

**羽村市版事業仕分け「公開型事務事業外部評価」 議事録**

<b>実施日</b>	平成 24 年 11 月 18 日（日曜日）
<b>会 場</b>	市役所 4 階会議室（第 1 会場）
<b>事業名</b>	4 ペットボトル水「水はむら」製造・販売事業
<b>出席者 (敬称略)</b>	【評価員コーディネーター】金子 憲 【評価員】野澤 実穂枝、並木 功眞、宮澤 正弘、石田 正弘、菅 沙織
<b>担当部署</b>	水道事務所 水道課
<b>質疑応答</b>	<p>（評価員） 高度浄水処理施設は最先端の設備であると思うが、たいへんおいしい水を提供していただいていると思う。単純な質問だが、採水場所はどこなのか。また、この水は高度浄水処理されたものか。</p> <p>（説明者） 採水場所は高度浄水処理施設のある場所で、ペットボトルの水は高度浄水処理後、塩素消毒する前のものである。</p> <p>（評価員） 正直に言って買ってまで飲もうとは思わない。黒字化は難しいと思う。</p> <p>（評価員） これから耐震化などでこれからたいへんになる水道事業として赤字で行うのはむずかしい。</p> <p>（評価員） 制作については水道事務所で実施するとしても、対外的にアピールするものとしては羽村市として実施すべきではないか。</p> <p>（説明者） 水道事務所内で様々な努力はしているが、羽村市自体の PR という目的では水道事業会計で実施していくには難しい面もある。このことについては、市の内部でも検討している。</p> <p>（評価員） 長期総合計画の資料を拝見すると、給水収益も減ってきている。その中で、災害対策が必要となっている。無駄なものは省くという観点が必要と考えるがいかがか。</p> <p>（説明者） まさにそのとおりである。水道課としては耐震化事業を進めていかななくてはならないと考えている。</p> <p>（評価員） そもそも赤字でもやろうと考えていたのか。</p> <p>（説明者） はじめの段階から黒字を考えていたわけではなく、少しでも赤字部分を減らすためにという考え方で努力している。</p> <p>（評価員） 水道をひねると出てくるものを市民に向けて売るのはおかしいとおもうので、市が市外向けに市のよいところを PR するというところで実施していくべきではないか。</p> <p>（評価員） 大型ボトルでの販売は考えていないのか</p>

(説明者)	2リットルであると単価が158円で、売の場合は230円程度で販売しないと元が取れない。
(評価員)	逆に小さくしてみたらどうか。
(説明者)	市でも大きさについては様々検討してきたところであるが、小さくしても製造単価はそれほど下がらない。
(評価員)	やはり対外的に市のPRに特化すべきである。
(評価員)	卸業者などの販売先の反応はどうか。
(説明者)	もうすこし安くならないのかという話しはある。
(評価員)	事業シートにある70円の販売というのはどういうことか。
(説明者)	大震災の関係で特別に販売したものである。
(説明者)	市外にPRということに関して何かご提案はないでしょうか
(評価員)	山梨の自然休暇村では販売しているのか。また、祭りなどのイベントには羽村市外から多くの人があるが、そこで販売を実施しているのか。
(説明者)	自然休暇村やそこでのまつりでも販売をしている。また花と水のまつりでは商業協働組合にも委託をして販売している。
(コーディネーター)	この事業の目的は、羽村市の「水道水のおいしさ」を市民に再認識してもらうためとなっている。水道水のおいしさをPRするのに、必ずしもペットボトルをつくらなくても良いのではないかと。他の代替手段でも事業目的の達成が可能ではないか。
(コーディネーター)	羽村市の「水道水のおいしさ」を、市のホームページや広報等でPRすれば済むことではないか。近隣の昭島市は羽村市と同様に地下水を取水源としているが、昭島市のトップページには「昭島の水は地下水100%のおいしい水です」などと大きく見出しが貼ってある。一方、羽村市のトップページには羽村市の水のPRはなく、「水はむら」の情報を得るには最低3回クリックしないとページにたどりつけない。
(コーディネーター)	また、「水はむら」は郵送でも購入できるが、水道事務所に電話かファックスで注文となっている。今のネット販売が盛んな時代、インターネットでの注文・販売方法を取り入れれば、販売本数の増加が見込めるのではないかと。
(コーディネーター)	いずれにしても現状の方法を改善し、市外にPRするよう転換を図っていく必要があるのではないかと。

	<p>(説明者) ホームページの指摘は、そのとおりで改善していく必要があると感じる。市としての事業で水道事業から外れているとすれば、そのように転換していく必要があると考えている。</p> <p>(コーディネーター) 観光とのコラボレーション等はどう発展していくイメージか。観光とのコラボレーション等はどう展開していくイメージか。</p> <p>(説明者) 資料 P86 の 2 次評価に記載をしているが、たとえば内部組織としては広報部門が実施していくことや、観光協会のような外郭団体が実施していくということも考えられる。いずれにしても市全体で考えていかなければならない。</p> <p>(コーディネーター) たとえば、大阪市では、ペットボトル入り水道水「ほんまや」を販売していたが、事業赤字が続いたことや、民業圧迫ではないかという指摘などから製造を中止した例もあり、この事業は多面的に考えていく必要がある。</p>
<p><b>判 定</b></p>	<p><b>【評価結果】</b></p> <p>③：市が実施・改善が必要（ア：事業内容を見直すべきである。）</p> <p><b>【主な意見】</b></p> <p>(1)市のPRという意味においては水道事業会計ではなく、一般会計の事業として実施すべきである。</p> <p>(2)市民向けに水道水のおいしさをPRするのはおかしいので、市のPRとして実施していくべきである。</p> <p>(3)給水収益も減ってきている中で、耐震化などの災害対策が必要となっているため、無駄な事業は省くという観点は必要である。</p> <p>(4)市のPRとしての販売方法としては、市外の人が多く集まるイベントなどで販売すると良い。</p> <p>(5)ペットボトルを製作しなくても、ホームページ等で羽村の水のおいしさをPRする方法は他にもある。</p>