

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）12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
(1) 水道水の水質について	2
(2) 広報について	4
(3) 水道料金・下水道使用料について	7
(4) 災害対策について	11
(5) 節水意識について	12
(6) 水道・下水道のイメージについて	14
(7) 自由意見について	15
(8) 事業運営へのお客さまの声の反映	15
6. 回収率の推移	15

1. 目 的

「お客さまの水道・下水道事業に対するサービスの満足度とニーズの把握」

- ☞ 料金・使用料のあり方を検討する上での、お客さまの意識調査
- ☞ 事業の基本的項目に対するお客さまの意識の経年変化調査
- ☞ 水道・下水道事業のPR

2. 実施概要

- | | |
|----------|-----------------------------------|
| (1) 調査方法 | メール便による発送、郵送により回収 |
| (2) 調査地域 | 本市全域 |
| (3) 調査対象 | 本市の上下水道を利用しているお客さま（家事営業用の用途のお客さま） |
| (4) 標本数 | 2,000人 |
| (5) 抽出方法 | 料金システム水道・下水道利用者から無作為に抽出 |
| (6) 調査時期 | 平成24年7月2日（月）から平成24年7月20日（金） |

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) 節水意識について
- (6) 水道・下水道のイメージについて

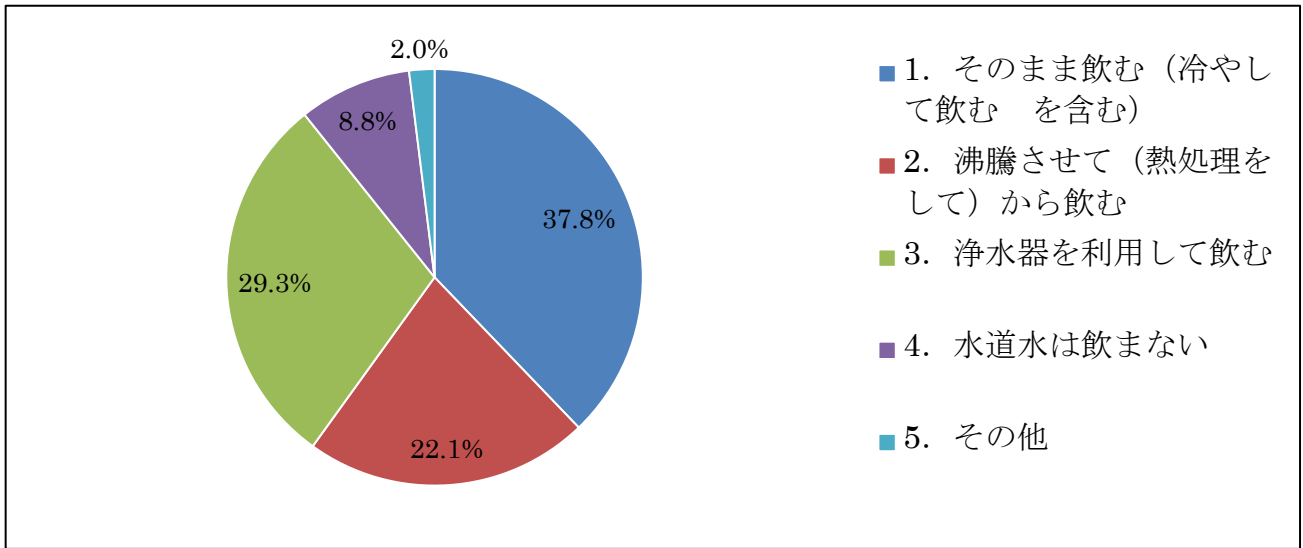
4. 回収結果

標本数	2,000人
回収数	771人
回収率	38.6%

5. 調査結果の総括

(1) 水道水の水質について

問1 「水道水の飲み方」

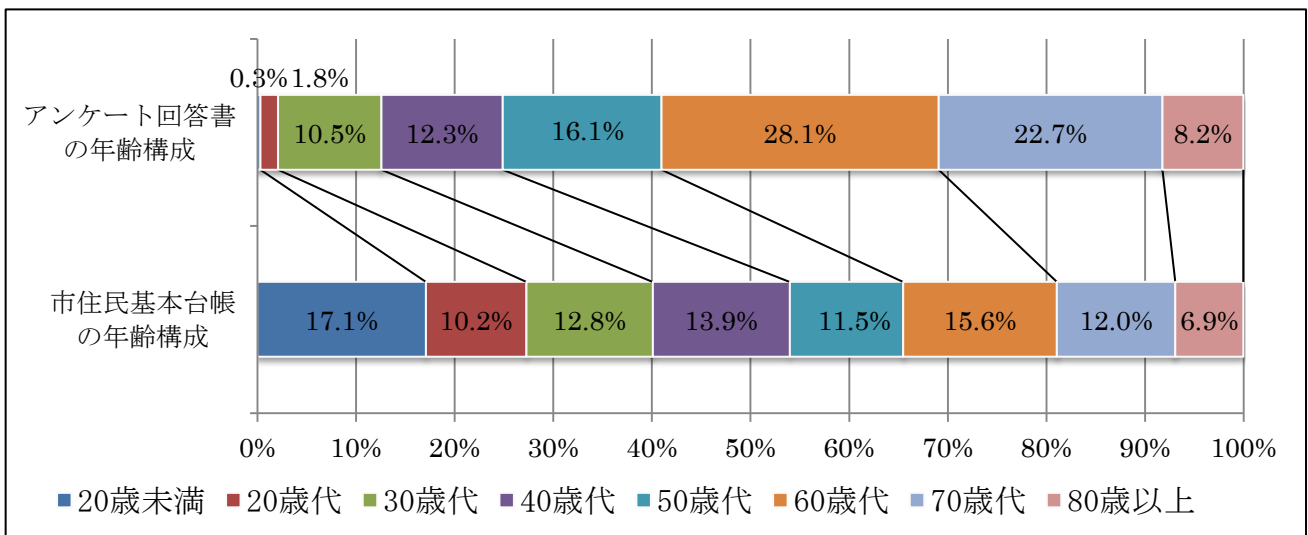


「水道水の飲み方」は「そのまま飲む（冷やして飲むを含む）」が37.8%で前回調査から減少し、「沸騰させて（熱処理をして）から飲む」が22.1%、「浄水器を利用して飲む」が29.3%で増加しています。

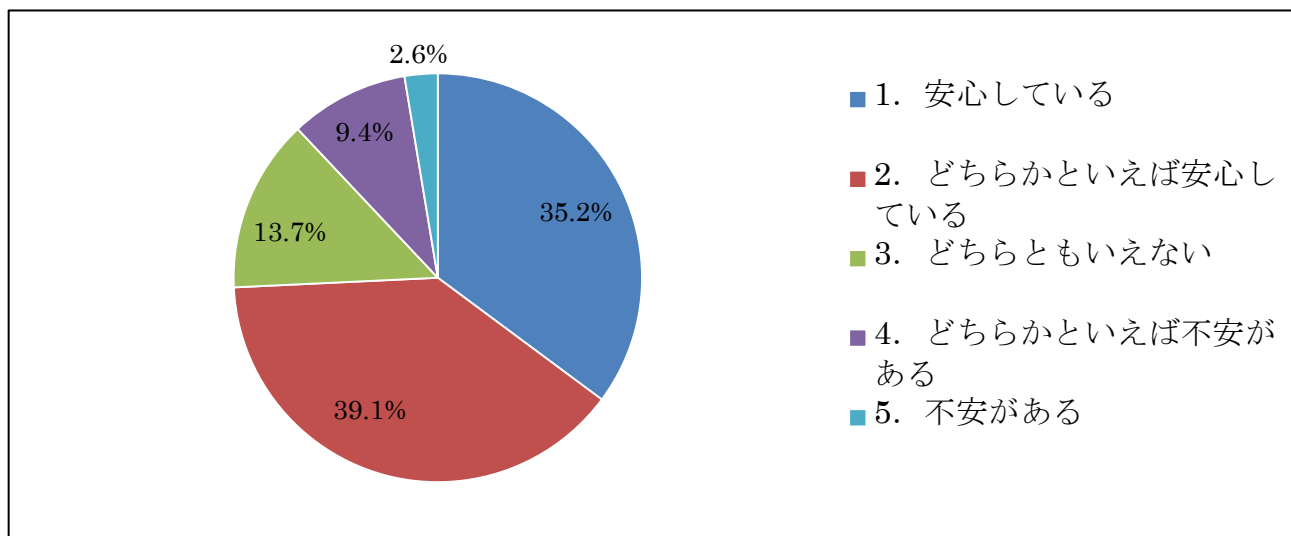
お客さまの年齢が高いほど「そのまま飲む」が増える傾向があります。回答者の年齢構成と本市の人口構成を比較すると、回答者の年齢構成の方が高齢者に偏っているため「そのまま飲む」が多くなっていると考えられます。したがって、実際に水道水を「そのまま飲む」割合は、調査結果より低いと推測されます。

