

ウォーターサーバー利用者アンケート調査結果レポート

2025年実施

1. 調査概要

本レポートは、2025年に実施された「ウォーターサーバー利用サービス」に関するユーザーアンケートの結果をまとめたものです。ウォーターサーバーを実際に利用している、または利用経験のある方を対象に、利用傾向や満足度、サービスの評価を詳細に調査しました。

調査対象: ウォーターサーバー利用経験者 171名

調査方法: ランサーズによるWebアンケート

調査項目: ウォーターサーバー利用に関する包括的な32項目

2. 属性分析

● 性別の構成(%表示)

- 女性: 86人(50.3%) ← 最多
- 男性: 82人(48.0%)
- 回答しない: 3人(1.8%)

ウォーターサーバー利用者は男女ほぼ同等の割合となっており、性別による偏りは見られませんでした。水の品質や利便性が、性別を問わず幅広く支持されていることが確認されました。

● 年齢層の構成(%表示、最多明記)

- 30代: 64人(37.4%) ← 最多
- 40代: 42人(24.6%)
- 20代: 34人(19.9%)
- 50代: 26人(15.2%)
- 60代以上: 5人(2.9%)

30代が最多で37.4%を占めており、**20代～40代で全体の82.0%**となっています。子育て世代を中心とした若年層・中堅層での利用が圧倒的に多く、健康意識の高さと子育て中の利便性ニーズが顕著に表れています。

● 世帯構成(%表示、最多明記)

- 一人暮らし: 44人(25.7%) ← 最多

- 3人家族: 43人(25.1%)
- 4人家族: 36人(21.1%)
- 夫婦のみ: 30人(17.5%)
- 5人以上の家族: 18人(10.5%)

一人暮らしが最多となり、単身世帯での需要が予想以上に高いことが判明しました。一方で3人家族・4人家族も合わせて46.2%を占めており、子育て世帯での利用も非常に多いことが確認されました。

● 利用期間(%表示)

- 1年未満: 50人(29.2%)← 最多
- 2-3年: 35人(20.5%)
- 1-2年: 35人(20.5%)
- 5年以上: 34人(19.9%)
- 3-5年: 17人(9.9%)

利用期間1年未満の新規利用者が最も多く29.2%を占めており、ウォーターサーバー市場の拡大傾向が顕著に表れています。一方で5年以上の長期利用者も19.9%おり、満足度の高いサービスでは継続利用されることが確認されました。

3. 利用しているウォーターサーバーメーカーランキング

実際に利用されているウォーターサーバーメーカーの分布です。

順位	メーカー名	利用者数	割合	主な特徴
1位	アクアクララ	33人	19.3%	業界最大手の安定感と全国対応
2位	コスモウォーター	27人	15.8%	天然水の品質と足元交換の利便性
3位	フレシャス	16人	9.4%	デザイン性と天然水の美味しさ
4位	PREMIUM WATER Locca	16人	9.4%	プレミアムな品質と豊富なプラン
5位	Locca	12人	7.0%	浄水型のコストパフォーマンス
6位	富士山の源流水	12人	7.0%	富士山の天然水ブランド
7位	every precious	10人	5.8%	浄水型のスタイリッシュデザイン
8位	ハミングウォーター	8人	4.7%	定額制の浄水型サーバー

9位	ピュアライフ	5人	2.9%	シンプルで使いやすい設計
10位	ウォータースタンド	4人	2.3%	水道直結型の先進性

主要メーカーの特徴

- **1位 アクアクララ:** 19.3%が利用しており、業界最大手としての信頼性と全国対応の利便性が高く評価されています
- **2位 コスモウォーター:** 15.8%が選択し、足元ボトル交換の利便性と天然水の品質が支持されています
- **3位 フレッシュ:** 9.4%が利用し、スタイリッシュなデザインと天然水の美味しさで人気を集めています

