



平成29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 広島市下水道局		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 施設部長 倉本 喜文 施設部計画調整課 前川 祐介 TEL : 082-504-2414 FAX : 082-504-2429 E-Mail : g-keikaku@city.hiroshima.le.jp	
代表者氏名 広島市長 松井 一寛		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			
部門名 行政広報部門	事例名 広島東洋カープとコラボ!! 下水道PRポスター		
<p>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> <p>昨期、25年ぶりのリーグ優勝を果たし、今期も開幕から絶好調の広島東洋カープ。その本拠地であり、熱狂的なカープファンで真っ赤に染まるマツダスタジアムの地下では、広島の陸の玄関口であるJR広島駅周辺地区を浸水から守るための雨水貯留池が、まちとカープを支えています。</p> <p>本ポスターは、カープの1軍で活躍し始めた下水流 (しもずる) 選手とカープ球団、マツダスタジアム、雨水貯留池をコラボさせた広報を行い、市民の注目度を高めることで、下水道への関心を深めてもらうきっかけにさせていただくことを意識して製作したものです。</p> <p>このねらいは的中し、ポスター掲出直後からツイッターなどのSNS上で話題となり、マスコミ各社からの取材のほか、市民や飲食店、建設事業者などから「ポスターが欲しい」との問い合わせを数多く受けるなど、大きな反響を呼びました。</p> <p>異業種とコラボしたことで本ポスターが様々なメディアで取り上げられることとなり、結果的に「下水道」が広く認知されるなど、下水道広報に大きく寄与できたものと考えています。</p>			
<p>1 キャッチコピー</p> <p>広島 (カープ) の外野は下水流 (しもずる) が守る 広島 (ひろしま) の浸水は下水道 (げすいどう) が守る</p>		 <p>ツイッターでも話題となったポスター</p>	
<p>2 掲出期間</p> <p>平成28年8月上旬 から</p>			
<p>3 仕様</p> <p>A1版 カラー印刷</p>			
<p>4 掲示場所</p> <p>市役所、区役所、区民文化センター、区スポーツセンター、マツダスタジアム、下水処理場、浸水対策工事現場 など</p>		 <p>地方テレビ局の報道番組で取り上げられた</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>目を引き、一読しておもしろく、かつ、心に残るインパクトのあるメッセージにこだわりました。画像配置にも意味があり、ポスター上段はマツダスタジアムのグラウンドですが、実は球場の地下には、まちを浸水から守るための雨水貯留池が存在していることを表現しています。</p> <p>今回のポスターは、優勝へ邁進するカープ球団の絶頂期に企画したことで大きな注目を集めることとなり、単なる広報ポスターにとどまらず、建設産業の魅力向上にも大きく貢献したほか、ポスターに女性技術職員を起用したことで、女性が活躍できる建設業としての情報発信の役割も担いました。</p>			
<p>付属資料の提出</p>	<p>あり・なし (どちらかに○)</p>		