

事例6. 顧客の声を反映した水道サービス :

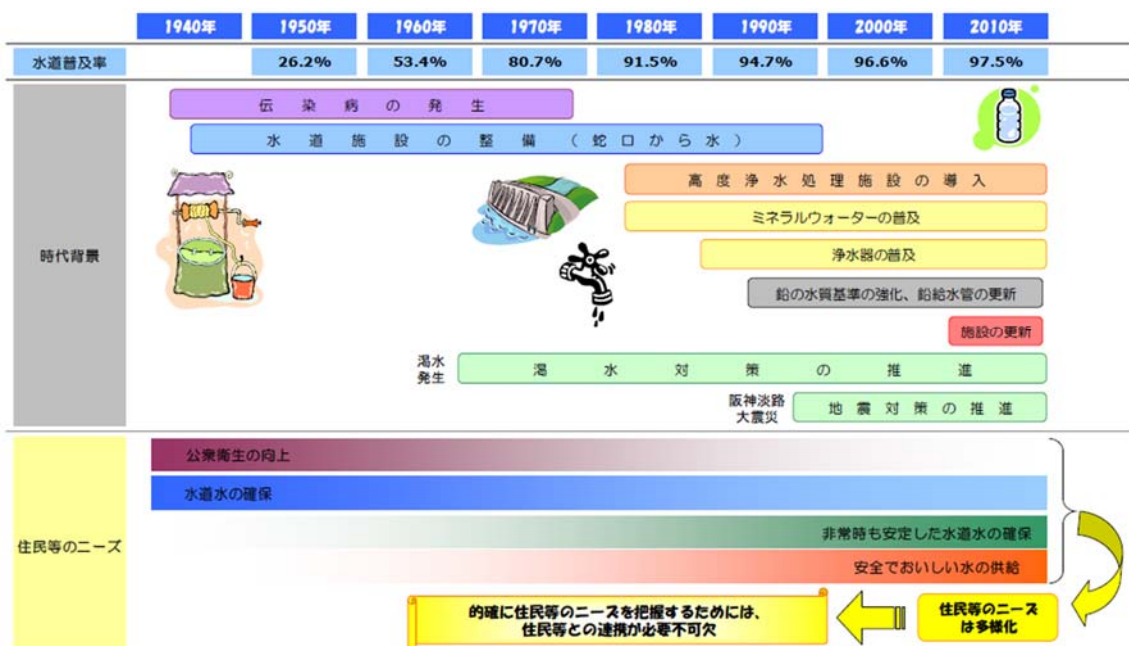
大阪市、東京都、千葉県、矢巾町

目次

1. はじめに	C6-1
2. 水道事業体と顧客の関係.....	C6-2
(1) 水道法等に規定された水道事業者と顧客の義務と権利.....	C6-2
(2) 水道事業体と顧客との関係.....	C6-3
(3) コミュニケーションを通じた良好な関係の構築.....	C6-4
3. (事例1) 大阪市の日常のサービスを通じた顧客対応.....	C6-6
4. (事例2) 広報と情報公開.....	C6-8
5. (事例3) 東京都のお客さまセンター.....	C6-10
6. (事例4) 千葉県の広聴システム.....	C6-13
7. (事例5) 矢巾町の住民参加.....	C6-15
8. (事例6) 千葉県の出前講座.....	C6-17
9. 教訓	C6-19

1. はじめに

我が国では、1940年代から1970年代にかけての伝染病の抑制のための公衆衛生の向上が目指されたことで水道整備が進み、1980年代には普及率が90%を超えることとなった。水道普及が95%を超えた2000年代からは、「安全でおいしい水」「非常時でも安定した水道水の確保」等、水道のサービス水準の向上への要望が高まっている。このような顧客の要望に対応するため、水道事業体は、顧客からの声に耳を傾けながら、日々、給水サービスの向上を目指した運営を行っている。



出典：厚生労働省 <http://www.mhlw.go.jp/stf/shingi/2r98520000027cq9.html>

図1 水道が果たしてきた役割と顧客ニーズの変遷

本教材では、まず我が国の水道法にみられる水道事業体と顧客との関係、どうして顧客対応を重視するのかという点について述べる。その次に、日本の水道事業体が顧客との関係構築と説明責任をどのように実施しているかという点について、日常のサービス、広報・情報公開、お客様サービスセンター、広聴、住民参加、出前講座といった具体例を挙げながら説明する。

事例6. 顧客の声を反映した水道サービス：
大阪市、東京都、千葉県、矢巾町

2. 水道事業者と顧客の関係

(1) 水道法等に規定された水道事業者と顧客の義務と権利

我が国では、水道法において、水道事業者の顧客に対する義務や、顧客の権利と義務が規定されている。

水道法第14条（供給規程の制定）において、水道事業者は、料金や給水装置工事の費用負担区分、その他供給条件等、水道の需要者との給水契約の内容を示す「供給規程」を定め、一般に周知させることが義務づけられている。これらの項目は、給水条例によって細かく定められており、給水装置の設置は、原則申込者の負担であることや、メーターは水道事業者から申込者に貸与され、申込者が適切に管理を行うこと等が示されている。

