

令和3年度第2回東京水道グループコンプライアンス有識者委員会  
参考資料集

【R3-2】

お客様の声の事業への反映

（第13回東京都水道事業運営戦略検討会議資料（令和3年7月20日）より抜粋）

# 3 お客様の声を事業への反映

【R3-2】

＜お客様の声を活用するための取組＞

各広聴施策の特性を生かし、総合的に活用することでお客様ニーズを的確に把握し、事業運営に反映していく

## 既存の広聴施策

### お客様からの日々の声

年間約3,000件（苦情・要望・感謝）

- ・ 電話、メール、ご意見箱等で個別具体的な声を収集
- ・ 分析し結果を事業に活用

### アンケート

年間約3,300件

- ・ 局主体の設問設定により広く声を収集・分析し全体の意識・傾向を把握
- ・ 集計・分析結果を事業に活用



## 新設する施策

### 水道サポーター制度（仮称）

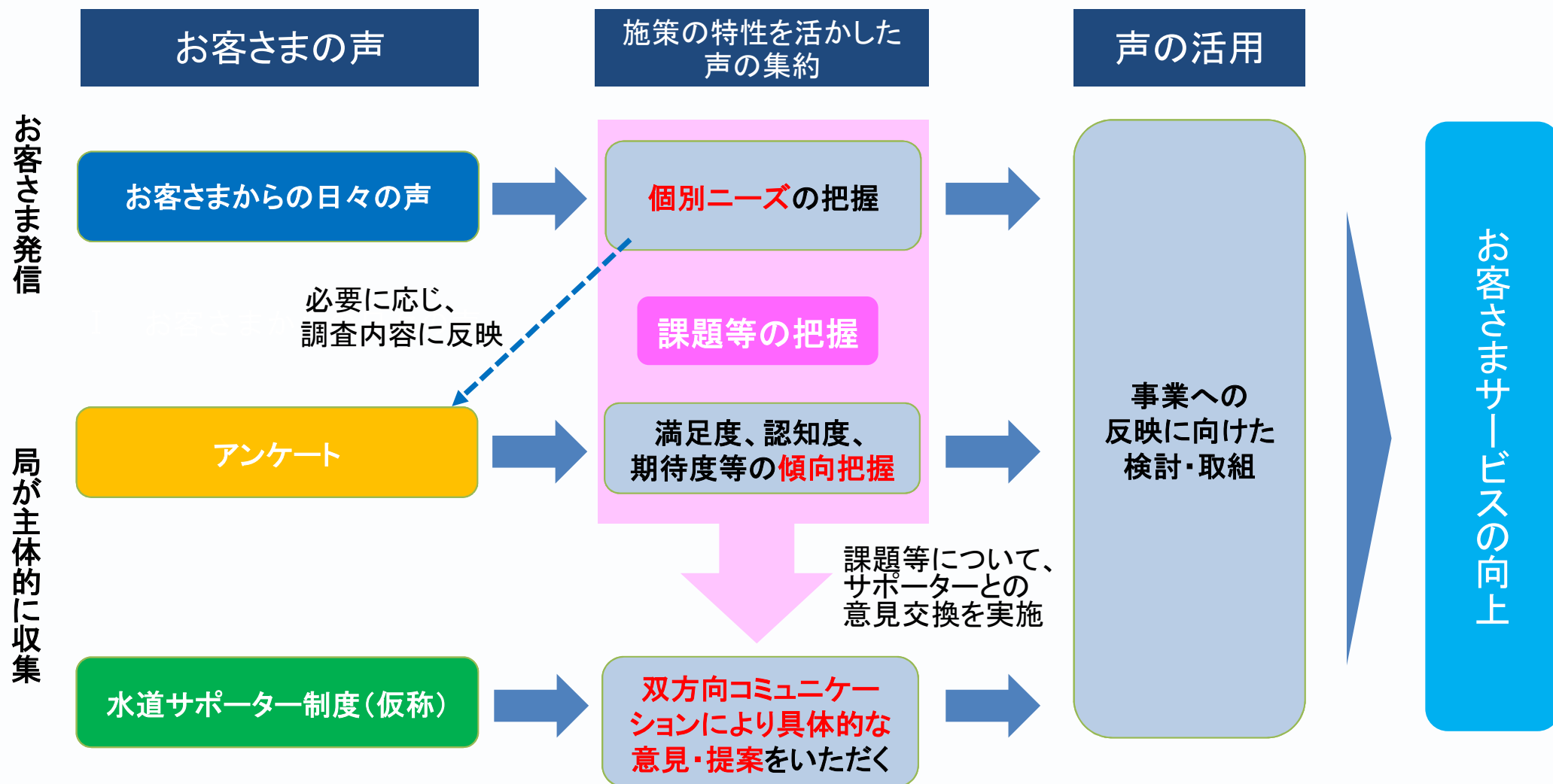
- ・ サポーター（お客様）と局職員が対面で双方向コミュニケーションを実施
- ・ 局の課題等についてサポーターと意見換を行い、より具体的な意見を収集し事業に活用
- ・ サポーターには地域での情報発信を期待