「水道水の水質への安心感」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。

参考 市住民基本台帳とアンケート回答者の年齢構成比較



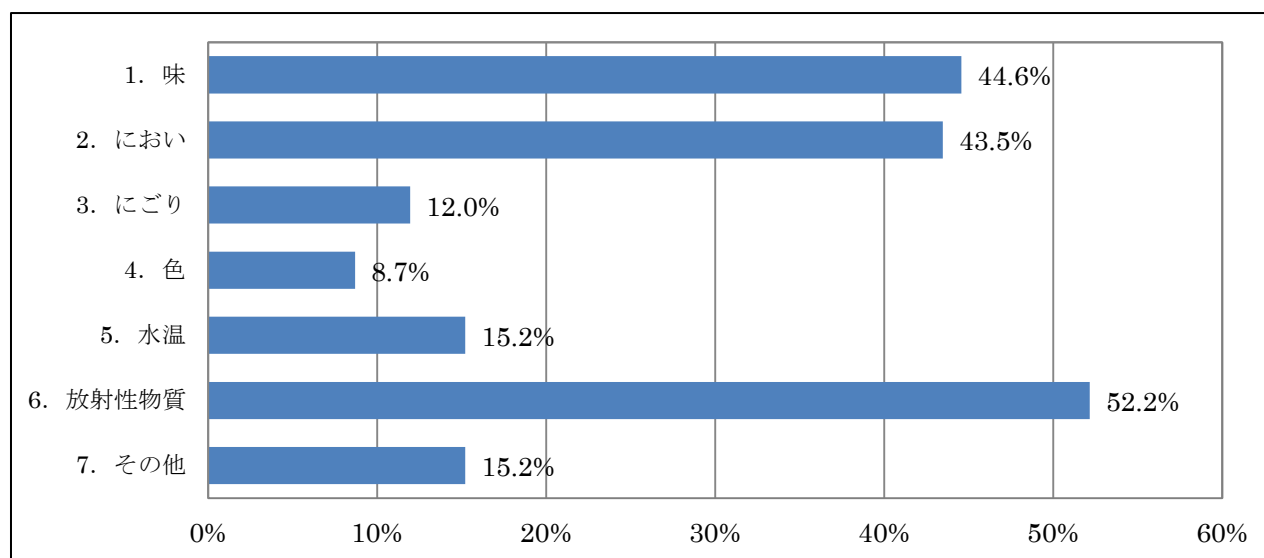
問2 「水道水の水質への安心感」



「水道水の水質への安心感」は「安心している」が35.2%、「どちらかといえば安心している」が39.1%で水道水質に安心している方の合計は74.3%となり、前回調査からやや増加しています。

「水道の情報提供の満足度」が高いほど「水道水の水質への安心感」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「水道水の水質への安心感」の向上につながると推測されます。

問2-2 「水道水の水質に不安を感じる要素」（複数回答）

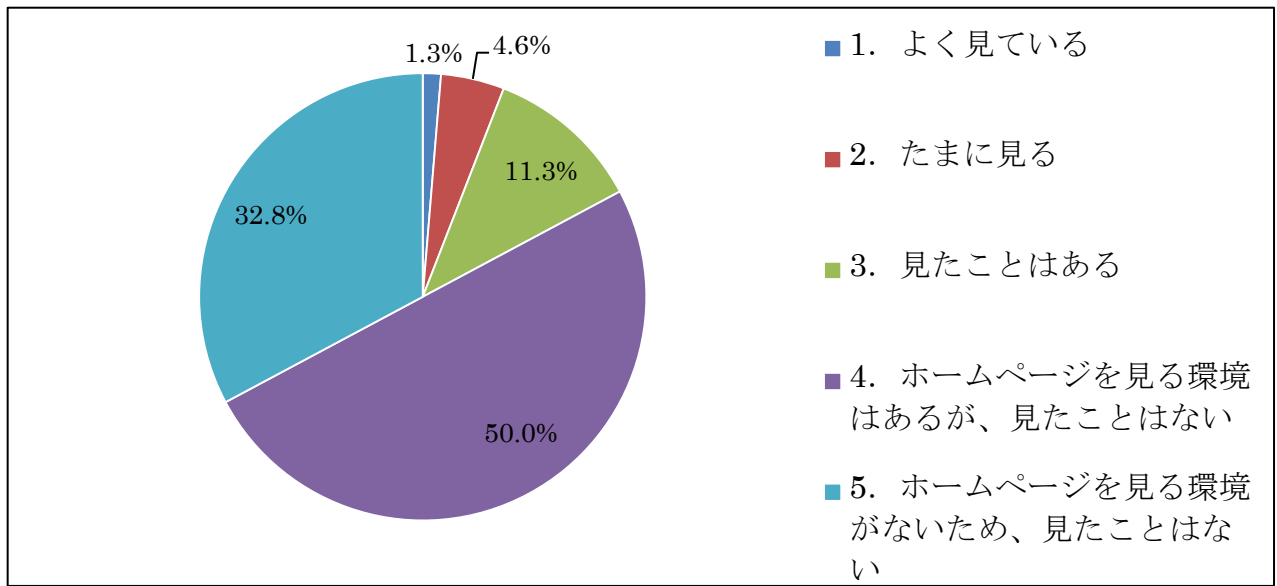


「水道水の水質に不安を感じる要素」は「放射性物質」が52.2%で前回調査から減少しましたが、引き続き高いことから、毎週検査している水道水の放射性物質の結果について幅広くお客さまに知っていただく方法について検討する必要があります。

「におい」は43.5%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。

(2) 広報について

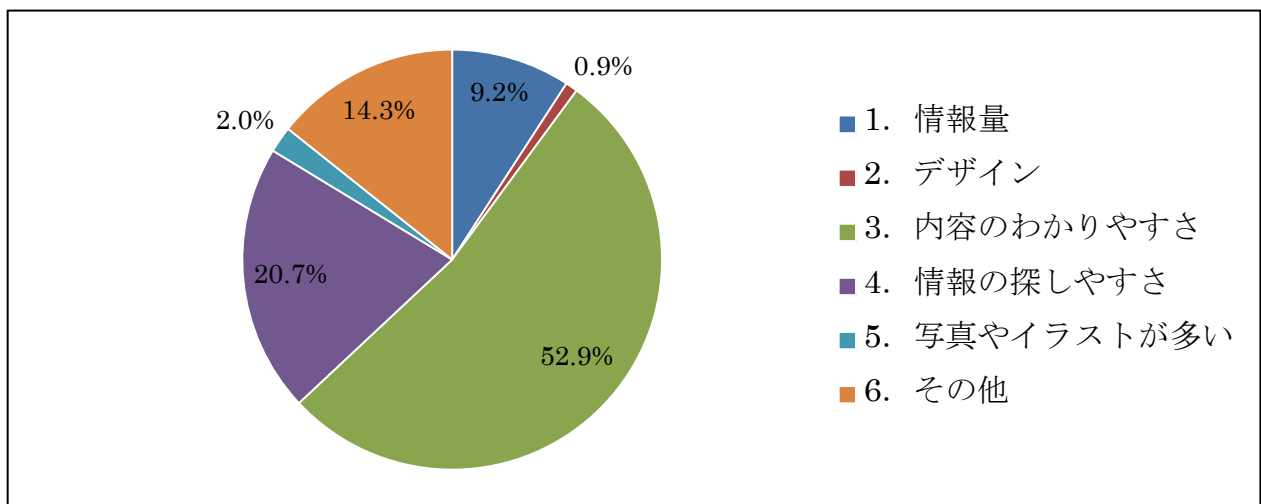
問3 「上下水道局のホームページを見たことがあるか」



「上下水道局のホームページを見たことがあるか」は「ホームページを見る環境はあるが、見たことはない」が50.0%、「ホームページを見る環境がないため、見たことはない」が32.8%で、ホームページを見たことがない方の合計は82.8%に上りました。

