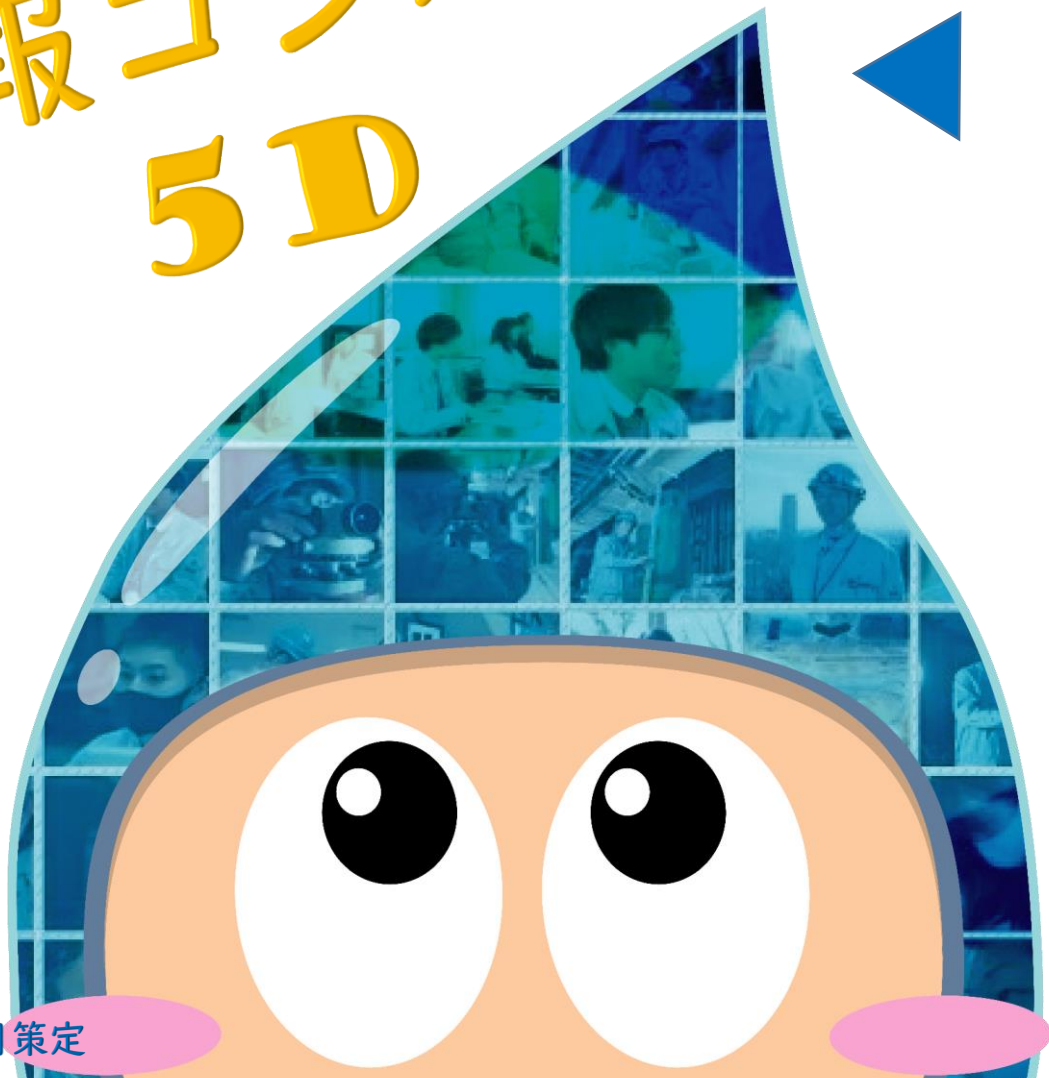


Go ! Go ! Public Relations!



吹田市水道部

広報コンパス  
5D



令和4年（2022年）3月策定

## もくじ

1 策定に当たって	P2
2 位置づけ	P2
3 現状と課題	
(1) 現在の取組一覧	P3
(2) 令和2年度市民アンケート結果より	P4~9
(3) 部内意見収集結果より(抜粋)	P10
4 目指す姿とその実現のために	P11
5 広報コンパス5D	P12
(1) 5W2H・デザイン	P13
(2) Two-wayコミュニケーション・デザイン	P14
(3) プッシュ&プル・デザイン	P15
(4) ユニバーサル・デザイン	P16
(5) ハート・デザイン	P16
6 戦略的広報の実践	P17
7 いざ出発!!	P18

## 1 策定に当たって

吹田市水道部（以下「水道部」という。）では、令和元年（2019年）9月に、本市水道事業の基本計画であり経営戦略と位置づける「すいすいビジョン2029」を策定し、「**未来につなぐ 市民と育む 信頼のすいた水道**」という基本理念を実現するため、「安全」「強靱」「持続」「地域」の4つの基本方針の下、施策及び事業を推進しているところです。

これらの施策や事業を推進するためには、**水道使用者が知りたいと思う情報を認識し、わかりやすい的確な情報を発信し、理解と協力を得ることが必要**です。

「すいすいビジョン2029」で示す施策、事業をスムーズに進めるために、**水道部の広報活動の目的と方向性を示し、戦略的に実施する方針**として「**広報コンパス5D**」を策定するものです。



## 2 位置づけ

「**広報コンパス5D**」は、「すいすいビジョン2029」の具体的な実行計画である「**アクションプラン**」のひとつである広報戦略として、水道部が行う広報活動に関する総合的かつ戦略的な方針となるものです。

