

第7回（令和元年度）G K P 広報大賞

審 査 結 果

下水道広報プラットホーム（G K P）

令和元年 7 月

1. G K P 広報大賞とは

本賞は、下水道界で展開されている広報活動のうち、他業界への効果的な訴求など下水道インフラの価値を高める上で優れていると思われる広報活動事例を「下水道広報プラットフォーム」（G K P）が広く発掘、表彰し、下水道界に広く普及させることを目的とします。

2. 対象

下水道の役割や魅力を広く知らしめ、下水道の価値を高めるために行われた広報活動であれば、どのようなものでも対象とします。

実施母体によって以下の3部門に分かれます。

（1）行政部門

地方公共団体あるいは地方公共団体が関係する法人

（2）民間部門

民間企業あるいは民間企業の関連法人

（3）学校・NPO・任意団体等部門

学校や研究室、NPO、任意団体のほか、一般市民（個人でも可）など、上記（1）にも（2）にも該当しない者

3. 賞の選定

□ グランプリ・準グランプリ

下水道インフラの価値を高める上で最も優れている、又はこれに次ぐと認められた事例。

□ 部門別表彰

部門毎に最も優れていると認められた事例。

□ 審査委員特別賞

上記のほか、審査員による評価が特に高かった事例。

4. 応募事例

令和元年度は19事例がエントリーされました。

（1）行政部門

13事例

（2）民間部門

4事例

（3）学校・NPO・任意団体等部門

2事例

5. 審査

G K P 広報大賞審査委員会は令和元年6月11日（月）、公益社団法人日本下水道協会5階会議室で開催しました。

6. 表彰式

令和元年8月9日（金）14時より、下水道展'19横浜の会場である「パシフィコ横浜」（神奈川県横浜市西区みなとみらい1-1-1）展示ホールD プレゼンテーション会場において表彰式を行います。

グランプリ、準グランプリには賞状と記念の盾を、その他部門賞などの受賞事例には賞状を贈呈します。

7. 受賞事例

各受賞事例は以下の通り決定しました。受賞内容および評価は参考資料1「受賞事例と評価ポイント」をご覧ください。

【グランプリ】

- ・ 「マンホールから飛び出した桃太郎」LINE スタンプの販売（岡山市下水道河川局広報戦略推進班）

【準グランプリ】

- ・ 下水道が有する「未利用エネルギー」の価値を伝える取り組み（東亜グラウト工業株式会社）
- ・ 「メタウォーター下水道科学館あいち」における下水汚泥消化ガスで走るミニ鉄道（稲沢鉄道クラブ）

【部門賞】

◇行政部門賞

- ・ 丹波市産業交流市への参加（兵庫県丹波市）
- ・ PR 動画「下水寺子屋」（半田市水道部下水道課）

◇民間部門賞

- ・ 「マンホール・エコバッグ」で買い物に！下水道に興味と親しみを！（株式会社アイ・ケー・エス）

◇学校・NPO・任意団体等部門賞

- ・ 該当なし

【審査委員特別賞】

- ・ 小学校における水環境の授業（河川事業の記念行事における基調講演）（鳥取市立城北小学校 学校支援ボランティア（個人））

参考資料 1 受賞事例と評価ポイント

【グランプリ】

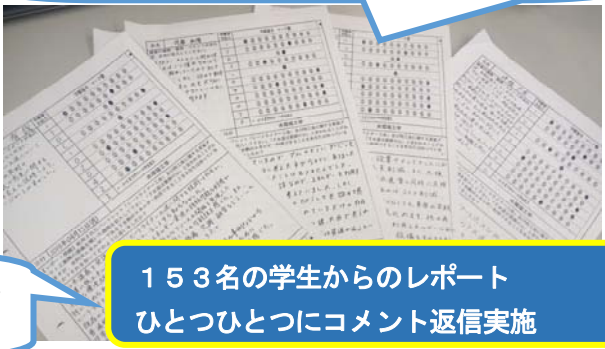
令和元年度「G K P広報大賞」エントリーシート

エントリーする団体名の名称 岡山市下水道河川局 広報戦略推進班		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 谷口 美里、蜂谷 遥香 下水道河川局 TEL:086-803-1510 FAX:086-803-1747 Mail:miri_taniguchi@city.okayama.lg.jp	
代表者氏名 岡山市長 大森 雅夫			
部門名 行政 部門	事例名 「マンホールから飛び出した桃太郎」LINEスタンプの販売		
事例の概要 岡山市下水道河川局では、市民の方に下水道について興味をもっていただくため、平成27年度から20代の若手を中心とした広報戦略推進班を結成し、様々な広報活動に取り組んでいる。このたび、下水道を身近に感じてもらうため、岡山市民には身近な「桃太郎マンホール」を題材にしたLINEスタンプを作成した。<u>自治体のマンホールの柄を使用したスタンプは初めてである。</u> スタンプの絵柄は「頑張れ」「GOOD!」などの日常的に使えるものから、「穴があったら入りたい」などのユーモアがあるものまで40種類作成した。デザインの作成から申請、販促まですべて広報戦略推進班が行っている。 LINEスタンプは平成31年3月13日から最低価格のLINEコイン50枚(120円相当)で販売を開始し、4月30日時点では累計ダウンロード数が516件となっている。デイリーランキングでは約130万件中266位を記録した。毎日100人以上の方がスタンプを会話に使用されていることから、下水道の広報媒体となり、下水道に関心がない層が関心を持つきっかけとなりえる。 山陽新聞(地元紙)や下水道新聞、水道産業新聞にも取り上げられたほか、ローカル番組「なんしょん?」でも紹介を行った。メディアに取り上げられた後には問い合わせなどがあり、市民の方に下水道について興味を持っていただけたことが分かった。			
		既存のマンホールから桃太郎ご一行を取り出す際、描かれていない部分を継ぎ足したことや、表情を変えることなどは苦労した。	
		岡山市下水道河川局作成 桃太郎マンホール LINEスタンプ 山陽新聞(地元紙) ローカル番組「なんしょん?」	
エントリー事例の特徴 ● 身近にあるマンホールを題材にしていることや、多くの方が利用しているLINEアプリを利用することで、子供から大人まで幅広い世代に下水道について気軽に知ってもらうことが可能。 ● デザインや申請などをすべて職員が行ったことや、ペイントソフトやプレゼンテーションソフトなどを駆使して作成したことから少ない予算(実質0円)で効果が得られ、収益にもつながる。 ● 桃太郎LINEスタンプを会話の中で使うことで、送信者が下水道の広報媒体となるため、下水道に興味がない層にも発信できるなど、広報の波及効果が得られる。			
付属資料の提出	あり・なし (どちらかに○)		

【評価】おしなべてセンスの良いLINEスタンプを、職員自らの手で予算をかけずに作り上げた点を高く評価した。販促のポスターも出色の出来栄。総合的なクオリティの高さがグランプリの決め手となった。

