



広報広聴事業の取組について

【趣旨】

宇都宮市上下水道局の広報広聴事業の取組をご紹介しますもの

令和5年7月12日
上下水道局 経営企画課



宇都宮市上下水道局
マスコットキャラクター
「水道ぼうや」

- 1 上下水道局における広報広聴活動の目的
- 2 課題と今年度の方針
- 3 活動概要
- 4 令和5年度の活動内容
- 5 意見聴取 広報広聴事業の取組について

1 上下水道局における広報広聴活動の目的

【目的①】

お客様重視の観点から、お客様の多様化するニーズを的確に捉えた上で、上下水道事業の情報や課題をお客様と共有することで、お客様の広報広聴事業への参画を促す。

【目的②】

協働による事業展開を行うことにより、上下水道に対するより一層の理解促進を図り、お客様満足度の向上や更なる信頼経営の推進を図る。

【課題①】 戦略的な広報広聴活動の推進

上下水道事業に対する市民・お客様の信頼醸成に繋げ、上下水道事業のイメージアップだけでなく、今後の事業運営に対するお客様への理解を深めていただくよう、戦略的な広報広聴活動を推進していく必要があります。

【課題②】 双方向コミュニケーションの推進

第2次宇都宮市上下水道基本計画改定計画の施策指標として引き続き「お客様満足度」を設定したことから、お客様満足度の向上のため、お客様から幅広い意見聴取を行いニーズを把握することで更なるサービス向上に繋がるよう、双方向コミュニケーションの取組を進める必要があります。

3 活動概要

お客様ニーズを的確に把握し、より充実したサービスの提供や、本市の水道水のおいしさPR等の広報活動を実施することで、お客様満足度の向上に努めていきます。

項目		取組
広報活動	(1) メディア等の活用	広報紙, ホームページ, ミヤラジ, パンフレットの配布 (Q&A集), パブリシティの活用, SNSの活用, 広報動画放映 (デジタルサイネージ)
	(2) イベント	水道週間PR, お届けセミナー (講師派遣, オンライン), サマーセミナー, 探検ツアー, 下水道いろいろコンクール
	(3) おいしい水道水のPR	宮の泉 (給水スポット), マイボトル, ペットボトル飲料水「泉水」
	(4) その他	マンホールカード
広聴活動		宮の水サポーター, 上下水道懇話会, 通年型アンケート

(1) メディア等の活用

① 局**広報紙**等を通じた更なる情報提供の推進

上下水道事業のイメージアップだけではなく、今後の事業運営に対するお客様への理解を深めていただけるよう、戦略的な広報活動を推進する広報紙の紙面づくりを見直し、更なる情報提供の充実を目指す。

例) 水道水のおいしさや品質のPRにつながるよう、広報紙の特集ページにおいて、水源からお客様の蛇口に届くまでの流れや、水道水とミネラルウォーターの安全基準の違いなど、本市水道水の安全性などをより分かりやすく伝える。



(1) メディア等の活用

② 広報動画放映（上下水道イメージアップ）

「上下水道ムービー」や「水道水PR動画」を通じたイメージアップに取り組むとともに、宮の泉での鮮度ある情報発信が可能となるよう、局職員等による動画制作など、新たな映像コンテンツの制作・放映に取り組む。

（参考）局職員による動画作成事例

- ・ お届けセミナー用施設紹介動画の作成
- ・ インターネットを活用したサマーセミナー代替事業（講座内容の動画化）



(2) イベントを活用した広報

① お届けセミナー等のオンライン化の推進

施設見学などの各事業について、オンライン化の可否について検討を進め、導入可能な事業で更なる情報・魅力発信が可能となる事業については積極的にオンライン化を図る。

(参考) イベントのデジタル化

新型コロナウイルス感染症の影響を受け開催中止となった「サマーセミナー」については、講座内容を動画化し、実験と合わせ局ホームページで公開するなどインターネットを活用した代替事業を実施



(3) おいしい水道水のPR

① 宮の泉（給水器・デジタルサイネージ）・マイボトルの利用促進

令和4年11月に、水道水の品質PRや環境配慮行動の促進に繋げるため、県内外を問わず多くの利用者が見込まれるライトキューブ宇都宮（宇都宮駅東口交流拠点施設）内に「宮の泉（給水器・デジタルサイネージ）」を設置した。イベントと合わせた周知を行い、利用促進を図る。



