

WATERWORKS AND SEWERAGE BUSINESS
PUBLIC RELATIONS STRATEGY

川崎市上下水道事業

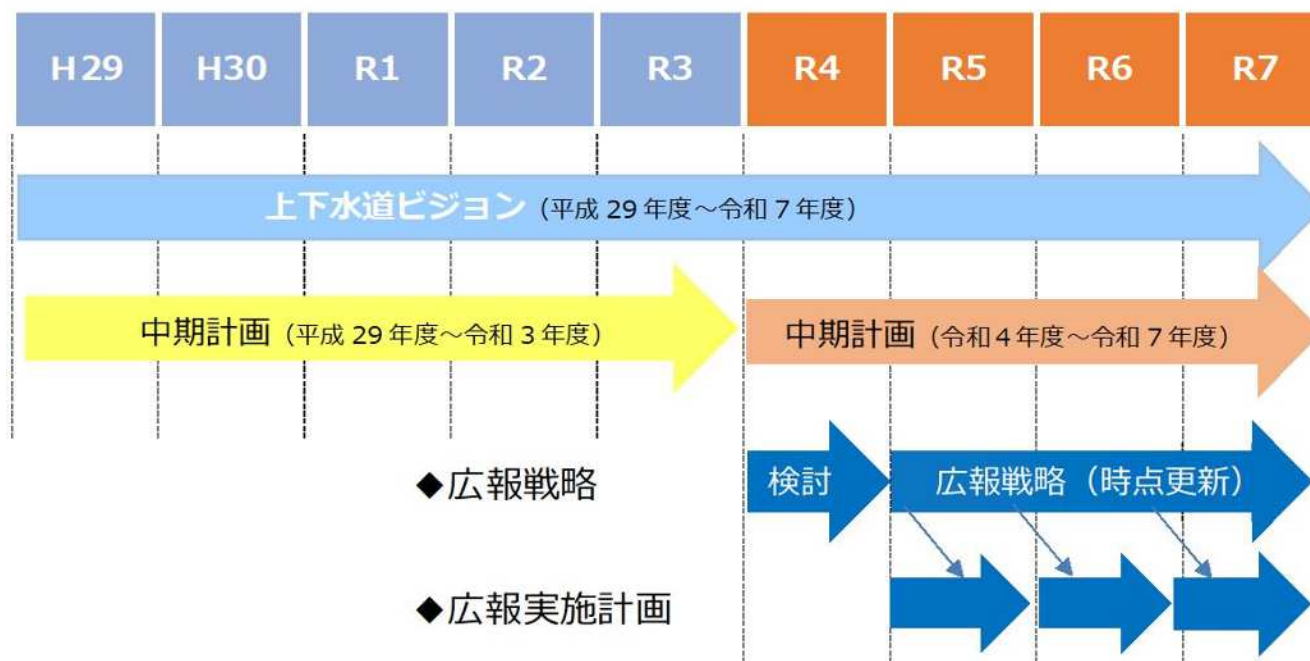
広報戦略

— 水が澄む、人が住む —

令和5(2023)年3月 川崎市上下水道局

I はじめに

- ・ 広報広聴活動をより効果的に実施するための指針として広報戦略を策定する。
- ・ 広報戦略は、上下水道ビジョン及び中期計画に基づくものとし、対象期間はR5年度からR7年度までとする。
- ・ 広報実施計画は、広報戦略に基づき、単年度ごとに策定する。



Ⅱ 広報広聴活動の現状と課題

Ⅱ 広報広聴活動の現状と課題

○ 1 広報活動の総括

- ・ 各種広報ツールは充実しているが、ターゲットが設定されておらず目的が曖昧であるため、十分に伝わっていない。
- ・ 自主媒体による広報は充実している反面、他者媒体による広報の活用がされていない。
- ・ 局内各部所の広報活動の役割や関わり方が異なっており整理が必要。
- ・ 災害時の速やかな情報伝達体制の整備等、局一体的な広報推進体制を構築する必要がある。

