

災害時を見据えた平常時における 広報の役割について

田村 伸之

関東地方整備局 下館河川事務所 調査課 (〒308-0841 茨城県筑西市二木成1753)

下館河川事務所管内では、平成27年9月の関東・東北豪雨により鬼怒川の堤防が決壊し、大きな被害を被った。このときの線状降水帯に代表されるような昨今の気候変動は、いつでも水害をもたらすか予測できない。いざという時に自身の身を守るには、自らが行動（自助）する必要があり、そのためには正確な情報を、慌てずに入手することが必要不可欠である。本稿は、災害時を見据え、平常時から下館河川事務所が行っているFacebook（フェイスブック）を活用した広報活動について紹介する。

キーワード Facebook、平常時と災害時、1日あたりの投稿数、シリーズ投稿

1. 背景

平成27年9月の関東・東北豪雨では、茨城県常総市三坂地区の鬼怒川堤防が約200メートルに渡って決壊し、約4,300人の住民の方が逃げ遅れ、消防や自衛隊に救助された。これを受けて、現在、国土交通省としては「水防災意識社会の再構築」の取り組みを進めている。この実現のためには、住民一人ひとりが水害を自分事と捉え、日頃から水害に対する備えを意識しておくことが重要になる。そして、いざ洪水が起きたときに、正確な情報のもとで慌てずに行動できるよう、日頃から準備しておくことが求められる。

加えて、下館河川事務所では、関東・東北豪雨による鬼怒川堤防の決壊後、鬼怒川緊急対策プロジェクトとして大規模な堤防の改修事業を進めている。特に、ハード対策として行っている堤防改修の事業延長は約4.5kmと広範囲に及ぶため、事業執行に際しては地元住民の方々をはじめとする関係者の協力が必要不可欠であり、事業を十分に理解していただくための丁寧な広報活動が求められる。

本稿では、水防災意識社会の再構築及び事業の理解促進に向けた、フェイスブックを活用した独自の広報手段について報告する。

災害発生時には、リアルタイム情報を含め、様々な情報が発信され、住民はその情報を活用し、災害時の避難行動を判断することになる。下館河川事務所のフェイスブックでも、災害体制の情報、河川の水位状況、CCTVカメラ映像の掲載ページの案内、「川の防災」サイトへの誘導などを行っているが、避難のためにはこれらの情報を入手することが第1歩となる。

しかしながら、災害発生時に急遽、情報を入手しようとしても、情報へのアクセス方法がわからないなど、情報にたどり着くことには時間を要する。

地域住民の方が、災害時に慌てずに情報源にたどり着き、これらの情報を得るためには、平常時からこういった情報源へのアクセスに慣れておく必要がある。不測の事態が次々にやってくる災害時に備えて、「知っている」ことをひとつでも増やすことが、冷静な判断を可能にし、安全な避難につながると考える。そのためにも、平常時からフェイスブックにおいて継続的な発信を行い、情報発信の場を知っている人をひとりでも増やすことが効果的であり、それにより日常の中に、災害時の情報源へのアクセスを定着させられると考えている。

さらに、この継続的な発信のなかで工事進捗を含めた様々な情報を提供し、身近に河川があることをしてもらうことが、事業に対する地元住民の方々の理解と協力、さらには、水防災意識社会の再構築につながるものと考えている。

2. 平常時の情報発信の重要性

3. 広報手法の概要

まず、今回の取り組みを実施するにあたり活用したフェイスブックの概要について説明する。

フェイスブックとは、SNS（ソーシャルネットワークサービス）と呼ばれる情報共有ツールで、世界最大の利用者数を誇るツールのひとつである。SNSには、フェイスブックの他にライン（LINE）やインスタグラム（Instagram）等がある。

フェイスブックは一般的に、写真や動画に文章を添えて投稿するが、文章だけの投稿も可能である。SNSにおけるフェイスブックの特徴には、長い文章が送れること、拡散性があること、などがある。そして、利用登録するに当たっては、原則、実名登録という安全性を有していることも特徴と言える。

また、上記に加えて、リアルタイムな情報を容易に発信することができるという SNS 全般の性質も備えている。リアルタイムな情報発信は、災害時のように刻一刻と状況が変化する状況における情報ツールとして、非常に有効である。

上記の特徴は、災害時のみならず、平常時に情報発信する上でもとても有用であり、合理的であったため、当事務所の広報ツールとしてフェイスブックを活用しているものである。