(3) おいしい水道水のPR

② うつのみや泉水

水道事業に関心を深めてもらうとともに、宇都宮の水道水のおいしさをより多くの方に認識してもらうため、平成12年度に製造を開始したペットボトル飲料水「うつのみや泉水」を活用した広報活動を推進する。

R5.4.6

モンドセレクション「優秀品質金賞」
を受賞！



受賞を契機とし、市内外問わず多くの方に広報活動を展開する。
例：炭酸水の製造など

4 令和5年度の活動内容（広聴活動）

(2) 通年型アンケート（双方向コミュニケーション）の実施

令和4年度に実施した市民意識調査を基に、インターネットによる通年型アンケートを導入し、上下水道局の取組に対する各種満足度を把握・分析することで、市民ニーズを把握し、サービス向上や広報事業への反映につなげていく。

※インターネットアンケートについては「電子申請システム」を採用

4 令和5年度の活動内容（全体）

宮の泉 （給水スポット）の活用



マイボトルの制作・配布



「うつのみや泉水」の制作



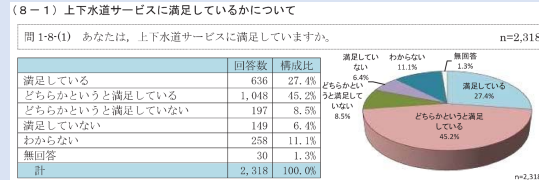
広報用動画の制作



広報紙



通年型アンケート



上下水道サービスに満足しているかについては、「どちらかという満足している」が45.2%でも最も高く、次いで「満足している」が27.4%であった。これらを含めた「満足している」(計)は7割強であった。一方、「満足していない」と「どちらかという満足していない」を合わせると1割半ばであった。

効果

- 上下水道事業への興味関心向上，理解促進
- 給水収益の増加
- 宇都宮市の魅力向上

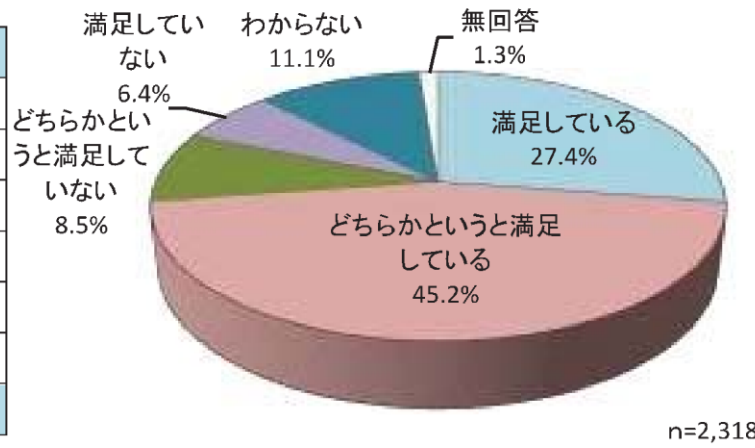
【参考】市民意識調査（1）上下水道サービス満足度

（8-1）上下水道サービスに満足しているかについて

問 1-8-(1) あなたは、上下水道サービスに満足していますか。

n=2,318

	回答数	構成比
満足している	636	27.4%
どちらかという満足している	1,048	45.2%
どちらかという満足していない	197	8.5%
満足していない	149	6.4%
わからない	258	11.1%
無回答	30	1.3%
計	2,318	100.0%



上下水道サービスに満足しているかについては、「どちらかという満足している」が45.2%で最も高く、次いで「満足している」が27.4%であった。これらを合わせた「満足している（計）」は7割強であった。一方、「満足していない」と「どちらかという満足していない」を合わせると1割半ばであった。

		H30	R1	R2	R3	R4 (目標年)		
上下水道サービスに満足している市民の割合(%)	単年度目標値	69.0	70.5	72.0	73.5	75.0		
	基準値(H28)	68.9	実績値	71.7	70.4	70.3	70.7	72.6
	目標値(R4)	75.0	単年度の達成度	103.9%	99.9%	97.6%	96.2%	96.8%

