

■ 広報グッズについて

問20. 広報グッズについて、以下の設問にお答え下さい

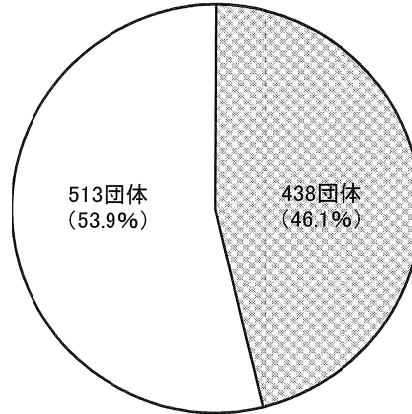
1) 広報グッズを作成(※)していますか

※作成とは、既製品に貴事業体名やキャッチフレーズ等を注文で印刷するものを含みます。

①作成している      ②作成していない

| 給水人口          | 回答 | ①   | ②   | 計   |
|---------------|----|-----|-----|-----|
| 5千人未満         |    | 3   | 23  | 26  |
| 5千人以上 1万人未満   |    | 13  | 65  | 78  |
| 1万人以上 5万人未満   |    | 127 | 284 | 411 |
| 5万人以上 10万人未満  |    | 95  | 82  | 177 |
| 10万人以上 50万人未満 |    | 155 | 54  | 209 |
| 50万人以上        |    | 45  | 5   | 50  |
| 全体            |    | 438 | 513 | 951 |

