

G K P 広報大賞 2022 受賞者セミナー パネルディスカッション要旨

◆受賞の感想等

グランプリ、準グランプリを受賞した感想、職場や学校等に報告したときにつけられた言葉など、自由にお聞かせください。

堺市上下水道局	北九州市上下水道局	神戸市建設局東水環境センター	Hole in one（九州産業大学佐藤ゼミ）
局内から ・良い取組と思っていたけれども、グランプリなんて凄い！ ・試行錯誤で進めていたので、嬉しさ倍増ですね ・堺市のPRにもなるし、ありがとう ・他都市でも様々な取組しているみたいだから、もっと頑張って！ 局外職員から ・（職員向けのインフォメーションに、本審査のURLとともに受賞について掲載したところ）こんな取組していることを知らなかった。自分もウォークラリーやってみようかな ・本審査のプレゼンテーションが、健康福祉局と上下水道局の息が合っていて、企画の段階から仲良く進めていたのだろうなって伝わってきた ・（アスマイルの登録者数増加に取り組む職員から）こういった楽しくアプリを使っている職員の様子や取組を切り口にアスマイル未登録者に宣伝すればよいのかなとヒントをもらった ・殿堂入りって何かわからないけど、なんか凄いことを上下水道局がやったんだなって思った	・取組みを評価いただいてうれしい。 ・職場からもたくさんの祝福の言葉もらった。 ・取組みを通して、広報の重要性やノウハウを学んだ。そして、いろんな反響があるということを実感した。 ・今後も継続していくことが大事。	審査会を WEB 視聴して頂いた方も多く、「2年連続の受賞おめでとう！」とお祝いの言葉を多数頂きました。 また、制作に関わった職員も「第2弾のポスターを作ろう！」とモチベーションが向上しました。	我々が行ってきた研究にはたくさんの苦労がありました。しかし準グランプリを頂けたことでたくさんの嬉しさと共に苦労が報われたような気持ちになりました。報告した際にはおめでとう！よく頑張ったね！という労いの言葉をたくさんかけて頂きました。なかには有名人にあった気分なんてことも言われたりしました(笑)。

1. プロジェクト深掘り

1-1. プロジェクト立ち上げに至るまで

堺市上下水道局	北九州市上下水道局	神戸市建設局東水環境センター	Hole in one（九州産業大学佐藤ゼミ）
【質問】健康福祉部局とは以前から連携する体制が整っていたか？どのような経緯を経て連携が実現したか？他自治体が参考にできるような組織の垣根を超えるコツは？	【質問】組織で広報に取り組む機運が生まれたきっかけ、機運を醸成していく過程で直面した課題とそれを乗り越えた知恵や工夫、方法など	【質問】前回のセミナーで広報チームの運営の方法を伺いましたが、その点を改めて簡単にご紹介いただきつつ、1年前から進化した部分、前回のグランプリ受賞で変わった部分は？	【質問】ご応募いただいたメンバーでデザインマンホール蓋の広報効果の研究に取り組むことになったきっかけ、経緯をお話してください。
【連携する体制が整っていたか？】 ・今回の2つの取組が、健康福祉局と上下水道局が連携するきっかけになった 【連携実現の経緯】 ・副市長をリーダーとする、高齢者の健康増進ワーキンググループに、上下水道局も呼ばれ、「コロナ禍でも、高齢者の社会交流の活性化や運動の習慣化に寄与する良い方策がないか」話し合われた ・このワーキングで上下水道局から ①デザインマンホールが全国的に話題であること ②すでに堺市内には様々なデザインマンホールを設置していること ③人に来てもらえるツールであることを紹介し、市内に点在するデザインマンホールを巡るウォーキングコースを企画するに至った ・参加者からのアンケートで、思いのほかデザインマンホールに対して好意的な意見が多く、歩くきっかけにもなり、次の企画を期待する声が多く寄せ	・豪雨災害が頻発化・激甚化しているなかで、豪雨対策によるハード整備や市民一人ひとりの「災害への備え」の大切さを伝えることが重要と考えている。 ・そのような中で、今回の雨水貯留管という大規模工事をうまく活用できないかというのがきっかけとなった。 ・やるからには多くの方に見てもらい、知ってもらうことが大事と考え、現場見学会については梅雨というタイムリーな時期に管内での出前授業という形で、管内にスクリーンと椅子を持ち込み、今までに見たことのない絵にしたかった。そうすることで、マスコミにも取り上げてもらい、その結果、多くの方に見てもらうことができたと思う。 ・PR動画についても、ただの真面目な動画だけではなく見てもらえないと考え、インパクトのある動画で興味をひきたいと考えた。 ・特にスケートボードという若者に人気のスポーツを掛け合わせることで、沢山の方におもしろい、斬新というよ	昨年の動画製作とは異なり、ポスター制作の業務内容はシンプルなため、担当者1名、係長1名の少数でテーマがぶれないように制作業務を始めました。ただし、製作の途中で、デザインの案出し、デザインに合うキーワードの検討など、多様なアイデアが必要な場合は、職場の有志をその都度集めて、ブレストや大喜利大会を開催しています。 ポスターのキーワード（「応援をPOWERに 下水をENERGYに」）は、職員みんながポスター製作を自分事と感じて頂けるよう、東水環境センターの職員全員へアンケートを行い決定しました。	大学のゼミ活動の一環で大学3年生の時に始まりました。 まず、研究テーマを考えるにあたって「地域資源」である点と「普段の生活で目にしているが見落としがちなもの」というのでそれぞれ持ち寄った中で「マンホール」という意見がありました。 初期のチームメンバーの中に「聖地巡礼」に関心を持っているメンバーがおり、デザインマンホールがその側面も持っていると思いデザインマンホールを最終的に決定しました。 ヒアリングなどを行い、「デザインマンホールがどのような人々に見られているのか」、「そこからどのようなメリットが生まれているのか」を明らかにしたいと思い、広報効果に関する調査を行うことになりました。

