

## 第6回（最終回）横浜市水道事業の将来を考える懇談会の概要

### 1 懇談会の日時及び場所

平成27年8月19日（火）9時30分～11時30分 水道局本庁舎10階大会議室

### 2 出席者

#### (1) 懇談会会員

浅見 真理 氏（国立保健医療科学院 生活環境研究部 上席主任研究官）

今泉 マユ子 氏（横浜市水道局水のマイスター）

臼杵 ひろみ 氏（株式会社ファンケル 社長室長 兼 CSR 推進事務局長）

外山 薫 氏（横浜災害ボランティアネットワーク運営委員）

長岡 裕 氏（東京都市大学 工学部 教授）

山崎 洋子 氏（作家）

山藤 竜太郎 氏（横浜市立大学 国際総合科学群 人文社会科学系列 准教授）

#### ※欠席者

石井 晴夫 氏（東洋大学 経営学部経営学科 教授）

佐藤 裕弥 氏（株式会社浜銀総合研究所 地域戦略研究部 地域経営研究室 室長）

（横浜市水道局 水道局長、全部長、経営企画課長）

### 3 懇談テーマ

- (1) これまでの懇談会の振り返りについて
- (2) (仮称) 横浜水道長期ビジョンの概要について

### 4 主な意見等

#### (1) これまでの懇談会の振り返りについて

- ・市民への情報提供手段が、ウェブや広報誌だけでは閲覧する市民が限定される。お客さまの方から積極的に情報を取りたいと思うような仕組み（例：中国の脱税防止を目的としたくじ付き領収書、ダム理解促進のためのダムカード）をつくると、今よりもっと伝わるのではないかと。
- ・これから水不足になっていくと言われているが、それでも「水道をつかいましょう」といえる根拠を示して欲しい。
- ・ペットボトルは運搬にもエネルギーがかかるため、水道局としてまずは蛇口から出る水道水を冷やして使っていただけるようにPRして欲しい。
- ・水道事業の市民へのPRには、横浜の長い水道の歴史を語るOBの活用を検討して欲しい。
- ・高齢者と子どもをターゲットに広報するとよい。具体的には、高齢者のウォークラリーのような運動して水を飲むとポイントがたまるという取組や、子どもが興味を持ち、保護者など周囲を巻き込んでいける取組などが考えられる。
- ・飲料水備蓄のお願いをする際には、備蓄方法（場所）も併せて紹介して欲しい。
- ・断水の体験機会をつくるなど、水のありがたさを分かっていたくことが重要である。
- ・水道事業として委託を進めるのがいいのか、直営の部分をどこまで残すかということについて考えてもらえると、全国の水道事業の参考になる。

## (2) (仮称) 横浜水道長期ビジョンの概要について

### <全体>

- ・「基本姿勢」の3つの姿勢や「領域」という概念が素晴らしい。「基本姿勢」の3つの切り口と「住宅」から「国際」までの空間を分かりやすくした図はうまく打ち出して分かりやすくシンプルにアピールしていくと非常によい。
- ・基本姿勢の「3つのC」は簡潔で分かりやすい。これに経営資源をどのように配分するかは関心がある。
- ・料金の話を書かずに書くかは別として、考えを大きく変えていく必要がある。具体的には、料金逡増性を見直し、逡減性または公平という意味でフラットにするというのも考えられる。また、料金改定の際の広報テクニックとして、全世帯で値上げするのではなく、世帯や使用状況等により値下げになるようにすることなども考えられる。
- ・基本理念について、ベストな内容を盛り込んでいくと長くなり伝わりにくい。ベストで伝わらないよりはベターで伝わる方がよい。
- ・分かりにくい文章では一般市民には伝わらない。

### <お客さまに読んでいただくための方策について>

- ・インデックスを付けて、興味のある分野をすぐに閲覧できるとよい。
- ・項目ごとに冊子を作成し、気軽に読みたい部分を入手できるようにする。
- ・検針票の裏面、公共施設の階段、電車の中吊り広告等の目につく所にキャッチコピーをシリーズ化して載せる。
- ・昔の写真（災害の時の写真など）は非常に関心をひき印象に残る。
- ・写真や絵をなるべく多用して子どもでも分かるようにし、過去から未来のストーリー性が分かるような仕立てだと楽しく読める。
- ・いろいろな宣伝をすることで、何か前向きにやっていると感じていただけると、関心のある方には見てもらえるのではないかと。