

## プロジェクトブリーフ とりまとめ

プロジェクト名	責任者	活動目的	めざす将来像	R4の成果	将来像に対する進捗	課題・改善策	総括	評価	終了予定
下水道を未来につなげる会	富永昌伸	下水道界の人材確保のため <u>産官学が連携。リクルート強化</u> 。下水道の魅力を「学生」に発信、「 <u>未来の下水道パーソン</u> 」を発掘。	<u>進路</u> としての下水道界のイメージUP。SNS等による学びや感動の発信、記事の掲載を通して <u>認知と理解、関心が拡大</u> 。水平展開（地方版未来会）で更に効果を高める。	進路としての下水道界のイメージUP（アンケート： <u>下水道界の印象が代わった 90%以上</u> ）が図られた。地方版未来会を通じて更に効果を高められた。（参加者数：463名）	コロナ禍前と同数以上の11回のイベントを通し、 <u>下水道業界で働く魅力をより伝えられた</u> 。下水道が担う役割や今後の可能性などについて理解してもらえた。	同じ大学での継続実施が重要であり <u>イベント数はほぼ現状維持</u> →効率的運営体制を検討。メンバー同士の <u>交流の場を増やしたい</u> →状況に応じて対応。	<u>リアルイベントは下水道業界の魅力を伝える上で重要</u> と感じた。リアルイベントでの対面などでメンバー同士の交流の場ができた。	A	現状なし
GKPチーム九州	松井正樹	九州における下水道広報活動に係る <u>交流・連携の母体</u> となる。下水道の真の価値を伝え、活力ある地域づくりに貢献し、 <u>地域に笑顔と元気をもたらす</u> 。	下水道の真の価値を広めるとともに <u>九州地域に笑顔と元気をもたらす</u> 。	<u>初めての連携</u> により、福岡市、北九州市において広報活動を実施した。両市からはG K Pチーム九州との <u>連携を評価いただいた</u> 。	総会を九州地方下水道協会の総会と連携して九州各地で実施するなど、活動を広げている。今後は <u>九州地域全域に拡大</u> していきたい。	<u>会員数がほとんど増加していない</u> 。今後は現役世代を含めて若年層の会員増加を図る。また、法人会員の入会も働きかけたい。	令和4年の後半より徐々に活動を再開したが、 <u>会員相互の交流を図れる総会などは、まだ開催できていない</u> 。	B	予定なし
チカホイベント（GKP北海道）	原田哲郎	下水道を <u>広く市民に知ってもらう</u> 。	<u>下水道の大切さを理解</u> してもらい今後の <u>下水道の発展</u> につなげる。応分な <u>下水道料金への理解</u> （＝下水道経営の安定化）。 <u>人材リクルートの活性化</u> 。	「下水道事業パネル展」来場者1,529名。企画は何れも <u>来場者に好評</u> を博した。	下水道の大切さを理解してもらい、応分な下水道料金への理解（＝下水道経営の安定化）、人材リクルートの活性化をめざすが、 <u>到達点のない永遠の目標</u> である。	じゅんかん育ち野菜の配布は、単に野菜がほしい来場者にも対応せざるを得なかった。せめて <u>じゅんかん育ちが何であるかを理解してもらえるよう改善</u> 。	皆様に <u>下水道の大切さや魅力を十分感じ取っていただけた</u> 。「クイズ下水道王」は、下水道プロ集団による熱いクイズバトルに会場が特に盛り上がった	B	予定なし

プロジェクト名	責任者	活動目的	めざす将来像	R4の成果	将来像に対する進捗	課題・改善策	総括	評価	終了予定
チームインフラ テクコン	奥田早希 子	高専の <u>学生・教員と会員との接点</u> を作る。下水道サービスをより良くする。 <u>高専生らしい斬新なアイデア</u> を発掘する。	下水道に向き合い、課題を発掘し、解決策を考える機会を高専生に提供。 <u>より深い知識を付け、下水道で働きたいという思いを醸成。</u>	下水道課題への挑戦（2チーム）、下水道に関連する課題解決の提案（2チームあり）を通して、 <u>能動的に下水道の課題解決に取り組む機会を提供</u> できた。	<u>高専生が能動的に下水道の抱える課題を発掘し、解決策を考え、提案する機会を提供</u> できた。	<u>目標に対する一定の成果が得られたため</u> 、今年度をもって活動を終了する。	<u>目標に対する一定の成果が得られたため</u> 、今年度をもって活動を終了する。	A	R4年度 ※自立等の判断基準が整理された時に、改めて判断
