

第4回G K P広報大賞（2016）






# エントリー事例一覧

報道部門

テレビ報道部門

平成28年度「GKP広報大賞」エントリーシート

エントリーする団体名の名称 北九州市		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 上下水道局海外事業課 伊藤智則	
代表者氏名 上下水道局長 諫山修		電話：093-582-2012, FAX：093-582-2088 Email：tomonori_itou01@city.kitakyushu.lg.jp	
(他薦の場合) 上記団体を推薦する団体の名称		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】	
部門名 (1)報道部門 ①テレビ報道部門	事例名 ベトナムのマスコミと連携した下水道の普及促進活動		
事例の概要(適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい)			
<p>&lt;背景&gt;</p> <p>北九州市は、かねてより下水道分野の国際技術協力に取り組んでおり、アジア諸国をはじめとした国・都市の水環境改善に取り組んでいる。これら技術協力の成果は、現地下水道セクターに浸透しつつあるが、<b>下水道のユーザーである市民の意識を向上</b>させなければ、下水道の普及促進や持続的な事業運営に繋がらない。</p> <p>そこで、今回、下水道の有効性や必要性を市民と共有することを目的に、<b>本市上下水道局と現地メディアが連携</b>した情報発信番組を作成することとした。</p>			
<p>&lt;現地メディアが注目した取り組み&gt;</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>I. 日越合同による市民啓発活動</p> <p>&lt;概要&gt;</p> <p>ハイフォン市民200人参加もと、<b>下水道に纏わる演劇やクイズ大会、市民参加の環境清掃活動</b>を実施</p> <p>その他、<b>管渠調査ロボットの体験コーナー</b>や円借款で実施中の<b>下水処理場建設現場写真展</b>などを開催</p> <p>&lt;事業のねらい&gt;</p> <p>水環境改善・浸水被害防除に重要な役割を担う<b>下水道に興味を持ってもらう</b></p> <p>下水処理場は郊外に建設される事が多いため、写真展などを通じて、<b>下水道を身近に感じてもらう</b>と共に、<b>日本が誇る高い技術力を発信</b>する</p> <p>&lt;特徴/効果&gt;</p> <p>啓発活動終了後のアンケートにおいて、<b>下水道に対する興味・理解が深まったとの意見が多数</b></p> <p><b>日越の行政・市民が連携した清掃活動は初の試み</b>であったが、同じ作業を行う事で両者に親近感が湧き、笑顔溢れる啓発活動となった</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>II. 地元企業による管渠調査の実演</p> <p>&lt;概要&gt;</p> <p><b>地元企業が開発した管渠調査ロボット</b>の無償提供、実務者による実演、技術指導など</p> <p>&lt;事業のねらい&gt;</p> <p>管渠維持管理の重要性や手法の技術移転に加え、本邦技術をPR</p> <p>&lt;特徴/効果&gt;</p> <p>管渠調査の実演を通じ、アジアでは認識が低い安全対策についても<b>北九州市の経験、ノウハウを移転</b></p> </div>			
		 <p>広報活動の様子を報道</p>	
			
		 <p>日本語ニュースも作成</p>	
<p>エントリー事例の特徴</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・現地メディアとの連携により、下水道の有効性や日本が積極的に進める国際技術協力の取組みが<b>効率的に市民に浸透</b>した。</li> <li>・現地カウンターパートも<b>メディアを活用した広報活動の重要性</b>を認識し、今後の<b>広報戦略の一つ</b>に位置づけられた。</li> </ul>			
付属資料の提出	あり	・ なし (どちらかに○)	

平成28年度「GKP広報大賞」エントリーシート

エントリーする団体名の名称 <b>日之出水道機器株式会社</b>		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 <b>日之出水道機器(株) 広報部 山田秀人</b>	
代表者氏名 <b>取締役社長 浦上紀之</b>		電話：03-3585-2177 MAIL：h-yamada@hinosesuido.co.jp	
(他薦の場合) 上記団体を推薦する団体の名称		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】	
部門名 <b>報道部門 ①テレビ報道部門</b>	事例名 <b>テレビ番組を活用したマンホール蓋の魅力紹介</b>		
事例の概要(適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい)			
<p><b>企画背景</b></p> <p>毎週日曜18:00から放映されているテレビ朝日系のテレビ番組より、取材相談があり対応しました。</p> <p>当番組は、国民の人気アイドルグループがメインを務める番組で、我が国ニッポンにある世界に誇れるモノを学び、その素晴らしさに触れることで皆に勇気とパワーをお届けしている30分番組です。</p> <p>当初提示された企画(案)は、マンホール蓋の製造工程を体験しながら学ぶ15分企画でしたが、単に楽しいだけでなく下水道広報という観点も考慮し、「日本のマンホール蓋が世界に誇れる文化物」と言う事を軸に、製造方法体験の他にデザイン性の魅力、こだわりのモノ造り、高度な安全機能についてを内容に盛り込んだ企画となりました。</p> <p>結果、企画枠は15分から30分に拡大され、当社全面制作協力の上、番組1本全てマンホール蓋に特化した内容となりました。</p>			
<p><b>放送内容</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>マンホール蓋の製造方法(体験)</li> <li>マンホール蓋のデザインの素晴らしさ</li> <li>マンホール蓋の高度な安全機能</li> </ol>			
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>1</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>2</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>3</p> </div> </div>			
<p><b>放送結果</b></p> <p>非常に高視聴率な放映となり、推定800万世帯が視聴されました。</p> <p>また、好評だった事もあり、後日放送された総集編でも大きく取り上げて頂きました。</p>			
<p>エントリー事例の特徴(施策等そのものの特徴ではなく、施策等を発信する広報戦略及びその効果が優れていると考えている点を明記願います)</p> <p>普段下水道の広報にはなかなか登場することのない現役トップアイドルの冠番組で、しかも日曜日のゴールデンタイム(18:00~18:30)に2度に渡り放送されたことは、マンホール業界だけでなく、下水道業界における広報効果が非常に大きかったと感じています。</p> <p>また、放送後は業界内外で広く話題となり、ツイッターやWEB等でも多数取り上げられました。</p> <p>以上内容により、普段下水道に触れる事の少ない若年層にも下水道広報が出来た結果となりました。</p>			
付属資料の提出	<input checked="" type="radio"/> あり ・ なし (どちらかに○)		



平成28年度「GKP広報大賞」エントリーシート

エントリーする団体名の名称 メタウォーター株式会社	担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 千葉弘行 (CSR 推進室 広報 IR 部)
代表者氏名 代表取締役社長 木田 友康	TEL : 03-6853-7317 E-mail: chiba-hiroyuki@metawater.co.jp

(他薦の場合) 上記団体を推薦する団体の名称	担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】
------------------------	-----------------------------

部門名 テレビ報道部門	事例名 地元テレビ局を活用した「女川町水産加工団地排水処理施設整備等事業」のPR
----------------	---

震災で甚大な被害をうけた女川町の基幹産業である水産加工業の早期復興と女川湾の環境保全を目的とした排水処理施設整備等事業について、地元テレビ局へ番組制作を働きかけ実現させた。テレビ媒体を通じて配信することで、再建を目指す水産加工業者をはじめとする地元を元気づけ、女川の美しい海を守る「水インフラ」の重要性を広く市民に伝えた。また、制作番組は二次利用し、会社事業を通じて外部関係者に提供することで、水インフラの価値を継続的に訴求するツールとして活用している。

