

多摩川の河川工事進んでます！！ ～住民に伝わる河川工事PRの模索～

内藤 ゆりか

関東地方整備局 京浜河川事務所 工務課 (〒230-0051 神奈川県横浜市鶴見区鶴見中央2-18-1)

令和元年東日本台風による洪水では関東の広い範囲で被害が発生し、多摩川では本洪水を契機に「多摩川緊急治水対策プロジェクト」が発足した。洪水後、メディア取材、地域住民等からの問合せや治水事業へ要望が増え、多摩川の治水事業はこれまでにない大きな関心が寄せられている。治水事業への期待、理解、協力や地域住民の抱える不安解消のため、河川工事のPRの必要性を感じる一方、広報は継続性を課題として抱えている。求められる広報と継続性の両立を目的とし、河川工事のPRの方法を模索した。

キーワード 河川工事、広報、PR、継続性

1. 背景

令和元年東日本台風による洪水では関東の広い範囲で被害が発生し、京浜河川事務所管内においては多くの内水を中心とした被害が生じた。多摩川では、無堤地区で溢水が発生、多数の区間で計画高水位の超過や水位観測所における既往最高水位を記録し、当該洪水を契機に「多摩川緊急治水対策プロジェクト」が発足した。

多摩川は山梨県の源流から東京都・神奈川県を流れ東京湾に流入している河川であり、沿川住民や河川利用者が多く、従前より河川事業や利用に関する問合せが多い。当該洪水後、メディアによる取材のみならず、より一層の問合せ増加や工事説明会において治水事業を求める意見が上がるなど、河川事業に対する関心と期待がより一層高まっている。

このように河川事業の促進を求める声が増えている中、地域住民の疑問や今後発生するであろう洪水への不安を解消出来るよう、河川管理者が河川工事を着実に遂行していること、またその内容を分かるように伝える必要があると感じ、よりよい河川工事のPRの模索に着手した。

2. 課題・目的

当事務所では従前よりホームページにて工事情報を掲載している。図-1は当時の掲載資料である。示すとおり、

文字情報中心の広報であり、情報が伝わりにくい、分かりにくいという問題点があった。

また、河川工事は年次により工事量に変化があることと、残念ではあるが広報活動は河川工事の実施に比べ優先順位が下がる傾向があることから、工事量が増えたり、河川工事が佳境に入るほど、担当者の手が回らず更新が滞る継続性の問題があった。

そこで、出来るだけ必要十分で伝わりやすい広報と継続性の両立を目的として取り組んだ。

3. 当初の取組み



図-1 当時の工事情報

令和2年度において、工務課は20件にのぼる工事を発注しており、各工事の資料や状況を取得するには、各工事発注担当の工務課職員及び工事範囲の出張所職員に依頼し協力を得ることが必要である。そこでまずは以下の対応を中心にお願ひすることにした。

(1) 文字に依らない広報

当時の文字中心の広報をビジュアル中心に見直すことが目下の課題であった。

ビジュアルには

- ・写真
- ・イラスト
- ・CG

といくつか種類があるが、工事状況の分かりやすさと1〜2枚撮影すれば良いという簡便な点から、写真を活用することとした。過去に利用していた様式(図-2)があ



図-2 写真を利用した様式



図-3 工事看板用マグネットシート

ったため、手始めにそれを参考に月1回のホームページ掲載を開始した。

(2) 情報へのアクセス

目の前で行われている施工中の河川工事に興味を持った河川利用者に、どのようにしたらより詳細な情報を提供出来るかを考え、以下の理由により「多摩川緊急治水対策プロジェクト」のホームページにリンクするQRコードを印刷したマグネットシートを作成した(図-3)。

- ・工事看板は元々目に入る場所に設置されていること。
- ・工事看板は規格が統一されているため、工事毎に異なるサイズを用意する必要がないこと。
- ・マグネットシートは貼付けや取外しが容易であること。

