数   |
|--------------------------------|-------|
| ①施設の老朽化・災害対策に関すること             | 53 件  |
| ②水道の水質に関すること                   | 44 件  |
| ③水道・下水道の料金に関すること               | 36 件  |
| ④情報提供・PR活動に関すること               | 12 件  |
| ⑤職員の対応等に関する意見                  | 7 件   |
| ⑥経営についての要望                     | 6 件   |
| ⑦工事への要望                        | 6 件   |
| ⑧新たなサービスに関する要望                 | 3 件   |
| ⑨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） | 86 件  |
| 合 計                            | 253 件 |

①**施設の老朽化・災害対策に関すること**

- ・最近、水道管の破裂のニュースをよく見るので不安です。整備されることを願っています。
- ・埼玉県で道路陥没事故があったので、老朽化した水道管や下水管交換を進めてほしい。
- ・災害対策は喫緊の課題であり、急いで対応を進めるべき。

②**水道の水質に関すること**

- ・昔と比べたら京都市の水道水の臭いや味が確実に良くなっているのは皆様の努力のおかげだと思っています。
- ・いつも水を飲めるのはありがたい。ただ、一時的ではあるが臭いが気になることがある。

③**水道・下水道の料金に関すること**

- ・安定した利用価格をお願いします。
- ・水道代をもう少し安くしてほしい。
- ・毎月、料金の請求をしてほしい。1 カ月分ずつが払いやすい。

④**情報提供・PR活動に関すること**

- ・施設の老朽化が気になる。事業などはもっとPRして一般市民が知ることができるようにしてほしい。
- ・疏水に関するイベントを増やしてほしい。

#### ⑤職員の対応等に関する意見

- ・使用量の検針も丁寧にいただいていると思います。前回に比べて使用量が急に増えたときは漏水していないかと検針表と一緒にお知らせもポストに入っていた。
- ・家の前の道路に黒く濡れている箇所があり、漏水かもと通報しましたら、早速調査に来てくださいました。

#### ⑥経営についての要望

- ・水道事業を民間に任せる行政があるが、基本インフラは公的事業として守ってほしい。

#### ⑦工事への要望

- ・修繕工事などは他の部署の工事と連携してやってほしい。
- ・掘り返しが多い。

#### ⑧新たなサービスに関すること

- ・口座引き落としでなければ割引が適用されないのを、スマホ決済やクレジットカードでも適用されるようになれば、支払いが一括できて便利なのだと思います。
- ・アプリを使っている人は検針日にメーターを写真撮影して検針も完了したら便利だと思う。

#### ⑨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）

- ・生活に欠かせない物事に携わっておられる方々に感謝いたします。
- ・安心して水道水を飲めることはありがたい。そのことを当たりまえだと思っはいけないということをニュースで災害にあった地域や住民をみて切実に感じる。

## 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、「事業に対する総合満足度」「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」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。

「事業に対する総合満足度」は、令和6年度の74.8%から5.5ポイント減少し、69.3%となり、単年度目標を下回った。

「飲料水の備蓄率」は、令和6年度の61.3%から5.0ポイント減少し、56.3%となり、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6年度の95.1%から0.2ポイント増加し、95.3%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6年度の31.6%から1.3ポイント増加し、32.9%となったものの、単年度目標を下回った。

| 指標名                                | 前期プラン |       | 後期プラン |       |       |
|------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                                    | R4    | R5    | R6    | R7    | R7    |
|                                    | 結果    | 結果    | 結果    | 目標    | 結果    |
| 飲料水の備蓄率                            | 61.9% | 55.6% | 61.3% | 63.0% | 56.3% |
| 広報活動・媒体の認知度 <sup>※1</sup>          | 25.2% | 20.1% | 31.6% | 40.0% | 32.9% |
| サービスの利用全般に対するお客さま満足度 <sup>※2</sup> | 72.7% | 50.8% | 95.1% | 90%以上 | 95.3% |
| 事業に対する総合満足度                        | 75.7% | 70.7% | 74.8% | 70%以上 | 69.3% |

※1 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した。なお、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 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（「利用経験がない又は知らない」を除く）の平均に変更した。なお、前期プラン（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 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

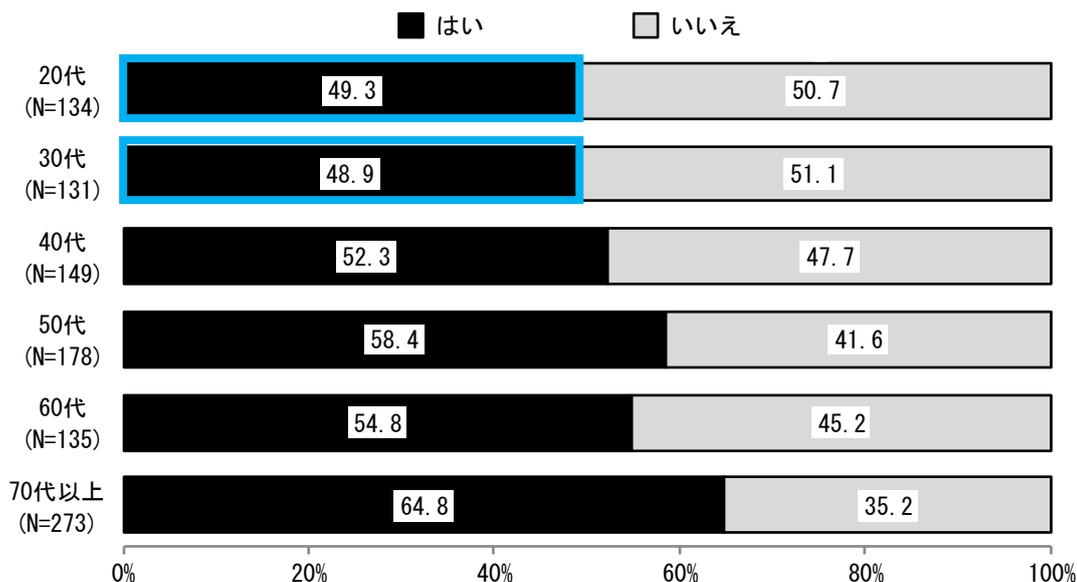
### <プラン指標に掲げる設問 × 属性・各設問>

| 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                        |       |       |
| 広報活動・媒体の認知度             | ×                          | 年代                           | 38-40 |       |
|                         | ×                          | 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①   | ×                          | 年代                           | 41-42 |       |
|                         | ×                          | 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②・③ | ×                          | 年代                           | 43    |       |
| 事業に対する総合満足度             | ×                          | 年代                           | 44    |       |
|                         | ×                          | 世帯人数                         | 44    |       |
|                         | ×                          | 飲料水の備蓄率                      | 45    |       |
|                         | ×                          | 広報活動・媒体の認知度                  | 46    |       |
|                         | ×                          | サービスの利用全般<br>に対するお客さま<br>満足度 | ①     | 47    |
|                         |                            |                              | ②     |       |
|                         |                            |                              | ③     |       |
|                         | ×                          | 料金に対する印象                     | 48    |       |
|                         | ×                          | 事業への安心度                      | ①     | 49-50 |
|                         |                            |                              | ②     |       |
| ③                       |                            |                              |       |       |
| ④                       |                            |                              |       |       |
| ×                       | 施設の更新や地震対策について<br>取り組むべきこと | 50                           |       |       |

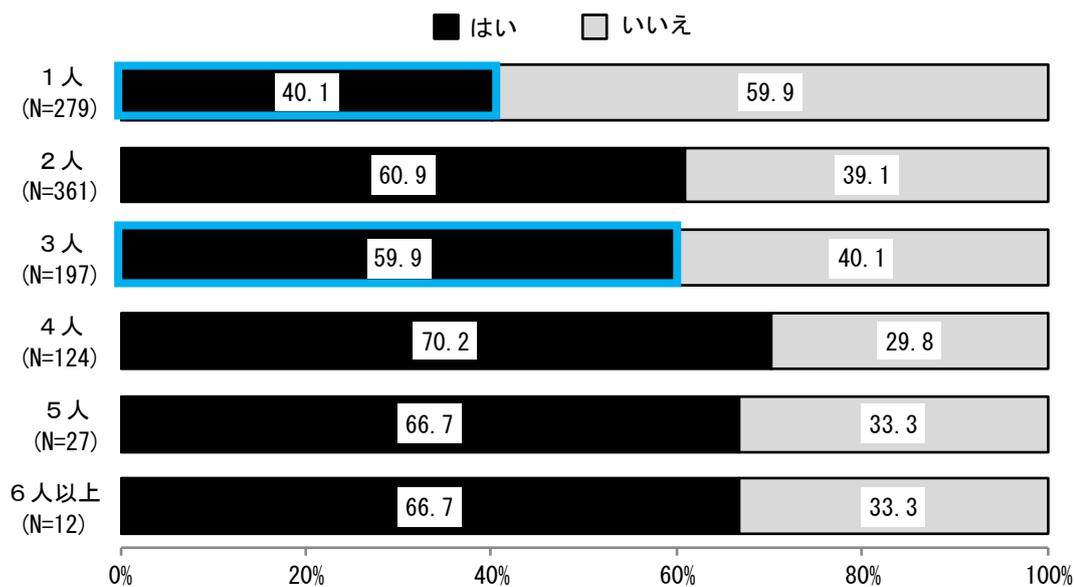
## (1) 飲料水の備蓄率

- ・年代別：飲料水の備蓄している割合は「30代」が48.9%で最も少なく、次いで「20代」が49.3%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40.1%で最も少なく、次いで「3人」が59.9%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」が最も少なく、44.1%となっている。