アクアクララが圧倒的な利用実績を誇っており、長年の信頼性と安定したサービス提供が市場シェアに反映されていることが明確になりました。

4. 利用している水の種類

実際に利用されている水の種類の傾向です。

水の種類	利用者数	割合	特徴
天然水	99人	57.9%	自然の美味しさと豊富なミネラル
浄水(水道水をフィルター処理)	44人	25.7%	コストパフォーマンスと環境配慮
RO水(逆浸透膜処理)	25人	14.6%	高純度で安全性の高い水
その他	3人	1.8%	ピュアウォーター等

天然水とRO水・浄水の比較

天然水選択の理由(57.9%)

- 自然な美味しさとミネラル成分
- 産地のブランド力への信頼
- 特別感と高級感

浄水・RO水選択の理由(40.3%)

- 月額コストの抑制
- ボトル交換の手間がない(浄水型)
- 環境への配慮(ボトルゴミ削減)

天然水が過半数を占めており、味と品質を重視する傾向が顕著です。一方で、浄水型も4割近くの支持を集めており、コストパフォーマンスと利便性を重視する層の存在も確認されました。

5. 利用している契約プラン

実際に契約されているプランの分布です。

契約プラン	利用者数(推定)	割合	特徴
定額制プラン	約120人	約70%	水の消費量に関わらず一定料金
レンタル無料プラン	約35人	約20%	サーバーレンタル代が無料
従量課金制	約15人	約9%	使った分だけ支払い
その他	約1人	約1%	カスタマイズプラン等

定額制プランが約7割と主流となっており、料金の予測可能性と安心感が重視されていることが確認されました。

6. ウォーターサーバー利用理由(複数選択可)

「ウォーターサーバーを利用する理由」について分析した結果です。

順位	利用理由	選択傾向	コメント
1位	いつでもお湯が使える 利便性	非常に高い	カップラーメン、コーヒー、ミルク作りに即座に対応
2位	健康を意識して	高い	水道水よりも安全・健康的な水への関心
3位	ペットボトル購入の手間 削減	高い	買い物の負担軽減と持ち運びの手間省略
4位	水道水の味に不満が あった	中高	水道水の味やカルキ臭への不満
5位	災害時の備蓄として	中	災害対策としての安心感

6位	子育て中のミルク作り	中	適温のお湯がすぐ使える利便性
----	------------	---	----------------

重要ポイント:「いつでもお湯が使える利便性」が最も多く選択されており、日常生活での時短・効率化ニーズが最大の導入理由となっています。健康意識とペットボトル購入の手間削減も上位であり、複合的な価値が評価されています。

7. 比較検討したメーカー数

複数メーカーへの検討状況です。

検討状況	人数(推定)	割合	傾向
1社のみで決定	約65人	約38%	ブランドへの信頼や紹介での決定
2-3社で比較検討	約90人	約53%	最多 - 適度な比較検討
4社以上で比較	約15人	約9%	慎重な選択と徹底比較

比較検討の傾向

- **2-3社比較が主流**: 過半数が適度な比較検討を行っており、賢い消費行動が定着
- **1社決定も約4割**: 知人の紹介や既知のブランドへの信頼で即決
- **重視される比較ポイント**: 料金、水の種類、サーバーデザイン

8. ウォーターサーバー選びで重視した点(重要度順3つ)

選択時に重視されたポイントです。

順位	重視ポイント	選択傾向	理由
1位	月額料金の安さ	非常に高い	継続的なコスト負担への配慮
2位	水の味・品質	高い	毎日飲むものだからこそその品質重視
3位	サーバーのデザイン性	高い	インテリアとしての調和
4位	冷水・温水機能	中高	基本機能の確実性
5位	配送の頻度・融通	中	ライフスタイルへの適合性

6位	メンテナンス・衛生面	中	長期利用での安心感
----	------------	---	-----------

月額料金が最重視されており、ランニングコストへの関心の高さが明確です。同時に水の品質とデザインも重視されており、コスト・品質・見た目のバランスが求められています。

9. 月額費用（水代+レンタル代等の総額）

実際の月額費用から見た傾向です。

価格帯	人数	割合	特徴
3,000円未満	49人	28.7%	コスパ重視・浄水型中心
3,000-4,000円	71人	41.5%	← 最多価格帯
4,000-5,000円	40人	23.4%	天然水・標準プラン
5,000-6,000円	2人	1.2%	高級天然水・大容量
6,000円以上	9人	5.3%	プレミアムプラン

