（１－１）水道水質の安全性PRの取組

○小松崎真司（豊田市上下水道局）　伊藤　卓晃（豊田市上下水道局）
松下　里美（豊田市上下水道局）　棚橋　靖仁（豊田市上下水道局）

１．はじめに

豊田市の水道事業に対する満足度や認知度に関する市民アンケート（令和３年度実施）では、知りたい・興味がある情報として水道水の水質、安全性に関する情報と回答した世帯が、回答世帯1,145 世帯のうち 580 世帯（約 51%）で、料金や災害対策に関する情報を上回っており（図１）、水質の安全性についての情報提供が市民から求められていることがわかった。

また、新型コロナウィルスの感染拡大により、従来から行ってきた浄水場や水質検査室の見学会など、直接体験型のイベントが令和２年から実施が制限されている。

そこで、「水道水の安全性」等に関する情報をリモート下でも着実に市民へ届けるため、庁内外の関係者と連絡を図り、比較的予算をかけずに動画による情報発信を実施したので報告する。

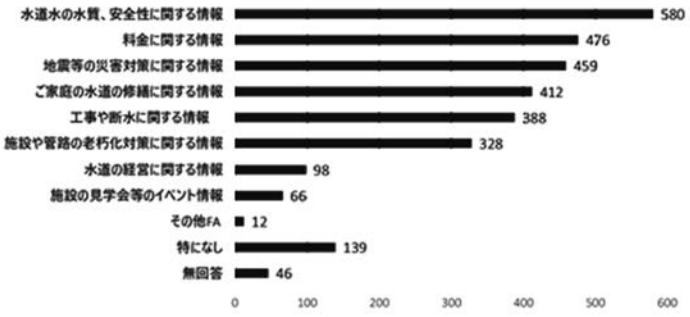

図１　市民向けアンケート結果（1,145 世帯回答）

２．職員による動画の制作

動画は、外部発注の予算がない中、職員が企画立案から撮影、編集まで行い、水道の仕組みや安全性（浄水場、水源及び水道水質検査）を学べる５分程度の４作品を制作し（図２）、市 HP や公式 YouTube チャンネルで公開した。そのうち、「水道の水質検査をインターンシップ生とやってみよう！」では、豊田市にインターンシップで訪れた大学生と協力して職員の視点だけでなく、より市民に近い視点を取り入れ、市民に馴染みが少ない水質検査を少しでも身近に感じられるよう工夫した。

また、動画活用は、市民への説明力の向上のほか、業務マニュアル等の見せる化など個人が経験として持っている暗黙知等を可視化するツールとしての応用も期待できる。



図２　作成した動画のサムネイル画像

３．PR 方法の検討

（１） 広報誌、宣伝チラシでの PR

より多くの市民に動画を視聴してもらうため、広報誌での宣伝のほか、２次元バーコードを載せた複数のチラシを作成し、公共施設に配架した。

また、コミュニティ FM ラジオ、ケーブルテレビを通じて情報発信した。

これらの啓発は水道週間に合わせて開始し、随時視聴者数が伸びていった（図３）。

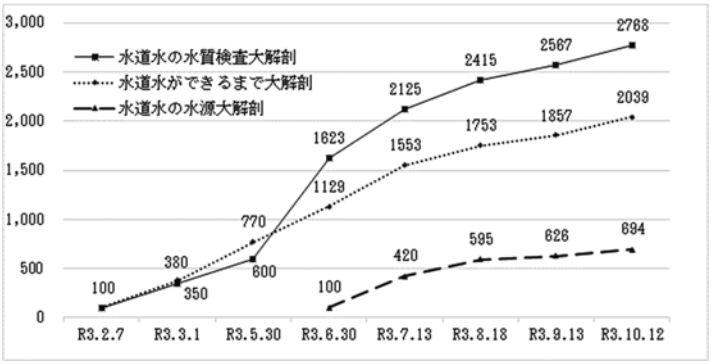

図３　動画の視聴者数の推移

（２） 小学生との繋がりを生かす取組み

施設見学ができない中、小学生にも夏休みに動画視聴を通して、水道について考えてもらうため、児童・保護者向けメールでの動画広告配信を実施し、市内小学校２０校に対してアンケートを実施し動画への意見をもらった。アンケート結果では、動画の長さや内容については概ね好評の評価をいただいたが、専門用語の使用や送り仮名についてより注意が必要であること、小学４年生が総合学習で水道をテーマに学ぶため、授業内容との関連付けをしてほしいなどの意見があった。

今後の展開では、教材とリンクさせ、地域特性等を動画内容に反映させ、水道事業をより身近なものと実感できるような、動画の制作を目指していく。

（３） 若い世代との繋がりを生む取組み

市民により近い視点で今後の PR 活動を展開していくため、市内にある高等専門学校の学生と、水道水の安全性や市民への効果的な PR 手法について意見交換会を開催した。

学生の実体験に基づいた意見もあり大変興味深く、より市民に届く PR 手法を検討していくため、今後も引き続き学生と共働で事業を行っていくこととした。

４．おわりに

本取り組みは、限られた人員、限られた予算の中で工夫を凝らし、学生等からの声も取り入れながら動画制作及び展開をすることで、豊田市の水道事業 PR の足掛かりとなった。

今後の広報活動では、with コロナ、after コロナを見据えながら新たな施設見学手法の検討のほか、伝えたいターゲットの行動特性にあった情報媒体を活用し、世代ごとのニーズに対応しながら活動を継続していく必要がある。また、広報効果の確認方法についても模索しながら、水道事業に対する市民理解をより一層深めていきたい。