

令和5年度 GKP プロジェクト報告・ブリーフシート

プロジェクト名：下水道を未来につなげる会

責任者氏名 富永昌伸 (日水コン)	実施体制（メンバー） <div><div>リーダー</div>富永昌伸(日水コン)<div>サプリーダー</div>笹尾圭子(前澤工業、企画運営委員兼務)<div>事務局</div>[全体総括]<div>[北海道総括] [関東総括] [関西総括] [九州総括]</div><div>支部</div><div>北海道</div>約20名<div>関東</div>約40名<div>関西</div>約30名<div>九州</div>約30名</div>
-------------------------	---

I プロジェクト全体像

(1) 目的（なにを達成するか）

下水道界の人材確保のため産官学が連携し、リクルート強化を目的として下水道の魅力を「学生」に発信し、「未来の下水道パーソン」を発掘する。

(2) ターゲット

大学院、大学、短大、高専、高校の学生・生徒

(3) 実施期間

開始年度
H25 年度

～

終了予定年度
現状なし
[理由]労働人口減少により今後の人材確保がより一層困難になるため、産官学が連携し業界横断的に継続して取り組む必要があるため。

(4) 現状と将来像 (成果物)

現状 (なぜこのプロジェクトが必要か)

- ・ 下水道業界の持続と進化のために必要な人材確保が急務であり業界として対応する必要がある。
- ・ 学生に下水道自体のイメージがない、もしくは良くない。そのため下水道界への進路を考える学生が少ない。

将来像 (具体的な成果物、定性的・定量的指数)

- ・ イベントの参加を通じて「下水道を知る、イメージが変わった、こんなことにも貢献しているんだ」と興味を持ってもらい、進路としての下水道界のイメージUPが図られる。
- ・ 先生や生徒のブログやSNSなどで、学んだことや感動したことが発信される。
- ・ 各種冊子などの媒体や新聞、業界誌などへの記事の掲載を通して、広く認知と理解、関心が広がる。
- ・ 地方版未来会を通じて当該活動の水平展開を図り更に効果を高める。

II 令和5年度達成状況

(1) 当該年度の目標

- ① 参加者数：150名以上
- ② イベント回数：5回以上
- ③ アンケート：満足度 90%以上、下水道界の印象が変わった 90%以上

(2) 活動時期と内容

日時	件名	活動内容
7月8日	大阪公立大学	グリーンイノベーションと下水道の関わり GW(29名)
7月21日	立命館大学	下水道業界によるSDGsの目標達成への貢献 GW(80名)
10月25日	大分高専	GKP未来会の紹介、下水道事業紹介、個別質問(40名)
11月7日	日大生産工学部	お仕事紹介、班別コミュニケーション(30名)
11月13日	龍谷大学	滋賀県における下水汚泥の有効利用 GW(44名)
11月15日	信州大学	官民連携を題材にグループワーク(70名)
11月20日	日大理工学部	お仕事紹介、班別コミュニケーション(11名)

【提出期限】 令和 6 年 4 月 15 日(月)

11 月 24 日	木更津高専	下水道キャリア教育(40 分)
12 月 1 日	同志社大学	京都市における下水汚泥の有効利用 GW (60 名)
1 月 15 日	京都大学	SDG s と下水道に関するグループワーク(29 名)
1 月 15 日	大阪工業大学	「防災・減災を考える！」グループワーク(24 名)

(3) 予算額

(GKP 予算)	(協賛金)
¥380,000	
<内訳>	
首都圏イベント ¥130,000	
関西イベント ¥30,000	
九州イベント ¥100,000	
パンフ・ノベルティ・広報費 ¥120,000	

(4) 決算額

(GKP 予算)	(協賛金)
¥214,468	
<内訳>	
大阪公立大学 ¥1,402	
龍谷大学 ¥20,060	
大分高専 ¥54,456	
パンフレット修正・印刷 ¥132,550	

(5) 当該年度の成果

①イベントの参加を通じて「下水道を知る、イメージが変わった、こんなことにも貢献しているんだ」と興味を持ってもらい、進路としての下水道界のイメージUPが図られた。 →アンケート：満足度 90%以上、下水道界の印象が変わった 90%以上
②地方版未来会を通じて当該活動の水平展開を図り更に効果を高められた。 →参加者数：457 名 イベント回数：11 回（関東：4、関西：6 九州：1）

(6) 将来像に対する進捗状況（プロジェクト全体像の目標や将来像に対する現状の達成度）

- ・今年度はコロナ禍以前とほぼ同数以上の11回のイベントをリアルで実施できたため、下水道業界で働く魅力をより伝えることができた。
- ・イベントを通じて学生に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うことができた。
- ・じゅんかん育ちのみかんを配布した。

(7) 課題と改善策

- ・イベントを増やしたいところであるが、同じ大学で継続的に実施することも重要であるため、イベント数はほぼ現状維持である。
→効率的な運営体制を検討する。

(8) 総括

- ・例年通りリアルイベントを実施できた。
- ・リアルイベントは、下水道業界の魅力を伝える上で重要であると感じた。
- ・オンライン開催がなかったため、幹事団体の負荷が昨年度より軽減された。
- ・コロナ禍でメンバー同士の交流の場が持てなかった課題に対し、未来会全体会議のハイブリッド開催、リアルイベントでの対面、意見交換会などで場を作ることができた。

(9) 自己採点

A	年度の目標を
	A：十分達成できた B：概ね達成できた C：あまり達成できなかった D：ほとんど達成できなかった

【添付資料】以下の資料データを添付してください。

- 活動写真
- 成果を表すデータ、アンケート調査結果など

令和 6 年度 GKP プロジェクト実施計画(案)

GKP プロジェクト ブリーフシートに記載したプロジェクト全体像を踏まえて、令和 6 年度の活動の位置づけなどが分かるように計画を記載してください。

プロジェクト名：下水道を未来につなげる会

I 活動概要

リアルイベントを主とし、場合によりオンラインも併用しつつ、お仕事紹介やワークショップ、見学会など開催する。

II 前年度の課題に対する対応・改善策

- ・イベントを増やしたいところであるが、同じ大学で継続的に実施することも重要であるため、イベント数はほぼ現状維持である。
→効率的な運営体制を検討する。

III ターゲット

大学院、大学、短大、高専、高校の学生・生徒

IV 年度目標、成果物(具体的な数字目標などを含めて)

- ①イベントの参加を通じて「下水道を知る、イメージが変わった、こんなことにも貢献しているんだ」と興味を持ってもらい、進路としての下水道界のイメージUPが図られる。
→アンケート：満足度 90%以上、下水道界の印象が変わった 90%以上
- ②地方版未来会を通じて当該活動の水平展開を図り更に効果を高める。
→参加者数：150名以上、イベント回数：5回以上
- ③先生や生徒のブログやSNSなどで、学んだことや感動したことが発信される。
- ④各種冊子などの媒体や新聞、業界誌などへの記事の掲載を通して、広く認知と理解、関心が広がる。

V 実施計画

日時	件名	活動内容
要調整	木更津高専	お仕事紹介・ワークショップ
要調整	日大生産工学部	お仕事紹介・ワークショップ

【提出期限】 令和 6 年 2 月 15 日(月)

要調整	日大理工学部	お仕事紹介・ワークショップ
要調整	立命館大学理工学部	お仕事紹介・ワークショップ
要調整	京都大学工学部	お仕事紹介・ワークショップ
要調整	龍谷大学理工学部	お仕事紹介・ワークショップ
要調整	大阪工業大学工学部	お仕事紹介・ワークショップ
要調整	関西未来会イベント	お仕事紹介・ワークショップ
要調整	九州未来会イベント	お仕事紹介・ワークショップ

VI 予算

380,000 円（詳細は別紙収支計画（案）参照）

令和5年度 GKPプロジェクト報告・ブリーフシート

プロジェクト名： チームインフラテクコン

I プロジェクト全体像

(1) 目的（なにを達成するか）

- ①高専の学生・教員と会員との接点を作る
- ②下水道サービスをより良くする高専生らしい斬新なアイデアを発掘する

(2) ターゲット

高専の学生・教員

(3) 実施期間

開始年度
令和2年度

～

終了予定年度
令和6年度

(4) 現状と将来像（成果物）

現状（なぜこのプロジェクトが必要か）

- ・下水道が抱える課題を解決するため、大人たちがやりがちな「今を改善する」という発想だけでは限界がある。今の延長線上にはないミラクルで斬新な解決策が求められる。
- ・未来会が手掛ける出前講座は、GKPメンバーから学生への情報提供・教育であり、受け身である。こうした座学で得た知識をより深い学びにつなげ、下水道で働きたいという学生の意欲向上につなげることが求められている。

将来像（具体的な成果物、定性的・定量的指数）

- ・「下水道課題：第3世代の下水道を描け」を設定することで、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する。
- ・能動的に下水道課題の解決に取り組むことで、受動的な出前講座や講義など座学で得た知識がより深く身につき、下水道で働きたいという思いにつながる。

Ⅱ 令和 5 年度達成状況

(1) 当該年度の目標

- ・下水道課題への挑戦チーム：テクコン参加チームのうち 5 %

(2) 活動時期と内容

日時	件名	活動内容
9-10 月	高専チームと意見交換	高専生の提案に対するアドバイスと交流 対象：鳥羽商専・福島高専・旭川高専
3/1	表彰式&交流会	ブース出展、GKP 賞授与
未定	GKP 大賞副賞実施	GKP 大賞授賞チーム（鹿児島高専）に現場見学会 ご案内

(3) 予算額

(GKP 予算) 76,500 円	(協賛金) 250,000 円
----------------------	--------------------

(4) 決算額

(GKP 予算) 57,360 円	(協賛金) 320,000 円 ※交流会でのブース出展料が 70,000 円アップしたため
----------------------	---

(5) 当該年度の成果

- ・下水道課題（上下水道関連含む）への挑戦：
応募 31 チーム中 7 チーム、全体の 23%【目標達成】
■GKP 大賞：MUZE（鹿児島高専）■GKP 未来賞：チームぽんぽんぽんきちリブート 1.1（旭川高専）■GKP まちづくり賞：排水の陣（福島高専）■GKP チャレンジ賞：エレクトロカルパレード（鳥羽商船）■GKP 広報賞：かえってきた☆けんせつ野郎&小町（徳山高専）

(6) 将来像に対する進捗状況(プロジェクト全体像の目標や将来像に対する現状の達成度)

- ・下水道課題への挑戦チーム数は目標を達成できた
- ・上下水道関連のアイデアで挑んだ7チームのうち5チームが入賞(鹿児島高専がグランプリ、旭川高専がアントレプレナー賞(準グランプリ同等)、石川高専が地域賞、徳山高専と福島高専がチャレンジ賞を受賞)。これは全入賞数の半数を占めた。
- ・以上のことから、上下水道に関連する課題に対して高専生が高い関心を持っていることを確認できたとともに、それら高専生・講師に対して上下水道をPRする好機となった。

(7) 課題と改善策

- ・下水道や下水道という職業に対してする高専生のイメージや意欲が、テクコンを通してどう変化したのかを知るため、次年度はアンケートなども検討したい
- ・GKP賞を授賞した高専チームとの今後のつながり方を検討したい
- ・マンパワー、資金が不足している

(8) 総括

下水道課題に挑戦していなくても、水インフラ、インフラ広報などの提案は多く、協賛する意義はあると考える。

一方、単年度ごとに高専との関係性を途絶えさせないような取り組みを検討する必要がある。

(9) 自己採点

A

年度の目標を

A: 十分達成できた B: 概ね達成できた C: あまり達成できなかった
D: ほとんど達成できなかった

【添付資料】以下の資料データを添付してください。

- 活動写真
- 成果を表すデータ、アンケート調査結果など

令和 6 年度 GKP プロジェクト実施計画(案)

GKP プロジェクト ブリーフシートに記載したプロジェクト全体像を踏まえて、令和 6 年度の活動の位置づけなどが分かるように計画を記載してください。

プロジェクト名： チームインフラテクコン

I 活動概要

- ① 高専の学生・教員と会員との接点を作る
- ② 下水道サービスをより良くする高専生らしい斬新なアイデアを発掘する

II 前年度の課題に対する対応・改善策

- ・下水道や下水道という職業に対してする高専生のイメージや意欲が、テクコンを通してどう変化したのかを知るため、アンケートを行う
- ・2023 年度 GKP 賞授賞チームの発表会を行う（わいがや、コミュ研などと共催検討）

III ターゲット

高専の学生・教員

IV 年度目標、成果物(具体的な数字目標などを含めて)

- ・下水道課題への挑戦チーム：テクコン参加チームのうち 5 %

V 実施計画

日時	件名	活動内容
8-10 月	高専チームとの意見交換	オンラインにて実施予定
3 月	交流会&表彰式	ブース出展&G K P 賞授与

VI 予算

55,000 円

<内訳>

交流会ブース出展料 ￥50,000

GKP 賞副賞 ￥5,000

※その他、協賛金を法人会員から募ります

令和5年度 GKP プロジェクト報告・ブリーフシート

プロジェクト名：GKP チーム市民科学

責任者氏名 加藤 裕之	実施体制（メンバー） 執行メンバー：加藤 裕之、栗原 秀人、横浜市、小堀 洋美、 佐山 公一、咸 泳植、宮崎 裕明、亀山 豊
----------------	--