られた ・マンホールウォークが大変好評を得て、次は健康福祉局の方から「スマホアプリアスマイルを使って、一緒にまた新しい企画をやりませんか」と次の企画について、上下水道局へ声がかかった ・マンホールウォークでは、商店街や文化観光施設とも連携し、好意的なご意見をいただき、2つ目の企画（アスマイル）の快諾も早かった ・さらに「堺のまちを周遊していただく機会の創出に」と、来館者の割引の提案を、文化観光施設から持ち掛けてくれ、アスマイルの企画はより充実したものを作れた 【組織の垣根を超えるコツ】 以下6つ ①相手にとってもメリットのある提案であること ②一緒に進めていく（協力する）姿勢を示すこと ③社会情勢やニーズのアンテナをはり、それらに合致していること ④職員の作業時間等が、あまり負担にならないこと ⑤各所のキーパーソンを味方につけること ⑥成果の見える化を図ること（ホームページやSNSでの発信、業界紙への掲載など） ⑦堺市の場合、堺市基本計画 2025 のKGI に紐づけるものとしたこと	うなお褒めの言葉をいただいた。 ・動画は作って終わりではなく、より多くの方に見てもらうためにSNSなど様々な媒体を活用し発信し、拡散を図った。		
---	--	--	--

1-2. プロジェクト立ち上げのポイント

堺市上下水道局	北九州市上下水道局	神戸市建設局東水環境センター	Hole in one（九州産業大学佐藤ゼミ）
【質問】アイデアを具体化していく作業の中で、局が違うために難しかった面はありますか？ また、堺東商店街、堺観光コンベンション協会、堺アルフォンス・ミュシャ館へのアプローチの仕方や、協力を得ることができたポイントなどについて教えてください。	【質問】アイデアや想いをどのように共有し、またどのようにして組織（上司）に理解を求め、人（外部協力や育成を含む）やお金を集めたのか？ プロジェクトの立ち上げのポイントになった事柄	【質問】貴市とコベルコ神戸スティーラーズが事業連携を締結されているとのことですが、具体的に「この選手を起用して、こういうことをしたい！」となった時の企画の持ち込み方、企画の採用基準等について教えてください。またプロスポーツチームと連携する時の注意点や企画の通し方のコツなどがありますか？	【質問】研究テーマはどのように決定したのでしょうか。また、研究を進める際、どのような苦労がありましたか？ どのような方にヒアリングしたり、助言を求めたりしましたか？
【局が異なるために難しかったこと】 ・局によって、企画や上席への確認のスピード感の差に苦労したものの、プロジェクト自体が「企画をとおして、各局の取組を知るきっかけにしたい」思いは一致していたため、特に難しいとは感じなかった 【アプローチの仕方】 ・各所のキーパーソンから、下記の内容を事前に知りえたこと 商店街ではコロナ禍で来客数が減っていたこと 美術館や博物館もコロナ禍で来館者が減っていたこと ⇒なにか回復のきっかけがほしいとの思いがそれぞれにあり、企画に協力的であった ・1つ目の企画の成功体験により、来館者の割引の提案を、先方から持ち掛けてくれる関係性が築けたこと	・部内で検討会の場を設け、目的を共有し、実施内容について議論した。 ・特にインパクトのある動画について若手の意見を募り、 スケートボードの他にもBMXやアクロバット、トリックアート、プロジェクションマッピングなどいろいろな意見が出た。 ・動画作成はクオリティを求め外部に委託した。 ・スケートボードについては市営のスケートパークの管理を担っている北九州スケートボード協会や（一社）ワールドスケートジャパンの協力を得て、選手を選んだり、撮影を行った。 ・その他にも人気 YouTuber の出演や、市内大学生との意見交換、エキストラ出演など、たくさんの方の協力をいただいた。	コラボ企画の庁内応募時に、言葉やテキストだけでは“やる気”が伝わらないと感じ、仮のデザイン案を製作し、提出しました。応募後もチーム側の広報担当者と仮案を見ながら打ち合わせを行うことで、チームから構図の提案があったり、別案件のロケ地として東水環境センターをご利用頂いたり、新しい気付きや交流のキッカケとなりました。 プロスポーツチームだけでなく企業や団体との連携時の注意点としては、ロゴの色の指定や利用規程などを記したCI（コーポレートアイデンティティ）を定めている組織が多いです。そのため、広報媒体へチームロゴやユニフォームの掲載を行う際は、チーム側へ校正時や校了時に必ず確認を行い、確実に進めていくことが大切です。 また、チーム側での確認作業は、チーム内での確認に限らず、ジャパンラグビーリーグワンや選手の所属事務所へ	【ヒアリング】 マンホールの方やメーカー、自治体、関係団体の方々などにヒアリング調査を行い、魅力や課題、期待などを伺いました。マンホール蓋に関してほとんど何も知らない状態だったので、自分たちで調べつつもヒアリングの際に多くのことを教えていただきました。調査を行う上での注意点や必要事項などについても助言をいただきました。 【研究テーマの決定】 「デザインマンホールがどれくらいの人々に見られているのか」、「どのような役割を果たしているのか」、「見ている人々にどのような影響を与えているのか」など様々な疑問があったため現地調査を行うことになりました。先行事例を調べていたところそのような事例を見つけることができず、実際に設置されている場所での張り込み調査を行うことにしました。 視認率調査に関しては、「通行した人」、

【協力を得ることが出来たポイント】 ・商店街・文化課、神社等と調整する窓口は、各担当者を1人に絞り、情報の錯綜や停滞を招かないようにした ・協力依頼をする際、先方がイメージしやすいよう、企画書やポンチ絵を入念に準備した ・当グループは、広報広聴以外に、危機管理も一括して担う部署である利点を生かし、企画段階から上下水道局が伝えたい役割や災害の備えについて、積極的にアイデア出しする機会を複数回設けた		の確認が必要となる場合もあり、余裕を持ったスケジュールで業務を進めていく必要があると感じました。	「デザインマンホールを見た人」、「デザインマンホールの写真を撮った人」をそれぞれカウントし、割合を調べました。アンケート調査に関しては「写真を撮った人」に限定し、その場で協力頂く方式で調査しました。 【苦労】 調査の際の様々な許可取りが一番大変でした。過去にそのようなことを行っていたことがなく、現地調査を行う際の道路使用許可書などの手続きに四苦八苦した。調査当日のことばかり心配していたため、苦労として特に印象に残っています。当日も雨や炎天下など悪条件の中調査を行い、何かと不運だなと感じることが多かったです。
--	--	---	---

