

## 令和5年度 GKP 広報大賞 エントリーシート

<b>団体名</b> 岡山市下水道河川局 広報戦略推進班	<b>団体区分</b> (混成の場合は複数☑) <input checked="" type="checkbox"/> 行政 <input type="checkbox"/> 民間 <input type="checkbox"/> 学校・NPO・個人等
<b>取組名</b> げすもす DAY (げすいがもっとすきになった日)	
<b>責任者 (実際に広報に取り組んだチームの代表者)</b>  氏 名 : 近藤 素規 所 属 : 下水道河川局下水道経営部下水道河川計画課 電 話 : 086-803-1499 E-mail : keikaku@city.okayama.lg.jp	
<b>担当チームの構成</b> (外部人材を活用している場合や外部委託をしている場合等は、その旨記載して下さい) 外部人材の活用や外部委託は行っておらず、下水道河川局職員による自前の取組	
<b>取組のポイント</b> (一言でいうとどういう取組かを、箇条書き等で記載して下さい) ○下水処理場内で秋季に一般公開しているコスモス畑を会場に選定 ○市若手職員によって構成された広報戦略推進班により、処理場見学ツアーの実施やデザインマンホール等を展示するブースを設置 ○コスモス目当てで来場した人をターゲットに、オリジナルのノベルティを活用して、市下水道河川局 Instagram のフォローを呼びかけるとともに、参加者アカウントから写真投稿を呼びかけることで広報役になってもらう	
<b>アピールポイント</b> ○処理場見学ツアーでは市職員手製の案内資料を用いて、参加者へクイズを出しながら進めることでより興味を持ってもらえるように工夫 ○普段は一同に会することのない市内のデザインマンホールをコスモス畑の一角に集め、普段からマンホールを推している人以外にも SNS 等で発信したくなるように映えを意識して展示	
<b>要したコスト</b> 総額 1万円未満 (ノベルティ代+テント購入費)	

ウラ面に続きます

**取組の概要**（適宜、写真や図等を挿入して下さい。複数年度にわたる取組の場合は、その旨記載して下さい）

### 実施体制の構築

局若手職員によって構成されている広報戦略推進班は平成 27 年に発足し、広報ポスターの作成やデザインマンホールをモチーフにした LINE スタンプの作成など多種多様な広報活動に注力してきた。

げすもす DAY は平成 30 年度からはじめたイベントであり、コスモス畑の集客力を活かした PR イベントとして毎年安定して参加者を集めることができている。



コスモス畑



展示ブース

### 参加してもらうための仕掛け

メインイベントである下水処理場の見学ツアーを 3 回に分けて実施することで、参加者が質問をしやすくなるように工夫している。また、ツアー中は市職員手製の案内資料を用いて、参加者へクイズを出しながら進めることで、大人だけでなく子供にも興味を持ってもらえるよう工夫している。ツアー内容としては、反応槽の様子を見学してもらう取組や流入水の匂いを体験してもらう取組が子供を中心に特に人気がある。

参加者に配布しているノベルティについて、広報戦略推進班にてデザインマンホールをモチーフにしたコースターの作成やシールのデザインを行っている。

また、イベント中に既存の桃太郎 LINE スタンプやマンホールスタンプラリーなどの取組をあわせて PR することで、本イベントだけに収まらない波状効果を促進している。



ツアー案内文



見学ツアーの様子



LINE スタンプシール

**成果**（数字を交えるなど、できるだけ具体的に記載して下さい）

### 参加者数

コスモス畑の一角に展示ブースを設けているため、全体数は把握できていないが、下水処理場見学ツアーには約 30 人が参加。

### 下水道関心度の向上

市下水道河川局 Instagram のフォロワー数はイベント前後で 45 人増加し、Instagram にはげすもす DAY 関連の内容として展示したデザインマンホールの写真等の投稿があった。