

地域に不可欠な遠野支署を目指して

～地域社会との確かな信頼関係の構築と存在感の向上～

岩手南部森林管理署遠野支署 ○森林官（附馬牛森林事務所）鈴木 研介
事務管理官 木村 研士

1 はじめに

昭和 28 年当時、遠野の国有林は地域とのつながりが大変強く、遠野八幡宮の大例祭と並ぶ地域の 2 大イベントとして営林署の大運動会が開催されていた。昭和 63 年の開庁 100 周年には、遠野市長をはじめ、地域・業界関係者等 100 名以上が出席し、記念行事が開催された。また、この時代の職員数は、定員内外で 196 名を数え、現在の非常勤・GSS も含めた 36 名と比較しても 5 倍以上の組織規模であった。

しかし、現在の森林管理署は、組織の統廃合などによる森林事務所や駐在職員数の減少、単身赴任者の増加などの要因から、地域との関係性が希薄化している。そのことにより「地域社会のカヤの外」に置かれ、国有林の管理経営に必要な地域情報が入らなくなることや、地域社会での発言や参画の機会を喪失することで、今後、国有林への理解・支持が得られなくなることが懸念される。そうならないためには、地域社会にしっかりと働きかけて、信頼関係を構築し、地域に不可欠な存在感のある遠野支署を目指して取り組む必要がある。

近年、当支署は早池峰山におけるシカ対策としての植生保護柵の設置や、関係機関・団体との連携・協力、NPO 等地域の団体との連携、学校等の教育支援、森林事務所の地域対応の強化等、多様な分野で地域との連携・協力に取り組んできた。こうした様々な取組を地域の方々に伝えるためには、管内の地域特性に応じた情報発信の強化が有効と考えた（図 1）。



図 1 遠野支署の様々な取組

2 取組内容および研究方法

(1) メディア（テレビ局、新聞社など）を通じた情報発信

平成 30 年度より、きめかい報道発表及び管理者による密接なメディアとのコミュニケーションの確保による情報発信の強化に取り組んだ。

なお、遠野市内は難視聴地域対策として市の第 3 セクターである遠野テレビによってケーブルテレビが整備されており、その世帯加入率は 86% と非常に高い。また、遠野テレビでは身近な話題を中心とした一般ニュースのほか、農林水産業に関する特集「アスト通信」なども放送しており、地域における主要な情報源となっていることから、特に、遠野テレビへの働きかけを強化して、ニュース映像の持込などを行った。

(2) 地域の方々への直接的な情報発信

一般市民への直接的な情報発信として、当支署の主催や関係機関との共催による講演会及び展示会を行っている。

ア 開庁 130 周年記念講演会

遠野文化研究センターでは、遠野物語に深く関与した佐々木喜善の功績を記念し、遠野や遠野物語に関する自由な作品を毎年募集しており、平成 30 年度には森林技術総合研修所の沖義裕氏の執筆論文である「遠野における森林の変遷」が佐々木喜善賞を受賞した。

平成 30 年度は当支署の開庁 130 周年であったことから、これを契機として、遠野文化研究センターに、沖氏を講師とした市民講座の共同開催を働きかけ、「国有林遠野開庁 130 周年記念講演会」を開催した。

イ 遠野の森林鉄道展

遠野テレビを通じた情報発信や開庁 130 周年記念講演会の反響を受けて、令和元年度に遠野市役所市民ホールを借りて、かつて遠野に存在した森林鉄道「附馬牛軌道」の記録写真や当時の空中写真から復元した路線図などを展示する「遠野の森林鉄道展」を開催した。

ウ 遠野発薪セミナー

令和 2 年に、遠野農林振興センター主催、遠野市及び当支署の共催により「遠野発薪セミナー」を開催。遠野市の木質バイオマスの利用状況、林地残材の有効活用の事例、薪の販売情報等について情報共有を図ったほか、講師を招いて、薪のある暮らし方について講演を行った。

(3) アンケート調査の実施

遠野の森林鉄道展に来場した市民を主な対象にアンケート調査を実施することで、組織再編による組織の認知度の変化や、メディア等を通じた情報発信の強化による認知度の向上の効果、地域から求められている遠野の国有林の情報等について分析を行った。

