

期間業務職員を含めたボトムアップ型 広報組織の創設及び継続的運営並びに 職員全体の広報意識改革の取組

山鳥坂ダム工事事務所 事業計画課 吉岡 篤志
山鳥坂ダム工事事務所 調査設計課長 舘井 恵
山鳥坂ダム工事事務所 調査設計課 係長 井上 博文

平成 28 年，当事務所は「日本ダムアワード 2016」においてイベント賞を，四国地方整備局広報企画委員会において選定された優秀広報表彰で最優秀賞を受賞した。では，いかにしてこのような成果をもたらすことができたのであろうか。その一因として考えられる，広報を実践する上で，課題となりやすい『他人任せ』，『広報意識の希薄さ』，『少数担当者の負担増大』，『その場限りの対応』，『手法・視点のマンネリ化』を解決すべく創設したボトムアップ型広報組織と年度を超えた継続的取組について実績を交えて本稿で紹介する。また，その副次的な効果である，全職員の広報に対する意識の向上や広報技術・センスのスキルアップについても紹介する。

キーワード ボトムアップ，広報組織化，広報意識，改革

1. 国土交通省における広報活動の課題と考察

国土交通省では，各事務所において一般の方(国民)に向けて事業の紹介や事務所管内で開催されているイベント等を情報発信する広報活動を行っている。しかし，この広報活動には，「他人任せ」，業務の一環としての認識が薄い「職員の広報意識の希薄さ」，「少数担当者の負担増大・偏り」，「その場限りの対応」，似たような情報発信となってしまう「広報手法のマンネリ化」，一般の方の目線ではわかりにくい情報発信である「行政側の視点での広報」等数々の課題が存在している。

これらの課題を整理して，原因について考察したところ，広報活動の手法ではなく，広報活動を行う組織形態に原因があると考えた。

本稿では，課題の具体的な解決方法となり得る当事務所における取組事例を紹介する。

2. 課題解決のための取組

(1) 広報プロジェクトチームの創設

当事務所では，平成 27 年度に期間業務職員と事務所若手職員（係員）を主体に構成した「広報プロジェクトチーム」（以下，「広報 PT」という。）を設立し，トップダウン型ではなく，ボトムアップ型の組織で広報活動を実施することとした。行政側の視点ではない一般の方の目線に近い意見を取り入れることにより一般の方に伝わりやすい広報活動となることを期待して，期間業務職員を広報 PT のメンバーに含めた。

この広報 PT の創設と組織継続こそが，各課題を解決

する根本となるものであると考えている。広報 PT において実施した広報活動は，自然と前述の各課題を解決する取組となると考える。

(2) 具体的な取組事例

a) 広報 PT の活動

広報 PT は，毎月第 1 水曜日に定例会議を開催している。広報リーダーとしての責任感の継続を目的として，若手職員が司会進行を務め，事務所ホームページ（以下，「HP」という。）に掲載しているブログ記事の作成計画，HP の更新及び連載している現場インタビュー記事について議論している。また，広報 PT が主体となって見学会等のイベントの企画及び実施をするなど，会議の内容と年間を通じた活動は多岐にわたっている（写真-1）。



写真-1 広報 PT 定例会の様子

b) 事務所フェイスブックページの開設

従来，事務所における広報活動の主な情報発信は，

事務所管内で開催するダム見学会や地域祭事等イベントでのパネル出展、事務所HP といった手法であった。そこで、より幅広い年齢層へ情報発信を行うための手法として、平成28年6月1日（水）より、SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）である「Facebook（フェイスブック）（以下、「FB」とする。）」を用いた事務所FB ページの開設を行った（図-1）。FB ページの利用には、「すぐに情報発信が可能」、「画像や動画データを手軽にアップ可能」という利点がある。

投稿内容の例として、ダム見学会の様子リアルタイム投稿や、ダム放流時の動画の投稿などを行った。FB の特性である「拡散機能」により、記事を見た人が他者に情報を展開（シェア）し、更にその他者から他者へと情報が拡散するため、より多くの人へ情報を発信することができた。図-2 に示す通り、FB ページの利用を開始した平成28年6月は1投稿あたりの閲覧数は約300件であったが、投稿を続けていく内に徐々に閲覧数は増加し、平成29年4月には約600件まで伸びることができた。

投稿記事には、事務所HP へのリンクを必ず貼り付けるように留意し、FB ページからHP へ誘導している。詳細な誘導効果数は、データがないことから不明であるが、事務所HP のトップページ閲覧数はFB ページ開設前より伸びている。