### 3 お客様の声の事業への反映

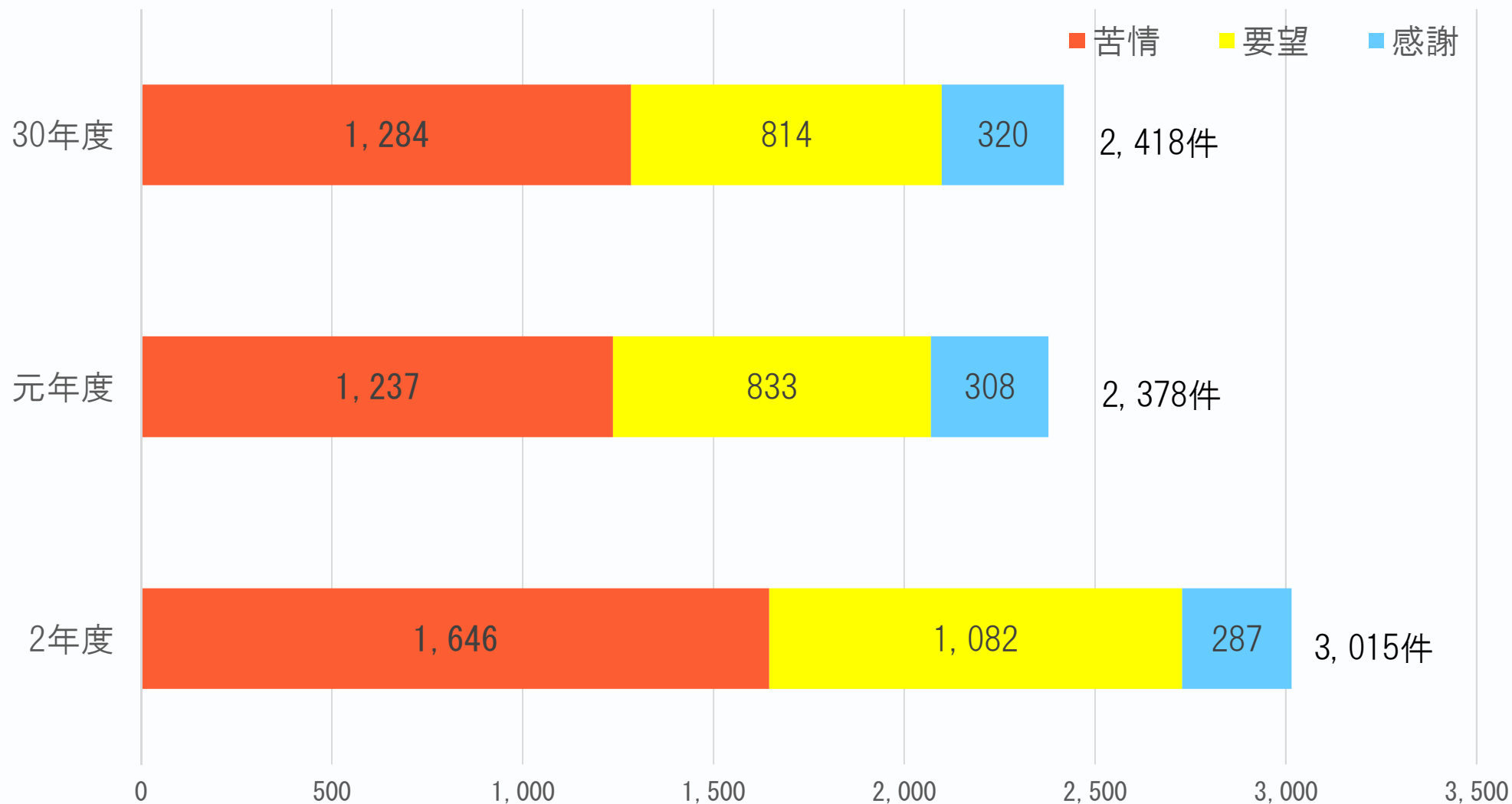
#### ○ 各広聴施策の特性を活かした事業への反映

3つの広聴施策を、特性を活かして、集約したお客様の声をサービスの向上につなげる