**Step1 排水処理施設の落成式の模様をローカルニュースで紹介**

2015年4月10日18:20~18:55 放送 東日本放送「スーパーJチャンネルみやぎ」

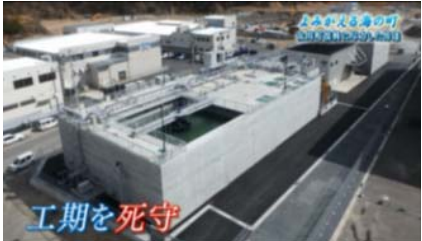
落成式の模様のほか、女川町 須田町長のインタビューなど、約2分にわたり紹介。



**Step2 ニュース報道をトリガーに本事業の特別番組を制作**

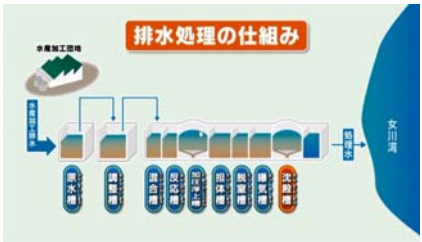
2015年12月26日11:20~11:45 放送 東日本放送「よみがえる海の町」~排水処理施設建設に尽力した男達~

「復興」を合言葉に施設の完成に向けた、女川町をはじめとする関係者の努力と苦勞を、町の復興の歩みとともに紹介。



**Step3 特別番組の素材を再編集し、事業概要や排水処理の仕組みを紹介するPR映像を制作**

施設見学、女川町のイベント、町内・近隣小中学校の学習用、環境イベントなどで積極的に活用。



エントリー事例の特徴

■社業として震災を伝える使命を持つ地元テレビ局に、震災復興のフロントランナーとして注目を集める女川町の復興事業の新たなシンボルとして提案。まずは落成式のニュース報道で本事業への注目を促した。

■番組制作にあたり、映像素材の二次利用＝PR映像制作を前提とした。

■番組は、施設の設計・建設での工夫や苦勞談を軸に、施設建設の進捗と町の復興の進捗とをからめた構成とした。

■番組の放送日を年末とすることで、宮城県内へ帰省された方々の視聴も取り込む。

■世帯視聴率:2.6%(約25,000世帯) 占拠率:11.6%

\* 占拠率:本番組放送時間にテレビを観ていた全世帯のうち、本番組を観ていた世帯の割合

付属資料の提出	あり ・ なし (どちらかに○)
---------	------------------

報道部門

新聞報道部門

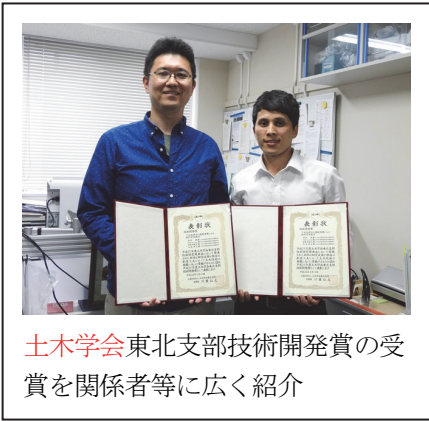
平成28年度「GKP広報大賞」エントリーシート

エントリーする団体名の名称 山形大学 代表者氏名 山形大学農学部食料生命環境学科 教授 渡部徹 (他薦の場合) 上記団体を推薦する団体の名称	担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 山形大学農学部食料生命環境学科教授 渡部徹 〒997-8555 山形県鶴岡市若葉町 1-23 Tel/Fax: 0235-28-2907 Email: <a href="mailto:to-ru@tds1.tr.yamagata-u.ac.jp">to-ru@tds1.tr.yamagata-u.ac.jp</a> 担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】
---	---

部門名 (1)報道部門 (2)新聞報道部門	事例名 下水処理水再利用による飼料用米栽培に関する研究
--------------------------	--------------------------------

事例の概要 (適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい)

■概要：下水処理水に残留する肥料成分（窒素やりん）を水田灌溉に有効利用することで、低コストで高品質な飼料用米の栽培に挑戦している。すでに土木学会の賞を受賞する成果を挙げている（右写真）が、平成28年度には、鶴岡市およびJA鶴岡との共同研究として実規模水田での実証実験を開始し、最終的には資源循環システムの実現を目指している。



土木学会東北支部技術開発賞の受賞を関係者等に広く紹介

■広報：研究によって引き出される下水道の様々な可能性を、共同研究者として巻き込む方法で他業界へ深く伝えた。平成27年11月には、BISTRO下水道推進チームの会合を開催し、研究内容を発信するとともに、地元の有名シェフを招くことで一般市民の注目を集めた（下左写真）。それをきっかけに、本研究が農業関係の専門紙（日本農業新聞）や雑誌

（農耕と園芸など）で紹介された。平成28年5月の水田の開所式では、早乙女姿で田植えを行い、その様子を新聞等で紹介することで一般市民に親しみやすい形で広く下水道の新たな役割を広報した（下右写真）。今後も収穫時などに同様のイベントを行い、継続して広報していく予定である。

■開所式：平成28年5月24日、鶴岡浄化センターに作った圃場に、関係者及びマスコミを集めて開所式を行った。

天気にも恵まれ、終始和やかな雰囲気では進んだ。飼料用品種「べこあおば」の苗を手植し、その様子は多くのマスコミに撮影された。JA鶴岡の榎本理事は「土づくりに必要な肥料代を抑えることができれば生産者にとって大きなメリットになる」と語り、研究に期待



BISTRO下水道推進戦略チームの第8回会合を鶴岡市で開催！（写真は水の天使と奥田シェフ）



開所式の様子を、一般紙をはじめ、専門紙、地元紙、地元テレビ局などさまざまなメディアが紹介！（5月25日山形新聞）

を寄せた。その後に行われた勉強会では、処理水以外の下水道資源の活用にもついても議論された。

エントリー事例の特徴（施策等そのもの特徴ではなく、施策等を発信する広報戦略及びその効果が優れていると考えている点を明記願います）

- ・研究は他業界（JA鶴岡や地元企業）も巻き込んだ共同研究とした。
- ・水田の開所式には、一般紙をはじめ、専門紙、TV局（NHK他）など10社近くのマスコミが取材に訪れた。
- ・開所式では、早乙女姿で苗を手植えし、その様子を新聞等で紹介することで、一般市民に親しみやすい形で広く下水道の新たな役割を広報した。
- ・JA等も含めた勉強会を行い、処理水だけでなく熱利用など下水道の更なる利用に向けた活発な議論を行った。
- ・ユネスコ食文化創造都市・鶴岡の食や地域振興との連携も強く、今後さらに他分野への広がりが期待できる。

