

平成27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 公益財団法人埼玉県下水道公社	担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 経営企画課 若狭公一 TEL 048-838-8585 FAX 048-838-8589 k-wakasa@saitama-swg.or.jp
代表者氏名 理事長 酒巻 和彦	
(他薦の場合) 上記団体を推薦する団体の名称	担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】

部門名 広報部門	事例名 「ツマラン管」実験で、下水道に流していいもの悪いものを調べよう。
-------------	---

事例の概要 (適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい)

埼玉県下水道公社では、これまで顕微鏡による活性汚泥中の微生物観察など、下水道の仕組みについて様々な方法により普及啓発活動を行ってきた。なかでも平成20年度に職員が発案した「ツマラン管」は、透明パイプを用いて地下に埋まった下水管の可視化を図り、トイレトペーパーとティッシュペーパーを流して下水管の詰りを再現することで、下水道に流していいもの悪いものを体験学習しようというものである。

「ツマラン管」による実験は、わかりやすくインパクトがあり、下水道を手軽に体験・体感できる新たな普及啓発手法として、小学校等で行う下水道教室や各種イベントで活躍している。説明者は、体験した方の感動を直接感じ取ることができ、充実感が得られる。この「ツマラン管」実験がもたらす、いわば「心のキャッチボール」は、PRする側、受ける側にとって相乗効果をもたらす極めて有効な普及啓発の手法といえる。

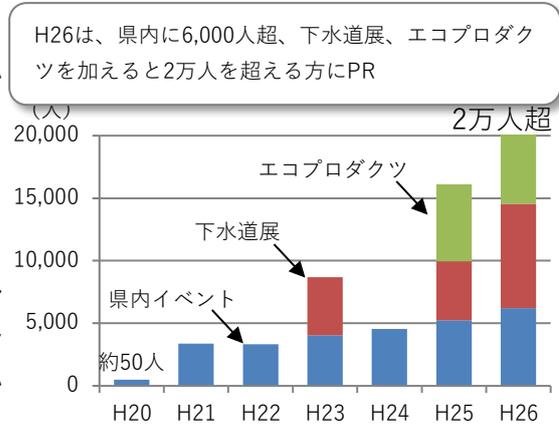
なお、発案者によれば「ツマラン管」という呼び名の由来は、初めての実演の際、詰まるはずのティッシュペーパーが流れてしまい、「これが本当のツマラン管ですね」という発言が参加者にうけたことをきっかけにしているとのことである。



開発当初のツマラン管



エコプロダクツGKPブース



エントリー事例の特徴 (施策等そのもの特徴ではなく、施策等を発信する広報戦略及びその効果が優れていると考えている点を明記願います)

「ツマラン管」実験をとおして、一人でも多くの方に効果的な普及啓発を行うには、全国の下水道普及啓発シーンで活用されることが必要であった。開発当初から高いポテンシャルを認識していたが、あえて知的財産登録は行わず、下水道公社連絡協議会や下水道協会誌で紹介するなど、全国の自治体や下水道管理団体等に積極的にPRすることで拡散を図り、全国展開を目指している。

また、資機材は安価(配管類の材料費は1万円以下)で仕組みも単純であることから、誰でも簡単に制作できるため、現在では様々な自治体、団体で活用されつつある。

付属資料の提出	あり・なし (どちらかに○)
---------	----------------