I プロジェクト全体像

（1）目的（なにを達成するか）

【活動目的】

地域の多様な人や組織が協働するための道具として市民科学を活用し、実施主体（地方公共団体、活動団体など）の参加を得て、市民科学を推進するためのノウハウや情報の提供、実施主体の相互交流を図ることで、地域における下水道の市民科学の活動を推進する。それによって市民が下水道を自分ごと化し、下水道が支える地域の未来像を共有し、そして地域の新しい価値を創造するイノベーションにつなげることを目的とする。

【GKP で実施することの意義】

・下水道界はじめ様々な人が交流する GKP ホームページを活用することで、上記目的の「下水道の市民科学」、その活動の推進を支援するプラットフォーム「GKP チーム市民科学」の存在・活動をアピールできる。

（2）ターゲット

- ・ 地方公共団体
- ・ 活動団体（NPO、市民（自治会など）、学校（小・中・高校）、大学生など）
- ・ 大 学、企 業 等

（3）実施期間

開始年度
令和元年度

～

終了予定年度
終了予定は未定

(4) 現状と将来像 (成果物)

現状 (なぜこのプロジェクトが必要か)

下水道の市民科学は、行政と地域の活動団体が協働し、市民も下水道に関する調査研究活動に参加することで、下水道から地域社会の「過去、現在、未来」を共有し、よりよい地域づくりに向けて様々な課題解決を目指す取り組み。その取り組みは、地域によって取り組み方や取り組む環境は異なり、地域の課題も違うため、取り組む上で抱える課題も様々である。

そこで、地域における下水道の市民科学の活動の推進を図るため、ノウハウや必要な情報の提供に加えて、市民科学に取り組む全国の実施主体(地方公共団体、活動団体)をつなぎ、課題解決・更なる展開をめざせるような交流の場となるプラットフォームが求められている。

また、市民科学プロジェクトは国交省下水道部が推奨しているものであるが、「市民科学」というコミュニケーションツールそのものの理解度も低く、その周知とともに各地域の実情に応じた取り組み支援と横展開が必要となっている。

将来像 (具体的な成果物、定性的・定量的指数)

個別相談サポートや市民科学勉強会・発表会等を通じて、下水道からよりよい地域づくりに取り組むことができる「下水道の市民科学」の認知度向上、地域における「下水道の市民科学」の活動の推進を支援する。

<交流イベントの開催>

発表会では、地方公共団体や活動団体が行った市民科学の取り組みを発表することで、一般参加者に『面白さを伝え』、出演者に『新しい視点の気づき』を与え、今後の「下水道の市民科学」の更なる普及展開につなげる。

勉強会では、地方公共団体や活動団体が市民科学に取り組む上での課題・ノウハウを持ち寄り、課題の解決策について議論することで、『新たな気づき』を与え、今後の「下水道の市民科学」の更なる展開につなげる。

<広報活動>

上記交流イベント情報をGKP ホームページで広く発信することで、「下水道の市民科学」の認知度を高める。

<体験・相談対応>

導入のための相談対応を行い、「下水道の市民科学」の更なる普及展開につなげる。

Ⅱ 令和5年度達成状況

(1) 当該年度の目標

＜交流イベントの開催＞

- ・発表会：地方公共団体、活動団体、大学・研究機関、企業等の参加を予定（60名程度を想定）
- ・勉強会：地方公共団体、企業、活動団体等の参加を予定（昨年度は地方公共団体は8団体、企業・法人・活動団体は10団体が参加）
- ・相談対応：地方公共団体、企業、活動団体等の導入のための個別支援

(2) 活動時期と内容

日時	件名	活動内容
5月	情報交換会の開催	アドバイザーとして参加（オンライン開催）
8月	発表会の開催	アドバイザー、ファシリテーターとして参加 （下水道展の併催企画として開催、オンライン開催）
通年	広報活動	GKP ホームページで交流イベント情報などを発信
通年	体験・相談活動	導入のための相談対応ほか

(3) 予算額

(GKP 予算)	(協賛金)
0	0

(4) 決算額

(GKP 予算)	(協賛金)
0円 (オンラインの活用により、相談活動に係る関係者の交通費の支出なし)	0

(5) 当該年度の成果

情報交換会への参加 6月9日

市民科学に関心をもつ団体が取り組み状況（現状、課題）や情報・アイデアを交換し、相互に交流することで、課題の解決策を見つける、交流を図る場として、国交省が開催した情報交換会にメンバー2名が参加しアドバイスをを行った。

・参加者 自治体、活動団体、企業など計23団体

発表会への参加 8月1日(下水道展併催)

全国の活動団体や自治体から市民科学の取り組みを発信し、活動団体や自治体等との意見交換を行うばとして国交省が開催した下水道展併催の発表会にメンバー6名が参加し、

コメント及びアドバイスをおこなった。

- ・参加者 26 名
- ・発表団体 取り組み発表：4 団体、シンポジウムでの発表：6 団体

相談・活動

GKP チーム市民科学メンバーの小堀氏、加藤氏、栗原氏、佐山氏、亀山氏、宮崎氏などが、東京都、長野県、諏訪市、豊田市、横浜市ほかで自治体・活動団体が取り組む活動に対して個別支援を行った。

特に栗原氏は諏訪湖クラブと連携し、公共団体等の協力の下、諏訪市四賀小学校において延べ 8 日間の連続授業「水はどこからきてどこへいくのか」を実施(**GKPHP** にて詳報済)、さらに同クラブは学習冊子「水の学習／水はどこからきてどこへいくのか」を作成し、市内全小学校 4 年生の学習副読本として配布した。

(6) 将来像に対する進捗状況（プロジェクト全体像の目標や将来像に対する現状の達成度）

＜市民科学の活動推進について＞

- ・コロナ禍の影響もあり、発表会で取り組み発表を行う団体数は思うようには伸びていない。
- ・国交省においても、市民科学実践には公共団体の理解促進が最重要との判断から、公共団体を対象とした「勉強会」「情報交換会」に重点を置いた取り組みにシフトした段階である。
- ・市民科学の認知度向上について
GKP チーム市民科学としては、国交省と連携をとりながら、継続的な支援を行って、具体的な事例を増やしつつ、情報発信に努めながら、認知度向上と導入団体増加を図っていく。

(7) 課題と改善策

まずは、「下水道の市民科学」が下水道の理解促進に有効な手法であることの普及啓発、並行して具体的な事例を一つ一つ生み、育てていくことが重要であると考えます。
そのための発表会、情報交換会等に関し、国交省との連携をとりながら支援と情報発信を強化していく。

(8) 総括

今年度は、発表会、情報交換会を開催し、市民科学に関する様々な気づきの場を提供することができた。また、個別の相談支援により、地域の体制づくりを進めることができた団体もあった。

今後は、引き続き現場へ入り、課題解決に向けた相談活動や市民科学の発信を行い、導入支援で蓄積したノウハウをもとに発表会や勉強会を国交省と連携しながら開催し、導入へと結び付けていく。

(9) 自己採点

C

年度の目標を

A：十分達成できた B：概ね達成できた C：あまり達成できなかった
D：ほとんど達成できなかった

令和 6 年度 GKP プロジェクト実施計画(案)

GKP プロジェクト ブリーフシートに記載したプロジェクト全体像を踏まえて、令和 6 年度の活動の位置づけなどが分かるように計画を記載してください。

プロジェクト名： GKP チーム市民科学

I 活動概要

国交省が進める「下水道の市民科学プロジェクト」活動のうち、勉強会、発表会等に参加するとともに、メンバーの個人的な活動を通じて「市民科学」の理解と導入を促進する。

II 前年度の課題に対する対応・改善策

下水道の市民科学の実践に当たって、主体となるべきは下水道事業を実施している公共団体であるが、市民科学に対する理解促進が進んでいないのが実情である。そこで、国交省は、令和 5 年度から公共団体への理解促進に焦点をあてた勉強会等を中心に進めている。国交省との連携をより一層図りながら、「市民科学」の理解と導入を促進する。

III ターゲット

市民科学手法により下水道使用者等のステークホルダーに対し、下水道の理解促進を図ろうとする公共団体、学校、NPO 等

IV 年度目標、成果物(具体的な数字目標などを含めて)

国交省が開催する発表会、勉強会等のイベントを支援するとともに、メンバーの個人的な活動を通じて、市民科学の普及と実践を図っていく。

V 実施計画

日時	件名	活動内容
未定	発表会 勉強会	各団体の取り組みを紹介するとともに、参加者同士が意見交換を行うことで、市民科学の理解促進と、それぞれの実情に即した市民学の実践を促す発表会及び市民科学に関心を持つ公共団体が具体的な進め方、課題の設定にの仕方等について学ぶ勉強会に参加し、コメント、アドバイスを行うことで「市民科学」の理解と導入を促進する。
	個別活動	メンバーが個人的に行う活動を通じて、市民科学の普及啓発と導入促進等に務める。

【提出期限】 令和 6 年 2 月 15 日(月)

VI 予算

0

令和5年度 GKP プロジェクト報告・ブリーフシート

プロジェクト名： BISTRO 下水道チーム

I プロジェクト全体像

(1) 目的（なにを達成するか）

① BISTRO 下水道に取り組む仲間を増やし、循環型社会の構築に貢献する

(2) ターゲット

下水道業界の内外を問わず、下水道の価値や魅力などを広めるために全国で下水道広報を行っている人や組織。

(3) 実施期間

開始年度
平成 27 年

～

終了予定年度
終了予定なし（ほか記載例：令和 10 年
など）

(4) 現状と将来像（成果物）

現状（なぜこのプロジェクトが必要か）

*参考資料 1GKP BISTRO 下水道チーム活動実績より抜粋

➤ SNS での情報発信による仲間づくり（別紙 1-1-①）

-じゅんかん育ち通信の登録者 約 2000 人

➤ じゅんかん育ちを活用した PR のモデルケース（富士見町）づくり（別紙 1-1-②）

-その地域で営まれている農業で汚泥肥料の活用シーンを模索することからスタート

-勉強会開催や直売所で汚泥肥料やじゅんかん育ちの商品を販売することで認知度向上

-汚泥肥料の販売実績約 46t（販売開始から 1 年半、利用者約 30 名）

-ふるさと納税の返礼品として採択

➤ イベント開催ノウハウ獲得（別紙 1-2、1-3）

-見学・視察を伴った学びの機会、飲食を伴った交流の機会、マルシェなどの直売所での販売の機会創出

➤ ブランディングのための素材作成

-汚泥由来肥料が圃場に届くまで（水処理編、製造・流通編）、富士見町産じゅんかん育ちのすゝめ

<p>将来像（具体的な成果物、定性的・定量的指数）</p> <p>官民横断的な協力体制を構築し、下記に取り組む。</p> <p>▶活動目標：商標登録された「じゅんかん育ち」をベースにした下水道資源の農業利用のブランディング</p> <p>自治体（下水道事業者）・農家・一般消費者のネットワーク構築を目的に、それを補助するコンテンツを整備・展開する</p> <p>▶活動内容：国内肥料資源の利用拡大に向けた全国推進協議会及び下水道 GX 促進調査専門委員会で精査された下水道資源の農業利用に係る情報の集約・デザイン・発信を行う。</p> <p>▶下水道資源の農業利用に係る広報・宣伝の企画・運営</p> <p>▶ブランドサイトの構築</p> <p>▶イベントの企画・運営支援</p> <p>▶サイトに掲載するコンテンツの整備（最新情報、商標利用規約、取組好事例集、フリー素材、等）</p>

II 令和 5 年度達成状況

（1）当該年度の目標

今年度から下水道資源の農業利用が国家プロジェクトとして動き出していることを踏まえ、長野県富士見町で行われている活動のさらなる展開を図り、BISTRO 下水道の活動が、地方公共団体等の下水道関係者に浸透することや、導入を目指す方々への参考となるようにする。SNS での発信やメディアに取り上げられることを増やし、自ら企画運営するイベントだけでなく他のイベントへの参画によって、じゅんかん育ちの安全性や美味しさを広く伝える。将来的には、じゅんかん育ちの農作物が街中のスーパーに並び、これらが一般市民にも受け入れられることをめざす。

（2）活動時期と内容

日時	件名	活動内容
通年	じゅんかん育ち通信	SNS での情報発信
R5.4.6	商標登録	協会への報告と提案
R5.6.26	国内肥料資源利用拡大マッチング フォーラム in 東京	ブース展示
R5.8.2	シンポジウム	下水道、農政、農試、農家の視点で BISTRO 下水道を分析
R5.8.2	ランチミーティング	民間企業とコラボして分野横断的な意見交換会
R5.8.1-4	BISTRO 下水道居酒屋	じゅんかん育ちの食材調達
R5.10.21	BISTRO 下水道 in 岡崎	じゅんかん育ちの食材調達
R6.1.15		日本下水道協会との意見交換

(3) 予算額

(GKP 予算) ¥420,000 <内訳> じゅんかん育ち通信 じゅんかん育ちの PR 下水道展同時開催企画	(協賛金)
--	-------

(4) 決算額

(GKP 予算) ¥291,053 <内訳> じゅんかん育ち通信 33,891 じゅんかん育ちの PR 104,796 下水道展同時開催企画 150,034 振込手数料 2,332	(協賛金)
--	-------

