

令和6年度 水道局インターネット調査報告書

調査概要		2
回答者属性		3
調査結果まとめ		4
調査結果詳細		
水道水の安全性・おいしさについて		6
大阪市の水道水について		9
水道水の飲用状況について		13
水道事業の経営状況やサービスに関する情報の発信について		17
水道料金制度及び経営状況について		19
水道局の収支の認知について		27
お客さまサポートページ内チャットボットの使いやすさについて		30
コロナ禍における人の行動変容		33
飲料水の備蓄について		39
水道事業に関する情報の発信について		42

調査目的

大阪市水道局の取り組みに対するお客さまの認知度、満足度を測定するとともに、水道をご利用いただいているお客さまのご意見やご要望を客観的に把握し、PDCAサイクルにより事業計画へ反映していくことを目的に実施。

調査手法

インターネット調査

調査期間

令和7年1月27日（月）～28日（火）

調査対象者

20歳以上69歳以下の大阪市内居住者 600名

調査対象の
サンプル構成

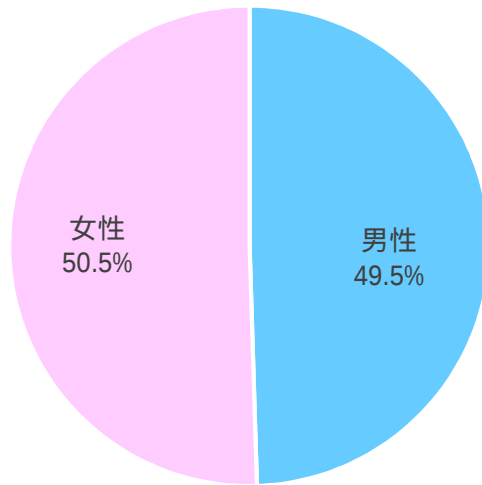
調査対象者の人口構成比（令和2年国勢調査より）に基づき、割り付け（下表参照）

性別 \ 年代	年代					計
	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	
男性	61	60	61	67	48	297
女性	65	62	62	66	48	303
TOTAL	126	122	123	133	96	600

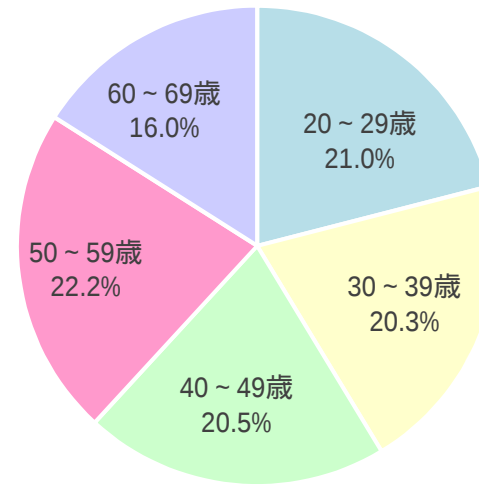
本報告書の
注意点

- ・nは回答者数を表している。
- ・回答率(%)は小数点第2位を四捨五入し、小数点第1位までを表示している。このため、合計数値は必ずしも100%とはならない場合がある。
- ・設問の回答には、単一回答と複数回答がある。複数回答の設問は、回答率(%)の合計が100%を超える場合がある。
- ・nが30未満の数値は参考値とする。

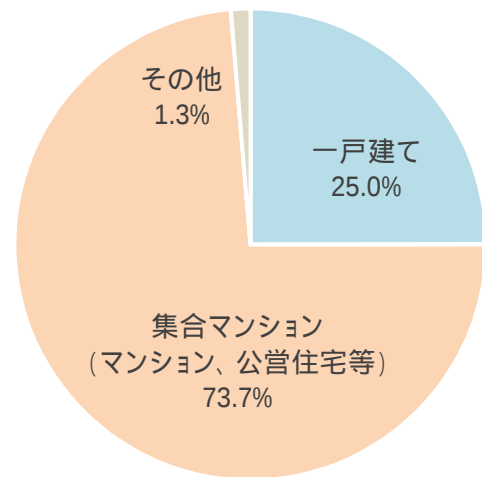
性別 (n=600)



年代 (n=600)



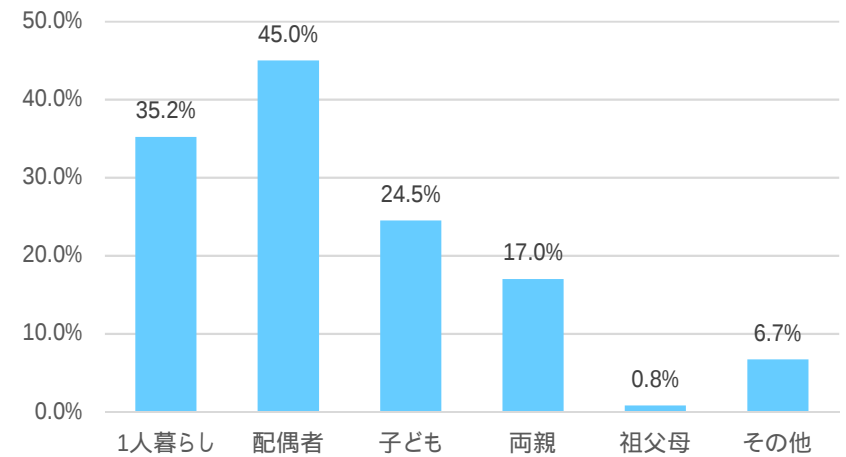
住居形態 (n=600)



その他の意見（賃貸アパート他）

同居家族 (n=600)

【複数回答】



その他の意見（兄弟姉妹他）

■水道水の安全性・おいしさについて

- ・水道の安全性への評価は「とても満足している」19.2%、「満足している」68.8%と88.0%が満足していると回答。
- ・水道のおいしさへの評価は「とても満足している」11.5%、「満足している」63.8%と75.3%が満足していると回答。

■大阪市の水道水について

- ・水道の水質について認知されている特徴は「どれも知らない」42.0%で全体の認知度が低い一方、「大阪市の水道水はすべて淀川の水から作られている」は41.7%と高い。
- ・「大阪市の水道水について」を見て感じたことは「大阪市の水道水のおいしさや安全性への取り組みが良かった」が78.3%、「大阪市の水道水について理解が深まったので、飲用など積極的に使いたくなった」28.7%。
- ・「大阪市の水道水について」に掲載してほしい情報は「おいしい水の情報」39.8%、「水道水の安全性に関する情報」35.0%。

■水道水の飲用状況について

- ・水道水の飲用状況について「浄水器を通して飲んでいる」29.8%、「そのまま飲んでいる（水出し茶等を含む）」27.5%、「沸かしてから飲んでいる」25.7%とほぼ同数。
- ・水道水を飲まない理由として「ミネラルウォーターの方が体によさそう」48.0%、「美味しくない」30.6%。
- ・水道水の利用についての要望は「より安全な水道水を作してほしい」49.3%、「マンションなどの貯水槽の安全管理を高めてほしい」31.7%。

■水道事業の経営状況やサービスに関する情報の発信について

- ・水道事業の経営状況やサービスに関する認知度について「この中にはない」39.3%、「インターネットにおいて、水道の使用開始・中止や支払方法変更（口座振替・クレジットカード決済）などの各種お手続きができること」24.0%と続く。

■水道料金制度及び経営状況について

- ・水道料金の特徴認知について「この中にはない」39.0%、「大都市と比較して水道料金が安い（一般のご家庭でのご使用の場合）」31.8%と続く。
- ・水道料金に対する総合評価として「高く評価できる」21.3%、「まあ評価できる」65.8%と87.1%が評価できると回答。
- ・水道料金を評価できる理由について「料金が安いから」43.8%、「税金を使うことなく、費用を水道料金でまかなっているから」34.8%。
- ・水道料金を評価できない理由について「料金が高いから」39.0%、「水道事業・料金に対してあまり関心がないから」33.8%。
- ・水道事業の経営状況や水道料金についての興味として概ねどの回答も約3割前後であるが「経営戦略（水道管の耐震化の目標やお客様サービスの利便性向上策などをまとめたもの）の具体的な取組内容」は22.3%と低い。
- ・水道事業の経営に関するわかりやすさについて「わかりやすい」17.2%、「概ねわかりやすい」65.3%と82.5%が「わかりやすい」と回答。
- ・水道事業の経営がわかりにくい理由として「文字が多い」51.4%、「グラフや表がわかりにくい」46.7%と続く。

■水道局の収支の認知について

- ・節水意識の向上による収入の減少の認知について「あまり知らない」39.7%、「聞いたことがない」34.7%と74.4%が「知らない」と回答。
- ・工事や整備のための支出が増える見込みであることの認知について「あまり知らない」34.3%、「聞いたことがない」27.3%と61.6%が「知らない」と回答。

■お客さまサポートページ内チャットボットの使いやすさについて

- ・チャットボット画面に使用感について「使いやすかった」11.7%、「概ね使いやすかった」59.2%で70.9%が「使いやすかった」と回答。
- ・チャットボットが使いにくい理由として「使い方が分からない」50.3%、「画面が分かりにくい」28.0%と続く。

■ コロナ禍における人の行動変容

- ・テレワーク（オンライン授業）は20.0%が「実施している」と回答、「週に1～2回」11.5%、「週に3～4回」2.8%、「ほぼ毎日」5.7%。
- ・テレワーク（オンライン授業）環境整備について「テレワーク（オンライン授業）がなじむ仕事（学業）ではない」と60.8%が回答。
- ・コロナ収束後のテレワーク（オンライン授業）定着について「定着している」30.7%、「定着しない」69.3%。
- ・コロナ禍において活用が増えた行動（サービス）は「オンラインショッピング」38.2%、「UberEats等のデリバリー、テイクアウト」14.5%と続く。
- ・コロナ収束後も活用したいと考える行動（サービス）は「オンラインショッピング」68.2%、「UberEats等のデリバリー、テイクアウト」19.9%と続く。

■ 飲料水の備蓄について

- ・飲料水備蓄状況について「備蓄している」61.6%、「備蓄していない」38.3%
- ・飲料水の備蓄を行わない理由について「保管する場所がないから」50.9%、「面倒だから」31.7%、「費用がかかるから」19.6%と続く。

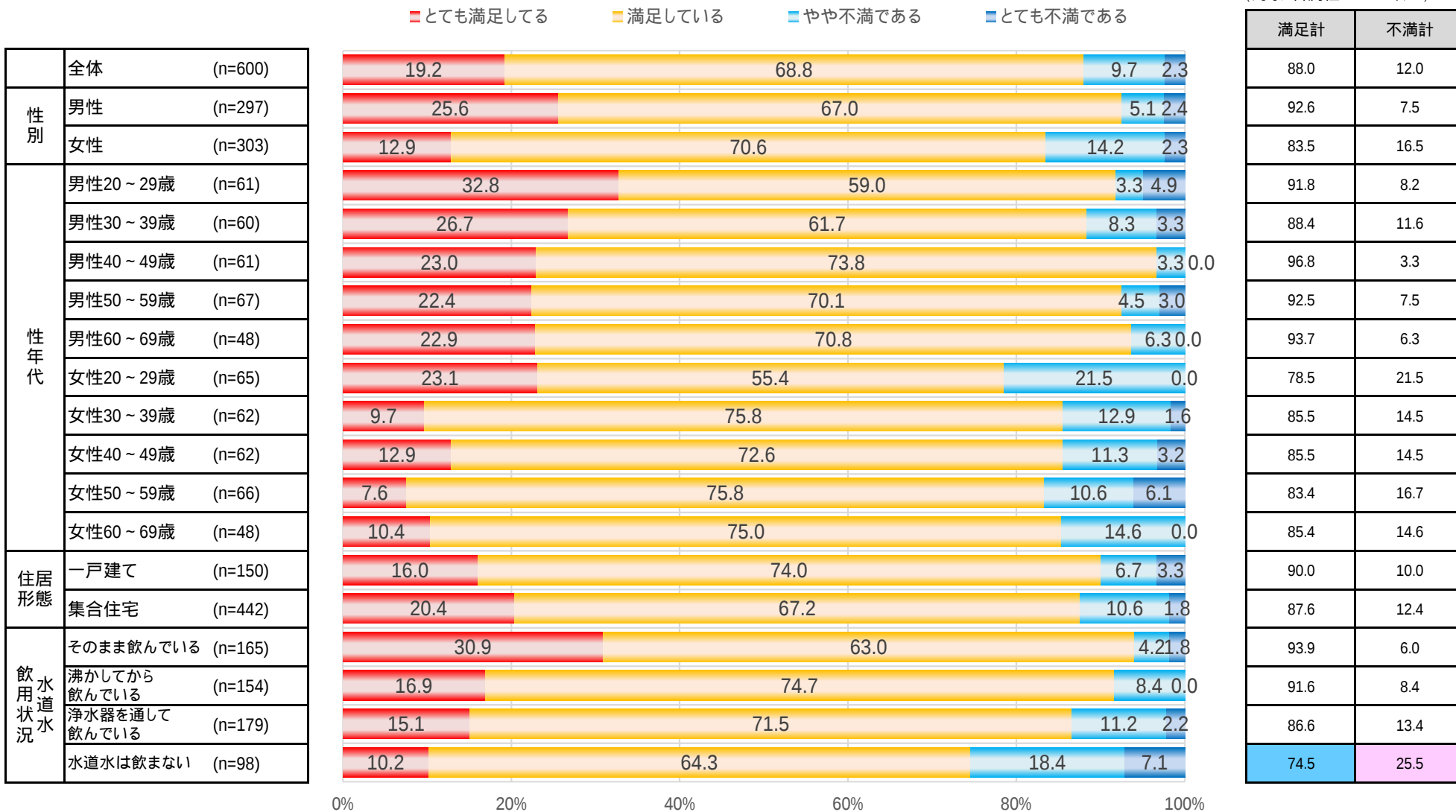
■ 水道事業に関する情報の発信について

- ・水道事業に関する情報を得るため普段利用する媒体は、「ホームページ」38.5%、「水道事業の情報を必要としない」29.3%、「区政だより」21.0%と続く。
- ・水道事業に関する情報を得るため利用したい媒体は「ホームページ」39.2%、「X、LINE、YouTube等のSNS」27.7%、「水道事業の情報を必要としない」24.0%と続く。
- ・水道局ホームページのトップページのわかりやすさは「わかりやすい（知りたい情報をすぐに見つけられるよう整理されている）」15.7%、「概ねわかりやすい」68.2%と83.9%が「わかりやすい」と回答。
- ・水道局ホームページのトップページがわかりにくい理由について「そもそも行政のホームページ・文章は堅くてわかりにくい」44.3%、「デザインが良くない」27.8%と続く。

水道水の安全性・おいしさについて

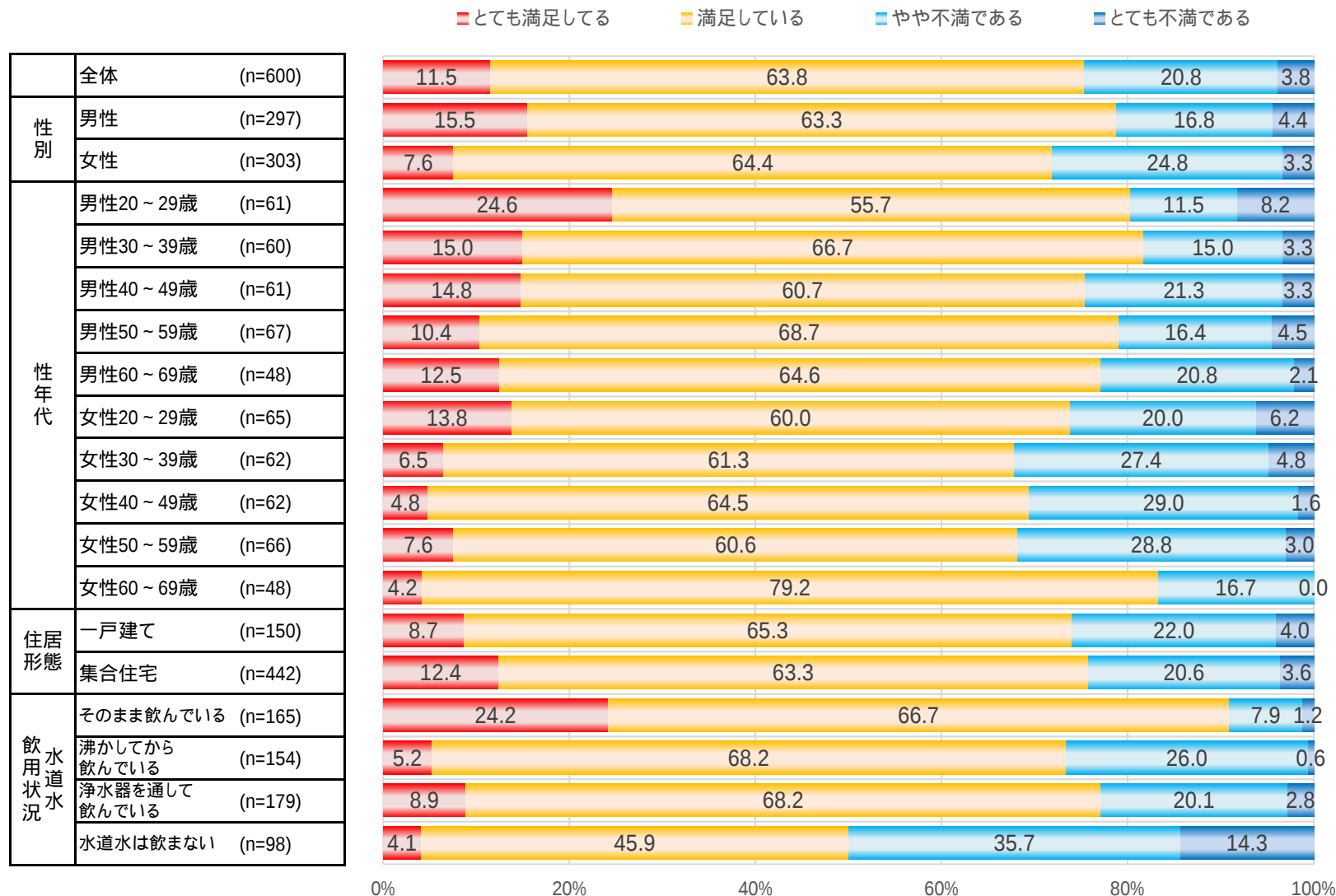
- 水道の「安全性」満足度は、全体の19.2%が「とても満足している」と回答しており「満足している」は68.8%で合わせて88.0%が「満足」と回答。
- 性別でみると女性より男性の方が「安全性」の満足度が高い傾向にある。
- 飲用状況別でみると「そのまま飲んでいる」人は93.9%と「安全性」の満足度が高い一方、「水道水は飲まない」人は74.5%と低い。