水道法第15条（給水義務）では、水道事業者は、事業計画に定める給水区域内の需要者から給水契約の申込みを受けたときは、正当の理由がなければ、これを拒んではならないとされており、常時水を供給する義務を負っている。

水道法第18条（水質検査請求）にある、水の供給を受ける者が、当該水道事業者に対して、給水装置の検査及び供給を受ける水の水質検査を請求することができ、請求があった際には、水道事業者はすみやかに検査を行い、その結果を請求者に通知しなければならないという項目に見られる考え方も、顧客重視の基本が法律に書き込まれている例である。

同時に、水道法第24条の2（情報提供）でも「水道事業者は、水道の需要者に対し、厚生労働省令で定めるところにより、第20条第1項の規定による水質検査の結果その他水道事業に関する情報を提供しなければならない」というように、事業者の顧客に対する情報提供の義務と、顧客の権利を定めているという部分があるということも、顧客対応が重視される最も基本的な土台となっており、このような法律による規定が重要である。

なお、水道法を施行するための具体的な省令である水道法施行規則（第17条2項）では、情報提供を行う事項として、下記を定めている。このうち、1から6は毎年一回以上（定期的）に情報提供を行い、7と8は必要が生じたときに速やかに情報提供を行うものとしている。

- (i) 水質検査の結果その他水道により供給される水の安全に関する事項
- (ii) 水道事業の実施体制に関する事項
- (iii) 水道施設の整備その他水道事業に要する費用に関する事項
- (iv) 水道料金その他需要者の負担に関する事項
- (v) 給水装置及び貯水槽水道の管理等に関する事項

事例6. 顧客の声を反映した水道サービス：
大阪市、東京都、千葉県、矢巾町

- (vi) 水道施設の耐震性能、耐震性の向上に関する取組等の状況に関する事項
- (vii) 臨時の水質検査の結果
- (viii) 災害、水質事故等の非常時における水道の危機管理に関する事項

講師の方へ：

途上国の多くの水道事業体では、我が国に見られるような顧客重視の姿勢があまり見られません。水道事業体として、料金徴収等では良好な顧客対応が必要であるということや、水道料金値上げでは住民の同意が重要というような意識が漠然とあるものの、「なぜ、水道事業体として顧客を重視するのか」ということを聞かれることがよくあります。また、顧客対応が重要とわかっていても、どのように実践していくかということについては、自国での事例があまりないという状況にあります。

こうした途上国の研修員にとっては、我が国では水道法等で顧客との関係の基本が示されているということや、水道が地域独占事業であり競争性がないという前提から、地方公営企業法により、経営原則としての合理性・能率性が求められるとともに、水道事業体として日々サービスの向上を目指しているということは、重要なメッセージになります。また、良好なサービスを提供するために、どのような活動を行っているかという具体的な事例は、自国での取り組みを考える際に、とても参考になります。

(2) 水道事業体と顧客との関係

水道事業体は顧客に対して給水サービスを提供し、顧客はその代価として水道料金を支払う。水道料金は、日々の水道施設の運転維持管理および水道施設整備等、事業体の健全な経営を支える基盤である。

給水契約によって、水道事業体は顧客に対して給水サービスを提供し、顧客はその代価として水道料金を支払う。給水サービスは、公衆衛生の向上、より良い生活環境の確保といった市民生活の向上を目指すものである。他方、水道料金は、日々の水道施設の運転維持管理および水道施設整備等、事業体の健全な経営を支える基盤となっている。なお、水道は地域独占事業であり、選択の余地がないという点を踏まえてサービスを向上する必要がある。

