

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）
- ・ 水道水の節水意識や利用状況に関する設問
- ・ 災害時における飲料水の確保と水道局の災害対策に関する設問
- ・ 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25年10月2日（水）から10月16日（水）までの15日間
委託調査機関 : 株式会社サーヴメント
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

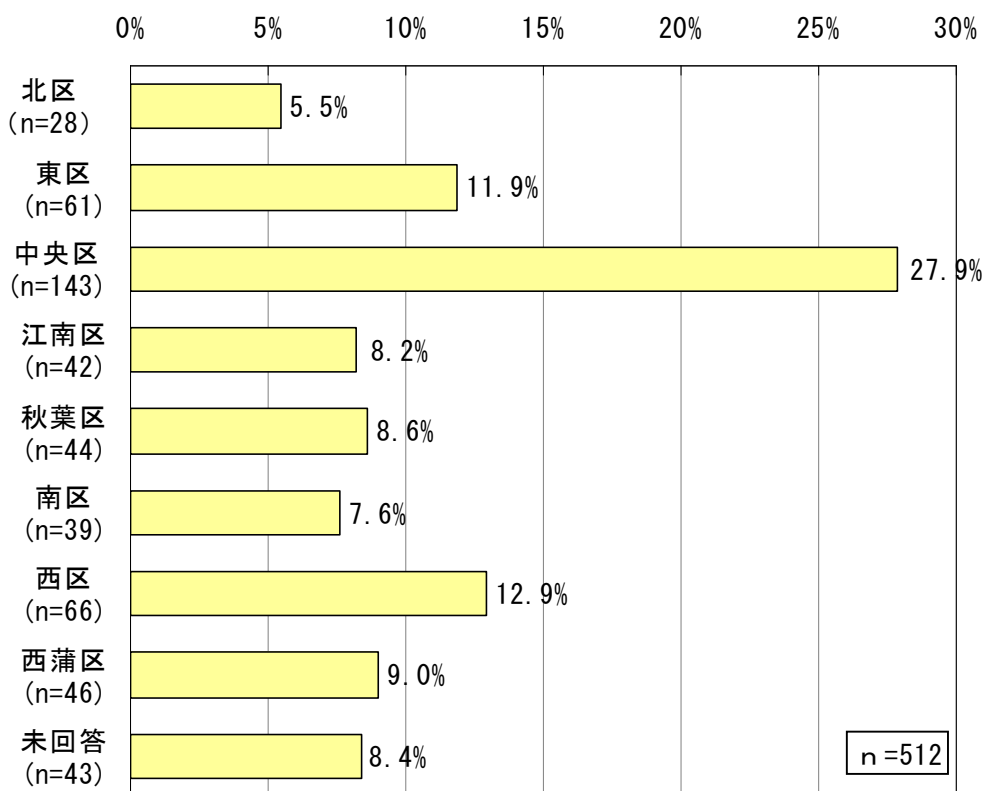
調査票発送数 958（※1000件のうち宛所不明により郵送配布ができなかった42件を除く）
有効回収数 512（回収率 53.4%）

