第4回　下水道若手職員による
ネットワーク（下水道場）
報告書

国土交通省水管理・国土保全局　下水道部

開催概要

第4回下水道若手職員によるネットワーク（下水道場）

開催日時：平成25年9月10日（火）15時～17時30分
開催場所：国土交通省　中央合同庁舎３号館10階共用会議室A
参加者数：自治体46名（道府県6名、政令市29名、一般市10名、公社１名）
関連法人3名、土木研究所１名、国土交通省（国総研）1名

プログラム

１．開催挨拶
国土交通省下水道部下水道企画課下水道事業調整官　植松　龍二

２．グループディスカッション

（１）特別講演「2020年の都市未来像とソーシャルメディア時代の情報発信」
朝日新聞オピニオン編集部兼GLOBE記者　梶原みずほ

（２）グループディスカッション
○池田市の広報活動事例
大阪府池田市上下水道部経営企画課主査　越智琢麻
○グループディスカッションテーマ
「だれでもわかる水の大切さ」「共助の一役」のための
井戸端会議（口コミ）が広がる池田市下水道の広報企画

（３）発表

（４）講評

３．閉会

特別講演

「2020年の都市未来像とソーシャルメディア時代の情報発信」

朝日新聞オピニオン編集部兼GLOBE記者　梶原みずほ

第一部　2020年、2050年のわたしたちの暮らし

世界の人口増加、食糧需給・肉消費量の拡大　⇒　必要な水資源量の増大
日本では：東京が2025年も世界一の巨大都市、水を取り巻く未来像の設計

第二部　激変！メディアを取り巻く環境

【その１】
ソーシャルメディア出現　⇒　みんなが記者　⇒　情報流通量の大爆発
GLOBE創刊の背景：複雑なことを単純化しないメディアへの期待
【その２】
一歩先行く欧米（コンテンツ課金・主戦場はビデオ・グローバル拡大）

第三部　「マス」と「ソーシャル」

テーマの料理方法：・**キャッチー**な見出し
・個人的な**エピソード**
・**ファクト**と**データ**
情報は「**だれが発信したか**」が重要な時代へ

グループディスカッション

グループディスカッションのテーマ説明

「池田市の広報活動事例」

大阪府池田市上下水道部経営企画課主査　越智琢麻

池田市が抱える課題

1 **流行はいつも若者から！**
　中学・高校・大学生に「水」を知ってもらうには？
お母さんの井戸端会議はLINEより優れもの！
　20～40代のお母さんたちを引き込むには？

2 **広報の道を開くのはアイデア　…　ＧＫＰへの登録・情報共有**
　職員への周知と認識をどのように図るか？

3 **何事も「マンパワー」が必要**
　下水道広報に必要な技術をどのように補えばよいか？

「だれでもわかる水の大切さ」「共助の一役」のための
井戸端会議（口コミ）が広がる広報企画を提案してください

グループディスカッション

井戸端会議（口コミ）が広がる広報企画の提案

１班の発表

その１　若者に水を知ってもらうためには？

○大学の栄養学科とコラボして**油を使用しないレシピ**、料理教室等
○環境サークル等を作り、住民と**連携**
○下水道施設の**見える化**

その２　職員への周知と認識をどうするか？

○上からのプレッシャー
○職種を問わず**全部門への周知**
○フェイスブックやツイッターの活用

その３　広報技術はどのように補うか？

○**ボランティアやＯＢ**等の活用
○**若手**によるＰＲプロジェクト（職種不問）
○各自治体との連携で情報収集

グループディスカッション

井戸端会議（口コミ）が広がる広報企画の提案

２班の発表

最優秀

小さなことから**継続的**にコツコツと　～下水道を身近に～

○一度つかんだ小学生は逃さない
　イベントに**「呼ぶ」**から教育の場に**「行く」**へ
○下水道料金の**請求書の紙面を有効活用**
　キャラクター**ふくまるくんの活用**（つぶやき・クイズ等）
○**ゲリラ打ち水大作戦、ギネスに挑戦**（参加者数・散水量等）

