

広報・教育部門

使用料改定に向けた情報発信力の強化 はじめまして！うすい&おすいです

春日井市

本市では、18年間据え置いてきた使用料について、令和3年度及び令和4年度の2段階において、使用料単価100円/m³を150円/m³に改定することが決定しています。この改定に至るまでの、経営戦略の策定に伴う上下水道事業経営審議会における審議内容や、下水道の役割とその重要性など、市が発信する情報に付加価値を持たせ、より多くの方に伝えることで、下水道への関心を高め、理解につなげたいとの思いから、下水道を見せる(魅せる)ための取組として、積極的な広報戦略を行いました。



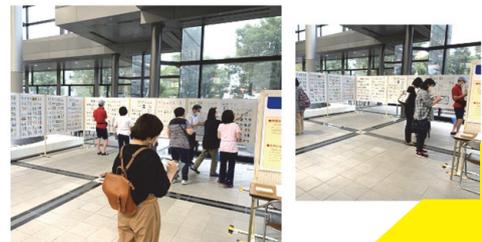
1 あなたの手で彩りを！マンホールぬりえ

コロナ禍の外出自粛要請期間を、明るく楽しく過ごすための素材の1つとして、マンホールぬりえを作成。下水道の役割や仕組みと併せて、市ホームページに公開しました。



2 マスコットキャラクターデザイン募集

下水道に親しみをもち、理解を深めてもらうことを目的に、マスコットキャラクターうすい&おすいのデザインを募集したところ、全国から494件の御応募をいただきました。下水道の日に伴う啓発活動時に市民投票を行い、852件の投票により優秀作品候補10点を選出し、上下水道事業経営審議会においてさらに3点に選出された作品の中から、最優秀賞を決定しました。



3 サクラ咲く🌸落ちないマンホールマスク販売



うすい&おすいを幅広くPRするため、マンホールの蓋はどんな向きでも落ちないようにできていること、本市の汚水マン

ホールの蓋は、市の花であるサクラがデザインされていること、うすい&おすいが約500倍の倍率を勝ち抜いて決定したデザインであることに験を担ぎ、新しい生活様式に必需品となったマスクを使用し、受験生の応援グッズを作製、

販売しました。新型コロナウイルス感染症拡大防止策として、窓口での混雑を避けるため、予約販売としましたが、300枚が完売となりました。

PRポイント！

まずはお金をかけずに、自分たちの手で、ホームページや広報をより多くの方に見ていただくための取り組みは何かと考え、ぬりえとキャラクターデザイン募集を行いました。

また、マスクについては、「書のまち春日井」らしく、サクラ柄のマンホールを御朱印に見立て、職員の自筆により「合格祈願」と認め(したため)、マスクに同封しました。うすい&おすいのお披露目と併せて、市のマンホールもPRすることで、下水道に親しみと関心を持つきっかけとなればと、企画しました。

取組の効果！

ホームページ閲覧数は約16,800件と、非常に多くの方に見ていただくことができ、使用料改定の周知にも貢献できたのではないかと実感しています。

Key Person



春日井市上下水道経営課
下水道経理担当主査
加藤京子

使用料改定を進めるにあたり、上下水道事業経営審議会を始め、市民の方から、これまでどのような経営努力を行ってきたのかという御意見をいただく機会が少なくありませんでした。本市では、前回の平成15年度の使用料改定時以降、約15億円の経費削減を行ってきましたが、不足していたとすれば、それを見せる努力ではなかったかと考え、「簡単明解であること」「スパイス程度の話題性を持たせること」により、興味や関心を持ってもらうことが、情報発信力の強化につながるのではないかと、つなげたい！との思いから、取り組みを進めました。今回の受賞も今後のPR活動に活かし、下水道への理解を深めるための、さまざまな広報戦略をうすい&おすいと一緒に進めていきたいと思っております。