

日本の水文化調査報告（2012年度）

『現代の水運び』

～集合住宅居住者の飲用水運搬志向実態調査～

2013年2月

ミツカン水の文化センター

目次

1. 調査概要.....	2
1.1.調査目的	2
1.2.調査概要	2
1.3.回答者の属性	3
2. 集合住宅居住者の買い物環境	5
3. 集合住宅居住者は水道水を飲んでいるのか.....	7
4. 水道以外の水（ペットボトルやウォーターサーバーの水等）飲用者の意識	8
4.1.普段飲み水として入手している水.....	8
4.2.普段自宅で使う飲み水をどこで入手しているか.....	9
4.3.入手した水を、自宅までどのように運ぶか	10
4.4.家から水を入手する店までの時間.....	10
4.5.水を入手して持ち帰るのに負担を感じるか	11
4.6.水を入手する頻度と入手量	12
4.7.これからも水道水以外の水を入手し続けるか.....	12
5. これからの水入手について.....	14
5.1.飲料用の水を入手する上で利用するサービス.....	14
5.2.通信機器の操作	14
5.3.買い物の便の悪さへの過去の不安と将来の不安	14
5.4.買い物の便が良い場所に移る意向.....	15
6. まとめ	16

1. 調査概要

1.1. 調査目的

これまで飲用水に対する生活者の反応については数多くの調査がなされてきた。水道事業者は水道水の質や価格、おいしさについて、またボトルドウォーター事業者も業界団体等でその消費量等を調査している。ミツカン水の文化センターでも過去 17 回にわたり「水に関する生活意識調査」を行い、水道水に点数をつけてもらってきた。これら調査の多くは水の味や用途を含む水消費について調べるものがほとんどであった。

しかし、いま、これまで顧みられてこなかったテーマが現れつつある。それが現代の「水運び」である。

現在でも水道が普及していない開発途上国で「水運び」はよく見られる姿である。しかし、日本では水道普及率が 97.5% (2010 年度現在) となっており、かつては日本でも見られた水運びの姿は見られなくなって久しい。しかし「現代の水運び」、すなわちボトルドウォーター等の入手・運搬は珍しい姿ではない。これをどう考えるか。そのためには、三つの謎を解かねばならない。

第一の謎は「集合住宅居住者は水道水をどの程度飲むのか」という謎である。少なからぬ集合住宅居住者が水道水について「おいしくない」と感じている声が聞こえてくる。現在日本の分譲マンション居住者は 1400 万人 (国土交通省推計) と推計されている。つまり日本人の 10 人に 1 人がマンション居住者ということになり、賃貸居住者も含めればさらに増える。水道は普及していても、集合住宅居住者がどの程度水道水を飲んでいるのか、その実態がわからないのである。

第二の謎は「ボトルドウォーター入手・運搬を集合住宅居住者は負担と感じているのか」という謎である。集合住宅居住者が水道水をさほど飲んでいないとするならば、代わりにボトルドウォーター等を入手することになる。ミネラルウォーターの一人当たり年間消費量を見ると 2006 年～2010 年は約 18 リットル～19 リットルで推移している。2010 年も 19.8 リットルであったが、2011 年には 24.8 リットルと 5 リットルも増加している (日本ミネラルウォーター協会資料)。防災備蓄用に増えたことも考えられるが、ミネラルウォーター消費量が右肩上がりで見えている事実には変わりはない。ボトルドウォーター飲用者はそれを入手したら、何らかの手段で運ばねばならない。集合住宅居住者はそれを重くて不便と意識しているのだろうか。それとも毎日の買い物なので便利・不便を言い立てる対象と見ていないのだろうか。

そして第三の謎は、「ボトルドウォーター入手者が水運びに疲れた時、水道飲用者に戻るか」という謎である。居住者が高齢化して、ボトルドウォーター等を持ち運ぶ余裕がなくなった時、居住者はあらためて水道水飲用者に戻るのであろうか。それとも、何としてもボトルドウォーターを飲もうと、誰かに運んでもらうのだろうか。現在、スーパー、コンビニエンスストア、チェーンストア、ドラッグストア等、多様な小売店が宅配事業に参入している。水道水を拒否する人々は、自宅に水道があるにもかかわらずこのサービスを利用しているのだろうか。

このように考えると、集合住宅居住者にとっての「現代の水運び」を調べると、水道水とボトルドウォーター等の関係がどのように意識されているのかがわかってくるはずだ。

それは、いわゆる買い物弱者問題を考える手がかりにもなるテーマだろう。

そこで、本調査では、東京都集合住宅居住者の40歳代～70歳代の人を対象に、水道水やボトルドウォーター等がどの程度飲まれているのか、ボトルドウォーター等はいかにして運ばれているのか等、「集合住宅居住者の飲用水運搬志向」に焦点を当てた意識実態調査を行うこととした。

あらためて、本調査の特徴を記すと以下の通りとなる。

- ① 東京都の40歳代～70歳代の集合住宅居住者は水道水を飲用しているのか。
 - ② 代わりのボトルドウォーター等をどのように運んでいる、あるいはどのような運搬サービスを利用しているのか。
 - ③ ボトルドウォーター等が入手できなくなったら、利用者は水道水に戻るのか。
- 本報告書では、以上の3点を中心に報告を行う。

1.2.調査概要

(1)調査対象者及び調査対象数

東京都内で40歳～79歳の集合住宅3階以上の居住者で、水道水以外の水を飲んでいる方386名。

表1.年齢別調査対象者数

	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70～79歳	総計
男性	50	50	50	50	200
女性	50	50	50	36	186
総計	100	100	100	86	386