期間は、「すいすいビジョン2029」の計画期間である令和11年度（2029年度）までとし、進捗管理は「アクションプラン」において行います。

### 3 現状と課題 (1) 現在の取組一覧

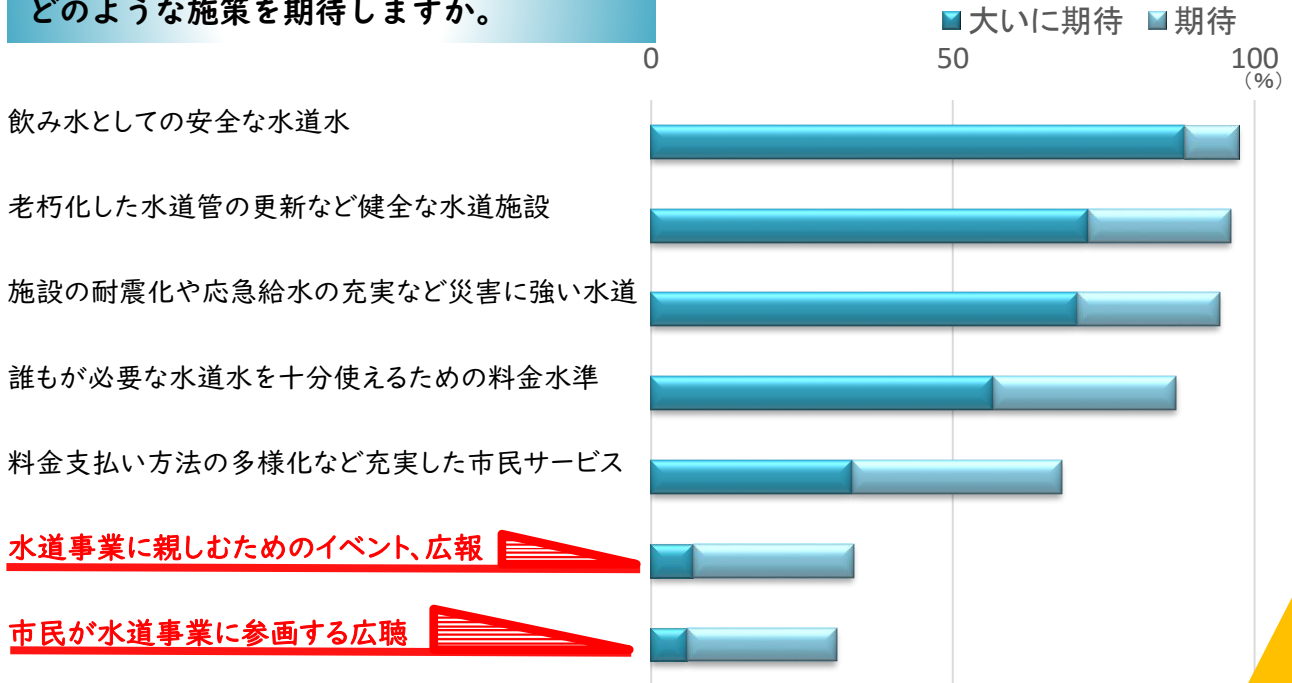
	広報活動	目的	対象	主な参加者層	令和元年度およそ参加人数
イベント 主催	浄水所見学	浄水所の役割を伝える	小学4年生 一般	市内約30校の4年生、 学生、事業者 高齢クラブ、JICA (途上国の技術者)	3,000人
	水源見学バスの旅	水源保全を考える	市民	50代～70代	40人
	水道展	水道週間の周知	一般	おとな 親子	300人
	水道フェア 夏休み すいすいくん祭り	地域とのふれあい	一般	親子 近隣住民	1,100人
	出前授業	浄水処理のしくみを伝える	小学4年生	市内約10校の4年生	720人
イベント 共催	神崎川畔春まつり、 スタジアムフェスタ	水道事業の周知	一般	おとな 親子	400人、 4,200人
	地域防災訓練	災害時の応急給水を伝える	一般	自治会防災担当者ら	1,700人
	出前講座（いどばた会議）	水道使用者との意見交換	市民	60～70代	90人
情報媒体	広報誌（すいどうにゆーす、市報）	水道事業の周知	市民	—	—
	ホームページ	市内外に広く周知	一般	—	—
	SNS	登録者に即時通知	一般	—	—
	PRグッズ	きっかけ、愛着を生み出す	市民	—	—
広聴	市民アンケート調査	市民意見の反映	市民(18～84歳)	無作為抽出の市民 (18～84歳)	2,000人 /2年 ※令和2年度実施



