

広報ワーキングチームによるSNSを用いた発信力の強化について ～森林が動く、情報が届く～

北海道森林管理局広報ワーキングチーム（網走西部森林管理署西紋別支署） 桑原紫苑

取組の背景・目的

地球温暖化や頻発する自然災害に関し、国民の森林に対する多面的機能への期待は高まっています。

一方、国有林を管理する森林管理局・森林管理署の認知度は依然として低い状況にあります。主な情報発信ツールであるホームページのアクセス数は、近年横ばいであり、閲覧層も林業関係者などに限られており、認知度向上のため、森林の風景や私たちの業務紹介について広報物を作成しても、環境問題に関心を持つ一般市民や地域住民など、より広い層には十分届いていません。

このため、北海道森林管理局では、幅広い世代に向けて森林の魅力や森林管理局の取組を効果的に発信し、森林管理局の社会的認知度と情報発信力を向上させることを目的に、広報ワーキングチーム（広報WT）で検討を行い、積極的な情報発信手段としてSNSの運用を令和6年10月から開始しました。

取組の内容・成果

広報WTでは、どのようにすれば多くの人の目に留まるか、効果的な活用方策を検討しました。その際、使用するツールの特性や、組織が持つ国有林というフィールドの強みを活かす観点から、次の3つの検討課題を念頭に取り組みました。

1つ目は、幅広い世代に向け発信を行うため、各SNSの特性を分析し、若年層を主なターゲットとしたInstagram、中高年層を主なターゲットとしたFacebookを運用しました。

2つ目は、各世代が関心を寄せるコンテンツが何かを検討し、国有林の特徴を活かした発信を行いました。具体的には、若年層には「映え」を意識した風景、中高年層には昭和期の林業動画をはじめ、知的好奇心を刺激するコンテンツを発信し、更に全世代共通としては、局署イベント案内や広報誌の紹介などを発信しました。

3つ目は、毎日の継続的な投稿や林野庁本庁のアカウントから北海道森林管理局の投稿をシェアしてもらう等の工夫により、より多くの方の目に留まるための仕掛けを取り入れました。

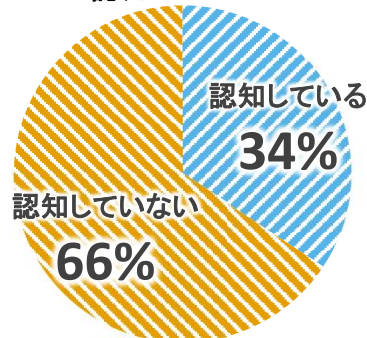
こうした取組の成果として、令和6年10月の運用開始後1年で、フォロワー数と総閲覧数はInstagramで1,180名、約38万回、Facebookで1,374名、約105万回となりました。毎月定期的に投稿するSNS内の広報誌の閲覧数も運用開始時と比較しInstagramで約3.5倍、Facebookで約4.5倍に増加しました。こうしたSNSの活用により、北海道森林管理局の活動や国有林の魅力を多くの方に届ける足掛かりができました。

今後の展開

今後は、SNSを通じた情報発信を更に充実させるため、コンテンツのアイデアを積極的に掘り起こします。そして、フォロワー数や閲覧数が伸びれば、局署等が取り組む重要な施策や活動について、より効果的に多くの方への発信が可能となります。また、若い世代への情報発信力を高め、森林や林業の魅力を伝えることで、林業の担い手不足の解消にもつながるような広報戦略を展開していきたいと考えています。

加えて、SNSにおける情報発信のノウハウを他の森林管理局へも情報共有することで、林野庁全体の発信力向上にも努めたいと考えています。

北海道森林管理局の認知について



（R6年度アウトドア系イベントアンケート結果より）

SNS内広報誌の閲覧数の推移

