

荒下の広報が新しくなります！

八澤 陽菜¹・杉山 直史

¹関東地方整備局 荒川下流河川事務所 地域連携課 (〒115-0042 東京都北区志茂5-41-1)

荒川下流河川事務所では、荒川の流域治水等を知っていただくため、広報活動の一環として国内外の視察対応や沿川自治体主催等のイベントへの出展、事務所公式SNSの発信を行っているところである。そこで、荒川に親しみを持ってもらうとともに地域防災力の向上を図るため、事務所職員で構成された広報戦略プロジェクトチームを2025年度に新たに設立し、より積極的に広報活動を実施していくこととした。

本稿では、プロジェクトチームの現時点までの取組や今後の活動について紹介する。

キーワード SNS、広報戦略プロジェクトチーム、若手、和気あいあい

1. 荒川下流河川事務所における広報の現状

荒川下流河川事務所は、治水・利水の歴史や流域治水・防災の取組を学ぶことができる河川・防災学習拠点である「荒川知水資料館」や、2024年8月に国の重要文化財に認定された旧岩淵水門（赤水門）といった観光資源としてのインフラ施設等、様々なコンテンツを有している。また、2024年10月に荒川放水路通水100周年を迎えたことから、2024年度には100周年記念事業として様々なイベントや事業を実施し、広報活動を通じてマスメディア等への露出も増化し、その結果荒川への来訪者数の増加につながった。

当事務所では、広報活動の一環としてマスコミ取材や視察の対応、荒川知水資料館の運営の他、公式Xや公式YouTubeチャンネル等のSNSを活用した情報発信を実施しており、各SNSのフォロワー数や登録者数は全国の河川事務所の中でも多い（図-1）。

2024年度の100周年記念事業で醸成した機運を持続させ、また、現在のフォロワーや登録者の関心を維持するとともにより多くの方に関心を持っていただくために、さらに積極的な広報活動を行う必要がある。

	フォロワー数 登録者数	開設時期	年間平均 投稿数	最大閲覧数 (投稿内容)
X	荒川下流 河川事務所	1.2万人	2012年4月	約60件 10万いいね (防災関連のポスト)
	他の 河川事務所	130~1万人 (2015年 最も早いもの)	30~60件 程度	5.1万いいね
YouTube	荒川下流 河川事務所	2,790人	2012年3月	約4本 84万回再生 (氾濫ソリューション動画)
	他の 河川事務所	2~3桁台 (2018年 最も早いもの)	1~13本	29万回再生

図-1 関東地方整備局内の他事務所とのSNS利用状況等の比較
(令和8年1月時点)

2. 広報戦略プロジェクトチームの立ち上げについて

(1) 背景・目的

荒川が有する様々なコンテンツをさらに生かし、荒川の認知度向上や地域住民の防災意識の啓発・向上に資する広報を目指すには、従来の取組に加え、自ら発信する積極的な取組により力を入れていくことが望ましい。また、コストをかけずに効果の高い広報を行うには、各SNS（X、YouTube、Instagram）を活用した広報に継続的に取り組むことが良いと考えた。

以上を踏まえ、各SNSを活用した積極的な広報を継続的に推進するため、広報戦略プロジェクトチームを立ち上げることとした。

(2) 体制の構築

本プロジェクトチームは、若手職員を中心に所内各課・出張所から1名以上をメンバーとすることで、新しいトレンドを取り入れた企画を立案するほか、各課の横断的な視点や幅広く柔軟な発想を取り入れ、より世の中のニーズに沿った広報の取組を目指した。

また、メンバー自身が楽しみながら広報活動に参画することができるよう、以下の3点に留意した環境づくりを行っている。

1点目は、後述の運営会議において、若手職員も萎縮せずそれぞれが意見を言いやすい和気あいあいとした雰囲気での会議を進めることができるように、メンバーからの意見は否定しないようにしたり、進行役の事務局も堅い会議にならないよう肩の力を抜いて会議を進めるよう意識したりしている。