参考までにスクリーニング調査にて行った、東京都内40歳～79歳の集合住宅3階以上の居住者の水道水の飲用状況は次の通りである。

表2.普段の自宅での水道水の飲用状況

	総計	構成比
水道の水しか飲まない	778	25.7%
主に水道の水を飲むが、たまに水道以外の水を飲む	940	31.0%
たまに水道の水を飲むが、主に水道以外の水を飲む	595	19.6%
水道以外の水しか飲まない	714	23.6%
総計	3027	

なお今回の調査は、「水道の水しか飲まない」と回答した人を対象外とし、調査を行った。

(2)調査方法：インターネット調査

(3)調査期間：平成24年12月12日（水）～12月25日（火）

※割合については四捨五入して表記しているため、合計が100にならないことがある。

1.3.回答者の属性

回答者の年齢別居住地は次の通りである。

表 3.回答者の年齢別居住地

	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70～79歳	総計	構成比
東京都23区内居住者	86	80	78	68	312	80.8%
多摩地域居住者	14	20	22	18	74	19.2%
総計	100	100	100	86	386	

回答者の 80.8%が東京都 23 区内居住者である。

年齢別、居住階数別回答者数は次の通りである。

表 4.年齢別、居住階数別回答者数

	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70～79歳	総計	構成比
3～5階	58	57	57	41	213	55.2%
6～10階	25	30	36	36	127	32.9%
11～15階	12	12	7	6	37	9.6%
16階以上	5	1	0	3	9	2.3%
総計	100	100	100	86	386	

3～5 階居住者が 55.2%、6～10 階居住者が 32.9%、両方で全体の 88.1%となる。

年齢別、エレベーターの有無別回答者数は次の通りである。

表 5.年齢別、エレベーターの有無別回答者数

	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70～79歳	総計	構成比
エレベーター有	80	83	82	76	321	83.2%
エレベーター無	20	17	18	10	65	16.8%
総計	100	100	100	86	386	

全体で 83.2%がエレベーターが設置されている建物に居住しているが、70 歳～79 歳だけでみると 88.4%がエレベーター設置住宅に居住している。

年齢別、居住人数別回答者数は次の通りである。

表 6.年齢別、居住人数別回答者数

	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70～79歳	総計	構成比
1名	32	28	13	19	92	23.8%
2名	35	29	52	54	170	44.0%
3名	16	23	25	8	72	18.7%
4名	15	15	8	2	40	10.4%
5名	2	2	1	0	5	1.3%
6名	0	3	1	3	7	1.8%
総計	100	100	100	86	386	

44%が 2 名での居住となっている。親、子、夫婦など 2 名同居の内訳については調査していない。

年齢別、職業別回答者数は次の通りである。

表 7. 年齢別、職業別回答者数

	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70～79歳	総計	構成比
会社員・公務員	59	52	22	2	135	35.0%
自営業・自由業	16	12	10	8	46	11.9%
学生	0	0	0	0	0	0.0%
専業主婦	15	21	22	20	78	20.2%
有職主婦(正社員、フルタイム勤務)	1	1	0	1	3	0.8%
有職主婦(パート、アルバイト)	2	7	8	1	18	4.7%
無職	2	3	32	47	84	21.8%
その他	5	4	6	7	22	5.7%
総計	100	100	100	86	386	

年齢別、自動車、自転車等の所有別回答者数は次の通りである。

表 8. 年齢別、自動車、自転車等の所有別回答者数（複数回答）

	40～49歳(n=100)	50～59歳(n=100)	60～69歳(n=100)	70～79歳(n=86)	総計(n=386)	構成比
自動車(1台)	32	39	39	28	138	35.8%
自動車(2台以上)	6	3	3	0	12	3.1%
バイク	4	8	4	4	20	5.2%
自転車	54	63	69	47	233	60.4%
所有しているものはない	29	22	18	26	95	24.6%

自転車の所有率が 60.4%、自動車 1 台の所有率が 35.8%と続くが、「所有しているものはない」という回答者も 24.6%となっている。

2. 集合住宅居住者の買い物環境

「現代の水運び」について問う前に、回答者の日常の買い物条件について把握する必要がある。

「あなたは食品や日用品などを普段どこでお買いになりますか」と質問した結果が次の通りである。

表 9.食品や日用品等の普段の購入場所（複数回答）

	40～49歳(n=100)		50～59歳(n=100)		60～69歳(n=100)		70～79歳(n=86)		総計(n=386)	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
スーパー	99	99.0%	97	97.0%	97	97.0%	84	97.7%	377	97.7%
ドラッグストア	67	67.0%	62	62.0%	54	54.0%	43	50.0%	226	58.5%
コンビニエンスストア	50	50.0%	59	59.0%	34	34.0%	32	37.2%	175	45.3%
個人商店	22	22.0%	19	19.0%	17	17.0%	25	29.1%	83	21.5%
移動販売	5	5.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	5	1.3%
宅配(生協など)	15	15.0%	26	26.0%	24	24.0%	19	22.1%	84	21.8%
通信販売(テレビショッピング、ネット通販など)	43	43.0%	51	51.0%	44	44.0%	29	33.7%	167	43.3%
その他	4	4.0%	4	4.0%	1	1.0%	4	4.7%	13	3.4%

総計で見ると「スーパー」が97.7%、「ドラッグストア」58.5%、「コンビニエンスストア」45.3%と続いていることがわかる。注目すべきは、コンビニエンスストアと同じ程度の利用として「通信販売（テレビショッピング、ネット通販等）」が43.3%、また「宅配（生協等）」も21.8%であることである。最寄品を買いに行くのではなく、持ってきてもらう経験をしている人が4割存在していることがわかる。

