

市区町村名	静岡県 <small>みしまし</small> 三島市	担当部署	都市基盤部下水道課
		電話番号	055-983-2661

1 取組事例名

みんなで街を守ろう！マンホール聖戦 in 三島 を活用した下水道事業 PR の取組

2 取組期間

令和3年度～（継続中）

3 取組概要

「マンホール聖戦」は街中に分布するマンホールの写真を集める市民参加型イベント

民間企業である、日本鋳鉄管株式会社様と Whole Earth Foundation 様との共創により、街中に分布するマンホールの情報を、市民とテクノロジーの力を活用し（シビックテック）、ゲーム感覚で楽しみながら、マンホールの現在の情報を収集することを目的に、令和4年3月19日（土）～24日（木）まで開催した。

また同時開催としてウォーキングイベント、浄化センター特別見学会を行った。

このイベントを通じ、今後の下水道・マンホールの維持管理の効率化につなげるとともに、参加者である市民の皆様に、下水道が日常生活に密接に関わっていることを気づくきっかけになるよう、各メディアで取り上げてもらうことを通じ、下水道事業のPRを行った。

4 背景・目的

(1) 下水道が整備される前の三島市内を流れる河川はどぶ川となっていて、油が浮いて、ごみが捨てられていても、だれも見向きもしなかった。その後、中心市街地の下水道整備が進み、平成になり、「街中がせせらぎ事業」を市民と協働で継続的に行っていくことにより、市民の意識も変わり、三島市の中心市街地を流れる河川は、夏になると多くの子どもたちが川遊びで楽しめる、市民が誇れる財産になり、代表的な河川である源兵衛川は、環境省の平成の名水百選に選定された。河川の再生に大変活躍した下水道事業であるが、いまだに接続してくれない市民もおり、また、下水道には何でも流しても大丈夫だと、思い込んでいる市民もいるため、マンホールポンプにおいて異物の詰まりが原因で故障するなどのトラブルも発生するようになってしまった。市広報誌やコミュニティーラジオ等で定期的に下水道事業の広報活動は行ってきていたものの、あまり効果は実感できず、下水道事業に対する市民の関心の低さが課題となっている。

(2) 三島市の下水道事業は、昭和39年度にスタートし、令和2年度末までに約347.8kmの管路が市内に張り巡らされており、下水道普及率（使用可能人口／行政人口）は、84.3%で、静岡県内市町では3番目に高いものとなっている。

昭和40年代から昭和50年代にかけて設置した管路、マンホールをはじめとする処理場、汚水中継ポンプ場等の下水道施設は経年による劣化が進行しており、計画的な改修が喫緊の課題となっていた。

(3) 下水道使用料金は令和2年度末現在、静岡県内の市の中で2番目に安価な料金設定で、低廉かつ広範囲にわたるサービスが提供できている。本市では、平成30年度から企業会計に移行し、地方公営企業法

に準じた公営企業会計となっているが、現在の経営状況は一般会計からの補助金で経営が成り立っている状態であり、料金について具体的に検討しなければならない時期が来ている。

(4) これらの課題を解決するために、様々なアイデア出しをしている中、偶然マンホール聖戦のことを知り、令和4年度に実施できればと思い、アプローチしたのが今回のマンホール聖戦 in 三島を開催するきっかけとなった。打ち合わせの中で、できるだけ早くイベントを実施した方がPR効果は高いと感じ、予算の確保はなかったが、「マンホール聖戦」というイベントの根幹が素晴らしかったので、令和3年度中に開催することで調整に入り、事業スキームを固めていった。

5 取組の具体的内容

マンホール聖戦 in 三島は、Whole Earth Foundation 様と日本鑄鉄管株式会社様が開発した「鉄とコンクリートの守り人」という Web アプリ活用し、市内にある約 13,000 基のマンホールのうち、撮影時に危険と思われる約 3,000 基を除外した約 10,000 基の、マンホールの写真を市民の皆様に、ゲーム感覚で楽しみながら投稿してもらうイベント。