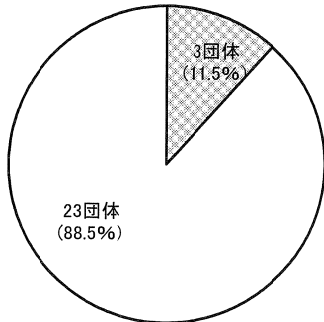
全体



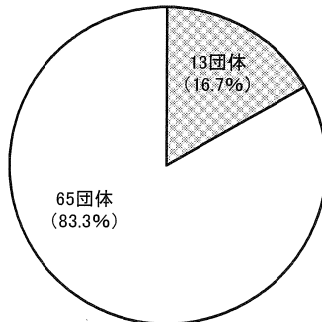
行っている

行っていない

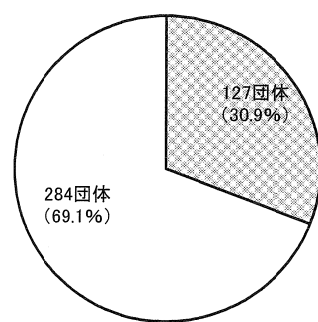
5千人未満



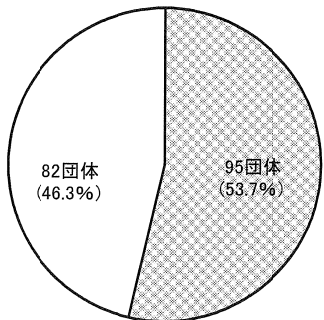
5千人～1万人



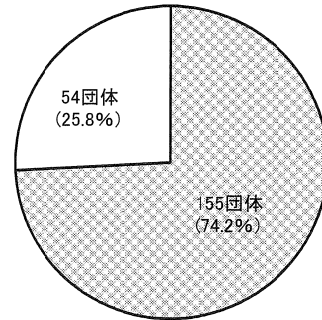
1万人～5万人



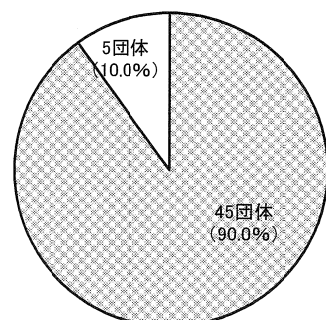
5万人～10万人



10万人～50万人

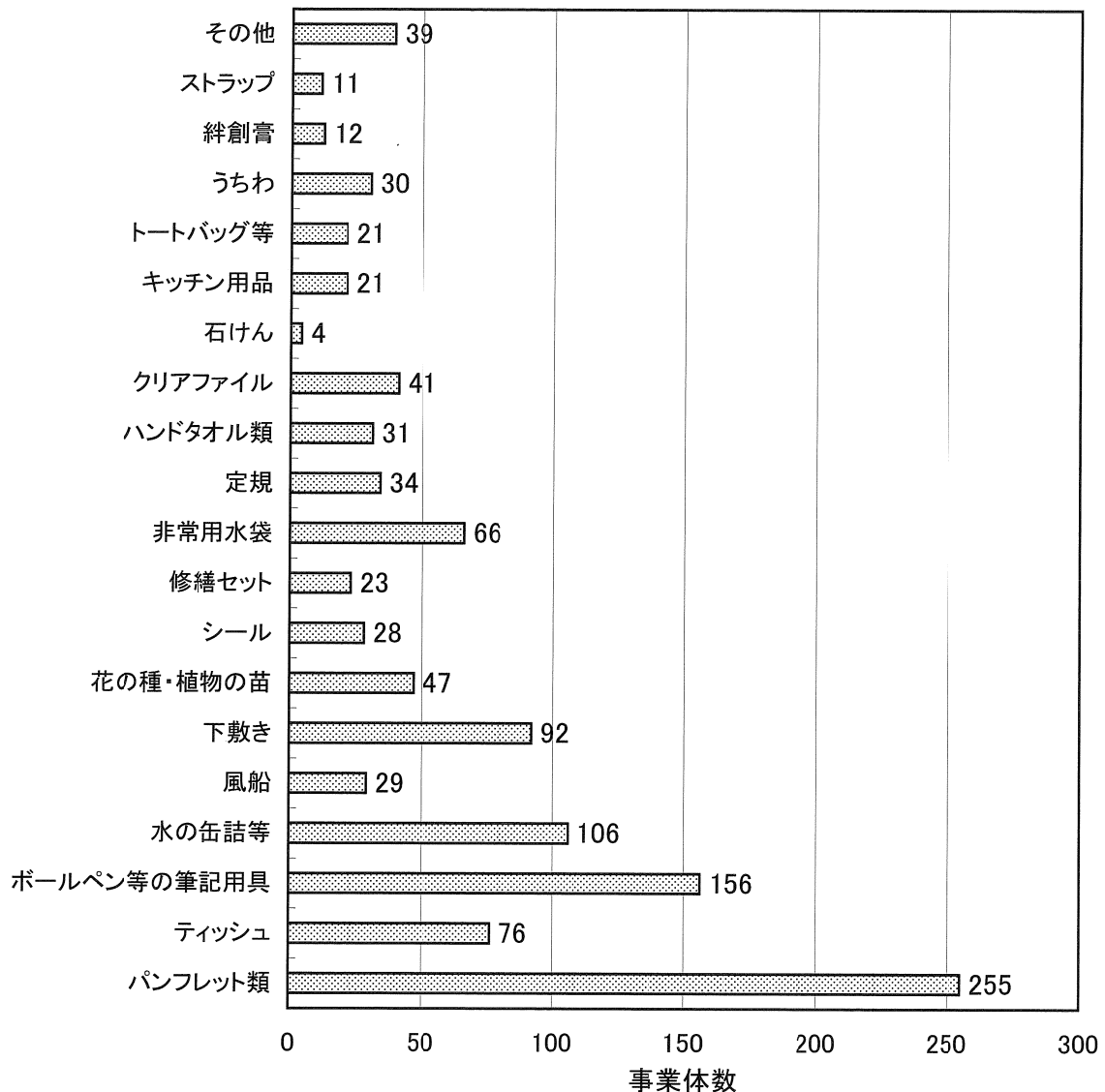


50万人以上



問20. 2) 1) で広報グッズを「作成している」と回答の場合、どのようなものを作成していますか（複数回答可）

- |              |                  |
|--------------|------------------|
| ①パンフレット類     | ②ティッシュ           |
| ③ボールペン等の筆記用具 | ④水の缶詰（ペットボトルを含む） |
| ⑤風船          | ⑥下敷き             |
| ⑦花の種・植物の苗    | ⑧シール             |
| ⑨修繕セット       | ⑩非常用水袋           |
| ⑪定規          | ⑫ハンドタオル類         |
| ⑬クリアファイル     | ⑭石けん             |
| ⑮キッチン用品      | ⑯トートバッグ（エコバッグ）   |
| ⑰うちわ         | ⑰絆創膏             |
| ⑱ストラップ       | ⑳その他（具体的に）       |