付属資料の提出	あり・なし（どちらかに○）
---------	---------------

広報部門

行政広報部門



平成28年度「GKP広報大賞」エントリーシート

エントリーする団体名の名称 公益財団法人富山県下水道公社	担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 担 当：小林 奈央 電 話：0766-24-5104 F a x：0766-24-5296 E-mail：nao.kobayashi@toyama-swg.or.jp
代表者氏名 理事長 須沼 英俊	担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】
(他薦の場合) 上記団体を推薦する団体の名称	担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】

部門名 広報部門 ①行政広報部門	事例名 マンホール柄手ぬぐい作製
---------------------	---------------------

事例の概要 (適宜、写真、図、記事の画像等を入力して下さい)

富山県下水道公社では、住民の方々に下水道を身近に感じ、理解を深めてもらうためのイベントとして、毎年9月に下水道フェスタを開催しています。

毎年下水道フェスタで渡している来場記念プレゼントをもっと下水道をPRするもののできないかと考え、富山県のマンホール蓋をデザインした「マンホール柄手ぬぐい」を作製し、配布いたしました。デザインは職員の自前です。(なので、デザイン料はタダです。)



←下水道フェスタでの配布風景

エントリー事例の特徴 (施策等そのものの特徴ではなく、施策等を発信する広報戦略及びその効果が優れていると考えている点を明記願います)

多くの人に気軽に使ってもらえるよう、マンホール蓋や下水道の文字が柄の一部に見えるようにデザインしました。また、一見すると柄にしか見えないデザインとすることで、デザインの元となっているマンホール蓋と結びついたときに、より興味を持っていただけるのではないかと考えています。


マンホールが一番身近な下水道施設であるので、何か問題が発生したときに、この蓋は手ぬぐいの模様と同じだから富山県のマンホールだと連絡をいただけることも少し期待しています。

付属資料の提出	(あり) ・ なし (どちらかに○)
---------	--------------------

平成28年度「GKP広報大賞」エントリーシート

エントリーする団体名の名称 柏市		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 土木部下水道経営課 西川
代表者氏名 柏市長 秋山 浩保		Tel 04-7167-1409 Fax 04-7167-2586 gesuikeiei@city.kashiwa.lg.jp
(他薦の場合) 上記団体を推薦する団体の名称		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】
部門名 広報部門①行政広報部門	事例名 下水道PRポスター「開けてみる？」の制作	
事例の概要(適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい) マンホールは普段地面にあり、誰もが毎日目にしています。しかし、開けられないもので、身近にありながら遠いものです。 そんなマンホールがポスターになって開けられるとしたら？このポスターはそんなマンホールとヒトとのキョリをぐっと近づけるために作成しました。まずは開けてみてもらうことで、下水道を知ってもらうきっかけ作りとしました。開けて頂いた方の数だけ、下水道の「見える化」が進んでいます。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・制作枚数：100枚</li> <li>・設置箇所                      平成27年下水道の日に併せて柏市内の各駅11箇所（JR、東武アーバンパークライン、つくばエクスプレス）、公共施設29箇所（市役所、近隣センター等）、各小学校42箇所に掲示しました。</li> </ul>		
		
柏市内小学校での様子		柏駅の様子
その他、柏駅でデジタルサイネージを使ったキャンペーンを行ったり、マンホールサミットに出展しました。		
エントリー事例の特徴（施策等そのものの特徴ではなく、施策等を発信する広報戦略及びその効果が優れていると考えている点を明記願います） 普段は重たくて開けることができないマンホールを手軽に開けることができることにこのPRポスターの特徴があります。市内各駅や各小学校に掲示して普段下水道に関心がない人たちに訴求することで、下水道を身近に感じてもらえるきっかけとなりました。実際に開けてみた人からは、「何が入っているのか、思わず開けてみたくなった」、「駅で開けてみていたらバスを逃してしまった」といった声をいただき、多くの方に関心を持ってみてもらうことができました。		
付属資料の提出	あり・なし（どちらかに○）	

平成28年度「GKP広報大賞」エントリーシート

エントリーする団体名の名称 小平市 環境部 下水道課		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 小平市 環境部 下水道課 泉 智英 Tel : 042-346-9560 Fax : 042-341-9520 E-Mail : gesuido@city.kodaira.lg.jp	
代表者氏名 小平市 環境部 下水道課長 田中 博晶		(他薦の場合) 上記団体を推薦する団体の名称 担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】	
部門名 行政広報部門	事例名 小平市ふれあい下水道館※の「新下水道情報パネル」と「衝撃！下水道管内のゲリラ豪雨映像」		
事例の概要（適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい）			
※ふれあい下水道館の紹介：本物の下水道管の中に入ったことがありますか？下水道はどんなにおいや色だと思いませんか？そんな疑問を解決してくれるのが、この「ふれあい下水道館」です。なんと、地下25mにある直径4.5mの本物の下水道管の中に、予約なしで自由に入ることができる日本で唯一のテーマパークです。他にも、生きた微生物の観察や下水道の仕組みを分かりやすく展示しております。入館料は無料で、ご希望者には館内案内も行ってあります。			
新下水道情報パネル			
		新下水道情報パネルの画面	
トレンドグラフを来館者に説明している様子		平成28年3月に改修したこの新下水道情報パネルは、当館の地下5階にある本物の下水道管を流れる下水の水質（PH、水温、濁度）、流量、水位、下水道管内ガス濃度（酸素、一酸化炭素、硫化水素）、雨量をリアルタイムで表示しております。また、これらのデータはグラフ化でき、トレンドグラフとして表示できるため、年間の下水道の動きを学ぶことができます。	
下水道管内の衝撃！ゲリラ豪雨映像			
平成27年7月30日午後2時頃、小平市を襲ったゲリラ豪雨時の下水道管内の様子を当館の下水道管内に設置してある監視カメラで奇跡的に撮影できました。同時に、屋外の様子や1時間で通常の下水道水位に戻っていく様子を編集し、5分程度にまとめたものとなっております。		衝撃！ゲリラ豪雨映像のキャプチャー画面	
この映像は、短縮版を市HPで公開しておりますが、完全版は、ふれあい下水道館で視聴でき、下水道の大切さを知ってもらうためのツールとして活用しております。		エントリー事例の特徴（施策等そのもの特徴ではなく、 <b>加筆等により、優れている点</b> を明記願います）	
○新下水道情報パネル：今流れている下水道の性状をリアルタイムで数値化してパネルに表示することで、見える化した下水道について、貴重なリアル情報を提供できます。			
○下水道管内の衝撃ゲリラ豪雨映像：この貴重映像は、全国の自治体や下水道団体に活用してもらい、下水道の大切さを知ってもらうためのツールとなることを期待しています。			
付属資料の提出	あり ・ なし （どちらかに○）		