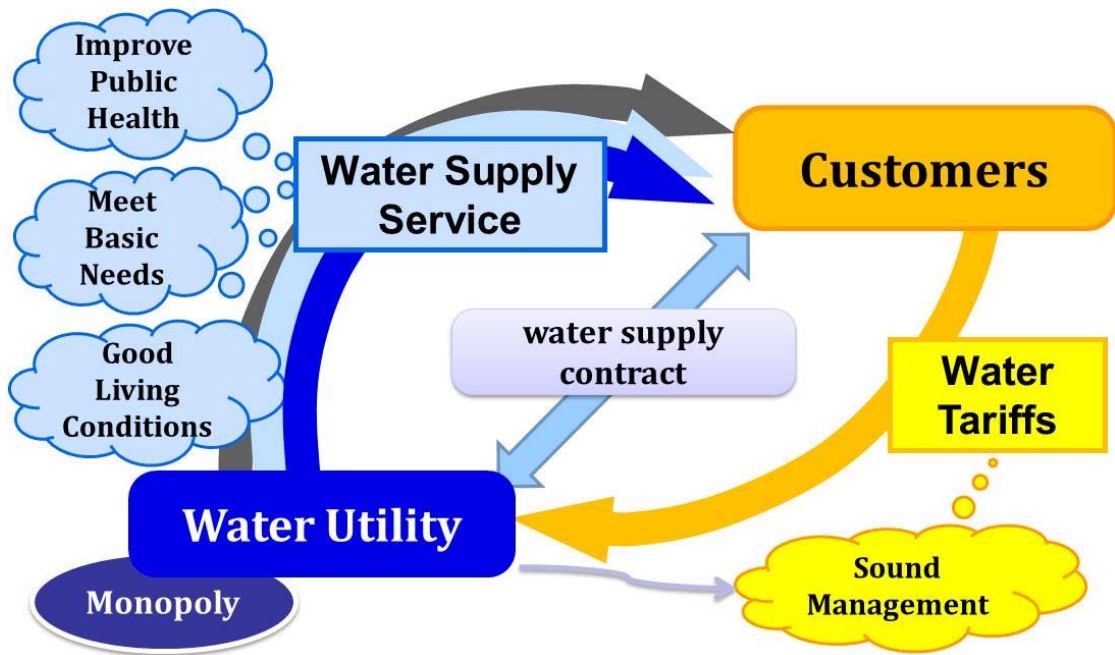


図2 水道事業者と顧客との関係の概念図

講師の方へ：

我が国では、水供給者は市町村等の公的機関ですが、使用者は対価を支払う相対の商取引としての意識が定着しています。他方で、一部の途上国では、水は無料であるという意識や、時間給水や低水圧などサービス水準が低いのに水道料金を払う必要はないといった意識も強く、これが料金支払いを拒むような状況を引き起こしています。

(3) コミュニケーションを通じた良好な関係の構築

水道事業は料金収入を基に運営されている。そのため、給水サービスの内容と、その対価としての水道料金に対する住民の理解が不可欠であり、広報・情報公開は、説明責任を果たすという点からも重要である。

水道事業は料金収入を基に運営されている。そのため、給水サービスの内容と、その対価としての水道料金に対する住民の理解が不可欠であり、広報・情報公開は、説明責任を果たすという点からも重要である。

事例6. 顧客の声を反映した水道サービス：
大阪市、東京都、千葉県、矢巾町

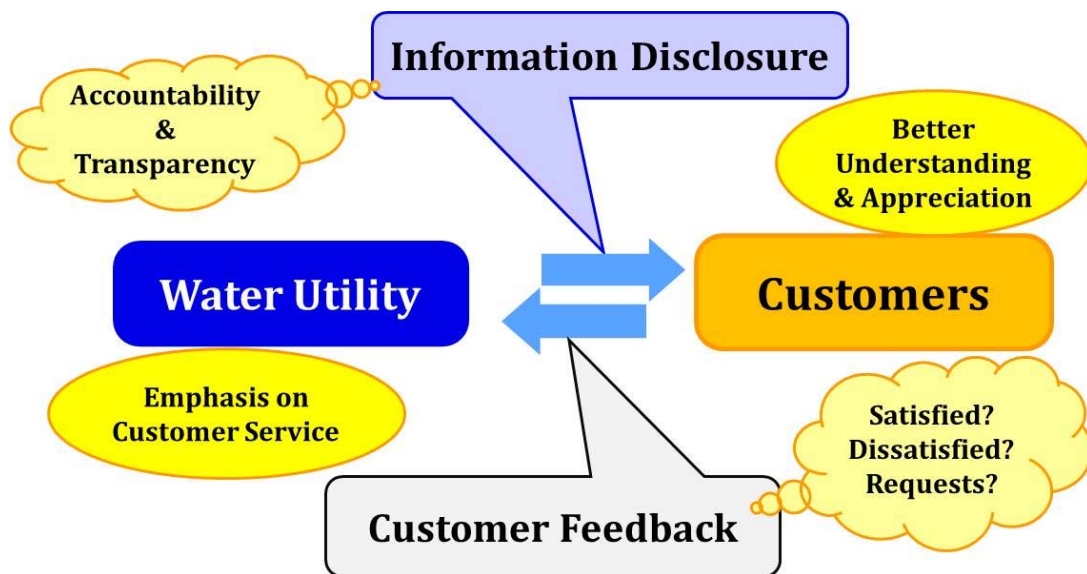


図3 双方向のコミュニケーションを通じた水道事業体と顧客との関係の概念図

さらに、水道整備事業を円滑に実施していくためには、事前に顧客のニーズを把握し、整備事業の内容を需要者や議会等に説明・公表し、理解を得ることが重要である。このため、整備事業の必要性、期待される成果及び費用対効果等について系統立てて整理することが必要である¹。

