

令和6年度 GKP 広報大賞 エントリーシート

<p>団体名</p> <p>豊橋市上下水道局</p>	<p>団体区分（混成の場合は複数☑）</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 行政</p> <p><input type="checkbox"/> 民間</p> <p><input type="checkbox"/> 学校・NPO・個人等</p>
<p>取組名</p> <p>Z世代が発信する下水道広報 ～古い広報を覆せ！～</p>	
<p>責任者（実際に広報に取り組んだチームの代表者）</p> <p>氏名：藤本 倫世</p> <p>所属：豊橋市上下水道局 総務課</p> <p>電話：0532 - 51 - 2703</p> <p>E-mail：water-somu@city.toyohashi.lg.jp</p>	
<p>担当チームの構成（外部人材を活用している場合や外部委託をしている場合等は、その旨記載して下さい）</p> <p>豊橋市上下水道局の若手職員有志による広報WG（ワーキンググループ）13名、水フェスWG 14名</p>	
<p>取組のポイント（一言でいうとどういう取組かを、箇条書き等で記載して下さい）</p> <p><u>生意気で恐れを知らないZ世代が、これまで障壁となっていた様々な壁を壊し、“新たな時代”に対応した広報戦略を展開！！</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ○下水道事業を広い視野で発信すべく、事務・技術・労務職全員でコンテンツを作製し、職種の壁を壊した ○分野を超えて下水道の魅力を発信するため、他事業と連携しコンテンツを作製し、分野の壁を壊した ○重要なインフラである下水道事業を知ってもらうため、市民参加型イベント「水フェス2024」を初開催！水道・下水道関係なくアイデアを考え、今までなかった企画を創出し、上下水の壁を壊した ○次世代を担う子供たちに下水道事業に関心をもってもらうため、市内の小学生以下を対象とした「マンホールデザインコンペ」を豊橋上下水道工事業協同組合と協力企画し、他組織との壁を壊した 	
<p>アピールポイント</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤幅広い世代に利用されている Instagram を活用し、普段見ることができない施設内部・お仕事紹介など、下水道の魅力を従来の広報手法（HP等）よりも多くの人に発信することができた（1万回以上再生された動画多数） ➤最近流行のショート動画（1分以内の動画）とすることで、若い世代にも受け入れられた（フォロワー700人超） ➤コンテンツの企画・出演まで職員自らが行き、低コストかつ迅速な情報発信ができた（経費：資機材のみ） ➤職種を問わずコンテンツを作製したことで今までになかった視点で、バラエティ豊かな内容が発信できた ➤上下水道局内にこだわらず、他事業と連携しコンテンツ制作、投稿をしたため、アプローチが難しく、下水道事業に関心の薄かった若い世代・ファミリー層に向けても情報発信ができた（共同投稿：競輪、動物園など） ➤「水フェス2024」を初開催し、“見て・遊んで・体験する”さまざまな企画により、多くの来場者が参加し下水道をより身近に感じてもらうことができた（マンホール探検隊、下水道調査隊、バスツアーなど） ➤「マンホールデザインコンペ」には215件の応募があり、最優秀作品は実際のマンホールの蓋として設置されるなど、子どもたちが下水道に興味を持ってもらうきっかけづくりとなった 	
<p>要したコスト</p> <p>■動画撮影用資機材（Gopro）：5万円 ■水フェス2024開催経費：65万円（下水道事業分）</p>	

取組の概要（適宜、写真や図等を挿入して下さい。複数年度にわたる取組の場合は、その旨記載して下さい）



『水フェス 2024』を初開催！

暮らしに欠かせない水道・下水道について、その役割や大切さを知ってもらい、上下水道事業を身近に感じてもらうため、市民参加型イベントを今年度初開催。



若手主体の新しい発想・企画

労務職員が自作した下水道管調査カメラを用いた“下水道調査隊”など他のイベントではない新しい視点での企画を創出し、大変好評であった。施設探検バスツアーでは、普段見ることができない処理場内部の見学や特別企画（地下管廊探検）をセットで企画・募集し、定員に対し多くの応募があった。



豊橋競輪・動物園などコラボ投稿☆多

豊橋競輪の選手にご協力頂き、練習に使用するワットバイクと下水汚泥等を燃料として発電するバイオマス利活用センターの発電量を比較する動画や、動物園内の動物柄マンホールの紹介などの投稿を作成。その他にも防災・子育てなど様々な分野と連携し、幅広い世代・層に下水道事業の魅力を発信することができた。



企業とコラボ！

マンホール広告を募集し歳入確保に努めるとともに、広告主と水フェス 2024 でコラボした。有楽製菓様にはマンホールの実物の展示やブース景品としてブラックガムをご提供いただき、大変好評だった。また、第一環境様には実際の機器を使用した検針員のおしごと体験ブースを出展していただき、多くの親子に楽しみながら学んでもらうことができた。生活に身近な企業と積極的にコラボを行うことで、下水道の役割・大切さを、市民と直接ふれあい効果的に広報することができた。



協力企画「マンホールデザインコンペ」の募集！

豊橋水道組合 60 周年を記念しマンホールのデザインを募集。水フェス 2024 会場にて全応募作品を展示し、選考 10 作品を最終投票で最優秀作品を決定!! 最優秀作品はマンホールのふたとして豊橋駅周辺に設置されます。

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）

【1 万回越え動画】（その他動画平均 3000 回以上再生）

大人の社会科見学 スクリーンを取りかえよう 1 万回、潜入してみた マンホールの中 2.9 万回、ほぼ素人！新入職員がマンホール開けてみた 1.4 万回、下水汚泥からできたスイカ食べてみた 3.9 万回
大人の社会科見学 地下迷宮に潜入 1.5 万回

【共同作成コンテンツ（他部局・他団体）作成状況】

豊橋競輪、豊橋商工会議所、のんほいパーク、豊橋市人事課、豊橋市防災危機管理課

【水フェス 2024 来場者数・施設見学応募者数】

水フェス 約 2,600 人 上下水道施設見探検バスツアー（下水道コース）応募者数 117 人（定員 20 人）

【マンホールデザインコンペ 応募者数】

市内小学生以下 215 点応募

【メディア掲載状況】

中日新聞、東日新聞、東愛知新聞、FM豊橋、PR Times、その他ネットサイト多数