(5) 当該年度の成果

- ① 全国各地の BISTRO 下水道の取り組みや販売情報について、Facebook ページ、Instagram に合わせて 25 件投稿し、1377 リーチ獲得
- ② じゅんかん育ちの PR
7 地域 13 品目のじゅんかん育ちを調達し、イベントにてじゅんかん育ちのメニューを提供。一次品だけでなく、じゅんかん育ちの加工品も 2 品目展開。
- ③ GKP 北海道、GKP 団体会員（株式会社クボタ）、北海道農政部、北海道立総合研究機構上川農業試験場、北海道北広島市、北広島市内飲食店、峯農産食品株式会社、東京大学より協力を賜り、BISTRO 下水道に取り組む全国の関係者延べ 193 名の交流の機会となった。下水道事業の関係者だけでなく農政、肥料メーカー、農業協同組合、農家、また一般の方の参加もあり、北海道における下水道、農政、研究、生産者、消費者のリアルな取り組みや知見、技術を当事者より発信していただくことで、下水道資源の農業利用に関する相互理解が深まった。
- ④ 国土交通省、日本下水道協会、日水コンと協議し「じゅんかん育ち」の商標登録を進めることで合意。弁理士事務所より商標登録を申請中。
参考資料 3 商標登録参照。
- ⑤ 下水道展併催企画について北広島新聞と日本農業新聞に記事掲載。

(6) 将来像に対する進捗状況(プロジェクト全体像の目標や将来像に対する現状の達成度)

令和 5 年上半期はコロナ感染症の 5 類感染症移行に伴い、ポスター展示、ランチミーティング、シンポジウムなどのリアルな交流の機会を設けることができ、GKP 会員を含む延べ 200 名近くの方に参加をいただきました。イベントでは下水道と農業に関わる事業者だけでなく消費者の方の参加もあって、充実した交流・意見交換の機会となりました(参考資料 2 下水道展 23 札幌 同時開催企画 アンケート結果まとめ 参照)。また、じゅんかん育ち通信の記事については期間中、1,077 リーチを獲得し多くの方に BISTRO 下水道の取り組みを知ってもらえたと感じています。

上期の活動を通して下水道資源の農業利用の取り組み推進には消費者の理解、下水道と農業の分野横断的な相互理解が不可欠だと感じました。また、それらを実現する手段として、食を通じた交流の機会(今季では BISTRO 下水道居酒屋やじゅんかん育ち弁当を食べながらのランチミーティング、等)を作ることが有効であると感じました。一方で、そうした機会をつくるためにじゅんかん育ちの食材を効率よく調達でき手段を考える必要がある。現在は BISTRO 下水道チームメンバー個人によって調達をフォローしている状況。

上記を踏まえ、引き続き、消費者や農林水産事業者を重点ターゲットとして、BISTRO 下水道の普及推進とじゅんかん育ちのブランド力向上に努め、下水道のプレゼンス向上に貢献したい。

(7) 課題と改善策

・プロジェクトの活動内容が、ボランティアの範囲を超えてきているため、新協議会、国土交通省、日本下水道協会等、関連団体との役割分担の整理が必要。適宜、打合せなどを行って継続できるように調整をしていきたい。

・活動メンバーの固定化と人材不足

・事務の負担が大きいため、規定の整備や提出書類の様式変更などを事務局に要請する。

(8) 総括

リアルなイベントを開催することで、関係者との交流深化が図れた一年だった。

下水道資源の農業利用への関心の高まりを背景に、これまでの取り組みで蓄積された人脈や情報をコンテンツ化して情報発信できたこと、じゅんかん育ちの食材調達ルートが確保できるようになったこと、また、「じゅんかん育ち」の商標登録申請が進んだことは下水道資源の農業利用の発展にとって大きな一歩であると感じている。

次年度以降はメディアを活用した情報発信と新たなモデルケースづくりに取り組み、BISTRO 下水道の更なる発展に努めたい。

(9) 自己採点

A

年度の目標を A: 十分達成できた B: 概ね達成できた C: あまり達成できなかった D: ほとんど達成できなかった

【添付資料】以下の資料データを添付してください。

- 活動写真
- 成果を表すデータ、アンケート調査結果など

令和 6 年度 GKP プロジェクト実施計画(案)

GKP プロジェクト ブリーフシートに記載したプロジェクト全体像を踏まえて、令和 6 年度の活動の位置づけなどが分かるように計画を記載してください。

プロジェクト名： BISTRO 下水道チーム

I 活動概要

下水道資源の農業利用の普及拡大に係る分野・組織横断的な広報活動

II 前年度の課題に対する対応・改善策

【課題】

下水道資源の農業利用に関する取り組みについての、農業分野や消費者の認知度が低い

【対策】

「じゅんかん育ち」のブランディングにより、農業分野や消費者への認知度向上を図る

1. 情報発信のためのコンテンツ整備
2. ターゲットに応じたメディアを活用した情報発信

III ターゲット

下水道業界の内外を問わず、とりわけ潜在的・顕在的に下水道資源の農業利用に関心のある個人・団体

IV 年度目標、成果物(具体的な数字目標などを含めて)

じゅんかん育ちのブランディング

- ① BISTRO 下水道に係る情報収集・取材
- ② コンテンツ作成
- ③ 情報発信

V 実施計画

日時	件名	活動内容
通年	じゅんかん育ち通信の配信	情報収集・取材、コンテンツ制作 メディアを活用した情報発信、商標の運用開始 セミナー・意見交換会・EC 販売
通年	じゅんかん育ちの調達支援	
R6.8	じゅんかん育ちブランディング	
R6.9	じゅんかん育ちブランディング	
R6.10～	じゅんかん育ちブランディング	

Ⅵ 予算

¥450,000

<内訳>

BISTRO 下水道に係る情報収集・取材のための経費

-旅費交通費 50 千円*国内 2 カ所

-旅費交通費 10 千円*都内 4 回

-取材・講師謝金 15 千円/人*4 名

コンテンツ制作

Canva 利用料 12 千円*一式

じゅんかん育ちサンプル購入費 30 千円

情報発信

Google アカウント 34 千円

広告宣伝費 156 千円

雑費・振込手数料

18 千円

令和4年度 GKPプロジェクト報告・ブリーフシート

プロジェクト名： キッチン・バス工業会連携

責任者氏名 中山 勲	実施体制（メンバー） 中山 川柳選考：堂菌委員長、新倉副委員長、栗原 亜アドバイザー、奥田委員
---------------	--

I プロジェクト全体像

（1）目的（なにを達成するか）

- ① 異分野が自由に交流するプラットフォームの特徴を活かして下水道の入口である台所やお風呂の業界との連携を促進し、互いの業界の理解を深め合い、その関係を維持する。
- ② GKPとキッチン・バス業界のネットワークを形成し、それを維持することにより、GKPにおける各種プロジェクトの実践の場や手法などを拡大する。
- ③ 上記の取組により、利用者に届きやすい広報を実施する。

（2）ターゲット

【連携の拡大という意味で】

キッチン・バス工業会および、同会の会員企業（正会員 25 社、賛助会員 59 社・団体）

【連携広報のターゲット】

下水道（台所、お風呂）の利用者

（3）実施期間

開始年度

平成 26 年度

～

終了予定年度

令和 5 年度

(4) 現状と将来像（成果物）

現状（なぜこのプロジェクトが必要か）

連携を始めた平成 26 年当時、下水道と密接なつながりがあるキッチン・バス業界の関係者でさえ、下水道に対する理解度は低かった。

キッチン・バス業界の広報は台所やお風呂製品の利便性や安全性などがメインで、使った水を流す先のことについてはほとんど触れられることが無かった。

また、下水道関係者だけで行う下水道広報にも、手法や訴求性などの面で限界があった。
暮らしの中で身近な存在である台所やお風呂の業界とのつながりをつくることにより、
利用者により届きやすい広報が行えると考えた。

将来像（具体的な成果物、定性的・定量的指数）

① 下水道業界とキッチン・バス業界の双方に通じる課題（例えば、デスポーザによる資源回収とその活用など）に対して、共に向き合い、課題の解決や実現に取り組んでいく。

② 下水道とキッチン・バス業界が連携して広報を行う。あるいは、キッチン・バス業界において、排出行為への責任や下水道に対する理解などを促す広報が展開される。

③ 上記により、下水道の理解が利用者に広がり、下水道の整備や維持、資源循環などに考慮した行動変容が生まれ、下水道事業が促進しやすくなる。

II 令和 5 年度達成状況

(1) 当該年度の目標

引き続きキッチン・バス業界との交流を深める。

台所お風呂の川柳大会を通じて「流す行為の見つめ直し」の促進を図る。

連携して広報を進める。

(2) 活動時期と内容

日時	件名	活動内容
4/20	連携会議	川柳大会および年間の PR に関する協議
7/10	連携会議	下水道展に代わる PR 活動について協議
11/2	川柳表彰	じゅんかん育ちの副賞への採用と PR
2/21	連携会議	年内の活動の総括

(3) 予算額

(GKP 予算) 110,000 円	(協賛金)
-----------------------	-------

(4) 決算額

(GKP 予算) 107,000 円 (内訳) ・川柳大会協賛金 100,000 円 ・川柳大会副賞代 7,000 円(うち振り込み手数料 660 円)	(協賛金)
--	-------

(5) 当該年度の成果

<p>連携相手のキッチン・バス工業界の行動変容として、利用者に対し、<u>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></p> <p>具体的には、キッチン・バス工業界がユーザーに情報提供している安全対策の呼びかけの中に、排水口から油を流した場合の下水道への影響について記載いただいた。(単なる台所製品の取扱い方に留まることなく、流す先への注意喚起がなされるようになった)</p> <p>下水道利用者の行動変容として目に見えるものはないが、台所お風呂の川柳への協賛を行うことにより、川柳愛好家を中心として「<u>流す先について考えてもらう時間づくり</u>」を促進した。</p> <p>GKP は「排水思源ー下水道賞」を表彰(表彰式: 11 月 2 日)、副賞として BISTRO の佐賀海苔を贈呈し、<u>下水道資源の循環を PR した。</u></p>
--

(6) 将来像に対する進捗状況(プロジェクト全体像の目標や将来像に対する現状の達成度)

<p>キッチン・バス工業会と共に、以下の活動を進めてきた。</p> <p>将来像①に関しては、下水道資源の循環の仕組みや BISTRO 下水道食材の生産現場などの視察会や勉強会を実施し、関係者との意見交換や交流を図った。</p> <p><主な視察・勉強会></p> <p>平成 27 年度: 佐賀市(肥料化、BISTRO アスパラ生産、海苔漁等)</p> <p>平成 28 年度: ディスポーザ勉強会</p> <p>平成 29 年度: 黒部市(下水道バイオマス利活用事業)</p> <p>平成 30 年度: 岩見沢市・滝川市・砂川市(BISTRO 米生産、直投型ディスポーザ)</p>
--

令和元年度：帯広市（直投式ディスポーザの取り組みおよび下水汚泥有効利用）
 令和２年度：ディスポーザ研究集会（21 世紀水倶楽部、ディスポーザ生ごみ処理システム協会、GKP の三者）
 将来像②に関しては、下水道展を舞台に連携広報を行った。

＜主な内容＞

平成 27 年度以降：台所の進化と下水道の関係を写真と模型で体感。キッチン・バス工業会のスタッフもボランティアで参加。

令和元年以降：台所お風呂の川柳に協賛。下水道展の会場にて特別募集を実施。川柳づくりを通して日ごろの下水道との関わり方や有難みなどを自分ゴト化。

キッチン・バス工業界では、令和 2 年から BISTRO のお米を川柳大会の副賞に採用。また、東京ガスなどの企業が独自イベントで BISTRO 食材を使うなど、下水道資源をアピールする場が拡大している。

将来像③に関しては、今後も持続的に行っていかなければならないテーマである。

ただ、上記した通り、キッチン・バス工業会とは約 10 年間の連携を経て、下水道の役割や抱える課題などについての理解が深まり、GKP から働きかけをせずとも下水道の効果や流す先への影響を喚起する発信をしていただけるようになるなど、明らかな成果が得られた。

こうした信頼関係の構築を踏まえ、双方ともに「今後も関係を維持する」ことを確認した上、令和 5 年度をもって本プロジェクトを終了することとした。

（７）課題と改善策

キッチン・バス工業会との関係を維持していくことが重要である。

（８）総括

情報の受け手が理解を深めると、行動（発信）を起こしてもらえるようになる。そのように下水道広報の仲間を増やすという意味でも、異分野との連携は重要である。

本プロジェクトでは台所お風呂業界を束ねるキッチン・バス工業界との関係を構築し、同業界から「流す先」を踏まえた発信がなされるようになるなど、一定の成果を得た。

今後は関係の維持に努めたい。

（９）自己採点

A

年度の目標を

A：十分達成できた B：概ね達成できた C：あまり達成できなかった
 D：ほとんど達成できなかった

【添付資料】以下の資料データを添付してください。

- 活動写真
- 成果を表すデータ、アンケート調査結果など

令和 5 年度 GKP プロジェクト実施計画(案)