1-3. 乗り越えた課題、乗り越えられなかった課題

プロジェクトを進める上で苦労した点と、その苦労を乗り越えた方法。また、今回のプロジェクトで実現できなかった点や反省点等

堺市上下水道局	北九州市上下水道局	神戸市建設局東水環境センター	Hole in one（九州産業大学佐藤ゼミ）
堺まちなかマンホールウォークについて 【企画内容について】 ・本企画が、スタート地点でスタンプするだけであったため、参加者がゴール地点のマンホールエリアまで行きつたのかわからなかったこと ・企画終了後のアンケート結果が出るまで、参加者の感想がわからず、開催中の企画内容の軌道修正ができなかったこと 【開催時期について】 ・企画時期が上下水道局から選べず、梅雨シーズンでの企画開催となり、体験者が伸び悩んだこと 【イベント告知について】 ・参加者をより増やそうと SNS を駆使して広報したが、効果がさほどなかった（参加者の半数が開催 1 週目で体験。開催前の広報がいかに重要か実感した） ・チラシ等に下水道の役割や豆知識を大きく掲載したかったが、ニーズがあまりないと思われ、スペース枠をとれなかった アスマイルを活用したウォークラリーについて 【企画内容について】	・インパクトのある動画を作るうえで、ただのスケートボードの動画、バイク追走劇の動画にならないように、豪雨対策や雨水貯留管の役割が伝わるように、ストーリーやコマ割り、ナレーション、テロップを練った。 ・特に若者をターゲットにした動画であるが、いろいろな世代の方が見て内容が伝わるように考えた。 ・部内の検討会で打合せを重ねたほか、臨時採用職員や自分たちの家族に見てもらうなどして、ちゃんと伝わる動画になっているか確認するなどした。 ・反省点としては、計 5 本の動画のうち、インパクトのある動画や同時リリースした動画は視聴回数が伸びたが、少し後発でリリースした動画は伸びていない。 ・動画は今後も使える内容となっているため、引き続き梅雨前など機会を捉えて発信し、まだまだ多くの方に見てもらいたい。	ポスターの掲示先を見つけるのに苦労しました。昨年度は職員が近隣の小中学校へ配達したり、地元のショッピングモールや体育館など掲示に協力いただける場所を地道に見つけました。今年度は神戸市交通局と連携を行い、地下鉄駅への一斉掲示等を行うため、昨年度より効率的に配布・掲示が可能となります。 東水環境センター夏休みイベントと称して、コベルコ神戸スティーラーズ協力のもと、サイン入りポスターやステッカーのプレゼント企画、限定公開ムービーなどは実施できましたが、コロナの影響もあり、ポスターのモデルとなって頂いた選手本人にご参加頂くイベントは開催できませんでした。来年度のラグビーリーグワン シーズン終了後には、東水環境センターでリアルイベント等の開催も検討しています。	【プロジェクトの苦労】 前例がないということが苦労でもあったし、面白みでもありました。調査を行う際に参考にできるものがなく、様々な面で基準を自分たちで決めないといけないという点に苦労し続けた印象があります。授業やその他のスケジュールとの調整にも苦労し続けました。 【乗り越えられなかった課題】 やはりデータの数として自分たちが行ったものだけでは足りないという課題があると思います。福岡の学生ということもあり、行動範囲と調査回数が限られてしまいました。自分たちの活動をきっかけに全国で同じような活動をしてほしいと思ってくれる学生が少しでも増えてくれたらと思います。