問20. 2)⑩『その他』の具体例

◎文房具類

- ・ノート
- ・消しゴム
- ・マグネット
- ・グラス・マグカップ
- ・マウスパッド
- ・子供視察用の学用品等及び子供用パンフレット
- ・図書カード

◎子供向けグッズ

- ・マスコット人形
- ・水ヨーヨー
- ・バッジ

◎食品類

- ・海苔
- ・煎餅

◎その他

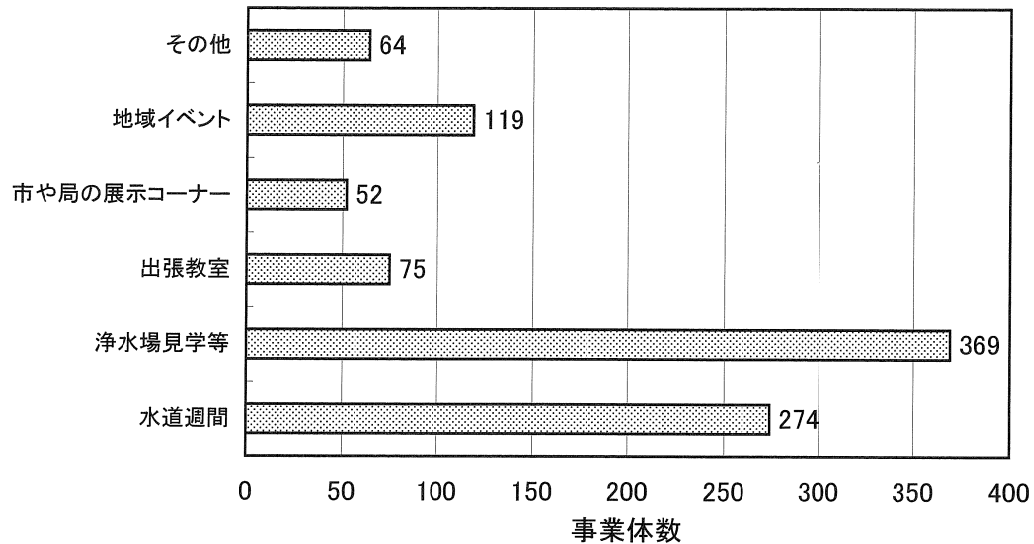
- ・Tシャツ
- ・ペットボトルカバー
- ・ポストカード
- ・汚泥をリサイクルした園芸用土や植木鉢
- ・水切りゴミ袋
- ・メラミンたわし
- ・台所用の水切袋
- ・入浴剤

◎スタッフ用グッズ

- ・懸垂幕、のぼり旗、テント
- ・イベント時に着用する法被（ハッピ）
- ・スタッフジャンパー

問21. どのようなときに広報グッズを使用していますか（複数回答可）

- |           |                |
|-----------|----------------|
| ①水道週間     | ②浄水場見学等        |
| ③出張教室     | ④市や局の展示コーナーで随時 |
| ⑤地域のイベント等 | ⑥その他（具体的に）     |



