

# お国言葉で親近感を！地元出身の職員の知識を活かしたSNS広報～すごもり地域住民へ情報発信～

小池 勇<sup>1</sup>・中原 有紀<sup>2</sup>

<sup>1</sup>福井河川国道事務所 河川管理第二課 (〒910-1211福井県永平寺町法寺岡5-26-1)

<sup>2</sup>福井河川国道事務所 河川管理第二課 (〒910-1211福井県永平寺町法寺岡5-26-1) .

コロナウイルス蔓延防止の県外移動制限から、地元の観光施設に注目を集めるチャンスとなった。地元出身の職員の知識とSNSを活用した広報により、鳴鹿大堰の見学者数を回復させた。その取り組みと経緯について報告するものである。

キーワード SNS, 広報, 鳴鹿大堰, コロナ禍

## 1. はじめに

### (1) 背景

「コロナウイルス感染拡大防止」で県外に行けないなあ。令和3年度は、コロナウイルス感染者の情報が毎日TVニュースで報道され、旅行計画を立てられなかった方も多かったのではないのでしょうか。

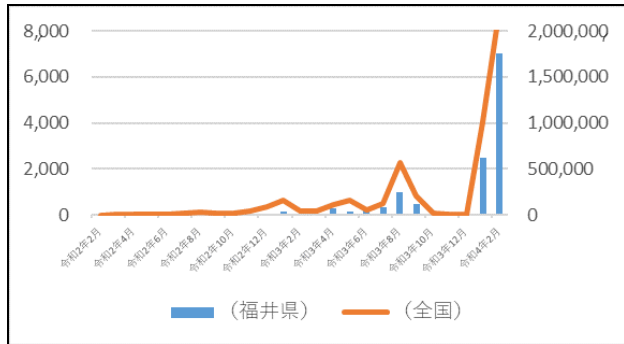


図1 コロナウイルス感染者数

鳴鹿大堰で働く私も、コロナウイルスに罹患しないため県外への外出を控えました。その代わりに、今まで興味を持たなかった県内の観光施設を探し出し、巡る活動に切り替わっていました。その時、今こそ来館者を増やす「良いタイミングだ」と思い、福井ケンミンに向けた「広報が役立つのでは」と考えたことがきっかけでした。

### (2) 鳴鹿大堰について

私が所属する福井河川国道事務所河川管理第二課は鳴鹿大堰を管理しています。鳴鹿大堰は、この地に伝わる伝説をモチーフにした形状で鹿の形、ピンク色の御影石で外観を飾っていて、とてもかわいいです。



図2 鳴鹿大堰の位置

また、鳴鹿大堰には事業を説明する資料館（以下「わくわくRiverCAN館」と呼ぶ）が併設されており、来館者への説明業務も行っています。

来館する方の目的は様々で、散歩、大堰見学、ダムカード入手、お魚鑑賞、サイクリング、トイレ、学習、e t c。



図3 鳴鹿大堰

採用された当初、職員の行う鳴鹿大堰事業の説明を聞き、「へえ～」「すごい」だけでなく「川の生き物にまで配慮されてる」ことに興味しました。

また、採用直後の4月は、融雪出水のゲート操作があり、放流時の迫力に強い衝撃を感じました。そこで、こ

れだけすごい施設を多くの人知って欲しい、この感動を伝えたいと思い、広報の補助でなにかできないかと考えていました。

(3) 鳴鹿大堰の来場者数の減少

鳴鹿大堰の来場者の推移は以下のとおりです。

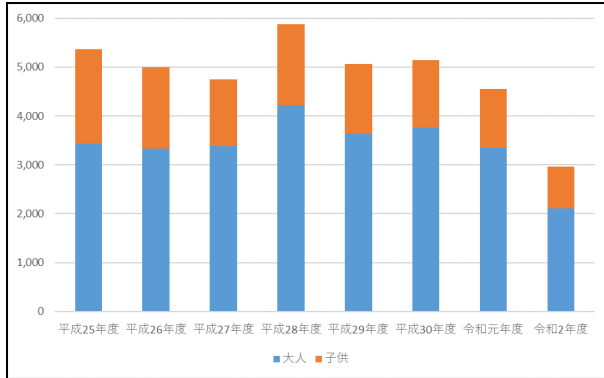


図 4 鳴鹿大堰の来場者数の推移

直近5年間のうち新型コロナウイルス感染緊急事態宣言以前において、年間5,000人程度の来館者があります。来館者は福井ケンミンが多数を占めます。大人と子供の比率としては、2割程度を子供が占めます。

