

令和7年度 GKP 広報大賞 エントリーシート

団体名	団体区分 (混成の場合は複数□) ■行政 □民間 □学校・NPO・個人等
長生村	
取組名	下水道から始めるシティプロモーション ~小さい自治体の小さな取り組みの大きな進化~
責任者 (実際に広報に取り組んだチームの代表者)	<p>氏 名 : マンホールマン (野口 佳孝) 所 属 : 長生村役場 下水環境課 電 話 : 0475-32-2494 E-mail : cho-gesui@vill.chosei.lg.jp</p>
担当チームの構成 (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) 企画・実施 : 村職員 (下水環境課下水道係 3名) ※職員1名増!	
取組のポイント (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)	<p>○子育て支援が充実していることをアピールするため、デザインマンホールを使い「子育て×下水道」と交わることのない他業種を通じて、長生村を広く広報した。</p> <p>○観光資源の少ない長生村において、いつのことデザインマンホールを観光資源化してしまおう!という発想から「下水道から始めるシティプロモーション」の開始。</p> <p>○長生村最大のイベント「ながいきフェスタ」で2年連続出展し、実物の「マンホール蓋を開けてみよう!」企画のほか、「千葉県推しマンホール選手権」企画の開催を実施し、多くの来場者に楽しんでもらいながら、下水道広報を体験してもらった。</p> <p>○全国町村下水道推進大会・研究大会に講演者としてマンホールマン鮮烈デビュー。</p>
アピールポイント	<p>○2年連続GKP 広報大賞を受賞したこと、職場全体で下水道を盛り上げていく協力体制が整いつつある。</p> <p>○観光資源が少ない長生村では、村外からも来訪してくれる人気のマンホールカードを観光資源にしてしまおうという発想の転換から、長生村の広報戦略として「下水道から始めるシティプロモーション」を開始。第1弾では、「子育て×下水道」という他業種との連携を実践し、話題性で新聞社の取材を受け、「子育て」だけではなく、下水道を推進していることも併せて発信していくよう相乗効果が出るよう工夫した。</p> <p>○全国の下水道担当職員に対して、村の取り組みを惜しげもなく発表していくスタイルで情報を発信。全国町村下水道推進大会・研究大会での講演者デビュー。また、新聞社へ広報事例の寄稿や日本下水道協会の接続接続事例の寄稿等を経験。下水道の一つのアイコンとして、マンホールマンの挑戦は続く。</p>
要したコスト	<p>【総額】 1,165,170 円</p> <p>(内訳) ①赤ちゃん太陽くんデザインマンホール : 224,070 円、②設置工事費用 : 214,500 円、③マンホールカード (12,000 枚) : 297,000 円、④マンホールカードのぼり旗 (1 本) : 6,600 円、⑤マンホールラバー製コースター (1,000 枚) : 418,000 円、⑥展示用雑費一式 : 5,000 円</p>

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）

実を結びつつある職員の意識付け！

昨年度から実施している「長生村職員総出で、マンホールカードを何枚集められるのか？」企画は、現在も継続しており、今では旅行に行く職員が取得していない場所を自らが調べ、マンホールカードが勝手に増えしていく構図が整いつつあり、長生村職員内では継続した下水道広報が実現しつつある。

「下水道から始めるシティプロモーション」の第1弾「子育て×下水道」！

長生村初のマンホールカードが2年足らずで10,000枚以上を配布したこと、この変わらぬ人気に併せ、GKP広報大賞の中で2年連続受賞した実績から、第2弾となるデザインマンホールの制作に取り掛かった。ただ単にマンホールを作るだけではなく、何か目的を関連づけたいと思い、長生村は「子育て」施策に力を入れているものの、発信手段（HP、広報紙）に限界があり、良い策が無いか担当課が模索していたことを聞いた。そこで、マンホールを利用したアピール方法「子育て×下水道」を提案し、これが採用され、長生村の「下水道から始めるシティプロモーション」が始動した。鶴と亀のマンホールカードと同時期に生まれた長生村のイメージキャラクター「赤ちゃん太陽くん」をデザインしたマンホールを製作し、こちらもマンホールカード化することで、カード収集家や愛好家が長生村に来庁してくれることと、SNSを中心に発信してくれることで、全国に広く周知できる結果となった。第2弾の展開も進行しており、観光資源に乏しい長生村の「観光×下水道」等からなる企画を模索中。



赤ちゃん太陽くんマンホール

ながいきフェスタに今年も出展！展示・企画内容もパワーアップ！

今年も長生村最大のイベント「ながいきフェスタ」に出展。マンホール蓋の展示やグッズ販売の他、前回大人気を博した「マンホールを開けてみよう」も実施。前回は子どもの参加が多かったものの、一般的なマンホールでは重すぎて持ち上がらないことを踏まえ、小型のマンホール蓋も設置し、多くの参加者で賑わった。また、「千葉県内推しマンホールカード選手権」も同時に開催し、子ども含め多くの方が参加してくれた。



子どもでも持ち上がるよう



「シール貼っていませんか？」の声に

小型マンホールも設置

多くの方が参加してくれました。

下水道広報の新しい可能性を生み出すパイオニア！

長生村では、従来ある下水道広報の堅苦しさよりも、住民が下水道を身近に感じてもらいつつ、楽しみながら知ってもらうことをメインに広報活動を実践してきた。その取り組みを全国の自治体職員に広く伝えるべく、可能な限り、どんな広報媒体にも参加し、下水道広報の一つのアイコンとして活動してきた。

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）

○前年度、334枚（令和6年11月末）のマンホールカードを取得した。今年度も継続して実施しており、

653枚（全体の56.6%）（令和7年11月末現在）を取得した。

○「赤ちゃん太陽くん」マンホールカードは、配布開始から4ヶ月で4,000枚以上を配布した。これは第1弾の鶴と亀のマンホールカードを上回る人気となっている。

○今年度も村最大のイベント「ながいきフェスタ」に出展し、多くの来場者が足を止めてくれるように展示を心がけ、参加型企画には大人子ども関係なく参加できるものを催した。「マンホール蓋を開けてみよう」には昨年を上回る188名、「千葉県内推しマンホールカード選手権」には326名が参加してくれた。

○全国町村下水道推進大会の会場が高知県で行われたことで、その講演を視聴してくれた担当者から、直々に高知大学、高知県・高知市が主催する「第8回 下水道シンポジウム」において講演依頼があり、日本全国へ長生村の名前を着実に売り出している。