グループディスカッション

井戸端会議（口コミ）が広がる広報企画の提案

３班の発表

下水道を話題にしてもらうには？

○生活に密着した企画：下水道料金**値上げ月間**、**値下げ月間**
○リアルキッザニア：下水道管**布設体験**
○防災と絡めた**下水道不使用体験**
○**レシートを活用**した広報（料理による水使用量など）

グループディスカッション

井戸端会議（口コミ）が広がる広報企画の提案

４班の発表

○**学校と共同**で広報企画を検討する
○広報活動を**学生に委託**する
○**クイズ形式のポスター**を作成し、学校で掲示してもらう
　⇒回答はＨＰに載せ、興味を誘う

グループディスカッション

井戸端会議（口コミ）が広がる広報企画の提案

５班の発表

○興味のない**新たなターゲット**へのＰＲ
　⇒　ショッピングセンターに職員が出向く
○**メディアの活用**
　⇒　全国の下水道紹介（国交省監修）、戦隊ものの撮影
○イケメンコンテスト（**水の王子様**）
　⇒　主婦層をターゲットに

グループディスカッション

井戸端会議（口コミ）が広がる広報企画の提案

６班の発表

○発信者を見学会や説明会に招く
○**話題性のあるトピック**とからめた発信
　（目新しいもの、ゲリラ降雨、映画・ドラマ、道路陥没など）
○**保護者**をターゲットに
○上水との組み合わせ　～浄水場
○**フェイスブックやLINE**等の活用（特典、おもしろ写真など）

グループディスカッション

井戸端会議（口コミ）が広がる広報企画の提案

７班の発表

○池田市の**アイドル**（ミス池田「水の天使」など）
○マンホール蓋**ＱＲコード**
　（危険区域の通知、ＨＰへの誘導、Point制による賞品）
○学校側の提案による出前講座（**官が民に出向く**）
○**音楽**による集客とＰＲ
○河川との**連携**や洗剤を使わないタワシ作り　など

グループディスカッション

講評（梶原みずほ氏）

選定のポイント

「もっと下水道が知りたい」と思わせる手法

①発想力、アイデア
②斬新さ
③格好良さ、エンターテインメント性
④話題性
⑤ＰＲの広がり

最優秀賞「２班」の評価

○「あの瞬間に立ち会った」**体験を自慢できる**点がポイント
　ソーシャルメディアを使った拡散で話題になる可能性大
○ゲリラ打ち水大作戦やギネスに挑戦など、話題性の強い企画

