

第5回（平成29年度）GKP広報大賞 実施要領

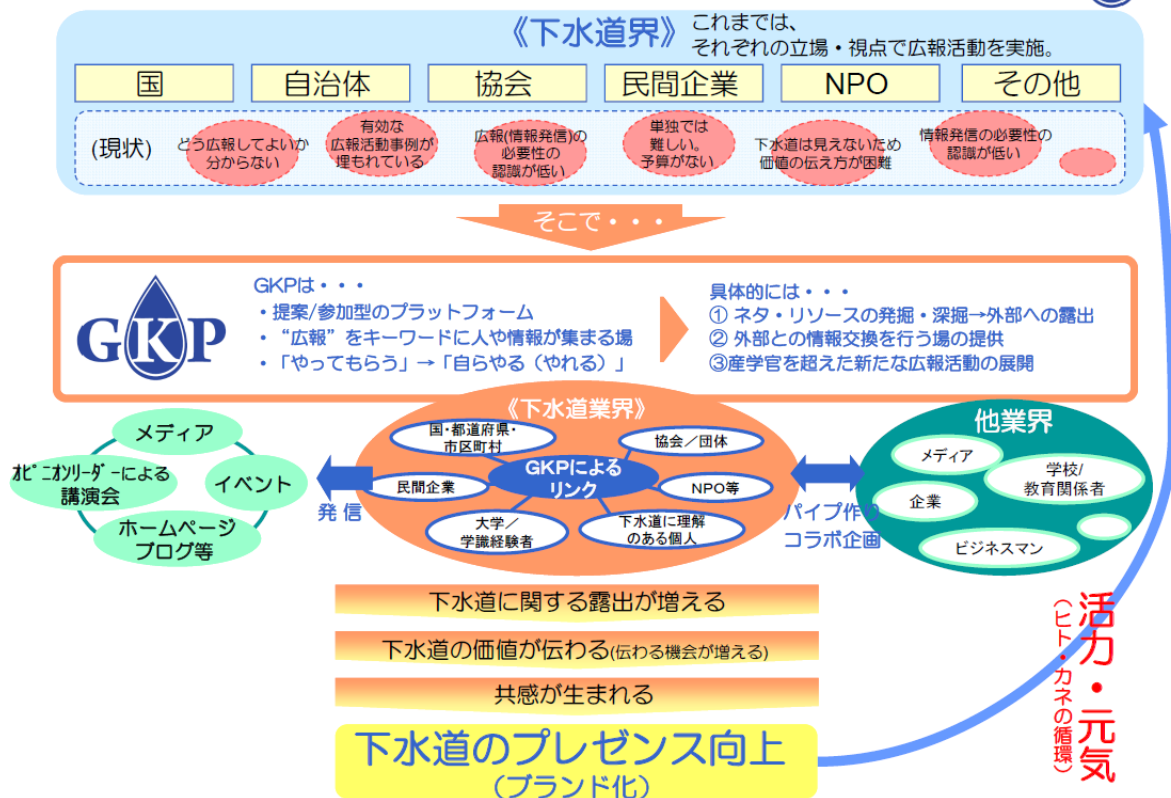
1. GKPについて

下水道は、国民生活を足下から支える最重要インフラであり、国民の共有財産です。今後下水道事業が、建設中心の時代から本格的な管理運営の時代を迎えるにあたり、この財産を未来へ引き継ぎ、活かしていくためには、利用者であり、財源の負担者である国民一人ひとりの皆様に下水道の機能・役割等の理解を深めてもらうことが重要です。また、わが国の将来を担う、子供や若者に、下水道の魅力や可能性に共感してもらい、夢を持って下水道界に入り活躍して頂くことも必要です。さらには、国内外における成長戦略の柱として、下水道界が有する資産・技術・人材を「水ビジネス」展開の戦略資源と捉え、資源・エネルギー再生活用による産業振興やその輸出・国際協力等に関心が向けられています。

