

広報・教育部門

応募事例名

PR動画

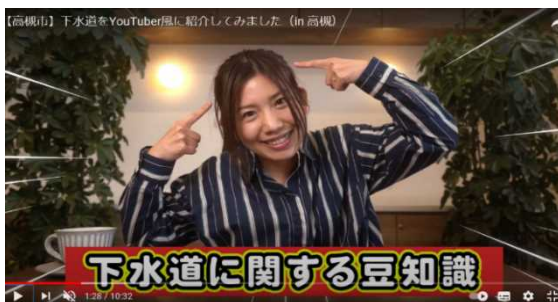
下水道をYouTuber風に紹介してみた(in高槻)

応募団体名)大阪府高槻市

応募事例の概要

若手職員が中心となってアイデアを出し合いながら企画から構成・演出までを行うとともに、広報活動への助成金も活用することで、コストを大幅に削減しました。

YouTuber風に演出することで、普段あまり目立つことのない下水道について、興味を持ってもらえたらとの思いで制作しました。



下水道に関する豆知識をクイズ形式で紹介



非日常の世界を体験できる空間
(雨水貯留施設内部 20,000m³)



本市で重点的に進めている事業も紹介

若い世代にとっては「あって当たり前」の存在になっている下水道の役割について、わかりやすく紹介しています。 YouTubeで配信中
QRコードはこちら⇒



▶PRポイント

最後まで飽きることなく視聴してもらえるように、PR動画の長さを約10分という短い時間に設定し、子供たちが集中して見ることができるよう1つのテーマを2分程度にする工夫をしました。また、身近な話題として感じてもらえるよう、下水道に関する豆知識や最近流行りのマンホールカードの紹介するなど、楽しく見てもらえるような内容としました。



高槻市 都市創造部
下水河川企画課 大迫優子

最後まで興味を持ってもらえるよう、行政制作っぽさが出ないように配慮するのに苦労しました。行政として、どこまで砕けた表現が許されるのか？職員自らYouTuberを演じることや、ナレーションのフレーズ、効果音など、細部にわたり悩みに悩んだ結果、これまでにない一風変わったPR動画に仕上げることができました。その甲斐もあり、民間のSNSなどで取り上げてもらうことができ、公開後、約3週間で視聴回数2,000回を突破することができました。