

猪名川河川事務所における 地域ラジオを活用した広報の取り組みについて

川嶋 寿々奈

近畿地方整備局 企画部 広域計画課 (〒540-8586 大阪府大阪市中央区大手前1-5-44)

近年、人々のメディア利用状況は、スマートフォン等の普及により、従来のテレビ新聞ラジオ中心からインターネット中心へ移行してきており、SNSを活用した広報に注目が寄せられている。しかし情報の受け手側の中には、インターネットを利用することに対し馴染みの薄い世代・人々も確かに存在する。

近畿地方整備局猪名川河川事務所においては、2017年と2018年の7月（河川愛護月間）に地域のエフエムラジオを活用した広報活動を行った。本研究は、その取り組み状況の報告と今後の猪名川河川事務所における更なる効果的な広報のあり方を考察したものである。

キーワード 広報，地域ラジオ，SNS，クロスメディア

1. はじめに

近年、スマートフォン等の普及により、人々のメディア利用状況が大きく変化している。人々は、自身の興味関心をきっかけに積極的に情報を検索（取得）するようになり、さらには同じ趣味嗜好を持つ個人同士がネット上でつながり、そのつながりを通して情報を共有し合うようになった¹⁾。従来の『テレビ新聞ラジオ中心の情報上位下達型』から『インターネット中心の能動的相互共有型』へと移行・定着してきたといえる。

しかし、情報収集の手段としてインターネットを利用することに対し、不安感を抱き、親しみにくいと感じている人々も存在する（図-1、図-2参照）²⁾。特に70歳以上の方は、インターネットの利用に対して不安を感じる割合が7割以上であり、インターネットの利用は5割を切っている。

インターネット利用における不安の内容としては、「個人情報の漏洩」や「インターネットを利用した詐欺」等があげられている²⁾。他にも、情報機器の操作が複雑であると感じる割合や、顔の見える相手との交流を好む傾向が多いことが、利用率の低さに関係しているのではないかと考える。

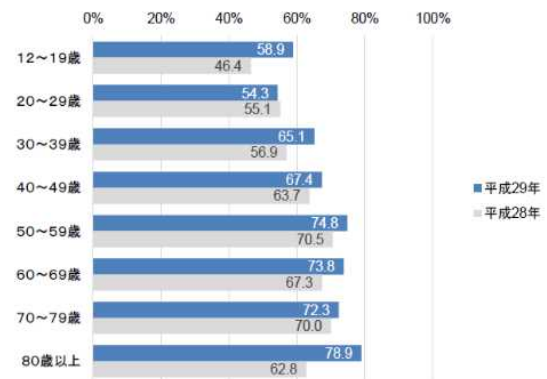


図-1

年齢階層別インターネット利用時に不安を感じる割合

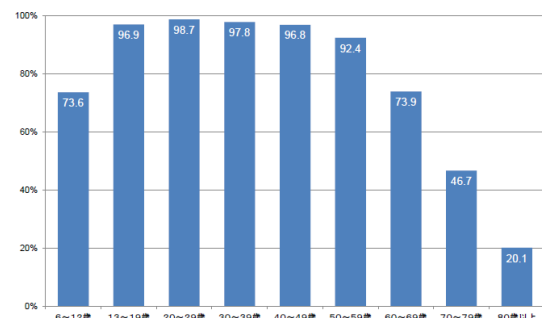


図-2 年齢階層別インターネット利用状況（2017）

以上のことから、より効果的な広報のあり方を考えるにあたっては、インターネットに馴染まない世代にも届く情報発信の方法を検討することが重要となる。

猪名川河川事務所では、今まで市報やチラシ、事務所HPでの広報活動を行ってきたが、新たに2017年度と2018年度にエフエムいたみと連携した広報活動を行った。本論文は、その取り組み状況を報告するとともに、今後の広報活動について考察したものである。

2. エフエムいたみを活用した広報活動

(1) エフエムいたみについて

エフエムいたみとは、伊丹市を中心に川西市、宝塚市、尼崎市、西宮市、芦屋市、吹田市、池田市、箕面市、大阪市、猪名川町の約200万人（約80万世帯）を聴取エリアとして持つエフエムラジオである³⁾。

主に伊丹市役所や伊丹市の住民・企業が主体となり、地域密着・生活重視の情報として『伊丹市役所なんでも質問箱』や市内高校生による『いたみ青春放送局』等を放送している。

(2) ラジオの利点

現代のインターネット中心社会においては、人々はいつでもどこでも自身の興味関心にそった情報を獲得できるようになった。しかし、見方をかえると、自分から積極的に情報を収集しに行かなくてはならず、収集された情報は偏ったものとなる可能性が高い。