しかしながら、下水道は、いったん整備が進むと目につきにくい当たり前の存在になり、関心が薄れ、事業に対する理解も得にくくなりがちです。

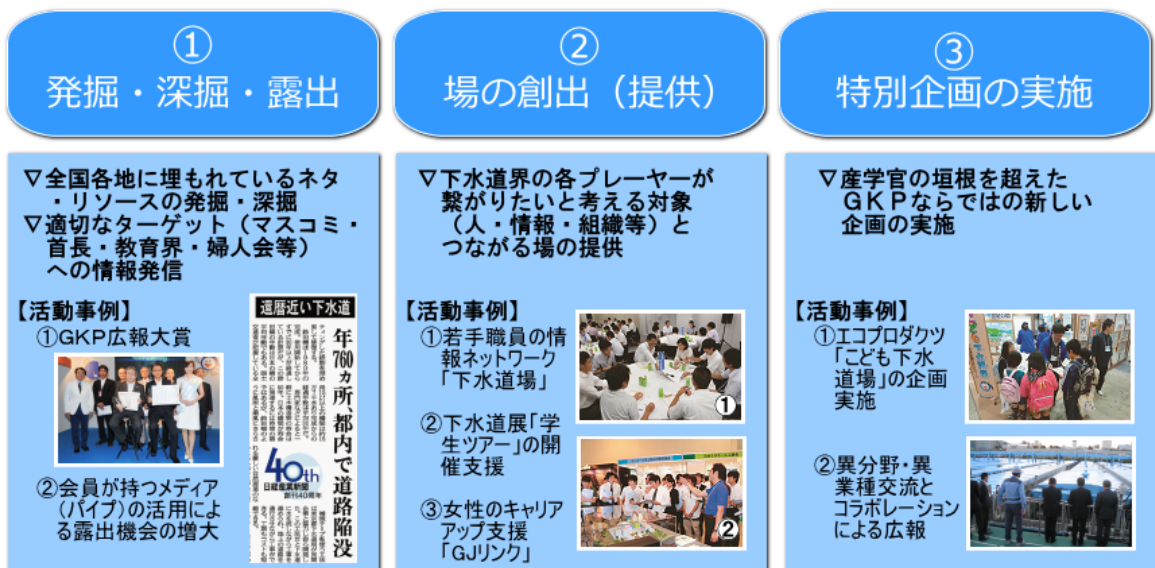
このような状況のもと、下水道の普及拡大を中心に訴えてきた広報から転換し、時代の変化に応じた下水道広報を展開すべく、下水道界の産学官のセクターを超えた情報共有や下水道インフラの価値を高める他業界との新たなマッチングを目指した交流・連携のための母体として「下水道広報プラットフォーム（GKP）」が平成24年6月に設立され、新たな広報活動の発案・実施・支援に取り組んでいます（詳細は、<http://www.gk-p.jp/>を参照下さい）。

「下水道広報プラットフォーム(GKP)」の活動イメージ GKP



GKPが果たす3つの機能

これまで下水道界で展開されてきた広報活動を外部につなぐとともに、産学官の垣根を超えた新たな広報活動を展開する下水道界のプラットフォームとして機能。



リソース(人・資金)の確保&下水道のイメージアップ

2. G K P 広報大賞とは

本賞は、下水道界で展開されている広報活動のうち、他業界への効果的な訴求など下水道インフラの価値を高める上で優れていると思われる広報活動事例を広く発掘、表彰し、下水道界に広く普及させていくことを目的として、G K P がその活動の一環として行うものです。

3. 対象

次のいずれかに該当する事例を対象とします。下水道界の団体のみならず、各種 NPO、ボランティア団体、市民団体、学校等における活動についても対象としています。

● グランプリ・準グランプリ

下水道インフラの価値を高める上で最も優れている、又はこれに次ぐと認められた事例。

● 部門別表彰

部門毎に最も優れていると認められた事例（下記※参照）。

● 特別賞（審査員特別賞、会員等投票特別賞）

上記のほか、審査員、会員等による評価が特に高かった事例。

※ 部門別表彰について

媒体や広報の主体等を勘案し、下記の部門ごとに表彰します。

（1）報道部門

① テレビ報道部門、② 新聞報道部門、③ 雑誌等報道部門

（2）広報部門

① 行政広報部門、② 企業・団体等広報部門（ともに広告を除く）

（3）広告部門

（4）電子媒体部門

4. エントリーの方法

（1）平成29年度「G K P 広報大賞」エントリーシートに必要事項を記載の上、下記11.の事務局宛先（E-Mail: entry@gk-p.jp）に電子メールにて提出願います（自薦・他薦を問いません）。

