

令和元年度第6回ヨコハマeアンケート

「はまっ子どうし The Water」を通じた水道事業に関するアンケート

実施期間 令和元年6月28日（金）から7月12日（金）

事業所管課 水道局 公民連携推進課

年代別・性別のメンバー数／構成比

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	計
男性	14 (0.4%)	52 (1.6%)	211 (6.5%)	425 (13.1%)	352 (10.9%)	386 (11.9%)	229 (7.1%)	2 (0.1%)	1,671 (51.7%)
女性	9 (0.3%)	96 (3.0%)	508 (15.7%)	492 (15.2%)	300 (9.3%)	117 (3.6%)	37 (1.1%)	0 (0.0%)	1,559 (48.2%)
不明	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.0%)	3 (0.1%)	1 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	5 (0.2%)
計	23 (0.7%)	148 (4.6%)	719 (22.2%)	918 (28.4%)	655 (20.2%)	504 (15.6%)	266 (8.2%)	2 (0.1%)	3,235 (100.0%)

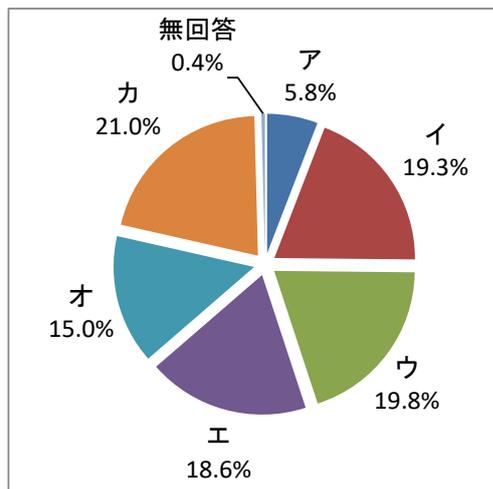
年代別・性別の回答者数／回答率

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	計
男性	1 (7.1%)	11 (21.2%)	44 (20.9%)	170 (40.0%)	168 (47.7%)	226 (58.5%)	131 (57.2%)	1 (50.0%)	752 (45.0%)
女性	1 (11.1%)	23 (24.0%)	128 (25.2%)	138 (28.0%)	128 (42.7%)	46 (39.3%)	19 (51.4%)	0 (0.0%)	483 (31.0%)
不明	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (100.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (20.0%)
計	2 (8.7%)	34 (23.0%)	172 (23.9%)	308 (33.6%)	296 (45.2%)	273 (54.2%)	150 (56.4%)	1 (50.0%)	1,236 (38.2%)

Q1 水道局で販売している「はまっ子どうし The Water」を知っていますか。また、店頭などで販売しているのを見たことがありますか。
(単一選択)

n= 1,236

ア	コンビニなどの店頭で見知っている	5.8%	72
イ	自販機で見知っている	19.3%	239
ウ	「はまっ子どうし The Water」の広告や広報を見知っている	19.8%	245
エ	イベント等で見知っている	18.6%	230
オ	知っているが見たことはない	15.0%	185
カ	知らない	21.0%	260
無回答		0.4%	5
		100.0%	1,236



Q2 「はまっ子どうし The Water」は、水道局にご注文をいただき、配送させていただくほかに、自動販売機、市役所や区役所などの市の施設の売店などで販売しております。市民の皆さまがお気軽にお買い求めいただける販売方法などがあれば、ご意見をお聞かせください。
(自由意見)

(抜粋)