F6．大阪市水道局の水道の「安全性」についてどの程度満足されていますか。



- 水道の「おいしさ」満足度は、全体の11.5%が「とても満足している」と回答しており「満足している」は63.8%で合わせて75.3%が「満足」と回答。
- 性別でみると女性より男性の方が「おいしさ」の満足度が高い傾向にある。
- 飲用状況別でみると「そのまま飲んでいる」人は90.9%と「おいしさ」の満足度が高い一方、「水道水は飲まない」人は50.0%と低い。

F7．大阪市水道局の水道の「おいしさ」についてどの程度満足されていますか。



■ 全体 + 10ポイント以上
 ■ 全体 - 10ポイント以下
 (対象: 各属性 n = 30 以上)

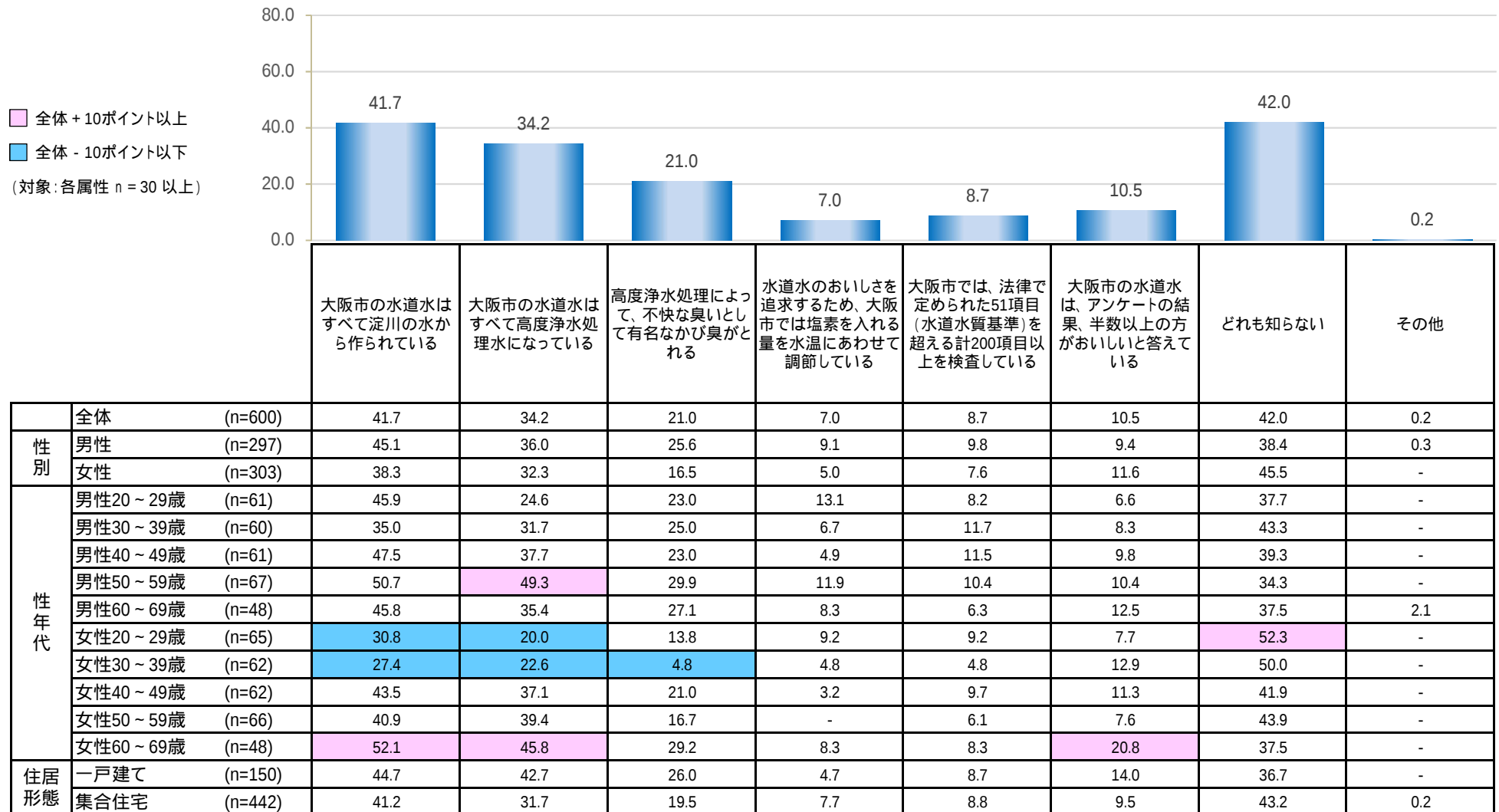
満足計	不満計
75.3	24.6
78.8	21.2
72.0	28.1
80.3	19.7
81.7	18.3
75.5	24.6
79.1	20.9
77.1	22.9
73.8	26.2
67.8	32.2
69.3	30.6
68.2	31.8
83.4	16.7
74.0	26.0
75.7	24.2
90.9	9.1
73.4	26.6
77.1	22.9
50.0	50.0

大阪市の水道水について

- 大阪市の水道の水質の特徴認知は、全体で「どれも知らない」が42.0%で認知度が低い一方、「大阪市の水道水はすべて淀川の水から作られている」は41.7%と高い。
- 性年代別だと男性よりも女性のほうが年齢が高くなると認知度も高くなり年齢が低いと認知度も低い。

F 8 . 大阪市の水道の水質の特徴として、あなたがご存じのものをすべてお答えください。

【複数回答】

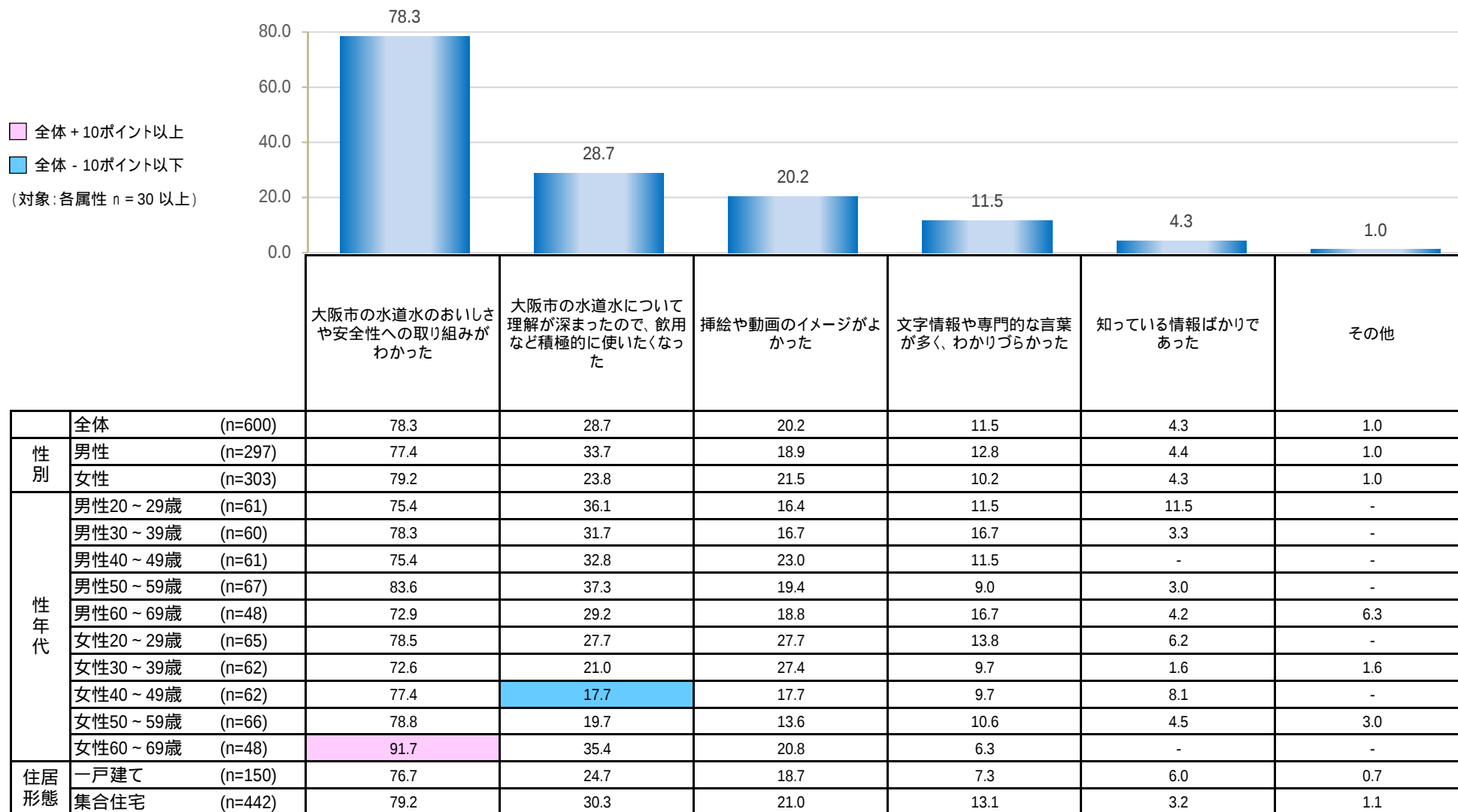


その他の意見 (綺麗な水が周りがない大阪で水道水が飲めるのは、高度な技術と厳しいチェックがなされているはずだから 他)

- 「大阪市の水道について」を見て感じたことは、全体で「大阪市の水道水のおいしさや安全性への取り組みがわかった」が78.3%と最も高く、「大阪市の水道水について理解が深まったので、飲用など積極的に使いたくなった」が28.7%、「挿絵や動画のイメージがよかった」の20.2%と続く。
- 性年代別でも同様の傾向がみられる。

F9. 「大阪市の水道水について」をご覧いただき、感じたことをすべてお答えください。

【複数回答】

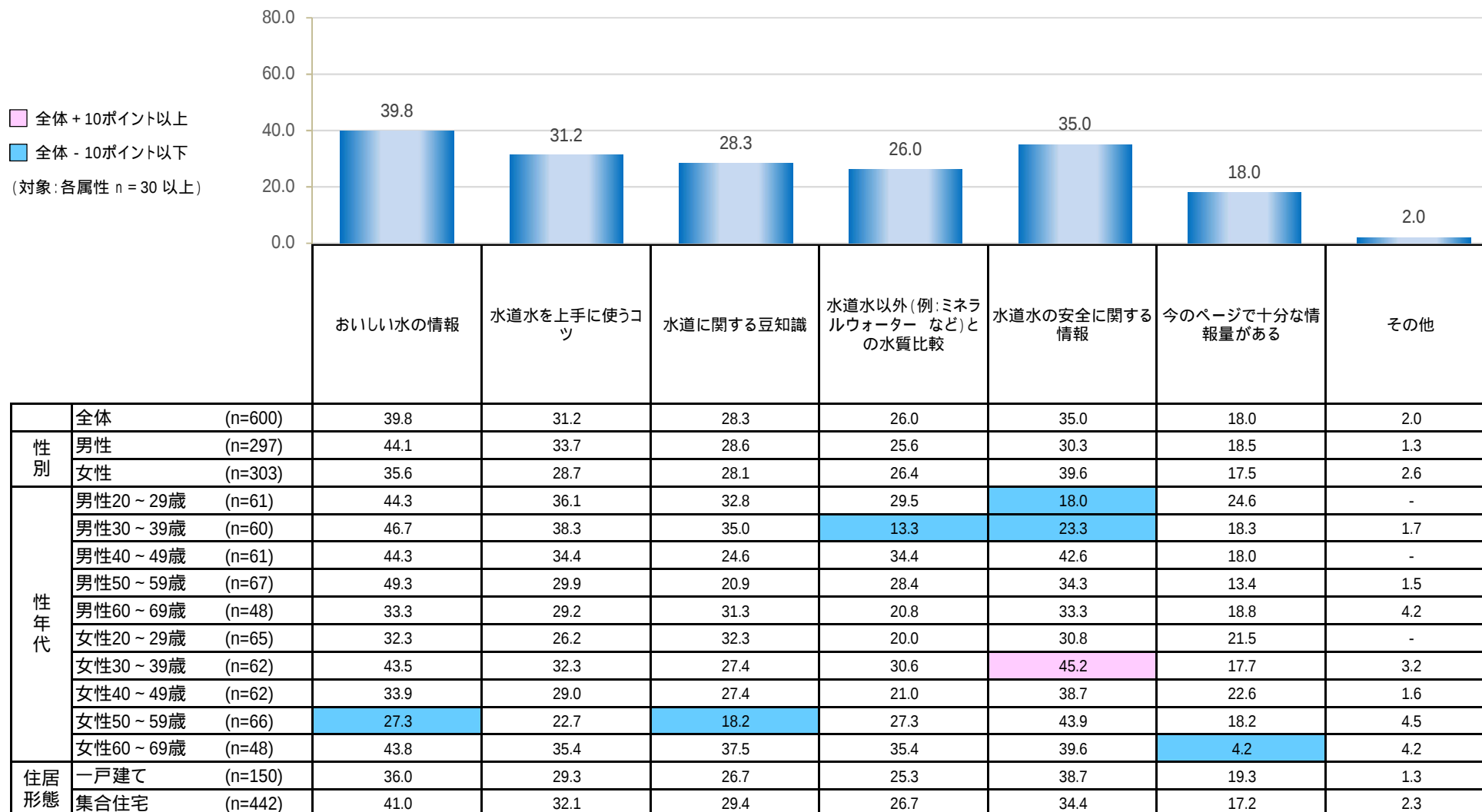


その他の意見（美味しさではなく、安心安全であることが重要である 他）

- 「大阪市の水道について」に掲載してほしい情報は、全体で「おいしい水の情報」が39.8%と最も高く、「水道水の安全に関する情報」の35.0%と続く。
- 性年代別でも同2項目が高いが、年齢の低い男性では「水道水の安全に関する情報」が低い。

