

## 令和3年度 GKP 広報大賞 エントリーシート

団体名 神戸市建設局東水環境センター	エントリー部門 <input checked="" type="checkbox"/> 行政 <input type="checkbox"/> 民間 <input type="checkbox"/> 学校・NPO・任意団体等
取組名: 下水道×アート×SDGs プロジェクト	
責任者 氏名: 岡野内晃代 所属: 神戸市建設局東水環境センター施設課 電話: 078-451-0678 E-mail: teruyo_okanouchi@office.city.kobe.lg.jp	
担当チームの構成 1. 広報戦略、アート連携団体との契約・調整、動画構成・編集 @ 5名 (東水環境センターEditor Meeting) 2. 管渠、処理場、市民開放施設、アート作品の動画撮影・出演 @ 40名 (東水環境センター全4係) 3. エンディング作成、マンホールレンジャー変身セット・ロゴ作成 @ 5名 (建設局下水道部) 4. もぐロック作詞・作曲 @ 1名 (中央水環境センター) ※全て職員手作りで実施しました。(アート作品の提供を除く。)	
取組のポイント ①コロナ禍で処理場見学者が激減したため、職員手作りのYouTube動画を用いた攻めの広報を展開。 ②数多の動画に埋もれないよう、ビッグデータ解析により効果的なキーワードを抽出。動画作成や広報戦略に活用。 ③下水道応援団を増やすため、アート分野2団体との連携。	
アピールポイント <u>1. 初めてのYouTube動画作成のため、YouTubeを知ることから始めた私たちの成功点。</u> 【成功1】 目的を明確に！ (神戸市らしさを大切に。バズるだけが目的ではなく、見学希望者に職員の手作り動画ならではの下水道の魅力を伝える。) 【成功2】 常に新鮮さを！ (情報は公開したら新鮮さを失う。このため、3か月間、毎週金曜9時に13本の動画をアップし続けた。これにより、本プロジェクトの新鮮さを保持させた。) <u>2. ビッグデータ解析を使用した私たちの成功点。</u> 【成功3】 ニーズに合わせる！ (市民に検索してもらいやすいようなタイトルやハッシュタグを設定した。記者提供資料にも効果的なキーワードを取り入れた。マスコミ10社で放映・放送・掲載して頂けた。) 【成功4】 庁内DX関連研修を利用！ (1名がビッグデータ解析、リサーチツールの活用手法を研修で取得し、EditorMeetingメンバー内で共有することで知識を深めた。ヤフー(株)との連携にも繋がった。) <u>3. アート関係団体との連携を果たした私たちの成功点。</u> 【成功5】 下水道の魅力を再確認！ (処理場がアート作品の展示場所としての魅力があることを知った。障がい者アートの展示拡大に貢献でき、作者様に喜んでもらった。下水道の魅力を再認識でき、自信に繋がった。)	
要したコスト ・PowerDirector(動画編集ソフト) : 約1万5千円 ・壁画作成 : 約30万円	

## 取組の概要

2020年は新型コロナウイルス感染症による影響で、生活環境が一変し、当たり前に行われていたことができない環境へと様変わりした。また、処理場でのイベントや見学についても中止、延期、さらに新しい形式で開催されることが求められるようになった。現在は「3密対策」を行い、見学等を再開しているが、小学生の団体見学は、ほぼ中止となり、見学者数が激減している状況が続いている。

そこで、東水環境センターでは、このコロナ禍をピンチと捉えるのではなくチャンスに変えるべく、“攻め”の広報として「下水道×アート×SDGs プロジェクト」を実施した。

### 1. 処理場がアート作品の舞台に！

神戸市のアートを活かしたまちづくりに東灘処理場も参加し、処理場を舞台として2作品を制作した。

下水道以外の業界と連携することで、下水道応援団を増やすことができ、下水処理場の新たな魅力も発信することにも成功。

- ① 障がい者アートの作品展から楽しい水辺を連想させる絵画2作品を、巨大壁画(縦3m×横4m)として展示。
- ② 神戸市芸術工科大学との連携により、神秘的な夜の処理場と映像アートを1つの作品として作り上げた。



### 2. SDGsの発信

当センターはWES Hubに認定されており、こうペバイオガスの有効利用等の先進的な取り組みを行っているが、今回のアート作品展示により、障がい者の方々に働きがいを感じていただける場となった。これにより、世界共通の目標であるSDGs「8.働きがいも 経済成長も」に貢献できた。



### 3. 職員手作り YouTube 動画を毎週配信

下水道事業の重要性や魅力を分かりやすく、多くの方に伝えるため、「下水道×アート×SDGs プロジェクト」として神戸市の公式 YouTube チャンネルで動画を配信した。動画のシナリオ作成、撮影、編集、キャラクターおよびロゴ、テーマソングの作成等、職員の技術を結集し、手作りで完成させた。

動画の内容検討には Yahoo 検索のビッグデータよりキーワードの抽出を行い、下水道に関連する動画のニーズ確認や検索サイトで見つかりやすい動画とするためのハッシュタグ設定に活用した。

また、動画の新鮮さ保持と再生回数増加のため、令和2年12月末～令和3年3月末までの毎週金曜日に計13本の動画を配信し、新聞や情報誌、ラジオ等、様々なメディアで積極的に広報を実施した。令和3年度は動画配信1本および小学校社会の副読本へのURL掲載検討、障がい者アートの壁画追加(1作品)を予定している。



広報用ポスターのロゴ・デザイン



YouTube動画のサムネイル画像



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)

- ・TV 放映 1社(3回)、ラジオ放送 1社、情報関連 1社、新聞社および情報誌 7社
- ・動画作成本数:令和2年度13本、令和3年度1本
- ・動画再生回数:合計約3万回(右上のQRコードからYouTube動画をご確認頂けます。)
- ・アート関連団体との連携:2団体