

# 第 2 回仙台市水道事業 基本計画検討委員会

～水道に関するお客さま意識調査結果～

平成31年2月19日  
仙台市水道局

1.調査の目的

2.調査結果の分析

3.これからの広報の視点

4.まとめ

# 1.調査の目的

## 現行計画の総括を踏まえた今後の課題

- 水道モニターや各種イベント参加者等からご意見をいただいていたものの、大規模なお客さまアンケートが長年実施されていなかったことから、お客さまの声を幅広く収集することができていなかった。
- 本市の水道水は、徹底した水質管理により、高い安全性や美味しさを確保していることをお客さまにもっとPRすることが必要。



## ②「お客さまの理解を得る」という視点

- 長期的に見ると、水道料金のあり方の検討は避けられない見込みであることから、今後は、これまで以上にお客さまに水道局の取組を分かりやすく伝え、料金負担に対するご理解をいただく必要がある。  
⇒お客さまアンケートの結果を分析し、次期基本計画では、お客さまとのコミュニケーション強化を重点的に取り組む必要がある。

次期基本計画に「お客さまの理解を得る」という視点を取り入れる必要があることから、今回の意識調査を実施。

## 2. 調査結果の分析

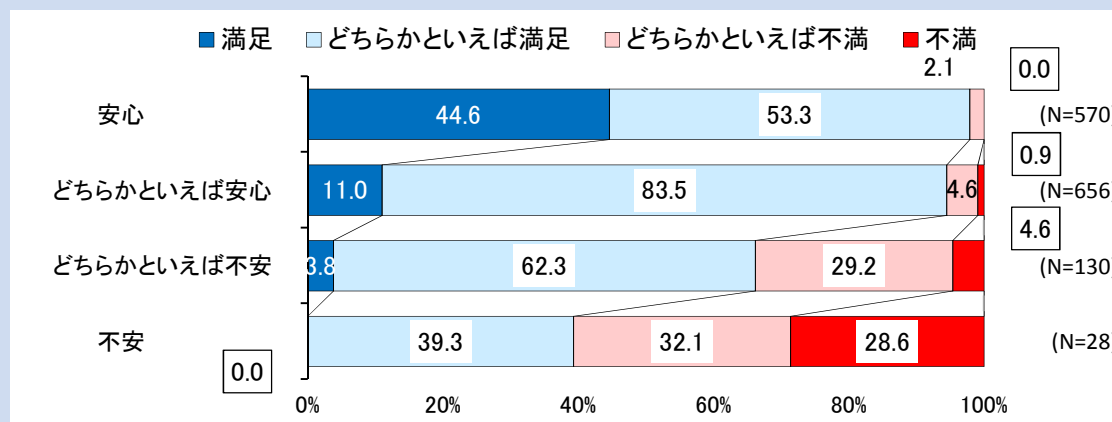
お客さま満足度に影響する要因を調査結果から抽出

水道水の  
おいしさや安心感

各種施策の取組  
の満足度

水道料金の  
納得感

例) 水道への満足度×水道水の安心感

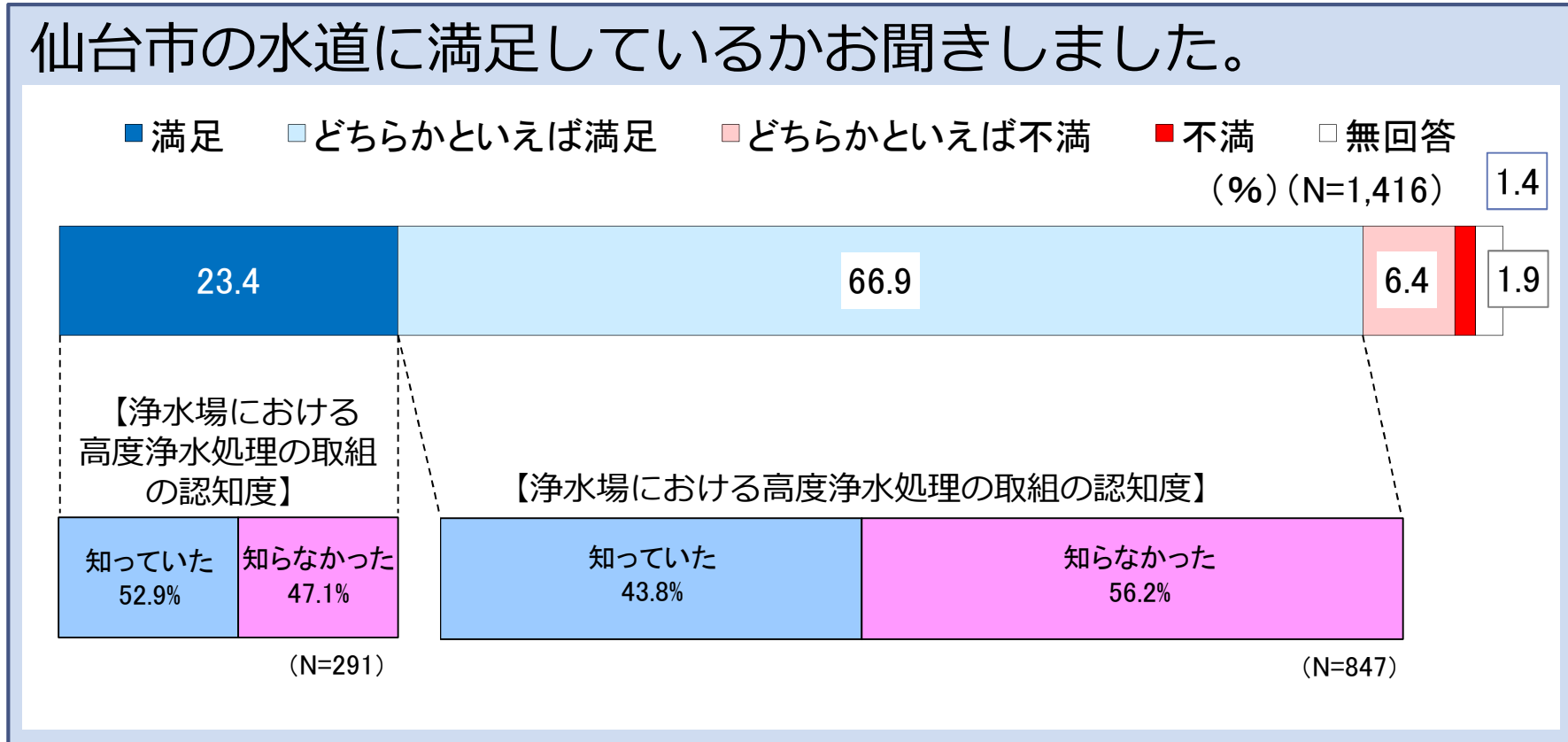


- 安心と感じている方は、水道水の水質に満足と感じている割合が高い。
- 不安と感じている方は、水道水の水質に不満と感じている割合が高い。

※回答の構成比は百分率で表し、小数点第2位を四捨五入して算出しているため、回答比率の合計が100%にならない場合があります。

お客さま満足度の向上

## 2. 調査結果の分析

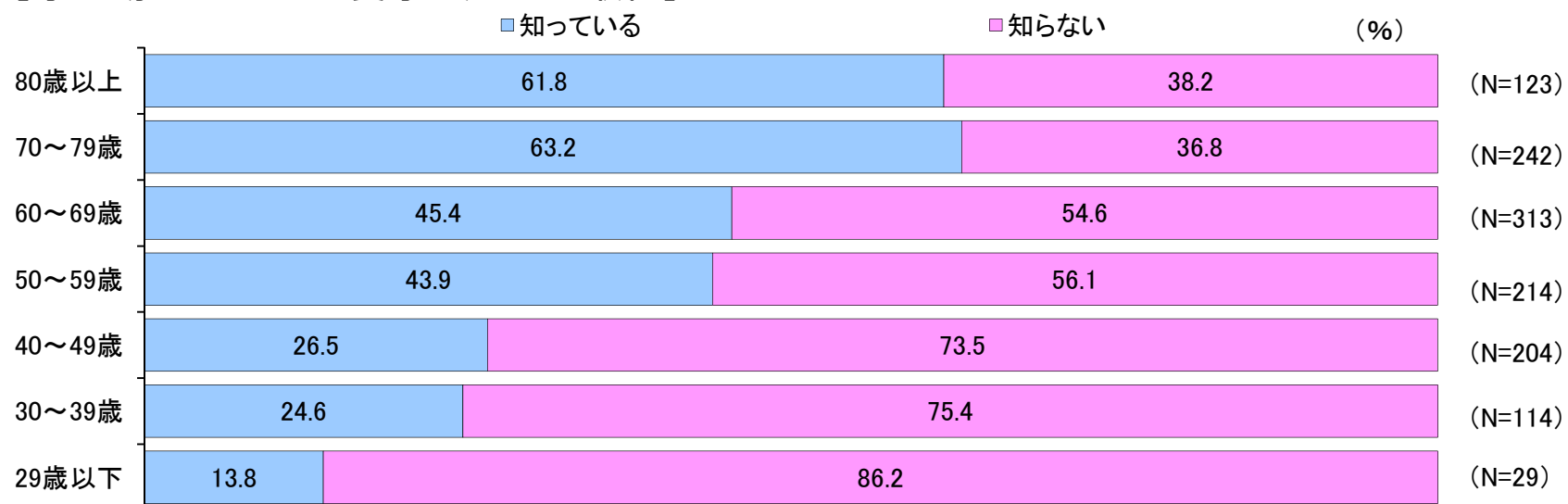


- 約9割のお客さまが、仙台市の水道に概ね満足と回答。
- 満足しているお客さまでも、水道局の施策の内容については知らなかったという回答が多かった。

## 2. 調査結果の分析

### 例) お客様の年齢×各種施策の取組の認知度

【浄水場における高度浄水処理の取組】



■ 年齢が下がるにつれて水道局の施策の認知度が下がる。漠然としたイメージで満足と判断している方もいるのでは？

