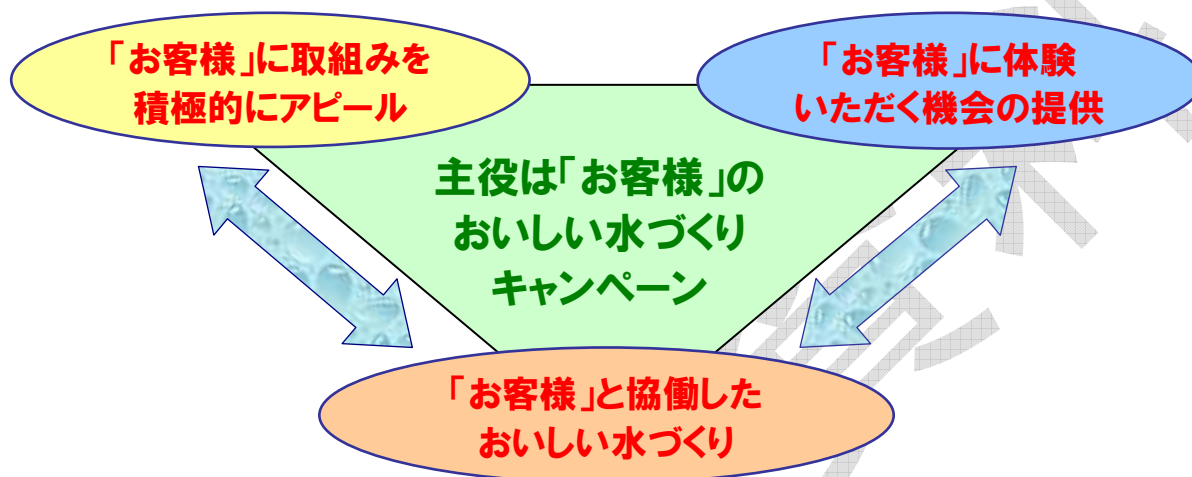


安全・安心・おいしい水づくりキャンペーン(案)

「お客様」を主役として、「お客様」に、より安全・安心のおいしい水づくりに向けた取組みをできる限りわかりやすく魅力ある情報を積極的にお伝えし、「お客様」に水道水の安全性やおいしさを体験いただく機会を提供するとともに、「お客様」と協働したおいしい水づくりに努めます。

「お客様」を主役としたおいしい水づくりキャンペーン ～ お客様を中心に3つの柱で取り組みます ～



(お客様の要望にお応えし、PR や体験機会方法について適宜見直します)

安全・安心・おいしい水づくりキャンペーンの基本的な考え方

(1) おいしい水づくりの取組みを積極的にアピールします

お客様が抱く水道水へマイナスイメージを払拭するため、「安全」「安心」「おいしい」の3つのキーワードを、様々な媒体を通して積極的にPRするとあわせて、水道局のおいしい水づくりへの取組みについて情報提供します。

(2) 水道水の安全性やおいしさを体験いただく機会を提供します

水道水の安全性やおいしさについて、水道水の試飲体験等を通して実感いただくとともに、水道水への正しい理解を啓発するため、お子様を中心とした浄水場見学会や受水槽水道の利用者を対象とした出前教室等を通して、体験いただく機会を提供します。

(3) お客様と協働したおいしい水づくりに取り組みます

「お客様」に水道局が取り組むおいしい水づくりへ積極的にご参加いただくよう働きかけるとともに、お客様からいただいた貴重なご意見・ご要望をおいしい水づくりに向けた施策に反映させていただきます。

安全・安心・おいしい水づくりキャンペーン実施の背景・目的

背景として、「お客様」が抱く水道水に対するマイナスイメージは？

H18 年度インターネットモニター調査結果より

「お客様」が水道水の安全性に不安を感じる理由とは？

- 1位: 水道水を作るのに消毒剤等いろいろな薬品が使われているイメージ (72.6%)
- 2位: 水源が汚れているイメージ (62.3%) 3位: 水道管の管理に不安なイメージ (45.9%)
- 4位: 受水槽管理が不十分で心配なイメージへの不信感 (30.1%)
- 5位: 水道水は危険という情報からのイメージ (21.2%)