講師の方へ：

途上国における顧客のニーズも、水道を引くということから、給水時間等の基本的な給水サービスの向上、更には水質の向上など、時代背景や水道を取り巻く環境に応じて変化しています。水道事業体側もそのような顧客のニーズを的確に把握し、それに対応した顧客対応を行うことが必要となっていることを意識してもらううえでも、日本の顧客とのコミュニケーションの方法は参考になります。

¹ 日本水道協会『水道施設設計指針』（2012年）p.22

3. (事例1) 大阪市の日常のサービスを通じた顧客対応

我が国の水道事業体は円滑な料金徴収や料金改定のための理解ということだけではなく、日常の活動を通じ、よりよいサービスの提供による顧客満足度の向上と顧客の水道事業に対する信頼感の醸成を目指している。

給水サービスは顧客との契約によって提供することが法律で定められていることもあり、水道事業体は、他の地方行政組織と比較し、もともと顧客を意識した事業運営を行ってきたといえる。しかしながら、それでも、顧客からのクレームの伝達が適切に処理されなかったため、メーターが不適切に取付けられた状態を見過ごす等の問題が起きていたこともあった²。

顧客サービス向上と情報公開を指向する動きは、1980年代から強まった。その背景には、地方行政改革における国民・市民からの信頼性の確保が目指されたことや、国全体としての情報開示などの動き、そして欧米諸国で発展した New Public Management³の考え方が日本にも影響を与えたことがあった。1987年（昭和62年）には巨額の赤字を抱えていた国鉄が分割民営化されたが、その背景には繰り返される労働争議やストライキなど、顧客サービスを軽視した対応に対する国民の不信感もあったと言われている。このように日本社会における顧客サービスの意識の高まりは、水道事業にも反映されていった。

我が国の水道事業体は円滑な料金徴収や料金改定のための理解ということだけではなく、日常の活動を通じ、よりよいサービスの提供による顧客満足度の向上と顧客の水道事業に対する信頼感の醸成を目指している。例えば、多くの水道事業体では、住民へのサービスとして、急な使用量の変化に対して、住民に理由を問い合わせて、無駄な水使用（無駄な料金支払い）を防ぐ対策もとられている。

大阪市水道局では、第二次世界大戦前には「給水装置を修繕する者の心得」「点検員の心得」「集金員心得」等を制定し、職員に対し、顧客に親切、丁寧な対応をすることを求めている。戦後は、1949年（昭和24年）より水道サービスカーによる市内巡回を開始し、給水装置の故障や鉛管破裂の応急修繕等を行った⁴。

1980年代後半からは、水道利用者等に対し、これまでの「市民」という役所的なイメー

² 三竹育男氏

³ 民間セクター活用や、民間セクターによる事業運営手法の活用を主軸とする新しい行政改革の理念や手法の総称。財政制約、社会の高齢化・成熟化（公共サービスへの需要の増大と多様化）という状況に対応するために、行政サービスのマネジメントの基準を顧客主義・業績／成果主義に転換するという動き。1979年（昭和54年）のサッチャー政権の誕生以降、イギリスにおいて採用され、その後、世界的に広まった。岡本裕豪ら「わが国におけるNPM型行政改革の取組みと組織内部のマネジメント」国土交通政策研究17号（2003年）<http://www.mlit.go.jp/pri/houkoku/gaiyou/pdf/kkk17.pdf>

⁴ 大阪市水道局『大阪市水道百年史』（1996年）p.1082 および玉井義弘氏からのヒアリング

ジから、企業職員としての「お客様」という意識をもって対応することが求められるようになった。このような中で、1988年（昭和63年）から管理職員を対象として、接遇指導者養成研修が実施され、一般職員に対する接遇研修指導者の育成が行われた。さらに1989年（平成元年）には、職員の接遇向上を目的とした「接遇向上対策委員会」が設置された。

表1 大阪市における顧客対応の変遷

戦前 (～1939年(昭和14年))	現場職員の服務心得として、「給水装置を修繕する者の心得」「点検員の心得」「集金員心得」等を制定し、顧客に対する親切、丁寧な対応をめざす。
1949年(昭和24年)～	水道サービスカーによる市内巡回を開始し、給水装置の故障や鉛管破裂の応急修繕等を実施
1980年代後半～	水道利用者等に対し、これまでの「市民」という役所的なイメージから、企業職員としての「お客様」という意識への転換
1988年(昭和63年)～	一般職員に対する接遇研修指導者の育成を目的に、管理職員を対象として、接遇指導者養成研修を実施し、多数の内部講師を育成
1989年(平成元年)～	職員の接遇向上を目的とした「接遇向上対策委員会」を設置

出典：大阪市水道局『大阪市水道百年史』（1996年）p.1082-1110をもとに作成

4. (事例2) 広報と情報公開

我が国の水道事業体は、広報と情報公開により説明責任を果たすとともに、住民理解を促している。

水道事業に係る広報は、黎明期には水道への加入の呼びかけ、湯水時における節水の呼びかけや断水のお知らせ等、業務遂行に関して、市民に周知すべき事項が生じた時に、必要に応じてビラの配布を行うものであった。

