

広報の新たな展開(ダムツーリズムへの取組)

西澤 貴之¹・金森 幸治²

¹(独)水資源機構川上ダム建設所 経理課 (〒518-0294 三重県伊賀市阿保 251)

²(独)水資源機構財務部資金課 課長補佐(前 川上ダム建設所 経理課長)(〒330-6008 埼玉県さいたま市中央区新都心 11-2)

川上ダム建設所では、2017年9月にダム本体工事を契約、建設事業はこれから最盛期を迎える。

この事業進捗の中、川上ダムにおける大きな広報手段である「川上ダム通信」について、これまでの毎月の事業報告的な内容から、本体工事における事業予定等をどのように伝えるべきか。また、先例地ダムにおける積極的な広報の展開を参考に、今の川上ダムには何ができ、何をしなければいけないのか。

これまでに実施した取組、特に2018年6月22日に実施した「川上ダム見学ツアー」受け入れでの広報活動を振り返りつつ、今後の広報のあり方を考査する。

キーワード：川上ダム通信、ダムツーリズム、手作り広報、新たな広報戦略、参加者の声

1. はじめに

川上ダム建設事業は、2017年9月にダム本体工事の契約を締結、2018年9月2日には本体工事起工式を実施した。2019年3月には基礎掘削が完了、同年5月時点では基礎処理に取り掛かっており、2022年度末のダム完成に向けて、これから工事は最盛期を迎えるところである。

そして近年、インフラツーリズムという言葉が話題となっている。国土交通省でも2016年1月22日にインフラツーリズムポータルサイトを開設、管理者主体で実施する現場見学のみならず民間ツアー会社と連携したダムツアーを実施している。また、ダムの工事現場も活用して完成前から観光資源としての効用を発現できるようにダムのツーリズムを推進しており、例えば八ッ場ダムにおける観光プロジェクト「やんばツアーズ」は既にインフラツーリズムとして一定の地位を獲得している。

2. 川上ダムの広報

1. で述べたとおり、川上ダム建設所(以下「建設所」という。)は本体工事の施工中である。これまでも建設所においては、広報誌「川上ダム通信」の発行、地域の方々を対象とする出前講座や施設見学会の実施、地域イベントへの出展協力等様々な広報活動に取り組んできたところ

であるが、工事現場が盛んに動き、ダム完成に向けて進んでいるこの時期しか出来ない広報戦略を検討・実現していく必要がある。

また、工事は日々進捗し、風景はめまぐるしく変容していく。その刹那性は、観光地としては「今だけの光景・体験」の限定感という魅力になる反面、広報を展開する側にとっては時間的制約となる。

例えば一昨年、2017年10月に地域の小学校を対象とした出前講座及び施設見学会では、仮排水路トンネル内部を歩くという内容の見学を実施した。しかし、2018年4月4日には前深瀬川の流れをトンネルに迂回させる転流を行っており、以降はその状況を踏まえた新たな広報を早期に検証することが必要となった。

(1) 川上ダム通信

川上ダム通信は、2005年5月より建設所において毎月発行している広報誌であり、2019年5月時点で165号を発行している。地域住民や関係者の方々に事業に対する理解をより深めて頂くこと、地域の方々と交流を深め、ダムを身近に感じて頂くことを目的としている。

これまでの主な記事内容は、事業に関する話題、地域イベント等への参加報告、安全協議会など事務所行事の紹介といったものであり、定例報告的色合いが強かった。

建設事業が本格化したことを受け、更に積極的な広報展開の必要性を鑑み、所内検討の結果、毎月の連載記事

として、「川上ダムいま ~Construction Report~」の掲載を開始した。当連載の趣旨は毎月、本体工事の進捗状況を継続的にお知らせすることで、簡潔な説明と写真をメインに「わかりやすさ」を重視するとともに、連載形式をとることで工事の進捗を追えるようにしている。

例えば昨年7月号の記事(画像-1)では、一般見学者向けの展望所がダムサイト右岸天端に建設中であることを紹介した。この記事では、現況の紹介とともに今後の一般開放をホームページ等で案内する旨を予告し、来月以降のダム通信や他媒体を見てもらう狙いがある。