F10. 「大阪市の水道水について」にどのような情報を掲載して欲しいか感じたことをすべてお答えください。

【複数回答】

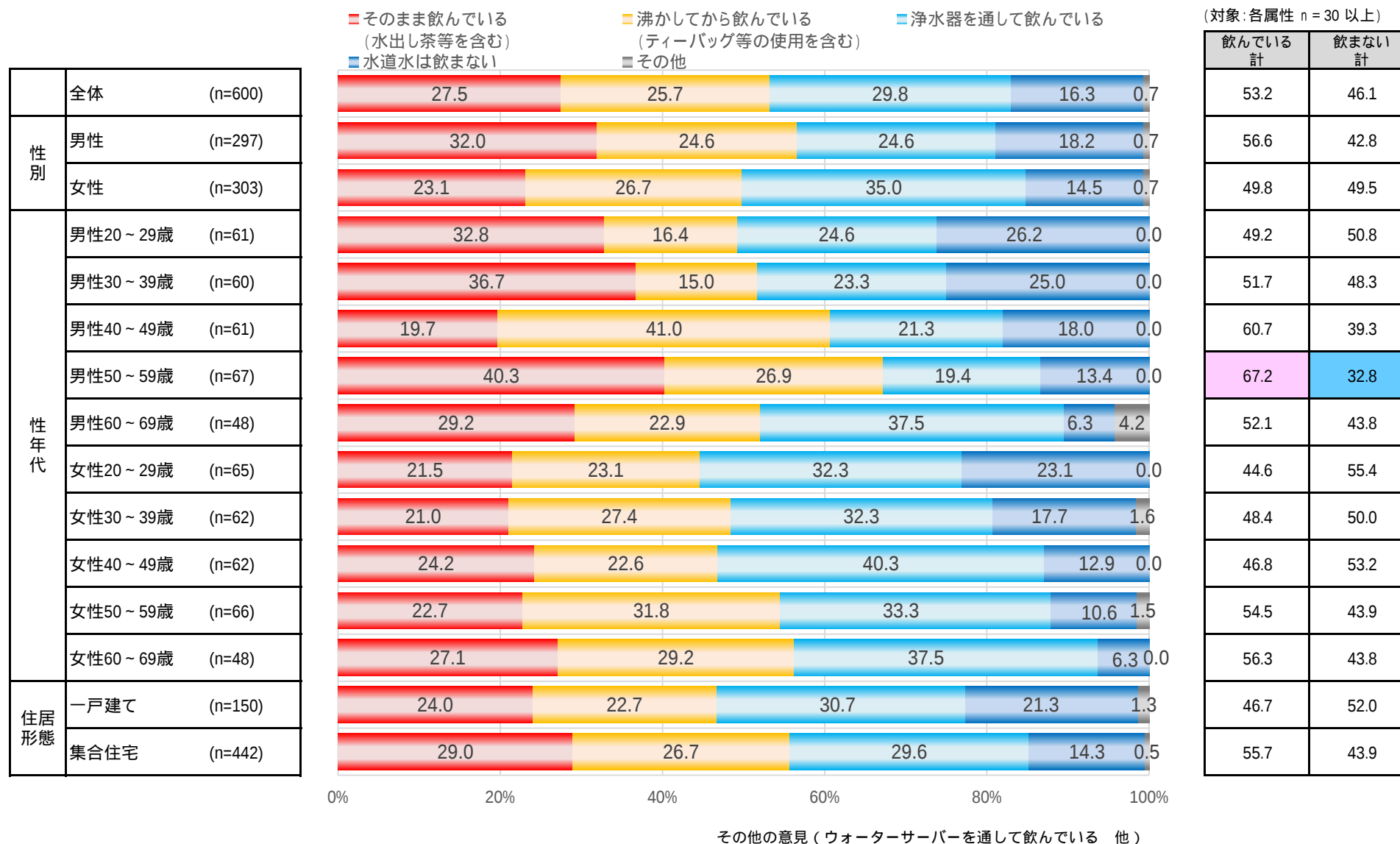


その他の意見（やや情報量が多いのでもっと簡潔にしてほしい 他）

水道水の飲用状況について

- 水道水引用状況は、全体で「浄水器を通して飲んでいる」が29.8%、「そのまま飲んでいる（水出し茶等を含む）」が27.5%、「沸かしてから飲んでいる（ティーバッグ等の使用を含む）」が25.7%と大きな差はない。
- 性年代別でみるとすべての年齢の女性で「浄水器を通して飲んでいる」が高い。

F11．普段、どのようにして水道水を飲んでいますか。

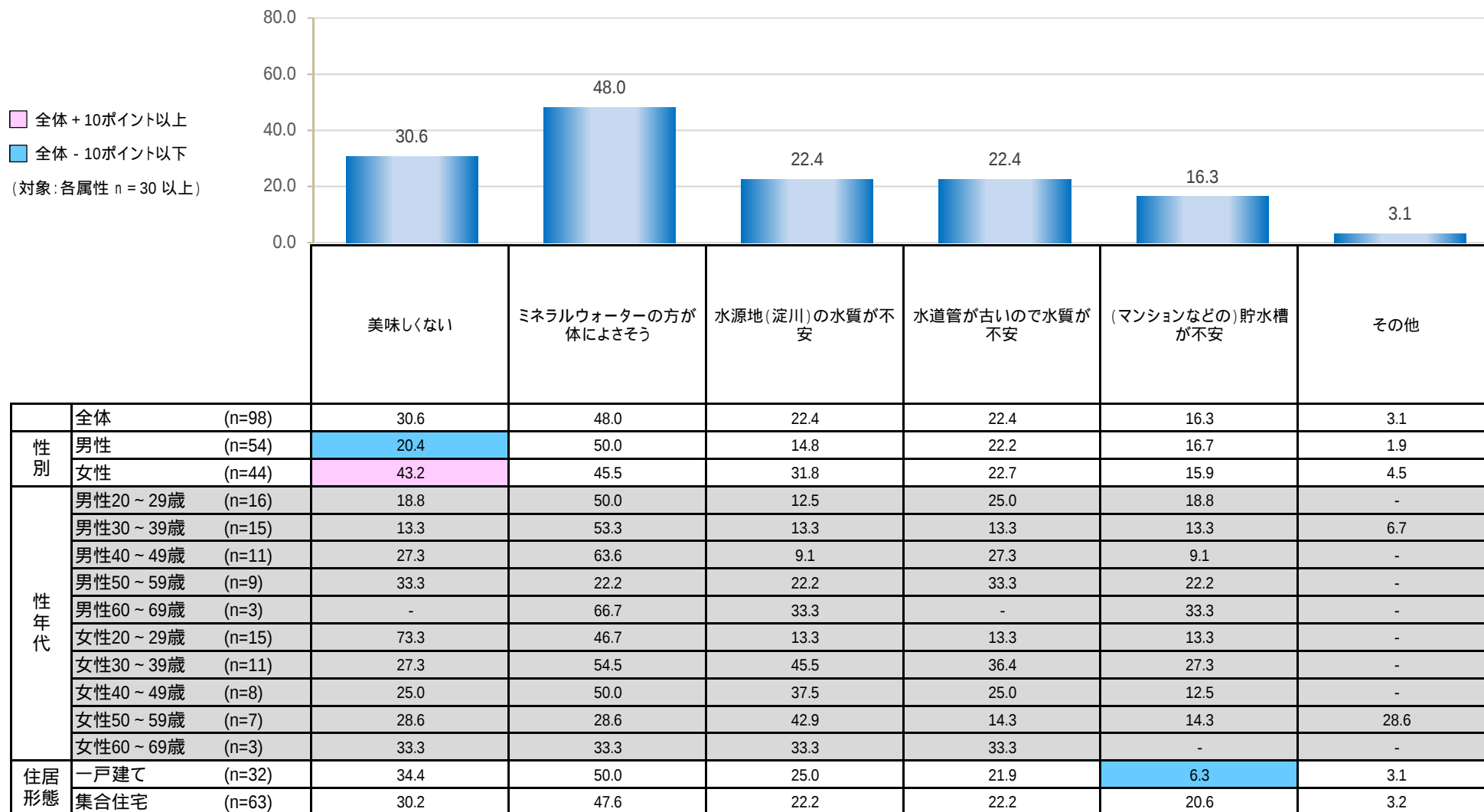


- 水道水を飲まない理由は、全体で「ミネラルウォーターの方が体によさそう」が48.0%と最も高く、「美味しくない」の30.6%と続く。
- 性別では、男性の方が女性よりも「美味しくない」「水源地（淀川）の水質が不安」が15.0ポイント以上低い。

F12. 【F11で「水道水は飲まない」と回答した方にお聞きします。】

水道水を飲まない理由についてお答えください。

【複数回答】

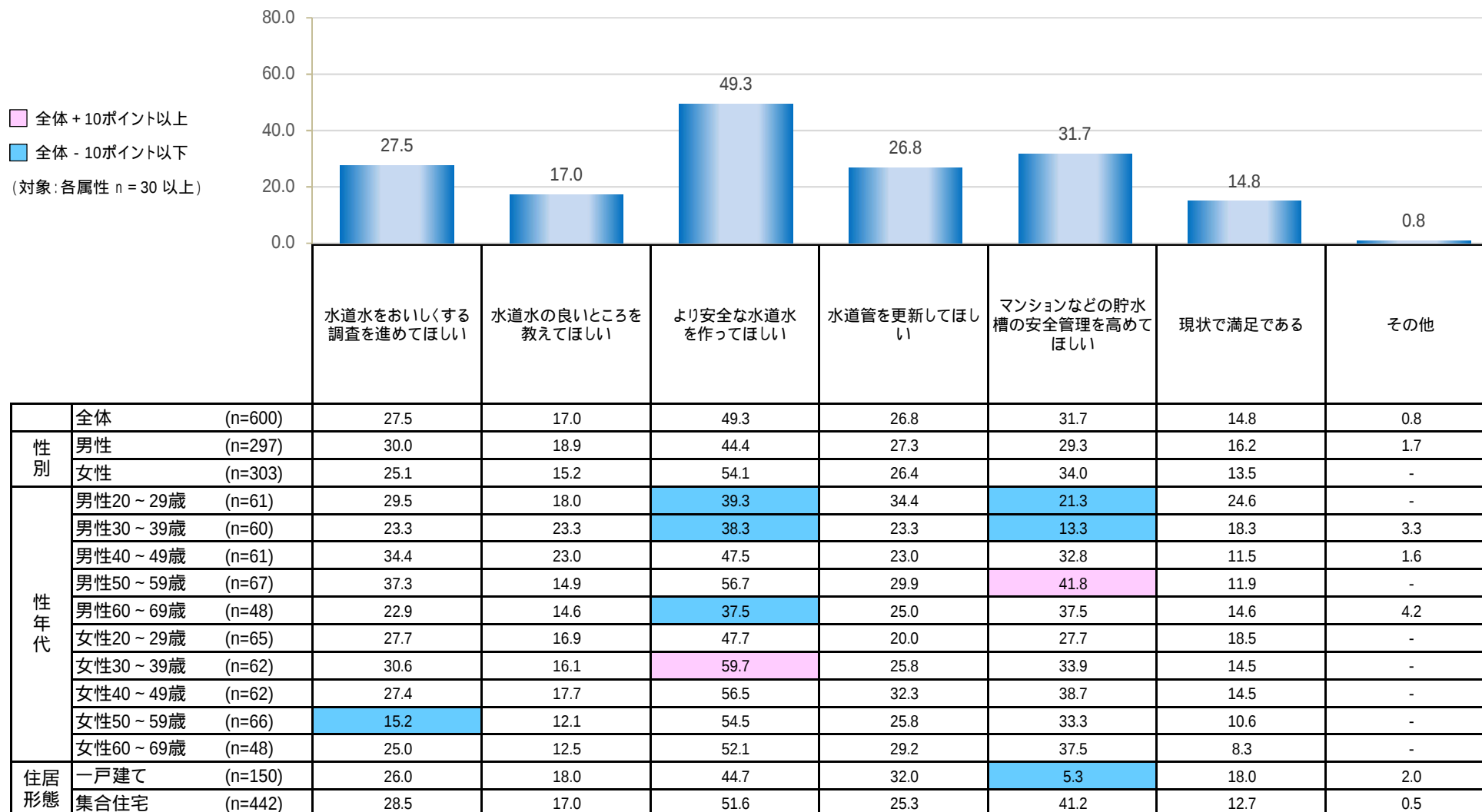


その他の意見（PFASが心配 他）

- 水道水についての要望は、全体で「より安全な水道水を作ってほしい」が49.3%と最も高く、「マンションなどの貯水槽の安全管理を高めてほしい」の31.7%と続く。
- 性年代別でも概ね同様の傾向がみられるが、年齢の低い男性では「より安全な水道水を作ってほしい」「マンションなどの貯水槽の安全管理を高めてほしい」が低い。

F13．水道水の利用について求めることをお答えください。

【複数回答】



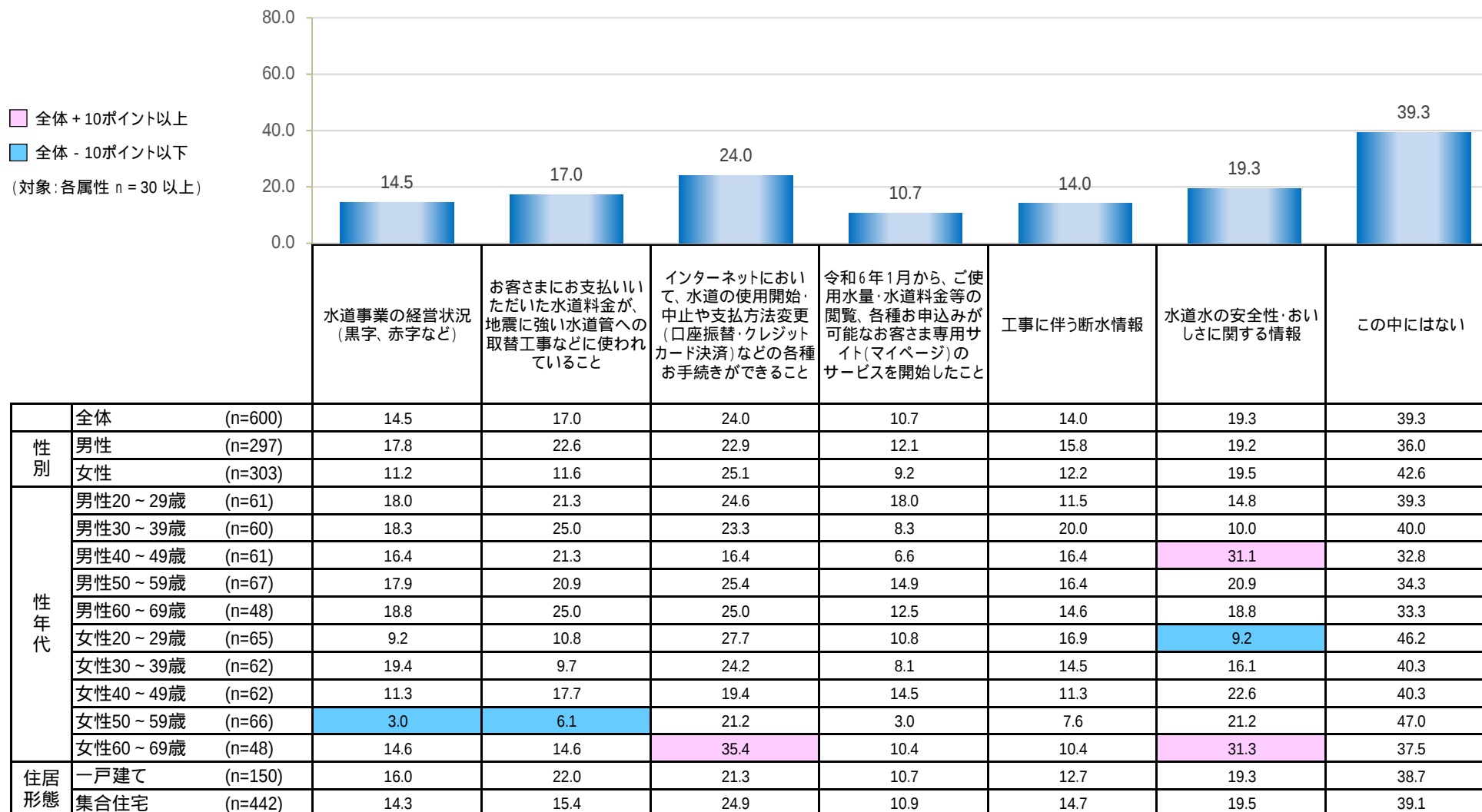
その他の意見（夏場にも冷たい水が出るようにしてほしい 他）

水道事業の経営状況やサービスに関する
情報の発信について

- 水道事業の経営状況やサービスに関する認知度は、全体で「この中にはない」が39.3%と最も高く、
「インターネットにおいて、水道の使用開始・中止や支払方法変更（口座振替・クレジットカード決済）などの各種お手続きができること」の24.0%と続く。
- 性年代別だと男女ともに年齢が低いほうが「水道水の安全性・おいしさに関する情報」が低くなる傾向がある。

F14．水道事業の経営状況やサービスに関する情報を水道局ホームページや「ご使用水量等のお知らせ」等で発信していますが、次の項目であなたがご存じのものをすべてお答えください。