・設定コースを以下の観点で作り上げた ① マンホールカードの配布場所を経由すること（観光案内所への誘客） ② 市内外から参加してみたいと思えるコース設定として、適正距離、スタート地点とゴール地点を駅近くとしたこと ③ 上下水道局事業のPRに繋がるコースになるよう、中継地点を設定したこと 【企画調整について】 ・おおさか健活マイレージ「アスマイル」にGPS機能を新たに追加し、ウォーキングコースに設定した地点を通過するとポイントが付与される「ウォークラリー」を先行開始することになったが、前例がなく、コース選定から企画開始するまでの作業期間が1か月も満たないほど短かったこと ・前例がないため、健康福祉局や大阪府と繰り返し調整を図るとともに、認識の差が出ないよう健康福祉局と大阪府に調整内容を都度共有するよう努めた ・運用開始直後に、スマホによってGPS機能の精度に差があるとわかり（50m程度）、大阪府への原因究明を依頼するとともに、利用者からの問合せに対応するためQ&Aを速やかに作成しコールセンターへ提供した			
---	--	--	--

2. プロジェクトの発展、横展開について

2-1. 各団体におけるプロジェクトの発展

堺市上下水道局	北九州市上下水道局	神戸市建設局東水環境センター	Hole in one（九州産業大学佐藤ゼミ）
【質問】GKP 広報大賞を受賞して、組織内の雰囲気や広報に対する意識など変化があったか？ また、プロジェクトを磨き上げ、さらに実効性の高いものとするために、今考えられていること			【質問】受賞されて、学内やご家庭、就職先等の反響はいかがですか？ 後輩の皆さまに研究を引き継いでいただく時に、「これだけはやってほしい」など、託したいことはありますか？ また、今後の仕事や私生活（趣味等）において、デザインマンホール蓋や下水道に関して取り組んでみたいことがありますらお話しください。
【受賞による、組織内の雰囲気や広報に対する意識など変化】 ・堺市が目標とする「挑戦」「変化」に本取組は資すると考えていたが、グランプリの評価をいただき、方向性に間違いなかったと自信を持つことができた ・取組をととして、企画の面白さだけにとらわれずに、 ①上下水道局らしさはちゃんと出せているか？ ②堺市らしさが抜け落ちてないか？ ③お金と人と時間をかけず、どう魅力を伝えることができか？ ④使いきれていない素材はないか？ ⑤堺市基本計画（KPI）など市の施策に紐づいた企画になっているか？ 等、考える癖や、課員同士でアイデアを出し合う風土が醸成された ・新たな取組に積極的だと印象付けられたのか「他都市でこんな面白いこと	・GKP 広報大賞を受賞することで大変励みになったことと、他都市においても様々な取り組みがされていることを知り、切磋琢磨するような気持ちを持てた。 ・本市の取り組みを全国的にもっと知っていただくことで、他都市においても雨水貯留管等を活用した斬新なアイデアが広がっていったほしい。 ・先日、大阪府で建設が進められている直径約4.2mの雨水幹線で、管渠をランウエーに見立てて、モデルの撮影会があったとの記事を拝見した。 ・このようないろいろなアイデアで下水道施設の広報が広がればいいと考えている。	GKP 広報大賞受賞のニュースが建設局内に周知されるため、職員が広報を身近に感じるキッカケになっています。そのキッカケを実際の広報活動に繋げられるよう、今年度から建設局内で広報プロジェクトを立ち上げ、上半期に広報動画の製作研修や製作支援を行い、2月末までに約10本の動画をYouTubeで公開しました。 20代～40代の幅広い年齢層の職員が動画を内製することで、子育て目線、若者目線など多種多様な動画を完成、公開できました。また、更なる広報活動の強化に向けて、神戸市広報戦略部やクリエイティブディレクター、他部局も参加し、TeamC KOBEとして職員YouTuber企画もスタートしています。	反響についてはとにかく褒めてもらえることが多かったですし、これまでよりさらにマンホールの人だって言われるようになりました(笑) 後輩に研究を託す際にはこれまでやってきた事を指導したことはもちろんなのですが、これまでと、まったく同じことをするだけにはならないで欲しいという思いは、特に伝えました。 それは同じことをするだけに留まるのは簡単なことだけど、我々がやってきたようにヒアリングや本を読むことを通して生まれた、純粋な疑問に取り組むことで新しい世界や成長を掴んで欲しいという想いからでした。またなによりそっこのほうが楽しかったという所感が大いにあったからでした。 今後については研究をすることもなかなかできないので、後輩が調査する際にはお手伝いできたらいいなと思っていますし、デザインマンホールの写真

