

# 大学生による下水道広報研究の取り組み

## Research on Sewerage Public Relations by University Students

佐藤 忠文<sup>1</sup>  
Tadafumi SATO

<sup>1</sup>九州産業大学 Kyusyu Sangyo University

**Abstract** This paper is a report of the author's graduation research activities in his seminar. As their graduation research, they studied the theme of sewerage public relations. The research clarified the visibility rate of designed manhole covers. The results were reported at the 10th Manhole Summit and were highly evaluated.

**キーワード** デザインマンホール蓋, 下水道広報, 視認率, 大学生

### 1. はじめに

近年、橋梁や道路をはじめ公共インフラの維持・管理が社会問題となっている。その老朽化や破損状況が明らかになる連れ、従来の想定を超える大きな費用負担がクローズアップされているからだ。

それら公共インフラの一つに下水道がある。下水道では、2020年度末を基準として、標準耐用年数50年を経過する管渠が20年後に全体の39%（19万km）に達する見込みである<sup>1)</sup>。なお下水道事業は独立採算（雨水公費・汚水私費）を原則とするが、実態は一般会計からの繰入金に依存するケースが多い。また近年、維持管理費が増加傾向にある<sup>2)</sup>。

そのなかで、受益者である住民や代理人たる議員等に対する広報活動の重要性が高まっている。下水道への関心を高め、費用負担をはじめ事業継続にかかる諸問題の解決に理解を得なければならない。

しかし下水道に対する関心は、特に今後を担う若い世代で高いとは言い難い。国土交通省による2017年の調査<sup>3)</sup>では、20代、30代の6割以上が普段の生活のなかで下水道を意識していないことが明らかになっている。若い世代を中心に下水道への関心を高め、事業継続に理解を得る広報活動が下水道事業の課題と言えるだろう。

### 2. デザインマンホール蓋と下水道広報

下水道広報の画期といえるものに、デザインマンホール蓋を用いた広報活動がある。デザインマンホール蓋とは、表面にイラスト等などが描かれた蓋のことで、主に昭和60年代から登場したものを指す。従来利用された「〇〇市型」といった自治体ごとの模様に対し、下水道事業のイメージアップのために各市町村が独自にデザインしたもの<sup>4)</sup>で、最近ではそれらにアニメやゲームのキャラクターを描いたものが加わっている。

いまこれらデザインマンホール蓋の人気の高まっている。「マンホーラー」と呼ばれる先達を筆頭に、子どもから大人まで楽しみを共有できるコンテンツとして、自治体のなかには観光資源として注目するケースも増えている。

そして、下水道広報の中間支援団体である下水道広報プラットフォーム（以降「GKP」

<sup>1)</sup> 国土交通省「下水道の維持管理」[http://www.mlit.go.jp/mizukokudo/sewerage/crd\\_sewerage\\_tk\\_000135.html](http://www.mlit.go.jp/mizukokudo/sewerage/crd_sewerage_tk_000135.html)（最終確認日：2023年2月1日）

<sup>2)</sup> 国土交通省「下水道事業の経営原則」[http://www.mlit.go.jp/mizukokudo/sewerage/crd\\_sewerage\\_tk\\_000140.html](http://www.mlit.go.jp/mizukokudo/sewerage/crd_sewerage_tk_000140.html)（最終確認日：2023年2月1日）

<sup>3)</sup> 国土交通省水管理・国土保全局下水道部「下水道に関する意識調査」<http://www.mlit.go.jp/monitor/H29-kadai01/26.pdf>（最終確認日：2023年2月1日）

<sup>4)</sup> 日本グラウンドマンホール工業会「下水道マンホール蓋の歴史」<https://jgma.gr.jp/history/>（最終確認日：2023年2月1日）

と略する。)は、それらデザインマンホール蓋を基にマンホールカードを発行している。マンホールカードは現地の下水道関連施設などで配布され、新規カード配布時は遠方からの来場者で賑わいを見せる。

いまや新たなデザインマンホール蓋の設置はニュースとして報道されるまでになった。以前にもマンホール蓋を愛好する人々は存在したが、現在の広がりとは大きく規模が異なる。これらの状況は下水道広報の成果であり、また大きなチャンスと言えよう。しかし流行として消費され尽くし、本来期待する成果にまで至らない危険性もある。下水道広報にいま必要なことは、現状に甘んじることなく、デザインマンホール蓋を巡る広報効果を冷静に分析する実証的な視点ではないだろうか。

### 3. 卒業研究としての取り組み

これらの背景のもと、筆者の研究室ではデザインマンホール蓋の視認率調査を中心とした研究活動を 2021 年に開始した。しかしそもそも本テーマに取り組んだのは学生からの提案だった。筆者の学科は 3, 4 年次同じ研究室で卒業研究を行う。そのゼミのなかで学生が注目したのがデザインマンホール蓋だった。以降、学生がリーダーとなる研究チーム(チーム名: Hole in one)を作り、学生主体で研究活動を進めた。

#### (1) 視認率調査

本卒業研究では「人々は本当にデザインマンホール蓋を見ているのか?」というリサーチクエッションを中心に置いた。広告等における視認率に相当するものがどの程度なのか、これが広報効果を考える出発点と考えたが、管見の限り調査した事例が見当たらなかった。そこで 2021 年に福岡県北九州市 2 か所、2022 年に佐賀県佐賀市 2 か所で歩行者に対する視認率調査を実施した。調査結果からはある程度の視認率があることが示唆された。ただし調査方法には課題も多く、現状はあくまで参考データに留まると考えている。なお詳細は口頭発表時に述べたい。

#### (2) マンホールサミット

視認率調査を中心とした研究活動は、関係者にヒアリングを進める中でこちらの想像を超えて高く評価された。またそもそも大学生が下水道に関心を持つことが稀ということがあり、学生たちは「第 10 回マンホールサミット in 所沢」に招聘され、大学生として初のサミット講演が実現した。コロナ禍により 3 年越しの開催となったサミットは約 14,000 人が来場し、発表会場にも 600 名超が集った。

#### (3) GKP 広報大賞

GKP は下水道広報事例を募集し、優れた取り組みを表彰する「GKP 広報大賞」を主催している。その第 10 回 GKP 広報大賞において、本卒業研究の取り組みが準グランプリを受賞した。

### 4. まとめに代えて

GKP 広報大賞の際に審査員から掛けられた、ずっとモヤモヤしていた部分を「実際に検証していただけた最初の一步」という言葉が印象的だった。デザインマンホール蓋への関心を、いかに下水道事業自体への理解につなげるかが今後の下水道広報に求められる。そのための知見を得るべく、次年度は後輩たちが研究を引き継ぐ予定である。

最後に、本研究活動の実現にはマンホール蓋メーカーの T 様やマンホラーの M 様はじめ多くの皆様のご協力があった。記して御礼を申し上げたい。

#### 参考文献

- 九州産業大学地域共創学部地域づくり学科佐藤研究室 (2021) 「デザインマンホールの視認率調査第一回報告」。
- 九州産業大学地域共創学部地域づくり学科佐藤研究室 (2022) 「デザインマンホールの視認率調査第二回報告」。