

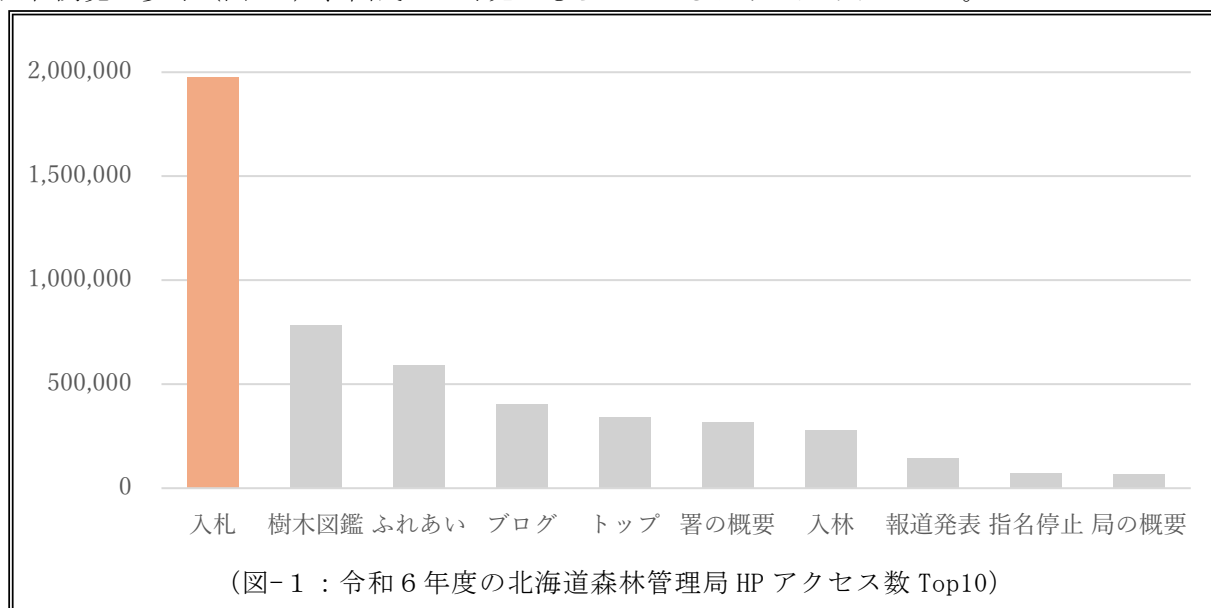
広報による相互利益実現のための戦略と取組

～職員有志による広報ワーキングチームの挑戦～

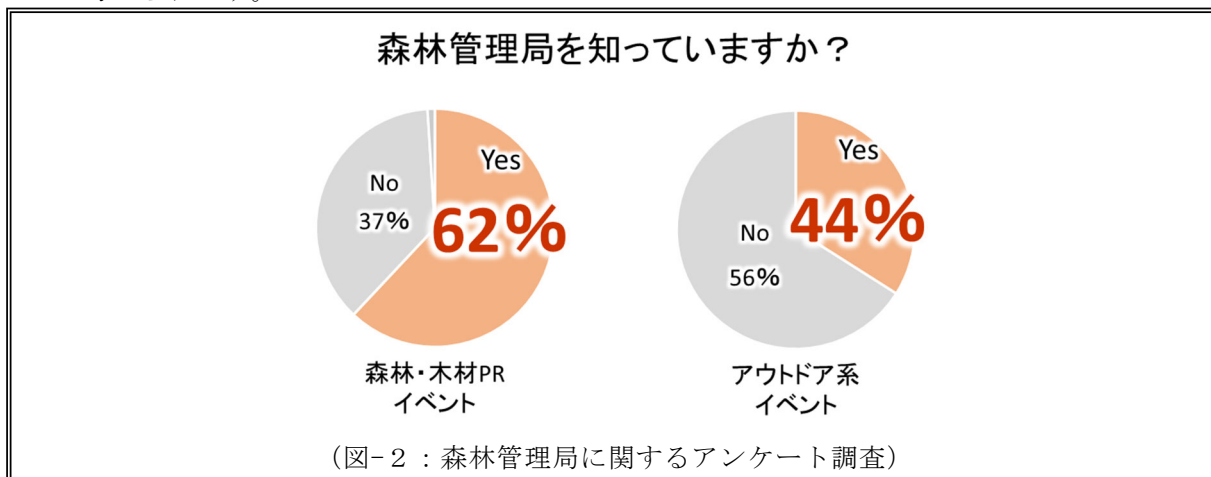
北海道森林管理局 網走南部森林管理署 渡邊大地

1 広報取組の背景

私たち森林管理署（局）の職員は、国民の財産である森林（国有林）を適切に管理していることを伝える義務があります。これについて日頃、HP や広報誌を通じて発信を行っていますが、HP は業界関係者の入札閲覧が多く（図-1）、国民に広く見てもらえていたわけではありません。