今まで以上に、ホームページの存在のPRやホームページ以外の方法による広報を行っていく必要性があります。

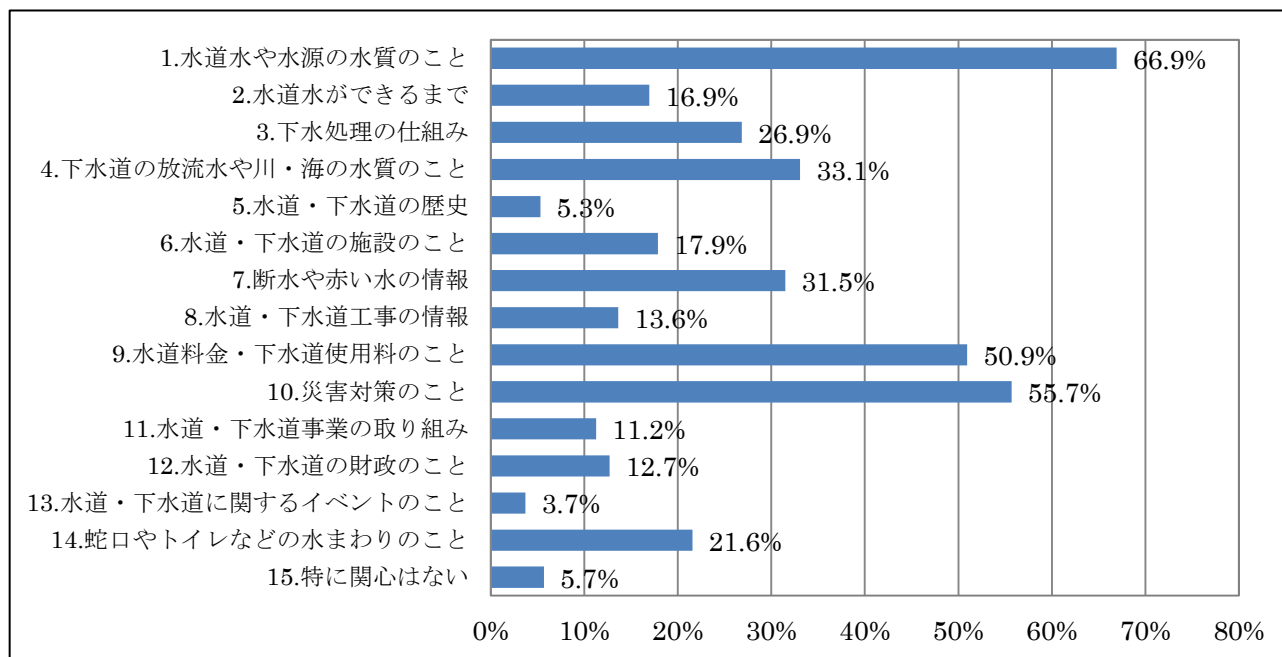
問4 「上下水道局のホームページに求めるもの」



「上下水道局のホームページに求めるもの」は「内容のわかりやすさ」が52.9%で最も多く、次に「情報の探しやすさ」が20.7%、「情報量」が9.2%の順になっており、今後、ホームページの見直しを検討する際に考慮する必要があります。

また、「その他」のなかには、ホームページを見たことがないのでわからないといった意見や他の設問に比べて無回答とする方も多く見られました。

問5 「関心がある上下水道の情報」（複数回答）

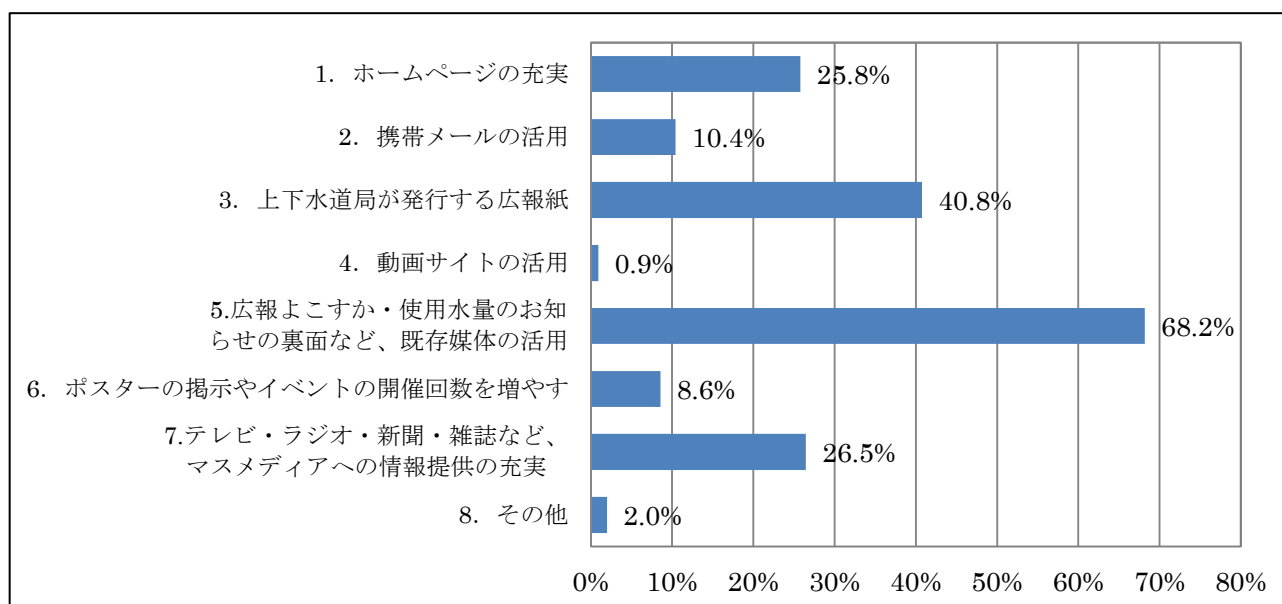


「関心がある上下水道の情報」は「水道水や水源の水質のこと」が66.9%で最も多く、「災害対策のこと」が55.7%、「水道料金・下水道使用料のこと」が50.9%で半数を超えました。

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推測されます。

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」との意見も多く、水道水に含まれる放射性物質の検査結果について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推測されます。

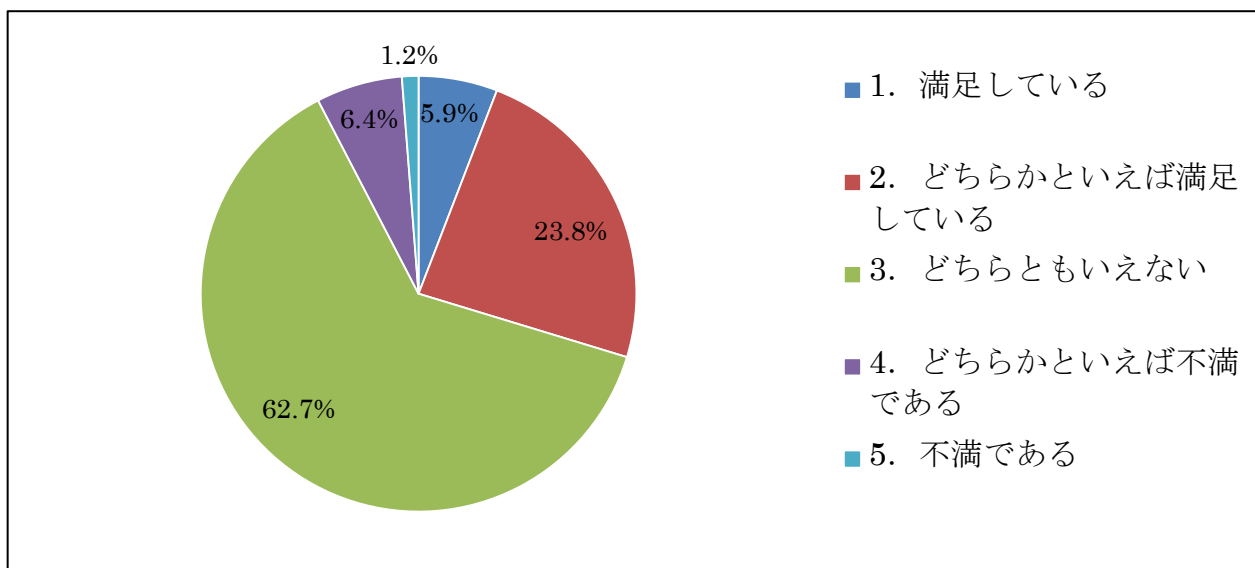
問6 「情報を入手しやすい方法」（複数回答）



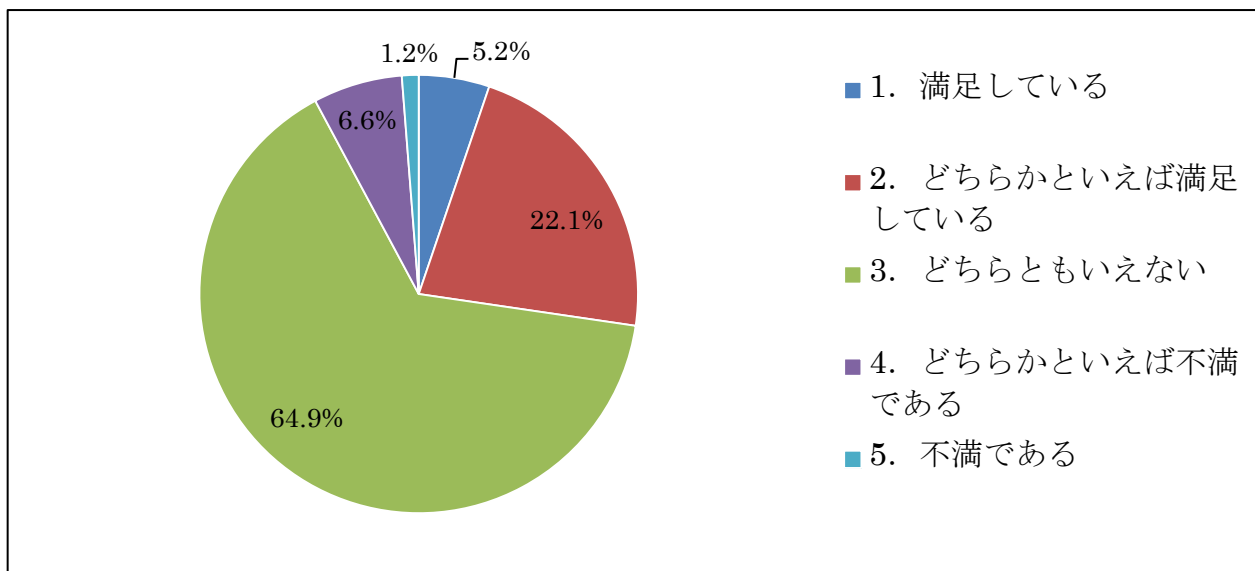
「情報を入手しやすい方法」は「広報よこすか・使用水量のお知らせの裏面など既存媒体の活用」が68.2%で最も多く、「上下水道局が発行する広報紙」が40.8%、「テレビ・ラジオ・新聞・雑誌」など、マスメディアへの情報提供の充実」が26.5%の順になりました。