フェイスブックの機能のうち、本稿に登場する用語を簡単に紹介すると、以下のようなものがある。

「投稿」：文章や写真などをインターネット上に公開すること／「リーチ」数：投稿記事にアクセスした人の数（見た人）／「いいね！」数：投稿した記事に対する評価／「フォロー」数：フェイスブックページに対して行うもので、フォローをすると、フォローしたページの記事が自分のフェイスブックに流れてくる／「フォロワー」数：フォローしている人の数／「シェア」：他人の投稿した記事を自分のページで投稿（引用）すること

これらは、投稿した記事や、投稿している本人のページに対する評価を確認するための重要な指標であり、これらの数字を参考にすることで、受け手側が求めている情報がある程度把握することができる。

例示（図一）では、リーチ数が276人、いいね！（もしくは超いいね！）数が36人となっている。つまり、276人の方がこの記事にアクセスし、うち36人の方が記事に対する評価として「いいね！（超いいね！）」をしてくれたことになる。

4. 具体的な取り組み

フェイスブックという情報源に対する日常的なアクセスを獲得するために行った具体的な取り組みは以下のとおりである。なお、今回は平成29年4月から平成30

年5月に実施した内容について紹介する。



図一 投稿例

(1) 1日あたり、約1.4回投稿

まず、継続的な情報発信を実現させるため、1日1回以上の投稿を目標に掲げた。

平成29年4月1日から平成30年5月31日までの間における行政機関の開庁日は「285日」あるが、1日1回以上の投稿を目指して取り組んだ結果、同期間に「399回」の投稿を行うことができた。平均すると1日あたり約1.4回の投稿を実施したことになる。

投稿した記事の内容は、会議報告や工事見学会など、事業の取り組みに関する記事が約4割、災害体制時の情報発信や訓練など、防災に関する記事が約2割、イベントや観光スポットなど、流域情報に関する記事が約3割、その他、事務所の紹介などが約1割となっている。

トピックス的な話題に関する投稿と異なり、日常的な投稿は、時にその記事収集に苦慮するケースもあったが、所内行事や関連イベント等の情報収集を積極的に実施したり、また、現場業務の際には常にカメラを携帯するなど、発信内容の収集を日常的に意識することで、次第に記事の素材をみつける視点が培われた。

図一はその好例と言える。これは、9月に現地調査へ行った際に目に留まったものを撮影し、記事として投稿したものである。秋の話題に関する簡易な文章であるが、比較的良好な反応を得ることができた。

閉鎖的なイメージを持たれやすい行政機関の広報において、このように事業や流域情報以外の記事をスポット的に投稿することは、受信者側との距離を縮め、フェイスブックへの日常的なアクセスにつながるものと考えている。

また、効率的な投稿を実現するために、組織メール（アウトLOOK）を活用し、決裁の簡素化を図った。投稿の際には、「決裁メール」を所属長など関係者へ送付する。メール本文には投稿案文を記載し、掲載写真などは添付ファイルとした。また、投票機能（メールに対して、承認・不承認などの投票ができる機能）も活用し、速やかな回答を可能にした。



図-2 秋を話題にした記事

その他、広報担当課にとどまらない記事作成や、何気ない物事を記事として捉える視点を培ったことも、1日あたり約1.4回の投稿を達成できた理由と言える。

(2) シリーズ連載その1（コンテストの活用）

次に、継続的な投稿を実現させるために実施した2つのシリーズ連載について紹介する。

ひとつは、「調べてみっぺよ！鬼怒・小貝」である。

これは、下館河川事務所が管理する鬼怒川と小貝川流域の歴史・文化・自然などを紹介するものである。タイトルの「べよ」は、茨城県・栃木県などの北関東地方で使用されている方言のひとつである。今回の場合、「調べて見ようよ！」の意味になる。

平成29年10月の連載開始以降、シリーズの投稿回

数は31回を超え、平成30年5月末現在も連載継続中である。このシリーズでは、河川だけでなく、歴史や産業などに興味のある方もターゲットにした記事を作成している。

具体的な投稿例を列举すると、次のとおりである。旧河道に沿って区画されている市町境、ビール生成に活用されている小貝川、河川により繁栄した産業、鬼怒川にゆかりのある偉人、流域で育った文化人の紹介など、流域に関連する話題を様々な角度から紹介している。

