

# 大和川河川事務所における動画、チラシ等を用いた直轄事業の広報活動について

國政 氷流<sup>1</sup>・田中 幹久<sup>2</sup>

<sup>1</sup> 近畿地方整備局 大和川河川事務所 管理課 (〒582-0009大阪府柏原市大正2-10-8)

<sup>2</sup> 近畿地方整備局 国営飛鳥歴史公園事務所 総務課 (〒634-0144奈良県明日香村平田538)

2023年度、大和川河川事務所では、事務所内の各課職員で構成した「見える化プロジェクトチーム（以下、見える化PT）を立ち上げた。見える化PTでは、職員同士で意見を出し合い、さまざまな工夫を行い、チラシ作成や動画作成を行った。本論文はその活動の中で行った工夫やそれらに用いる写真や動画の撮影の際の留意点などを紹介し、今後の近畿地方整備局の広報活動の活性化に資することを目的として執筆する。

キーワード 広報、動画作成、チラシ作成

## 1. はじめに

### (1)背景・目的

近畿地方整備局の業務内容は社会と密接に関わっているものの、その仕事内容が広く国民の目に触れる機会は決して多いとは言えない。例えば工事について、誰も工事をしている様子を見たことはあるだろうが、その工事は誰が、何のためにやっているのかまではなかなか認知するに至らないと思われる。一方、昨今のインターネットを通じたSNSや動画無料閲覧サイトの発展はすさまじく、多くの国民がそれらを利用している。それらのメディアは個人的な利用にとどまらず、民間企業やさまざまな団体が自分たちの活動を伝えるために利用している。そんな状況の中、ここ数年ほどで、行政組織の使用も多くみられるようになり、実際に動画サイトYou Tubeでは多くの登録者や再生回数を有する行政組織も出てきており、各種SNSの利用も目立ち始めている。それらのメディアは普段知られることが少ない我々の業務の広報に活用が可能である。そこで本論文では大和川河川事務所の「見える化PT」で行ったチラシ、動画作成における工夫や撮影の際の留意点などをご紹介し、今後の近畿地方整備局及び各事務所の参考にしていただければと考え執筆するものである。

### (2)見える化PTとは

2023年度、大和川河川事務所では「見える化PT」とい

う活動を行った。これは事務所職員が取り組んでいる直轄事業や行政の仕事を住民の皆さまによりわかりやすく知ってもらうために職員同士で意見を出し合い、実際に行動していく取り組みである。見える化PTでの主な活動内容として動画作成、チラシ作成がある。直轄事業の工事現場へ出向き、その様子を実際に撮影したうえで編集等を行い、SNSや事務所出入り口付近のオープンスペースで動画を流したり、画像等を用いて作成したチラシを配布した。

## 2. 作業過程と留意点

### (1)現場での撮影

現場での撮影はチラシ作成においても動画作成においても基本的に必要となる作業となる。

#### (a)アポイント・現場での動き

当たり前のことであるが、直轄工事の撮影においては担当職員及び現場代理人にしっかりと情報共有し事前にアポイントを取った。日時、人数、どのような目的か、どのような撮影をしたいのか、どの範囲まで立ち入るのかを明確に伝え、迷惑にならないよう十分注意し実施した。事前に伝えていない行動をとるときは都度許可を取るようにして行った。

#### (b)可能な限り数を撮る

後からあの場面も取っておけば良かったと後悔しないように、できる限り多くの場面を収めるようにした。またデジタルカメラのSDカードの容量等を気にしないで済むように、事前に不要なデータを削除しておき、容量の大きいものを用意するなど撮影時に気にならないように工夫した。

(c)作成時からの逆算

ただ単に目の前の様子を撮影するのではなく、事前にどのようなチラシや動画を作成するのかをできる限り明確にイメージし実施した。そのためにはどのような場面が必要になるのか、どのような対象物がどのぐらいの大ききで画像や動画に収まっておれば良いのか等を考えて撮影に臨んだ。

また、タイトルや文字を挿入する部分を決めておき、それらが挿入される部分の背景を地面や空にするなど、出来上がりのイメージと画角を紐づけて考えるとよりスムーズに成果物を作成できる。

(d)現場作業員の撮影

チラシや動画の中に現場作業員の方の作業の様子等を盛り込む場合はSNSに顔が出て問題ないかを事前確認を実施した。撮影に関しては現場作業を止めてしまわないように注意し、体の向きや角度、表情に留意し作業員の方が勇ましく映るように工夫した。図1、図2の例では作業員の方のインタビューを実施し、実際の声として、現場での喜びや苦勞を聞いて、チラシや動画に活用させていただいた。

