



水道・下水道に関する  
お客さまアンケート  
調査結果報告書

---

( 概要版 )

平成24年(2012年)1月  
横須賀市上下水道局

# 目 次

---

1．目的	・・・	1
2．実施概要	・・・	1
3．内容	・・・	1
4．回収結果	・・・	1
5．調査結果の総括	・・・	2
● 水道の水質について	・・・	2
● 広報について	・・・	3
● 水道料金・下水道使用料について	・・・	7
● 災害対策について	・・・	10
● 新たな収入源の確保について	・・・	14
● 水道・下水道のイメージについて	・・・	16
● 自由意見について	・・・	17
● 事業運営へのお客さまの声の反映	・・・	17
6．回収率の推移	・・・	18

## 【参考資料】

横須賀市の水道・下水道に関するお客さまアンケート 調査票

## 1. 目 的

---

「お客さまの上下水道サービスに対する満足度とニーズの把握」

- ☞ マスタープラン 2010 を総括するため、上下水道事業に対するお客さま満足度を継続調査
- ☞ お客さまの声が反映された事業運営の実現に向けて、お客さまのニーズを把握
- ☞ マスタープラン（2011～2021）及び上下水道事業のPR

## 2. 実施概要

---

- |          |                                   |
|----------|-----------------------------------|
| (1) 調査方法 | メール便を利用したアンケート調査                  |
| (2) 調査地域 | 本市全域                              |
| (3) 調査対象 | 本市上下水道を利用しているお客さま（用途：家事営業用）       |
| (4) 標本数  | 2,000人                            |
| (5) 抽出方法 | 料金システムから無作為に抽出                    |
| (6) 調査時期 | 平成23年7月6日（水）から平成23年7月29日（金）【24日間】 |

## 3. 内 容

---

- (1) 水道水の水質について
- (2) 広報について
- (3) 水道料金・下水道使用料について
- (4) 災害対策について
- (5) 新たな収入源の確保について
- (6) 水道・下水道のイメージについて

## 4. 回収結果

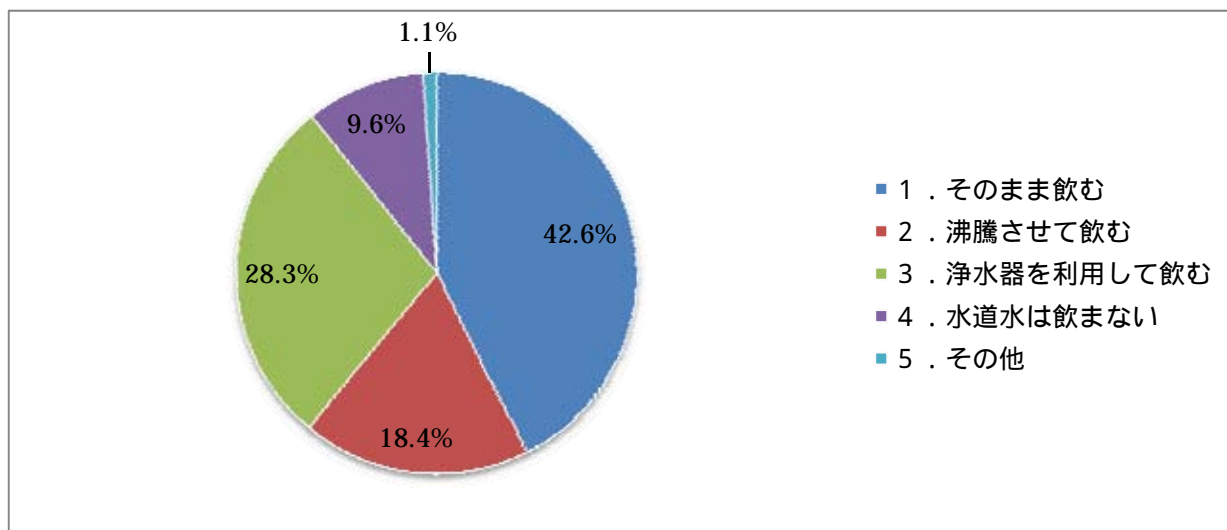
---

標本数	2,000人
回収数	904人
回収率	45.2%

## 5. 調査結果の総括

### ● 水道の水質について

#### 問1 「水道水の飲み方」

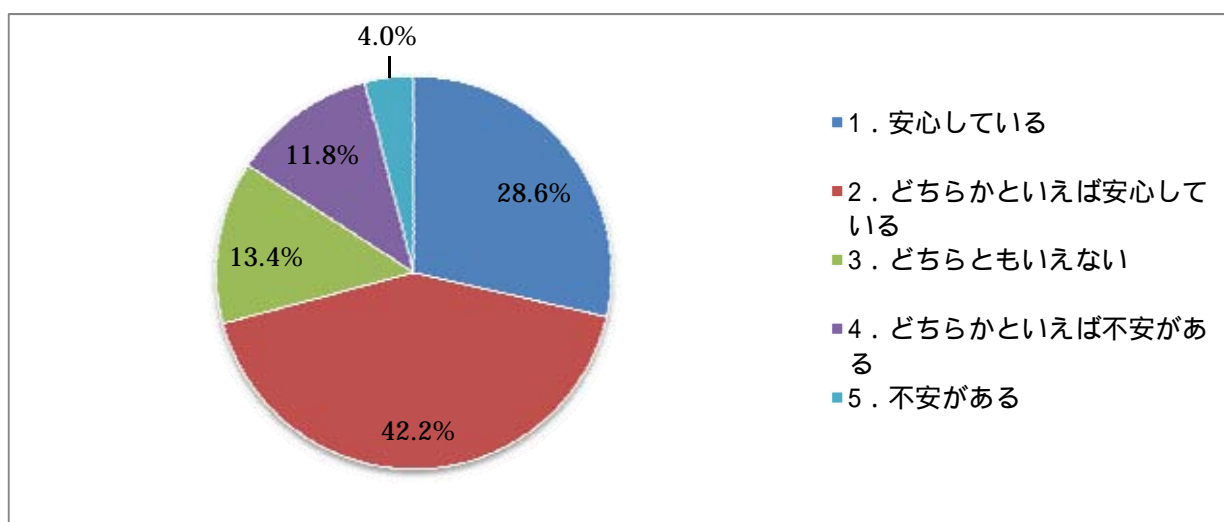


「水道水の飲み方」は「そのまま飲む」42.6%で前回調査からわずかに増加し、微増傾向にある反面、「水道水は飲まない」も9.6%で微増傾向にあります。

お客さまの年齢が高いほど「そのまま飲む」が増える傾向があります。回答者の年齢構成と本市の人口構成を比較すると、回答者の年齢構成の方が高年齢に偏っているため「そのまま飲む」が多くなっていると考えられます。したがって、実際に水道水を「そのまま飲む」割合は、調査結果より低いと想定されます。

「水道水質への安心感」が高いほど「そのまま飲む」が増える傾向があるため、水道水質への安心感を向上させることが「そのまま飲む」を増やすことにつながると考えられます。

#### 問2 「水道水質」

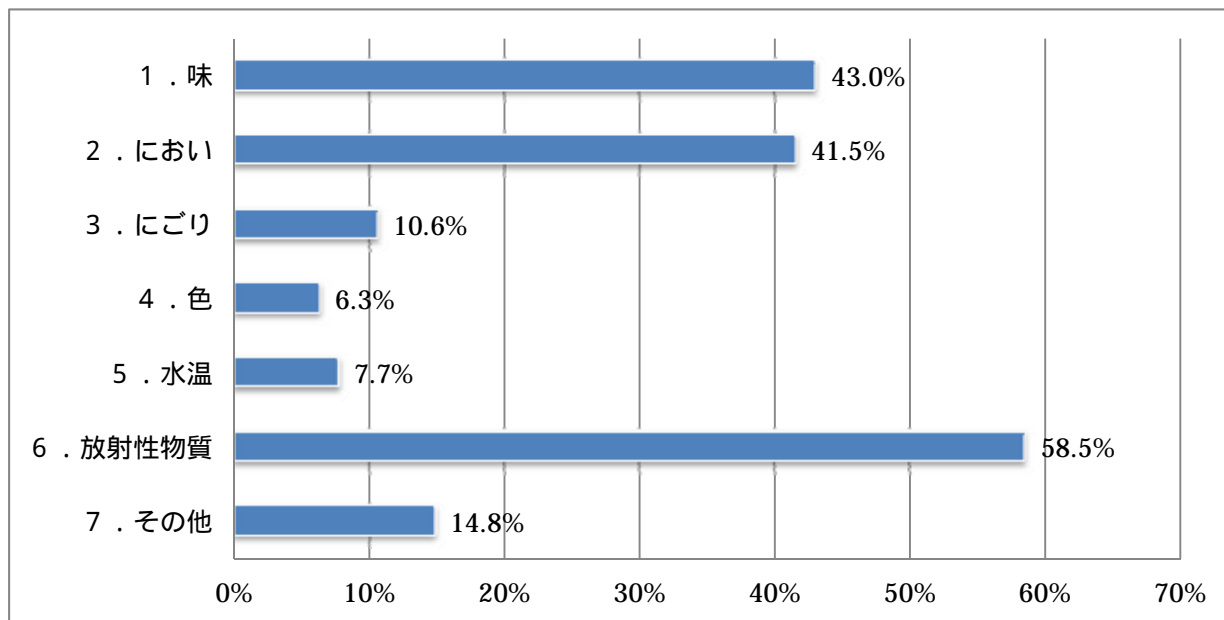


「水道水質への安心感」は「安心している」が28.6%、「どちらかといえば安心している」が42.2%でともに前回調査から減少しました。問2 - 2「水道水を不安に感じる要素」で「放射性物質」を選択した割合が58.5%と唯一半数を超えており、福島第一原発の事故の影響により水道水から放射

