

効果的な下水道普及啓発活動の実現を目指して

(公財) 三重県下水道公社

○小川 純、和田 彰之 (現三重県)

北本 博康、田岡 薫

1. はじめに

当公社は平成25年度に公益法人化したことに伴い、下水道の普及啓発を重点業務のひとつに位置づけ、見学者数の伸び悩み等の普及啓発に関する課題を整理し、効果的な普及啓発活動内容の検討を行った。

2. 普及啓発に関する課題の整理

普及啓発に関する課題として、処理場見学者数及び啓発イベントにおける集客者数の向上を上げた。

児童を対象とした見学者数の向上のため、児童向けの下水道出前教室を行うこととした。啓発イベントについては、毎年県内で実施される子供向けの環境フェアへの出展と、下水道の日(9月10日)のPRイベントを対象とした。

3. 平成25年度に企画・実現した活動内容

(1) 下水道出前教室

出前教室については、県内A市をモデル地区として、平成25年度より試行的に実施した。効率的な案内方法を検討した結果、年度当初に出前教室に関する需要調査を実施し、需要のある学校に対し詳細な案内を送付することとした。なお、需要調査時には、処理場の見学についても併せて案内を行った。

需要調査時に送付したアンケートについて図1に、需要調査の結果について図2に示す。

「下水道出前教室」に関するアンケート

下水道出前教室について、今年度利用予定がない場合は「A」に、利用をご検討いただく場合は「B」に○をふってください。
「B」をご回答いただいた場合は、再度「下水道出前教室」に関する案内をさせていただきますので、案内の希望月をご記入ください。

A 利用予定はないため、案内不要

B 利用を検討するので、再度案内を希望する
(平成 年 月頃)

図1 需要調査時のアンケート

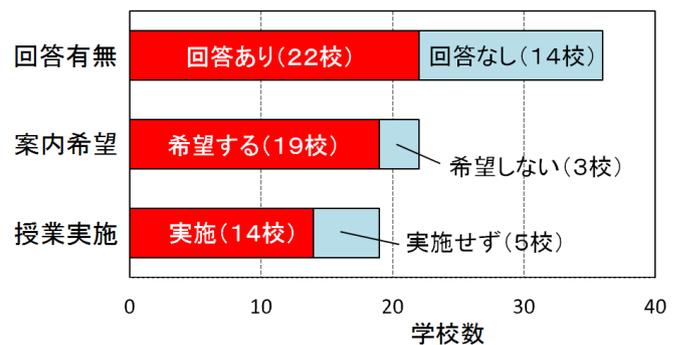


図2 需要調査結果

需要調査は、A市内の全小学校(36校)を対象に実施した。需要調査の内容は出前教室に関する需要の有無及び案内希望時期に関する簡易なアンケートとした。

需要調査に対し回答を得られた学校は、全体の61%に当たる22校であった。回答を得られた学校の内、86%に当たる19校が『利用を検討するので、再度案内を希望する』との回答であった。『再度案内を希望する』と回答があった学校の内、74%に当たる14校で実際に出前授業を実施した。

平成25年度に出前授業を受講した児童数について、表1に、前年度との啓発者数の増加率を表2に示す。

表1 出前授業受講校数及び受講者数

	A市内全体	出前授業受講	割合
小学校数	36校	14校	38.9%
児童数 (小学4年生)	1506人	630人	41.8%

表2 前年度と比較した啓発者数の増加率

	H24年度	H25年度	増加率
出前授業 受講者数	—	630人	—
見学者数 (小学校のみ)	344人	602人	175%
出前授業 +見学者合計※	344人	1008人	293%

※重複した計数はしていないため、合計が合わない場合がある。

出前授業は小学4年生を対象として実施した。A市内の平成25年度における小学4年生の児童数は1,506名であり、出前授業を受講した児童数は630名であった。

見学者数との合計は1,008名であり、A市内小学4年生全体の3分の2に当たる児童に対し下水道に関する学習を実施することができた。前年度の見学者数と比較すると、A市内における児童の啓発者数は約3倍に増えた。