いずれの方法でも、お客さまが見たい、知りたい時にその情報が見つけれられるような情報提供の枠組みを整備する必要があります。

問7 「水道の情報提供の満足度」



問8 「下水道の情報提供の満足度」

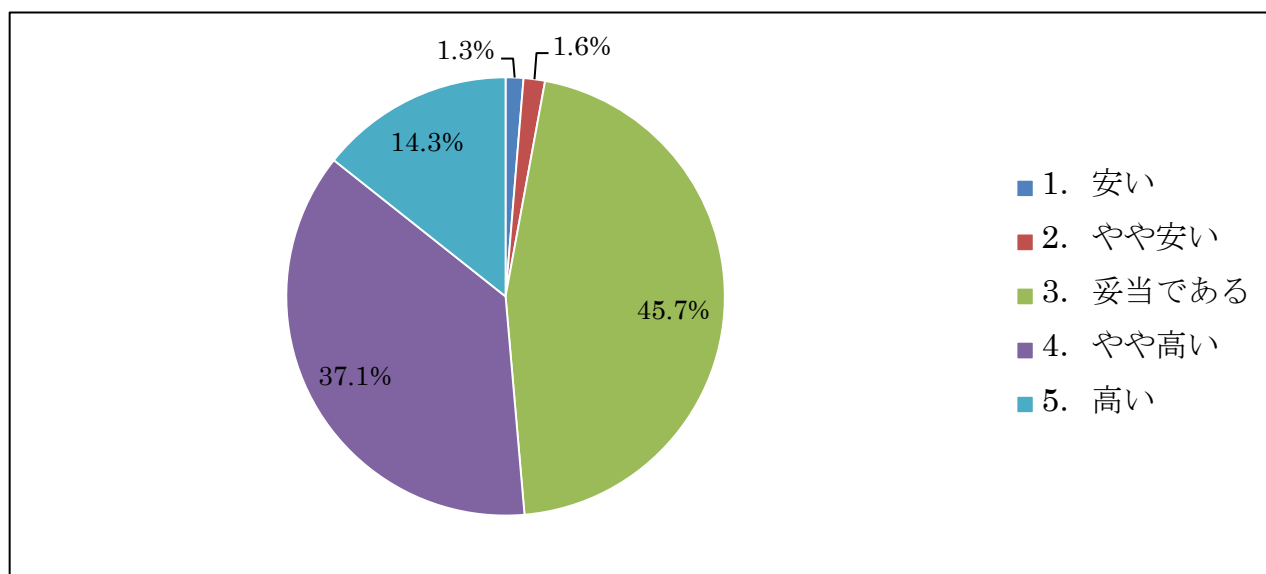


「水道の情報提供の満足度」、「下水道の情報提供の満足度」はともに経年で減少傾向にあります。「満足している」、「どちらかといえば満足している」の合計は、水道で29.7%、下水道で27.3%にとどまり、「どちらともいえない」が水道で62.7%、下水道では64.9%に上っています。

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」など他の項目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。

(3) 水道料金・下水道使用料について

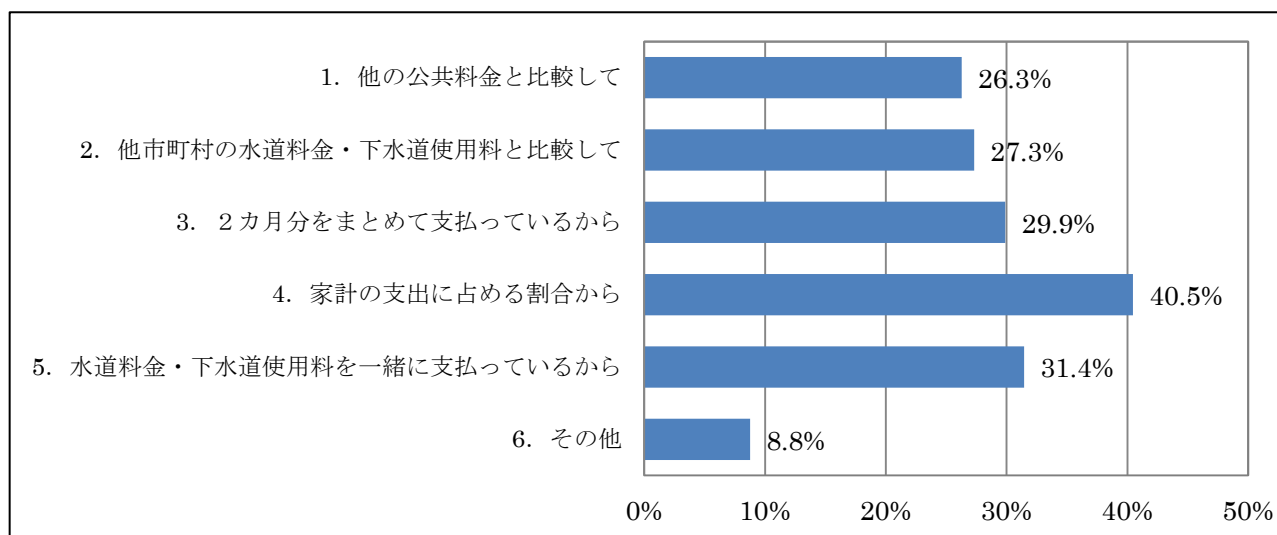
問9「水道料金・下水道使用料について」



「水道料金・下水道使用料について」は「妥当である」が45.7%で最も多く、「やや高い」が37.1%、「高い」が14.3%の順になっています。

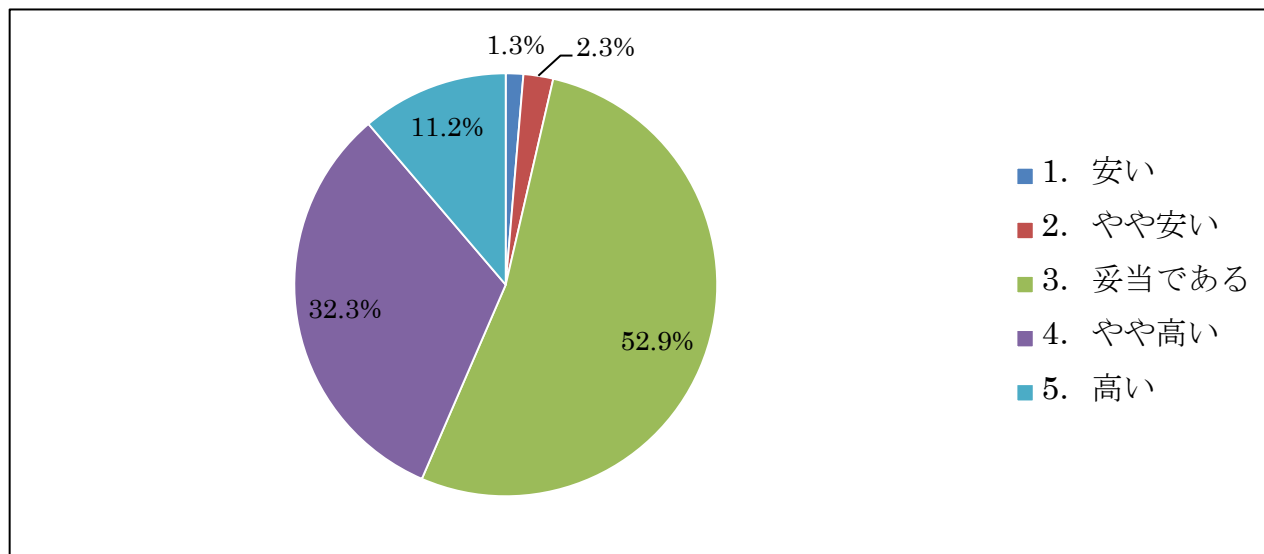
「水道・下水道の情報提供の満足度」が高いほど、「妥当」「安い」と感じる割合が増えおり、水道料金・下水道使用料に関する情報提供を充実させることで、水道料金・下水道使用料の水準が「妥当」「安い」と感じる割合が高くなると推測されます。

