

令和 3 年度第 1 回評価委員会結果の概要

1. 委員会の概要

本委員会は令和元年度（平成 31 年度）第 2 回と、令和 2 年度については COVID-19 の感染拡大により開催を見合わせており、今回約 1 年半ぶりの開催となった。また、感染拡大防止の観点からリモートで開催した。

今年度、第 1 回委員会(令和 3 年 8 月 18 日開催)では、主に以下 2 点について内容を記載する。

- 令和元年度での委員任期満了に伴い、令和 3 年 6 月に実施した委員の改選について
- 当期方針についての確認
- 前回の委員会で意見やフィードバックを受けた「人材育成」（＝人材）と「広報活動」（＝発信）について、令和元年度、2 年度における成果報告を行った。

2. 委員の改選について

所属	所属部署・職名	氏 名	
公益社団法人日本水道協会 水道技術総合研究所	主席研究員	今井 滋	新任
広島ガス株式会社	経営企画部 経営企画室長	大下 力	新任
呉工業高等専門学校	教授	黒川 岳司	続投
アクアスフィア水教育研究所	代表	橋本 淳司	続投
水道技術経営パートナーズ株式会社	代表取締役	山口 岳夫	続投

3. 「人材育成」、「広報活動」の視点について

項目	視点
人材育成	<ul style="list-style-type: none">● 採用の工夫を行い適切な職場環境の構築に務めているか● 職員の待遇が成果や能力に対して公平に定められているか● 教育研修を確実に実施し成果をあげているか● 目標管理制度を適切に活用することで業務効率を高めているか● 国際展開までできるような創意工夫のできる人材を育成しているか● 受託業務や受託先を増やせるような営業力のある人材の育成を図っているか
広報活動	<ul style="list-style-type: none">● 水みらい広島の信頼の実現のための PR を実施しているか● ネットメディアを利用した情報公開を積極的に実施しているか● 地元活動を着実に実施することで成果を上げているか● 業界向け広報を着実に実施し成果につなげているか

3. 委員会の主なやりとり

【委員会の運営】

平成 31 年度より、これまで評価を受ける側の水みらい広島が事務局を担当してきたが、協議の結果、次回以降従来通り水 ing が執り行うこととなった。

委員長と職務代行者の任命について、委員長は今井委員が、職務代行者は山口委員が任命された。

【質疑応答】

項目	質問（委員会）	回答（水みらい広島）
人材育成	どういった業務がどれほどできるようになれば、一人前と定義できるかということについて、ノウハウ化は進んだか	一人前という定義に関しては一つ一つのノウハウに加え、総合的なものができるというものが必要と考えている。そういう取り組み方針で今後もノウハウ化については検討していきたい。
	技術継承に IT を活用することについて詳しく聞かせてほしい	技術のノウハウをどのようにデジタル化するか、という点でプログラミングやアプリケーション化を進めている。他業種、他分野の人と共同開発を進めているところである。
	採用活動において、水みらい広島が掲げる人材像と、採用した人材においてミスマッチはないか、またミスマッチが生じないよう工夫があれば教えてほしい	採用特設ページを設置し、求める人材像は勿論のこと、社員の対談やインタビューを掲載することで働く環境、雰囲気を実際に伝えられるよう工夫している。
	目指す人材像の定量的な面において、取得してほしい資格（外部、内部）の目安は何かあるか、また取得は計画的に進んでいるのかどうか教えてほしい	社員と話し、業務命令ではないが取得してほしい資格を伝えている。加えて、手厚い資格取得支援制度を設けている。 目標設定においても資格取得に関する目標を個々に設定しており、まずは啓発活動として徐々に進めていきたい。
	事業の多角化に伴い、社員個々の業務も複雑化し多忙になってきているとのことであったが、そのあたりの整理の進捗はどうか	日常の浄水場の運転業務に加えて、資格取得を求められていることが多忙となっている要因の一つであると意見があった。そのために研修専門の部署を設置し、各部門の教育研修の負担を軽減する取組を始めたところである。