### 3 現状と課題

#### (2) 令和2年度市民アンケートより①【広報活動への期待度】

これからの吹田市の水道事業に対して、どのような施策を期待しますか。



水道を維持するための施策に比べると、広報広聴施策への期待度は低い。

#### 自由意見より



自国自前で企業努力による安定供給を期待します。世界一安全な水道水の維持を。



安全、安心な水を低料金で提供してください。



多額の費用が必要かと思いますが、水道管等の老朽化対策をよろしくお願いします。



このアンケートの集計に人手がかかると思うと、ムダでは... と思います。ネット回答 (QRコードからリンク) などは難しいのでしょうか。



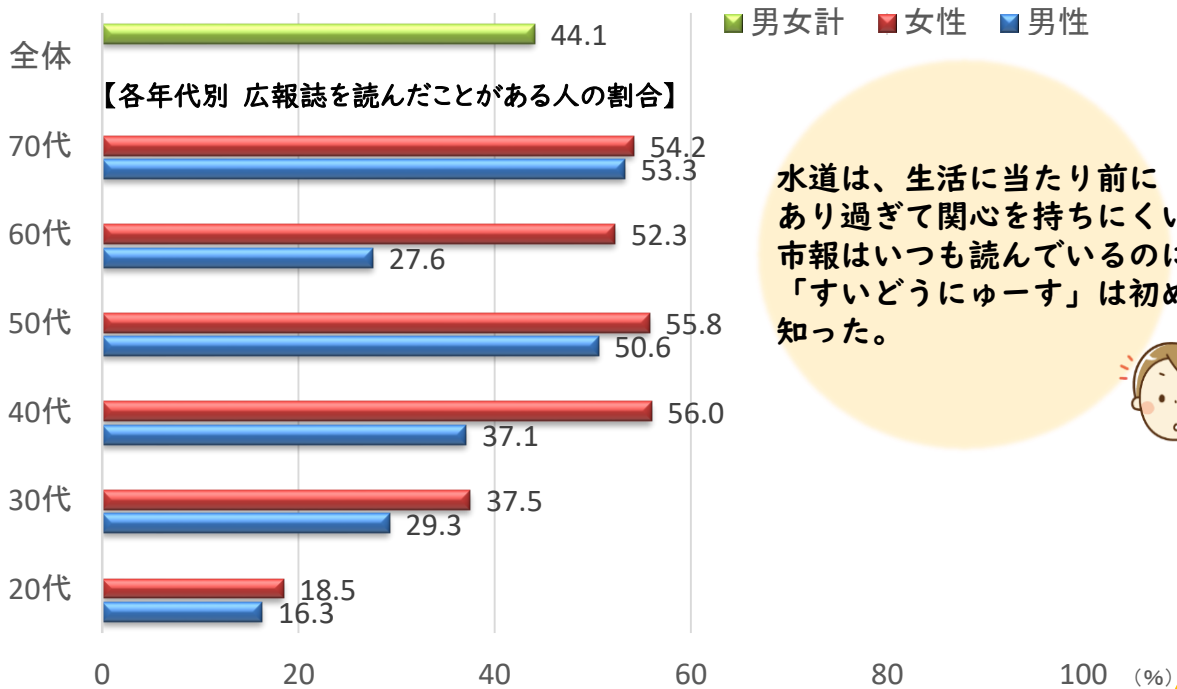
今回のアンケートによって知ることも多かったです。電気・ガスに比べて関心があまりなかったのかなと反省しています。



