

第1章 調査の概要

1 調査の目的

本市水道事業を取り巻く状況が大きく変化している中、水道事業に対するお客さまの評価や意見を的確に把握し、今後の水道事業運営の基礎資料とすることを目的として、本調査を実施した。

2 調査内容

- ・ フェイスシート（お客さまの属性）
- ・ 水道水の節水状況に関する設問
- ・ 災害時における飲料水の確保に関する設問
- ・ 水道局の広報・PRに関する設問
- ・ 事業運営全般に関する設問
- ・ 自由意見

3 調査設計

調査地域 : 新潟市の給水区域
調査対象 : 新潟市の上水道を利用している事業所
標本数 : 1,000
標本抽出方法 : 無作為抽出法（検針のためのお客さま情報から無作為に抽出）
調査方法 : 郵送法（郵送配布・郵送回収）
調査時期 : 平成29年11月20日（月）から12月8日（金）までの18日間
委託調査機関 : 株式会社ITスクエア
委託内容 : 調査表の印刷, 発送準備・発送, 集計, 分析, 報告書作成

4 回収結果

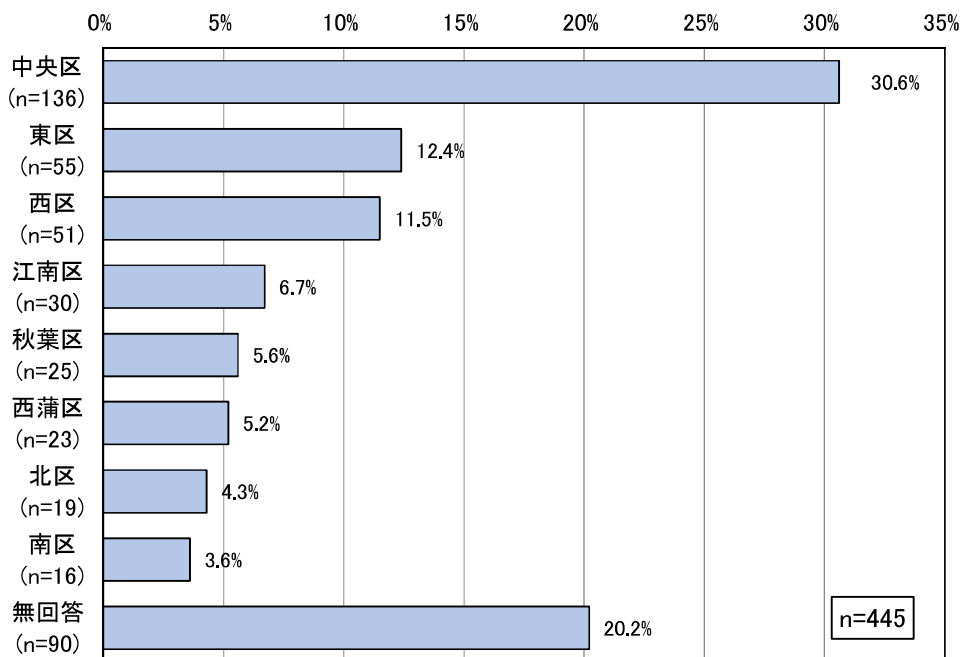
調査票発送数 1,000
有効回収数 445（回収率 44.5%）

5 集計・分析にあたって

- 数値（％）は単位未満を四捨五入してあるので、総数と内訳の計が一致しないこともある。
- 図表中の「n」とは、回答者総数（または該当者質問での該当者数）のことで、100％が何人の回答に相当するかを示す比率算出の基数である。
- 本文及び図表中、意味をそこなわない範囲で簡略化した選択肢がある。