図-1 事務所FB ページ

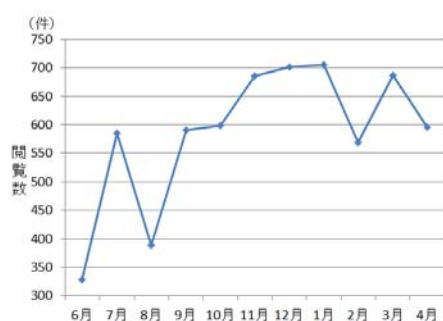


図-2 1投稿あたりの平均閲覧数

c) 若手職員を主体としたダム見学会の開催

夏休み中の小学生とその保護者を対象としたダム見学会を、平成28年8月28日（日）に初めて開催した。この見学会は、広報PTが主体となり、企画立案から当

日の説明、ダム監査廊内とトンネル洪水吐工事現場の案内まで実施した。午前と午後の2部構成で開催したが、どちらの部も予約で満員となり、イベントとして成功したと考えている（写真-2、写真-3）。



写真-2 見学会における若手職員による事業説明



写真-3 トンネル洪水吐現場見学の様子

d) 期間業務職員による現場人インタビュー記事「シリーズ☆働く現場から」の掲載

平成27年度より、当事務所で発注している工事や業務の受注者に対して、期間業務職員が主体となってインタビューを実施し、その内容に基づき記事原稿を作成、事務所HPに掲載する取組を継続している。この取組は、対象とする工事や業務の内容に関する専門的な知識を有さない期間業務職員が、受注者の責任者への質問内容の整理から始め、それを元に実際の現場でインタビュー、一般の方の目線で分かり易い原稿の作成まで一貫して実施するものである（図-3、図-4）。事務所HPへの掲載だけではなく、印刷した物を事務所玄関の資料配布コーナーへ並べるなど、一般の方に親しみやすい広報資料として情報発信をしている。

この取組についての関心の高さが判明した一例として、鹿野川ダムが受賞したダムアワード2016 イベント賞記念品授与式に訪れたダムマニアと呼ばれているダム事業に関心の高い一般の方々から「玄関口にある記事印刷物を『全て』欲しい」とお願いされたことがあった。行政側の目線ではなく、素直な疑問が満載された一般の方の目線での記事が目を惹き、彼らの興味を刺激したようであった。



図-3 インタビュー記事の表紙の一例

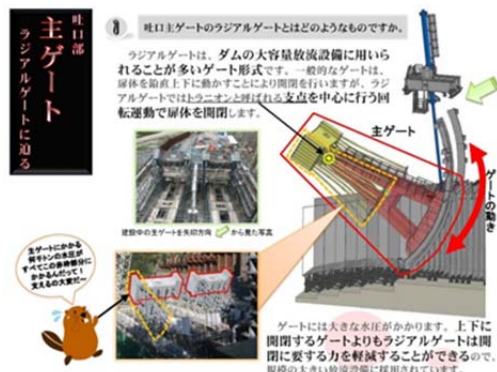


図-4 インタビュー記事の内容の一例

e) 職員全員によるブログ記事の投稿

平成25年度より、事務所HPに職員が執筆したブログ記事を掲載している。ブログ記事の題材は、事務所付近で開催されるイベント、会議等の開催報告、季節に応じた風景などの幅広い内容となっている。平成28年度からは、ブログ記事掲載頻度をより増やすための試みとして、年間を通してブログ記事になりそうなイベントをリストアップし年間計画を年度当初に作成、毎月の定例会議で必ずチェックし、行事等の参加者に記事執筆を事前に依頼している。記事執筆者の割り振りも、事務所全体で取り組むという方針の下、期間業務職員や係員から事務所長まで幅広く記事を執筆している。この所内全員でのブログ記事執筆は、広報PTメンバー以外の事務所全職員へ広報意識を向上させる狙いもある(図-5)。



図-5 事務所HPのブログページ

f) 好機を逃さないイベントの立案と実施

日本でも珍しいトンネル洪水吐をアピールするイベントとして、普段の見学会での工事現場案内に加え、平成27年12月12日(土)に「トンネル貫通見学会」(写真-4)、平成28年2月6日(土)に「洪水吐トンネルフリーウォーキング」(写真-5)を開催した。前者ではトンネル貫通の瞬間という貴重な機会に立ち会えることを、後者では貫通後のトンネル内を歩くことができるということをそれぞれ見所として実施した。トンネル貫通見学会では、地域の方を始め、遠くは神奈川県や岡山県など四国外から多くの見学者が来訪され、報道関係ではテレビ局4社、新聞7紙に取材された。また、フリーウォーキングでは、約1,200名もの参加があった。

