

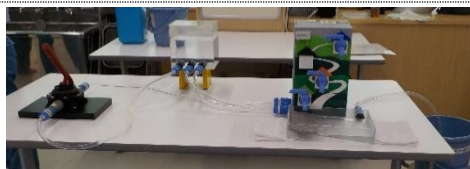
令和7年度全建賞 推 薦 調 書
インフラ整備の事業又は施策の部(インフラの部)

実施機関名(主事業の実施機関名)	横浜市水道局
ふ り が な	こどもまんなかしゃかいのじつげん～すいどうのしくみ・こうじをたいけん！！～
1. 事業(施策)の名称	こどもまんなか社会の実現～水道の仕組み・工事を体験！！～
2. 事業(施策)実施期間(和暦)	令和5年4月1日 ～令和8年3月31日
災害枠で推薦の場合	(災害発生日) 年 月 日 (災害名)
3. 事業費(工事費)	2百万円(2つの模型製作費)
4. キーワード	イベント、出前講座、広報・PR、理解促進、こどもまんなか社会、官民連携、企業版ふるさと納税
5. 事業概要	
「子育てしたいまち 次世代を共に育むまち ヨコハマ」に向け、全庁をあげて取組む中、こども向けの模型を企業版ふるさと納税なども活用しながら作成し、新たに放課後児童クラブ(以下学童)を対象にした「楽しめる」場も拡充し、水道の大切さや工事の必要性についての理解促進とPR 拡充に取り組んだ。	

6. アピールする事業又は施策の「手段」と「秀でた成果」		
ハード or ソフトの分類 :該当する方に○印	① ハード面 に秀でた事業	② ソフト面 に秀でた取組
アピールする 1)「手段」	() () () ()	(b)(d)小学校・学童との協働 (b)(d)工事施工業者協働(現場見学会) (b)(e)企業版ふるさと納税の活用 (c)情報発信(タウン誌掲載等)
アピールする 2)「秀でた成果」	() () () ()	(a) 水道事業の理解促進、興味向上 (b) (I)新たな財源確保、企業 CSR 向上 (f)学童満足度向上、イベント活性化 (j)省エネルギーへの理解促進

7. 特にアピールしたい点
<興味を持ってもらうべく、学びから親しみへの展開を図る> 従来より水道局では、水道の大切さや工事の必要性について、出前授業・浄水場見学等の「学び」で伝えてきたが、「興味を持つ」には至らないことも多かった。そこで「親しみを感じる」ことを重視し、こども向け模型を作成するとともに、新たに学童等を対象にした「楽しめる」場の展開や、見るだけでなく、体験型プログラムの工夫等を行った。 <新たな財源確保・企業のCSR向上> 令和7年度の模型作成に際しては企業版ふるさと納税を活用し、その全額を企業寄付により賄った。また、取組を積極的に広報・情報発信し、企業のCSR向上も図った。 <官民連携> 財源確保の連携以外に、学童の夏休みイベントに際しての募集や現場調整などを企業連携で進めたこと、現場見学に際して施工事業者の主導で行えるよう調整したことなど、行政のみでなく官民連携を意識して進めた。

8. 事業を代表する写真及びキャプション



水圧模型(左上)、工事模型(左下)
学童夏休み体験イベント(中)
工事現場見学会(右)



9. 事業内容・添付資料〔特徴を示す写真、諸元(位置図、標準断面図、施策のフローチャート、P I の方法 等)〕

1 これまでの課題

横浜市水道局では、水道の仕組みや更新工事の重要性について、イベントに出展しリーフレットやパネル、各種模型を用いてPRしてきたが、十分な効果が得られていない状況にあった。特に横浜市の中期計画において「子育てしたいまち 次世代を共に育むまち ヨコハマ」という基本戦略が新たに掲げられることにもなった中で、それらは子ども向けには難しく、途中で飽きてしまうなどの課題が浮き彫りになっていたことから、新たに子ども向けPRを拡充することとした。

2 こども向け模型の製作

(1)工事模型(令和5年～)

これまで工事の一連の流れを見る模型や工事場面ごとの模型(写真1)をイベント等で活用していた。ここで、親子連れでの参加が多い場合、説明の専門性が高く子どもが理解しにくいこと、一方的に職員の説明を聞くだけかつ説明時間も長いことから、興味が持続しないという課題があった。そのため、途中で帰ってしまい、保護者にも最後まで説明ができないという状況もあった。

そこで子ども向けPRがしやすい模型を、以下のコンセプトで製作した。

- ① 対象年齢を園児から小学校低学年とし、説明も簡易なもの
- ② 説明を聞くだけでなく自分で体験ができる
- ③ 1回あたりの体験は基本5～10分
- ④ バケツを再現したスコップなど興味を持ちやすくする

その結果、写真2の通り、道路を壊す、土を掘る、水道管を見つける、水を止める、水道管を新しくする、水を流す、土を埋め戻す、道路を復旧するといった一連の流れを体験することができ、水道工事を砂遊びの要素を取り入れ遊びながら理解できる仕様の模型が完成した。



写真1 従来活用していた模型



写真2 遊びながら理解できる工事模型

(2)水圧模型(令和6年～)