⇒若年層を中心に、水道局の各種施策の取組をご理解いただいたうえで満足いただけるよう、積極的に広報に取り組む必要がある。

## 2. 調査結果の分析

### 水道局の広報についての課題

- 広報に不満をお持ちの方は、すべての世代で「興味をひかれる広報がない」が1位。
- 水道局の広報や各種取組について、「知っているものはない」と回答した方の割合が、29歳以下が約3割、30～39歳が約2割となっている。  
⇒ そもそも水道に興味がない若年層へどうアプローチするか。
- 各種施策の取組について、認知度が高いもので約6割、低いものだと約2割となっているが、多くのお客さまが満足だと感じている。  
⇒ 施策の内容は知らないが、満足だと感じているお客さまへどうアプローチするか。
- 大部分の方は水道水を安心だと回答しているが、一部不安に感じている方もいる。  
⇒ お客さまへ水質の安全性をどうPRするか。

### 3.これからの広報の視点（戦略的広報）

#### 1. ターゲットに合わせた情報と媒体の活用

- 世代間で、水道に関する知りたい情報や効果的な情報媒体に差異があり、ターゲットに合わせた広報が必要。

#### 2. お客さまの関心がある話題の提供

- 水道に興味を持っていただくきっかけとして、お客さまの関心がある話題を提供することも必要。
- 認知度が高かった検針票の裏面や広報紙を活用し、そこから、関連情報や他の媒体へ誘導することも必要。



### 3.これからの広報の視点（戦略的広報）

#### 世代ごとの特性

世代	効果的な媒体	知りたい情報	関心がある情報
～30歳代	●検針票の裏面 ●インターネット ○テレビ ○SNS	①水道料金のこと ②ご家庭の水道トラブル 対処法 ③水道水の水質	①健康と水のこと ②上手な節水方法 ③料理と水のこと ④美容と水のこと
40歳代～	●広報紙「H <sub>2</sub> O」 ●検針票の裏面 ●インターネット ○テレビ	①水道水の水質 ②災害対策 ③ご家庭の水道トラブル 対処法	①健康と水のこと ②上手な節水方法 ③料理と水のこと ④環境と水のこと

※赤字は、年代で比較した際に違う箇所

●は水道局で実践している媒体 ○は使用頻度が高い媒体として追加

#### 具体の組み合わせ事例

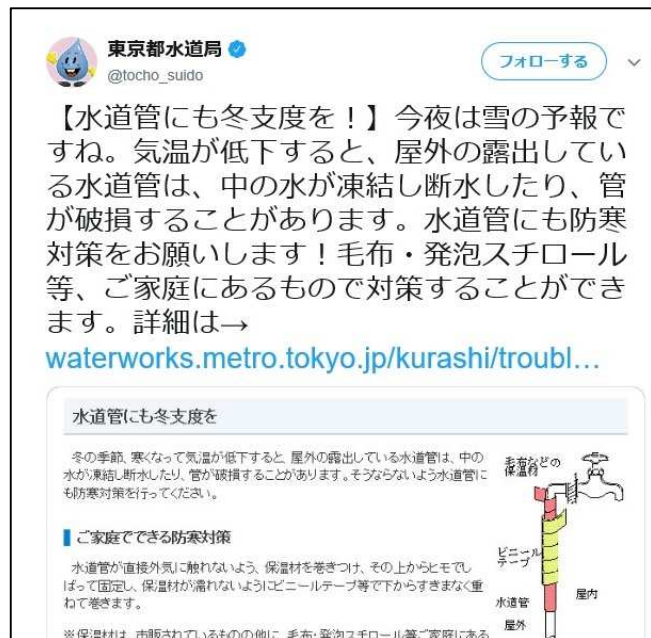
- ・ 30歳代以下×SNS×水道水の水質×美容（健康）  
⇒神戸市水道局での「おふろ部」の取組
- ・ 40歳代以上×広報紙「H<sub>2</sub>O」×災害対策×上手な節水方法  
⇒災害時における上手な節水方法の紹介