2点目は、若手職員や広報業務未経験のメンバーが多いことから、広報業務初心者向けの講習を実施したり他機関の取組の好事例を紹介したりするなど、メンバーの

広報スキルの向上・習熟を目的とした取組を実施している。

3点目は、コミュニケーションツールのTeamsを用い、メンバー同士が日常的に、また、気軽に発想や意見を共有できる環境を設けている。Teamsを用いることで、会議の場では出なかった意見や企画案もすぐ共有できるため、その気軽さがメンバーの心理的ハードルを下げることに繋がっていると考える。

3. 活動内容

広報活動の具体的な戦略や発信内容の検討等を行うため、月に一度運営会議を実施している。メンバーが多いため全員が揃うことが難しいが、やむなく当日会議に出席できなかったメンバーに対しては、議事録や会議の録画等を用いて情報共有することでフォローを行っている。

2025年度に実施した運営会議では、当事務所における広報活動の目的及び戦略を決定し、本プロジェクトチームで実施する広報活動のスタンスを明確にした。また、当該目的に基づき各メンバーがやってみたい企画を発案し、いくつかの案をベースに、実現可能性を鑑みながら具体的な進め方や企画内容等を再度検討し、その実行に向けた準備を進めている。具体的な活動内容は、以下のとおりである。

(1) 当事務所における広報の目的及び戦略の決定

まず、当事務所の広報の目的を検討するにあたって、各メンバーからどのような広報活動を行いたいかについて意見を聞いたところ、親しみやすい、且つ見る側のアクションを促すような取組や、例えば写真やスポーツ等、自身の興味分野と結びつく取組が多々挙げられた。

上記の結果を踏まえ、「一人でも多くの方に荒川や荒川下流河川事務所への親しみを持ってもらうこと」を当事務所における広報の目的の一つとし、当該目的を達成するために「企画ごとにターゲット層を明確にして、それぞれの心に刺さる企画を検討し、誰にでも理解できる、親しみやすい投稿を行うこと」を具体的な戦略と位置付けた。

また、広報業務未経験の職員でも苦手意識を持つことなく、異動した先でも発揮することができる人材の育成につなげるため、「メンバー一人一人が興味や感性を生かしながら、広報業務のスキルを磨いていくこと」も当事務所の広報の目的の一つとし、当該目的を達成するために「メンバーの「やってみたい」「面白そう」という感覚を大切に、一見実現が難しそうな企画も可能な範囲で挑戦していくこと」を具体的な戦略と位置付けた。

(2) 企画の立案及び検討

上記の目的及び戦略に基づき、各メンバーがやってみ

たい企画案を考え、プレゼン形式で発表してもらった(図-2)。いずれの案も、各々の個性や興味分野が活かされた興味深い内容であった。

また、当該企画案を実行に移すため、各企画案を元に「写真映えに特化した企画」、「専門分野・マニア向けの企画」、「河川管理者へのFAQに関する企画」及び「日常発信やリクルートにつながる企画」の4グループにメンバーを振り分け、グループ毎に企画内容のさらなるブラッシュアップを図るとともに、投稿に向けた各種準備を実施している。実現が難しい企画が出てくるとも想定されるが、まずは実現可否よりもメンバーの「やってみたい」を重視し、実現に向けて挑戦するというスタンスを貫きたいと考えている。

(3) Instagramの開設に向けた取組

従前、当事務所では、SNS媒体としてX及びYouTubeの2つを使用していたが、広報力の強化及び新たなユーザー層の獲得のため、公式Instagramを新たに開設することとした。Instagramは、若年層や女性のユーザーが多く、写真や動画を中心とした情報発信を行うことで、Instagramの開設によりSNS媒体ごとの特性に応じた役割分担や、他のSNS媒体に掲載した場合の媒体間での双方のユーザーへの展開等の相互送客が期待される。