【準グランプリ】

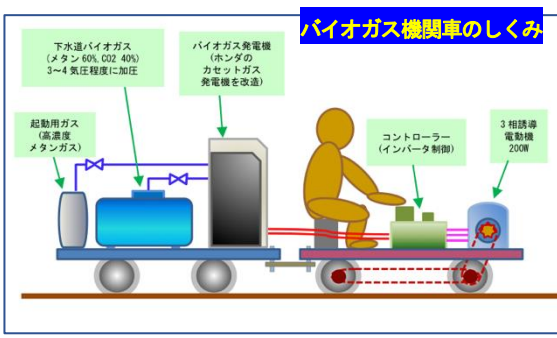
令和元年度「G K P 広報大賞」エントリーシート

エントリーする団体名の名称 東亜グラウト工業株式会社		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 管理グループ 広報 南洞 誠 TEL: 03-3355-6200 FAX: 03-3355-6201 Email: makoto.nando@toa-g.co.jp	
代表者氏名 代表取締役社長 山口 乃理夫			
部門名 民間 部門	事例名 下水道が有する「未利用エネルギー」の価値を伝える取り組み		
事例の概要（適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい）			
●下水道は資源の山！下水熱を利用したヒートライナー工法！ 弊社が開発した「ヒートライナー工法」は平成30年度に「<u>インフラメンテナンス賞</u>」「<u>環境省「省エネ大賞」の3賞を受賞</u>しました。この技術は下水排熱から熱を効率的に回収し、融雪、空調、給湯等に利用する排熱回収工法であり、一度設置すれば廃棄していた「<u>未利用エネルギー</u>」を<u>永続的に活用</u>できます。今回の受賞を機に、当社はわが国の将来を担う子供や若者に下水道の可能性について共感して貰う活動に取り組みました。 ●下水道の魅力を子供や若者に伝えるには… 「下水道が最重要インフラのひとつであることは知っていたけど、ほとんど意識されていないのでは？」と思い、一般の方にも分かり易いパンフレットを製作しました。「下水道とは？」から始め、管路の老朽化問題や未利用エネルギー活用までを分かり易く解説してみました。このパンフレットを用いて、<u>中央大学で水環境工学の学部3年生</u>を対象に講義する機会を頂きました（山村寛准教授）。			
			
新スタイルのパンフレットでは、分かり易さ重視で、技術説明はQRコードリンクとした		出張講義の様子。講義後に「下水熱エネルギーの所有権は誰にあるのか？」などの鋭い質問も！	
臭い、汚い以外の印象が無かった下水施設からエネルギーが採取できるなんて衝撃的！！		「下水道は資源の山」全く知らなかった！	
		153名の学生からのレポート ひとつひとつにコメント返信実施	
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）			
○新パンフレットを用い、開発技術者本人が講義を実施。全く知られていなかった下水熱利用について周知すると共に、下水道事業の魅力についても学生にたっぷり伝えることができました。			
○新パンフレットはイラストを多用し、短く平易な文章で大学生を中心とした一般向けにわかりやすく下水道について周知できるようにしました。関係者の方からもご好評いただいております。			
○今後、同種の講義を他大学や高等専門学校、高校などで複数回実施予定です。			
付属資料の提出	(あり) ・ なし (どちらかに○)		

【評価】1企業のリクルート活動を超えて、水ビジネス全体の未来につながる広報活動となっている。学生たちのレポートは熱量が高く、講義がいかに充実したものであったかを裏付けている。学生への丁寧なコメント返しも高評価。

【準グランプリ】

令和元年度「G K P 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 稲沢鉄道クラブ		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 稲沢鉄道クラブ事務局長 久保裕志 inatetsuclub@yahoo.co.jp	
代表者氏名 会長 安田秀穂			
部門名 学校・NPO・任意団体等部門	事例名 「メタウオーター下水道科学館あいち」における、下水汚泥消化ガスで走るミニ鉄道		
事例の概要 ■「メタウオーター下水道科学館あいち」（愛知県下水道科学館）とは 愛知県稲沢市にある、下水道のしくみや役割を情報発信し、来館者が参加・体験しながら楽しく学べる施設です。 ■「稲沢鉄道クラブ」について ミニ鉄道の愛好家による市民グループです。科学館の指定管理者「A&A下水道科学館」（（公財）愛知水と緑の公社・アクティオ（株））と覚書を結び、ピオトープの中に森林鉄道のような自然と共生する線路を仮設し、下水汚泥消化ガス（下水汚泥を発酵させることにより発生するバイオガス）で走るミニ鉄道を作りました。 ■鉄道の運行 下水汚泥消化ガスで走るトロッコ列車は、親子連れなど多くの来場者に楽しんでいただきながら、下水道がエネルギーを生み出すことを体感できる仕掛けです。指定管理者と協働して定期的な運行イベントを行っています。 ■線路について レール幅が381mmの小さな鉄道です。使用しているレールは、下水道管きょ工事で使用したものです。 ■「バイオガス機関車」 開発したバイオガス機関車は、汚泥消化ガスでエンジンを回して発電し、その電気でモーターを回して走ります。発電機はカセットガス（ブタンガス）を燃料として使うホンダのエンジンを改造しました。 ■今後の展開 下水汚泥消化ガスはカセットガスに比べてカロリーが1/10程度しかなくパワーが弱いことと、ガスがすぐ消費されてしまうのが難点で、ガス欠になるとガソリン発電機で運転しています。そこで、愛知県の豊川浄化センターでの消化ガス発電に関わり、下水道科学館のネーミングライツパートナーでもあるメタウオーター（株）の支援・技術協力を得て、安定運行を目指してさらなる改良を進めているところです。		 消化ガスで走るトロッコ列車  完成したバイオガス機関車  バイオガス発電機  バイオガス機関車のしくみ  イベントの様子  ピオトープの森の中に伸びる線路	
エントリー事例の特徴 下水汚泥消化ガスで走るミニ鉄道は、<u>下水汚泥のエネルギー利用を子供たちにわかりやすい形で情報発信できる取り組み</u>です。施設内に仮設した線路により定期的に運行するのも、類例が少ないと思います。下水道科学館のイベント「エッピー祭」などではトロッコ列車はいつも大人気で、1日に100～300人の体験乗車があります。 愛知県では2ヶ所の流域下水道で汚泥消化によるエネルギー利用が始まりましたが、そのPRの目玉とできるものです。私たちは、これからも愛知県や指定管理者等と連携・協働し、エネルギー資源としても利用できる下水道のすばらしさを子供たちに伝えていきたいと思っています。			
付属資料の提出	あり ・ なし （どちらかに○）		

【評価】子どもたちを魅了する取り組みとなっており、常設で運行されている点も素晴らしい。体験した子どもたちに、いかに下水道エネルギーの魅力を伝えるかがカギであり、今後はその技術やツールの磨き上げにも期待したい。

【行政部門賞】

令和元年度「G K P 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 兵庫県 丹波市		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】	
代表者氏名 丹波市役所 建設部 下水道課 係長 青木 一典		青木 一典（あおきかずのり） 建設部 下水道課 TEL：0795-74-0224 FAX：0795-74-1592 E-Mail：aoki-kazunori@city.tamba.lg.jp	
部門名 行政部門		事例名 丹波市産業交流市への参加	
事例の概要（適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい）			
1. 下水道のPR（下水道の正しい使い方講座） ・子どもの塗り絵を待っている保護者等に、パネル・MLSS等により下水道の正しい使い方を説明 2. デザインマンホール塗り絵コーナー ・統一デザインマンホール及び、旧町マンホールの塗り絵（参加者約30名） ※完成した作品はラミネートしてプレゼント 3. パネル展示 ・下水道のしくみや丹波市内の下水処理場の紹介、小学生の施設見学会時の様子や感想文を展示 4. 肥料の無料配布（パンフレット）【駐車場】 ・丹波市の汚泥をリサイクルした肥料を無料配布（肥料：2kg入り500袋、1人2袋） 5. 大声コンテスト ・下水道教訓を大声で叫んでもらい、下水道の正しい使い方をPR 参加者10名（賞品：1位と2位に地域共通商品券、参加賞トートバック） ①下水道教訓1「ティッシュペーパーは水に溶けな—い！」 ②下水道教訓2「油を流せば下水が詰まる！」 ③下水道教訓3「タオルは流したらあかんで！」 ④下水道教訓4「生ごみは下水に流さな—い！」 ⑤下水道教訓5「9月10日は下水道の日！」			
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） ・下水道に関する知識、PR、リサイクルの学習			
付属資料の提出		あり ・ なし （どちらかに○）	

【評価】「大声コンテスト」を企画した担当者に拍手を送りたい。少ない予算で楽しい企画ができることを改めて示してくれた事例。叫ぶ言葉（下水道教訓）は再考の余地あり。企画をさらに進化させ、広報大賞に再チャレンジしていただきたい。