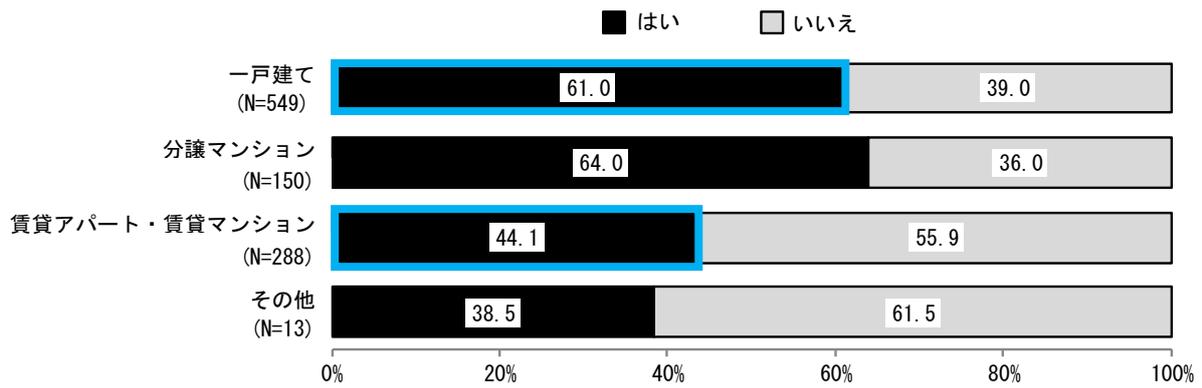
図IV-2-(1)-1 飲料水の備蓄率×年代



図IV-2-(1)-2 飲料水の備蓄率×世帯人数



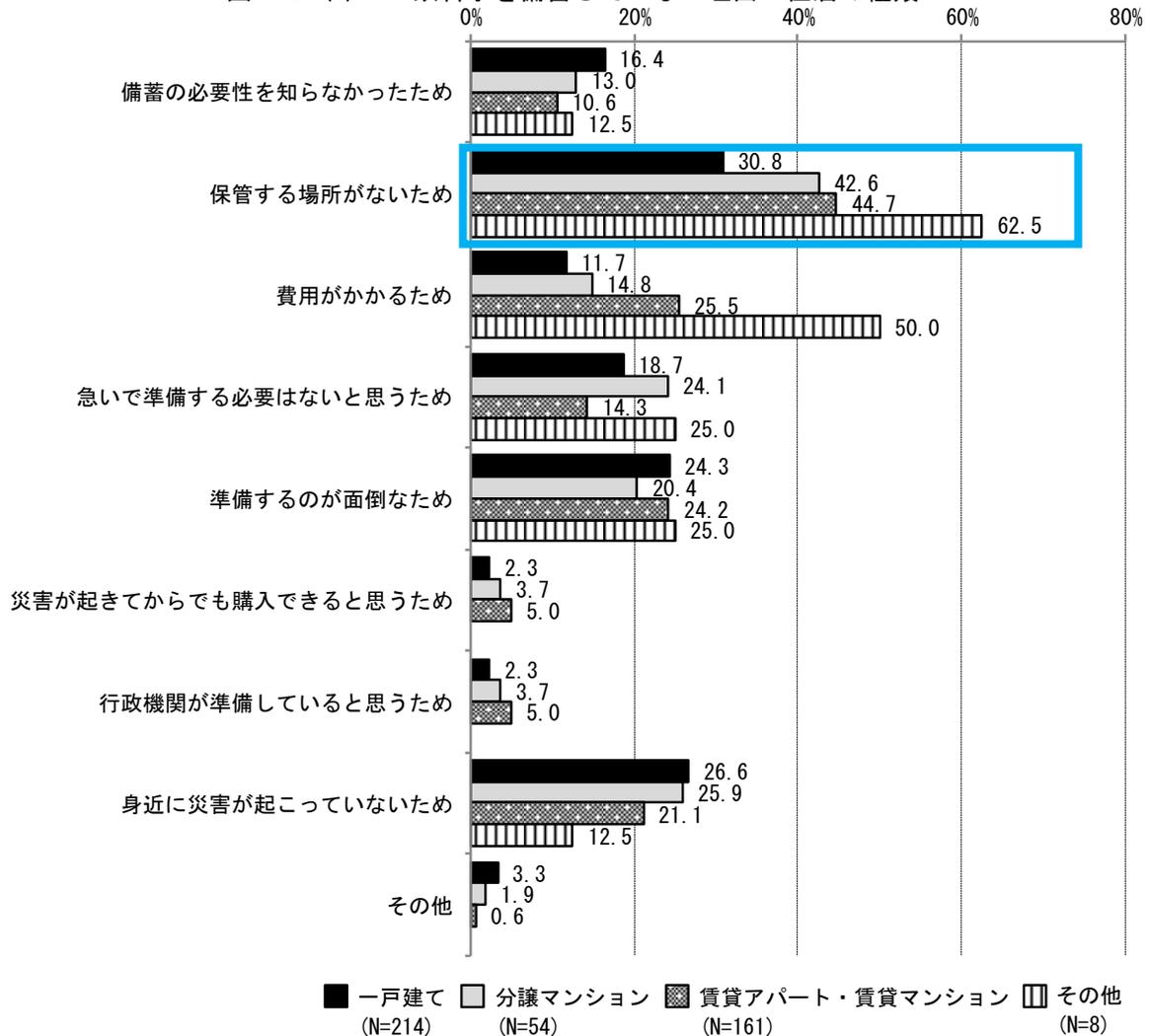
図IV-2-(1)-3 飲料水の備蓄率×住居の種類



(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)