平成28年度「GKP広報大賞」エントリーシート

エントリーする団体名の名称 北九州市		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 上下水道局海外事業課 伊藤智則 電話：093-582-2012, FAX：093-582-2088 Email：tomonori_itou01@city.kitakyushu.lg.jp													
代表者氏名 上下水道局長 諫山修		(他薦の場合) 上記団体を推薦する団体の名称 担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】													
部門名 (2) 広報部門 ① 行政広報部門	事例名：日明浄化センター管理棟（ビジターセンター）を活用した 下水道技術のPR														
例の概要（適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい） <b>【ビジターセンター整備の目的】</b> ・ <u>下水道事業の市民啓発</u> 、 <u>子供達への環境教育</u> に加え、 <u>下水道技術PR</u> の場として整備しました ※ 老朽化が進んだ日明浄化センター管理棟の耐震性能向上に併せて整備（H27.4オープン） ・ 先進の水処理・造水システム「ウォータープラザ」や、汚泥を石炭燃料の代替として活用する「汚泥燃料化センター」と併せた北九州市の『 <u>水ビジネスの国際戦略拠点</u> 』の役割も果たします。 <b>【ビジターセンター概要】</b> <施設概要> 延べ床面積 2,900㎡ 3F：下水道技術・製品展示コーナー、会議室 2F：ミュージアムエリア、プレゼンルーム等 1F：水質試験室															
「下水道技術・製品展示コーナー」企業の技術・製品を紹介（21社） 「ミュージアムエリア」本邦の下水道技術を紹介		3F 技術・製品展示コーナー													
ビジターセンター外観		ビジターセンターオープン式典													
2F ミュージアムエリア		3F 技術・製品展示コーナー													
<b>【活動内容】</b> ・ 「小学生への環境教育や市民への下水道啓発の実施」「国際研修やシンポジウム・セミナー開催による技術者・研究者の技術交流の促進」「国内外の行政や企業、海外のVIPなど、来訪者への本邦下水道技術や製品の紹介」など、下水道の情報交流拠点として様々な活動を行っています。															
<table border="1"> <thead> <tr> <th>分類</th> <th>H27来館者数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>小学生(社会科見学)</td> <td>約 800名</td> </tr> <tr> <td>一般市民</td> <td>約1300名</td> </tr> <tr> <td>国内(行政・企業・研究者)</td> <td>約1300名</td> </tr> <tr> <td>海外(行政・企業・研究者)</td> <td>約 600名</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td><b>約4000名</b></td> </tr> </tbody> </table>		分類	H27来館者数	小学生(社会科見学)	約 800名	一般市民	約1300名	国内(行政・企業・研究者)	約1300名	海外(行政・企業・研究者)	約 600名	合計	<b>約4000名</b>	見学後に子供達から寄せられた意見	
分類	H27来館者数														
小学生(社会科見学)	約 800名														
一般市民	約1300名														
国内(行政・企業・研究者)	約1300名														
海外(行政・企業・研究者)	約 600名														
合計	<b>約4000名</b>														
		H27.7カンボジア国首相来館													
<b>エントリー事例の特徴</b> 下水処理や汚泥燃料化、海水淡水化を1度に視察することができます。また、小学生や海外からの研修生、海外要人や企業のトップセールスなど幅広い層の方々が来館しています。 そこで、下水道技術をわかりやすく、親しみやすく、興味を持って貰えるよう、工夫を重ねています！ <b>【配布資料の充実】</b> 外国語対応したビジターセンターのパンフレットや小学生向けの副読本を製作、活用することで、見学の充実と下水道への理解促進を図っています。 <b>【来館者に合わせた対応者の設定】</b> 下水道技術の理解度に応じて対応者や説明内容の変更を行っています。 ※企業、海外研修生や行政関係者 → 市職員、一般来場者及び学生対応 → 委託業者															
付属資料の提出	あり ・ なし （どちらかに○）														

平成28年度「GKP広報大賞」エントリーシート

エントリーする団体名の名称 大村市上下水道局	担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 下水道施設課 樋口 裕子 TEL:0957-54-3110, FAX:0957-49-5220 jousuikanri-c@city.omura.lg.jp
代表者氏名 大村市上下水道事業管理者 朝長 定	担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】

部門名 行政広報部門	事例名 下水処理水による稲作試験（下水道資源利用のミニPR）
---------------	-----------------------------------

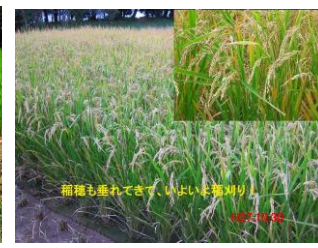
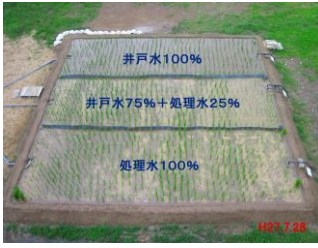
事例の概要（適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい）

大村浄水管理センターでは、処理水の1割を場内設備や近隣公園のせせらぎ用水や環境センターの場内用水へ送水しているほか、植樹帯工事や建設工事現場の用水として再利用している。農業用としては、干ばつ少雨時にミカン畑に緊急対応的に使用した。

流総計画による処理場の「高度処理化」を着手するにあたり、処理水の農業用水としての利用可能性を検討するため、簡易的な用水設備と試験圃場を作り、処理水の使用割合を変えて稲作試験を4か月間行い、生育状況などを比較調査した。

収穫した米に含まれる成分や品質等を検査し、上下水道局職員による「食味官能テスト」も実施したところ、米の味には大差がなく、処理水100%で作った米の評価は良好であり、最後には、田植えや稲刈りに参加した園児たちと、市長を招いて収穫米の「試食会」を開催した。一連の内容が地元の新聞やテレビにより報道され、さらにHP、Facebookなどへの掲載により、消化ガス発電に続き、下水道資源利用による下水道事業のイメージアップを図った。（以下、HP等掲載写真）

下水処理水を農業用水に



エントリー事例の特徴（施策等そのものの特徴ではなく、施策等を発信する広報戦略及びその効果が優れていると考えている点を明記願います）

稲作試験では、他部局である農林水産部によって、準備から栽培全般にわたり指導を受け、多面的な協力を得て、田植え、稲刈りから試食会まで保育園児を交えるなどして、上下水道局内外を巻き込んだ形でイベント要素を高めた。少しでも市民に下水道事業に対する理解を深めることができればと考えて、小さな一つのイベント毎に情報発信による広報を行った。

園児を通じた保護者の中にも、下水道や下水処理水に対しイメージが変わったという声もあった。

付属資料の提出

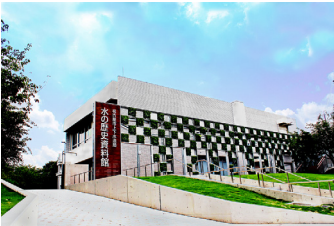
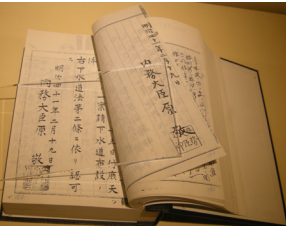