【行政部門賞】

令和元年度「G K P 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 半田市水道部下水道課		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-mail】 建設部下水道課 加古浩資 TEL 0569-84-0675 FAX 0569-26-4074 E-mail gesui@city.handa.ig.jp	
代表者氏名 半田市下水道事業管理者 榊原 純夫			
部門名 行政部門	事例名 PR 動画 「下水寺子屋」		
事例の概要（適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい） 半田市の下水道は、平成3年の供用開始以降、多くの皆さんに1日でも早く、下水道を使用しただけできるよう、様々な啓発活動を行ってきました。しかしながら、未だ、下水道へ接続されていない方も多数いらっしゃいます。その課題解消に取り組む一環として、もっと「下水道のことを知っていただけるように」、もっと「下水道を身近に感じていただけるように」、PR動画を製作しました。従来の「お役所PR」らしからぬ、親しみやすい動画を目指し、企画から出演まで下水道課職員で行った結果、素人感満載のアピール動画に仕上がりました。 ◆動画の名称は？ ・「下水寺子屋」です。 ◆どんな内容？ ・寺子屋を設定した、先生と生徒の授業風景です。 ・お問い合わせの多い内容について質疑・応答形式で説明しています。 ◆どこで観えるの？ ・YouTubeで配信中 QRコードはこちら ↓ ↓   			
エントリー事例の特徴 ・「下水道に関心のない方」にも、「下水道についてよくわからない方」にも、幅広く、気軽に観ていただける短い動画にまとめ、多くの方に観ていただける工夫をしました。 ・下水道に対し、多くの皆さんがお持ちの「負のイメージ」を払拭するため、CMのような明るい動画としました。 ・動画の目的である「接続の向上」はもちろんのこと、下水道が少しでも「身近なもの」になるようにとの思いを込めた作品としました。			
付属資料の提出	あり ・ なし （どちらかに○）		

【評価】寺子屋という設定が職員の配役とマッチしており、面白いトライと言える。ただし、視聴数を増やす工夫について記載が無かったのが残念。視聴者（市民）を巻き込みながら第二弾以降も続けていただき、次回はグランプリをめざしてほしい。

【民間部門賞】

令和元年度「G K P 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 アイ・ケー・エス	担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 企画室 山本 郁生
代表者氏名 代表取締役社長 森田 和	TEL 0225-96-6420 FAX 0225-96-6840 E-mail i.yamamoto@e-iks.jp
部門名 民間部門	事例名 「マンホール・エコバッグ」で買い物に！下水道に興味と親しみを！

事例の概要（適宜、写真、図、記事の画像等を注入して下さい）

1 地域に下水道への親しみや可能性を伝えたい

地域住民の下水道事業への理解促進を図るため、企業として何かできないか



興味

魅力

「いいね」
「かわいい」
「おもしろい」
(女性に大好評)
Cotton

● 地域に親和 広がる波紋

下水道について、興味と親しみを感じてもらうには生活に密着したアイテムとコラボするのが望ましいとして、エコバッグに20種類のカラフルなマンホールをデザインし「マンホール・エコバッグ」として制作しました。

これを地域の皆さまやマンホールファンの方々に配り、日常の中で使用してもらうことで、それを見た周囲の人々が興味を持ち、下水道に親しみをを感じる機会と効果が伝搬することに期待しました。

距離をおかれやすい下水道を身近に変換

マンホールの人気
全国各地のご当地マンホールは
デザインが豊富で人気

エコバッグの人気
サブバックやスーパーでのお買い物に利用(便利)。ファッション性、デザイン性が多様で年齢問わず人気

何これ マンホール？

2 施設見学やイベントに来て、見て、知ってほしい

さらに下水道に興味を持ってもらうにはどうすればよいか



● ネット検索の入り口に

マンホールデザインの下には「QRコード」を入れました。普段はネット検索の対象になりにくい「下水道」について、スマホなどで簡単にチェックできる仕組みとしました。



チェック

QRコード：宮城県HP宮城県東部下水道事務所「マンホール展示室」にアクセス可能。そこから施設見学の案内やイベントの告知に。



「流域下水道まつり」の様子
施設開放イベントでの施設見学者に景品として配布(100枚)。見学者数は過去最高の548名を記録。

3 下水道への接続促進や使用料金支払いの理解に繋げたい

下水道のイメージ改善を効果的に図るにはどうすればよいか

● 直接伝える機会を増やす

拡大・展開

住民の方が施設見学をする際に、当社の見学案内者は下水道接続促進の理由やなぜ使用料金が必要なのか等について、説明の中に織り込むようにしています。

エントリー事例の特徴

「マンホール・エコバッグ」の取り組みは自治体との連携で実現

20種類のマンホールは、宮城県と4市1町※のデザインです。制作意図については、各自治体に出向き理解と賛同を得ました。また、QRコードから県のHPにアクセスすることで、地域の「下水道」について幅広く知る機会となります。この取り組みは、石巻かほく（地元新聞）、河北新報（県内版）、日本下水道新聞に紹介され、県内外の方々にも人気となり「ぜひ、売ってほしい」との声を多くいただき、当社、HPにて毎月10名様に無償プレゼントする企画を行いました。こちらも好評となり、下水道に親しみと興味を感じてもらう効果がありました。※宮城県、石巻市、東松島市、登米市、栗原市、女川町（当社、指定管理業務に係る自治体）

付属資料の提出

(あり) ・ なし (どちらかに○)

【評価】おしゃれでセンスの良いデザインは秀逸。レジ袋の有料化などを背景に、マンホール・エコバッグを全国に広めていただきたい。QRコードに関しては、下水道を楽しく伝える動画にリンクを貼るなど、さらなる改善に期待。

【審査委員特別賞】

令和元年度「G K P 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 鳥取市立城北小学校 学校支援ボランティア（個人）		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 森本 健一 所属（個人） 電話 080-1903-4271 ファクシミリ 0857-29-2064 メールアドレス morimotokyg@hi3.enjoy.ne.jp	
代表者氏名 森本 健一			
部門名 学校・NPO・任意団体等部門	事例名 小学校における水環境の授業（河川事業の記念行事における基調講演）		
事例の概要（適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい）			
1 小学校における水環境の授業 私は、平成20年度から、鳥取市内の小学校で3年生の総合学習「私たちの千代川（せんだいがわ）」の講師をさせていただいてきた。年に1度の授業は10年の節目を迎え、これまでの児童数は800人を超えた。（注：千代川は県都・鳥取市を貫流する一級河川。延長52km、流域面積1,190km²）校区内を流れ身近な川を取り上げながら、“水循環の一分野である下水道の大切さ”を学びに加えた。平成24年度に入るとG K Pの個人会員となった。（余談：設立時の個人会員160名の大半が首都圏の方々。東海以西はごく少数である中、「人口最少の鳥取県の会員がいる」と“希少価値”が注目された。）児童に下水道の価値を理解してもらえよう、水を使った実験で興味を引くなど年々工夫を重ねてきた。日常生活における水循環を具体的に説明し、千代川の伏流水である上水道は道路下の管を通り蛇口から流れてくる。使用後の汚れた水は下水道として再び道路下の管を通り処理場へ流れつく。微生物により高級処理された水は再び千代川へと流れていき、下流域の水質が保たれ続ける。その結果、校舎から望める日本一の鳥取砂丘など世界ジオパークが美しく形成され、海水浴場で安心して泳ぐことができる。その過程に存する処理場は、ちょうど学校近くに県内最大規模の処理場として立地しており、リン回収やバイオマス発電にも取り組んでいることから、「処理場を見学しよう」と誘導した。こうして「宝の山・下水道」の価値を知って目を輝かせる児童に、「家族へも伝えて」と締めくくった。 2 河川事業の記念行事における基調講演 この千代川では、川を軸として流域の交流・連携を図り豊かな川づくりを目指すことを目的に、平成9年「千代川流域圏会議」が設立された。（事務局：国土交通省鳥取河川国道事務所）今年2月、20周年記念行事「千代川の明日を語る会」が開催され、私は基調講演を依頼された。講演では、川が地域の宝として輝く上で下水道が大きく寄与していることを次のように具体的に話した。 ・鳥取県内には下水道管が3,300kmあり、将来へと維持管理していかなければならない。 ・世界ジオパークに認定された日本一の鳥取砂丘が美しく、海水浴場が清潔なのは下水道のおかげ。 ・昨年7月の豪雨を受けて更に災害へ備えていただきたく、視察した下水道災害の写真を紹介した。 ①東日本大震災～宮城県仙台市・南蒲生浄化センター～ 津波の圧力で歪んだ建物、多数の技術者が復旧に従事したことを表す巨大なPR看板 ②平成26年広島土砂災害（本県に隣接する広島県で発生） 土石流で剥き出しになった住宅密集地内の下水道管やマンホールの被災状況 160余名の聴講者の大半は一般市民であり、後日には鳥取市内のケーブルテレビで記念行事の特別番組として講演が6回にわたりノーカット放送され、講演記録集も作成されるなどした。			
エントリー事例の特徴 10年間にわたり、将来を担う子供たちへ下水道の大切さをボランティアで教えてきた。節目の年には河川行事で基調講演の機会をいただくなど、幅広い世代へ水循環における下水道の意義を共感いただいた。			
付属資料の提出	あり ・ なし （どちらかに○）		