【複数回答】



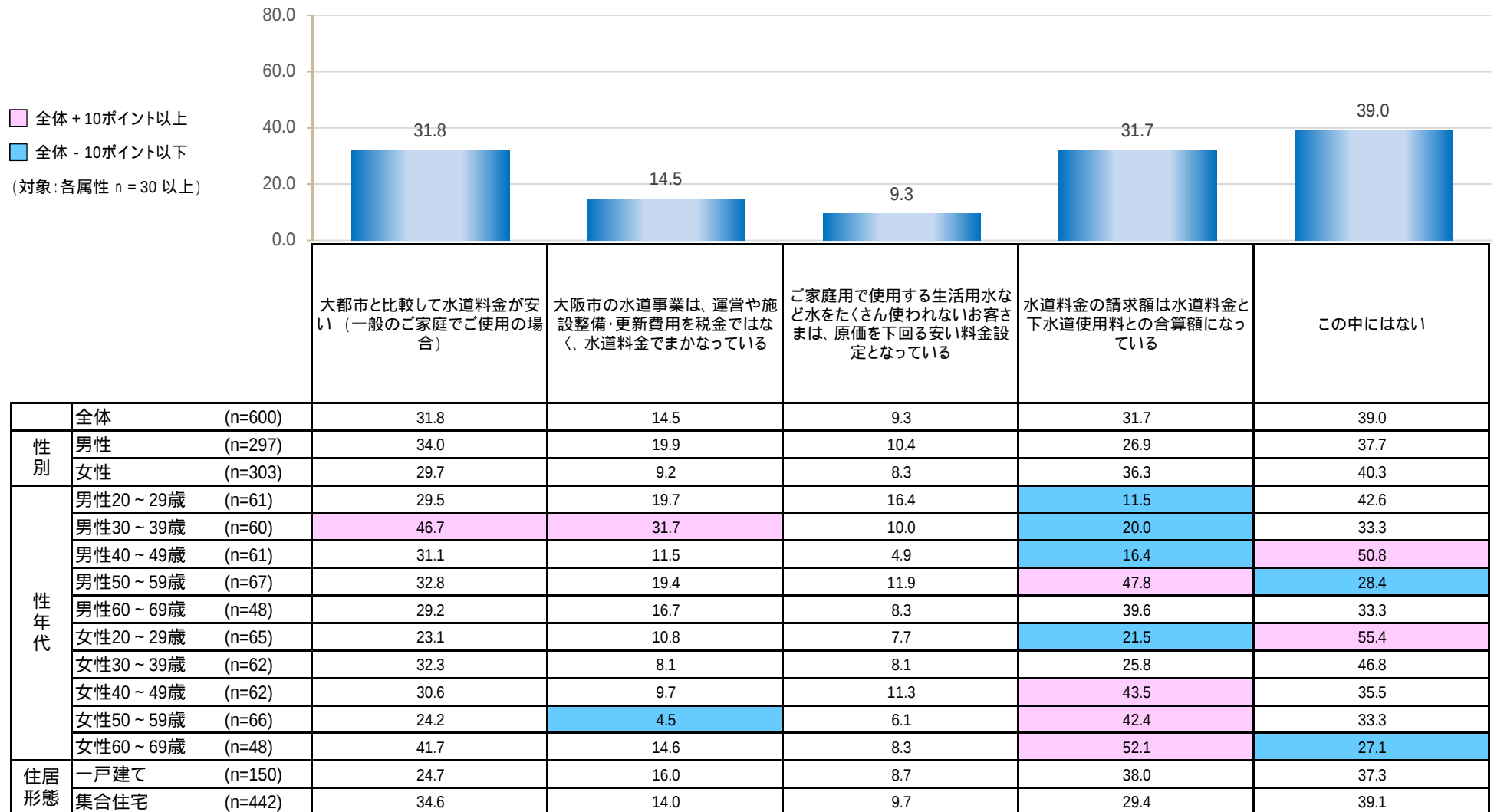
水道料金制度及び経営状況について

- 大阪市の「水道料金」の特徴認知は、全体で「この中にはない」が39.0%と最も高く、「大都市と比較して水道料金が安い（一般のご家庭でご使用の場合）」の31.8%と続く。
- 性年代別だと「水道料金の請求額は水道料金と下水道使用料との合算額になっている」では、年齢が低い男性で認知度が低く、年齢の高い女性では認知度が高い。

F15．以下は大阪市の「水道料金」の特徴について説明しています。

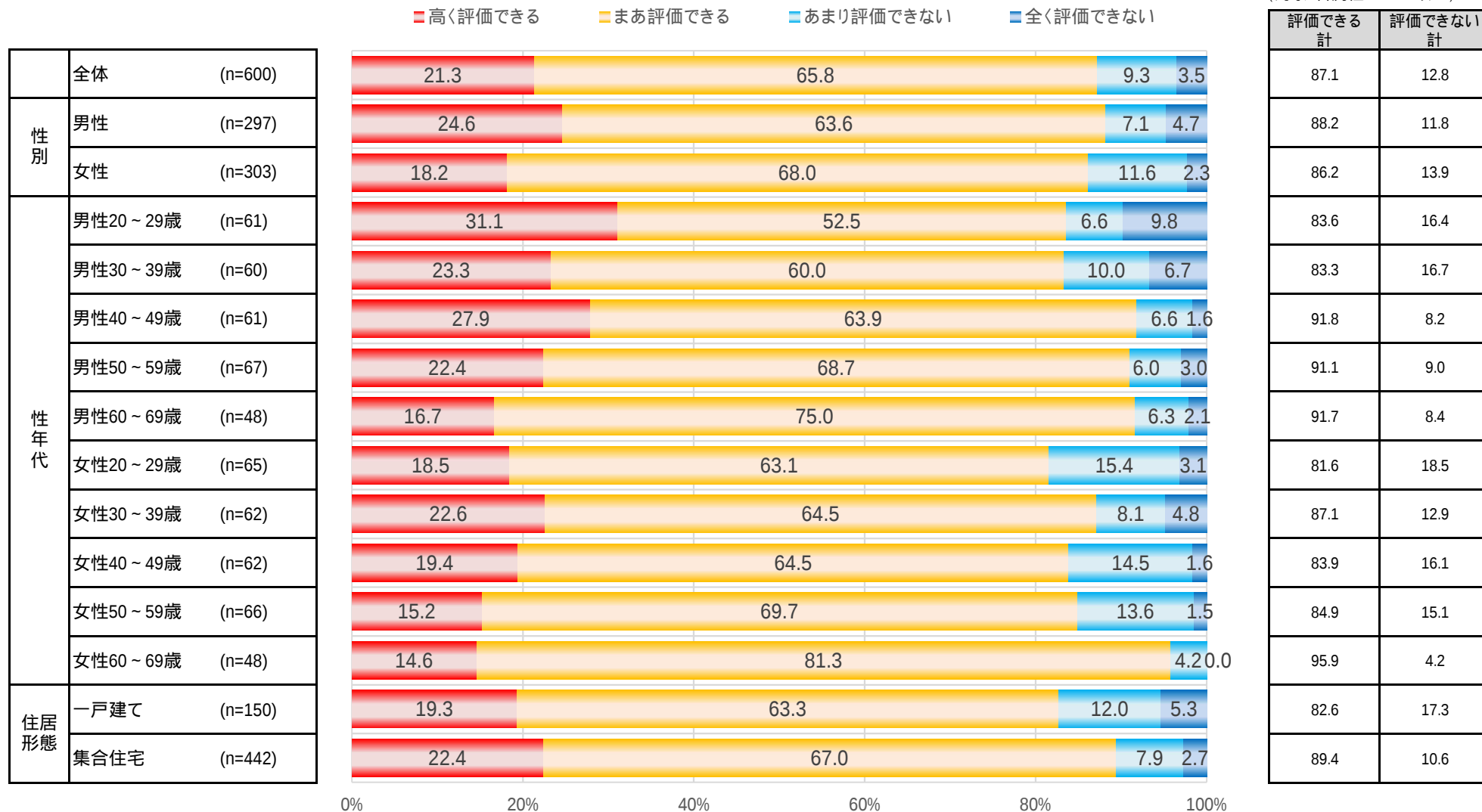
あなたのご存知のものをすべてお答えください。

【複数回答】



- 大阪市の水道料金に対する総合評価は、全体で21.3%が「高く評価できる」と回答しており、「まあ評価できる」は65.8%で合わせて87.1%が「評価できる」と回答。
- 性別だと女性より男性の方が評価が高い傾向にある。

F16. 「わかりやすい水道事業の経営」をご覧いただき、大阪市の水道料金の仕組みや料金水準について、あなたはどのよう評価をされますか。

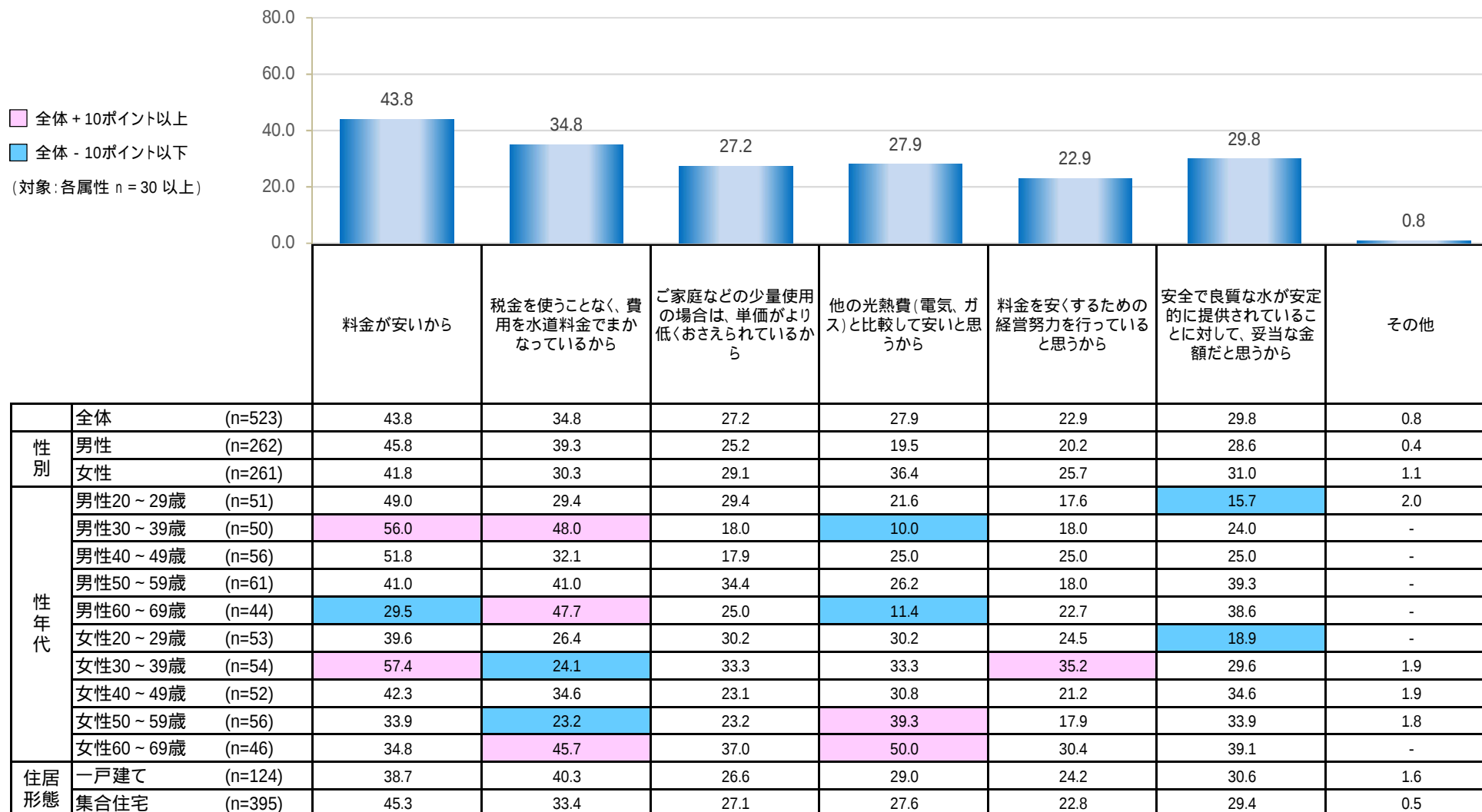


- 大阪市の水道料金を評価できる理由は、全体で「料金が安いから」が43.8%と最も高く、「税金を使うことなく、費用を水道料金でまかなっているから」の34.8%と続く。
- 性年代別では60～69歳の女性で「料金が安いから」以外の評価が全体より高い。

F17. 【F16で大阪市水道料金を「高く評価できる」「まあ評価できる」とお答えの方にお聞きます。】

評価できる理由についてあてはまるものをすべてお答えください。

【複数回答】



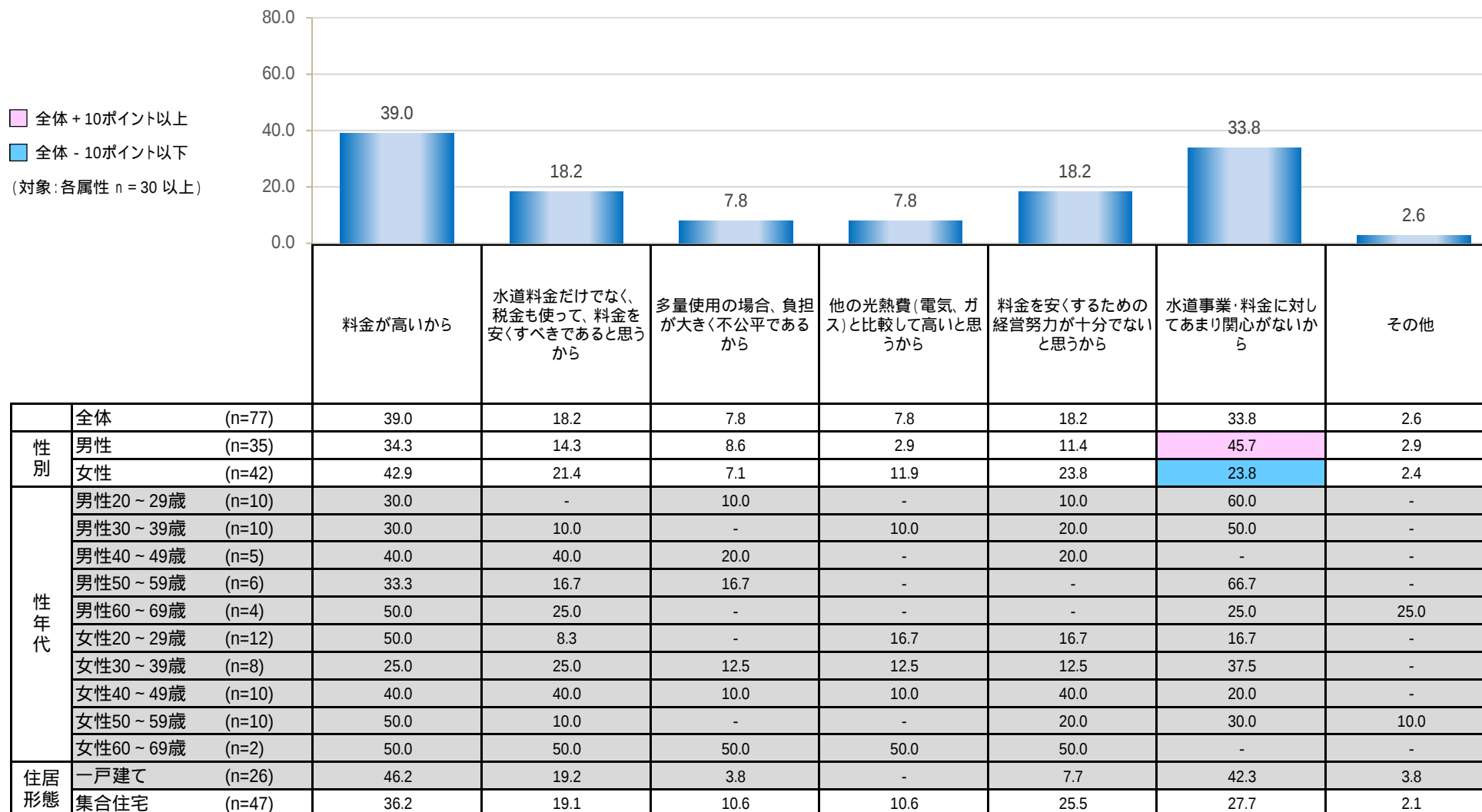
その他の意見（不満を感じたことがないから 他）

- 大阪市の水道料金を評価できない理由は、全体で「料金が高いから」が39.0%と最も高く、「水道事業・料金に対してあまり関心がないから」の33.8%と続く。
- 性別では、「水道事業・料金に対してあまり関心がないから」が、男性は全体より10.0ポイント以上高い一方、女性は10.0ポイント以上低い。