しかし、令和元年度以降は福井県独自の緊急事態宣言もあり、減少傾向が見られます。

2. 鳴鹿大堰の広報の取り組み

(1) 一般来館者向けの広報

福井河川国道事務所では、通常業務とは別に「アクションプラン」を定め実践しています。これは各課が独自に目標を定め、実践する取り組みです。この中に、「日頃からSNS情報発信を行い、地域と交流する」というものがあります。

コロナ禍が少し落ち着いた令和3年度は、福井ケンミンが「県内の観光施設を探し始めるころ」と考え、SNS情報発信を頻繁に行いました。

(2) SNSの活用

情報発信の際に、以下のことに留意しました。

- ① 福井ケンミン向けのため「お国なまり」を使う
- ② ケンミンが興味を持ちそうな情報にしぼる
- ③ 多くの来館者が訪れている風景を見せる

「お国なまり」を使うのは、「堅い」イメージをなくしたかったからです。私は、採用される前の「国交省」のイメージが「堅い」であり、イメージを払拭し近寄りやすい雰囲気を作りたいからです。

ケンミンが興味を持ちそうな情報は、九頭竜川の魚の情報としました。鮎釣りのメッカだからです。

来館者が訪れている風景は、定期的に来館する小学校の見学写真をアップしました。



図 5 魚に関する SNS



図 6 小学校に関する SNS

(3) SNSの効果

鳴鹿大堰のSNS情報発信効果は「いいね」の数で評価したところ福井河川国道事務所のトップ数となりました。それに伴い、来館者数の回復傾向が見られました。

表 1 ツイッターの所内ランキング

	タイトル	「いいね」の数
1位	サクラマスきたー	1806
2位	道の駅「荒島の郷」	136
3位	サクラマスモードにしました	126
4位	国道27号の線形変更	80
5位	あゆの遡上	79

特に4、5月にSNS情報発信を頻繁に行ったことにより、6、7月は平成30年度なみの来館者数に回復したことがその結果に結びついたと考えました。

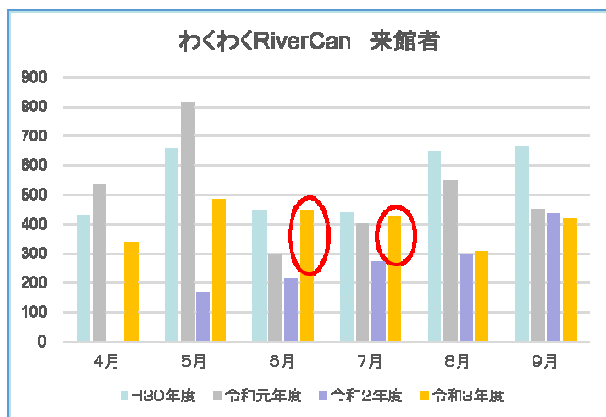
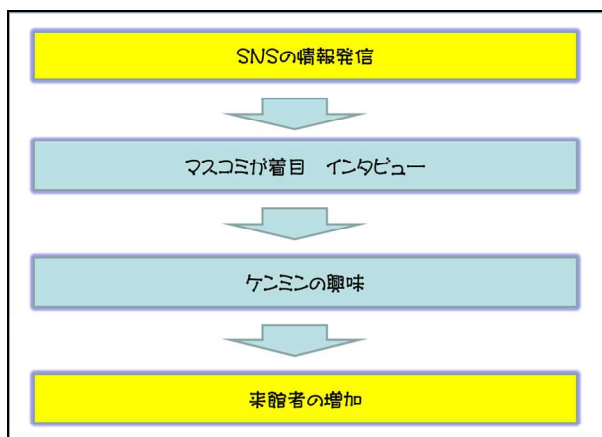


図 7 わくわく RiverCanの月別の来館者数

しかし、8、9月には来館者が減少したため、来館者にSNSのニーズについて聞いたところ、SNSの存在をまったく知られていなかったのです。テレビやラジオで放送されているのを見て、興味を持って訪れたとのことから、「増加ための要因はマスコミにあり」と推測しました。

表 2 増加の要因



そこで、撮影に来たマスコミにヒアリングをしたところ、ネタ探しにSNSは大いに活用していると、回答がありました。SNS情報発信により、マスコミの注目を得ることはできる。福井ケンミンには、マスコミ経由で情報発信発信すると、この流れによる効果が大きいことがわかりました。