問9-2「水道料金・下水道使用料が高いと思う理由」（複数回答）



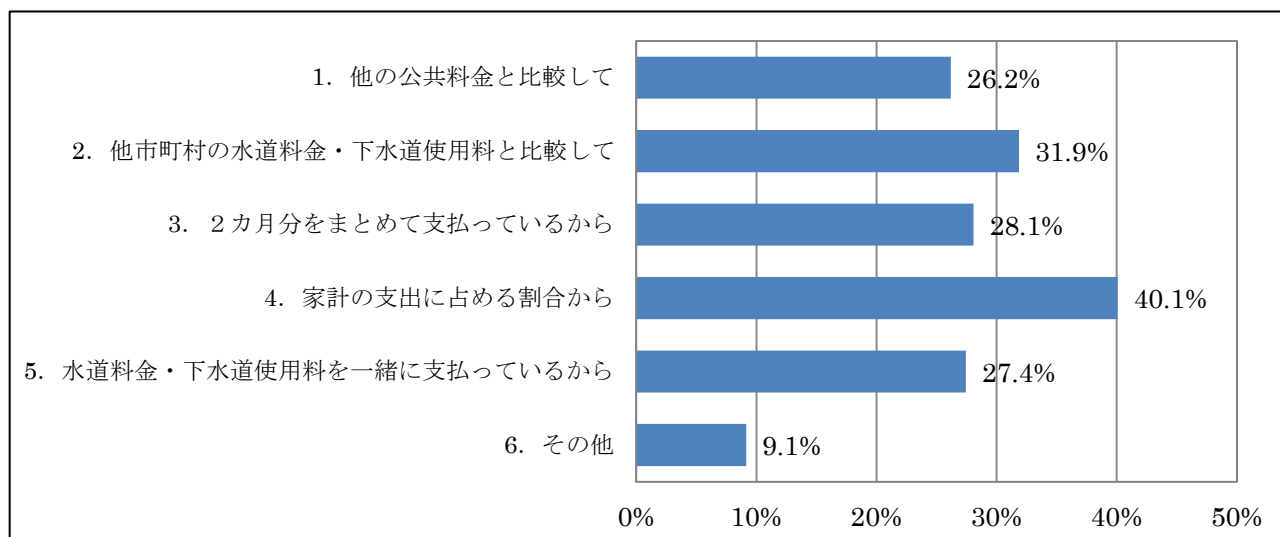
「水道料金・下水道使用料が高いと思う理由」は「家計の支出に占める割合」からが40.5%で最も多く、「水道料金・下水道使用料を一緒に支払っているから」が31.4%、「2カ月分をまとめて支払っているから」が29.9%、「他市町村の水道料金・下水道使用料と比較して」が27.3%、「他の公共料金と比較して」が26.3%の順になっています。

問 10 「(資料を読んだうえでの) 水道料金・下水道使用料について」



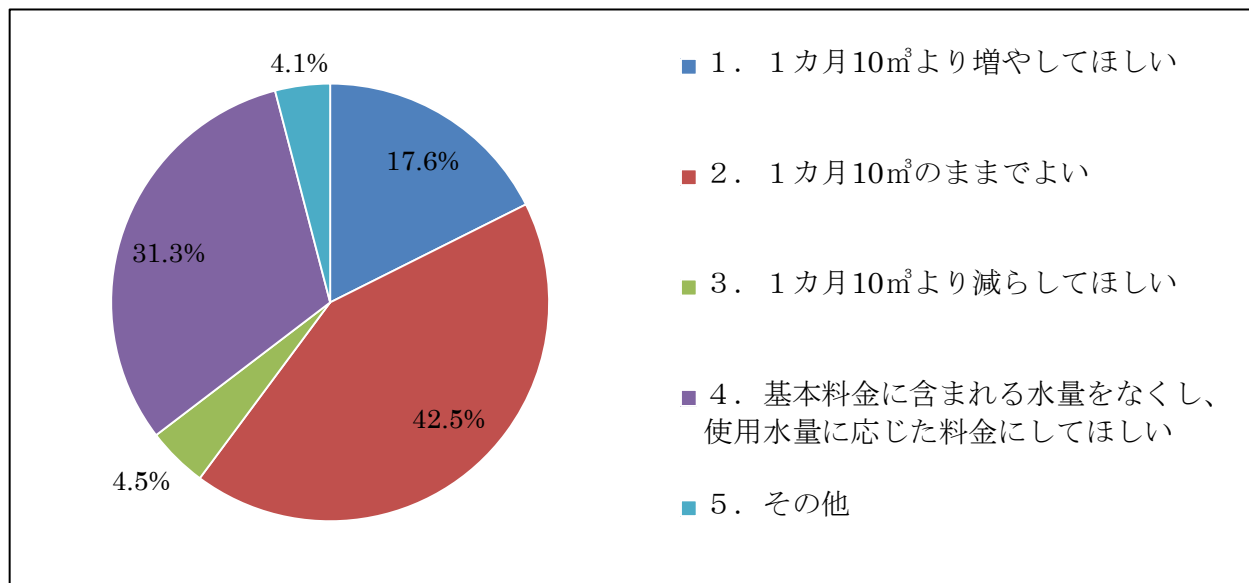
横須賀市、中核市及び神奈川県内市の水道料金・下水道使用料を比較した資料と、電気代、ガス代及び水道料金・下水道使用料の家計に占める割合に関する資料を読んだうえでの「水道料金・下水道使用料について」は「妥当である」と考えている割合が 52.9%で最も多く、資料を読む前から 7.2%多くなり、「やや高い」が 32.3%で資料を読む前から 4.8%、「高い」が 11.2%で資料を読む前から 3.1%少なくなっています。

問 10-2 「(資料を読んだうえでの) 水道料金・下水道使用料が高いと思う理由」 (複数回答)



資料を読んだうえでの「水道料金・下水道使用料が高いと思う理由」は「家計の支出に占める割合」からが 40.1%で最も多く、資料を読む前から若干少なくなり、「他市町村の水道料金・下水道使用料と比較して」が 31.9%で資料を読む前から 4.6%多くなっています。

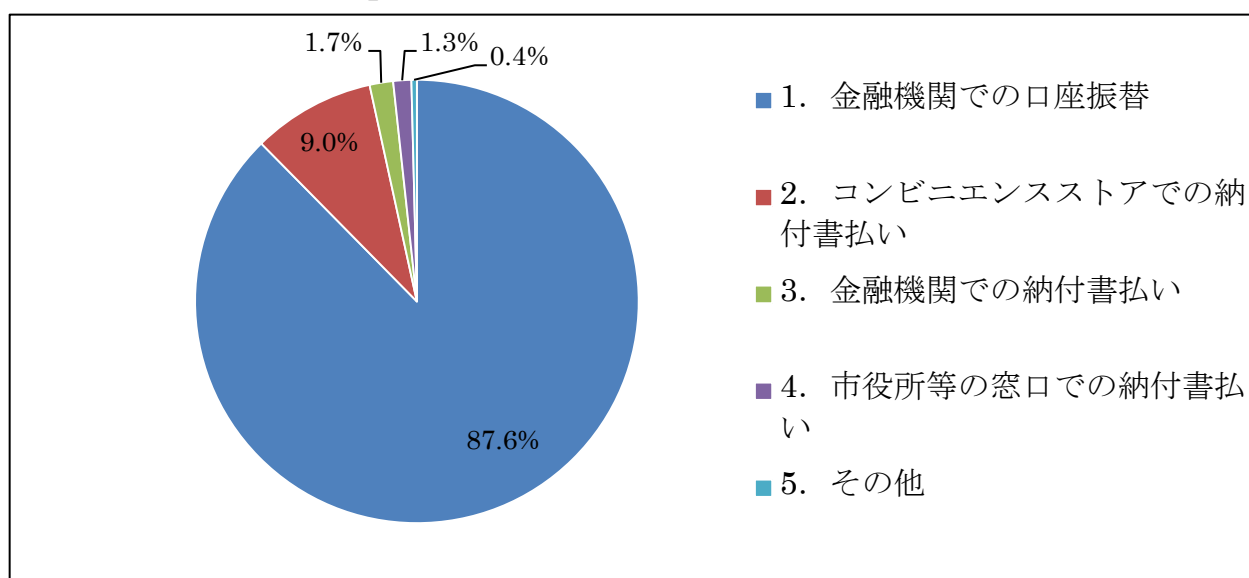
問 11 「基本料金の水量について」



「基本料金の水量について」は「1 カ月 10 m³のままでよい」が 42.5%で最も多く、「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 31.3%、「1 カ月 10m³より増やしてほしい」が 17.6%の順になっています。

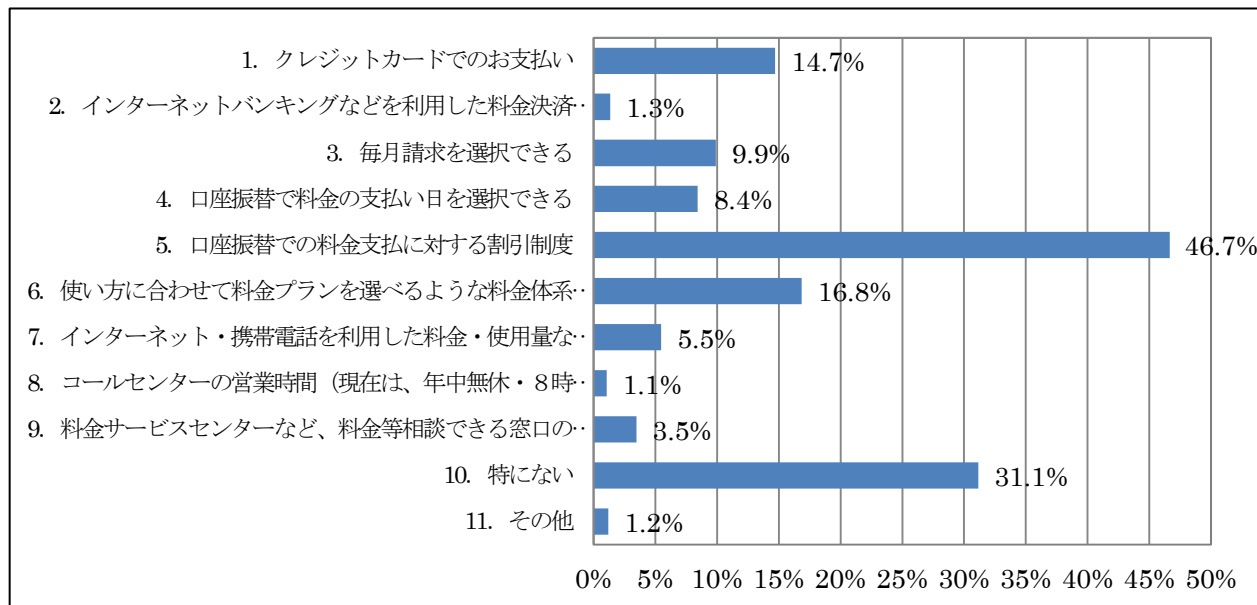
現在の基本料金の水量を見直してほしいという割合が 53.4%となっており、今後、水道料金・下水道使用料のあり方について検討する際に考慮する必要があります。