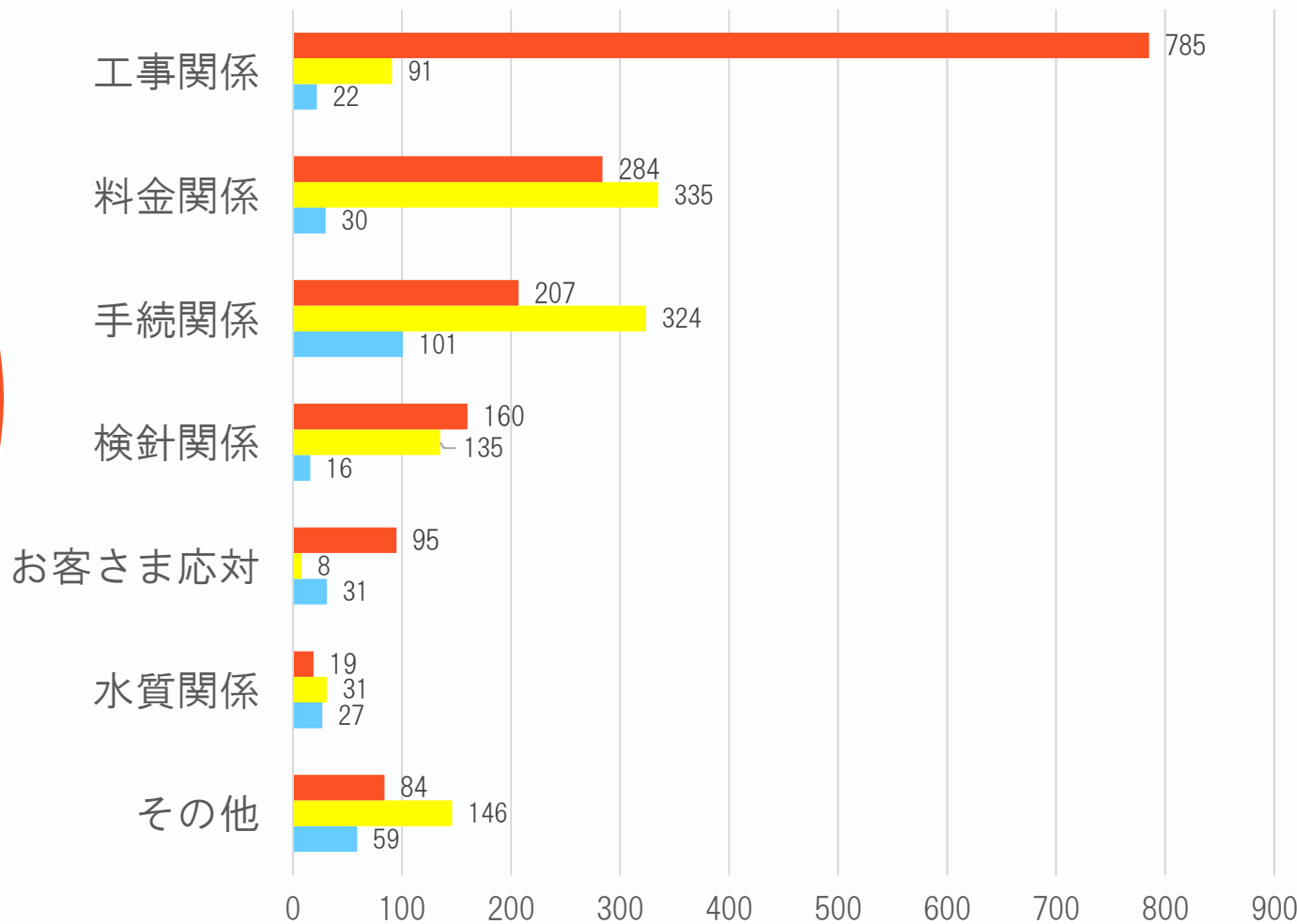
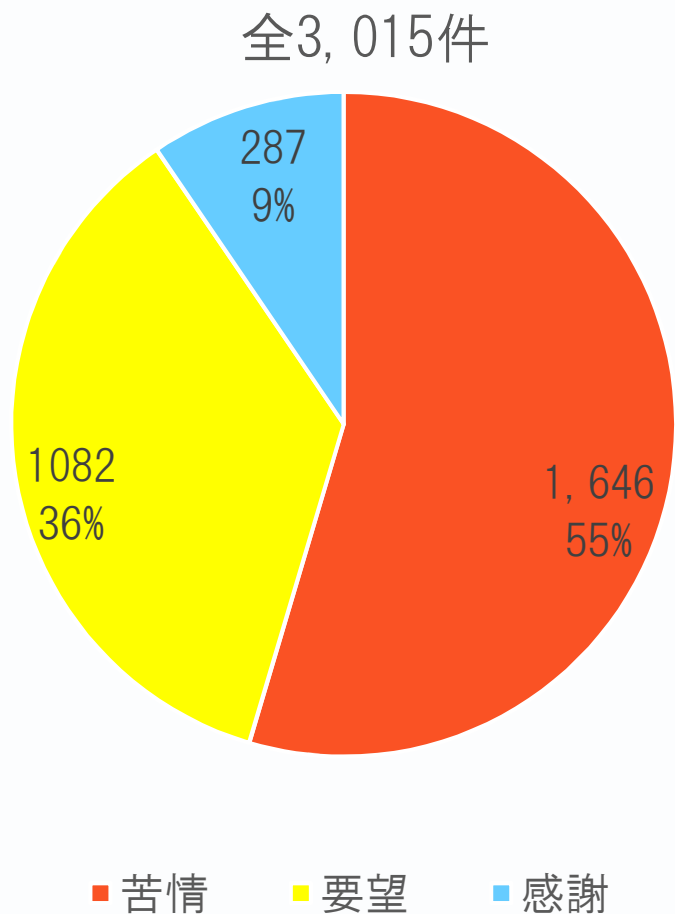
### 3 お客様の声の事業への反映