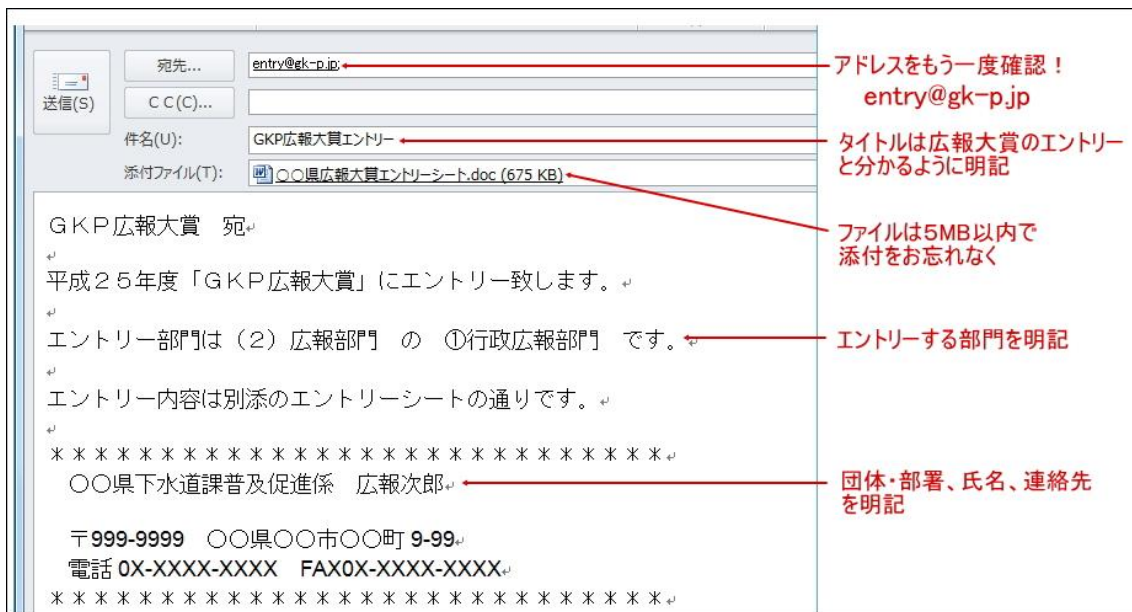
（2）エントリーする部門名は、3. ※の（1）～（4）のいずれかを明記願います。

（3）エントリーシートの記入は事例1件につき1枚のみとします。但し、エントリー事例の中で使われた広報素材等を付属資料（5. を参照）として提出することができます。また、G K P 広報大賞審査会（＜参考1＞参照）における審査の参考資料として別途、事務局から、報道されたニュース等の録画映像等の提供をお願いすることがございます。

（4）エントリーシートのファイル形式については Word 又は PDF で、容量については 5MB 以下で送信願います。

（5）電子メール送信にあたっての件名は、「G K P 広報大賞エントリー」と前置きした上で、エントリーする団体名を明記願います。

(6) 電子メール送信後、GKPの受付窓口で確認次第、受付確認のメールを返信させていただきます。この返信メールの到着をもってエントリー完了となります。なお、エントリーが確認されるまでに多少お時間がかかる場合がございます。



5. 付属資料の提出について

今回エントリーいただく広報事例が、書籍やポスター、学習キット、グッズなどの場合、エントリーシートのほかに、その実物またはコピーをお送りいただくことができます。その場合、費用は応募団体（個人）でご負担ください。なお、提出いただいた付属資料は返却いたしません。

付属資料の送付先

〒101-0047

東京都千代田区内神田2丁目10番12号 内神田すいすいビル7階
広報課 GKP 広報大賞審査会事務局

6. エントリーの締切り

平成29年5月19日（金）17時まで必着（厳守願います）

7. 選定・表彰

エントリー頂いた事例については、GKP会員等の投票による得票数も踏まえ、GKP 広報大賞審査会において審査・選定されます。また、別途、表彰式を開催する予定です。

8. 受賞事例等の閲覧

表彰後、受賞事例ならびにその他応募事例のエントリーシートを、GKPのホームページ (<http://www.gk-p.jp/>) で公開します。

9. 国土交通大臣賞（循環のみち下水道賞）への推薦

グランプリを受賞した事例については、GKP 広報大賞審査会事務局から、当該年度の国土交通大臣賞の候補事例として推薦させていただきます。

10. 過去に受賞した事例について

過去にGKP 広報大賞を受賞した事例については、原則として再度エントリーすることはできません。但し、同一の事例であっても、取組が発展・レベルアップした等新たに評価されることが期待できる要素がある場合については、そのような内容が分かるようエントリーシートに記載の上、エントリーして頂いても構いません。