また令和6年に森林・木材のPRイベント、アウトドア系イベントにて知名度に関するアンケート調査を実施したところ、前者では62%と高かったものの、後者では44%でした（図-2）。イベントの性質上、参加者は比較的森林や自然環境に興味を持っていることを踏まえると、一般市民への知名度はさらに低いことが考えられます。



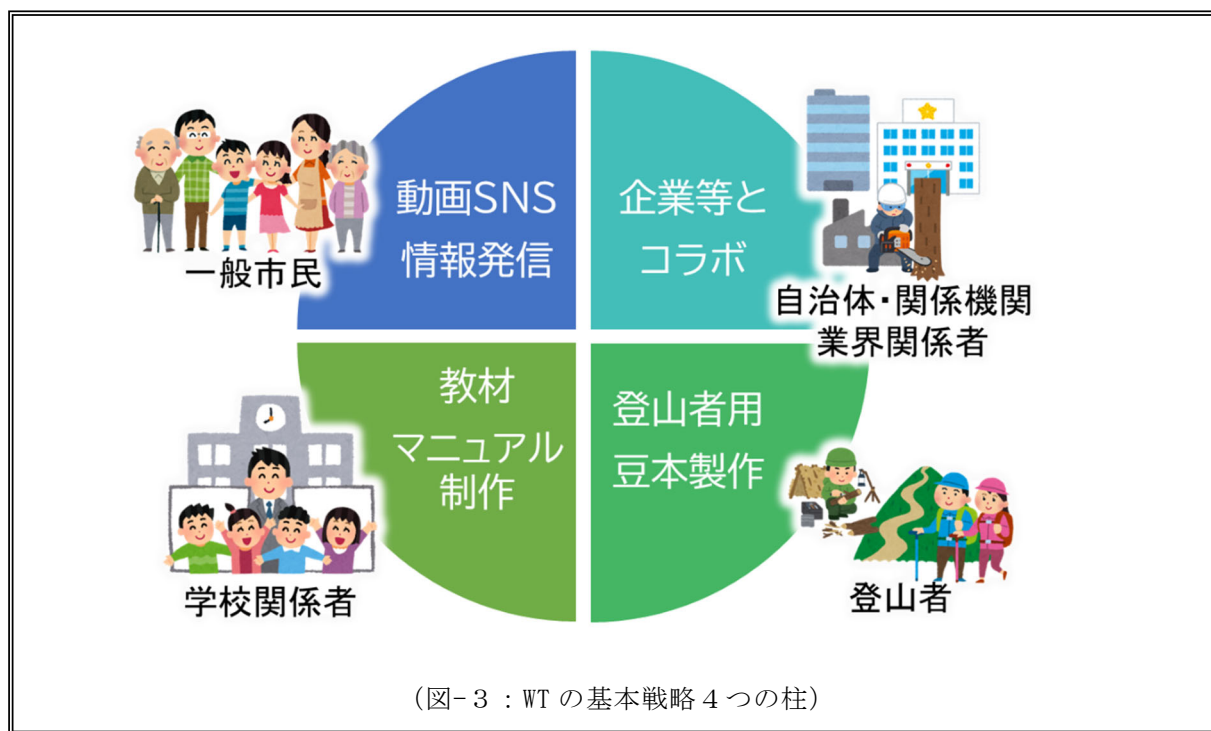
一般的に、広報活動は「発信者が伝えたい情報を受信者に一方的に伝える」とイメージされますが、実際には受信者からのフィードバック（意見や反響）があります。発信者と受信者の双方向で情報交換を繰り返すことで、互いの理解や協力が進み、両者にメリットをもたらします。つまり広報活動は「相互利益」が実現できる取組です。

この相互利益を実現するためには、国民に向けたただ発信するだけでは実現出来ず、効果的かつ戦略的に広報を行う必要があります。そこで北海道森林管理局では令和4年度より「広報ワーキングチーム」（以下：広報 WT）が設立されました。

2 広報 WT について

毎年全道各署から有志職員を募集し、令和7年度は12名の職員が参加しています。活動は既存の媒体を活かしつつ、職員の特技や発想を取り入れ、広報活動を活性化し、積極的な情報発信を行うことを目的としています。

令和4年度からの議論を経て、基本戦略となる4つの柱として、①一般市民、②自治体や関係機関・民間企業、③学校関係者、④登山者をメインターゲットに掲げ、それに応じた戦略を展開しています（図-3）。そのなかで登山者向けの取組では、登山前の準備や登山中のマナーPRを目的に「豆本」を作成しました。



3 豆本企画の概要

国有林における登山者は、森林の直接的なユーザーであり、森林への関心が高く、効果的な広報が実現できる対象です。以前より国有林では登山者に対して、登山マナーや注意喚起のパンフレットを配布していましたが、携帯性と耐久性に難がありました。パンフレット型の配布物では登山中や下山後に読まれる機会も乏しく、結果として、どこの機関の発行物か登山者に知られていない、という欠点がありました。