これまでは、配水池から各家庭までの水の流れやバルブ操作を体験できる配管模型を活用していたが、模型が大きく大型イベント以外では使い勝手が悪いこと、バルブ等がたくさんあり色々な操作ができる一方で、子どもには理解が難しいこと、一回の体験できる人数が少ないといった課題があった。

そこで以下のコンセプトで体験しやすく分かりやすい模型作りを進めた。

- ① 水圧がテーマの模型(水の特徴を模型化)、持ち運びが容易なサイズ
- ② ポンプを押すと水が出るというシンプル構造
- ③ 高さにより水が出る、出ないの違いが体験できる(子どもでも見てわかる)
- ④ 大人数でも短い時間で交互に楽しめる

職員手作りの試作品を経て、写真3の通り、何もしないと水が出ない蛇口からもポンプを押すと水が出てくる仕様の模型が完成した。



写真3 ポンプを押すと水が出る水圧模型

9. 事業内容・添付資料〔特徴を示す写真、諸元(位置図、標準断面図、施策のフローチャート、P Iの方法 等)〕

3 新たな財源確保と企業CSRの向上に向けて(企業版ふるさと納税の活用)

工事模型作成については従来の広報予算を活用したが、水圧模型については新たな財源確保を模索し、時限的な特例措置として国が創設した税制度である企業版ふるさと納税(地方創生応援税制)の募集が庁内であったことから、エントリーを行った。その後、対象事業となること(KPI 設定等)や企業会計への寄付を受けることの調整を行い、「送配水管の更新・耐震化事業(水圧模型作製)」として横浜市事業の寄附対象プロジェクトとして採択された。

寄附募集はHPでの周知のほかに、個別営業も実施し、その結果、「寄附申出」と「意向確認」をしていただいた企業は、4社となり、全額寄付で賄うことが可能となった。企業は水道事業に関連する皆様であり、一般の寄付ではなくふるさと納税という仕組みを通じた節税と、CSR向上を図っていただいている。

4 効果的な水道事業PR及び既存イベントの活性化

従来も出展していたイベント(区民祭り等)において、新たに作成した模型も含め、以下の通りの取組を行った。

① 子どもに実際の工事写真を使用したフリップを見せつつ、工事体験を実施する／水圧模型を体験してもらう

② 待ち時間や子どもの体験中、保護者に現行工事模型や展示パネルで説明を実施する／リーフレットを配布する
来場者からは「高いところでも水道の水が出る仕組みを体験できて面白かった」「今までなぜ同じ場所を何回も掘るのか不思議でしたが、説明を聞いて分かった」などの声やブログで紹介してくださった方も存在した。この結果は子どもに興味を持ってもらいつつ、大人への水道の仕組みや工事の説明を従来以上に実施でき、水道事業のPRに貢献し、あわせて、体験の列は絶えることなく続いたことから、イベント全体の活性化にも貢献できたと考えられる。

5 楽しめる場の拡充

従来の区民祭り等のイベントや「学び」としての出前授業・浄水場見学等に加え、楽しめる場の拡充にも取り組んだ。

(1) 学童等の夏休み体験イベント(令和6年度～)

学童の夏休み期間中は、昨今の暑さゆえ屋外で遊べず、学童施設内でずっと過ごすため、子どもの心理的負担になり、学童へ行きたがらず保護者や児童支援員の不安へと繋がっている問題が生じている。

そこで、本市では学童を対象としたプログラム募集しているが、需要に対し実施数が足りていない状況が続いており、新たに作成した模型も活用し、楽しめるイベントを提案・実施することとした。

【実施内容】

① 水道の仕組みや工事の重要性について模型やパネルを用いて全体説明

② 複数の体験ブースを順番に体験

工事模型／水圧模型／おめんづくり／水道局ユニフォーム・ヘルメット・ファンベスト・誘導棒着用／ウォーキングメジャー・音聴棒体験／カードゲーム

③ 水道工事体験模型に水を流して断水工事について実演(写真4)

令和6年に9校、7年は5校で実施し、次年度もまた来てほしいとの大好評のイベントとなっている。なお令和7年のイベントに際しては学童保育の委託事業者と連携した結果、募集から決定、広報対応等をスムーズに行えた。



(2) 工事現場見学会(令和7年度～)

施工業者主体による工事現場見学会について、従来の小学校に加え学童保育も対象に働きかけ、調整し、実施校数を拡大した。現場を実際に見学すること以外にも、工事模型活用して分かりやすく事前に説明することや、実際に埋設する管材に子どもたちが思い思いの絵や字を書いてもらい(写真5)、それを目の前で組立てるといったメニューの工夫も行った結果、自分たちが関わったものが地中にずっと埋まっているという愛着と関心を引くことができた。



6 広報・情報発信

これらの取組については、市のHPやSNSでの発信に加え、地域タウン誌の取材や業界誌への寄稿、賞への応募など、積極的に情報発信を心掛けた。

【掲載例】

タウンニュース 千秀キッズクラブ出前授業(R7.8.28)、水道工事を見学(太田小学校)(R7.10.16)

日本水道協会 水道研究発表会全国会議(R6)、水道広報イノベーション大賞特別賞受賞(R7)、

日本工業経済新聞 水道工事現場で見学会(R7.10.8)