費用の実態

- 平均的な価格帯: 3,000-4,000円が最多で41.5%を占め、一般家庭にとって現実的な価格帯
- **3,000円未満**も約3割: 浄水型や定額制プランで低価格を実現
- **4,000円以上**は約3割: 天然水や高品質サービスへの投資を惜しまない層

10. 月間水消費量

実際の月間消費量の傾向です。

消費量の分布（自由記述からの分析）

- **10-20リットル**: 一人暮らしや消費少な目の世帯
- **20-30リットル**: 標準的な消費量（最多層）
- **30-50リットル**: 家族が多い、使用頻度が高い世帯
- **50リットル以上**: 大家族、オフィス利用

世帯人数別の傾向

- 一人暮らし: 平均18-24リットル

- 2人世帯: 平均20-30リットル
- 3-4人家族: 平均24-40リットル
- 5人以上: 平均40-50リットル以上

世帯人数に比例して消費量が増える傾向が明確であり、家族構成を考慮したプラン選択の重要性が確認されました。

11. 満足度評価(5段階評価)

● 水の味・品質の満足度

評価	人数	割合
5.非常に満足	51人	29.8%
4.やや満足	84人	49.1%
3.普通	32人	18.7%
2.やや不満	4人	2.3%
1.非常に不満	0人	0.0%

重要ポイント: 満足以上の評価は**78.9%**に達しており、水の品質に対する評価は非常に高い水準です。

● サーバー性能(冷却・加熱機能)の満足度

評価	人数	割合
5.非常に満足	58人	33.9%
4.やや満足	82人	48.0%
3.普通	28人	16.4%
2.やや不満	3人	1.8%
1.非常に不満	0人	0.0%

重要ポイント: 満足以上の評価は**81.9%**となっており、サーバーの基本性能への満足度が極めて高いことが確認されました。

● 料金の満足度

評価	人数	割合
5.非常に満足	14人	8.2%
4.やや満足	70人	40.9%
3.普通	59人	34.5%
2.やや不満	23人	13.5%
1.非常に不満	5人	2.9%

重要ポイント: 満足以上は**49.1%**と約半数に留まり、料金面での改善余地があることが示されました。

● カスタマーサポートの満足度

評価	人数	割合
5.非常に満足	12人	7.0%
4.やや満足	73人	42.7%
3.普通	75人	43.9%
2.やや不満	9人	5.3%
1.非常に不満	2人	1.2%

重要ポイント: 満足以上は**49.7%**となっており、サポート体制の強化が課題として浮き彫りになりました。

● サーバーデザインの満足度

評価	人数	割合
5.非常に満足	28人	16.4%
4.やや満足	84人	49.1%
3.普通	52人	30.4%
2.やや不満	7人	4.1%
1.非常に不満	0人	0.0%

重要ポイント: 満足以上は**65.5%**であり、デザイン面での評価は概ね良好です。

● 総合満足度

評価	人数	割合
5.非常に満足	31人	18.1%
4.やや満足	92人	53.8%
3.普通	40人	23.4%
2.やや不満	8人	4.7%
1.非常に不満	0人	0.0%

重要ポイント: 満足以上(4以上)と回答した方は全体の**71.9%**となっており、7割以上が満足以上の評価をしています。これはウォーターサーバーサービス全体の成熟度と品質向上が確認された結果です。

12. 料金に対する満足度

料金満足度の詳細分析です。

評価	人数(推定)	割合	特徴
非常に満足	約14人	約8%	コスパが非常に良いと感じる
やや満足	約70人	約41%	妥当な価格と評価
普通	約60人	約35%	特に不満はないが高くもない
やや不満	約23人	約13%	もう少し安いと良い
非常に不満	約4人	約2%	価格が高すぎる

料金面では約半数が満足している一方、約半数が「普通」以下の評価となっており、価格競争力の向上が課題です。

13. ウォーターサーバー利用前の水代との比較

利用前後のコスト変化です。

比較結果	人数(推定)	割合	考察
大幅に削減できた	約15人	約9%	ペットボトル購入より大幅節約
やや削減できた	約50人	約29%	適度なコスト削減を実感
同程度	約55人	約32%	利便性向上で同コストは許容
やや増加した	約40人	約23%	利便性とのトレードオフ
大幅に増加した	約10人	約6%	予想以上のコスト増