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

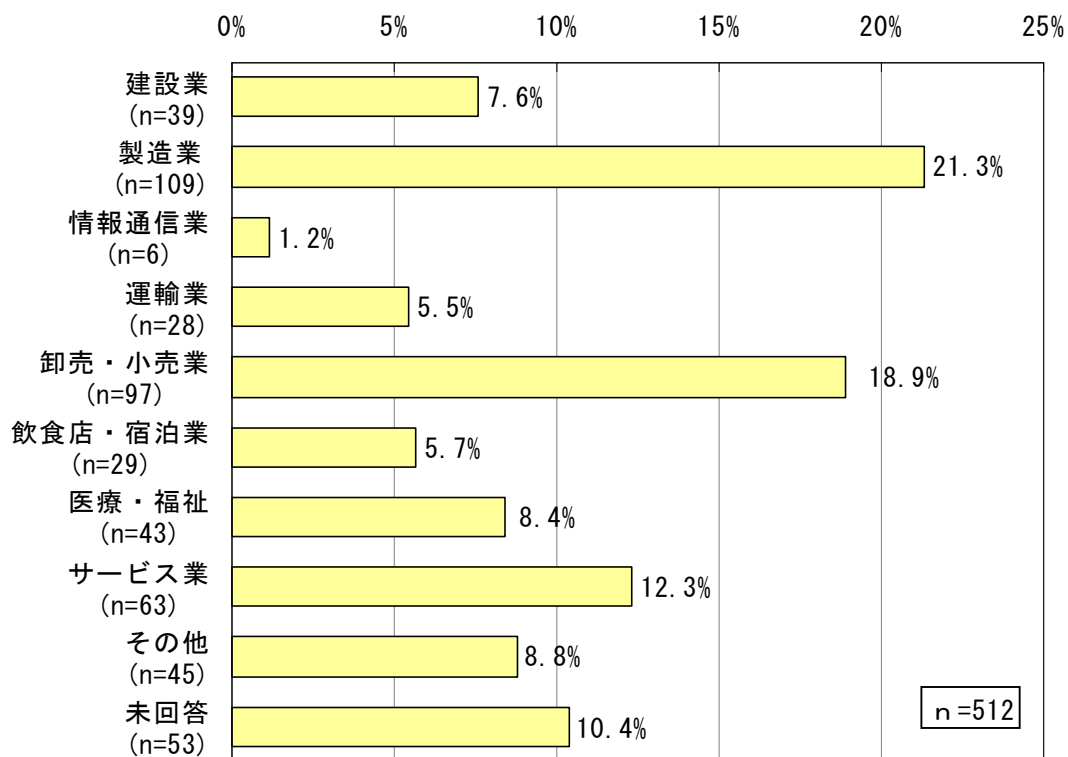
(1) 所在地



所在地においては、中央区の27.9％が最も高く、北区の5.5％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。

