

**第13回**  
**東京都水道事業運営戦略検討会議**  
**参 考 資 料**

**令和3年7月20日**

# 目次

1	令和2年度水道料金収入分析	3
2	人材育成	8
3	お客様の声の事業への反映	11

# 当局の料金制度（1）

○ 当局の水道料金は、給水管の呼び径（口径）と使用水量に応じて1m<sup>3</sup>ごとの料金の変動する従量料金制を採用

給水管の呼び径		基本料金	従量料金								
小口径	25mm以下	860円～ 1,460円	～5 m <sup>3</sup> 0円	6～10m <sup>3</sup> 1 m <sup>3</sup> につき 22円	11～20m <sup>3</sup> 1 m <sup>3</sup> につき 128円	21～30m <sup>3</sup> 1 m <sup>3</sup> につき 163円	31～50m <sup>3</sup> 1 m <sup>3</sup> につき 202円	51～100m <sup>3</sup> 1 m <sup>3</sup> につき 213円	101～200m <sup>3</sup> 1 m <sup>3</sup> につき 298円	201～ 1,000m <sup>3</sup> 1 m <sup>3</sup> につき 372円	1,001m <sup>3</sup> ～ 1 m <sup>3</sup> につき 404円
中口径	30mm・40mm	3,435円～ 6,865円	～100m <sup>3</sup> 1 m <sup>3</sup> につき213円						101～200m <sup>3</sup> 1 m <sup>3</sup> につき 298円	201～ 1,000m <sup>3</sup> 1 m <sup>3</sup> につき 372円	1,001m <sup>3</sup> ～ 1 m <sup>3</sup> につき 404円
大口径	50mm・75mm	20,720円～ 45,623円	～1,000m <sup>3</sup> 1 m <sup>3</sup> につき372円								1,001m <sup>3</sup> ～ 1 m <sup>3</sup> につき 404円
特大口径	100mm以上	94,568円～ 816,145円	1 m <sup>3</sup> につき404円								

# 当局の料金制度（2）

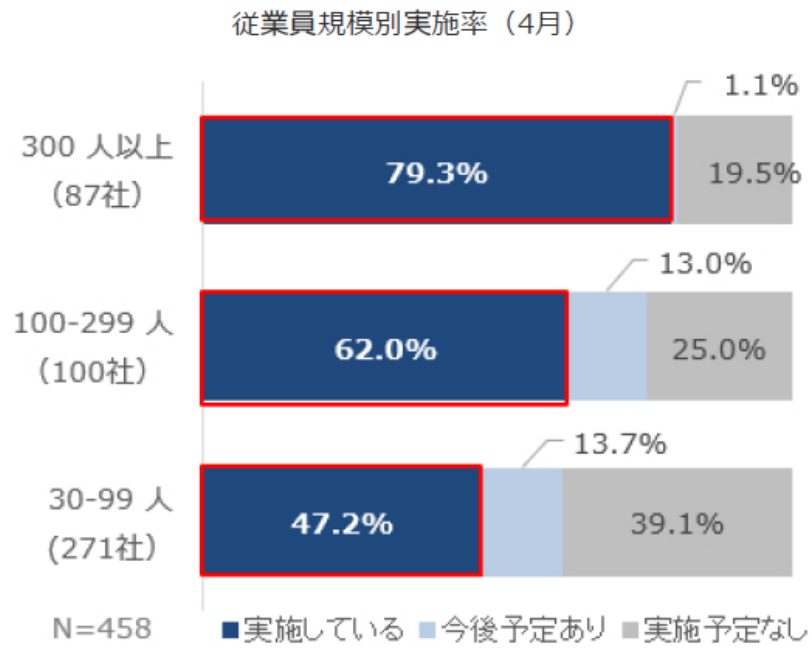
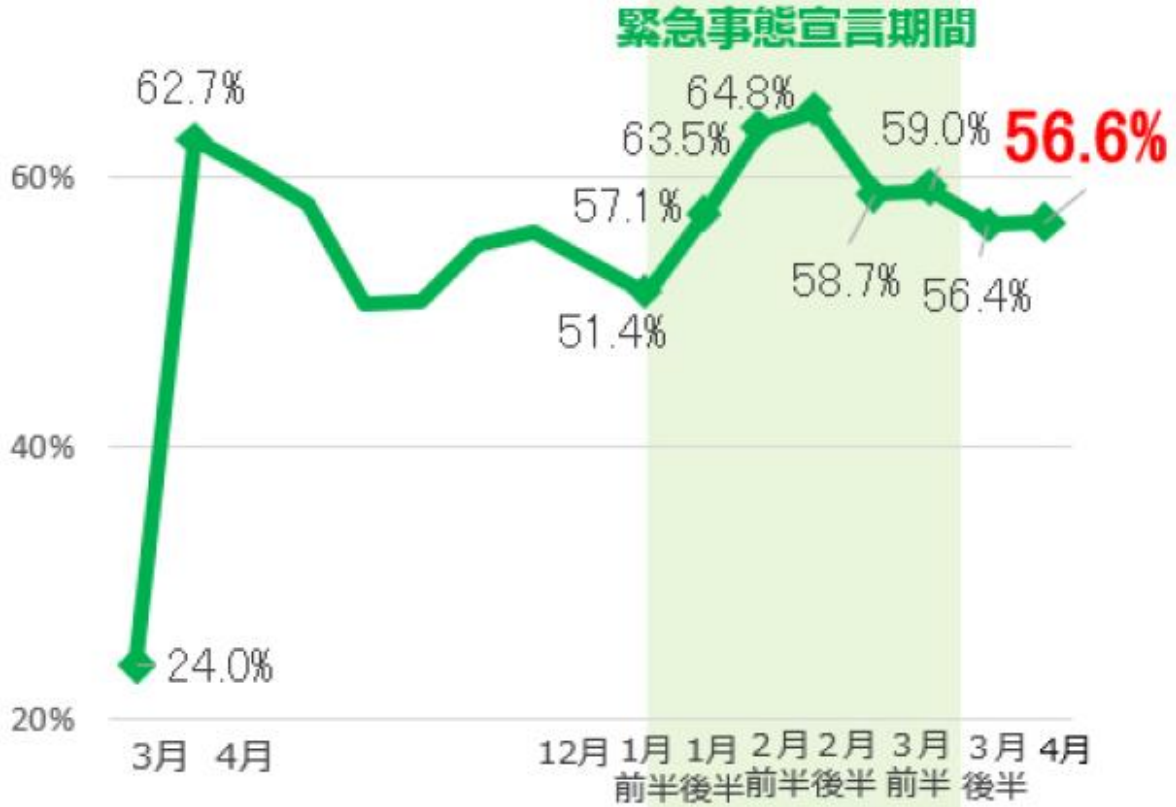
- お客様の用途によって口径の大きさ（小口径、中口径、大口径、特大口径）に違いがある

