下水道未来計画研究会報告書について

――下水道情報発信の新しい姿――

国土交通省都市・地域整備局下水道部下水道企画課
下水道技術開発官　松原（まつばら）　誠（まこと）

1　はじめに

現在では国民の３人に２人が利用できるまでに下水道が普及しましたが，下水道の役割をトイレの水洗化など生活環境の改善だけと思われている人が多いのではないでしょうか。下水道には地球環境を保全し，国民の生命・財産を守るといった多様な役割があります。このことを正しく理解してもらうためには，「情報発信」を実践することが重要です。

このような考え方のもと，国土交通省下水道部では平成17年を「情報発信元年」として位置付け，下水道関係者が一丸となって情報発信に徹底的に取り組むこととしています。その一環として，今後の下水道を担う全国の若手職員から構成される下水道未来計画研究会において，下水道の新たな情報発信の姿について議論をしてきました。

研究会は計５回開催し，平成17年10月には，その成果として「下水道未来計画研究会の考える情報発信の新しい姿―下水道の本当の姿を知ってもらうために―」と題する報告書をとりまとめました。

報告書では，行政と住民が一体となって水環境を考える手法として「下水道LOHAS（ロハス）」を提案するなど，１つは下水道に興味をもってもらうためにはどんな切り口が考えられるかということで６テーマ，もう１つは個別の施策を説明するのにどんな手法が考えられるかということで４テーマ，あわせて10テーマについて提案しています。また，情報発信については「実践」が重要であるとの認識から，政令市に対して「終末処理場の名称変更」を提案しています。

2　報告書の概要

(1)　構　　成

第１章　下水道について興味をもってもらうには？
- 提案１　魅せる下水道
- 提案２　下水道の存在意義
- 提案３　下水道ががんばっていること
- 提案４　下水道から広がる環境学習
- 提案５　家庭でできること
- 提案６　住民と一緒に支える下水道

第２章　下水道の政策をわかりやすく伝えるには？
- 提案７　浸水対策と地震対策
- 提案８　良好な水環境の創造
- 提案９　下水道経営入門
- 提案10　改築更新の重要性

第３章　提案から実践へ！
- 実践１　終末処理場の名称変更

⑵　提案内容の紹介

提案１⑴　魅せる下水道

〈キャッチコピー〉

「下水道の“顔”は，まちの“顔”」

〈提案内容のポイント〉

・どこにでも必ず存在する，マンホールの蓋＝下水道の顔。これを利用して，蓋のデザイン＝表情を変えることにより，下水道がそこにある，いたるところにあることに気づいてもらう。

・全国共通，面的に対応可能，一斉発信。

・明るく 楽しく にぎやかに下水道のPR。

・ターゲットは，大人から子供まで。

提案５　家庭でできること

〈キャッチコピー〉

「私たちは“下水道 LOHAS”を提案します！」

〈提案内容のポイント〉

・下水道を通じてライフスタイルを考え，「下水道」を感じてもらう。

・できることから無理せずに今日からでも始められ，個人が成果（効果）を感じることができる。

・具体的には，下水道 LOHAS のホームページ，リーフレット・ポスター等を作成する。

・ターゲットはすべての住民の方々（限られた人ではなく，家族全員での参加を呼びかける）。

提案６　住民と一緒に支える下水道

〈キャッチコピー〉

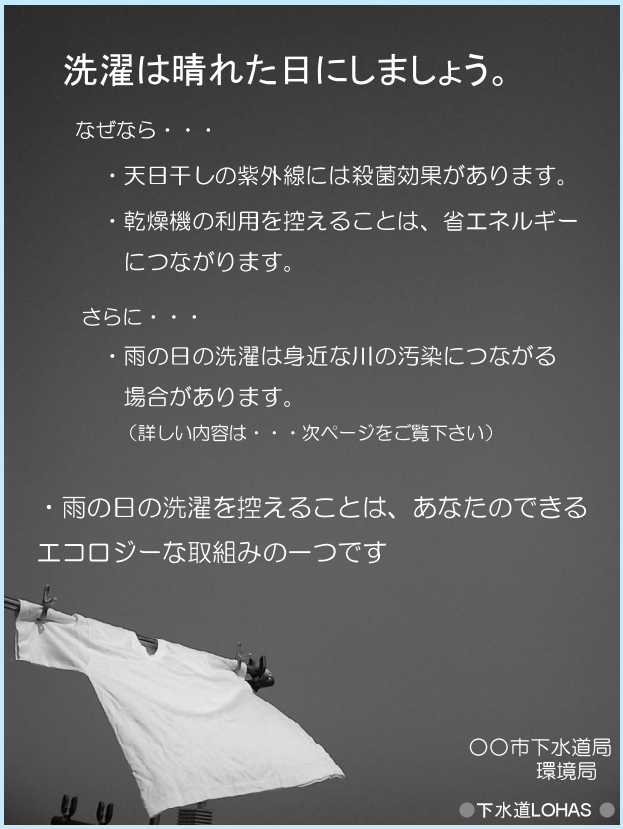
「快適な街をみんなで」

〈提案内容のポイント〉

・下水道には限界があることを理解してもらった上で，住民と一緒に対策を考え実践していく。

・実体験してもらうことにより理解を得る

提案１⑴　提案内容のイメージ



提案５　リーフレット・ポスターの一例

（ターゲットはすべての住民）。

・下水道と縁が深く，さらに，てもちぶさたとなるトイレなどの「身近な場所」で，ポスターやステッカーなどを用いて下水道の仕組みやさまざまな対策の事後評価の提示を行い，理解を得る（ターゲットは中学生から大人）。