問21. ⑥ 『その他』の具体例

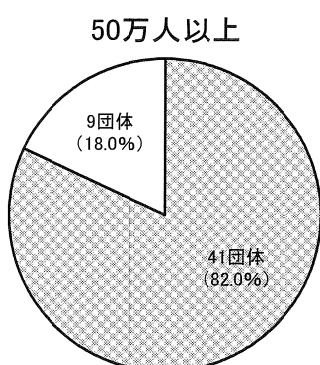
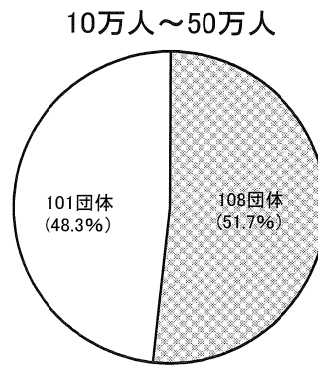
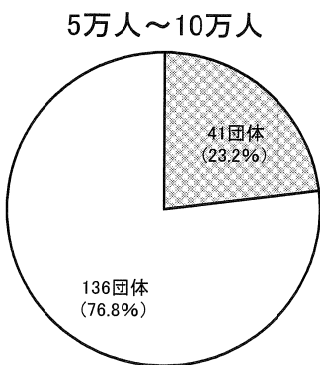
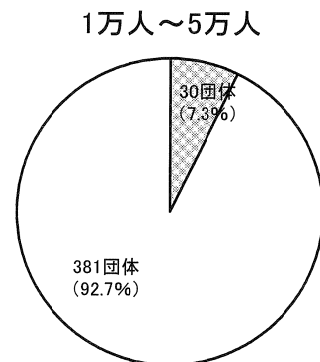
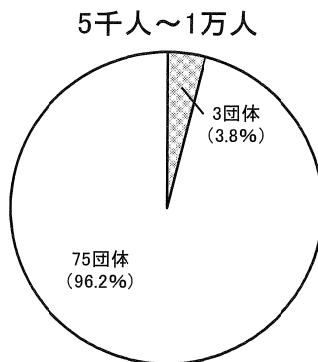
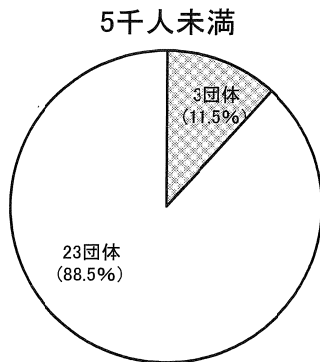
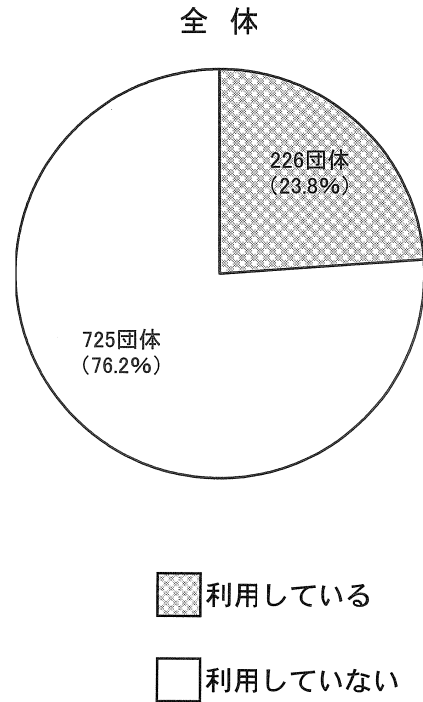
- ・水道事業主催の各種イベント（水道週間・水の週間等）
- ・市長部局や地域のイベント（下水道のイベント、夏祭り等）
- ・防災等の訓練の参加者に配布
- ・広報紙等のプレゼントクイズ景品
- ・モニター会議や外部の方が出席する会議で配布
- ・社会科見学や職場体験学習等の時に配布
- ・加入推進のための説明会等で使用
- ・渇水対策に伴う節水シール、節水グッズの配布
- ・他事業所への視察等で訪問の際に使用
- ・視察等の来客時、説明用資料として使用
- ・職員生協売店による販売（ペットボトル水）

