

# 地域の声・利用者の声を事業に反映させる広報戦略の策定について ～たじま夢づくり広報懇談会～

近畿地方整備局 早川潤

## 1. はじめに

### 1.1. 背景

近年の公共事業に対する信頼の低下から、事業への透明性および説明責任が求められている。従来から各事業の必要性およびその効果を伝える広報を実施しているが、その広報が本当に住民に理解されるものとして実施できていたかが課題であった。

### 1.2. 目的

直接住民の目で従来の広報を見直し、情報の受け手が求める情報として、事業の必要性を明確に伝える広報へ転換することを目的とした。

### 1.3. 概要

地元で働く方、地元詳しい方で構成する「たじま夢づくり広報懇談会」を設置し、事務所の事業概要パンフレットをPDCAサイクルによって作成した。

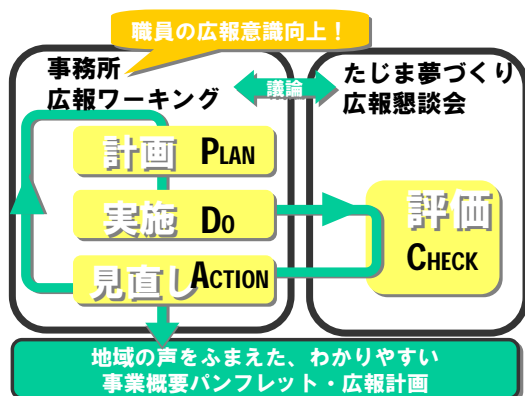


図1 実施プロセス

## 2. たじま夢づくり広報懇談会

### 2.1. 実施体制

事務所内で事業概要パンフレットを作成する為に、広報ワーキンググループ（以下広報WG）を立ち上げた。たじま夢づくり広報懇談会は広報WGが作成する案に対して意見する位置づけとした。

### 2.2. 構成委員

懇談会の委員は、但馬地域で以下について携わる住民の方から選出した。

- 但馬情報の発信
  - 地元メディア
- 但馬の主要産業
  - 観光業
  - 農業
  - カバン製造業

懇談会構成委員は次のとおりである。

### たじま夢づくり広報懇談会 構成委員

- 大学助教授(都市計画)
- コミュニティFMのDJ
- 道の駅の駅長
- 温泉旅館組合の理事
- スキースクール経営者
- カバンデザイナー
- エコファーマー
- 地域広報誌の編集者

### 事務所 広報ワーキングメンバー

- 各課の若手職員

図2 懇談会の構成

## 2.3. 懇談会の開催状況

平成17年12月から平成18年3月までで計4回の懇談会を実施した。

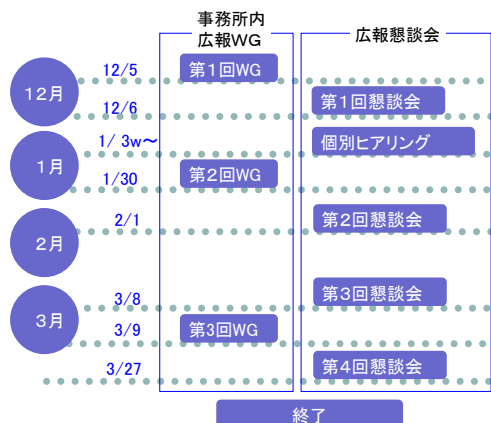


図4 実施スケジュール

## 2.4. 懇談会の配席

第1回懇談会では、委員7名に対して職員14名という人数構成とした。委員は職員数に圧倒され、意見が言いにくい環境だった。



図5 第1回懇談会の配席

第2回懇談会以降は出席する職員を絞り、対等に議論しやすい環境づくりに努めた。



図6 第2回以降の配席

## 2.5. PDCAによる改善箇所

たじま夢づくり広報懇談会を実施したことで、一般住民に伝わりやすくする情報共有方法、広報方法など、今まで気づくことのなかった多くの改善箇所が発見できた。数例をここで紹介する。

### 2.5.1. 事業目的の表現

事務所の実施している事業を説明する場合に、1) 事業目的、2) 事業内容、3) 事業効果という3段階で説明を行っている。この懇談会においても、従来通り事業説明したが、そのうち、事業目的を但馬地域の「問題解決」として説明を行った。しかし、委員から事業は但馬地域の「問題解決」だけでなく、地域の「魅力向上」という目的もあるはずだと、指摘された。加えて、「困っていることは何か?」という聞き方をされると、「家の前の側溝を直して欲しい」や「道路標識がわかりにくいから直して欲しい」等の細かい議論になりやすいという指摘も受けた。それらの意見を踏まえて、事業目的を「問題解決」と「魅力向上」の2点から表現し、議論することとした。

