

【調査概要】

- ◆調査テーマ : 第13回(平成19年度)「水にかかわる生活意識調査」
- ◆調査対象数 : 620票
- ◆有効回答数 : 443票(有効回答率71.5%)
- ◆調査対象者 : 東京圏(東京、千葉、埼玉、神奈川)、大阪圏(大阪、兵庫、京都)、中京圏(愛知、三重、岐阜)に居住する20歳代から60歳代の男女
- ◆調査方法 : ファックス調査
*ファックスで調査票を送付し、ファックスで回収
- ◆調査期間 : 平成19年6月14日(木)～6月19日(火)
- ◆有効回答内訳(人):

	東京圏		大阪圏		中京圏		合計		
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	小計
20代	22	22	15	9	11	13	48	44	92
30代	31	26	11	17	14	13	56	56	112
40代	28	34	14	12	13	12	55	58	113
50代以上	29	29	17	16	18	17	64	62	126
合計	110	111	57	54	56	55	223	220	443

参考 「ミツカン水の文化センター」と「水にかかわる生活意識調査」について

ミツカングループは1804年(文化元年)の創業以来、酢の醸造を社業の中心としてきました。酢の製造に水は欠かせないものであり、ミツカングループは水の恩恵を受け、水によって育てられてきたといっても過言ではありません。それだけに、ミツカングループの水に対する関心は創業当時から一貫して高いものであります。

1999年1月に、「水の文化」に関するさまざまな研究や情報交流活動を推進していく母体として「ミツカン水の文化センター」を設立。センターを活動拠点に研究活動、市民参加型の実践的研究活動「水の文化楽習」、機関誌「水の文化」の年3回の発行、ホームページでの情報提供、イベント「ミツカン水の文化交流フォーラム」の実施など、様々な活動を行っています。

「水にかかわる生活意識調査」も「ミツカン水の文化センター」の活動の一環として実施しているもので、研究事業の、そして一般生活者の啓発活動の基礎資料として有効活用していきます。