(2) チラシ作成

チラシ作成について紹介する。チラシ作成は普段直轄樋門の点検操作を行っていただいている樋門操作員の点検の様子及び功勞者表彰の様子を伝えるために作成したものを事例とする。

(a)使用ソフト

文字や画像を自由に切り貼りすることについてはパワーポイントが利用しやすかった。最終的に大きなパネルを作成する可能性や事務所発行の冊子等に差し込む可能性などを考えて、用紙は縦向きで作成した。

(b)2枚でワンセット

チラシは①1枚に印刷した場合、裏が白紙だとせっかく手に取ってもらったのに伝える内容が少なくもったいないこと、②1枚目のインパクトで引き付け詳細情報は2枚目に記載するというスタンスをとると見てもらいやすかつ知ってもらいやすいことから2ページ分作成した。ただし、2ページあるからといって、細かすぎる内容を記載すると閲覧者が嫌がる可能性があるため簡潔な内容

を心がけた。



図1：樋門操作員チラシ(1枚目)



図2：樋門操作員チラシ(2枚目)

(c)見出し

見出しは印象的なフレーズを心がけた。これは何だろうと興味を引くようなフレーズを数点考え、上司等に意見をいただき、決定した。そのフレーズに合った写真を厳選し、見出しはできるだけ少ない写真で構成するように心がけた。図1の例では敢えて少し大きめのフレーズとし、背景の写真については2枚としている。それに加え操作員を映したかったため小窓で写真を挿入している。操作員の写真は笑顔というよりは勇ましさを出したかったため、敢えて横顔や後ろ姿にしている。

(d)色使い

色はできるだけ少ないほうが良いと考えた。多くの色を利用すると情報量が多くなり何を伝えたいのかが不明瞭となる。複数色を使用する場合は色の系統をそろえると、まとまりがでるため、事例では緑系でまとめている。

(e)引用画像利用の注意

事業の説明を行う際に既に他の資料内に存在する図や表を使うことは時間短縮につながる。しかし、そのようなものを利用するとき、そのまま使おうとして引き延ばしなどを行うと画像が荒くなり、見にくいものとなる。そんな時は元画像を生かしつつ、パワーポイントなどで字の部分のみ編集するなどして改良を行うことが望ましい。図2の樋門の動きのポンチ図は文字をすべて挿入しなおし、文字の端部をはっきりさせるようにし、見えやすくした。

(f)写真利用の注意

写真を利用する際にその写真が何の写真なのかという表題を挿入するかどうかはそのチラシの目的で判断すべきと考える。広く一般的に知られているような対象物にわざわざ説明をつける必要はない。また、ページ全体のデザイン性を重視する場合(ページ全体のバランスから不要と判断される場合)は必要ない。我々が行う事業等の紹介が目的の場合はひとこと表題をつけると「理解してもらおう」という観点からは望ましいと考える。図1についても施設名や河川の状態の日時を挿入することで閲覧者に理解を深めてもらうことを狙っている。

(g)ロゴマーク

図1の右上右下に流域治水のロゴを挿入している。これは大和川河川事務所において特に力を入れている流域治水を印象付ける狙いがある。文言のみでも一般の方は意味を調べることができるため、きっかけになることを狙い挿入した。事務所棟でロゴマークがある場合は挿入すべきと考える。ロゴマークは視覚的に記憶に残りやすいと考えるためである。

(h)QRコード

本事例では次節で紹介する動画とセットのイメージで作成したため、チラシを見た方には動画を見てほしいという思いがあった。そのため、すぐに見られるようにQRコードを追加した。過去に資料内にURLを載せる事例が多くあったと思われるが、URLは紙媒体になるとたちまちアクセスのハードルが上がる。その点QRコードは手間が最小限である。QRコードの作成はスマートフォンのアプリで簡単に作成できる。

(2) 動画作成

動画作成は2種類を事例とする。1点目は高規格堤防整備事業に関する動画(図3)、2点目は第2節で紹介したチラシとセットとなる樋門操作員に関する動画(図4)である。



図3：高規格堤防整備事業に関する動画切り抜き



図4：樋門操作員に関する動画切り抜き

(a)使用するアプリ

スマートフォンで簡単に動画編集ができる「CapCut」というアプリケーションを利用した。基本操作は無料で行えるため問題ない。非常に感覚的に編集が行えるためある程度スマートフォン操作に慣れている方であれば問題なく編集が行えると思われる。