さらに、このシリーズを活用して所内職員の広報力向上を目指すべく、所内コンテストを開催した。コンテストの参加者は事務所の若手職員を中心とする10名とし、各々が関心のある話題について取材・調査し、記事を作成した。各自計2回の投稿を行い、その結果、優秀な成績を収めた記者には賞品を贈呈した。また、参加者には事務所で作成した記者証（図-3）を付与し、チームとしての意識啓発を促した。



図-3 参加職員に付与した記者証

当シリーズは歴史を題材にした読み物としての性格が強いため、比較的長文になるケースが多い。また、投稿に際しては記事となるものの根拠を調査する必要があるため、その作成に際しては相当な苦労を要したが、連載を継続していく中で、他人に伝える文章力や、写真撮影の要点などを学ぶことができ、若手育成にも効果があったと考えている。

(3) シリーズ連載その2（所内全体広報）

もうひとつの連載は、「ちょこっと！川辞典」というものである。

当シリーズは、河川事務所の業務で使用している河川

用語や業務用語を簡単に紹介するもので、平成29年12月の開始以降、紹介した用語は24個以上であり、平成30年5月末現在も連載継続中である。

掲載方法は次のとおりである。

まず、フェイスブック本文にて、用語の説明を2～3行を目安に記載する。「ちょこっと」伝えることが主旨のため、この説明文章は極力、要点のみとする。次に、シリーズ用にデザインした専用の台紙に手書きした用語の写真と、説明の補足となる関連写真を掲載する。用語の台紙には、記載した職員の所属と氏名も記載する。(図-4)



図-4 「ちょこっと!川辞典」の投稿例

なお、(2)同様、こちらも連載を活用した所内の取り組みを実施している。

取り組んでいるのは、所内全員による広報活動である。専用の台紙に用語を記載するのみという手軽さは、職員全員による広報活動の手段として、非常に現実的な方法である。参加する職員は、用語と所属・氏名を記載するだけなので、通常業務の支障にならずに参加することが可能である。また、手書きという特性を生かし、筆の使用やイラストを書き添えたりと、自身の個性を生かせる

ところもその特徴である。

さらに、この川辞典シリーズは、当事務所関連イベント等でご一緒した有名人の方にもご協力いただいている。イベントにゲスト参加された方や、講師として講話いただいた方など、これまでに5名の有名人の方にご協力いただいた。記載いただいた用語は、現在、当事務所の広報スペース(図-5)で展示しており、来庁した方にご覧になっていただくことで、事務所全体の広報に寄与している。



図-5 展示スペース

台紙とペンがあれば場所を選ばずに参加できるところがこのシリーズの最大の利点であり、今後、広報の機会を拡大していくにあたり有効な手段といえる。

5. 取り組みによる成果

上記のような取り組みを行ってきた結果、以下のような成果が確認できた。

(1) フォロワーの倍増

平成29年4月当初時点で260人だったフォロワーは、平成30年5月末時点では、529人と、約1年で倍増することができた。(表-1)

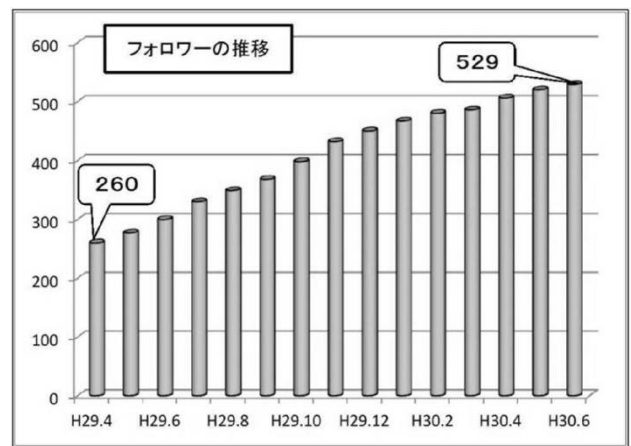


表-1 フォロワーの推移

フォロワーの内訳については、閲覧者側の公開規制などもあるので詳細な分析はできないが、確認できた範囲では、流域住民の方や事業関係者が多い。その他、行政関係者や教育関係者など、幅広い層の方にフォローして