※飲み水として「不満」と回答した 232 名(65.6%)対象

「お客様」が水道水をおいしくないと感じる理由とは？

「塩素臭い」からと回答した方が、約 5 割で 1 位 ※「おいしくない」と回答した 230 名(64.8%)対象

塩素消毒の必要性の周知度は？

塩素消毒の必要性を知っていた方が、3 割弱という現状

「お客様」に水道局の取り組みの情報・体験機会を提供したい

(水道水の正しい情報に触れる機会を提供します)

お届けする水道水は、高い水準で安全性をクリア

(浄水処理のための薬品は、厳しい基準により安全をクリアしたものを使用)

水源保全活動に参加

古くなった水道管は計画的に取替え、定期的に洗浄

全受水槽の管理状況を点検

味をそこなう「残留塩素」は、衛生上の安全を確保するために必要！！
しかし、安全性を確保しながら、「残留塩素」を少なくする取り組みを実施します

(安全・おいしさを体験する機会を提供します)

試飲・利き水を通しておいしさを体験いただく

水道水ができるまでをご理解いただく

「お客様」にご理解・ご納得のうえ、「安全で安心しておいしく」
お飲みいただける水道水として認識いただきたい！！

(1) 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

○インターネットを活用した PR

水道局が「おいしい水づくり」のためどのようなことに取り組んでいるか、お客様にご参加いただけるイベントの紹介等、おいしく水道水をお飲みいただくための様々な情報を、わかりやすくお伝えるため、オフィシャルホームページを設置し随時情報を更新します。

また、千葉県メールマガジン及びインターネット放送局を活用する等、インターネットを活用してお客様に、よりわかりやすく取り組み内容をご覧いただけるよう工夫します。

○マスメディアを活用した PR

新聞・ラジオ・テレビ等のマスメディアを活用した CM 等により、より多くのお客様においしい水づくりの取り組みを認知いただけるよう積極的に情報を発信します。また、取り組みの紹介をマスメディアに積極的に発信することで、パブリシティ※による広報活動を展開します。

※パブリシティ：官公庁や企業等が各種の情報をいろいろな情報媒体に、報道記事等として取り上げられるようにする広報活動

○文字メディアを活用した PR

水道局の広報誌「県水だより」に取り組みを紹介するコーナーを設置します。水道水の安全性やおいしさを啓発するため、ポスターを公共機関（学校、公民館等）等に積極的に掲示し、リーフレットの製作、検針票・封筒への刷りこみ等、あらゆる媒体を通してお客様が興味をお持ちのおいしい水づくりの取り組み、水道水の話や日常生活に役立つ情報を積極的に PR します。

○その他の PR 活動

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局イメージキャラクターをあしらった PR グッズを製作し、各種イベントで配布します。あわせて、局有車に取り組み広告のラッピング実施や、ちば野菊の里浄水場に、取り組みを紹介する展示スペースを設置し積極的に PR します。

(2) 水道水の安全性やおいしさを体験いただく機会を提供します

○水道水の試飲・利き水の実施

水道水の安全性やおいしさを体験いただくため、浄水場見学会やまちかど水道相談等、あらゆる機会を捉えて、水道水の試飲や利き水を実施します。

○水道水のアルミボトル化

当局水道水を原料としたボトル水（アルミボトル缶※：消費期限 5 年）を製造し、各種イベントや見学会で配布します。

※ペットボトルより消費期限が長いアルミボトル缶の製造は、関東地区では初めて。

○「水道出前講座」の実施

局職員が学校に出向き、主にお子様（小学生等）を対象においしい水道水ができるまでの過程の実験を通してわかりやすく理解できる「水道出前講座」※を実施します。

実施には教育機関へ協力を要請し学校生活の中で、お子様が水道水を飲む文化を育みます。

また、主に成人を対象に、ご希望のあった自治会・サークル等の地域の場にも、局職員が出向き、おいしい水づくりの取り組みの紹介や水道水の試飲体験を提供する等の「水道出前講座」※を実施します。