提案７(2)　地震対策

〈キャッチコピー〉

「地震発生で下水パニック！
ライフラインの下水道が防ぎます。」

〈提案内容のポイント〉

・地震で下水道が被災したことを想定し，「市民は何が困るのか？」に重点を置き実感しやすいよう伝えることにより，下水道の地震対策の必要性を PR する。

・下水道＝ライフラインという認識を高めるために，災害時に下水道の被災状況を市民の求める情報として発信する。

・ターゲットは市民全体（大人向けを想定）。

提案10　改築更新の重要性

〈キャッチコピー〉

「下水道と末永くおつきあいできますか？」

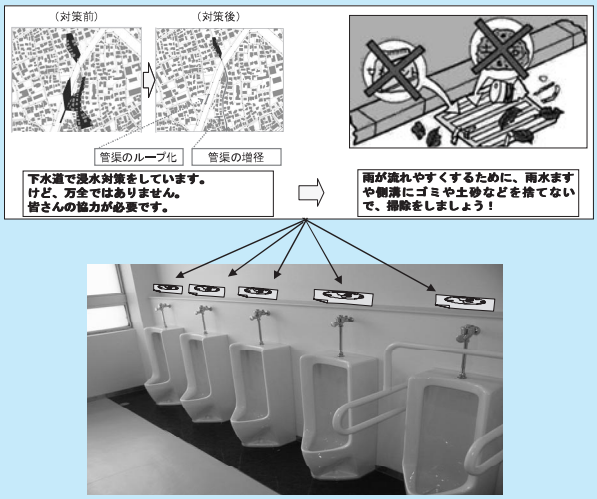
〈提案内容のポイント〉

・「改築更新」に変わる新しい表現として，「リフレッシュ」を用いる（イメージアップ）。

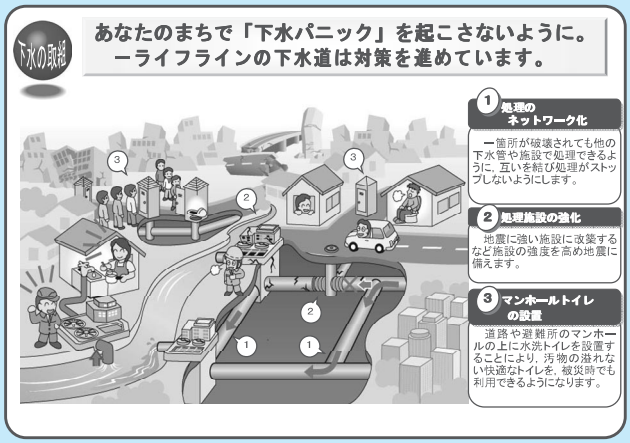
・老朽化が引き起こすさまざまな問題と改築との関わりを分かりやすく伝える。

・老朽化のイメージ発信を目的として，住民にとって分かりやすい新たな指標を示す。

・具体的には，工事看板にリフレッシュ事業であることを PR する，リーフレットを作成して工事標識に設置するなどの取り組みを行う。



提案６　身近な場所での PR の一例



提案７(2)　PR 資料（下水道の被害想定の提示）

提案10　リーフレット掲載内容の一部

・ターゲットは住民全般とし，とにかく分かりやすいものにする。

実践１　終末処理場の名称変更

〈キャッチコピー〉

「下水道の多様な役割・機能を正しく伝えるために」

〈提案内容のポイント〉

・言葉は，人々の抱くイメージのみならず，その考え方までも左右するほどの大きな影響力をもっており，政策上も重要なツールの一つとして活用することができる。

・現在の終末処理場の役割・機能は，単に下水を処理し放流するのみにとどまらず，健全な水循環系の構築，再生水や下水汚泥の有効利用等，終末処理場といった名称では表現できない多様なものとなっている。

・以上の理由から，終末処理場の名称を，その役割・機能が十分に表現できるものに見直すべきである（政令市に対して提案）。

3　おわりに

国土交通省下水道部が情報発信を徹底的に行う背景には，下水道の多様な役割・機能が国民に対し十分伝わっていないのではないかという問題意識があります。これは，下水道がこれまで情報発信に精力的に取り組んでこなかったというよりも，むしろ情報発信のやり方自体に問題があったと解するべきではないでしょうか。すなわち，下水道についてまだ興味をもっていない国民に対しては，事業の必要性，重要性を頭ごなしに説くよりも，まず興味をもって話を聞いてもらうためにはどうすべきかを考えるべきだったのではないか，ということです。

下水道未来研究会では，このような観点から，有効な情報発信のやり方について議論を重ねてきました。結果として，とりまとめた報告書の中の提案は，若手職員らしい斬新かつ柔軟な発想に満ちているとともに，現場でそのまま使えるくらいの完成度の高いものになったのではないかと思います。

今回の報告書を，「下水道に興味をもってもらう」，そして「施策を分かりやすく伝える」ためのヒントとして，多くの人に活用していただくとともに，情報発信の実践により下水道に対する理解が広く浸透していくことを期待しています。

※下水道未来計画研究会の報告書は，国土交通省下水道部の HP に掲載していますので，ぜひご覧下さい。

http : //www.mlit.go.jp/crd/city/sewerage/