【評価】10年という長い年月にわたって個人で続けてこられた活動に敬意を表したい。今後とも多くの子どもたちに下水道の価値を伝えていっていただくとともに、後継者づくりにも取り組んでいただきたい。

参考資料 2 その他のエントリー事例

エントリーする団体名の名称 北海道 足寄町		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 建設課上下水道室
代表者氏名 足寄町長 安久津 勝彦		担当主査 福田 知征 担当 松川 彰太
部門名 行政広報部門	事例名 広報紙を作成し町民へ理解を深める	

事例の概要（適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい）

上下水道室広報「あしよろの上下水道」

足寄町の下水道は、平成12年10月から供用を開始して今年で19年目を迎えます。供用開始時から小学生を対象とした施設見学を行い下水道及び足寄下水終末処理場の役割やしきみなどを毎年わかりやすく説明を行ってきました。しかし、最近処理場の処理水には油や水に溶けない紙など入ってきていることから、町民全体に下水道について理解を深めるため広報紙「あしよろの上下水道」を定期的に発行しています。



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）

- ・小学生を対象とした下水道の役割について説明し理解を深める活動を行ってきた。しかし、町民全体への周知について取り組んでいませんでした。そこで、広報紙を職員自ら作成し各町内会へ回覧し下水道の役割について再認識してもらう活動を行うこととしました。また、私たちの仕事についても掲載し町民全体への理解をえる活動も行ってきました。この活動を広報紙にのせることにより今後の効果が期待できると考えている。

付属資料の提出 ☒ あり ・ なし （どちらかに○）

【評価】ほどよい文字数で、読みやすく作られている。町内会で回覧し、より多くの人目に触れさせようという工夫が見て取れる。エントリーシートに広報の成果が記載されていなかったのが残念。

令和元年度「G K P 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 兵庫県 丹波市		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 青木 一典（あおきかずのり） 建設部 下水道課 TEL：0795-74-0224 FAX：0795-74-1592 E-Mail：aoki-kazunori@city.tamba.lg.jp	
代表者氏名 丹波市役所 建設部 下水道課 係長 青木 一典			
部門名 行政部門	事例名 たんばしマンホールフォトラリー「マンホールを探せ！」		
事例の概要（適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい） たんばしマンホールフォトラリー「マンホールを探せ！」 丹波市では、皆様の暮らしの身近にある下水道に興味、関心を持っていただくため、下水道マンホールのデザインを公募し、4月に6デザインを決定しました。デザインマンホール1枚、プリントシール5枚の計6枚のマンホールを11月末までに設置を完了します。これにあわせて、フォトラリー「マンホールを探せ！」を下記のとおり実施します。市内の「どこか」に設置された計6枚のマンホールを探していただいた方の中から抽選で100名様にマンホールオリジナルグッズをプレゼントします。 1 実施期間 平成30年12月15日（土）～平成31年2月28日（木） 2 設置場所 ① 大杉ダム自然公園キャンプ場内（市島地域） ② 丹波市役所 春日庁舎付近（春日地域） ③ 氷上さくら公園内（氷上地域） ④ 水分れ公園付近（氷上地域） ⑤ 太鼓やぐら付近（柏原地域） ⑥ 丹波市役所 山南支所付近（山南地域） 3 応募方法 （1） デザインマンホール1か所、プリントシールを貼り付けたマンホール5か所、合計6か所分の写真を探して撮影し、丹波市のホームページからダウンロードした台紙、又は各支所、住民センターに置いてある台紙に貼り付け、氏名、住所、年齢、電話番号を記入のうえ、丹波市建設部下水道課に送付又は持参してください。また、応募はお一人様1回とさせていただきます。 ☆「丹波市 下水道」で検索（丹波市ホームページ） 4 賞品：缶バッジ、キーホルダー、コースター、マグネット			
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） ・マンホールを探すことにより、下水道に関心を持っていただけることと、同時に、丹波市の観光地を見ていただき、丹波市を知ってもらえる。			
付属資料の提出	あり ・ なし （どちらかに○）		

【評価】マンホールと観光地との相性の良さが上手に企画に活かされている。下水道の広報をより効果的に進めるため、ラリーポイントに下水処理場を加えていただくなど、改善を図って継続していただきたい。

令和元年度「G K P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 経営担当 本間
代表者氏名 柏市長 秋山 浩保	TEL : 04-7167-1409 FAX : 04-7167-2586 E-Mail : gesuikeiei@city.kashiwa.chiba.jp
部門名 行政部門	事例名 ご当地アニメで下水道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）

蓮子ちゃんがアニメになって下水道を語る！

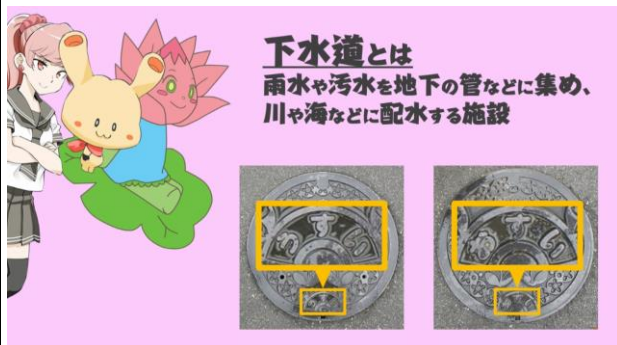


蓮子ちゃん

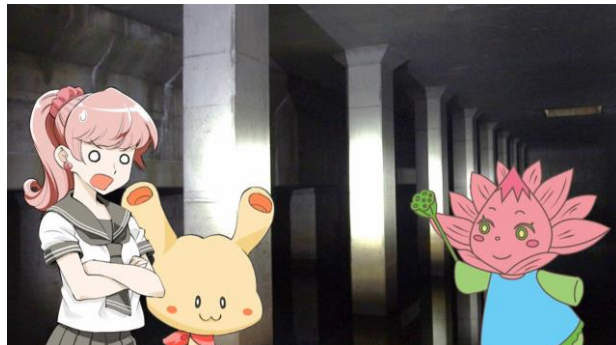
柏市では、下水道マスコットキャラクターの蓮子(れんこ)ちゃんと一緒に下水道の認知度の向上やイメージアップに取り組んでいます。