マンホールカード	森田弘昭	市民にマンホールを起点とした <u>下水道事業の役割や重要性を理解</u> していたこと。これらをさらに地域活性化につなげていただくこと。	<u>支援基盤（マスコミ、ファン等）の拡大</u> 。MCのコラボ企画を提案する。 <u>企業などとの連携。メディアコラボレーション</u> によるPR、 <u>地域活性化の向上</u> 。	マンホールカードの <u>発行要領を見直し</u> 、農集排、JS、埼玉県下水道公社、UR都市機構、コミプラのカードを発行。	マンホールを起点に、下水道等が果たしている役割や重要性について、 <u>多くの市民の理解を得ると同時に、地域活性化へもつながっている。</u>	遠隔地や海外のマンホールカード等、 <u>入手困難となるカードの転売問題の対応策を検討中。</u>	目標としていたカード発行の要領を見直し、 <u>農集排等の発行を達成。海外版</u> など新たな展開があり、今後はこれらの抱える課題等への対応が求められる。	A	未定
BISTRO下水道 チーム	村仲英俊	<u>下水道資源の農業利用のさらなる進展</u> 。BISTRO下水道の農作物の <u>安全性やおいしさ</u> を一般市民にも伝えていく。	<u>支援基盤</u> （農家、じゅんかん育ちファンなど）の <u>拡大。地域活性化</u> 。国家プロジェクトのような大きな取り組みを下支えする <u>草の根運動的な活動</u> を行うプロジェクト。	じゅんかん育ちの <u>ファン層を広げた</u> 。ファームでの勉強会（計8回）に <u>延べ98人の農家が参加</u> 。	岸田首相による下水道資源の農業利用の拡大方針のもと <u>施策支援のための活動を強化</u> 。地方公共団体等の参考となるような活動を進めていく。	<u>「じゅんかん育ち」の商標登録</u> が求められる。日本下水道協会の協力を得てこれを取得、 <u>海外への輸出を検討している農家を支援</u> したい。	消費者における <u>じゅんかん育ちの認知度がまだまだ低い</u> （アンケート調査）。BISTRO下水道の普及推進とじゅんかん育ちの <u>ブランド力向上に努める</u> 。	A	未定

プロジェクト名	責任者	活動目的	めざす将来像	R4の成果	将来像に対する進捗	課題・改善策	総括	評価	終了予定
GKP広報大賞	中山勲	<u>広報の重要性が見直される機運創出</u> 。広報の現場がイキイキと元気に（広報予算UP等）。 <u>全国的に下水道広報の熱を高め</u> ていく。	業界では <u>誰もが知るGKP広報大賞</u> へ。下水道の認知・理解拡大が進み、 <u>下水道が市民により身近で愛される存在</u> に。	審査がやりやすくなり、スムーズで視聴しやすい審査会が実現。 <u>GKP広報大賞で表彰されることの価値が向上</u> 。専門紙の取材増。	GKP広報大賞への <u>関心度は依然低い</u> が、 <u>表彰の影響力は徐々に高まりつつある</u> 。	<u>人手不足。国交大臣賞との棲み分け課題</u> 。存続の見つめ直し必要。 <u>R5内に移管・廃止・存続等を決断</u> 。 R5はメディア対応強化。事例を見やすく紹介、横展開を後押し。	応募しやすくなるように <u>制度を見直し</u> 。 <u>メディア対応はさらなる推進</u> が必要。横展開の機会として <u>わいがやなど実施</u> 。	B	財源と担い手が不足する課題を踏まえて検討
