

(報道発表資料)

令和6年10月16日  
京都市上下水道局  
〔担当：総務部総務課〕  
〔電話：075-672-7810〕

## 令和6年度 ライフライン広報 第四弾

ユーモア

# 湯 MORE 京都リフレッシュ

を実施します！



京都市上下水道局では、市民の皆様には「縁の下の力持ち」である水道・下水道をより知っていただくため、1年を通じて5回シリーズで「ライフライン広報」の取組を実施しています。

第一弾は、6月1日～7日の「水道週間」に水道水の啓発キャンペーン、第二弾は、8月1日の「水の日」に合わせ、蹴上を中心とした琵琶湖疏水エリアを巡るフォトウォーク、第三弾は9月10日の「下水道の日」に合わせ、下水道のしくみをゲームで学ぶ京都マンホールクエストを開催しました。

この度、第四弾として、11月26日の「いい風呂の日」にちなみ、秋の競馬でにぎわう京都競馬場で「湯 MORE 京都リフレッシュ」を開催します。

本イベントは、水需要の喚起を図ることを目的として、家庭での水道水の用途のうち、約4割を占めるお風呂に着目し、入浴に親しんでいただくため、心身の健康の増進や免疫力のアップをはじめとするお風呂の魅力や効能などの情報を発信するものです。

## 1 日時

令和6年11月17日（日） 午前8時50分～午後5時

## 2 場所

京都競馬場 ステーションゲート1階 階段横  
(〒612-8265 京都市伏見区葎島渡場島町32)

<最寄りの交通機関>

- ・京阪電鉄淀駅下車徒歩2分
- ・阪急電鉄西山天王山駅からバスで約15分



>アクセス

<https://www.jra.go.jp/facilities/race/kyoto/access/index.html>

## 3 内容

### (1) オリジナル「バスボム」づくり

重曹やクエン酸といった身近な材料を使って、お湯に入れると炭酸ガスを発泡する入浴剤「バスボム」をつくるワークショップを開催します。



バスボム（イメージ）

#### ア 開催時間

午前の部：①9時30分～、②10時30分～、③11時30分～

午後の部：④13時30分～、⑤14時30分～、⑥16時～

※ 午前の部、午後の部どちらも所要時間45分程度。

#### イ 定員

各回定員16名

#### ウ 対象

5歳以上（未就学児は保護者同伴）

#### エ 申込方法

本イベントの受付で御希望の回をお申込みください（先着順）。

午前の部：午前8時50分から整理券配布

午後の部：正午から整理券配布

### (2) 京ふる☆どうぶつ診断

スマホで二次元コードを読み取り、いくつかの簡単な質問にYESかNOで答えていただき、自分の動物タイプを診断。タイプ別にオススメの入浴方法をご紹介します。

診断いただいた方には、入浴剤をプレゼントします（数量限定）。



入浴剤

### (3) クイズ「ハイルチャンピオンシップ オフロ杯」

クイズに正解した方には、限定デザインの缶バッジ、また、参加者全員に紙せっけんをプレゼントします（数量限定）。



缶バッジ

(4) まるで入浴中！？「お風呂部フォトブース」登場

京都市上下水道局が参加する産学官連携プロジェクト「お風呂部」から、入浴気分を味わえるフォトブースが登場。イベントの思い出に記念写真を撮ろう！

お風呂部とは

湯まわり設備メーカーである株式会社ノーリツを中心に大学や地方自治体が参加する産学官連携プロジェクト。現在、12大学の学生と7自治体の職員が部員として、お風呂にまつわる様々な情報を発信するウェブサイト「お風呂部」でのライター活動を行っています。

ウェブサイトはこちら

<https://ofurobu.com/>



(5) 「京都市上下水道局アプリ」ダウンロード企画

10月1日から運用を開始したアプリの周知を行います。その場でアプリをダウンロードしていただいた方には粗品をプレゼントいたします（数量限定）。

(6) すみとくん&ひかりちゃんのグリーティング

京都市上下水道局マスコットキャラクター、ホテルのすみとくん・ひかりちゃんと一緒に写真撮影が楽しめます。（9時・10時・11時・13時・14時・15時・16時～ ※各15分程度）



4 参加費

無料

※別途、競馬場への入場料必要（15歳以上500円）

➤入場方法についてはこちら

<https://jra.jp/facilities/race/kyoto/news/nyujou.html>

当日は混雑が予想されますので、お時間に余裕をもって御来場ください。

「ライフライン広報」について

「縁の下の力持ち」であり、重要なライフラインである水道・下水道をより身近に感じ、同事業への理解を深め、行動変容のきっかけにつながるよう、様々な媒体を通じて「すみと・ひかり」のキャラクター・マーケティングの強化も含めた「戦略的広報」に取り組んでおり、これらの取組を「ライフライン広報」と位置付けています。

キャラクター・マーケティングの強化に当たっては、「すみと・ひかり」の認知度向上に向けた効果的なブランディングを行い、最終的に「すみと・ひかり」の姿から水道・下水道事業を想起していただけることを目指しています。

今年度は、「水道週間」や「水の日」、「下水道の日」などの水に関する記念日に合わせ、1年を通じて5回シリーズでイベントを実施します（第五弾は今後発表予定）。