問22. 水道広報用のビデオ（またはDVD等）について、以下の設問にお答え下さい

1) 水道広報用のビデオ（またはDVD等）を利用していますか

①利用している ②利用していない

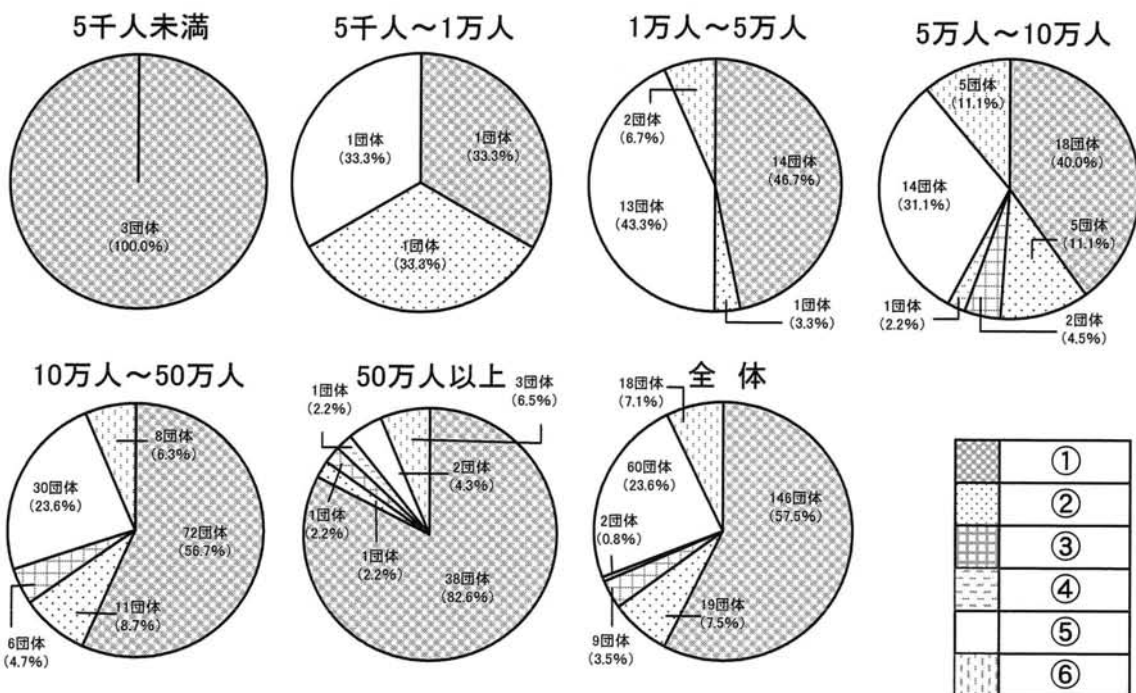
| 給水人口          | 回答  |     | 計   |
|---------------|-----|-----|-----|
|               | ①   | ②   |     |
| 5千人未満         | 3   | 23  | 26  |
| 5千人以上 1万人未満   | 3   | 75  | 78  |
| 1万人以上 5万人未満   | 30  | 381 | 411 |
| 5万人以上 10万人未満  | 41  | 136 | 177 |
| 10万人以上 50万人未満 | 108 | 101 | 209 |
| 50万人以上        | 41  | 9   | 50  |
| 全体            | 226 | 725 | 951 |



問22. 2) 1) でビデオ（またはDVD等）を「利用している」と回答の場合、利用しているビデオ（またはDVD等）はどこで制作されていますか（複数回答可）

- ①水道事業者が制作
- ②他の水道事業者が制作
- ③市等の自治体が制作
- ④他市等の自治体が制作
- ⑤日水協等が制作
- ⑥その他（具体的に）

| 給水人口          | 回答 | ①   | ②  | ③ | ④ | ⑤  | ⑥  | 計   |
|---------------|----|-----|----|---|---|----|----|-----|
| 5千人未満         |    | 3   | -  | - | - | -  | -  | 3   |
| 5千人以上 1万人未満   |    | 1   | 1  | - | - | 1  | -  | 3   |
| 1万人以上 5万人未満   |    | 14  | 1  | - | - | 13 | 2  | 30  |
| 5万人以上 10万人未満  |    | 18  | 5  | 2 | 1 | 14 | 5  | 45  |
| 10万人以上 50万人未満 |    | 72  | 11 | 6 | - | 30 | 8  | 127 |
| 50万人以上        |    | 38  | 1  | 1 | 1 | 2  | 3  | 46  |
| 全体            |    | 146 | 19 | 9 | 2 | 60 | 18 | 254 |

