

広報・教育部門

応募事例名

「魅せる」浄化センターへの挑戦 ～下水道の地域貢献を「魅せて」伝えるデザインへ～

応募団体名) 佐賀市

応募事例の概要

- ・浄化センターを**市民や来訪者、現場の人まで幅広い方から喜ばれる拠点**へとリノベーション。
- ・下水道の『見える化』『見せる化』からさらに飛躍し、佐賀市が実施する汚泥の肥料化や処理水の農業・漁業利用、消化ガス発電など、魅力ある**循環型下水道の『魅せる化』へ挑戦**。

魅せる化① 下水浄化センター 外壁・トイレのイメージアップ



- ・下水道が秘める価値を「色」で表現。来訪者へ感動を与える明るい浄化Cへと刷新することで、下水道のイメージアップを図るとともに、家族にも自慢できる職場環境へ。

魅せる化② 循環型下水道の プロモーションムービー



- ・循環型下水道の魅力(肥料利用等)をプロデュースする動画を作成。下水道資源を利用する生産者へのインタビューなど『ヒト』へ着目することで、地域への貢献を強調。

魅せる化③ 来訪者を魅了する 展示ディスプレイ



- ・プロジェクションマッピング、ピクチャフレームなど、高い映像効果を駆使。「動き」を見せることで、子供を含む幅広い方へ視覚的に理解できる展示コーナーを設置。

魅せる化④ 下水道の貢献を ひと目で魅せる発信



- ・下水道の新たな価値を象徴するマンダラを作成し、市民が「何これ?」と興味をそそるインパクトのある法被やポスターで魅せることにより、市民へ積極的にPR。

PRポイント

- ・近年、下水道の役割・必要性を認識してもらう「見える化」「見せる化」が進められているが、「宝の山」と称される下水道資源の活用など、**下水道が秘める付加価値について、市民を魅了する「魅せる化」**はあまり見受けられない。
- ・佐賀市ではこれまで下水汚泥の肥料化や処理水の農業・漁業利用、消化ガスの発電利用など、下水道事業の「魅力創出」に向けた取組を実施してきた。今回は、これらの取組の情報発信に留まらず、下水道の価値を自発的に見出せるよう、**訪れる人の“感情”に訴えかけ、下水道の「魅力発見」を促す浄化センターへとリノベーション**。
- ・年間100組を超える国内外の視察者へこれらを「魅せる」ことで、**佐賀から全国へと下水道が秘める魅力を発信**。