

音が伝える！ひとが伝える！下水道の魅力

～ネガティブをポジティブに変える下水道PR～

お や な ぎ た く と
小 柳 琢 利*

新潟市では、下水道を新たに建設する時代から今ある施設を長く使うために維持管理を行う時代への変化とともに、下水道に対する住民の関心が薄れつつある。今こそ、下水道の役割・重要性・魅力を多くの住民に伝えるべく、新潟市下水道PRプロジェクトチームを結成して取り組んだ下水道PRを紹介する。

1. はじめに

1) 水をきれいにする下水道の役割を実感

現在、私は下水処理場内にある事務所に勤務している。この所属に異動するまでは、家の排水溝に流れる水がどのようになっているのかは考えることもなかった。

下水処理場では、下水管を通して流れてきた汚れた水が、微生物の力を借りて、キレイな水に生まれ変わり（写真-1）、そこで発生する汚泥は、セメントの材料や肥料として活用されている。

下水道は都市生活を安心・安全に過ごすための必要な社会インフラの一つであるが、今、下水道の重要性が伝わりにくくなっている。



写真-1 下水処理場においてキレイになった水

2) 下水道事業の質の変化に伴う関心の薄れ

新潟市では、令和4年に公共下水道事業開始より70年を迎えるなか、下水道への接続率が令和元年度末で9割を超え、下水道を新たに建設する時代から今ある施設を長く利用するために維持管理を行う

時代へと事業の質の転換期に差し掛かっている。

本市の市政世論調査では、「市として良くなっているもの」という質問のうち「公共下水道の整備」と答えた人の割合は、10年前の同調査では、33項目中上から2番目にあったが、直近の調査では9番目に下がっており、事業の質の変化に伴い、下水道に対する住民の関心が薄れつつある。

3) 下水道工事と住民意識の移り変わり

新規整備が市内各所において急速に行われた時代（昭和～平成中期ごろ）は、積極的に広報を行わずとも、下水道の整備効果である「側溝からのくさいにおいがなくなる」「浄化槽管理のわずらわしさから解放される」「大雨が降っても、住宅に水が上がらなくなった」というポジティブな理由から工事を行うこと自体が、下水道を多くの住民に伝えるきっかけになっていた（図-1）。

伸ばそう下水道をスローガンに下水管を埋設



図-1 これまでの主な下水道工事（管布設工事）と住民の捉え方
しかし、現在、主に行われている下水管の修繕・補修（管更生工事等）や下水処理場の運転に必要なと

*新潟市 下水道部 下水道管理センター 施設管理課 副主査

なる設備の更新などの維持管理は、工事が完了しても日常生活に変化がないため、住民に対して、下水道がどうなっているのか・何をしているのかが伝わりにくい状況になりつつある（図-2）。

長く利用するための下水管の維持管理・補修

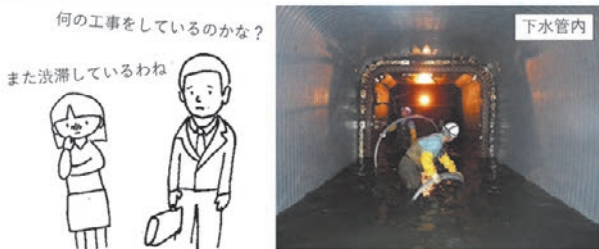


図-2 現在の主な下水道工事（管更生工事）と住民の捉え方
特に若い世代ほど、下水道を使えることが当たり前になっているためなのか、下水道の効果（ポジティブな面）よりも、「くさい」「きたない」といったネガティブなイメージが先行している人の割合が高く、さらには「興味がない」という人の割合も増えている（図-3）。

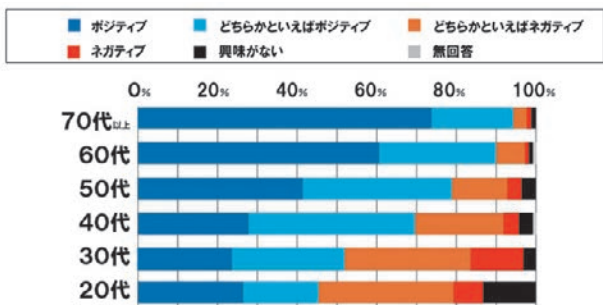


図-3 年代別の下水道に関するイメージ 出典：国土交通省 下水道に関する意識調査（平成29年度）

4) 地域との連携による実現した下水道広報

一般的に行政が単独で行う広報は、「予算が少ない」「どちらかといえば消極的」「マンネリ化」というイメージをもたれており、民間企業と比べると予算も限られている。

そこで、下水道PRを効果的に展開していくため、地域の企業や団体と連携した事業を展開することで、行政のみでは、技術面や予算面などで実現が難しいことにチャレンジして、その活動をマスコミから取り上げてもらい、発信することで多くの人に知ってもらおうと考えた（図-4）。