○ 2 広聴活動の総括

- ・ 広聴活動として、お客さまの声を収集し、分析しているが、事業施策や広報内容に十分に活用できていない。

Ⅲ 広報の目的

Ⅲ 広報の目的

○ 1 広報の目的の整理

市民からの信頼を得て局の施策や取組を実現するために、「信頼」を醸成することと、市民の「理解」と「共感」の最大化を図ることにある。

◆上下水道は、平常時はあって当たり前。非常時にこそ市民に頼られる存在に。

→市民からの「信頼」の醸成が重要

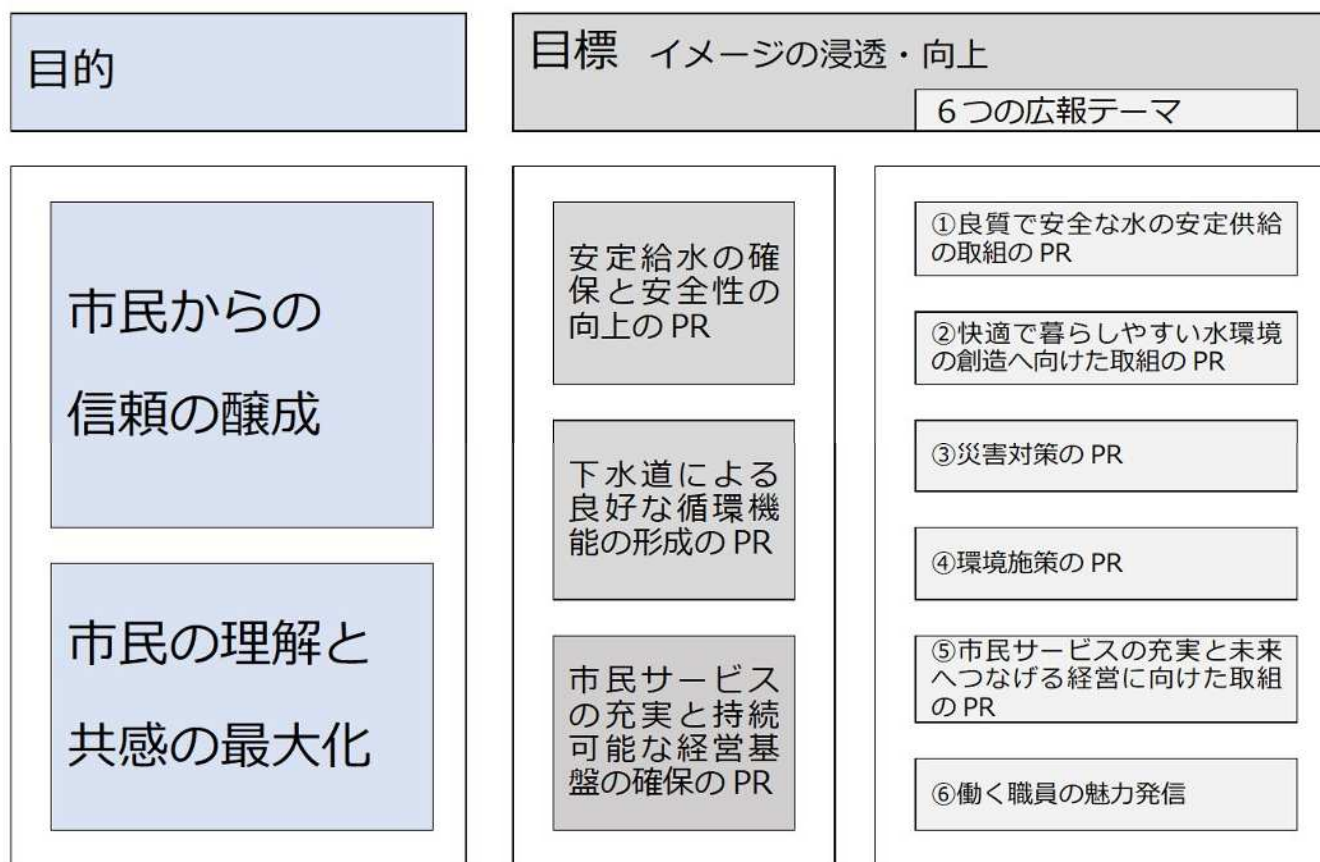
◆「良質で安全な水の安定供給」「浸水防除・汚水排除」「公共用水域の水質保全」の実現に向けて、平時において、市民からの協力と負担が得られる存在になる必要がある。