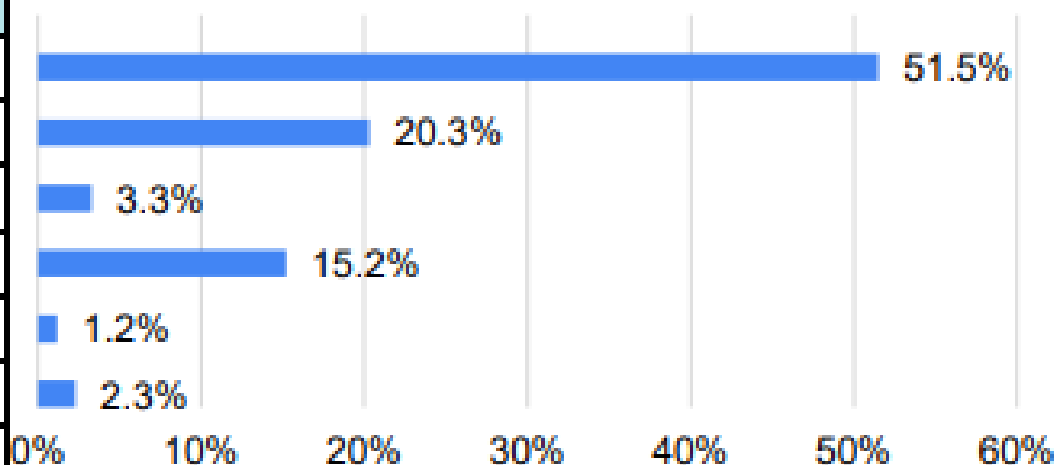
令和4年度 水道・下水道に関するアンケート調査の集計結果報告書

○回収率 : 47.8% (1,195人 [ネット回答 : 330人、調査票回答 : 865人])

● 普段、どのような「水」を飲用していますか。(n=1,195)

水道水を飲用している世帯は71.8%と、大半の世帯で飲用に水道水を利用している。
「そのままの水道水」⇒51.5%、「浄水器を通した水道水」⇒20.3%

項目	回答数	構成比
1 そのままの水道水	616	51.5%
2 浄水器を通した水道水	242	20.3%
3 ウォーターサーバーの水	39	3.3%
4 市販のペットボトルの水	182	15.2%
5 スーパーなどで無料配布している水	14	1.2%
6 その他	28	2.3%
無回答等	74	6.2%
合計	1,195	100.0%

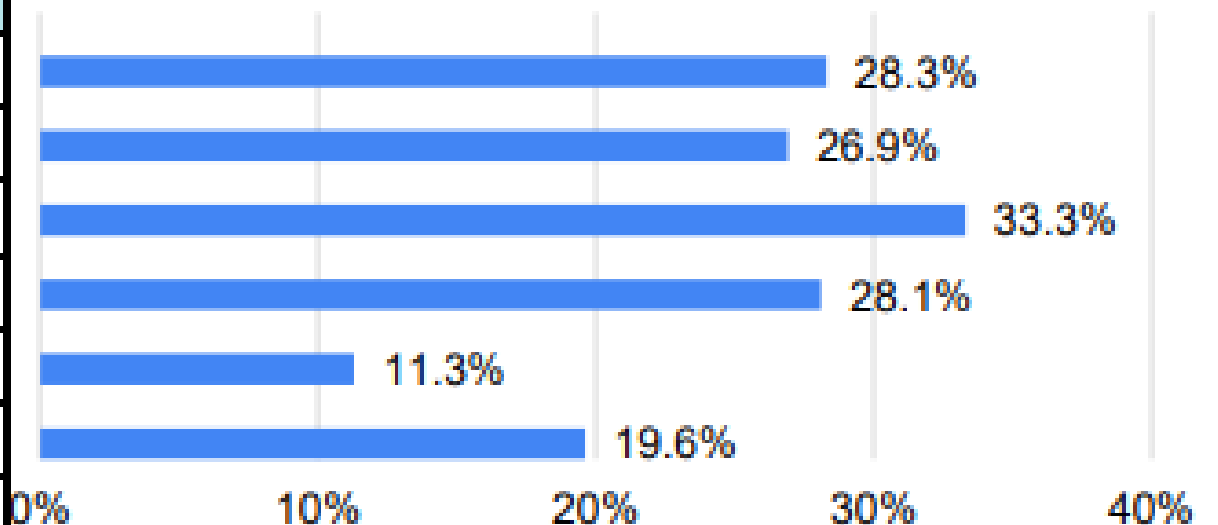


【参考】市民意識調査(1)-2 水道水を飲用しない理由

- ・水道水をそのまま飲用しない主な理由について。(複数回答可)