給水管の呼び径		主なお客様
小口径	25mm以下	家庭、事務所、工場、社会福祉施設、理容・美容業 等
中口径	30mm・40mm	事務所、工場、学校、社会福祉施設、保育園 等
大口径	50mm・75mm	事務所、学校、社会福祉施設、工場、医療機関 等
特大口径	100mm以上	交通機関、大学、ホテル 等

# 経済の動向（1）

○ 令和2年4月以降、都内企業のテレワーク実施率が大幅に増加（特に従業員数の多い企業）

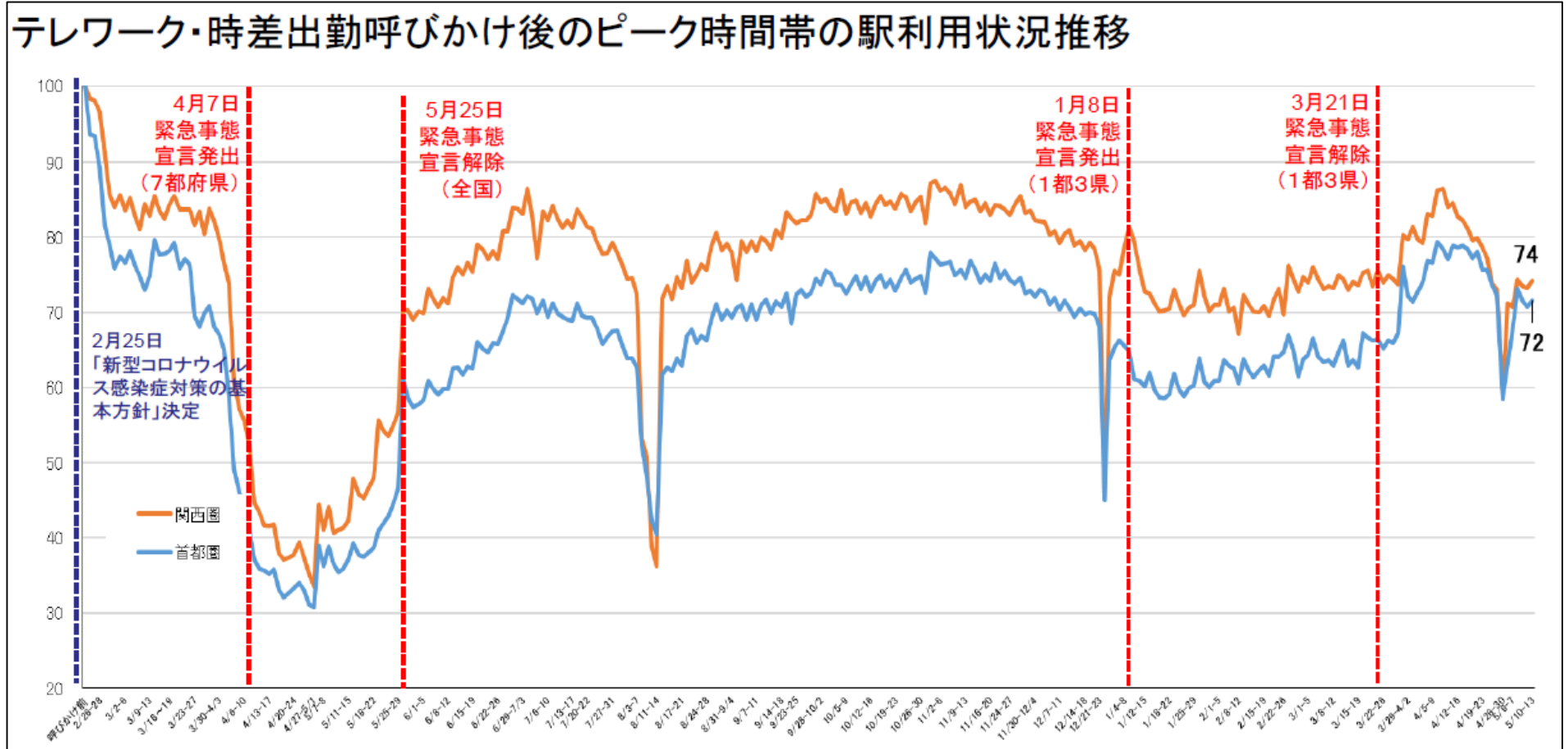
都内企業（従業員30人以上）のテレワーク実施率の推移



（出典：令和3年5月7日東京都産業労働局報道発表資料）

