

## 令和7年度 GKP 広報大賞 エントリーシート

<b>団体名</b> 吹田市	<b>団体区分（混成の場合は複数☑）</b> <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> 下水道の裏側、覗いてみませんか？ ～Instagram で発信中～	
<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：長谷川 竜平 所 属：下水道部水再生室 電 話：06-6369-1606 E-mail：gesuishi@city.suita.osaka.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） 企画・運用：市職員（水再生室職員3名）	
<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） <input type="checkbox"/> 下水道に特化した吹田市下水道部公式 Instagram の立上げ（令和6年度より） <input type="checkbox"/> 下水道に関するイベントのお知らせや普段見ることの出来ない下水道に関する写真や動画を投稿 <input type="checkbox"/> 令和6年度より月平均5～6件の継続的な投稿 <input type="checkbox"/> フォロワー数及び再生数を伸ばすにあたり、市職員のみで試行錯誤しながら取り組んでいる。	
<b>アピールポイント</b> <input type="checkbox"/> 普段見ることの出来ない下水道管の中や下水処理場の施設の内部について、動画を通して直接見てもらうことにより、下水道の現状、役割、必要性を認識してもらえた。 <input type="checkbox"/> また、Instagram のリールの特性である拡散効果により、下水道に関心が低い方も含めて、非常に多くの方の目に触れる機会をもたらすことが出来た。 <input type="checkbox"/> ショート動画を配信することで、下水道の認知度が低い若年層にも情報を届けることが出来た。 <input type="checkbox"/> Instagram の運用は市職員が行っており、導入コストをかけず、オンタイムな情報発信が出来た。 <input type="checkbox"/> 動画の企画・出演・撮影・編集を全て技術職が行っているため、現場の裏事情や滅多に入れない場所など、より魅力的な下水道に関する情報発信が出来ている。	
<b>要したコスト</b> 【総額】0円（撮影・編集はもともとあった機材を利用したため）	

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）

### ○経過

吹田市では、令和4年度に大阪学院大学と大学連携の中で、「SNS の活用による若年層に向けた広報活動」としてTikTok、Instagram、YouTube でショート動画の配信を行う SNS を活用した情報発信を行った。その経験を踏まえ、令和6 年度から下水道部公式 Instagram を立上げてイベントのお知らせや普段見られない下水道の写真や動画の投稿を行っている。令和7年度も継続的な投稿を行っており、最近では沈砂池を紹介する動画が 500 万回再生、反応槽を紹介する動画が 100 万回再生を超え、このバズる動画をきっかけに、一定の再生回数を得られるようになった。また、再生回数の増加に伴いフォロワーも増加し今では 3000 人を超えている。



### ○Instagram を選定した理由

動画だけでなく、イベントのお知らせをするための写真、文字での情報発信が可能。また、下水道の認知度が低い若年層にユーザーが多く、情報を広く発信できるオープン型でリールによる拡散性がある Instagram を選定した。

### ○投稿状況

令和6 年度から投稿行い、現在 102 回の投稿【投稿素材 写真 59 動画 43】



下水道の日  
パネル展の  
お知らせ



沈砂池を紹介するショート動画  
560 万再生

### ○取組体制

運用や動画の企画・出演・撮影・編集を全て市職員で行っており、下水道部内の3部署で投稿ネタ出しを行い、月平均5～6件の継続的な投稿。動画制作の経験値があがり、現在1本3～4時間で制作。

### 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）

令和6 年度ではフォロワーが 300 人、再生回数も良くて2～3千回程度の状況で、フォロワー数、再生回数を伸ばす難しさを痛感し、メンタル的にも難しい中、フォロワー1000 人、再生回数1 万回突破を目標に試行錯誤しながら継続。令和7年度、人事異動によって動画の製作体制も変わったこともあり、カメラマンが出演者に話しかける制作スタイル変更した結果、徐々に動画が伸び始め、8 月末に投稿した動画が投稿4 日後100 万回再生を突破。これをきっかけにフォロワーも一気に1000 人突破し、目標が達成された。

現在は、フォロワーが 3000 人を超え、動画を投稿すれば1 万回は超えるようなアカウントに成長し、広く情報発信が可能な状況。下水道に特化した SNS では全国的に見ても、あまり見られない事例。

### ○主な動画の再生回数（総再生回数 約880 万回）

- ・沈砂池の蓋を開けると 568 万回
- ・反応槽の蓋を開けると 179 万回
- ・反応槽の池の中 61 万回
- ・反応槽の浮力は？ 9 万回
- ・下水道管に落ちているものは？ 6 万回
- ・これが集砂装置の水圧だ！ 6 万回
- ・噂の下水の水 5 万回
- ・開かずの場所に潜入 4 万回

### ○フォロワー数 3,718 人

※データは令和7 年12 月4 日時点のもの