3 取組結果と考察

(1) メディアを通じた情報発信

平成 29 年まで当支署のニュースや記事の掲載回数は年に 1～2 本程度であったが、情報発信の強化に取り組んだ平成 30 年度以降、2 ヶ年度で放送された当支署のニュースは合計 23 本、一般紙の記事への掲載回数は 10 本と大幅に増加している(図 2)。情報提供の機会を増やし、一般の方にもわかりやすいように工夫を凝らしたことがメディアプレゼンス増加につながったと考えられる。

遠野テレビへのニュース提供では、プレスリリースにより「取材」をうけたものが 10 本と最も多く、「映像持込」によるものが 5 本であった。

遠野テレビのニュース「とおのタイム」は、再放送を含めると、平日は 7 回、土日各 3 回の計 13 回放送されるため、1 本のニュースによる広報効果が非常に高く、多くの市民が視聴することから当支署の認知度向上に大きく寄与している。また、採材現地検討会などの専門的な話題にも、ニュースとして需要があることが分かった。

放送日	タイトル
平成30年 5月21日	土淵児童クラブ森林学習
平成30年 6月11日	遠野市緑化祭「里山フェスタ2018」
平成30年10月24日	ニホンジカによる農林被害防止に向けて 小型囲いわなを引き渡し
平成30年12月12日	アスト通信 遠野の森林軌道跡を訪ねて
平成30年12月19日	国有林遠野開庁130周年講演会
平成31年 1月 9日	新年の抱負(2)(支署長インタビュー)
平成31年 3月20日	アスト通信 国有林野における記念分収造林について
平成31年 4月10日	ことしの緑化祭の日程決まる
平成31年 4月22日	防火パレード
令和元年 5月 8日	琴畑水源で植樹体験
令和元年 6月11日	遠野市緑化祭「里山フェスタ2019」
令和元年 7月12日	シカ被害防止ネット設置
令和元年 7月15日	採材現地検討会
令和元年 7月19日	不法投棄物クリーン活動
令和元年 8月 6日	田瀬ダム・森林探検隊
令和元年 9月23日	市内のNPO法人に感謝状
令和元年11月 4日	労働災害防止会議
令和元年12月 6日	きょうから開催遠野の森林鉄道展
令和元年12月10日	サテライトスタジオから(遠野の森林鉄道展)
令和元年12月13日	附馬牛小学校の児童冬の学校林で森の学習
令和2年 1月 8日	アスト通信 遠野発 薪セミナーのお知らせ
令和2年 1月23日	遠野発 薪セミナー
令和2年 2月19日	ファンタジーへ向けて～キャストに初挑戦～(鈴木研介インタビュー)

図 2 遠野テレビでの放送内容

また「取材」と「映像持込」ではそれぞれメリットとデメリットがある（表 1）。例えば、テレビ局による「取材」による場合は、ヘッドラインニュースとして扱われることが多く、映像や音声の質も高いが、取材班との日程が合わず、取材してもらえないこともある。一方、「映像持込」では、取材クルーが行けない奥地の国有林の映像を提供することが可能であり日程調整も不要であるが、映像や音声の質は不安定であり、ニュースの扱いも小さくなりがちなので、可能な限り取材してもらえるよう働きかけることが重要である。また、取材ニュースの一部に支署が撮影した画像が挿入される場合もあるので、日頃から動画記録を行うことが望ましい。

	メリット	デメリット
取 材	<ul style="list-style-type: none"> ・ヘッドラインニュースとして扱われることが多い ・映像、音声のクオリティが高い 	<ul style="list-style-type: none"> ・取材日程が合わず、取材してもらえないこともある
映像持込	<ul style="list-style-type: none"> ・取材日程の調整が不要 ・取材クルーが行けない奥地の国有林映像の提供が可能 	<ul style="list-style-type: none"> ・ヘッドラインニュースになりづらい ・映像、音声のクオリティが不安定

表 1 取材と持込映像の比較

メディアに取材してもらうために必要なのがプレスリリースの技術である。プレスリリースのポイントは、①明確・明快なタイトルにすること、②情報のポイントを整理して強調すること、③専門用語は極力避けて、使用するときは平易な説明をつけること、④遅くとも一週間前には周知することである。