# 3.これからの広報の視点（戦略的広報）

## 具体の事例（SNSの活用）



神戸市水道局「おふる部」フェイスブック  
(<https://www.facebook.com/ofurobu/>)



東京都水道局ツイッター  
([https://twitter.com/tocho\\_suido/](https://twitter.com/tocho_suido/))

- SNSは、若年層に対して効果的な媒体である。
- 情報の拡散力に優れており、災害や事故発生時等の情報発信にも効果的である。
- 双方向のコミュニケーションツールとしての活用も期待できる。

※ SNS活用については、機密情報の漏洩や誤った情報が拡散されるリスクがあるといった課題も指摘されている。

## 4. まとめ

- 特に、若い方が水道に関心が無いために、水道局が行っている各種施策の取組を知らない。
- 漠然としたイメージで水道への満足度を判断している。
- 世代間で水道に関する知りたい情報や効果的な媒体に差異がある。

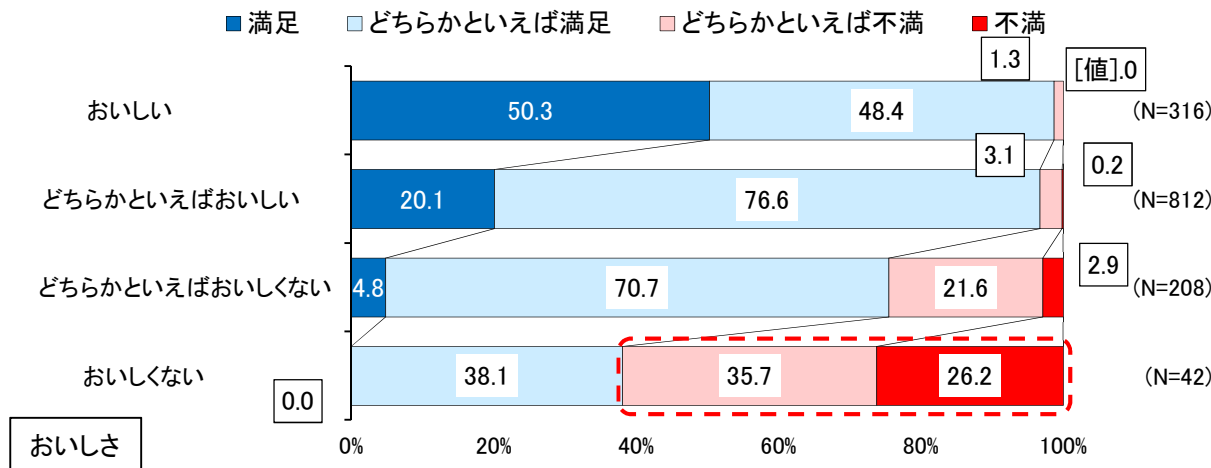


- ◆ 世代ごとに効果の高い広報媒体の活用、ターゲットを絞った広報、お客さま目線でのコンテンツの充実を行っていく。
- ◆ 定期的にアンケート調査等を実施し、時系列で分析を行うことにより、事業の効果やお客さまの知りたい情報をよりの確に把握する。

# 參考資料

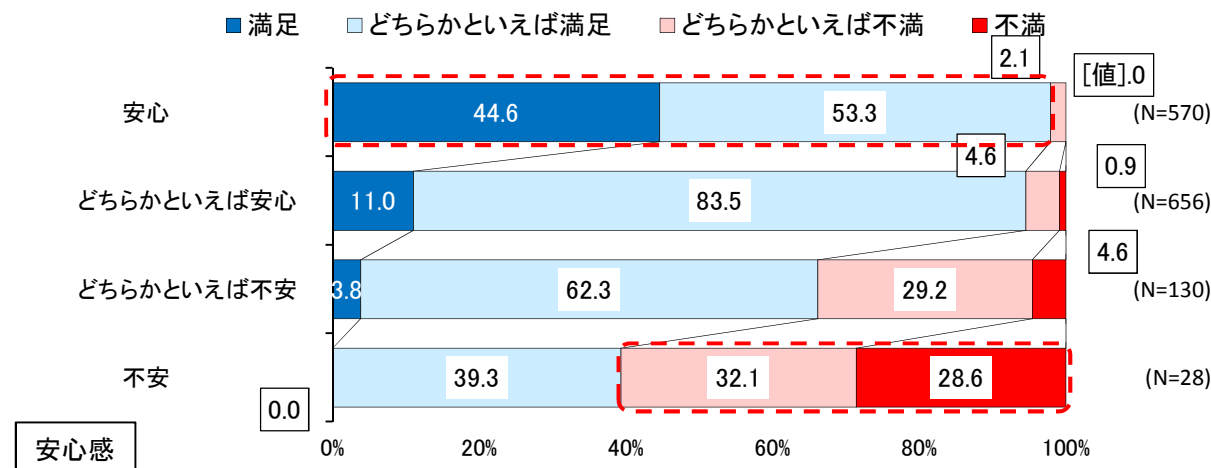
# 参考1.お客さま満足度に影響する要因

## ■ 水道への満足度×水道水のおいしさ



- おいしいと感じている方は **98.7%**が水道に満足（どちらかといえばを含む）しています。
- おいしくないと感じている方は **61.9%**が水道に不満（どちらかといえばを含む）と回答しています。

## ■ 水道への満足度×水道水の安心感

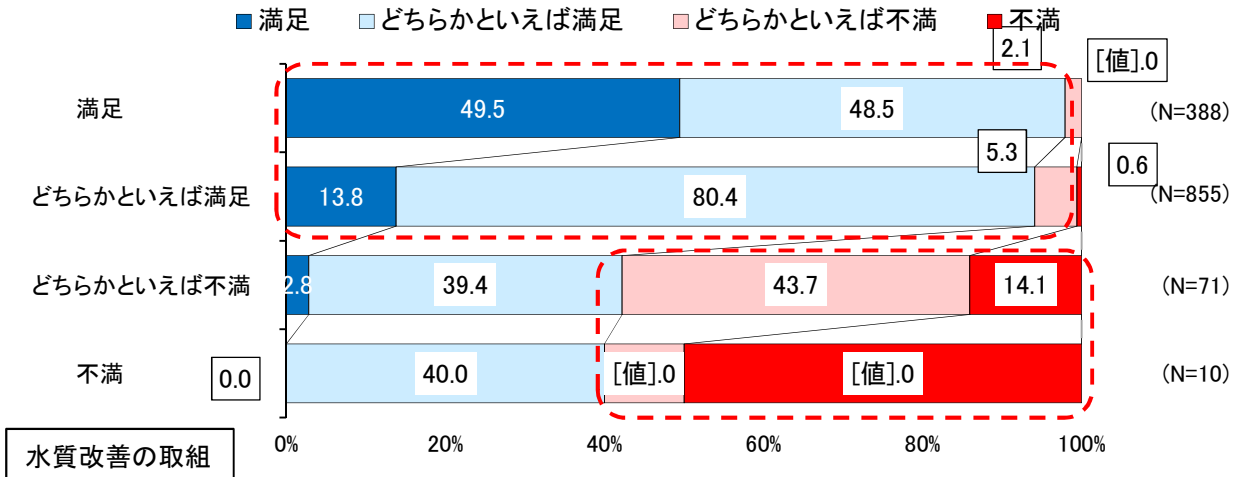


- 安心と感じている方は **97.9%**が水道に満足（どちらかといえばを含む）しています。
- 不安と感じている方は **60.7%**が水道に不満（どちらかといえばを含む）と回答しています。

