

第4章

 サービス向上計画

～ お客さまの声に耳を傾け、
満足度の高いクリーンな水道を目指します ～

Vision

- | | | |
|---|-------------------------|----|
| 1 | 直接飲用度の向上 | 71 |
| 2 | お客さまの意見の受け入れ態勢の確立 | 73 |
| 3 | 水道事業の透明性の確保及び
理解度の向上 | 75 |
| 4 | 水道サービスの拡大 | 77 |

1 直接飲用度の向上

1 直面する課題

日本の水道水は、多項目にわたる水質基準をクリアしており、その項目数、基準値はともに市販されているペットボトル水よりも厳しいものとなっています。さらに、光市の水道事業は、全国でも数少ない「伏流水」を水源としているため、ダムや表流水を水源としている水道水と比較

して、原水への薬品注入量が少なく、より安心して、おいしく飲める水をお届けしています。

しかし、今回の市民アンケートでは、上水道使用者のうち、蛇口からの水をそのまま飲んでいる人は、57.2%しかいないという結果が得られました。

これは、水道水の水質に対するイメージの低下やミネラルウォーター市場の拡大により、お客さまの水道水離れが進んでいることが原因であると考えられます。

このような水道水のイメージ低下に歯止め

	水道水 【水質基準】	ミネラルウォーター 【原料水基準】
カドミウム	0.01	0.01
鉛	0.01	0.05
ヒ素	0.01	0.05
ホウ素	1.00	30.00
フッ素	0.80	2.00
亜鉛	1.00	5.00
マンガン	0.05	2.00
有機物	5.00	12.00
その他の基準項目数	43項目	10項目

▲水道水とミネラルウォーターの
検査基準の比較(mg/L)

を掛け、ミネラルウォーターと比較しても遜色の無い、光の水のおいしさをより多くのお客さまに実感してもらうための取り組みを行っていくことが必要となっています。



▲周南都市水道水質検査センターでの
水質検査の様子

◆ 水質基準

生涯にわたって連続的に摂取しても、人の健康に影響が生じない水準を基として、安全性を十分に考慮して設定された「健康に関連する項目」31項目と、水道水として生活利用上、あるいは水道施設の管理上障害が生ずる恐れのない水準を基として設定された「水道水が有すべき性状に関連する項目」20項目からなり、すべての項目で基準値に適合していなければならない。

2 目指すべき将来像及び施策

伏流水という恵まれた水源を持つ光市の水道水を、できるだけ多くのお客さまに直接飲んでもらうため、お客さまの水道水に対する不安を解消できるような様々なPR活動を行っています。



具体的な施策

施策

25

光市水道光合成プラン

直接飲用度アップ作戦の実施

【直接飲用度アップ作戦①】

市広報やホームページの活用により、光市の水源（伏流水）の説明、他都市との比較等を示し、水質の安全性のPRを行います。

【直接飲用度アップ作戦②】

受水槽を介さない、より衛生的な水道水を給水するため、市内小・中学校の直結給水化を促進するとともに、職員の出前講座『蛇口の水の安全性』を開催し、水道水離れしている子ども達を対象に水道水の安全性をPRします。

【直接飲用度アップ作戦③】

ホームページの活用により、直近の水質検査の結果を定期的に情報発信し、いつでも安心して水道水を飲んでもらえる体制を確立します。



▶ 光合成プランベンチマーク25

13 『直接飲用率』

【目標数値】

過去の推移			光合成プランベンチマーク		
平成16年度	平成17年度	平成18年度	平成20年度	平成24年度	平成29年度
データなし			57.9	70.0	80.0

Point

直接飲用度アップ作戦の達成度を測る指標で、PR活動の充実化により本指標の達成を目指す。

【指標の算出式】

$$\frac{\text{直接飲用回答者数}}{\text{直接飲用アンケート回答数}} \times 100 \quad [\%]$$

【指標の分析】

『直接飲用回答数』… 光市水道局が実施したアンケートにおいて、「水道水を直接飲んでいる」と回答した人数

※ここでのアンケートは、水道局HPによるもの、無作為抽出した送付式のもの、街頭式のものであり、対象者が500人以上であること。

2 お客様の意見の受け入れ態勢の確立

1 直面する課題

これまでの水道事業は、水道普及率の向上、水質の衛生管理強化といった、全ての事業体に共通する目標に向かって事業に取り組んできました。

しかし、全国で97.2%以上の水道普及率を達成し、蛇口をひねると水が出るのが当たり前となった現在、お客様ニーズは多様化し、地域によって水道事業が果たすべき役割も少しずつ変わってきました。