あり ・ なし （どちらかに○）



平成28年度「GKP広報大賞」エントリーシート

エントリーする団体名の名称 神戸市		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 神戸市建設局東水環境センター 管理課 山口 幸斗 TEL:078-451-0456 email: <a href="mailto:higashimizukan@office.city.kobe.lg.jp">higashimizukan@office.city.kobe.lg.jp</a>	
代表者氏名 神戸市建設局長 末永 清冬			
(他薦の場合) 上記団体を推薦する団体の名称		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】	
部門名 行政広報部門	事例名 マンホール蓋を活用した下水道広報活動		
事例の概要(適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい)			
<p>神戸市建設局東水環境センターではこれまでに、下水道事業の広報・啓発を目的として毎年春に処理場で開催している「アーモンド並木と春の音楽会」等のイベントの他、地域の行事等に積極的に参加し、地域と連携した広報活動を実践している。この取り組みにより、地域団体の方の下水道事業に対する理解は着実に深まっており、今後は更に多くの市民の方に理解を深めていただきたいと考えている。</p> <p>そこで、下水道をより身近なものに感じてもらう広報アイテムとして、従来のマンホール蓋を調理器具としての機能を発揮できるよう加工した「マンホール鉄板」を製作した。このマンホール鉄板は、地域団体の方へ貸し出し、様々なイベントで「マンホール鉄板焼き」として利用されている。その他にも、現在注目を集めるデザインマンホール蓋の展示コーナーをセンター内に設置し、これらは平成27年度に開催された「関西マンホールサミット」でも活躍した。</p> <p>このマンホール蓋を利用した広報活動は新聞等のメディアにも取り上げられており、現在では、下水道の取り組みを知ってもらうための一つのきっかけとなっている。</p>			
			
デザインマンホール蓋展示コーナー		マンホール鉄板焼きの実例	
エントリー事例の特徴			
<p>全国各地の名勝等をあしらったデザインマンホールがあるなど、現在、マンホールの蓋は日本の文化の一つといえる。東水環境センターでは、市内の特徴的なマンホール蓋の展示を実施するなど、いかに一般の方々に下水道への興味を持ってもらえるかの観点からPRを工夫してきた。マンホール蓋への関心を契機としてさらに、処理場の施設見学等を通して、下水道の役割・重要性について伝えていきたいと考えている。</p> <p>また、普段生活する場面では思いもつかないマンホール蓋を鉄板焼きの鉄板として利用することは、珍しさ等から地域のイベントでは注目される存在となっており、市民の方々に下水道に興味を持ってもらうための効果があると考えられる。</p>			
付属資料の提出	あり ・ <u>なし</u> (どちらかに○)		

平成28年度「GKP広報大賞」エントリーシート

エントリーする団体名の名称 名古屋市上下水道局		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 中村 一登（調査課） 電話 052-972-3713 FAX052-951-1208 chosa@jogesuido.city.nagoya.lg.jp	
代表者氏名 名古屋市上下水道局長 丹羽 吉彦		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】	
部門名 行政広報部門		事例名 水の歴史資料館	
事例の概要 水の歴史資料館は、平成26年9月にオープンした、上下水道事業の歴史や役割、そして防災についてわかりやすく学べる資料館です。本資料館は、広報的な役割に加え、事業関係資料やモノを収集・整理することにより、貴重な資料が散逸することを防ぐ役割も担っています。			
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>外観</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>下水道布設認可書 認可稟請書</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>戦争中のマンホール</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>雨水ポンプインペラ</p> </div> </div>			
下水道に関する主な展示			
① 享保14年名古屋絵図 ※複製 享保14年（1729年）の名古屋城下図です。生活排水の流路などが描かれています。			
② 下水道布設認可書・認可稟請書（明治39年） ※複製 認可を求める稟請書です。当時の内務大臣である原敬の名前が確認できます。			
③ 堀留下水処理場大要（昭和5年）※複製 日本で最初の「活性汚泥法」による下水処理場の処理過程を図で示しています。			
④ 太平洋戦争中に造られたマンホール 「下水」の大きな文字が特徴的なマンホールです。			
⑤ 雨水ポンプインペラ（昭和9年） 雨水を川に排出するために使用していたインペラ（羽根車）です。			
エントリー事例の特徴			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・名古屋における下水道インフラの役割について、近世の生活排水処理、近代下水道の供用開始、活性汚泥法の導入などによる発展、そして現在の災害対策などについて、歴史を追いながらわかりやすく学んでいただくことを通して、下水道の重要性をPRしています。</li> <li>・下水道の魅力が実感をもって伝わるように、映像やパネル展示に加えて歴史的な資料やモノも展示しています。</li> <li>・下水道と水道の歴史や役割を一体的に学んでいただくことで、水循環全体の中における下水道の役割がより伝わりやすくなっています。</li> <li>・TOTO株式会社にトイレの命名とトイレ内での製品PRの権利を提供する代わりに、トイレ用設備の提供と内装デザインへの協力を得ています。こうして創出した快適なサニタリースペースの利用を通して、下水道インフラが支える快適さを実感していただくことができます。</li> </ul>			
付属資料の提出		あり ・ なし（どちらかに○）	

平成28年度「GKP広報大賞」エントリーシート

エントリーする団体名の名称 札幌市下水道河川局	担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 総務部経営管理課 佐藤 TEL : 011 - 818 - 3452 FAX : 011 - 812 - 5203 gesui@city.sapporo.jp
代表者氏名 高松 康廣（札幌市下水道河川局長）	TEL : 011 - 818 - 3452 FAX : 011 - 812 - 5203 gesui@city.sapporo.jp
(他薦の場合) 上記団体を推薦する団体の名称	担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】

部門名 広報部門 ①行政広報部門	事例名 ミニさっぽろ水再生プラザ（下水道の水質管理）
---------------------	-------------------------------

■イベントの概要

「子どものまち ミニさっぽろ」とは…  
 札幌市子ども未来局が主催し、札幌市内及び広域圏の小学校3・4年生が仮想の街である「ミニさっぽろ市」の市民となり、擬似的な就労・消費生活等の市民体験を行い、働くことの楽しさや大変さを体験し、社会の仕組みを学ぶイベントです。

「ミニさっぽろ水再生プラザ（下水道の水質管理）」とは…  
 白衣を着て、下水道のお仕事を体験します。お家で使ったあとの汚れた水をきれいにする仕組みを知ってもらい、実際に水がきれいになっているかを検査し、顕微鏡を使い、水をきれいにしてくれる小さな生き物が元気に働いているかをチェックします。

■特徴

- ① まずは、仕事の準備からスタートです。白衣とゴーグル、ゴム手袋を装着し、準備完了！
- ② 下水処理の仕組みを理解し、人工的に作った下水と微生物が入っている汚泥を混ぜて模擬反応槽を作りました。
- ③ CODパケットテスト（水質分析器具）を使用し人工的に作った下水と実際の処理水の水質の違いを比べました。
- ④ 顕微鏡を使い、どんな微生物がいるかをモニターで確認し、見つけた微生物を「お仕事メモ」にチェックしました。職員でもなかなか見つけることができないクマムシを見つけ、子どもたちは驚きの声を上げていました！



エントリー事例の特徴

- 自分達がお風呂やトイレで使った水を微生物がきれいになっているという発見を通じて、子どもたちが下水道の興味・関心を高めるきっかけとすることができた。
- 「お仕事メモ」の裏には「クリンちゃんとのお約束」として、下水道を使う時の注意点（油やごみを流さないなど）を記載し、下水道を大切に使うための啓発をすることができた。