11. お問い合わせ先、応募書類の提出先

お問い合わせ及び応募書類の提出は、電子メールにて、GKP 広報大賞審査会事務局（公益社団法人日本下水道協会内、E-Mail: entry@gk-p.jp）までお願いします。

<参考1>

G K P 広報大賞の審査基準（案）

部門ごとの審査基準は下記の通りとするが、各部門とも、施策等そのものではなく、施策等を発信する広報戦略及びその効果が優れていることを評価するものとする。

●グランプリ・準グランプリ

1. 下水道インフラの価値を高める上で最も優れている、またはこれに次ぐと認められた活動事例。
2. 下水道インフラの役割が適切に伝えられており、かつ話題性、社会性を踏まえた総合的な評価により選考。

●部門別表彰

(1) 報道部門

①テレビ報道部門、②新聞報道部門、③雑誌等報道部門

1. 一般市民層を対象とする下水道関連の報道事例はすべて選考対象となる。
2. 下水道インフラの役割・魅力が適切に伝えられており、かつ話題性、社会性がある。
3. 視聴者、読者の関心を集める取り扱いがされている。
4. 報道された対象案件そのものに公益性、話題性がある。
5. 以上を踏まえた総合的な評価。

(2) 広報部門

①行政広報部門

1. 地方公共団体自らが下水道利用者等を対象に行った広報活動事例（広告を除く）はすべて選考対象となる。
2. 下水道インフラの役割・魅力が適切に伝えられている。
3. 活動内容がユニークである。
4. 発信したいターゲットに効果的な情報発信、活動が行われている。
5. 以上を踏まえた総合的な評価。

②企業・団体等広報部門

1. 民間企業、団体、個人等が下水道インフラの啓発、下水道界の活性化を図るために行った広報活動事例（広告を除く）はすべて選考対象となる。
2. 活動が下水道インフラ、下水道界のプレゼンスの向上、活性化に寄与している。

3. 活動内容がユニークである。
4. 発信したいターゲットに効果的な情報発信、活動が行われている。
5. 以上を踏まえた総合的な評価。

(3) 広告部門

1. テレビ、新聞、雑誌等に広告として掲載・放映した事例、スポンサーとして提供参加した事例（電子媒体を除く）はすべて選考対象となる。
2. 広告が下水道インフラ、下水道界のプレゼンスの向上に寄与している。
3. 広告が広告主および提供するサービス・製品のイメージの向上等につながっている。
4. クリエイティブ面だけでなく、発信手法、コンセプト、内容がユニークである。
5. 以上を踏まえた総合的な評価。

(4) 電子媒体部門

1. 電子媒体を活用した広報事例（個人・団体を問わない）はすべて選考対象となる。
2. 活動が下水道インフラ、下水道界のプレゼンスの向上、活性化に寄与している。
3. 電子媒体の特性を活かした効果的な情報発信、活動が行われている。
4. 以上を踏まえた総合的な評価。

<参考2>

G K P 広報大賞 エントリー事例のイメージ

(1) 報道部門

①テレビ報道部門

ニュース報道、ドキュメンタリー報道、バラエティー番組等の素材、ロケ地としての活用、関係者の報道番組等への出演、ドラマの背景・構成要素としての活用等

②新聞報道部門

ニュース報道、ニュース解説・社説、人物紹介、技術紹介、企業紹介等

③雑誌等報道部門

ニュース報道、解説記事、写真記事、人物紹介、技術紹介、企業紹介等

(2) 広報部門

①行政広報部門

市民向け広報、市民向けイベントの開催、パンフレットの作成・配布、展示会・お祭り等への参画、下水道資産を活用したPRの実施・市民協働活動、他業界とのコラボレーション、リクルートイベントの開催 等

②企業・団体等広報部門

C S R活動、自社の製品を素材とした下水道全般のPR活動、他業界とのコラボレーション、社内報および独自媒体の作成、展示会・市民イベント等への参画、リクルートイベントの開催、下水道工事現場を活用した市民PR、下水道界の活性化に資するNPO法人・ボランティア団体等の活動、下水道の活性化に資する個人の活動 等

(3) 広告部門

テレビ、新聞、雑誌等に出稿したユニークな広告事例、定期広告の出稿によるPR、発信力を有するテレビ番組への協賛、特集記事の掲載 等

(4) 電子媒体部門

ホームページによるユニークなコンテンツの発信、メールマガジンの発信、SNS等を活用した外部との連携企画の実施、下水道関連アプリケーションの作成、情報発信コンテンツを活用した個人としての情報発信（個人ブログ、twitter など） 等