以下、新潟市下水道PRプロジェクトチームを結成して取り組んだ2つの事例を紹介する。

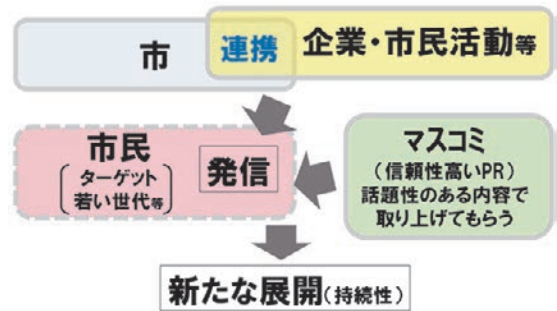


図-4 地域連携を主体としたPR活動

2. 取り組み事例その1

全国初！音の出るマンホール蓋完成！

1) 地元サッカーチームとの連携

住民に身近な下水道施設であるマンホール蓋は、様々な利活用がなされている。

例えば、デザインに工夫を凝らしたマンホール蓋が多く登場し、マンホール蓋をカードにしたマンホールカードが各地で配布されている（図-5）。このカードの収集を旅の目的とする、いわゆるマンホールアワードが現れるなど、マンホール蓋が下水道PRとともに、まちを訪れるきっかけにもなっている。



図-5 新潟市で配布されているマンホールカード

しゃべるマンホールは、マンホール蓋に音という要素を追加することで、広告としての役割や道路利用者への新たな情報提供ツールとしての可能性を社会実験により検証したものである。

しゃべるマンホールは、民間事業者と共同開発を行い、デザインや音声は、新潟市をホームタウンとするサッカーJリーグアルビレックス新潟からの協力により実現することができた。

2) 多くの人立ち止まったしゃべるマンホール

設置期間は、令和元年7月26日から8月30日までの36日間、音が出る時間を午前9時から午後9時までの12時間とし、JR新潟駅万代口（北口）広場・

南口広場に各1か所、計2か所にしゃべるマンホールを設置した（図-6）。



図-6 しゃべるマンホール

アルビレックス新潟ホームスタジアムまでのバス発着口である新潟駅南口広場では、選手が勝利にかける想いを、県外からの観光客の玄関口となる新潟駅万代口広場では、新潟市のおすすみを紹介する選手の声が流れる仕組みとした。

設置初日に行ったお披露目イベントは、県内すべてのテレビ局からも取り上げられ、子どもや若い世代・アルビレックス新潟のサポーターなど多くの人に、下水道の魅力を伝えることができた（写真-2）。



写真-2 しゃべるマンホールのお披露目イベントの様子

3. 取り組み事例その2

「ひと」に焦点をあてた下水道冊子

1) 企業が主体的に作成した下水道冊子

企業が主体となって、多くの読み手に興味を持ってもらえるよう、地域に住んでいる人、下水処理場で働く人など、そこにいる人の声を通じて、事業整備効果を伝える冊子を作成頂いた。新潟市下水道PRプロジェクトチームでは、取材協力や地元商工会とのコーディネートを行った。

2) 小学生をターゲットに下水道の魅力を伝える

下水処理場の役割や携わる人々に焦点をあてた冊

子「水キレイ工場とそこで働く人々のおはなし」は、下水処理場において工事を行う企業が作成し、下水道の歴史や仕組み、汚れをキレイにする微生物の働き、環境問題などを親しみやすいイラストと簡潔な文章で伝えている。工事の紹介とあわせて、現場の作業員が顔写真入りで仕事のやりがいをコメントし、建設業の魅力を伝えている。

同企業からは、対象となった下水処理場に下水が流れる地区の小学生3・4年生を対象に4,300人分の冊子を寄付頂いた（図-7）。



図-7 冊子「水キレイ工場とそこで働く人々のおはなし」

また、この取り組みを進めていく中、同企業と地元商工会が連携を深め、対象となった下水処理場に接する潟の水質改善に向けて、共同で水質調査を行い、その結果を水辺環境を考える子ども会議「こどもサミット」で公表するなど、本件を通じて、新たな広がりを見せつつある。

4. まとめ

今後も若い世代を中心に多くの人に下水道のイメージをネガティブなイメージからポジティブなイメージに受け止めてもらえるよう、「連携」をキーワードに、下水道PRを取り組んでいきたい（写真-3）。



写真-3 下水道PRポスター「守りたい風景がある下水道」

【著者紹介】 小柳 琢利（おやなぎ たくと）

昭和62年生まれ。平成24年新潟市役所入庁（土木職）。都市政策部都市交通政策課、東区役所建設課を経て、平成31年4月に下水道部下水道管理センター施設管理課へ異動。同年、新潟市下水道PRプロジェクトチーム「水玉クラブ」に参加。今年で3年目。