※水道出前講座は、体制及び浄水場見学会との区分整理を検討し計画的に実施します。



▲親子で利き水を体験



▲水道水ができるまでの実演

○親しみのある・わかりやすい浄水場見学会の実施

より多くのお客様に浄水場見学会にご参加いただける募集方法・内容に見直しするとともに、安全でわかりやすい見学コースを整備します。

見学内容についても、おいしい水道水ができるまでをわかりやすく体験いただける内容にバージョンアップします。

また、水道に対する満足度の低く、水道離れが進んでいる若年層（20～30代）の方にも魅力ある見学イベントを検討し実施します。

新浄水場（ちば野菊の里浄水場）通水記念イベントでは、浄水施設見学と出来たての水道水を試飲いただきます。



▲浄水場見学会でのふれあい

○水道水の安全性・おいしさに関する相談の実施

お客様から寄せられる水道水への疑問、質問をわかりやすく整理した相談コーナーをオフィシャルホームページに掲載し、安心しておいしく水道水を利用いただけるようサポートします。

また、相談窓口にて、お客様から寄せられる水質への不安や不満（浄水器の使用の注意点や給水設備の維持管理方法、受水槽の衛生管理に関する事等）の解決をサポートします。

あわせて、受水槽を経由した水道水を利用されている方等、水道の水質に不安のあるお客様には、現地調査・状況説明の上、必要と判断された場合には水質検査※を実施し、お客様のお宅の水道水の水質診断書を発行します。※依頼水質検査の項目は、原則として水道水の性状を知るための項目（11項目）が対象となります。

○「ウォーターメイト」制度の実施

自宅の蛇口で水質の検査をしていただく「ウォーターメイト」をお客様から募集し、水質検査を体験いただくことで水道水への関心を深めていただく機会を提供します。

○（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

全国の水道事業者の取り組みと連携して「安全でおいしい水道水推進運動」を推進します。

（3）お客様と協働したおいしい水づくりに取り組みます

○アンケートの実施、県水お客様センターに寄せられた声を活用

おいしい水づくり計画の各取り組みの効果等について、お客様アンケートの調査結果から、サービスギャップを把握し、取り組み内容を適宜見直します。また、県水お客様センターに寄せられる苦情・問合せ等を、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きます。

○お客様とコミュニケーションを通じた協働による施策展開

地域の場で実施する水道出前講座、ウォーターメイト、懇話会等あらゆる場面でのお客様とのミーティングを通して、お客様と協働した施策展開を創出します。

（参考）上記以外の提案：懇話会委員・モニター等から

○今後検討すべき PR 活動として提案された事項

- ・ 民間のサービス企画担当に民間経験者の採用
- ・ フラッピングバス等による PR 活動
- ・ 企業へ積極展開、パートナー・スポンサー制度の外郭支援
- ・ お客様参加形の水源保全運動
- ・ 水道記念館（仮）の設置
- ・ 課名称による PR
- ・ ミニコミ誌掲載
- ・ フリーペーパー配布
- ・ 少年スポーツ大会でのボトル水配布
- ・ おいしい水づくり記念日を設定しイベント及び PR 活動
- ・ 簡易水質測定キット配布
- ・ スーパー・幼稚園での PR 活動
- ・ 水が届くまでのツアー開催
- ・ お客様水道局ツアー
- ・ 職場体験レポート掲載
- ・ 「おいしい水づくり」のアニメ・マンガ作成
- ・ TDL・NAA・CLM と協働した PR 活動
- ・ 「おいしい水の五箇条（仮称）」を決定（募集）、PR 利用 等