# 経済の動向（2）

## ○ 人流が抑制され、公共交通機関の利用者が減少

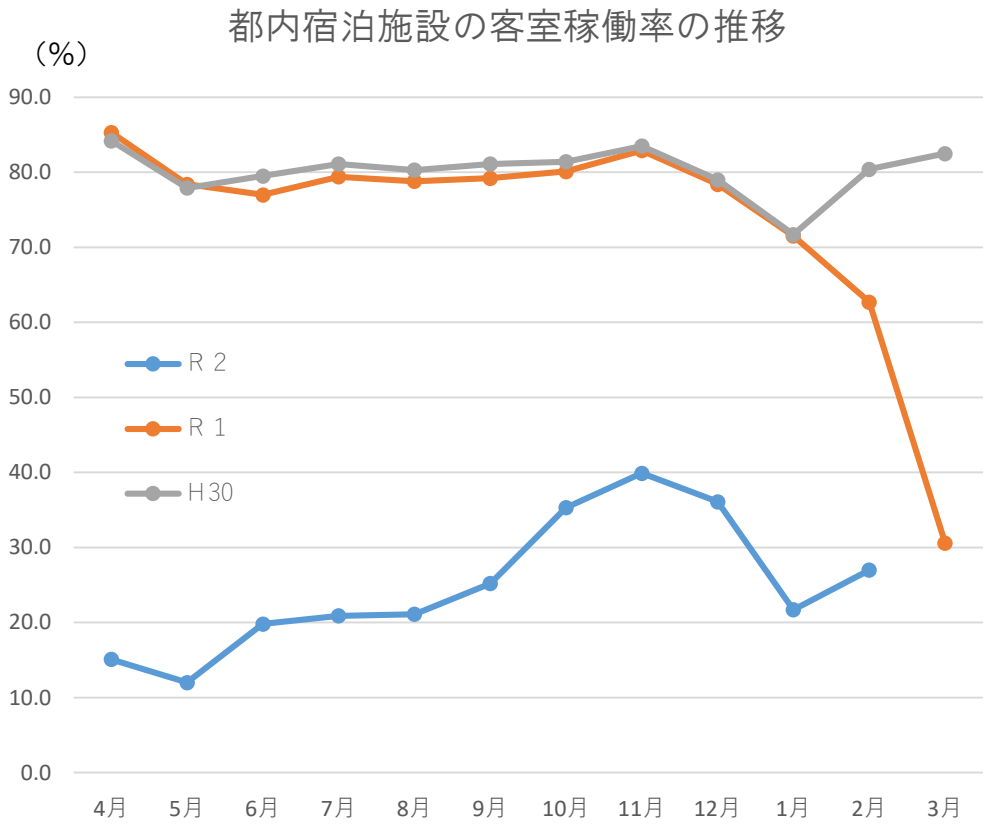
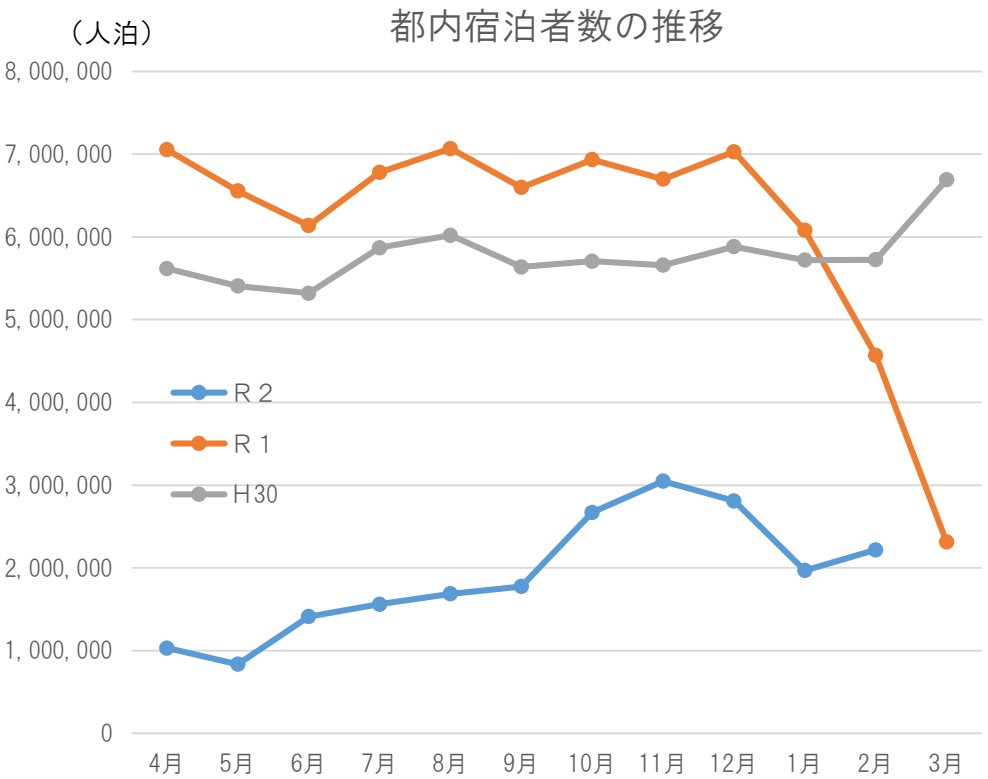


(出典：内閣官房HP (5/18時点))

※JR(JR東日本、JR西日本)、大手民鉄(東武、西武、京成、京王、小田急、東急、京急、東京メトロ、相鉄、近鉄、南海、京阪、阪急、阪神)の主なターミナル駅における  
 平日ピーク時間帯の自動改札出場者数の減少率の平均値  
 ※数値は、呼びかけ前を100とした場合の指数  
 ※「呼びかけ前」は、2月17日の週の特定日  
 ※ピーク時間帯は、各駅において7:30~9:30の間の1時間で最も利用者が多い時間帯  
 ※主なターミナル駅は、以下のとおり  