戦後は市政だよりやラジオ、テレビ等を活用し、水道事業の説明が行われてきた。また、報道機関に記事の素材を積極的に提供することで、マスコミを通じてニュースとして取り上げられた。その他、パンフレットやリーフレットの配布、ポスター掲示、映画フィルムによる広報も行ってきた。

近年では、市民等への説明・公表を分かり易く行うため、業務指標（PI）やアセットマネジメントの成果を活用するなど、整備によって期待される効果の定量化とともに客観性を高めた情報を提供している。併せて、市民の視点で、できる限り専門用語の使用を避けイラスト等に置き換えたり、施設整備を実施した場合としなかった場合を比較して示したりするなど⁵の工夫をして情報提供を行っている。



台所の改善

水を愛する家は栄え、

水を濫費する家は衰える

出典：名古屋市上下水道局

写真1 大正時代（1912年～1926年）の節水をよびかけるポスター

⁵ 日本水道協会『水道施設設計指針』（2012年）p.22



写真2 パンフレット

イ 経営指標 Management-related indexes

Indexes 項目		FY2013(Plan) 25年度(計画)	FY2013(Results) 25年度(実績)	FY2014(Plan) 26年度(計画)	FY2015(Plan) 27年度(計画)
業務効率性 Management efficiency	Number of service connections per employee (千件/employee) 職員一人当たりの給水件数	1.8	1.8	1.8	1.9
	Total length of distribution pipes managed per employee (km/employee) 職員一人当たりの配水管管理延長	6.7	6.7	6.8	7.0
	Accounted-for water per employee (1000 m ³ /employee) 職員一人当たりの取水量	389	372	393	403
	Water supply cost (Note 3) 給水原価 ^{注3}	202.3	203.5	202.2	201.4
業績回復の強化 Reinforcement of management base	Employee payroll rate 職員給与比率	6.8	6.6	7.3	6.7
	Balance of enterprise bonds (100 million yen) 企業債残高	2,873	2,813	2,605	2,447
	Ratio of principal and interest redemption to revenue on water supply (Note 4) 給水収益に対する元利償還割合 ^{注4}	13.6	14.0	12.3	9.7
Ratio of owned capital to total capital 自己資本構成比率	81.6 (73.1)	79.5 (73.0)	75.2	76.9	
健全性 Soundness	Ordinary balance ratio 経常収支比率	112.4	111.5	115.5	114.9

(Note 1) All index values are calculated with tax included.
 (Note 2) All index values for fiscal 2014 and subsequent years are calculated on the basis of the new accounting regime.
 The figures in parentheses have been calculated for reference purposes on the basis of the new accounting regime under the assumption of its application from fiscal 2014.
 (Note 3) Water supply cost is calculated on the bases of the fund, with capital expenditure included in the total expenditure.
 (Note 4) The rate of redemption of principal and interest against the revenue on water supply is calculated by exempting the loan.
 (注1) 指標値は、全て税込みの額により算出している。
 (注2) 平成26年度以降の指標値は、全て新会計制度に基づき算出した数値である。なお、カッコ内は、参考のため平成26年度から適用となる新会計制度に基づき算出した数値である。
 (注3) 給水原価は、総支出額の中に資本的支出額を含めた資金ベースで算出している。
 (注4) 給水収益に対する元利償還割合は、借換分を除いたもので算出している。

出典：東京都水道局 <http://www.waterworks.metro.tokyo.jp/eng/supply/>

図4 PIを用いた説明

事例6. 顧客の声を反映した水道サービス：
大阪市、東京都、千葉県、矢巾町



写真3 漫画を用いた説明

5. (事例3) 東京都のお客さまセンター

我が国の水道事業体のほとんどは、顧客からの問い合わせや苦情を受け付ける顧客対応窓口を有している。顧客からの問い合わせに迅速に対応するため、顧客情報を整備している。

我が国の大都市の水道事業体の多くは、顧客からの手続き・苦情・問い合わせに対して、コールセンターに集約して対応をしており、これらは顧客対応窓口あるいはお客様サービスセンターと呼ばれている。これらのサービスセンターでは、漏水事故等については、24時間対応しているものがほとんどである。

東京都では、窓口一元化、受付時間の延長・拡大などのサービス向上を目的としてお客さまセンターを2か所設置している。お客さまセンターは、顧客からの給水開始・使用中止の届出、料金や修繕等の問合せ窓口であり、電話やインターネットによる申込みを集中的に取り扱っている。加えて、口座振替・クレジットカード払いの申込書の受付を処理し

事例6. 顧客の声を反映した水道サービス：
大阪市、東京都、千葉県、矢巾町

ている。日本の官公庁・企業の業務時間は通常、平日（月～金）の午後 6 時頃までであることから、お客さまセンターの受付時間を、日曜日及び祝日を除く午前 8 時 30 分～午後 8 時までとすることで、利便性にも配慮している。ただし、漏水事故などの緊急の場合は、24 時間 365 日対応をしている。