GKP プロジェクト ブリーフシートに記載したプロジェクト全体像を踏まえて、令和 5 年度の活動の位置づけなどが分かるように計画を記載してください。

プロジェクト名： キッチン・バス工業会連携

I 活動概要

令和 5 年度をもって終了

II 前年度の課題に対する対応・改善策

III ターゲット

IV 年度目標、成果物(具体的な数字目標などを含めて)

V 実施計画

日時	件名	活動内容

VI 予算

令和 5 年度 GKP プロジェクト報告・ブリーフシート

プロジェクト名： GKP 広報大賞

責任者氏名

中山 勲

実施体制（メンバー）

企画運営委員会

I プロジェクト全体像

(1) 目的（なにを達成するか）

下水道広報の最前線に立つ人たちの取り組みや成果などを称え、広く知らしめることによって、下水道に関わる各団体・組織において広報の重要性が見直される機運を創出。担当した職員の活躍が組織内で認められ、チームにより多くの予算が計上されるようになるなど、広報の現場がイキイキと元気に活動できるようにしていく。

こうした担当者やチームが楽しく広報に取り組む様子やノウハウなどを伝えることにより、他団体の広報関係者にも刺激を与え、全国的に下水道広報の熱を高めていく。

また、互いの技術やノウハウを共有して高め合う場を創出することにより、全国の下水道広報の発信力や影響力を高め、下水道理解の促進を後押しする。

(2) ターゲット

下水道業界の内外を問わず、下水道の価値や魅力などを広めるために全国で下水道広報を行っている人や組織

(3) 実施期間

開始年度

平成 25 年

～

終了予定年度

GKP の基盤事業として継続的に実施

(4) 現状と将来像（成果物）

現状（なぜこのプロジェクトが必要か）

- ① 優良な広報の取組が、その後発展せず、埋もれてしまうことがある。(組織内でもノウハウが継承されない場合がある)
- ② 全国で様々な下水道広報が展開されているが、その中で優れた取組を表彰することにより、下水道広報に取り組むインセンティブを高めることが求められている。
- ③ 全国で展開されている下水道広報のノウハウの共有が図られていない。(優れた取組が埋もれている) 中小団体は特に人手・ノウハウ・資金不足等の問題が深刻で、効果的

な広報を安価に効率よく実施する手段を欲している。

将来像（具体的な成果物、定性的・定量的指数）

- ① GKP 広報大賞を、下水道関係者であれば誰もが知る存在に育て上げる。また本賞を通じ、下水道事業に関わるすべての人が広報担当者としての意識を持ち、楽しく広報を展開する土壌をつくる。
- ② 全国の下水道広報の事例集の役割を果たす。
- ③ 受賞した取組が積極的に全国展開されることにより、下水道の認知、理解を拓ける。
- ④ 結果、市民にとって下水道がより身近で愛される存在になる。

II 令和 5 年度達成状況

（１）当該年度の目標

- ① 過去にエントリーされた事例について、より検索・閲覧しやすいように整理し直す。
- ② GKP 広報大賞に 20 件エントリーしていただく
- ③ 受賞者セミナーを実施し、全国から 100 名に参加いただく（WEB 視聴含む）
- ④ GKP 広報大賞の今後のあり方を検討して、令和 6 年度よりその結論に従って移行する。

（２）活動時期と内容

日時	件名	活動内容
R5.4.10	GKP 企画運営委員会	GKP 広報大賞を GKP の基盤事業と位置づけ、今後の運営は企画運営委員全員で役割を分担し、取り組むことを確認
R5.5～6	過去応募事例の再整理	
R5.10	募集要項整理、開催告知	
R5.11.1	募集開始	
R5.12.22	審査委員会	12 月 1 日〆切
R6.3.15	受賞者セミナー	表彰式と受賞者によるセミナーを開催

（３）予算額

（GKP 予算）	（協賛金）
¥160,000	
＜内訳＞	
資料作成・郵送 ¥20,000	
賞状印刷・郵送 ¥40,000	
盾制作・郵送 ¥70,000	
審査会運営費 ¥30,000	

(4) 決算額

(GKP 予算)	(協賛金)
¥61,954	
<内訳>	
資料作成・郵送 ¥760	
賞状印刷・郵送 ¥14,850	
盾制作・郵送 ¥46,344	

(5) 当該年度の成果

- ① 目標 (20 件応募) の半分にあたる 10 件の応募だったが、賞を創設した平成 25 年度以降の延べ応募総数が 200 件の大台を超え、206 件となった。(広報事例集として厚みが出てきた)
- ② 審査会のライブ配信の同接視聴数平均約 50、同アーカイブ視聴数 160。受賞者セミナー同接視聴数平均約 30、同アーカイブ視聴数 25。
 ※アーカイブは編集し直して再アップしているため、視聴数が一度ゼロクリアされている。そのため、実際の視聴数は上記数字よりも多い。
- ③ 過去の応募事例を団体別に閲覧できるようにサイトのページを作成した。
 事例集の見やすさについては以前から要望があり、今回簡易ではあるが上記の整備を行ったことにより、エントリー団体から「参照しやすくなった」との評価を得た。
- ④ エントリー団体や受賞団体だけでなく、昨年初めて殿堂入りした堺市の取り組みについて発表していただく場を設けた。こうした取組により、注目プロジェクトの「その後」をフォローできるようになった。
- ⑤ 依然として広報大賞の認知度は低いが、一方で下水道広報に積極的な団体には浸透してきており、そうした団体の働きかけ等により、下水道界以外の団体からの応募が寄せられ始めている。今年度は愛知県刈谷市雁が音中学校にご応募いただいた。
- ⑥ 今回の受賞団体にアンケート調査を行った。同結果から、以下の反響があることが分かった。(一部抜粋)
- (グランプリ・岡崎市)
 下水道の啓発に合わせて岡崎市の知名度も上がった旨、市役所内で評価。
- (準グランプリ・長生村)
課内で高く評価。配信を観た方からふるさと納税 (マンホールマンの応援のため) がなされるなど、生活者への波及もあった。
- (同・株式会社アイ・ケー・エス)
WEB 視聴した社員やクリエイターから祝福。新聞記事を見た県外の方からの問い合わせがあり絵本を購入いただいた。読後の感想も届いた。

(行政広報賞・大阪府北部流域下水道事務所)

下水道室長より「この先進的な取り組みを都市整備部全体に広げて行きたい」と評価。
都市整備部の情報ひろばの投稿にも多くのコメントがあった。

(6) 将来像に対する進捗状況(プロジェクト全体像の目標や将来像に対する現状の達成度)

- ① 過去 10 回の開催で 1 度でもエントリーしたことがある団体は自治体 65、企業 18、その他団体・個人 26 であり、「下水道関係者であれば誰もが知る表彰制度に」という将来像と比べると、依然低い関心度である。
- ② 一方で、受賞した団体からは総じて「組織内での評価が高まった」「広報が一層やりやすくなった」などの声が届いており、関心度は低いながらも、GKP 広報大賞への期待や影響力は徐々に高まりつつある。
- ③ 事例集の役割を担うという点では、応募事例の積み上げが延べ 206 件となり、少しずつだが厚みを増している。
- ④ 「(5)当該年度の成果」にも記した通り、GKP による表彰を通して受賞団体の取り組みが一部生活者にも届くようになり、受賞団体と生活者の新たなコミュニケーションが生まれるなどの波及が見られる。また、そうした反響により、広報担当者のモチベーションが向上する等の効果がうかがえる。下水道を「愛される存在にする」という最終目標にはまだ道のりは長いが、GKP 広報大賞を今後さらに改善しながら継続することにより、目標に近づく 1 つの原動力になると捉えている。

(7) 課題と改善策

- ① GKP 広報大賞の運営を担う人手の不足がこれまでの課題の 1 つであった。広報大賞は今年度から基盤事業として位置づけ、企画運営委員全員で運営を担うこととした。初年度は、広報大賞の 1 年の流れを知ってもらうことに注力したが、令和 6 年度からは役割を明確に分担し、誰が抜けても運営を維持できる体制の構築に取り組みたい。
- ② 応募数が伸び悩んでいることの改善策に関しては、今回の応募団体にアンケートを取り、以下のような意見やアイデアが寄せられている。これらについて企画運営委員で対応を検討したい。
 - ・ 応募に対するインセンティブを設ける
 - ・ 国や都道府県を通して各市町村に募集を通知する
 - ・ 下水道展等のイベントにおいて、目につきやすいツールで広告する
 - ・ 新人賞を作り、受賞の枠を増やす
 - ・ 過去の受賞者の紹介動画や広報大賞の評価ポイントの紹介動画などを作る
 - ・ 団体間の企画・アイデア等の橋渡しの強化

(8) 総括

GKP 広報大賞の実施に当たっては、少しでも応募しやすく、適正な審査ができるように、応募団体や審査員の声を聞きながら、毎年のように応募要領や審査方法等を見直してきた。併せて、応募情報がより多くの人の目に触れるよう、業界紙の発表のタイミングなどにも気を配り、今年度は下水道事業促進全国大会の会場で配布される紙面に募集記事を掲載してもらうなどの対応を図った。それでも、応募数は 10 件と伸び悩んだ。一番の原因は、認知度が低いことで、メディア対策をさらに強化する必要がある。

広報事例集としては、団体別にこれまでの取り組みを参照できるようにサイトを整備し、「見やすくなった」との声をいただいている。ただ、一方では広報の手法やテーマ別に検索できるようにしてほしいなどの要望もあり、今後の課題となっている。

GKP 広報大賞に対しては、特に広報先進団体からの期待が大きくなっている。前記の通り、広報大賞の受賞が「仕事の成果」として組織内で評価されることや、市民から反響をいただくことなどが広報の現場を活気づけているためである。

こうした受賞による反響についても、広く周知していくことが、GKP 広報大賞の認知につながると考えている。

(9) 自己採点

B

年度の目標を

A：十分達成できた B：概ね達成できた C：あまり達成できなかった
D：ほとんど達成できなかった

【添付資料】以下の資料データを添付してください。

- 活動写真
- 成果を表すデータ、アンケート調査結果など

令和 6 年度 GKP プロジェクト実施計画(案)

GKP プロジェクト ブリーフシートに記載したプロジェクト全体像を踏まえて、令和 6 年度の活動の位置づけなどが分かるように計画を記載してください。

プロジェクト名： GKP 広報大賞

I 活動概要

- ① より多くの応募を集めるための募集方法等の改善を図る。
- ② 下水道広報の取組を全国から公募し、その内容を評価して優れた取組を表彰する。
- ③ 受賞した団体の協力を得て、同取組が成功した秘訣などを訊く受賞者セミナーを開催する。
- ④ 前年度に引き続き、殿堂入りした堺市のスキルを学ぶ場を設ける（前述セミナー、R6 募集開始に合わせたわいがやトークなど）
- ⑤ 過去の事例をより一層検索しやすく整備する。

II 前年度の課題に対する対応・改善策

- ① 担い手不足を解消するため、企画運営委員全体で運営に当たることとしたが、令和 5 年度は 1 年の流れを共有することに留まった。令和 6 年度は役割を明確に分担し、全員で運営に当たる。
- ② GKP 広報大賞の認知度を上げるため、引き続き丁寧にメディアへの働きかけを行っていく。また、企画運営委員の所属団体が持つネットワークを活用するなど、メディア以外の発信ツールの開拓も進める。
- ③ 受賞者セミナーやわいがやトーク等、受賞者の取組やノウハウ等を横展開する機会を作る。
- ④ 過去の事例をさらに参照・活用しやすくするための検討を行う。

III ターゲット

下水道業界の内外を問わず、下水道の価値や魅力などを広めるために全国で下水道広報を行っている人や組織

IV 年度目標、成果物(具体的な数字目標などを含めて)

- ① 過去にエントリーされた事例について、より検索・閲覧しやすいように整理し直す。
- ② GKP 広報大賞に 20 件エントリーしていただく
- ③ 受賞者セミナーを実施し、全国から 100 名の広報担当者に参加いただく
- ④ GKP 広報大賞の運営体制を整備し、持続可能なものとしていく
- ⑤ 受賞団体のアンケート結果を参考にし、より応募しやすい広報大賞へと改善を図る。

V 実施計画

日時	件名	活動内容
R5.6 ～ 適宜	GKP 広報大賞 実施方針検討会議	役割分担、問題点・改善点の整理、今後の方針などを議論
R5.11	募集開始	エントリーを募集（1 か月間）
R5.12	審査委員会	審査委員会の開催
R6.3	受賞者セミナー	受賞者によるセミナー開催

VI 予算

¥160,000	
＜内訳＞	
資料作成・郵送	¥20,000
賞状印刷・郵送	¥40,000
盾制作・郵送	¥70,000
審査会運営費	¥30,000

令和5年度 GKPプロジェクト報告・ブリーフシート

プロジェクト名： マンホールカード

責任者氏名

森田 弘昭

実施体制（メンバー）

三谷 吉文、村仲 英俊、那須 基、若狭
公一、杉澤 里美 ほか 22 名

I プロジェクト全体像

（1）目的（なにを達成するか）

マンホールカード（MC）を用いた下水道広報のさらなる進展を図るため、MCのメディア展開、広報、イベント協力などを実施するとともに、発行要領等の見直しについて検討を行う。全国の多くの市民に、マンホールを起点とした下水道事業の役割や重要性を理解していただくこと、これらをさらに地域活性化につなげていただくこと。