<p>研修や、人材開発の各施策について、実施後の社員の満足度はどうか、どのように評価しているのか</p>	<p>スタートして間もないということ、研修アンケートを実施していないことから、研修を受けた社員の満足度は定量化できていない。水みらい広島の所感ではあるが、ある程度満足しているのではないのかという手応えを感じている。</p> <p>研修の企画についても、若手が何を学びたいのかをヒアリングして構築しているため、満足度は一定程度あると考えている。</p>	
<p>研修の組み立て方について、詳しく教えてほしい</p>	<p>研修についてのアンケートを社員に実施している。社員がやりたいことや今習得できていないことを把握し、重点的に研修内容を組み立てている。</p>	
<p>社員一人ひとりに対する業務・技術レベルを把握するための軸（物差し）について</p>	<p>社内教育の中で、業務に関することを問いかけ、何ができて何ができないのかを細かく把握することとしている。弱いところがあれば、その情報を上司へ返して、研修を再度実施していく。</p>	
<p>広報活動</p>	<p>水みらい広島 HP へのアクセス手段（PC、スマートフォン、タブレット）について、現状を説明してほしい</p>	<p>直近の分析結果では、だいたい PC: 6 割、スマートフォン: 2 割、タブレット: 2 割という状況である。</p>
<p>広報の目的と手段の設定について、優先順位はあるのか</p>	<p>現在、優先順位は無い。ステークホルダーを住民、事業体、入社希望者、社員の 4 つに分類し、それぞれ広報手段を設定しているが、今はまんべんなく取り組んでおり、優先順位をつけるのかについてはこれから見極めていきたい。</p>	
<p>広島市内だけでなく、県全体の広報活動について何か考えられているか。</p>	<p>電車、バスといった屋外広告が県内各市町で行えることまでは確認しているが、どこまで行うかについては検討しているところ。</p>	
<p>HP の SEO 対策（Search Engine Optimization、自社サイトを検索結果の上位に上げ、より多くの人に見てもらおうようにする対策）などあれば教えてほしい</p>	<p>SEO 対策には取り組んでいる。幾つかのキーワードで引っかかって検索順位の上位にくるよう、少しずつではあるが確認している。</p>	

SDGs の取り組みは何かあるか	現状、具体的には定めてはいないが SDGs における活動目標を昨年度から検討している最中である。
「バンダーロックインの解除方式」というような専門的な情報を発信しても、その内容は一般人にはわからない。業界向けと思うがどういう趣旨で行ったのか。HP は一般の方々も見るので何か工夫をした方がいいと思う。	指摘された情報に関する発信については、業界紙で取り上げていただければいいという思いで掲載したもの。一般の方々も見るという視点での工夫は今後検討する。

【フィードバック】

項目	視点
人材育成	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 何ができれば水道技術者として一人前なのか、その定義が世界で売れるノウハウになるし、一流の事業体でも実は明文化していないケースが多い印象である、水みらい広島で明文化ができれば強みになると考えている。 ✓ 水みらい広島の掲げる人材像に社員が共感するか、という部分では管理監督者のマネジメントが大事であり、コミュニケーションをしっかり取ってほしい。
広報活動	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 日常業務をしっかりやっていること、広島の水道を支えて仕事をしているという印象をアピールするために、記録をアップすることが大事である。 ✓ 平時の際の PR もあるが、2018 年度に広島県を襲った豪雨災害などの災害対応について、もっと積極的に PR し情報公開をしてもよいのではないかなと思う。 ✓ 広報活動と社員の組織に対するロイヤリティは相関するものと考えている。 ✓ 広報の発信先である一般市民に対して、何らかのテーマ（例えば、水道事業の安全性、環境教育など）を設定して発信することで、水みらい広島と一般市民のマッチングを期待できると考えている。 ✓ 新卒採用ページの社員対談や、社員インタビューは良いと思うが、読み手にとって分かりやすい内容を考えると社員のバックグラウンド（大学・高専・高卒、専攻など）が簡単に記載されていけばよいと思った。 ✓ SEO 対策について、進めていることは良いと思うが、SEO とはターゲット（県内の就職活動をしている人向けなのか、一般市民向けなのか）を具体的に定めた上で検討し、展開していくべきであると考えている。加えて、広告を実施するにも何をリターンと置くのか、その点もしっかり吟味しなければならないと思っている。 ✓ 広報活動を通じて、広島県内の水道利用者に向けて、水みらい広島に対する評価、期待や認知度等を拾ってみてもよいのではないかな。