こどものまち「ミニさっぽろ」ホームページ  
<http://www.mini-sapporo.com/hellowork/>

付属資料の提出	あり ・ なし （どちらかに○）
---------	------------------



平成28年度「GKP広報大賞」エントリーシート

エントリーする団体名の名称 国土交通省水管理・国土保全局下水道部		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 下水道企画課 峯 健介 TEL :03-5253-8427 MAIL:mine-k82ac@mlit.go.jp	
代表者氏名 下水道部長 塩路 勝久		(他薦の場合) 上記団体を推薦する団体の名称 担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】	
部門名 行政広報部門 部門		事例名 うんち大研究！下水道ワークショップ ～うんちはどこからやってきて、どこへ行くの？～	
事例の概要（適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい） <b>「うんち大研究！下水道ワークショップ」は、全国どこでも楽しく</b> 下水道や水・資源の循環について学習できる国土交通省が作成した <b>環境教育プログラム(ワークショップ)</b> で、これまでに小学校や科学館等で <b>8回開催</b> しています。			
○制作目的 予算・人的制約、ノウハウ不足で下水道広報戦略が打ち出せない自治体からの声を受け、誰でも簡単に下水道広報出来るツールを作成し活用されることで、 <b>各地で環境教育が評価される土壌を作る</b> ことが目的です。			
○プログラムのポイント ・子供たちにとって身近な <b>「うんち」を軸に</b> 、「食物・飲料水→身体→排泄→下水道→処理→河川・海（資源化）→食物・飲料水」という <b>循環から、健康的な生活と下水道の役割の両方について学習出来ます。</b> ・職員扮する <b>「ウンディー探検隊」が学習をサポートします。</b> ・子ども自らが <b>「紙の溶け比べ実験」</b> に参加するなど、 <b>体験を盛り込む</b> ことで学びが深まるように工夫しています。			
 <p>謎解きを進める「うんち循環図」</p>		 <p>職員扮する「ウンディー探検隊」</p>	
		 <p>子どもたちも興味津々の「紙の溶け比べ実験」</p>	
エントリー事例の特徴（施策等そのものの特徴ではなく、施策等を発信する広報戦略及びその効果が優れていると考えている点を明記願います） ・ワークショップは <b>身近な道具を準備</b> するだけでOKです。 ・教材やシナリオは <b>アレンジ</b> ができるので、 <b>環境教育が初めての方でも簡単に実施できます。</b> （運営マニュアルは国土交通省HPで公開しています。） ・子どもたちが地域の下水道に目を向け、 <b>親近感</b> をもってもらえるよう、ワークショップの中で、 <b>開催地の下水道</b> （処理場やご当地マンホール等）を <b>紹介</b> するなど工夫しています。 ・プログラムは、下は4歳から上は6年生まで、 <b>幅広い子どもたちに対応</b> できます。 ・多くの団体が連携する場合であっても、当日に通し練習するだけで本番も成功できます。 ・国土交通省職員だけでなく <b>地方公共団体職員主催</b> のワークショップが広がっています。			
付属資料の提出		<input checked="" type="radio"/> あり ・ なし （どちらかに○）	



謎解き形式で「ウンディー」隊長と隊員サポートのもと、下水道のお勉強。

広報部門

企業・団体等広報部門



平成28年度「GKP広報大賞」エントリーシート

エントリーする団体名の名称 一般社団法人 東京下水道設備協会		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 (株) 水道産業新聞社 企画出版部 生地 央 【電話：03-6435-7644、Fax:03-3438-0025、 E-mail shoji@suidousangyo.jp】	
代表者氏名 一般社団法人 東京下水道設備協会 会長 片岡 啓治		(他薦の場合) 上記団体を推薦する団体の名称	
部門名 広報 部門		事例名 立体地図 東京透視模型“みえ～る君” (学習用キット)	
事例の概要 (適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい) (一社) 東京下水道設備協会は、(株) 水道産業新聞社、(一財) 日本地図センターと協働し、下水道展'15東京会場で、通常のブース展示に加えて、広く下水道への関心を高めることを目的に、主に子供たちを対象として、下水道管路図と通常の地図を立体的に重ねられる地図模型を作るイベント(2日目の午後半日)を実施した。このイベント用に企画、制作したものが東京透視模型“みえ～る君”である。			
 <p>東京透視模型“みえ～る君”                  今回は、東京都下水道局の落合水再生センター周辺をモデルケースにした。</p>		<キットの内容> ①説明書、なぞり用地図 ②透明地図シート ③透明なフタ(7枚) ④土台(1枚)	
		 <p>出来上がった地図を自由に重ねる</p>	
<b>エントリー事例の特徴 (施策等そのものの特徴ではなく、施策等を発信する広報戦略及びその効果が優れていると考えている点を明記願います)</b>			
<b>【東京透視模型“みえ～る君”のねらい】</b> 普段、見えない下水道を見える化できるか？見える化を通じて、下水道に関心を持ってもらえないか？そこで、下水道管路図と様々な地図を立体的に重ねることを考えた。東京透視模型“みえ～る君”を作り、出来上がった地図を自由に重ねることで、下水道関連施設が街のどのような場所にあるのか、下水道が地形を生かして作られていること、さらに、再生水の管路も地図に入れることで、下水処理場の、いろいろな役割に気付くことができる。			
<b>【地図模型作りイベント実施して】</b> <参加者:24名、うち小学生以上2名> 面白かった:17名、勉強になった:23名、また作りたい23名 付添いの保護者からは、「簡単にわかりやすく作ることができました」「見える工夫が良かったです。大人用にひとつ欲しかった」、「機会があったら落合水再生センターに行ってみたい」、「普段、何気なく使っている水のことを身近になったと思います」と好意的な感想が寄せられた。イベント会場以外でも下水道展会場で会期中配布。イベントと合わせ用意した200あまりのキット全てが配布された。			
<b>【今後の展開の可能性】</b> 地図模型を作った子供や保護者からは、好意的な評価を得ることができた。また、東京都下水道局を通じて、小学校の先生方にも提供。地形的に特徴のある下水処理場を中心に、モデルケースを増やし、地域住民、あるいは子供たちと下水道関係者とのコミュニケーションツールとして広め、進化させていくことにしている。			
付属資料の提出		(あり)・ なし (どちらかに○)	

