

広報戦略ビワゴラスイッチの取り組みについて

堂坂 智子¹・今中 静太郎²

¹近畿地方整備局 琵琶湖河川事務所 調査課 (〒520-2279滋賀県大津市黒津4-5-1)

²近畿地方整備局 足羽川ダム工事事務所 (〒918-8239福井県福井市成和1-2111)

琵琶湖河川事務所では、ウォーターステーション琵琶の会と協働で「水辺の匠」と題する地域住民を対象としたイベントを毎年夏と冬に定期的に開催し、この機会を捉えて河川事業に対する広報活動を展開している。しかし、事業広報はイベント企画に対して魅力に欠け事業広報施設であるアクア琵琶への来館者は限られていた。そこで、来館を促すきっかけ作りと楽しみながら伝わる広報手法としてビワゴラスイッチとビワイチすごろくを開発した。その結果、アクア琵琶来館者が大幅に向上し、さらに学ぶ・知る行動が現れる成果を得た。この事業広報活動における新たな手法の取り組みを報告する。

キーワード 人を動かすコミュニケーション戦略、4つの要素（TPCM）

1. はじめに

琵琶湖河川事務所は、事業広報施設であるアクア琵琶一帯を会場にウォーターステーション琵琶の会と協働して「水辺の匠」と題するイベントを毎年夏と冬の年2回定期的に開催している。

アクア琵琶は、琵琶湖・淀川流域の治水事業、水利用等について映像、模型、パネルを用いて常設展示を行い、ボランティアスタッフの協力を得て2014年度より通年開館し年間約3万人の来館者を迎えている。

ウォーターステーション琵琶の会は、琵琶湖や滋賀県内の川などで、さまざまな水環境活動に取り組む団体で構成され、ウォーターステーション琵琶を活動拠点とし様々な活動を行っている。

2016年夏のイベント開催時、アクア琵琶独自企画として生命・財産に直結する瀬田川洗堰が果たす役割を伝えることを目的とした「瀬田川洗堰 55周年記念講演」を開催した。家族連れを中心とする来館者はいつの間にか退出され、市民の皆さんに瀬田川洗堰の役割を広く知って頂くことの難しさを痛感した。

イベント来場者は2日間で延べ約2,500名と多くの方を迎えたが、アクア琵琶来館者数は約1,600名とイベント来場者数の3分の2に留まった。

琵琶の会の企画は、生き物に触れたり、鮎を塩焼きにして食べたり、また多彩なモノづくり等体験型であるのに対し、アクア琵琶は、模型やパネルが中心の展示型である。治水事業などをテーマとした講演も日常生活では

身近な話題ではなく、子供達には理解しづらく、多くの家族連れを取り込むことが困難であった。また、講演という情報伝達手法、さらにテーマも抽象的で人を引きつける要素が全く見出せないものであった。

夏と冬のイベント来場者数はアクア琵琶年間来場者数の1割を超える。イベント開催時にアクア琵琶の展示に触れてもらうと共に普段でもアクア琵琶に行ってみようと思う行動のきっかけ作りが強く望まれた。

2. 改善に向けた取組

(1) 人を動かすコミュニケーション戦略

公共事業の必要性について多くの人々に伝え、理解や協力を求める広報活動は情報の一方通行であり、必ずしも行政と市民とのコミュニケーションという部分で十分な効果を上げているとは言えない。

更にそれ以前の問題として情報に接する機会にも恵まれていない人が多数存在するのも事実である。

行政と市民の双方向の関係、対話や協働を築くためには、先ず情報に触れる機会を作り、発信する場に人を引き寄せ、その場に立ち止まり情報に接し、興味を抱き行動する仕組み作りが望まれる。

しかし、行政と市民とのコミュニケーションを図ることは一足飛びでは成立しない。段階的にどの様に発展すれば良いか、私達が目指すべき方向性を「人を動かすコミュニケーション戦略」として図-1に取りまとめた。