約4割が「削減できた」と回答する一方、約3割は「増加した」と感じており、利用前の水購入習慣によって評価が分かれています。

14. 家計への影響

ウォーターサーバーが家計に与える影響です。

影響度	人数(推定)	割合	評価
負担が軽減された	約25人	約15%	ペットボトル購入からの解放
特に変化はない	約105人	約61%	最多 - 許容範囲内のコスト
やや負担になっている	約38人	約22%	月額費用が家計を圧迫
大きな負担になっている	約3人	約2%	解約検討レベルの負担

約6割が「変化なし」と回答しており、ウォーターサーバーのコストが多くの世帯で許容範囲内であることが確認されました。

15. メーカー特有のサービス・特徴(複数選択可)

実際に利用・評価されているサービスです。

サービス内容	選択傾向	評価ポイント
--------	------	--------

定期配送の柔軟性	高い	スキップ機能や配送間隔の調整
サーバーデザインの豊富さ	高い	インテリアに合わせた選択肢
配送スキップ機能	中高	水の余り対策
水の種類の豊富さ	中	好みに合わせた選択
専用アプリの使いやすさ	中	注文・管理の利便性

定期配送の柔軟性とデザインの豊富さが特に高く評価されており、ライフスタイルへの適合性が重視されています。

16. 他メーカーとのサービスの違い

メーカー間の差異認識です。

評価	人数(推定)	割合	考察
大きな違いを感じる	約20人	約12%	明確な差別化を認識
やや違いを感じる	約50人	約29%	一定の特色を評価
あまり違いを感じない	約40人	約23%	サービスの均質化
全く違いを感じない	約10人	約6%	差別化が不明確
他メーカーを利用したことがない	約50人	約29%	比較対象なし

約4割が「違いを感じる」と回答しており、メーカーごとの特色が一定程度認識されています。

17. 今後の継続利用意向

今後の利用意向です。

意向	人数	割合	傾向
必ず継続したい	31人	18.1%	高い満足度と必要性

多分継続する	76人	44.4%	最多 - 概ね満足
検討中・迷っている	24人	14.0%	コストと効果のバランス検討
解約を考えている	19人	11.1%	不満要因の存在
すでに解約した	21人	12.3%	実際に解約済み

継続意向の分析

- 継続希望が高い理由(62.5%): 利便性の高さ、水の品質への満足、生活習慣化
- 検討中・解約の理由(37.4%): 月額費用の負担、水の消費量不足、水道水で十分と判断

約6割が継続意向を示す一方、約4割が継続に消極的であり、コストパフォーマンスの改善が継続率向上の鍵となります。

18. 推奨度(友人・知人への推奨)

他者への推奨意向です。

推奨度	人数	割合	評価
絶対に推奨する	5人	2.9%	強い満足と信念
多分推奨する	59人	34.5%	概ね良いサービスと評価
どちらでもない	78人	45.6%	最多 - 中立的評価
あまり推奨しない	25人	14.6%	不満要因がある
全く推奨しない	4人	2.3%	強い不満

推奨度の実態

- 推奨派(37.4%): 利便性と品質を評価
- 中立派(45.6%): 個人差があると認識
- 非推奨派(16.9%): コストや必要性に疑問

推奨度は総合満足度に比べて低く、「自分は満足しているが他人に勧めるほどではない」という慎重な姿勢が見られます。

19. 自由記述項目の分析

● ウォーターサーバーを利用して最も良かった点

主な回答の傾向とカテゴリ分類：

1. 利便性(最多カテゴリ)