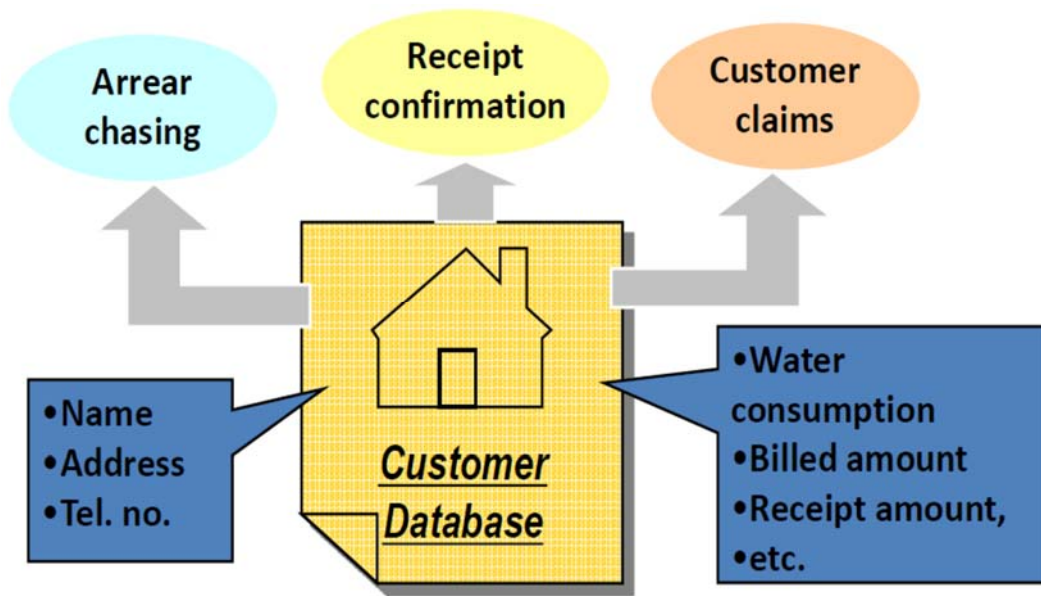


出典：東京都水道局 http://www.waterprofessionals.metro.tokyo.jp/pdf/wst_06.pdf

写真 4 お客さまセンターの様子

顧客との契約内容や検針、料金等の情報は、独自に構築したシステムによりオンライン管理されており、問合せに即時に対応できる態勢を整えている。専用の通信回線網を用い厳重な管理の下に運営するなど、顧客の個人情報の保護のため万全の措置も講じている⁶。お客様サービスセンターあるいは顧客対応窓口にとって重要となるのは、顧客のデータベースである（図 5 参照）。顧客データベースが日々更新されていることで、顧客からの問い合わせに迅速に対応でき、顧客からの信頼性や満足度が高まることとなる。