やっているよ」と、「テレビで放送されていたこと、上下水道局の広報で活用できないかな」など、他課職員が広報ネタを当課職員に教えにきてくれるようになった 【プロジェクトを磨き上げ、さらに実効性の高いものとするために、今考えていること】 ・まだ使いきれていない機能がたくさん見つかり、受賞をきっかけにトライしてみる気概が生まれている。来年度は進化した形で、取り組んでいきたい ・アスマイルを活用したウォークラリーは、毎月の参加者データを収集できるため、分析によってニーズをキャッチし、飽きられない工夫・改善を進めていきたい ・日常生活、テレビ、ニュース、駅広告などから、広報のヒントをたくさん見つけ、本取組に応用していきたい(＃マンホール等)			を撮って SNS にあげるなど個人的にも、盛り上がり楽しんで活動していきたいと思っています。 また下水道についても就職先や身近で伝えられる機会を見つけて、大切な情報なんだということを楽しく広めて行ければなと思っています。
--	--	--	--

2-2. 他団体への横展開と、その際の GKP の役割

堺市上下水道局	北九州市上下水道局	神戸市建設局東水環境センター	Hole in one（九州産業大学佐藤ゼミ）
【質問】今回取り組まれたプロジェクトの考え方やアイデア等を、全国の自治体・企業間で共有し、横展開するためには？また、その中で期待される GKP の役割			【質問】そもそも GKP はご存知でしたか？ GKP がもっと認知されるためにはどのようなことが必要だと思いますか？ また、下水道関連で学生にアプローチするにはどんな方法があると思いますか？ 若者の視点でご意見をください。
【横展開するために】 ・どの自治体にとっても健康寿命の延伸 商業施設の活性化 文化施設の来場者増加 などは重要な課題。 ・大阪府民限定のアプリではあるが、他府県健康アプリ等があれば応用可能 ・歩数計測アプリは世の中にたくさんあり、工夫することが可能だと考えられる ・他局や異業界との連携は「無理だ」「どうせ言っても乗らないはず」と負の要素に囚われすぎないことが重要 ・相手側の考えに寄り添って「きっと〇〇と思ってないか」から企画についてお伺いすることが大事 【GKP の役割】 ・GKP 様におかれましては、より多くの情報発信をしていただき、下水道資産を活用して、他部局連携・ICT 技術の活用・商店街や文化観光施設の活性化	・まずは GKP 広報大賞や今回のパネルディスカッションを通して、多くの方に知ってもらえたと思う。 ・また、今後も下水道展などの機会を捉えて発表していきたい。 ・今日、東京都下水道局さんの「ぜにがめプレイス」を見学してきた。店内モニターで動画を放映してもらうなど、他都市との連携ができないかなど検討していきたい。	ご当地マンホールレンジャーの全国展開が出来ると面白いと考えています。かぶりもの製作のノウハウ等が横展開できますので、問い合わせ先を GKP HP へ掲載して頂ければ対応可能です。下水道広報 Wik のように、GKP の WEB サイトでデザインマンホール、ポスター、パンフレット、WEB などの制作事例や製作方法が掲載してあれば、下水道広報以外の方ものぞいてもらえる自治体後方のハブ的なWEBサイトになると思います。	研究を始めてたくさん調査していたので、もちろん存じ上げていました！ですが、この研究がなければ存じあげなかったかもしれないというのは正直あります。現状あるもので認知を上げるなら、やはりマンホールカードの存在を大いに使うべきではないかと思います。私自身も楽しく集めていますが、その際使用する GKP のマンホールカード情報は欠かせないものです。 そこで、マンホールカードはどんな人でも楽しみながら集められる、そんな魅力をインフルエンサーを通して伝えていくのはどうでしょうか。時代は SNS という中で若者のなかでは流行りが常に入れ替わりをしています。そんな中でマンホールカードは近辺から始められて、可愛いかついいたくさんの魅力を持ちつつ、旅のきっかけにもなりますし、注目されればすぐに人気になり認知も広まると思います。ここからさらに具体的なことを申しますと、設置場所も今後駅のインフォメーションなどがあると貰いやすいのかな