※回答の構成比は百分率で表し、小数点第2位を四捨五入して算出しているため、回答比率の合計が100%にならない場合があります。

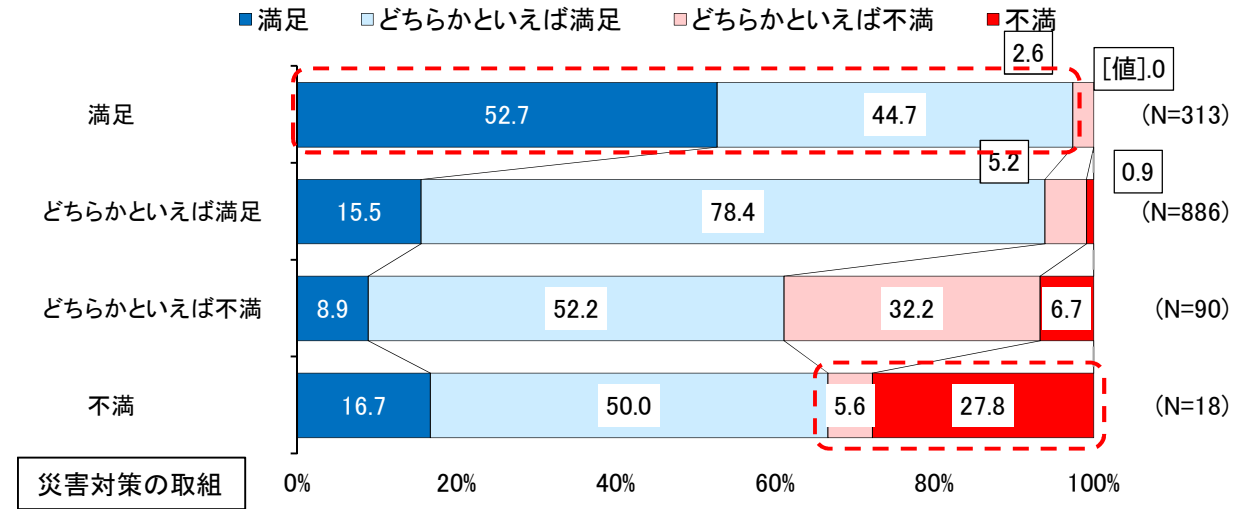
# 参考1.お客さま満足度に影響する要因

## ■ 水道への満足度×水質改善の取組への満足度



- 水質改善の取組に満足している方は**98.0%**が水道に満足（どちらかといえばを含む）しています。
- 水質改善の取組に不満な方は**60.0%**が水道に不満（どちらかといえばを含む）と回答しています。

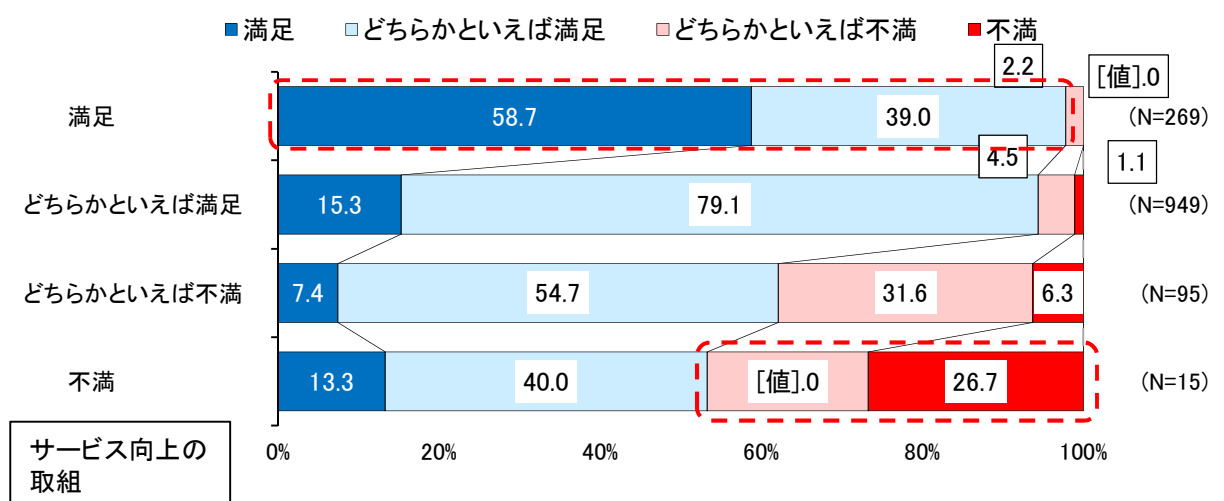
## ■ 水道への満足度×災害対策の取組への満足度



- 災害対策の取組に満足している方は**97.4%**が水道に満足（どちらかといえばを含む）しています。
- 災害対策の取組に不満な方は**33.4%**が水道に不満（どちらかといえばを含む）と回答しています。

