

地域との交流を育む川上ダム通信

湯本 洋¹・梅村 喜重²

¹独立行政法人水資源機構川上ダム建設所総務課（〒518-0294三重県伊賀市阿保251番地）

²独立行政法人水資源機構川上ダム建設所総務課長（〒518-0294三重県伊賀市阿保251番地）。

独立行政法人水資源機構川上ダム建設所では、2005年度から職員手作りの広報紙「川上ダム通信」（以下「ダム通信」という。）を発行している。ダム通信は、ダム建設予定地周辺地域（以下「地域」という。）や関係機関の方々に、川上ダム建設事業（以下「事業」という。）への理解を深めてもらうために、創刊以来ほぼ毎月発行している広報紙である。当建設所では、ダム通信を用いて、「顔の見える広報」に取り組んでいる。

本稿では、ダム通信を用いてどのように「顔の見える広報」に取り組んでいるか、また、その発行体制や作成手順について報告するとともに、今後の課題と解決策を考察するものである。

キーワード ダム通信、広報紙、顔の見える広報、地域との交流、情報発信

1. はじめに

当建設所では、2005年度から職員手作りの広報紙であるダム通信（写真-1）を発行している。その目的は二つあり、一つは川上ダムに関する様々な情報を発信することにより、地域や関係機関の方々に事業への理解を深めてもらうことである。もう一つは、職員が広報紙の企画、記事の執筆、紙面のレイアウト編集等を行うことにより、広報活動への意識を向上させ、情報発信や文章表現等の技術力を養うことである。

ダム通信の主な記事は、工事の進捗状況等の事業に関するもの、当建設所で実施した行事の報告や人事異動等の事務所に関するもの、環境用語集等の職員が習得した知識や技術に関するもの、そして、地域の歴史等に関するものである。これらの情報をタイムリーに発信することがダム通信の役割である。

2005年度創刊当時は、三重県伊賀市青山支所等の当建設所近隣の関係機関や水資源機構内に配布していたが、より多くの方に情報発信するために、2006年5月から地域の自治会等にも配布を開始した。現在は伊賀市全域の市民センターにも配布している。

ダム通信の配布は、手渡し、郵送、メールのいずれかの方法で行っている。このうち、地域の自治会等へのダム通信配布は、「顔の見える広報」の一つとして、職員からの手渡しで行っている。

ダム通信が、読者に親しまれるものとなるためには、まず、定期的かつ継続的に発行することが必要である。また、記事内容や紙面デザイン等が魅力的なものでなければならない。

本稿では、現在のダム通信編集部の体制とその作成手順について紹介した後、ダム通信を用いてどのように「顔の見える広報」を行ってきたか、また、読者に親しまれるダム通信となるために留意している事項や、定期的かつ継続的に発行するために行った発行体制や作成手順の改善について報告するとともに、今後の課題について考察する。



写真-1 A3両面カラーで作成している「川上ダム通信」

2. ダム通信の編集体制及び作成手順

この章では、現在のダム通信編集部の体制と作成手順について紹介する。

(1) 10名体制の編集部

ダム通信編集部の体制は、編集長（所長）、デスク 2 名（総務課長及び工務課長）、記者 7 名（総務課、第一用地課、第二用地課、調査設計課、環境課、工務課及び工事課各 1 名）の計 10 名である。

毎月、記者 7 名の中から主担当記者 1 名を選出し、その者が、担当する月のダム通信の企画、記事執筆の分担、レイアウト編集等の作成業務を行う。

(2) 2ヶ月前から計画的に紙面を作成

ダム通信は、次のような手順で作成している。

a) 記者会議（発行日の約2ヶ月前～1ヶ月前）

記者会議は、記者7名が出席して開催する。その目的は、向こう1ヶ月程度の事務所等の予定を確認し、ダム通信の記事割案を作成するとともに、発行までのスケジュール案を作成することである。

b) デスク会議（発行日の約1ヶ月前）

デスク会議は、デスクと記者が出席して開催する。その目的は、記者会議で作成した記事割及び発行スケジュール案について意見交換し、デスク及び記者による記事割及び発行スケジュール案を作成することである。

c) 編集長会議（発行日の約1ヶ月前）

編集長会議は、編集長、デスク及び主担当記者が出席して開催する。その目的は、デスク会議で作成した記事割及び発行スケジュール案について、編集長との意見交換を行った上で確定し、情報共有することである。

d) 記事執筆（発行日の約1ヶ月前～25日前）

主担当記者は、記事割の確定後、執筆者に記事の執筆を依頼する。執筆は、記者だけではなく、広く職員に（場合によっては水資源機構職員以外の方にも）依頼することとしている。