 首都圏：東京、新宿、渋谷、品川、池袋、高田馬場、大手町、北千住、押上、日暮里、町田、横浜  
 関西圏：大阪・梅田、京都、神戸三宮、難波、京橋

# 経済の動向（3）

- 令和2年度の都内宿泊者数は前年度比72%減
- 都内宿泊施設の客室稼働率も大幅減

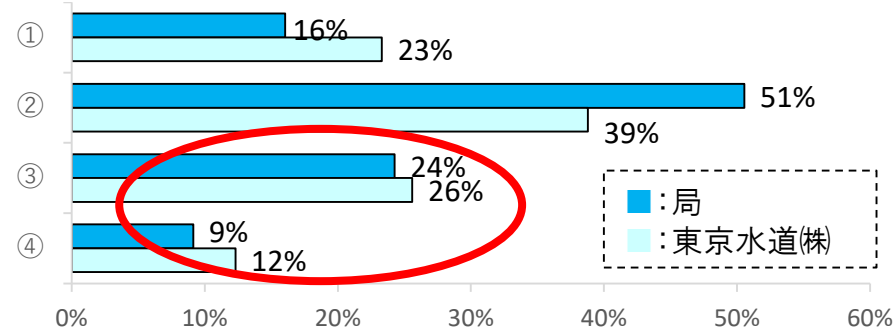


(出典：観光庁 宿泊旅行統計調査)  
 ※令和3年3月分は未発表

# 職員・社員アンケート結果（1）

◆局職員 :R2. 6月～ 7月実施 対象者3,762人 回答2,694人 回答率71.6%  
 ◆東京水道(株)社員 :R2.11月～12月実施 対象者2,262人 回答1,038人 回答率45.9%

