

「令和3年度 水に関する意識調査結果」について

上下水道局では、「京（みやこ）の水ビジョンーあすをつくるー」及び「中期経営プラン（2018ー2022）」において、「京の上下水道を未来へ継承する広報・広聴活動の推進」を取組の一つに掲げ、きめ細やかに市民の皆さまの声をお聴きし、事業運営に反映することとしています。

この度、その一環として、令和3年9月に「令和3年度 水に関する意識調査」を実施しました。本調査は、平成17年度から令和2年度までに計7回実施しており、この間の経年変化の分析も含めて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

節水型社会の定着や人口減少等による水需要の減少に加え、管路や施設の老朽化が進み、経営環境が更に厳しさを増す状況においても、公営企業として経済性を発揮しつつ、市民の皆さまの期待に応えていく必要がある。

そのため、市民の皆さまの水道水の利用状況や節水意識等の水に関する意識や行動をはじめ、事業に対するニーズや認知度等を把握することを目的として、本調査を実施した。

2 調査対象等

- (1) 調査対象 京都市内に在住する満20歳以上の市民5,000名
(住民基本台帳から無作為に抽出)
- (2) 調査期間 令和3年9月15日（水）～10月15日（金）
- (3) 調査方法 調査票への記入方式又はWEBでの回答
- (4) 回収率 49.9%（回収数：2,499通）
※ 前回（令和2年度）調査 回収率 46.2%（回収数：2,311通）

3 調査項目

- (1) 水に関するライフスタイルについて（問1～4）
- (2) 水道水について（問5～7）
- (3) 事業全般について（問8）
- (4) お客さまサービスについて（問9）
- (5) 上下水道局の経営について（問10～14）
- (6) 広報活動等について（問15～19）
- (7) 総合的な満足度、ご意見について（問20・21）

4 調査項目の主な結果

調査結果については、各設問を単純集計（設問ごとの集計）して経年変化を把握するとともに、調査項目ごとに分析・考察を行った。また、経営ビジョン・中期経営プランに掲げた指標については、詳細な分析を実施し、今後の方向性を示した。

調査結果については、別紙「令和3年度 水に関する意識調査 報告書」のとおり。

5 経営ビジョン・中期経営プランに掲げた指標の調査結果

経営ビジョン及び中期経営プラン数値目標のうち、本調査の結果によるものは、下表のとおりであり、「窓口、電話対応のお客さま満足度」は、令和3年度目標を上回った。

表 経営ビジョン・中期経営プランに掲げた指標の調査結果

指標名	前期プラン					後期プラン
	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度 (プラン目標)	令和9年度 (ビジョン目標)
				調査結果 (目標)		
飲料水の 備蓄率 (問5)	62.0%	62.4%	61.9%	56.3% (62.4%)	55%	60%
窓口、電話応 対のお客さま 満足度 (問9)	61.8%	60.1%	64.4%	72.7% (64.4%)	65%	70%
広報活動の 認知度 (問16)	37.7%	29.9%	32.6%	27.0% (34.5%)	35%	40%
事業に対する 総合満足度 (問20)	78.5%	79.7%	77.9%	76.9% (79.7%以上)	70%以上	70%以上

※ 「利用経験がないまたは知らない」及び「無回答」を除いた割合である。

※ プラン目標値を超えている指標については、プラン目標、ビジョン目標とは別に、過去の結果の中で最も高い数値以上となるよう令和3年度の目標数値を設定している。

6 今後の対応

(1) 水に関するライフスタイルについて

入浴回数とシャワー回数の結果を比較すると、「夏場」に入浴習慣のある人は、季節によらず入浴が習慣化していることが考えられる。特に「夏場」において、シャワーを習慣にしている人に、少しでも入浴の習慣をつけてもらうことでお風呂の利用促進が進むため、引き続きお風呂の効能や魅力等を発信していく。

(2) 飲料水の備蓄率について

令和元年度以降、京都市域や近隣地域における大規模な災害等が発生しておらず、「急いで準備する必要性がない」、「災害が起きてからでも購入できる」と考える人の割合が増えていることで備蓄率が減少していると考えられる。

今後も引き続き、広報物のほか、SNSなど対象者の利用特性を踏まえた媒体を活用し、備蓄の必要性を呼び掛けていく。

(3) 経営に関する情報について

全国的な課題である管路の老朽化についての認知度は高く、老朽化施設の更新は進めていくべきとの意見が多数であったことから、上下水道事業の厳しい財政状況を踏まえつつ、優先度とリスクを考慮した老朽化対策の検討を進めていく。

(4) 広報活動等について

新型コロナウイルス感染症の影響により、外出が制限されたことや当局の財政状況を踏まえた広報活動の縮小に伴い、周知機会が減少したことから認知度が低くなったと考えられる。

コロナ禍における新しい生活スタイルを踏まえ、効果的・効率的な発信となるよう、ターゲットに応じて発信する情報や媒体を使い分けるなど、様々な手法を活用し、広報活動を行っていく。

(5) 総合的な満足度について

総合的な満足度は令和2年度からは減少したが、平成30年度以降は継続して70%を超えている。これまでと同様、水道・下水道事業に対し安心を感じていると回答した人や応対での満足度が高い人ほど、事業への満足度が高い傾向が見られた。

現在実施している事業・施策を引き続きしっかりと進めるとともに、こうした取組を市民の皆さまに知っていただけるよう積極的に広報することで、満足度の更なる向上を図っていく。

7 調査結果の公表

今回の調査結果は、印刷・製本のうえ、市会図書室、情報公開コーナー、各市立図書館等に配架するとともに、上下水道局ホームページにも掲載する。