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☑）
熊本市上下水道局	■行政 □民間 □学校･NPO・個人等

取組名　市長が伝える下水道管の老朽化対策
～地下７ｍの現場をＳＮＳで公開～

責任者（実際に広報に取り組んだチームの代表者）

氏　名：米野　武男
所　属：熊本市上下水道局　計画整備部　下水道整備課
電　話：096-381-6103
E-mail：gesuidouseibi@city.kumamoto.lg.jp

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）

チーム名：熊本市上下水道局　合同プロジェクトチーム（市職員：企画・構成・演出・撮影・編集）

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）

・日本下水道協会会長でもある大西市長自ら、下水道老朽化対策工事（耐震化）の下水道管路内を視察する状況を市長公式Ｘ及び報道に取り上げてもらうことで下水道老朽化対策工事（耐震化）の重要性を市民にアピール、それにより下水道に関心がない人たちに興味を持たせるキッカケとする
・合同プロジェクトチームが、ＳＮＳを利用してどうすればバズらせることが出来るのかを念頭に企画・構成・演出・撮影・編集まで考え動画を制作
・制作した動画をＳＮＳで配信することで子供たちや若い世代にも下水道の重要性をアピール

アピールポイント

・日本下水道協会会長でもある大西市長に普段見ることのできない下水道老朽化対策工事（耐震化）がおこなわれている深夜の下水道管の中に入ってもらい、その視察状況を報道に取り上げてもらうことで下水道について市民に興味を持ってもらう
・視察の状況を職員が撮影、視聴者が飽きないような演出についてアイデアを出し合い、動画を１分にまとめ編集
・企画・構成・演出・撮影・編集を職員がおこなったことで、なんと費用０円で動画を制作
・制作した動画を公益社団法人　日本下水道協会に提供をおこない「下水道事業促進大会」で上映してもらうことで下水道老朽化対策工事（耐震化）の重要性をアピール
・この動画を熊本市公式ＳＮＳ　及び
公益社団法人　日本下水道協会公式ＳＮＳで配信
※公開後、約２週間で目標としていた視聴回数１５００回を突破

※熊本市公式ＹｏｕＴｕｂｅ　ＱＲコード

要したコスト

職員が企画・構成・演出・撮影・編集をおこなったことにより費用０円

ウラ面に続きます

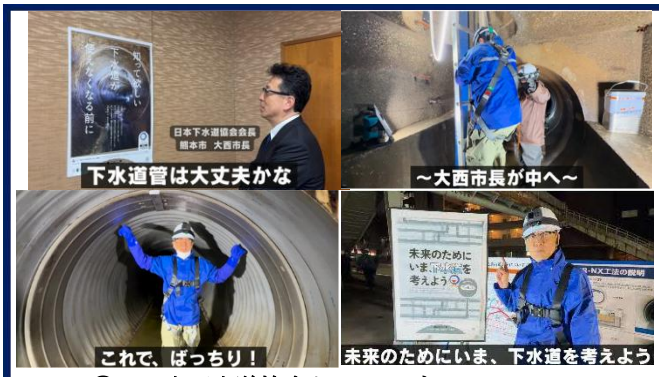
取組の概要（適宜、写真や図等を挿入して下さい。複数年度にわたる取組の場合は、その旨記載して下さい）

■概要■

実現することが滅多にない日本下水道協会会長（熊本市長）の視察状況を撮影しＳＮＳ利用して配信することで、下水道について市民に広くアピールできるチャンスではないかと考え、早急に合同プロジェクトチームを編成し発足させ、企画・構成・演出・撮影・編集の役割分担や演出方法を決定し動画制作に取り組んだことにより制作費用を０円で完成させることに成功、その動画を熊本市公式ＳＮＳ 及び 公益社団法人 日本下水道協会公式ＳＮＳで配信。

また視察があることを報道にアピールしたことにより、地元テレビ局４社・新聞３社にも取り上げられ、ＳＮＳを利用していない市民にも下水道の重要性を周知することができ、市長公式Ｘにも取り上げられた。このプロジェクトにより下水道老朽化対策工事（耐震化）の重要性を動画の制作が０円という金額で最大限の費用対効果を持って市民に広く周知することができた。

■動画制作にあたっての工夫■



① 日本下水道協会とのコラボ
・日本下水道協会のポスターを使うことで、老朽化対策（耐震化）をアピール

② 市長本人による深夜の下水道耐震化視察
・市長自ら下水道管の中へなどテロップを使い、臨場感を演出

③ 市長出演部分を利用した SNS による発信（YouTube）
・耐震化の必要性を子供たちや若い世代にアピール

④ 予算０円を実現
・動画の構成・編集・広報等をすべて職員のみで行い、費用は一切なし
・ストーリー性を重視し、市長執務室等を使用し、大西市長目線での動画を作成

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）

・熊本市公式ＳＮＳ及び公益社団法人 日本下水道協会公式ＳＮＳで動画を公開後、約２週間で目標としていた視聴回数１５００回を突破

・市長公式Ｘ（フォロワー１７．４万人）で取上げられ、２．７万回閲覧（１２月５日時点）

・視察の状況を報道（地元テレビ局４社・新聞３社）に取り上げられ、ＳＮＳを利用していない市民にも下水道の重要性を広くアピール

・１１月６日に開催された「下水道事業促進全国大会」で上映してもらうことで下水道老朽化（耐震化）対策の重要性をアピール