平成28年度「GKP広報大賞」エントリーシート

エントリーする団体名の名称 管路情報活用有限責任事業組合		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 石黒 富栄 事務局長	
代表者氏名 理事長 松尾 勝巳		電話 048-969-4722 fax 048-969-4723 E-mail kanro-tc@kanrojyouhou.co.jp	
(他薦の場合) 上記団体を推薦する団体の名称		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】	
部門名 広報部門	部門 部門	事例名 「下水道公開講座」 下水道事業啓蒙活動への参加	
事例の概要 (適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい) 下水道事業啓蒙活動 当事業組合と組合員会社は、平成24年設立以来毎年2回から3回、NPO21世紀水倶楽部の「下水道出前講座」、メタウォーター(株)の「下水道出前授業」に連携して、講座を聞いた市民や授業を受けた児童に下水道管内を見てもらふ活動を行っています。下水道管理者の承認を得て開けた、道路上の汚水ますや人孔(マンホール)に実際に管路内調査で使用している人孔内管口カメラ、走行TVカメラ、取付管TVカメラ等を使用して下水道管の内部映像を見てもらっています。また管路の3D画像パネル展示で下水道の見える化にも取り組んでいます。 これらの活動を通して、道路の下にある下水道を意識してもらふ啓蒙活動に参加をしています。 これらの啓蒙活動は月刊下水道(平成26年12月号)やTV東京‘すけっち’(平成28年2月3日放映)で現場状況が紹介されています。平成28年現在、9回実施しています。 [小学生、一般市民、高校生 下水道管渠内説明の状況]			
<div style="display: flex; justify-content: space-around;">    </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;">  <div style="text-align: center;"> <p>管内状況映像</p>  </div>  </div>			
エントリー事例の特徴 (施策等そのものの特徴ではなく、施策等を発信する広報戦略及びその効果が優れていると考えている点を明記願います) 小学生、高校生、市民の皆様がマンホールの下にある下水道管路の必要性について認識してもらえよう、映像を見やすくする工夫をしています。TVモニターを組み立て架台の使用、日除けシェードを取り付けて鮮明な映像を見てもらふようにしています。 通常下水道管路内調査委託と同様に、安全警備に注意を払い、見学をされた方からの質問に的確に答えられるように努めています。この事業を通して下水道管内の現場調査に理解が進み、マンホール蓋への興味も加わり、下水道管路の機能認識が広がる一助になればと思っています。 このような取り組みが全国の下水道事業関係会社の下水道事業啓蒙活動につながればと思っています。			
付属資料の提出		あり ・ なし (どちらかに○)	



平成28年度「GKP広報大賞」エントリーシート

エントリーする団体名の名称 一般財団法人 都市技術センター		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 企画推進部 事業企画課 山本 英生 電話:06-4963-2057 Fax:06-4963-2095 E-mail:yamamoto2016@owesa.jp
代表者氏名 理事長 西尾 誠		(他薦の場合) 上記団体を推薦する団体の名称 担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】
部門名 企業・団体等広報 部門	事例名 広報誌「Mer (メール)」20号発売を迎えて	
事例の概要		
1. 名称: Mer (メール) 一人と地球のうらおいマガジン 2. 発行時期: 2号/年 3. 発行部数: 3,500部/号 4. 配布先: 図書館(68箇所)、教育施設(15箇所)、若者・子供が集まるイベントや見学施設等 5. 「Mer (メール)」編集方針		
<ul style="list-style-type: none"> <li>平成19年に創刊した「Mer (メール)」は、大阪府内の下水道情報に加え、独自に取材した水環境や都市環境等の話題を、人々の生活と「水」との関係に重点を置き、どなたにでもわかりやすく提供することで、下水道をより身近に感じていただける広報誌として発行を重ね、今年の3月に20号の節目を迎えた。</li> <li>「Mer (メール)」は若者から年配の方まで、どなたでも楽しく、読みやすく、興味が持てるよう、生活に密着した記事を、取材を通して発掘し毎号掲載している。</li> <li>また、写真やイラストを多く取り入れ、子供や若者にも興味をもてるレイアウト構成としている。</li> <li>人と水・自然環境とのふれあいを話題とした親しみやすいテーマに取り組む一方で、普段目に触れることは少ないが、市民生活を支える下水処理場や下水管の役割について、しっかり伝えるとともに、水の循環や地球温暖化といった地球環境全体のテーマへ展開している。</li> <li>「Mer (メール)」の名称はフランス語で「海」を意味する言葉と、メッセージを伝える「メール(Mail)」の音を重ねたものである。</li> </ul>		
広報誌「Mer (メール)」20号		
		
エントリー事例の特徴		
<ul style="list-style-type: none"> <li>広報誌「Mer (メール)」は、平成19年の創刊以来10年間、継続して水の大切さや環境に関する情報をこれからの社会を担う若者世代を含め、市民へ提供している。</li> <li>配布先を約250箇所と広く設定することにより、草の根的に水・環境に関する市民の関心を高める役割を果たし、また、配布先に下水道施設の他に大阪府下の図書館、教育施設を含めることで、今後の社会を担っていく若者世代をターゲットポイントとしている。</li> <li>大阪市が下水道広報施設として位置付ける下水道科学館で開催されるイベントや、下水道イベント会場で配布することで、イベントとMer (メール)の相乗効果を発揮している。(下水道科学館20周年記念イベント、下水道科学館でのNPO主催のイベント、マンホールサミット、下水処理場一般公開等)</li> <li>都市技術センターが高等学校のSSH7プログラムに連携・参画した記事を掲載し、現役高校生の水問題への関心の高さを発信した。(18号)</li> <li>全てのバックナンバーを都市技術センターのHPから閲覧可能としており、関心を持たれた市民の口こみによる読者の広がりを可能としている。  <a href="http://www.uitech.jp/new/mer.html">http://www.uitech.jp/new/mer.html</a> </li> </ul>		
付属資料の提出	(あり) ・ なし(どちらかに○) 直近5号分(各1部:16号~20号)	

平成28年度「GKP広報大賞」エントリーシート

エントリーする団体名の名称 メタウォーター株式会社	担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 濱 大介(CSR推進室 広報IR部) TEL : 03-6853-7317 E-mail : hama-daisuke@metawater.co.jp
代表者氏名 代表取締役社長 木田 友康	
(他薦の場合) 上記団体を推薦する団体の名称	担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】

部門名 企業・団体等広報部門	事例名 メディアミックスによる下水道の価値を発信
-------------------	-----------------------------

事例の概要（適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい）  
 業界のプレゼンスアップを通じた自社のプレゼンスアップを目的に、下水道インフラが身近で価値ある存在であることをメディアミックス手法で強力に発信。「見る」「聴く」「読む」「体験」を通じたPRで、幅広い層の市民に対し、自然に下水道への親しみ(興味)を喚起させ、下水インフラへの価値を理解してもらうきっかけ(入口)を作ることができた。

広報	宣伝	CSR
<p style="text-align: center;"><b>テレビ</b></p> <p>震災で甚大な被害を受けた女川町の「復興」事業である「下水道施設建設」について、完成に至るまでの関係者の努力と苦労を紹介</p>  <p>東日本放送「よみがえる海の町」～排水処理施設建設に尽力した男達～</p> <p style="text-align: center;"><b>新聞</b></p> <p>電気／燃料を生み出す下水道の価値を発信</p>  <p>川田水再生センター 燃料電池</p>	<p style="text-align: center;"><b>トレインチャンネル・ラジオ</b></p> <p>電車内のビジョンやラジオ番組を通じて水への理解を促進</p>  <p>トレインチャンネル                      ラジオ</p> <p style="text-align: center;"><b>展示会</b></p> <p>子供向け展示を企画し下水道の価値を訴求</p>  <p>下水道展                      エコプロダクツ展</p> <p style="text-align: center;"><b>一般向け冊子を制作</b></p> <p>一般向けに上下水道の価値を伝える冊子を制作</p> <p style="text-align: center;">メタウォーターBOOK</p> 	<p style="text-align: center;"><b>早慶レガッタ</b></p> <p>下水道の価値を伝える学生ポートイベントに協賛。市民(学生)の下水道業界への認知向上に寄与</p>  <p style="text-align: center;"><b>打ち水</b></p> <p>地域住民の方ともに再生水を利用して実施</p> 