下水道は**あって当たり前**のインフラで**マンネリ化しがち**

「驚き」、**「新鮮さ」**を加えるとより良い広報になる

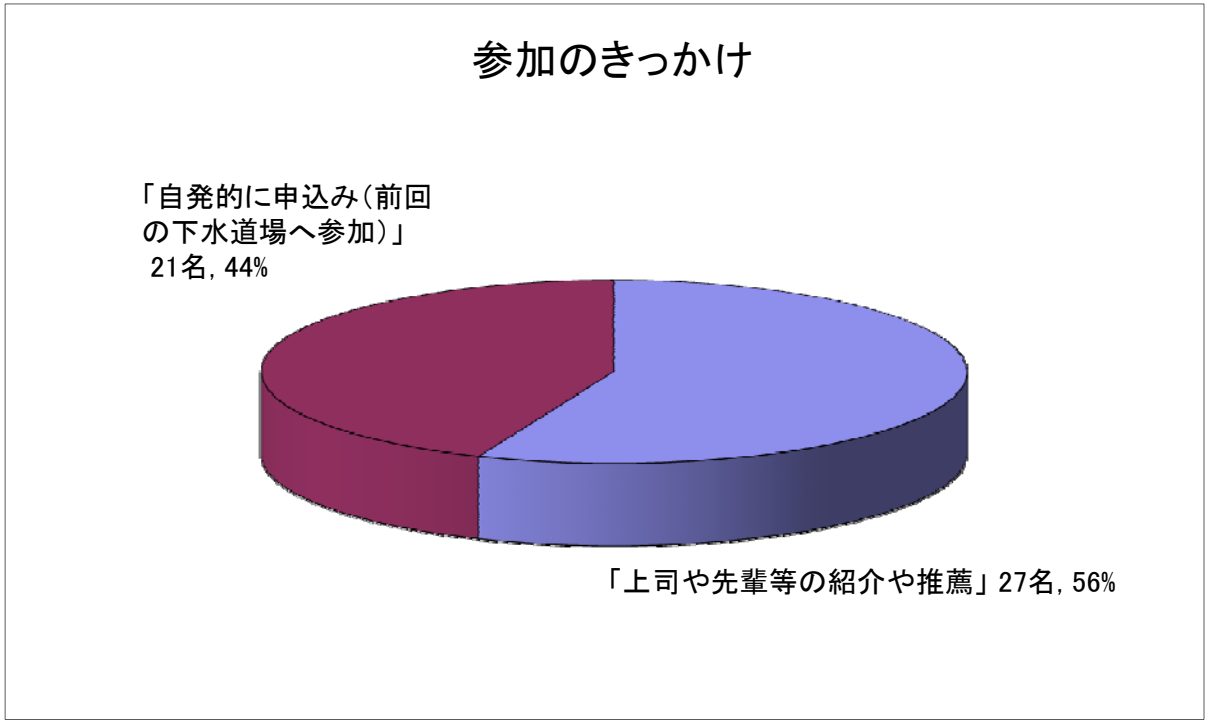
アンケート

アンケート集計結果

下水道場開催後、参加者に対してアンケートを実施した。有効回答数は48であった。

Ｑ１　参加のきっかけ

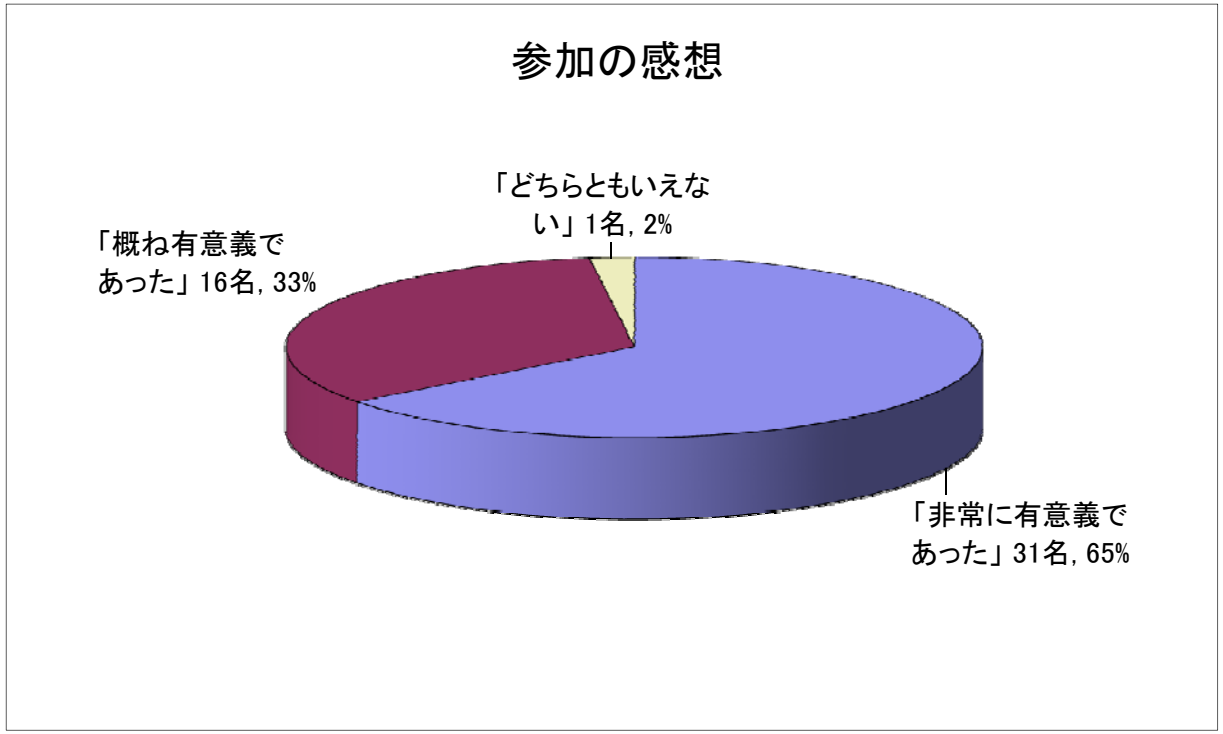
下水道場に参加したきっかけを尋ねたところ、上司や先輩等の紹介・推薦が27名（56%）、自発的に申込んだ者が21名（44%）であった。自発的な参加者は、全員が前回の下水道場の経験者であり、リピート率が高い結果になった。