### 3 現状と課題

#### (2) 令和2年度市民アンケートより②【情報の到達度】

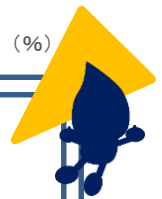
##### 広報誌「すいどうにゅーす」を読んだことがある人の割合



水道は、生活に当たり前にあり過ぎて関心を持ちにくい。市報はいつも読んでいるのに「すいどうにゅーす」は初めて知った。

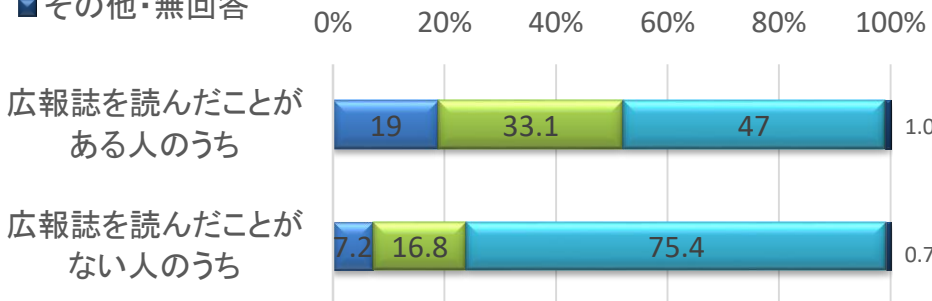


広報誌の読者は約半数。特に、30代以下の若年層の読者が少ない。



##### 災害時給水拠点の認知と広報誌の読書経験について

- 災害時給水拠点の具体的な場所を知っている
- 災害時給水拠点を聞いたことはある(具体的な場所は知らない)
- 知らない
- その他・無回答



内容がとっつきにくく、読まないことも多いので、民間のわかりやすい情報誌など参考にして。



広報誌を読んだことがある人の情報認知度は、読んだことのない人より高い。

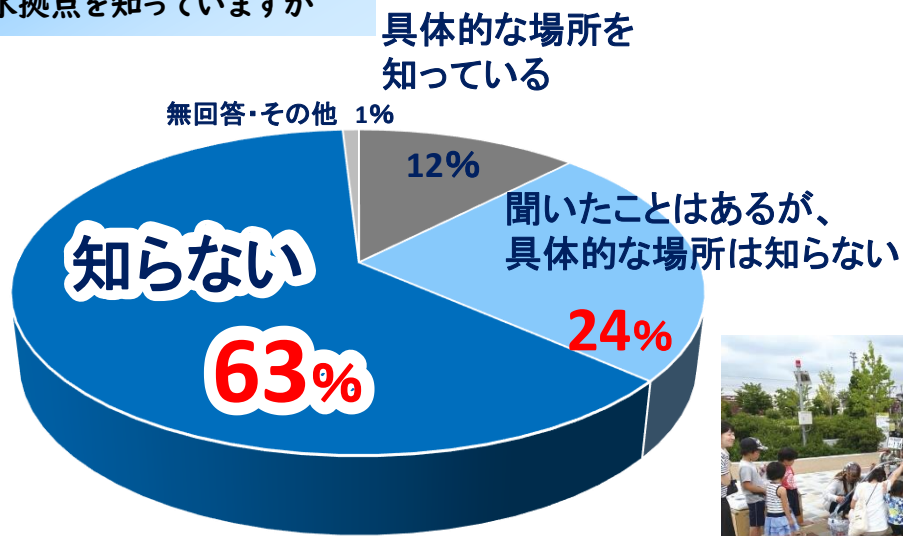
読んでもらえたら伝わる。



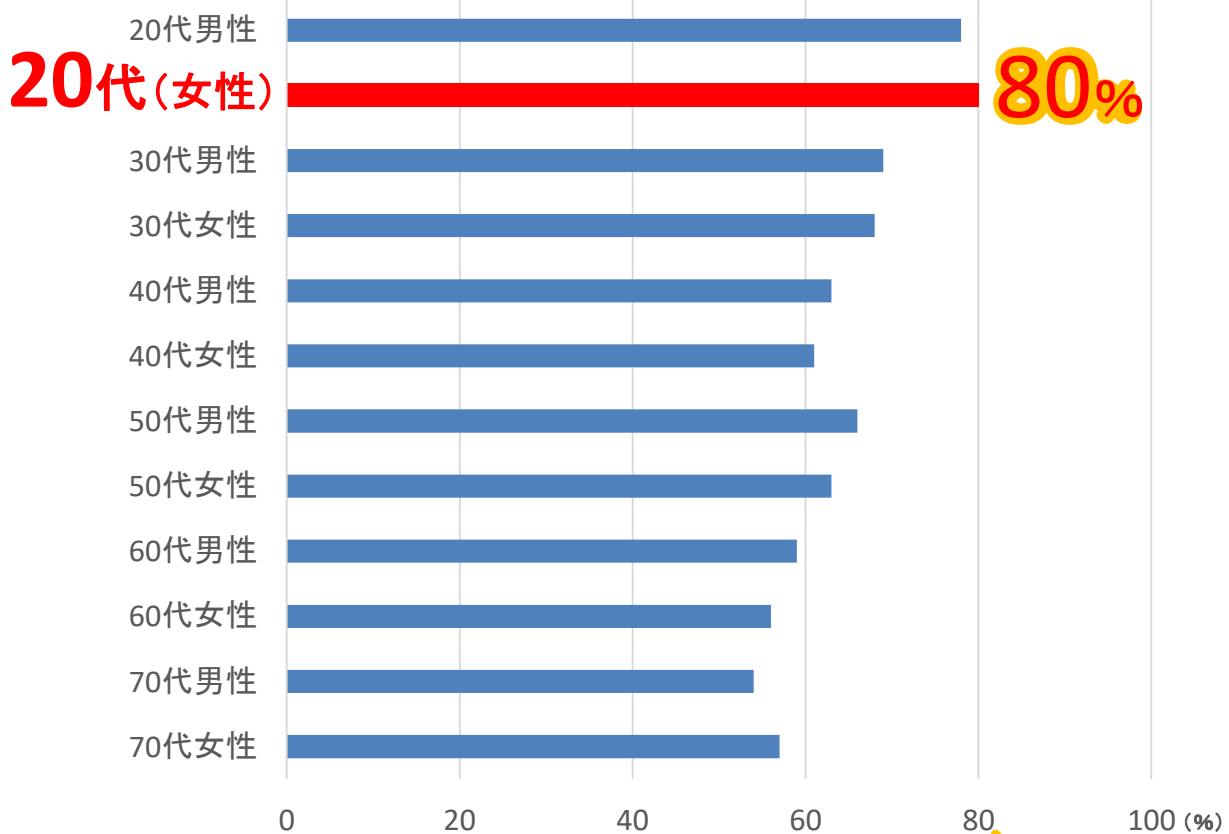
### 3 現状と課題

#### (2) 令和2年度市民アンケートより③【情報の認知度】

近くの災害時給水拠点を知っていますか



年齢別「知らない」と答えた人の割合 (%)