蓮子ちゃんは市職員によって生み出されたキャラクターで、これまで配布物やポスター、広報紙などに登場してきましたが、今回アニメに出演し、下水道についてPRしました。

蓮子ちゃんが出演したのは、市民公益活動団体「できる街プロジェクト」が制作しているご当地アニメ「**超普通都市カシワ伝説**」です。「できる街プロジェクト」は、柏の地域活性化を目的として活動している団体で、その活動はローカルテレビや地元紙を中心に新聞でも多く取り上げられています。



マンホール蓋が2種類あることを説明する蓮子ちゃん



貯留施設を案内する蓮子ちゃん

アニメの内容は、蓮子ちゃんが下水道の基礎知識や浸水対策の取組みなどを紹介するもので、登場キャラクターとユーモアあるやり取りが繰り返されます。

このアニメは柏駅前のデジタルサイネージで放送された他、YouTube「**柏のテガちゃんネル**」**超普通都市カシワ伝説Z 第6話「名探偵蓮子ちゃん」**で視聴することができます。

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）

- ・アニメにすることで、子供や若者世代にも下水道について楽しく知ってもらうことができます。
- ・情報発信力のある市民団体と共同制作したことで、多くの方々に蓮子ちゃんを知っていただき、下水道の役割に目を向けてもらうきっかけとなりました。SNSによる情報発信のみならず、「下水道マスコットキャラクターの出演するアニメ」という珍しさから**地元紙への掲載をきっかけに、ネットニュースやラジオでも蓮子ちゃん出演アニメが紹介されました。**

- ・一切の費用をかけることなく制作することができました。

付属資料の提出 あり ・ **なし** （どちらかに○）

【評価】 ご当地アニメに下水道マスコットをゲスト出演させ、コストをかけずに制作された点が評価できる。今後は視聴者数を増やす工夫をしていただくとともに、第2弾の制作にも期待したい。

令和元年度「G K P 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 箕面市（みのおし） 上下水道局		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 井口 直子 箕面市上下水道局 経営企画室長 【電話：072-724-6755 FAX：072-722-7413 E-Mail：water@maple.city.minoh.lg.jp】
代表者氏名 箕面市 上下水道局長 小野 啓輔		
部門名 行政部門	事例名 SNS（ブログとツイッター）を活用した下水道の広報・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） 箕面市では、各部局の部長級職員が市ホームページに毎日順番に「部長ブログ」を掲載しており、毎月1回～2回程度、上下水道局長のブログ掲載があります。この機会を活用し、気軽にタイムリーかつ低コストで情報発信ができるブログの特徴を活かし、下水道に関する広報・PR情報を積極的に発信し、下水道の役割や魅力を広く伝えています（1日のブログ閲覧件数は、約200～800回）。 また、箕面市長が自らのツイッターで必ず「部長ブログ」を毎回紹介しており（市長ツイッターのフォロワーは約8,200人）、これにより「部長ブログ」の内容が全国にも拡散されています。 ブログやツイッターは、パソコン、スマートフォン、タブレット等で手軽に読むことができ、若者も含めて気軽に見てもらえるよう、やわらかな言葉や、読んでおもしろい話、わかりやすい表現に注力し、市役所の広報文らしくない、くだけた内容も発信できています。 ↓ 平成29年度 公共下水道事業会計の決算について 2018年10月25日 上下水道局 こんにちは。上下水道局長の小野啓輔です。 世の中には、いろんなファンがあるもので、アムラー（安室奈美恵）、シノラー（篠原ともえ〜知らんかなあ）、サユリスト（不滅やね）、ハルキスト（村上春樹）、さらには、アラシック（嵐）、モノノフ（ももクロ）、ベイビーズ（ドリカム）、魚民（サカナクション）・・・カープ女子、浜っ娘、TORACO、オリ姫、鉄子（鉄道）、宙ガール（宇宙）、スー女（相撲）なんてもあります。↓ では、「蓋女（ふたじょ）」は？ 正解は、「マンホール」のファン。 全国各地のマンホールの蓋の写真を集めて SNS にアップするなどマンホールをこよなく愛する人々です。 今、全国の自治体で、歴史や名所、文化などを蓋にデザインしたマンホールが増えており、SNSをはじめ、写真集、グッズ等もブームです。各地で写真を撮ったり、絵柄からその土地の歴史や文化に思いをはせたり、各自自治体発行のマンホールカードを集めたりと、楽しみ方は人それぞれ。 マンホールから見える世界は、とても奥が深いようです。   下水道を 末永く 使うために 2019年05月09日 上下水道局 先日 箕面市内にある雨水の下水道管で 国の特別天然記念物「オオサンショウウオ」が6頭も発見されました。・・・オオサンショウウオは きれいな清流や豊かな自然の象徴です。なので、箕面市下水の雨水管は、オオサンショウウオが生息できるほどの 清流環境だったことになります。今日は、これからのそんな下水道と豊かな自然を末永く守っていくため、一般のご家庭で、下水道利用に気をつけていただきたい事柄をご紹介します。・・・ 蛇口をひねれば、トイレを流せば 2018年06月12日 上下水道局 「愛」の反対語は「無関心」。 では、「ありがとう」の反対語は、何でしょう？ 答えは、「あたりまえ」 だそうです。 私たちは、同じことを体験しても、「そんなことは当然」「当たり前」と感謝しない場面もあれば、「有ること難し」と思い至って、心から感謝する場合もあります。・・・ちょっと説教くさくなったので、私が大好きなお笑いコンビ「COWCOW（カウカウ）」の大ヒット「あたりまえ体操」にちなんで、「上下水道のあたりまえ体操」を作ってみました。 ♪ あたりまえ あたりまえ あたりまえ体操 蛇口をひねれば 水が出る〜 飲むのウ〜 あたりまえ体操 レバーを回せば トイレの水が 流れるウ〜 あたりまえ体操 ♪		
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） ①ブログは、市民に身近でホットなテーマをタイムリーに取り上げやすく、写真やイラスト活用も容易で、低コストな広報媒体です。平成21年以来、これまで50回以上の下水道に関するブログを発信できました。また、市長ツイッターとの連動で、広報効果がさらに大きく高まっています。 ②部局長が直接市民一人ひとりに語りかける文体は好評で、固定ファンもおられ、応援メッセージやご質問、「おもしろい、よくわかる、楽しみにしている」などのお声をいただいています。 ③上下水道局に新たに異動してきた職員や若手職員がブログを読むことで、上下水道局の業務やサービスについてよく理解でき、市民からのご質問や疑問にも答えやすくなっています。		
付属資料の提出	あり ・ なし （どちらかに○）	

【評価】SNSに取り組む関係者の努力が素晴らしい。現行のスタイルを続けながら、下水道の記事だけをピックアップして提供する仕組みを構築するなど、広報力を高める仕掛けを検討していただきたい。