Instagramでは写真を中心とした投稿を行っていくことを想定し、より綺麗で映える写真を各メンバーが撮影するスキルを身につけることが望ましい。そこで、カメラや写真に精通しているメンバーに、カメラの機能や綺麗な写真を撮るために意識すること等について、運営会議の場で講義してもらった(図-3)。写真やカメラの知識が少ないメンバーがほとんどであるため、とても興味深く聴講していた。

また、開設初期は投稿数を増やすことで早期の認知度向上やフォロワーの獲得が期待できるため、荒川の美しい

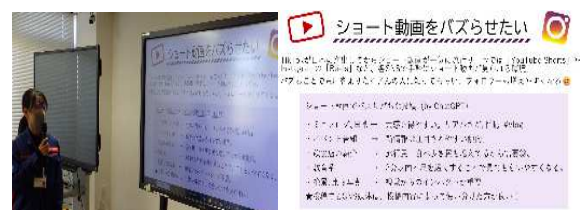


図-2 企画案プレゼンの様子

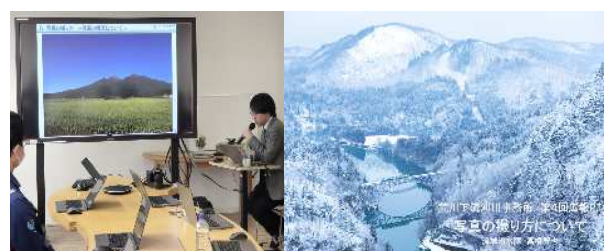


図-3 運営会議での講義の様子

風景や、一般の方が普段目にするのでできない工事現場及び施設内部等の写真や動画をコンスタントに投稿することが望ましいと考える。これに向けて、メンバーのみならず当事務所の職員全員に対し、現場立ち合い時や通勤時に意識的に写真や動画を撮影してもらうよう協力を呼びかけ、多くの投稿素材を確保するようにしている。

4. 成果

(1) Instagramの開設

2026年2月、当事務所の公式Instagramを開設した(図-4)。まだ運用を開始して間もないことから、効果については現時点で客観的な評価には至っていないが、Instagramを含めSNSを通じた広報活動に事務所一丸となって取り組むことができるよう職員への働きかけを継続するとともに、投稿に対する反響の分析にも力を入れ、荒川の認知度向上や地域住民の防災意識の啓発・向上に資する投稿を積極的に行っていく。

(2) 各課横断的な交流機会の創出

本プロジェクトチームのメンバーは、各課の若手職員を中心に構成されているため、本プロジェクトチームを立ち上げたことにより各課横断的な交流が生まれ、他課の業務への理解や所内の職員同士の円滑なコミュニケーションがより深まっていると考える。また、コミュニケーションツールの一つとしてTeamsを最大限活用することで、発想や意見を運営会議以外の場でも気軽に共有でき

ることも、メンバー同士の円滑な交流に資するものであると感じている。

本プロジェクトチームの入省2年目のメンバーと、広報業務の経験がある係長級のメンバーの2人に、本プロジェクトチームに対する意見や感想を聞いたところ、「人に伝える(広報する)のなら自分も愉しめるものであること」、自分の趣味、好きなこと、得意なこと×荒川でコンテンツづくりを進めているので、提案する皆さんの顔も愉しげなPTです。Teamsで広報に関する情報を気軽にコメントでき、PTメンバー内で知識の拡散が図れていると感じます。」という意見や、「様々な課や役職のメンバーが集まり、若手・ベテラン関係なくそれぞれが自分の意見を持ってプレゼンで発表を行い、明確にやりたいことを言える雰囲気です。また、広報という分野は、自分の趣味や好きなことに当てはめたり、共通点を探したりしながらどのように荒川の知名度向上や盛り上げにつなげられるかを考えることができ、良い時間になりました。」といった意見が挙げられ、本プロジェクトチームの体制の構築にあたり意識していた、環境づくりや広報スキルの向上に効果があることが確認できた。

