

令和5年度 第3回 下水道場

未普及対策班

未普及対策は「知識の普及」から

～工事費削減の未来～

埼玉県 武藤 啓
筑後市 富安空佑
熊本市 佐藤 圭

～未普及対策～

■前回のグループディスカッションで挙げられた現状の課題

課題①「住民から未普及対策(下水道環境の整備)の理解が得られない」

→下水道を整備することで、**排水設備の工事費**、**受益者負担金**、**接続後の下水道使用料等**、金銭的に負担が大きくメリットが感じられない。

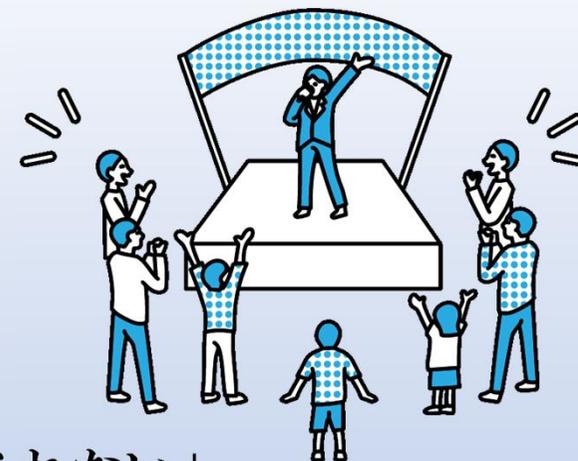


課題②「工事費の削減」

→未普及整備をおこなうなかで、1工事当たり**数件しか引き込みがない工事**や、最上流の汚水枡の
を取るために**長い距離通過管**となってしまう工事も多々ある。物価高騰や、働き方改革等の導入で、
さらに工事費が膨らんでいくなか、少しでも工事費を削減できるような工夫が必要となっている。

～未普及対策～

■課題解決に向けた取り組み



課題①「住民から未普及対策(下水道環境の整備)の理解が得られない」

→工事部署だけで解決しようとしても、限界があるので、**広報活動等に長けた部署**に協力を依頼し、**情報の伝え方、発信方法**を工夫する。

課題②「工事費の削減」

→施工方法の見直し、**運用方法の改善等**をおこない、最新の技術情報を取り入れながら**維持管理が可能な範囲**で工事費削減へ取り組む。

～未普及対策～

■「工事費削減」に向けた取り組み例

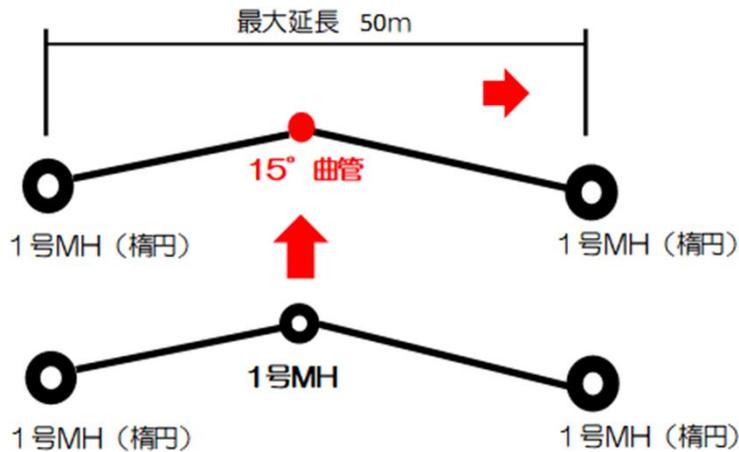
- 開削工の適用深さの見直し
- 塩ビマンホールの積極的採用（マンホールふた性能規定書の見直し）
- 宅内ポンプの採用
- サービス管延長の削減
- ベンドサイフォンの積極的採用
- 曲管施工



～未普及対策～

■具体的な削減効果(例)

曲管施工 (道路線形に合わせた施工)



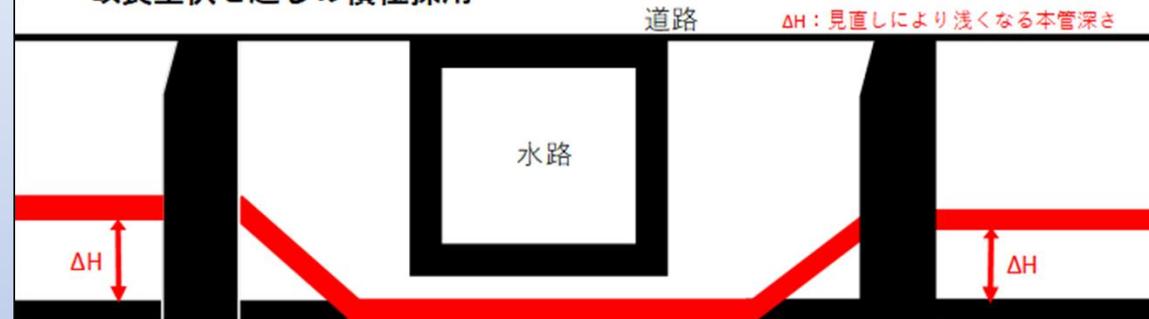
◇1号マンホールを塩ビ製曲管 (15°) に変更することにより工事費の縮減。

①1箇所当たり約80万円のコスト縮減

②実績 (R2年度)