年齢別に見ると「スーパー」はどの年代も97%以上が利用していて、いわば買い物のインフラとして機能していることがわかる。「ドラッグストア」を最も利用しているのは40歳代で67.0%であり、60歳代の54.0%、70歳代の50.0%とばらつきがある。「コンビニエンスストア」を最も利用しているのは50歳代の59.0%で、60歳代の34.0%、70歳代の37.2%との間に差があることがわかる。「個人商店」は全般に利用率が低いが、最も利用しているのは70歳代で29.1%、次に40歳代の22.0%と続き、なぜか最も低いのは60歳代の17.0%である。

次に、こうした食品や日用品などを普段購入する場所として「最もよくお買いになるのはどこですか」と質問した結果が次の通りである。

表 10.食品や日用品等を普段、最もよく購入する場所（男女別）

	男性		女性		総計	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
スーパー	169	84.5%	165	88.7%	334	86.5%
ドラッグストア	2	1.0%	1	0.5%	3	0.8%
コンビニエンスストア	17	8.5%	1	0.5%	18	4.7%
個人商店	1	0.5%	0	0.0%	1	0.3%
移動販売	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
宅配(生協など)	2	1.0%	13	7.0%	15	3.9%
通信販売(テレビショッピング、ネット通販など)	8	4.0%	4	2.2%	12	3.1%
その他	1	0.5%	2	1.1%	3	0.8%
総計	200		186		386	

最もよく購入する場所は圧倒的に「スーパー」で、これは男女別でも年齢別でも差はない。2番目は、男性の場合「コンビニエンスストア」の8.5%と続くが、女性の場合は「宅配（生協等）」と、少ない回答数ながら男女の違いが現れている。

また、「宅配（生協等）」と「通信販売（テレビショッピング、ネット通販等）」を合わせると7.0%となり、「コンビニエンスストア」の4.7%を越えている。

こうした普段の買い物を行うのは自分自身なのだろうか。それとも、同居人（配偶者、父母、子供等）が行うのだろうか。最もよく購入する場所について、「そこで買い物をするのは、普段どなたですか」と質問した結果が次の通りである。

表 11.年齢別購入者

	40～49歳		50～59歳		60～69歳		70～79歳		総計	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
自分	80	80.0%	75	75.0%	78	78.0%	53	61.6%	286	74.1%
同居人	20	20.0%	25	25.0%	22	22.0%	33	38.4%	100	25.9%
総計	100		100		100		86		386	

40歳代～60歳代はおおよそ75～80%が自分自身で買い物を行っている。しかし、70歳代となると61.6%と下がり、同居人に任せる回答者が38.4%に増えていることがわかる。

回答者は、こうした買い物に不便さは感じているのだろうか。最もよく購入する場所について「あなたはその店舗での買い物に不便さは感じますか」と質問した結果が次の通りである。

表 12.購入場所での不便意識

	40～49歳		50～59歳		60～69歳		70～79歳		総計	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
不便さを感じる	19	19.0%	26	26.0%	10	10.0%	9	10.5%	64	16.6%
不便さを感じない	81	81.0%	74	74.0%	90	90.0%	77	89.5%	322	83.4%
総計	100		100		100		86		386	

回答者全体の86.5%が最もよく買う場所としてスーパーを利用しているが（表10）、回答者全体を年齢別で見ても、「その店舗での買い物に不便を感じる」のは16.6%にすぎない。年齢別に見ると50歳代のみ26.0%となっているが、60歳代以上は最もよく買う店舗での買い物に不便を感じているのは10.0%にすぎない。回答者が高齢なほど、買い物に不便を感じていると予想していたが、実際には1割程度にすぎないことがわかる。

40歳代、50歳代の方が「不便」と答える回答率が高い。これは「不便さ」の意味が異なるのかもしれない。店までの距離、自宅周囲の店舗数、店舗毎の商品数、宅配や通販等における発注から納品までにかかる時間、商品の全般的な値頃感等、様々な不便感が存在すると思われる。

いずれにせよ、都内に居住する40歳～79歳の集合住宅居住者の中で、普段最もよく購入する場所での買い物に不便を感じているのは16.6%という結果であった。

3. 集合住宅居住者は水道水を飲んでいるのか

この章以降、「現代の水運び」についての調査結果となる。まず、集合住宅居住者は水道水をどの程度飲用水として飲んでいるのだろうか。今回の調査では、ボトルドウォーターの運搬についてを把握するために、水道水しか飲んでいない人は事前のスクリーニングで排除した。結果、水道水以外の水を飲んでいる人を母数としている。

参考程度ではあるが、スクリーニング時の回答では、水道の水しか飲まないという東京都内の40歳～79歳の集合住宅3階以上の居住者は778名で、約25.7%であった。これは決して高い水準とは言えないだろう。

表 13.集合住宅居住者の年齢別水道飲用傾向

	40～49歳		50～59歳		60～69歳		70～79歳		総計	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
水道の水しか飲まない	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
主に水道の水を飲むが、たまに水道以外の水を飲む	42	42.0%	44	44.0%	38	38.0%	50	58.1%	174	45.1%
たまに水道の水を飲むが、主に水道以外の水を飲む	27	27.0%	28	28.0%	28	28.0%	25	29.1%	108	28.0%
水道以外の水しか飲まない	31	31.0%	28	28.0%	34	34.0%	11	12.8%	104	26.9%
総計	100		100		100		86		386	