4. 掲載する情報について

ホームページ更新を行った上で更に以下の検討を行った。

(1) 情報の種類

既存様式を元としていたため、掲載する情報の見直しを行い、広報の目的とこれからの方向性を改めて確認した。図-4に示すように、情報には以下の3種類があると考えた。

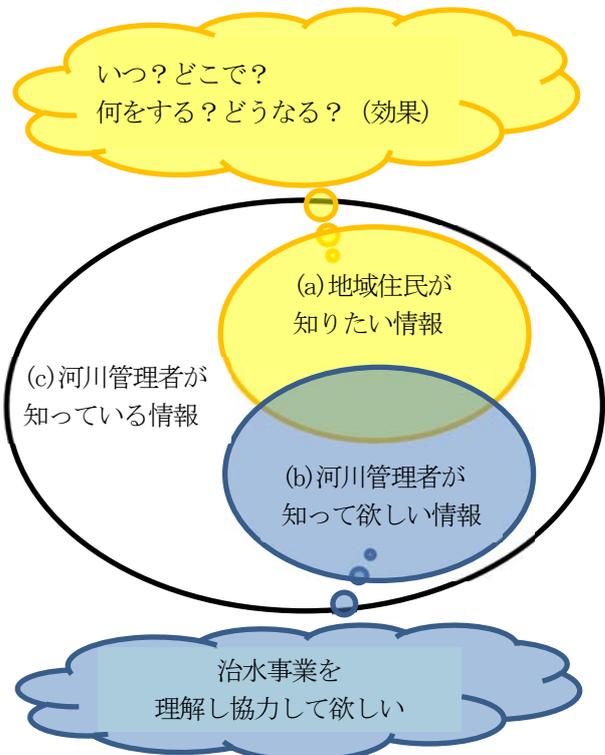


図-4 情報の種類

- (a)地域住民が知りたい情報
- (b)河川管理者が知って欲しい情報
- (c)河川管理者が知っている情報

まずは(a)でも(b)でもない情報の削除に取り組みながら、必要十分の(a)且つ(b)の情報掲載を目指した。

(2) 情報の見直し

表-1のとおり内容の見直しを行い、図-5のような改定案を作成した。

掲載工事については、屋内工事等の担当者に「老朽化に伴う更新工事は削除するのはどうか」、「現地状況が変わらないのであれば、いっそのこと掲載しないのはどうか」、と内部調整を行った。工事内容にもよるが、多くの工事のホームページ掲載を取り下げ、公開資料がすっきりと見易くなると同時に職員の負担軽減になった。

また、工事着手前に地域へ配布する工事チラシのホームページ掲載について、出張所担当者から提案があり対応したところ、「工事説明時に工事チラシも掲載してあって分かりやすいと評判だった」との声を頂いた。



図-5 改定案

5. 継続の上で生じた問題と対応

工事広報における継続性について問題点を抽出し、対応策を以下の通り検討を行った。

(1) 写真準備にかかる職員への負担

a) 現場への撮影負担

現場へ毎月の写真提出を依頼していたが、河川工事が本格的にスタートした時期、なかなか写真が現場から提供されにくい事態が発生した。工事の全体量も把握しているため、催促するのも憚られ、提出された工事のみ取り急ぎ更新することとなってしまったため、異なる対応を検討が必要であった。

b) 定例会議資料の活用

事務所では毎月の定例会議で工事状況が共有されている。依頼当初より「定例会議資料に使用している写真でも良い」と補足はしていた。そこで依頼を「写真の提供」から「定例会議資料のオリジナルデータの提供」に変更し、工事によってはこちらの方で河川カメラ映像を利用する旨を伝え、現場にとって新規作業が全く生じない方法にしたところ、コンスタントに写真を入手出来るようになった。

(2) 適切な更新頻度について

a) 出水期の更新の必要性

9月よりホームページ掲載を開始したため、翌月10月に現場へ写真提供依頼をかけたところ「工事着手前で変化がなく、寧ろ除草前で草がかなり生えているが毎月更新は必要か？」と指摘が入った。

