

# 紀南河川国道事務所における広報活動の 現状と課題

岩井 直哉<sup>1</sup>・岡田 裕生<sup>2</sup>

<sup>1</sup>近畿地方整備局 紀南河川国道事務所 経理課 (〒646-0003和歌山県田辺市中万呂142)

<sup>2</sup>近畿地方整備局 総務部 厚生課 (〒540-8586大阪府大阪市中央区大手前3-1-41)

近年、行政でも災害情報や広報活動でSNSを活用している事例が多々存在している状況である。紀南河川国道事務所においても、若手職員が集まった広報班でSNSを活用し、河川事業や道路事業、災害情報を投稿している。また今年度、DXルームが新設され、今後様々な場面で活用が期待される。しかし、未だSNSと連携して広報活動できていないため、今後どのようにして広報していくかが喫緊の課題である。

本稿では、その現状と課題、さらに今後の広報班の活動についての第一報として報告するものである。

キーワード 広報, SNS, DX

## 1. はじめに

近年、Twitterを始めとするSNSが多方面で活用されている現状である。それは個人での使用のみならず、民間企業や行政機関でもさまざまなSNSを活用しており、近畿地方整備局においても多くの事務所がTwitterやYouTube等を利用している。<sup>1)2)</sup> (図-1)

紀南河川国道事務所も例外ではなく、さまざまなSNSを駆使し、多くの人に情報提供をしている。しかし、投稿頻度があまり高くない、投稿内容が偏っている等改善すべき課題はさまざまである。

そのような現状及び課題を分析し、今後より戦略的な広報活動を行うための展望を本論文で報告する。



図-1：地方部局における災害対応として使用しているSNSの割合

## 2. 紀南河川国道事務所の広報班

本章では紀南河川国道事務所の広報班の概要及び活動内容について紹介する。

### (1) 概要

紀南河川国道事務所の広報班は、入省して1～3年目の若手職員の係員で構成されている。ベテラン職員にはない視点や、知識・経験が浅いことから一般の方々に近い目線であるという長所を活かして、より親しみやすい内容で広報活動を行っている。

### (2) 活動内容

#### a) SNS

活用しているSNSについての紹介をする。

##### ・Twitter

他のSNSツールに比べ情報伝達を素早く出来るという面から、災害情報や緊急情報をメインに投稿している(図-2)。それだけでなく、紀南管内の工事状況を投稿し、一般の方々に広く周知している(図-3)。



図-2: Twitterの投稿例①



図-4: インスタグラムの投稿例



図-3: Twitterの投稿例②

・Instagram

写真がメインの媒体で情報量が多い利点を活用し、紀南河川国道事務所の管内の風景を投稿をしたり、近畿地方整備局有数の改築工事が盛んな事務所であることをアピールするために工事現場の写真・動画を投稿している。(図-4)

・YouTube

工事の進捗をタイムラプスにしたものを投稿したり、実際の工事現場での撮影した動画を投稿している。

b) 庁舎内広報

事務所庁舎内での広報活動も行っており、2階廊下の来訪者待機場所の前にデジタルサイネージが2022年度に設置された。

デジタルサイネージには、常時広報動画を放映している。広報動画は、広報班のメンバーが冒頭で自ら出演し担当業務の説明をしている。またパワーポイントで説明資料を作成し各々で動画編集をしている。

またモニター横に設置しているパネルも作成している。こちらも職員自ら作成し、河川事業や道路事業のものや地域のイベントに参加した様子を掲示している(図-5)。

さらに、事務所国道沿いの壁にも大型パネルを掲示している。現在は当事務所が推進している道路事業のパネルになっており、一般の方々の目にとまるような場所に設置している。(図-6)



図-5: 事務所内動画放映及びパネル掲示



図-6 国道沿いの看板

### 3. 広報活動における現状分析及び課題

2章でこれまでの広報班の活動を記述してきたが、今後よりよい戦略的な広報を行うために3章においては、これまでの広報活動の分析及び課題について記述する。

#### (1) SNSについて

上述のとおり、紀南河川国道事務所のSNSはTwitter、Instagram、YouTubeの3つ存在している。Twitterは、今年度に入り13件の投稿をしている。しかし、Instagram及びYouTubeの投稿頻度はあまりなく、過去4年度の投稿数は以下の表のようになっている。