・すべての住居の種類別で「保管する場所がないため」が最も高くなっている。

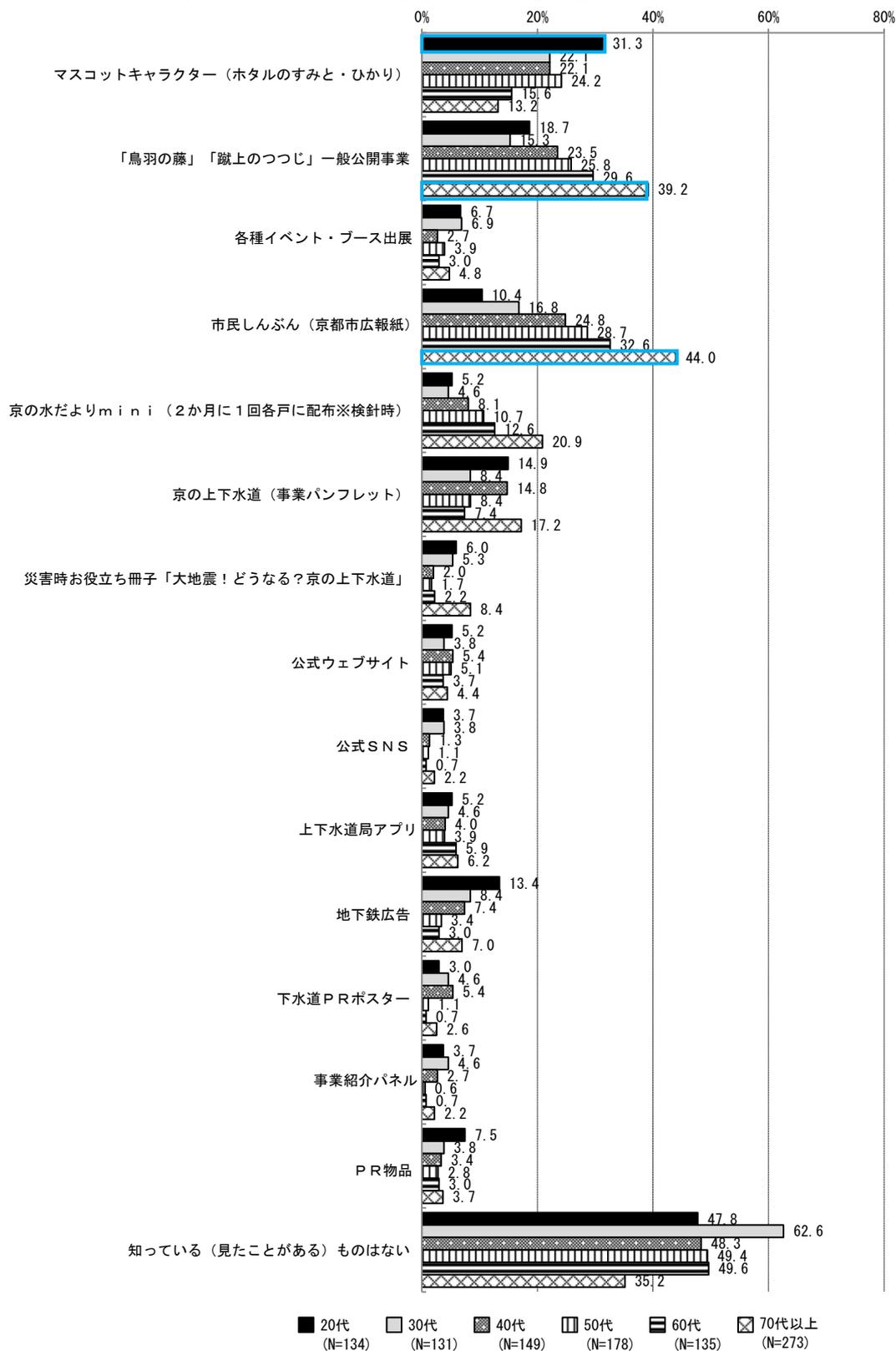
図IV-2-(1)-4 飲料水を備蓄していない理由×住居の種類



## (2) 広報活動・媒体の認知度

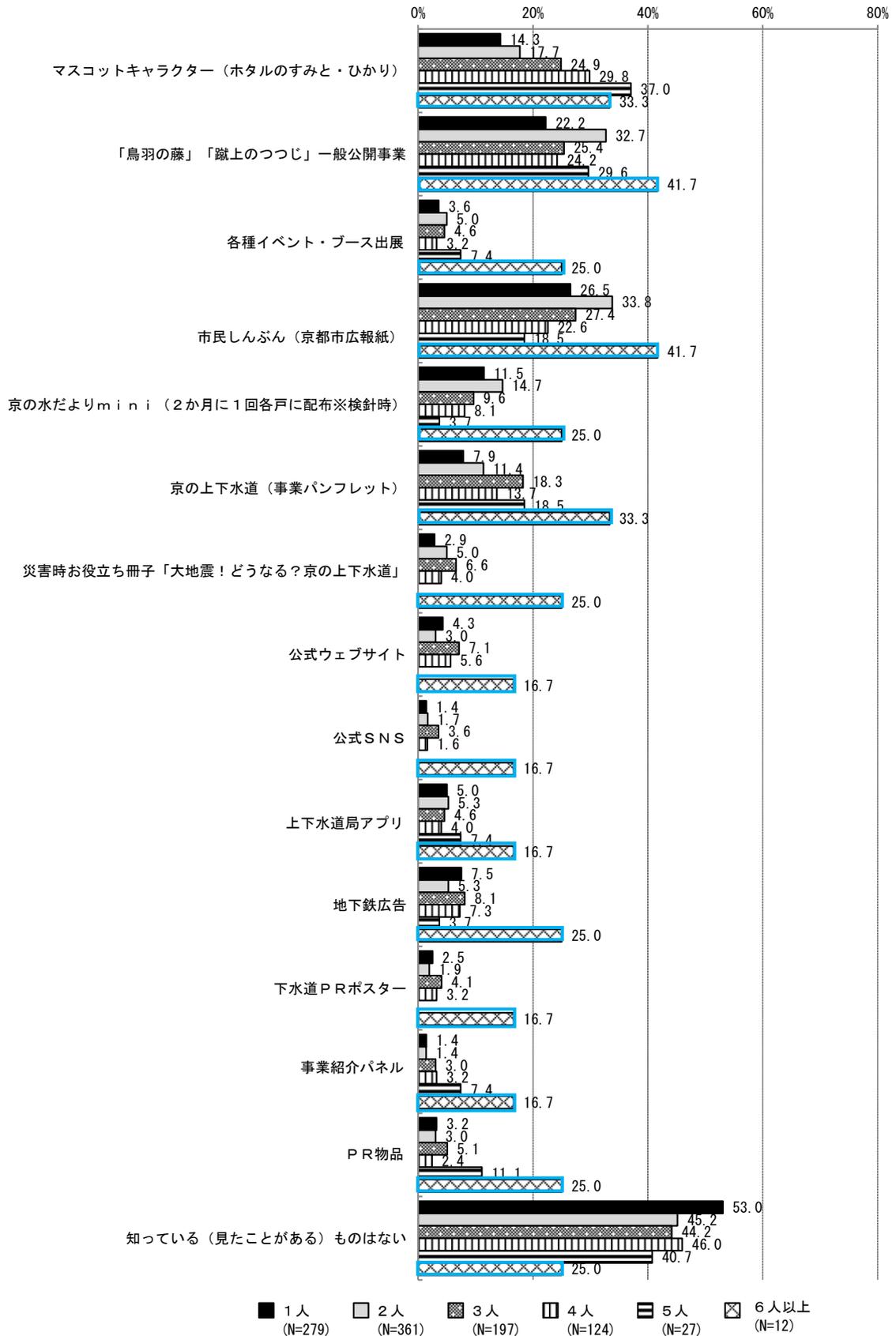
・年代別：「マスコットキャラクター（ホテルのすみと・ひかり）」は「20代」が31.3%で最も多くなっている。「市民しんぶん（京都市広報紙）」及び「鳥羽の藤」「蹴上のつつじ」一般公開事業は「70代以上」が最も多くなっており、それぞれ39.2%、44.0%となっている。

図IV-2-(2)-1 広報活動・媒体の認知度×年代



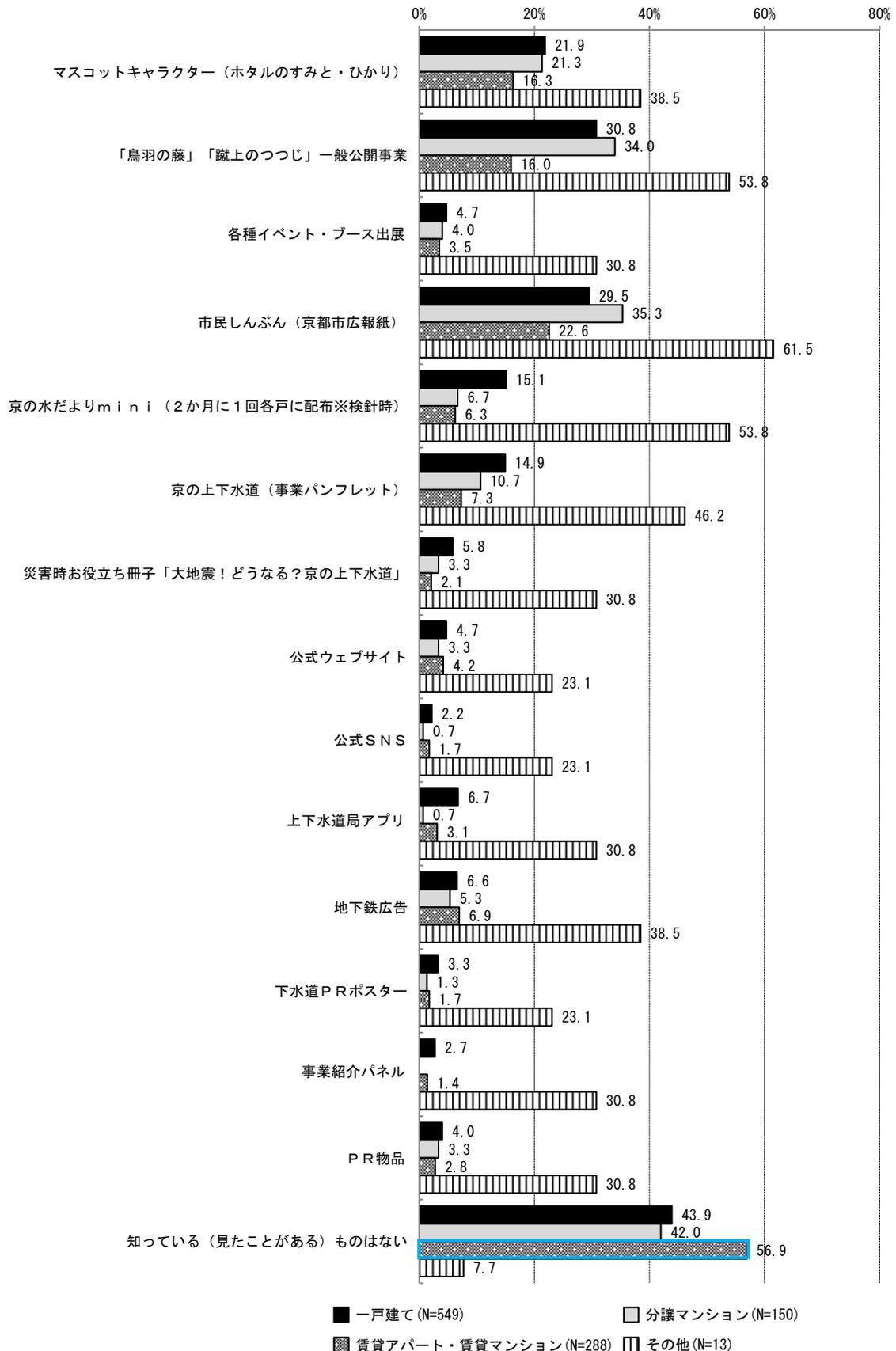
・世帯人数別：各広報活動・媒体の認知度は、世帯人数が「6人以上」の世帯において高くなっている。