性物質が検出されたことが「水道水質への安心感」を低下させた一因と考えられます。

「水道の情報提供の満足度」が高いほど「水道水質への安心感」が増える傾向があるため、水道の情報提供を充実させることが「水道水質への安心感」の向上につながると考えられます。

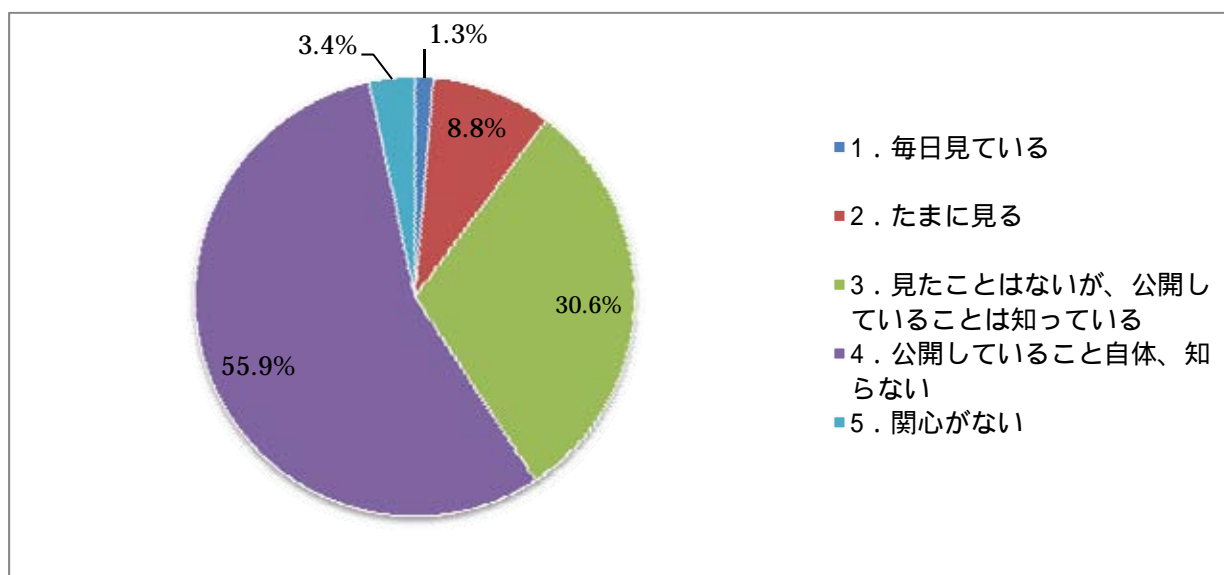
### 問2 - 2 「水道水質に不安を感じる要素」



「水道水質に不安を感じる要素」は「におい」が41.5%で平成20年度以降、増加傾向にあります。水道水の塩素臭を低減するなど、マスタープランに掲げた水道水質の向上を着実に実行し、数値の改善を図る必要があります。

### ● 広報について

#### 問3 「放射性物質の検査結果のホームページ公開」

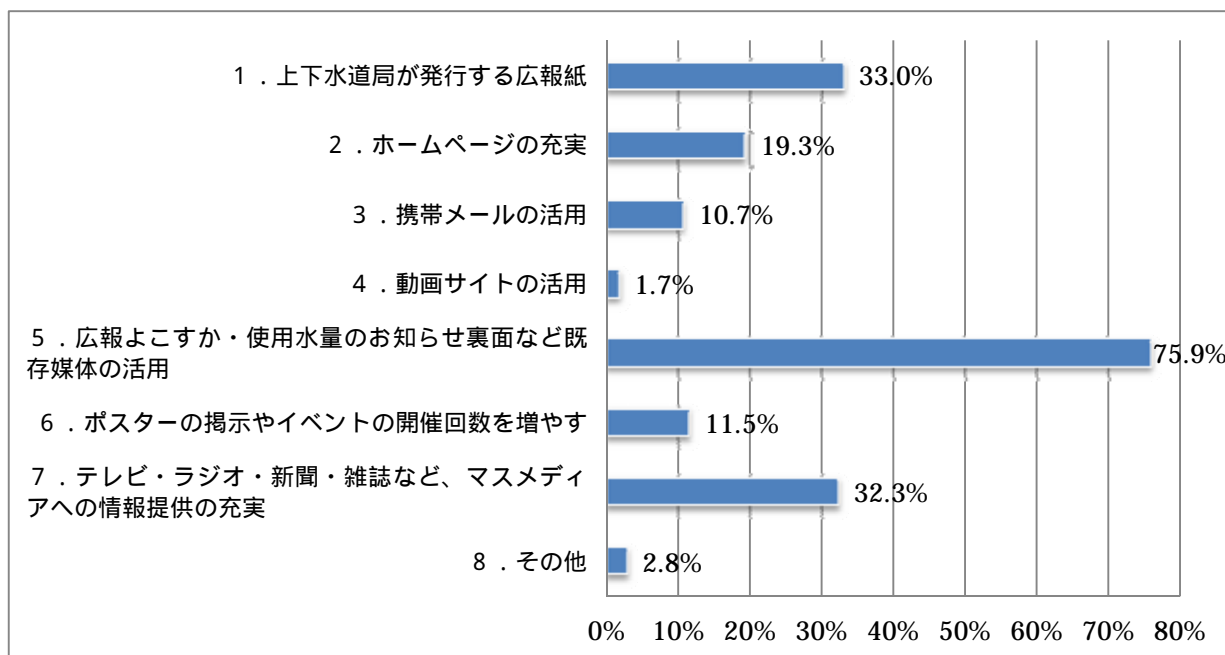


水道水や下水汚泥に含まれる放射性物質の検査結果のホームページを見たことがある割合はわずか10.1%にとどまり、公開していることを知らない割合は55.9%に上りました。

「水道水質に不安を感じる要素」では58.5%が「放射性物質」を挙げており、ホームページのP

Rやホームページ以外の方法によって水道水の安全性を広報することが、「水道水質に対する安心感」の向上につながると考えられます。

#### 問4「有効な情報発信の手段」



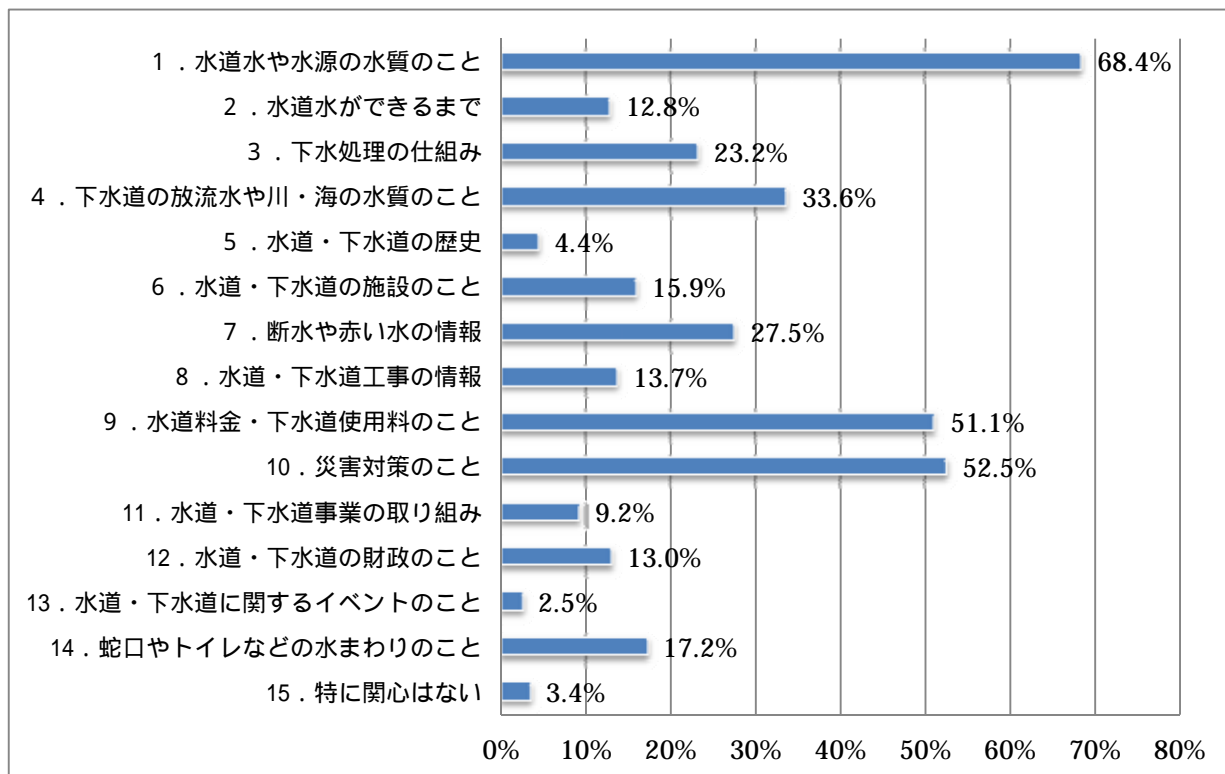
「有効な情報発信の手段」は「広報よこすか・使用水量のお知らせの裏面など既存媒体の活用」が75.9%で最も多く、今年度から発行する「上下水道局の広報紙」が33.0%、「テレビ・ラジオ・新聞・雑誌など、マスメディアへの情報提供の充実」が32.3%の順になりました。