アンケート

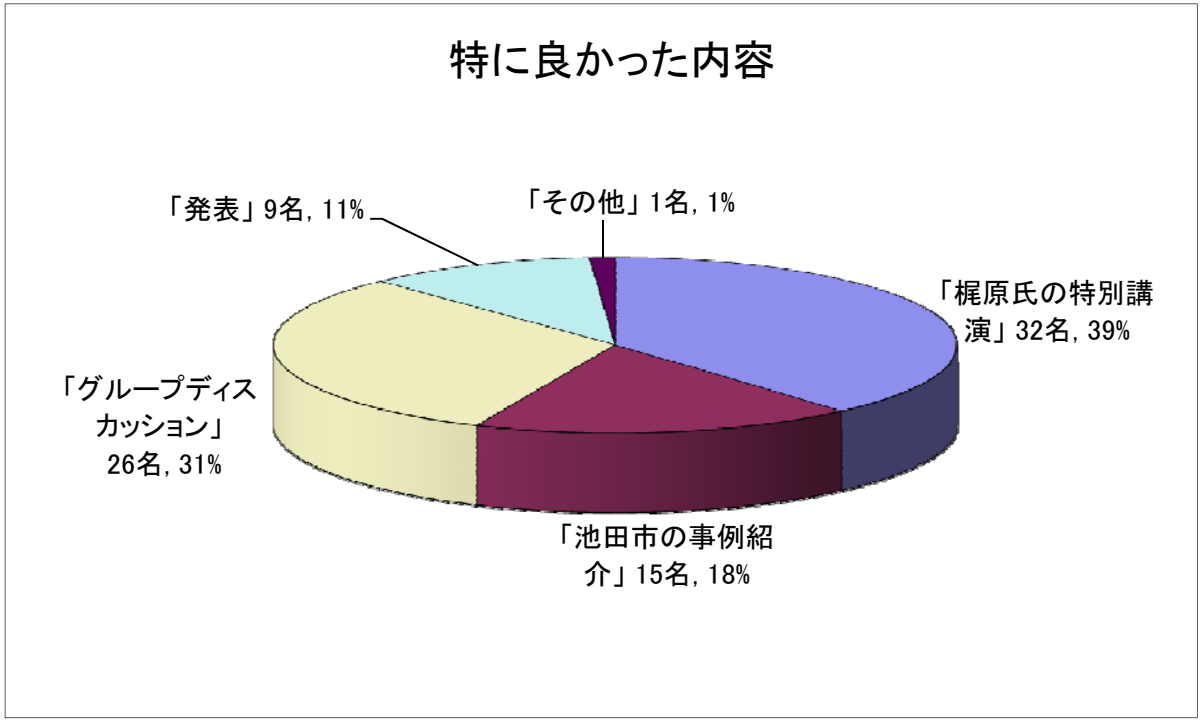
Ｑ２　参加の感想

下水道場に参加した感想を尋ねた。「非常に有意義であった」が31名（65%）、「概ね有意義であった」が16名（33%）であり、ほぼ全ての参加者にとって意義のある会となった。