4段階に分けて選択肢を設けたが、「主に水道の水を飲むが、たまに水道以外の水（ペットボトルやウォーターサーバーなどの水）を飲む」が45.1%で半分に足りていない。

「たまに水道の水を飲むが、主に水道以外の水（ペットボトルやウォーターサーバーなどの水）を飲む」が28.0%、「水道以外の水（ペットボトルやウォーターサーバーなどの水）しか飲まない」が26.9%という結果である。

集合住宅にあっては、「主に水道以外の水を飲む」と「水道以外の水しか飲まない」を合わせた「非水道飲用者」が54.9%いることになるし、スクリーニングでは水道水を飲まないという堅固な回答者も4人に1人という結果である。しかも、それは40歳代から70歳代まで大差ない。前述のとおり現在、日本の分譲マンション居住者は1400万人であると推計されているが（国土交通省）、単純に「水道以外の水しか飲まない」という26.9%をかけると、日本の分譲マンションでは約376万6千人が水道水を飲んでいないという計算になる。もちろん、本調査の母集団と、全国の水道原水の味等に差があるため一概に言うことはできない。しかし、けっして少なくない量とは言えるだろう。本調査の集合住宅居住者は水道水への不満者であると言ってもいいだろう。

さて、多くの回答者が水道水の不満者であることが明らかになったが、それでも居住者は水を飲まねばならない。特に非水道飲用者54.9%は水道以外の水を入手しなくてはならない。どのような水を、どこから入手し、運んでいるのだろうか。

4. 水道以外の水（ペットボトルやウォーターサーバーの水等）飲用者の意識

4.1. 普段飲み水として入手している水

水道水に不満をもっている集合住宅居住者であるが、周囲の買い物環境（最もよく使う場所）については 16.6%程度の方しか不便意識を感じていなかった。このような中で「水を買う物する」という意識について調べてみたのが本章である。

表 14. 年齢別水道以外の水入手者数

	40～49歳		50～59歳		60～69歳		70～79歳		総計	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
市販のボトルドウォーター(ペットボトル)	81	81.0%	79	79.0%	77	77.0%	66	76.7%	303	78.5%
ウォーターサーバーの水	6	6.0%	11	11.0%	9	9.0%	7	8.1%	33	8.5%
スーパーにある持ち帰り用の水	8	8.0%	5	5.0%	7	7.0%	5	5.8%	25	6.5%
井戸水	1	1.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.2%	2	0.5%
その他	4	4.0%	5	5.0%	7	7.0%	7	8.1%	23	6.0%
総計	100		100		100		86		386	

全体では「市販のボトルドウォーター（ペットボトル）」が 78.5%であったが、少数ながら「ウォーターサーバーの水」が 8.5%、「スーパーにある持ち帰り用の水」が 6.5%と続いている。

年齢別にはほとんどばらつきは見られない。

「その他」を選んだ回答は以下のようなものであった。

- ・ろ過器を使用
- ・浄水器
- ・アルカリイオン整水器の水
- ・水道水をろ過し、ミネラルウォーターにして飲む
- ・山梨県の山間地域の水道水を汲んでくる
- ・自宅の水
- ・水道水をわかす
- ・ボトルドウォーターとスーパーの持ち帰りと両方
- ・宅配水

4.2. 普段自宅で使う飲み水をどこで入手しているか

では、こうした水道水以外の水を、回答者はどこで手に入れているのだろうか。「あなたは普段ご自宅で飲み水として使っている水を、主にどこで手に入れていますか」と質問した結果が次の通りである。

表 15. 水道以外の水の種類と入手場所のクロス構成比

	市販のボトルドウォーター(ペットボトル)	ウォーターサーバーの水	スーパーにある持ち帰り用の水	井戸水	その他
スーパー	47.2%	2.1%	6.0%	0.5%	0.3%
コンビニエンスストア	3.1%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%
ドラッグストア	3.9%	0.5%	0.3%	0.0%	0.0%
個人商店	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
移動販売	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
宅配(生協等)	4.9%	4.4%	0.0%	0.0%	0.3%
通信販売(テレビショッピング、ネット通販等)	17.1%	0.8%	0.0%	0.0%	0.8%
その他	2.1%	0.3%	0.3%	0.0%	4.7%

表 9 では、97.7%が普段の食品や日用品をスーパーで行っているが、「水道以外の水」となると様相が異なってくる。表 15 を見ると、一番高いのは「市販のボトルドウォーター(ペットボトル)」を「スーパー」で買うのが 47.2%である。次は同じく「市販のボトルドウォーター(ペットボトル)」を「通信販売(テレビショッピング、ネット通販等)」で入手するケースで 17.1%となっている。次は「スーパーにある持ち帰り用の水」を「スーパー」で入手するケースで 6.0%と続く。

「宅配(生協等)」「通信販売(テレビショッピング、ネット通販等)」で「市販のボトルドウォーター(ペットボトル)」や「ウォーターサーバーの水」を入手するケースのみを合わせると 27.2%になる。表 9 では、普段の食品や日用品の入手に「通信販売」を 43.3%が、また「宅配(生協等)」も 21.8%が利用していたが、それに比べると低い水準と言えるだろう。しかしそれは、宅配水や通信販売による水入手の潜在的な増加率が見込まれるという見方もできるかもしれない。