このような状況のなか、重要なライフラインである水を提供する公共機関のひとつとして、地域ニーズを反映した事業を行っていくため、まずはお客様ニーズを把握できる仕組みを構築していくことが求められています。



▲料金受付窓口の様子

2 目指すべき将来像及び施策

定期的にアンケートを実施し、お客様の意見・要望を把握することで、お客様が関心を示すような水道事業を目指します。

お客様から苦情が寄せられた場合には、その都度文書として記録・精査し、職員全員が問題意識を共有化し、改善できる仕組みを構築します。

具体的な施策

施策

26

定期的なアンケートの実施

お客様の要望や「水道事業について知りたいこと」を把握できるようアンケートを実施し、ホームページや広報を通じて説明責任を果たすことにより、関心度の向上を目指します。



施策

27

お客様意見簿の設置

苦情処理の対応を強化するため、各部署において「お客様意見簿」を設置し、職員全体が問題意識を共有化し、改善できる仕組みを構築します。



▶ 光合成プランベンチマーク25

14 『アンケート回収率』

【目標数値】

過去の推移			光合成プランベンチマーク		
平成16年度	平成17年度	平成18年度	平成20年度	平成24年度	平成29年度
データなし			48.8	50.0	60.0

Point

水道事業に対する関心度を測る指標であり、日常のPR活動により、アンケート回収率の向上を目指す。

【指標の算出式】

$$\frac{\text{アンケート有効回答数}}{\text{アンケート有効配布数}} \times 100 \quad [\%]$$

【指標の分析】

- 『有効回答数』… アンケートの設問に対して、設問どおり答えた数
- 『有効配布数』… 郵送したアンケートのうち、氏名・住所などの間違い、または転居等で返送されたアンケートを除くものの総数

▶ 光合成プランベンチマーク25

15 『水道サービスに対する苦情割合』

【目標数値】

過去の推移			光合成プランベンチマーク		
平成16年度	平成17年度	平成18年度	平成20年度	平成24年度	平成29年度
データなし			1.0	1.0	0.5

Point

職員が、お客さまからの苦情を確実に管理することを目的とした指標で、計画期間開始5年間で、苦情処理の対応強化を図り、将来的に苦情が少ない事業者を目指す。

【指標の算出式】

$$\frac{\text{水道サービス苦情件数}}{\text{給水件数}} \times 1000 \quad [\text{件}/1000人]$$

【指標の分析】

- 『苦情』… お客さまが期待した水道サービスとの相違点など、お客さまが水道事業に対して持つ不満のうち、窓口で直接来訪、電話、文書、メール等によって水道事業者に伝えられ、文書として記録されたもの

3 水道事業の透明性の確保及び理解度の向上

1 直面する課題

水道事業は、給水サービスを行ううえでその維持管理・投資財源はすべて水道料金のみで賄う独立採算制であり、市とは別の会計で事業運営を行っています。

しかしながら、水道局が行政の一機関であるということから、このことはあまり知られておらず、市民アンケートでは「市の財政状況を考慮した事業運営」を望む意見や「下水道の整備、料金」に関する意見が多く寄せられました。

そのため、水道事業の経営が市の財政とは切り離されたものであるということをお客さまに知ってもらうため、事業内容や活動内容を積極的に情報発信することで透明性の確保に努め、お客さまに「身近な水道」と感じてもらえるような施策を展開していかねばなりません。



▲光市水道局のホームページ

2 目指すべき将来像及び施策

水道事業の事業内容や活動内容をより多くのお客さまに知ってもらうため、ホームページだけでなく、独自広報誌等を作成し、お客さまに「身近な水道」と感じてもらえるように、情報公開の充実化と透明性の確保に努めます。



