



### 3. 課題

藤原、栗山地域は観光資源に恵まれた立地条件であるにも関わらず、観光客入込数を見ると日光地域より大幅に少ない状況であり、豊かな自然環境やダムを含む水資源の魅力が十分に活かされていないと推察される。(図-3参照)

以上を踏まえ、どのような施策を展開すれば地域活性化につながるかを課題とした。

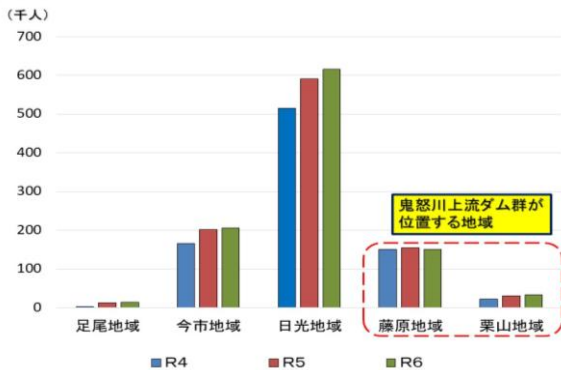


図-3 日光市 地域別観光客入込数(R4~R6年度)<sup>2)</sup>

### 4. 広報活動の取り組み

広報活動は、ダムの役割や機能についての理解の深化や関心の向上を促し、県内外からの来訪者の増加や地元地域の魅力向上につながるものと考えている。

そこで当事務所では、イベント等の企画・立案や地域情報の資料収集、情報発信などの一連作業を職員自ら実施することで機動性を確保し、地域活性化の一助となる広報活動を展開している。

#### (1) 4ダム見学会

「森と湖に親しむ旬間」に合わせて毎年7月下旬に1日限定で五十里ダム、川俣ダム、川治ダム、湯西川ダムで4ダム見学会を開催しており、職員自らが施設の案内を行いながら、ダムの役割や機能についての説明を行うとともに日常的に入れない管理区域を案内することで、非日常的な時間を見学者に提供している。(写真-1参照)



写真-1 4ダム見学会

#### (2) 晩秋の奥鬼怒ダム・発電所見学会

R7年度から新たに始めたダム見学会であり、国の施設だけでなく電力会社のダムを同日に見学することができるものである。

本見学会も4ダム見学会と同様に職員自らが施設の案内を行い、川俣ダム、電力会社の川俣発電所及び黒部ダムを回るコースである。(写真-2参照)



写真-2 晩秋の奥鬼怒ダム・発電所見学会(黒部ダム)

#### (3) YouTube動画の発信

ダムの魅力を広く発信するため、職員出演によるダムの管理に必要となる日常業務やダムの機能を紹介したYouTube動画を作成し、視聴者にダムを身近に感じてもらうとともに、理解促進を図った。(写真-3参照)



写真-3 鬼怒川ダム統合管理事務所 公式YouTube動画

### 5. 広報活動の工夫

4ダム見学会では、来訪者に4ダム全てを見学してもらうため、「鬼怒川上流4ダムスタンプラリー台紙」を配布し、4ダムのスタンプを全て収集した来訪者には、ダムカードフォルダを配布した。ダムカードフォルダは、ダムカードを収納できる機能に加え、ダムカードには載っていないダムの見どころとなる情報を載せており、来訪者に各ダムの魅力を情報提供している。(写真-4、5参照)

さらに、台紙にはトイレを含む休憩場所や食事処を明確にするとともに、当ダム群周辺の温泉や道の駅等を掲載することで、多くの来訪者に複数の地点を巡ってもらえるように工夫した。



写真-4 鬼怒川上流4ダムスタンプラリー台紙  
表面 裏面



写真-5 ダムカードフォルダ

晩秋の奥鬼怒ダム・発電所見学会では、従来のようにHPで募集するのではなく、情報が瞬時に拡散されやすく発信力に優れているX(旧Twitter)で募集を行い、募集方法のあり方を見直し、効果的な手法に転換した。

YouTube動画では、近年流行している縦型で短尺の動画を作成することで、多くの方に閲覧してもらえるように発信方法を工夫した。

## 6. 効果

R7年度の4ダム見学会は、過年度と比較して合計来訪者数が最少で、この要因は猛暑の影響によるものと考えた。(図-3参照)

このことから、R8年度は猛暑回避と見学者の安全に配慮した9月末の開催を予定しており、来訪者数の増加につなげたいと考えている。

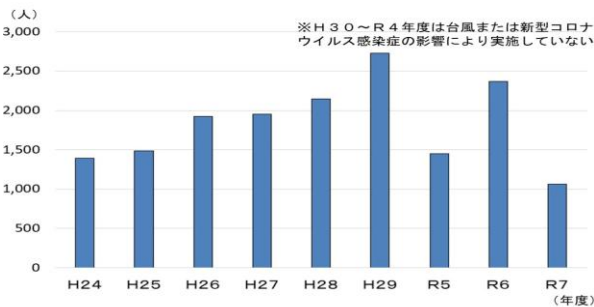


図-3 4ダム見学会合計来訪者数 (H24~R7年度)

晩秋の奥鬼怒ダム・発電所見学会では、Xの募集により、1日持たず定員に達したことから、募集方法が効果的であったと考察した。

さらに、見学者からは、企画への満足度の高さが感じられる感想を沢山いただいたことに加え、電力会社からは、来年度も引き続き見学会に協力したいとの申し出があったことから、今後も電力会社と連携し、毎年恒例のイベントとして継続開催していく方針である。