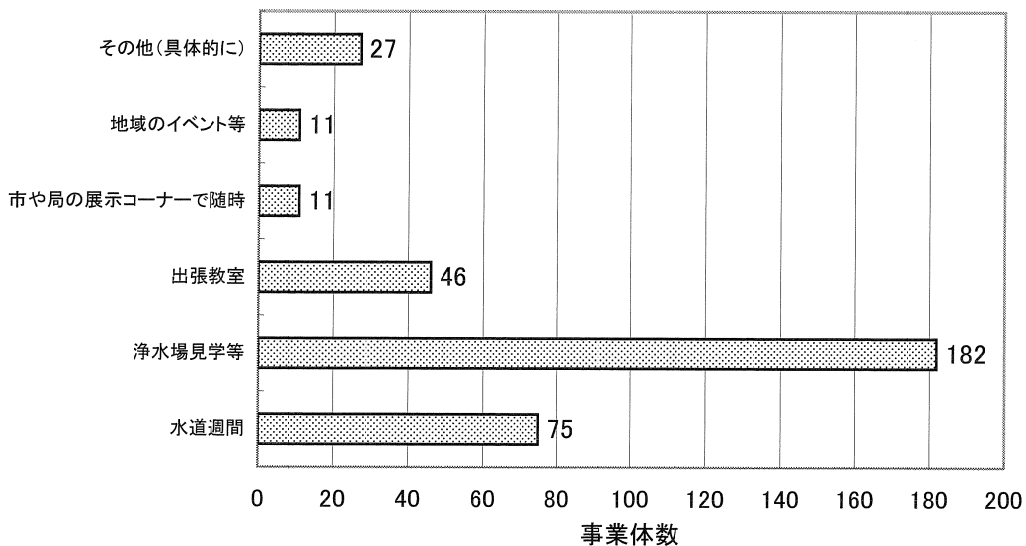


問22. 2)⑥ 『その他』の具体例

- ・ 業界新聞社が制作
- ・ 民間のビデオ制作会社や地元テレビ会社等に依頼
- ・ 水道事業体が監修し広告代理店が制作
- ・ 維持管理委託業者が制作

問22. 3) 1) で水道広報用のビデオ（またはDVD等）を「利用している」と回答の場合、どのようなときに上映をしていますか（複数回答可）

- ①水道週間
- ②浄水場見学等
- ③出張教室
- ④市や局の展示コーナーで随時
- ⑤地域のイベント等
- ⑥その他（具体的に）

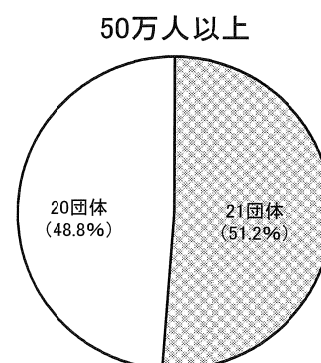
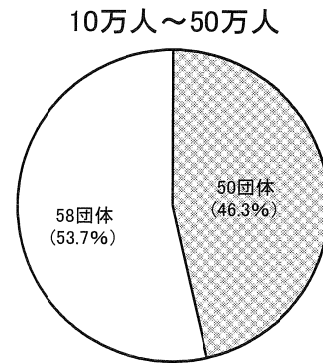
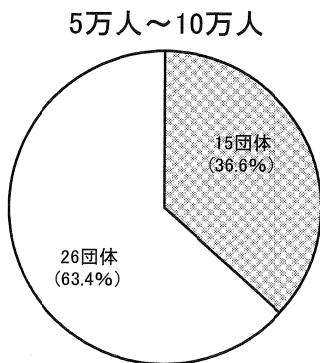
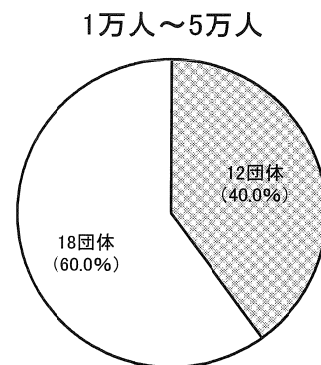
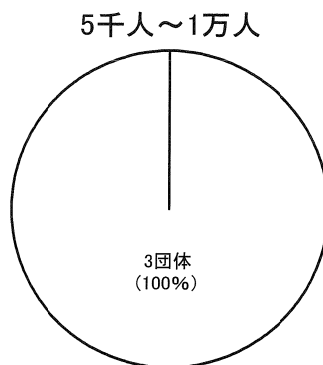
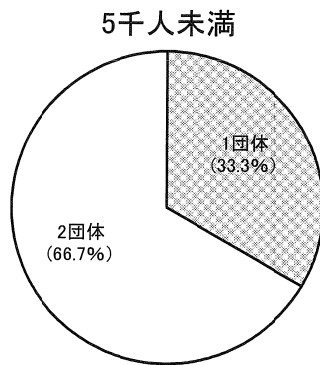
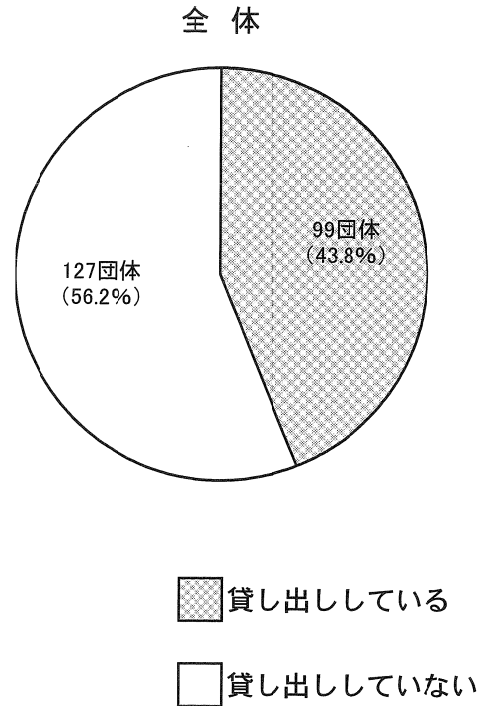