e) ダム通信案の作成（発行日の約25日前～20日前）

主担当記者は、執筆者から提出された記事原稿を元にダム通信の紙面案を作成する。

f) デスク会議（発行日の約20日前）

主担当記者が作成したダム通信紙面案について意見交換し、デスク及び記者による案を作成する。

g) 編集長会議（発行日の約15日前）

デスク会議で作成したダム通信案について、編集長との意見交換を行い、記事内容を確定する。

h) 管理職への意見照会（発行日の約10日前）

編集長会議終了後、主担当記者は、編集長会議で決ま

った記事について、関西支社総務部長及び当建設所管理職等に意見照会を行う。これは、誤字脱字の有無、分かりにくい箇所や読みにくい箇所の有無について意見をもらい、より分かりやすい記事にするためである。

i) 編集長の最終確認（発行日の約10日前）

主担当記者は、管理職への意見照会后、必要があれば修正を行った上で編集長の最終確認を受け、ダム通信の内容を確定する。

j) 配布

ダム通信の配布は、職員からの手渡し、郵送又はメールのいずれかの方法で行っている。手渡し配布は、記者7名が中心となって行っている。

3. ダム通信を用いた「顔の見える広報」

この章では、ダム通信という広報ツールを用いて行っている「顔の見える広報」について報告する。

(1) 顔の見える紙面づくり

読者の方に、事業及び当建設所をより身近に感じていただくために、職員の顔が見える紙面づくりを行っている。例えば、資料-1のような「編集部メンバー紹介」や「人事異動情報」等の記事を掲載し、職員の写真やコメントを挿入している。これらの記事を見た読者の方からは、「顔写真つきの職員紹介は親近感が持てる」や「遠いところから転勤して来ている職員がいますね」という感想やお話をいただいたことがあり、職員の名前や顔等の情報を記事に挿入することにより、これらがなく記事と比較して、より読者の心をつかむことができると感じている。



資料-1 職員の顔写真とコメントを挿入した記事例
(2012年6月号4面記事より)

表-1 創刊号からの記事構成

内容	件数
事業に関する記事	224
建設所に関する記事	277
環境等に関する記事	82
地域の歴史、文化等に関する記事	177
合計	760

表-2 配布件数の推移

(単位：件)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
手渡し	27	43	67	70	74	79
郵送	63	60	58	56	54	52
メール	22	15	15	10	14	13
計	112	118	140	136	142	144

(2) 地元の有識者にも執筆を依頼

地域の方に、事業への理解を深めてもらうためには、まず、職員自らが地域への理解を深めることが重要であるとの考えから、地域の歴史や文化等について職員が調べ、時には地元の方にインタビューを行い、掲載することとしている。ダム通信は、2005 年 5 月創刊号から 2014 年 6 月号までの間に、760 件の記事を掲載しているが、そのうち地域の歴史や文化等に関する記事は表-1 のとおり 177 件あり、全記事の約 4 分の 1 を占めている。

例えば、2012 年 6 月号に掲載した伊賀地方の名産品である「伊賀米」を紹介した記事は、地元の方のインタビューを交えたものであり、読者から「興味深く読ませていただいた」と好評であった。このように、地域の歴史や文化等についての記事を掲載することで、地域の方がダム通信に興味を持つきっかけとなっていると感じている。

また、2012 年度には、地元の有識者の方に執筆を依頼し、地域の歴史について連載していただくことができた。この記事執筆は、ダム通信の趣旨に賛同していただき、記事執筆にご快諾いただいたことで実現したものであり、当建設所と地域の方との距離が縮まったと感じたできごとであった。

(3) 手渡しによるダム通信配布

ダム通信の配布は、持参、郵送又はメールの方法で行っている。

このうち、地域の自治会等への配布にあたっては、地域との交流を深めるために、また、職員が地域を知るために、手渡しにより配布し、顔を合わせて情報交換することとしている。この方法は、地域の方と情報交換する

上で大変有効な手段であることから、表-2 のとおり年々件数を増やしており、2009 年度に 27 件であった手渡し配布件数は、2014 年度には 79 件となっている。

また、2012 年度からは配布地区を担当割することとした。これには、毎回同じ職員が配布することで、地域の方に名前と顔を覚えていただき、情報交換しやすい環境を整えるという狙いがある。

手渡し配布の中で、読者から「川上ダムで行っている環境保全の取り組みを、ダム通信を見て初めて知った。良い取り組みだと思う。」との意見をいただいたことがあり、ダム通信を用いた「顔の見える広報」により、川上ダムの取り組みについて地域の方の理解が深まっていると感ずることができた。