令和元年度「G K P 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 東京都下水道局		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 総務部広報サービス課広報担当 黒河 TEL : 03-5320-6515 FAX : 03-5388-1700 Mail : S4000009@section.metro.tokyo.jp	
代表者氏名 下水道局総務部広報サービス課長 井上 俊治			
部門名 行政部門	事例名 東京地下ラボ（若者向け東京下水道発信事業）		
事例の概要（適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい） 東京地下ラボ ～下水道の魅力を、編集の力で若者が再発見～  東京 地下 ラボ <事業概要> 東京都下水道局が平成28年度に実施した都民意識調査によると、全体を通して下水道事業への関心度・認知度が低い、若い世代ほどその傾向が強い。次世代を担う若者に対し、より深く関心を持っていただくため、東京都では平成30年度から、大学生とともに東京下水道の新たな可能性や魅力を発信するプロジェクト「東京地下ラボ」を開始した。30年度は計32名の学生に参加してもらい、下水道の魅力を発信するツールとして、ZINE（雑誌）を制作した。 <具体的な取組> ①ワークショップ 都下水道局の事業や雑誌の「編集」をテーマとした講義を行い、その後、参加学生は各チームに分かれ、ZINEの制作についてディスカッションを行った。  ②フィールドワーク 南多摩水再生センターを見学し、家庭や工場から排出される汚れた水が水再生センターできれいに処理され、多摩川へ放流される一連の流れを学習。その後、兵庫島公園へ移動し、多摩川に多くの植物や動物が生息していることを確認した。  ③成果発表会 参加学生はワークショップやフィールドワークを通して学んだことを活かし、各チームごとにZINEを制作した。グランプリが1作品、審査員特別賞（メディア賞・ソーシャル賞）が2作品の計3作品が受賞した。発表されたものは、下水道とファッションをテーマにしたもの、汚水を処理する微生物を紹介するものなど、各グループで個性が光る内容であった。  【グランプリ受賞作品】 私と川と、サンドイッチ ⇒全8種類のZINE掲載ページ http://www.gesui.metro.tokyo.jp/business/kanko/chikalabo/index.html			
エントリー事例の特徴 ・当プロジェクト実施の様子が数多くのメディアに取り上げられた（TV1件、業界紙誌2件、WEB51件）。また、CINRAやnoteといったSNSと相性の良いWEB媒体を活用し、若者へ広く取組状況を発信。 ・当プロジェクトに<u>学生を巻き込み</u>、学生の自由な発想によって創られたZINEを活用することで、より効果的な情報発信を推進。（継続的に学生が取組を発信 note:https://note.mu/tokyogesuido） ・学生の自由な発想に期待する一方、どれも同じような作品ができてしまうのではないか、という懸念があった。しかし、それを見事に裏切り、計8種類のZINEは<u>どれも個性的で従来にない切り口から下水道の魅力を伝えており</u>、下水道が持つポテンシャルに改めて気づかされた。			
付属資料の提出	あり ・ なし （どちらかに○）		

【評価】若い人ほど下水道に対する認知度が低いと分析された上で、小さなお子さんよりも理解力がある大学生をターゲットにした点に戦略性を感じる。エントリーシートから具体的な活動の効果が読み取れなかったのが残念。

令和元年度「G K P 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 埼玉県所沢市		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 上下水道局 経営課 田島幸雄 Tel : 04-2921-1087 Fax : 04-2921-1094 Mail: b9211087@city.tokorozawa.lg.jp
代表者氏名 上下水道事業管理者 中村 俊明		
部門名 行政部門	事例名 マンホール戦略！小学生の絵をマンホール蓋に採用したイメージアップ	
事例の概要（適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい） 所沢市上下水道局では、9月10日の「下水道の日」にちなみ、市内小学生の全児童を対象に、平成30年度所沢市「下水道の日」ポスター作品コンクールを市教育委員会の協力を得て実施しました。応募した児童たちは、夏休みの自由研究で下水道の仕組みについて理解と関心を深め、下水道の役割について調べ、下水道への思いを込めたポスターを制作しました。 応募総数は、25校から260点の応募があり、所沢駅東口の「グランエミオ所沢」で実施した「下水道の日街頭 キャンペーン」で市民投票を行い、その結果を参考として45作品を優秀作品として表彰しました。更に、その中から「所沢市上下水道事業管理者賞」を受賞した「低学年の部」と「高学年の部」のそれぞれ1作品をマンホール蓋のデザインとして採用し、平成30年12月から1年間、所沢駅東口、西武鉄道本社前の歩道に設置しています。 設置後、毎日のように利用する通行人に伺ったところ「道が明るくなり、とてもいいアイデアだと思います」「かわいい絵だから目に入るようになった」と10代の学生たち。また、真剣にマンホール蓋を眺め「海の生物のことを考えると変なものを流せないね」「環境や生活について考えるのに、こうした事業の取組はいいと思います」と感心と賞賛の年配女性の声もいただきました。 所沢市上下水道局は、本事業の他に、所沢市文化振興事業団と契約を交わし広告用マンホール蓋を市内駅前に10か所設置し、さらには民間事業者等の宣伝広告を有料でマンホール蓋に掲載する自主財源確保促進事業に取り組んでいます。 マンホールという固定資産を最大限に有効活用し、下水道をより身近に感じるイメージアップ「魅せる化」を推進させることで、地域経済の活性化を生み出す事業を展開しています。		
（平成30年度マンホール蓋設置セレモニーの様子）		
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） 所沢市上下水道局では、マンホールの鉄蓋を活用し、子どもたちの夢と希望が詰った作品をマンホールに設置することで、下水道のイメージアップと新たな観光名所として、所沢市に多くの方々が足を運んでいただき、まちの賑わいの一助になればと願う企画として実施しています。 公教民連携事業として、地方公営企業が企画を立案実施し、教育委員会の協力を得て作品を募集し、西武鉄道株式会社の私有地にマンホールを設置しました。更に、埼玉県下水道公社経営企画課の支援を仰ぎながら実施するに至ったものです。		
付属資料の提出	あり ・ <u>なし</u> （どちらかに○）	

【評価】子どもたちのモチベーションづくりとして、作品をマンホール蓋のデザインに採用した点が素晴らしい。今後は「丸い絵」の募集を是非検討していただき、子どもたちの創作意欲を高めながら継続していただきたい。

令和元年度「G K P 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 沖縄県 土木建築部 下水道課	担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 渡慶次 麻衣子（とけし まいこ）
代表者氏名 沖縄県 土木建築部 下水道課長 渡真利 昌弘	沖縄県下水道課公共班 TEL：098-866-2248 MAIL：aa069001@pref.okinawa.lg.jp

部門名 行政 部門	事例名 ホンモノのマンホールが当たる！？沖縄県下水道マンホールスタンプラリー2018
---------------------	---

事例の概要

沖縄県は、身近なマンホールから下水道へ興味を持ってもらうため、県内21市町村と協力し、8月1日から8月31日まで、マンホールスタンプラリーを開催した。県内各地にデザインマンホールのスタンプを設置し、集めたスタンプの数に応じて、オリジナルグッズをプレゼントした。

スタンプ1個でもらえるクリアファイルを500枚準備したが、10日でほぼ配布し終えるなど、多くの方に参加いただいた。また、飛行機や船でしか行けない離島が3カ所あるにも関わらず、スタンプ15個以上を集めた参加者が156名、全22個のスタンプを集めた参加者が10名おり、熱心な参加者が多かった。

参加者からは、「一緒にパンフレットをもらい、下水道について知る機会になった」や「スタンプと同じマンホールを実際に探したり楽しめました」などの声上がり、スタンプラリーをきっかけに、マンホールや下水道に興味を持ってもらうことができた。

スタンプ用紙



本島19カ所、離島3カ所にスタンプを設置



スタンプ15個で、下水道ポロシャツをプレゼント！



スタンプ1個でもらえるクリアファイル500枚が開始10日でほぼ配布終了！



全クリア者にはホンモノのマンホールをプレゼント！



全クリアのスタンプ用紙



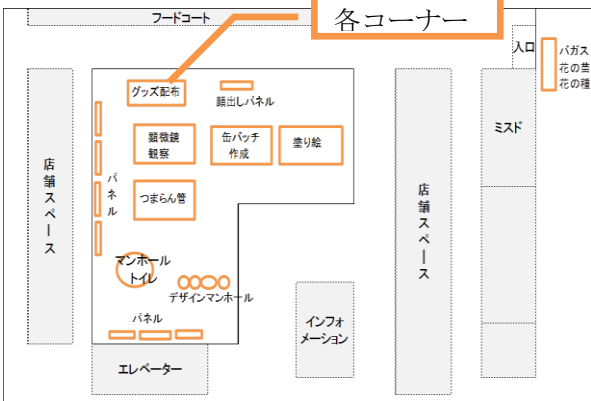
エントリー事例の特徴

- ①離島を含め、県内21市町村と協力して開催することで、一部地域に限らず、**県全体の広報イベント**となり、**広く下水道をPR**することができた。
- ②「ホンモノのマンホールが当たる！？」と謳い文句をつけ、インパクトを与えることで、ラジオや情報サイトで取り扱われ、さらに参加者が増えるきっかけとなった。
- ③スタンプラリーで興味を持った参加者が同じく実施した浄化センター見学会や大型商業施設におけるイベントに参加するなど、3つのイベントを開催することで**相乗効果をもたらした**