図-1 人を動かすコミュニケーション戦略

(2) 4つの要素 (TPCM)

人を動かすコミュニケーション戦略を実施するうえで、誰とどの様な方法でのコミュニケーションが有効なのか、イベント来場者と私達の認識がどの様に変われば良いのか、両者の間に生じているギャップを把握するために4つの要素 (Target相手, Perception認識, Contents伝える内容, Means方法・手段) について分析を行った。

a) Target (相手)

相手は、イベント目的で来場した家族連れ。

親子で興味を抱き学ぶチャンスと捉える。また、親子で取り組むことで相乗効果が期待でき、大人は事業の効果や必要性を認識し、子供は将来の担い手確保に繋がる。

b) Perception (認識)

瀬田川洗堰は通称南郷洗堰として親しまれ、地域のランドマークとして認識されているが、その役割についてはあまり理解されておらず、事務所へ琵琶湖水位管理について年間数十件に上る苦情が寄せられている。

また、あまり認識されていない、普段接することのない京都市内の中学校に出前講座に出向き、後日講義内容について71名の生徒よりレポートを頂いた。瀬田川洗堰が琵琶湖の水位管理を行っていることで流域の洪水を防いでいることを知り、興味を持ったとの感想が最も多く半数以上に上った。生命、財産に直結する瀬田川洗堰の役割は殆ど認識がなかったが、出前講座を通じて、生徒が関心を抱き、認識を変えることが出来た。

c) Contents (伝える内容)

- ・瀬田川洗堰の役割 (琵琶湖の水位管理)
- ・歴史的な治水、水利用に関わる取組
- ・琵琶湖を取り巻く水循環

d) Means (方法・手段)

家族連れの行動原理は子供の好奇心と大人の興味の度合いに左右される。情報が伝われば認識は変えられる。大人から子供まで事業を分かり易く伝え興味を抱き学

習出来る方法であること。

これまで情報に接せず、認識も無く、イベントにたまたま訪れた皆さんを引き寄せ、立ち止まってもらい、興味を抱かせる仕組み、伝える手段が新たに求められた。



写真-1 ビワゴラスイッチ

4つの要素を分析した結果誕生したのが『ビワゴラスイッチ』と『ビワイチすごろく』である。

2016年冬、水辺の匠クリスマスイベントにおいて披露した。

3. 製作上の課題と対応

(1) ビワゴラスイッチ

ビワゴラスイッチは、アクア琵琶館内の旧瀬田川洗堰模型と一体となってエントランスに飛び出す大掛かりなからくり仕掛けである。インパクトがあり家族連れをアクア琵琶に引き寄せ、からくり仕掛けの一連の動きの中で大人から子供まで分かり易く伝え、興味を抱き学習出来ることを目的とした。

そこで、ビワゴラスイッチで興味を抱かせ事業への関心のきっかけ作りとして、どの様なからくり仕掛けにすれば良いのか。

琵琶湖・淀川を幹として、河川管理者として伝える内容を大人から子供まで楽しく、分かり易く伝える工夫に挑んだ。



図-2 琵琶湖・淀川流域図

a) 琵琶湖

現在の琵琶湖は琵琶湖総合開発事業によって洪水調節や都市用水の開発を目的に整備が行われ、瀬田川洗堰で琵琶湖の水位管理が行われている。

古くは舟運を通じて東北・北陸地方と京大阪が結ばれ物資や文化を繋いでいた。最盛期の江戸時代には丸子船と呼ばれる琵琶湖独特の船舶が約 1,400 艘も活躍していた歴史がある。

琵琶湖は水を用いて表現するものとして旧瀬田川洗堰模型の水面を利用した。常時稼働している模型プールのポンプを演出時まで停止しておき、ポンプ起動により琵琶湖の水位を上昇させ、水面に流れが生じ舟を自由に動き回らせた。

