

日常に溶け込む水道広報 ーPRコップによる新たな伝え方ー

柏崎市上下水道局

1. 抱えていた課題

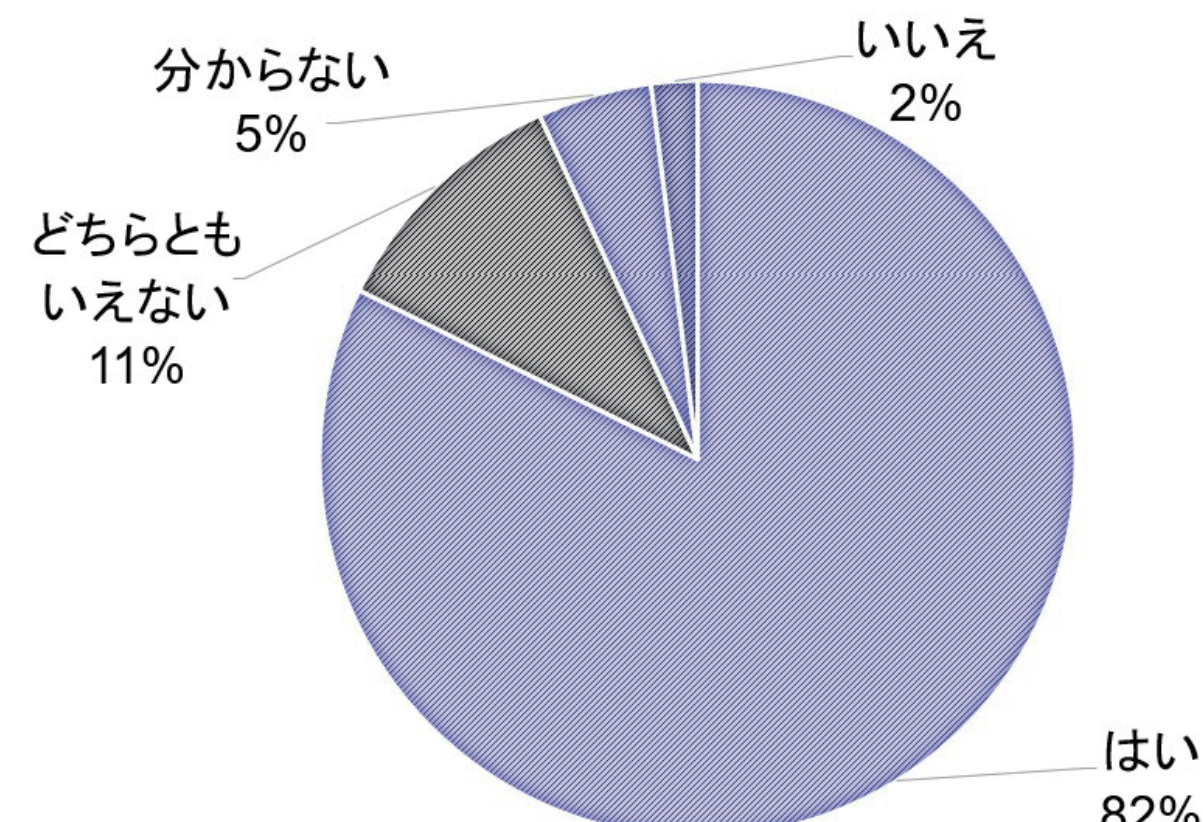
柏崎市は、全国に誇る3つの水道専用ダムを有し、これを水源とする水道水は、8割以上の市民がおいしいと評価するなど、本市の大きな強みの一つとなっている。

一方で、これらの水道施設の維持には多額の費用を要しており、今後も料金改定が避けられない状況である。

こうした中、市民に柏崎市の水道水の“当たり前のおいしさ”を再認識してもらい、その価値を共に未来へつないでいく必要がある。

本市の水の魅力や水道事業への理解を深めてもらうため、より効果的なPRの実施が求められている。しかし、従来の広報手法は、「その場を訪れた人」「イベントへ参加した人」「商品を受け取った人」など、一部の層との接点に留まる傾向があり、継続的かつ広範囲なPRには課題があった。

また、従来のペットボトルによるPRは、脱プラスチックの社会的要請と整合しない側面があり、新たな手法の検討が必要となっている。



柏崎の水道水をおいしいと感じるか（市民アンケートより）



柏崎の水道専用ダム
集水域は全て国定公園

2. 広報活動概要

従来の「配布型広報」に代わる新たな取り組みとして、全国初となる“PRコップ”を制作した。

市民や観光客の多くが利用する飲食店・宿泊施設のお冷に着目し、実際に柏崎の水道水を飲みながら、水道の魅力や重要性を自然に感じてもらう広報手段を考案した。

制作にあたっては、新潟工科大学工学部の学生と連携し、水道施設やダム見学、能登半島地震被災地での復旧活動の講演から得たイメージから2種類のイラストを制作しガラスコップにプリントした。1つ目が、水源である米山をイメージしたイラスト、2つ目が「安心」「安全」「安価」を直感的に伝えるイラストとした。