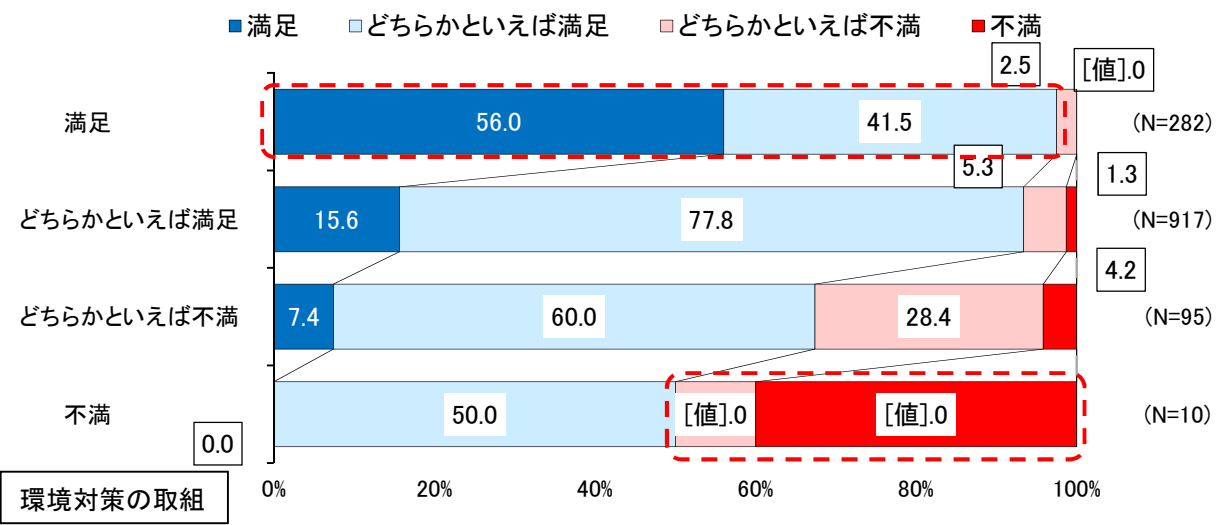
# 参考1.お客さま満足度に影響する要因

## ■ 水道への満足度×サービス向上の取組への満足度



- サービス向上の取組に満足している方は**97.7%**が水道に満足（どちらかといえばを含む）しています。
- サービス向上の取組に不満な方は**46.7%**が水道に不満（どちらかといえばを含む）と回答しています。

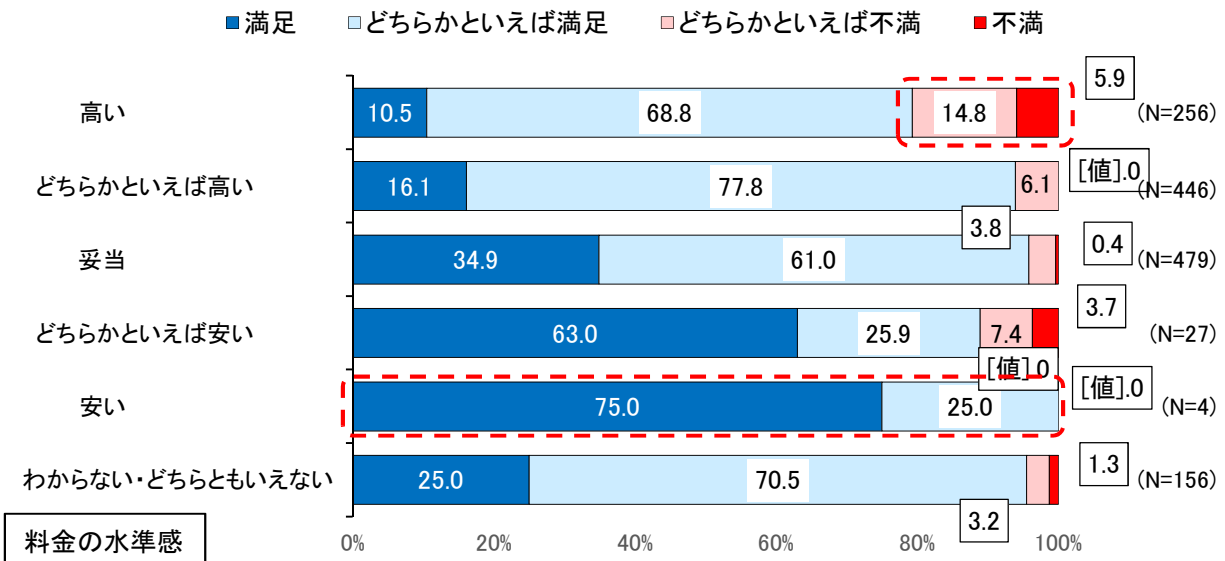
## ■ 水道への満足度×環境対策の取組への満足度



- 環境対策の取組に満足している方は**97.5%**が水道に満足（どちらかといえばを含む）しています。
- 環境対策の取組に不満な方は**50.0%**が水道に不満（どちらかといえばを含む）と回答しています。

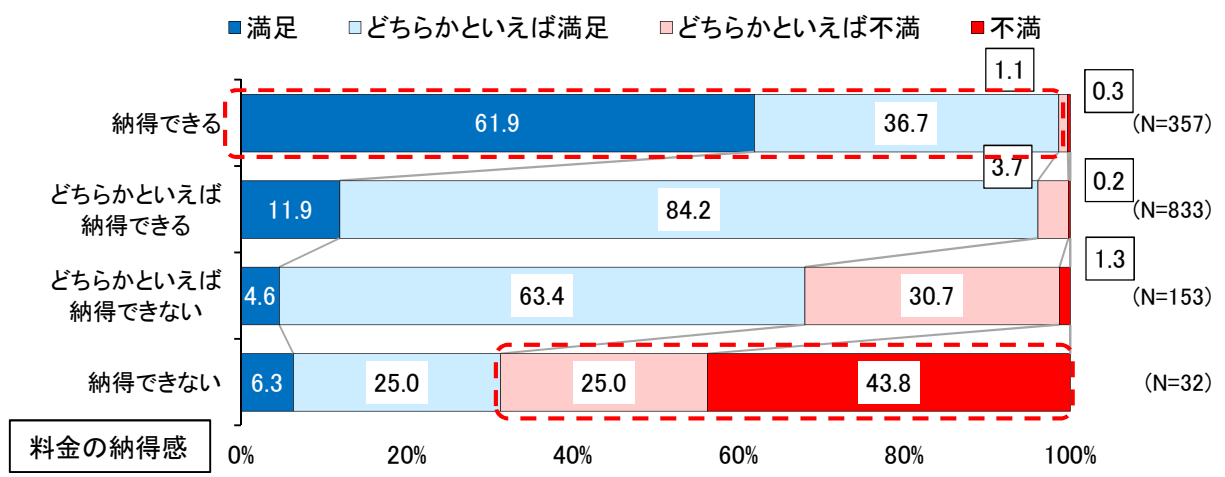
# 参考1.お客さま満足度に影響する要因

## ■ 水道への満足度×水道料金の水準感



- 水道料金を安いと感じている方は水道に満足（どちらかといえばを含む）しています。
- 水道料金を高いと感じている方は20.7%が水道に不満（どちらかといえばを含む）と回答しています。

