

東京地下ラボ by 東京都下水道局

～若者向け東京下水道発信事業～

◆背景

下水道事業の関心度は若い世代ほど低い傾向にあり、**20歳代はおよそ10%**
 ⇒**東京都下水道局と学生**がタッグを組み、東京下水道の新たな可能性や魅力を発信！



◆令和元年度の取組

- ・プロジェクトに参加する学生を約30名募集
- ・「学ぶ」「作る」「発表する」の3つのステップにより、参加学生がグループごとに**東京下水道の魅力を伝える動画**を制作

学ぶ（8月～10月）

- ・ワークショップ
メッセージが伝わりやすい動画や共感を生む動画の作り方について学習
- ・フィールドワーク
下水道施設の見学で下水処理の仕組みや下水道の歴史を学んだ後、葛西海浜公園にて、自然を体感できるフィールドワーク
- ・講演会
下水道をはじめとする「目に見えないインフラの価値を可視化するために、どのようにランドデザインするか」をテーマとした公開ブレインストーミング



作る（10月～12月）

- ・動画制作
参加学生はワークショップ、フィールドワーク、講演会で学んだことをもとに動画制作

発表する（2月）

- ・成果報告会
計5グループがプレゼンテーションを行い、完成した動画を披露

<https://www.gesui.metro.tokyo.lg.jp/business/kanko/chikalabo/2019/index.html>



グランプリ作品
「水にアツいよ！下水番長！」

PRポイント

- ・下水道について学んでいる学生だけでなく、デザインを専攻している学生など、様々なバックグラウンドを持つ学生がチームで動画を制作
⇒学生の自由な発想により制作された作品は、**職員では思いつかない個性あふれる作品に！**
- ・公益社団法人土木学会が主催する「土木広報大賞2019」において、本プロジェクトの取組が高く評価され、**最優秀賞を受賞！**

取組の効果

- ・WEBメディアを中心にプロジェクトの実施の様子が数多く取り上げられた。
- ・プロジェクトを通して参加学生から、「下水道については、**汚いなどのマイナスなイメージしかなかったが、その重要性や技術力の高さなどを知り、面白いと感じるようになった**」「話を聞くだけではなく実際に体験することで、**自分の知らない下水道の役割を知ることができた**」などの感想をいただき、下水道の役割や重要性などを知っていただいた。

取組に関するエピソード

本プロジェクトでは学生の自由な発想に期待する一方で、どれも同じような作品ができてしまうのではないかと懸念がありました。しかし、それを見事に裏切り、完成した計5種類の動画はどれも個性的で従来にない切り口から東京下水道の魅力を伝えており、下水道が持つポテンシャルに改めて気づかされました。

また、動画制作においては、学生の動画に込める想いと当局としてお客さまに伝えたいことのバランスに注意する必要がありましたが、学生の皆さんにはワークショップやフィールドワークなどに主体的に取り組んでいただけたことで、結果的にどの作品も素晴らしいものになりました。

これらの動画は当局の広報ツールとして、積極的に活用していきます。