

広報・教育部門

応募事例名

下水道MHを使った情報発信 KASHIWAココ撮れマンホール！

応募団体名)千葉県柏市

応募事例の概要

マンホールにQRコード



「KASHIWAココ撮れマンホール」のQRコードをスマートフォンなどの読み取りアプリで取り込みます

専用ページに遷移します

4秒後に分野別のページへ自動遷移します

発信情報は、下水道啓発だけでなく、柏市の魅力や役立つ情報、身近なインフラの新しい発信媒体としての機能

新たな情報ツールとして活用



■PRポイント

下水道施設の中で唯一、目に見ることができるものがマンホール。見てもらうほか、+αの機能で注目を集めたい。題して、「KASHIWAココ撮れマンホール！」市内5箇所だけの特別デザインマンホール。柏の様々なコンテンツがお楽しみいただけます。

1. 下水道の「暗い」「汚い」というイメージを裏切るポップで可愛いカラーとデザイン 2. 市景観に沿う様、カラーは地面セメントの色を基調 3. 数字にQRコードというゲーム感覚を誘うデザイン→コレクター心を高めるデザイン。行政観点での啓発や観光という素材ではなく、若い世代や下水道や行政に興味のない方でも誘われるデザイン

■具体的効果について

このマンホールのお披露目として、H29.12/22～1/31の冬休みに合わせて期間限定スタンプラリー「マンホールハンター～撮って！送って！マンホール！～」を実施しました。期間内に5箇所のマンホールを発見した方には本物のマンホール蓋を抽選でプレゼント。マスコミ各社にも取り上げられ、企画参加者のSNSによる情報の発信など、幅広い世代から下水道に興味を持っていただきました。