⁶ 東京都水道局 http://www.waterprofessionals.metro.tokyo.jp/pdf/wst_06.pdf



出典：日水コン研修資料

図5 顧客データベースのイメージ

事例6. 顧客の声を反映した水道サービス：
大阪市、東京都、千葉県、矢巾町

6. (事例4) 千葉県の広聴システム

我が国の水道事業体は、広聴により顧客からの個別の意見を吸い上げたり、顧客満足度調査等のアンケートにより幅広く顧客の意見を集めたりする仕組みを整えている。

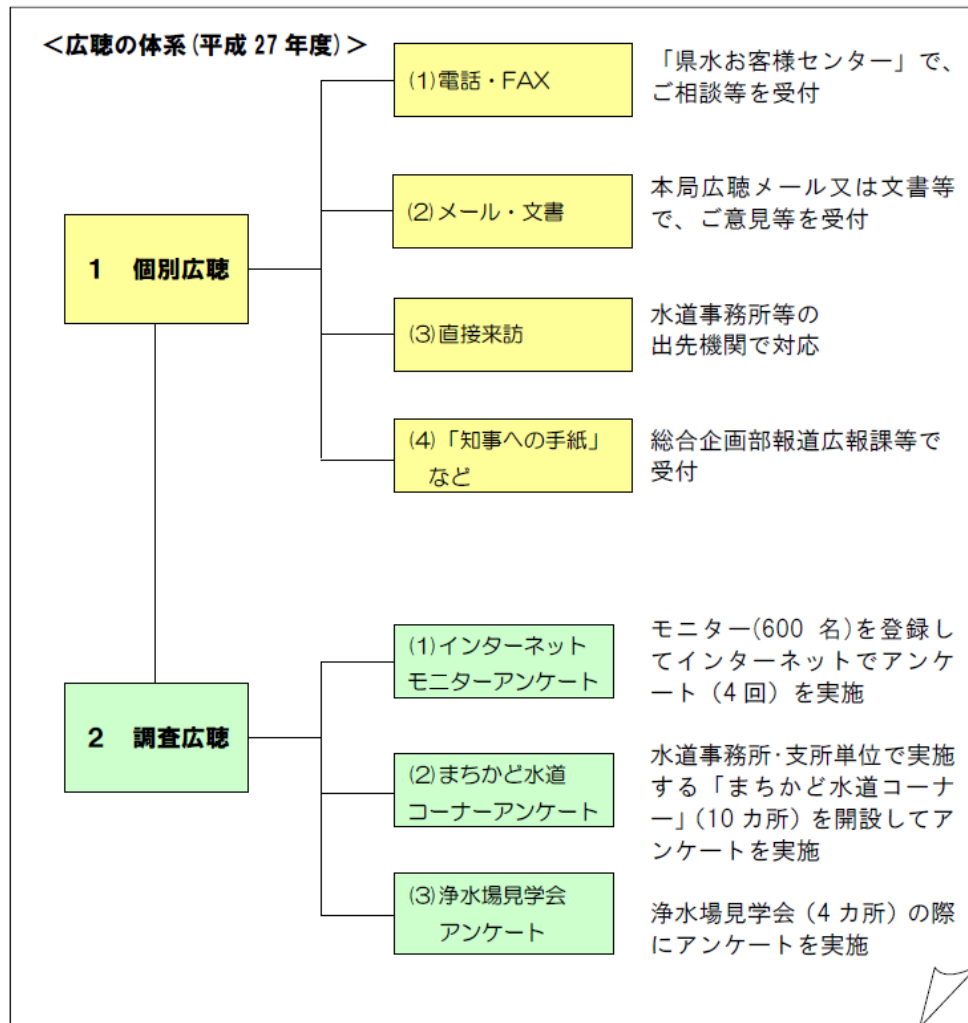
広聴の目的は、顧客からの要望や意見等を通じて、事業体のサービスを向上させることにある。我が国の水道事業体は、顧客からの個別の意見を吸い上げたり、顧客満足度調査等のアンケートにより幅広く顧客の意見を集めたりする仕組みを整えている。

千葉県水道局では、広く市民に水道事業に対する理解を深めてもらうとともに、顧客の声を詳細に把握し、意見や要望を取り入れて、多様化している顧客ニーズを反映させた水道事業の推進に努めるため、各種広聴活動を行っている。

具体的には、個々の顧客から水道局に意見等を寄せられる「個別広聴」と、水道局が顧客に対してテーマを定めて意見等を聞きとる「調査広聴」の二つを実施しており、それらの集計分析結果及び水道局の対応状況をとりまとめまとめて、ホームページ上で公開をしている（図6参照）。

このような取組の成果により、2015年（平成27年）のインターネットモニターアンケート調査の水道事業（水道水）の満足度を尋ねる項目においては、『満足』（「満足」と「やや満足」の計）が93.7%、『不満』（「やや不満」と「不満」の計）が6.3%と、9割以上の顧客が満足しているという結果が示された⁷。

⁷ 千葉県水道局「平成27年度第3回インターネットモニターアンケート調査結果」
<https://www.pref.chiba.lg.jp/suidou/gyoumu/enquete/internet/h27/dai3kai/>



出典：千葉県水道局「平成27年度 広聴結果」2016年(平成28年)
<https://www.pref.chiba.lg.jp/suidou/gyoumu/kouchou/documents/27kouchou-kouchou.pdf>

図6 千葉県水道局の広聴の体系図

7. (事例5) 矢巾町の住民参加

我が国では、水道料金改定時だけでなく、水道事業計画においても、住民参加により、顧客の声を反映する取り組みを行う事業者が近年増えつつある。

正しい知識、信頼、社会規範等を通じて、顧客の合意形成を行っていくことは、将来の水道事業のあり方を検討する上で有益である。住民参加による合意形成により、サービスに対する顧客の懸念や満足がわかるだけでなく、顧客の求める新しいサービスのアイデアも共有することができる。さらに、コンセンサスを構築し、相互信頼と将来の開発のための合意を得る上での有効な手段となる。我が国では、近年、水道料金改定時だけでなく、水道事業計画においても、住民参加により、顧客の声を反映する取り組みが増えつつある。

矢巾町では、新しい水道の計画（水道ビジョン）を作るため、「やばば水道サポーター」として市民を対象としたワークショップを開催し、水道の未来を市民と一緒に考える取り組みを行っている。

矢巾町が住民参加に取り込むことになったのは、①水道はあって当たり前のインフラであり、通常時は意識されない存在になってしまっている、②耐震化や更新のような効果が目に見えない政策が住民に理解されない、③水道料金の値上げの住民理解を得るのが難しい、④役所の思いだけではビジョンを達成できない、という背景があり、水道政策を実効的にするためには住民の理解が不可欠との結論に至ったことによる。そのため、やばば水道サポーターを公募し、毎月1回のワークショップを開催した。