6 回答者の属性

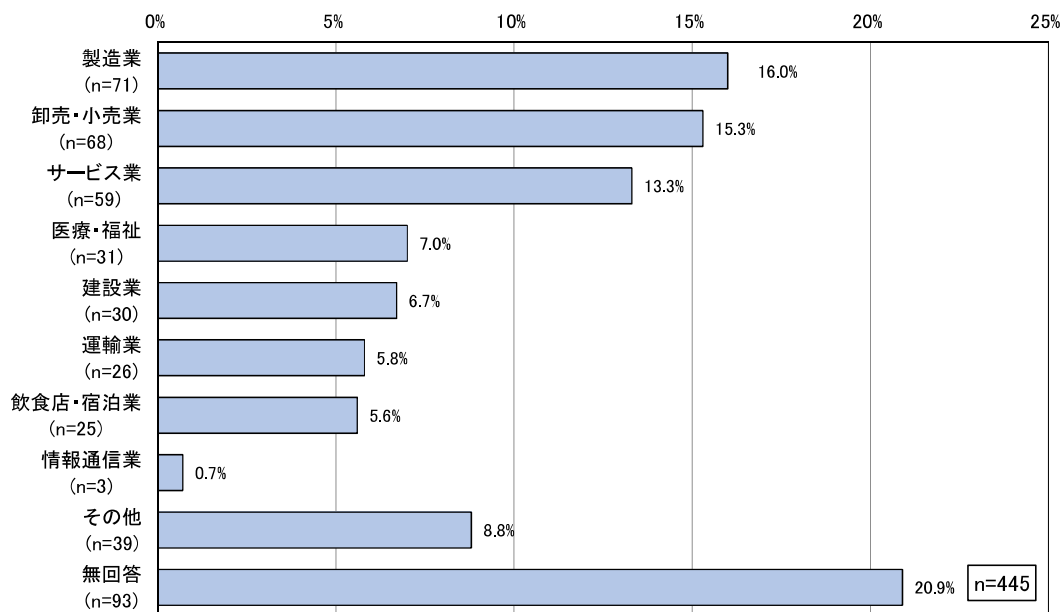
(1) 所在地



所在地においては、中央区の30.6％が最も高く、南区の3.6％が最も低い数値を示している。

※標本抽出の際、行政区別の事業所数を案分し抽出したのでその比率と同様の傾向にある。

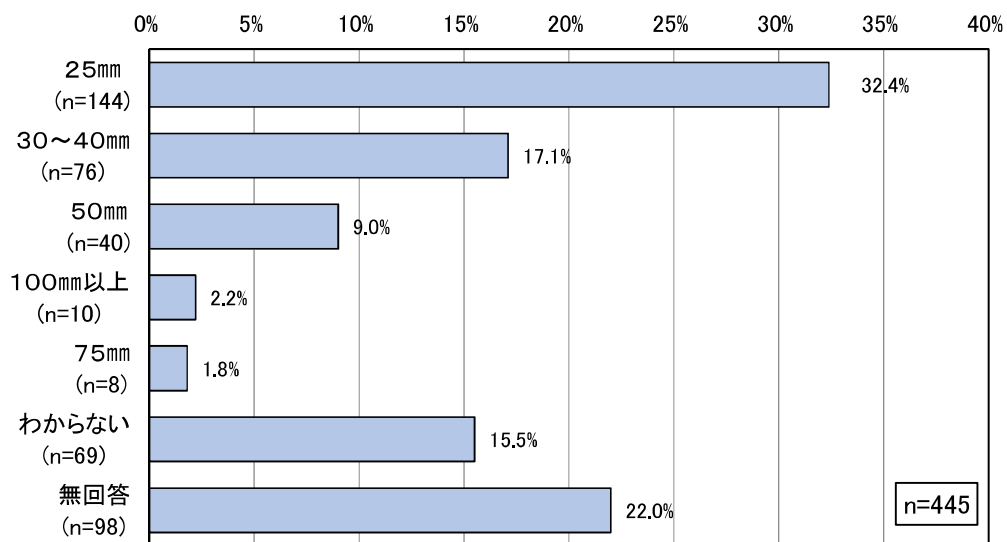
(2) 業種



業種においては、製造業が16.0%と最も高く、次いで卸売・小売業が15.3%となっている。情報通信業は、0.7%と最も低い。

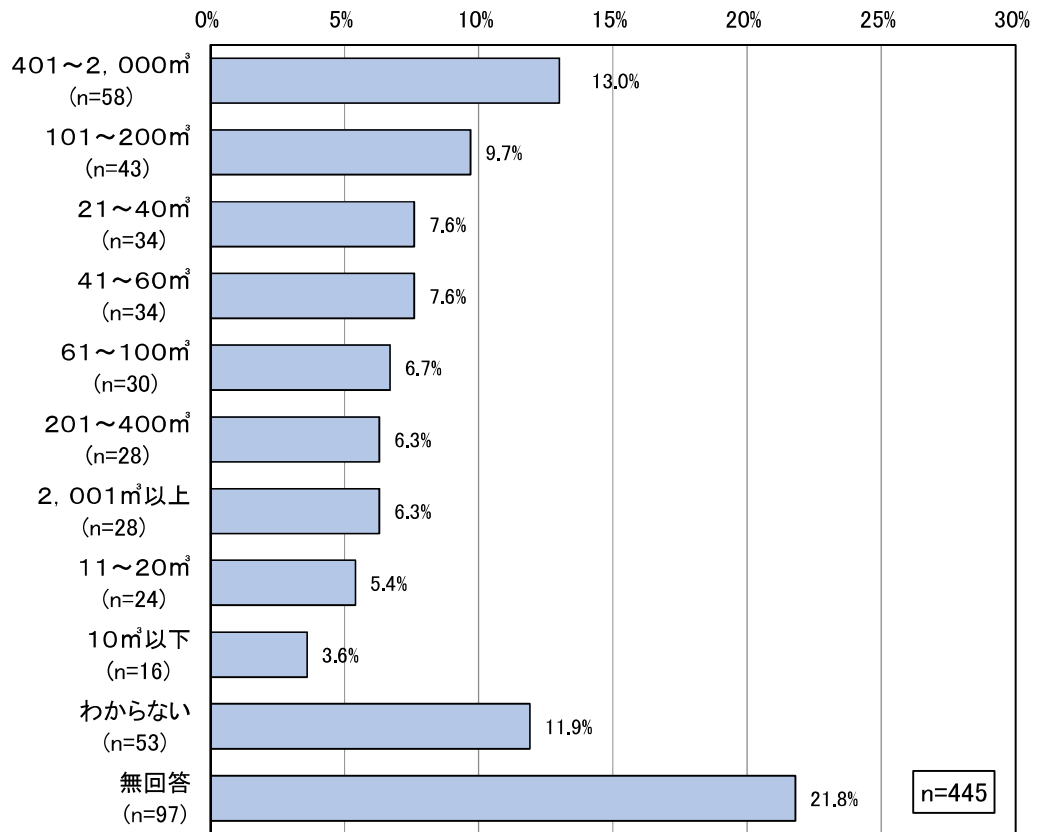
その他の回答			
金融業	10	建設機械の修理業	1
銀行業	3	自動車タイヤ販売・修理	1
不動産業	3	洗濯業	1
ガス事業	1	測量、調査、設計	1
パチンコ店	1	貸しビル業	1
メンテナンス業	1	都市ガス供給業	1
印刷業	1	百貨店	1
金属リサイクル	1	有料老人ホーム、老人デイサービス	1

(3) 水道メーター口径



水道メーター口径は25mmが32.4%と最も高く、口径が大きくなるにつれ、数値は下がる傾向にある。

(4) 直近の水道使用水量



使用水量は401~2,000m³の13.0%が最も高く、次いで101~200m³の9.7%が高い。

7 調査結果の概要

(1) 「第2章 調査結果の分析」の概要

① 水道水の節水状況

(水道水の節水意識について)

・日ごろ、節水を意識して水道水を使用しているかどうかについて『まめに節水している』『ある程度節水をしながら使っている』と答えた人が合わせて33.7%になり、3割強となっている。一方、『節水のことは考えずに使っている』と答えた事業所は7.2%だったことから、『節水は必要と思いつながらも、実行はしていない』を含めると、節水を意識している事業所が多いことが伺える。