図IV-2-(2)-2 広報活動・媒体の認知度×世帯人数



・住居の種類別：「知っている（見たことがある）ものはない」は、「賃貸アパート・賃貸マンション」が最も高く56.9%となっている。

図IV-2-(2)-3 広報活動・媒体の認知度×住居の種類

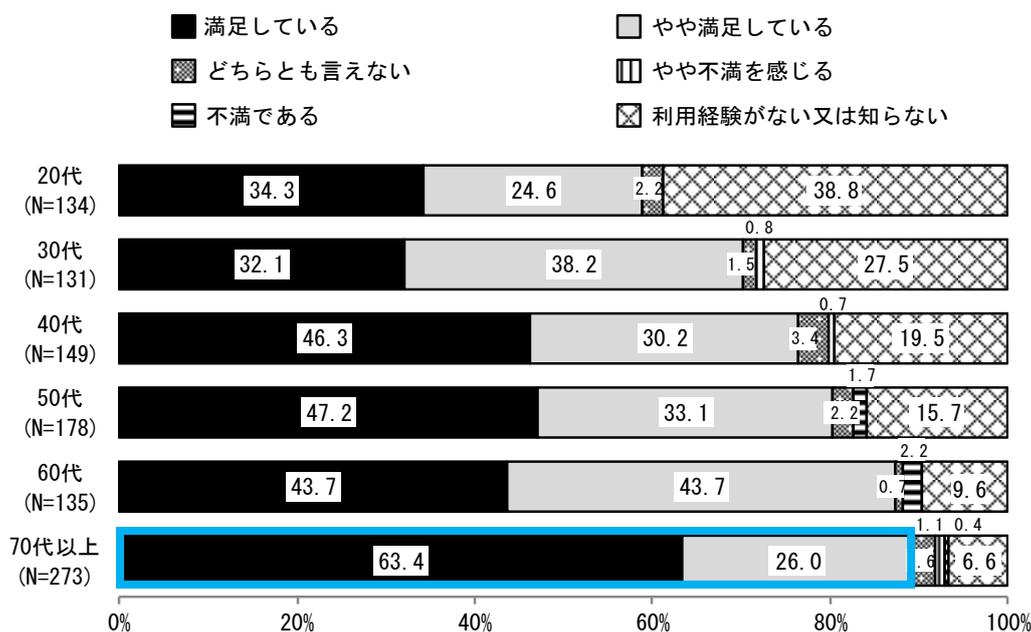


### (3) サービスの利用全般に対するお客さま満足度

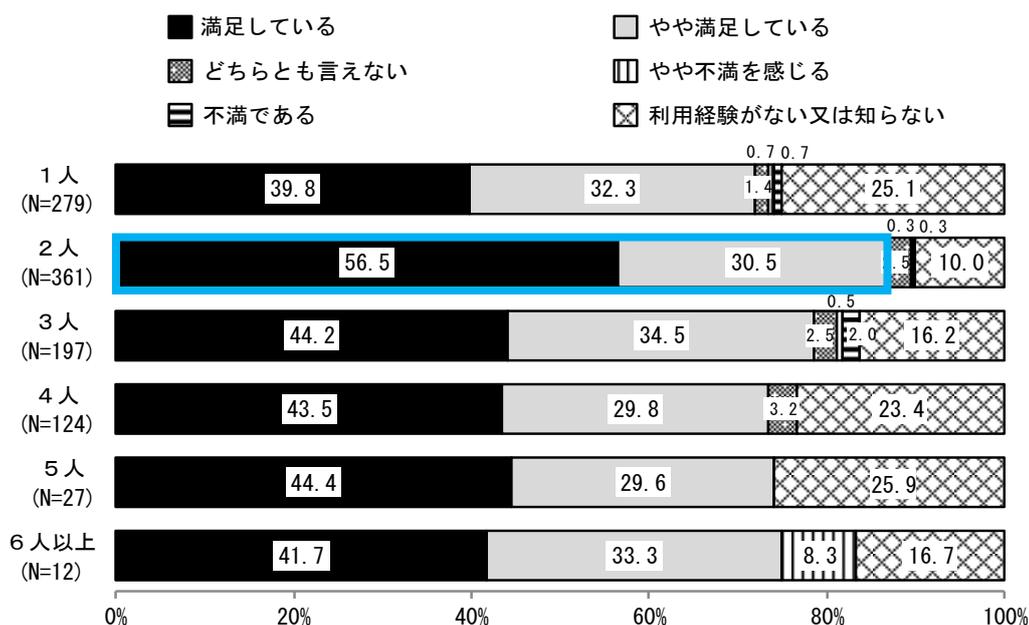
#### ① 料金の支払方法

- ・年代別：「満足している」、「やや満足している」は「70代以上」が89.4%で最も多くなっている。
- ・世帯人数別：「満足している」、「やや満足している」は「2人世帯」が87.0%で最も多くなっている。
- ・住居の種類別：「満足している」、「やや満足している」は「賃貸アパート・賃貸マンション」が70.5%で最も低くなっている。