集まった写真データは、全国のユーザーにレビューをしてもらい、ひび割れ等の発見に役立てるとともに今後 AI を用い劣化度等の分析を行うための基礎データ収集にも活用する。

参加者はマンホールの写真を、スマホ等で専用 Web アプリを使い撮影・投稿し、投稿数に応じた獲得ポイントで競い、入賞者には一般社団法人三島市観光協会様のご提供により、市内ホテルのディナー付き宿泊ペアチケットや、うなぎのかば焼き 5 人分などの多くの景品を用意した。

また、レビューに参加してくれた守り人にも、レビュー数に応じ三島市の特産品を用意した。これらのイベントの開催告知することで、多くのマスコミに取り上げていただき、下水道事業に少しでも関心を持ってもらえるよう PR を行った。

6 特徴（独自性・新規性・工夫した点）

イベントの実施方法としては、実行委員会方式や業務委託ではなく、直営でやっていくことにしたこと。予算を確保していないため、他の団体、他課の理解を得る中でコラボ事業として事業を組み立てたこと。協力してくれる団体等とは、役割及びメリット等を明確化し納得してもらう中で事業を行ったこと。協力してくれる団体等にはただのお手伝いではなく、自分事として取り組んでもらうようにしたこと。車道上にある撮影時に危険だと思われるマンホールをあらかじめ除外したこと。短期間でコンプライトした場合に備え、消火栓を追加で撮影ポイントとする準備をしていたこと。お金をかけない広報活動にこだわったこと。

(広報みしま、市ホームページ、市 SNS 市長表敬訪問、地元新聞社メディアへの積極的な職員の出演) 教育委員会にも協力してもらい市内の全小学生、中学生に学校を通じチラシを配布したこと。市教育委員会が児童生徒に貸与しているタブレットでも参加できるよう調整してもらったこと。県内初開催をアピールしたこと。ウォーキングイベントや浄化センター特別見学会を同時開催にしたこと。

7 取組の効果・費用

- ・開催2日目に撮影対象の全てのマンホールを撮影できた。
- ・期間中延べ参加者400人 累計投稿数19,542件。
- ・テレビ3社、新聞8社、ネットニュース13件で取り上げられた。
- ・劣化したマンホール4基を発見し緊急修繕を実施できた。

支出した経費

- ・一般社団法人三島市観光協会 入賞者景品（協賛）
- ・健幸政策戦略室 チラシ印刷1万枚（協賛）
- ・下水道課 消耗品代（約1万円）

8 取組を進めていく中での課題・問題点（苦労した点）

- ・開催決定から準備期間が3か月しかなかったこと。
- ・予算を確保していなかったこと。
- ・イベントでの事故が発生しないように工夫すること
- ・撮影対象マンホールの絞り込みをすること。
- ・短期間でのイベント告知方法について

9 今後の予定・構想

インフラ老朽化の課題は三島市だけではなく、全国的な課題であり、下水道だけではなく様々なインフラが同じような課題を抱えている。今回イベントはきっかけづくりとして成功したが、これだけで維持管理の課題が解決するものではない。技術の進歩のスピードはものすごく速いが、今後もアンテナを高くし、効率的なインフラの維持管理を継続的に実施できるよう努めていく。

三島市の下水道事業のPR活動は令和3年度からの継続事業として、令和4年度も引き続き、マスコミに注目されるような取り組みをいくつか実施し、下水道事業への関心を高めていきたい。

10 他団体へのアドバイス

・協力してくれる団体等との役割及びメリット等を明確化し納得してもらう中で事業を行ったことが成功した要因の1つであると思います。

予算を確保しておらず、準備期間もないなか、職員の創意工夫でやりきることができました。

また心がけたこととしては、無理はしない、楽しくやろうということでした。

縦割りではなく各施策に横串を指すイメージで、前例にとらわれず挑戦することができれば、相乗効果、新たな発見、面白い見せ方が生まれてくると思います。

11 取組について記載したホームページ

三島市ホームページ

<https://www.city.mishima.shizuoka.jp/ipn050537.html>