F18. 【F16で大阪市水道料金を「あまり評価できない」「全く評価できない」とお答えの方にお聞きします。】

評価できない理由についてあてはまるものをすべてお答えください。

【複数回答】

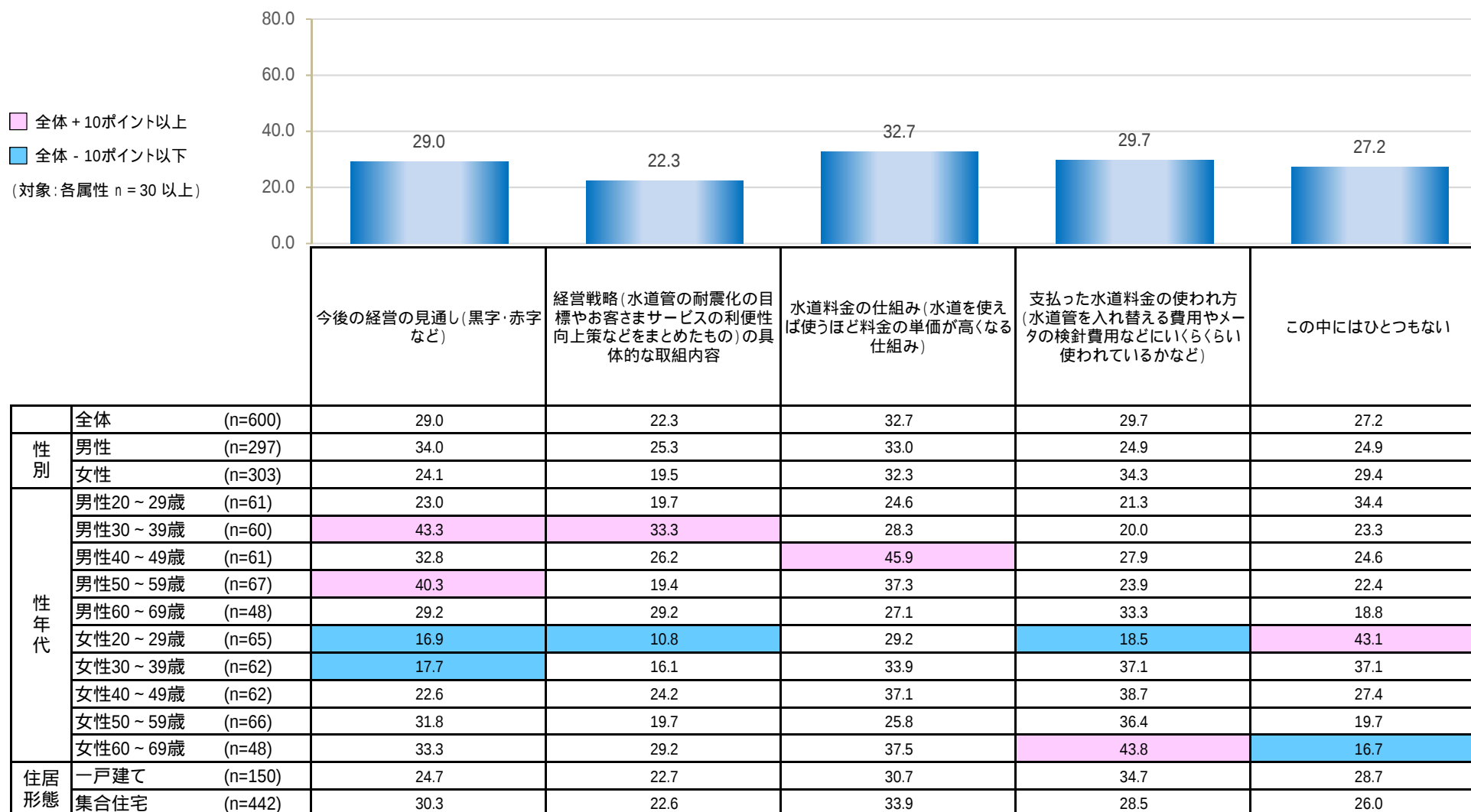


その他の意見(値上げをすると聞き、がっかりしたから 他)

- 水道事業の経営情報や水道料金についての興味は、全体で約3割前後の回答が多いが、「経営戦略（水道管の耐震化の目標やお客様サービスの利便性対策などをまとめたもの）の具体的な取組内容」は22.3%と低い。
- 性年代別では男女ともに20～29歳は興味が低い傾向にある。

F19．本市水道事業の経営情報や水道料金について、あなたが興味のあるものや、今後より詳しく知りたいものをすべてお答えください。

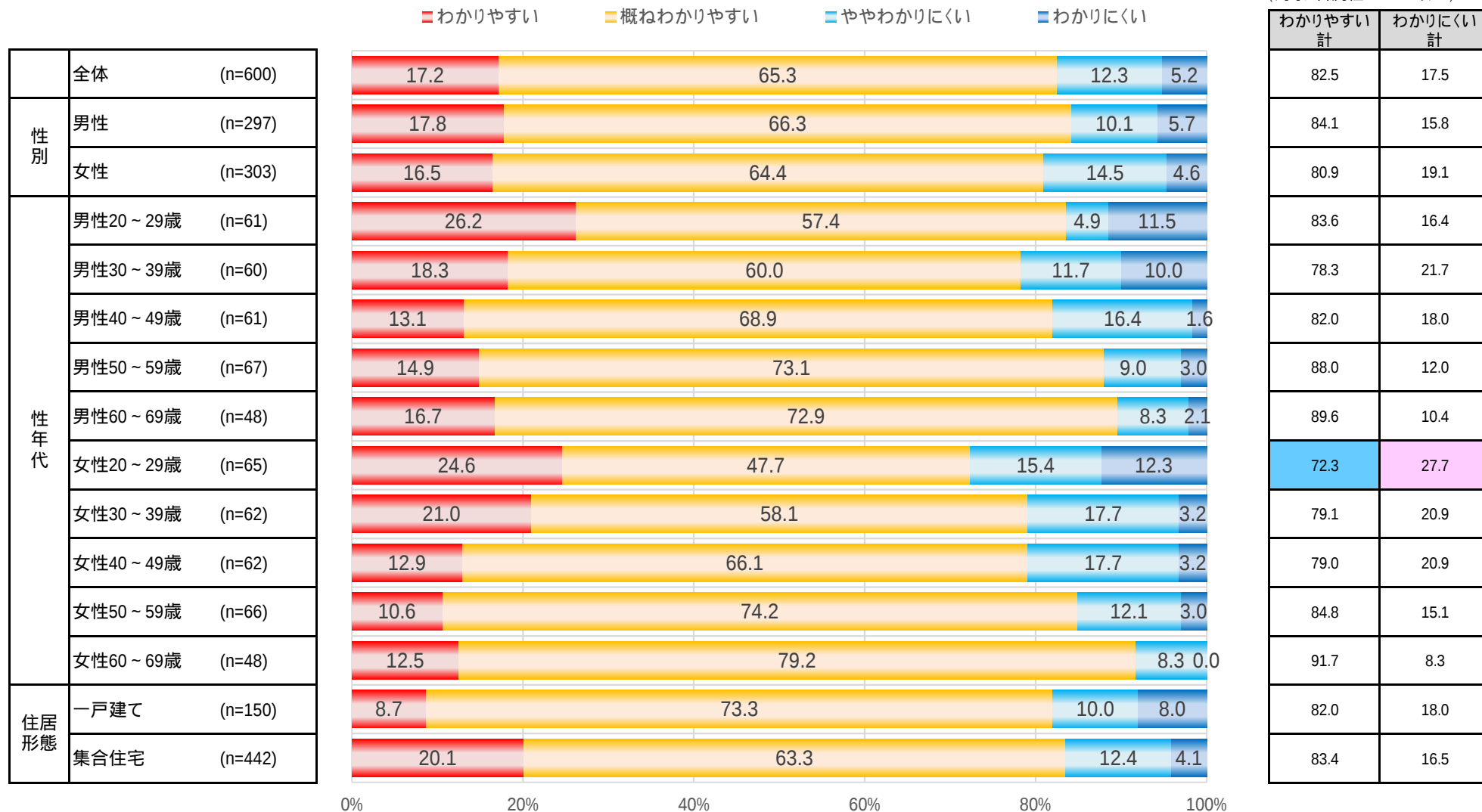
【複数回答】



- 水道事業の経営に関するわかりやすさは、全体の17.2%が「わかりやすい」と回答しており、「概ねわかりやすい」は65.3%で合わせて82.5%が「わかりやすい」と回答。
- 性年代別では、男女ともに年齢が高くなるにつれて「わかりやすい」と回答する傾向にある。

F20．本市では水道事業の経営に関する情報をホームページでわかりやすく伝える取組を行っています。

「わかりやすい水道事業の経営」をご覧ください、内容がわかりやすかったかお答えください。

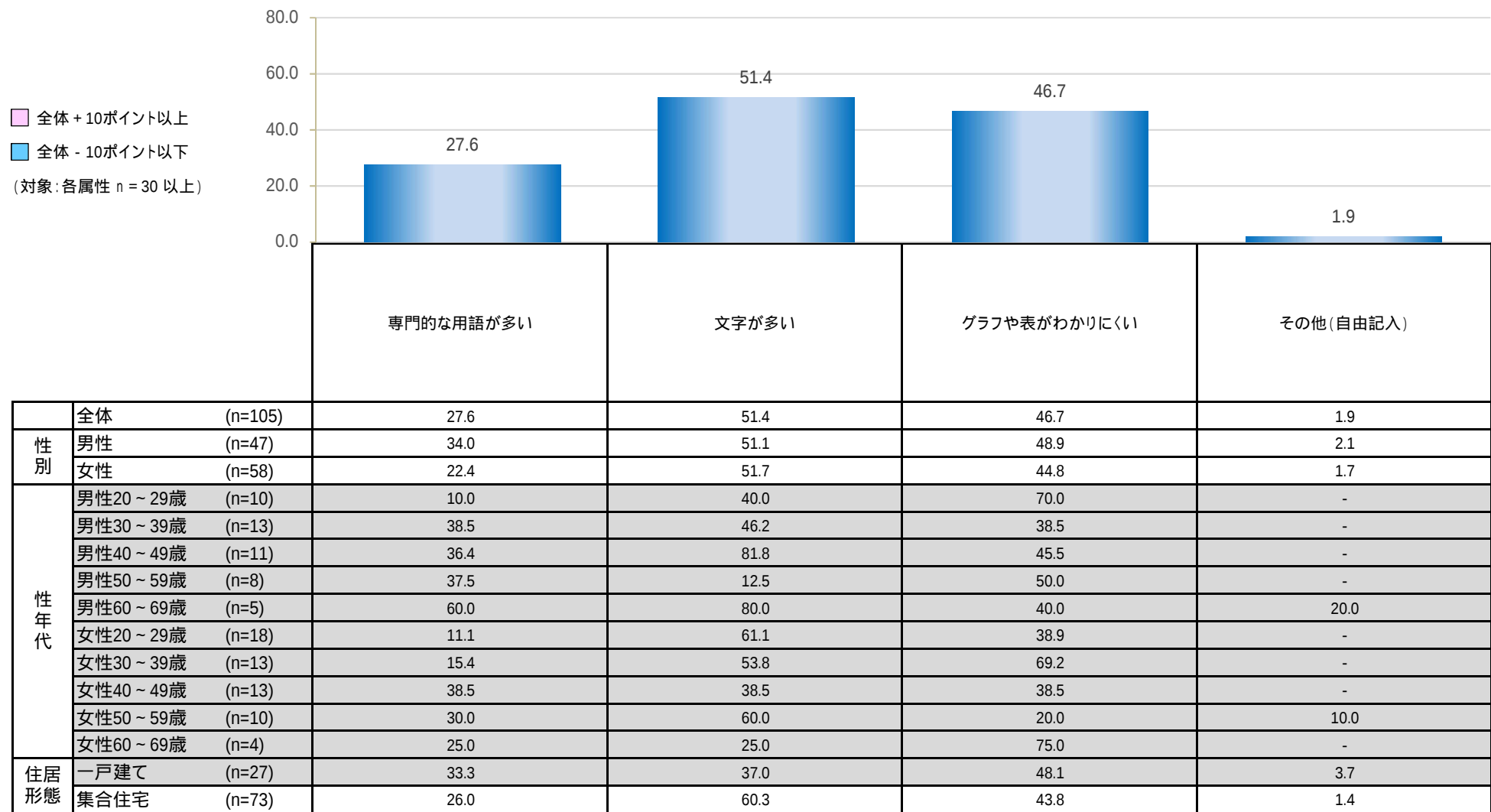


- 水道事業の経営がわかりにくい理由は、全体で「文字が多い」が51.4%と最も高く、「グラフや表がわかりにくい」の46.7%と続く。
- 性別でみると「専門的な用語が多い」が男性は女性より10.0ポイント以上高いが、その他の回答では性別による差はみられなかった。

F21. 【F20で「ややわかりにくい」「わかりにくい」と回答した方にお聞きします。】

どの点がわかりにくかったかあてはまるものをすべてお答えください。

【複数回答】

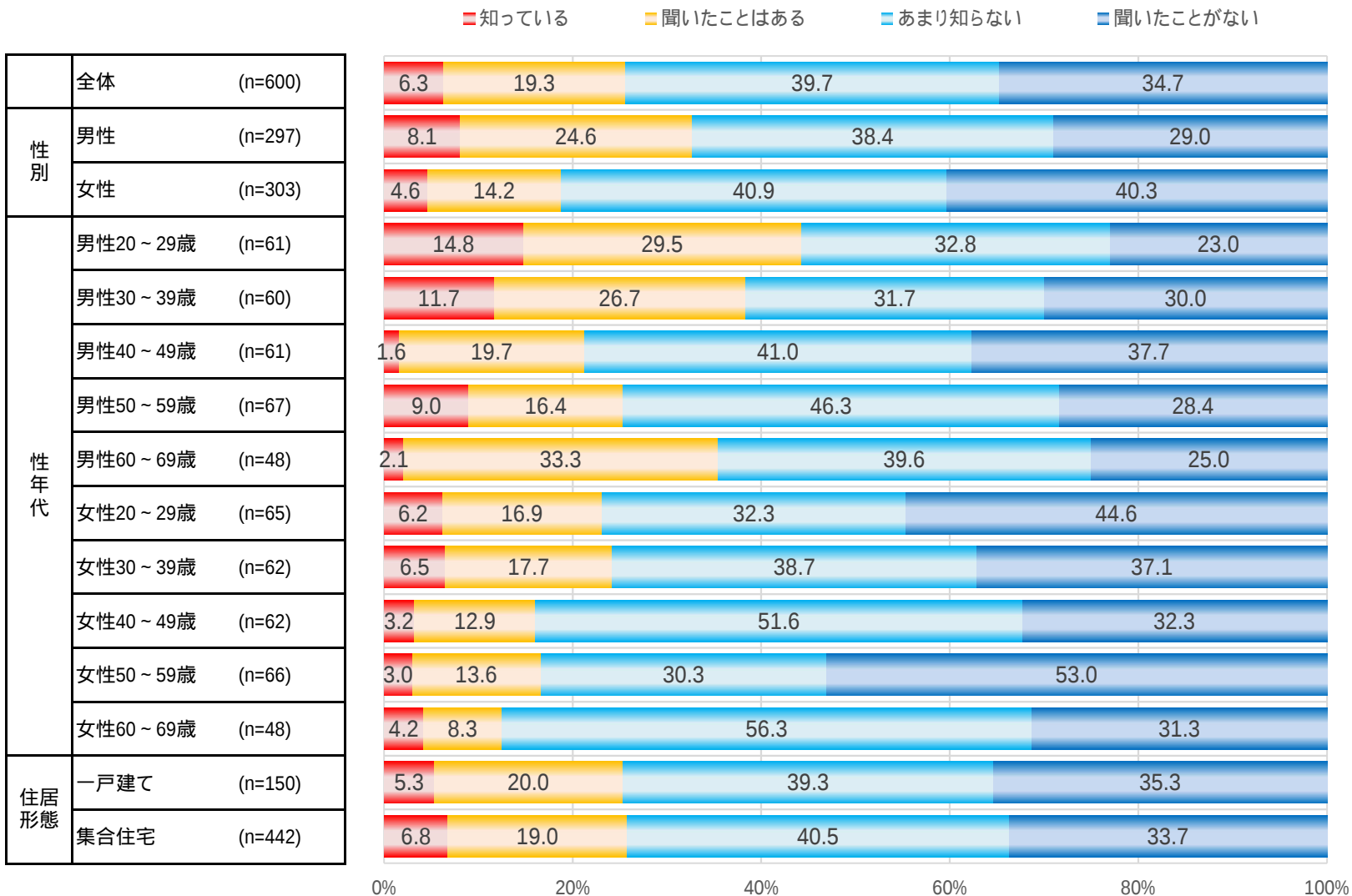


その他の意見（文字が小さい 他）

水道局の収支の認知について

- 節水意識の向上による収入の減少の認知は、全体の39.7%が「あまり知らない」と回答しており「聞いたことがない」は34.7%で合わせて74.4%と認知度は低い。
- 性年代別では女性のほうが年齢が高くなるにつれて認知度が低い傾向にある。

