

団体名 埼玉県、公益財団法人埼玉県下水道公社	エントリー部門 <input checked="" type="checkbox"/> 行政 <input type="checkbox"/> 民間 <input type="checkbox"/> 学校・NPO・任意団体等
取組名 埼玉150周年記念・下水道広報事業（埼玉県との連携）	
責任者 氏名：篠原知秀、栗田晃吉 所属：埼玉県下水道公社経営企画課 電話：048-838-8585 E-mail： master@saitama-swg.or.jp	
担当チームの構成 埼玉県下水道局及び埼玉県下水道公社の職員（外部人材や外部委託なし）	
取組のポイント 埼玉県は今年で誕生150周年。県では「埼玉150周年記念プロジェクト」を展開していることから、県の広報担当課と連携し、次の埼玉150周年記念・下水道広報事業を実施しました。 <ul style="list-style-type: none"> ・マンホールデザインコンテスト～あなたのデザインがマンホールに変身～ 埼玉の魅力を表現したデザインを募集し、最優秀作品のマンホールを製作・設置 ・第2回埼玉下水道検定クイズ～抽選でオリジナル下水道グッズをプレゼント～ ホームページで下水道に関するクイズを出題し、全問正解者に記念グッズをプレゼント(抽選) 	
アピールポイント <ul style="list-style-type: none"> ・より効果的な広報事業とするため、情報発信力がある県の広報担当課と連携しました。 ・マンホールデザインコンテストは、夏休み期間を使って募集することで、小・中学生や高校生から多くの応募をいただくことができました。また、地元新聞社の方にコンテストの審査員をお願いし、メディアの力を活用するように工夫しました。 ・第2回埼玉下水道検定クイズは、難易度を初級・中級・上級の3段階にすることで、児童・生徒から大人まで幅広い世代の方が参加できるようにしました。また、既存のWEB広報コンテンツ（ホームページ、動画、パンフレット等）の内容から出題することで、応募者が主体的に、楽しみながら下水道を学ぶことができるように工夫しました。 	
要したコスト <ul style="list-style-type: none"> ・マンホールデザインコンテスト：マンホールの工事費、デザインマンホールの購入費、ポスターの製作費・郵送料 ・第2回埼玉下水道検定クイズ：プレゼント費、ポスターの製作費・郵送料 	

取組の概要

1 埼玉 150 周年記念「マンホールデザインコンテスト」(新規事業)

- (1) 募集期間 令和3年7月6日～8月31日
- (2) 周知方法 県の埼玉150周年記念特設ホームページ・Twitter公式アカウントの活用
県内すべての小・中・高等学校(1,455校)へのポスター配布 など

(3) 応募数

小学生部門	中・高校生部門	一般部門	合計
1,777点	566点	49点	2,392点

- (4) 審査員 地元新聞社編集局長、県文化団体連合会推薦者、埼玉県、埼玉県下水道公社
- (5) 最優秀作品 (表彰式:令和3年11月14日・埼玉県民の日)



実際のマンホールにし、
表彰式当日に県庁周辺
の歩道に設置
(県民に注目される場所)

2 埼玉 150 周年記念「第2回埼玉下水道検定クイズ」(昨年度に続き2回目)

- (1) 実施期間 令和3年7月12日～7月30日
- (2) 応募方法 埼玉県ホームページから
- (3) 出題区分・応募者数等 (応募者数:延べ426名、全問正解:延べ316名)

区分	問題数	出題例	応募者数	全問正解
初級	10問(3択)	「下水道の日」は何月何日?	176名	150名
中級	10問(3択)	県内の下水道処理人口はおよそ何万人?	143名	87名
上級	15問(4択)	この上空写真はどこの水循環センター?	107名	79名

(4) 当選者プレゼント

150周年記念下水道マウスパッドと
埼玉県流域下水道マンホールデザインの
紙コースター8枚組のセット
埼玉150周年にちなんで150名様
(50名×3区分)にプレゼント



成果

- ・令和2年度の公社ホームページやSNSの閲覧者数は17万8,829人で、過去最高でした(前年度は14万2,503人)。
- ・ホームページ閲覧者数は前年度から約40%(40,405人→57,324人)増加しました。
- ・令和3年度上半期の公社ホームページやSNSの閲覧者数は10万2,409人で、これらの取組みの成果が出ています。
- ・マンホールデザインコンテストでは、毎年開催している「下水道の日」作品コンクールのポスター応募数(1,501点)を上回る応募数を獲得しました。