→市民の「理解」と「共感」の最大化を図る

Ⅲ 広報の目的

○ 2 広報戦略の目的と目標の整理（重点的な6つの広報テーマ）

目的と目標と「6つの広報テーマ」



Ⅲ 広報の目的

○ 2 広報戦略の目的と目標の整理 (重点的な6つの広報テーマ)

「上下水道ビジョン」と「6つの広報テーマ」の相関

上下水道ビジョン 10年間の方向性

| |
|------------------------|
| 良質で安全な水の安定供給 |
| 災害時の機能維持 |
| 水道・工業用水道施設・管路の適切な管理と更新 |
| 水環境・地球環境への配慮 |
| 災害時の機能維持 |
| 大雨・浸水への備え |
| 下水道管きよ・施設の適切な管理と更新 |
| 快適で暮らしやすい水環境の創造 |
| 地球環境への配慮 |
| 市民サービスの充実 |
| 国際展開の推進 |
| 持続可能な経営基盤の確保 |



広報戦略 6つの広報テーマ

| |
|------------------------------|
| 良質で安全な水の安定供給の取組のPR |
| 快適で暮らしやすい水環境の創造へ向けた取組のPR |
| 災害対策のPR |
| 環境施策のPR |
| 市民サービスの充実と未来へつなげる経営に向けた取組のPR |
| 働く職員の魅力発信 |

Ⅲ 広報の目的

○ 3 まとめ

経営戦略と連動した「広報」

- ◆ 施策や取組、その成果に対する広報機能としての貢献を果たす（市民とのコミュニケーション機能）

- ◆ 市民からの信頼を得て局施策や取組を実現するため、局に対する市民からの「信頼」の醸成と、「理解」と「共感」の最大化を目的とする

IV 広報の基本戦略

IV 広報の基本戦略

1 セグメント別広報活動の展開

6つの広報テーマに基づき、伝える情報を整理・設定し、年度別にターゲットをセグメント別の傾向分析を踏まえた有効な広報施策を検討し、年度ごとに広報実施計画としてとりまとめた後、効果的な広報展開を図る。