#### ○ 過去3か年の受付件数



### 3 お客様の声の事業への反映

#### ○ 令和2年度に寄せられた声



→個別対応するほか、お客さまの声から課題を抽出して事業への反映を検討していく 24

### 3 お客様の声の事業への反映

#### ○これまでに反映したお客さまの声

お客さまの声	対応状況
<ul style="list-style-type: none"><li>●工事後の舗装に凹凸が多い</li><li>●工事後、車や玄関前が泥で汚れていた</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>●苦情に発展する事例や優良事例に関する教材・動画を工事業者に提供</li><li>●注意点を工事の指導・監督に反映</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>●工事業者の態度が悪い</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>●工事業者のマナーアップ講習会を実施</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>●水道の手続や料金の支払いがスマートフォンで行えるとよい</li><li>●東京水道マイネットが使いづらいのでわかりやすく簡単なものにしてほしい</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>●次の機能を備えたアプリの設計・開発（令和4年度中のサービス開始を予定）<ul style="list-style-type: none"><li>・使用中止・開始などの手続き</li><li>・スマートフォン決済やクレジットカード都度払いなど、様々な方法での支払い</li><li>・過去の水道使用量や支払状況の実績確認</li></ul></li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>●水道料金の支払い手段が増えると便利</li><li>●キャッシュレスにより払い忘れを防げる</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>●スマートフォン決済によるキャッシュレス支払いを導入</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>●水道設備全般が古くなり、改修等の費用がかなりかかると聞いた老朽化対策にかかる情報公開を積極的に行ってほしい</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>●長期事業運営方針に、老朽化対策を含めた局事業に関連する情報を掲載</li><li>●施設整備マスタープランに掲げた施設整備の取組状況のHP公表</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>●検針票が、東京電力・東京ガスの様式と比較して見にくい</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>●ハンディターミナルの新機種導入にあわせ、文字の大きさやお知らせすべき情報を見直し、分かりやすい様式に変更</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>●検針の際は声をかけてほしい</li><li>●メータボックスの閉め忘れが多い</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>●検針委託会社に対して、社員教育・研修の徹底を指示</li><li>●検針委託会社向けの研修を実施し、お客さまの声を紹介</li></ul>