- ・具体的な場所まで知っている人は1割のみ
- ・若い世代の認知度が特に低い

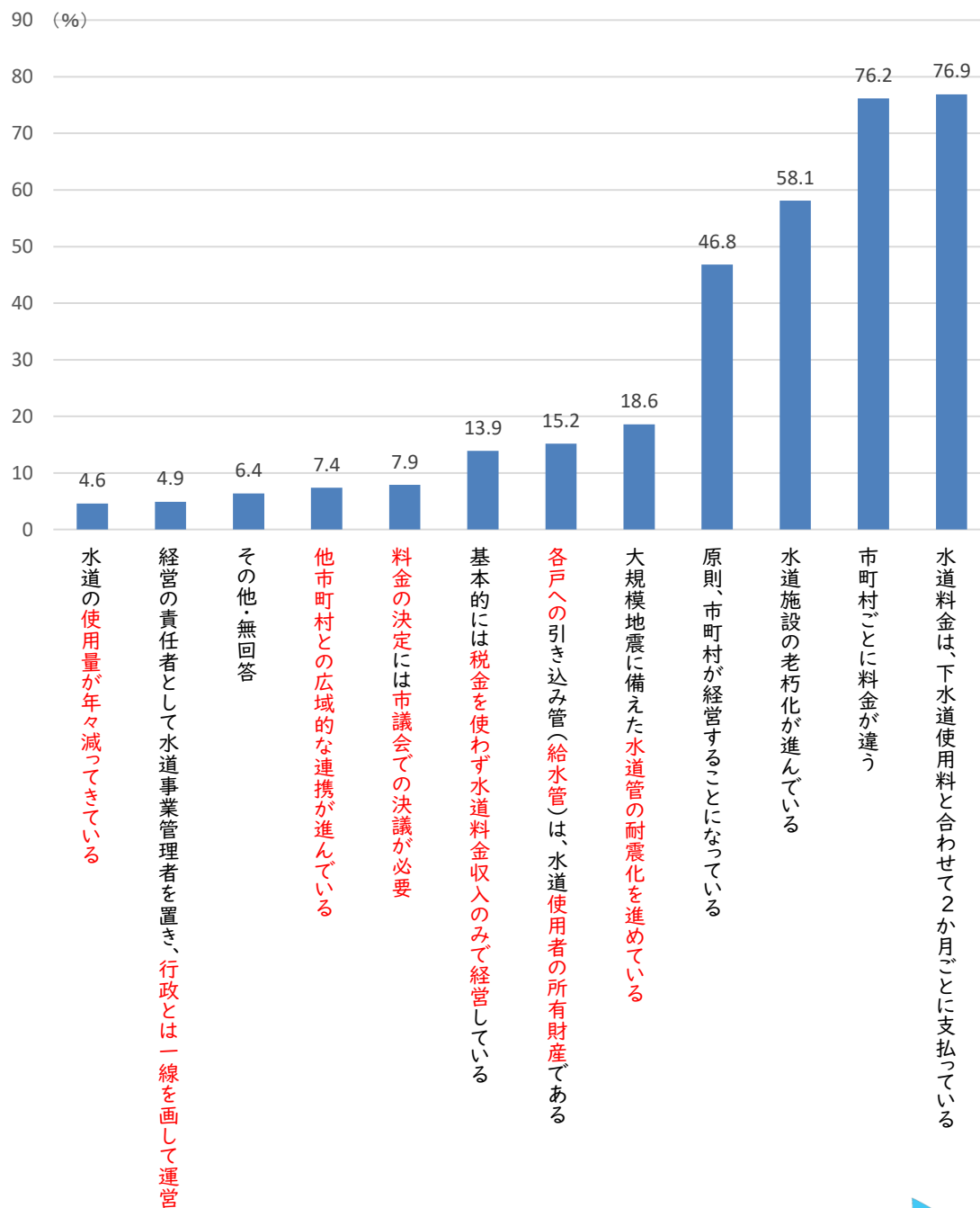


広報誌掲載や訓練時に啓発している内容でも、十分には伝わっていない。

### 3 現状と課題

#### (2) 令和2年度市民アンケートより④【情報の認知度】

##### 水道事業の特徴のうち、知っていること



2割以下の人にしか伝わっていない項目が多い。

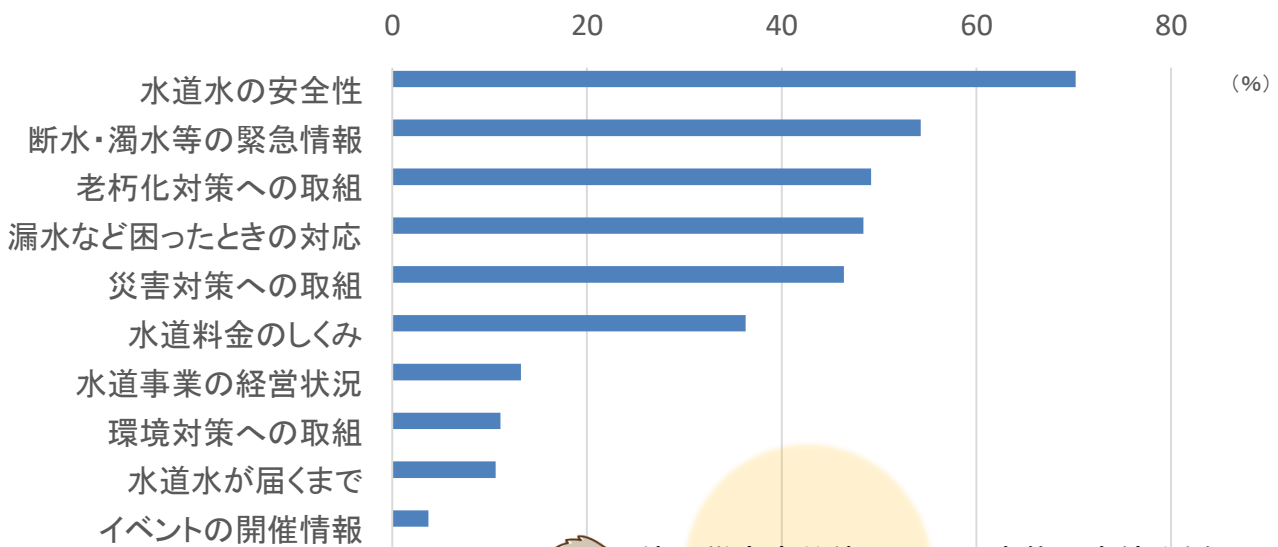




### 3 現状と課題

#### (2) 令和2年度市民アンケートより⑤【求められていること】

##### 知りたい情報



特に災害事故等の際に、実態・実情を詳しく即時に応報する体制を。



水のトラブルの際に安全な業者の紹介をしてほしい。

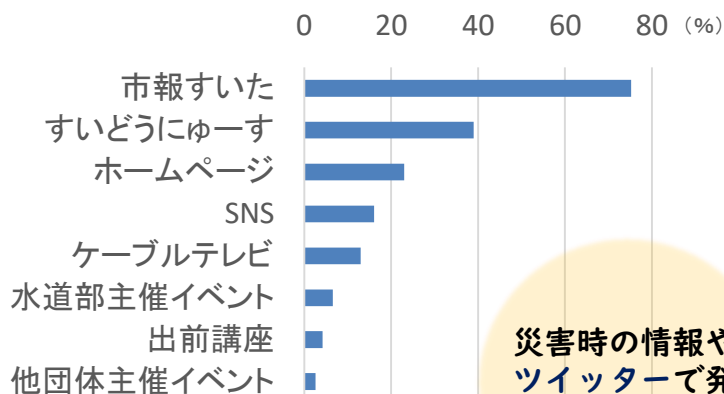


2泊3日の旅行から帰ったとき、どのくらい流してから飲料に使えるか、流さなくてもよいのかということを知ってほしいです。



地震の時に濁った水が出てきて困りました。こういう時はどこに連絡したらいいか教えてください。

##### 良いと思う情報発信方法



パソコン等持っていないので「すいどうにゅーす」等で知識を得ています。続けてほしいです。



災害時の情報や備えなど、ツイッターで発信していたらありがたいです。



地区の公民館に出張講座があればと思います。



子どもが興味を持つきっかけになるようなイベントがあればいいなと思います。



### 3 現状と課題

#### (2) 令和2年度市民アンケートより⑥【まとめ】

## 自由意見より

発信されているのに接する機会がない。



吹田市水道部としての取組や水道の歴史がわからないため、広報が必要だと思います。



水道事業に関心を持っていない人が多いと思われます。いろんな形で広報が必要ではないかと。長期にわたって皆が目にし、耳にするような形であることを望みます。



断水したときに一度だけ電話で問い合わせしたら、お詫びの言葉なし。ありえない。

吹田市内で引っ越しをした際、親切に対応していただきありがとうございました。コロナ等で対応大変かと思いますが、いつも感謝しています。



令和元年度に実施したイベントの参加者は、延べ1万人を超え、参加者からは好評である一方、水道を維持するための施策に比べると、広報・広聴施策への**期待度は低い**ことがわかります。