## ○技術・専門スキルが部下、後輩へ引き継がれているか

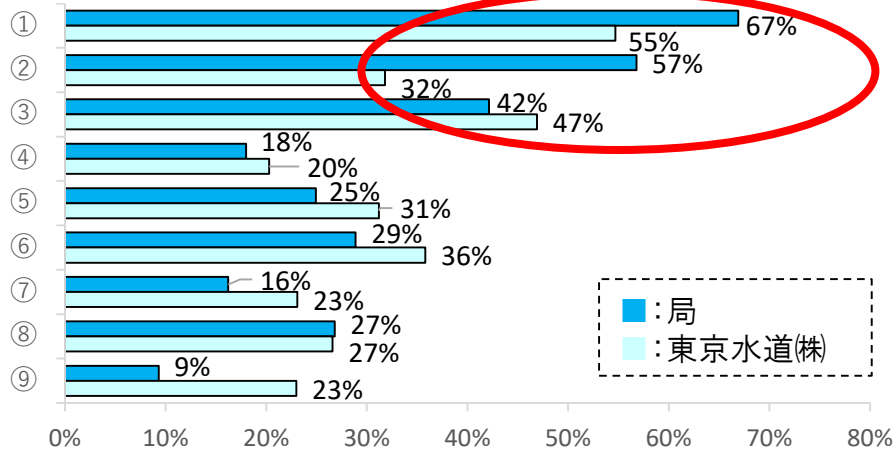


【選択肢】※単一選択

- ① そう思う
- ② どちらかと言えばそう思う
- ③ どちらかと言えばそう思わない
- ④ そう思わない

⇒局職員の約3割、東京水道(株)社員の約4割が、技術継承がうまくできていない、との回答

## ○今後の人材育成に関する課題



【選択肢】※複数選択

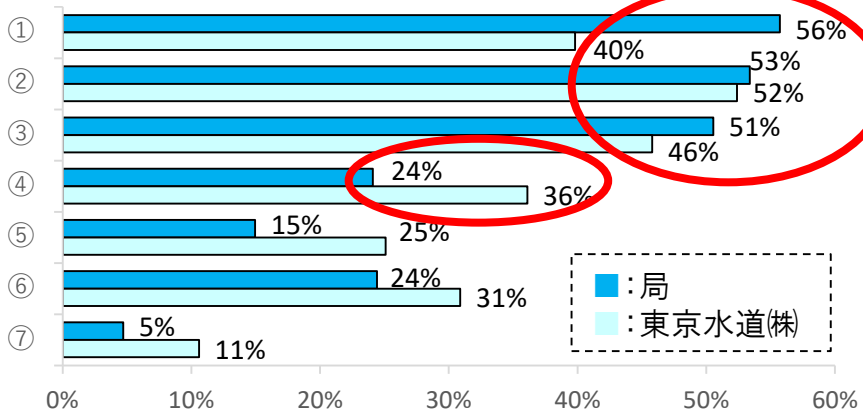
- ① 実務に精通したベテラン職員(社員)の減少
- ② 現場業務を直接経験できるような職場の減少
- ③ 継承すべき知識や技術等の体系化、整理
- ④ 最新の技術動向の把握・更新
- ⑤ 特定の系列や分野のみでの人事配置・異動
- ⑥ 職場内の円滑なコミュニケーション
- ⑦ 管理職と職員(社員)の間の意思疎通
- ⑧ 本局(本社)と事業所間の意思疎通
- ⑨ その他