河川工事は6月～10月の出水期は行わないことが多く、契約直後から写真を用いた広報は必要なのかと疑義が生じた。

b) 本体工事期間の更新の重要性

1ヶ月遅れた写真を用いて更新したところ、現場より「ホームページを見た地域住民から、今しているこの工程の見学をしたいと問い合わせがあったのだが、既にそ

表-1 情報の見直し

項目	当初	問題点	改善策
工事内容	工種を文字で記載	・文字では分かりにくい。 ・写真は「撮影時情報」のみしか伝えられないため、工事内容の全貌が分からない。	模式図の併用
掲載工事	管内の施工中工事を全て掲載	屋内工事等、住民の目に触れない工事の広報をする意義や効果、目的が不明瞭であった。	工事毎に掲載を判断
工事チラシ	掲載なし	近隣住民への配布・回覧のみであり、問合せの際に相手が所持していなければ、口頭での説明を要した。	様式と同一箇所に掲載

の工程は終わっていたため詫びて断ったことがある。」との情報を受けた。やはり地域の方々はホームページをよくご覧になっていただいていることがわかり、遅延のない更新の重要性を改めて認識した。

c) 今後の対応

上記を踏まえて、河川工事のPR開始時期は契約直後ではなく実際に現地に着手する出水期明けとし、写真更新については、(1)に記したように定例会議にあわせつつ、定例会議後に遅延無く速やかに行うこととした。

(3) 工期について

a) 苦情と現場の実状

工事看板を見た方から「もうすぐ工期だが工事が終わると思えない。」と苦情が入った。確認したところ、看板に記載されている工期が、契約上、既に工期延期をした工事であり更新されていなかった。

また、別の工事では「既に地元には工事は〇月まで延期すると伝えているため、ホームページを見た地域住民から“本当に〇月までなのか”と問合せが来た。工事延期の変更契約手続きが済んでいないことは承知しているが、工期延期は既に周知しており、ホームページは一般に向けたものなので工期は〇月と記載して頂きたい。」と要望を受けた。

b) 対策

以上の出来事から、工期（いつ始まり、いつ終わるのか）は、特に関心が高い事柄であるため、工期延期をした際はその都度更新することとした。また、「契約期間＝現地着手期間」とは限らないため、日単位で工期を示すのではなく、誤解を与えないように上旬・下旬程度の記載に留めた。

前述のような事態を事前に防ぐため、今後は単に「内容の確認をお願いします」と依頼するのではなく、「地元既に周知している工期との相違」等、特に確認が必

要な点を具体的に示すこととした。

6. 得たこと、今後について

手探りで始めた工事PRの改善であったが、開始してみると、地域住民と直接やりとりをしている現場から次々と要望があがるのが分かった。現場の意見は、地域住民との対応から発生したものであるため、適宜反映し、地域住民にとってより中身のある広報にしていきたいと思う。

また、写真更新のみであっても、工事件数が多いと多くの時間を取られることが分かった。今後は工務課職員でなくてもあらゆる職員が更新作業可能となるようにしつつ、繁忙期であっても工事広報を続けていきたい。

今回の取り組みは、ホームページに掲載する様式の改善が主であったが、掲載した情報も住民の目に触れなければ意味が無い。次のステップとしては、「知りたい」と思った時に情報にすぐにたどり着けるような仕組みが必要だと考える。具体的には以下を考えている。

- ・ホームページのレイアウト改善（対ウェブ検索者）
- ・マグネットシート等、現地でのPRの改善（対河川利用者）
- ・SNSの活用（対SNS利用者）

ここで、ホームページ用・SNS用とそれぞれ資料を用意することは得策では無いと考える。媒体によって得られる情報に差異が生じると、住民は両方チェックしなければならず、職員の作業も重複しかねないからである。

あくまで情報は一カ所に集約し、どこでどのように河川工事に興味をもったとしても、すぐに情報にたどり着けるような仕組みを作り上げたいと思う。