

「土木広報大賞 2018」応募用紙

| | |
|--|---|
| 団体名：DEJIMA BASE・NEY & PARTNERS JAPAN | |
| 土木広報活動または作品名：出島表門橋架橋プロジェクト広報活動「DEJIMA AGAIN」 | |
| <p>■広報活動または作品の概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・期間：2015年～継続中 ・広報活動の実施内容（詳細 付属参照下さい。） <p>130年ぶりに出島に架橋される出島表門橋に関連する一連のプロジェクトの広報活動を設計者有志による市民団体で、行政（市・県）や地元企業、大学、市民と連携しながら、設計～施工～完成後まで一貫して実施した。設計者自らプロジェクトの物語を語り、橋の製作～運搬～架橋をイベント化することで施工の祝祭性を市民と共有し、体験型・ファンづくり型の広報活動を通じて、“公共事業を自分ごと化”するプロセスを生み出した。</p> <p>■広報ツール一覧（主要な活動は応募期間内であり、一部期間外の内容も含むが継続的広報活動のためパッケージとして応募。）</p> <ul style="list-style-type: none"> 01 プロジェクトロゴ「DEJIMA AGAIN」 2015年5月～継続中 02 ソーシャルアクション「出島ポーズ」 2015年5月～継続中 03 仮囲いプロジェクト（工事現場の仮囲いを活かした広報活動） 2015年5月～2016年5月 04 FACEBOOK ページによる継続的な広報活動 2015年4月～継続中 05 PR グッツによるサポーター募集 2015年5月～継続中 06 各種イベントでの広報活動 2016年5月：仮囲い完成記念イベント、9月：出島角うち・DEJIMA 博、11月：ナガサキリンネ 07 現場見学会・製作工場バスツアー 2017年1・2・8月の計3回（現場見学会）、2017年1月（バスツアー） 08 運搬に物語を与える“再び海を渡る橋” 2017年2月 09 出島表門橋一括架橋イベント 2017年2月 10 橋と公園の利活用を市民と考えるイベント「DEJIMACTION」 2017年5・8・9・11月の計4回 11 出島表門橋製作ドキュメンタリー映像制作&上映会 2016年9月～継続中 12 公園を楽しみながら世界に発信する仕掛けづくり「ミッフィーかくれんぼ」 2016年7月～継続中 13 橋・公園の掃除イベント「はしふき」 2018年2月～継続中（2週に1度）、「拭き開き」2018.3（年1度） | |
| <p>広報活動の効果（詳細 付属参照下さい。）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・仮囲いやイベント等を通じて、ロゴやソーシャルアクションが市民や観光客に浸透 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ロゴのオープンソース化によりお土産物などへの活用が進んでいる、出島ポーズが集合写真時の定番化 ・各種の広報ツールを用いた活動を通じて、広くプロジェクトの周知・理解が図られた <ul style="list-style-type: none"> ⇒コアなファンづくりに成功（賛助会員：200人、賛助企業：21社） ⇒FACEBOOK フォロワー（いいね!）数…1109件、投稿に対するリーチ総数…42.7万件以上 ⇒イベント参加者数…累計1万名 ・（月曜午前にも関わらず、）架橋イベントに約4000人の市民が集まり、歴史的な瞬間を多くの市民と共有 <ul style="list-style-type: none"> ⇒TV・新聞・雑誌等の多数メディアへの掲載、当日TVでの生中継も行われた（メディア掲載一覧参照） ・映像上映会を通じて、時間と場所を超えてプロジェクトの物語を多くの人々に共有、公共事業のイメージも改善 ・一連の広報活動による“公共事業の自分ごと化”のプロセスの結果、市民主体の橋・公園の清掃活動へ結実 | |
| 付属資料の提出 | <input checked="" type="checkbox"/> あり・ <input type="checkbox"/> なし（どちらかに印（■）を付けてください。） |