ポンプの起動、停止のタイミングがからくり仕掛けの演出を左右するためスタッフが連絡を密にした。

b) 瀬田川

瀬田川は、明治時代以降の本格的な河道の掘削により流下能力が飛躍的に向上した。その違いを表現するため狭い昔の瀬田川と広い現在の瀬田川を木製河道を並べて比較した。

子供達の目線では木製河道を流れる水量の違いは確認できない。そこで水の流れる量の違いを分かり易くするため、木製河道を流下した水を連結する三連のペットボトルに流し込み、その中に置いたボールが浮上するスピードの違いで視覚的に捉えられるよう工夫した。

瀬田川からの放流は琵琶湖水位を上昇させなければならない。スタッフが降雨に見立てジョウロから雨を降らすと同時に洗堰模型のポンプを起動させて水位を上昇させ、さらに演出としてシャボン玉を用いて降雨の視覚効果を高めることとした。



写真2 瀬田川・瀬田川洗堰

c) 瀬田川洗堰

瀬田川洗堰はゲート操作により琵琶湖の水位管理を行っている。ゲートが開きボールをスタートさせるため三連のペットボトルに貯留された水の位置エネルギーを用いて、水をコップに流し込み吊り下げられたゲートが開く仕掛けとした。この方式の採用によりスタート地点の高さを確保することが可能となり、ビワガラススイッチ全体を大きく表現することが可能となった。

ゲートにセットされたボールが動き出さないことが度重なり、ボールの変更やセットする位置の勾配を改良し対応した。

d) 天ヶ瀬ダム

天ヶ瀬ダムは洪水調節、水力発電、水道用水の供給を目的とする多目的ダムである。街に電力が供給され市民生活を支えていることを表現するため、電車が走り出し、街に明かりを灯す仕掛けを盛り込むことにした。

電車は動き出すまでスイッチを入れた状態で止めておき、仕掛けで走り出して次に繋げる。そのため微妙な調整が求められ何度も改良を重ねた。特にドミノは床がタイルで滑りやすく倒れにくいためタイルにテープを貼り付け抵抗を与えた。

牛乳パックで造られた家屋に電球を灯すには、ボールがスイッチを作動させ、通過後も通電状態を継続させなければならない。既製品のスイッチでは抵抗が大きすぎてボールが止まる。抵抗が少なくボール通過後も通電するように木製の川底をくり抜いて磁石をセットし、針金と磁石で作られた手製のスイッチの絶妙な間隔を追求した。



写真3 天ヶ瀬ダム

水道水は広く街に行き渡るようにビー玉が転がり出る表現としたが、ビー玉のセットの仕方により仕掛けが作動しないことが繰り返され、絶妙のバランスを導き出すのに大変苦労した。



写真4 電車からドミノへの連続

e) 三川合流

琵琶湖から始まった水の旅は木津川、桂川が合流して淀川と名前を変えて大阪湾に注ぐ。三川合流地点で木津川や桂川の仕掛けの起動タイミングが重なると違いを見

落とす。そのため異なった仕掛けを採用し時間差を作った。



写真5 三川合流部

f) 淀川

川幅の広い河道を製作し背景に大阪の街並みや、淀川大堰を設け、河床勾配を緩くしてゆっくり通過するようにした。当初、広い河道内でボールが蛇行する仕組みを盛り込んだが、ボールの勢いが落ちて次の仕掛けに繋がらず断念を余儀なくされた。



写真6 淀川と街並の表現

(2) ビワイチすごろく

ビワイチすごろくは、琵琶湖周辺での治水事業や先人の遺業をチェックポイントとして、チェックポイントに進むと進行役が内容を紹介し理解を深めるゲームである。

アクア琵琶エントランスホールの地形図を用いてすごろく版を展開し、子供達が駒となってゲームに挑む。

進行にあたっては、子供達のゲーム版上での錯綜による衝突や転倒が想定されることから、プレートの固定、プレイヤーと観覧者の離隔の確保、スタッフの配置等により安全性を確保した。