（2）ターゲット

マンホールカードの発行主体となる地方公共団体およびカードファン等の一般市民

（3）実施期間

開始年度

令和5年4月

～

終了予定年度

未定

（4）現状と将来像（成果物）

現状（なぜこのプロジェクトが必要か）

カード型パンフレットであるマンホールカードを入口とした下水道事業、農業・漁業集落排水事業、コミュニティ・プラント等の全体のPR効果の向上。加えて、カードとデザインマンホールを活用した地方活性化へつなぐ。

将来像（具体的な成果物、定性的・定量的指数）

マンホールカードの普及に伴って形成されている支援基盤（マスコミ、ファン層、他業界など）の拡大。今後、新たにMCのファンとなる人たち（世界中の）、MCの持つ魅力やインフルエンサー効果を使ったコラボ企画を提案する企業や団体などとの連携、およびデザインマンホールを活用した様々なメディアとのコラボレーションによるPR活動、地域活性化の向上。

II 令和5年度達成状況

（1）当該年度の目標

■ ロットナンバー付与ルールの見直し

マンホールカードの転売問題および配布場所での混乱を軽減するため、ロットナンバー付与のルールを見直し、ロットナンバー1の数量を増加させる取組みを行う。

■ マンホールカードプロジェクトの自立に向けた検討

（2）活動時期と内容

日時	件名	活動内容
第19弾・ 4月	・マンホールカードの発行	・ロットナンバー付与ルールの見直しのためのMH企画チーム内での検討
第20弾・ 8月	・ロットナンバー付与ルールの見直し	・プロジェクトの自立に向けたマンホールカードチーム全体での検討
第21弾 12月	・プロジェクトの自立に向けた検討	

（3）予算額

(GKP 予算) 170,000	(協賛金)
---------------------	-------

（4）決算額

(GKP 予算) 0	(協賛金)
---------------	-------

(5) 当該年度の成果

マンホールカードのロットナンバーの付与ルールを見直し、第 22 弾から試行的にロットナンバー 1 の発行を配布開始からおおむね 4 か月間続けることとした。
プロジェクトの自立のための検討を行い、新組織の立ち上げのための検討結果等を企画運営委員会、理事会に報告した。

(6) 将来像に対する進捗状況（プロジェクト全体像の目標や将来像に対する現状の達成度）

下水道事業の広報のみならず様々な水処理関連の事業による水環境保全の PR 活動を行い、マンホールを起点とした水環境、生活環境の改善にこれらが果たしている役割や重要性について、多くの市民の理解を得ると同時に、これらの地域への人の流れを創り出し、地域活性化へもつながっている。それをさらに加速するためのプロジェクトの自立も視野に入れ活動を展開している。

(7) 課題と改善策

入手が困難となるロットナンバー 1 のカードは、転売問題のほか配布場所における混雑などが発生することが懸念される。現在はロットナンバー 1 のカードの発行枚数の増加による試行的な取組みを実施することとしているが、さらなる改善策の検討が必要。
企業や団体、メディアとのコラボレーション企画に手が回っていない状況がある。

(8) 総括

目標としていたカードの転売問題や配布場所での混雑緩和問題への対応はおおむね達成できたが、目標としていた海企業・団体・様々なメディアとのコラボレーションには、まったく手つかずであった。今後はプロジェクトの自立とともにこれらの企画展開への対応が求められる。

(9) 自己採点

C

年度の目標を

A：十分達成できた B：概ね達成できた C：あまり達成できなかった
D：ほとんど達成できなかった

令和 6 年度 GKP プロジェクト実施計画(案)

プロジェクト名： マンホールカード

責任者氏名

森田 弘昭

実施体制（メンバー）

三谷 吉文、村仲 英俊、那須 基、若狭 公一、杉澤
里美 ほか 22 名

I 活動概要

新聞各紙、雑誌、TV 番組等への取材対応（MM 委員会）

第 22～24 弾の発行。プロジェクトの自立に向けた検討、実行（MC 制作チーム）

MC 制作の基本ルールの見直し、企業コラボなど新たな展開の企画・検討（MC 企画チーム）

II 前年度の課題に対する対応・改善策

カードの転売問題、配布場所の混雑などへの対策を図るため、発行要領に見直し等を検討し実行に移す。プロジェクトの自立に関しては、新組織（一般財団法人）を設立して、マンホールカードの発行及び権利関係の保全など運営、管理を実質的に取りまとめる役目を担っていただく。

III ターゲット

MC の普及に伴って形成されている支援基盤（マスコミ、ファン層、他業界など）

今後、新たに MC のファンとなる人たち（世界中の）、MC の持つ魅力やインフルエンس効果を使ったコラボ企画を提案する企業や団体など。

IV 年度目標、成果物(具体的な数字目標などを含めて)

■ MC の継続的な発行とマンホールふたを活用した広報の新たな展開

① MC とゲームメディアとのコラボ、② 企業とのコラボレーションによる MC 展示の拡大、③ MC を活用した下水道広報のあり方などを自治体に発信、④ 海外に発信するメディアとの連携、⑥ 関連グッズ開発などでの企業との連携（それらのグッズによる下水道の情報発信）。

V 実施計画

日時	件名	活動内容
	MC 活用の新たな展開	企業・団体・メディアとのコラボレーションの推進

VI 予算

0

令和 5 年度 GKP プロジェクト報告・ブリーフシート

プロジェクト名： 東京湾大感謝祭 2023 「東京 WONDER 下水道」

I プロジェクト全体像

(1) 目的（なにを達成するか）

東京湾の水質改善に無くてはならないのが下水道であることを来場者に訴求する。

(2) ターゲット

東京都、横浜市民を中心とした展示会見学者

(3) 実施期間

開始年度

2016 年

～

終了予定年度

東京湾大感謝祭が終了するまで

(4) 現状と将来像（成果物）

現状（なぜこのプロジェクトが必要か）

国土交通省をはじめとし、東京都、川崎市、横浜市など地方自治体 9 団体と下水道関連の民間企業 12 社とともに、下水道ブース「下水道（アンダー）って驚き（ワンダー）～東京 WONDER 下水道を展示。「東京湾再生のカギは下水道にあり 生活の中から東京湾を考えよう」と題して、生活者目線で、東京湾の現状や課題、水循環の中での下水道の役割や高度処理・合流改善の取組み、エネルギー源としての下水道のポテンシャルについて紹介し、東京湾と下水道の係わりを PR。

将来像（具体的な成果物、定性的・定量的指数）

「東京 WONDER 下水道」来場者：10/14 土）600 人、10/15 日）500 人計 1100 人（チラシ配布数）

メインステージでのショー 1 日 1 回のステージを 2 日間開催。

開催場所が横浜大さん橋ホールから横浜市役所のアトリウムに変更となった。ロケーションが赤レンガ倉庫前と比べると劣るため最寄り駅からの動線上に看板等の設置を事務局に申し入れる。

II 令和 5 年度達成状況

(1) 当該年度の目標

来場者数の目標を 2 日間で 1000 人とした。

(2) 活動時期と内容

日時	件名	活動内容
2023.6～	協賛企業の募集	協賛企業の募集を開始、案内状等の作成
2023.9.5	第 1 回実行委員会	展示基本方針等検討
2023.9.15	第 2 回実行委員会	展示詳細
2023.10.5	第 3 回実行委員会	運営
2023.10.14	会期	10/14、15 会期
2023.11.25	第 4 回実行委員会	総括

(3) 予算額

(GKP 予算)	(協賛金)
GKP 予算 300,000 円	GKP 団体会員 2,650,000 円
	@30 万×8 社
	@25 万×1 社

(4) 決算額

(GKP 予算)	(協賛金)

(5) 当該年度の成果

来場者：東京湾大感謝祭 2023；6,572 人／東京 WONDER 下水道；1,100 人
2 日間の開催で 1,100 人の来場があった。当初の目標を横浜大さん橋ホールでの開催とい
うこともあり、1,000 人としたが、目標の倍以上の方に足を運んでもらった。
来場者も環境に関心の高い方が多かったようで、熱心に説明を聞いている姿が目につい
た。

(6) 将来像に対する進捗状況（プロジェクト全体像の目標や将来像に対する現状の達成度）

目標を来場者 1,000 人としたが、もう少し高くしてもよかった。また、今回メインス
テージで下水道 PR ができ、沢山のお客様に見ていただいた。次回は演出に一工夫加
え、更に良いステージに取り組んでいくため、実行委員会編成後早急に取り組んでい
く。

(7) 課題と改善策

展示物が各社、団体からの持ち込みのため、パネルデザイン等がバラバラであった。
来場者目線で見れば、統一感があつた方が見やすいので、次回はパネル制作も検討した
い。(手作り感がありよいという意見もあり)

(8) 総括

新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から 2 年間中止となり 3 年ぶりのリアル開催と
なり、直接生活者とコミュニケーションが取れたことに、参加した説明員も楽しく参加で
きた。また、官民一体となり、下水道の PR ができたことも有意義であった。

(9) 自己採点

A	年度の目標を
	A：十分達成できた B：概ね達成できた C：あまり達成できなかった D：ほとんど達成できなかった

【添付資料】以下の資料データを添付してください。

- 活動写真
- 成果を表すデータ、アンケート調査結果など

令和 6 年度 GKP プロジェクト実施計画(案)

GKP プロジェクト ブリーフシートに記載したプロジェクト全体像を踏まえて、令和 6 年度の活動の位置づけなどが分かるように計画を記載してください。

プロジェクト名： 東京湾大感謝祭 「東京 WONDER 下水道」

I 活動概要

私たちの暮らしと東京湾再生の要となる下水道の役割や重要性について、東京湾大感謝祭の来場者に訴求し理解を促す。特に、東京湾再生 9 都県市と協賛企業との官民一体となった取り組み事例として業界内への PR 活動と位置づける。

II 前年度の課題に対する対応・改善策

パネルデザイン等の統一感など来場者目線での対応については、実行委員会にて具体的な対応を検討する。

III ターゲット

市民、都民を中心に 9 都県に在住する市民
(2024 年度の開催地は横浜市役所アトリウム)

IV 年度目標、成果物(具体的な数字目標などを含めて)

来場者数目標：1,200 人

V 実施計画

日時	件名	活動内容
2024. 5	協賛金募集	告知チラシ等制作
2024. 6～	実行委員会	3～4 回の実行委員会を開催

VI 予算

GKP 予算：150,000 円、協賛金：2,650,000 円

令和 5 年度 GKP プロジェクト報告・ブリーフシート

プロジェクト名：マンホールサミット

I プロジェクト全体像

(1) 目的（なにを達成するか）

マンホール蓋と言う市民に身近な下水道資器材を活用した展示、トーク、各種イベントで来場者に楽しんで頂き、下水道機能や役割の理解を促す。

(2) ターゲット

・地域の一般市民
・全国のマンホール蓋愛好家
※NHK 大河ドラマ一部のファン、地域ユーチューバーの東海オンエアファンも対象。

(3) 実施期間

開始年度
2014 年

～

終了年度
継続プロジェクト

(4) 現状と将来像（成果物）

現状（なぜこのプロジェクトが必要か）

下水道広報領域における「マンホール蓋」はトレンド、ブームになっており、マンホールサミットは近年 1 万人を超える集客を記録するようになっていきます。

また、マンホールサミットのテーマとなる資機材はあくまでマンホール蓋ではありますが、マンホール蓋からつながる下水道の世界の認知を促し、より下水道への関心を高めるイベントや展示等にも力を入れています。

本プロジェクトを GKP が自治体と共催の形で主体的、継続的に取り組み更に発展させていくことで GKP 本来の活動目的である下水道認知の向上に貢献できると考えます。

将来像（具体的な成果物、定性的・定量的指数）

＜期待される成果や今後の可能性＞

・マンホールサミットにより全国の様々な自治体が地域住民に下水道の重要性を認識してもらえる機会の創出

・マンホールサミットへの来場者の増加、関わり方等の拡大（当日来れなくても別の手法でサミットの様子を知れるなど。）

・協力企業や協賛企業の拡大によるイベントとしての発展

・規模の大きなイベントの成功実績（GKP という団体実績としてのメリット）

※一方プロジェクト運営にかかるリソースの大きさ、自治体負担の予算の大規模化には課題があり、身の丈、限られたリソースの中での現実的な開催を行う必要性も高まっている状態。

II 令和 5 年度達成状況

(1) 当該年度の目標

<ul style="list-style-type: none">・ 来場者数 8000 人・ 過去最大規模の岡崎市役所周辺の街を活用したイベントの成功・ 国交省、下水道協会、GKP、自治体の関係することによる相乗効果の発揮

(2) 活動時期と内容

日時	件名	活動内容
10 月 21 ～22 日	マンホールサミット in 岡 崎	第 11 回マンホールサミット in 岡崎の当日

(3) 予算額

(GKP 予算) 31.5 万円	(協賛金) 55 万円 (グラウンドマンホール工業会会員 社を中心に 11 社)
---------------------	--

(4) 決算額

(GKP 予算) 31.5 万円	(協賛金) 55 万円 (グラウンドマンホール工業会会員 社を中心に 11 社)
---------------------	--

(5) 当該年度の成果

<ul style="list-style-type: none">・ 目標来場者の 8,000 人に対して 14,000 人の来場実績を記録。・ 国、自治体、協会、団体の連携した企画の成功・ 過去最大規模のマンホールサミット開催実績となった。
--