付属資料の提出 ☒ あり ・ なし （どちらかに○）

【評価】県内21市町村が協力して開催している点が評価できる。ラリーポイントの設定など、企画全体のバランス感覚も優れている。今後も是非継続していただきたい。

令和元年度「G K P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 沖縄県 土木建築部 下水道課		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 渡慶次 麻衣子（とけし まいこ） 沖縄県下水道課公共班 TEL：098-866-2248 MAIL：aa069001@pref.okinawa.lg.jp	
代表者氏名 沖縄県 土木建築部 下水道課長 渡真利 昌弘			
部門名 行政 部門	事例名 美ら海を守る下水道の世界Inサンエー西原シティ		
事例の概要 多くの地域住民に下水道をPRするため、9月7日（日）の10時から16時まで大型商業施設（サンエー西原シティ）にて下水道イベントを初開催した。 デザインマンホールの缶バッジ作成コーナー、顕微鏡による微生物観察コーナー、ツマラン管実験コーナー、塗り絵コーナーなどの親子を対象にしたコーナーを始め、下水道クイズコーナー、下水道由来の肥料等の配布コーナー、マンホールやマンホールトイレの展示などのコーナーを用意した。 特に、ツマラン管実験は「実験の様なものがあって、子どもたちにとって良かった。」といった声がかかる程、評判が良く、小さい子どもに対して、下水道を知ってもらいたいきっかけとなった。 また、大型商業施設にて日曜日に開催したことにより、多くの住民に参加していただき、缶バッジ作成コーナーにおいては、午前中で100個の缶バッジがなくなるほど人気だった。 買い物ついでの参加者が多く、広い世代に下水道に興味を持ってもらい、かつ、下水道について学んでもらうことができた。			
 ↑ イベントポスター  ↑ 見取り図 子どもが大喜びで参加！職員は白衣で雰囲気づくり♪  ↑ ツマラン管実験			
大人気で一時は長蛇の列が発生！  ↑ 缶バッジ作成子  ↑ マンホールトイレ 配布開始2時間で配布終了！  ↑ 下水道由来の肥料配布  ↑ 顕微鏡で微生物観察			
エントリー事例の特徴 日曜日に大型商業施設にて開催することで、普段、下水道と関わる機会がない多くの県民が参加し、広く広報を行うことができた。 また、子ども向けのツマラン管実験コーナー、大人向けの下水道由来の肥料配布コーナーなどを設置することで、幅広い世代に下水道に興味を持ってもらい、さらに、大人向けと子ども向けで数種類の問題用紙を用意した下水道クイズコーナーはパネルから答えを探す形式となっており、大人も子どもも下水道について、詳しく知ってもらうことができた。			
付属資料の提出	あり ・ なし （どちらかに○）		

【評価】会場の大型商業施設は、偶然通りかかった人たちを取り込める「場の面白さ」がある。行政広報部門賞の受賞（H27）を機に広まった「ツマラン管」（埼玉県下水道公社）を企画に取り込むなど、効果的なツールを積極的に採用する姿勢が評価できる。

エントリーする団体名の名称 公益財団法人 福島県下水道公社 代表者氏名 理事長 杉 明彦 部門名 行政部門	担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 業務部企画管理課 主査 竹山智久 TEL 024-524-3510 FAX 024-524-3513 E-Mail kikakukanri01@fspc.or.jp
事例名 見て！読んで！楽しい！まんがで学ぶ下水道～子供目線で広める下水道の魅力～	
事例の概要（適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい）	
情報発信として季刊誌を2002年より発行（見てもらう工夫の発掘） 年数を重ねるとHPで掲載している記事がマンネリ化	➡ 手にとってもらえる広報が必要！
下水汚泥放射能問題の発生（施設見学者数 約1／10に減少） 「下水道」に対する負のイメージが一般に強く印象付けられる	➡ 下水道から明るい話題の発信が必要！
下水道事業の進捗（下水道があって当たり前になりつつある） 将来ユーザーとなる子供たちへ下水道の効果はどう伝えるか	➡ 見て、読んで、楽しい広報資源が必要！
トントン拍子に進んだことでタイトルを 決めていかなかったことが掲載後に気がつくというミスも… 	「下水道まんが」による情報発信 一般の方々に「下水道を知ってもらう」ことからのイメージの改善 【ポイント1】 公社業務（下水道統計をビッグデータによる解析依頼）で パートナーとなった方のご夫人（県内在住）が漫画家と いう幸運！ （連載中に作者のまんがが実写ドラマ化し大ヒット） 【ポイント2】 作者の方も「下水道」に精通している訳ではないので、下水処理場の見学（小学校以来）をしてもらい、その時感じたことを率直に表現していただきました。 【ポイント3】  ・難しい言葉はネームの段階で校正！（注）漫画のラフの段階をネームといいます。 ・子供が読みやすいよう漢字にはレビ
展開  クリアファイル パネルに子供たちは興味津々	水平展開として施設見学で来場する小学生への記念品（クリアファイル）配布の利用、パネルを出前講座や啓発イベントで展示するほか、市町村及び学校への貸出事業など幅広く活用している。 まんがが効果 施設見学者数 UP! HPアクセス数 UP!
エントリー事例の特徴	
◆当初より作品を重要な広報資源と考え、公社季刊誌への掲載から広報資材への転載までを考慮した契約内容、作品内容とした。 ◆まんがの中で使う言葉は専門用語を避け小学生でも理解できるようにし、作者の作風を活かして1話ごとに四コマ風のオチをつけて「読んでおもしろい」ものとなるよう心がけた。また、下水道の専門的な表現には作者へ助言を行い、連携して制作した。 ◆処理場編4話のあと、二期目からは下水道の「奥深さ」を紹介する内容とすることで“飽きられない”広報資源を継続している。また、グッズ化したことで活用の幅が広がり、利用者増の効果を生み出している。 ◆小学校での出前講座では児童から先生まで楽しみながら学ぶことができる教材として活躍しており、「まんが」は子供から大人まで幅広い年齢層へアピールできる力のある素材であることを再確認した。	
付属資料の提出	あり ・ なし （どちらかに○）

【評価】偶然つながったプロの漫画家さんとの縁を下水道広報の企画に結び付けた行動力が素晴らしい。クオリティーが高いだけに、活用先が限定されているのが残念。2期、3期と継続する中で活用先を拡げていただき、広報大賞に再挑戦してほしい。

令和元年度「G K P 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 北九州市上下水道局	担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 北九州市上下水道局下水道計画課 藤井 信也 TEL:093-582-2480 FAX:093-582-2533 sui-gesukeikaku@city.kitakyushu.lg.jp
代表者氏名 上下水道局 中西 満信	

部門名 行政部門	事例名 「北九州市下水道100周年記念事業」における下水道事業の広報活動
-------------	---

事例の概要（適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい）

平成30年に100周年を迎え実施した「北九州市下水道100周年記念事業」における下水道事業の広報活動について報告する。

（1）下水道事業の理解促進

◆ 各イベントにおける模型や映像等を活用した下水道の仕組みの紹介、工事中の施設や浄化センター・ポンプ場の見学会等を通じ、水環境改善や浸水被害の軽減など下水道の役割や重要性について市民（特に未来を担う子どもたち）の理解を促進。