では、水道以外の水の入手場所について年齢差はあるのだろうか。

表 16. 水道以外の水入手場所、年齢別構成比

	40~49歳		50~59歳		60~69歳		70~79歳		総計	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
スーパー	61	61.0%	49	49.0%	57	57.0%	49	57.0%	216	56.0%
コンビニエンスストア	3	3.0%	7	7.0%	2	2.0%	2	2.3%	14	3.6%
ドラッグストア	5	5.0%	5	5.0%	4	4.0%	4	4.7%	18	4.7%
個人商店	1	1.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.3%
移動販売	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
宅配(生協・ウォーターサーバーなど)	9	9.0%	9	9.0%	9	9.0%	10	11.6%	37	9.6%
通信販売(テレビショッピング・ネット通販など)	17	17.0%	21	21.0%	21	21.0%	13	15.1%	72	18.7%
その他	4	4.0%	9	9.0%	7	7.0%	8	9.3%	28	7.3%
総計	100		100		100		86		386	

「スーパー」で入手するのが 40 歳代で 61.0%、50 歳代になると一番低く 49.0%となっている。

また、高齢になるにしたがい「宅配」と「通信販売」が増えると予想していたが、実際の回答を見ると年齢に関係無く約 3 割の回答者が利用している。

「その他」として挙げられた主な回答は次の通りである。

- ・自動販売機

- ・町内会で入手
- ・ディスカウントショップ

4.3.入手した水を、自宅までどのように運ぶか

水を購入した場合、それを回答者は自宅までどのような手段で運ぶのだろうか。「あなたが普段手に入れている水を、普段、店からどのように自宅まで運びますか」と質問した結果が、次の通りである。

表 17.入手した水の年齢別運搬方法

	40～49歳		50～59歳		60～69歳		70～79歳		総計	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
自分で歩いて運ぶ	37	37.0%	26	26.0%	28	28.0%	22	25.6%	113	29.3%
自分で自動車運ぶ	12	12.0%	13	13.0%	16	16.0%	8	9.3%	49	12.7%
自分でバイクで運ぶ	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	2.3%	2	0.5%
自分で自転車で運ぶ	16	16.0%	24	24.0%	17	17.0%	14	16.3%	71	18.4%
自分で公共交通機関(電車・バス等)を利用して運ぶ	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	2.3%	2	0.5%
業者によって宅配する	27	27.0%	31	31.0%	28	28.0%	27	31.4%	113	29.3%
同居人が買ってくる	5	5.0%	1	1.0%	4	4.0%	5	5.8%	15	3.9%
その他	3	3.0%	5	5.0%	7	7.0%	6	7.0%	21	5.4%
総計	100		100		100		86		386	

全体として見ると「自分で歩いて運ぶ」と「業者によって宅配する」がともに 29.3% となっている。店頭で入手しそれを宅配するサービスも多くの小売店で取り入れていることから、それをも含んだ回答と思われる。次に多いのが「自分で自転車で運ぶ」で 18.4% となっている。

年齢別に見ると「自分で歩いて運ぶ」で「40歳～49歳」で 37.0%だが、50歳代になると 26.0%と 11.0ポイント下がり、以降の年代でも同水準となっている。

「業者によって宅配する」は年齢が高くなるにつれて増えると予想したが、実際には年齢に左右されず、各年齢とも約 3割存在していることがわかる。

4.4.家から水を購入する店までの時間

入手した水を家まで運ぶ時間はどの程度なのだろうか。「業者による宅配」「その他」を除いた方に「あなたの家から普段、あなた（または同居人の方が）水を購入する店まで何分ぐらいかかりますか？家から店舗までの全体の時間をお答えください」と質問した結果が次の通りである。

表 18. 家から水を購入する店までの時間

	歩き		自動車		バイク		自転車		公共交通機関		同居人	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
5分以内	82	72.6%	17	34.7%	1	50.0%	43	60.6%	0	0.0%	5	33.3%
6分～10分	24	21.2%	18	36.7%	1	50.0%	22	31.0%	1	50.0%	5	33.3%
11分～15分	6	5.3%	5	10.2%	0	0.0%	5	7.0%	1	50.0%	1	6.7%
16分～20分	1	0.9%	5	10.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	13.3%
21分～25分	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
26分～30分	0	0.0%	1	2.0%	0	0.0%	1	1.4%	0	0.0%	2	13.3%
31分以上	0	0.0%	3	6.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
総計	113		49		2		71		2		15	

「歩き」では「5分以内」が 72.6%、「6分～10分」が 21.2%となっており、両方を合わせた 93.8%の回答者が 10分以内を運ぶ時間として回答している。「自転車」でも 91.6%の回答者が 10分以内と答えている。「自動車」だと 30分を越す回答者も存在する。

現代の水運びに要する時間は、徒歩あるいは自転車で共に 10分以内ということが目安になっていることがわかる。

4.5.水を入手して持ち帰るのに負担を感じるか

表 17 で自分で運んでいる回答者、すなわち「業者によって宅配する」「その他」を除いた 252 名の方に、「あなた（または同居人の方）は普段水を入手して家に帰るのに負担を感じますか」と質問し、自分で行う水運びに負担感を感じるかどうか質問した結果が次の通りである。

表 19.水を入手して持ち帰る時の負担感年齢別回答者

	40～49歳		50～59歳		60～69歳		70～79歳		総計	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
負担を感じる	32	45.7%	21	32.8%	17	26.2%	9	17.0%	79	31.3%
負担を感じない	38	54.3%	43	67.2%	48	73.8%	44	83.0%	173	68.7%
総計	70		64		65		53		252	