・居住区別にみると、西蒲区が節水を行っているのが39.1%と最も高く、『節水のことは考えずに使っている』と答えた事業所も0%と、最も節水を意識している。業種別にみると、飲食店・宿泊業が節水の実行について60.0%と最も高い。

(節水目標とその達成状況について)

・節水を行っている事業所に対して、節水の目標設定やその達成状況について聞いてみたが、節水の目標値はないと答えた事業所が66.7%に達しており、節水を行っている事業所でも具体的な目標値を立てている事業所が少ないことが伺える。

(節水への具体策について)

・節水を行っている事業所に対して、現在取り組んでいる対策を聞いてみると、『従業員への啓発』が66.7%と最も高く、次いで『使用量の管理』が38.0%と高かった。
・今後取り組みたい対策についても、『従業員への啓発』が48.1%と最も高く、次に『使用量の管理』が25.2%と高かった。

(水の利用状況について)

・『飲用』『飲用以外の生活用水』『業務用』『設備用』全てにおいて、水道水が基本となっている。

② 災害時の飲料水の確保と災害対策

(東日本大震災発生以降の水に対する意識の変化と備えについて)

・東日本大震災発生以降の、水に対する考え方に対して、『変わらない』が41.1%と最も高かった。しかし、クロス集計の結果では、それぞれの属性にて『変わらない』を押さえ、『水道水の安全性に対して関心が高くなった』が最も高くなったものがある

ことは特徴的であり、水道メーター口径別にみると75mmが、それぞれの属性の中では唯一、『変わらない』を押さえ、最も高くなった。

・災害に備えた飲料水の備蓄をしているかどうかは、『備蓄していない』が69.4%と、ほとんどの事業所で備蓄しないことがわかる。一方業種別にみると、医療・福祉だけが『備蓄していない』が38.7%と、半数以上が備蓄していることが分かる。これ以外にも、直近の水道使用水量別にみたときの2,001m³以上だけが、『備蓄していない』が42.9%と半数以上備蓄していることが分かる。

・備蓄内容については、『ペットボトル』が22.9%と最も高く、災害に備えた飲料水を備蓄する場合、ほとんどの事業所は、ペットボトルで保管していることが分かる。

③ 広報・PR

(現在利用している広報媒体と今後力を入れてほしい媒体について)

・現在利用している広報媒体は、『広報紙「水先案内」』が28.3%と数ある媒体の中で最も高いが、それ以上に『利用していない』が49.9%と最も高い。

・今後力を入れてほしい媒体は、『広報紙「水先案内」』が最も高く23.4%で、次いで『市報にいがた』が23.1%と高く、次に『ホームページ』が22.7%となっている。これ以外にも『検針票の裏面』が21.8%、『テレビでの広報』が19.6%、『新聞での広報』が17.5%と、比較的高い結果となっている。

(必要と考える水道局からの情報・お知らせについて)

・『断水・漏水などの工事情報』が最も高く58.7%で、次いで『水道水の水質検査の結果』が47.9%と高く、次に『水道水の節水方法や活用』が39.3%となっている。

④ 水道事業全般

(水道事業に対する総合的な満足度について)

・『どちらともいえない』が57.8%と最も多かった。

・『満足』『やや満足』と答えた人は36.2%だったが、『やや不満』『不満』と答えた人は5.1%と低かった。

・満足している具体的な内容として、「水道水の安全性」が87.6%と圧倒的に高かった。これ以外にも、「断水のない安定した給水」が60.9%と高く、次いで、「水道水のおいしさ」を挙げる人が45.3%だった。

(水道局の取り組みと水道料金との関係について)

- 水道料金が高くなっても積極的に推進してほしい取り組みは、『地震に強い水道管の整備など災害対策の強化』が19.6%と最も高い。ただ、原則全ての取り組みにおいて、現状の料金水準で推進してほしいという声が50%を超えている。
- 水道料金が高くなるのなら推進しないでほしい取り組みは、『水道料金の支払方法を広く選択できるなど、お客さまサービスの向上』の21.8%と最も高く、次に『太陽光発電の導入など環境に配慮した施設整備』の20.9%が高い結果となった。