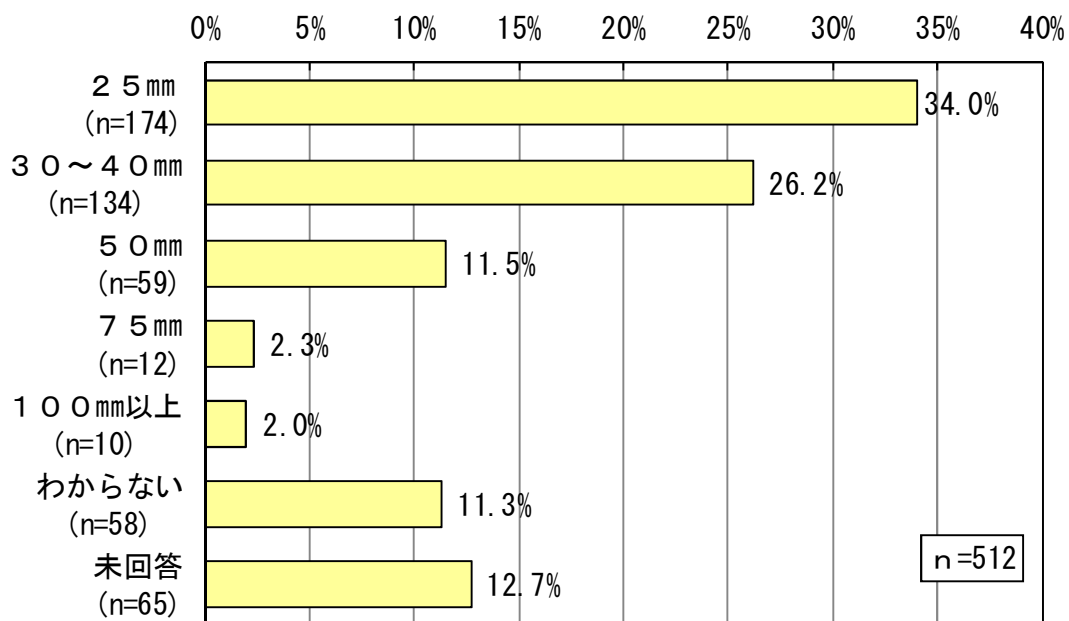
(2) 業種



業種においては、製造業が21.3%と最も高く、次いで卸売・小売業が18.9%となっている。情報通信業は、1.2%と最も低い。

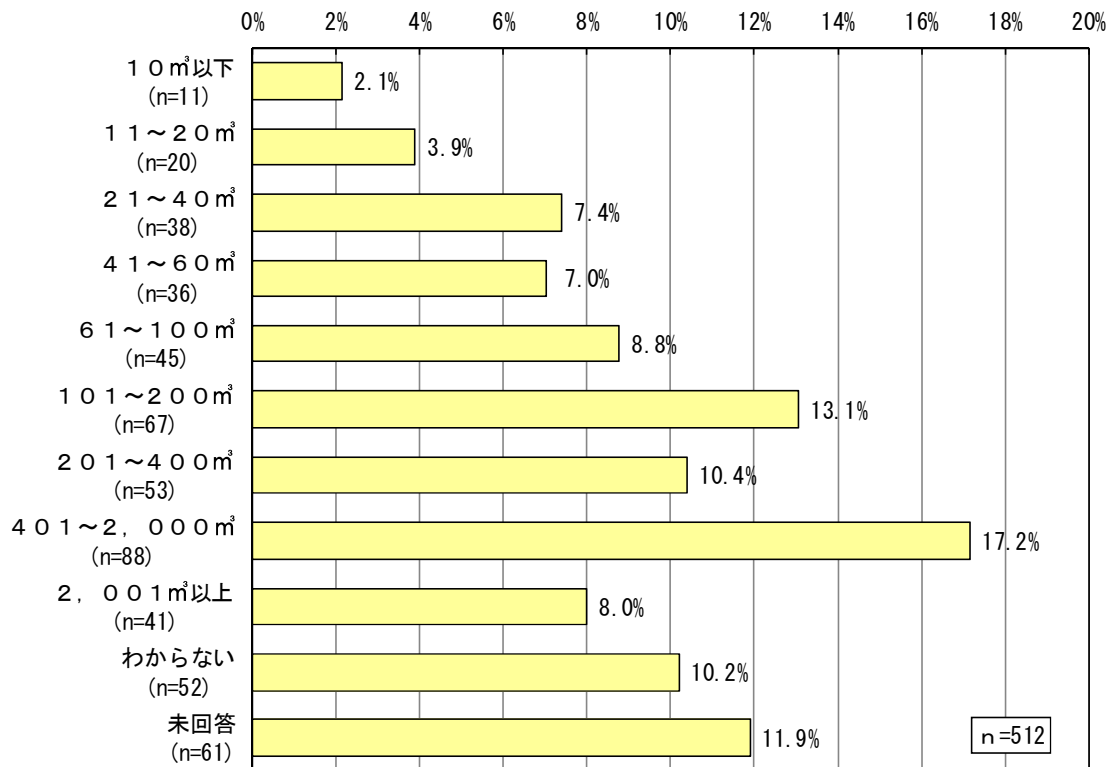
その他の回答			
不動産賃貸業	9	電気事業	1
ビル賃貸業	4	鉄鋼業	1
宗教法人	3	専門学校	1
自動車整備業	3	人材派遣	1
金融業	3	公益法人	1
ガス供給業	3	経済団体	1
倉庫業	2	教育サービス	1
倉庫	2	機器修理業	1
メッキ業	1	学校教育	1
農業	1	海上運送業	1

(3) 水道メーター口径



水道メーター口径は25mm が34.0%と最も高く、口径が大きくなるにつれ、数値は下がっている。

(4) 直近の水道使用水量



使用水量は401~2,001 m³ の17.2%が最も高く、次いで101~200 m³ の13.1%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 水道水の節水意識や利用状況

(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』と答えた事業所が合わせて41.5%になり、半数を割った。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8.8%だったことから、『節水は必要と思いつながら、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、秋葉区が節水を行っているのが59.5%と最も高く、北区は『節水のことは考えずに使っている』と答えた事業所が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76.9%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71.4%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80.8%と最も高く、次いで『使用量の管理』が38.9%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56.6%と最も高く、次に『使用量の管理』が34.7%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90%以上に達しており、全ての用途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40.2%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、『水の果たす役割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、居住区別にみると江南区が、業種別にみると飲食店・宿泊業が、水道メーター口径別にみると75mmが、さらに、水道使用量別にみると2,001m³以上のみが、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77.4%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44.2%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、42.5%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85.7%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。

(災害対策として、優先的に実施した方がよいと思う取組みについて)

・最も高いのが、『地震に強い水道管への入替えによる耐震化』で55.3%だった。次いで『浄水場などの水道施設の耐震化』が49.1%と高く、次に『災害時に一定の飲料水等を確保する緊急貯水槽などの応急給水設備の整備』が48.9%だった。

・それ以外にも『給水車・仮設給水栓・キャンパス水槽などの応急給水用具の整備』も46.3%と比較的高く、『病院などの重要施設向け水道管の耐震化』も業種別にみると、医療・福祉で52.4%と高く、運輸業でも46.4%と比較的高い。全体的に災害対策としては、満遍なく様々な対策に取り組んだ方がよいと思っていることが伺える。

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、『市報にいがた』が35.5%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45.2%と最も高い。

・今後力を入れてほしい媒体は、『市報にいがた』が最も高く42.0%で、次いで『テレビでの広報』が30.4%と高く、次に『新聞での広報』が28.2%となっている。これ以外にも『ホームページ』が27.4%、『検針票の裏面』が26.5%、『広報紙『水先案内』』が24.8%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・お知らせにつて)

・『水道水の水質検査の結果』、『断水・漏水などの工事情報』、『災害対策の取組み』、『水道水の節水方法や活用方法など』が50%を超えている。

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57.7%と最も多かった。
- ・『満足』『やや満足』と答えた人は35.6%だったが、『やや不満』『不満』と答えた人は6.6%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83.1%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67.4%と高く、次いで、「水道水のおいしさ」を挙げる人が32.6%だった。

(優先的に実施した方がよいと思う取組みについて)

- ・最優先すべき取組みとして、『水質検査の強化など、水道水の安全性を確保していくための取組み』が48.6%と最も高く、次いで『古くなった水道施設を計画的に改良・更新するなど、将来にわたって安定して水道を供給するための取組み』が21.9%と高く、次に『地震に強い水道管の整備など災害対策の強化』が17.0%という結果になった。次に優先すべき取組み、3番目に優先すべき取組みでも、上記の3つが高い結果となった。

(水道局の取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19.1%と最も高い。ただ、原則全ての取組みにおいて、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35.7%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27.9%が高い結果となった。