⇒ベテランや現場の減少に加え、知識や技術の体系化・整理が課題との声



# 職員・社員アンケート結果（2）

## ○ジョブローテーションにおいて重要なこと

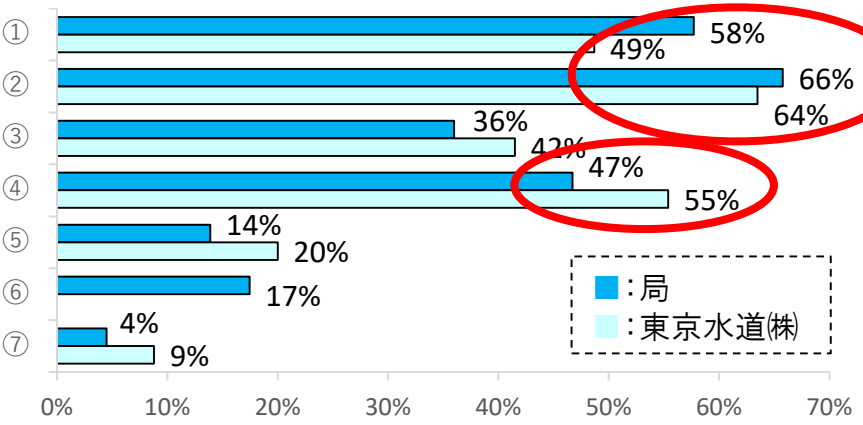


【選択肢】※複数選択

- ① 現場業務に直接従事する人事配置・異動
- ② 特定分野で経験を重ねる人事配置・異動
- ③ 幅広い分野でキャリアを重ねる人事配置・異動
- ④ 各職層の到達イメージや標準的なキャリアパス明示
- ⑤ 管理職とのきめ細かな意見交換
- ⑥ 相談できる先輩職員(社員)等の存在
- ⑦ その他

⇒それぞれの経験を重視する声に加え、標準的なキャリアパスを求める声もあり

## ○OJTにおいて重要なこと



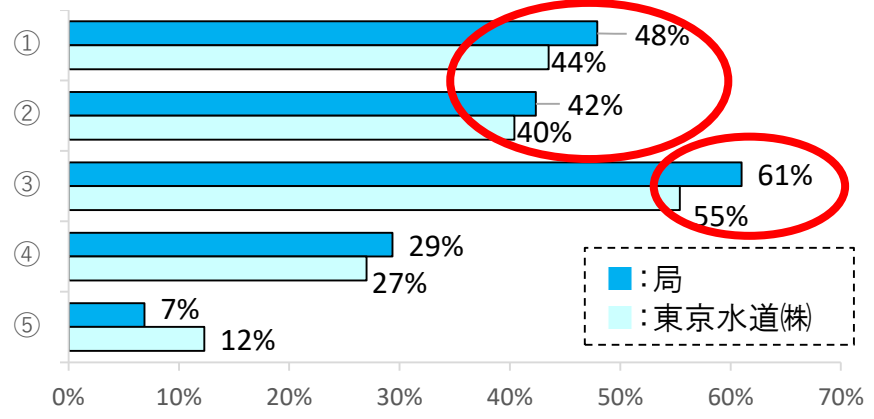
【選択肢】※複数選択

- ① 上司、先輩職員(社員)の専門的な技術・知識等
- ② 上司、先輩職員(社員)の分かりやすい指導方法
- ③ 上司、先輩職員(社員)の意識付け
- ④ 若手職員(社員)等の意識付け
- ⑤ ナレッジバンクの内容の充実
- ⑥ 水道エキスパートの効果的な活用 ※局のみ
- ⑦ その他

⇒先輩職員(社員)等による専門的知識に加え、分かりやすい指導方法を重視

# 職員・社員アンケート結果（3）

## ○研修において重要なこと

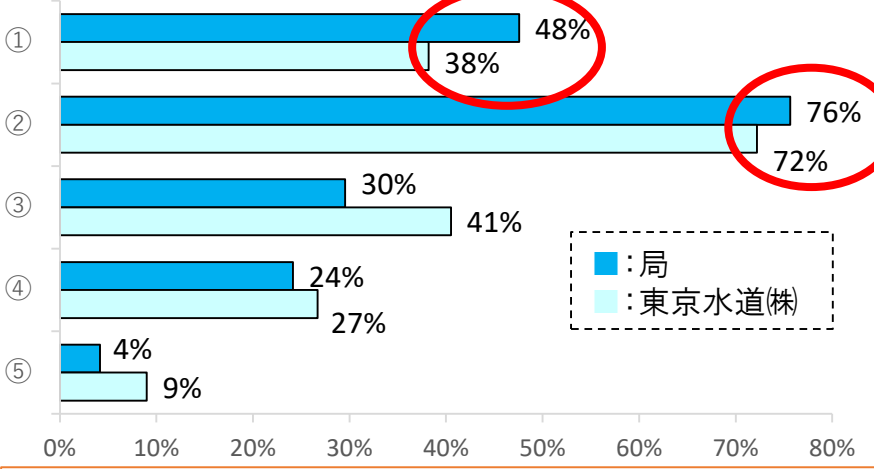


【選択肢】※複数選択

- ① 研修施設での体験型研修の充実
- ② 高度な技術・スキルを学ぶ専門的な研修の充実
- ③ 若手職員(新入社員)等が基礎的な実務を学ぶ研修の充実
- ④ 局以外(社外)の者と交流し、外部からの刺激を受けられる研修の充実
- ⑤ その他