(3) 職員のスキルの向上

本プロジェクトチームでの活動を通して、これまで広報業務に携わったことがなかったメンバーの広報業務に対する理解を深めてもらうことができた。また、実際の投稿に向けた企画の検討や準備を進める中で、例えば投稿文の作成やリスク回避のための諸確認、関係者との調整等、広報活動において留意すべき観点をメンバー自身が自然と身に付けることができていると考える。さらに、運営会議における企画案のプレゼンを通し、各メンバーのプレゼン力や資料作成力の育成にもつながっている。各メンバーから寄せられた企画案の中でもメンバーから特に好評だった企画が、「分割した荒川と世界の河川の画像を用いたクイズ」の企画案である。これは「Geoguessr(ジオゲッサー)」というインターネット上でプレイ可能なゲームをヒントにした企画案で、荒川の写真の一部を切り取った画像と各国の有名河川の写真の一部を切り取った画像を掲載し、どちらが荒川かを予想してもらうクイズ形式の企画である(図-5)。単なるクイズだけでなく、関連する雑学をXのツリー投稿形式で投稿することによって荒川の知名度向上を図るとともに、クイズの楽しさを通じて、河川をより身近に感じてもらおう企画である。このような発想は、本プロジェクトチームの和気あいあいとした雰囲気での会議や、広報業務未経験ならではの新しい視点があつてこそのもであり、前述の当事務所における広報の目的の一つである「メンバー一人一人が興味や感性を生かしながら、広報業務のスキルを磨いていくこと」にも合致していると考え



図-4 Instagramのプロフィール及び初投稿



図-5 メンバーからの企画案

事務局として本プロジェクトチームの活動に携わっている筆者としても、企画案を各々で考えプレゼン形式で発表するという取組は、若手職員のスキル向上の良い機会になったと感じている。筆者の企画案は、「ショート動画をバズらせたい」というテーマでショート動画の投稿案を中心に検討した。ショート動画はInstagramやYouTube等、複数のSNSで閲覧されており、流行を分析することで若年層にも届きやすいと考えられる。そこで、当事務所の事業理解を促すため、職員や現場の委託業者の一日を紹介する日常を発信する案を発表した。

また、企画の発案から資料作成、発表と一連の流れを経験することができ、プレゼン力の向上につながっていると感じる。さらに、企画案を考察する過程において、どのような内容や発信方法が閲覧につながるのかといった点やSNSでの広報を通じて何を伝えたいのかといった点について、広報の在り方を深く考える機会となったと考える。

5. 今後の課題

積極的な広報活動を進めるにあたり、前述のメンバーからの新しい視点での企画を含めた様々な企画を実現させるためには、知的財産権等の侵害や炎上のリスクを踏まえ、より一層リスクマネジメントを徹底する必要がある。また、第三者との交渉を要することが想定される企画案もあることから、具体的な投稿文等を本格的に考える前に、まずは必要な段取りや予想される課題を洗い出し、丁寧にクリアしていく必要がある。以上については、例えば確認フローを構築して事前準備の内容や投稿案を複数のメンバーで確認し、投稿前には事務所長から内容の承認を得ることで対応していき、より効果的な広報を充実させていきたい。

また、各メンバーが前向きな気持ちで参加できる雰囲気

気づくりとモチベーションの維持が課題であると考え。今後は、各メンバーの関心や得意分野を生かす工夫も検討していきたい。

さらに、本プロジェクトチームは複数年度にわたる継続的な取組となることを想定しているところ、人事異動等により一過性のもとなる恐れがあることも課題である。そのため、設立趣旨や活動経緯、成果の引継ぎ及び進捗状況のマネジメントに注力したい。本プロジェクトチームは、まずメンバー自身が楽しみながら活動することに重点を置いているため、そのための工夫や本プロジェクトチームの雰囲気、そして、メンバーが楽しんでこそ、より多くの方に届く活動であるということを引き継いでいきたい。