へ寄与できることを、全国に広がることを期待したい

と感じます。私自身貰う際に下水道局のオフィスの中のデスクの間を歩いて貰ったことがあり、貰いづらい印象があります。ですから仮にも下水道を感じて欲しいのであれば、その描かれているマンホールの写真を撮ってきてもらったり、下水道に関する資料を渡したり、場所に拘らず渡す際の工夫にこだわれば広まりやすいと思います。

3. GKP 広報大賞の意義と今後について

3-1. 広報大賞の意義、役割

堺市上下水道局	北九州市上下水道局	神戸市建設局東水環境センター	Hole in one（九州産業大学佐藤ゼミ）
【質問】皆さまにとって広報大賞はどういう存在ですか？広報大賞は今後どういう存在になってほしいと考えますか？			【質問】今回ご参加いただき、どのような感想を持たれましたか？ GKP 広報大賞がもっと認知されるためにはどのようなことが必要だと思いますか？
【広報大賞はどういう存在か】 ・全国の広報の好事例、進め方を学べる場 ・自分たちの取組について、客観的な評価を知れる場 ・より良い広報をめざすモチベーションとなるもの 【今後どういう存在になってほしいか】 ・自治体にとって、審査要綱の評価項目を意識して取り組めば、必然的に良い企画になると思う ・学びの場になるため、応募しても仕方がない感じが出ないよう、参加自治体や企業が増える工夫をお願いしたい（応募賞、部門賞等の工夫）	・今回、本市は初めてのエントリーだったが、中には何度もエントリーされていたり、堺市さんのように殿堂入りをされた自治体もいる。 ・本市としてまたエントリーできるような取り組みにチャレンジしていきたいというモチベーションになる。 ・下水道広報に特化した GKP や GKP 広報大賞の認知度がもっと高まり、より多くの自治体、企業に知ってもらうことで、下水道広報が活性化していくと思う。	年末にエントリーシートを作成することで、広報活動の振り返りや棚卸が出来るので、ありがたい存在です。今後も 10 年、20 年と広報大賞を継続して頂き、沢山の広報施策やノウハウを収集してください。受賞団体や広報施策を簡単に検索できる仕組みを作って頂き、広報ネタの宝庫になって頂きたいです。	自分たちもこの大賞に申し込むまで広報大賞のことを知りませんでした。実際に参加してみて様々な自治体が面白い活動を行われていることを知ることができましたし、多くの人に知られないことが勿体ないと感じました。より多くの人々に知ってもらうためにメディアと連動した広報活動が必要なのではないかと参加して感じました。

3-2. 応募について（プレゼン動画、部門設定など） ～2023 年度に向けて。改善の方向性～

堺市上下水道局	北九州市上下水道局	神戸市建設局東水環境センター	Hole in one（九州産業大学佐藤ゼミ）
【質問】エントリーシート・プレゼン動画の提出、表彰内容の設定などについて、改善すべき点などがありましたら教えてください。			【質問】学生の皆さまの目線で、気付いた点、改善すべき点などがありましたら教えてください。
・本審査の質疑応答後に、他団体の方同士で質問できる場を設けていただき、当局が抱えている広報の課題を聞くことができて参考になりました ・審査のタイムスケジュールが事前にわかっていたため、館内放送などの調整が事前にできて助かりました	・時間の関係上、しょうがないところだとは思いますが、プレゼン動画の時間が短いと感じました。もっとアピールしたい細かな工夫したポイントや、小さいながらも苦労したポイントなど、盛り込みたい情報が多くありましたので、不完全燃焼なところがありました。	プレゼン動画の提出は少しハードルが高いなと昨年感じました。 エントリーシート+審査会当日のプレゼン3分ぐらいで審査頂けるとエントリーしやすいです。	殿堂入りシステムはすごくいいなと感じました。1 度グランプリ準グランプリをとっても、そこで終わりでは無いモチベーションとなるので今後必要だと思います。 改善点があるとすれば、場合によっては特別賞があってもいいんじゃないかなと感じました。惜しくも賞に入らなかった参加者の方も1年間やってこられてと思うので、今後への期待や労いも込めて即席で作っていただけると、次への励みになるのかなと思います。