

The background is a light blue gradient with several realistic water droplets and bubbles of various sizes scattered across the surface. Some droplets are at the top, some at the bottom, and some in the middle, creating a fresh and clean aesthetic.

柏崎の おいしい 水道水

コップデザインプロジェクト



●豊富な水源●
3つの水道専用ダム
を所有

柏崎の誇る水道

●安心・安全●
ダム集水域は
全て柏崎市の所有地

●おいしい水●
水温、残留塩素、臭気強度、有
機物等、遊離炭酸、硬度、蒸発
残留物
で、おいしい水の条件を達成
S60年厚生省「おいしい水研究会」の条件より

水道利用者の反応



アンケートでは

- ・ 柏崎の水は他の自治体に比べて断然おいしいです。
- ・ 柏崎の水はおいしくて安心して飲める。特に夏場の冷たい水はありがたい。
- ・ 夏の時期、冷たい水が出るので帰省者が喜びます。
- ・ 市外の方から水道水がおいしいと言われたことがあります、誇らしく思います。

R5実施「柏崎市の水道使用に関するアンケート」の感想より抜粋



多くの利用者は“おいしい”と既に感じている！！

水道広報の必要性



水道施設は、水道料金を納めている住民との共有財産である

水道事業者は、それらの水道施設を通じた住民への安定給水の責務を負っている

水道事業者の課題

- ・人口減少に伴う料金収入減少
(配水量 10年前比 -4.2%減)
- ・水道施設の老朽化・耐震化
(水道管 耐震化率 34%)



今後の水道事業は。。

老朽化が原因とした断水が増加し安定供給が困難になる

老朽化・耐震化対策で事業費が増え水道料金の値上げが必要になる

水道事業に対して理解してもらうことが必要不可欠！！

従来の水道水のPR

柏崎市では。。

- ・ホームページの開設
- ・水のふるさと展示室の開設
- ・親子ダムツアーの開催
- ・水道水のペットボトル化の検討
- ・小学校の浄水場見学
- ・イベントの開催
- ・ミストの設置

しかし！！

特定の人にしか見てもらえない！
ペットボトル化は脱プラスチック社会に反している！



新たなPR手法

飲食店と宿泊施設 のグラスコップにPRイラスト



意識しなくても自然に視覚を誘導

市民の誰もが利用する場所

観光等で訪れた人が利用する場所

その場で飲んでおいしさを感じてもらえる場所



広報の効果は
大きい

**広報は他の自治体と同じ事をして意味がない！
全国で導入実績のない手法でPRをしたい！！**

水道事業PRイラスト入りコップ

2種類のイラストを作成



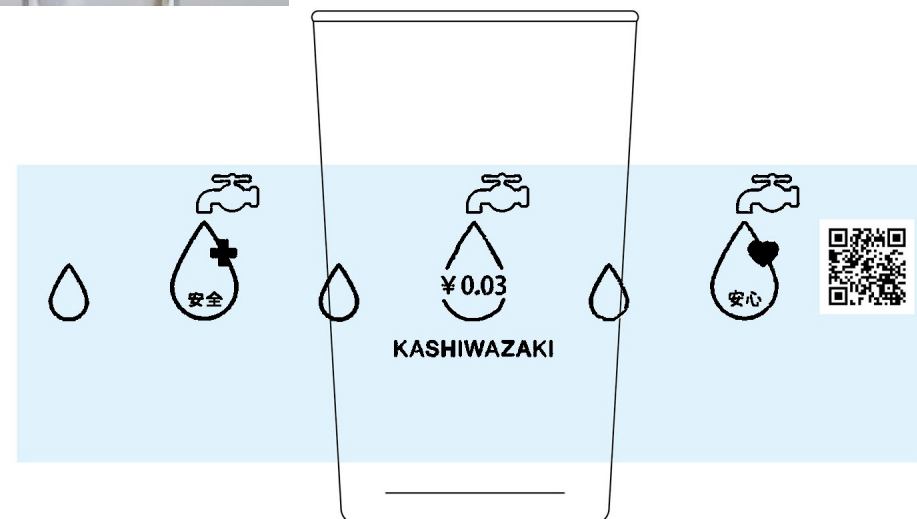
水源となる米山から蛇口までの
水の流れを表したイラスト

柏崎の水道の集水区域は国定公園内にあり、安全な水道水であることを伝えています。



柏崎の水道の特徴である
「安心」「安全」「安価」
を表したイラスト

「¥0.03」は、コップ1杯の
概ねの水道料金であり、
水道水の安さを伝えています。



配布対象施設

飲料水の提供で水道水を使用している
柏崎市内全ての飲食店・宿泊施設