◆フロー

①セグメント別有効な広報施策の検討

②ターゲットのセグメント化

③セグメント別有効な広報施策の検討

④セグメント別の効果的な広報の展開

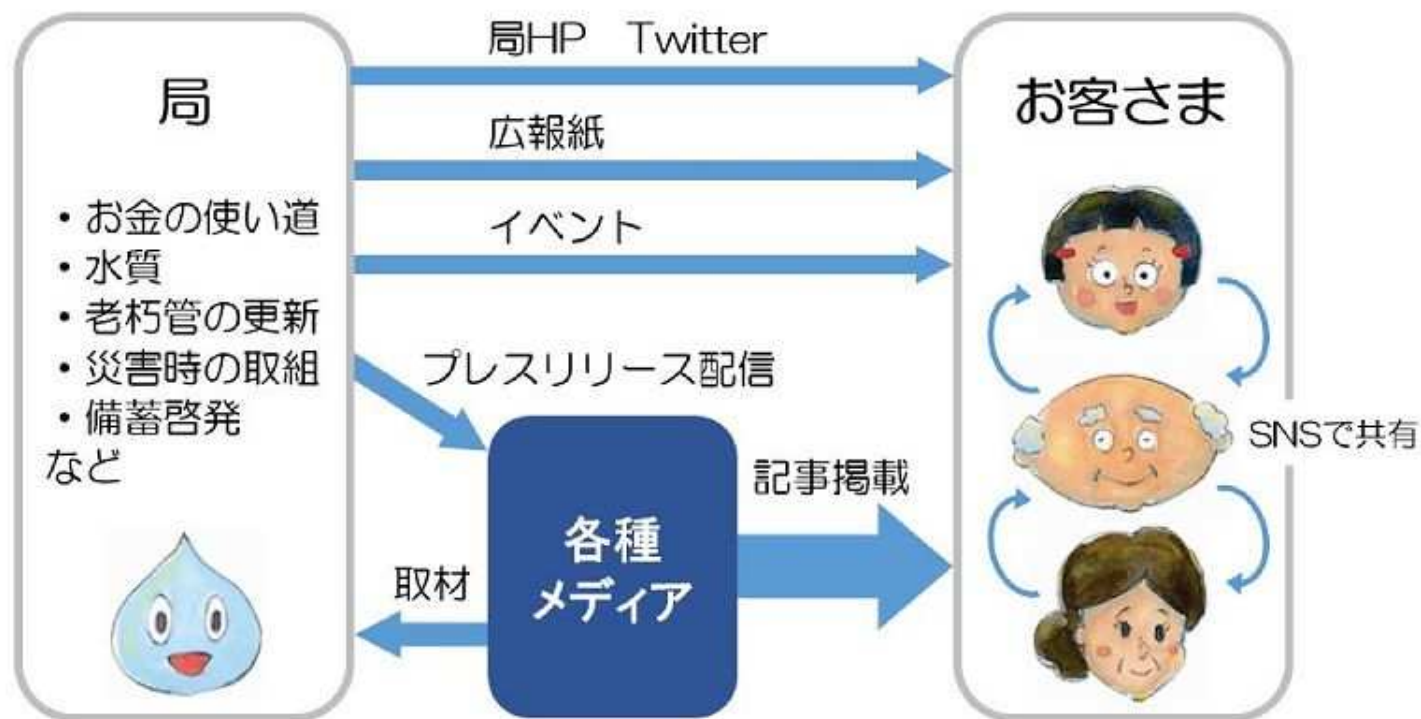
広報実施計画

策定 → 実施

IV 広報の基本戦略

○ 2 より多くの市民の目に触れることを意識した広報活動の展開

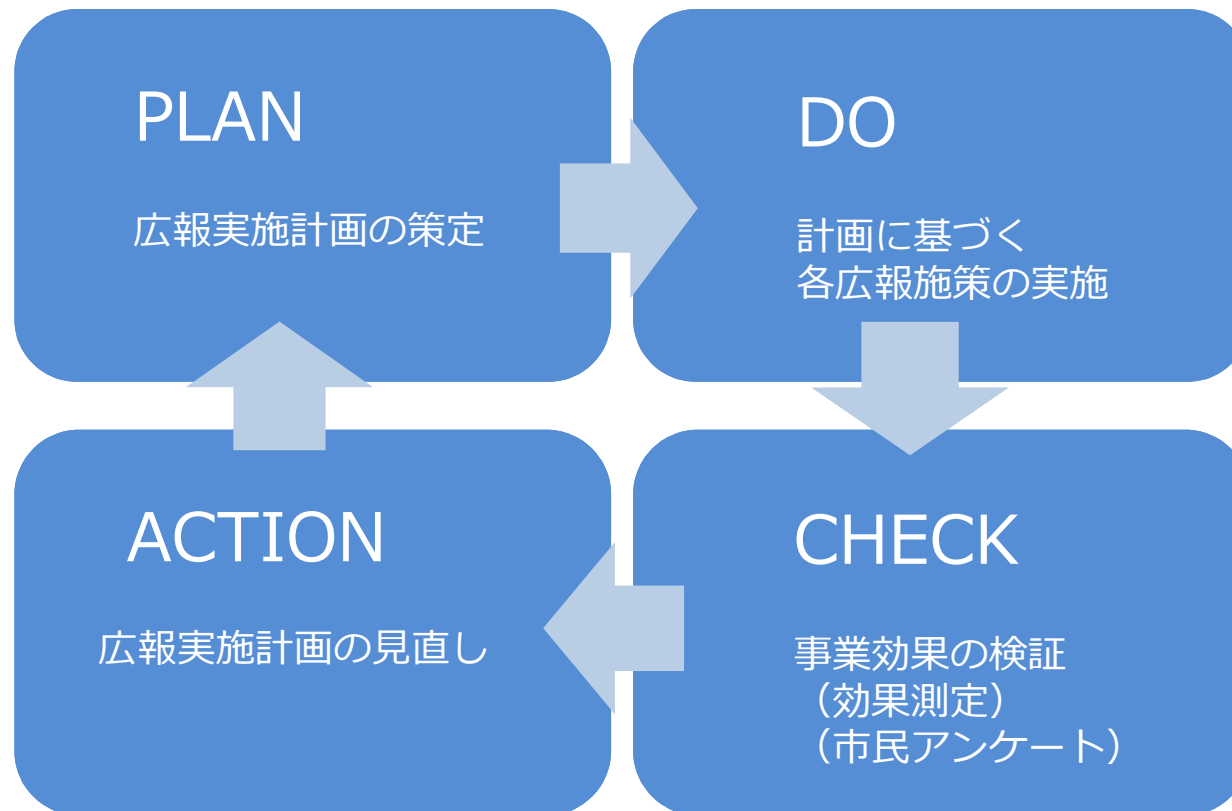
- ◆ マスメディアをはじめとする各種メディアへの露出獲得
- ◆ お客さま所有の個人メディア（SNSなど）における話題獲得