⇒若手職員(社員)等のための基礎研修や、体験型研修の充実を求める声

## ○職場の雰囲気醸成、職員の意識啓発において重要なこと



【選択肢】※複数選択

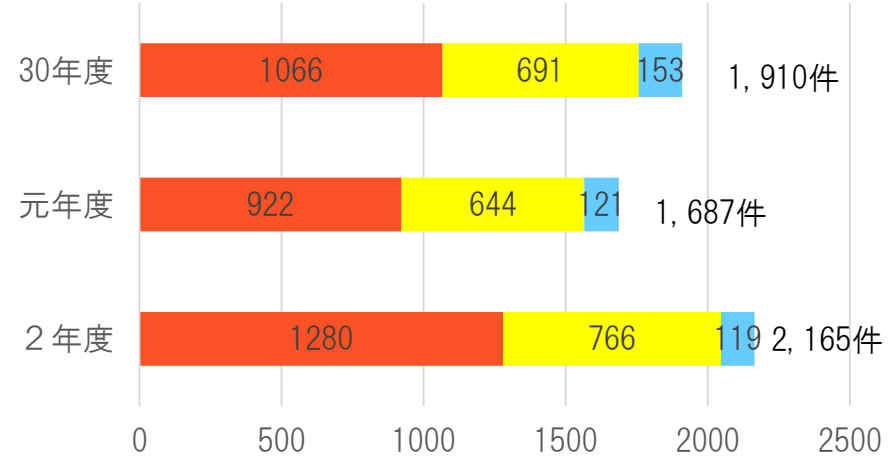
- ① 職場のコミュニケーションの活性化
- ② 若手職員(社員)が質問しやすい職場の雰囲気醸成
- ③ 管理職のマネジメント力強化、職員(社員)とのコミュニケーションを活性化
- ④ 本局(本社)・事業所間のコミュニケーションの活性化
- ⑤ その他

⇒若手職員(社員)が質問しやすい雰囲気、職場内のコミュニケーション活性化が重要

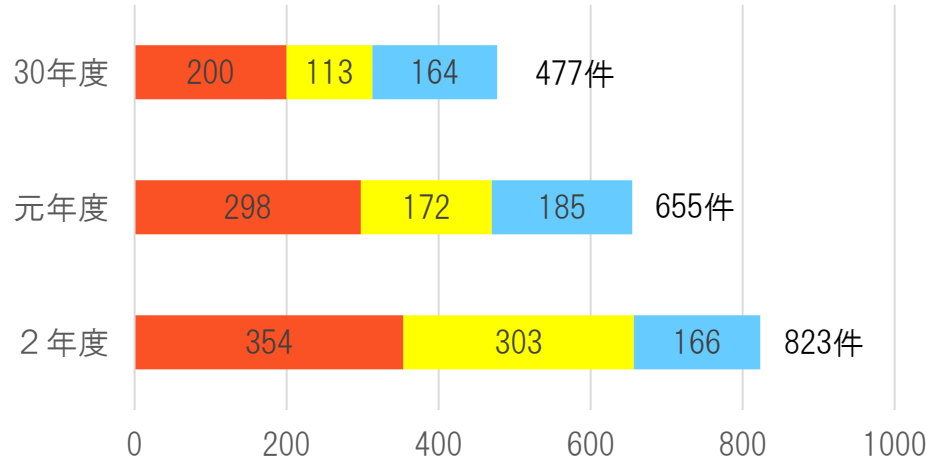
# 令和2年度に寄せられた声（受付別）

受付別		2年度		元年度		30年度	
お客さまセンター	苦情	1,280	2,165	922	1,687	1,066	1,910
	要望	766		644		691	
	感謝	119		121		153	
メール	苦情	354	823	298	655	200	477
	要望	303		172		113	
	感謝	166		185		164	
事業所	苦情	12	27	17	36	18	31
	要望	13		17		10	
	感謝	2		2		3	
合計件数		3,015		2,378		2,418	