F22．節水意識の向上などで、お客さまが使用する水道水の量が減少し、水道局の料金収入が減ってきていることをご存じですか。

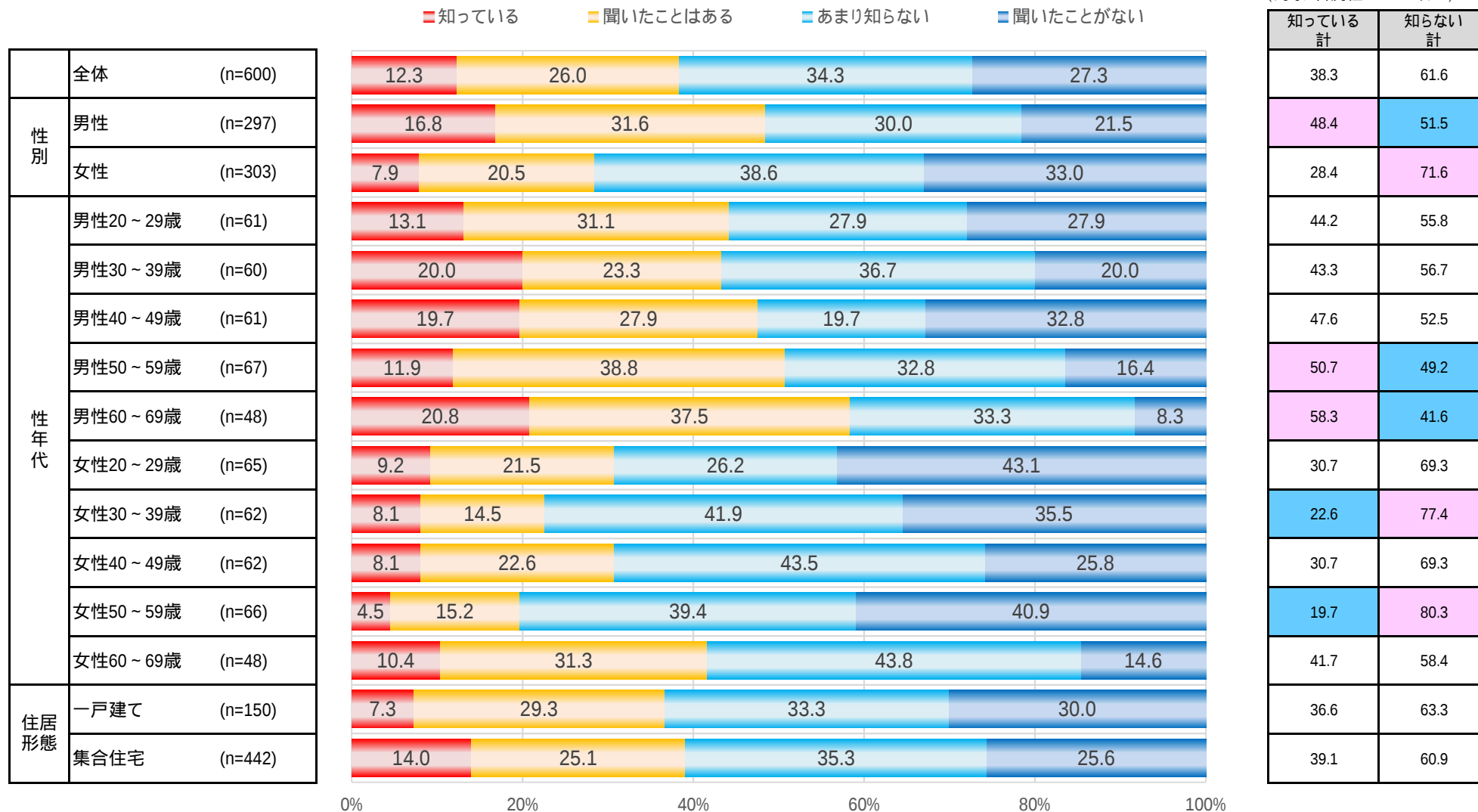


全体 + 10ポイント以上
全体 - 10ポイント以下
(対象: 各属性 n = 30 以上)

知っている計	知らない計
25.6	74.4
32.7	67.4
18.8	81.2
44.3	55.8
38.4	61.7
21.3	78.7
25.4	74.7
35.4	64.6
23.1	76.9
24.2	75.8
16.1	83.9
16.6	83.3
12.5	87.6
25.3	74.6
25.8	74.2

- 工事や整備のための支出が増える見込みであることの認知は、全体の34.3%が「あまり知らない」と回答、「聞いたことがない」は27.3%で合わせて61.6%と認知度は低い。
- 性年代別では男性のほうが認知度が高い傾向があり、特に50～69歳の男性では半数以上が「知っている」「聞いたことはある」と回答している。

F23．古い水道管を取り替える工事や水道施設の耐震化を進めるためには多くのお金がかかるため、水道局の支出が増えていく見込みであることをご存じですか。

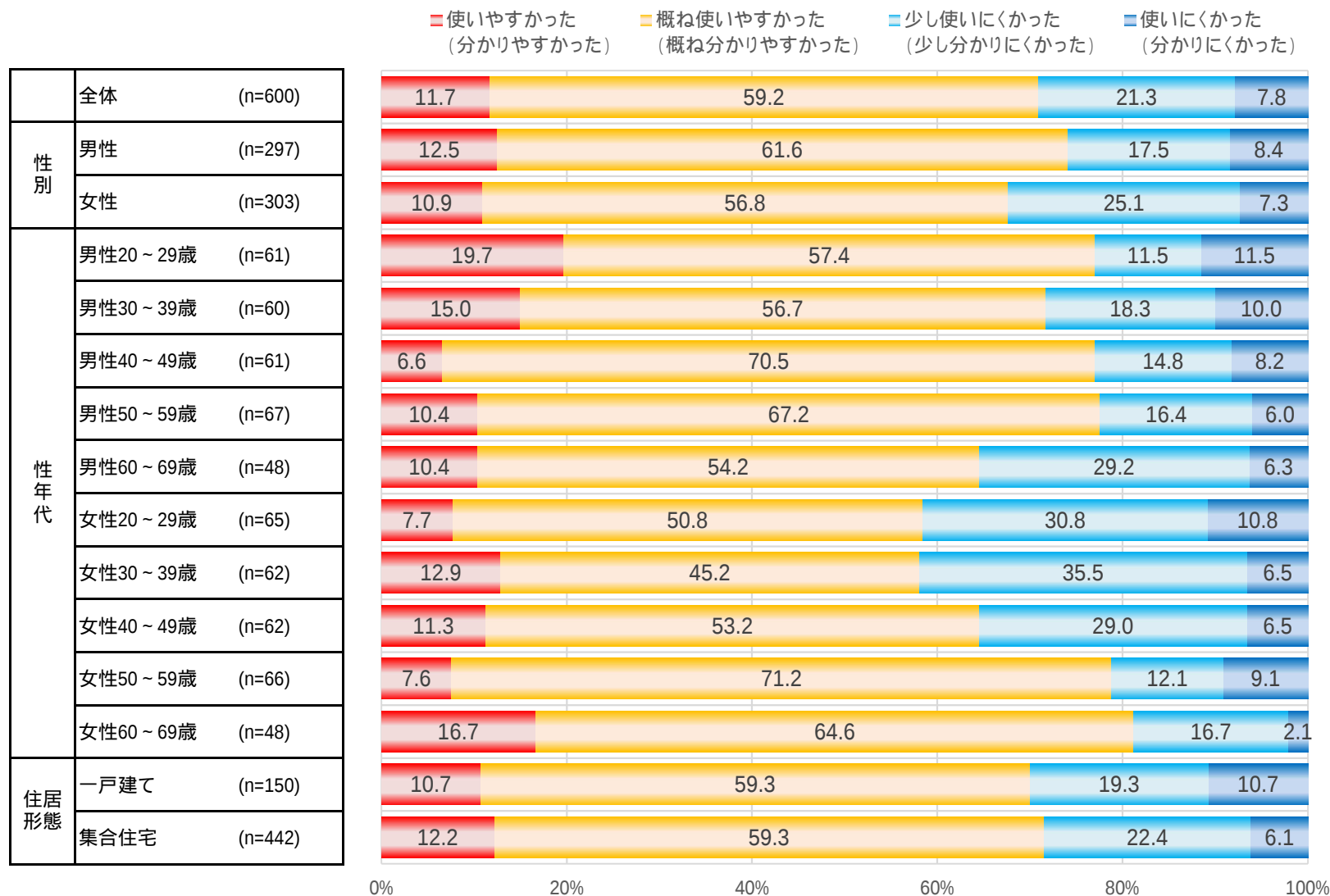


お客さまサポートページ内
チャットボットの使いやすさについて

- チャットボット画面の使用感については、全体で11.7%が「使いやすかった（分かりやすかった）」と回答、「概ね使いやすかった（概ね分かりやすかった）」は59.2%で合わせて70.9%が「使いやすかった」と回答。
- 性年代別では特に20～39歳の女性が使いにくいと感じている。

F24．お客さまサポートページ内チャットボットにて、水道についてお問合せしたいことを検索してください。

（例：水道の使用開始・中止、料金、漏水など）実際にチャットボット画面を使用してみていかがでしたか。



■ 全体 + 10ポイント以上
■ 全体 - 10ポイント以下
(対象: 各属性 n = 30 以上)

使いやすい計	使いにくい計
70.9	29.1
74.1	25.9
67.7	32.4
77.1	23.0
71.7	28.3
77.1	23.0
77.6	22.4
64.6	35.5
58.5	41.6
58.1	42.0
64.5	35.5
78.8	21.2
81.3	18.8
70.0	30.0
71.5	28.5

- チャットボットが使いにくい理由は、全体で「使い方が分からない」が50.3%と最も高く、「画面が分かりにくい」の28.0%と続く。
- 性別でも同じ傾向にある。

F25. 【F24で「少し使いにくかった（少し分かりにくかった）」「使いにくかった（分かりにくかった）」と回答した方にお聞きします。】

「使いにくかった」「分かりにくかった」と感じた理由は何ですか。

【複数回答】

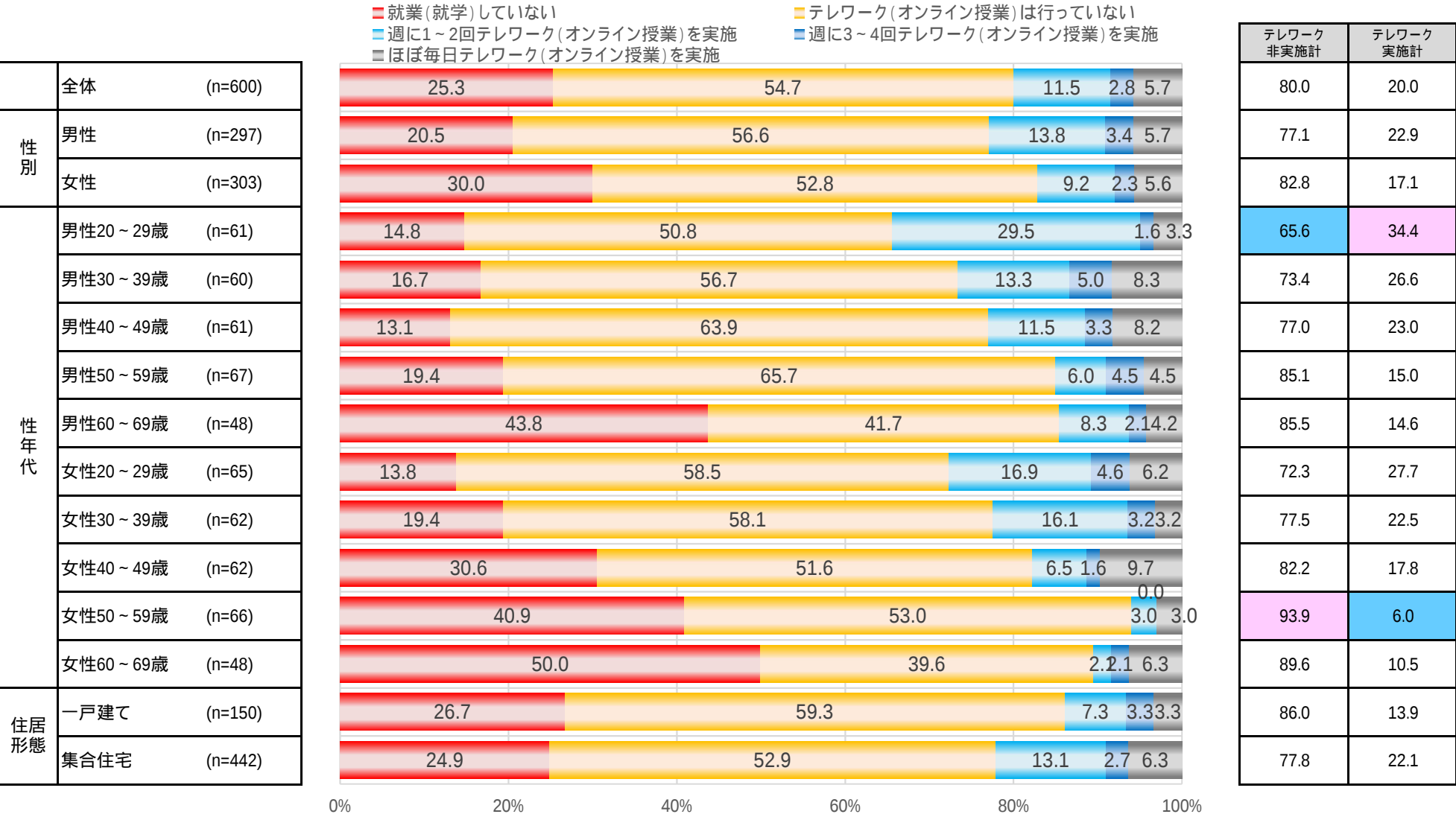


その他の意見（スマートフォンから見ると正しく表示されなかった 他）

コロナ禍における人の行動変容

- テレワーク(オンライン授業)の実施状況は、全体で20.0%が実施していると回答しており「週に1～2回」が11.5%、「週に3～4回」が2.8%、「ほぼ毎日」が5.7%。
- 性年代別では50～69歳の女性は約9割がテレワークを実施していない。

F26．コロナ収束後におけるテレワーク(オンライン授業)の実施状況についてお答えください。
(対象期間：2024年)(なお、「コロナ収束後」とは2023年5月8日以降を指します。)



- テレワーク(オンライン授業)環境整備は、全体で「テレワーク(オンライン授業)がなじむ仕事(学業)ではない」が60.8%の回答。
- 性年代別では男女ともに年齢が高くなるにつれ「テレワーク(オンライン授業)がなじむ仕事(学業)ではない」が高くなる傾向があり、特に男性よりも女性の方がすべての年代で高い。

F27.【F26で「就業(就学)していない」以外を回答した方にお聞きます。】

コロナ収束後における就業(就学)先でのテレワーク(オンライン授業)環境の整備についてお答えください。

■ テレワーク(オンライン授業)の環境整備は進んだ
 ■ テレワーク(オンライン授業)の環境整備は進んでいない
 ■ テレワーク(オンライン授業)がなじむ仕事(学業)ではない