いただいている。

フォロワーの増加については記事の内容に因るところが大きいが、これまでの傾向をみると、短期間に高頻度で記事を投稿したときほどフォロワーの増加率は高くなっている。

(2) リーチ、いいね!の増加

ページ全体への評価といえるフォローに対して、それぞれの投稿記事に対する評価に、「リーチ」や「いいね!」がある。こちら、フォロワー同様、増加傾向にある。

以下は、平成28年度と平成29年度以降で、ひとつの投稿記事に対する「リーチ」数と、「いいね!」数の平均を比較したものである。

リーチ : 563.3 → 614.2
いいね! : 21.0 → 28.9

上記のとおり、平成29年度以降、事業の紹介、流域のイベント情報、災害情報、季節の情報など、多岐にわたる情報を継続的に発信し続けた結果、ひとつひとつの投稿に対する反応の増加が確認できた。

さらに、投稿数は平成29年度とそれ以前で、約1.5倍に増えていることから、受信者側の興味のある情報を、より多く発信できていることが確認できた。

(3) 職員の広報意識向上

シリーズ連載などを活用して所内全体での広報活動を行ってきた結果、職員の広報に対する意識が強化された。それまでは、関係機関との会議や工事見学会、その他流域におけるイベントなどの開催情報を広報担当者が把握し、その都度、当該行事への参加職員に対してフェイスブック記事作成を依頼するケースが多かったが、前述のような所内での活動を行った結果、自然と記事案文が広報担当者に送られてくるようになった。さらに、写真撮影においても、参加している一般の方の顔が写らないように撮影するなど、フェイスブック掲載を想定した撮影を意識するようになった。

所内全体での広報活動を進めた結果、職員のなかに、常に「フェイスブック投稿」という意識が根付きつつあると言える。

(4) 日記としての活用

高頻度の投稿による副次的な成果もあった。

前述したように、フェイスブックの投稿は、1日あたり約1.4回と、かなりの高頻度である。この結果、事務所の取り組みや関連する行事の大半は、フェイスブックの投稿履歴で網羅されている。

日常的に記事を掲載するに際しては、計画的な投稿を行うためにエクセル表による投稿カレンダーを作成して

おり、こうすることで、記事が立て込んだときの優先順位の決定などを判断したり、適切な投稿時期に投稿するために役立っているが、過去の事務所の取り組みなどを確認する際に、このカレンダーが活用されるケースが多い。つまり、日記として、過去の実施時期などを確認する際に重宝されている。

また、投稿の際、より伝わりやすい記事を作成するために、掲載した写真などを投稿記事毎にフォルダ整理を行っている(図-6)。フェイスブックに掲載する写真は、伝わりやすさの観点から、厳選されたものを使用しているため、説明資料作成などにおいても利用できる素材が多い。投稿記事毎にフォルダ整理がされていることで、必要な素材を即座に探すことができ、こういった点でも、日常的な継続した投稿が有効であることが確認できた。

名前	更新日時	種類	サイズ
4.2 年度はじめ	2018/03/30 19:44	ファイル フォルダー	
4.2 速報(3)(4)(5)(6)(7)(8)	2018/04/02 15:46	ファイル フォルダー	
4.3 情報本(印刷)	2018/04/20 13:49	ファイル フォルダー	
4.3 速報(3)(4)(5)(6)(7)(8)(9)(10)	2018/04/02 12:07	ファイル フォルダー	
4.4 若狭河川審判学会	2018/04/03 14:55	ファイル フォルダー	
4.5 ベルメ 鎌倉健康館	2018/04/05 14:12	ファイル フォルダー	
4.5 速報(3)(4)(5)(6)(7)(8)(9)	2018/05/22 23:19	ファイル フォルダー	
4.6 速報(3)(4)(5)	2018/04/05 12:55	ファイル フォルダー	
4.9 筑前建築工事見学会	2018/05/21 18:41	ファイル フォルダー	
4.10 築前ウォーク	2018/04/10 18:04	ファイル フォルダー	
4.12 ベルメ 田東北橋	2018/04/12 18:48	ファイル フォルダー	
4.15 船尾種魚改良	2018/04/12 16:09	ファイル フォルダー	
4.16 川路舎(修繕)	2018/04/12 18:09	ファイル フォルダー	
4.17 鎌倉建築工事見学会の予告	2018/04/17 19:29	ファイル フォルダー	
4.18 水防関係連絡会	2018/04/17 12:57	ファイル フォルダー	
4.18 大形橋の修理(取り分け)	2018/04/17 12:56	ファイル フォルダー	
4.19 ベルメ 香山士	2018/05/23 12:58	ファイル フォルダー	
4.20 菜の花	2018/04/02 18:31	ファイル フォルダー	
4.23 川路舎(築造)	2018/04/17 19:35	ファイル フォルダー	
4.24 オヤマワシ	2018/04/23 14:16	ファイル フォルダー	
4.25 小幡工事見学会の子書	2018/04/23 18:57	ファイル フォルダー	
4.26 ベルメ 鎌倉健康館	2018/04/26 15:12	ファイル フォルダー	
4.27-1 水防利用の意見	2018/04/26 14:28	ファイル フォルダー	
4.27-2 鎌倉工事見学会	2018/04/26 18:41	ファイル フォルダー	

