

節約用水 全國動起來

經濟部水利署保育事業組科長 / 潘惠民 節水服務團 / 藍如瑛

一、源起

「節流與開源並重」是「現階段水資源政策綱領」所揭櫫之水資源政策。經濟部水利署除積極推動工業用水回收、雨水貯集利用中水道二元供水系統及學校省水器材換裝外。對一般民眾也採取報紙或電視廣告方式宣導民生節約用水。在經歷幾次乾旱後，多數民眾多已深刻體會到節約用水之重要性，但卻對正確及有效的節水方法認識不足。基此，經濟部水利署乃藉由行政院推動之公共服務 - 擴大就業方案進行全國節水宣導計畫，透過普設全國各地之節水宣導站推廣節約用水之重要性及認識省水標章、省水器材，期達成全民愛水節水之目標。



為了完成此項全國節水宣導計畫，經濟部水利署特以公開招標方式，選定由工業技術研究院能源與資源研究所節約用水宣導與技術服務團負責執行這項工作。為了兼顧節水推廣之普及性及成效性，此項宣導計畫特選定全國(含離島)各縣市政府、鄉鎮區公



所、火車站、高速公路服務區、大型購物中心、自來水公司等設置宣導站，並透過行政院公共服務擴大計畫，招募各縣市待業人力擔任宣導員協助推動此項有意義之工作。此外，並針對重點區域結合辦理省水器材宣導說明會，加強民眾對省水器材的認識與了解。本項宣導計畫分兩期執行，第一期：92年7月28日至93年1月27日，第二期：93年1月28日至7月27日，共為期一年。

二、宣導地點

►表 1 各縣市區域人力需額

縣市區域	人力需額	縣市區域	人力需額
基隆	9	嘉義縣市	6
台北縣市	28	台南縣市	12
桃園	20	高雄縣市	22
新竹縣市	17	屏東	6
苗栗	20	台東	6
台中縣市	26	花蓮	6
南投	3	宜蘭	6
彰化	6	澎湖	8
雲林	9	金門	8
人力總需額218人			

本計畫在規劃全國各縣市宣導地點時，以重要公共場所及人潮較多的地點為首要考量，如縣市政府機關所在地、高速公路休息站、火車站、大型賣場及自來水公司服務處等地點，為使政府有限資源發揮最大效益，部分宣導地點與經濟部能源會之節約用電宣導共同設站，便於節水節電共同宣導。計畫自 92 年 8 月份首站設立，92 年 10 月設置第二站，92 年 12 月設置第三站，從去年起半年內完成第一期宣導工作，已設立 125 處宣導站。今(93)年 1 月下旬起已開始執行第二期宣導計畫，並完成全年度第四站宣導站之設置。三、人力進用及教育訓練

在計畫人力進用上，本計畫進用之人力共 218 人，各縣市區域人力需額如表 1。人員名單均由行政院勞委會職訓局所屬之各區域就業服務站提供，經面試評估後進用人力。

人員經正式錄用後，隨即展開為期一天的教育訓練(如圖 1)。其目的在使宣導人員充分了解政府推動省水標章制度的意義與目的，並對各項省水器材的種類、品質、選購及安裝等有所認知，使之具備面對面宣導之基本能力，向民眾宣導正確節水觀念及認識省水標章與省水器材，達到政府推動節約用水之目標。

宣導人員經過教育訓練、實際工作執行與在職輔導後，對節約用水宣導工作之認同度相當高，甚至主動複印文宣品或製作看板加強對民眾宣傳(如圖 2)。

►圖 1 節水宣導教育訓練



►圖 2 嘉義站節水節電宣導人員自製大型看板協助宣導工作



▶圖 3 宣導站現場實景 - 節水節電共站



▶圖 4 宣導站現場實景 - 節水獨立站



▶圖 5 省水標章



▶圖 6 節水 36 計

四、宣導方式及內容

在宣導站設置方面，本計畫於全國宣導站配置適當宣導人力，設置「經濟部節水節電宣導站」(如圖 3)或「經濟部節水宣導站」(如圖 4)，向社會大眾宣導節約用水之觀念。宣導人員穿著宣導背心，結合現場布旗，塑造活廣告宣導模式，增進宣導成效。