また、**広報誌の読者は約半数**と多くはありませんが、読んでもらえたら情報が伝わっていることや、特に力を入れて**広報すべき内容**、**求められている情報**も明らかになりました。

回答者約97%の人が望んでいる安心・安全の水道の持続のためには、費用が掛かり、水道使用者の理解・協力を得るためにも、積極的に情報発信をする必要があると考えます。

水道料金をもとに水道事業を行っていることから、より効果的な広報活動となるよう、市民の声を反映し方針を決定します。

### 3 現状と課題

#### (3) 部内意見収集結果より(抜粋)

**対象の明確化** ……対象に響く内容、方法、場所や時期を考える

**多様な手段** ……対面、動画、オンライン形式など、参加者側が選択できるように

#### 情報媒体の活用

**SNSの活用** ……部独自アカウントの取得、情報発信頻度を増やす  
⇒災害時の迅速な情報伝達  
⇒世代、地域を超えた情報共有

**HPの充実** ……動画公開、パンフレット掲載  
……検定クイズページ・子ども向けページの作成

**PRグッズの見直し・キャラクターの活用** ……作成物、作成理由、配布機会の精査  
……販売の検討  
……企業とのコラボ商品開発

**水道部車両の活用** ……街なかで目を引く

**検針票の活用** ……全戸配布で目にする機会が多いので、広告の代わりに水道部からのお知らせ等を掲載

**小学校との連携** ……保護者向けに実施されている訓練の際に給水拠点等の資料を配布  
……図書室の、水に関連する本の近くに水道部発行の資料を配架

**冷水給水機の導入とマイボトル作成** ……水道水の安全性をPRし、直接飲用率向上を図る

**地域連携** ……応急給水訓練の機会を増やす  
……イベントなどで地域とのつながりをつくる

**官学連携** ……学生広報サポーターによるSNS発信、広報誌デザイン、アニメ・動画制作、水道施設への壁面アートなど

**部全体での取組** ……毎月1回各室からSNS投稿など

**多言語化** ……申請用紙や案内表示、封筒などを多言語対応に

## 4 目指す姿とその実現のために

公営企業である水道部では、広報にも力を入れ工夫を重ねてきました。

しかし、「発信されているのに接する機会がない。」という意見に表れているように、残念ながらその情報に触れる機会のない人も多くみられました。

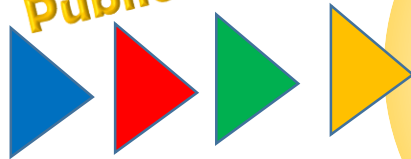
そこで、水道部の目指す姿を達成しうる、より効果的な広報活動を行うために、市民と職員の意見を反映した広報の方針を策定します。

これからは、これまでに培ったノウハウを生かしつつ、策定した広報方針に基づき、受け取りやすいPRを行っていきます。

### これまで

様々な工夫をしつつも  
限られた手段で周知

Go! Go!  
Public Relations!