若年層では「ホームページの充実」など電子媒体を選び、高年齢になるほど「上下水道局の広報紙」など紙媒体を選ぶ傾向があります。

いずれの情報発信手段も、お客さまの目に留まらなければ意味がありません。より多くのお客さまに見ていただけるよう、情報の内容や見せ方、紙媒体・電子媒体・マスメディアなどの手段の組み合わせなどを工夫する必要があります。

また、有効な手段として約1/3が挙げている「マスメディアへの情報提供を充実」させるためには、マスメディアに取り上げてもらえる様に情報提供を工夫する必要があります。

問5 「関心がある上下水道の情報」

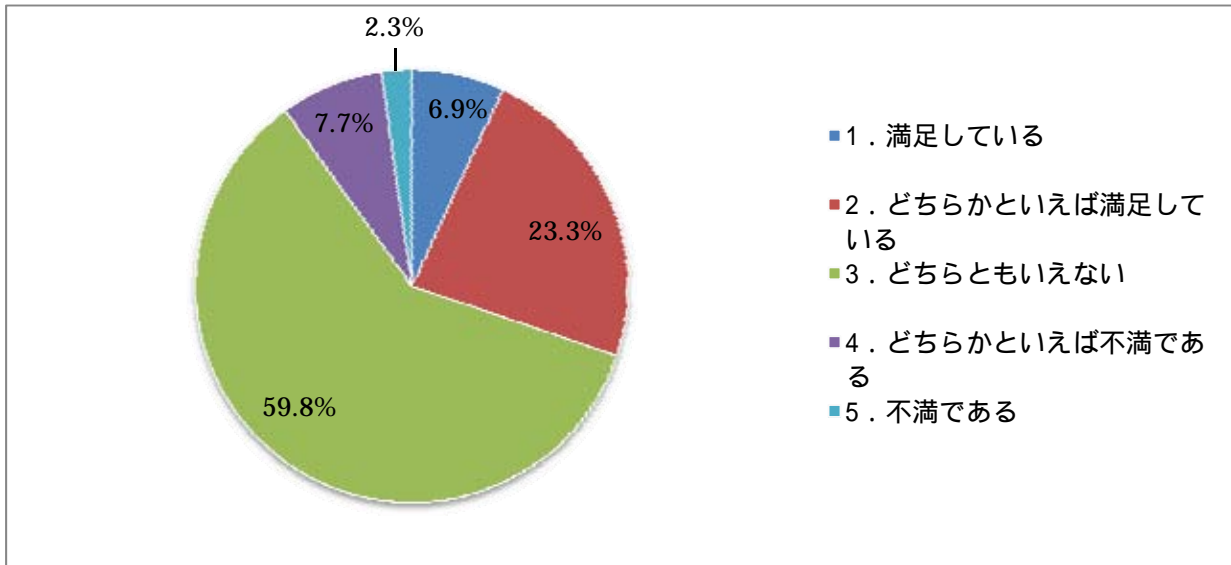


「関心がある上下水道の情報」では「水道水や水源の水質のこと」が68.4%、「災害対策のこと」が52.5%、「水道料金・下水道使用料のこと」が51.1%で半数を超えました。

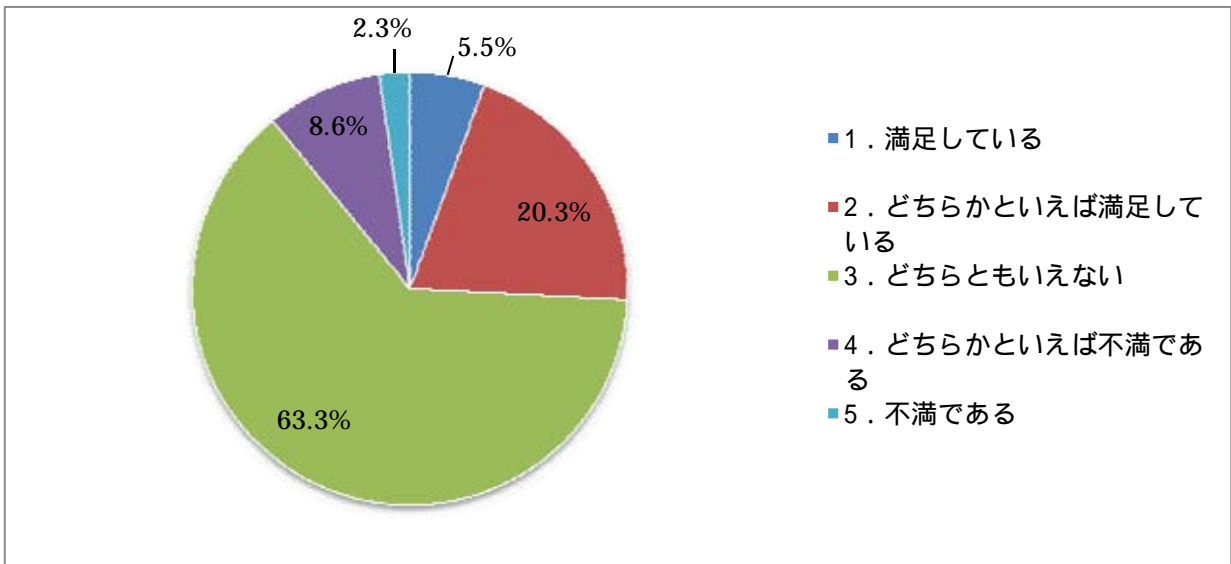
水道・下水道の情報提供に満足していない場合では「災害対策のこと」、「水道料金・下水道使用料のこと」を選ぶ割合が高くなる傾向があり、災害対策と水道料金・下水道使用料についての情報提供を充実させることが、情報提供の満足度の向上につながると考えられます。

また、「水道水や水源の水質のこと」への関心が高いことに加え、その他の意見では「放射性物質に関することを知りたい」との意見が最も多く、水道水に含まれる放射性物質の情報提供を充実させることが、水道水への安心感や情報提供の満足度向上につながると考えられます。

問6 「水道の情報提供の満足度」



問7 「下水道の情報提供の満足度」



「水道の情報提供の満足度」、「下水道の情報提供の満足度」はともに経年で減少傾向にあります。「満足している」、「どちらかといえば満足している」の合計は、水道で30.2%、下水道で25.8%にとどまり、「どちらともいえない」が水道で59.8%、下水道では63.3%に上っています。

情報提供の満足度が高いほど「水道水の飲み方」、「水道水質への安心感」、「水道料金・下水道使用料の水準」、「水道・下水道のイメージ」など他の指標も好転する傾向があることから、情報提供の満足度向上は、最優先で取り組むべき課題であると言えます。

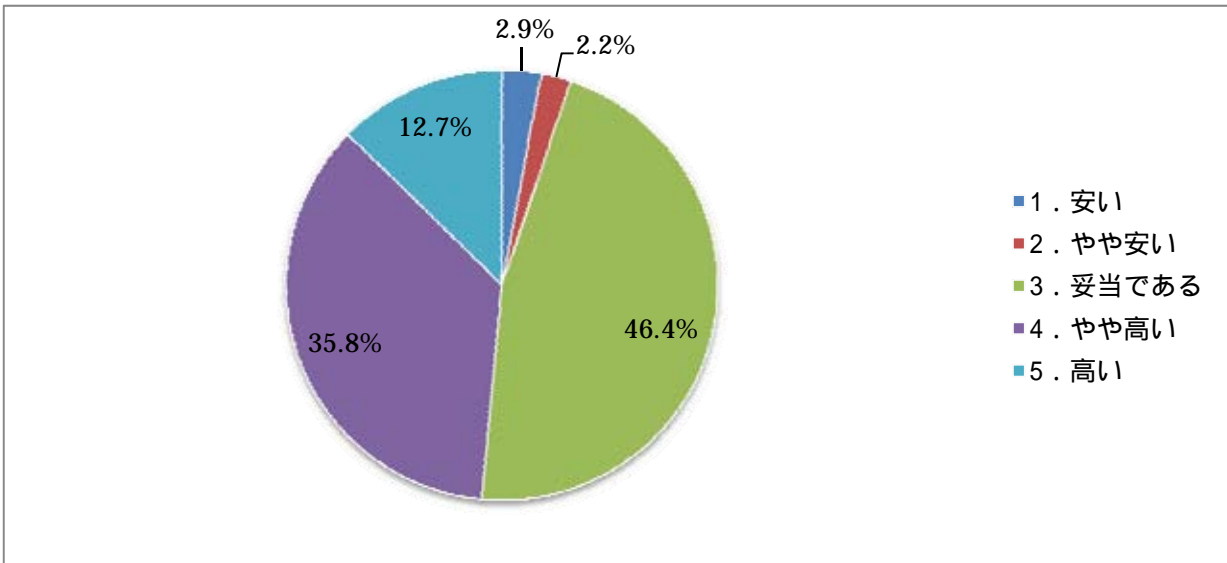
水道・下水道の情報提供の満足度が減少傾向にある原因は、お客さまのニーズの変化・多様化に、局の情報提供が対応できていないことだと考えられます。

情報提供の満足度を向上させるためには、お客さまのニーズに合わせて提供する情報の質・量、情報発信の手段を工夫するなど、より効果的な広報活動を展開していく必要があります。