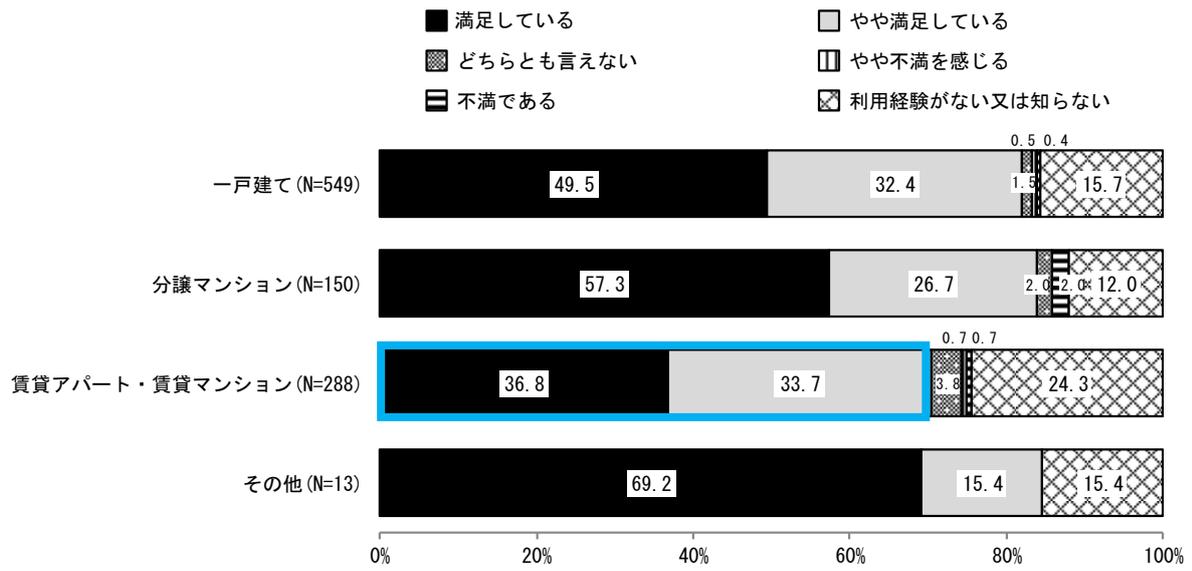
図IV-2-(3)-1 料金の支払方法に対する満足度×年代



図IV-2-(3)-2 料金の支払方法に対する満足度×世帯人数



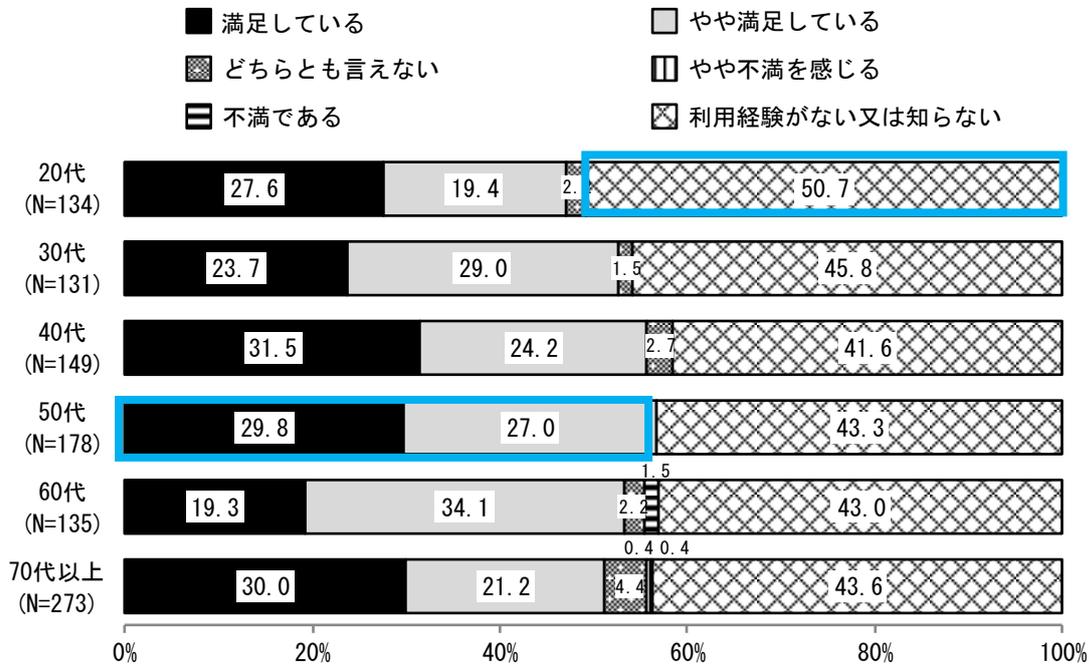
図IV-2-(3)-3 料金の支払方法に対する満足度×住居の種類



## 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「50代」が56.8%で最も多くなっており、「利用経験がない又は知らない」は「20代」が最も高く50.7%となっている。

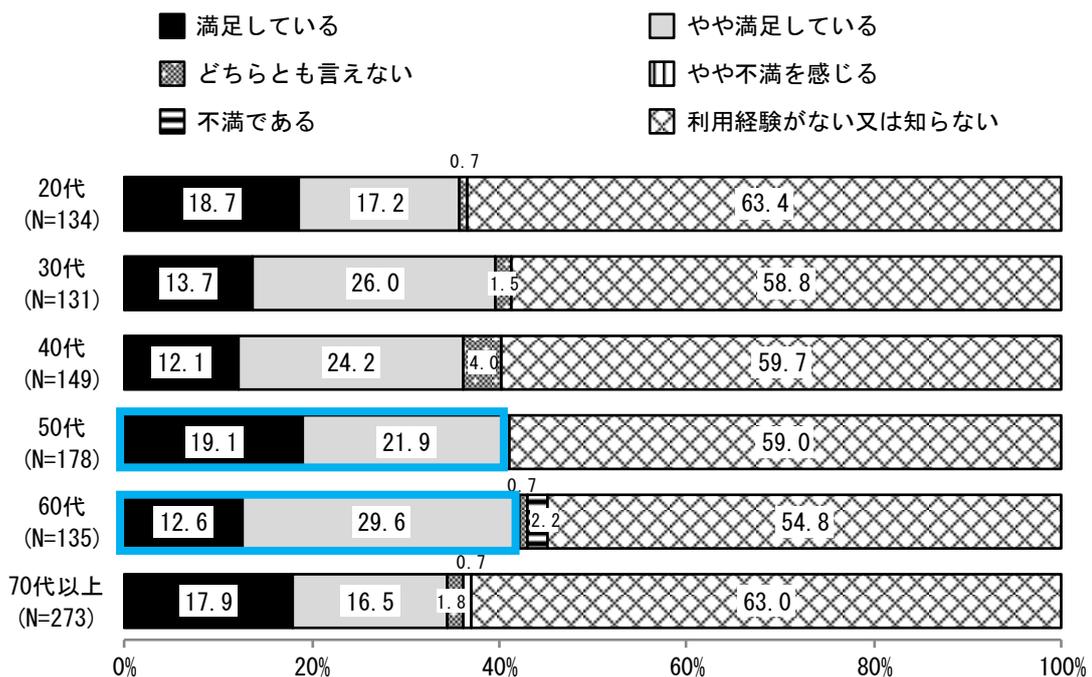
図IV-2-(3)-4 インターネットを活用した各種申込・手続等に対する満足度×年代



## 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「60代」が42.2%で最も多くなっており、次いで「50代」が41.0%となっている。

図IV-2-(3)-5 窓口や電話での対応に対する満足度×年代

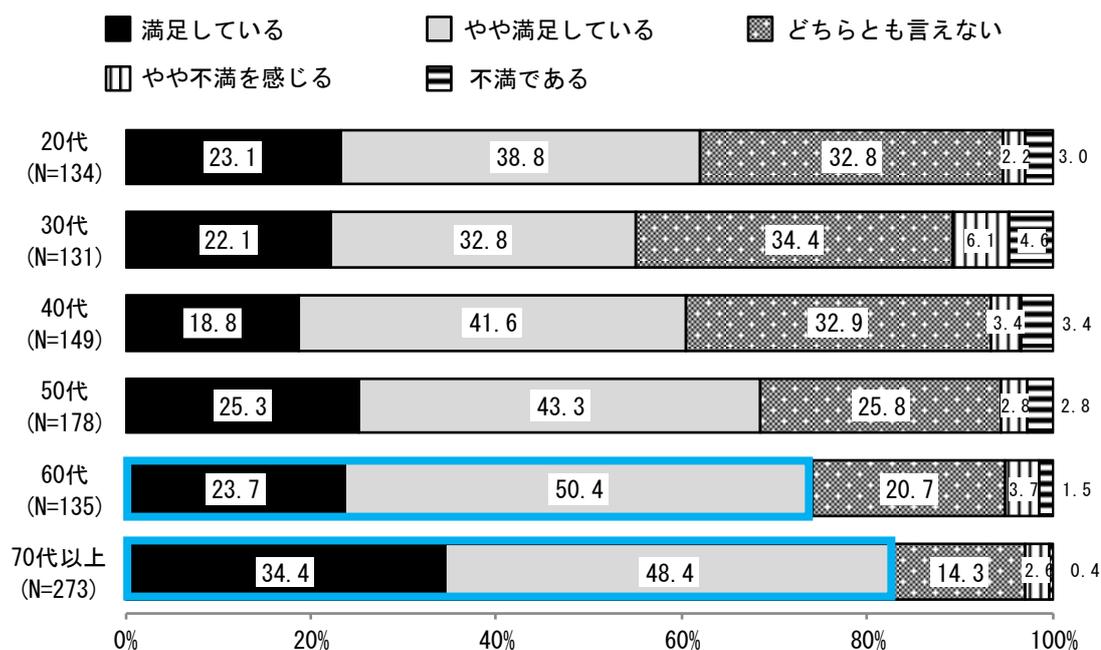


#### (4) 事業に対する総合満足度

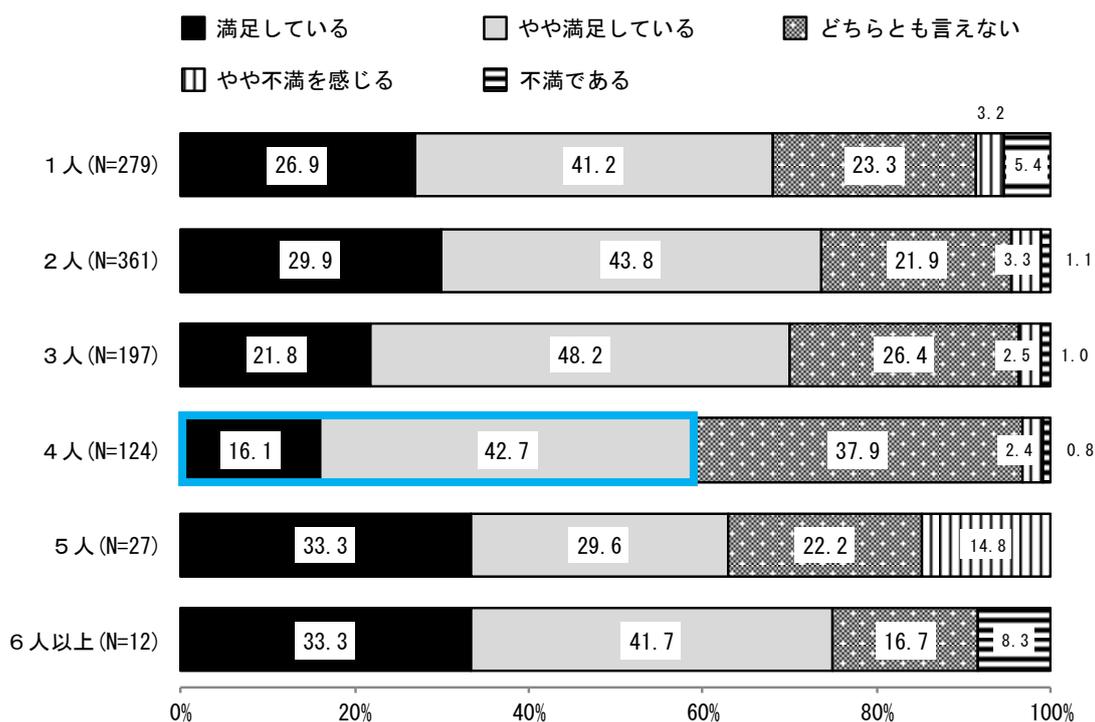
##### ① 属性間クロス集計

- ・年代別：「満足している」、「やや満足している」は「70代以上」が82.8%で最も多くなっており、次いで「60代」が74.1%と多くなっている。
- ・世帯人数別：「満足している」、「やや満足している」は世帯人数「4人」が58.8%で最も低くなっている。