### これから

これまでに培った  
ノウハウを生かし  
広報方針に基づき  
手段や内容を変え  
受け取りやすいPRに

### Public Relations (PR) ...

企業体又は官庁などが、その活動や商品などを広く知らせ、多くの人の理解を深めるために行う活動。

### 目指す姿 (基本理念)

未来につなぐ

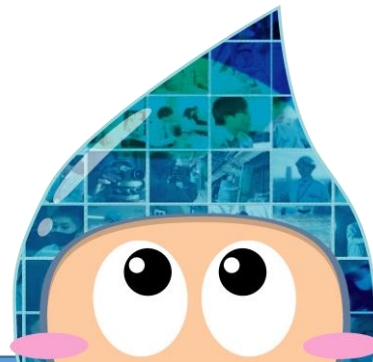
市民と育む

信頼のすいた水道

### 目標達成のための広報の役割

- ①安心して水道を使ってもらうために  
水道使用者が知りたい情報をすぐ届ける
- ②水道事業を取り巻く状況を伝え、  
水道使用者の理解と協力を得る。

必要とする人に  
正しい情報を  
わかりやすく確実に  
タイムリーに伝える



### PR方針

対象の明確化

多様な手段

情報媒体の活用

地域連携

官学連携

部全体での取組

多言語化

## 5 広報コンパス5D

# 広報コンパス 5Dとは...

市民と職員の声を反映し策定した、5つの広報の方針のことです。

これからの広報の方向性を示すものとしてコンパス（羅針盤）にたとえ、

それぞれの方針を、目的をもって具体的に立案、設計するという意味で「デザイン」を用いて、5つのデザイン=5Dと表しました。

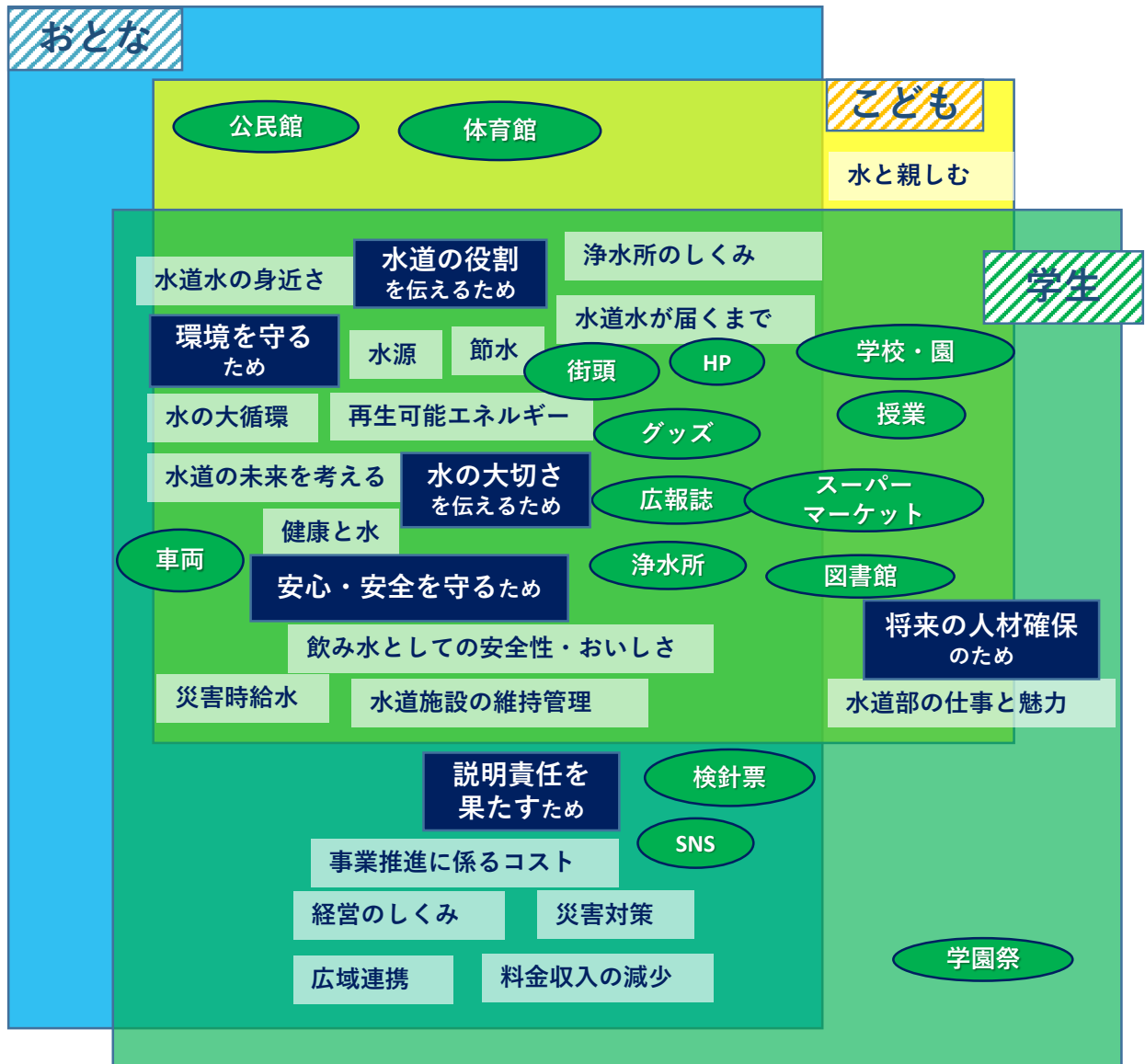




対象者ごとに、効果的な情報発信を行う。

なぜ伝えるか **Why** なにを **What** だれに **Who** 伝えるかを明確にし、  
いつ(When) どこで **Where** どのように(How)いくら使って(How much)伝えるか

イメージ図

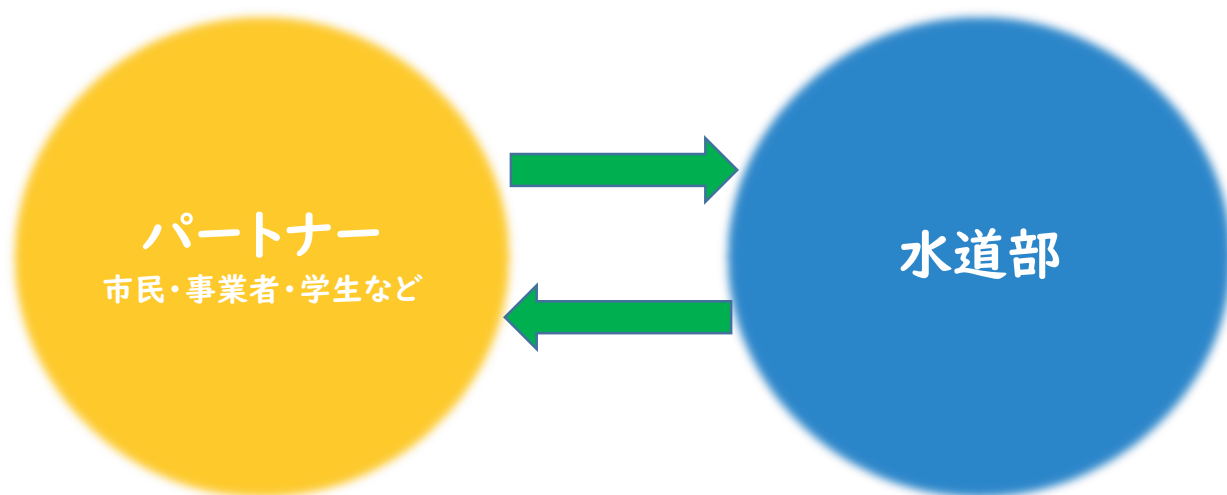


**When**  
タイムリーに

**How**  
対象者に響く方法で

**How much**  
費用対効果

## 双方向の意思疎通



## ◆広聴機会の積極的活用

- ・市民参画によるもの

  - …水道いどばた会議、官学連携、地域連携など

- ・市民アンケートの実施

## ◆市民とのパートナーシップの推進

- ・啓発イベントにより、親しみの持てる水道事業に

- ・防災訓練やすすい里親ガーデン制度による協力関係構築

## ◆イベントやSNSによる意思疎通

きっかけとなるような興味を引く発信をすることで(プッシュ)  
情報を拾いやすくする(プル)

調べたらすぐわかる・調べたくなる仕組みづくり

◆水道事業を伝える内容の充実と媒体活用

・広報誌、ホームページ、SNSなど

◆「すぐ知りたい」に応える体制づくり

・工事、漏水状況の見える化など

・各種問合せ先

◆市民の興味や関心をくすぐる

・ホームページへの誘導

…QRコードの活用(SNS発信、イベント実施、広報誌発行、グッズ配布時)

・効果的なアイキャッチ(目を引くこと)を意識

(PRグッズ、検針票、水道部公用車など)