写真7 ビワイチすごろく

4. 実施状況

(1) ビワゴラスイッチ

ビワゴラスイッチの演出は約2分。しかし、セッティングの関係から公演は2回とした。その間は展示して来館者に期待を膨らませる効果を狙った。

仕掛けは所詮仕掛け、私達が勝手に河道や堰やダムに見立てているのに過ぎず、各施設に名称版を貼付け、ナレーションで解説を行った。ナレーションは仕掛けの展開速度が早く、原稿は何度も変更を余儀なくされ解説のタイミングにも苦労した。

反響が大きくアンコールに応じて3回目も実施した。



写真8 ビワゴラスイッチ実施中

(2) ビワイチすごろく

ゲームに夢中になると折角の情報が記憶に残らない。そこでチェックポイント毎にカードを作成し、解説を会場内に響かせながら配布した。

参加希望者が予想を遙かに上回りスタッフは大慌てで対応を図った。



写真9 ビワイチすごろく実施中

5. 気付いた点・改善点と成果

ビワゴラスイッチのスタート時間が迫り館内にアナウンスが流れると、アクア琵琶に引き寄せられた沢山の皆さんの視線はビワゴラスイッチに注がれた。



写真-10 ビワゴラスイッチセッティング中



写真-11 常設展示見学状況

ポンプが稼働し、ナレーションに耳を傾け、視線は仕掛けの展開を追い続けた。やがてナレーターが終わりを告げた瞬間、拍手が館外にも響き渡った。

落ち着きを取り戻すと仕掛けを示しながら親子で会話される姿も見られ、家族連れは館内へと足を運ばれた。

ビワイチすごろくは、ゲームが終わると貰ったカード枚数を競いあったり、カードの内容から貴重さを自慢しあっている光景も見られた。また、スタッフにも質問が寄せられ子供達の好奇心に興味を抱かすことが出来た。

市民の皆さんがどんな認識を持っているのか、その認識がどう変わればよいのか、そのためには何をどのように伝えるのかをTPCM4つ要素を用いて分析し、私達が目指した人を動かすコミュニケーション戦略は、今回の広報企画により成果が得られた。

(1) 足を向ける(引き寄せる)

イベント来場者に占めるアクア琵琶来館者数の割合の変化を見ると、夏のイベント時は65%程度であったものが冬のイベントにおいては86%程度と21ポイント向上し、アクア琵琶に引き寄せたことが確認できた。