表-1: 各年度の投稿数 (2023年5月12日現在)

年度	Instagram	YouTube
R5	0	0
R4	13	3
R3	16	3
R2	40	5

Instagramの最終投稿が2023年3月20日、その前の投稿が2022年7月4日となっている。YouTubeにおいても、最終投稿が2022年12月6日となっており、投稿頻度・投稿数はともに少ない現状である。また、InstagramとTwitterとで同じような投稿内容が存在し使い分けが曖昧な状態である。

Twitterについて、情報別に過去3ヶ月の平均インプレッション数(投稿が他人に見られた回数)及びいいね数を1件1件集計すると、表2のような結果が得られた。

表-2: 過去3ヶ月のTwitterの平均インプレッション数及びいいね数

情報の種別	インプレッション	いいね
工事進捗状況	6266	34
災害関連	5106	15
その他	5716	22

工事進捗状況、災害関連、その他に分け算出してすると、広報関連のものがそれぞれ一番高い結果となった。中でも、2025年春開通予定である、すさみ串本道路の工事進捗状況についてのものが最も高く、地元の方々の期待がうかがえる結果となった。

#### (2) 動画及びパネル作成

図-6の国道沿いの看板について、近畿地方整備局が公開している交通センサスによると紀南河川国道事務所前の国道42号では、一日辺りおよそ2万台の交通量が確認できる。<sup>2)</sup> 人目によくつく場所であることを踏まえると、定期的に内容を改め一般の方々に見ていただく必要があると考える。

また事務所内の動画及びパネル作成に関して、自らが説明まですることによりその事業等の内容理解が深まったと筆者含め、複数意見があった。さらに、発表練習にもなり、若手職員の説明力向上に一助にもなった。

#### (3) DXルーム

紀南河川国道事務所では、今年度事務所及び新宮河川国道維持出張所にDXルームが新設された。そこには、100インチの大型モニターやVRゴーグル等が備えつけられている。既に会議等で使用実績はあるが、地権者への説明や工事現場の映像を投影、VR体験等考えられ

ているが、今後の活用については未確定な部分が多く、広報班としてはどのように活用していくかは課題になると考えられる。（図-7）



図-7：100インチの型モニター及びVRゴーグル

#### 4. 今後の広報班の展望

3章の内容を踏まえ、今後それぞれ下記の取り組みを行っていく所存である。

##### (1) SNSの活用

3章で述べたとおり、どの媒体でどのような内容を発信するか曖昧な状態である。それぞれの特性を考慮し、情報の迅速性が求められる災害情報は、比較的速達性があるTwitterで投稿していく。

Instagram及びYouTubeについては、現時

点では明確な使い分けが出来ておらず、今後活用方法を模索していき、その上で、災害等一般の方々の方が情報を得やすいように普段からの広報活動に尽力する。

##### (2) 動画及びパネル作成

上述の通り、業務内容の理解及び説明力向上の一定の効果があることを確認できた。今後も定期的に動画撮影及びパネル作成に取り組み、その取り組み報告も行っていく。

##### (3) DXルーム

今後最も広報の題材として大部分を占めることが予想される。その中で、他事務所でも運用方針があるため、当事務所での活用事例として、また実際に事務所及び出張所に足を運んでもらうVR体験等を開催できるように、適宜内部向けと外部向けの両方の広報を行う。

今後も広報班としての活動は引き続き行っていく。そのためにも、広報班としての役割・活動内容を再確認し、本事務所及び紀南地域を盛り上げる一役を担えるように活動していく所存である。

#### 参考文献

- 1)内閣官房 情報通信技術（IT）総合戦略室「災害対応におけるSNS活用ブック」平成29年3月
- 2)国交省 ソーシャルメディア関連リンク
- 3)国交省 近畿地方整備局 道路交通の現状（交通センサス）