そして記事下段では本体工事の進捗状況を紹介し、現在どの工程段階にあるのかわかりやすく明示している。



(画像-1)川上ダム通信平成30年7月号 記事抜粋

(2)ダムカード

建設所では本体工事契約間近にダム完成イメージ図を載せたダムカードを作成、2017年7月11日に配布を開始している。配布開始日には記念として、一般の方を対象にダム建設予定地見学会を開催、また伊賀市からは忍者キャラクター「にん太」と「しのぶ」を建設所に派遣いただき、第1号配布者との記念撮影や、事前の連絡なしにカードを求めて岡本伊賀市長が来所されるなど大賑わいの配布開始となった。

配布開始から1年で約2,400枚が配布されており、ダムカード自体の人気もあって広報に貢献しているが、更なる話題性の獲得、工事中のダムならではの独自性を発揮するための取り組みを実施した。

a) 忍者ダムカード

地域との連携をさらに強化するため、建設所のダムカード配布開始一周年を記念して、川上ダムの利水者であり2017年2月22日に「忍者市」宣言をした伊賀市との

提携で、伊賀流忍者ロゴのシールを貼り付けた忍者ダムカード(画像-2)を作成した。忍者ダムカードは2018年8月1日(水の日)より一般配布を開始している。

配布初日には伊賀市及び名張市のタウン紙「YOU」が取材のために訪れ、第一号配布者へ忍者ダムカードを渡す様子を撮影し、同日記事がネット配信された。¹⁾



(画像-2) 忍者ダムカード(左下にシール貼付)

b) 転流 Ver. ダムカード

2018年11月より、転流の様子を掲載した非公式のダムカード「転流 Ver. ダムカード」(画像-3)の配布を開始した。変わりゆくダムの様子、工事の進捗状況を伝えるために建設所が独自に作成したカードであり、配布開始後、2019年3月までの5ヶ月で2,000部を配布した。今後も工事進捗の状況を反映したダムカードの配布を検討している。



(画像-3) 転流 Ver. ダムカード

3. 手作りの広報活動

建設所では川上ダム建設事業や周辺地域に関連した数多くの広報グッズを自作しており、各種イベントで披露されている。費用の節減はもとより、建設所員自らが発案・制作することにより、わかりやすく魅力的に伝えるという広報活動において最重要な技術を高めることに資する。また、広報グッズの製作を通じて、自身が携わっている事業への理解を深める働きもある。

以下、製作した作品のうち4点を紹介する。

(1)川上ダムオリジナルスタンプ

ダム貯水池上下流に生息するオオサンショウウオ等の生き物や、伊賀忍者をモチーフにした手裏剣、ダム堤体等スタンプを製作し、ダム見学や各種イベントの記念スタンプとした。実例として、2018年7月15日に地域の夏まつりにブース出展をした際には、川上ダムに関するクイズやアンケートに回答頂いた子どもたちを対象として、パネルにスタンプを押してもらった。(写真-1)



(写真-1) 夏まつりで皆様が押したスタンプ

(2) SNSパネル

近年観光地でも目にする機会の増えた、SNS(ソーシャルネットワークサービス)の投稿画面をモチーフとして写真の部分がり抜きかれたパネルを、ダムカードを模して作成した。ダム現場を背景に「実写版」ダムカードを自作してもらうことをイメージしている。(写真-2)



(写真-2) SNSパネル 現場での記念撮影イメージ

(3)川上ダムペーパークラフト(1/1500スケール)

「一足先にまだ見ぬ川上ダムを皆様の手で建設する」という触れ込みで各種イベント等や川上ダムホームページ上での配布を行っている。作りやすさも考え、細部の簡略化やダムに付属する構造物のパーツの縮尺変更、説明書の添付といった配慮がされている。

また、貯水池横断橋の猫また大橋を模した部分にはダムカードを飾れる設計となっている。(写真-3)



(写真-3) 川上ダムペーパークラフト 完成版

(4)川上ダムのぼり

各種イベントや式典、見学案内に際して各所に設置し、雰囲気作りや行事に華やかさを添えるとともに、道案内の目印としてわかりやすく、見栄えの良い看板としての役目を果たしている。(写真-4)



(写真-4) 川上ダムのぼり

4. ダムツーリズムの開拓

(1)ダムツーリズム開拓に向けて

本体工事契約を受け、建設所では広報の新たな展開としてダムツーリズムの検討が開始された。地元自治体や旅行会社、観光関連団体に情報を発信する中、2018年1月に当機構の高山ダム、布目ダム、室生ダムの3ダムを巡るツアーの企画・立案の実績を有する公益社団法人奈良市観光協会(以下「観光協会」という。)に対してダムツアーにおける川上ダム来訪を提案することにした。