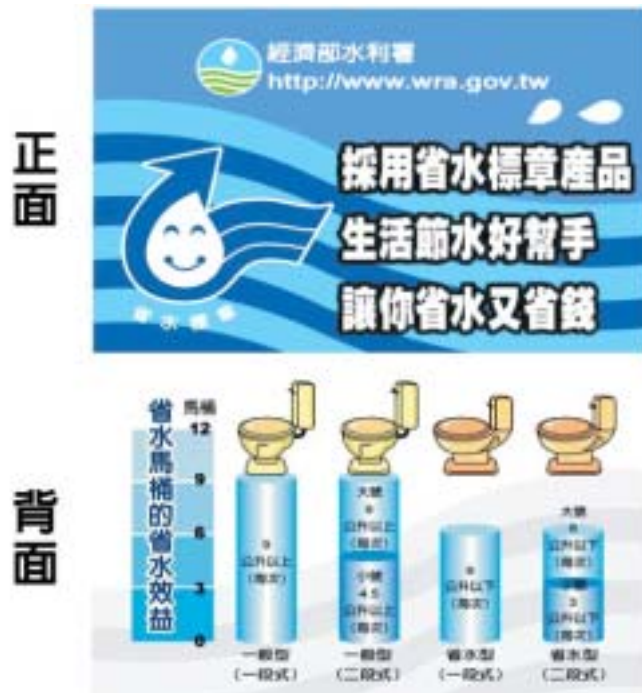
節水為政府機關重要的宣導政策，亦與民眾日常生活中息息相關。本項宣導計畫推動以「節水認標章」為宣導主軸，期藉由明確界定宣導主軸，俾利彰顯宣導效果，增進民眾對節約用水方法及省水標章(如圖 5)與器材之認知，進而應用於日常生活及選購省水標章之產品，凝聚全民對節約用水之共識，並落實節約用水工作，達到節約用水、愛護水資源之目的。

除宣導主軸 - 「節水認標章」外，亦透過宣導人員向民眾宣導一些居家簡易的節水概念或方法，期透過生活化的素材，提高民眾的了解及接受程度，達到宣導成效。並加強「省水即省錢」的觀念，誘發民眾進一步接受宣導資訊的意願，並搭配多元宣導品，期達宣導之效益。宣導品含：「節水 36 計」、「節水面紙」、「節水書籤」等。

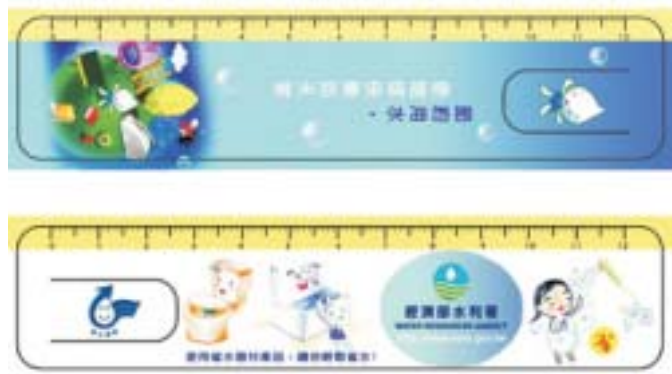
「節水 36 計」- 利用日常生活中彙編成的節水 36 計(如圖 6)，深入淺出教導民眾節水觀念及秘訣，期使民眾能在居家生活中運用「節水 36 計」以印制在節水宣導之



▶圖 7 節水宣導面紙



▶圖 8 節水書籤



運用。「節水面紙」 - 以印製有節水宣導之面紙 (如圖 7)作為宣導品，讓民眾在使用時能加強節水觀念。

「節水書籤」 - 結合水利署推廣之兒童水資源教育網站 --水精靈星球網站為文宣設計基調，製作省水標章宣導及珍惜水資源觀念之書籤(如圖 8)，同時達到推廣兒童節水教育網站之目的，使宣導達到最佳效益。

