

3 応援水道事業者による情報発信

令和6年能登半島地震においては、現地に赴いた応援水道事業者が応急活動の様子や復旧状況などをホームページやSNS等を通じ積極的に情報発信したことで、水道に対する意識や関心の高まりにつながった。

また、応援水道事業者がそれぞれの立場で各種メディア（地元紙、テレビ、ネットニュース等）に対し積極的に情報提供したことも、より幅広い層への情報発信や国民の信頼醸成につながったものと考えられる。

災害時においては、被災水道事業者によるこうした応急活動の様子等に関する広報は、人員・組織の制約からして困難であることも想定されるため、応援水道事業者自らが、被災者のプライバシーや心情等に特段の配慮をしつつ、タイムリーな情報発信を行うことが必要である。

【この節の内容】

3-1 主たる情報発信の手段

3-2 情報発信の内容と留意事項

3-3 情報発信事例

3-1 主たる情報発信の手段

応急活動等の情報発信に当たっては、適時性と正確性が求められるため、主にデジタル媒体を中心とし、主に、次の手段により行うことが考えられる。

① ホームページ

内容の変更等、常に最新の情報を提供することができる。

- ホームページへの応急活動等の掲載

② SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）

即時性が高く、ホームページ等を閲覧しない層に対しても幅広く周知を図ることができる。

- SNSによる応急活動等の発信

③ マスメディア

視聴者・読者の関心が高く広域的な情報伝達ができる。

- 地元紙、テレビ、ネットニュースなどの取材対応
- 記者クラブへの情報提供

3-2 情報発信の内容と留意事項

(1) 情報発信が求められるトピックス

応援水道事業者は、災害派遣の初日や終了などの節目を捉え、国民の関心が高い

トピックスを迅速に発信していく必要がある。

情報発信のトピックスとしては、主に次のものが想定される。

- 出発式
- 現地の被害状況（破損した水道管等）
- 応急給水活動（給水作業の様子等）
- 応急復旧活動（現地調査、各種会議、修繕工事の様子等）
- 復旧完了～通水
- 帰還時（被災水道事業者への報告など）
- その他（被災された方の声（応援水道事業者に対する感謝の声）の紹介など）

(2) 留意事項

情報発信に当たっては、被災者の心情等に特段の配慮のうえ、特に次のことに留意する。

- 状況が日々変化するため、スピード感をもって投稿する。
- なるべく専門用語は使わず、一般の方に伝わる表現を心がける。
- 写真撮影に当たって、被災者等の顔が映る場合は、撮影時に掲載の承諾を得るか、画像処理（モザイク加工）する。
- ナンバープレート（車両番号）や職員の名札など、個人が特定されうるものについては画像処理（モザイク加工）する。
- 上記のほか、SNS等の利用に当たっては、各水道事業者が定めるプライバシーポリシーに従う。
- 事前に派遣職員に写真撮影の指示を行う（業務報告用の工事写真と広報用の写真では特性が異なるため）。

3-3 情報発信事例

① 令和6年能登半島地震に伴う石川県での応援活動（仙台市水道局）

<p>内容</p>	 <p>The screenshot shows the homepage of the Sendai City Waterworks Bureau. The main heading is '令和6年能登半島地震に伴う石川県での応援活動について' (About support activities in Ishikawa Prefecture following the 2024 Noto Peninsula Earthquake). It includes sections for '派遣状況' (Dispatch Status) with details for珠洲市 (Jishū City) and七尾市 (Nanao City), '活動等の様子' (Activities), and photos of staff meetings and dispatch preparation. A sidebar on the right contains various service links like 'インターネット申込み' (Internet application), '水道局コールセンター' (Waterworks Call Center), and '事業者の方へ' (For business owners).</p>
<p>広報媒体</p>	<p>ホームページ</p>
<p>工夫した点</p>	<p>職員派遣を継続していた期間においては、概ね週次で派遣状況を更新するとともに、応援活動の写真を簡潔な説明文とともに掲載することで、直感的に分かりやすく、時系列で見やすい内容とした。</p>
<p>反響のあった内容</p>	<p>当該ページの平均エンゲージメント時間（滞在時間）は1分23秒であり、他のページと比較しても長い時間ページを閲覧されている傾向がある。 ※参考 PV数：1,064（令和7年1月14日時点）</p>