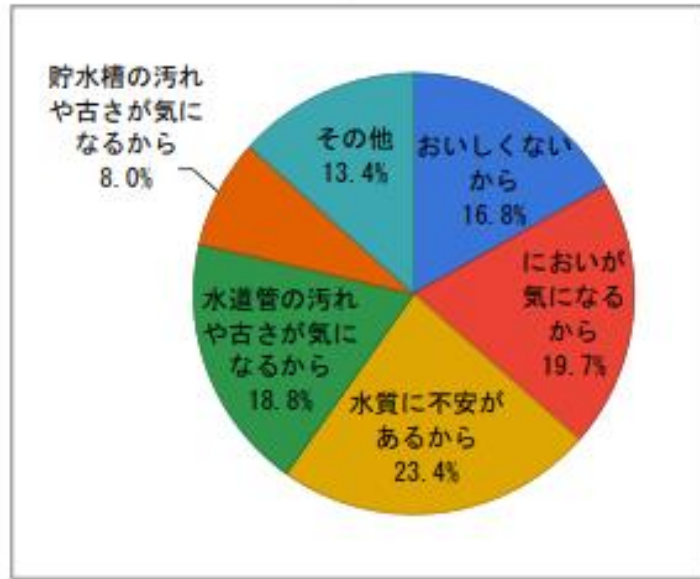
「そのままの水道水」を飲用していない世帯(42.2%)のうち、最も多い理由は、「水質に不安があるから」という意見(33.3%)である。また、「おいしくないから」、「においが気になるから」、「水道管の汚れや古さが気になるから」の3項目についても、30%近くを占めている。

項目	回答数	構成比
1 おいしくないから	143	28.3%
2 ににおいが気になるから	136	26.9%
3 水質に不安があるから	168	33.3%
4 水道管の汚れや古さが気になるから	142	28.1%
5 貯水槽の汚れや古さが気になるから	57	11.3%
6 その他	99	19.6%
合計	745	147.5%