五、宣導成果

本計畫第一期已於全國各地設置 125 處節約用水宣導站，宣導民眾人數超過 70 萬人次，遠超過全年度執行二期計畫預定宣導 40 萬人次之目標數，對提升民眾之節水觀念有莫大貢獻。第一期完成之宣導人次如表 2 所示，宣導情形如圖 9,10。

全國各地宣導站設置獲多家媒體主動報導，透過媒體正面報導使節水之宣導影響面擴及更多社會大眾 (如圖 11，基隆火車站宣導人員於 92 年 10 月 22 日接受吉隆有線電視新聞採訪，標題為「擴大公共就業，節水節電宣導，中高齡民眾賣力工作」，對計畫有正面意義)。此外，並應多處地方政府及學校邀請，搭配政府及學校活動，前往向民眾及師生宣導，擴大宣導層面及成效 (如圖 12,13)。

本計畫同時亦分別於基隆、台北、桃園、台南、高雄、澎湖、金門等地，進行九場次之省水器材展示宣導工作，加深民眾對省水標章產品了解與認識 (如圖 14,15)。

另本期計畫於 92 年 9 月 26 日至 92 年 10 月 17 日執行第一期節水問卷調查共計有效回收問卷 7,500 份，經分析資料後，可了解民眾節約用水意識與意見，達雙向溝通及蒐集民意之目的，並作為政府訂定節水施政參考之依據。

▶表 2 第一期各縣市宣導人次總表

區域別	92年8月	92年9月	92年10月	92年11月	92年12月	93年1月	第一期累計
基隆	2,767	6,847	7,748	6,705	7,171	4,394	35,632
台北縣市	8,537	19,828	21,778	21,343	23,356	13,805	108,647
桃園	2,385	9,618	15,474	14,363	14,781	7,708	64,329
新竹縣市	3,026	7,256	8,269	5,988	8,830	6,236	39,605
苗栗	4,571	13,737	16,329	19,749	19,600	13,997	87,983
台中縣市	3,039	11,713	16,899	13,853	14,828	10,231	70,563
南投	341	1,158	1,228	1,168	1,483	1,546	6,924
彰化	1,280	4,051	5,337	5,071	4,974	3,186	23,899
雲林	1,297	5,068	7,711	7,333	7,934	6,725	36,068
嘉義縣市	362	3,374	4,964	3,491	4,301	2,634	19,126
台南縣市	614	8,662	10,043	7,851	8,104	5,428	40,702
高雄縣市	2,101	11,509	18,480	16,035	18,672	11,642	78,439
屏東	1,058	3,974	5,598	5,228	5,186	3,195	24,239
台東	0	2,886	5,125	3,521	4,597	2,206	18,335
花蓮	0	2,925	5,182	4,310	4,111	2,945	19,473
宜蘭	0	2,839	5,044	5,070	5,196	4,016	22,165
澎湖	0	3,880	4,901	3,748	4,865	2,746	20,140
金門	0	3,772	4,931	3,690	4,855	2,950	20,198
月份合計	31,378	123,097	165,041	148,517	162,844	105,590	736,467

註：資料統計期間：92年8月19日至93年1月27日止。

六、結語

為實地了解現場宣導情形與成效，本署各級長官及節水團計畫執行人員均不定期至現場視察了解(如圖 16,17)，並給予第一線工作人員慰勉、打氣及在職輔導，期使這項全面性及首創性的全國走透透節水宣導工作能發揮更大的宣導效益，以達全民節水、惜水、愛水，朝「節水型社會」目標邁進。

▶圖 9 節水宣導情形



▶圖 10 節水宣導情形



▶圖 11 媒體採訪節水宣導計畫



▶圖 12 搭配旗山鎮園遊會進行節水宣導



▶圖 13 搭配東公高工學校朝會進行節水宣導



▶圖 14 省水器材宣導



▶圖 15 省水器材宣導



▶圖 16 經濟部水利署長官現場視察



▶圖 17 經濟部水利署長官現場視察