キッチン・バス工業会連携	中山勲	<u>下水道の入口業界との連携促進</u> 。相互理解の関係を維持・活用し、各種プロジェクトの実践の場や手法などを拡大。 <u>利用者に届きやすい広報</u> を実施。	両業界に通じる課題に対応。連携広報を展開。下水道理解が利用者に拡がり、 <u>下水道の維持管理等に考慮した行動変容が生まれ、下水道事業が促進</u> しやすくなる。	連携相手の <u>キッチン・バス工業界の行動変容として、利用者に対し、台所から先の影響を喚起する発信がなされるようになった</u> 。	キッチン・バス工業会と共に広報に取り組む地盤はできた。つまり、 <u>関係構築の役割は果たした</u> 。後は <u>いかに関係を維持するか</u> である。	連携が深まったため、 <u>定期的な視察会は廃止</u> 。川柳はR5も協賛するが、下水道展で特別募集が行えないため、専門紙等の協力を得て募集呼びかけを強化。	R4の成果に書いたキッチン・バス工業界の行動変容が積み重なれば、下水道利用者の大きな行動変容につながる。 <u>互いを理解し合う関係、協力し合える関係は維持したい</u> 。	B	GKPなしでも関係維持が可能ならR5の活動を持って卒業
GKPチーム市民科学	加藤裕之	市民科学を通じて市民が <u>下水道を自分ごと化</u> し、下水道が支える地域の未来像を共有し、 <u>地域の新しい価値を創造するイノベーション</u> につなげることを目的とする。	個別相談や勉強会・発表会等を通じて、「 <u>下水道の市民科学</u> 」の認知度向上、地域における「 <u>下水道の市民科学</u> 」の <u>活動の推進を支援</u> する。	情報交換会（44名）を開催。 <u>課題の解決策をみつける交流の場</u> となった。発表会（85名）は、 <u>発表者・聴講者へ新たな気づきを与える会</u> となった。	情報交換会に <u>19団体</u> が参加し、 <u>取り組む団体が少しずつ増え</u> 、ネットワークの土台が構築できつつある。 <u>導入支援のノウハウを蓄積</u> してきている。	下水道に特化した調査研究を行う団体はほぼなく、ゼロからの支援になる。 <u>地域の支援、学校単位の支援、水辺のNPOへの導入支援、情報発信</u> など検討。	市民科学に関する気づきの場を提供、 <u>地域の体制づくりが進んだ団体</u> もあった。引き続き相談活動、発表会・勉強会を国交省と連携して開催、導入へ結び付けていく。	B	未定
GKP関西	中西啓輔	関西地方における下水道広報に関わる様々な関係者が連携して <u>下水道広報を活性化していくためのプラットフォーム</u> を構築する。	自治体と民間企業の連携した広報活動、情報発信を通じて、 <u>市民への下水道の認知、理解度を高める</u> 。	イベントに参加したほぼ全員が「 <u>下水道を知るきっかけとなった</u> 」、「 <u>また参加したい</u> 」としており、年度当初の目標を達成。	R4より神戸市・堺市がオブザーバー参加。 <u>自治体としての活動の関わり方</u> など引き続き、 <u>議論、検討</u> 。	夏休み最終日のイベントは来場者が想定を下回った。R5は <u>事前の周知期間</u> を設けるとともに、 <u>休日の開催</u> など関係者との調整を図る。	初年度の活動としては一定の結果を出し、 <u>当初の目標を達成</u> 。自治体の広報活動との連携など、次年度以降の活動を検討。	B	未設定

プロジェクト名	責任者	活動目的	めざす将来像	R4の成果	将来像に対する進捗	課題・改善策	総括	評価	終了予定
コミュニケー ション研究会	荒井健／ 奥田早希 子	情報や課題を共有。団体 会員の <u>連携強化と団体 会員のメリットを促進</u> 。 BtoC広報を学び、 <u>下 水道ユーザーとの協働のあ り方を習得</u> 。	コミュ研主催で意見交換 の場を提供し、 <u>コミュニ ケーションができるシス テムづくり</u> を行う。	企画（GKP広報大賞受賞 者セミナー）をまだ開催 していないため、開催後 に記入。	将来像に対する進捗はセ ミナー開催後に記入。	YouTube配信など、 <u>広報 テクニックの取得</u> や下水 道関係以外とのコラボな ど <u>業界を超えて情報収集 できる体制づくり</u> 。	企画（GKP広報大賞受賞 者セミナー）をまだ開催 していないため、開催後 に記入。	B	予定なし