図IV-2-(4)-1 総合満足度×年代



図IV-2-(4)-2 総合満足度×世帯人数

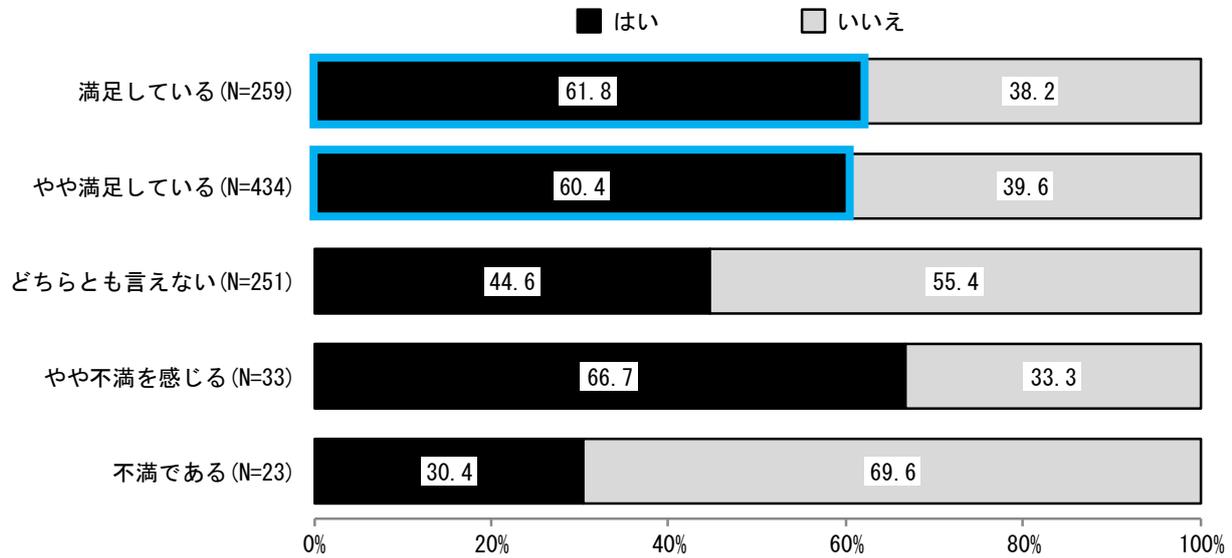


## ② 設問間クロス集計

### ○ 「飲料水の備蓄」との関係

- ・水道・下水道事業全般に「満足している」、「やや満足している」人は、飲料水の備蓄率が高くなっている。

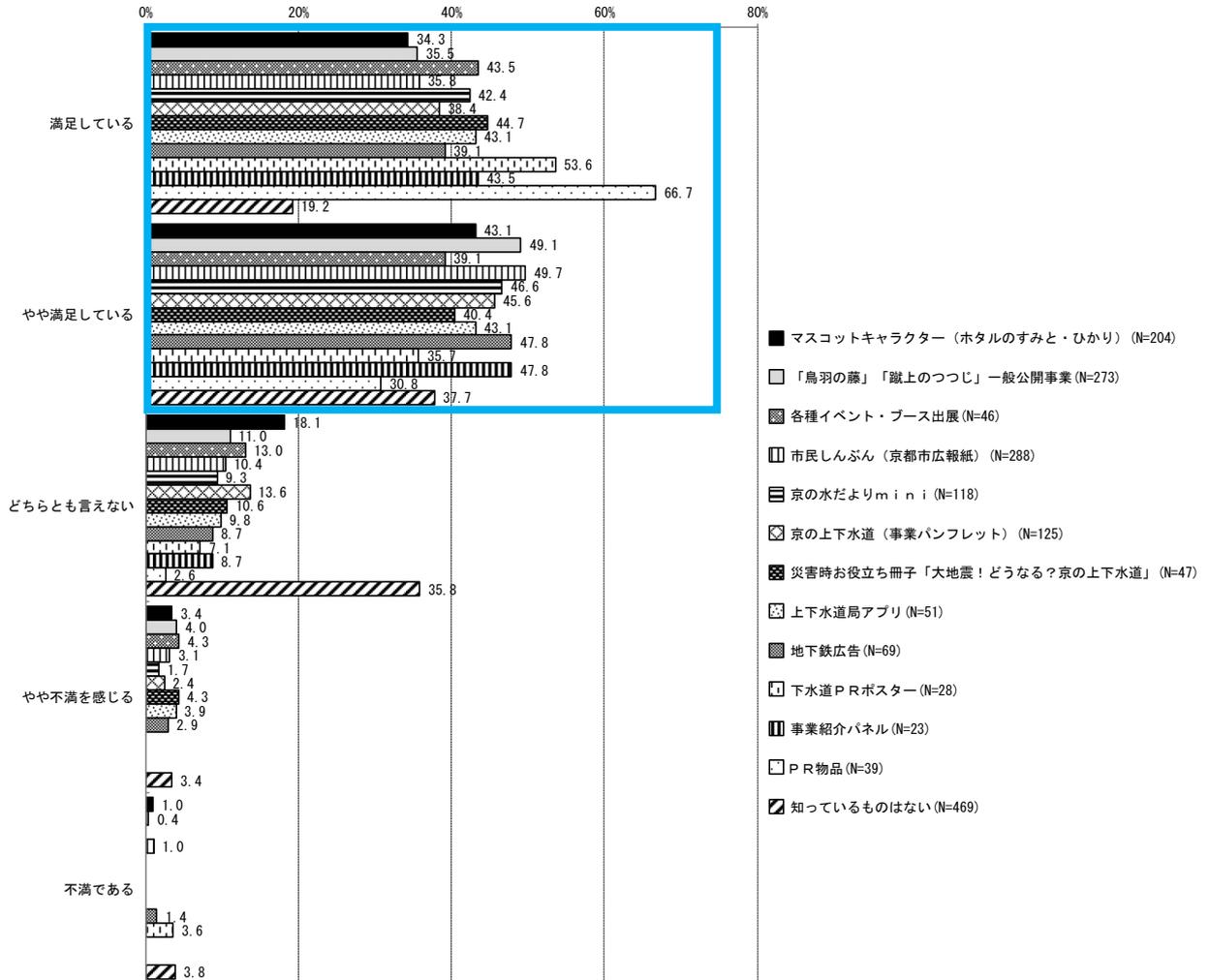
図IV-2-(4)-3 総合満足度×飲料水の備蓄率



○「広報活動・媒体の認知度」との関係

・水道・下水道事業全般に「満足」・「やや満足」している人は、広報活動・媒体の認知度が高くなっている。

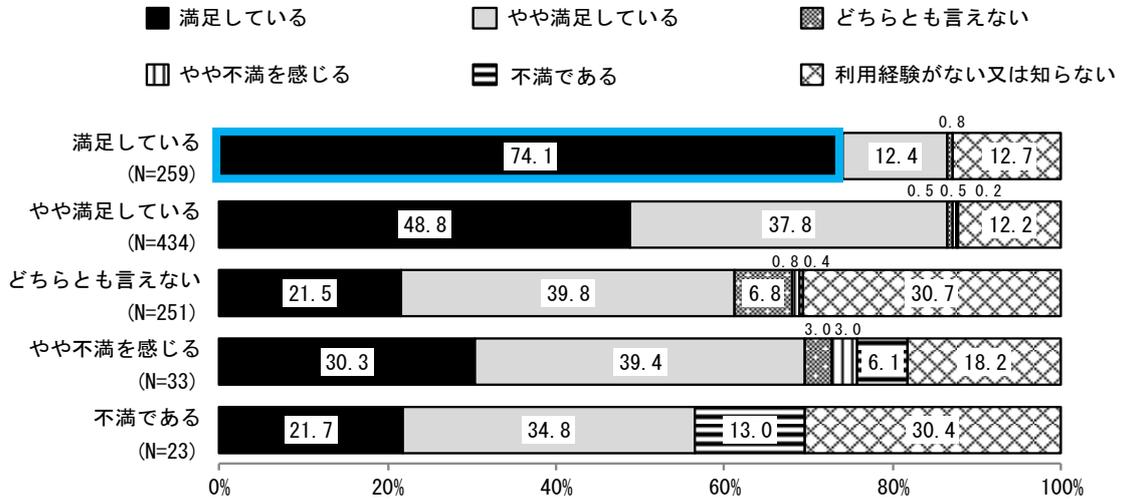
図IV-2-(4)-4 総合満足度×広報活動・媒体の認知度



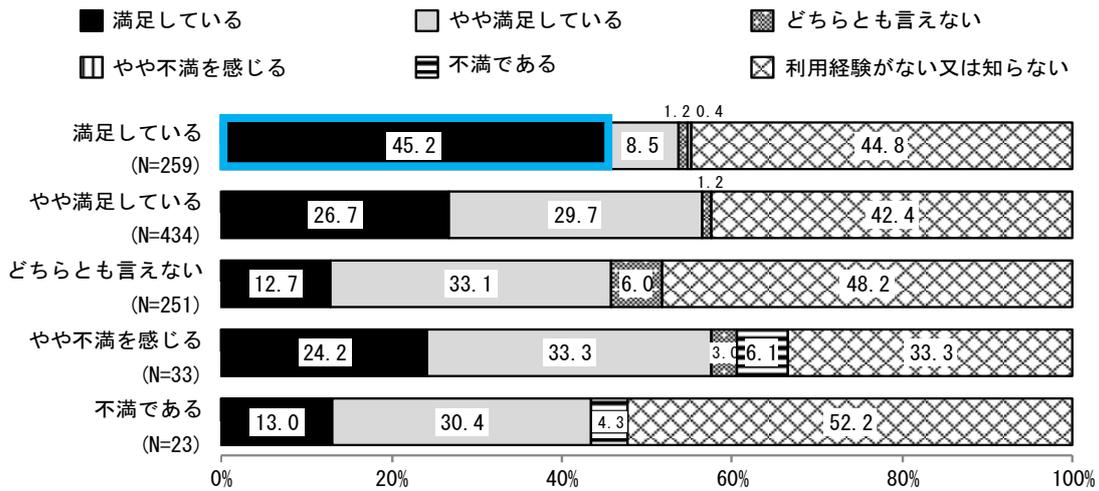
○「サービスの利用全般に対するお客さま満足度」との関係

- ・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」の割合が高くなっている。

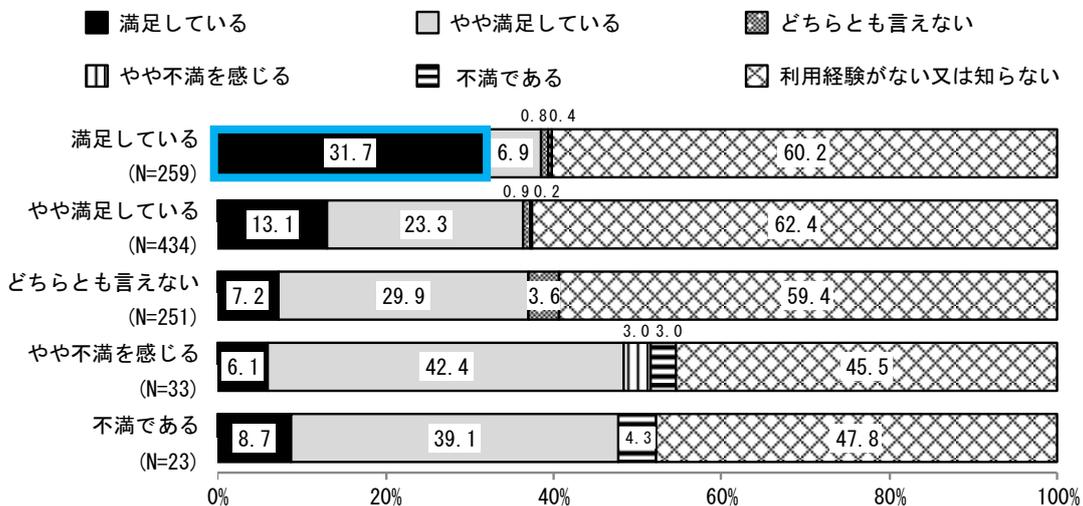
図IV-2-(4)-5 総合満足度×お客さま満足度 (①料金の支払方法)