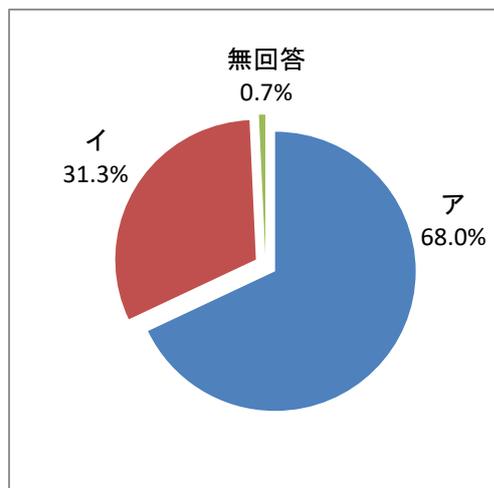
スーパーマーケットやコンビニエンスストアで販売されれば、買いやすいと思う。
PR不足。フィルムコミッションなどによりテレビドラマなどでの使用を働きかけること。箱根駅伝などでの提供。そのうえで、コンビニや自販機での販売強化を！
ネット販売、楽天やAmazon、ヨドバシカメラで購入できたら嬉しいです。
駅・市の施設を始めとする市内公共施設では必ず購入出来るように販路の拡充・定着化。施設開設当初は取扱あるものの事後には各事業者自社ルート取扱品に置き換えられてしまう等、現在では公共施設でも取扱無い場所も見受けられる。施設の運営民間委託が大きな要因かと。
東京勤務の横浜っ子は多いです。横浜市外でも販売すれば、郷土愛から購入するのでは。
公共施設の自販機では見るが、「それを買うに行く」と言う事ではないので、一般的に買い物に行くであろう市内のコンビニやスーパーにあると地産地消(地産と言えるかですが)で購入するかも知れません。
今の区役所売店での販売でよい。
最近、自動販売機等で見かけなくなった。自販機での販売を強化してもらいたい。
ウォーキングをしながら横浜の水の美味しさを実感しています。横浜市のコンビニやスーパー店頭で購入出来ればさらに嬉しいです。観光客の方々にも良い横浜土産になるのではないのでしょうか。
数年前の夏に病院に入院中、毎日飲んでいました。お見舞いの方には「売店で横浜の水を買ってきて」と頼んでいた。最近は、コンビニでも自販機でも見かけなくなった。美味しい水なので、市の施設だけでなく、コンビニや駅の売店や自販機などでも売って頂きたい。

Q3 「はまっ子どうし The Water」の原水は、市外に5つある横浜の水源地(※)のうちの1つである、山梨県道志村を源流とする道志川の水(水道水ではない)であることを知っていましたか。
(単一選択)

※横浜の水源地・・・相模湖、津久井湖、丹沢湖、宮ヶ瀬湖、山梨県道志川周辺

n= 1,236

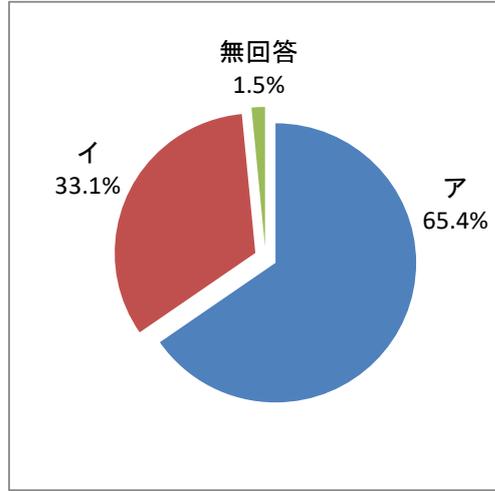
ア	知っていた	68.0%	840
イ	知らなかった	31.3%	387
無回答		0.7%	9
		100.0%	1,236



Q4 水道局が「はまっ子どうし The Water」及び水道事業のイベントを通じて水源林保全の大切さをPRしていることを知っていましたか。
(単一選択)

n= 1,236

ア	知っていた	65.4%	808
イ	知らなかった	33.1%	409
無回答		1.5%	19
		100.0%	1,236

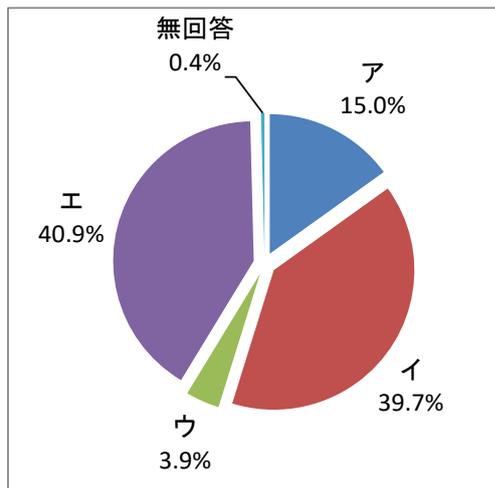


Q5 「はまっ子どうし The Water」の売上金の一部は、山梨県道志村の森林を保全するボランティア活動支援やJICA(※)を通じてアフリカ支援に役立てられています。あなたはこのことを知っていましたか。
(単一選択)