### 3 お客様の声の事業への反映

アンケート

#### ○ アンケートの目的と変遷

日々の声では把握することが難しいお客様の全体的な意識や傾向（満足度、認知度、期待度等）について調査し、課題把握・局事業の方向性や改善に向けた検討に活用する。

#### <アンケートの変遷>

	平成26年度	平成27年度	平成27～令和元年度
目的	水道事業に対するお客様の評価や要望を的確に把握することにより、今後の水道事業運営及び次期経営計画策定の基礎資料とする		水道事業の取組に対するお客様のニーズを適切に把握することにより、サービスの充実と向上を図る等、今後の施策に反映
実施時期	平成26年6月	平成27年7月～8月	平成27～令和元年度（5か年）
対象者	対象地域内の水道使用者		「東京水道あんしん診断」を受けた対象地域内の水道使用者
回収方法	調査員の訪問による回収		郵送又はWebによる回収
回収数	3,230件	3,180件	609,159件（5か年）
備考	平成11年度から約3年毎に実施（平成24年度以降は毎年）	次期経営プランの策定年度	

### 3 お客様の声の事業への反映

#### ○ アンケートの方向性

これまで実施してきたアンケートでは、結果を事業へ活用する視点が十分とはいえなかった。

今後は、局事業の評価等となる項目は定点調査として毎年実施し、必要に応じ、スポット調査項目を設定し、短期的な活用を図っていく。

#### ・ 定点調査

水道事業に対するお客様の評価・満足度の傾向把握する。また、局の取組の進捗等に照らし、調査結果を経年比較することにより、取組の効果を確認するとともに、今後の事業展開の参考とする。

(例) Q 「飲み水としての水質」に満足しているか

#### ・ スポット調査（短期的な活用の視点）

具体的な質問により、お客様の意向を把握して事業の企画立案の参考とする。

(例) Q 新たな指標として今年度局HPに掲載した水道水の安全性を示すための「あんぜん・あんしん水質指標」について、わかりやすいか



### 3 お客様の声を事業への反映

アンケート

#### ○令和3年度の実施概要（予定）

項目	内容
実施時期	令和3年9月下旬～10月
対象者	都営水道区域内の水道使用者
配布件数	11,000件
回収方法	調査票を郵送し、郵送又はWebで回収
回収見込	3,300件（一般家庭及び事業者） ※過去の調査と同程度の規模
調査項目	定点調査：水道水の飲用方法等／水道水の満足度／ 水道料金／危機管理対策／広報・サービス など スポット調査：新たな水質指標 など