問 12 「現在の支払い方法」



現在の水道料金・下水道使用料の支払い方法については「金融機関での口座振替」が 87.6%で最も多く、「コンビニエンスストアでの納付書払い」が 9.0%となっています。

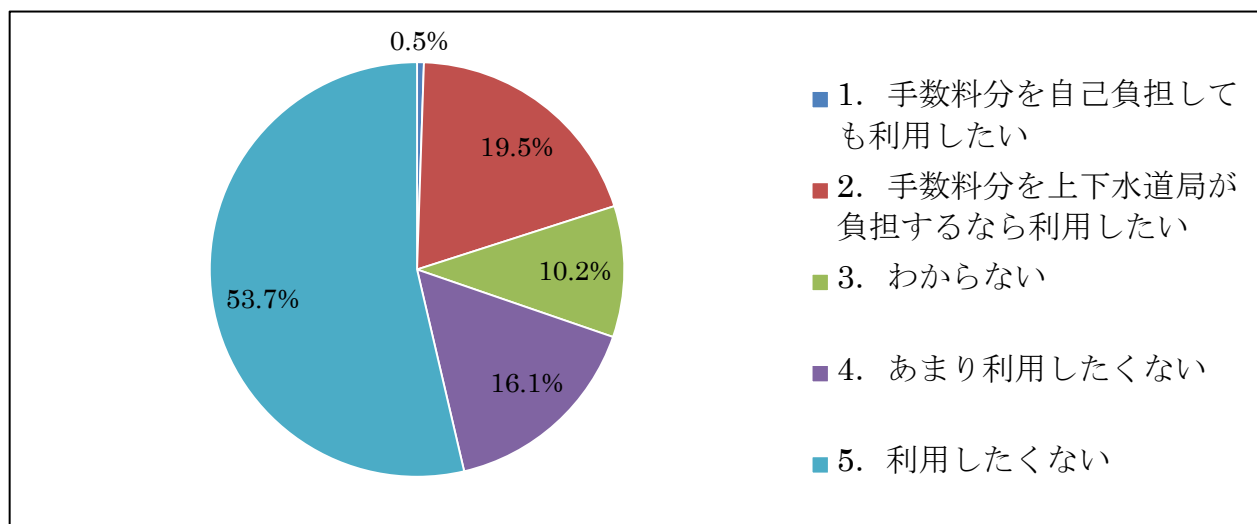
問 13 「今後、どのようなサービスを期待するか」（複数回答）



「今後、どのようなサービスを期待するか」は「口座振替での料金支払に対する割引制度」が46.7%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16.8%、「クレジットカードでのお支払い」が14.7%の順になっています。また、「特にない」も31.1%で多くなっています。

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。

問 14 「クレジットカードでの支払いを利用したいか」

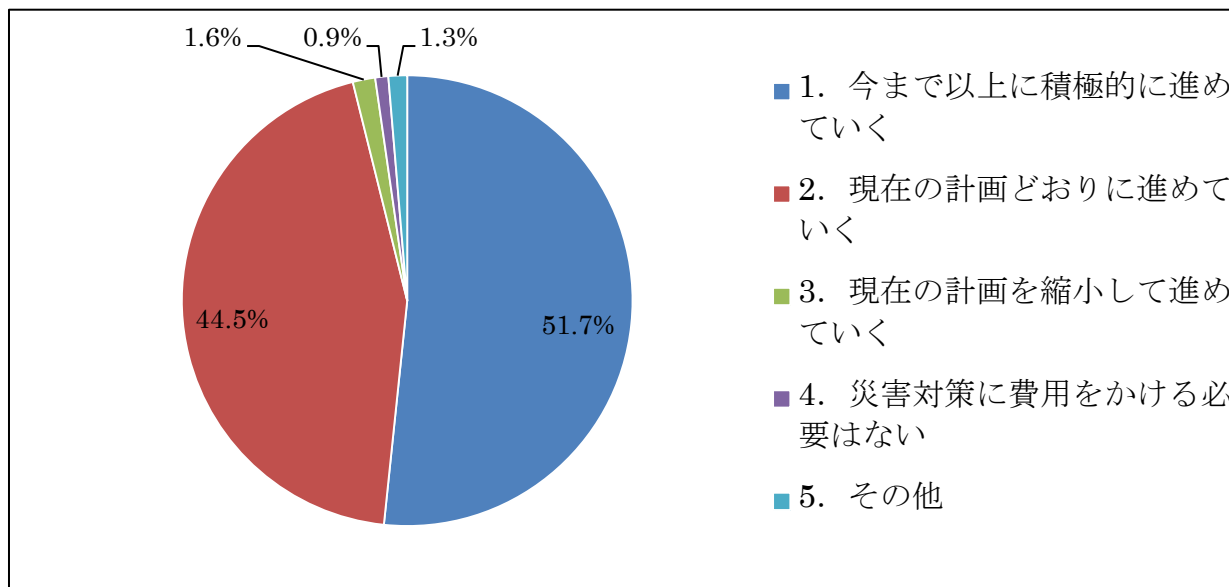


「クレジットカードでの支払いを利用したいか」は「利用したくない」が53.7%で最も多く、「手数料分を上下水道局が負担するなら利用したい」が19.5%、「あまり利用したくない」が16.1%の順になっています。

「利用したくない」と「あまり利用したくない」の合計は69.8%となり、7割の方がクレジットカードでの支払いを利用したくないと回答しており、今後、クレジットカード払いの導入を検討する際に考慮する必要があります。

(4) 災害対策について

問 15 「災害対策の進め方」

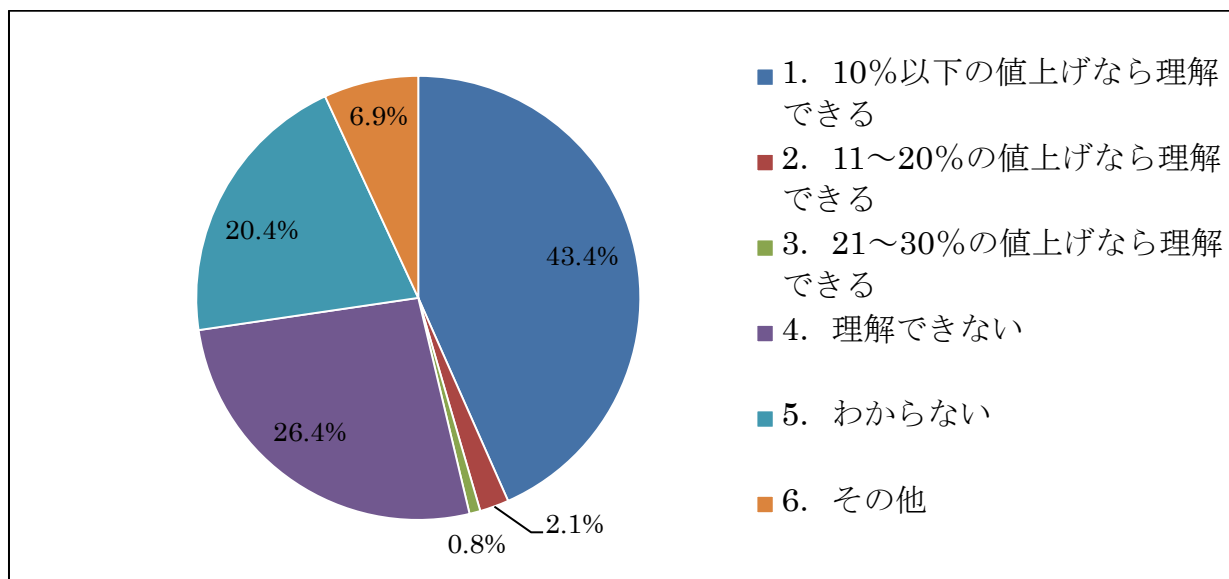


「災害対策の進め方」は「今まで以上に積極的に進めていく」が 51.7%で最も多く、「現在の計画どおりに進めていく」が 44.5%の順になっています。

「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、「災害対策の認知度」が低いことが判断に影響していると推測されます。

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」との意見もあり、すでに実施した災害対策とともに、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」