(4) SNSの活用以外の課題

わくわくRiverCanは、一般の他に小学校の団体申し込みを受け付けており、全体の13%を占めます。

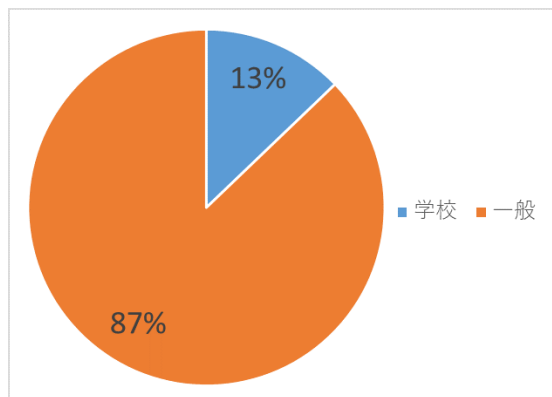


図 8 来館者の内訳

小学校の申し込みを受ける際の聞きとりから、学校には、別の悩みがあることがわかりました。

- ① 交通費（観光バス）が高額なため、単独施設への校外学習は不経済
- ② セットで見学できる施設がわからない

一般の来館者を増やすことはできましたが、新たな課題が見つかりました。

(5) 小学校向けの広報の改良

小学校の見学計画は、教員の多くが時間外に下見に来て、学校からの移動時間、次の施設への移動時間を計測し、見学スケジュールを作成されていました。この聞き取りから、意外にも校外学習担当の学校教員が、鳴鹿大堰近隣の土地勘を持たない方が多いことがわかりました。

そこで、地元出身の知識を活かし、セットで見学できる近隣施設マップを作成することとしました。対象は、以下のいずれかとなりました。

- ① 小学校の教科書に掲載されている施設
- ② 車移動が30分以内の施設

表 3 近隣施設マップ



(6) 改良の効果

近隣施設マップの効果は、想像していない範囲までおよびました。

福井県では、各学校に資料送付するには、教育委員会の承認が必要となります。教育委員会が閲覧し、教員の負担になると判断された資料は受理されません。

私たちが作成した近隣施設マップは、各学校へ鳴鹿大堰見学の案内として郵送していますが、近隣施設マップについて教育委員会、近隣の学校長から下記のような好印象の意見をいただきました。

- ① 教員の負担軽減になる良い資料
- ② 知らなかった見学施設が発見できた
- ③ 修学旅行の行き先にも利用出来そう

また、これにより教育委員会と協議する職員の負担が大幅に軽減されたことも、副次的な効果であると思っています。

3. 考察・まとめ

今回の取り組みである、地元出身の知識を活かした広報により、コロナ禍で巣ごもっていたケンミンへ見学のきっかけを与えられたのではないかと考えます。そして、コロナ禍で来館者が低迷した令和2年度よりも多くの方に鳴鹿大堰の魅力を伝えることができたのではないかと考えています。

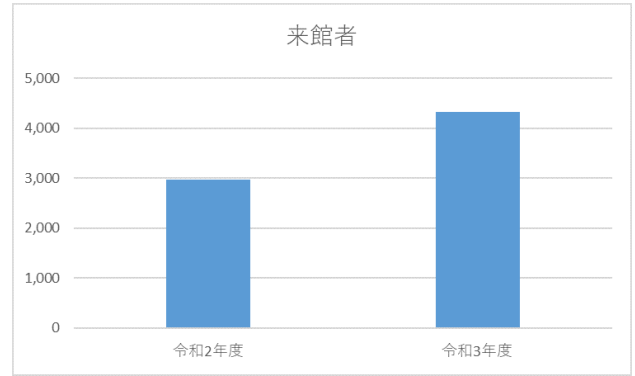


図 9 近年の来館者数の比較

このような取り組みを全国で進めれば、「ダムや堰」への興味・関心をより深めることもできるのではないのでしょうか。

私は、九頭竜川や鳴鹿大堰がとても大好きで、職員の方と一緒に、鳴鹿大堰を訪れた方に説明をしたり、喜んでもらえたりすることがとても楽しいです。

今後も、引き続き SNS 情報発信を継続し、九頭竜川および鳴鹿大堰の旬な情報を「お国なまり」で発信し、鳴鹿大堰の魅力を伝えたいです。そして、鳴鹿大堰へ訪れる人の数を増やし、感動を生で伝えたいと思います。これにより、河川愛護の精神をもった人と、河川を大切にしている国土交通省の入省希望者の増加に貢献できることを期待しています。