2. で述べたとおり、建設事業における広報は時間の制約もあり、早期の検討を必要とする。ダムツアーの実績を有し、関心度も高い観光協会と協力することで、早期に、かつ円滑にダムツーリズムに係る試みを実行することが可能と考えた。

以下、実践例として、2018年6月22日の観光協会主催のダムツアー、『萩原雅紀さんと巡る「須川ダム、川上ダム周遊ツアー」』の受け入れに係る取組を報告する。

(2) ツアー概要

ダムツアーは、ダムに関する著書があり講演も多数実施している、いわゆる”ダムファン”の先駆的存在として知られる萩原雅紀氏をナビゲーターとして、主にダムファンを対象に催された。なお、同氏は前述した高山、布目、室生の3ダムを巡るツアーにおいてもナビゲーターとして案内を務めている。

観光協会のツアー募集において川上ダムは、本格的な建設工事がはじまったところで、これから景色が変わってゆくため今しか見られない景色を見られることを魅力的なポイントとして紹介して頂いた。

(3) ツアー内容

特に、ツアー募集において魅力として取り上げられた「今しか見られない」ものを抜粋して紹介する。

a) 調査横坑案内

ダムサイトの地質を把握するために掘られた調査横坑の内部を見学ルートとして案内、更に実体験として岩盤検査用ハンマーで横坑内の岩盤を叩いて頂き、採取した岩盤をプレゼントした。横坑はツアーの3ヶ月後、2018年9月の基礎掘削開始時には閉鎖される工事中の今しか入ることが出来ない場所であり、限定感のある現場見学を提供できた。

採取した岩盤をプレゼントする際には、日付、そして調査横坑の場所やダムサイトを構成する基盤岩の紹介をラベリングとして施したボトル(写真-5)を用意する等の見栄え面の工夫を凝らした。これも、3.で紹介した「手作りの広報活動」の一環である。



(写真-5) プレゼントした岩盤入りボトル

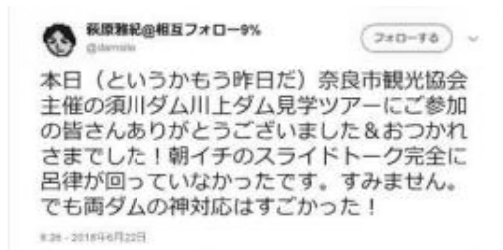
b) 上流仮締切の見学

普段入ることのできない工事現場の内部、上流仮締切のコンクリート打設状況を案内した。勿論、こちらも完成前のこの時期にしか入ることのできない場所である。現場の作業員さながら実際にキャットウォークの上を歩いてもらいつつ、施工技術等に関する説明を行った。

5. 考査

(1) ダムツアーの感想

ダムツアーのナビゲーターである萩原雅紀氏からは、Twitter上で「神対応」とのコメントを頂いた(画像-3)



(画像-3) 萩原雅紀氏の感想ツイート²⁾

また、ツアー参加者を対象としたアンケートにおいても、建設中のダムということだけでなく、一般に見学できないコースを組み入れたことが評価されており、調査横坑の見学や現場体験がツアー参加の決め手という意見もあった。今後も、建設事業中ならではの期間限定の「特別感のある」コースの案内は積極的に検討していく必要がある。一方で見学時間については「時間が短かった」という意見が過半数を占めた。円滑な案内や、消化不良感を残さないための案内行程の検討が必要と思料される。

(2) 今後の広報活動-「報じる」から「報える」に-

今日、広報が業務として定着し、効果的な発信手法の考案や建設所一丸の体制作りといった、「報じる」取組については検討が進んできたといえる。一方で、取組に対する相手の反応、アンケート結果等については形式的な数字の集約等に留まり、相手の声に「報える」取組はあまり進んでいないのではないかと。今回のツアーにおいても、「(座学の)事業概要説明は不要なのでもっと現場を見たい」という意見など、事業者の目線からは予想できない声を頂くことがあった。このアンケート結果や他媒体の調査から、自主的にダムに来訪する方の多くは、巨大構造物の建設風景や珍しい体験、非日常的感を期待していることが考えられる。これまで上述の「事業概要説明は不要、現場を見たい」のような、建設事業や川上ダムの機能、必要性を理解してもらうという広報の目的に合致しないと思われる意見は検討されず、単に面白いだけでは広報活動としては不十分と考えられてきた。