全体で見ると「負担を感じる」のは 31.3%、「負担を感じない」が 68.7%であった。3 人に 2 人は現代の水運びに負担を感じていないという回答である。一見すると低く見えるかもしれない。しかし、表 12 で「食品や日用品等を普段購入する場所に不便を感じる」が 16.6%、「不便を感じていない」が 83.4%であったことと比較すると、水を入手する負担感が高いと解釈すべきではないだろうか。

また、年齢が上がるにつれ、「負担を感じる」が高くなると予想したが、実際には 40 歳代で 45.7%、50 歳代で 32.8%、60 歳代で 26.2%、70 歳代で 17.0%と年齢が高くなるにつれて低下していることがわかる。年齢が高いからといって、水運びを負担と感じているわけではないことがわかる。買い物を便利・不便と評価する対象として見ている回答者もいれば、買い物を生活するのに必須の習慣と考える回答者もいるだろう。買い物の文化的側面について考えさせられる。

では「負担を感じる」と答えた 79 名の、負担を感じる理由はどこにあるのだろうか。その結果が次のとおりである。

表 20.負担を感じる理由（複数回答）

	40～49歳(n=32)		50～59歳(n=21)		60～69歳(n=17)		70～79歳(n=9)		総計(n=79)	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
店までの距離が遠くて時間がかかるから	3	9.4%	3	14.3%	0	0.0%	2	22.2%	8	10.1%
運んで帰るのが面倒だから	15	46.9%	13	61.9%	9	52.9%	3	33.3%	40	50.6%
自動車や自転車、バイクから荷物を下ろしてから、家まで持って上がるのが面倒だから	10	31.3%	12	57.1%	7	41.2%	2	22.2%	31	39.2%
階段を上がるのが面倒だから	5	15.6%	1	4.8%	1	5.9%	1	11.1%	8	10.1%
重くて大変だから	25	78.1%	14	66.7%	9	52.9%	7	77.8%	55	69.6%
水に限らず買い物時間を捻出するのが大変だから	1	3.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

負担を感じる理由で各年代とも最も多いのが「重くて大変だから」で 40 歳代で 78.1%、70 歳代で 77.8%となっている。全体で次に多いのが「運んで帰るのが面倒だから」50.6%、「自動車や自転車、バイクから荷物を下ろしてから、家まで持って上がるのが面倒だから」が 39.2%と続いている。「店までの距離が長くて時間がかかるから」は 10.1%で少ない。負担感の第一は「重さ」、第二は「持って帰る面倒さ」であることがわかる。

では、その中でも最も負担に感じる理由は何なのだろうか。

表 20 で複数挙げてもらった回答の内、「最も負担に感じるのはどういう理由からですか」と質問した結果が次の通りである。

表 21.最も負担を感じる理由

	40～49歳		50～59歳		60～69歳		70～79歳		総計	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
店までの距離が遠くて時間がかかるから	0	0.0%	1	4.8%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%
運んで帰るのが面倒だから	5	15.6%	7	33.3%	5	29.4%	1	11.1%	18	22.8%
自動車や自転車、バイクから荷物を下ろしてから、家まで持って上がるのが面倒だから	6	18.8%	2	9.5%	5	29.4%	1	11.1%	14	17.7%
階段を上がるのが面倒だから	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
重くて大変だから	21	65.6%	11	52.4%	7	41.2%	7	77.8%	46	58.2%
水に限らず重い物時間を捻出するのが大変だから	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
総計	32		21		17		9		79	

やはり「重くて大変だから」が 58.2%となっている。とにかく、「重さ」だけは運搬のために克服したい理由であって、意識の上では「面倒さ」や「距離」は二の次なことがわかる。

4.6.水を手に入れる頻度と入手量

水を水道以外から入手している全回答者は、どの程度の頻度で、1回当たりどの程度の量の水を手に入れているのだろうか。「あなたのお宅では、どのぐらいの頻度で水を手に入れますか」という質問に対する回答と、「あなたのお宅では、水を手に入るとき、一度にどのぐらいの量を手に入れますか。何リットルかでお答えください」という質問に対する回答をクロスした結果が、次の通りである。

表 22.水を手に入れる頻度と1回当たりの入手量

	0.5リットル(500ミリリットル)以下	1～1.5リットル	2～2.5リットル	3～5リットル	6リットル	7～11リットル	12リットル	13リットル～19リットル	20リットル	それ以上	総計	構成比
毎日	0	4	4	7	0	0	0	0	0	1	16	4.1%
週に4～6回	1	1	1	4	3	0	0	0	0	1	11	2.8%
週に2～3回	3	4	14	14	5	0	3	1	0	0	44	11.4%
週に1回	3	18	29	13	9	1	24	1	4	7	109	28.2%
月に1回	4	11	25	4	4	1	26	5	15	36	131	33.9%
それ以下	13	6	17	2	2	4	14	1	3	13	75	19.4%
総計	24	44	90	44	23	6	67	8	22	58	386	
構成比	6.2%	11.4%	23.3%	11.4%	6.0%	1.6%	17.4%	2.1%	5.7%	15.0%		

頻度については、「月に1回」が 33.9%、「週に1回」が 28.2%と続いている。量については「2～2.5リットル」が 23.3%と一番多いが、ばらついていることがわかる。

同じく頻度と入手場所をクロスした結果が、次の通りである。

表 23.水を手に入れる頻度と入手場所

	スーパー	コンビニエンスストア	ドラッグストア	個人商店	移動販売	宅配(生協等)	通信販売(テレビショッピング、ネット通販等)	その他	総計	構成比
毎日	9	0	0	0	0	0	0	7	16	4.1%
週に4～6回	8	2	0	0	0	0	0	1	11	2.8%
週に2～3回	36	3	3	0	0	0	0	1	44	11.4%
週に1回	75	4	6	1	0	10	0	8	109	28.2%
月に1回	58	4	8	0	0	20	0	38	131	33.9%
それ以下	30	1	1	0	0	7	0	25	75	19.4%
総計	216	14	18	1	0	37	0	72	386	
構成比	56.0%	3.6%	4.7%	0.3%	0.0%	9.6%	0.0%	18.7%		7.3%