② 先遣隊の派遣（名古屋市上下水道局）

<p>内 容</p>	 <p>名古屋上下水道局 @jogesuidonagoya</p> <p>#令和6年能登半島地震 水道施設への被害が甚大であることが予想されるため、名古屋市上下水道局から職員3名を石川県に派遣しました #災害派遣</p> <p>午後9:36 · 2024年1月1日 · 69.6万 件の表示</p> <p>📊 ポストのエンゲージメントを表示</p> <p>💬 134 🔄 2,594 ❤️ 1.9万 📌 89 📤</p>
<p>広報媒体</p>	<p>X</p>
<p>工夫した点</p>	<p>発災当日に職員が派遣されているという迅速な対応を伝えるために、投稿を即座に行った。</p>
<p>反響のあった内容</p>	<p>アナリティクスでのインプレッション数が、当局で投稿した能登半島地震関係の投稿の中で一番多かった。</p>

③ 応急給水活動・漏水修繕工事（仙台市水道局）

<p>内容</p>	
<p>広報媒体</p>	<p>X</p>
<p>工夫した点</p>	<p>Xにおいては、文字数制限（全角140字まで）の関係もあり、1つのポストで伝えられる内容には限りがあるため、視覚的にわかりやすい写真を2枚程度掲載しつつ、本文では簡潔にその内容を説明し、詳細についてはホームページへ誘導するようなポストとした。</p>
<p>反響のあった内容</p>	<p>「発災後 いち早く駆けつけた事、胸が熱くなりました。」とのリプライを頂戴している。</p>

④ 給水袋の提供（名古屋市上下水道局）

<p>内容</p>	 <p>名古屋上下水道局 @jogesuidonagoya</p> <p>#令和6年能登半島地震</p> <p>名古屋市上下水道局では、被災地における給水活動を支援するため、給水袋（容量6リットル）約5万袋を提供します。 ※準備が整い次第発送します。 #災害支援</p> <p>午後3:31・2024年1月4日・22.5万 件の表示</p> <p>📊 ポストのエンゲージメントを表示</p> <p>💬 27 🔄 1,700 ❤️ 5,547 📌 92 📤</p>
<p>広報媒体</p>	<p>X</p>
<p>工夫した点</p>	<p>給水袋を背負っている写真を投稿することで、どのように使用するのが写真一枚で分かるようになっている。</p>
<p>反響のあった内容</p>	<p>返信コメントで、「こんなものがあるのか」や「リュック型いいですね」という反応が多かった。</p>

⑤ 通水率 90%報告（大阪市水道局）

<p>内 容</p>	<div data-bbox="459 241 1361 1120"> </div> <p>大阪水道局 @osakasuido</p> <p>通水率が90%を超えました！住民の方の温かさに支えられながら、一日も早い復旧に向けて作業を進めてまいります。</p> <p>#令和6年能登半島地震 #大阪水道局 #能登町 #復旧活動</p> <p>午後0:00 · 2024年4月1日 · 52.3万 件の表示</p>
<p>広報媒体</p>	<p>X</p>
<p>工夫した点</p>	<p>当時は、報道でもなかなか復興が進んでいないという論調であった。通水率は受援側の自治体のホームページで都度更新されていたが、節目（大台）ごとに通水率を記載した投稿を行うことで、復旧が進んでいることを広く知っていただけるように工夫した。</p>
<p>反響のあった内容</p>	<p>水道の復旧が地道に、そして確実に進んでいることを知っていただけた。</p>

⑥ タロー様のお出迎え（大阪市水道局）

<p>内 容</p>	 <p>大阪市水道局 @osakasuido</p> <p>能登町藤ノ瀬地区で、山を越えての通水作業を行いました。通水後、お家の方(タロー様)が玄関までお出迎えいただき、たいへん喜んでいただきました。</p> <p>#令和6年能登半島地震 #大阪市水道局 #能登町 #復旧活動</p> <p>午後5:00 · 2024年4月8日 · 49万 件の表示</p>
<p>広報媒体</p>	<p>X</p>
<p>工夫した点</p>	<p>震災関連のニュースはつらい内容になりがちになるため、活動報告の写真だけでなく、住民の方や町の様子についても投稿を行う事で、活動をより身近なものとして感じられるように努めた。</p> <p>通常の業務進捗報告とは違った目線の内容にすることで、人々の関心を継続して向けていただくことに繋がると考えた。</p>
<p>反響のあった内容</p>	<p>ウェブニュース（朝日新聞社 WEB ニュースサイト）にほっこりする投稿として掲載された。</p>