

日本の当たり前は、世界の奇跡だった。 「水道分野の国際協力」を若者へPR

北九州市上下水道局

1. 抱えていた課題

北九州市上下水道局では、国際貢献・産業振興・人材育成を目的に海外事業を展開し、日本の優れた水道技術を世界へ発信しています。しかしながら、この取り組みは関係者間での認知にとどまり、**一般市民への周知が不十分である点が課題**でした。
また、全国的な生産年齢人口の減少に伴い、**若年層の技術系公務員の採用難は深刻さを増しています**。その一因として「事務作業中心」という保守的なイメージの先行が挙げられ、**今後は「国際舞台でグローバルに活躍できる職場」としての魅力を戦略的に発信していく必要があります**。

2. 広報活動概要

①NHK「新プロジェクトX」放送に伴う戦略的広報

北九州市が実施したカンボジア・プノンペンでの水道技術協力は、給水普及率の大幅な向上（25%から90%超）や「飲める水道水」の実現など目覚ましい成果を上げ、「プノンペンの奇跡」と称されています。この功績が令和6年にNHK「新プロジェクトX」で全国放送されるにあたり、北九州市の都市ブランド向上に加え、**日本の水道技術による国際貢献を広く周知する好機と捉えました**。同番組の放送タイミングに合わせ、多様なメディアを活用して展開した集中的なPR施策について、その一部を報告します。



NHK「新プロジェクトX」放送

【SNS「X」とサイネージ広告】

北九州市が制作した広報映像は、NHKによる告知のタイミングに合わせ、市公式SNS(X)にて連動発信しました。さらに、市内最大の交通拠点である小倉駅において、放送日を含む1週間、デジタルサイネージでの放映を実施しました。このようにターゲットが集中する場所と期間を厳選した結果、費用をデジタルサイネージ放映料の約13万円に抑え、**低コストで高い宣伝効果を生む効率的な広報を実現しました**。

【外務省イベント「グローバルフェスタジャパン2024」】

放送1週間前には、外務省が主催する推計7.4万人が集まる大型イベントの集客力に着目し、そのメインステージと連動。著名人の登壇で熱気あふれる会場モニターにて、北九州市の動画と番組告知を同時放映し、単独では不可能な規模の相乗効果を生み出しました。

【北九州市長を巻き込んだトッププロモーション】

加えて、武内市長と局キャラクター「スイッピー」が出演するトッププロモーション動画を自ら企画・公開。**組織のトップも巻き込み、一過性で終わらせない重層的な広報を展開しました**。

②インターン生(大学生)と共同作成動画をすしプレス※に公開

戦略的広報の結果、**番組に感動した大学生から応募**があり、令和7年度のインターンシップ受入に結び付けました。

過去に制作した「長尺ゆえに若年層に届きにくい」という課題に着目。学生の視点を取り入れ、30秒の「切り抜きショート動画」を企画し、**「まず短尺で惹きつけ、本編へ誘導する」というWebマーケティングの入口戦略を構築しました**。

合わせて制作した「27秒でわかるプノンペンの奇跡」動画は、**学生自身の熱量を同世代に刺さる言葉とテンポで表現**。これらをフリーソフトで自作したため、費用0円で市公式YouTubeへの公開に至りました。

学生にリアルな成功体験を提供しつつ、低コストで最大の効果を生む「次世代型のアプローチ」を確立できました。

※すしプレスとは、北九州市が運営する公式YouTubeチャンネルの愛称です。

3. 広報活動の狙い

①NHK「新プロジェクトX」放送に伴う戦略的広報

全国放送に合わせた集中プロモーションにより、各媒体の相乗効果を最大化。徹底したコスト意識のもと、最小の投資で最大の広報効果を挙げました。その結果、放送後わずか2週間でSNS等のアクセス数は53,542回を突破。この投資対効果の高さに加え、7.4万人規模の「グローバルフェスタ」や駅サイネージによる認知拡大も実現しています。

この戦略的かつ継続的な広報と事業の意義が認められ、**令和7年3月には「自治体国際交流表彰(総務大臣賞)」の受賞**という評価に繋がりました。課題分析から施策、そして確かな成果へと至る「地方自治体広報の好循環モデル」を確立できたと自負しています。



「自治体国際交流表彰」を受賞

②インターン生(大学生)と共同作成動画をすしプレスに公開

若者の関心を惹きつけるショート動画3本を製作し、北九州市上下水道局の国際貢献とリアルな海外業務を可視化。これにより「グローバルに挑戦できる場」として新たな魅力を発信できました。

チャレンジ精神あふれる優秀な人材の採用トリガーとなることはもちろん、民間志望の学生に対しても北九州市の誇るべき実績を伝えることでシビックプライドを醸成し、結果として**「地元就職(地域定着)」の選択肢を増やす好循環を生み出す効果がある**と考えています。

この成果を一過性で終わらせず、今後は出前講演や就職イベントとも連動させ、次世代へ向けた攻めのイメージアップ活動を主体的に継続していきます。



大学生と共同作成したショート動画

4. PRポイント

【発信力・波及性】

全国放送と連動した集中広報により各媒体の相乗効果を最大化し、北九州市の国際貢献を全国へ発信できました。その結果、**番組に感銘を受けた大学生から熱意あるインターンシップ応募がくるという結果を獲得**。この好循環は継続しており、今年度もインターン生を受け入れる予定です。

また、自治体の国際協力の必要性が再定義される中、この戦略的広報が技術系公務員の志望動機創出に直結した事実は、**自治体が国際協力に取り組む「新たな意義」を提示できた**と考えています。今後もこの持続的な広報活動を発展させ、北九州市上下水道局の発展に貢献していきます。