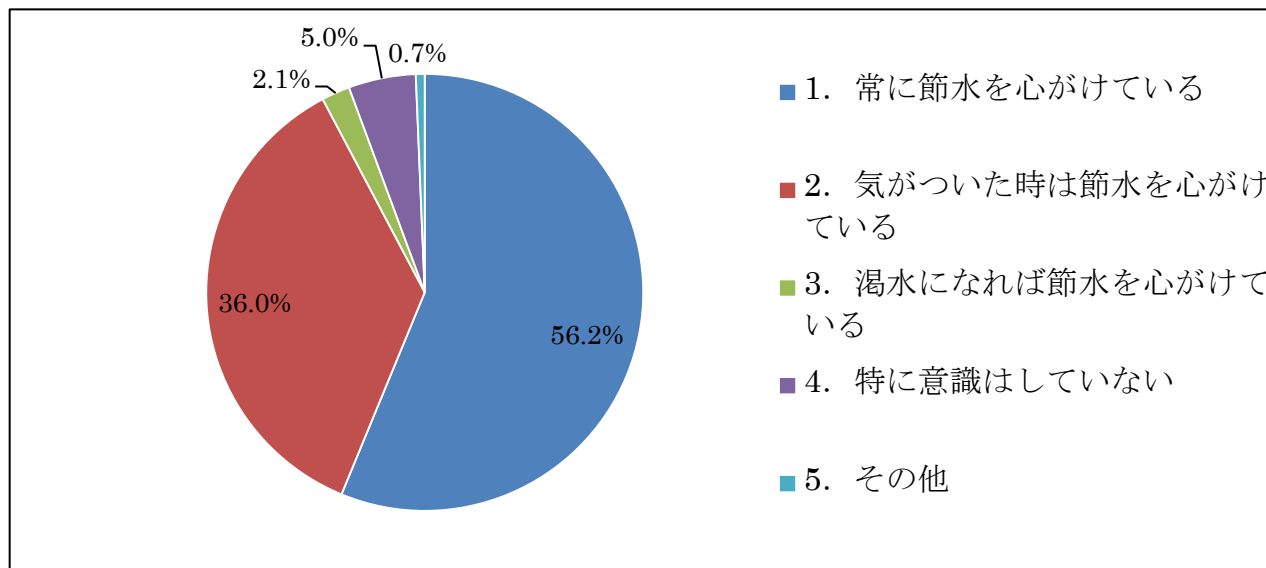
「災害対策を推進するための値上げ」は「10%以下の値上げなら理解できる」が 43.4%で最も多く、「理解できない」が 26.4%、「わからない」が 20.4%の順になっています。

「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。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しな

がら、また、すでに実施した災害対策のPRや今後の計画、災害対策の必要性について、お客さまに十分に説明をし、理解を得ていく必要性があります。

(5) 節水意識について

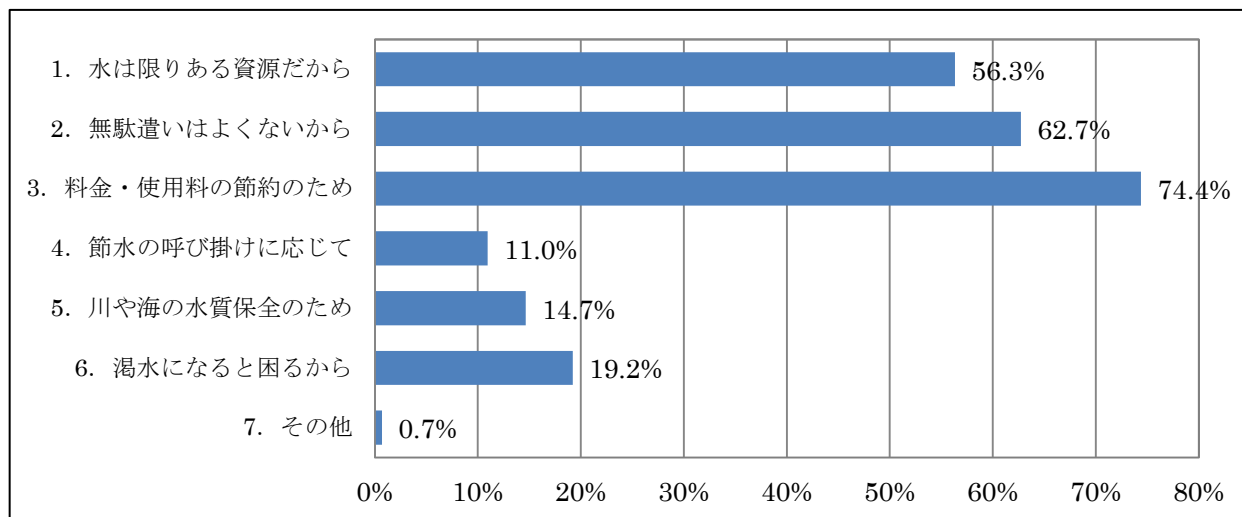
問 17 「日ごろの節水意識について」



「日ごろの節水意識について」は「常に節水を心がけている」が56.2%で最も多く、「気がついた時は節水を心がけている」が36.0%の順になっています。

「常に節水を心がけている」と「気がついた時は節水を心がけている」の合計は92.2%となり、9割以上の方が節水を心がけています。

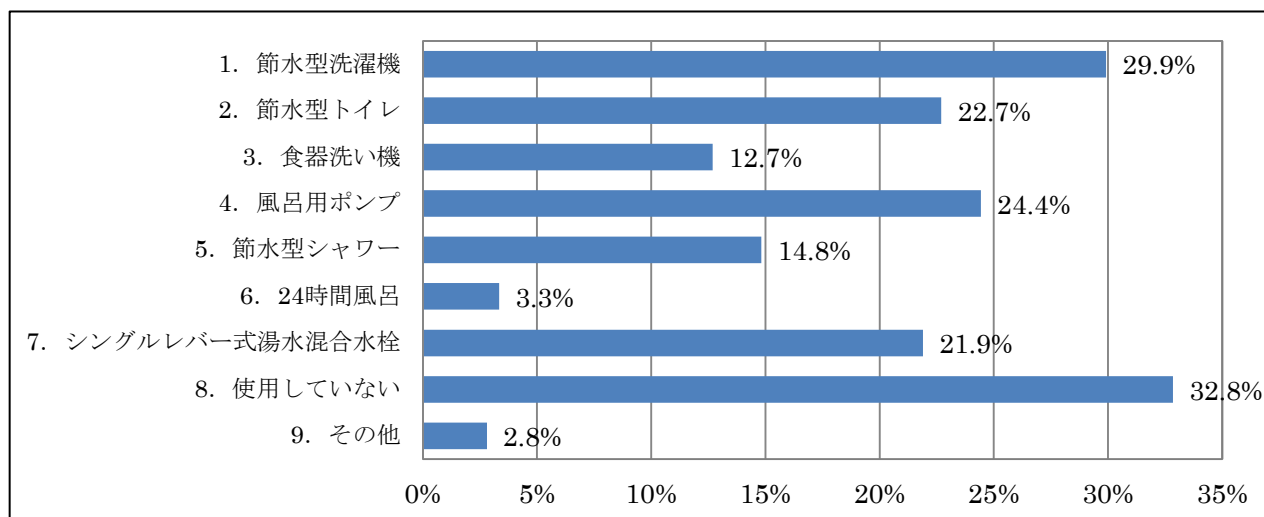
問 17-2 「節水を心がけている理由」 (複数回答)



「節水を心がけている理由」は「料金・使用料の節約のため」が74.4%で最も多く、「無駄遣いはよくないから」が62.7%、「水は限りある資源だから」が56.3%の順になっています。

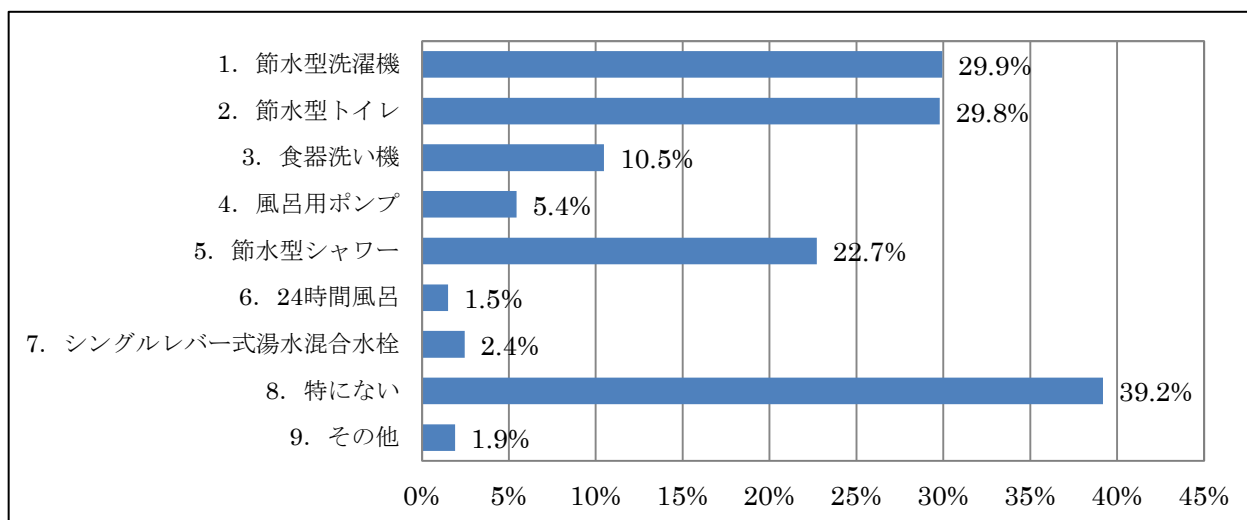
料金・使用料の節約のために節水を心がけている方が多く、今後、水道料金・下水道使用料のあり方について検討する際に考慮する必要があります。