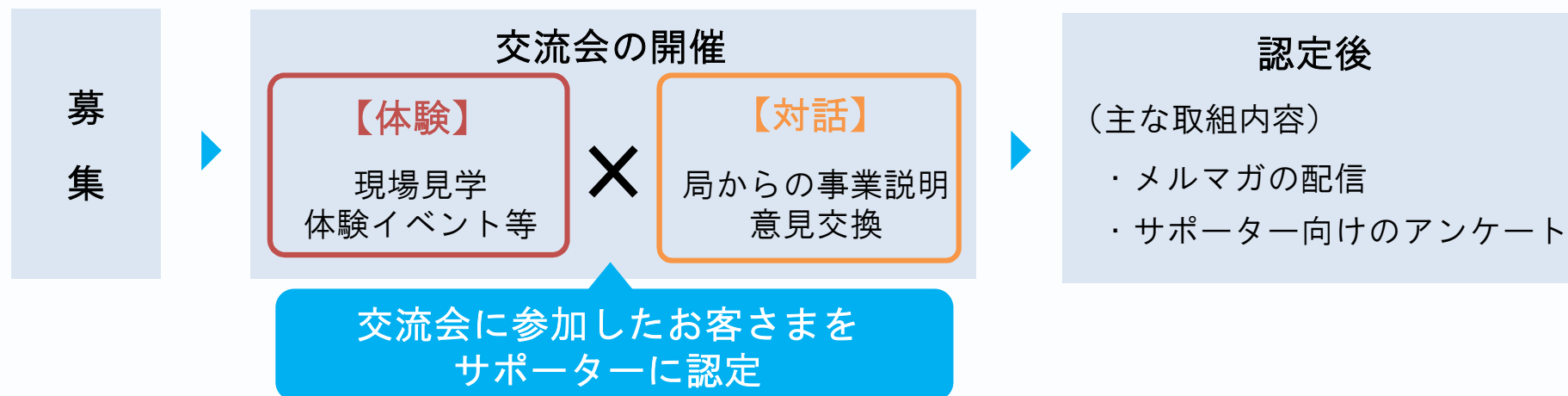
### 3 お客様の声の事業への反映

水道サポーター(仮称)

#### ○ 水道サポーター制度(仮称)の実施概要

お客様と対面する双方向コミュニケーションで具体的な意見等を収集し、活用

- ・ 体験と対話のメニューからなるお客様と職員との交流会を実施
- ・ 参加したお客様にサポーターになっていただき、当局への協力を期待
- ・ 交流会後も、継続的な形で当局への意見・要望をいただく



#### < 試行実施の概要 >

令和3年度は試行実施とし、次年度以降の本格実施につなげる

- ・ 当局が設定したテーマで対話を行う交流会を、複数回実施予定  
(各回20人程度の募集を予定)
- ・ 試行結果を踏まえ、次年度以降の実施内容を検討

### 3 お客様の声の事業への反映

水道サポーター(仮称)

#### ○ 水道サポーター制度の試行（令和3年度）

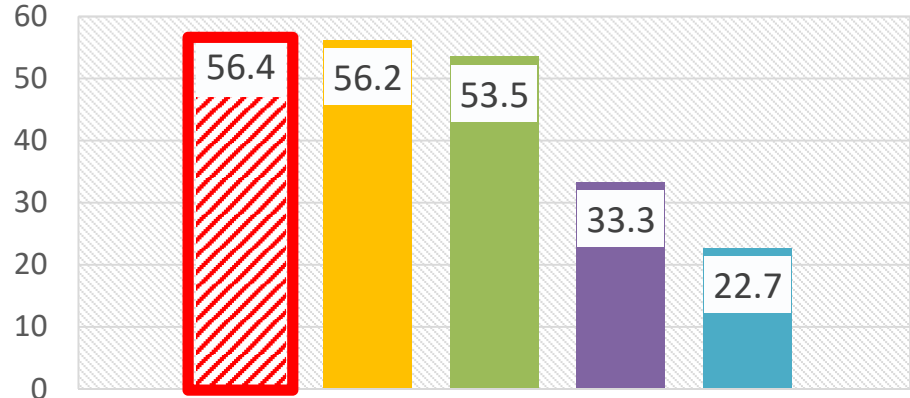
＜試行における狙い＞

- ・ 過去のアンケート結果等で見えてきた課題を踏まえて、サポーターから具体的な意見を収集
- ・ 今年度は、アンケート結果から「震災対策」をテーマとして選び、交流会で意見交換

＜令和元年度あんしん診断アンケート結果＞

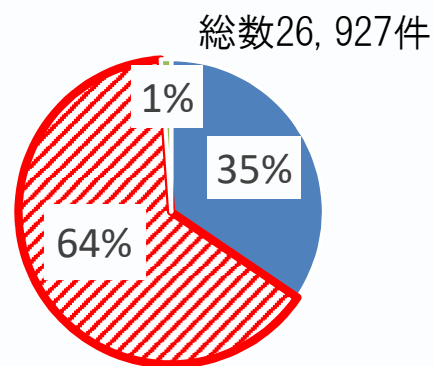
水道事業に提供してほしい情報（抜粋）

(%) 総数26,275件



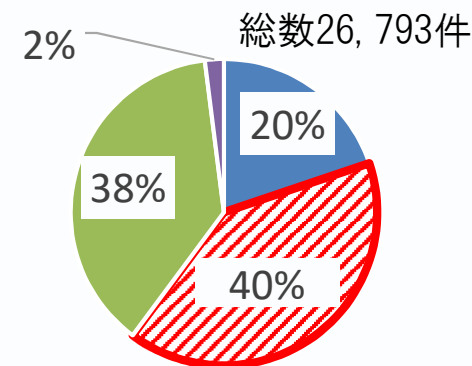
- 震災対策
- 安全でおいしい水への取組
- 水質検査結果
- 貯水量情報
- 環境対策