ラジオは、何かをしながら聴くことができ、多様な情報に接することが可能となる。

他にも、ラジオの週間接触率（1週間の内に5分以上ラジオを視聴した者）を年齢別でみると、70歳以上の方の約半数はラジオを聴いていることが明らかとなっている⁴⁾ことから、ラジオはインターネット利用に不安を感じる70歳以上の方への呼びかけとして有効であると考えられる（図-1 参照）。

(3) エフエムいたみを活用した広報活動の内容

猪名川河川事務所においては、2017年と2018年の河川愛護月間である7月に『川ものがたり』のタイトルで、複数回の収録・放送を行った。放送内容は、防災・河川敷で遊ぶにあたっての注意点・イベント情報等である（表-1参照）。

	放送日	放送内容
第1回	2017年 7月 3日	河川愛護月間の取組・イベント
第2回	2017年 7月10日	猪名川の浸水想定区域図について
第3回	2017年 7月17日	適正な河川利用と川遊びの注意点
第4回	2018年 7月 2日	河川愛護月間のイベント
第5回	2018年 7月16日	河川利用にあたる注意事項

表-1 放送内容

収録は、パーソナリティとの会話形式で行われ、一回おおよそ15分ほどの放送内容となった。実際収録を行って感じたことは、あっという間に終わったということである。収録前に放送ディレクターやパーソナリティとの打合せを行った後、収録ブースでマイクテストをし、緊張する暇もないほどすぐに本番へと移行した。

難しかった点は、ひとりしゃべりにならないように気をつけることである。ラジオは何かをしながら何気なく聴く（又はつけている）人が多いのではないだろうか。そのようなリスナーの目線に立つと、伝えたい情報を一方的に話しすぎてしまえば、ラジオが聴きたいものとなってしまふ。用意した原稿をそのまま読むのではなく、パーソナリティとのやりとりの中で伝えたいことを話すことはラジオ特有の難しさであった。しかし、伝え忘れたことや重要な情報を、パーソナリティが再度聞き返してくれる場面もあるため、事前に重要部分をパーソナリティによく伝えておくことが好ましい。短時間であっても事前の打合せの充実によって、番組をともに作っているという実感も得られた。

収録放送されたものについては、後日YouTubeにて動画配信を行っているため、音声だけでは伝わりにくい内容をパネルや写真を提示しながら発信することができ、より視聴者にわかりやすく親しみやすい印象を与えることができる。さらには、アップされた過去放送分はいつでも何度でも視聴することができるので、聴き逃しにも対応できる（図-3 参照）。



図-3 Youtubeの動画配信

(https://www.youtube.com/watch?v=3s2Rywq_BXg)

(4) 費用対効果

エフエムいたみでは視聴率の調査は行っていないため、どれだけの人に放送が届いたかについて正確に把握することは困難であるが、エフエムいたみの放送エリアが伊丹市を中心に隣接する各市町村にまたがっていることから、猪名川河川事務所の管轄する猪名川・藻川の全流域に放送されたことになるのは確かである。

一方、費用については、『川ものがたり』はCM広告ではなく、情報番組としての放送であるため、広告料はかかっていない。ちなみにエフエムいたみのCM広告料は、15分で3万円であり、猪名川河川事務所の5回分の放送は15万円に相当する。管轄エリアに情報発信できる地域密着スタイルのエフエム放送は、SNS同様、効果的なメディアである。

(5) ラジオ広報の結果（来場者数の比較）

本項目では、ラジオ広報活動による成功事例を紹介する。

2018年8月に猪名川河川事務所を事務局とする神崎川水質汚濁対策連絡協議会猪名川分科会において、『いながわ体験フェスタ』という催し物が開催された。

『いながわ体験フェスタ』とは、猪名川の環境に関する実験や工作、観察ブースを設け、一般参加者に猪名川の河川環境についてより知ってもらおうというイベントであり、猪名川河川事務所もパックテストを用いた水質試験ブースを設け、多くの親子連れに実際に猪名川の水などの水質調査を体験していただいた（図4、図5参照）。



図4 パックテストブース（猪名川河川事務所）



図5 『いながわ体験フェスタ』全体の様子

『いながわ体験フェスタ』は2016年より毎年行われているイベントであるが、来場者数を比較すると、2018年の対前年増加量は2017年の対前年増加量の2倍以上となっている（図6参照）。

