

## Ⅱ お客さまとつながり、信頼される水道の実現

### 第4 双方向コミュニケーション

#### (11) お客さまとの双方向コミュニケーション

##### 現状と課題

水道局では、お客さまに水道事業への理解を深めていただくため、ホームページやSNS、広報紙による広報をはじめ、商業施設等におけるイベントなどで、情報発信を行ってきました。また、お客さまに対する定期的なアンケートの実施等により、お客さまニーズを把握し、事業運営に反映してきました。

こうした中、平成27年度から平成31年度まで実施した「東京水道あんしん診断」では、局職員等が、簡易水質検査や局の取組の紹介等をお客さまと対面で行うことで、安全で高品質な水道水を実感していただくとともに、お客さまから「水道事業の理解がより一層進んだ」との声を多くいただき、お客さまニーズについてもきめ細かく把握することができました。

近年、デジタル化の進展など社会情勢の変化に伴って、お客さまニーズも変化しています。お客さまに信頼される水道を実現するためには、お客さまとの双方向コミュニケーションを通して、水道事業に対するお客さまの理解を深めていただくとともに、お客さまニーズを適時的確に把握し、それを事業運営に反映していく取組が、より一層求められます。

お客さまとの双方向コミュニケーション



▲局公式SNS



▲地域水道ニュース



▲水道週間行事（イベント）

##### 目指す将来像

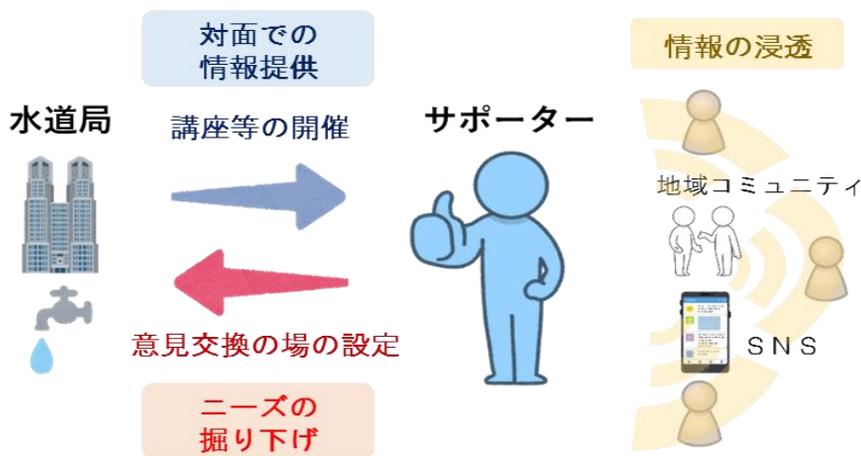
- お客さまの水道事業に対する理解が深まっています。
- お客さまの声の分析を通して、お客さまニーズを的確に事業運営に反映しています。

## 具体的な取組

### ②⑥ 水道サポーター制度（仮称）

- 局職員がお客さまと積極的に対話する場を設定し、水道事業の説明や地域特性に応じた情報提供、意見交換を行うとともに、災害時の対応等を体験していただく機会も設けます。
- 対面での説明や体験により局事業への理解を深めたお客さまに、サポーターになっていただき、気軽に局の事業運営に対するご意見やご提案をいただけるような取組を進めていきます。
- サポーターの協力を通して、水道事業に関する情報の地域等への浸透を図っていきます。

<イメージ図>



事項	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
情報提供・意見交換 情報の地域等での浸透	試行	本格実施			

### ②⑦ お客さまの声の事業への反映

- お客さま等のニーズを更に掘り下げ、また、定点分析が可能となるような手法で戦略的にアンケートを実施し、多種多様なお客さまの声を収集します。
- サポーターのご意見やアンケートの結果等を、効率的に集約及び分析するとともに、外部有識者による検証を踏まえ、局事業の評価や改善につなげていきます。

事項	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
アンケートの実施、水道サポーターの声など	集約・分析・事業運営への反映				

## ②8 多様な広報施策の展開

広報戦略や事業効果の検証に基づき、毎年度、広報施策の方針や重点広報項目等を定めた広報計画を作成し、その時々的情勢やお客さまの声の分析結果等に応じた多様な広報施策を展開していきます。

### 【主な取組】

#### ○水道キャラバン

学校への出前授業などを実施し、寸劇やクイズ、浄水処理実験等を通じ、直接お客さまに水道事業の取組等を紹介します。



▲学校水道キャラバン

#### ○水道なんでも相談

商店街や街のイベント等に街角相談会を設置し、水道局の営業所職員等が水道に関する相談事に対応します。



▲水道なんでも相談

#### ○次世代向け施策（手洗い促進）

新型コロナウイルスの感染を防止するため、公衆衛生の向上と生活環境の改善の観点から、都営水道地域内小中学校に、手洗いを推奨するポスターやハンドソープ等を配布し、子供たちに手洗いの重要性を啓発するとともに、水道に対する理解を促進します。



▲手洗い促進ポスター

事 項	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
学校水道キャラバン	約1,200校/年				
水道なんでも相談	実施				
手洗い促進	約2,150校	新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえて実施を検討			