・小学校、図書館との連携

・プレス・リリース



### すべての人に、わかりやすく確実に届く広報

年齢、性別、文化、身体状況など、さまざまな個性や違いにかかわらず  
最初から誰もが利用しやすく、必要なことを伝えられる工夫

- ・多言語化
- ・ピクトグラムの活用
- ・音訳の検討
- ・動画のテロップ挿入
- ・PRグッズの活用など



### 【5】ハート・デザイン

#### 職員一人ひとりが広告塔、オールすいた水道でPR!

##### ◆全職員で水道事業の課題と取組などの情報共有や意識形成

- ・部内、職場内研修の活用

##### ◆広報の実践

- ・日常業務において、担当業務についてわかりやすく説明する。  
常に誠実な対応をすることが水道使用者からの信頼につながる。

- ・広報誌、SNSなどによる発信や啓発イベントの企画実施

→職場を超えた職員間の連携が生まれる。

→水道事業についての理解が深まり、成長につながる。



## 6 戦略的広報の実践

### ・・・応急給水についての広報事例

#### これまで

- 応急給水拠点、応急給水所についてホームページ、市報9月号、すいどうにゅーす2月号、くらしの友に掲載
- 防災訓練、すいすいくん祭り、神崎川畔春祭り、浄水所見学、出前授業等で
  - ・ 給水マップと応急給水の説明
  - ・ 飲料水備蓄の啓発
  - ・ 水の入った飲料水袋の運搬体験など



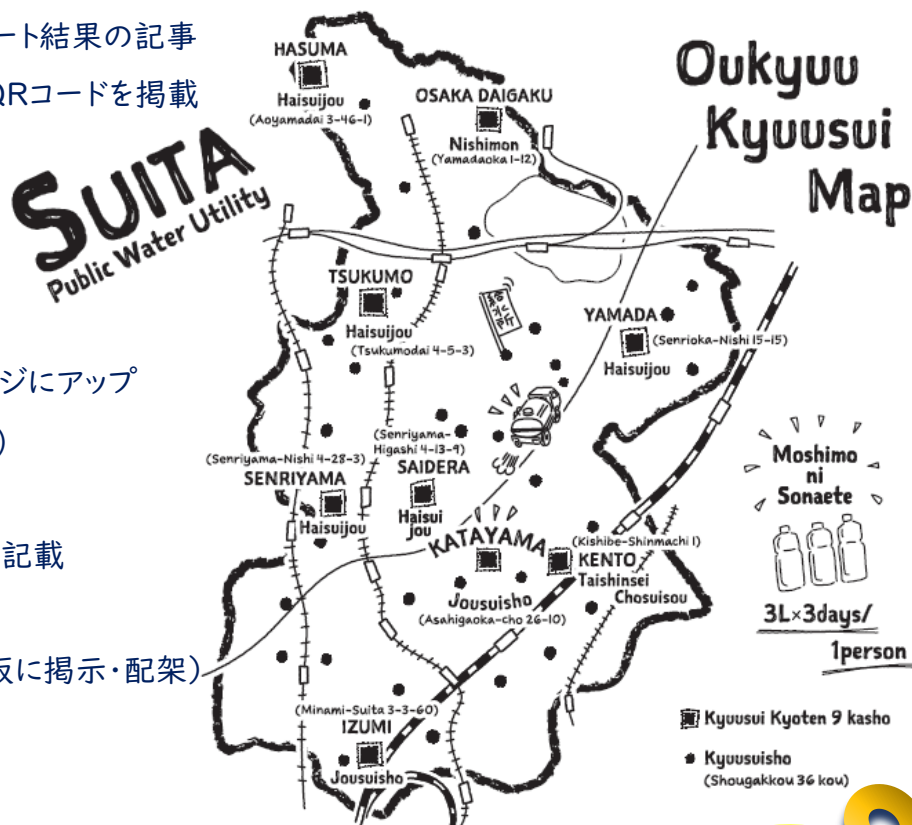
#### アンケート結果を受け、新たに実施したこと

- すいどうにゅーすNo.58のアンケート結果の記事に、ホームページ(災害)へのQRコードを掲載
- 新成人への啓発ページに 応急給水マップを掲載
- 応急給水マップのイラストの エコバッグ (PRグッズ) を作成
- すいすい防災手帳をホームページにアップ
- ラインセグメント配信(防災情報)
- 水道部封筒に記載している 給水マップの更新とQRコードの記載
- ポスター・チラシを作成 (公民館や図書館、自治会掲示板に掲示・配架)



#### これから考えていくこと

- ♡ 学生さんへ→官学連携の授業、学内掲示、学園祭で水道部からPRをしたり、水道部主催イベントで学生ボランティアとして市民にPRしてもらう
- ♡ 30代子育て層の方へ→園や学校で、保護者あてに水道部からのお知らせを配付してもらう
- ♡ 20~40代の方へ→駅、車内広告、スーパーマーケットなどでポスター掲示やイベントの実施
- グッズ配布時にQRコードをつける
- 防災訓練に、若い世代を取り込む→自治会の方に加え、PTAの方も一緒に
- 組立式給水タンクの設置、応急給水所設営動画の作成、HP公開





## 7 いざ出発!!

水道はあまりにも当たり前であって、  
その大切さや貴重さについて、  
日々の暮らしの中で思いを馳せることはめったにないかもしれません。

学生生活、仕事、日々の子育てや家事に追われ、  
じっくり水道事業の情報にまで目を通すのは難しく・・・

けれど、じゃ口をひねればいつだって安全な水が出て  
そのまま飲めてお風呂に入ってほっとする  
こどもたち、孫たちが大きくなった時にも  
この“当たり前”を守り続けるために

どんな広報をしたらいいのだろう

私たちは考えました。



**不安な時、安心できる確かな情報をすぐ届けるために**

**ふとした時に水道のことを考えるきっかけとなるように**

市民の皆様や職員の声を反映し策定したこの方針をもとに

今後も積極的な広報活動に取り組みます。

