

令和元年度「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 株式会社 明電舎	担当者氏名、所属、連絡先【電話、Fax、E-Mail】 営業企画グループ 推進部 宣伝課
代表者氏名 取締役社長 三井田 健	川口 大裕 Tel : 03-6420-7617 E-Mail : kawaguchi-d@mb.meidensha.co.jp

部門名 民間 部門	事例名 熊本市におけるIoT技術を活用した豪雨対策の取り組み
--------------	-----------------------------------

事例の概要（適宜、写真、図、記事の画像等を挿入して下さい）
 <日経電子版>：ゲリラ豪雨にIoTで挑む 地域を守る浸水監視技術
<http://ps.nikkei.co.jp/meidensha120/08.html>



■概要

想定を超える雨量をもたらすゲリラ豪雨。その浸水被害から地域社会を守るため、当社は熊本市様と共同で、IoTを活用した水位予測システムの実証実験を行い下水道内の見える化を実現。高精度の管路内水位予測により、下水道に求められる防災機能の強化に取り組んだ事例を、日経記者の取材で記事にまとめ日経電子版および自社オウンドサイトで配信しました。

■狙い

身近に存在するゲリラ豪雨の脅威を背景に、普段意識されにくい下水道の防災機能への気づきを促すと共に、AI・IoTなどの先端技術を駆使し、下水道の防災機能強化に官民一丸となって積極的に取り組んでいること、また、下水道内の情報を有効活用することで、防災以外の様々な分野へ応用できる可能性を示唆し、社会にとって下水道の持つ潜在的価値を広く提示することが狙いです。

エントリー事例の特徴（施策等そのものの特徴ではなく、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）

■日経電子版：アクセス数 約13,200（期間：3/25～4/26）

一般のビジネス層やリクルート（若年層）など、幅広い層をターゲットに下水道の持つ価値を訴求するため、媒体として専門紙ではなく日経電子版を活用し、1か月で13,000以上のアクセスを獲得しました。また、自社の公式twitterでの情報発信など、SNSとの連動やWeb媒体の特性を生かし、普段下水道との関わりが少ない層へのリーチを意識しました。

付属資料の提出 あり ・ なし（どちらかに○）