



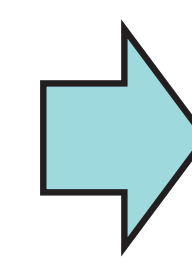
福岡市水道局マスコット
フクちゃん

未来を担う子どもたち・若年層に向けた広報

福岡市水道局

1. 抱えていた課題

- ・福岡市の水事情、水源開発、水を無駄にしない取組みの認知不足
- ・少子化などによる慢性的な担い手不足



単なる水道事業の理解向上にとどまらず、行動変容や将来の職業選択の一助となることを目指す。

2. 広報活動概要

◆こどもたちに向けた取組み

職業体験イベント

「こども水道調査隊」

※毎年、2日間開催。16組/日

水道技術研修所で

本物の水道管や器具を使って、水道管工事等を体験。水道局職員が企画運営し、水道事業の魅力を伝える。

出前授業

「フクちゃんのこども水道教室」

※毎年、市内80校実施

社会科で水の循環を学ぶ5月から9月に
かけて小学4年生を対象に出前授業を実施。



◆若年層に向けた取組み

大学生と連携した

「水道事業の魅力を伝える動画制作」

※令和7年度実施

大学生に浄水場見学等を通じて水道への理解・知識を深め、同世代に刺さるショート動画のアイデアを提案してもらい、そのアイデアをもとに、動画制作会社が制作を行った。ショート動画5本、取組み動画1本制作、公開中。



公式Instagramのアカウント開設

※令和7年5月開設

若年層に届くSNSとしてInstagramを採用。広報PTを立ち上げ、持続可能なチーム体制を取り、計画的に投稿を行っている。



3. 広報活動の狙い

こども水道調査隊

次世代を担う子どもたちに、「水を大切にすることの意識」の醸成を図るとともに、水道局の仕事の魅力を伝え、将来の職業選択の一助とすることを目的として、水道技術研修所で体験型イベントを実施。毎年定員を超える応募があり、実施後アンケートにおいても「実際に使っている道具が使えてうれしかった」など好評のイベントである。

職員が子どもたちへ直接業務内容を説明・指導することで、職員自身のやりがいの再認識につながり、モチベーション向上に寄与する場となっている。

また、既存の施設及び設備を活用し、職員自らが講師を務めることから、費用を抑制した効率的な事業運営を実現している。



フクちゃんのこども水道教室

ろ過実験や塩素反応などの実験を加え、福岡市の水事情、水源から蛇口までの水の流れや、水を無駄にしない取組みを学ぶ。

平成25年度に実施校7校から開始した本事業は、年々規模を拡大し、現在80校で実施。

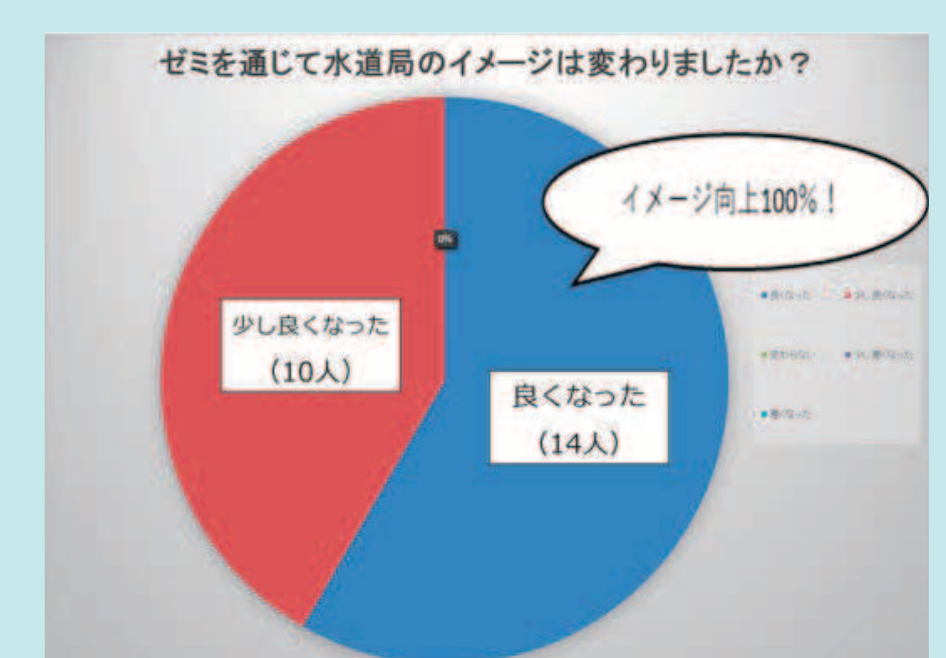
授業内容・教材制作は水道局が作成し、授業は委託事業者が実施。それにより年間80校の授業実施が可能となった。一方で、うち2校は水道局自らで実施し、児童の反応や理解度の把握、授業内容の改善点の検証を行う体制を確保している。

令和7年度に実施したアンケート調査においては、99%の児童が「福岡市の水道について理解した」と回答し、高い教育効果があった。一方で、「親に水道水を飲むなどと言われている」など保護者の水道水への不信感が子に影響を与えていることが見えてきており、親世代への啓発強化の必要性も感じる結果となった。

水道事業の魅力を伝える動画制作

水道事業を担う人材（特に技術職）の確保に向けて、水道インフラをより身近に感じてもらう、水道事業に対する興味・関心の喚起ならびに理解・共感の醸成を図ることを目的として、九州産業大学と連携しゼミ活動の一環として水道局職員の業務内容や働く様子の魅力発信に取り組んだ。制作した動画は令和7年度立ち上げたInstagramで公開中。

取組み終了後に実施した参加学生アンケートでは、全ての回答者が水道局に対するイメージが向上したと回答しており、本取組みが学生の意識変容に寄与した。



4. PRポイント

本取組みは、教育・体験・デジタル広報を効果的に組み合わせ、未来を担う世代に向け、アプローチした点が大きな特長です。



発信力

「学習（こども水道教室）」「体験（こども水道調査隊）」「魅力訴求（動画制作）」「情報発信（SNS）」を組み合わせ、多角的にアプローチした。

体験型広報を充実させることで子どもたちが楽しく学ぶ機会となっている。

またInstagramは平均で週1回の投稿を継続し着実にフォロワーが増えており、XやHPとの相互補完により発信力を強化できている。

波及性

既存リソース（水道局職員、施設）と外部連携（委託事業者、大学）を効果的に組み合わせることで、過度な負担を伴わずに実現が可能。

また、各施策において運用体制（委託・広報担当者・プロジェクトチーム）を明確に整理し、継続性と品質確保を両立している点で、波及性の高い取組みだと考える。

費用対効果

委託の最適活用や既存資源の活用により、コストを抑制しながらも成果を出せるように取組んだ。こども水道教室の理解度99%、大学生のイメージ向上100%などの数値からも、短期的効果と長期的価値創出の両面で優れた費用対効果を発揮していると考えられる。

新規性・革新性

各年代に合わせた効果的な手法を検討し、段階に応じた情報提供を戦略的に行った点において新規性・革新性があると考えられる。



これからも、ターゲットを意識し、あらゆる手法を選択しながら戦略的広報活動を行います！