● 水道料金・下水道使用料について

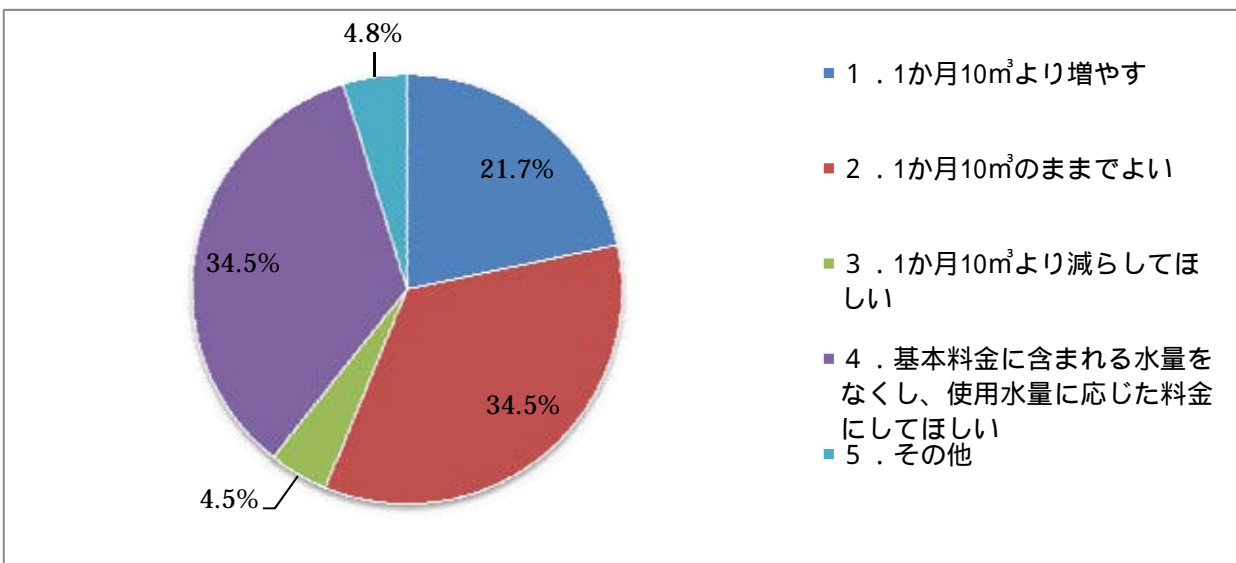
問8 「水道料金・下水道使用料の水準」



「水道料金・下水道使用料の水準」は「妥当」と考えている割合が46.4%で最も多く、「やや高い」が35.8%、「高い」が12.7%の順になっています。

「水道・下水道の情報提供の満足度」が高いほど、「妥当」「安い」と感じる割合が増えています。また、「関心がある上下水道の情報」でも「水道料金・下水道使用料のこと」を半数以上(51.1%)の人が挙げており、水道料金・下水道使用料に関する情報提供を充実させることで、水道料金・下水道使用料の水準が「妥当」と感じる割合が「安い」「やや安い」を含めて高くなると考えられます。

問9 「基本料金に含まれる水量」



「基本料金に含まれる水量」は「1か月10m<sup>3</sup>のままでよい」と「基本料金に含まれる水量をなくし、使用水量に応じた料金にしてほしい」が34.5%で並び、「1か月10m<sup>3</sup>より増やしてほしい」が21.7%で続いています。また、「1か月10m<sup>3</sup>より減らしてほしい」と「基本料金に含まれる水量をなくし、使用水量に応じた料金にしてほしい」を合わせると39.0%となり、「1か月10m<sup>3</sup>より減らして

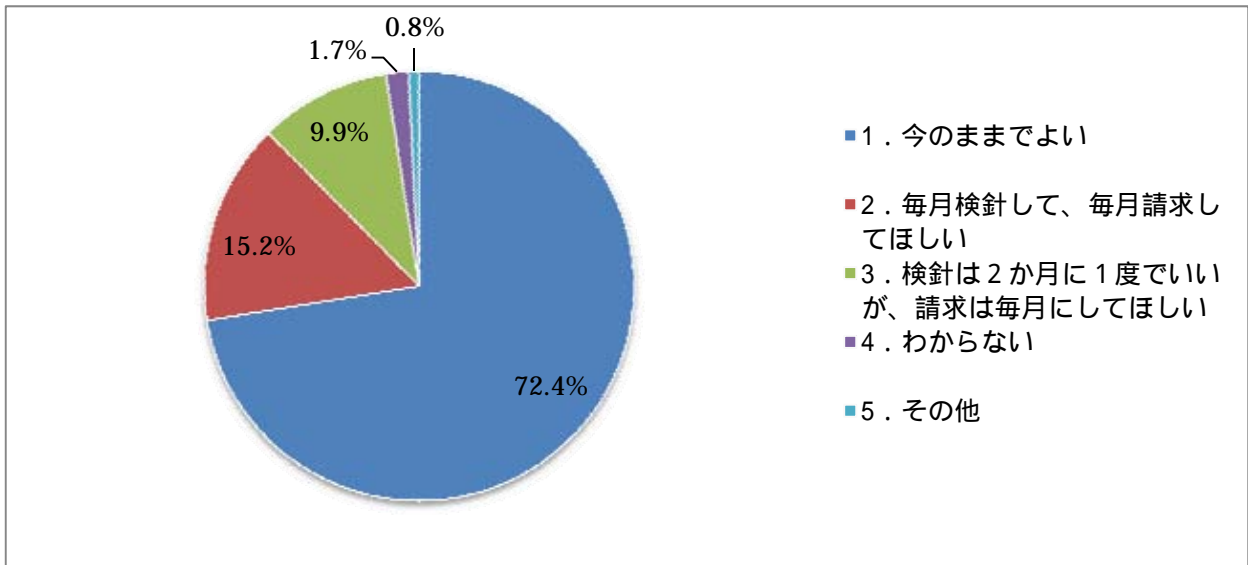
ほしい」と考えているお客さまが最も多くなりました。

実際の水道料金・下水道使用料が低い方が「1か月10m<sup>3</sup>のままでよい」を選び、高い方が「1か月10m<sup>3</sup>より増やしてほしい」を選ぶ傾向があります。

また「基本料金に含まれる水量をなくし、使用水量に応じた料金にしてほしい」は水道料金・下水道使用料の高低にかかわらず30%を超える割合で選ばれています。

その他の意見では「現行の料金制度が分かりづらい」との声も多く寄せられており、お客さまに理解していただける水道料金・下水道使用料のあり方について検討する必要があります。

#### 問10「検針・請求の方法」

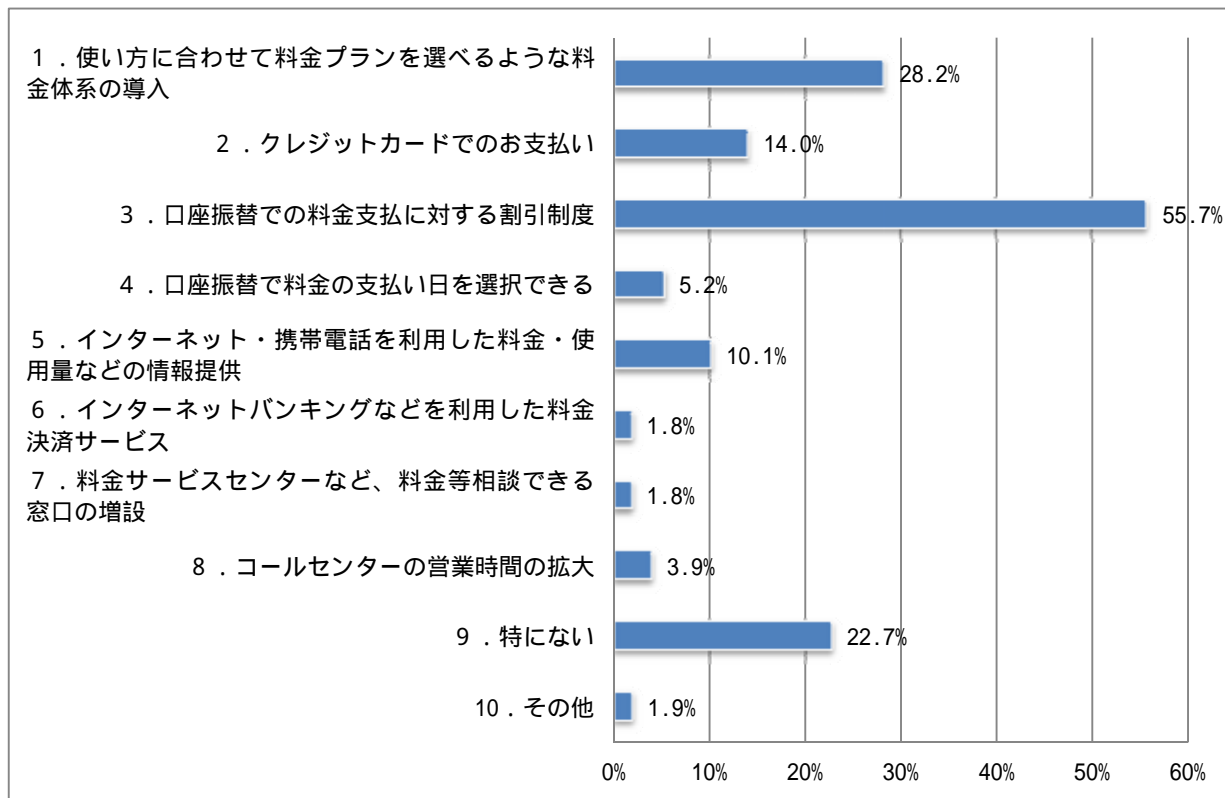


検針・請求の方法は「今のままでよい」が72.4%で大多数を占め、「毎月検針して、毎月請求してほしい」が15.2%、「検針は2か月に1度でいいが、請求は毎月にしてほしい」が9.9%の順になっています。

