

令和6年度 GKP 広報大賞 エントリーシート

団体名 いわき市生活環境部生活排水対策室	団体区分（混成の場合は複数☑） <input checked="" type="checkbox"/> 行政 <input type="checkbox"/> 民間 <input type="checkbox"/> 学校・NPO・個人等
取組名 下水道ハイブリッドPR大作戦	
責任者（実際に広報に取り組んだチームの代表者） 氏名：佐藤 崇裕 所属：生活環境部生活排水対策室経営企画課 電話：0246-22-7583 E-mail：keieikikaku@city.iwaki.lg.jp	
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） 企画・実施：生活排水対策室（経営企画課・下水道事業課・北下水道管理事務所・南下水道管理事務所）、 創生推進課、農業振興課、林業振興課、水産振興課、観光振興課、文化交流課、スポーツ振興課 協力：市立湯本第一小学校、マンホール製造メーカー、木材加工事業者、いわき市観光まちづくりビューロー、 スパリゾートハワイアンズダンシングチーム、羽原組、イオンモールいわき小名浜、福島さくら農業協同組合、 農産物等販売事業者、福島県木材青壮年協会、いわき市観光物産センター、いわき郵便局（紹介順）	
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） 下水道への理解醸成のため新たなデザインマンホールを使ったPR活動 <ul style="list-style-type: none"> ・令和5年度下水道いろいろコンクール環境大臣賞受賞作品のマンホール設置＋市長表敬訪問・学校での展示 ・異業種分野との連携（木製マンホール台座・本市産木材ストラップの製作） ・観光施設との連携（観光施設イベントに相乗り） ・フラシティとフラガールとの連携（舞台フラガール・スパリゾートハワイアンズの全面協力） ・農林イベントとの連携（農業・林業イベントと連携） ・地域活性化包括連携協定での取組み 	
アピールポイント <ul style="list-style-type: none"> ・GKP 広報大賞は全国の広報担当者が参考にし、広く共有できる「事例集」としての役割 ・毎年度、PRに係る新たな取組みを企画立案するのは大変 ・他自治体の事例を参考に本市のPR手法をスクラップ&ビルド ・新たなデザインマンホール（全12種類うち未発表2種類） ・組織横断的に取り組むため各部署等のキャラクターを用いてマンホールを製作 ・市民は下水道部門、観光部門、農林水産部門でPRを行っていると認識しておらず、市としてでしか見ていないので、各部門の財産・コンテンツを利用することで異業種の事業者・団体との繋がりに広げる ⇒相乗効果を期待 	
要したコスト <ul style="list-style-type: none"> ・新デザインマンホール型枠製作代等：約90万円 ・イベントノベルティ製作等：約20万円 ・イベント告知POP、フラガールとのコラボ写真パネル、顔出しパネル：約5千円 ・イベント及び展示会場使用料は協力団体から無償提供（市職員が製作したため、費用を抑えることができた） 	

ウラ面に続きます

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）

【下水道への理解醸成の観点】

令和5年度下水道いろいろコンクール環境大臣賞受賞作品のデザインを用いたマンホールを製作し、市長表敬訪問後、学校内でマンホールを展示。展示後、いわき駅前に設置し、新たな広報媒体として利用。

また、市内木材加工事業者と連携し、いわき市産木材を利用したマンホール展示用台座を製作。さらに、いわき市水再生のマスコットキャラクターを用いたストラップを製作してもらい、各種イベントで下水道をより身近に感じてもらう。

【地方創生の観点】

市内公共観光施設である「いわき市石炭化石館開館40周年イベントと連携し、施設内下水道マンホールを施設キャラクター「ほるるくん」のデザインマンホールを製作し、誘客ツールとしての活用を図る。令和7年1月頃設置予定。

市内民間観光施設である「スパリゾートハワイアンズ」と連携し、いわきのブランドイメージ「フラシティ」マンホールをフラガールとコラボ写真を撮影、スパリゾートハワイアンズ施設内展示スペースにマンホールを展示し、施設利用者（主に市外からの観光客）に観覧してもらい、SNS等で情報発信を狙う。

演劇分野においては、「映画フラガール」の脚本を担当した羽原大介氏主宰の舞台フラガール'24において、フラシティマンホールを展示。

【水の循環の観点】

市内農業協同組合主催のイベントに下水道PRブースを出展。本市農産物マスコットキャラクターのマンホールを製作しお披露目を行った。併せて、デザインマンホールをイベント会場周辺の商業施設の協力を得て、マンホールラリー及びSNS投稿キャンペーンを実施。雨水流出抑制事業についても同時にPR活動を行った。

※地域活性化包括連携での取組み

いわき郵便局内にデザインマンホールを展示。郵便局から下水道PRの一助として自主的に報道機関への投げ込みを実施

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）

ポスターマンホール：新聞記事、小学校での展示により児童や保護者、教職員などが鑑賞

あいちゃんマンホール：下水道管路管理技術施工展での展示により、来場者が鑑賞

ほるるくんマンホール：いわき市石炭化石館ほるる開館40周年記念セレモニーでの公表により、当日来場者に周知（今後、設置時にもPR実施予定）

SNS：市総合観光案内所公式8,000表示超、新聞記事

フラシティマンホール：舞台フラガール鑑賞者約1,000人、スパリゾートハワイアンズ入場者(展示期間中来場者約35,000人)が鑑賞できるよう展示

SNS：ハワイアンズ公式1.7万超表示、新聞記事

アグリファイブマンホール(6種)：イベント来場者約1万人が鑑賞できるよう展示

SNS投稿キャンペーン：56件

マンホールラリー：ラリー用紙400枚準備も3時間で配布終了

SNS：市総合観光案内所公式3,500超表示、新聞記事

観光物産センター2,000超表示、イオンモール公式(Twitter)、

今年度はマンホールを製作、設置前にできるPR（まずは下水道を知ってもらうことがメイン）を実施
来年度以降は設置後にできるPRを実施予定