地域をよく知り、信頼される取組を行った上で情報をきちんと発信することが重要である。プレスリリースをきめ細かく行い、分かりやすい説明を心がけることでメディアをはじめ、発信先との信頼関係の構築につながる。プレスリリースをする際は、情報の価値を明確に理解してから発信することが重要であるため、日常業務の質の向上や職員自身のスキルアップにも寄与するものとする。

(2) 地域の方々への直接的な情報発信

当支署の主催や共催により、「国有林遠野開庁 130 周年記念講演会」、「遠野の森林鉄道展」、「遠野発薪セミナー」などのイベントを開催した結果、地域の方々をはじめ多くの来場者を得ることができ、国有林の取組や森林資源の利活用について知っていただく機会となった。

「開庁 130 周年記念講演会」については、会場が満員(94 名の来場)になる盛況で来場者の満足度も 10 段階評価で 8.9 と高い評価を得た。〇〇周年イベントは毎年開

催できるものではないが、国有林を認識してもらえる機会となるので節目の年は活かしたい。そのために開庁年はしっかりと認識しておく必要がある。

「遠野の森林鉄道展」では、10日間で400人以上の来場があり、多くのメディアの取材も受け、注目度が高かった。これらのイベントを開催するにあたり、関係機関・団体や地域の方々との関係性が深まる一方で、地域の方々から次のイベントの要望など、国有林に期待する声を聞く機会となった。直接地域の方々につながるイベントを重ねていくことで、職員が知らない地域の情報や国有林のエピソードなどを知ることになり、地域との関係性がより深まっていくものと考えられる。

(3) アンケート調査の結果

- ・「営林署」の認知度はどの職業、年代でも非常に高い結果であったが、「森林管理署遠野支署」の認知度は、一般の方で約4割の方が知らないとの回答となった(有効回答156名)(図3)。
- ・「当支署はメディア等を通して情報発信をしていますか?」との問いに対し、遠野テレビの視聴頻度毎に回答を集計したところ、遠野テレビ等を通じた情報発信の強化により、約3割の方々はこちら1~2年以内で新たに当支署の取組を知ったことがわかった(有効回答136名)(図4)。

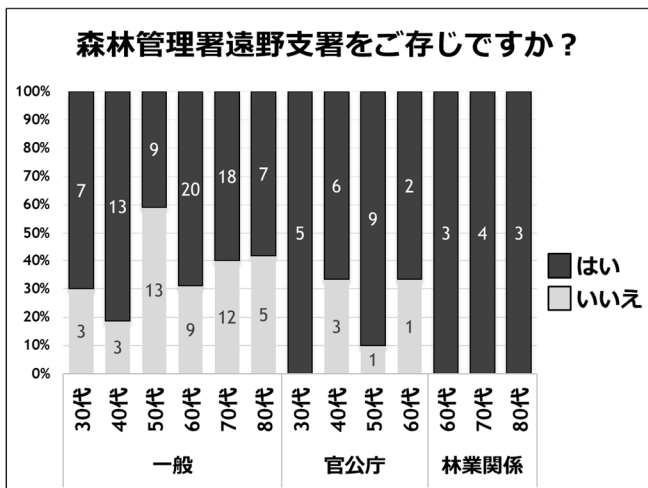


図3 職業・年代別認知度

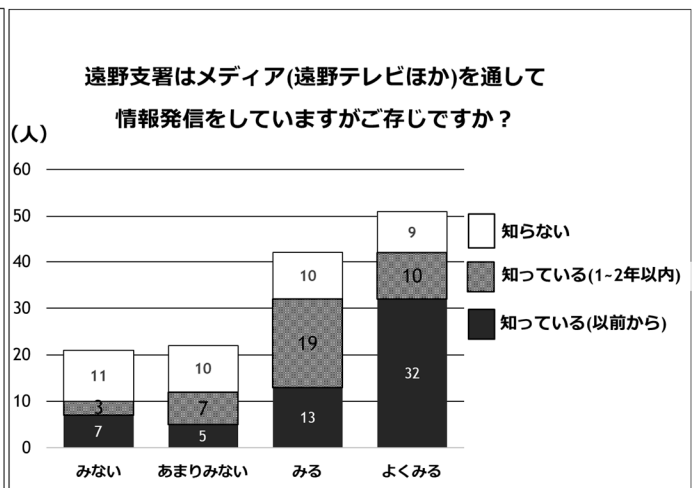


図4 視聴頻度ごとの認知度

・「遠野の国有林でもっと知りたい情報は?」との問いに対し、国有林の風景等見所をあげる回答が最も多く、ついで、シカ被害対策、歴史が多かった(図5)ことから、地域に根ざした情報に関心が高いことがわかり、それを踏まえた情報発信を行うことで、さらに国有林への関心が高まるのではないかと考える(有効回答151名)。