また、YouTube動画ではスマートフォンの利用頻度の高い20~60代の幅広い年齢層の方が視聴しており、当事務所のYouTube動画を見たことのない新しい視聴者が約9割を占めていることから発信方法に効果があったと言える。動画を通じて当ダム群への来訪者を増加させるために、今後も職員に密着した動画をシリーズ化し、さらなる地域活性化を図る。(図-4,5参照)

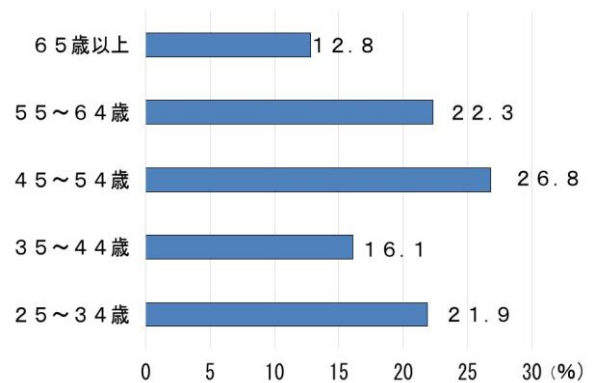


図-4 年齢階層別視聴割合<sup>3)</sup>

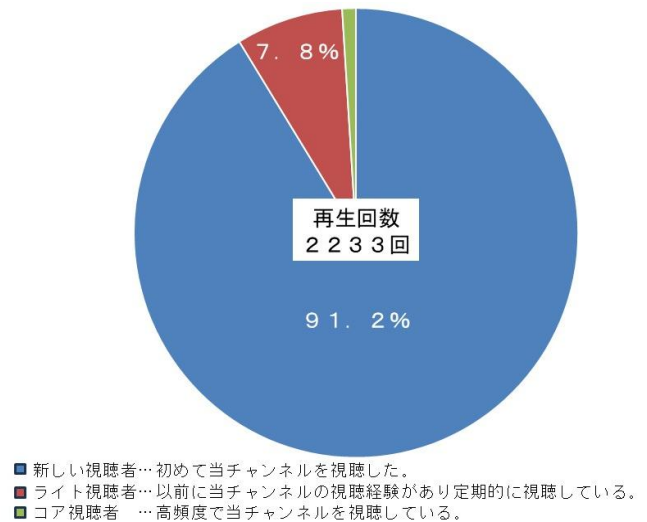


図-5 視聴者の分類別割合<sup>3)</sup>

## 7. 今後の展望

R8年度で完成から五十里ダムは70年、川俣ダムは60年、連携施設は20年を迎える。これら施設の周年記念イベントを企画しており、具体的な内容は、周年記念限定のダムカード、ダムカードフォルダ、ペーパークラフトの配布を予定している。ダムカードとダムカードフォルダは竣工時の写真を掲載し、施設の歴史的価値を理解してもらえるよう工夫し、ペーパークラフトは来訪者自身でミニチュアのダムを作成する体験型の記念品となっている。(写真-6, 7参照)



写真-6 ダムカード・ダムカードフォルダ

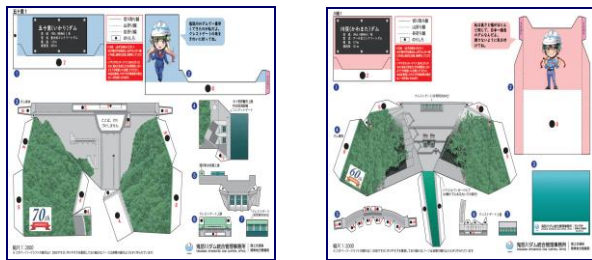


写真-7 ペーパークラフト

さらに周年記念イベントでは、ダム印の配布を実施する予定であり、来訪者に御朱印巡りのようにダムに来訪してもらえるようにしている。(写真-8参照)

ダム印イベントは他機関と連携した開催を検討しており、対象となるダムは五十里ダム、川俣ダムに加え、栃木県内でダムを管理する県企業局と電力会社の周年を迎えるダムで、他機関に参加を呼びかけており、広域的なダム観光を目指す。



写真-8 ダム印 (国土交通省中部整備局<sup>4)</sup>)

また、周年記念イベントを広く周知するためXで情報発信を行うが、Xの利用が少ないシニア層にも情報提供を促すために、周年記念ポスターを作成し、地域住民や来訪者の目に触れやすい公共施設等(鉄道駅、観光客が多く訪れる道の駅、行政サービスの拠点となる行政センターなど)へ掲示する。これにより、幅広い世代に周年記念イベントの情報を発信することができ、来訪者の増加につながるかと考えた。(写真-9参照)



写真-9 周年記念ポスター

## 8. まとめ

これまでは当事務所のみでイベントを実施している事例が多いことから、地域活性化に寄与するために、ダム管理機関、自治体、観光関係団体、地元事業者等の関係機関と連携したイベントを企画・立案し、今後も地域活性化の一助となる広報活動に取り組みたいと考えている。

また、情報発信においてSNSを用いることは、迅速かつ広く拡散するための有効な手段であることが明らかになったことから、今後も積極的に活用し、イベント情報やダムの魅力を発信し、地元地域の活性化に寄与していきたい。

### 引用・参考文献

- 1) 国土地理院「地理院地図 電子国土WEB」を加工作成
- 2) 日光市HP「日光市観光客入込数 (R4~R6年度)」
- 3) YouTube「YouTube アナリティクス」
- 4) 国土交通省中部整備局HP「ダム印」