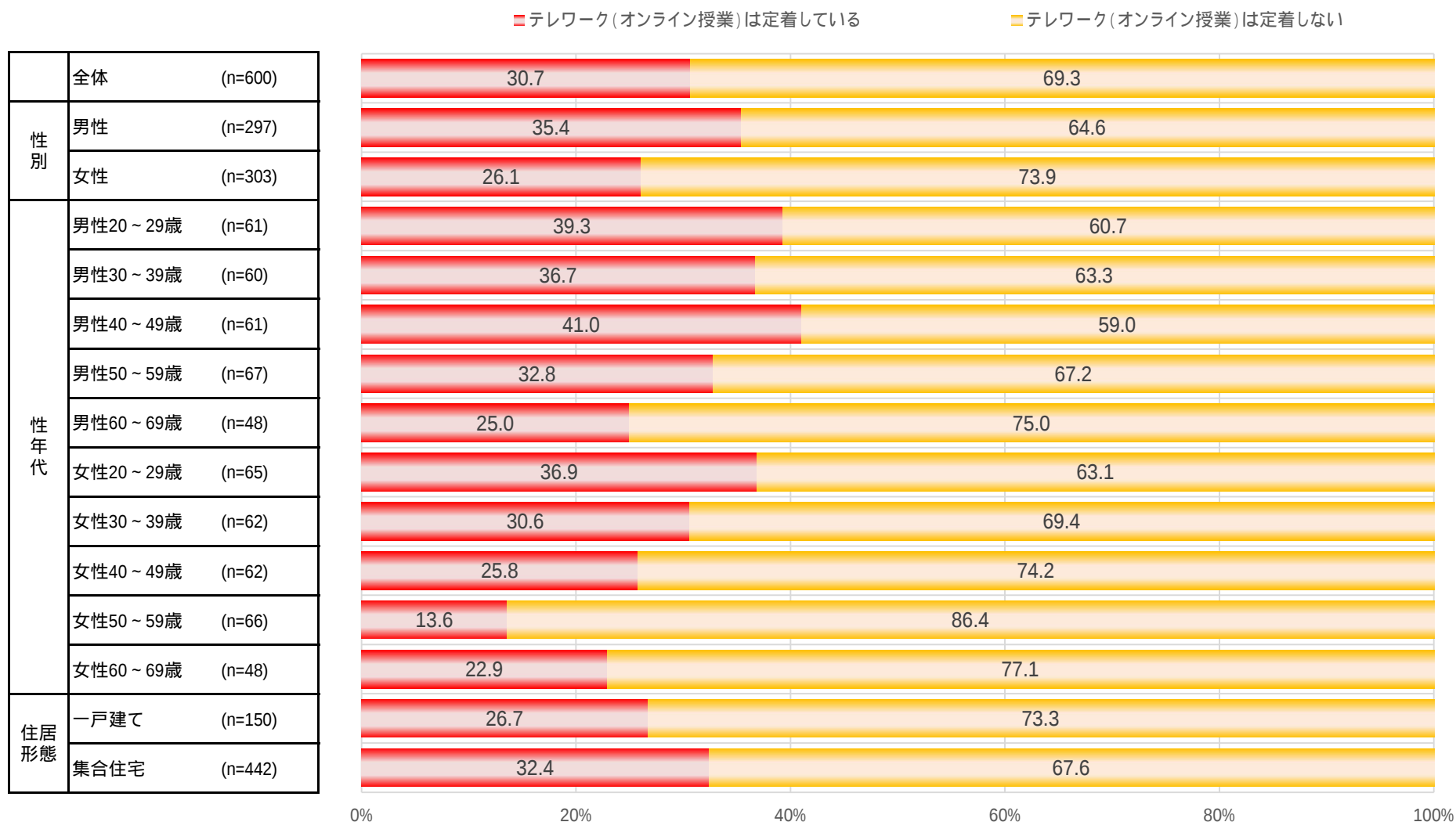


- コロナ収束後のテレワーク（オンライン授業）定着は、全体で「テレワーク（オンライン授業）は定着している」が30.7%、「テレワーク（オンライン授業）は定着しない」が69.3%の回答。
- 性年代別では「テレワーク（オンライン授業）は定着している」が男性は20～49歳で高く、女性は20～39歳で高い。

F28. 【F26で「就業（就学）していない」以外を回答した方にお聞きます。】

コロナ禍におけるテレワーク（オンライン授業）環境整備や働き方の変化等から考えられる

コロナ収束後のテレワーク（オンライン授業）の定着についてお答えください。



- コロナ禍において活用が増えた行動(サービス)は、全体で「特にない」が49.7%と最も高く、「オンラインショッピング」が38.2%、「Uber Eats等のデリバリー、テイクアウト」の14.5%と続く。
- 性年代別だと「オンラインショッピング」が20～29歳の女性は高い一方、20～29歳の男性は低い。

F29. コロナ禍において活用が増えた行動(サービス)についてお答えください。

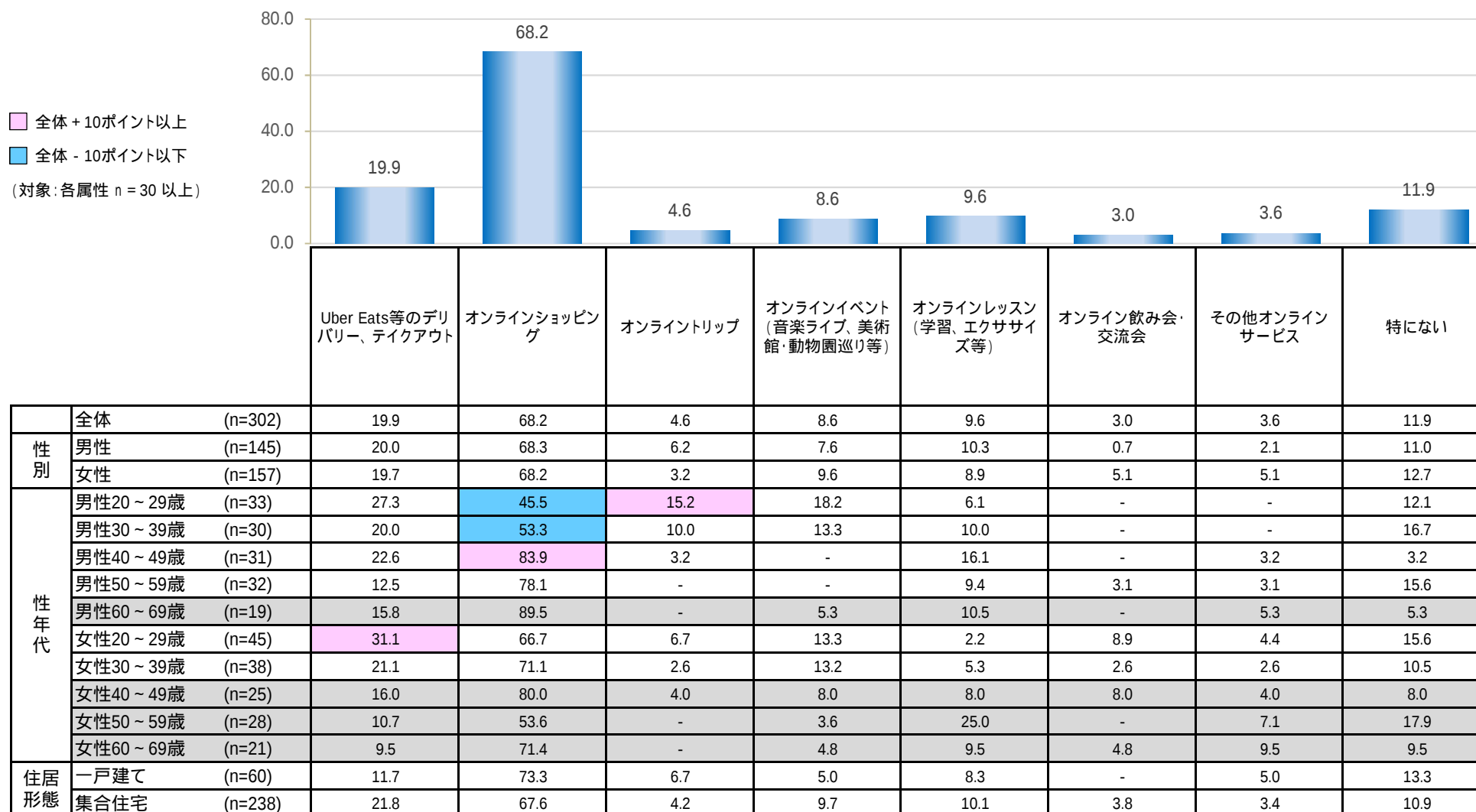
【複数回答】



- コロナ収束後も活用している行動(サービス)は、全体で「オンラインショッピング」が68.2%と最も高く、「Uber Eats等のデリバリー、テイクアウト」の19.9%と続く。
- 性別による大きな差はみられなかった。

F30 . F29で回答した選択肢の中で、コロナ収束後も活用している行動(サービス)についてお答えください。

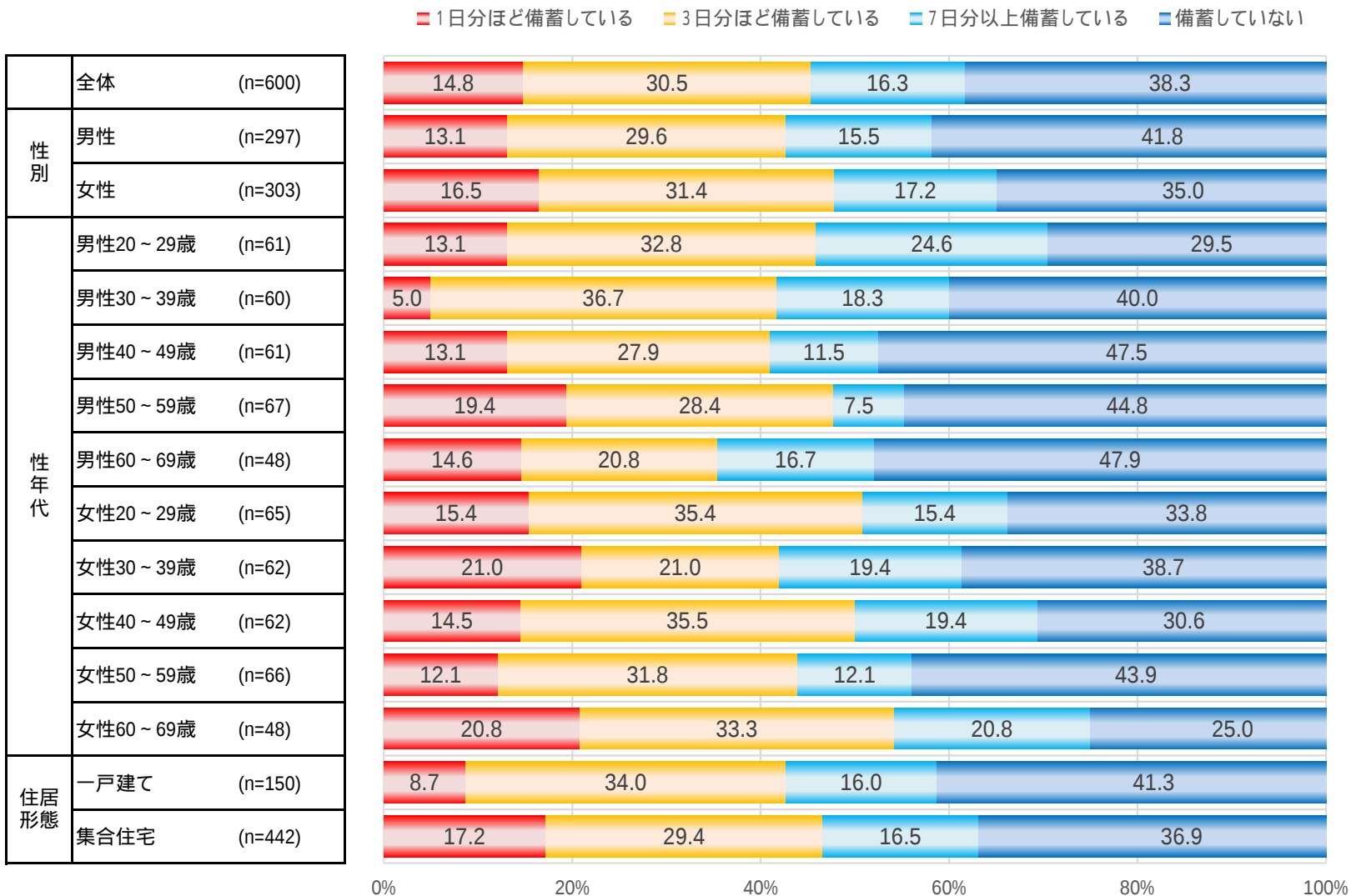
【複数回答】



飲料水の備蓄について

- 飲料水備蓄状況は、全体で61.6%が備蓄していると回答しており、「1日分」が14.8%、「3日分」が30.5%、「7日分」が16.3%。
- 性年代別では、20～29歳の男性と60～69歳の女性は7割以上が備蓄している。

F31．飲料水を備蓄していますか。（1日分＝1人1日あたり3リットルで換算してください）



■ 全体 + 10ポイント以上
 ■ 全体 - 10ポイント以下
 (対象: 各属性 n = 30 以上)

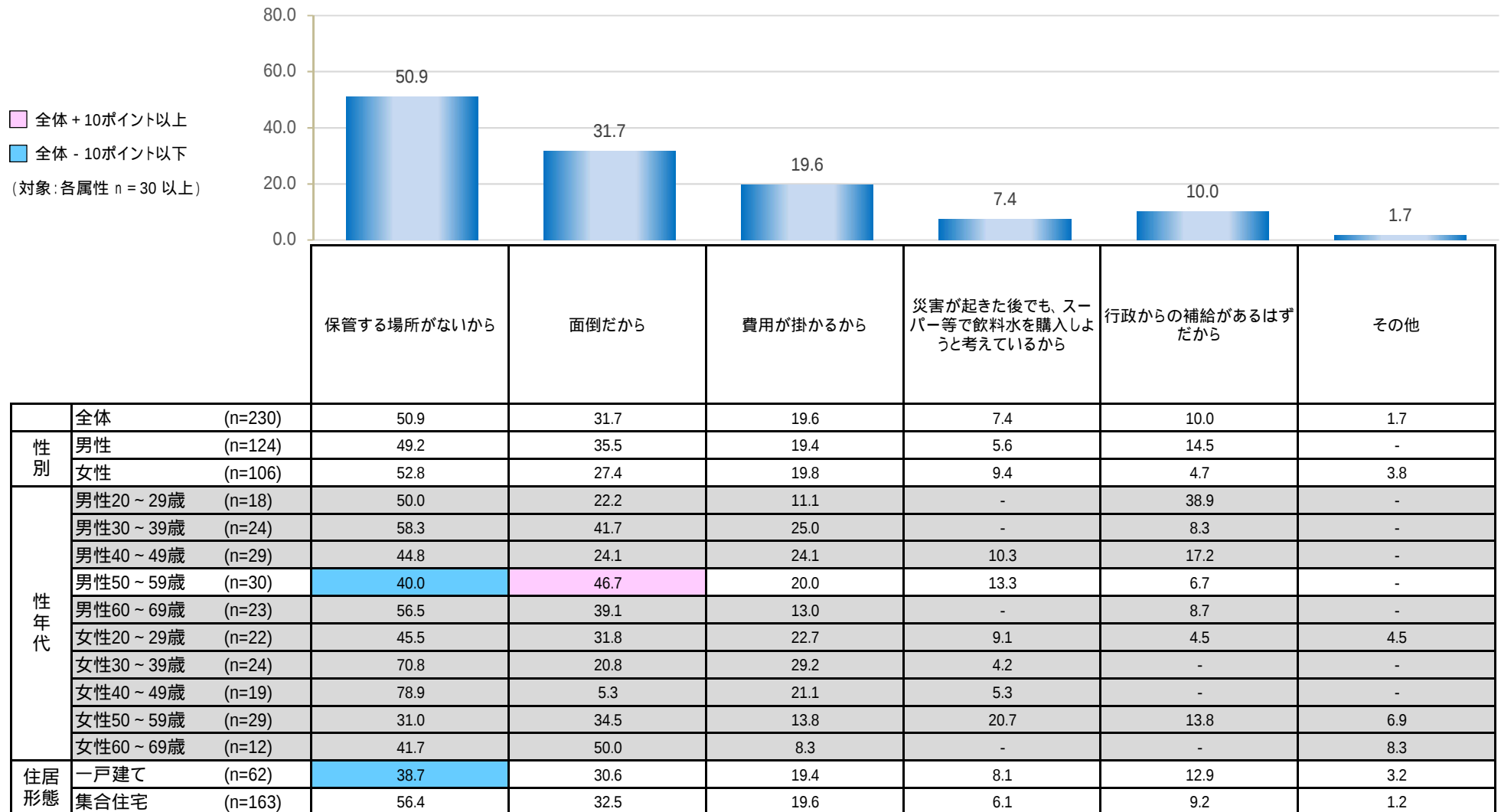
備蓄している計	備蓄していない計
61.6	38.3
58.2	41.8
65.1	35.0
70.5	29.5
60.0	40.0
52.5	47.5
55.3	44.8
52.1	47.9
66.2	33.8
61.4	38.7
69.4	30.6
56.0	43.9
74.9	25.0
58.7	41.3
63.1	36.9

- 飲料水の備蓄を行わない理由は、全体で「保管する場所がないから」が50.9%と最も高く、「面倒だから」が31.7%、「費用が掛かるから」の19.6%と続く。
- 性別だと男性のほうが女性よりも「面倒だから」「行政からの補給があるはずだから」が高い。