問22. 3)⑥ 『その他』の具体例

- ・ 「水の週間」や各種イベントの際に上映
- ・ ホームページやケーブルテレビでの放映
- ・ 水道モニター会議や研修の際に上映
- ・ 水源地の植樹や草刈り、施設見学などのバスの車中
- ・ 議会、町政報告会の際に上映
- ・ 小学校へ教材として貸し出ししたり配布したりする

問22. 4) 水道広報用ビデオ（またはDVD等）を学校等に貸し出ししていますか  
 ①貸し出ししている ②貸し出ししていない

| 給水人口 \ 回答     | ①  | ②   | 計   |
|---------------|----|-----|-----|
| 5千人未満         | 1  | 2   | 3   |
| 5千人以上 1万人未満   | -  | 3   | 3   |
| 1万人以上 5万人未満   | 12 | 18  | 30  |
| 5万人以上 10万人未満  | 15 | 26  | 41  |
| 10万人以上 50万人未満 | 50 | 58  | 108 |
| 50万人以上        | 21 | 20  | 41  |
| 全体            | 99 | 127 | 226 |





問23. 今までに広報の意図が確実に伝わったと感じた広報活動は何ですか

◎料金改定時等

- ・ 合併による水道料金の統一で、事前の広報で混乱なく統一が行えた。
- ・ 料金改定について掲載したところ改定後の問い合わせ、トラブル等は、少なかったと感じる。

◎緊急時の対応

- ・ 「漏水注意」のお知らせで、通報や相談が多く寄せられた。
- ・ 民間ケーブルテレビで毎日放映している市専用情報チャンネルで水道事故による地区、断水、にごりの情報をテロップで提供し不安を解消した。
- ・ 夏季洪水期におけるダム貯水量をホームページに毎日掲載して、湯水の問い合わせが減り、節水効果もあった。

◎お問い合わせに対する対応

- ・ 毎月の広報誌や毎日のホームページによる情報提供で、簡易的な問い合わせが少なくなり理解を得られていると感じる。
- ・ 貯水槽の管理・清掃について、掲載後に問い合わせが多くあり、使用者の貯水槽管理の意識が高まったと感じた。

◎水道事業の説明

- ・ 水道水の安心・安全性をPRし、加入促進になった。
- ・ 緩速ろ過についての説明を載せており、これを見た一般の方が実際の水作りを見るために浄水場を見学し、安全でおいしい水についての広報ができた。
- ・ ホームページで、浄水場についてアニメで解説しているページがあり、浄水場見学に来る小学生が事前にホームページで予習しているとわかった時。

◎水道広報イベント、アンケート調査

- ・ 浄水場見学の際、児童よりお礼の手紙が届き、「水の大切さ」等が記入されていた時。
- ・ 小学生の社会科学習等で浄水場の見学があり、水道の仕組み等を説明したあと、お礼の手紙や授業参観等で説明した内容を生徒がよく記憶しているところを見た時。
- ・ 水源かん養林見学の際、参加者の満足度調査でも大半の方に満足していただいている。
- ・ 毎年夏に開催している親子水道教室は皆様から大変好評をいただいております、ダムの見学や川遊び等とおして、水の大切さ、有難さを十分理解していただいていると感じている。
- ・ 水道週間等において実施する施設見学で直接市民に対し広報することにより、一番意図が伝わったと感じた。
- ・ 出前授業やモニター研修等では、相手の反応を見ながら、補足説明をすることも可能であり、意図を確実に伝えられる確率は高くなる。
- ・ 水道週間に行ったイベントにおいて「利き水」を実施したところ「水道水がおいしい」という意見が多数あり、水道水のおいしさが確実に伝わった。