ホームページの充実

アンケート結果の公表

アンケートで寄せられた
意見への回答

お客さま意見の受け入れ

定期的な水質検査結果の発信

独自広報誌の作成

※一冊で諸手続き、修理時の
対応、水道料金が分かる冊子の作成

※定期的な発行

各種手続きの方法

活動内容のPR

事業内容・財政状況について

水道修理の対応

料金の仕組みについて

具体的な施策

施策

28
光市水道光合成プラン

独自広報誌の作成

水道に関する手続き、事故時の対応を盛り込んだPR冊子を作成します。
また、光市水道事業独自の広報誌を作成し、定期的に発行します。

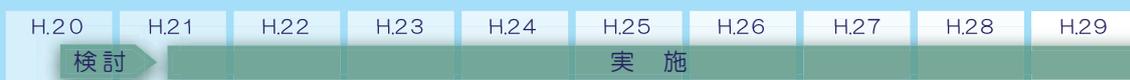


施策

29
光市水道光合成プラン

ホームページの充実化

現在のホームページを充実させ、光市民だけでなく、他都市の方にも興味を持ってもらえる内容にします。

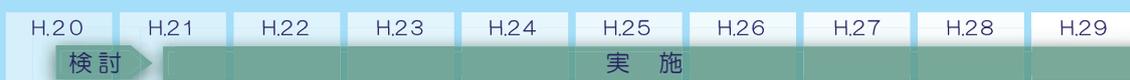


施策

30
光市水道光合成プラン

施設見学の定期的実施

水道施設の見学者を定期的に募集し、水道水ができるまでの仕組みを参加者に理解してもらうことで、水道水に対する安心感を深めていきます。



▶ 光合成プランベンチマーク25

16 『水道事業に係る情報の提供回数』

【目標数値】

過去の推移			光合成プランベンチマーク		
平成16年度	平成17年度	平成18年度	平成20年度	平成24年度	平成29年度
データなし	データなし	データなし	10	20	30

Point

水道事業の事業内容・活動内容を、様々な手法を用いてPRすることにより、市民の水道事業に対する関心度の向上を目指す。

【指標の算出式】

水道事業に係る情報の提供度 [回]

【指標の分析】

『情報の提供』… 水道事業が広報・PRを目的として配布したパンフレット、ニュース、ポスター等の発行回数、及びホームページの更新回数

光市水道事業
のあゆみ

市民アンケート
の実施

光市水道事業の
目指すべき方向性

ビジョンの全体像

施設維持計画

災害対策及び
維持管理計画

環境対策及び
水質保全計画

サービス向上計画

経営基盤強化計画

財政適正化計画

施策全体のまとめ

資料
編

4 水道サービスの拡大

1 直面する課題

ライフスタイルの変化などにより、水道サービスに対するお客様のニーズは多種・多様化しており、大規模な水道事業体では水道料金のコンビニエンスストア支払いやクレジットカード支払い、インターネットによる各種受付などの新たなサービスを実施しています。その一方で、市町村単位で運営される小規模な事業体の多くは、新たなサービスの導入がお客様の利便性の向上につながることは理解していながらも、費用面などに問題を抱え、安易に導入に踏み切れないのが現状です。

今回の市民アンケートの結果から、光市においては、料金支払い方法の選択肢拡大を望んでいるお客さまは、全体の約4.4%しかいないという結果が得られ、新たな支払い方法の導入に緊急性はないと考えています。

しかしながら、水道サービスの拡大という観点からは、料金の支払い方法の選択肢拡大によるお客さまの水道料金の支払い機会の充実化が求められるのは当然であり、投資費用とその効果のバランスを測りながら、光市に見合ったサービスを模索していくことが必要となっています。

2 目指すべき将来像及び施策

お客さまの利便性の向上を最優先に考慮しながら、水道料金の支払い機会の充実をはじめとした新たな水道サービスの拡大について、投資費用とその効果のバランスを測りながら検討していきます。

具体的な施策

施策

31

光市水道光合成プラン

料金支払方法の選択肢拡大の検討

お客さま利便性の向上のため、窓口時間の延長、コンビニ・クレジットカード払いなど、費用対効果を考慮し、検討します。

H.20 H.21 H.22 H.23 H.24 H.25 H.26 H.27 H.28 H.29

検討

施策

32

光市水道光合成プラン

下水道使用料金の同時徴収の実施

下水道使用料金の同時徴収を行うことにより、公共料金窓口としての機能を拡大します。

H.20 H.21 H.22 H.23 H.24 H.25 H.26 H.27 H.28 H.29

検討

実施