## ■ 水道への満足度×水道料金の納得感

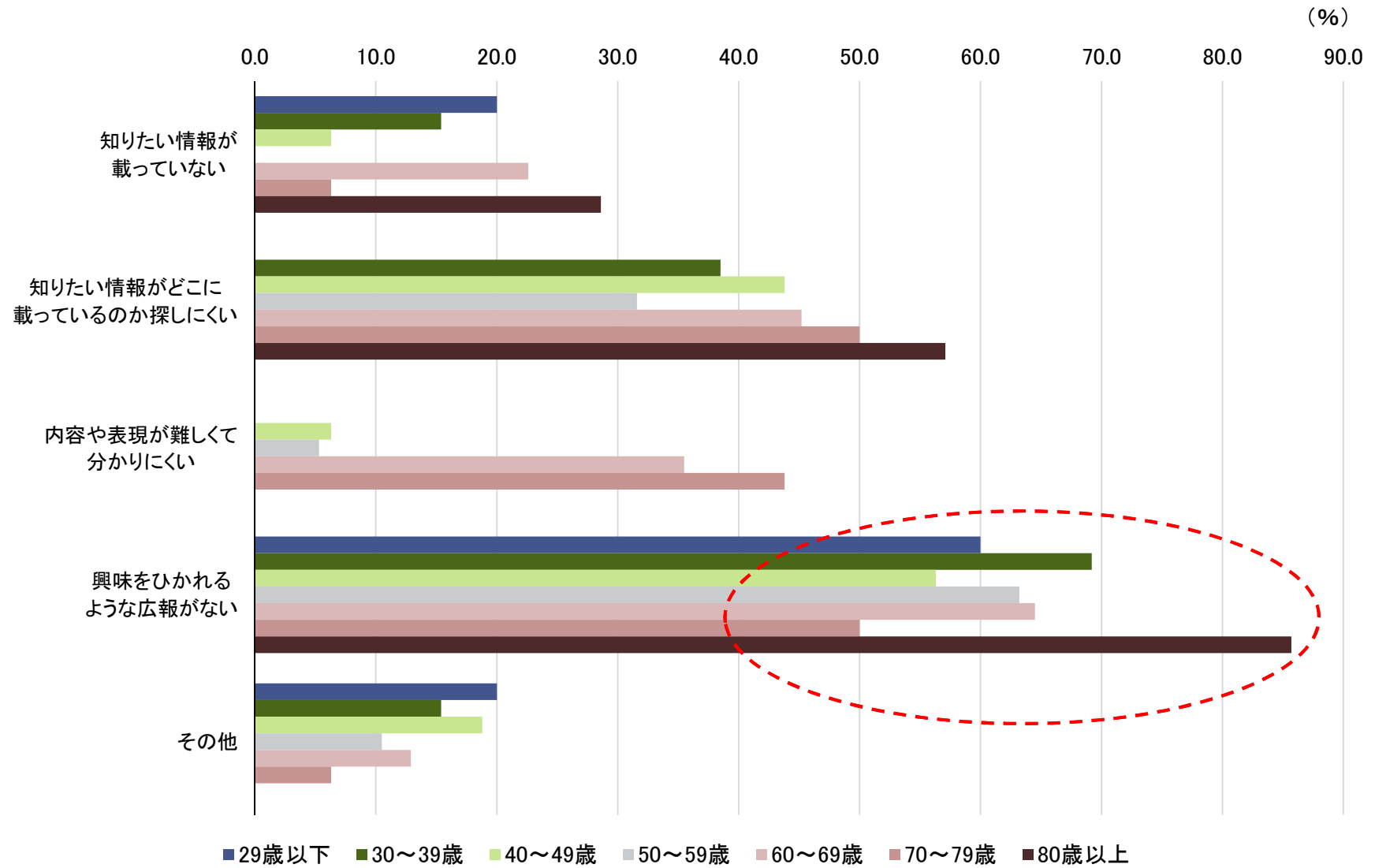


- 水道料金に納得できる方は98.6%が水道に満足（どちらかといえばを含む）しています。
- 水道料金に納得できない方は68.8%が水道に不満（どちらかといえばを含む）と回答しています。