エントリー事例の特徴（施策等そのものの特徴ではなく、施策等を発信する広報戦略及びその効果が優れていると考えている点を明記願います）

メディアミックスによる情報発信で、一般市民が下水道情報に継続的に触れる機会を創出しました。単発的な情報発信にみられる特定のターゲット層へのリーチではなく、大人から子供まで幅広い層への情報発信を実現したことで、下水道への親しみ(理解)の醸成に大きく貢献しました。

付属資料の提出	あり ・ <b>なし</b> (どちらかに○)
---------	-------------------------

広告部門



平成28年度「GKP広報大賞」エントリーシート

エントリーする団体名の名称 メタウォーター株式会社		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 大瀬良 栄一 (CSR 推進室 広報 IR 部) TEL : 03-6853-7317 E-mail : oosera-eiichi@metawater.co.jp
代表者氏名 代表取締役社長 木田 友康		(他薦の場合) 上記団体を推薦する団体の名称 担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】
部門名 広告部門	事例名 電車ビジョン、ラジオ番組による水インフラのプレゼンス向上	
事例の概要 (適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい) 数あるメディア媒体の中で、無意識のうちに刷り込み効果が期待できる電車内「ビジョン放送」(視覚への訴え)と民間「ラジオ番組放送」(聴覚への訴え)に着目。継続的に繰り返される日々の放送を通じて、水インフラが身近で親しみのある存在と自然に認識してもらうことを狙いとして放送した。		
<p>▶ <b>電車ビジョン</b></p> 東日本、JR西日本、東京メトロの車両ビジョンにおいて、水循環への興味を喚起させるため、シンプルで親しみやすいキャラクターの動きによる、記憶に残りやすい映像を制作・放送した。 4月～6月の各月1週間、12月～2月の各月1週間の放映期間中には、利用者数約2000万人のうち100万人以上が認識。放送映像は当社HPにも掲載している。 <a href="http://www.metawater.co.jp/news/detail/20160316NuV.html">http://www.metawater.co.jp/news/detail/20160316NuV.html</a>		
		
<p>▶ <b>オリジナルラジオ番組の放送</b></p> オリジナル番組『メタウォーター presents 水音スケッチ』を2015年10月より毎週火～金曜日放送。(2016年4月からは毎週月～金曜日) 番組では毎回全国各地の「水と音の親和性」をテーマに「日本の水風景」を紹介する本編と、下水道の役割をおもしろおかしく伝えるオリジナルCMを提供し、毎日40万人以上が視聴。また、GKPと共同出展した「エコプロダクト2015」開催期間中においては、番組にミス日本の水の天使柴田美奈さんに登場いただき来場を促すメッセージを放送し公表を博した。		
		
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">                       CMきれいになったわけ.wma                 </div> <div style="text-align: center;">                       CM水に流す編 .wma                 </div> </div> <p style="text-align: right; margin-top: 10px;">                     ※アイコンをクリックすると音声                      が再生されます。                 </p>		
エントリー事例の特徴 (施策等そのものの特徴ではなく、施策等を発信する広報戦略及びその効果が優れていると考えている点を明記願います) コストパフォーマンスに優れ、かつ刷り込み効果が高い媒体を選択し、広く一般に対し訴求した。親しみやすい映像・音声を継続的に発信するにより、無意識下で自然に「水インフラ」への親近感を創り出した。ラジオ放送ではリスナーからのコメントでも満足する結果が得られている。		
付属資料の提出	あり ・ <b>なし</b> (どちらかに○)	

平成28年度「GKP広報大賞」エントリーシート

エントリーする団体名の名称 月島機械株式会社		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 水環境事業本部 事業統括部 荒井 健 TEL03-5560-6530 FAX03-3533-4103 E-Mail t_arai@tsk-g.co.jp	
代表者氏名		(他薦の場合) 上記団体を推薦する団体の名称 担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】	
部門名 広告	部門 部門	事例名 過給式流動燃焼システムのイメージ広告	
事例の概要（適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい） 【背景】新たに上市した最新型の焼却設備の認知度を上げるため、インパクトのあるビジュアルを使い訴求力を高める内容とした。 【狙い】通常、業界紙への広告は、製品紹介として製品の写真や、特長・用途などの表現が一般的であるが、その考え方を180度変えて、メインビジュアルに女性が髪の毛をカットする写真を使用して意外性を全面に押し出した。また、下水道展でのPRと連動し下水道展会期前と会期中での表現を変えたりレー展開を図った。 【期間】2015年5月～7月 約3ヶ月間をキャンペーン期間とする。 ① 5月～6月を第1弾 業界紙を中心に10回程度出稿 ② 7月～下水道展終了までを第2弾として展開 同じく業界紙を中心に6回程度出稿			
① 第1弾広告		②第2弾広告	
			
第1弾から第2弾への変更点：メインコピー、髪の毛カット 「カットすることで、見えたもの」キャッチコピーとともに消費電力が40%から60%削減できることにより、環境未来都市に近づくことを訴えた。			
エントリー事例の特徴（施策等そのものの特徴ではなく、施策等を発信する広報戦略及びその効果が優れていると考えている点を明記願います） 今までの既成概念にとらわれない発想の広告戦略ができ、当所の目的である新製品の知名度UPに貢献できた。また、第1弾のキャッチコピー「カットすることで、見えてくるもの」と第2弾の「カットすることで、見えたもの」という文言と写真の女性の髪の毛をカット前とカット後に分け、話題性を持たせたことも知名度の向上に繋がったと考えている。			
付属資料の提出		あり ・ なし (どちらかに○)	

平成28年度「GKP広報大賞」エントリーシート

エントリーする団体名の名称 株式会社フソウ	担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 社長室
代表者氏名 代表取締役社長 上床 隆明	角 尚宣 (h.kado@fuso-inc.co.jp) TEL : 03-3552-7090 FAX : 03-3552-6105
(他薦の場合) 上記団体を推薦する団体の名称	担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】

部門名 広告                    部門	事例名 TVCMによる企業広告(70周年記念事業の一環)※香川・岡山限定
---------------------------------	---

事例の概要(適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい)

**株式会社フソウ 企業CM カット表**

#1		ホテルの声) どうも、ホテルです。			
#2		最近この地球には、	#8		おや?
#3		“フソウの水” というのがあるらしい。	#9		あなたのそばを流れるその水、
#4		その水は、思っている。	#10		“フソウの水” ではないですか?
#5		暮らしを支え、	#11		【Na】 水をつくる、
#6		自然を守り、	#12		いかず、考える。
#7		未来をつくっていききたいと。	#13		水の総合企業、 FUSO です。

エントリー事例の特徴(施策等そのものの特徴ではなく、施策等を発信する広報戦略及びその効果が優れていると考えている点を明記願います)

弊社は今年創業70周年を迎えます。この一年の広報戦略は70周年を絡め、「弊社の名前と理念を広く知っていただく機会を増やす」というテーマのもと、まずは創業の地である香川県から、ということTVCMを制作しました。

付属資料の提出  あり ・ なし (どちらかに○)