水道料金・下水道使用料の水準を「高い」と感じているほど、「毎月検針して、毎月請求してほしい」、「検針は2か月に1度でいいが、請求は毎月にしてほしい」が増える傾向があり、2か月に1度の請求がお客さまの負担感の増加につながっていると推測されます。

その他の意見では「より費用のかからない検針・請求方法」を求める声もあり、導入による費用の増加とお客さまの負担感の軽減効果を比較し、導入について検討する必要があります。

### 問 11 「期待する水道料金・下水道使用料に関するサービス」



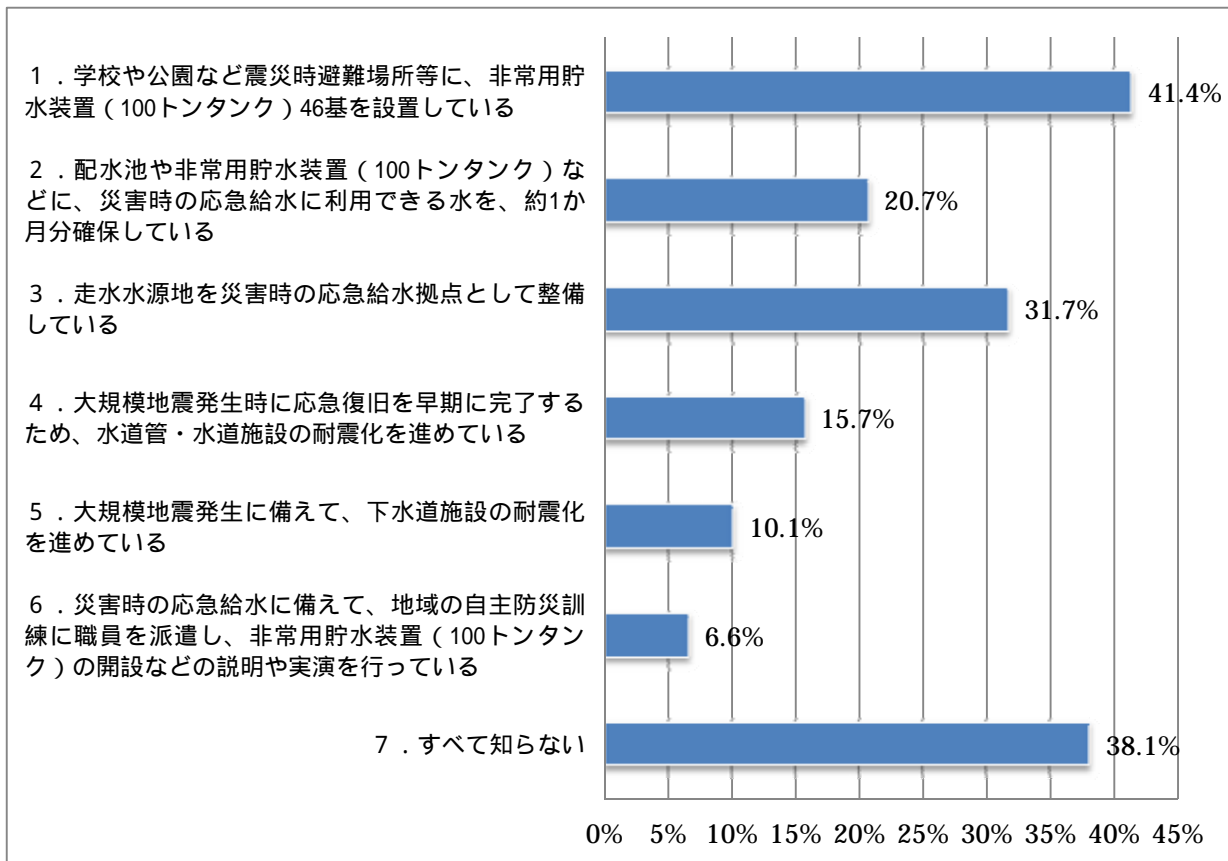
「期待する水道料金・下水道使用料に関するサービス」は「口座振替での料金支払に対する割引制度」が55.7%で最も多く、「使い方に合わせて料金プランを選べるような料金体系の導入」が28.2%で続きましたが、「特にない」も22.7%ありました。

50歳未満の方がサービスの多様化を望む傾向があり、全体では28.2%だった「使い方に合わせて料金プランを選べるような料金体系の導入」が50歳未満では37.4%に、「クレジットカードでのお支払い」が14.0%から24.7%に、「インターネット・携帯電話を利用した料金・使用量などの情報提供」が10.1%から17.7%にそれぞれ上昇しました。

お客さまの期待の高いサービスについては、費用・効果・近隣都市の状況などを調査し、導入を検討する必要があります。

● 災害対策について

問 12 「地震対策の認知度」

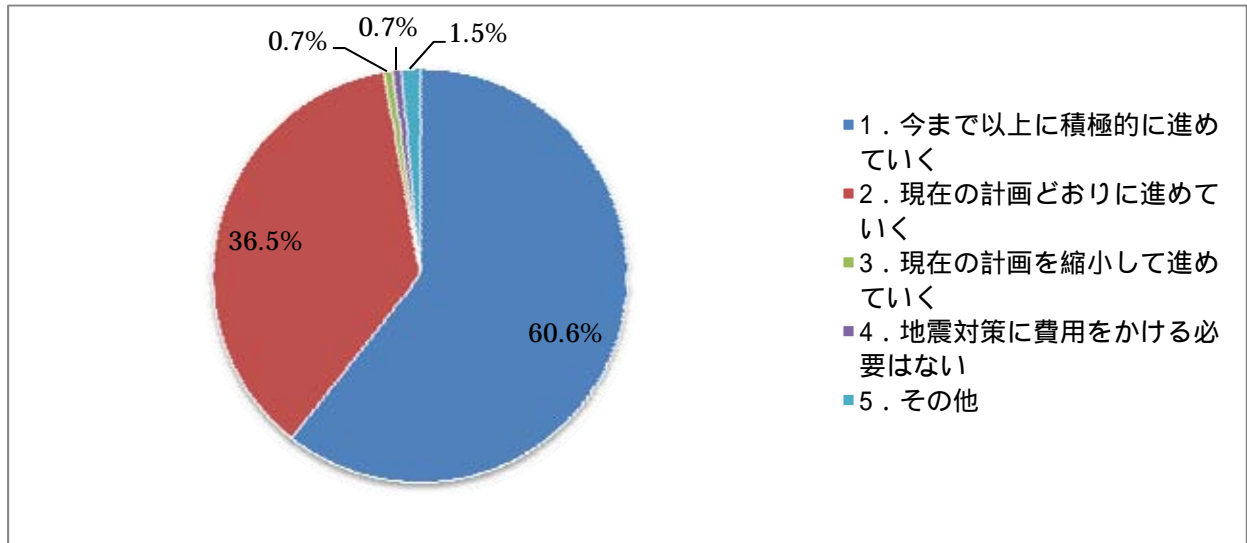


上下水道局が実施している「地震対策の認知度」は「学校や公園など震災時避難場所等に、非常用貯水装置（100トンタンク）46基を設置している」41.4%で最も高かったですが、「すべて知らない」が38.1%もあり、地震対策の取り組みについて、お客さまへの周知が不十分であると言えます。

「関心がある上下水道の情報」でも「災害対策のこと」を半数以上（52.5%）の人が挙げており、紙媒体、電子媒体、マスメディアなど、複数の媒体を組み合わせることで、効果的な地震対策の広報を行うことで、情報提供の満足度の上昇が見込まれます。