(6) 将来像に対する進捗状況（プロジェクト全体像の目標や将来像に対する現状の達成度）

・岡崎サミットでは「マンホール蓋」だけでなく、「下水道」全体の理解を深めるようなイベントが多数行われた。（重機体験や、工事の VR 体験、トイレの展示等）

(7) 課題と改善策

・開催規模が大きくなりすぎている点、また自治体主催のイベントとしては予算規模も大きくなりすぎている点に注意が必要。

他の開催都市が公募に手を上げづらい（尻込みしてしまう）状況が発生していると想定され、低予算でも十分に開催が可能であることを理解してもらう必要もあるのでは、問検討中。

・マンホールサミットプロジェクトの運営にかかる人的リソースの大きさ

(8) 総括

公募段階から岡崎市の熱量は大変大きく、イベント成功に向けての協力体制も上下水道局を総動員したものであり、自治体が主体的に取り組んでいただいたことで成功することができたと思います。

一方、サミットの開催結果やそこで生まれた効果をどのように可視化、または GKP として活用していくかは今後の課題にもなってくると思います。

(9) 自己採点

B

年度の目標を

A：十分達成できた B：概ね達成できた C：あまり達成できなかった

D：ほとんど達成できなかった

【添付資料】以下の資料データを添付してください。

- 活動写真
- 成果を表すデータ、アンケート調査結果など

令和 6 年度 GKP プロジェクト実施計画(案)

GKP プロジェクト ブリーフシートに記載したプロジェクト全体像を踏まえて、令和 6 年度の活動の位置づけなどが分かるように計画を記載してください。

プロジェクト名： マンホールサミット

I 活動概要

マンホール蓋と言う市民に身近な下水道資器材を活用した展示、トーク、各種イベントで来場者を楽しんで頂き、下水道機能や役割の理解を促す。

II 前年度の課題に対する対応・改善策

・「マンホールサミット自体の規模が大きくなりすぎており、高額な予算でなくても開催できる身の丈にあったサミットの実現事例を示したい」との課題がありました。

第 12 回マンホールサミット in 富山では開催規模自体は駅構内～駅前大通りを中心としたダイナミックな会場設定ではあるものの、テーマやイベントも絞り込んだ近年では比較的規模の縮小したマンホールサミットになると想定しています。

III ターゲット

- ・地域の一般市民
 - ・全国のマンホール蓋愛好家
- ※今年度テーマである未来の下水道を担う子供世代

IV 年度目標、成果物(具体的な数字目標などを含めて)

来場者数の定量目標は設定中

V 実施計画

日時	件名	活動内容
10 月 19 日 (土)	第 12 回マンホールサミット in 富山	イベント当日

VI 予算

30 万円

令和 5 年度 GKP プロジェクト報告・ブリーフシート

プロジェクト名： エコプロ 2023

I プロジェクト全体像

(1) 目的（なにを達成するか）

国内最大級の環境展示会で、一般市民や小中学生が環境教育の場としてクラス単位で見学に訪れる。その来場者に向けて生活に欠かすことのできない上下水道の役割を水循環をとおして訴求する。

(2) ターゲット

エコプロの来場者約 7 万人のうち、約 3 万人が小学生や中学生であることから、小学 4 年を中心に環境教育で訪れた小・中・高校生と一般生活者を対象とする。

(3) 実施期間

開始年度

2012 年

～

終了予定年度

未定（エコプロが開催されている間）

(4) 現状と将来像（成果物）

現状（なぜこのプロジェクトが必要か）

エコプロの来場者約 7 万人のうち、約 3 万人が小学生・中学生で、エコプロを環境教育の場と位置付けている。その環境教育の場とするエコプロで生活に欠かすことのできない水インフラを小中学生に教育できる場として理想の展示会である。

- ・ 来場者に楽しく学べる場として体験型（実験、観察）ブースで環境教育が行える。
- ・ ブース来場者も 4 千名を超えており、一定の訴求効果がでている。

将来像（具体的な成果物、定性的・定量的指数）

エコプロは国内最大級の環境展示会として、学校単位で環境学習として訪れている。うち約3万人が小中学生を中心とした学生である。その学生に対して上下水道の役割や水循環を学べる場として位置付けることができています。また、毎年継続出展することにより、先生方もエコプロで上下水道の役割が学べることを後任の先生に引き継いでいける。逆に、来場者が多く一人ひとりに丁寧な説明ができないこともあるので、展示方法や説明の仕方を今後は考えていく必要がある。

今後、財源の確保が厳しくなる中、協賛金募集の方法や出展方法などを検討する必要がある。

II 令和5年度達成状況

（1）当該年度の目標

来場者目標4千名
SDGsを意識した展示方法の検討

（2）活動時期と内容

日時	件名	活動内容
2023.10 2023.10～ 2023.12 2023.12.6 ～8	制作会社選定 実行委員会開催 (4回開催) 会期	昨年度のデータを有効活用するため随契を検討

（3）予算額

(GKP 予算)		(協賛金)	
GKP 予算	700,000	日本下水道協会	1,000,000
		21世紀の下水道を考える	1,000,000
		GK 団体会員協賛金	6,300,000

（4）決算額

(GKP 予算)	(協賛金)	(協賛金)
700,000	8,000,000	
<内訳>		
小間代 (9 小間)	3,267,000 円	その他雑費 550
エコスタディノート	220,000 円	
ブース設営運営費	5,400,000 円	
説明員昼食代	100,000 円	

(5) 当該年度の成果

- ・エコプロ来場者数：66,826 人
- ・「水をめぐる大冒険」ブース来場者：3,900 人
- ・アンケート回収数：3,611 人

アンケート結果：展示は分かりやすかったとの設問に「大変わかりやすかった」「わかりやすかった」が 8 割以上あり、特に水源涵養林や水処理など実験や観察などのコーナーが人気があると同時に、見学者の理解度も高かった。

(6) 将来像に対する進捗状況（プロジェクト全体像の目標や将来像に対する現状の達成度）

プロジェクト遂行にあたり、当初掲げたブース来場者 4,000 人に対しては数字的には未達であるが、数字以上の達成感があった。ブースの規模（9 小間）からして、時間帯によっては、ブースに入りきれないほどの来場があり、展示の仕方等、さらなる工夫が必要であると感じた。また、展示は実験や観察など体験型を随所にとりいれた展示をおこなったので、見学者の関心度が高く展示品質は高かったと言える。

(7) 課題と改善策

進捗状況でも触れたが、会期中の時間帯によっては、ブースに入りきれないほど見学者が集まった。説明の仕方を変えるなど、工夫が必要である。

時代背景もあるが、協賛金の募集が予定額になかなか集まらない。協賛金募集の方法や金額について十分な検討が必要である。

(8) 総括

展示企画を実行委員会形式として進めたことは大変効率よくものごとを決めることができて効率が良かった。また、会期中の説明ボランティアも直接生活者とコミュニケーションが取れて、各自の仕事に対する意識が高まった。昨年の課題でもあったが、協賛金募集の仕方や募集額についても早い段階から検討する必要性があると思う。

(9) 自己採点

B

年度の目標を

A：十分達成できた B：概ね達成できた C：あまり達成できなかった
D：ほとんど達成できなかった

【添付資料】以下の資料データを添付してください。

■来場者数

総来場者数 **66,826** 人

水をめぐる大冒険ブ ース来場者	総来場者数	水をめぐる大冒険ブ ース来場者数	備 考
3,900			

人（記念品配布人

数） 天気

12 月6 日（水）	晴れ	23,476 人	1,400 人
12 月7 日（木）	晴れ	23,878 人	1,300 人
12 月6 日（金）	晴れ	19,512 人	1,200 人
合 計		66,826 人	3,900 人

■写真



水循環を説明する若手下水道マン



かん養林の実験を熱心に見学



飲み水を作る手順を紹介



汚れた水をきれいにする微生物を観察

令和 6 年度 GKP プロジェクト実施計画(案)

GKP プロジェクト ブリーフシートに記載したプロジェクト全体像を踏まえて、令和 6 年度の活動の位置づけなどが分かるように計画を記載してください。

プロジェクト名： エコプロ 2024

I 活動概要

国内最大級の環境展示会で、小中学生が環境教育としてクラス単位で多数来場される。その小中学生を中心に一般市民に上下水道の役割を伝える。

II 前年度の課題に対する対応・改善策

- ・ 時間帯による集中見学をどう対応するか、早期に実行委員会を結成して検討する。
- ・ 協賛金の募集方法や内容についても早期検討する。

III ターゲット

エコプロの来場者のうち、約 3 万人が小学生・中学生であることから、小学 4 年・5 年生を中心に中・高校生をメインターゲットにする。

IV 年度目標、成果物(具体的な数字目標などを含めて)

ブース来場目標を 4 千人とする。
協賛団体の呼びかけ 10 団体から 11 団体に

V 実施計画

日時	件名	活動内容
2024. 4	企画案、協賛金募集	実行委員会コアメンバーにて協賛金募集について検討
2024. 6	実行委員会招集	企画案検討開始
2024. 9	実行委員会スタート	実行委員会展示検討

VI 予算

【提出期限】 令和 6 年 2 月 15 日(月)

GKP 予算 500,00

令和5年度 GKP プロジェクト報告・ブリーフシート

プロジェクト名：下水道展 23 札幌 パブリックゾーン

I プロジェクト全体像

(1) 目的（なにを達成するか）

下水道展パブリックゾーンの一般来場者に対して下水道事業を分かりやすく紹介するための企画協力

(2) ターゲット

小学高学年を中心に一般来場者

(3) 実施期間

開始年度

2013 年

～

終了予定年度

2023 年

(4) 現状と将来像（成果物）

現状（なぜこのプロジェクトが必要か）

下水道展開催地の自治体とともに一般来場者向けの展示を楽しくためになるブースづくりを企画。また、下水道展は夏休み期間中の開催のため、夏休みの自由研究の題材として学校に提出てくる場としてパブリックゾーンを考える。

- ・自由研究ノートの制作
- ・ステージ演目の企画（自由研究発表）

将来像（具体的な成果物、定性的・定量的指数）

下水道を市民生活に無くてはならないものであることを実感してもらえる場として、展示方法等の改善を図っていく。

来場者数は約 2,000 名と当初目標としていた人数を上廻っているが、下水協の展示企画室とパブックゾーンの在り方について再検討を行っていく。

Ⅱ 令和 5 年度達成状況

(1) 当該年度の目標

パブリックゾーン来場者・・・2,000 名

(2) 活動時期と内容

日時	件名	活動内容
2022.9.9	第 1 回全体会合	札幌市と演出概略について情報共有
2023.2.6	第 2 回全体会合	自治体展示内容の報告とステージ内容の確認
2023.6.23	第 3 回全体会議	GKP 北海道と準備役割について調整

(3) 予算額

(GKP 予算) 110,000 円	(協賛金)
-----------------------	-------

(4) 決算額

(GKP 予算) 50,000 円(みらい研究発表制作料補助 5 校)	(協賛金)
--	-------

(5) 当該年度の成果

GKP 北海道とともに「下水道アカデミアキャンプ」(ステージ)を担当。4 日間で約 11,000 名が来場

(6) 将来像に対する進捗状況(プロジェクト全体像の目標や将来像に対する現状の達成度)

下水協から下水道展におけるパブリックゾーンの見直しについて報告があり、東京開催については中止。地方開催については、主催地自治体の判断で設置するか否か決定することになった。

(7) 課題と改善策

(8) 総括

下水道展札幌のパブリックは札幌市からの要請により 2 年前から企画準備に入った。札幌市、GKP 北海道の積極的な取り組みによりパブリックゾーンは札幌市が全体を企画運営、GKP はステージコーナーを企画担当することになった。
会期中はステージイベントも予定とおり行い、来場者数も目標をクリアーしているので目標は達成したと考える。

(9) 自己採点

B

年度の目標を

A : 十分達成できた B : 概ね達成できた C : あまり達成できなかった
D : ほとんど達成できなかった

【添付資料】以下の資料データを添付してください。

- 活動写真
- 成果を表すデータ、アンケート調査結果など

令和 6 年度 GKP プロジェクト実施計画(案)

GKP プロジェクト ブリーフシートに記載したプロジェクト全体像を踏まえて、令和 6 年度の活動の位置づけなどが分かるように計画を記載してください。

プロジェクト名：下水道展 2024 東京 パブリックゾーン

I 活動概要

下水道展での一般来場者向けパブリックゾーンの企画を開催地の自治体、下水協の企画サポートと、会期中の運営サポートを行う。

II 前年度の課題に対する対応・改善策

III ターゲット

小学高学年生を中心に一般市民

IV 年度目標、成果物(具体的な数字目標などを含めて)