IV 広報の基本戦略

3 P D C Aサイクルを活用した広報活動の展開

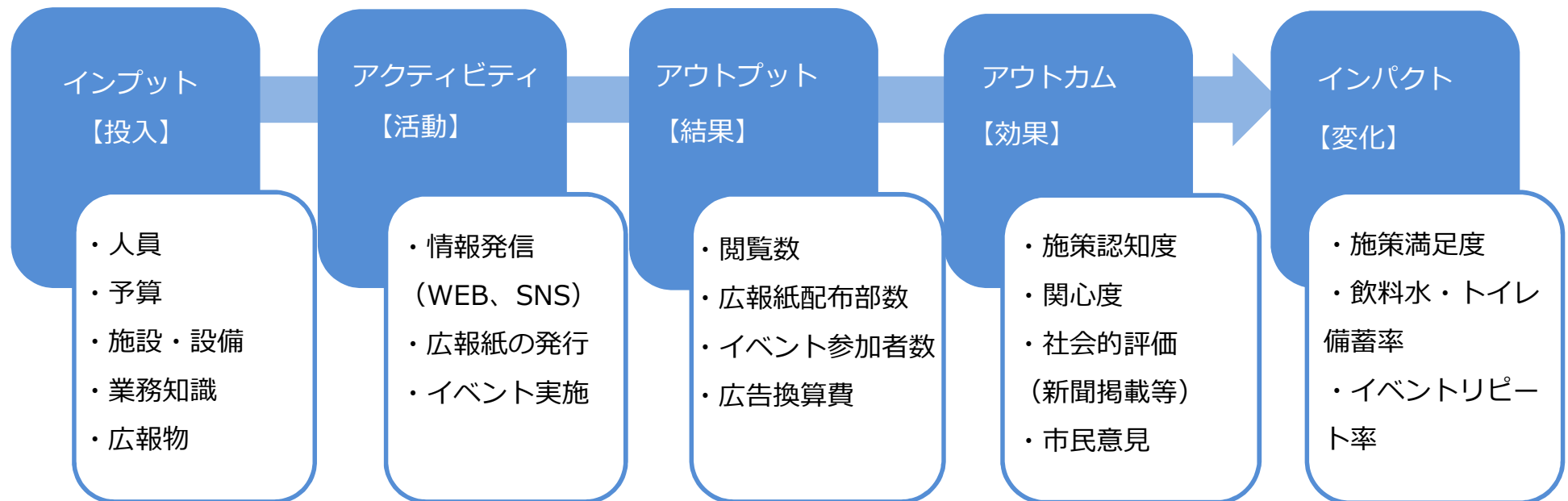
- ◆ 広報戦略は、適宜時世や環境変化に応じて更新する。
- ◆ 広報実施計画は、広報戦略に基づき毎年度定める。



IV 広報の基本戦略

3 PDCAサイクルを活用した広報活動の展開

- ◆PDCAサイクルを有効に展開するため、「ロジックモデル」として達成すべき目標や目指すべき成果等を整理し、妥当性の高い効果測定のための評価指標を設定する。



IV 広報の基本戦略

4 ブランディング ～広報活動が、お客さまの印象に残るための取組～

<タグライン>

水が澄む、人が住む

川崎市上下水道局
Waterworks and Sewerage Bureau

<コンセプト>

- ◇ 「澄む」：清廉な水源、最先端の水処理
- ◇ 「住む」：川崎市民が安全・安心な生活を暮らせる
- ◇ 3つの長方形が表すもの：水道事業 + 工業用水道事業 + 下水道事業
- ◇ グラデーションが表すもの：綺麗な水源 → 生活利用 → 下水処理で水を綺麗に → 水を大地に戻す