しかし本論では、「好きだから、知りたくなる」という考えを提唱する。普段の生活や趣味の中で深く知りたいと思う切っ掛けは純粋な興味、「面白い」「魅力的」といった素朴なプラスの感情ではないか。

ダムツアーの参加者等、事業関係者以外を対象とした

新たな広報戦略として、相手のニーズに対応し、直感的な興味を持ってもらえる取組を重点的に検討することは、決して広報活動の趣旨に反しないと考える。

そして、事業者は、「面白かった」の一步先へ踏み入れてもらうための事業説明、川上ダムの意義やこれまでの物語、ダムの専門家ならではのと思わせる説明を行うことで、単なる「面白かった」を超えた感動の提供、そして興味に裏打ちされた強い理解を頂けることになる。

6. おわりに（現在の広報展開について）

建設事業における広報は早期の検討・実現が必要であり、建設所では地元機関との協力による休日におけるダムカード配布場所の新規開拓やダムツアーの継続的な受け入れや定期的な事業説明会等の自主的な取組を進めている。

最後に実例として、2018年12月より実施している工事現場見学会の取組を紹介する。月1回、原則第3日曜日の午前・午後の2回実施しており、ダムサイト右岸天端の展望台からの光景や、通常立ち入りできない工事現場内部の見学をコンセプトにしている。

これまで本稿で記した手法・考査内容がどのように反映されているかを述べ、現時点の成果報告とする。

(1)「今だけ」の魅力を

工事現場の変容に併せて毎月の見学内容を各回の担当者が行程を作成し、「今だけ」しか見られない現場の見所をメインとした案内を実施している。また、案内マニュアルは有るものの、案内は各担当者の自主性に委ねており、職員の業務スキルアップも兼ね、業務内容や専門分野に応じて担当者が熱意や魅力をもって「伝えたい」内容に重点をおいた見学内容にしている。

(2)「今回限り」の特別感を

見学会に参加し、かつ実施後のアンケートに回答いただいた方を対象に記念品として参加証明書（画像-4）を配布している。証明書には毎回変更を加えており、表面には直近に撮影した現場の定点写真や当該見学会で目玉スポットとした場所等の写真を添付、裏面には工事の進捗状況が一目で分かる表を掲載している。工事が日々進捗し風景が変容していること、そして、今回ご覧になった景色は「今回限り」の風景であることを示している。右下には見学日も印字し、今回限りの特別感を演出している。なお、証明書は各回の担当者による手作りである。

その他、本稿執筆時点における「特別感」のある催しとしては、メモリアルストーン作成（写真-6）がある。ダムの原料となる骨材にメッセージを書き込んでもらい、骨材仮置ヤードに納めてもらう。その際には、メッセージを書き込んだ骨材が、ダム建設の礎となるという説明をしている。



(画像-4 参加証明書 5月19日見学会で配布)



(写真-6 川上ダムメモリアルストーン)

(3)「報える」見学会に

本体工事の進捗・変化を楽しみに訪れる「リピーター」の獲得に成功し、ツアーでは毎回満員御礼の盛況を得ている。アンケートの回答結果では、工事現場を見学できることの珍しさやスケール感、職員の自主的な案内を評価する意見が多く、現場見学会の目的は達成しているといえる。

また、アンケートで頂いた声に「報える」取組も進めている。一例としては午前中の見学会時に寄せられた「骨材プラントを見学したい」との意見を反映し、午後の見学コースに取り入れる等の取組を実行している。

今後とも、積極的な広報展開を進めるとともに、アンケートの分析等、相手の声に「報える」活動を更に検討していくことで新たな広報が開拓できると考える。

参考

1)伊賀タウン情報YOU.2018年8月1日.伊賀流忍者ロゴ入り
カード 配布始まる 伊賀市川上ダム

<https://www.iga-younet.co.jp/2018/08/01/8361/>

2)萩原雅紀@相互フォロー9%.2018年6月23日.本日(という
かもう昨日だ)奈良市観光協会主催の須川ダム川上ダム見学ツ
アーにご参加の皆さんありがとうございました&おつかれさま
でした!朝イチのスライドトーク完全に呂律が回っていなかつ
たです。すみません。でも両ダムの神対応はすごかった!

[Twitter post].Retrieved from

<https://twitter.com/damsite/status/1010182175461818370>