- ・イベントを実施した際、広報紙で大きなスペース（紙面）を使って周知したところ、7,500人以上の入場があった。
- ・イベント会場内でのアンケートで8割を超える方から回答があった。

問24. 水道事業体が行う広報活動は、直接収益増に結びつくものとは限りませんが、それでも広報が必要な理由と今後の広報はどうあるべきだと思いますか

◎水道広報が必要な理由

- ・水道利用者と水道事業体との接点をより近いものにするため、広報による情報の提供サービスを実施することにより、正しい内容を伝え理解してもらうことが必要である。
- ・水道は拡張の時代から維持管理の時代へと移り、その普及率も全国平均で97%を超える状況にある。反面、環境問題や景気の低迷からくる節水意識の高まりや節水器具の普及、ペットボトル飲料の普及や「水道水はおいしくない」としたイメージの浸透も重なり、どの事業体でも有収水量の減少傾向が続いている。このような状況の中、水道離れを回避し水道事業を次世代へ引き継ぐためにも、水道水の安全性・おいしさなどを広く周知し、イメージの向上を図る広報活動が必要であると思う。
- ・現在、給水人口の減少、高齢化、また水需要の変化により水道料金収益は、年々低下している状況である。今後については、水需要を増加させるため、より一層の安全安心でおいしい水道水のアピールが不可欠であると考ええる。
- ・生活に不可欠なライフラインの重要な部分を担う事業でありながら、事業そのものは一般的に余り馴染みがないため、積極的かつ正確な情報の発信は、「安心・安全」をお届けする水道事業として、収益と結びつかずとも必要であると考ええる。
- ・水道事業は地域独占事業であり、サービス、価格等に関し民間を含めた他の事業体との競争がない。住民は居住した地域の水の供給を受けざるを得ず、いくら水を使用した分の対価として料金をいただくといっても、住民に水道事業体の選択権がない以上、水道事業体としての活動を報告する必要があり、常に住民の理解のもと、安心、安全な水の供給に努めなければならない。

◎今後の水道の広報はどうあるべきか

- ・「水道水離れ」が叫ばれるなか、安全でおいしい水道水をより強くPRする必要がある。また、防災活動や流域全体の水環境の保全などの水に関する課題に対し、水道利用者や河川流域の住民の方とのパートナーシップを喚起するような広報活動をしていく必要がある。
- ・水道料金は税金とは違い、水道事業体が行う給水サービスへの対価であるという認識を持ってもらう。水道利用者に水道事業が何を資金にして運営されているかを理解して頂くための広報と、未収料金対策への理解の広報が必要である。
- ・災害時における被害対策のシミュレーションの情報発信や経験等を共有することにより、住民との信頼関係を繋げる取組が今後求められていくと思う。
- ・これまでの「安全・安心な水」のPRに加え、水道水を飲むことによる環境負荷軽減効果のPRや、水源と水道との関わり、局の取り組み全体の広報（CI広告）なども検討する。
- ・水道事業の広報は、水道利用者に生命の源としての水の大切さを再認識していただくとともに、当事者意識を高めていただくための工夫をすべきと考える。参加型、双方向コミュニケーション型でありながら、財政状況を踏まえた効率的な広報事業を展開していく必要がある。
- ・ホームページや広報誌への掲載など一方的な発信にとどまらず、意識調査などの広聴活動、PR活動の効果検証を反映した更なる広報活動など、双方向でのコミュニケーションが重要と考える。
- ・水道利用者に、より親しみやすく、わかりやすく興味のもてる形で事業内容を伝えられるよう工夫していくべきだと考える。毎年同じ内容の繰り返しではなく、常に最新の情報を発信するなど、水道利用者に有益な情報の提供をする。

- 情報公開の時代を迎えている昨今、多様な広報媒体を通じた効果的・積極的な広報に努めなくてはならないと考えている。水道利用者が知りたい内容について、いつでも簡単に確認できるようなモバイルページの開設なども必要かも知れない。
- 水の大切さを再認識し、原水の環境保全のため官民、団体、個人が一体となって取り組むべきことを啓蒙すべきと考える。