

池田市上下水道部広報戦略
～水恋（みずこい）プロジェクト～

池田市上下水道部



1. 趣旨

池田市上下水道部は、平成23年に「池田市上下水道ビジョン」を策定し、「美しい水を未来へ～A・Q・U・A Rise～」というキャッチフレーズを掛け声に、職員が一丸となって事業を進めているところであります。

池田市の上下水道事業を取り巻く環境は年々厳しくなっており、人口の減少による料金収入の低下や、施設の老朽化による更新・耐震化の必要など、さまざまな問題に直面しています。

今後、上下水道事業を将来にわたって途切れなく継続していくためには、利用者であるお客様のご協力が不可欠です。上下水道事業への理解を深めていただくことで、必要な工事や災害対策への協力が得られ、円滑な事業実施が可能となります。そして、お客様のニーズを出来るだけ多く把握することにより、料金支払いの当事者であるお客様に納得していただける事業を展開することができます。

本「池田市上下水道部広報戦略」は、ビジョンの目標に掲げられている、「広報活動の充実」を達成するために作られたものであり、池田市の上下水道が抱える課題を皆さまにも共有していただき、将来に向けて共に考え、歩んでいくための指針となるものです。

2. 広報活動における3つの課題

課題①：広報の浸透不足

上下水道が普及していなかった頃は、行政に対して上下水道整備への要望が非常に多く、関心を寄せていました。今や上下水道は「あって当たり前」の存在になってしまい、「上下水道は終わったもの」としてお客様の関心も薄くなってきています。

課題②：お客様とのコミュニケーション不足

お客様からご意見・ご要望を聴取するためのコミュニケーションの場が少なく、真にお客様が求めている情報を提供できていない可能性があります。また、お客様の年代や性別によって、利用するメディアや内容そのものへの興味も異なるため、幅広い広報の手段が求められています。

課題③：目指すべき方向性が不明確

各所からご依頼・ご提案があれば積極的に新規に広報活動をしたり、広報紙やモニター会議といった今までの広報活動についても改善・リニューアルを繰り返していますが、年度単位やイベント単位といった、その場その時点の出来合いに一喜一憂するような状態が続いており、中長期にわたり目指すべき広報活動の方向性が確立していません。

3. 広報活動の目的・目標

広報活動の目的：お客様と上下水道部が恋に落ちる

前頁で挙げられた「課題①：広報の浸透不足」、「課題②：お客様とのコミュニケーション不足」、「課題③：目指すべき方向性が不明確」の3つの課題を踏まえ、上記のとおり広報活動の目的を定めました。これは、お客様の知りたい情報や、こうしてほしいといった要望を上下水道部が積極的に理解し、一方では、お客様が自ら進んで上下水道部に協力していただけるような、相互理解の関係を恋愛になぞらえています。

広報活動の目標：水恋指数の向上

上記の目的に対して、お客様とどれくらいラブラブなのか（相互理解がどのくらい進んでいるか）を把握するために、水恋指数（お客様満足度）を設けます。これは、お客様が水道の水質に満足しているか、水だより（上下水道広報紙）を読んで頂けているか、上下水道の工事にご理解頂けているかなどを、市民アンケートにより調査し、その結果からお客様の上下水道部に対する想いを確認するものです。この水恋指数を向上させることを広報活動の目標としました。

これらの目的・目標を達成するため、本広報戦略を『水恋（みずこい）プロジェクト』と称し、全職員が積極的に広報活動に取り組んでいきます。水恋プロジェクトの具体的な取り組みについては次頁にて紹介します。

4. 広報活動の3ステップ ～水恋(みずこい)プロジェクト～

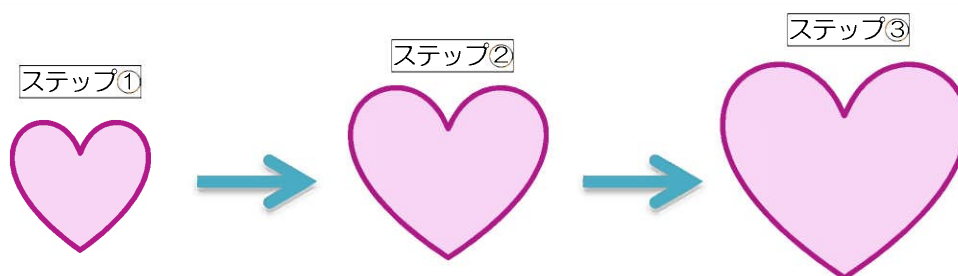
知りあっていきなり一目ぼれ！？なんてこともあるかもしれませんが、深い関係を築くには段階を踏んでいく必要があります。全く上下水道に興味がない方にも、最終的には上下水道を好きになっていただけるよう、広報活動のレベルを3ステップに分けました。