※JICA: 日本の政府開発援助(ODA)を一元的に行い、開発途上国が抱える課題解決を支援する国際協力機関

n= 1,236

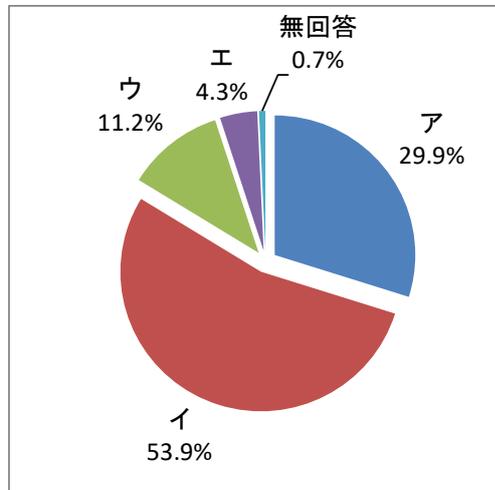
ア	両方知っていた	15.0%	186
イ	水源林保全ボランティア活動支援は知っていた	39.7%	491
ウ	アフリカ支援は知っていた	3.9%	48
エ	知らなかった	40.9%	506
無回答		0.4%	5
		100.0%	1,236



Q6 「はまっ子どうし The Water」のペットボトルを通しての取組は、水源林保全の大切さを考えるきっかけになると思いませんか。(単一選択)

n= 1,236

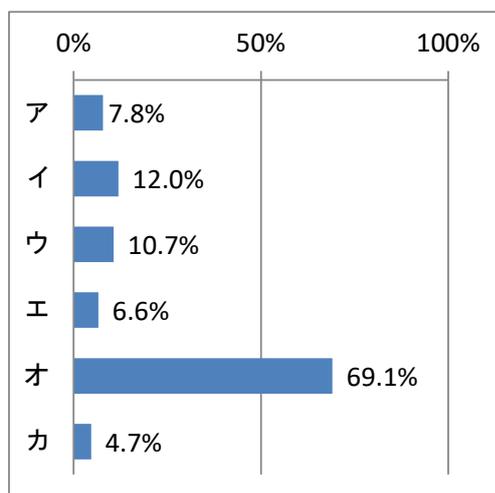
ア	大いになる	29.9%	369
イ	少しはなる	53.9%	666
ウ	あまりならない	11.2%	139
エ	全くならない	4.3%	53
無回答		0.7%	9
		100.0%	1,236



Q7 企業や横浜市の取組とコラボしたデザインの「はまっ子どうし The Water」ペットボトルを知っていますか。(複数選択可)

n= 1,236

ア	ピンクリボンボトル(ピンクリボンかながわ)を知っている	7.8%	97
イ	柴口このみボトル(株式会社横浜シーサイドライン)を知っている	12.0%	148
ウ	TICAD7ボトル(第7回アフリカ開発会議・横浜市国際局)を知っている	10.7%	132
エ	ほくせいせんボトル(横浜市道路局)を知っている	6.6%	82
オ	知らない	69.1%	854
カ	その他のボトルを知っている	4.7%	58



Q8 「はまっ子どうし The Water」は、ピンクリボンボトルのように乳がんの啓発活動に対する協力も実施しています。「はまっ子どうし The Water」を活用し、社会に貢献できる取組について、ご意見をお聞かせください。
(自由意見)

(抜粋)

「はまっ子どうし The Water」が他社のミネラルウォーターと違う点と言えば、地元を愛する人間にとってはどうしてもひいきしたくなる商品であること。そういう意味で意図的意識的に購入する層が多いと考える。その商品が乳がんの啓発活動などで社会貢献していると思えば更に購入意識は高まると考える。
「はまっ子どうし」で社会に貢献する取り組みは皆さん知らないと思います。市の広報等で知らせるべきです。
いろいろ手を出すより、森林保全に絞って行えばよいのではないかと思います。
ゴミの削減を啓蒙したり、防災・地震の備えを啓蒙する。
とてもいいことだと思います。ほかの見慣れたペットボトルと違い、目にはつくので、ほかにも、熱中症予防など訴えるのもいいかと思います。
ピンクリボンボトルのような取組は、老若男女問わず手に取りやすく、自然とメッセージが伝わるので良いと思います。
ポスター等とは違い、だれかが持って移動するので、比較的目につきやすいと思います。啓発的な活動にあっているのでは、と思います。
山梨県道志川を中心にした、横浜市の水源地の保護や保全の取り組みをしっかりと発信したうえで、次の別の社会貢献へ進むことができると感じます。まずは、横浜市民が選ぶ水、手にするウォーターペットボトルとして周知浸透することを先決にできれば、その力は大きいと思います。
緑アップ税のようにつながりが見えるもののデザインがいいと思う。林業や農業、観光など、水にイメージがつながるものもいい。時勢としてはペットボトルをやめる方向で考えた方がいいと思う。

Q9 企業との連携ボトルや電車内の広告などを活用して、広く市民の皆さまに横浜市オフィシャルウォーターを知っていただく取組を実施しています。大きな費用負担を行わずに「はまっ子どうし The Water」を知っていただける取組について、ご意見をお聞かせください。
(自由意見)