(b)時間

動画の時間は長くても3分ほどを目指し、長くならないようにした。閲覧者は長い動画は見ようとしなからである。

(c)構成

構成は目的によって決定した。事例1は「簡単に事業を知ってもらうこと」を目的とし作成した。よって「見出し→事業内容説明→実際の工事の様子→締め」という流れとした。

事例2は「作業員の苦勞を知ってもらうため」に作成したため、事業説明などはなく、「見出し→作業の様子→インタビュー→締め」とした。こちらはチラシ画像とセットとしたため、樋門の説明などはチラシに任せた。

#### (d)字幕

行政組織が作成する媒体のためできる限り多くの方に見てもらおうと努める必要がある。よって聴覚障がい者の方にも閲覧していただけるよう字幕は挿入した。字幕は一言一句そのまま表記する必要はないと考える。閲覧者が理解しやすいように良い塩梅に言い換えることは必要と考える。

#### (e)視覚及び音声効果の多様

事例1についてはその目的から多くの方に気軽に見てほしかったため、視覚エフェクトやコミカルな読み上げ機能、ポップな音声を敢えて利用し、見やすい動画をイメージして作成した。一方、事例2については樋門操作員の勇ましさを前面に出したかったため淡々と仕事をこなす、仕事人のようなイメージで動画を作成した。

#### (f)場面転換

場面転換のエフェクトについてはできるだけ使用すべきと考える。使用しない場合ただ単に動画をつなぎ合わせた感じが前面に出てしまうからである。じわっとフェイドアウトしたり、フェードインしたりするだけで動画のクオリティが格段に上がる。

#### (g)インタビュー

事例2ではインタビューを実施した。回答者が長く話をしてしまって間延びしてしまう場合は字幕で切るようにまとめ、動画はフェイドアウトすることも必要であると考える。

#### (h)締め

動画の締めについては動画の目的や意図から一番伝えたいことを表す文言を表記するのが良いと考える。

事例1では「災害に強い大和川を目指します！」という決意表明のような文言とした。事例2では「大和川河川事務所一同感謝しております」と普段から樋門操作を通じた点検や災害対応に従事して下さっている樋門操作員への謝意を表した。

### (3)発信の方法

#### (a)X

大和川河川事務所のXアカウントを利用してXでのポストを実施した。Xは多くの国民が利用しているため、広報には必須である。140字以内で文言を考える必要があるがその内容の確認は可能な限り事務所長まで取るべきと考える。動画の長さの上限は140秒(2分20秒)であるため、それ以上の動画投稿には適していない。

#### (b)YouTube

事例2の動画は長尺であったため大和川河川事務所のYouTubeチャンネルを利用して投稿した。長尺の場合にはXにはYouTubeへのリンクを添付するとXの利用者にも広報が可能である。YouTubeに動画を投稿する場合サムネイル(投稿された際のトップに出る画像のこと)と動画概要文を設定する必要がある。サムネイルは動画の中の一場面を切り取ることもできるが、今回は内容がわかりやすいよう意識し新たにパワーポイントで作成した。概要文はXの投稿文と同様できる限り事務所長まで確認するのが良い。

#### (c)事務所閲覧コーナー

事務所の閲覧コーナーにA4等で印刷して紙媒体で置いておいたり、動画はモニターを利用し流すことで一般の方の目に触れる機会を創出できる。今回作成した樋門操作員のチラシについては紙媒体で印刷し、実際にインタビューに参加いただいた操作員には郵送でお送りした。

## 3. 今後の課題

今後の課題を大きく2点述べさせていただきます。

### (1)堅さとラフさ

行政組織のチラシ作成や動画作成は誤れば命に関わることもある。例えば災害時の避難場所等を動画にしたとしてその内容に誤りがある命に関わる。そのため安易な気持ちで適当に作成することは避けるべきであると考ええる。しかし一方で前述のように考える余り、良い意味でのラフさ(多くの人がとっつきやすいような作り方)に欠ける堅い内容となってしまうことが多い。これら2点の中間点をいい塩梅で探し出すことが今後の課題の1点目である。

### (2)職員の負担

今回、事務所各課の職員が事務所で進めている事業について、チラシや動画を作成し、各種SNS等で発信を行ったが、作成から発信までに多大な時間を要することになり、負担がかかってしまった。今後は、河川愛護モニターに委嘱いただいている方に協力いただければ、職員の負担軽減に繋がっていくと考える。

#### 4. おわりに

我々の事業を知ってもらうことは、事業推進の円滑化や災害のソフト面対策にもつながり、加えて若年層に届けば人材確保にも貢献できると考える。

本気で取り組むためには多くの職員の理解が必要となるため、この論文を通じて発信の重要性そのものを多く

の職員に知ってもらえれば幸いである。

田中 幹久

2024年4月1日付異動

(前)近畿地方整備局大和川河川事務所管理課

(現)近畿地方整備局国営飛鳥歴史公園事務所総務課