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☑）
高槻市　都市創造部　下水河川企画課	■行政 □民間 □学校･NPO・個人等

取組名

イベント連動型マンホール広告事業

～「三方よし」で下水道広報の新たな可能性を切り開く～

責任者（実際に広報に取り組んだチームの代表者）

氏　名：和田　卓也

所　属：都市創造部下水河川企画課

電　話：072-674-7432

E-mail：gesuikik-82@city.takatsuki.osaka.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）

企画・運営・営業　　：高槻市職員（都市創造部　下水河川企画課６名）

協　力（イベント運営）：広告主企業８者、高槻阪急スクエア

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）

○マンホール広告の市場ニーズ等を把握するためサウンディングを１０者に実施。

○マンホール広告と広告主参加型のイベントを連動させ、パッケージで販売。

○マンホール広告と広告主企業の知名度向上を目的に商業施設で「マンホールふた広告お披露目会」を開催。

○広告主企業の採用課題の解決に繋がる「合格祈願マンホールカード配布イベント」を実施。

○広告主企業と定期的に下水道広報事例を共有するなど、民間企業による下水道広報の自走化を探った。

アピールポイント

○マンホール広告の「サウンディング→戦略再考→営業活動」の２段階アプローチで広告枠が完売。

○イベント連動により、新たな付加価値と常に新鮮なコンテンツを提供し続けられるビジネスモデルを確立。

○受験生を「将来の就活生」と捉え直したことで、「合格祈願マンホールカード配布イベント」が企業の知名度を高め、採用課題の解決に貢献する事業となった。

○下水道広報の自走化により神社と民間企業の初コラボで合格祈願マンホールふたの作製が実現した。

※合格祈願マンホールふたは、学問の神様・菅原道真をオマージュしたサンユレック株式会社の企業キャラクター「サンユレくん」と上宮天満宮の本殿を組み合わせたデザインの鋳鉄製のふたとなっている。

マンホールふた広告お披露目会

お守りと広告主企業が作成した合格祈願グッズ

合格祈願マンホールふた

要したコスト　総額　３１，０００円

【内訳】会場費　　１，０００円（お披露目会）

消耗品費　３０，０００円（合格祈願鉛筆@１００円×３００本）

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）

令和６年度からマンホールふたの広告事業を開始。事業検討段階に実施したサウンディングではマンホール広告の認知度が低く企業の反応が良くなかった。そこで、販売戦略を再考し、広告主参加型のイベントと連動させ、パッケージで販売した結果、有料広告枠が完売した。

また、下水道広報のトレンドは庁内連携、企業連携の次は 民間事業者の自走化がカギを握ると考え、企業広報にも活用可能な下水道広報事例を選定し、定期的に共有することで企業側の自主的な取組を促進した。

①マンホールふた広告お披露目会（令和６年１０月２９日）

市内商業施設で開催したマンホールふた広告のお披露目会に関係者３５名が出席。広告主の代表者からふたのデザインに込めた背景や想いを発表してもらう場を設け、イベントにストーリー性を持たせた。

②合格祈願マンホールカードセット配布ｉｎ高槻阪急スクエア（令和７年１１月１２，１５日）

優秀な人材を確保するためには、会社の存在を知ってもらうことが大切。「将来の就活生」を想定し、広告ふたを撮影することを条件に受験生に合格祈願マンホールカードお守りとグッズのセットを無償配布した。広告ふたエリアから徒歩数分に立地する高槻阪急スクエア様から無償で会場を提供いただくなどの協力もあり、用意した３００セットが開始から３時間で配布終了となった。

広告ふたを撮影する受験生

整理券を求めて並ぶ受験生等

イベント会場の様子

③民間企業による下水道広報の自走化の事例（合格祈願マンホールふたの奉納　令和７年１１月５日）

定期的に共有した下水道広報事例を受け、配合樹脂メーカーのサンユレック株式会社様が、ＳＤＧｓの取組の一環として、上宮天満宮とのコラボにより「合格祈願マンホールふた」を作製し、同天満宮に奉納された。奉納されたふたは、日テレＺＩＰ！アニメ「すみっコぐらし　ここがおちつくんです」の監督・演出を手掛けられている人気アニメーション作家の「きのした　がく氏」によりデザインされたもので、授与所では、マンホールふたのデザインをあしらったオリジナル合格祈願カードが無償配布されている。

奉告式の様子

合格祈願マンホールふたの奉納

合格祈願マンホールふた

オリジナル合格祈願カード

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）

○販売したマンホール広告枠２３箇所が完売。※全国の平均販売達成率は約４７％（Ｒ７．８月時点）

○マンホール広告は、広告主企業から好評を得ており、約８８％という高いリピート率を実現した。

※令和７年度の新規募集広告枠１７箇所のうち、１５箇所が前年度の広告主により契約された。

○マンホールふた広告のお披露目会がＮＨＫや産経新聞、Ｙａｈｏｏ！ニュース等に取り上げられた。

○民間企業の自走化により神社とコラボした「合格祈願マンホールふた」が完成し、奉納された。作成されたオリジナル合格祈願カードはＳＮＳ等を中心に人気を集めている。

○過去２年間の営業ノウハウや考え方をまとめた「マンホール広告　営業百録」を作成。