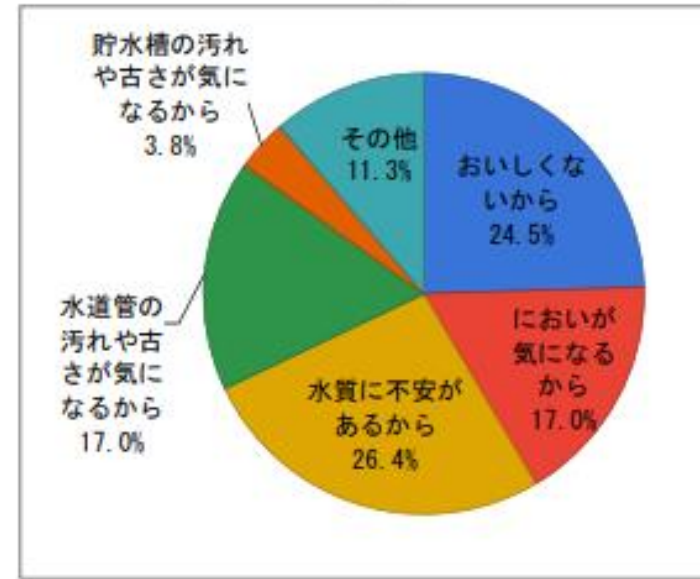


【参考】 市民意識調査 (1)-3 水道水以外を飲用する理由

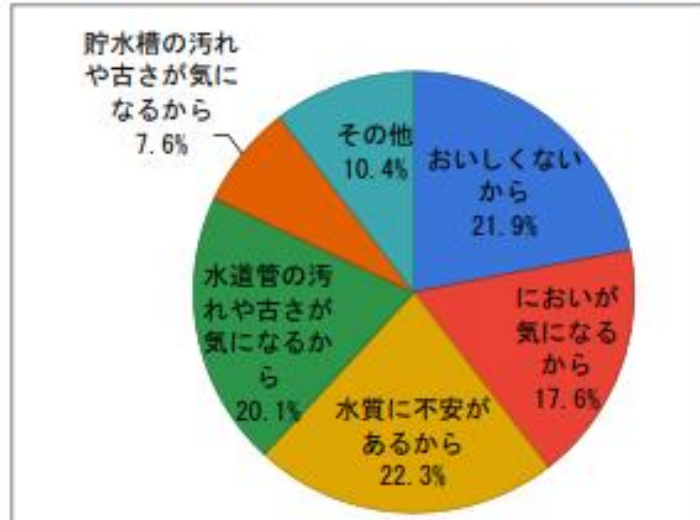
「浄水器を通した水道水」を利用している理由内訳



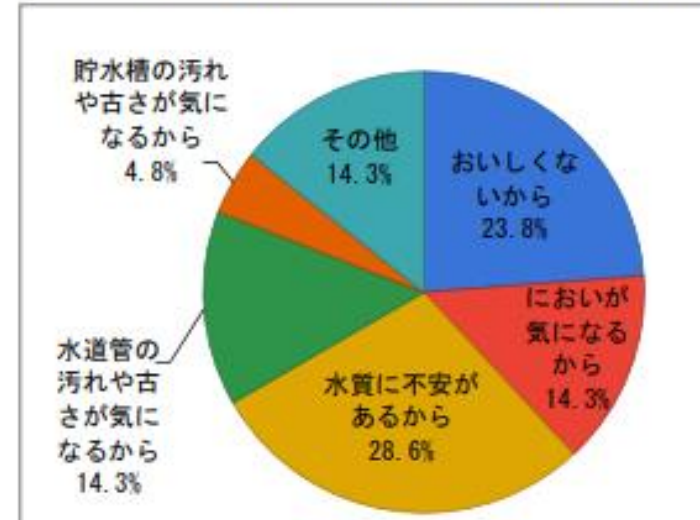
「ウォーターサーバーの水」を利用している理由内訳



「市販のペットボトルの水」を利用している理由内訳



「スーパーで配布している水」を利用している理由内訳

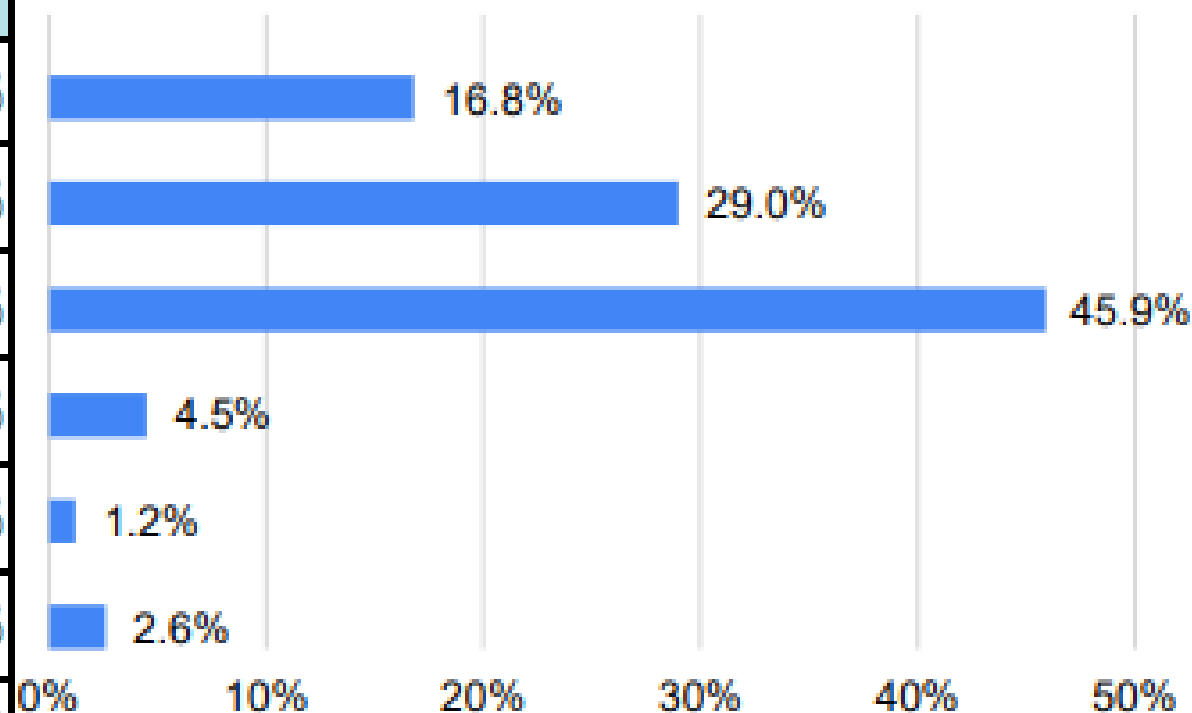


【参考】 市民意識調査 (2) 水道料金

- あなたは、現在の水道料金について、どのように感じていますか。 (n=1,195)

「適当な料金だと思う」(45.9%)と、「どちらかといえば高いと思う」(29.0%)「高いと思う」(16.8%)の合計(45.8%)が大体同じ割合を占めている。また、「安いと思う」は、ほとんどいない。