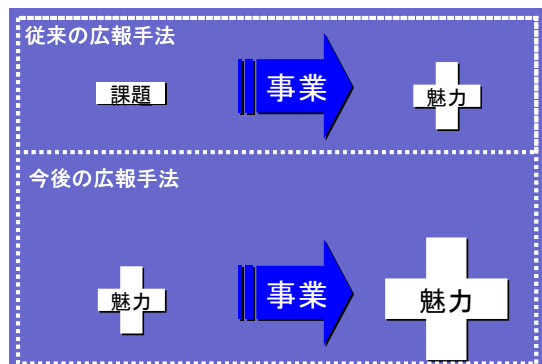


図7 課題と魅力

### 2.5.2. 事業目的の整理

事務所では実施している事業を、国土交通省の役割である「防災」「安全」「環境」「活力」の4点で整理した。そして、それぞれの役割に対し、但馬地域の魅力と課題をマトリックスで整理して、論点整理シートを作成した。項目出しは、事務所内広報WGにおけるブレインストーミングと懇談会委員の意見から作成した。このシートによって、但馬地域での論点を共有した。



図8 論点整理シート

### 2.5.3. イントロダクションの表現

課題ではなく、魅力を重点的にアピールするため、イントロダクションの見出しに「いいところだからもっとよくしたいね」というキャッチコピーを用いた。これに対して、委員からは「今までの国土交通省にはない広報表現だ」と高く評価を受けた。

また、当初イントロダクションの文章で、「最大の問題は雪と雨」という表現があった。これに対して、「雪と雨があるからこそ、但馬の魅力があるのだから、問題という言い方はやめてもらいたい」という意見が委員から多数あった。そこで、雪と雨が但馬の魅力であるという表現に変更した。

さらに「事業」という言葉も一般の住民からするとなじみがない、という指摘があり、「仕事」や「取り組み」のような伝わりやすい表現に変更している。

私たちは、このすばらしい但馬地域をさらに"よいところ"にするために「仕事」をしています。たとえば、「雪」は冬の魅力の一つ。温泉で雪見酒なんて、風情があつていいものですね。この雪も、道路に降り積もると、人や車の通行のさまたげになり、楽しさを味わえなくなってしまいます。だから、私たちは一生懸命に雪を取り除いたり、融かしたりの仕事をしています。「雨」もまた素敵なもの。雨上がりの山々の緑の美しいけれど、豪雨で家が流されたり、行きたいところに行けなくなるのはごめんだから、堤防を強くしたり、新しい道をつくるなど、さまざまな対策をたてて、人々の暮らしをもっと良くするために「取り組んでいます」。

図9 改善した表現

### 2.5.4. 統計表現

統計資料は、産業構造の変化を踏まえて表現するべきであると指摘された。例えば、「豊岡かばん」はカバン出荷額全国1位である。このかばん産業の支援は、道路事業の目的に該当する。この事業効果を表現する場合、大量生産品を毎日出荷する時代ならば「輸送量の強化」、という表現になるが、現在のような高付加価値型生産の場合、展示会への1日の納期のズレが収益に大きく響く実態をふまえれば「輸送の確実性」という表現が適切である、と指摘された。

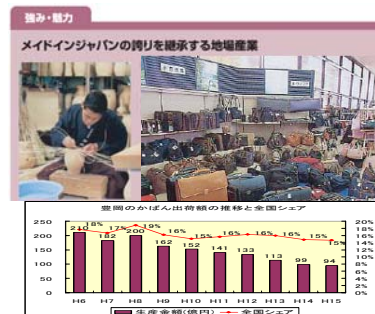


図10 かばん産業の統計表現(改善前)

この指摘を受けて、統計資料だけでなく、展示会の重要性がわかるコラムを付加することで、道路事業がどのように効果があるかを実感できる表現とした。グラフ等の統計資料は前面には出さずに、補足程度で表現することで、一般住民が読んでも抵抗感のない表現を目指した。

図 11 カバン産業の統計表現（改善後）

さらに、事業効果の表現についても、例えば「道路ができると〇分短縮されます」という表現も一般住民には効果が実感しにくい、という指摘があったため、「大阪からも仕事帰りに旅館の夕飯に間に合うね。」や、「おばあちゃんの家にもう少し長くいられるね」のような、直接効果がわかる表現に努めた。

### 3. まとめ

たじま夢づくり広報懇談会を通して作成された事業概要パンフレットは、但馬地域に暮らす人々から国土交通省の役割を伝える新しい視点を取り入れて完成した。事務所職員と懇談会委員とのやりとりの中で、職員の広報意識およびスキルの向上にもつながった。また、この懇談会に参加した

委員によって、ブログ等の口コミという形で事業を伝えるという効果も期待できる。実際ある委員のブログでこの取り組みが紹介されている。



図 12 懇談会を紹介した委員のブログ

### 4. 今後の課題

今回、一般住民にとって感覚的に伝わりやすい表現の事業概要パンフレットが作成できた。このパンフレットを読んでもらうためのイベントや、職員がパンフレット利用した広報活動を行うことが今後必要となるが、そのためには、個々の職員の伝えようとする姿勢が必要であるのは明らかである。今回懇談会を開くことで、広報表現の変更および職員の広報意識向上が図れた。しかし、広報意識の向上した職員もいずれは異動する。この問題を解決するためには、定期的に2～3年程度の周期でこのような懇談会形式で職員が直接住民に事業説明を行い、住民意見を聴く機会を作り、持続的に意識向上を図りスパイラルアップすることが重要である。