また、地震対策の認知度が上昇することにより、実際に大規模な地震が発生した場合に、スムーズに応急給水を行うことができるなどの効果が見込まれます。

問 13 「地震対策の進め方」

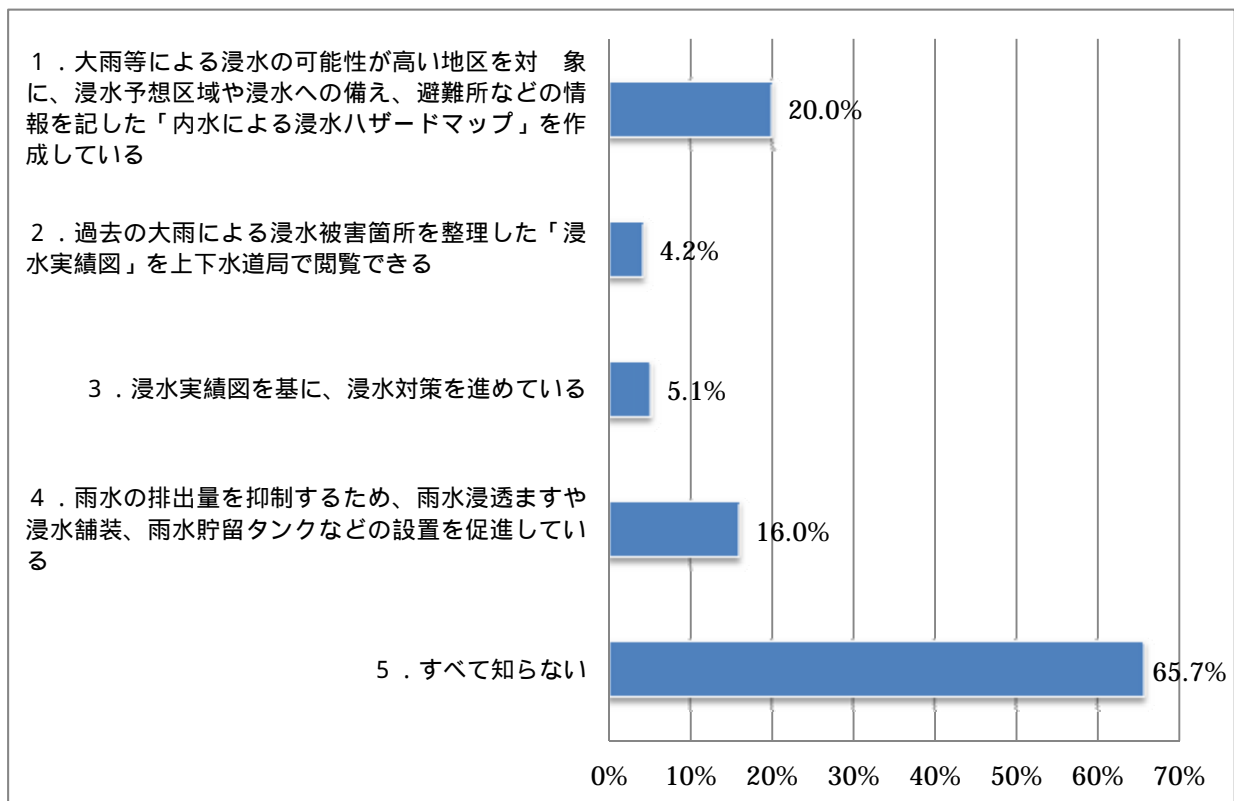


「地震対策の進め方」は「今まで以上に積極的に進めていく」が60.6%で最も多く、「現在の計画どおりに進めていく」が36.5%の順になっています。

「情報提供の満足度」が低い方が「今まで以上に積極的に進めていく」が多くなる傾向があり、「地震対策の認知度」が低いことが判断に影響していると考えられます。

その他の意見では「現在の計画がわからないので答えられない」との意見が多く、すでに実施した地震対策とともに、今後の計画や地震対策の必要性について、お客さまへの説明を強化する必要があります。

問 14 「浸水対策の認知度」

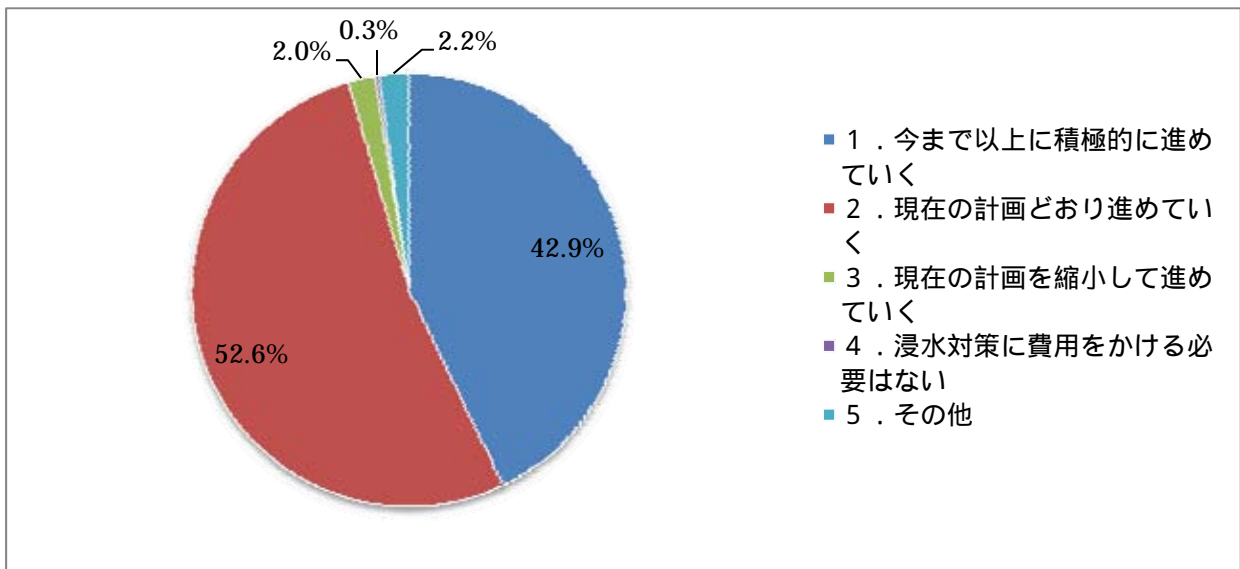


上下水道局が実施している「浸水対策の認知度」は、「すべて知らない」が約 2 / 3 の 65.7% もあり、浸水対策の取り組みについて、お客さまへの周知が不十分であると言えます。

「関心がある上下水道の情報」でも「災害対策のこと」を半数以上 (52.5%) の人が挙げており、過去に浸水被害が発生した地域や、内水による浸水ハザードマップを作成した地域を中心に町内会・自治会などと協力して浸水対策の広報を行うことで、情報提供の満足度の上昇が見込まれます。

また、実際の浸水被害を最小限にとどめるためにも、浸水の危険性の周知を強化する必要があります。

#### 問 15 「浸水対策の進め方」

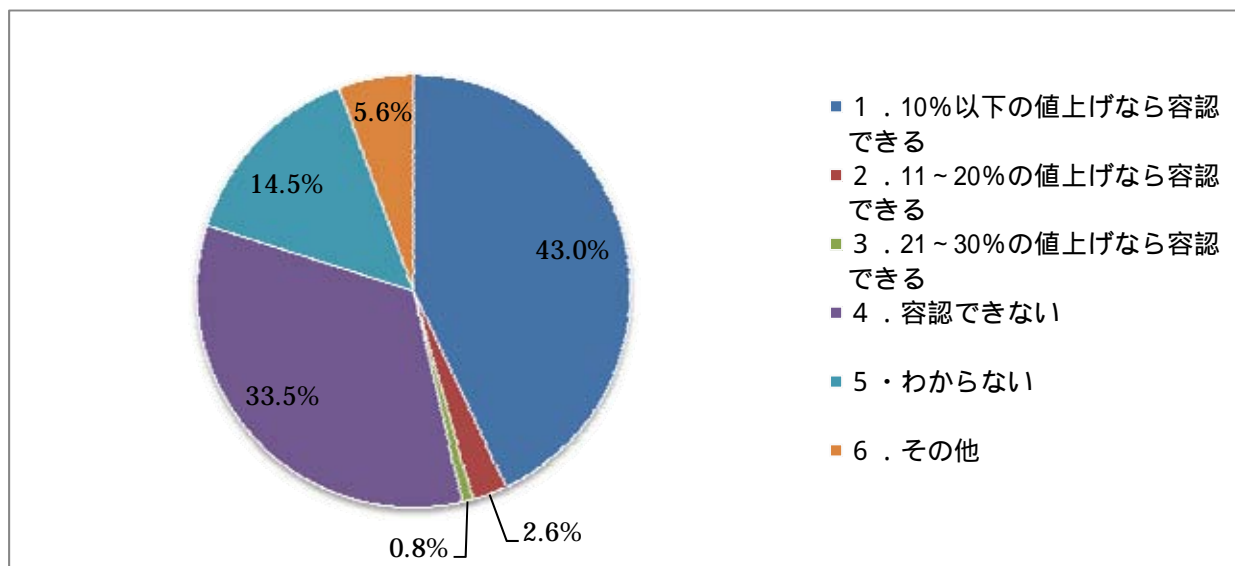


「浸水対策の進め方」は「現在の計画どおりに進めていく」が 52.6% で最も多く、「今まで以上に積極的に進めていく」が 42.9% の順になっています。

地震対策と比べて浸水対策の方が「今まで以上に積極的に進めていく」が低くなっていますが、昭和 49 年 7 月に発生した豪雨による水害を最後に市内では大規模な浸水被害は発生しておらず、東日本大震災が記憶に新しい地震被害と比べて浸水被害をイメージしづらいことが、原因として考えられます。

その他の意見では「現在の計画がわからないので答えられない」との意見が多く、すでに実施した浸水対策とともに、今後の計画や浸水対策の必要性について、お客さまへの説明を強化する必要があります。

### 問 16 「災害対策を推進するための値上げ」



地震対策や浸水対策など「災害対策を推進するための値上げ」は「10%以下の値上げなら容認できる」が43.0%で最も多く、「容認できない」が33.5%、「分からない」が14.5%の順になっています。

「情報提供の満足度」が高いほど「値上げを容認できる」割合が高くなる傾向があります。また、「分からない」が14.5%と多くなっており、災害対策の必要性や今後の計画の周知が不十分なためと考えられます。

