

平成25年度「GKP広報大賞」エントリーシート

エントリーする団体名の名称 横浜市		担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 黒羽根 能生(環境創造局下水道事業調整課) TEL 045-671-2840 FAX 045-664-0571 E-Mail:yo00-kurobane@city.yokohama.jp	
代表者氏名 横浜市長 林 文子			
部門名 (2)広報 ①行政広報 部門	事例名 「マンホール」で魅せる伝える横浜下水道 ～下水道インフラの付加価値の向上～		
事例の概要 下水道インフラの付加価値を向上させ、 <u>地域活性化や経済活性化に貢献すべく、共創フロント</u> (公民連携を促進するための本市特有の仕組み：本市政策局共創推進室)を通じて、民間事業者 と共創し、を目的とした広報事業を展開しています。			
①デザインマンホール 横浜F・マリノスとの公民連携事業により、マリノスのデザインを描いた蓋を制作し、新横浜駅から日産スタジアム間の歩道に設置しました。スタジアムまでの誘導も兼ねています。(平成25年4月現在53箇所)			
②マンホールストラップ デザインマンホール蓋の取組のPRを受け、共創フロントを通じ、本デザインを活用した <u>ストラップの商品化の提案</u> があり、現在、「ご当地マンホールストラップ」としてインターネットや高速道路のサービスエリア等にて販売されています。			
③マンホールコースター ストラップと同様、共創フロントを通じて、「ご当地マンホールコースター」が商品化されました。本市はこれを「 <u>ヨコハマ・グッズ001</u> 」として認定しており、これを受け、関連ショップやインターネットショップで販売されています。本市としては、マンホール以外の下水道関係グッズの開発につき、 <u>様々な下水道施設の案内等を通じて、製造企業を支援</u> しており、 <u>公民連携により、シリーズ化・更なるブランド化</u> を図っています。			
※「ヨコハマ・グッズ001」:1989年市政100周年を記念し、開催された横浜博覧会(YES'89)を契機にスタートした地域ブランド育成事業。開港・開国以来続く横浜の持つ「先進の息吹」と「ものづくりの意欲」を大切に、 <u>個性ある横浜発のオンリーワン商品を目指す地域ブランドの総称</u> で、2年に一度、本市の審査会で認定される。認定されたアイテムは、市内の認定ショップで販売される。			
※②③ともに、本市は製造業者に対し、本デザインの使用を許可するとともに、 <u>裏面に記載される解説文等について、下水道のPRにつながるような内容を作成し、提供</u> している。(右はコースターの裏面→)			
エントリー事例の特徴			
●普段なかなか人の目につかない、縁の下の力持ち的な下水道の存在を、唯一の顔であり、身近なマンホールというアイテムを通じてPR。(マンホールデザインのみならず、 <u>下水道のPRにつながるような解説文を併せて掲載</u> 。)			
●グッズ等の <u>コストのみならず</u> 、行政が比較的不得意な <u>エンドユーザーへの販路を民間企業が担う</u> ことで、広く効率的にPR。			
●「ヨコハマ・グッズ001」の認定による <u>グッズのブランド化</u> 。「ご当地」シリーズとして、 <u>観光客向けの、横浜ならではの土産としての価値</u> 。			