

# 千葉県水道局「安全でおいしい水づくりキャンペーン」取り組み(素案)

資料-3-3 (参考)

計画課おいしい水づくり計画策定グループ(H18年12月20日)

お客様アンケートの提案及び他事業体取り組み内容から、「安全でおいしい水づくりキャンペーン」素案を作成し懇話会委員の皆様が積極的に進めるべきと考える施策について、優先順位及び自由回答について回答いただいた。

No.	安全でおいしい水づくりキャンペーン 取り組み項目(素案)	取り組み内容(素案)
～ (1) お客様に水道水を正しく理解をいただくため、安全でおいしい水づくりの取り組みを積極的にアピールします ～		
1	オフィシャルホームページ設置(1位)	安全でおいしい水づくりの取り組みを紹介するポータルサイトとして位置付け、お客様に親しみを持っていただけるアメニティ要素を十分に交えたコンテンツを作成し、おいしい水づくりオフィシャルホームページを設置する。
2	マスメディアを活用したPR(2位)	安全でおいしい水に関するCM製作・放送(BayFm、千葉テレビ)、県広報番組・千葉日報での広報。地元球団(千葉ロッテ、ジェフ千葉)等と協働したPRの実施(もしくは、全国的に周知されている著名人によるPR)を検討する。
3	既存広報ツール(県水だより・検針票・封筒等)を利用したPR(3位)	県水だよりもしくは「おいしい水づくり」を特集した別刷り広報紙の製作し、ターゲット(お子様を持つ親、年配の方等)を絞った内容の広報紙を年5回配布する。また、検針票裏面や局封筒においしく水道水をお飲みいただくための広報欄等を掲載も検討する。
4	ポスター作成・掲示(3位)	「安全でおいしい水」を連想させるデザイン・キャッチコピーをあしらい取り組み概要を紹介したポスターを製作する。ポスターは、水道局施設、公共機関(学校、公民館等)に掲示し、取り組みをPRする。電車等車内への広告も検討する。
5	PR用グッズの作成・配布(5位)	お客様(特にお子様)へ水道水に親しみを持っていただけるよう給水開始70周年を記念し募集する局イメージキャラクターをあしらい啓発メッセージを入れたPRグッズを製作し、各種イベントで配布する。
6	キャッチコピー作成・利用(6位)	「おいしい水づくり計画」についての内容をとらえお客様がインパクトを感じ水道水・おいしい水づくりに対するプラスイメージを抱くキャッチフレーズを作成し、決定したコピーをポスター等に利用する。
7	リーフレット作成・配布(7位)	おいしい水づくり計画の概要版にお客様にわかりやすく親しみのあるデザインやキャラクターを十分に織り込んだリーフレットを製作し、あらゆる機会をとらえて配布することで、取り組み内容をPRしご理解いただく。
8	局有車ラッピング実施(8位)	おいしい水づくりのポスターデザイン等をあしらった広告マグネットシート等により局有車を利用したPRを実施する。
9	「おいしい水ができるまで」 模型・パネルの作成・展示(9位)	お客様においしい水ができるまで(取水・導水・浄水・送水・配水・給水までの流れ)をわかりやすく理解していただくため、模型及び展示パネルを作成し、水道局施設に展示し水道水の仕組みについて啓発を図る。
～ (2) お客様に水道水の安全性やおいしさを納得していただく機会を提供します ～		
1	「70周年記念ボトル水(アルミボトル缶)」 の製造・活用(1位)	当局、水道水を原料とした70周年記念ボトル水(アルミボトル缶)の製造を検討し、各種イベント等で無料配布することで、おいしさを実感いただけたキーパーソンを拡大する。また、新浄水場通水の際には、当浄水場浄水を原料として通水を記念したPRボトル水の製造も検討する。
2	お客様とのミーティングの実施(2位)	地域(自治会、サークル等)の場に職員が出向き、おいしい水づくり計画に関する説明を行うとともに、実際に水道水をお飲みいただくことで「安全」・「安心」・「おいしい」を実感いただく。また、その際にお客様が感じていること等を伺い、今後の計画推進の参考とさせていただきます。