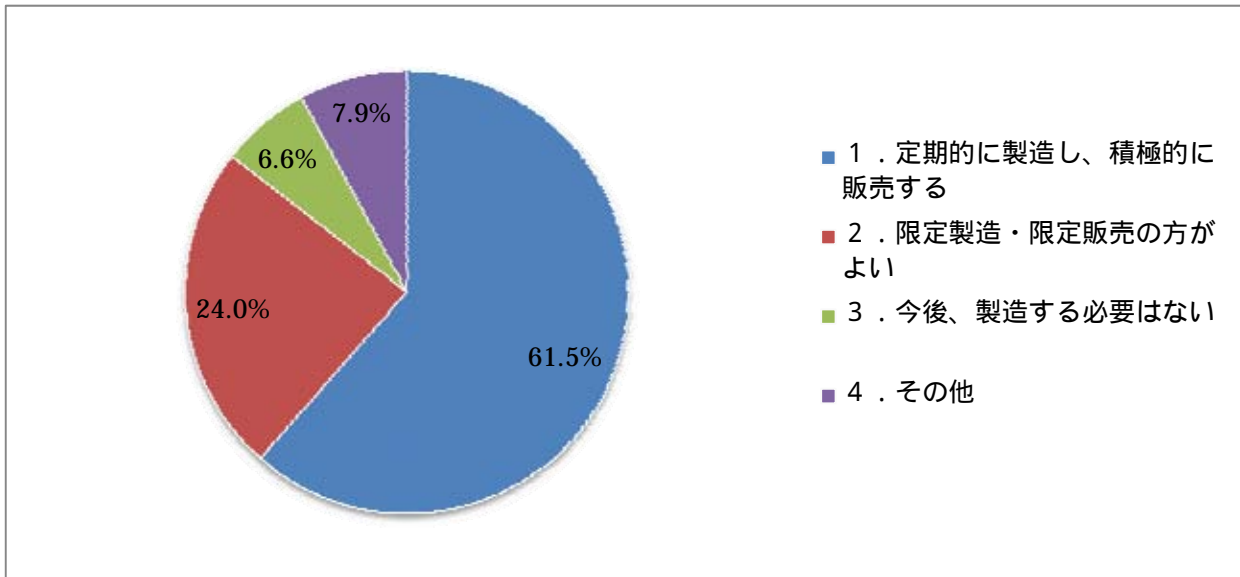
その他の意見では「災害対策の必要性は理解するが、安易な値上げは容認できない」「まずは無駄の排除に取り組み、値上げはその後だ」「現行の水道料金・下水道使用料の範囲で行うべきだ」と値上げに否定的な意見が多くありました。

現在の災害対策計画の見直しを検討する場合には、水道事業・下水道事業の財政状況を考慮する必要があります。これに加えて、すでに実施した地震対策・浸水対策のPRを強化するとともに、今後の計画とそれに掛かる費用や災害対策の必要性について、十分に説明をしていくことも必要です。



● 新たな収入源の確保について

問 17 「よこすか名水 走水湧水の今後の製造・販売」



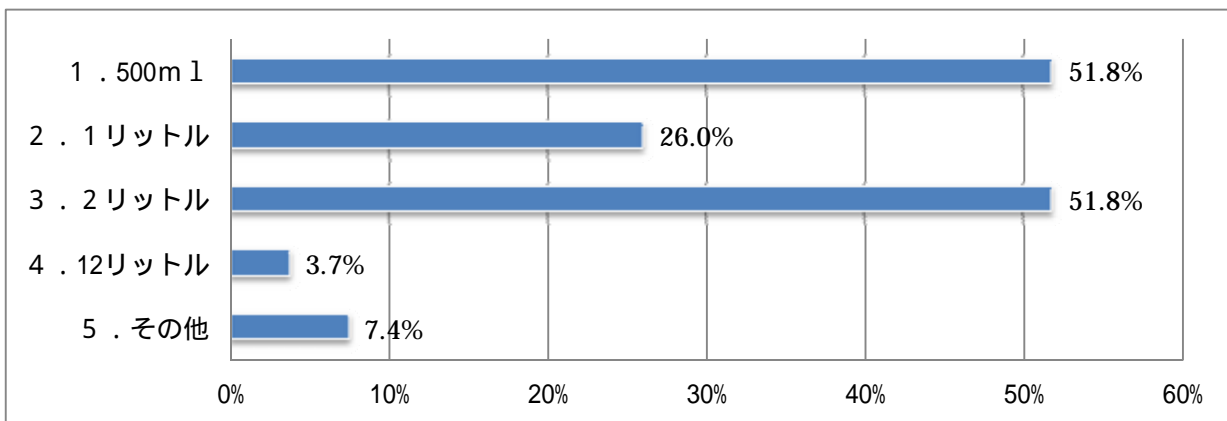
「よこすか名水 走水湧水の今後の製造・販売」は「定期的に製造し、積極的に販売する」が61.4%最も多く、「限定製造・限定販売の方がよい」が24.0%の順になっています。

年齢が高い方が「定期的に製造し、積極的に販売する」を選ぶ傾向があります。

その他の意見のほとんどは「採算がとれるのであれば積極的に販売するべき」との意見でした。

今後の製造・販売にあたっては、採算性を十分に検証し、より効率的な手法を用いて実施する必要があります。

問 18 「よこすか名水 走水湧水を製造した方がよいと思うサイズ」



よこすか名水 走水湧水の「製造した方がよいと思うサイズ」は「500ml」と「2リットル」が51.8%で並んで最も多く、「1リットル」が26.0%の順になっています。

「定期的に製造し、積極的に販売する」を選んだ場合は、より「500ml」と「2リットル」が多くなる傾向があり、今後の製造する際には「500ml」と「2リットル」の製造を検討する必要があります。



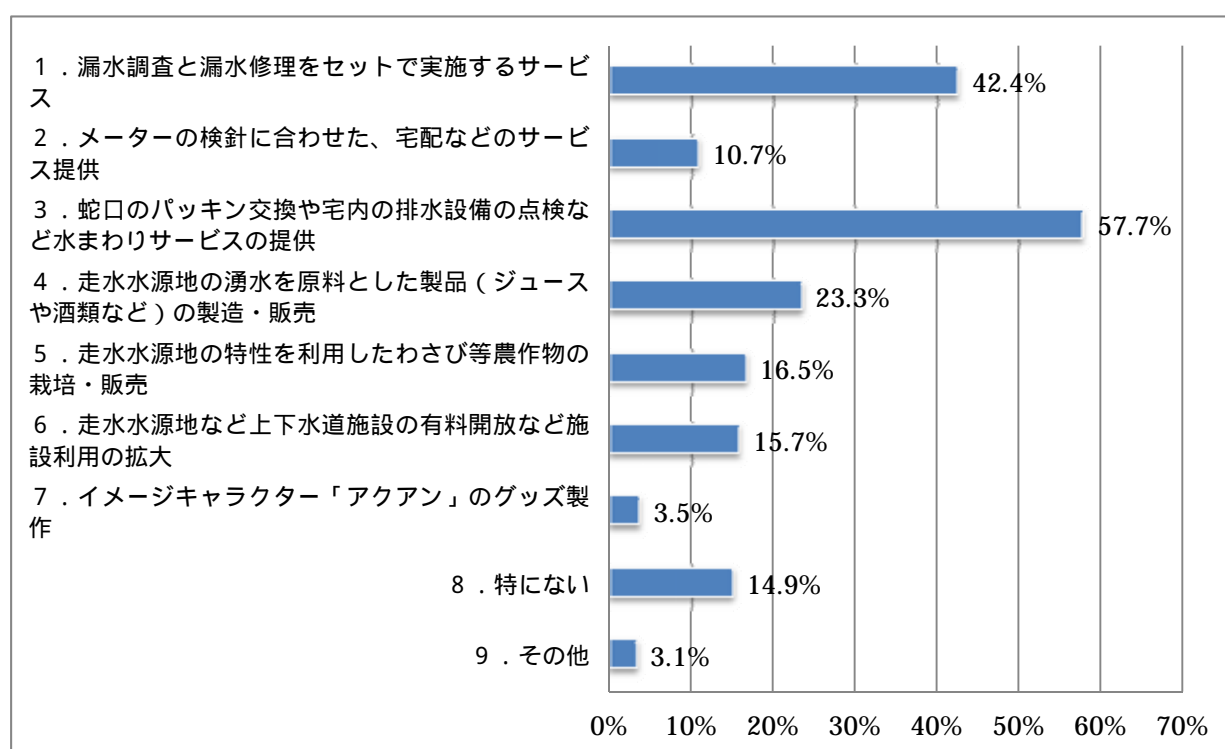
### 問 19 「よこすか名水 走水湧水の販売価格」

サイズ	350ml	500ml	1リットル	2リットル	12リットル
平均金額	79.0 円	95.1 円	118.4 円	147.8 円	984.6 円

「よこすか名水 走水湧水」を販売する場合、購入を検討していただける金額の平均は、350ml が 79.0 円で、局が実際に販売している価格の 100 円を 21 円下回りました。

「よこすか名水 走水湧水」の販売で利益を得るためには、既存の製品との競争を勝ち抜かなければなりません。継続的に製造・販売を行う場合は、販売価格を低減するために製造・販売コストの削減を図るとともに、他の商品との差別化を図る必要があります。

