

下水道コミュニケーション研究会開催

イノベーションの成否は「広報」

～日本の下水道の「世界ブランド化」を目指して～

11月17日（木）、企業・団体で広報やPR活動に携わっているGKP団体会員を対象とした「下水道コミュニケーション研究会」を開催しました。

今回の研究会は、国土交通省下水道事業課長の加藤裕之氏を講師にお迎えし、「イノベーションの成否は『広報』」と題したミニ講演会を開催しました。加藤氏からは、自治体のメディアコミュニケーションの好事例として佐賀市の取組を紹介いただくとともに、イノベーションを起こしていくために必要なビジョン・コンセプトのあり方や、自身が考えている広報について語っていただきました。

講演の後には、講師との身近な距離で広報に関する3つのテーマに沿ったディスカッションが行われ、活発な意見交換が繰り広げられました。30名を超える団体会員が集まり、積極的に質問をし、意見を述べる場が多く見られました。



【第2回下水道コミュニケーション研究会】

日 時：平成28年11月17日（木）15:00～17:30

プログラム：開会挨拶、GKP活動最近の取組についての報告

ミニ講演会「新下水道ビジョンにおける広報のあり方について」

イノベーションの成否は「広報」

講師：加藤 裕之氏（国土交通省 下水道事業課長）

下水道広報についての意見交換

テーマ1. 広報予算と費用対効果について

2. 経営トップの広報意識について

3. 行政との連携について

場 所：日本下水道協会 5階大会議室

対 象：GKP団体会員（広報・宣伝業務従事者）

【講演会まとめ】

- ・下水道界のビジョンは、「日本の下水道の世界ブランド化」
- ・ビジョン（審議会等で）を作る上で一番重要なことは「見える化」
- ・イノベーションを起こしていくために必要なことは、太陽（しっかりしたビジョン・コンセプト）と風（大衆化・流行）
- ・風を作るための方法には、①大衆受けするキャッチフレーズ、スローガン、②効果的なメディア選定、③口コミ、④表彰制度、⑤権威者による講演会等がある
- ・ビジョン・コンセプト、キャッチフレーズの使い分けが大切
- ・国の広報でメディアに取り上げられるものは、イノベーション系（下水汚泥の有効利用）と警告系（局地的豪雨、老朽化対策）
- ・将来の下水道従事候補者を獲得するために重要なのがリクルート
- ・下水道従事者全てが、年に1度でも良いので「広報マン」になることを実施してもらいたい
- ・「見える化」を実現していくためには、社内における広報課の地位を高める必要がある。

下水道コミュニケーション研究会は、GKP 団体会員の連携強化と広報手法のレベルアップを図るための研究会です。今後も様々な講演や勉強会を行う予定です。皆さまからの要望なども受け付けますので、ご意見やご要望などがございましたら、GKP 事務局までご連絡お願いいたします。

目指せ!!「下水道の見える化」と広報マンのレベルアップを

以上