・アンケート調査に設けた自由記載欄に、回答者の半数の方々(88名/196名)から様々な声をいただくことができた。アンケート調査は、主に森林鉄道展で実施したこともあり、昔の営林署時代を懐かしむ思い出の記載が多く、これらの方々から直接お話を聞くこともできた。お話をしたほとんどの方が、国有林の存在を身近に感じており、当時の暮らしや国有林の歴史を知る貴重な機会となったので、その一例を紹介する。

「角隠しをしたお嫁さんが森林鉄道に乗って町へ送り出された（80代女性）」

「夏は水中貯木場で泳いだ（70代男性）」

「森林鉄道でお米を運んだが、廃線後 20km 以上の道のりを担いで運んだ（80代女性）」

「レールの一部がある場所を知っている（60代男性）」

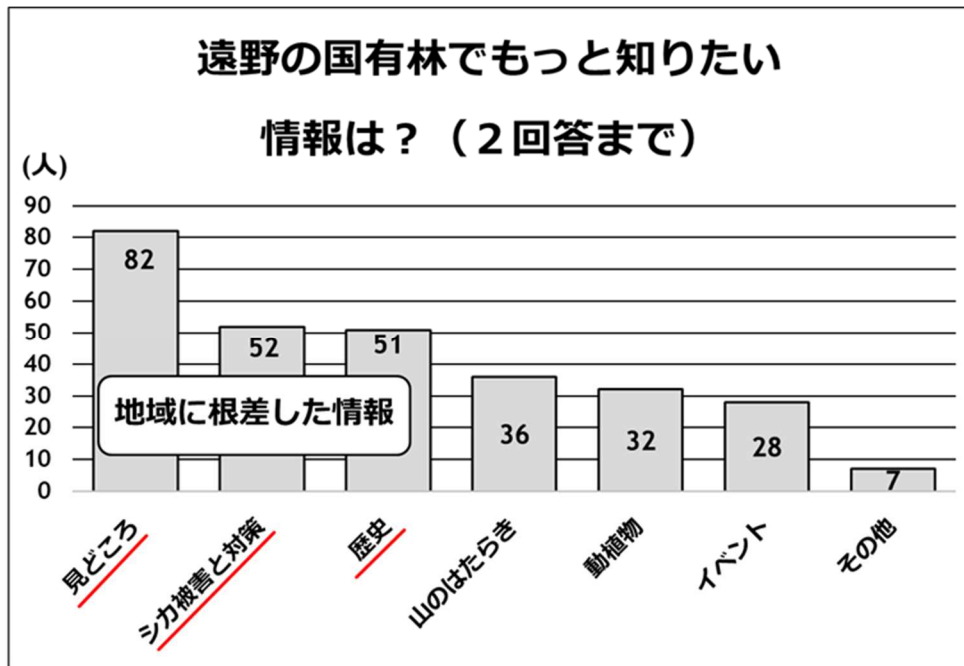


図 5 地域の方々の関心

まとめ

正しく情報発信をすれば、国有林の取組・業務・自然は地域で話題性のあるニュースになることがわかった。また、山での作業風景や地元の国有林への関心が高いことから、地域に根ざした情報発信を行うことで、さらに国有林への関心が高まるのではないかと考える。そのうえで、地域の特性を見極め、それぞれの地域に合った情報発信の手法を強化していくことはやはり大切である。

今後の課題として、以下のことがあげられる。

- ① 職員自身が管轄地域を十分に認識し、その魅力に気づくこと
- ② 取組と情報発信のマンネリ化を防止すること
- ③ 広報戦略を署員が共有し、広報ノウハウを身につけ、報道対応ルールを遵守・徹底していくこと

今後の目標は、地域社会にとって不可欠な当たり前な存在として、信頼される、相談される組織となることである。

地域に密着した運営が可能な当支署の強みを活かして取組を継続し、地域の誰もが知っていて、子供達が憧られる職場を目指したい。