- 「いつでもお湯が出る」
- 「カップラーメンやコーヒーがすぐ作れる」
- 「ミルク作りが楽になった」
- 「お湯を沸かす手間から解放された」

2. 健康・品質

- 「水が美味しい」
- 「健康的な水を飲めるようになった」
- 「子どもが自分から水を飲むようになった」

3. ペットボトル不要

- 「買い物が楽になった」
- 「ペットボトルのゴミが出ない」
- 「重い水を運ばなくて済む」

4. 災害対策

- 「災害時の安心感」
- 「備蓄水として機能」

● 利用していて不満に感じる点

主な回答の傾向とカテゴリ分類：

1. コスト面(最多)

- 「月額費用が高い」
- 「もう少し安くなると嬉しい」
- 「水道水で十分と感ずることも」

2. サイズ・設置場所

- 「サーバーが大きくて場所を取る」
- 「部屋が窮屈になった」
- 「設置場所の確保が大変」

3. ボトル交換・メンテナンス

- 「ボトルが重くて交換が大変」
- 「メンテナンスが面倒」

4. 水の消費量

- 「水が余ってしまう」
- 「定期便で強制的に水が来る」

5. その他

- 「サーバー稼働時の発熱が気になる」
 - 「水の温度が期待より低い」
- ウォーターサーバーの導入を検討している方へのアドバイス

主な回答の傾向とカテゴリ分類:

1. 比較検討の重要性

- 「複数メーカーを比較すべき」
- 「実際に試せるなら試すべき」
- 「料金プランをよく確認」

2. 設置場所の事前確認

- 「設置場所のサイズを事前に測定」
- 「実物の大きさを把握してから」
- 「動線を考慮した配置」

3. 使用量の見極め

- 「自分の水の消費量を把握してから」
- 「本当に必要か考えるべき」
- 「家族構成に合ったプラン選択」

4. デザインの重視

- 「インテリアに合うデザインを選ぶ」
- 「長く使うものだからデザインは重要」

5. 生活スタイルとの適合性

- 「忙しい人にはおすすめ」
- 「共働き世帯には便利」
- 「ライフスタイルに合わせた選択」

20. まとめ

主要な発見

1. 利用者属性: 30代が最多(37.4%)で、20-40代で全体の82.0%を占める。男女比はほぼ同等で、一人暮らしから家族世帯まで幅広く利用されている。
2. 人気メーカー: アクアクララが19.3%で1位、コスモウォーターが15.8%で2位。業界大手の信頼性と実績が支持される。
3. 水の種類: 天然水が57.9%と過半数を占め、味と品質重視の傾向。浄水型も25.7%で、コスパ重視層からの支持。
4. 月額費用: 3,000-4,000円が最多価格帯(41.5%)で、一般家庭に現実的な水準。約7割が4,000円以下のプランを選択。
5. 利用理由: 「いつでもお湯が使える利便性」が最大の理由。健康意識とペットボトル購入手間削減も上位。
6. 満足度: 総合満足度71.9%(満足以上)で高水準。特に水の味・品質(78.9%)とサーバー性能(81.9%)への評価が高い。一方で料金満足度は49.1%と課題あり。
7. 継続意向: 約6割が継続意向を示すが、約4割は継続に消極的。コスト面での改善が継続率向上の鍵。
8. 推奨度: 推奨派は37.4%に留まり、総合満足度より低い。「自分は満足だが他人に勧めるほどではない」という慎重姿勢。

ウォーターサーバー市場の傾向

市場の成長性

- 利用期間1年未満が29.2%と最多で、市場拡大が継続中
- 若年層・子育て世代を中心に新規利用者が増加
- 健康意識の高まりと利便性ニーズが追い風

選択基準の変化

- 月額料金が最重視項目だが、品質とのバランスが求められる
- デザイン性が第3位の重視項目となり、インテリア調和が重要視される
- 浄水型サーバーの台頭で、ボトル不要の利便性が評価される

課題と改善点

- 料金満足度49.1%は改善余地が大きい
- サーバーサイズと設置場所の問題が不満の上位
- カスタマーサポート強化の必要性
- 水の消費量と定期配送のミスマッチ解消

今後の展望

- コストパフォーマンス向上による継続率改善

- 浄水型サーバーの更なる普及
- AIやアプリを活用した個別最適化サービス
- 環境配慮型サービスの差別化

このレポートは、ウォーターサーバー利用経験者171名への詳細アンケート調査に基づいて作成されています。