

## 令和7年度 GKP 広報大賞 エントリーシート

団体名 横浜市	団体区分 (混成の場合は複数□) ■行政 □民間 □学校・NPO・個人等
取組名 0秒で子どものこころをつかむ下水道広報～子ども・子育て世代に”刺さる”関心広報の実施～	
責任者 (実際に広報に取り組んだチームの代表者) 氏 名：後藤賢亮、藤田匡、香川千亜紀 所 属：下水道河川局マネジメント推進課 電 話：045-671-2432 E-mail： <a href="mailto:gk-koho@city.yokohama.lg.jp">gk-koho@city.yokohama.lg.jp</a>	
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：市職員（マネジメント推進課 10名）、委託会社	
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) <u>○ボールをまとに当てるミニゲームを用いた参加型のPRブース（開催二日間）</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>・うんち型ボールを用いたまとあてゲームを制作</li> <li>・ゲーム参加動線までの解説パネルの設置と工夫</li> <li>・子どもアンケートの実施</li> <li>・ノベルティで目を引く工夫</li> <li>・局内への展開</li> </ul>	
<b>アピールポイント：0秒で”刺さる”関心広報で、横浜下水道をPR！</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・広報の目的である下水道事業に「共感」してもらうための広報の効果サイクル（気づき→関心→理解→共感）を、あえて「関心→気づき→理解→共感」の順でアプローチをした</li> <li>・集客の呼びかけは「うんち型ボール、投げませんか？」うんち型ボールを投げるという非日常感で関心を呼ぶ。</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 関心 … 「え！ うんち型ボールなげられるの！？」</li> <li>② 気づき… 「あ、ここは下水道に関するブースだったんだ」</li> <li>③ 理解 … 「へー、下水道ってこうなっているんだね」</li> <li>④ 共感 … 「下水道って”すごい”」</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ゲームに参加するための順路では下水道に関する解説パネルを設置（ポケふたのレプリカも併設）</li> <li>・自然と親から子へ説明してもらえるような機会を創出（適度なボリューム感と内容で）</li> <li>（その他、各コンテンツはこころをつかむことをテーマに実施）</li> </ul>	
<b>要したコスト</b> 総額 120万円 <b>【内訳】</b> 委託費 100万円（制作費 60万円（試作品やボール等含む）、ほかその他経費等 40万円） ノベルティ 20万円	

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)

### 0秒で刺さるメインコンテンツ

- ・こどもが参加したくなる非日常的なゲームコンテンツ
- ・うんち型ボールでまとあてチャレンジ
- ・親「〇〇ちゃん、うんち型ボール投げられるって！」
- ボールをひとつ渡し、それを持ったまま  
歩いて各パネルを見てお勉強してもらった



### ゲーム動線上で楽しく魅せて、わくわくさせる”下水道とは”

- ・パネルには後にゲームで狙うまとをイラストで描き、要所で注目させる  
下水道のすべてがなんとなく「わかった気になる」内容を設定（パネル5枚）
- こどもが抱く素朴な疑問をキャラクターが分かりやすく教えてくれるストーリー  
(①下水道ってどんなもの？②使った水はどこへいくの？③降った雨はどこ  
へいくの？④水はどうやってきれいになるの？⑤きれいになった水はどこへ行くの？)

- ・ポケふたを含むレプリカマンホールを置き、フォトスポットとしても機能
- ・親「この”まと”にうんち型ボール投げるんだよー、マンホールっていうのはね・・
- ・親「水再生センターっていうところでお水をきれいにしてくれているんだよー」

**自然と自分のこどもに解説できる、したくなる**丁度よい内容とボリューム感で

→こどもを通じて（きっかけに）、親が一番理解ができた（横浜在住30代主婦）

ゲームでは、「微生物をねらう！（3歳児童）」等の声が聞こえた



### アンケートはゲームのあとで

#### 直感的なシールアンケートの実施

- ・問：下水道ってすごいと思った？よくわからなかった？

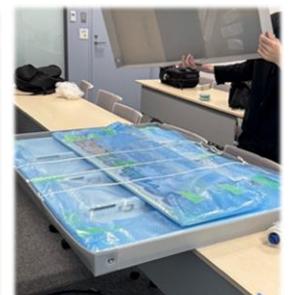
親「〇〇ちゃん、下水道すごかったよね？こっちにシール貼ろっか」

こどもを通じて親世代への理解や共感を確実に獲得



### ノベルティバッグはさらなる広告塔

- ・バッグをみたこども達がどこでももらえるか探してブースまで来てくれる
- ・エコ素材のエルボリバッックにデザイン重視のリーフレットなどを同封



### ゲームとパネルをパッケージとして関係部署へレンタル

- ・持ち運びしやすい軽量素材、組み立ても簡易。関係部署全体で使えるよう展開。
- ・使用時はまと復旧も容易になるような仕組みを考案

**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)

■ゲームに参加した子どもの数は 1057人 (参考：土曜日437人、日曜日：620人)

■ブースへ来場した合計人数は 約2500人 (参考：ノベルティ配布約1600個)

開催二日間は終日途切れることなく実施

#### ■シールアンケート結果

下水道ってすごいと思った 779個 (全体の約73%)

■企画のパッケージ化と転用による大幅な準備時間及びコスト削減が今後見込まれる