これらの「顔の見える広報」の取り組みを行うことにより、地域の方と交流することの重要性を感じ、広報の重要性を改めて認識することができた。

4. 地域に親しまれるダム通信となるために

ダム通信が地域の方に親しまれる広報紙となり、読者が増加することは、当建設所の認知度向上につながり、ひいては事業への理解を深めてもらうことにつながる。この章では、地域に親しまれるダム通信となるために、その作成にあたり編集部が留意している事項や、月発行を継続するために行っている発行体制や作成手順の改善について報告する。

(1) ダム通信作成にあたって留意していること

筆者は 2012 年 4 月から 2014 年 3 月までの 2 年間、ダム通信記者としてその作成に携わった。これまでに他の事務所で広報紙の編集を担当したことはなく、記事の執筆やレイアウト編集には大変苦労したが、記事の執筆においては、一文を短くして分かりやすい文章を作ることや、作った文章を音読することで不明瞭な箇所を特定し、分かりやすく修正することを心がけた。レイアウト編集においては、写真により記事が分断されないことがないように配置を考え、色づかいに注意して作業した。これらを意識して取り組むことにより、文章を構成する力や表現する力は向上したと感じており、この経験は、担当業務で文章を作成する時にも役立っている。

(2) 月発行を継続するための取り組み

ダム通信が地域の方に親しまれるものとなるためには、定期的に発行し続けることが不可欠であると考え、2010 年度以前には 2 ヶ月合併号として発行したことが 5 回あった。編集部は、この原因が発行体制や作成手順にあると考え、改善を行ってきた。

a) 編集部全員での意見交換

ダム通信作成にあたっては、記事割案、発行スケジュール案及びダム通信案について、編集部メンバーが集まって意見交換を行う場として、2012年2月からデスク会議と編集長会議を、さらに2014年4月からは、記事割案を作成する場として記者会議を開催することとしている。

編集長会議等の導入前は、主担当記者がデスクと編集長に個別に確認を依頼し、その都度修正を行っていたため、修正意見の調整に時間と労力を要していたと考えられる。これらの会議において、編集部全員で修正意見等を出し合うことで、紙面のチェック体制等を強化することができ、より良い修正案を、その場で、編集部全員で決定することができるようになった。これにより、編集作業の迅速化につながった。

b) 明確なスケジュールで編集作業を効率化

ダム通信編集部においては、スケジュール管理が最も重要という認識のもと、2011年6月から毎月、ダム通信発行までのスケジュール表を作成し、編集長会議等の場で確認することとしている。

スケジュール表には記事の執筆期限、デスク会議と編集長会議の日程及び配布予定日等の情報を記載し、編集部全員で情報を共有している。このようにスケジュールを明確化することにより、いつまでに、誰が、何をしなければならないかが「見える化」されるため、編集作業の効率化につながっている。

これらの取り組みにより、毎月発行を継続することができ、2014年1月号で創刊100号を達成することができた。

5. 今後の課題

当建設所は、これまで、ダム通信という広報ツールを用いて「顔の見える広報」を行ってきたが、今後の課題は、読者からいただいた意見や要望にいかに対応し、的確に対応していくかにあると考えている。2012年度までは、意見等を伺った場合は、記者が個別に対応しており、編集部全員で情報共有していなかった。これでは、せっかくいただいた意見等をダム通信作成に活かしていたとは言いがたい。



写真-2 編集部全員で意見交換

そこで、2013年7月に、記者からの提案で意見等に的確に対応できるよう仕組み作りを行うこととした。読者の方から意見等を聞き取った場合は、編集部全員で情報共有し、対応策が必要であれば、全員で決定することとした。また、聞き取った内容や決定した対応策は、「ダム通信への意見等と対応方法」シートに記録していくこととした。この取り組みを開始して以降、手渡し配布の際にいただいた意見等を情報共有することができるようになった。今後も紙面デザインや内容等への意見を積極的に聞き取り、より魅力あるダム通信を作成したいと考えている。

6. 終わりに

ダム通信の作成には、当建設所の全職員が、記事の執筆、文章の査読、印刷・配布準備、配布など、何らかの形で関わっている。一部の担当者のみで作成するのではなく、事務所全員がダム通信による広報の重要性を認識した上で、編集部をサポートし、作成する体制を築いてきたことが当建設所の強みであり、今後も、ダム通信という広報ツールを用いて、情報をタイムリーに発信すること、顔の見える広報を継続し地域との交流をより深めることにより、地域の方に事業及び当建設所への理解を深めてもらえるよう努力していきたい。