問 18 「現在、使用している節水機器」（複数回答）



「現在、使用している節水機器」は「節水型洗濯機」が 29.9%、「風呂用ポンプ」が 24.4%、「節水型トイレ」が 22.7%、「シングルレバー式湯水混合水栓」が 21.9%の順になっています。また、「使用していない」も 32.8%で多くなっています。

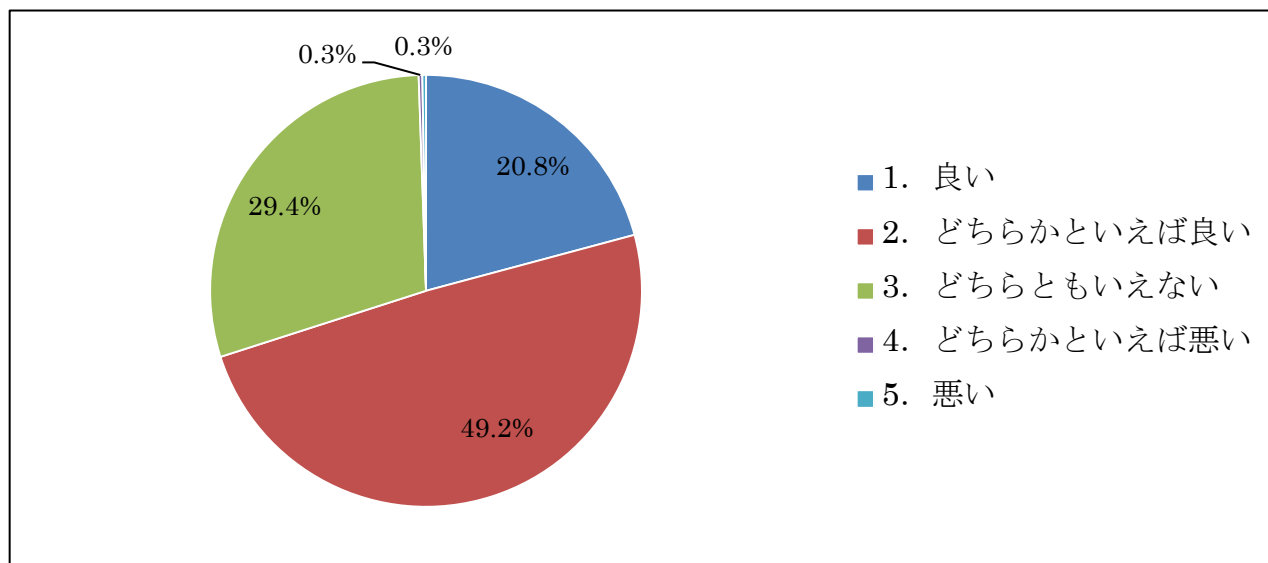
問 19 「今後、購入したい節水機器」（複数回答）



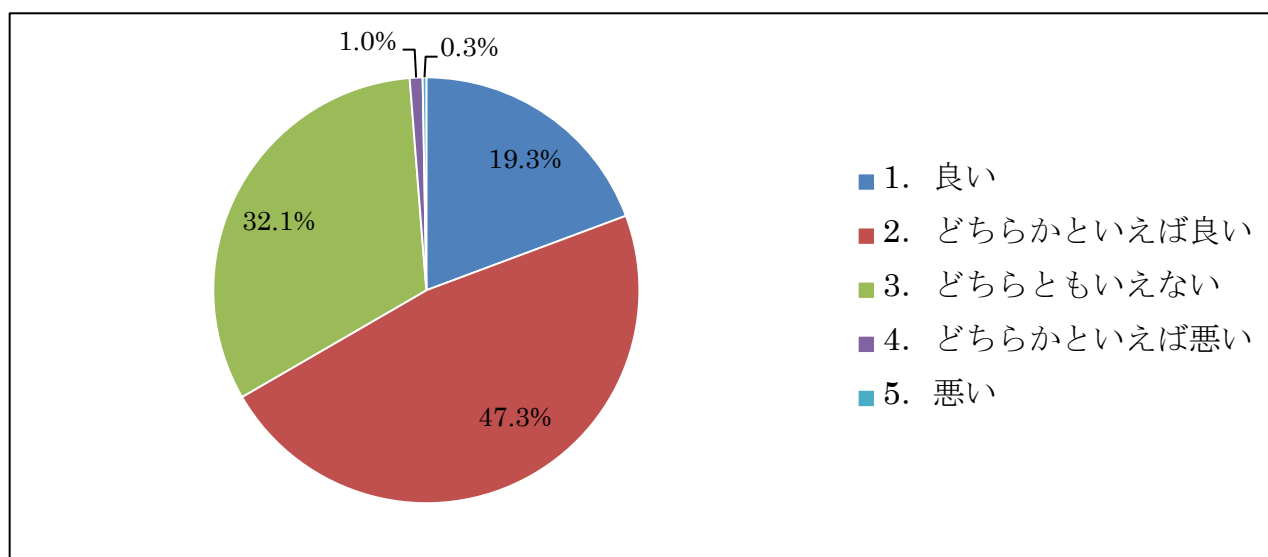
「今後、購入したい節水機器」は「節水型洗濯機」が 29.9%、「節水型トイレ」が 29.8%、「節水型シャワー」が 22.7%の順になっています。また、「特にない」が 39.2%で多くなっています。

(6) 水道・下水道のイメージについて

問 20 「水道のイメージ」



問 21 「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」が約20%の順になっています。

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」につながると推測されます。

自由意見欄の記述内容では、水道は「走水水源地」、「海軍水道」、「安心して飲める」、「断水がない」など、比較的良いイメージの意見が多く、下水道については「(三春町・平成町)下水処理場」、「あまりイメージが浮かばない」など、水道に比べるとややイメージが希薄なようです。

下水道の役割について、さらに情報提供を行っていく必要があります。

(7) 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。

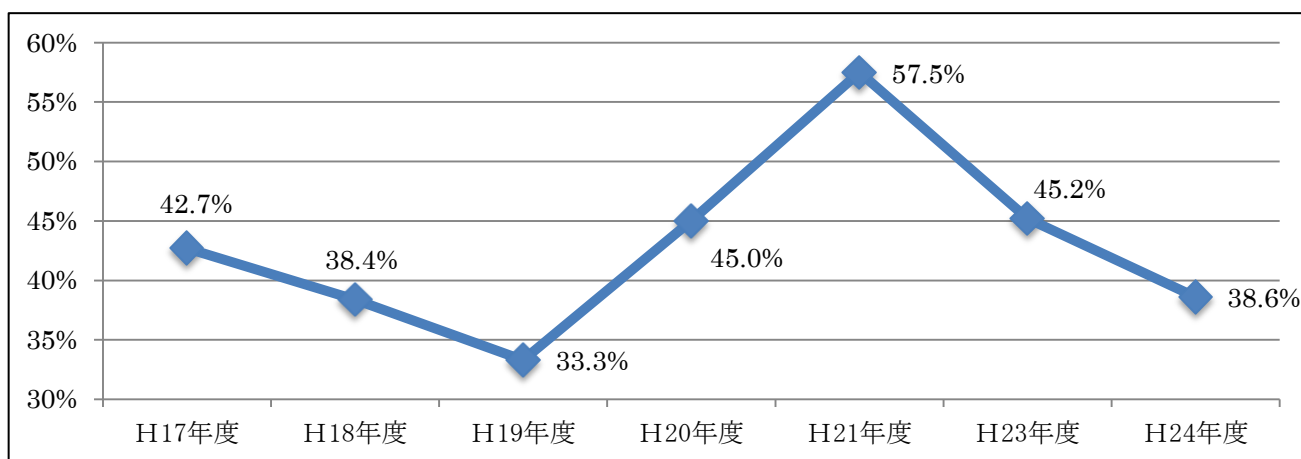
「事業運営へのお客さまの声の反映」は平成23年3月に策定した「水道事業・下水道事業マスタープラン（2011～2021）」の施策として掲げています。お客さまのご意見を反映させた事業運営を行い、また適切に情報を発信していくことで、事業の透明性を確保していく必要性があります。

(8) 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、事業運営に反映していくように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	H24年度
配布数	3,000	2,000	2,000	3,000	2,000	2,000	2,000
回収数	1,282	767	666	1,350	1,149	904	771
回収率	42.7%	38.4%	33.3%	45.0%	57.5%	45.2%	38.6%



アンケートの回収率は、前回に比べて6.6%低下し、38.6%でした。平成23年度と同じ7月に実施し、調査方法としては前年度とほぼ同様の方法で行いました。

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を向上させる必要があります。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性があります。