F32. 【F32で「備蓄していない」と回答した方にお聞きします。】

飲料水の備蓄を行わない理由をお答えください。

【複数回答】



その他の意見（同居している家族が多いので安心できるほどの備蓄ができない 他）

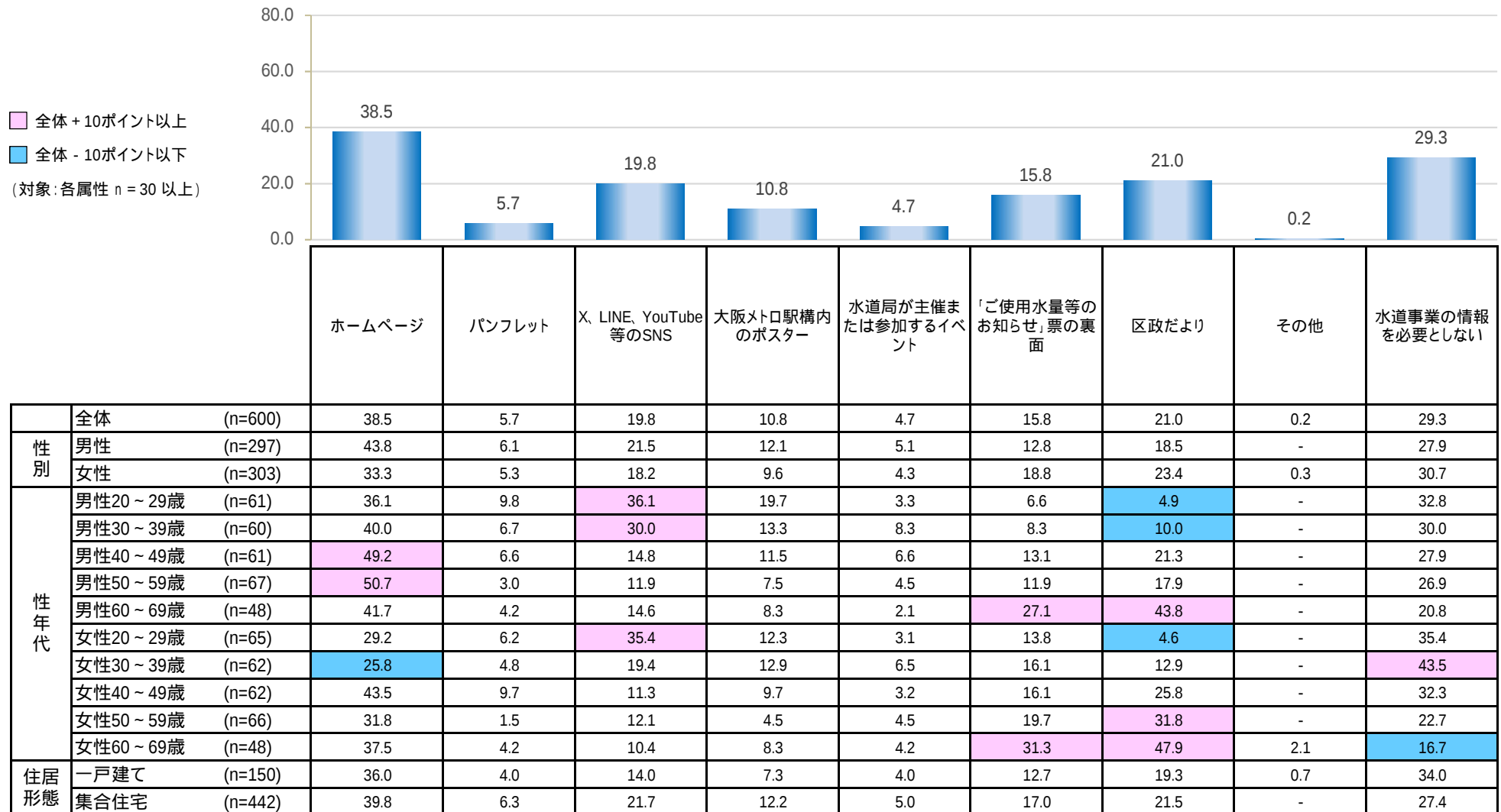
水道事業に関する情報の発信について

- 水道事業に関する情報を得るため普段利用する媒体は、全体で「ホームページ」が38.5%と最も高く、「水道事業の情報を必要としない」が29.3%、「区政だより」の21.0%と続く。
- 性別だと男女ともに概ね年齢が高くなるにつれ「区政だより」が高い傾向にある。

F33．大阪市水道局では、様々な媒体を通して水道事業に関する情報を発信しています。

(1) あなたがそれらの情報を得るため、普段よく利用される媒体をすべてお答えください。

【複数回答】

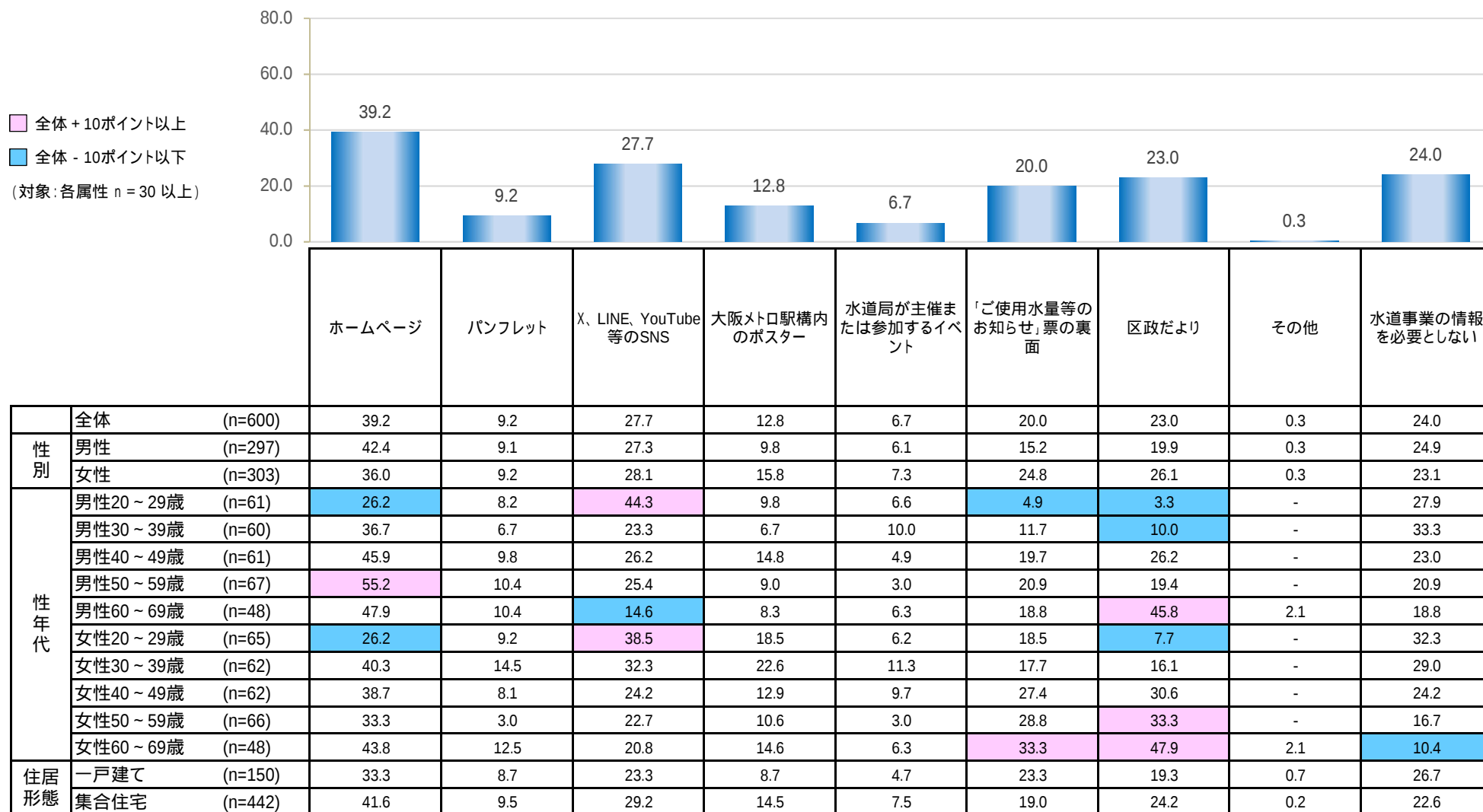


その他の意見（生協のカatalog 他）

- 水道事業に関する情報を得るため利用したい媒体は、全体で「ホームページ」が39.2%と最も高く、「X、LINE、YouTube等のSNS」が27.7%、「水道事業の情報を必要としない」の24.0%と続く。
- 性年代別だと20～29歳の男女ともに「ホームページ」が低く、「X、LINE、YouTube等のSNS」が高い。

(2) あなたは今後、どのような媒体を通して情報発信を希望しますか。あてはまるものをすべてお答えください。

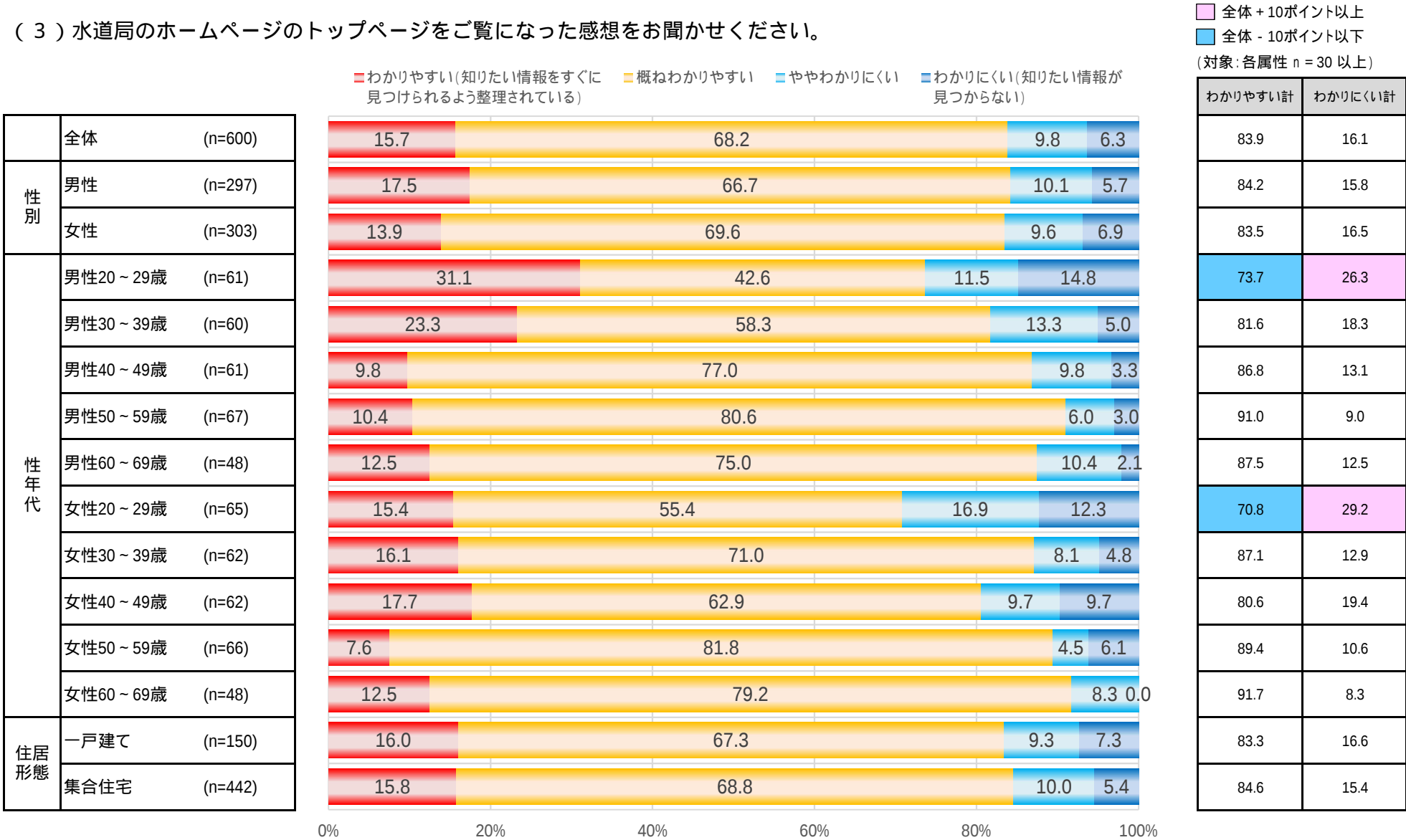
【複数回答】



その他の意見（生協のカタログ 他）

- 水道局ホームページのトップページのわかりやすさは、全体の15.7%が「わかりやすい（知りたい情報をすぐに見つけられるよう整理されている）」と回答しており、「概ねわかりやすい」は68.2%で合わせて83.9%が「わかりやすい」と回答。
- 性年代別では20～29歳の男女ともに「わかりやすい」が低い傾向にある。

(3) 水道局のホームページのトップページをご覧になった感想をお聞かせください。

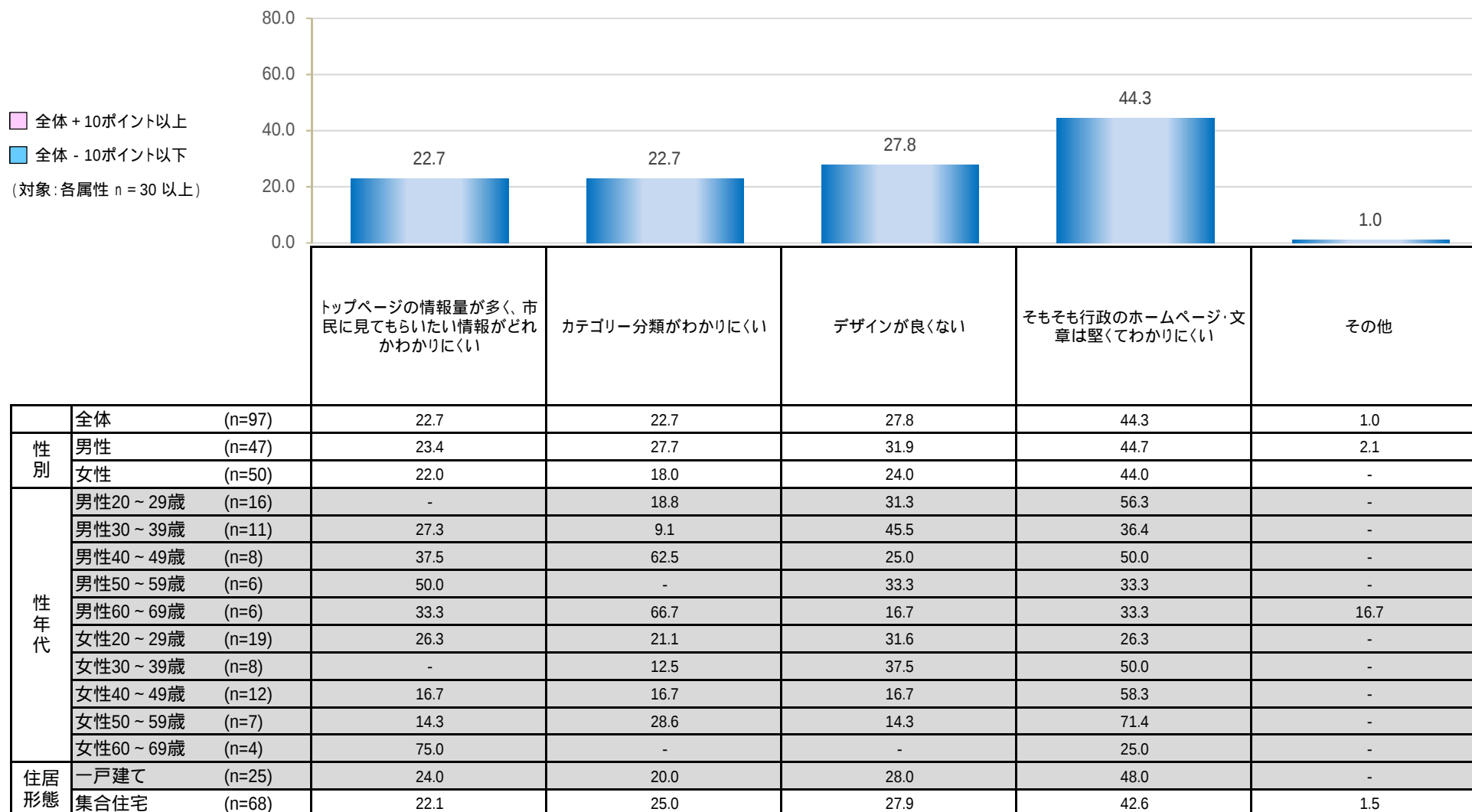


- 水道局ホームページのトップページがわかりにくい理由は、全体で「そもそも行政のホームページ・文章は堅くてわかりにくい」が44.3%と最も高く、「デザインが良くない」が27.8%と続く。
- 性別ではすべての回答が男性の方が女性より高い。

F36. 【F35(3)で「ややわかりにくい」「わかりにくい」とお答えした方にお尋ねします。】

どのような点でわかりにくいと感じましたか。

【複数回答】



その他の意見(文字が小さい 他)