### 問 20 「今後期待するサービス」



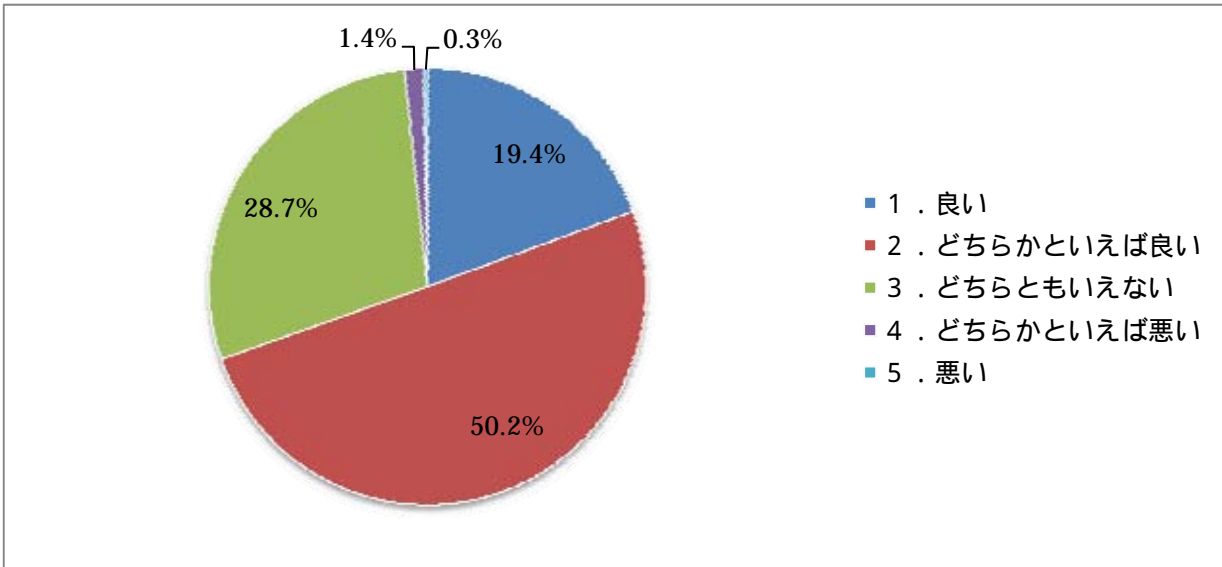
上下水道局に「今後期待するサービス」は、「蛇口のパッキン交換や宅内の排水設備の点検など水まわりサービスの提供」が 57.7% で最も多く、「漏水調査と漏水修理をセットで実施するサービス」が 42.4%、「走水水源地の湧水を原料とした製品(ジュースや酒類など)の製造・販売」が 23.3% の順となっています。

その他の意見では「走水水源地の活用」や「民間的手法によるサービスの提供」などの意見が寄せられました。

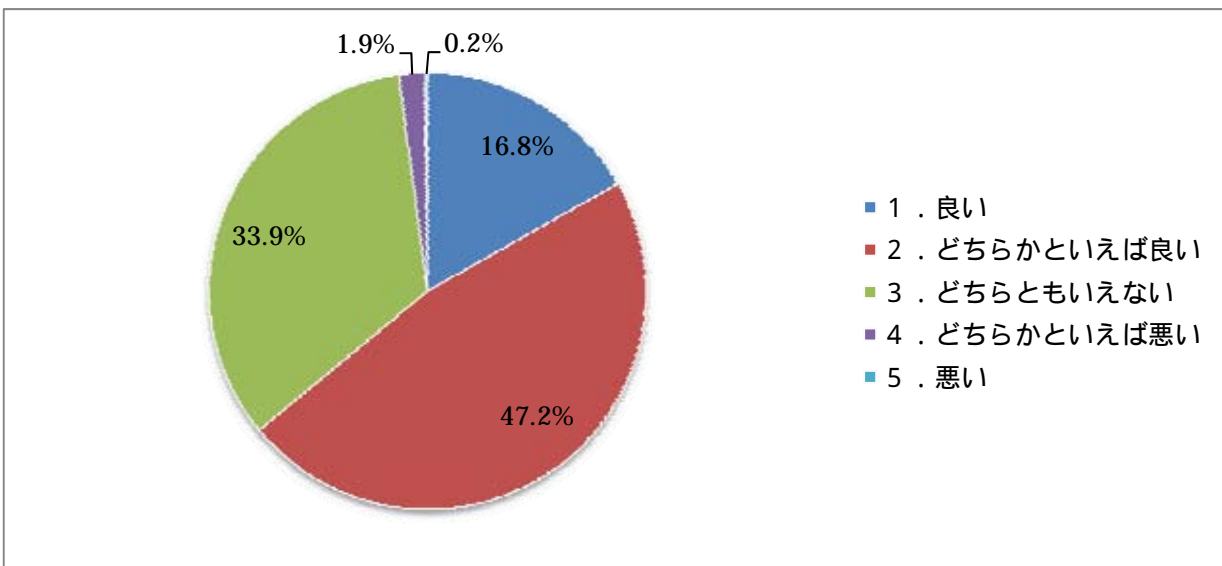
水道・下水道とお客さまの接点である「給水装置・排水設備」のメンテナンスに対するニーズが高く、今後のサービス提供のあり方について、様々な角度から検討し、サービスの向上を図っていく必要があります。

● 水道・下水道のイメージについて

問 21 「水道のイメージ」



問 22 「下水道のイメージ」



「水道のイメージ」、「下水道のイメージ」はともに「どちらかといえば良い」が約半数を占めて最も多く、「どちらともいえない」が約 30%、「良い」が 20%弱の順となっています。

水道、下水道とも「情報提供の満足度」が高い場合は「良い」、「どちらかといえば良い」の割合が約 90%に達しており、「情報提供の満足度」を向上させることが「水道・下水道のイメージアップ」につながると考えられます。

「横須賀の水道と聞いて思い浮かべるもの」では「おいしい」、「安心・安全」、「水源が豊富」など良いイメージを上げる人が多かったですが、「横須賀の下水道と聞いて思い浮かべるもの」では「下水道使用料が高い」、「川や海の水質が心配」、「くさい」など悪いイメージが目立ちました。

「水道・下水道のイメージアップ」を図るためには、お客さまに良いイメージを持っていただけるような広報が必要であると言えます。

- 自由意見について

水道事業・下水道事業の効率的・安定的な運営を求める意見や、災害対策の推進を求める意見、広報の充実を求める意見など、さまざまな意見が寄せられました。

「事業運営へのお客さまの声の反映」は平成23年3月に策定した「水道事業・下水道事業マスタープラン（2011～2021）」の施策として掲げています。お客さまのご意見を反映させた事業運営を行い、また適切に情報を発信していくことで、事業の透明性を確保していく必要があります。

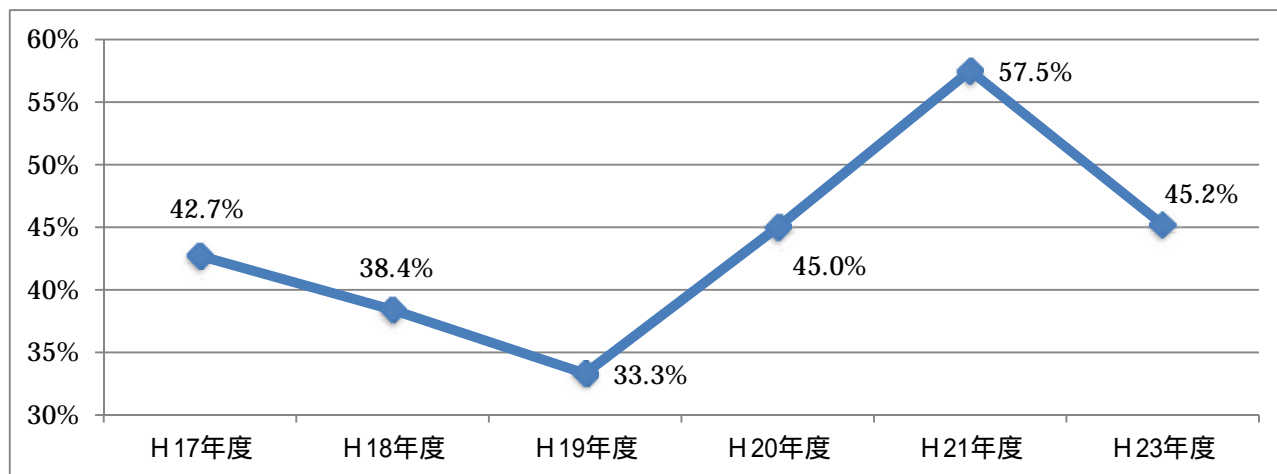
- 事業運営へのお客さまの声の反映

今回のアンケート調査結果で浮かび上がった水道事業・下水道事業の課題を「お客さまの声」と捉えて、上下水道局は対応策を検討していきます。

そして、対応策の進捗状況を管理し、水道事業・下水道事業の運営に「お客さまの声」が着実に反映されるよう、取り組んでいきます。

## 6 . 回収率の推移

	H17年度	H18年度	H19年度	H20年度	H21年度	H23年度
配布数	3,000	2,000	2,000	3,000	2,000	2,000
回収数	1,282	767	666	1,350	1,149	904
回収率	42.7%	38.4%	33.3%	45.0%	57.5%	45.2%



アンケートの回収率は、前回実施した平成 21 年度に比べて 12.3%低下し、45.2%でした。

これは、前々回実施の平成 20 年度と同水準です。

回収率低下の原因としては、今回はマスタープラン策定のための調査だったこと、今回は予告はがきを送付しなかったことなどが挙げられます。

より多くのお客さまの声を事業運営に反映するためには、アンケートの回収率向上を目指す必要があります。

次回以降のアンケート実施に際しては、回収率向上の取り組みの組み合わせの工夫や、効果的な回収率向上策について調査・分析を行うなど、回収率の向上に努める必要があります。

### 【今回実施した回収率向上の取り組み】

広報用パンフレットの同封

前回調査でも、回収率向上策として有効とされた広報用パンフレットを同封しました。

「水道事業・下水道事業マスタープラン（2011～2021）」概要版の同封

今年3月に策定したマスタープランのPRも兼ねて、その概要版を同封しました。

調査票の表紙への公印（上下水道局の印）の押印

アンケート調査の信頼性を高めるために、調査票の表紙に公印を押印しました。

#### 【前回調査（平成 21 年度）との相違点】

前回調査はマスタープラン策定のための調査だった。

前回調査は「横須賀市上下水道事業基本計画策定のための水道・下水道アンケート」として実施しました。

前回調査時は、事前に予告はがきを送付していた。

前回調査時は、アンケート調査実施に先立ち「予告はがき」を送付しましたが、今回は送付しませんでした。

調査時期が大きく変わった。

今回の調査は 7 月、前回の調査は 1 月から 2 月にかけて実施しました。