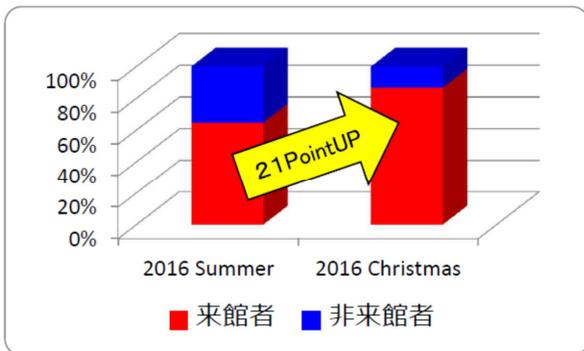


図-3 アクア琵琶来館者の推移

(2) 情報に接し行動へ

引き寄せられた皆さんが、情報に接し、興味を抱き常設展示へ誘われ、ビワゴラスイッチで紹介した今昔の瀬田川の流下能力の違いを模型で学習されていた。

ビワゴラスイッチ演出後にアクア琵琶館内へ情報を求めて行動された皆さんが予想を上回り、工作教室では作業スペースの拡張が必要となりスタッフが走り回った。



写真-12 工作スペースを急遽拡張中

企画数20を超える冬のイベント企画全体を対象としたアンケート結果では、ビワゴラスイッチが最も印象に残ったとの結果を得た。

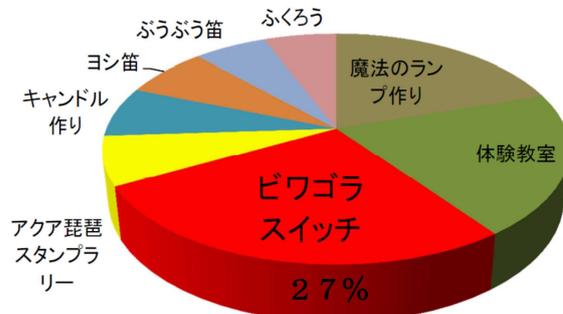


図-4 イベントで印象に残ったもの

6. 更なる展望と発展

ビワゴラスイッチ、ビワイチすごろくはイベント開催時にアクア琵琶の展示に接してもらった効果は現れたが、イベント時のみの盛り上がりで終わることなく普段でもアクア琵琶に行きたい。もっと詳しく知りたいとのきっかけ作りを展開する必要がある。また、この取組を通じて地域振興に繋げて行きたい。

(1) 教育, 育成, 担い手確保

以下の取組を通じて, 親子で会話が交わされ, 治水事業に興味を抱き, アクア琵琶で学習した子供達が将来の担い手として夢見るきっかけになればと期待している。

a) ビワゴラスイッチの常設

ビワゴラスイッチに触れて楽しんでもらっている。小さな子供達は飽きることなくボールを追いかけ, 見守る家族はイベント時の動画に興味を示している。

b) YouTube で公開

感動のビワゴラスイッチの記録映像, 先人の治水事業の取組を盛り込んだビワイチすごろく映像を作成し, 事務所 HP の BiwakoChannel で公開している。

c) ビワイチすごろく版の展開

すごろく版, 駒, サイコロ, 解説版がセットで, 持ち帰ってもらって家族団らんの中で楽しく情報を触れてもらうことを目的として, 小学校への出前講座, 地元の市民マラソン大会等を利用し, 地域の歴史と先人の偉業を知る資料として配布し好評を得ている。



写真-13 ビワイチすごろく版

(2) 地域振興

堰カレー, 堰ぜんざいを開発し, アクア琵琶にインパクトのあるポスターを掲示し来館者の視線を引き付けている。また, 瀬田川洗堰とカレーやぜんざいの関わりについて説明を盛り込んだカードを配布し, 情報発信を行っている。



写真-14 堰カレー

今後, イベント時に地域の商工会と連携し提供出来るように商工会との意見交換会で売り込むとともに地元の飲食店でメニューに取り上げてもらえるよう働き掛けを行っている。

7. まとめ

ビワゴラスイッチ, ビワイチすごろくは, 人を動かすコミュニケーション戦略として有効であった。

ターゲットのことを意識し, 伝える情報を整理し, 印象的手段を用いて伝えた。

今回の取組の過程において, ターゲットと私達の間に生じているギャップを把握するために用いた4つの要素(TPCM)の分析は有効であった。

今回構築した人を動かすコミュニケーション戦略は, イベントを対象としたものであるが, 他の事業広報にも活用が可能であると考えられる。

情報発信は, テクニックの問題ではなく, 私達の少しの意識改革から大きく変えられることを学んだ。

8. 最後に

ビワゴラスイッチは智慧を絞り, 製作・設置・演出と苦労の連続であった。しかし, 冷えたタイルに座り込み, 体も心も冷え切った中で微妙な調整を行った。



写真-15 ビワゴラスイッチ設置中

不安を抱え迎えた本番, 誰もが息を潜める空間に仕掛けが奏でる調べが過ぎ去った瞬間, アクア琵琶館内に拍手が響き渡り思わず目頭が熱くなった。

誰もがやったことが無い事業広報に挑み, 多くの職員の惜しまない協力で結果を得ることができイベント企画にも勝る成果も得ることができた。

私達は, 今回の取り組みを通じ, 未来を担う子供達の笑顔を求め, アクア琵琶に沢山の笑顔を頂くことができました。