～恋に落ちるまでの3ステップ～

ステップ①：接点を持つ ～まずはお知り合いに～

ステップ②：互いを知る ～知り合って仲良しに～

ステップ③：共に歩む ～仲良くなったら手を取り合って～



ハートの大きさに応じて、広報の内容が変化します。

5. 今後の展開

ステップ①：接点を持つ ～まずはお知り合いに～

【あらゆるところで目に留まる広報を】

より多くのお客様に上下水道事業に関心を持ってもらえることを目標とし、今現在行っている全ての広報活動を見直し、改善します。また、池田市の上下水道をより身近に感じてもらいやすくなるような仕掛け（キャラクター、ストーリーなど）でブランドイメージを確立し、情報の拡散を促進します。

【職員一人ひとりが広報マン】

広報活動は本来、事業やサービスと一体のものであり、イベント時だけが広報活動というわけではありません。常日ごろの電話対応や窓口での受付を通じて、お客様の要望を汲み取って反映させることも広報活動の一つであり、その役割は極めて重要なものです。

そのため、職員一人ひとりが広報活動の担い手（＝広報マン）であることを自覚し、意欲的に広報活動に参加できるようにします。

ステップ②：互いを知る ～知り合って仲良しに～

【コミュニケーションの機会を拡大する】

お客様のさまざまなニーズに応えるとともに、コミュニケーションを通して信頼を得られるような機会を拡大します。インターネットを利用した広報にも力を入れ、一方的に情報を投げるだけでなく、双方向のコミュニケーションが取れるような体制を整えます。

ステップ③：共に歩む ～仲良くなったら手を取り合って～

【お客様とともに未来を考える】

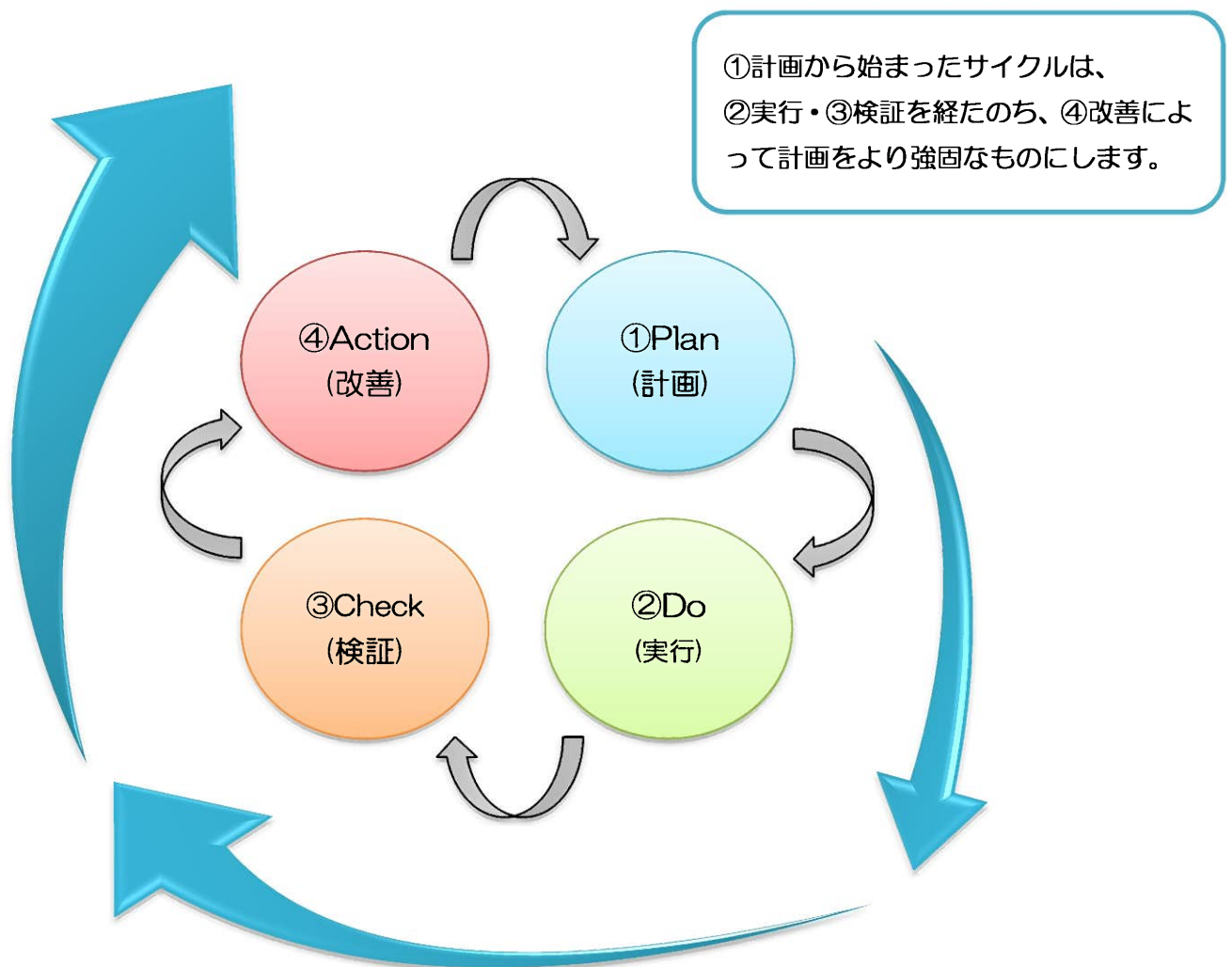
集中豪雨や地震への対策など、私たち上下水道部とお客様が協力して考えていかなければならない課題は多くあります。このような多くの課題に対して、他人事ではなく「自分ごと」として、私たちとお客様が一体となって未来の上下水道を築いていけるようにします。