図-6 フォルダの整理状況

(5) 投稿記事<ベスト3>

ここで、これまでに投稿してきた記事のうち、「リーチ」数(=アクセス数)が多かった記事の上位3つを紹介する。

- 1位 台風第21号のCCTVカメラ映像 (H29/10)
… 12, 932リーチ
- 2位 台風第21号による水位状況 (H29/10)
… 6, 392リーチ
- 3位 お天気キャスターによるマイ・タイムライン講座 (H29/9)
… 5, 510リーチ

興味深いことに、平成29年度以降の投稿記事の1位、2位は、ともに災害情報に関するものであった。

1位になった記事は、平成29年10月の台風第21号による水防団待機水位超過後、現地状況を伝えるために投稿したCCTVカメラの映像。(図-7)

2位は、同じく台風第21号に関する記事で、下館風

水害対策支部が注意体制に入った旨を知らせる記事であった。



図-7 リーチ数第1位の記事

3位は、お天気キャスターを講師に招いて行った「マイ・タイムライン作成講座」の記事であった。

このほかでリーチ数の多かった記事は、CCTVカメラの増設 (H29.4/3,023 リーチ)、緊急速報メールを活用した伝達訓練の予告 (H29.6/2,929 リーチ) となっている。

こうしてみると、災害・防災関連の記事に対するリーチが多いことがわかる。また、災害・防災関連以外では、堤防完成や、施工中の進捗状況の説明のために開催した工事見学会に関する記事への反応が顕著であった。なお、平成28年5月に投稿した三坂堤防完成に伴う住民対象の見学会の記事は、リーチ数5,600を記録した。決壊地点における堤防完成の見学会ということで、関心の高さが確認できた。

6. 考察

以上の成果から考察すると、まず、リーチ数の上位に災害・防災関連の記事が集中していたことから、災害時の情報源としての役割において、一定の成果が得られた

と言える。特に、1位の記事のリーチ数は、下館河川事務所のフェイスブック立ち上げ以来、最多である。このことは、災害時の情報源としてのフェイスブックの存在が、流域にお住まいの多くの方に認識していただいた結果であると言える。今後も、災害時の情報源として安定的な情報提供と、それによる自らの行動(自助)を実現するため、引き続き平常時から積極的な広報活動を進めていきたい。

また、平常時から継続的な広報活動を実施することは、確実なフォロワーの増加につながる事が確認できた。引き続き、情報の受け手側の立場に立った、質の高い広報を継続することで、事務所として取り組んでいる事業に対する、理解や協力につなげていきたい。

7. 今後の課題

今回、災害時を見据えた平常時における継続的な取り組みを行ってきたが、そこで見えてきた課題もある。

まず、情報伝達ツールの開拓である。

フェイスブックを主体に行っている現在の広報活動は、情報を入手できる対象をフェイスブック利用者に限定してしまっている。日本国内では約2,500万人以上が利用しており、手軽に情報取得できる点で非常に有効な方法であるが、今後は、より汎用性のある広報ツールを模索する必要があると考える。例えば、事務所のHPで定期的に情報入手ツールを紹介するなど、より広範に情報を届けることが可能な手法を検討する必要がある。

もうひとつは、技術的な質の向上である。

情報の受け手側の理解を深めるには、初めて見たときのわかりやすさがとても重要である。例えば、フェイスブックでは写真を多用するが、今後、より質の高い広報を行うためには、カメラの撮影技術を学ぶなど、受信者側を惹きつける方法も有効な方法と考える。細部に着目することで、ひとつひとつの広報の質を高め、より深い理解と確実な伝達につなげていきたい。

8. おわりに

広報は、主体事業を補助する存在である。しかし、その活動範囲は広範囲に及び、また、場所を選ばずに活動できるという特性を有している。

今回はフェイスブックを活用した取り組みを実施したが、今後も常に活動の場を模索し、新たな広報手段を採用することで、ひとりでも多くの方が災害時に役立つ情報を取得できるよう、引き続き、災害時を見据えた平常時の広報に努めていきたい。