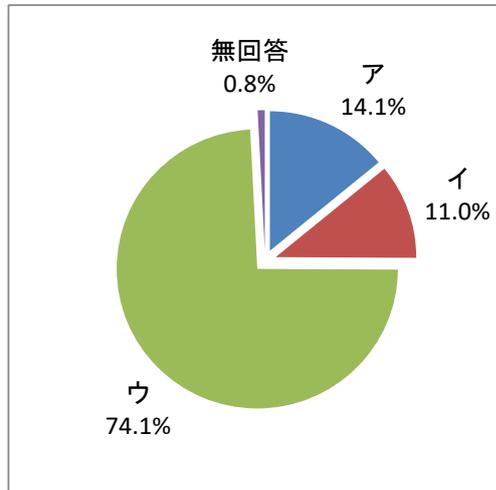
(抜粋)

スーパーマーケットやコンビニエンスストアなど、人目につく処に置くことも一つの方法かと思う。
TwitterなどのSNSの活用
いろんなイベント会場にて販売及びアピールしてあげればよいのではないかと。 「はまっ子どうし The Water」を覚えてもらうこと。
ゴミ回収車でもPRしたら。
ソーシャルメディアの有効活用ならびに横浜市内の保育園・幼稚園ならびに学校などの公共施設でもっと使うことにより身近にする必要がある。
給食に提供。
市の関連施設の水の自動販売機では、できる限り「はまっ子どうし The Water」を販売する。
市営バスや、地下鉄の車内にステッカー広告を出したらどうか。
取り組みはわかるけれど、おいしいかどうか、安全かどうかのアピールがイマイチなような気がする。
水道料金のお知らせにメッセージを入れる。町内会が開く防災イベントで案内する。

Q10 水道局は、水源保全について様々な取組を行っています。山梨県道志村に所有する水源林について、企業や団体との協働により間伐などの森林整備を推進する取組「水源エコプロジェクトW-eco-p」(以下「ウイコップ」という。)が行われています。あなたはこのことを知っていましたか。
(単一選択)

n= 1,236

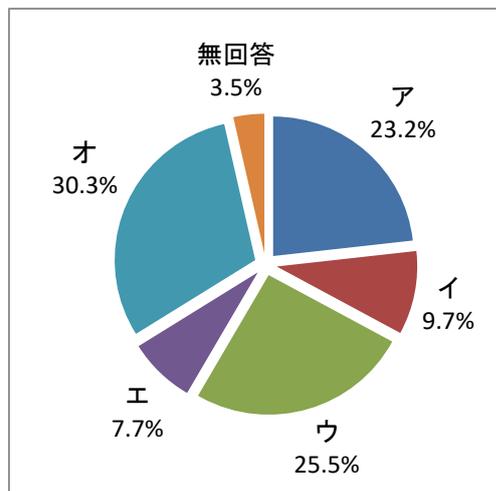
ア	名前と取組内容を知っていた	14.1%	174
イ	名前のみ知っていた	11.0%	136
ウ	知らなかった	74.1%	916
無回答		0.8%	10
		100.0%	1,236



Q11 Q10でア又はイと回答された方に伺います。「ウイコップ」についてどこで知りましたか。
(単一選択)

n= 310

ア	イベントでの水道局ブース	23.2%	72
イ	水道局以外のイベント	9.7%	30
ウ	水道局のウェブサイト	25.5%	79
エ	水道局以外のウェブサイト	7.7%	24
オ	チラシやポスター	30.3%	94
無回答		3.5%	11
		100.0%	310



Q12 水源林保全の重要性を多くの方に知っていただくために、今後どのような取組をすればよいと思いますか。
ご意見をお聞かせください。
(自由意見)

(抜粋)

「はまっ子どうし The Water」のラベルに重要性を書いて、コンビニや企業など、より広範な場所で販売、利用をしてもらうのが良い。
TVKのロケ番組で取り上げてもらう。
イベント会場や駅前など、人目につくところでキャンペーンなどの取り組みをすれば良いかと思えます。
ふるさと納税のメニューにする。
ワークショップなどのイベントを通じてPRしていけばいいと思う。
夏場の渇水での苦労が少ない横浜市に住んでいる幸せを広報などで大いにPRして欲しい。
公共の交通機関で待っている人が目にするところ(バス停、駅ホーム)に広告があるといい。
子供たちへの教育が重要で、小学校、中学校での授業や校外活動(水源地帯への遠足等の活動)で積極的に取り上げることが必要。
水源林ボランティアが、イベントなどで活動を紹介する。伐採した木を使っての工作体験や、製品を販売する。