大学生の施設見学



完成したコップ2種

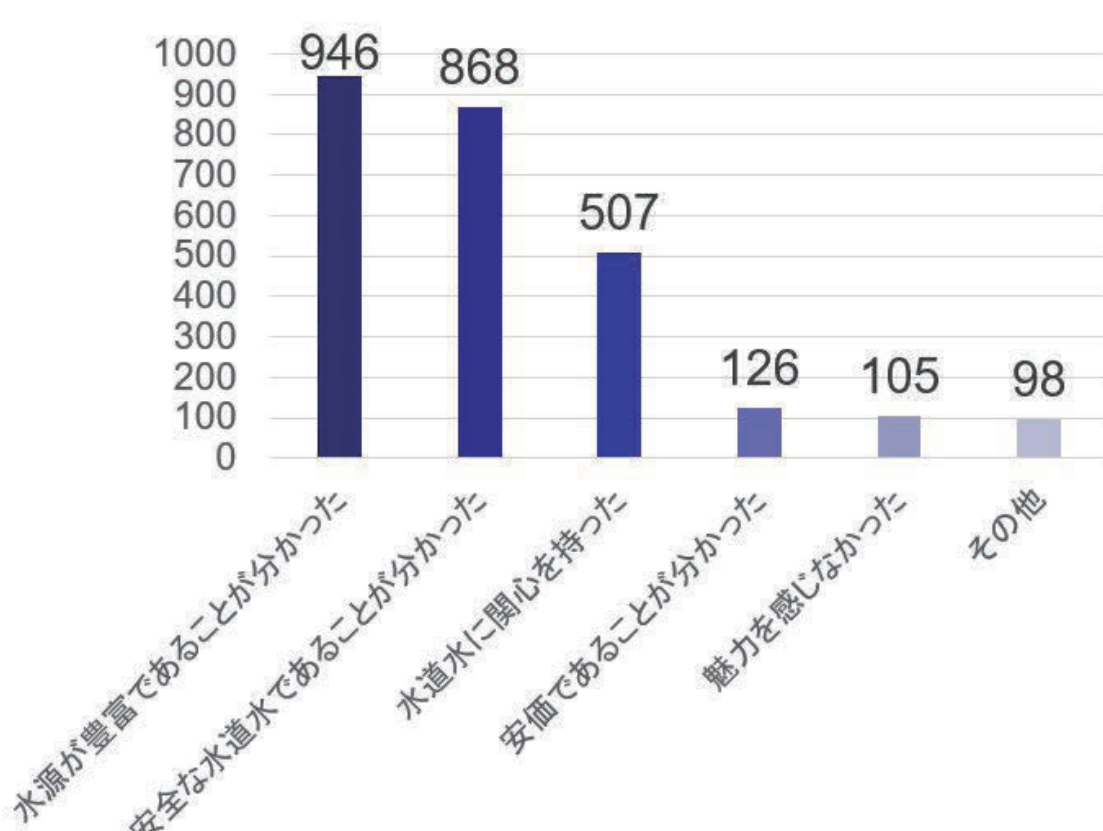
完成したPRコップ約4,000個を市内88事業者へ配布し、現在も継続的に使用されている。

また、繰り返し使用されるガラス製コップを活用することで、従来のペットボトル配布に比べ、継続的な広報効果と環境負荷低減の両立を図った。

3. 広報活動の狙い

本取り組みでは、誰もが接する「お冷」の提供機会に着目し、PRコップによって自然に視覚を誘導するとともに、実際に柏崎の水道水を飲んで魅力を体感できる広報をめざした。

飲食店等で日常的に使用されるコップを活用することで、市民や観光客が自然な形で水道水に触れ、柏崎の水のおいしさや水道事業への関心を持つきっかけとなった。



PRコップを見て何を感じたか
（市民アンケート）

協力店舗によるSNS投稿など自発的な情報発信が生まれ、行政だけに依存しない地域一体型の広報へと広がっている。

また、給水スポットのように「利用者が訪れる広報」ではなく、飲食店で自然に接触する「日常接点型広報」とすることで、水道への関心が高い層だけでなく、幅広い層へのPRにつながっている。



地元新聞や業界新聞でも
採り上げられました

アンケートでは、PRグラスに描かれたイラストを通じて、9割を超える回答者が何らかの水道水の魅力を感じたと回答した。また、多くの店舗からは、「利用者との会話のきっかけになった」など、コミュニケーションの促進につながったとの声が寄せられた。



多くの協力店舗でPRコップ
を広める投稿が生まれた

4. PRポイント

●PRグラスによって自然に視線を誘導し、実際に柏崎の水道水を飲みながら魅力を体感できる仕組みを実現

従来の広報は、接点を持った一部の層へのPRに留まる傾向があった。また、水道水ペットボトルによるPRは、単回使用による廃棄物発生などの課題もあった。

本取り組みでは、飲食店等で繰り返し使用されるPRグラスを活用することで、市民や観光客が日常の中で自然に水道水に触れる、新たな広報モデルを実現した。



●従来の水道水ペットボトル配布や給水スポットに代わる、“日常の中で自然に触れる”新たな水道広報モデル

PRグラスに描かれたイラストやメッセージによって自然に視線を誘導するとともに、実際に柏崎の水道水を飲むことで、「柏崎の水はおいしい」という魅力を体験として伝える仕組みとした。見るだけではなく、“飲んで感じる”体験型の広報となっている。



コップを利用している様子

●PRコップに二次元コードを印刷することで、PRサイトへ誘導し、水道事業に関する詳細な情報発信を可能とした

PRグラスには二次元コードを印刷し、専用のPRサイトへ誘導することで、水道施設やダム、水道水の安全性など、グラスだけでは伝えきれない情報も発信可能とした。リアルな体験とデジタル広報を組み合わせることで、より深い理解促進につなげている。



二次元コードを
プリントしたコップ

●大学・地域事業者・行政が連携することで、地域全体で水道水について考えるきっかけを創出

制作にあたっては、新潟工科大学の学生と連携し、水道施設見学などを通じて理解を深めながらデザインを制作した。また、市内88事業者が実際にPRグラスを使用することで、行政だけではなく、地域全体で柏崎の水道水の魅力や価値を発信する取り組みへと広がっている。