好機を逃さず、上手く題材として企画・立案・実施・発信できたと考えている。



写真-4 トンネル貫通式での集合写真



写真-5 フリーウォーキング開催状況

4. 課題解決の取組による効果及び評価

(1) 若手職員の広報活動意識の向上とスキルアップ

若手職員が主体的となって広報活動を行うことにより、若手職員は、見学会の説明や広報PTでの司会進行を通じて、事業についての理解が深まり、通常業務においても重要な段取り能力も同時に向上させることができた。若手職員の時期に広報を主体的に実施する経験を積むことによって、広報が重要な仕事である旨の意識付けと企画・立案・実施・反省の一連のプロセスを通して、通常業務における業務取組意識と効率化を

考える力が醸成できた。

(2) 一般の方の目線を意識した広報活動の実施

2. (2)d)で紹介した「シリーズ☆働く現場から」のように、一般の方の目線にもっとも近い立場にある期間業務職員が作成した記事を発信することにより、職員が作成する行政側の目線での記事よりも一般の方に向けてわかりやすい情報を発信できていると考えられる。また、期間業務職員と若手職員が主体となっているボトムアップ型広報組織である広報 PT の場でアイデアを出し、議論するという方式が広報手法のマンネリ化を防ぐ効果を得ることに繋がっている。

(3) 事務所職員全体の広報意識向上

全事務所職員がブログ記事を執筆するといった事務所が一丸となって広報活動を行うことで、広報担当者だけに広報を任せておけば良いという他人任せな考え方を払拭し、1. で挙げた広報担当者の負担増大の問題を解決することに繋がっている。また、一般の方から見ても事務所全体で活動しているという姿が映りやすくなる効果が得られたと言える。

(4) 取組により評価を受けた事例

本節では、前節までに挙げた取組によって期待される効果の他に、目に見える形で評価を得られた事例について紹介する。

a) 日本ダムアワード 2016 イベント賞の受賞

平成 28 年 12 月 18 日(日)に東京渋谷の東京カルチャーカルチャーで開催された「日本ダムアワード 2016」において、当事務所で管理・改造している鹿野川ダムがイベント賞を受賞した。日本ダムアワードとは、「一年間のダムの活躍を振り返り、ダムファン有志による選考委員が様々な角度から活躍したダムをノミネート。選考委員と観客の皆さんによる投票で、各部門で今年もっとも印象に残る働きをしたダムを選出し、その功績を讃えよう、というイベント」¹⁾である。トンネル洪水吐を活用したイベントである「トンネル貫通見学会」と「洪水吐トンネル フリーウォーキング」のイベント活動が評価され受賞となった。平成 29 年 3 月 12 日(日)に選考委員が鹿野川ダムを来訪され、トンネル洪水吐内で記念品授与式を開催していただいた(写真-6)。

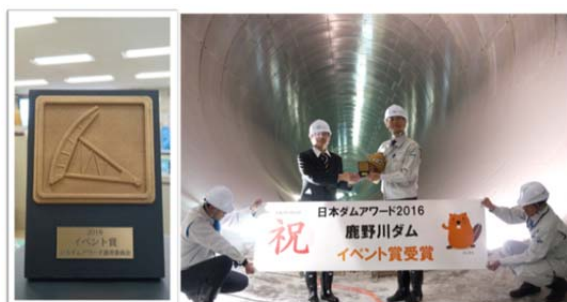


写真-6 受賞記念品と授与式の様子

b) 平成 28 年度 広報最優秀賞の受賞

四国地方整備局広報企画委員会で毎年選定される優秀広報表彰で最優秀賞を受賞することができた。

トンネル洪水吐に関する大きな2つのイベントについて報告した「鹿野川ダムのトンネル洪水吐 今しか体験できない!! ～貫通見学会とトンネル内フリーウォーキング～」が評価されたものである。この表彰では、好事例を共有する観点より地整全職員による投票が行われ、投票結果を元に選定されている(写真-7)。



写真-7 広報優秀表彰 受賞写真

5. 今後の取組について

本稿では、当事務所における広報活動の取組について述べた。

今回の事例からも明らかなように、一つ一つの広報事例は、その基本となるボトムアップ型の組織創設による波及効果である。組織体制とその継続的な運用のルールをしっかりと構築すれば、自ずと結果は付いてくると考えている。今後も引き続き、若手職員の広報活動意識の向上、一般の方の目線に立って考える広報、事務所全体が一丸となって活動する広報を目標に掲げ、広報活動に取り組む所存である。

参考文献

1) 日本ダムアワード公式ホームページ

URL : <http://japandamaward.org/>