Ｑ３　特に良かった内容

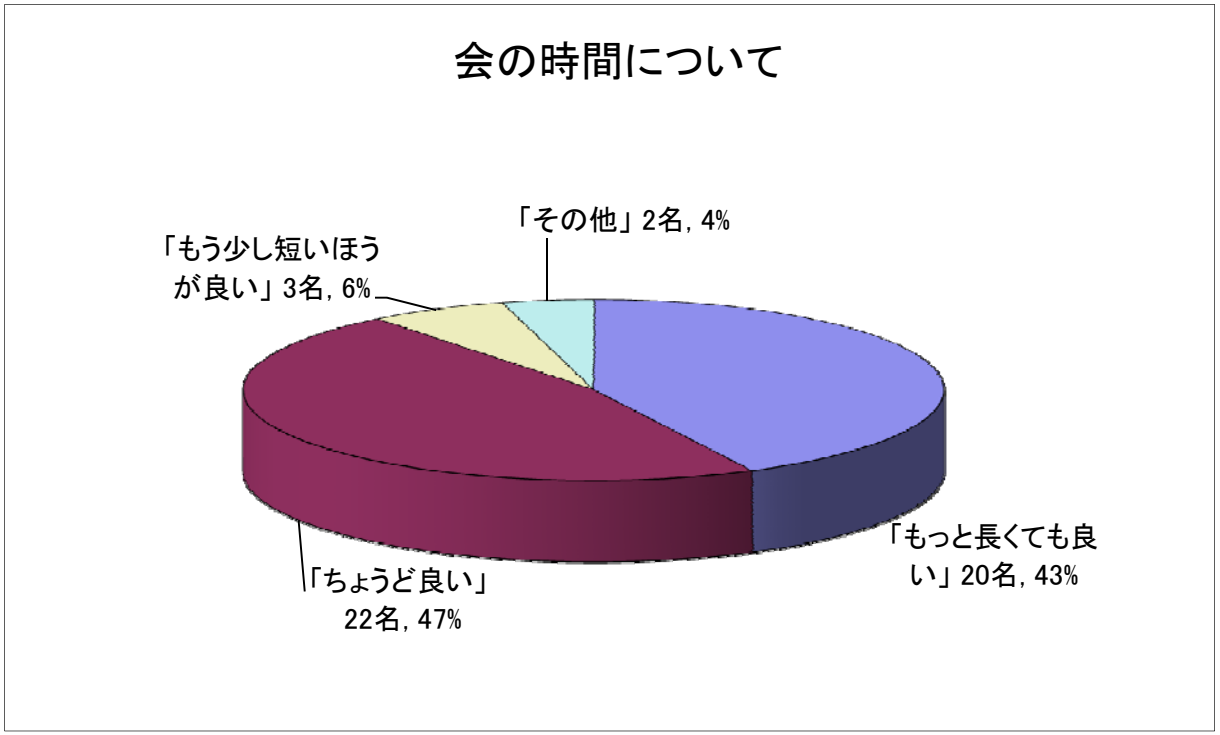
特に良かった内容を尋ねた（複数回答可）ところ、特別講師として招いた梶原氏の講演が最も多くの支持を集めて、39％。また、池田市の事例紹介（18%）やグループディスカッション（31%）も好評であった。
なお、「その他」を選んだ１名は、「講評が良かった」と回答している。