図IV-2-(4)-6 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)



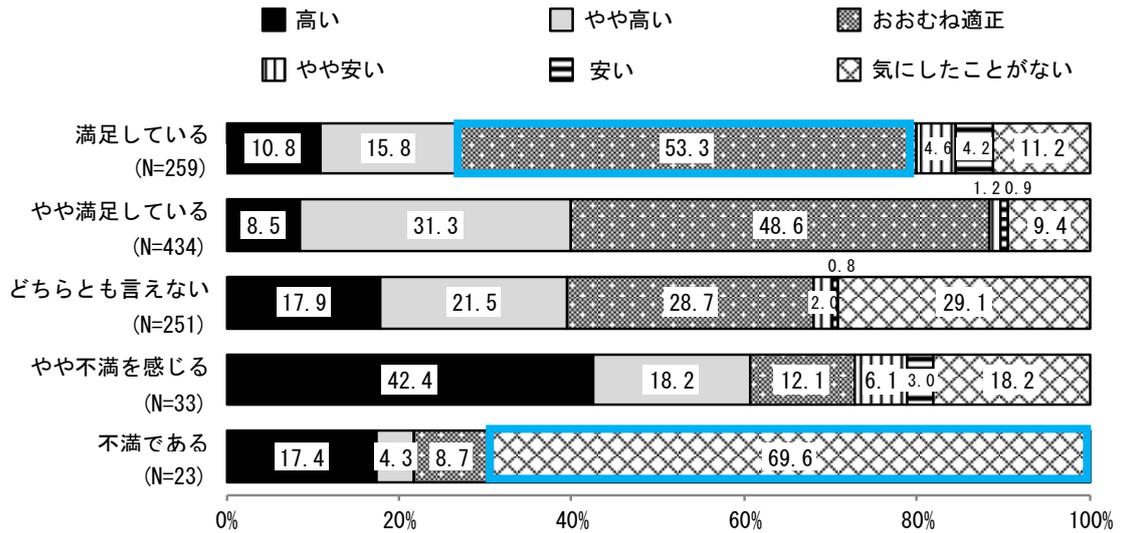
図IV-2-(4)-7 総合満足度×お客さま満足度 (③窓口や電話での対応に対する満足度)



○「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、「気にしたことがない」の割合が高くなっている。

図IV-2-(4)-8 総合満足度×料金に対する印象

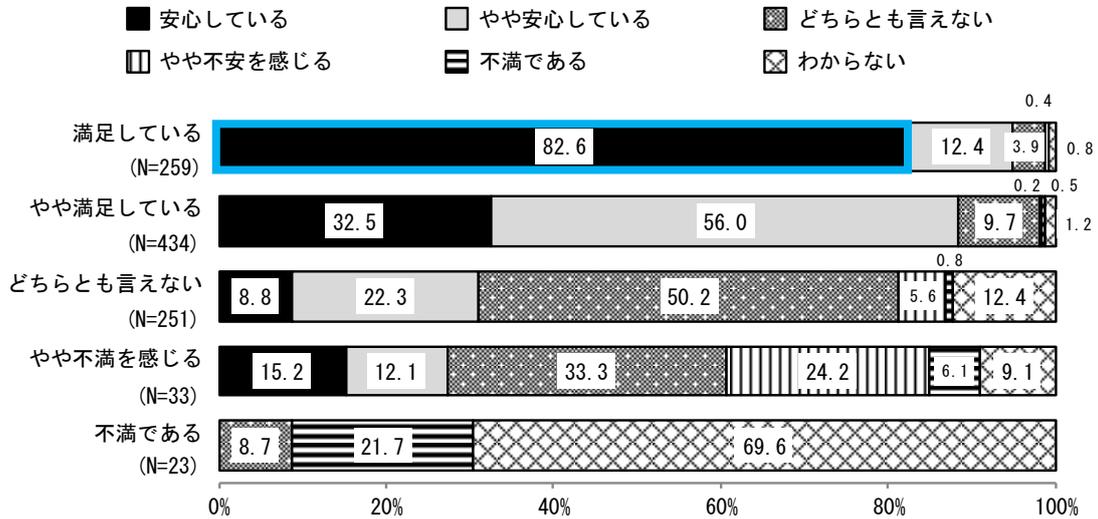


○「事業への安心度」との関係

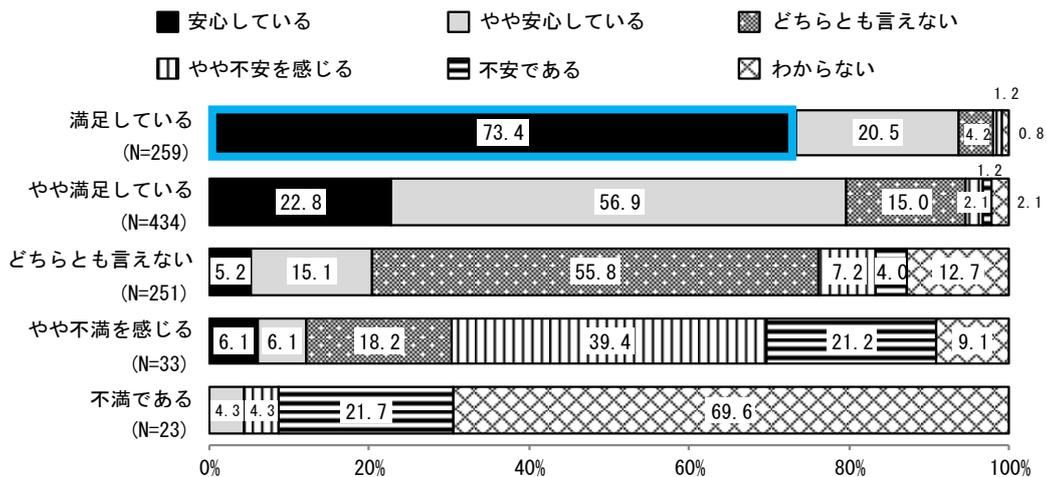
・いずれの項目においても、水道・下水道全般に「満足」している人は、「安心して

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。

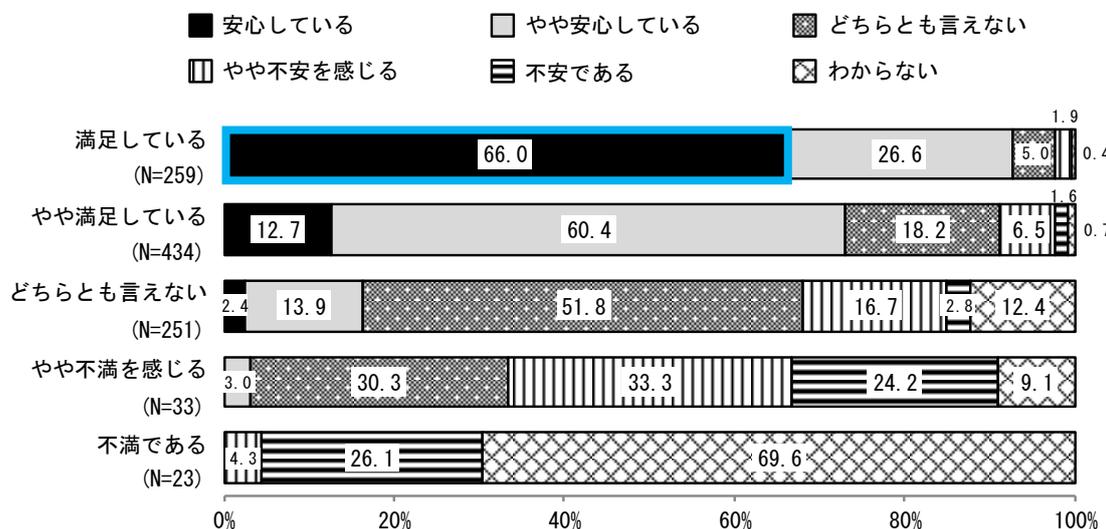
図IV-2-(4)-9 総合満足度×事業への安心度 (①いつでも水道・下水道が利用できること)



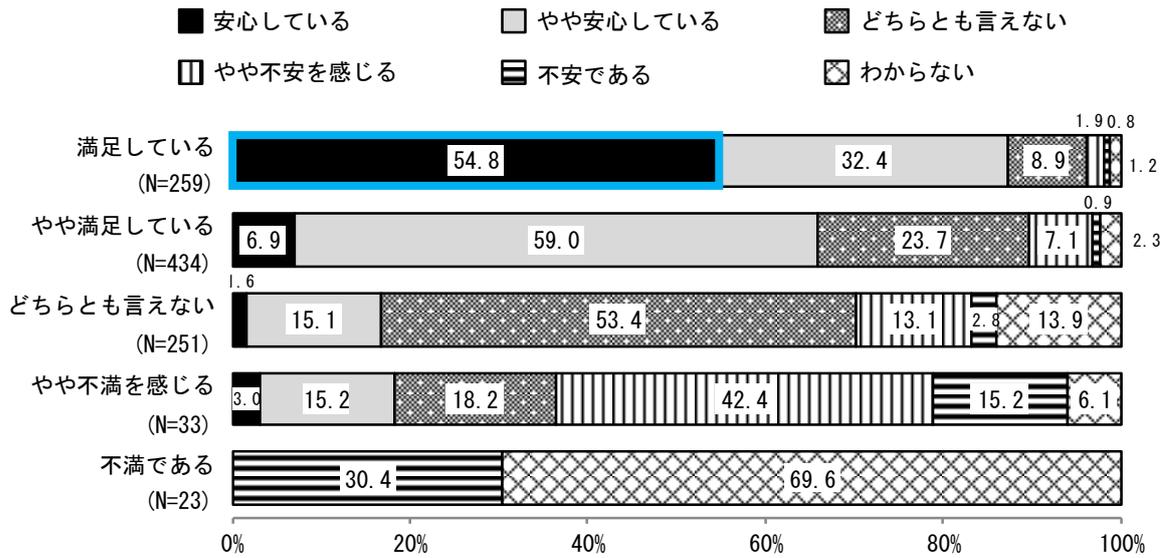
図IV-2-(4)-10 総合満足度×事業への安心度 (②蛇口から直接水道水を飲めること)