(2) 鯉すくいイベント

環境フェアにおける集客性の高いイベントを検討した結果、『鯉すくい』を実施することとした。当社が管理するM浄化センターでは、隣接する公園の池に修景用水として処理水を供給しており、池内では鯉の飼育を行っている。池内で飼育している鯉の卵を採取し、稚魚を育て『鯉すくい』に利用した。

鯉の産卵期に合わせ、池内に自作の産卵床を設置し、採取した卵から鯉の孵化・育成を行った。池内に設置した産卵床の様子を図3に、鯉の孵化・成長の様子を図4に示す。



図3 池内の産卵床の様子

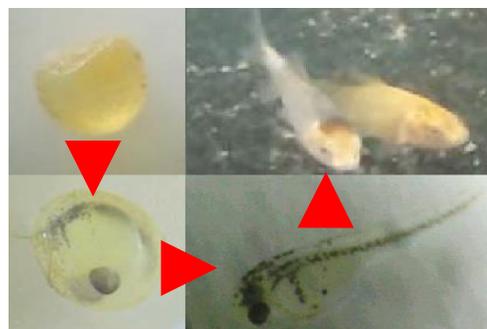


図4 鯉の孵化・成長の様子

孵化仔魚の初期餌料として、処理場周辺の水田からミジンコ等の水生生物を採取して与えた。稚魚は孵化から環境フェアまでの2か月半の間に5cm程度に成長した。なお、『鯉すくい』用のポイは、環境への配慮から付替え用のものを使用した。環境フェアでの『鯉すくい』の様子を図5、6に示す。



図5 『鯉すくい』の様子(1)



図6 『鯉すくい』の様子(2)

環境フェアは2日間開催され、中でも『鯉すくい』は多くの来場者の注目を集めた。集客性の高い『鯉すくい』により、多くの来場者に対し、下水処理水の安全性のPRを行うことができた。

(3) 下水道の日PRイベントの実施

平成25年度に『下水道の日』のPRとして、ショッピングモール内にブースを出展し、当会社単独のイベントを実施した。処理場の管理者という立場から利用者に伝えたいことをテーマとし、啓発ポスターの展示によるPRを行った。限られた予算によるイベントを実現するため、イベントに使用するポスター等のデザインに関し、外注を一切せず、オリジナルのもので構成した。

集客性向上のための子供向け工作として、ラミネート加工機を用いた『オリジナル微生物カード』作り体験コーナーを設けた。カードの表側は活性汚泥中の微生物の写真を載せ、裏側は下水道キャラクターの塗り絵ができるようにした。

展示した啓発用ポスターを図7に、オリジナル微生物カード作りの様子を図8に示す。



図7 啓発用ポスター



図8 オリジナル微生物カード

下水道の日PRイベントは下水道の日直前の日曜日に開催した。カード作り体験コーナーの効果により、親子連れを始めとする多くの来場者が訪れた。子供がカードを作り終えるまで、平均で10分程度要したため、その間に保護者に対しポスター等による下水道利用上の注意等を啓発することができた。

4. まとめ

当会社では平成25年度に効果的な普及啓発活動を実現する為の検討を行い、職員独自の発想を活かし、集客性を考慮したイベント等の企画を行った。

試行的に実施した下水道出前教室では、年度当初に需要調査を行うことで、効果的な案内方法を確立し、高い実施率を実現した。施設見学者数を含めた啓発者数はモデル地区内の約3分の2の児童数となり、前年度比の約3倍となった。平成26年度は地区を広げ、実施する予定である。

子供向けの環境フェアへ出展し、処理水で飼育している鯉の卵を採取・孵化させ、育成した稚魚を利用した『鯉すくい』イベントを実施し、処理水の安全性のPRを行った。

下水道利用者への啓発を目的とした、下水道の日PRイベントを当会社単独で開催した。集客用にキャラクターの塗り絵が出来る『オリジナル微生物カード』作り体験コーナーを設けたことで、多くの親子連れが来場した。