小学生を対象とした下水道施設見学会（工事中の管内に夢や思いを描いた）



下水道施設見学会でのアンケート（使い終わった「軍手」を投票した）



小学校へ訪問し体験型の授業（活性汚泥の顕微鏡体験など）

◆ 未来を担う子どもたちが多く参加（ポスターコンテスト2,800人、下水道展3,700人など）し、下水道の必要性を実感してもらう機会となった。特に下水道展では、本市を含む九州管内の16自治体が共同で「オール九州・下水道コーナー」を設置し、多くの子どもたちが下水道について楽しく学んだ。



下水道をテーマにしたポスターコンテスト（各区一点の最優秀賞）

◆ 記念デザインマンホール設置やマンホールスタンプラリーの実施等により、下水道を身近に感じてもらい、関心や興味を高めるとともに、メディア等で広く下水道事業をPR

※メディア（テレビ、ラジオ、新聞等）掲載件数：145件



「下水道展」18北九州（オール九州・下水道コーナー）



小倉城などに50種■楽しみ方講演も

「朝日新聞（朝刊）」（H30.11.4）

（2）まちの賑わいづくり、北九州市の魅力を発信

◆ 「下水道展」（4日間で約32,000人参加）や「マンホールサミット」（約5,000人参加）など、全国から多くの方が来場し、飲食や交通、宿泊など様々な経済効果を創出。賑わいづくりや北九州市の魅力発信の観点からも大きな成果が得られた。

エントリー事例の特徴

※下水道施設見学会等で実施したアンケートでは、9割以上の方が下水道の仕組みや役割について理解が深まったと回答

※下水道の未来を担う子どもたちから、

「下水道は見えないところでがんばっている『縁の下力持ち』」

「汚れた水が微生物できれいになる仕組みが良く理解できた」

「普段入れない下水道施設に入り、貴重な体験ができた」 など、発見や驚き、感謝の声など多のコメントをいただいた。

今回の「北九州市下水道100周年記念事業」では、下水道の大切さを肌で感じてもらうとともに、下水道が「あって当たり前の施設」ではなく、「なくてはならない施設」との認識を深めていただく良い機会になったと考えている。

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

【評価】関わった方々の熱量の高さを感じる。多様な企画が散りばめられており、他の自治体が記念事業を行う際の参考になるのではないかと。規模を縮小してでも、継続して行ってほしい。

令和元年度「G K P 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 株式会社都城北諸地区清掃公社		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 担当者氏名：丸田 耕正 所属：総務部人事企画課 TEL：0986-38-0234 E-Mail： k_maru@mk-seisou.com	
代表者氏名 代表取締役 三島 善博			
部門名 民間部門	事例名 下水道資源と「美味しい」の架け橋づくり		
事例の概要 下水道終末処理場では産業廃棄物として多くの脱水汚泥が排出されております。この脱水汚泥には植物の生育に必要なリンや窒素が多く含まれています。特にリンは世界的な枯渇資源であり、不足すると作物が育たなくなるので世界的な食糧危機を招きます。日本はリンを全量輸入に依存しているにもかかわらず、下水道からは年間約5万5千トンものリンが未回収のまま海域に排出されています。一度海域に流出したリンは窒素のように地球規模での循環はしないので、下水からのリンの回収は非常に重要であるといえます。 そこで弊社はこの貴重な下水道由来のリン資源の大切さを一般の方々にお伝えするために以下のような取り組みを行っております。 ① 下水道脱水汚泥由来のリサイクル肥料の製造 下水道脱水汚泥やその他有機性廃棄物を原料としたリサイクル肥料を製造しております。定期的な成分分析及び肥料登録を行っており安全性及び肥効を確保しております（付属資料①参照）。 ② リサイクル肥料の地域イベントでの無償配布 地域のイベントにおいて弊社で製造したリサイクル肥料の無償配布を行っております。また、展示物をとおして資源の大切さを啓発しております（付属資料②参照）。 ③ リサイクル肥料を用いた農作物の栽培、直売所での販売 リサイクル肥料を使用してごまをはじめ様々な野菜を栽培しております。ごまは99.9%が輸入品であり、国産のごまは大変貴重であるとともに、その風味は格別です。無農薬で栽培しているため「安心」、「安全」、「美味しい」の三拍子そろったごまです（付属資料③参照）。他にも里芋、ほうれん草、大根、ニンジン、チンゲン菜、ブロッコリー、唐辛子、レタス、ナス、珍しいものではパクチーや島らっきょう、蕾菜も栽培しております。各野菜にはリサイクル肥料を使用して栽培した環境にやさしい農産物である旨のステッカーを貼付しており、販売をとおして資源の大切さを啓発しております。			
事例の特徴 下水道終末処理場から排出される脱水汚泥には植物の生育に必要なリンや窒素が多く含まれています。特にリンは世界的な枯渇資源であり、不足すると作物が育たなくなるので世界的な食糧危機を招きます。日本はリンを全量輸入に依存しているにもかかわらず、下水道からは年間約5万5千トンものリンが未回収のまま海域に排出されています。一度海域に流出したリンは窒素のように地球規模での循環はしないので、下水からのリンの回収は非常に重要であるといえます。弊社ではこの事実を一般の方々に広く知っていただくために、自社で製造した下水道脱水汚泥由来のリサイクル肥料のイベントでの無償配布やリサイクル肥料を使用した野菜の販売をとおして下水道資源の大切さをお伝えしております。			
付属資料の提出	あり ・ なし （どちらかに○）		

【評価】リン回収の取り組みは素晴らしい。広報の工夫や効果が見え難かったのが残念。BISTRO下水道に是非登録していただき、じゅんかん育ちのブランドのもとで一緒に下水道資源の魅力を伝える広報を推進していただきたい。

令和元年度「G K P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 明電舎	担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 営業企画グループ 推進部 宣伝課 川口 大裕 Tel : 03-6420-7617 E-Mail : kawaguchi-d@mb.meidensha.co.jp
代表者氏名 取締役社長 三井田 健	

部門名 民間 部門	事例名 熊本市におけるIoT技術を活用した豪雨対策の取り組み
--------------	-----------------------------------

事例の概要（適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい）

<日経電子版>：ゲリラ豪雨にIoTで挑む 地域を守る浸水監視技術

<http://ps.nikkei.co.jp/meidensha120/08.html>



■概要

想定を超える雨量をもたらすゲリラ豪雨。その浸水被害から地域社会を守るため、当社は熊本市様と共同で、IoTを活用した水位予測システムの実証実験を行い下水管路内の見える化を実現。高精度の管路内水位予測により、下水道に求められる防災機能の強化に取り組んだ事例を、日経記者の取材で記事にまとめ日経電子版および自社オウンドサイトで配信しました。

■狙い

身近に存在するゲリラ豪雨の脅威を背景に、普段意識されにくい下水道の防災機能への気づきを促すと共に、AI・IoTなどの先端技術を駆使し、下水道の防災機能強化に官民一丸となって積極的に取り組んでいること、また、下水管路内の情報を有効活用することで、防災以外の様々な分野へ応用できる可能性を示唆し、社会にとって下水道の持つ潜在的価値を広く提示することが狙いです。

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）

■日経電子版：アクセス数 約13,200（期間：3/25～4/26）

一般のビジネス層やリクルート（若年層）など、幅広い層をターゲットに下水道の持つ価値を訴求するため、媒体として専門紙ではなく日経電子版を活用し、1か月で13,000以上のアクセスを獲得しました。また、自社の公式twitterでの情報発信など、SNSとの連動やWeb媒体の特性を生かし、普段下水道との関わりが少ない層へのリーチを意識しました。

付属資料の提出 あり ・ なし （どちらかに○）

【評価】取り組みは素晴らしい。SNS等を継続的に活用し、技術に感心がある人たちだけでなく、さらに幅広い層への広報に発展させていただきたい。