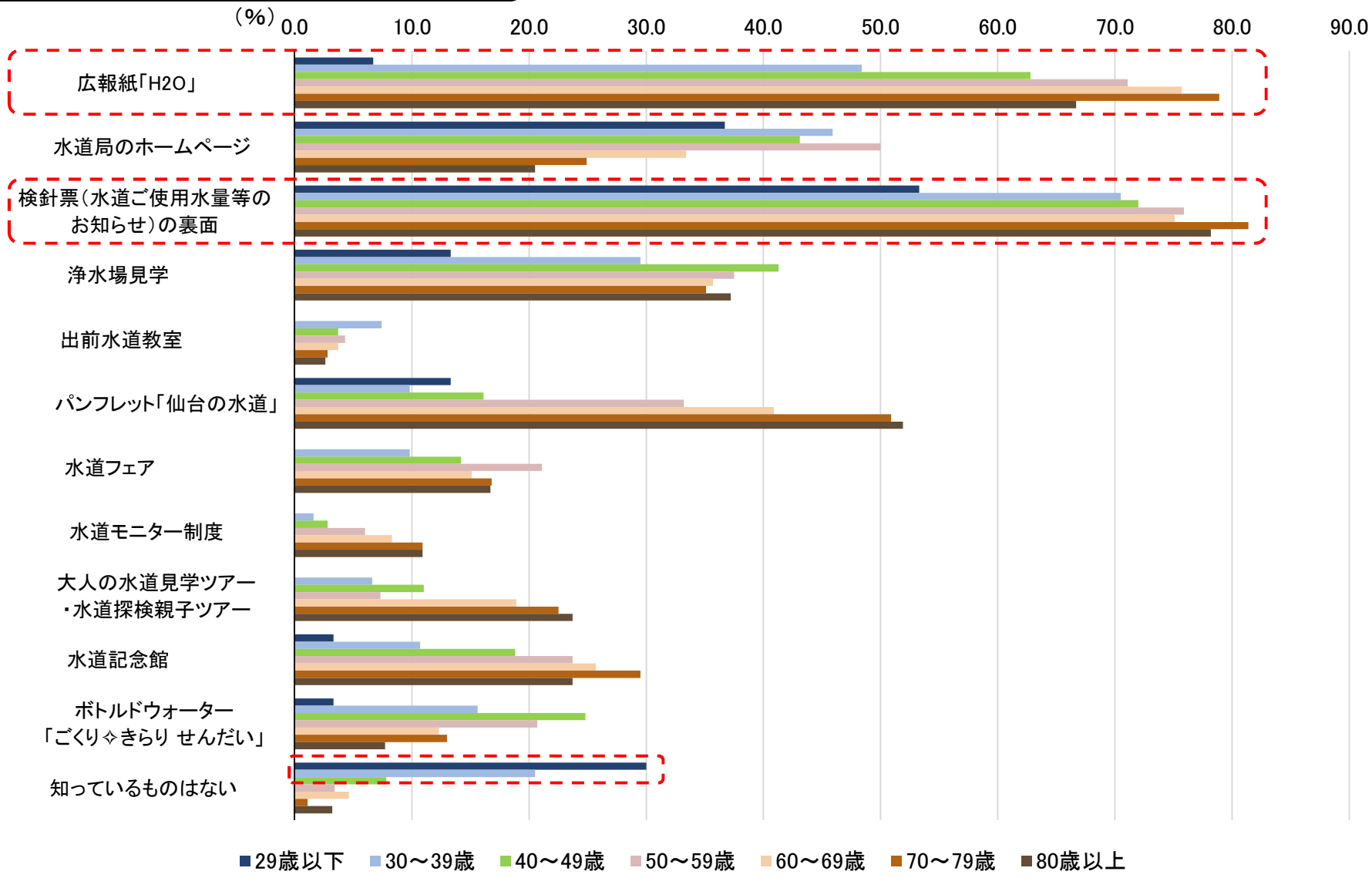
# 参考2.アンケート調査結果

## ■ 世代×広報の不満の理由



# 参考2.アンケート調査結果

## ■ 世代×広報の認知度



## 参考2.アンケート調査結果

### ■ 水道局の各種施策の認知度

		知っている		知らなかった		無回答		合計
		票数	割合(%)	票数	割合(%)	票数	割合(%)	
水をお届けするための取組	水質保全	451	31.9	808	57.1	157	11.1	1416
	浄水場における高度浄水処理	560	39.5	691	48.8	165	11.7	1416
	水安全計画の策定・運用	396	28.0	858	60.6	162	11.4	1416
	水質管理の充実・強化	570	40.3	672	47.5	174	12.3	1416
災害対策	施設や管路の更新・耐震化	813	57.4	432	30.5	171	12.1	1416
	水系の二系統化	362	25.6	898	63.4	156	11.0	1416
	災害時給水栓の設置	328	23.2	937	66.2	151	10.7	1416
	長期停電対策	391	27.6	875	61.8	150	10.6	1416
	地域や他都市と連携した防災訓練の実施	642	45.3	619	43.7	155	10.9	1416
サービス向上	水道局コールセンターの設置	787	55.6	478	33.8	151	10.7	1416
	水道修繕受付センターの設置	535	37.8	730	51.6	151	10.7	1416
	地元密着型水道修繕登録店制度	443	31.3	822	58.1	151	10.7	1416
環境対策	再生可能エネルギー設備の設置	238	16.8	1013	71.5	165	11.7	1416
	省エネルギー型機器への切替	245	17.3	1011	71.4	160	11.3	1416