来場者数 2000 名を目標とする

V 実施計画

日時	件名	活動内容

VI 予算

110,000 円

令和 5 年度 GKP プロジェクト報告・ブリーフシート

プロジェクト名： 早慶レガッタ

I プロジェクト全体像

(1) 目的（なにを達成するか）

隅田川の再生に下水道整備が深く関わっており、本イベントを支えることを通じて、観客に下水道の価値をひろく伝えていく。

(2) ターゲット

- ・早慶レガッタ視聴者（一般市民）
- ・早慶レガッタ関係者（学生・OB など）

(3) 実施期間

開始年度
平成 29 年度

～

終了予定年度
令和 6 年度

(4) 現状と将来像（成果物）

現状（なぜこのプロジェクトが必要か）

下水道が市民の生活、例年行事に深く関わっていることを、簡潔に説明できるイベントであるため。

将来像（具体的な成果物、定性的・定量的指数）

- ・下水道と早慶レガッタの関係を、早慶レガッタの観客や関係者に理解してもらい、浸透させる。
- ・動画再生回数：20,000 回

Ⅱ 令和 5 年度達成状況

(1) 当該年度の目標

・動画配信:15,000 回の再生回数

(2) 活動時期と内容

日時	件名	活動内容
4 月 16 日(日)	早慶レガッタ	・早慶レガッタのレースの様子のライブ配信。 ・レースの合間での、下水道動画、協賛企業動画の配信

(3) 予算額

(GKP 予算) 13 万円	(協賛金) 250 万円
-------------------	-----------------

(4) 決算額

(GKP 予算) 13 万円	(協賛金) 250 万円
-------------------	-----------------

(5) 当該年度の成果

動画視聴数：約 22,000 回（配信後 4 日間）（ユニーク視聴者数：約 11,000 人）
《参考》令和 4 年度（2022 年実績値） 動画視聴数：約 14,800 回（配信後 1 週間）（ユニーク視聴者数：約 6,800 人）

(6) 将来像に対する進捗状況(プロジェクト全体像の目標や将来像に対する現状の達成度)

・ 定量的数値目標：動画再生回数(ユニーク視聴者数)の増加

5年後の目標：20,000 再生回数(令和 5 年(2023 年)実績値：22,000 回、達成率 110%)

令和 10 年の目標としていた、再生回数：20,000 回を、令和 5 年度に達成。

令和 4 年から、把握できているユニーク視聴者数の数も参考に、今後、GKP プロジェクトとしての実施の是非を判断する。

(7) 課題と改善策

課題：協賛企業数の減少

改善策：過去、協賛頂いた会社への再度の呼びかけ

早慶レガッタ側が求める金額の交渉(協賛金総額の減額)

《過去の協賛企業数の推移》

・ 2016 年：1 社、・ 2017 年：6 社、・ 2018 年：5 社、・ 2019 年：6 社、

・ 2020 年：コロナで中止、・ 2021 年：5 社、・ 2022 年：4 社、・ 2023 年：3 社

(2017 年より、GKP 会員企業に積極的な呼びかけを開始)

(8) 総括

協賛企業の減少により、早慶レガッタ事務局が求める金額に対して、企業側の負担が大きい。将来的に協賛企業が撤退する可能性があるため、GKP プロジェクトとして実施が困難になる。令和 6 年度の動画再生数やユニーク視聴者数などの訴求効果を評価し、GKP プロジェクトの実施の是非を検討したいと考えています。

(9) 自己採点

B

令和 5 年度の目標を

A：十分達成できた B：概ね達成できた C：あまり達成できなかった

D：ほとんど達成できなかった

令和 6 年度 GKP プロジェクト実施計画(案)

GKP プロジェクト ブリーフシートに記載したプロジェクト全体像を踏まえて、令和 6 年度の活動の位置づけなどが分かるように計画を記載してください。

プロジェクト名： 早慶レガッタ

Ⅰ 活動概要

- ・公式プログラムへの下水道と早慶レガッタのコラムを掲載
- ・LIVE 配信中に、下水道と協賛企業の動画の配信

Ⅱ 前年度の課題に対する対応・改善策

- ① GKP 会員企業へ積極的な呼びかけをし、（特に過去に協賛いただいた会社へ）協賛企業の増加を目指す。
- ② 早慶レガッタ事務局と交渉し、協賛金総額の減額の交渉をする。
- ③ 動画再生回数の増加を目指す。

Ⅲ ターゲット

- ・早慶レガッタ視聴者（一般市民）
- ・早慶レガッタ関係者（学生・OB など）

Ⅳ 年度目標、成果物（具体的な数字目標などを含めて）

- ・動画配信:25,000 回視聴（配信後 1 週間）

Ⅴ 実施計画

日時	件名	活動内容
R6. 1	早慶レガッタ事務局と打合せ	本年度の協賛特典などをうちあわせ
R6. 2	協賛企業募集	GKP 会員企業に協賛のお願い
R6. 3	コラム締め切り	プログラム用の下水道・レガッタコラムの締切
R6. 4	本番	

Ⅵ 予算

GKP 予算

¥130,000

<内訳>

公式プログラムへの掲載費 ¥130,000

協賛金

¥1,500,000

- ・月島 Gr : 1 口
- ・明電舎 : 1 口
- ・メタウォーター : 4 口

令和 5 年度 GKP プロジェクト報告・ブリーフシート

プロジェクト名： コミュニケーション研究会

I プロジェクト全体像

(1) 目的（なにを達成するか）

◆メンバー拡大：情報や課題共有を通して団体会員の連携強化と団体会員としてのメリットを促進

◆BtoC 広報の学び：異業種を中心に BtoC 広報を学ぶことで、下水道ユーザーとの協働のあり方を学ぶ

(2) ターゲット

GKP 団体会員広報 PR 関係者および個人会員

(3) 実施期間

開始年度

2015 年 12 月

～

終了予定年度

なし

(4) 現状と将来像（成果物）

現状（なぜこのプロジェクトが必要か）

各企業や団体では、さまざまな手法により下水道広報や企業 PR を行っているが、横のつながりがほとんど無い状況にある。各企業が培ってきた経験や広報手法について、意見交換できる土壌をつくる。

将来像（具体的な成果物、定性的・定量的指数）
 コミュ研主催で意見交換できる場の提供を行い、GKP 会員間がコミュニケーションを行い、広報の広がりレベルアップを図っていく。

- ・リアルな意見交換の場の提供
- ・広報やPR 手法に関するセミナーの開催
- ・SNS、展示会、新たなコミュニケーションづくりの手法検討など

上記を行うことにより、中小企業で広報部門を持たない組織の広報・PR のレベルアップを行う。

II 令和5年度達成状況

(1) 当該年度の目標

- ・広報セミナーの開催（年1回）
- ・コミュ研メンバーによる意見交換会の開催（年2回）

(2) 活動時期と内容

日時	件名	活動内容
2023.12 ～ 2024.3.15	エコプロ SDGs セミナー GKP 広報大賞受賞者セミナー	水曜日のカンパネラと下水協岡久理事長の対談 開催 受賞者セミナー開催

(3) 予算額

(GKP 予算)		(協賛金)
	70,000 円	
<内訳>		
広報フォーラム	30,000 円	
コアメンバ会議	30,000 円	
その他	10,000 円	

(4) 決算額 (GKP 予算)	(協賛金)
70,000 円	
エコプロ講演料 30,000 円	

(5) 当該年度の成果

エコプロ 2023 で SDGs セミナーを支援

広報大賞受賞者セミナーの開催

(6) 将来像に対する進捗状況 (プロジェクト全体像の目標や将来像に対する現状の達成度)

・今回初となるエコプロ SDGs セミナーで一般市民を対象として下水道の役割について対談形式のセミナーを開催。聴講者約 100 名に発信しました。元水曜日のカンパネラ、ボーカリストのコムアイさんと岡久理事長との対談で難しい言葉を使わずわかりやすい内容となりました。

・GKP 広報大賞受賞者セミナーを開催

今回 2 回目の開催となる受賞者セミナーは YouTube 配信を行った。聴講者約 50 名と広報関係者の視聴が多かったように感じた

(7) 課題と改善策

YouTube 配信など、広報テクニックの取得や下水道関係以外とのコラボなど業界を超えて情報収集できる体制づくり

(8) 総括

今年度はメイン企画となるコミュ研メンバー会議と広報セミナーが開催できなかった。特に広報セミナーは聴講者が多い企画なので、ニーズをあったセミナーを今後も続けていくため、早急に企画に入りたい。

(9) 自己採点

B

年度の目標を

A : 十分達成できた B ; 概ね達成できた C : あまり達成できなかった
D : ほとんど達成できなかった

【添付資料】以下の資料データを添付してください。

- 活動写真
- 成果を表すデータ、アンケート調査結果など

令和 6 年度 GKP プロジェクト実施計画(案)

GKP プロジェクト ブリーフシートに記載したプロジェクト全体像を踏まえて、令和 6 年度の活動の位置づけなどが分かるように計画を記載してください。

プロジェクト名： コミュニケーション研究会

I 活動概要

GKP 団体会員を中心に、下水道のプレゼンス向上のため、PR 手法等の研究と会員間の情報交換を行い、広報のレベルアップを図る。

II 前年度の課題に対する対応・改善策

コアメンバーによる情報交流が開催できなかった。情報や課題共有を通して団体会員の連携強化に繋げるべく令和 6 年はメンバーを中心に団体会員の連携強化に力を入れていく。
また、昨年行ったエコプロ SDGs セミナーについても継続イベントとしたい。

III ターゲット

GKP 団体会員の広報 PR 関係者

IV 年度目標、成果物(具体的な数字目標などを含めて)

GKP 団体会員との意見交換の場提供、広報フォーラム開催 (1 回)

V 実施計画

日時	件名	活動内容
5 月、12 月	コアメンバー会議	広報の課題・情報共有、広報フォーラムテーマなど討議 下水道展東京にて団体会員企業訪問 (約 40 社) (団体会員とコミュ研、運営委員との交流)
8 月	下水道展で団体会員挨拶	
2 月～3 月	広報フォーラム	

VI 予算

70,000 円

令和 5 年度 GKP プロジェクト報告・ブリーフシート

プロジェクト名： 下水道展'23 札幌 (GKP 北海道)

I プロジェクト全体像

(1) 目的 (なにを達成するか)

一般の方々に下水道について理解と関心を持っていただくために、札幌で開催の「下水道展' 23 札幌」の企画、運営に参画する形で実施する。

(2) ターゲット

一般市民

(3) 実施期間

開始年度

2023 年度

～

終了予定年度

2023 年度

(4) 現状と将来像 (成果物)

現状 (なぜこのプロジェクトが必要か)

札幌で開催の「下水道展' 23 札幌」は、全国の一般市民に下水道の効能や札幌市はじめ道内各都市の下水道事業の状況、さらには下水道を取り巻く魅力を知ってもらい、下水道の大切さを肌で感じてもらうために実施するものであり、GKP 北海道がその企画や運営にかかわることで、その実効性を高める。

将来像 (具体的な成果物、定性的・定量的指数)

一般市民に下水道の大切さを理解してもらい今後の下水道の発展につなげる。

- ・下水道の大切さ、大変さの理解 → 応分な下水道料金への理解＝下水道経営の安定化
- ・下水道界を担う人材リクルートの活性化

II 令和5年度達成状況

(1) 当該年度の目標

来場者 20,000 名（札幌では初のため、他の地域での実績 20,000～50,000 人）

(2) 活動時期と内容

日時	件名	活動内容
全体会議 2022.10/12 2023.1/20 2023.3/30 2023.6/1 イベント 2023. 8/1～8/4	下水道展'23 札幌	<ul style="list-style-type: none"> ・オール北海道下水道アカデミアの企画、調達 ・パブリックゾーン（GKP ブース、ステージ企画）との調整、イベント実施時の運営支援 ・ステージ企画の調整 ・ビストロ居酒屋の企画、交渉 企画：ステージイベント、マンホール版画、弾性波試験実機操作、マンホールカード総選挙、全国マンホールカード展示、じゅんかん育ち展示、道内下水道遺産パネル展示、下水道クイズ

(3) 予算額

(GKP 予算) 120,000 円 (内訳) じゅんかん育ち野菜 30,000 円 グッズ購入 30,000 円 弾性波検査機材運搬費 30,000 円 その他雑費 30,000 円	(協賛金) なし
--	-------------

(4) 決算額

(GKP 予算) 157,420 円 (内訳) 農家提供お米 20,000 円 同上農家あて謝礼 10,000 円 グッズ購入費(1)マンホールハッジ 59,000 円 グッズ購入費(2)マンホールコースター 68,200 円 振込料 220	(協賛金) なし
--	-------------

(5) 当該年度の成果

- ・「下水道展'23 札幌」来場者数：30,450 人（4 日間）
- ・マンホールカード総選挙：3,354 票
- ・ビストロ下水道（アンケート、景品 じゅんかん育ちのお米）：200 名
- ・じゅんかん育ち居酒屋（北〇：きたまる）：17 組 125 名

(6) 将来像に対する進捗状況（プロジェクト全体像の目標や将来像に対する現状の達成度）

- ・来場者に対して、下水道に関する知識、大切さをお伝えすることができた

(7) 課題と改善策

- ・継続的な活動には、GKP 北海道の幹事の継承・引継ぎ、GKP 北海道会員の積極的な参加（インセンティブが必要かもしれない）が重要
- ・一過性のイベントであり景品目当ての参加者もいらっしゃることから、自然と下水道の大切さや必要性について学べるコンテンツを考えていきたい

(8) 総括

- ・3 万人を超える来場者であり大盛況であった
- ・札幌市の企画（all 北海道）に提案、支援、必要な資材の調達を的確に実施できた
- ・BISTRO 居酒屋を実現することができた