3	よいよい浄水場見学会の実施(2位)	年数回実施している浄水場見学会の開催回数を増やし、より多くのお客様に見学いただく。また、浄水場見学会の内容について、おいしい水を納得・実感いただける内容に再検討を行うとともに、順路、設備紹介プレート、手すり設置等、未就学児でも安全でわかりやすい見学コースを整備する。あわせて、飲み水としての満足度が低いペットボトル世代をターゲットとした魅力ある体験イベント方法を検討する。
4	水質検査実施の積極的なPR及び検査実施(2位)	これまで実施してきた依頼水質検査について、水質に不安のあるお客様からの依頼があれば、水質基準項目は無料で水道局が水質検査を実施することについて十分にPRされていないことから、お客様にPRし、検査を通して水道水の安全を実感いただく。
5	水道出前講座の実施(5位)	浄水場見学会での説明を再度検討し効果的な内容及び方法を統一した上で、「おいしい水づくり」を中心とした水道出前講座を実施する。なお対象は小学生を想定し、なじみやすい内容となるよう教育機関等と協議する。また、生徒が学校生活の中で水道に親しみを抱くよう協力をお願いする教職員を対象とした講座を検討する。
6	(社)日本水道協会と連携した 「安全でおいしい水道水推進運動」の推進(6位)	日本水道協会等で依頼のあった「安全でおいしい水道水推進運動」実施検討し、日本水道協会での運動を通して近隣事業体と連携したPRを実施する。
7	水道水の試飲・利き水体験の実施(7位)	毎年実施している水道週間でのイベント(浄水場見学会、まちかど水道相談コーナー)等にて、当局水道水及びボトル水を利用した試飲・利き水体験を実施し、おいしい水道水を実感していただくためPRする。
8	ちば野菊の里浄水場通水記念イベント(7位)	来年度に通水する新浄水場「ちば野菊の里」浄水場通水記念イベントの参加者を広く募集し、高度浄水処理過程をご覧いただいた後、通水開始時の水道水を試飲いただくことで、おいしい水づくりに関するPRを図る。
9	「おいしい水道水相談コーナー」・ 「おいしい水づくり相談員」の設置(7位)	ウォーターメイトやインターネットモニター等から寄せられる疑問、質問、要望について、「おいしい水道水相談コーナー」をHP上に新設し、FAQをわかりやすく整理しご覧いただくことでお客様がおいしく水道水を利用いただけるようサポートする。お客様から寄せられる水質への不安や不満について、「おいしい水づくり相談員」を設置し、不安解決へのサポートを行う。(ただし、対応曜日・時間及び対応職員の問題について検討が必要)
10	「ウォーターメイト制度」の実施(7位)	中期経営計画に位置付けた「ウォーターメイト制度」を創設し、お客様を「ウォーターメイト」に委嘱し、自宅の給水栓で色、濁り、残留塩素を定期的に測定いただくことを通して水道水への関心を深めていただく。また、測定結果報告とあわせて、水質に関する要望、質問等もいただき、今後の施策推進の参考とさせていただきます。
～ (3) お客様と協働したおいしい水づくりに取り組みます ～		
1	インターネットモニター、ウォーターメイト イベント参加者のお客様アンケート調査(1位)	インターネットモニター及びウォーターメイトを対象として、「おいしい水づくり計画」に基づくPR施策の周知度、おいしい水の供給等、水道水に対する満足度、おいしさ等について定点効果測定を実施する。また、回答より現状(サービスギャップ)を把握し分析する事で、よりよい施策の方向性及びPR方法・イベント等を検討する。
2	県水お客様センターに寄せられたお客様の 声を「おいしい水づくり」に活用(2位)	県水お客様センターにお客様より寄せられる苦情・問合せ等を、施策の見直し等、おいしい水づくりを推進するための施策に活用させていただく。

※この素案にある施策及び取り組み内容については、予算・人員確保の根拠を持つものではありません。いただいた優先度や意見・要望を整理した後、実施可否、内容及び実施スケジュールについて検討する予定です※