項目	回答数	構成比
1 高いと思う	201	16.8%
2 どちらかといえば高いと思う	347	29.0%
3 適当な料金だと思う	549	45.9%
4 どちらかといえば安いと思う	54	4.5%
5 安いと思う	14	1.2%
無回答	30	2.6%
合計	1,195	100.0%

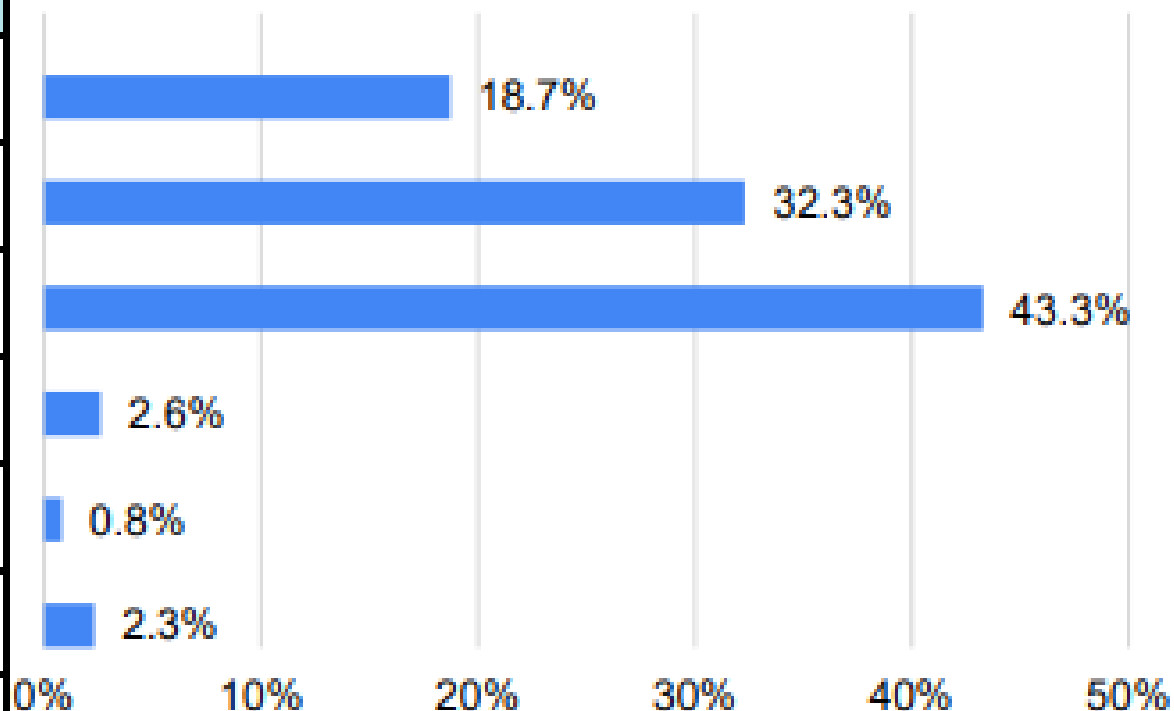


【参考】市民意識調査(3) 下水道使用料

- あなたは、現在の下水道使用料について、どのように感じていますか。(n=1,195)

「どちらかといえば高いと思う」(32.3%)及び「高いと思う」(18.7%)を合計すると(51.0%)と約半分の割合を占めている。また、「安いと思う」は、ほとんどいない。

項目	回答数	構成比
1 高いと思う	223	18.7%
2 どちらかといえば高いと思う	386	32.3%
3 適当な料金だと思う	517	43.3%
4 どちらかといえば安いと思う	31	2.6%
5 安いと思う	10	0.8%
無回答	28	2.3%
合計	1,195	100.0%



5 意見聴取 広報広聴事業の取組について

- 市民満足度向上に向けて、現在の取組や新たな取組に対する意見など

項目		取組
広報活動	(1) メディア等の活用	広報紙 , ホームページ, ミヤラジ, パンフレットの配布 (Q&A集), パブリシティの活用, SNSの活用, 広報動画放映 (デジタルサイネージ)
	(2) イベント	水道週間PR, お届けセミナー (講師派遣, オンライン), サマーセミナー, 探検ツアー, 下水道いろいろコンクール
	(3) おいしい水道水のPR	宮の泉 (給水スポット) , マイボトル , ペットボトル飲料水「泉水」
	(4) その他	マンホールカード
広聴活動		宮の水サポーター, 上下水道懇話会, 通年型アンケート