

1 広報の目的

- ① 経営戦略達成のための事業の円滑な推進
⇒ 企業局に対する認知・理解の向上によるステークホルダーとの信頼関係の構築
- ② 安定した事業経営
⇒ 経営理念の共有による職員のモチベーション・生産性向上、優秀な人材の確保



2 R5の主な取組について

※資料中のR5実績はR6.3.12時点

- ① PRキャラクター「水望メグ」を活用した情報発信
若年(リクルート)層をコアターゲットとし、Youtube・TikTokで動画を配信するとともにXでも定期的に情報発信。

YouTube チャンネル登録者数 **597人** (R4:293人)
総再生回数 **16,749回** (R4:4,982回)

#1 なぜなに!? 教えてメグ! #2 メグと巡る 聖地巡礼 #3 メグと巡る メグ散歩

R5は3本の長編動画(6~8分)を制作。
チャンネル登録者の質問にメグが答えたり、県内を舞台にしたアニメや漫画とのコラボレーションにより、新たなファンにアプローチ。

TikTok フォロワー数 **140人** (R4:21人)
総再生回数 **23,691回** (R4:2,511回)



長編動画を再編集(1分程度に切り抜き)して投稿。
アニメとのコラボ動画は約1万回再生されるなど、若年層へのPRに成果。

X フォロワー数 **704人** (R4:280人)

定期的な投稿や、Youtubeでの動画配信にリンクしたプレゼント企画等を通じて「メグファン」を獲得。



水望メグ ⚡️ 長野県企業局PRキャラクター
@mizumochi_megu

プロフィール: 長野県企業局 (@Naganoken_kigyoku) PRキャラクターの水望メグです! 生まれも育ちも長野県! 好きな飲み物はみんな大好き水道水! 🍷 YouTube、TikTokで動画配信を始めました! bit.ly/3A2V7yJ 世界の皆さん、よろしくお願ひします!!

フォロワー数: 689

- この他に、
- ・オリジナルカードを制作しイベント等で配布
- ・等身大パネルの制作・設置等、「水望メグ」を活用し企業局のPRを積極的に展開。



2 R5の主な取組について

② ブランドサイトやSNSを活用し 継続的な情報発信



フォロワー数
861人
(R4:637人)

※企業局公式アカウント以外に、各現地機関アカウントでも発信中

③ イベント等で企業局の取組をPR



県内15ダムでデジタルスタンプラリー開催



県防災訓練で企業局の水と電気をPR



高遠ダム(伊那市)

地域のイベントにあわせダムをライトアップ



長野マラソンで企業局の水をPR

④ 現地見学等で企業局施設もPR



浄水場で小学生社会見学を受入



夏休みに親子発電所見学会開催

3 テレビ・新聞報道等実績

リニューアルした西天竜発電所から生中継



【その他、テレビ番組】

- ・ 浄水過程における紫外線処理について紹介
～「ヴィランの言い分(紫外線)」(NHK教育)～
- ・ 衛星を活用した漏水調査について紹介
～『池上彰の「どう備える? 巨大地震」』(信越放送)～
- ・ 西天竜幹線水路や西天竜発電所について紹介
～「ずくだせテレビ(噂の調査隊)」(信越放送)～

【ニュース、新聞報道】

- ・ 企業局電力を活用して、県庁舎の使用電力を再生可能エネルギー化 (NHK、信濃毎日新聞 等)
- ・ 信州Green電源拡大プロジェクト第2弾 (信越放送、信濃毎日新聞 等)
- ・ 停電時に企業局の発電所で発電した電気を周辺地域へ送る取組を実証予定 (信濃毎日新聞)
- ・ 県営水道における耐震化の取組 (日本経済新聞)

4 今後の取組

経営戦略の達成に向けて、「企業局」に対しての更なる認知・理解の向上のため、効果検証を図りながら、積極的な広報を展開していく。