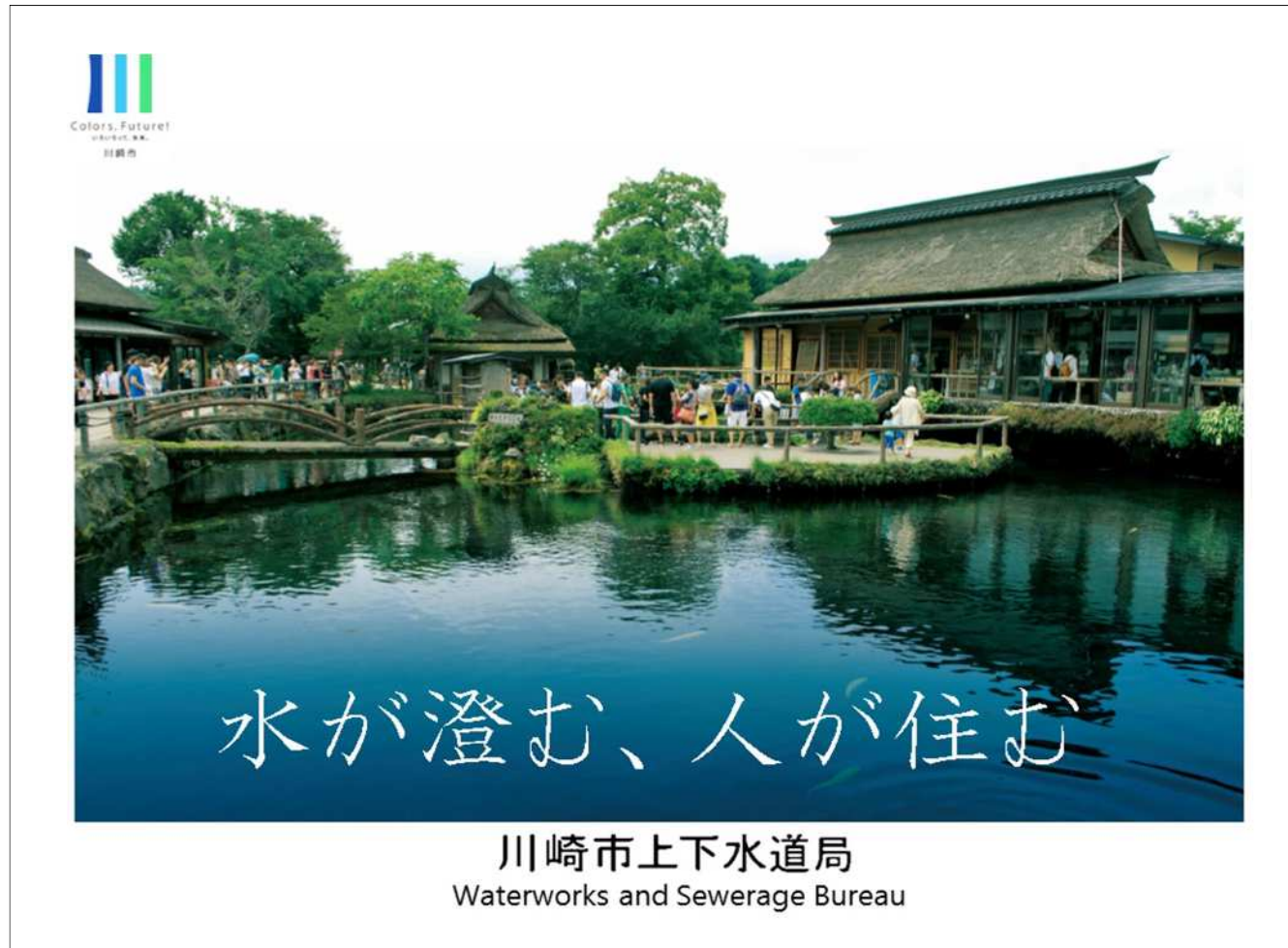
<ロゴマーク>



IV 広報の基本戦略

4 ブランディング ～広報活動が、お客さまの印象に残るための取組～

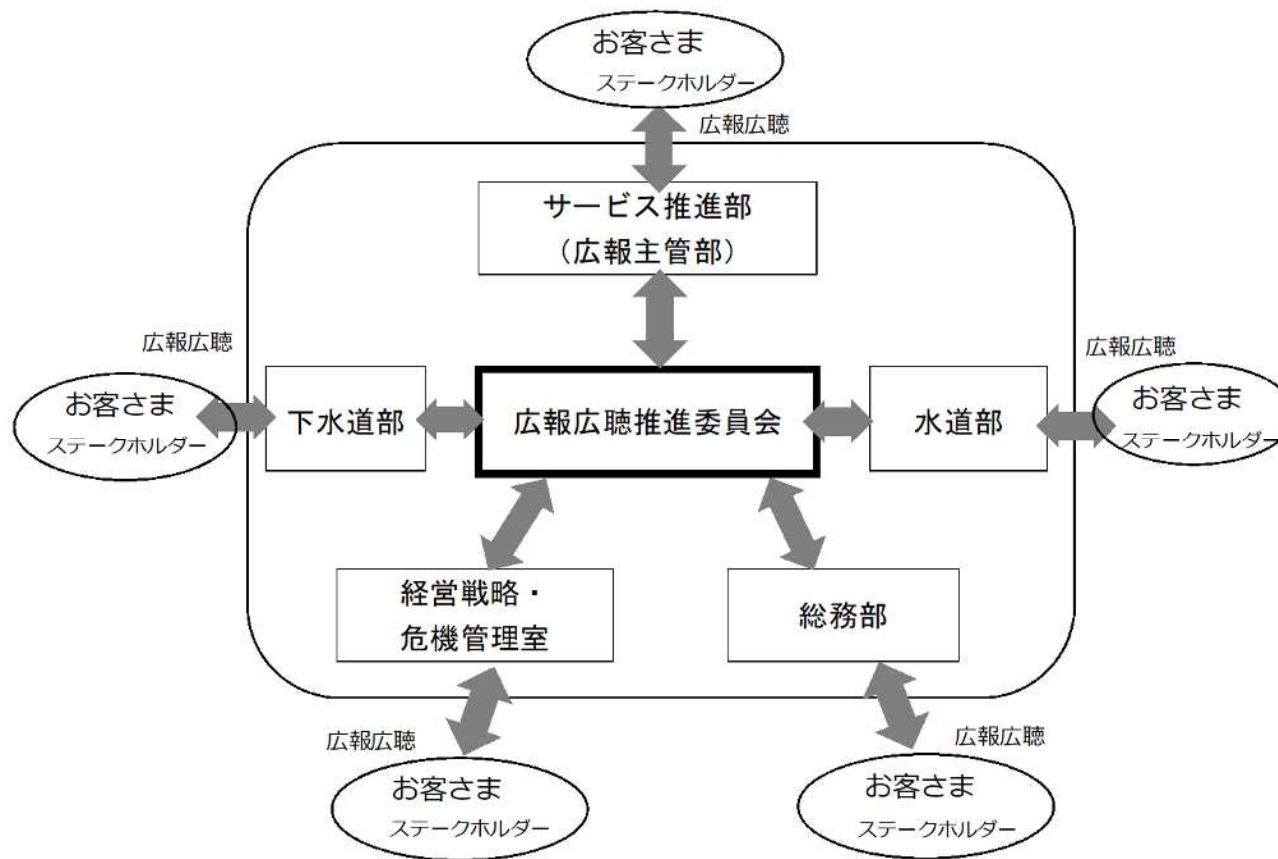
【活用例】ポスター ※イメージです



IV 広報の基本戦略

5 執行体制・役割の明確化

- ◆すべての職員が「局の広報担当である」との自覚を持ち、広報活動の推進にあたっては、各部における各事業・施設の特色等をいかした広報展開するために、組織横断的な体制づくりを図ります。
- ◆地震、風水害などの災害時等における情報を迅速に伝えるため危機管理広報体制を整備します。



V 今後の活用が期待できる取組・理論

V 今後の活用が期待できる取組・理論

1 主な取組

- ◆ 広報ガイドラインの策定
- ◆ プッシュ型広報の実現（上下水道アプリの導入に合わせて検討）
- ◆ データ分析（広報効果の見える化 例. Twitterの分析など）

2 主な理論

- ◆ A I S A Sモデルの活用
- ◆ アフォーダンスの付与
- ◆ シグニファイアの活用
- ◆ ナッジ理論



< A I S A Sモデルの広報への活用 >