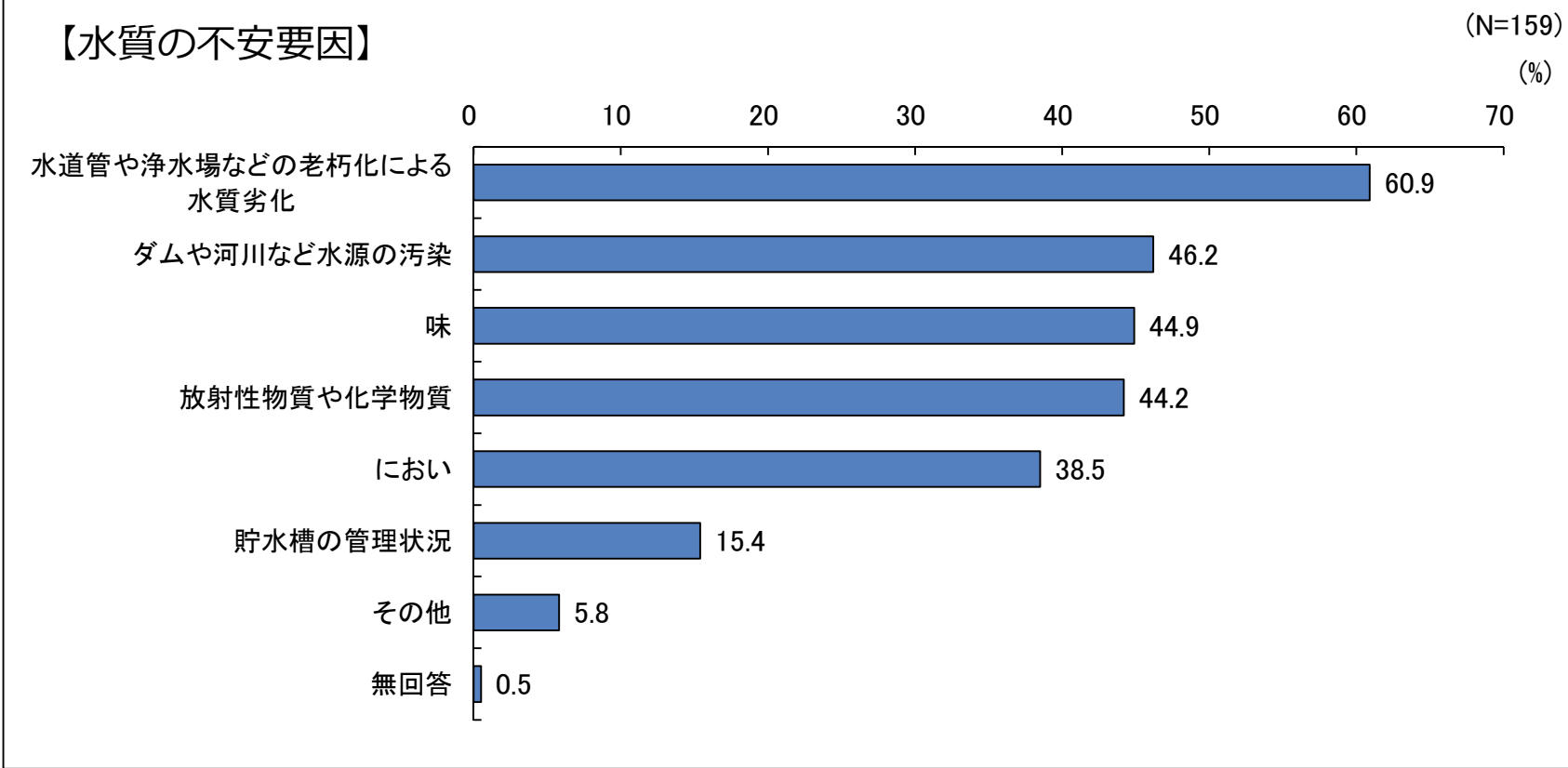
# 参考2.アンケート調査結果

## ■ 水道水の安心感

■ 安心    □ どちらかといえば安心    □ どちらかといえば不安    ■ 不安    □ 無回答

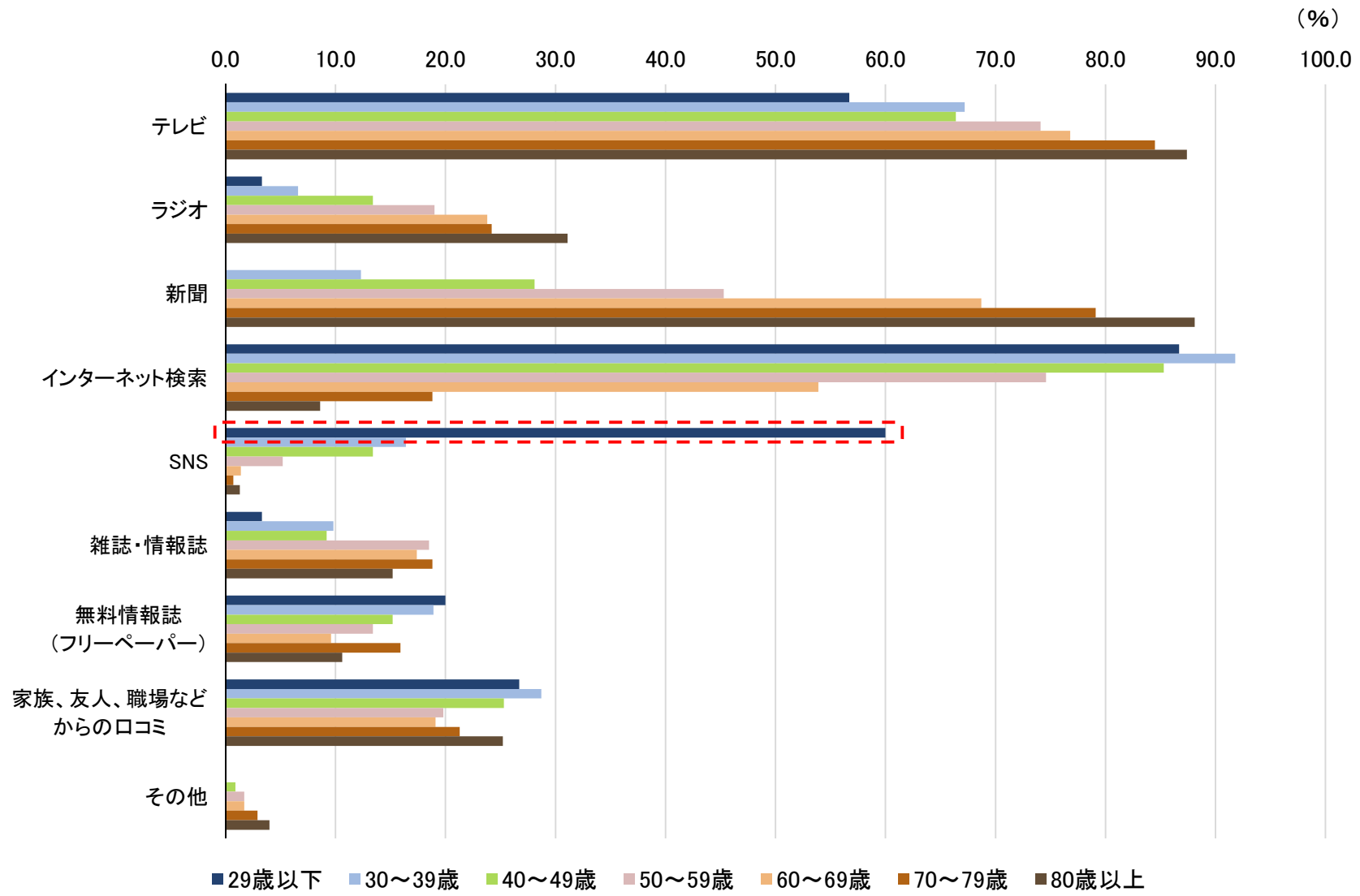


### 【水質の不安要因】



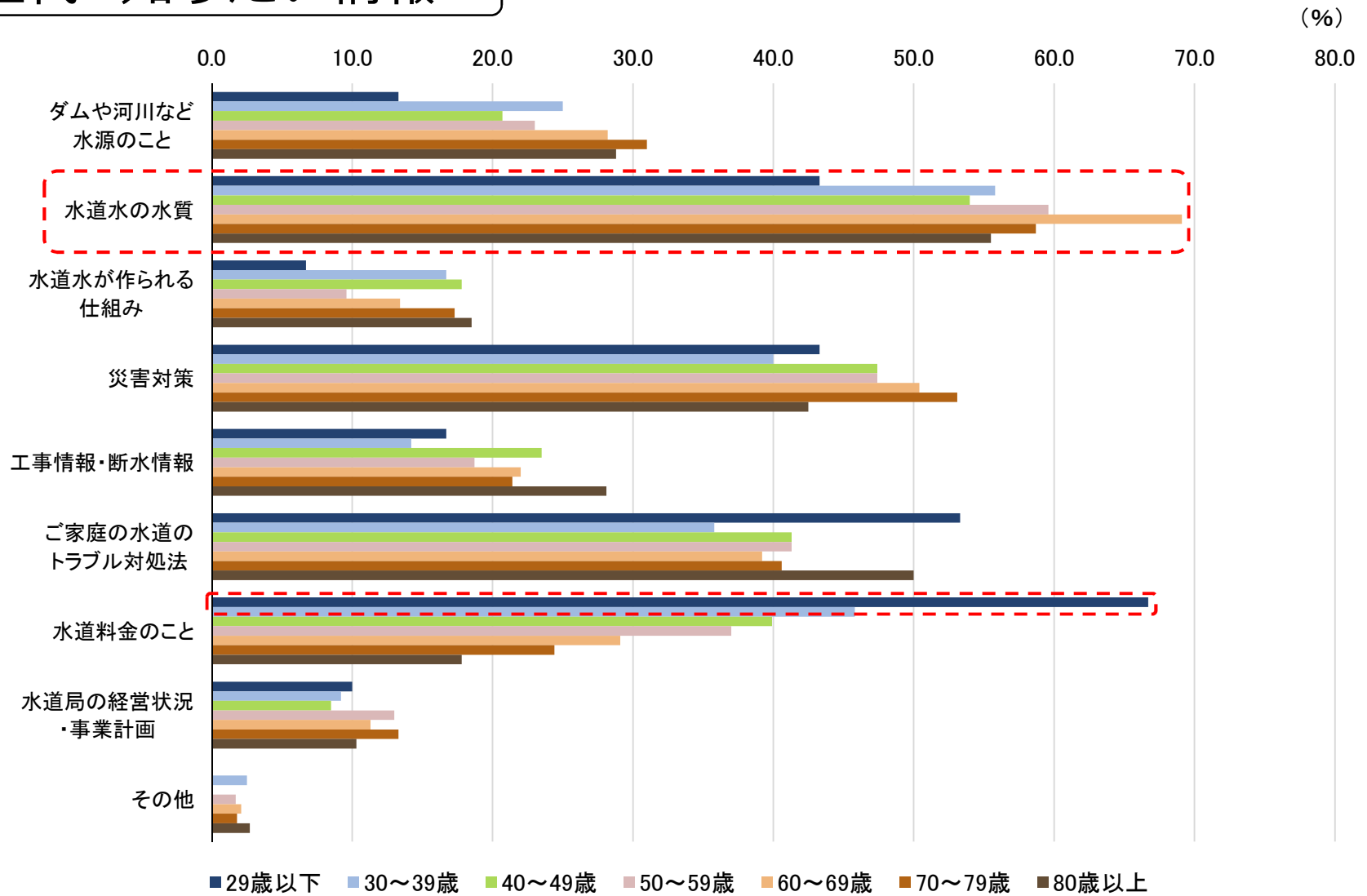
# 参考2.アンケート調査結果

## ■ 世代×知りたい情報の入手方法



# 参考2.アンケート調査結果

## ■ 世代×知りたい情報



# 参考2.アンケート調査結果

## ■ 世代×関心のある情報