2018年の来場者数が急増した要因として、イベントの定着化のほかに、開催1ヶ月前にエフエムいたみにて行ったイベント告知も有効であったと推察する。

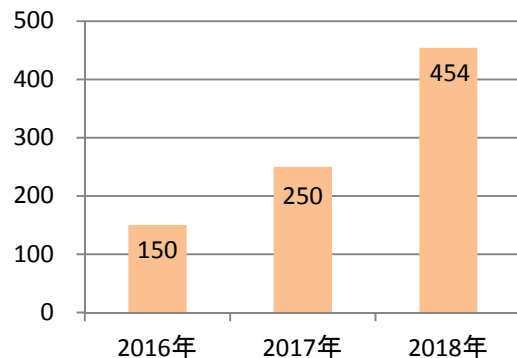


図6 『いながわ体験フェスタ』来場者数

3. 課題と今後の展開

(1) 課題

2. (5)で示したとおり、ラジオを活用した広報について、展開の可能性・有効性が見いだされたのではないかと考える。

しかし、来場者数をカウントして、過去の実績と比較したのは今回が初めてであり、サンプル不足でもあるため、引き続き検討を行うことは必要である。そのため、『いながわ体験フェスタ』の他にも事務所主催共催のイベントについて、可能な限りエフエムいたみで発信の効果を調査することを期待する。

また、イベント情報以外にも、河川敷での遊び方や、守ってほしいルール等についても引き続き呼びかけることは重要である。

(2) 今後の取り組み

ラジオを活用した広報は、インターネットを利用しない高齢層への呼びかけとして十分に効果的なものである。

しかし、より多くの人に情報発信する観点からすると、ラジオ広報のみでは難しい。

そこで、特に若い世代に猪名川河川事務所の取り組みを広げるために、SNSを活用した広報を始めることとした。数あるSNSの中で、当事務所が選んだツールはInstagramである。

Instagramは、画像や動画を前提としたソーシャルメディアである。利用者は主に10～20代を中心とした若者で、「インスタ映え」という言葉が流行語大賞に選ばれたことから、現在注目が高まっている。

Instagramの利点は、写真によるアピールに適してい

るという点である。視覚的に見てわかりやすいため、興味を持ってもらいやすい。さらに、Instagramは拡散力にも優れている。Instagramは、ほぼ同機能を有するTwitterに比べ、ハッシュタグ（#）による検索が普及しているため、情報発信側があらかじめ検索ワードを定めることができる。すなわち、発信する際に、受け手を意識して検索されそうな言葉やキーワードを検索ワードに設定すれば、フォロワー以外の他者の目にも届くというわけである。

猪名川河川事務所は2019年3月より、Instagramの運営を開始した。InstagramのみならずSNS全般の運営にあたっては、アカウントの乗っ取りやデマ等の危険性もあるため、十分な注意を要することは言うまでもない。

(3) 猪名川河川事務所のInstagram

猪名川河川事務所では、主に猪名川の様子や伐採木の無償配布に関する情報について定期的にInstagramにて投稿している。特に伐採木無償配布については、出張所への問い合わせが多いが、Instagramに写真でアップすることで、現在の伐採木残量や伐採木の種類について、よりわかりやすく回答できるようになった。また、フォロワーを増やすためにも、ハッシュタグの検索ワードを「伐採木」「阪急園田駅」「薪ストーブ」「キャンプ」など様々な切り口で設定するなど、多くの方に注目されるよう工夫を凝らしている（図-7参照）。



図-7 猪名川河川事務所 Instagram 投稿例

(4) まとめ クロスメディア戦略

広報活動において重要なことは、より多くの人を知ってもらうことである。そのためには、情報を受け取る側に寄り添った情報発信手段を選ばなくてはならない。

一見すると、インターネットが主流となりつつある現代においても、ラジオを活用した広報は、受け手によっては生活の重要な情報源である。

効果的な広報は、受け手のとる手段に限定されないことが重要であり、そのためには、活用できる手段は最大限に活用し、それらを連携させることが必要である。

猪名川河川事務所としては、①エフエムいたみと連携したラジオ広報を引き続き行っていくとともに、②Youtubeで配信および過去放送分をストックし、③Instagramにより、更なる情報拡散を図っていく。

以上のように行政が多種多様な手段を用いて、積極的に情報発信することが、行政の仕事に興味を持ってもらえるきっかけにもなり、地域住民との協同、ひいては社会資本整備に携わる担い手不足の解消にもつながると考察する。本発表が効果的な広報のあり方の一助となることを願う。

謝辞：エフエムいたみ 放送ディレクター岡田様、パーソナリティ関谷様ならびに関係者様、ご協力いただきありがとうございました。

参考文献

- 1)小野寺翼 (2018) 「ソーシャルメディア時代の広報」：情報の科学と技術 68 巻 4号, 156～159
- 2)総務省 (2018) 「平成 29年通信利用動向調査」
- 3)エフエムいたみ HP (<http://www.itami.fm/>)
- 4)吉藤昌代・斉藤孝信・林田将来・山本佳則 (2018) 「テレビ・ラジオ視聴の現況～2018年6月全国個人視聴率調査から～」

川嶋 寿々奈

2019年4月1日付け 企画部 広域計画課へ異動
異動前：猪名川河川事務所 占用調整課