図IV-2-(4)-11 総合満足度×事業への安心度 (③水道水の水質・におい)

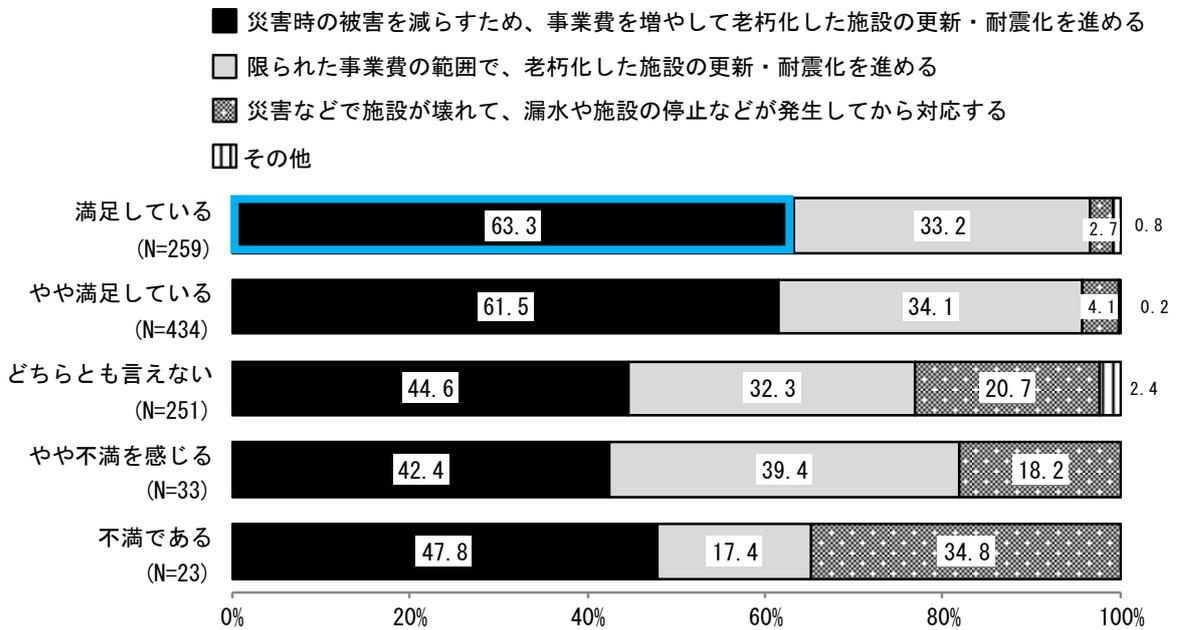


図IV-2-(4)-12 総合満足度×事業への安心度 (④災害時にも施設への被害がないこと)



○「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)-13 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、今後の方向性

#### (1) 飲料水の備蓄率 (Q5~Q7)

- ・ 飲料水の備蓄率は、令和6年度から減少し、令和5年度並みとなった。令和6年度は、能登半島地震や南海トラフ地震臨時情報（巨大地震注意）の発表等が相次いだことによる災害への備えに対する関心の高まりから、一時的に増加した可能性がある。「1人当たりの備蓄量」は、令和6年度と同じ水準を維持しており、備蓄量に関する認知は、高まっているものと推測される。
- ・ 備蓄の必要性の認知経路は、「TV・ラジオの防災・災害関連のニュース等」が最も多く、同じ傾向が続いている。
- ・ 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」が最も高くなっている。「身近に災害が起こっていないため」や「急いで準備する必要はないと思うため」が減少傾向にあり、地震や大雨などの災害が頻発している現状において、備蓄の必要性が一定浸透してきていると考えられる。
- ・ 今後も市民の皆さまに平時から災害に備えていただけるよう、備蓄について、昨年度作成した災害時お役立ち冊子「大地震！どうなる？京の上下水道」や局ホームページ等を通じてPRしていくことが重要である。

#### (2) 広報活動・媒体の認知度 (Q8)

- ・ 「知っている（見たことがある）ものはない」は、令和6年度から概ね横ばいである。
- ・ 「市民しんぶん（京都市広報紙）」の認知度が令和6年度に比べ高くなっている。これは、令和7年7月1号において、琵琶湖疏水施設が国宝・重要文化財に指定されることが掲載されたことが寄与したものと考えられる。
- ・ 「「鳥羽の藤」「蹴上のつつじ」一般公開事業」の認知度は令和6年度に比べ、やや減少している。令和6年度は「鳥羽の藤」「蹴上のつつじ」一般公開事業が5年ぶりの開催となった年であり、注目度が今年度より高かったことが要因と考えられる。
- ・ 全媒体の中では、「マスコットキャラクター（ホテルのすみと・ひかり）」、「「鳥羽の藤」「蹴上のつつじ」一般公開事業」及び「市民しんぶん（京都市広報紙）」の割合が比較的高い。これは、様々な媒体を通じて「すみと・ひかり」のキャラクター・マーケティングに取り組んでいることや、「鳥羽の藤」「蹴上のつつじ」一般公開事業の人気が高いこと、市民しんぶんの情報の受け手が幅広いことが要因と考えられる。
- ・ 特に「マスコットキャラクター（ホテルのすみと・ひかり）」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、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必要がある。
- ・ 一方で、「「鳥羽の藤」「蹴上のつつじ」一般公開事業」のほか「市民しんぶん（京都市広報紙）」や「京の水だよりmini」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おり、高齢層の情報入手先はウェブ等ではなく、紙媒体が高

い状態である。今後も広報・PR情報を発信するにあたっては、インターネットや紙媒体、イベントなど多様な方法によって、全ての世代に情報を届けることが大切である。

### (3) サービスの利用全般に対するお客さま満足度 (Q10)

- ・ 「料金の支払方法」については、2か月に1度の頻度で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「利用経験がない又は知らない」の割合が最も低く、お客さまにとって最も身近なサービスであることが伺える。また、3つの設問の中で「満足している」と回答した割合も57.4%と最も高く、キャッシュレス決済の導入など、これまでの取組について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・手続等に対する満足度」については、「利用経験がない又は知らない」の割合が「窓口や電話での応対に対する満足度」の60.2%に対して、44.4%となっている。令和6年10月から運用開始した「京都市上下水道局アプリ」では、水道・下水道に関する手続が時間を問わず、24時間いつでもできることから、「窓口や電話での応対」と比べ、より身近で利便性の高いサービスとなっていると考えられる。また、繁忙時期における各種申込のアプリへの誘導を目的としたダウンロードキャンペーンなどの取組は、お客さまの利便性向上だけではなく業務効率化にもつながることから、今後も、アプリ未利用者への普及促進を図り、お客さまの利便性向上に努めることで、高い満足度を維持できるよう引き続き取り組んでいく。
- ・ 「窓口や電話での応対」については、「利用経験がない又は知らない」の割合が他2つの設問より高くなっている。これは、これまでインターネットを活用した各種サービスを展開してきたことにより、窓口や電話を利用する頻度が減少傾向にあるのではないかと考えられる。また、「満足している」と回答した割合は3つの設問の中で最も低く40.5%となっている。このため、接遇向上に向けた取組を推進することで、更なるお客さま満足度の向上を図り、引き続き高い満足度を維持していく必要がある。

### (4) 水道・下水道全般の満足度 (Q15)

- ・ 「満足」と「やや満足」を合わせた割合は、令和6年度と比べて5.5ポイント減少し、69.3%となった。内訳を見ると、「やや満足」が低下した一方、「どちらとも言えない」が増加したことにより、満足度が低下する結果となった。
- ・ 指標のクロス集計からは、「広報活動・媒体の認知度」、「サービスの利用全般に対するお客さま満足度」、「料金に対する印象」、「事業への安心度」など、様々な項目と水道・下水道全般の満足度との間に相関関係が見て取れる。
- ・ とりわけ、今年度の調査については、「事業への安心度」が低下しており、これは令和7年1月に発生した埼玉県八潮市での下水道管の腐食に起因する道路陥没事故や4月に発生した本市での水道管漏水事故等を受け、上下水道施設の老朽化に対する社会的不安が高まった影響によるものと考えられる。
- ・ 引き続き、老朽化した管路・施設の改築更新等、ライフラインを守る事業を着実に推進するとともに、利用者の視点に立ったサービスや情報発信などをしっかりと行い、市民の皆さまの上下水道事業に対する理解を深め、満足度の向上につなげていく。



令和7年度 水に関する意識調査報告書

令和8年（2026年）3月

発行：京都市上下水道局 経営戦略室

〒601-8116 京都市南区上烏羽鉾立町 11 番地 3

電話：075-672-3114（直通）