行動計画（アクションプラン）

広報戦略を実現するため、前ページのステップ①～③に基づき行動計画（アクションプラン）を作成しました。アクションプランの計画期間は3年間で、毎年度末に全体見直しの機会を設けます。また、年度途中でも問題があれば計画を見直し、常に目標へと向かうようにします。そして、数年に一度行う市民アンケート調査（次回は平成30年度）を最重要視し、その結果をもとにアクションプランを刷新します。

【広報推進会議によるPDCAサイクルの構築】

各課より1名を選抜して行われる広報推進会議にて、各広報活動の具体的運営を行います。毎回のイベントごとに反省会を行い、アクションプランへのフィードバックを行うほか、年度末には年間の結果報告とともに精査を行います。



H28～30アクションプラン

広報レベル	広報活動	内容	スケジュール		
			H28	H29	H30
ステップ1 接点を持つ	ホームページの内容の充実	見やすく、わかりやすく、興味を惹けるようなホームページを目指します。また、アンケート調査等のご意見に基づき、お客様が求めている情報を優先的に提供できるよう改善します。	検討	実施	
	広報紙「水だより」の新たな方向性の検討	過去の記事を見直し、内容やデザイン・レイアウトに改善すべきところがないか精査します。また、既存の広報紙とは違ったアプローチで、普段広報紙を読んでない方にも手に取っていただけるような臨時号の発行を検討します。	検討	実施	
	イベント活動の精査	個々のイベント活動（水道週間、水の週間、下水道の日、サイクル&エコカーニバル出展）の精査をします。また、1年間を通してイベント活動に連続性を持たせ、広報効果を上げられないか検討します。	検討	実施	
	「水恋プロジェクト」の認知度アップ	「水恋プロジェクト」の認知を広めるため、イベント等で大々的に広報することができないかを検討します。	検討・実施		
	PRグッズ・PRキャラクターの導入・開発	お客様との距離を縮められるよう、イベント等で利用できるような新たなPR媒体の導入・開発を検討します。	検討・実施		
	プレスリリースの強化	池田市の上下水道の価値を高めるため、マスメディア・インターネットで取り上げてもらえるような情報を積極的に発信していきます。	検討	実施	
	各種団体との連携	近隣の学校や自治体、市内業者などと連携して、幅広い広報活動ができないか検討します。	検討・実施		
	新たな広報媒体の検討	既存にない広報媒体（マンガ冊子、キッズサイト等）での広報が実現できないかを検討します。	検討・実施		
	職員の意識啓発	広報担当でない職員にも広報の重要性を認識させるため、研修等での啓発活動を行います。また、広報技術の向上のため、他課の職員にも広報担当課の業務を経験させ、「職員一人ひとりが広報マン」を目指します。	検討	実施	
	組織内の情報伝達を密にする	各課の情報を共有し、広報活動の課題解決やお客様の要望にスピーディに対応できるような仕組みを整えます。	検討	実施	

広報レベル	広報活動	内容	スケジュール		
			H28	H29	H30
ステップ2 互いを知る	SNSの導入	双方向コミュニケーションの一助として、SNS（Facebook、Twitter等）の導入を検討・実施します。	検討・実施		
	体験型出前講座の実施	より気軽にお客様とコミュニケーションを取るための手段として、職員が出向いて実験を通して上下水道について説明する、体験型出前講座を実施します。	実施		
	お客様ニーズの調査	数年に一度の大規模なアンケート調査のほか、イベント時や街頭での調査活動を行い、お客様ニーズの正確な把握を目指します。	実施		
	インターネットモニター制度の検討	インターネットモニター制度を実施し、お客様のご意見を聴取しやすくなる環境を整えます。	検討・実施		
ステップ3 共に歩む	モニター会議の刷新	現行のモニター制度で頂いた意見を効率良く取り入れられる仕組みを整えます。また、幅広い世代に参加していただくため、新しい形のモニター制度を検討します。	検討	実施	
	防災訓練の実施	市役所の危機管理課やBCP（業務継続計画）の担当職員と連携して、大規模な防災訓練を実施できないか検討します。	検討・実施		
	市民参加型の広報活動	お客様と協力してイベントを企画・運営するなど、協働して広報活動を行う仕組みを確立します。	検討・実施		