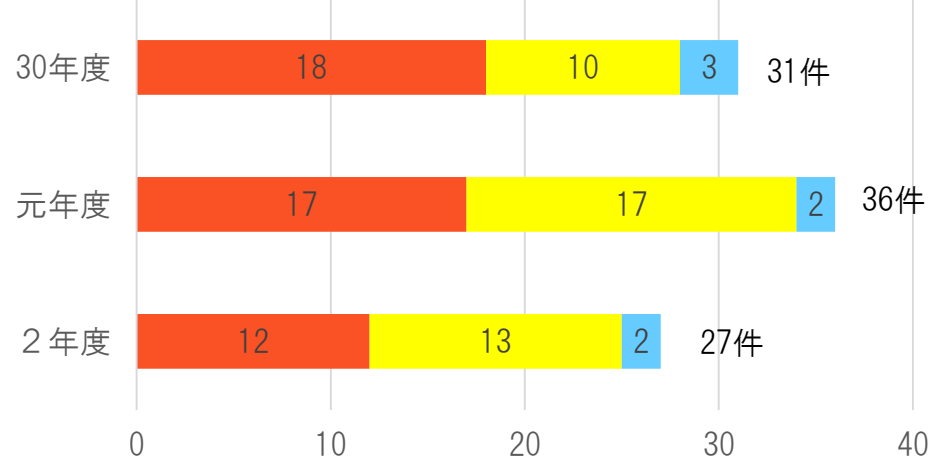
【お客さまセンター】



【メール】



【事業所】



# 水道事業に対するお客さまへのアンケート調査の状況

## 東京水道あんしん診断お客さまアンケートの実施状況(令和元年度末時点)

	R1	H30	H29
アンケート配布数	1,072,831	1,370,148	1,404,937
回収結果	108,013	174,412	153,764
自由意見数	44,552	67,133	63,369

(件)

平成29年3月よりあんしん診断アンケートの回答者にその提案に至った経過や背景をお聞きする掘下げを実施(令和元年度実績 588件)

## 飲み水としての満足度

	R1	←	H30	←	H29
水の飲み方	そのまま飲む 49.3%	(+0.8)	そのまま飲む 48.5%	(▲0.4)	そのまま飲む 48.9%
安全性(満足度)	81.7%	(+2.2)	79.5%	(+1.4)	78.1%
飲み水としての水質(全体)	満足 74.7% (男性79.4%、女性71.5%)	(+2.4)	72.3% (男性77.5%、女性68.9%)	(+1.5)	70.8% (男性77.0%、女性66.8%)
	不満 5.5% (20代が14.4%)	(▲1.0)	6.5% (20代が16.8%)	(▲1.1)	7.6% (19歳以下が21.2%)
調理に使用する水としての水質(家庭のみ)	満足 73.6%	(+2.1)	70.5%	(+1.5)	69.0%
	不満 4.3%	(▲1.4)	5.7%	(▲0.6)	6.3%
味(おいしさ)(家庭のみ)	満足 64.4%	(+2.1)	62.3%	(+0.6)	61.7%
	不満 6.0%	(▲0.7)	6.7%	(▲1.1)	7.8%

## 安全でおいしい水の安定供給に向けた取組

	R1	←	H30	←	H29
高度浄水(認知度)	51.3%	(+0.6)	50.7%	(▲1.4)	52.1%
水源確保(認知度)	47.1%	(+1.4)	45.7%	(▲2.7)	48.4%
水源林(認知度)	55.9%	(+1.8)	54.1%	(▲1.5)	55.6%

## 危機管理対策

最寄りの給水拠点について「知らない」と回答した方は、6割強。

	R1	←	H30	←	H29
耐震化(認知度)	57.6%	(+2.3)	55.3%	(▲0.3)	55.6%
災害時給水ステーション(認知度)	(2択) 知らない 64.4% 知っている 34.5%	/	(2択) 知らない 67.0% 知っている 31.9%	/	(2択) 知らない 67.9% 知っている 31.2%

## 給水装置

給水管がお客さまの財産で、修繕はお客さまが行うことの認知度は、前年度より増加し、65.4%。

	R1	←	H30	←	H29
給水管修繕(認知度)	65.4%	(+0.9)	64.5%	(▲1.3)	65.8%

## お客さまとのコミュニケーション

- 水道事業に関して提供してほしい情報(上位3つ)は、
  - ①震災対策への取組み ②安全でおいしい水への取組み ③水源や水道水の水質検査の結果
- お客さまの声を把握し、新たな施策へと反映させることの満足度は、前年度より増加し、76.8%

	R1	←	H30	←	H29
提供してほしい情報	①震災対策 56.4% ②おいしい水 56.2% ③水質検査 53.5%	/	①震災対策 57.2% ②おいしい水 57.1% ③水質検査 53.6%	/	①おいしい水 60.3% ②水質検査 59.0% ③震災対策 58.5%
施策への反映(満足度)	76.8%	(+2.7)	74.1%	(▲2.1)	76.2%

## 水道料金

- 使用量が多くなるほど単価が上がること(従量料金)の認知度は、前年度より増加し、65.0%。
- 独立採算制で事業運営していることの認知度は、前年度より増加し、46.2%。

	R1	←	H30	←	H29
従量料金(認知度)	65.0%	(+1.5)	63.5%	(+0.1)	63.4%
独立採算(認知度)	46.2%	(+5.0)	41.2%	(+1.4)	39.8%