

主要事業 10 利用者とのコミュニケーションの充実

次世代

つながる

環境

水道記念館などの広報拠点・媒体を活用し、札幌の水道水のおいしさをPRするほか、水道局の課題や取組をわかりやすく伝え、水道事業への理解を深める取組を進めます。

また、水道事業のPRイベントや水道水とミネラルウォーターなどを飲み比べる「きき水」体験を展開し、対話型コミュニケーションの充実を図ることで、利用者との信頼関係を築いていきます。

さらに、アンケート調査の定期的な実施や「水道局電話受付センター」の改善、冬期間の推定による料金請求の解消に向けて、無線式メーターの設置地域を拡大するなどの取組を進め、利用者ニーズの的確な把握や利用者サービスの向上に努めます。

効果

- ・水道水のおいしさや水道局の取組への理解を深めていただけます
- ・利用者の声を事業運営に反映させる仕組みが強化されます

取組

①利用者サービスの向上

- 電話受付センターの体制や運営方法の見直しを行い、応答率や応対品質の向上を図ります。
- 冬期間でも検針可能な無線式メーターの設置を進め、推定による料金請求を改善します。

②水道記念館来館者の増加促進

- 各種団体等へ見学案内の送付や冬季閉館中のPR活動などを通して、来館者の増加促進を図ります。

③水道事業に対する理解促進

- 水道事業のPRイベントや施設見学会の実施など、水道事業に対する理解の促進につながる取組を実施します。
- 「きき水」体験を実施し、普段は意識しない水の味の違いを実感してもらい、水道水の安全性やおいしさをPRします。

④水道利用者アンケート調査の実施

- 利用者の意識・意向を事業運営に生かすため、利用者へのアンケート調査を実施します。

指標	指標名	H25 (2013) 年度末実績	H30 (2018) 年度末実績	R6 (2024) 年度末目標
	水道記念館の年間来館者数	112,330 人/年	80,309 人/年*	120,000 人/年
電話受付センターの応答率	—	44%	85%	

ビジョン後半5年間の予定事業費(2020~2024年度)

39 億円

※ H30 (2018) 年度は改修工事を実施したため、例年より開館期間が2か月短縮