そこで携帯性や耐久性を改善するため、ポケットに入るキーホルダー型の「豆本」で作成し、内容も一新して、見て・読んで・楽しい、魅力的で話題性のある読み物を目指しました（図-4）。



（図-4：豆本の実物とサイズ感）

4 豆本の内容と展開

（1）内容

子供から大人まで分かりやすく、楽しめるようイラストを多用し、文章は簡潔に、題材は日本人に馴染みのある、鳥獣人物戯画（鳥獣戯画）で作成しています。鳥獣戯画は、本家絵巻物が墨で描かれているためモノクロでも違和感が無く、着色の手間がかかりません。また本家の多種多様なポージングは模写や様々なアクションに応用しやすいという利点もあります（図-5）。



（図-5：豆本の一部抜粋）

上記以外にも、北海道警察、山岳安全対策ネットワーク協議会、環境省とも連携し、共同ページやコラムを作成しました（図-6）。また完成後は関係機関の SNS とも連携して PR も実施しました。



（図-6：関係機関との共同制作ページほか）

（2）展開

令和6年度は豆本の本体を地域のイベント等で活用したところ、受け取った方々から好評でしたが、一部では小さく読み難い、といった声も寄せられました。そこで QR コードを利用した電子版への誘導や、大きいダイジェスト版を作成し、本体と併せて電子版の活用も図りました（図-7）。



（図-7：新たに作成した活用アイテム）

令和7年度は地域の山開きイベント、北海道警察と連携した山岳遭難防止PRを実施し、豆本を活用したPRを行いました（図-8）。また登山者へのWebフォームを活用したアンケートでは、322人中32名と回答率は低かったものの、分かりやすかった、という回答が9割を超えました（図-9）。

Webフォームには、「Webで登山届を出せるとは知らなかった」、「面白く読みやすかった」といった他に、「初心者向け過ぎないか」などの感想も寄せられました（表-1）。厳しい意見もありましたが夢中で読む登山者もあり、読んでもらえるアイテムとして確かな手応えがありました。

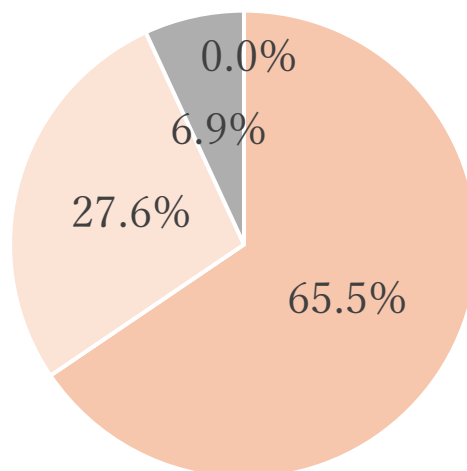
作成や活用にあたり、関係機関と連携することで、北海道森林管理局単体での取組と比べ登山者への訴求力は格段に増し、各機関にとってもPR手段の拡大へ繋がりました。小規模ではあるものの、組織間での相互利益が実現できる取組となりました。



（図-8：山開きイベントと山岳遭難防止PRの様子）

豆本の内容は
いかがでしたか？

- 非常に分かりやすい
- わかりやすかった
- 少し分かりにくかった
- わかりにくかった



（図-9：アンケート結果）

（表-1：寄せられた主な感想）

・ こどもでも楽しめる内容だった（40代）
・ 豆本はかわいいのだが、内容が分かりにくい（40代）
・ かわいくて分かりやすいが、字が小さい。しっかり読みたい（50代）
・ 仕方がないが、字が小さい（60代以上）

・小さいが、必要なことがわかりやすく書かれていて良かった。かわいい（40 代）
・登山者には当たり前のことしかのっていなかったが、初心者向けには良いと思う。 若者にはいいが、もう少し大きめの冊子が良い（50 代）
・漫画イラストがあるのが文字だけではなくて面白くて読みやすかった（30 代）
・大きさがちょうど良い（30 代）
・最後まで読める内容だった（50 代）
・環境省や林野庁の取り組みは勉強になった。（50 代）
・かわいいいし分かりやすい、登山届が Web で出せるとは知らなかった（50 代）
・コンパクトなので登山にも鞆につけて持っていけるところ、鳥獣戯画というチョイス、分かりやすい内容が気に入った（20 代）
・山の危険を回避する為の知識が分かった。熊には会いたくない（50 代）

5 総括と今後の展望

Web フォーム等を活用したフィードバックにより、豆本企画の評価や新たな課題発見にもつながりました。このことから、各戦略や情報発信の結果を分析することは重要であり、今後も各取組をブラッシュアップしていく必要があります。

広報 WT の運営にあたっては、取組を一過性で終わらせない仕組の確立とノウハウの蓄積が必要です。そして将来に向けて、外部だけでなく内部（職員）に向けても情報発信し、北海道森林管理局全体として広報活動に対する意識の醸成や活性化に取り組む必要があります。

より効果的かつ戦略的な広報、そして相互利益の実現に向け、北海道森林管理局では引き続き取組を行っていきます。