スーパーでの入手者の多くが「月に1回」、「週に1回」と回答していることがわかる。

4.7.これからも水道水以外の水を手にし続けるか

さて、水道水以外の水を手にし続けてきた回答者は、これからも水道水以外の水を手にし続けるのだろうか。「あなたは、これからもご自宅で飲むために水道水以外の水を手にし続けますか」という質問に対する結果が、次の通りである。

表 24.これからも水道水以外の水を手に入る回答者数

	40～49歳		50～59歳		60～69歳		70～79歳		総計	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
入手し続ける	87	87.0%	82	82.0%	89	89.0%	57	66.3%	315	81.6%
そろそろやめようと思っている	9	9.0%	15	15.0%	9	9.0%	20	23.3%	53	13.7%
その他	4	4.0%	3	3.0%	2	2.0%	9	10.5%	18	4.7%
総計	100		100		100		86		386	

過去ではなく将来について尋ねたこの質問について、全体では 81.6%が「入手し続ける」と答えている。

年齢別に見ると、40 歳代から 60 歳代までは 82%～89%が「入手し続ける」と回答しているが、70 歳代のみは「入手し続ける」が 66.3%となっている。

70 歳代の「入手し続ける」が 66.3%とはいえ、全体としては 8 割以上の回答者がこれからも水道水以外の水を手に入ると答えている。これは高水準と言えるだろう。

では 13.7%の「水道水以外の水の手入を、そろそろやめようと思っている回答者」は、水道水飲用者に戻るのだろうか。「(やめようと思っている方に) やめた後は、水道水を飲みますか」という質問の結果が次の通りである。

表 25.水道水以外の水の手入をやめた後の水道水飲用の有無

	40～49歳		50～59歳		60～69歳		70～79歳		総計	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
飲む	8	88.9%	10	66.7%	7	77.8%	18	90.0%	43	81.1%
飲まない	1	11.1%	5	33.3%	2	22.2%	2	10.0%	10	18.9%
総計	9		15		9		20		53	

全体で見ると 43 名、81.1%の回答者が水道水を「飲む」と回答している。

その理由について質問した結果が、次の通りである。

表 26.水道水を飲む（複数回答）

	実数	構成比
水道水は安全だから	23	53.5%
水道料金のほうが安いから	21	48.8%
運ぶのが大変だから	10	23.3%
その他	2	4.7%
総計	43	

「運ぶのが大変だから」と答えたのは 10 名のみで、一番多かったのが「水道水は安全だから」で 53.5%であった。これまで何らかの理由で水道水を飲んでこなかった回答者だが、そろそろ水道水を飲もうという理由が「水道水は安全だから」というところに、集合住宅における水道飲用水の問題が垣間見える。

5. これからの水入手について

5.1. 飲料用の水を手に入れる上で利用するサービス

おいしい水を飲む上で、水道用の浄水器も安価で売られるようになってきているし、ボトルドウォーター等の水の販売や運搬を容易にする宅配サービスなど、いろいろなサービスが行われている。本調査の回答者である集合住宅居住者はこうしたサービスがあると利用するのだろうか、あるいは既に利用しているのだろうか。「あなたはご自宅で飲料用の水を手に入れる上で、以下のようなサービスがあったら利用しますか。既に利用している方もお選びください」という質問の結果が、次の通りである。

表 27. 飲料水を利用する上で利用するサービス（複数回答）

	40～49歳		50～59歳		60～69歳		70～79歳		総計	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
水道水の浄水器	39	39.0%	41	41.0%	45	45.0%	31	36.0%	156	40.4%
ウォーターサーバーの宅配サービス	22	22.0%	14	14.0%	13	13.0%	6	7.0%	55	14.2%
ボトルドウォーターの宅配サービス	19	19.0%	19	19.0%	21	21.0%	14	16.3%	73	18.9%
スーパーにある持ち帰り用の水	20	20.0%	12	12.0%	15	15.0%	15	17.4%	62	16.1%
自分の代わりに買い物を代行してくれるサービス	2	2.0%	3	3.0%	3	3.0%	2	2.3%	10	2.6%
家の近くまでボトルドウォーターを売りに来てくれる移動販売サービス	6	6.0%	2	2.0%	5	5.0%	3	3.5%	16	4.1%
その他	1	1.0%	1	1.0%	0	0.0%	3	3.5%	5	1.3%
いずれもない	36	36.0%	36	36.0%	27	27.0%	30	34.9%	129	33.4%
総計	100		100		100		86		386	

全体を見ると1位は「水道水の浄水器」で40.4%、2位は「いずれもない」で33.4%であった。

5.2. 通信機器の操作

買い物をする上で、ウェブは欠かせないものとなりつつあるが、実態はどのようなのだろうか。「あなたは次の通信機器の操作をすることができますか」という質問の結果が下記の通りである。