最寄りの災害時給水ステーションの認知度



- 知っている
- 知らない
- 無回答

浄水場の耐震化や水道管の耐震強化などの取組の認知度



- 知っている
- 聞いたことがある
- 知らない
- 無回答

お客様が最も提供してほしい情報は「震災対策」であるが、当局の取組への認知度は低め

### 3 お客様の声の事業への反映

水道サポーター(仮称)

#### ○ 交流会におけるお客さまとの双方向コミュニケーション

局職員とお客さまが、事業説明や体験などを通じ交流のうえ、震災対策について意見交換

##### ・ 交流会の実施内容 (予定)



##### ・ 震災対策をテーマとする意見交換の内容 (案)

- 震災対策の取組に関する認知度の向上策について  
(どうすればお客さまに情報が届くか、説明や体験を受けてのご意見を聴取)
- 水道水の備蓄など日頃の災害に対する備えについて 等

双方向コミュニケーションの交流会で、水道事業への理解を深めていただいたサポーターから、具体的な意見・提案が得られると期待

### 3 お客様の声の事業への反映

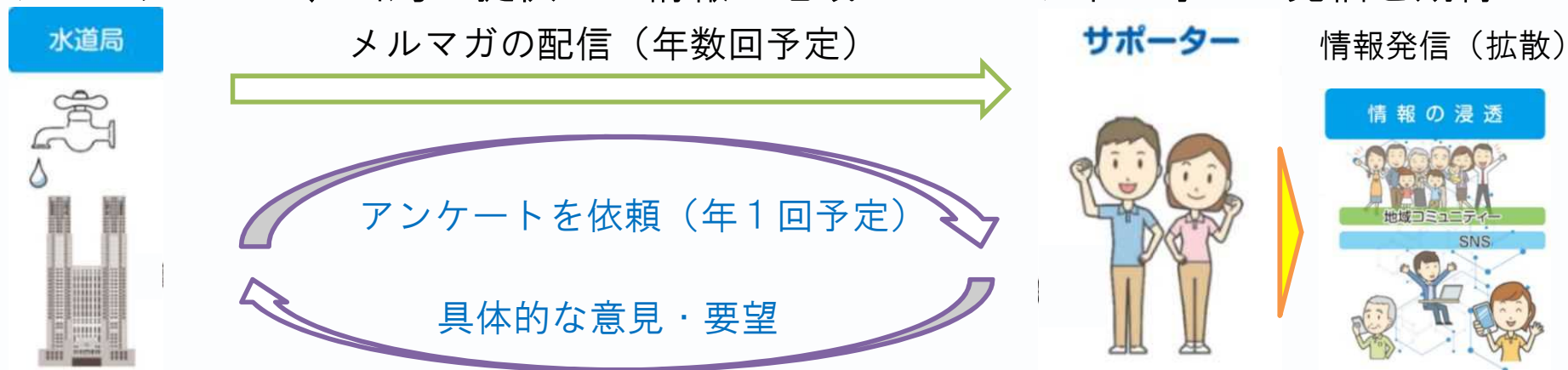
水道サポーター(仮称)

#### ○ サポーターと当局のコミュニケーション

サポーターには交流会以降も継続的に、当局の広報・広聴の取組への**協力を依頼**  
(3年程度のサポーターの任期を予定)

<主な取組内容>

- ・メルマガの配信 (内容例: 水道事業の紹介、水の豆知識、イベント案内等)
- ・サポーター向けアンケートを実施 (交流会のテーマに関するもの等)
- ・サポーターには、当局が提供した情報の地域コミュニティー等への発信を期待



交流会やアンケートでいただいたサポーターからのご意見・提案については、他の広聴の取組とともに、今後の水道事業の運営に活用していく

### 3 お客様の声を事業への反映

#### ○ 各広聴施策でいただいた声の活用の具体的な流れ