当初は、サポーターからの水道料金の値下げの要望の声が大きかった。しかしながら、回数を重ねる中で、水道に関する現在の情報および知識を得たことと、水道事業に対する信頼醸成が行われ、料金値上げについての理解が深まっていった。さらに、現在の課題だけでなく、将来を見据えた議論をすることで、将来の理想的な水道のあり方も示されるようになった（図7）。



出典：吉岡律司「矢巾町における住民参加型水道事業ビジョン策定とフューチャー・デザイン」
<http://www.hit-u.ac.jp/kenkyu/file/27forum3/YOSHIOKA.pdf>

図7 矢巾町の住民参加による意識変化の例

8. (事例6) 千葉県の出前講座

子供の水道事業に対する理解を促すため、我が国では水道事業体の職員による出前講座も行われている。

日本では小学4年生で、上下水道が地域の人々の健康な生活や良好な生活環境の維持と向上に役立っていることを勉強することとなっている。このため、浄水場水道施設の学習・見学、水道事業体の職員による出前講座等が行われている。子供たちに水道の仕組みを理解してもらうことで、将来的に水道事業に対して協力（円滑な料金支払いや、節水等）をしてもらうことが期待できる。また、家庭において、子供から水道についての話題提供が行われることで、他の家族に対する啓発になることも期待ができる。

千葉県水道局では、「おいしい水づくり計画」の取組みの一環として、顧客に水道水の安全性、おいしさを体験してもらうとともに、おいしい水づくりの取組みを紹介することを目的として2007年度（平成19年度）から水道出前講座を実施している。出前講座では、顧客の地域の施設や学校などへ赴き、講義をするとともに実験を行い、わかりやすく水道の仕組みを紹介している。

具体的な講座内容は、次のようなものである。

1. 安全でおいしい水は、どうやってできるのかな? (紙芝居)
2. 安全でおいしい水のつくり方を体験しよう! (浄水処理実験)
3. 水道水の塩素濃度を測ってみよう! (実験)
4. おいしい水づくり計画
5. 冷やした水道水を飲んでみよう! (体験)
6. 水のおいしいクイズにチャレンジしよう!
7. 質問コーナー
8. おわりに…アンケートへのご協力のお願いと受講記念品プレゼント!

2013年度（平成25年度）は、「一般向けコース」を9回、「小学生向けコース」を27回、計36回実施し、約2,700名の顧客が参加した⁸。

⁸ 千葉県水道局「平成25年度水道出前講座開催報告」
http://www.pref.chiba.lg.jp/suidou/keikaku/oishii2/campaign/documents/25demae_kaisai_houkoku.pdf



出典：千葉県水道局（参考：千葉県水道局「平成 25 年度水道出前講座開催報告」
http://www.pref.chiba.lg.jp/suidou/keikaku/oishii2/campaign/documents/25demaie_kaisai_houkoku.pdf）

写真 5 千葉県水道局の出前講座の様子

事例 6. 顧客の声を反映した水道サービス：
大阪市、東京都、千葉県、矢巾町

9. 教訓

以上に述べた我が国の経験から、他国の参考となる以下の教訓が得られた。

- **（水道法と顧客と水道事業体の関係）** 日本では水道法において、水道事業体の市民に対する給水の義務と顧客に対する情報提供の義務が定められており、水道事業体が顧客対応を重視する土台となっている。また、顧客と水道事業体の関係のベースは給水契約にあり、サービス提供の対価としての水道料金が水道事業体の健全な経営を支える基盤となっていることから、顧客サービス向上は事業運営の強化につながっている。
- **（顧客台帳）** 水道は地域独占事業であり、顧客として選択の余地がないという点を踏まえ、説明責任を果たすとともに日常業務を通じて、継続的にサービスを向上する必要がある。顧客からの要望、問い合わせに迅速に対応するためには、顧客台帳（データベース）の日常的な整備・更新が不可欠である。顧客からの問い合わせに迅速に対応することで、水道事業への信頼感を高めることができる。
- **（情報公開と住民参加）** 我が国では水道事業体は住民に対しても分かりやすく、事業内容や経営状況を伝えるための活動（広報等）を継続して実施してきた。水道事業の継続的な運営のためには、顧客の理解と支援が不可欠であることから、顧客には正しい情報をわかりやすく定期的に伝えることが重要である。加えて、顧客からの意見や要望を聞くことにより、サービスの改善を行ってきた。
- **（顧客対応を重視した事業運営）** 日本の水道事業体のサービス水準の高さ、技術力、規律正しさなどは、いずれもこのような顧客対応を重視する姿勢から生み出されてきた。このことは、顧客に対して安全な飲料水を安定的に供給するということのベースとなっている。水道事業の持続的な改善のためには、顧客満足を重視することが効果的である。