東京湾大感謝祭	荒井 健	<u>下水道の役割とパワーを 紹介</u> 。東京湾の課題等 に対し、流域の9都県市と GKP、協賛企業が <u>官民一 体で取り組んでいること も訴求</u> 。	人が集まりやすい赤レン ガ前広場への会場変更希 望を事務局に提言。 <u>より 多くの方にお越しいた けるイベントとする</u> 。	来場者2,100人で、 <u>目標 の倍以上</u> 。環境に関心の 高い方が多く、 <u>熱心に説 明を聞いている姿</u> が目 立った。	メインステージでの下水 道PRは多くの来場者が 参加。 <u>ステージの充実に 向け、実行委員会編成後 早急に取り組む</u> 。	パネル等が各団体の持 ち込みで統一感なし。来 場者目線では <u>統一感が あった方が見やすいの で、次回はパネル制作も 検討</u> 。	コロナで3年ぶりのリア ル開催。 <u>生活者とのコ ミュニケーション</u> があ り、説明員も楽しく参 加。 <u>官民一体のPRも有 意義</u> であった。	A	東京湾大 感謝祭終 了まで
エコプロ	荒井 健	国内最大級の環境展示会 の来場者（市民や小中学 生クラス単位等）に向 け、 <u>生活に欠かすことの できない水循環を訴求</u> 。	来場者への <u>より丁寧な対 応（展示・説明方法）を 検討</u> 。財源の確保が厳し くなる中、 <u>協賛金のみで 出展できる方法等を検 討</u> 。	展示の分かりやすさのア ンケートに「 <u>大変わかり やすかった</u> 」「 <u>わかりや すかった</u> 」が9割。見学 者の理解度が高かった。	<u>R4の目標数値を達成</u> 。 ブースに入りきらない時 間帯があるほど、ブース 規模に比して <u>多くの来 場。展示品質も向上</u> 。	ブースがあふれることが あるので、 <u>説明の仕方等 の工夫が必要</u> 。 <u>協賛金募 集の方法や金額について 十分な検討が必要</u> 。	<u>実行委員会形式で効率よ く進んだ</u> 。説明員も来場 者とふれあって <u>意識が高 まった</u> 。 <u>協賛金の募集方 法等は早くから議論</u> する 必要。	A	予定なし
早慶レガッタ	湯浅敬士	隅田川の再生に下水道整 備が深く関わっており、 早慶レガッタを支えるこ とを通じて、観客に <u>下水 道の価値を広く伝えてい く</u> 。	<u>下水道と早慶レガッタの 関係</u> を、早慶レガッタの 観客や関係者に <u>理解して もらい、浸透させる</u> 。動 画再生回数：20,000回	約14,800回（配信後1週 間）（ユニーク視聴者 数：約6,800） 2023年2月10日現在：約 16,000回再生	学生スポーツは毎年、新 規に本活動を認知する層 が一定数いる。 <u>継続的に 推進し、下水道の認知度 を向上</u> させる。	以前（大型ビジョン）と 今のライブ配信は評価方 法が違う。早慶レガッタ が独自で取り組んでいた 時代との <u>配信視聴数の比 較</u> を行う。	ライブ配信に注力し、下 水道・協賛企業の認知度 向上に貢献したい。	B	予定なし
マンホールサ ミット	畑楠晃平	<u>マンホールの蓋等の魅力 を発信する。下水道の役 割・機能の理解を促進</u> 。 下水道の認知拡大。	マンホール蓋から <u>下水道 の認知促進への施策。企 画・運営の能力向上</u> 。人 的リソース・財源リソー スの拡充。	来場者 <u>14,000人</u> （目標 6,000人（計画比 233%））。 <u>グッズ売上 1.2倍</u> 。新イベント実 施。	岡崎市開催に向け <u>政策広 報、地域広報、広報の相 乗効果等を検討</u> 。予算的 自立に向けた協賛枠拡大 を検討。	<u>来場者対応等に課題</u> 。丁 寧なマニュアル準備。 <u>下 水道認知につながる企画 が不足</u> 。	下水道の理解促進やPJ遂 行の方法に課題。 <u>円滑な 遂行、目的に沿った企画 設定</u> を図る。	B	2026年度 ※予算面 での自立