※複数回答可

Ｑ４　会の時間について

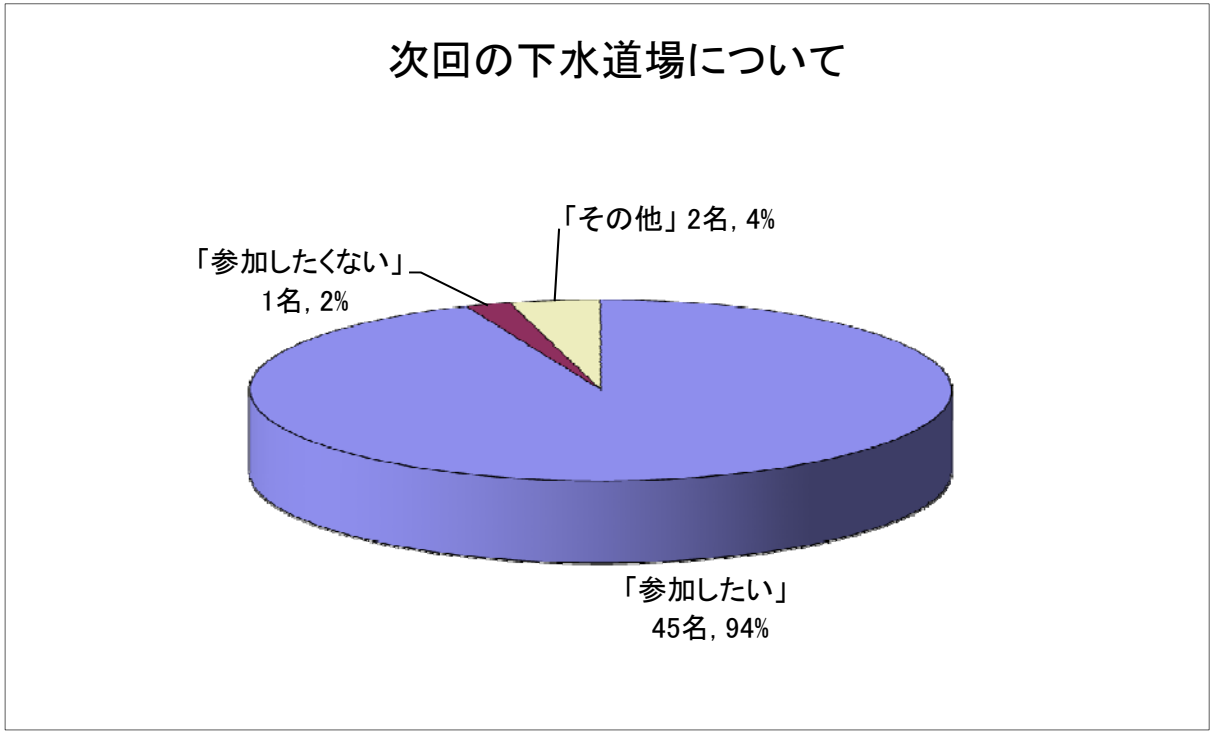
会の時間について尋ねた。「ちょうど良い」が22名（47%）と最も多いが、それと同じくらい「もっと長くても良い」（20名、43%）の意見が寄せられた。また「その他」の回答として、「きちんと議論するならば長く時間をとるべき」、「時間を厳守してほしい」の意見が寄せられた。



Ｑ５　次回の下水道場について

次回の下水道場に９４％の参加者が「参加したい」と回答した。

（「参加したくない」は１名。「今回のテーマでは議論の時間が足りない」との指摘。
「その他」の２名は、「開催時期による」、「機会があれば参加する」と補足の説明があった。）



アンケート

Ｑ６　代表的な意見・要望・感想

○短い時間だったが他都市の関係者と交流でき、刺激のある意見が聞けて有意義だった。
○会の実施方針は、この形が定着してきて大変有意義だが、違った形の開催も検討してほしい。例えば、若者とのコラボとして土木学会との連携、下水道研究発表会のような企画、地方開催、本の出版など。
○グループディスカッションの時間を長くしてほしい。
○時間が足りなかったが、明るい話題で各団体のＰＲ状況が聞けてよかった。
○30～40分程度のディスカッションでちょうど良いと思う。
○参加者同士、横のつながりが持てるように、１泊２日で合宿（事業団）してはどうか。
○今回のような特別講演をお願いしたい。
○下水道場自体のＰＲをもう少し強化できないか。
○東京以外の開催（地方開催）も検討していただきたい。
○スケジュール通り進めばもっと良かったと思う。
○池田市の課題に対し、行政に反映できるレベルの解決策を求めるのならば、今回のディスカッションでは足りない。今回の案の多くがすでに他自治体で実施されていて斬新ではない。参加者各々の事前の勉強が必要。

次回開催に向けて

今回の下水道場は非常に活気あふれるものであった。参加者の声を反映しつつ、グループディスカッション内容の充実、地方活動の拡大などを図っていく。