表 28. 通信機器操作の可否（複数回答）

	40～49歳		50～59歳		60～69歳		70～79歳		総計	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
携帯電話でのウェブ画面	57	57.0%	48	48.0%	35	35.0%	33	38.4%	173	44.8%
スマートフォンでのウェブ画面	45	45.0%	48	48.0%	25	25.0%	9	10.5%	127	32.9%
タブレット端末でのウェブ画面	32	32.0%	29	29.0%	12	12.0%	6	7.0%	79	20.5%
パソコンでのウェブ画面	93	93.0%	96	96.0%	98	98.0%	82	95.3%	369	95.6%
できるものはない	3	3.0%	1	1.0%	0	0.0%	2	2.3%	6	1.6%
総計	100		100		100		86		386	

ネット調査であるから当然ではあるのだが、「パソコンでのウェブ画面」については、95.6%が操作できると回答している。しかし、携帯電話でのウェブ画面も44.8%の人が使えたと回答しており、高齢者だから端末は使えないとは一概には言えないことがわかる。

5.3. 買い物の便の悪さへの過去の不安と将来の不安

「あなたはこれまで買い物の便の悪さに不安を感じたことがありますか」という質問への回答と、「あなたは将来買い物の便の悪さに不安を感じていますか」という質問への回答をクロスした結果が、次の通りである。

表 29.買い物の便の悪さ、過去と将来のクロス

		将来の買い物の便の不安		
		感じている	感じていない	総計
これまでの買い物の便の不安	感じている	21.8%	5.2%	26.9%
	感じていない	8.3%	64.8%	73.1%
	総計	30.1%	69.9%	

これまでの買い物の便の不安を感じ、かつ、将来の買い物へも不安を感じている人が21.8%いるのに対し、買い物の便にこれまでも、これからも不安を感じていない人が64.8%となっており、二極化していることがわかる。これまで不安を感じていたが、将来は感じていない回答者や、これまで不安を感じていなかったが将来は感じている回答者がそれぞれ5.2%、8.3%と低い水準となっている。

5.4.買い物の便が良い場所に移る意向

水道水に満足できず、買い物環境への過去と将来への不安をもつ回答者が2割程度いるという集合住宅居住者にとって、「住み替え」はそうした不安を取り除く一つの選択肢といえる。「あなたは現在の場所に住み続けますか、それとも、機会があれば、もっと買い物の便が良い場所に移り住みたいと思いますか」という質問に対する結果が次の通りである。

表 30.年齢別移住意向

	40～49歳		50～59歳		60～69歳		70～79歳		総計	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
住み続ける	60	60.0%	61	61.0%	76	76.0%	74	86.0%	271	70.2%
機会があれば移り住みたい	40	40.0%	39	39.0%	24	24.0%	12	14.0%	115	29.8%
総計	100		100		100		86		386	

70歳代の「住み続ける」が86.0%と一番多い。40歳代でも60.0%とあり、住み続ける志向が高いことがわかる。

6. まとめ

ここまで、東京都内 40 歳～79 歳の集合住宅 3 階以上の居住者による「現代の水運び」について実態を明らかにしてきた。本調査における知見は以下の 7 点にまとめることができる。

- ①「主に水道以外の水を飲む」と「水道以外の水しか飲まない」を合わせた「非水道飲用者」が 54.9%存在する。これは水道水に満足していないと言えるだろう。
- ②こうした水道水への不満者は「市販のボトルドウォーター（ペットボトル）」を入手しており、78.5%となっている。
- ③「宅配（生協等）」「通信販売（テレビショッピング、ネット通販等）」で「市販のボトルドウォーター（ペットボトル）」や「ウォーターサーバーの水」を入手するケースが回答者の 27.2%にのぼる。普段の買い物で「通信販売」を 43.3%が、また「宅配（生協等）」も 21.8%利用している。
- ④水を入手することに負担感を感じる人が 31.3%いる。その理由は「重さ」にあり、店舗までの距離の遠さにはない。
- ⑤高齢になるにしたがって、水入手の負担を感じる人が多くなるわけではない。
- ⑥将来の買い物環境に不安を感じている回答者が 30.1%いる。
- ⑦81.1%の人が水道水以外の水をやめた後、水道水を飲むと答えている。

以上を平易に語ると、次のような物語になるのだろう。

現代の都内集合住宅居住者は水道飲用水に不満をもっているために、ボトルドウォーター一等を入手し「現代の水運び」を行っている。そして、その「重さ」（遠さではなく）を嫌って、通販や宅配を利用している人も約 2 割にのぼっている。しかし、その「水運び」も買い物という「習慣」の一環として認識されると、「不便」と認識されていない可能性もある。さらに、高齢になるほど「水運び」をする居住者が減るというわけでは必ずしもない。こうした「水運び」をやめようと思っている集合住宅居住者のうち 8 割は、水道水飲用者に戻るが、2 割弱の人は戻らない。

このように「現代の水運び」について調査した結果、「少なからぬ人が集合住宅で水道水を飲んでいるはずだ」「年齢を経るにしたがって買い物に不便を感じ、水運びをしなくなる」というわれわれの事前予想とは異なる結果が導かれた。集合住宅における水道飲用水の満足度も予想以上に低いことがわかった。さらに「現代の水運び」と呼ぶべき、水の買い物・運搬についても、「様々な不便さ」が背景にあることが推察されることから、その内容を一つ一つ解きほぐすことが次の課題ではないだろうか。

今後、東京に限らず都市部においては少子高齢化や独居化が進むであろう。文化とは問題がある状況に秩序をもたらすルールである。ならば、水道水に不満で水運びをする行動も現代の水文化に違いない。それは、郷愁をもって語られる過去の水文化とは異なるかもしれない。しかし、この実態こそが現代の都市生活である。このような新たに生まれる水文化をも射程に入れて、調査を継続することが必要であろう。