

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 下水道に携わる愛知県・名古屋市の女性職員による広報活動チーム		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 名古屋市上下水道局下水道計画課第三係	
代表者氏名 小野田 都 (名古屋市上下水道局企画経理部広報サービス課長)		平野 誠一郎 TEL : 052-972-3765 Email : gkeikaku@jogesuido.city.nagoya.lg.jp	
(他薦の場合) 上記団体を推薦する団体の名称		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】	
部門名 行政広報 部門	事例名 GJリンク中部ブロック下水道PRポスターを用いた広報活動		
事例の概要(適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい)			
<p>◎ GJリンク中部ブロック</p> <p>愛知県、岐阜県、三重県、静岡県内の自治体や公社の下水道女子で構成。生活者の身近にあり、普段目にする機会が少ない下水道について、より多くの人に知っていただくため、活動方針を「女性の視点を活かした効果的な広報」として活動している。</p> <p>◎ 「女性の視点を活かした効果的な広報」</p> <p>H28年度のワークショップでは、誰に何をどのように伝えたいかを考え提案書を作成。提案書から具体的に広報物として具体化、実際にデザイン化した。そのデザイン化したものを共有化し、主に下水道関係者から下水道利用者に発信できるようにした。</p> <p>◎ 下水道PRポスターデザイン</p> <p>「大人の女性に癒しと学びを」をコンセプトに作成！</p> <p>ターゲットを大人の女性に絞り、特に下水道のある生活が当たり前であるために、関心がない人、下水道に何でも流せると思っている人に設定し、下水道の正しい使い方と共に、水に溶けないものを流してしまうことによる影響やコストを意識してもらおう「キッカケ」となるポスターを作成。</p> <p>トイレに入った時にパッと目に付くポスターとし、何だろうと興味をもって読んでもらえるようなデザインとした。</p> <p>◎ 広報物を企画する活動を通して</p> <p>下水道利用者に下水道を伝えるだけでなく以下の効果も同時に得ることが出来た。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各自治体の抱える課題を共有し、その解決策を相談することで、GJの情報交換を促す。 ・GJ自身が広報の重要性を再認識し、下水道を広報する意識が高まる。 <p>URL : http://www.water.city.nagoya.jp/category/kankoubutu/14023.html</p>			
		使用例	
			
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)			
デザインとしての効果は以下の点が挙げられます。			
<ul style="list-style-type: none"> ・イケメンイラストにより、下水道に興味のない人への発信。 ・下水道＝汚い・臭いイメージをイケメンイラストにより錯覚させる。 ・大人の女性であるため、SNS等を利用している人が多く、その拡散効果が期待できる。 ・多くの自治体で使用できるように、デザインをデータでの配布。A3サイズであり、印刷しやすい。 			
付属資料の提出	あり・なし (どちらかに○)		