21箇所 × 80万 = 1680万の縮減

改良型伏せ越しの積極採用



◇サイフォン構造を積極的に採用することにより上流・下流の計画高を浅くすることができる。

①開削工事においては、掘削深が浅くなり土工費が安くなる。

②見直しにより掘削深が2.5m (地下水なし3.0m) より浅くなった場合は、推進工法から開削工法へ変更が可能となり、大幅なコストダウンとなる。

推進による費用
70,000円/m

開削による費用
26,000円/m



コスト縮減
44,000円/m

～未普及対策～

■今後の方向性

課題①「住民から未普及対策(下水道環境の整備)の理解が得られない」

→市民が持つ下水道事業への**イメージを理解**する。

情報の発信方法については、次回開催までに検討する。

課題②「工事費の削減」

→例で挙げたように、工事費削減に繋がる取り組みは多々ある。

削減に向けた**取り組み内容の発信**(ホームページ掲載等)

発信された取り組みを参考に**検討を進める際のサポート**(フロー図の提案)



～未普及対策～

■課題①「住民から未普及対策の理解が得られない」

【市民の下水道へのイメージ】

- ・接続による金銭的な負担が大きい
- ・浄化槽を使っているからこのままでいい
- ・下水道に接続するメリットが伝わっていない

下水道使用料・受益者負担金の軽減、排水設備工事への補助等、**金銭面での負担軽減**が理解を得ることへの近道ではあるが、簡単なことではない。

→下水道に繋ぐメリット(維持管理コスト、景観、静音性)を紹介、広報に長けた部署と**共同**で情報を発信していく。

時代に沿って、**SNS「YouTube、Instagram 等」**も積極的に活用していく。

・・・外部のプラットフォームやイベントを活用する手段も



～未普及対策～

■課題② 工事費の削減『削減に向けた取り組み内容の発信』

●下水道場で各都市・市町村で取り組んでいる【工事費削減】事例を紹介

【事業内容】

下水道場の開催に併せて、各都市・市町村で取り組んでいる【工事費削減】事例を紹介。
紹介方法については、「PowerPoint」1～3枚程度にまとめてもらい、資料として配布。

下水道場参加者内で投票を行い、最優秀賞などの決定。

HPで取り組み事例を一般公開→住民の理解

工事費削減に向けた事業を全面的に押し出すことで**下水道への理解**を深める。

【将来的には...】

下水道場で実績を積み、国規模での事業として展開

事例のようなコンテスト形式をとり各団体より応募→オンライン投票（一般投票）

として運用を行い、**住民参加型**の事業を通じて**理解を図る**。

●下水道展などのブースで取り組み事例を紹介

下水道場で評価された事例を下水道展などのブースに掲示する。

下水道場自体のPRにも繋がる。



～未普及対策～

■活動例

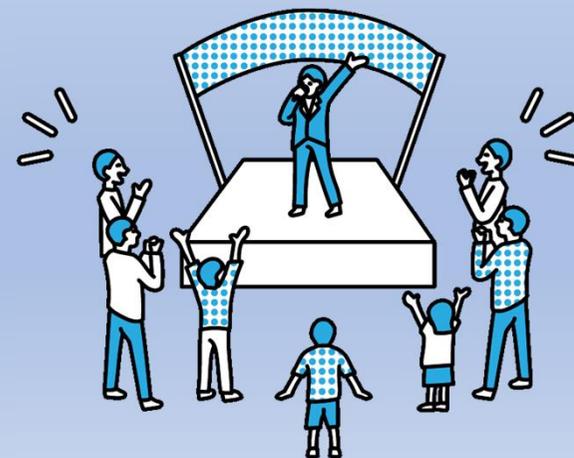
下水道広報プラットフォーム広報大賞（活動組織：下水道広報プラットフォーム）

【目的】

下水道事業で展開されている広報活動のうち、他業界への効果的な訴求など下水道インフラの価値を高めるうえで優れている広報活動を発掘・表彰し、下水道界全体に広く普及→業界の底力を上げることを目的とした活動。

【活動内容】

下水道界で展開されている広報活動を全国の各団体が提出し（希望団体）会員間で審査を行い、入賞者を選定（投票形式）
受賞者については下水道展で表彰される
→下水道展では多くの来場者が訪れるため、情報の拡散源となる



～未普及対策～

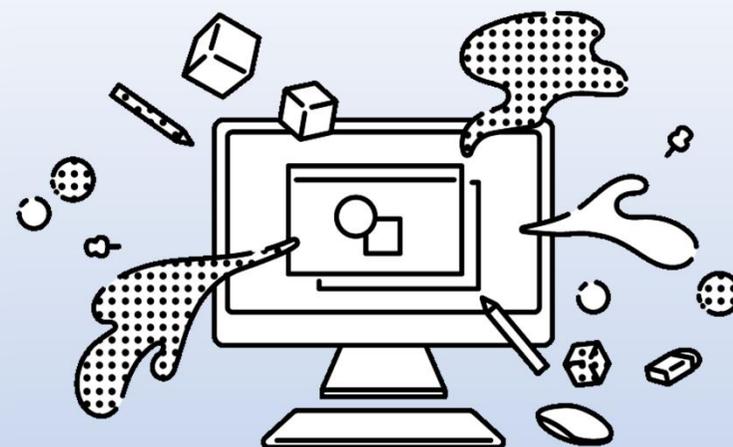
■まとめ

☆未普及対策は「知識の普及」から！

国のHPや下水道展への出展で成果を獲得することで、地元のメディア等にも注目され、他都市の参考となり、各取り組みの普及が向上する。また、担当者としても評価をいただくことで、事業に対するモチベーションの向上にも繋がる。

→広報部門と連携して、下水道のメリットを地元に応える

→今回は「工事費削減」がテーマだが、オンライン投票など住民を巻き込んでニーズを取り込めばより魅力的な提案が可能に！結果、事業が改善され住民の理解向上も期待できる。





ご清聴ありがとうございました