(9) 自己採点

A

年度の目標を

A：十分達成できた B：概ね達成できた C：あまり達成できなかった
D：ほとんど達成できなかった

【添付資料】以下の資料データを添付してください。

- 活動写真
- 成果を表すデータ、アンケート調査結果など

令和 6 年度 GKP プロジェクト実施計画(案)

GKP プロジェクト ブリーフシートに記載したプロジェクト全体像を踏まえて、令和 6 年度の活動の位置づけなどが分かるように計画を記載してください。

プロジェクト名： (札幌市) 下水道事業パネル展 2024 (チカホイベント)

I 活動概要

9/10 の「下水道の日」にちなみ、普段意識されることの少ない下水道の役割や重要性を知っていただくため、札幌市が下水道イベントを主催する。本イベントの企画・運営支援を行う。
(会場：札幌市の中心部にある札幌駅前通地下歩行空間「チ・カ・ホ」)

II 前年度の課題に対する対応・改善策

じゅんかん育ち野菜の配布について、過年度では単に野菜が欲しい来場者にも配布していたことから、今回は配布者には自然と下水道に関心を持っていただくような企画としたい

III ターゲット

一般市民 (道民、札幌市民)

IV 年度目標、成果物(具体的な数字目標などを含めて)

来場者 1,500 名

V 実施計画

日時	件名	活動内容
5 月～9 月	・ 事前打ち合わせ ・ 準備	・ 札幌市との協議・GKP コアメンバでの打ち合わせ ・ 資材の調達・作成
9/28-29	・ 下水道事業パネル展 (チカホイベント)	・ 資材搬入、イベント実施時の運営支援

VI 予算

150,000 円 (じゅんかん育ち野菜 30,000 円、グッズ購入 60,000 円、
弾性波検査機材運搬費 30,000 円、その他雑費 30,000 円)

令和5年度 GKPプロジェクト報告・ブリーフシート

プロジェクト名：GKP 関西

I プロジェクト全体像

(1) 目的（なにを達成するか）

地方版のGKPとして、下水道広報を活性化していくことを目的とし、関西地方における下水道広報に関わる様々な関係者（地方公共団体、コンサルタント、水プラントメーカー、報道機関など）が連携したプラットフォームを構築する

(2) ターゲット

関西地方の市民、企業

(3) 実施期間

開始年度

令和4年度

～

終了予定年度

未設定

(4) 現状と将来像（成果物）

現状（なぜこのプロジェクトが必要か）

- ・自治体は、個々に下水道の広報活動、情報発信を行っているが、下水道業界が連携して取組を進めることで、さらに認知度、理解度を高めたい
- ・全国的な活動を行うGKPの地方組織として、関西における活動を担う
- ・GKP関西として組織体は設けず、GKP未来会関西の参加メンバーを中心に当面活動を取り組む

将来像（具体的な成果物、定性的・定量的指数）

- ・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、市民への下水道の認知、理解度を高める

Ⅱ 令和 5 年度達成状況

(1) 当該年度の目標

活動目的、具体的な活動内容の企画立案を行い、具体的な活動を実施する

(2) 活動時期と内容

日時	件名	活動内容
R5.8.22	下水道夏祭り開催	未来会関西に参加する 8 団体による、子供向けの下水道実験やクイズなどを行うブースを設け、楽しみながら下水道を学ぶことができるイベントを開催

(3) 予算額

(GKP 予算) 0 円	(協賛金) 0 円
-----------------	--------------

(4) 決算額

(GKP 予算) 0 円	(協賛金) 0 円
-----------------	--------------

(5) 当該年度の成果

8月に広報イベントを開催(199名の児童が参加)し、アンケートでは、ほぼ全員が今回のイベントを通して、下水道を知るきっかけとなった、同じようなイベントがあればまた参加したいとの結果となるなど、年度当初の目標を達成した。

(6) 将来像に対する進捗状況(プロジェクト全体像の目標や将来像に対する現状の達成度)

令和4年度より引き続き企画運営委員会に神戸市・堺市がオブザーバー参加しており、活動への自治体としての関わり方など引き続き、議論、検討を行う。

(7) 課題と改善策

事前の周知期間を設けることにより、令和4年度より来場者数は上回ったものの想定を下回ったため、今年度は休日の開催など関係者との調整を図る。

(8) 総括

・2年目の活動として一定の結果を出し、当初の目標を達成できた
・自治体の実施している広報活動との連携など、次年度以降の活用について検討をしたい

(9) 自己採点

B

年度の目標を

A: 十分達成できた B: 概ね達成できた C: あまり達成できなかった
D: ほとんど達成できなかった

【添付資料】以下の資料データを添付してください。

- 活動写真
- 成果を表すデータ、アンケート調査結果など

令和 6 年度 GKP プロジェクト実施計画(案)

GKP プロジェクト ブリーフシートに記載したプロジェクト全体像を踏まえて、令和 6 年度の活動の位置づけなどが分かるように計画を記載してください。

プロジェクト名：G K P 関西

I 活動概要

- 地方展開における関西地方のあり方検討
 - ・ 関西未来会を通じた活動の実施と課題等の整理
- GKP 関西の活動内容の検討
 - ・ 活動目的、具体的な活動内容の企画立案、実施

II 前年度の課題に対する対応・改善策

- ・ 事前の周知期間を設けることにより、令和 4 年度より来場者数は上回ったものの来場者は想定を下回ったため、今年度は休日の開催など関係者との調整を図る。
- ・ 令和 4 年度より引き続き企画運営委員会に神戸市・堺市がオブザーバー参加しており、活動への自治体としての関わりについて検討を行う。

III ターゲット

- ・ 関西地方の市民、企業

IV 年度目標、成果物(具体的な数字目標などを含めて)

- ・ 関西地方における下水道広報の展開（広報イベントを少なくとも年 1 回開催）

V 実施計画

日時	件名	活動内容
8 月※ 随時	GKP 関西夏祭り あり方検討	子供向けの広報イベントを大阪市下水道科学館で開催 活動目的、具体的な活動内容の企画立案

VI 予算

なし（自治体、企業と連携し、費用が発生しない範囲で実施）

令和5年度 GKP プロジェクト報告・ブリーフシート

GKP チーム九州

I プロジェクト全体像

(1) 目的（なにを達成するか）

GKP チーム九州は、九州地域における下水道の広報活動に係る交流・連携の母体として、下水道の真の価値を広く伝えることにより、活力ある地域づくりに貢献し、地域に笑顔と元気をもたらすことを目的とする。

(2) ターゲット

九州地域の下水道業界のみならず、広く国民を対象とする。

(3) 実施期間

開始年度
令和元年

～

終了予定年度
終了予定なし

(4) 現状と将来像（成果物）

平成30年7月に北九州市において、下水道展2018北九州が開催され、これを契機に九州地域において下水道広報活動の推進母体設立の機運が高まり、令和元年に九州地域でのGKP活動を主体的に実施するGKPチーム九州が設立された。令和2年度から新型コロナウイルス感染拡大のため、総会や施設見学会、講演会などの活動休止を余儀なくされたが、令和3年度から福岡市や北九州市などの下水道部局と連携して下水道の広報活動を再開した。令和5年度は、総会などを鹿児島市において開催し、前年度と同様に北九州市の下水道部局と共同で下水道の広報活動を実施。更に、下水道展2023札幌において、GKP北海道と連携し、パネル展示やステージイベントを開催した。また、GKP会員の若手会員の知識向上と会員相互の交流を図るために福岡市で下水道施設の見学会を行った。

今後は、地方自治体と連携した広報活動を実施するとともに若手会員の参加を促すイベントなどを推進し、下水道の真の価値を広く伝えていきたい。

II 令和5年度達成状況

(1) 当該年度の目標

<p>新型コロナの収束に伴い、総会をはじめ地方自治体との広報活動の積極的に取り組み、GKP チーム九州の活動をコロナ渦以前に戻していく。</p> <p>具体的には、前年に引き続き地方公共団体と連携し広報活動を実施する。更に下水道展2023 札幌での広報活動を実施する。</p>
--

(2) 活動時期と内容

日時	件名	活動内容
R5.5.25	施設見学会 講演会 総会 意見交換会	鹿児島市でデザインマンホールを視察 鹿児島工業高等専門学校山内教授による講演 事業報告、計画などを審議 九州地方下水道協会の意見交換会に参加
R5.8.1～4	下水道展 2023 札幌における広報活動	GKP チーム九州のパネル展示、GKP 北海道と連携したマンホールカード人気投票、ステージでの下水道クイズを実施
R5.11.11	北九州市エコライフステージでの広報活動	北九州市上下水道局と連携し、パネル展示、マンホールカード人気投票、下水道クイズを実施
R5.12.7	福岡市で施設見学会	福岡市道路下水道局協力のもと雨水貯留施設の見学会を実施

(3) 予算額

(GKP 予算)	(協賛金)
<p>¥232,388</p> <p>〈内訳〉</p> <p>総会・講演会・見学会費 ¥60,000</p> <p>広報イベント開催費 ¥80,000</p> <p>パネル製作費 ¥80,000</p> <p>雑費 ¥12,388</p>	なし

(4) 決算額

(GKP 決算)	(協賛金)
¥232,388	
〈内訳〉	
総会・講演会費	¥ 53,220
広報イベント開催費	¥ 3,210
パネル製作費	¥72,689
繰越金	¥103,269

(5) 当該年度の成果

今年度は、総会や講演会などを鹿児島市において、4 年ぶりにリアルで開催した。意見交換会は、九州地方下水道協会が民間企業については、GKP 会員だけが参加可能とのことで、GKP 活動に一定の評価を頂いた。下水道展 2023 札幌では、GKP 北海道の協力のもと、パネル展示やステージイベントなどを初めて実施した。北九州市エコライフステージでは、昨年の反省を踏まえ、会場を水環境館を追加し、広報活動を実施した。更に、若手会員に向けて福岡市で雨水貯留施設の見学会を開催し、会員の交流も深めた。

全体として昨年度を上回る広報活動を実施するとともに、関係自治体や会員からの高い評価を得た。

(6) 将来像に対する進捗状況（プロジェクト全体像の目標や将来像に対する現状の達成度）

コロナ禍が明けて、今年度は計画を上回る事業を実施できた。

今後は、この実績をベースに、継続的に活動を行い、活動を九州全域に広げていきたい。

(7) 課題と改善策

GKP チーム九州は令和元年に設立し、来年 6 年目を迎える。広報活動については、設立時を上回る実績を残すことが出来るようになったが、会員や役員は設立当初とほぼ横ばいである。今後は、役員や会員について若手の勧誘を進め、世代交代を実現し、持続可能な活動団体になるように取り組んでいきたい。

(8) 総括

GKP チーム九州は、九州地方下水道協会から、下水道の広報活動をボランティアベースで積極的に行っている団体、地方公共団体間の意見交換会に参加の声を頂くなど評価して頂いている。また、福岡市や北九州市など広報活動を連携し行った団体からも高い評価を頂いた。また、今年度初めて実施した施設見学会では、参加者から再開催の意見が出るなどの評価を頂いた。
このような、評価を定着させ、GKP チーム九州の活動をさらに発展していきたい。

(9) 自己採点

A

年度の目標を

A : 十分達成できた B ; 概ね達成できた C : あまり達成できなかった
D : ほとんど達成できなかった

【添付資料】 以下の資料データを添付してください。

- 活動写真
- 成果を表すデータ、アンケート調査結果など

令和 6 年度 GKP プロジェクト実施計画(案)

GKP プロジェクト ブリーフシートに記載したプロジェクト全体像を踏まえて、令和 6 年度の活動の位置づけなどが分かるように計画を記載してください。

GKP チーム九州

I 活動概要

- ① 九州地域内で下水道広報活動を実施する
- ② 会員相互の交流活動を実施する

II 前年度の課題に対する対応・改善策

会員や役員の増加が課題であり、昨年、企業の若手社員から評価を得た、施設見学会を上半期に開催し GKP 活動に参加しやすい環境をつくる。

福岡市や北九州市での広報活動については、上下水道部局と協議を進め GKP チーム九州の活動が広がるように努める。

下水道展 2024 東京についても、チーム九州としてどのような活動が出来るが、関係団体などと協議を進める。

III ターゲット

九州地域の下水道業界のみならず、広く国民を対象とする。

IV 年度目標、成果物(具体的な数字目標などを含めて)

総会・施設見学会の開催と、多くの会員の参加

広報イベントでは昨年以上の集客

下水道事業研修会（旧施設見学会）での昨年以上の参加者

下水道展 2024 東京での広報活動

V 実施計画

日時	件名	活動内容
R6. 5. 30	総会・講演会・見学会	長崎市でリアルでの開催
	意見交換会	九州地方下水道協会の意見交換会に参加
R6, 7	下水道事業研修会	若手会員を対象とした研修会

【提出期限】 令和 6 年 2 月 15 日(月)

R6. 7	下水道展 2024 東京	広報活動を検討
R6. 8	福岡市下水道フェア	福岡市道路下水道局と連携して広報活動を実施
R6. 11	北九州市エコライフステージ	北九州市上下水道局と連携して広報活動を実施

Ⅵ 予算

¥193,269		
〈内訳〉		
総会・講演会費	¥100,000	
広報活動費	¥ 90,000	
雑費	¥ 3,269	