

平成28年夏 利根川水系の渇水における 広報活動

平成29年3月

独立行政法人 水資源機構

記者発表と報道対応

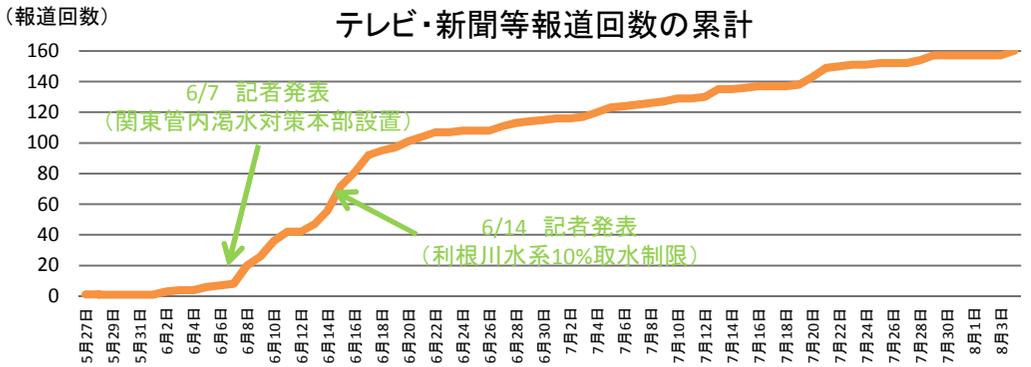
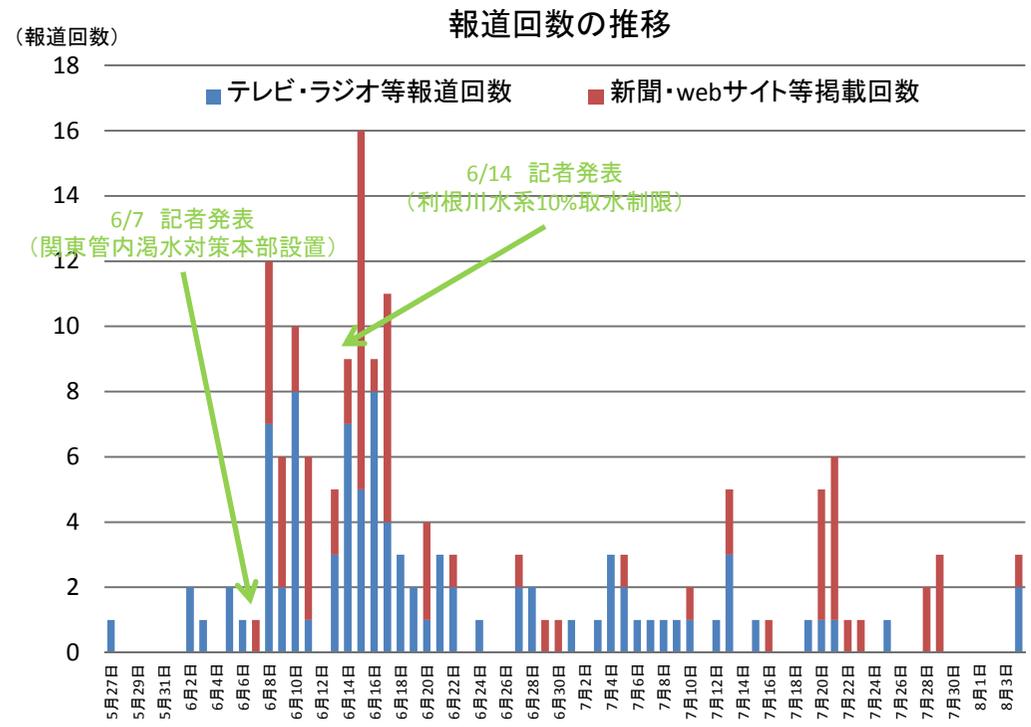
- 記者発表を21件実施し、渇水状況を説明するとともに節水を呼びかけた。
- 225件の取材対応を行い、98件の新聞報道や108件のテレビ放映等200件を超える報道に繋がった。



H28.6.14 記者発表資料



産経新聞 H28.6.15付朝刊
東京新聞 H28.6.15付朝刊
(共同通信配信)



報道関係者向けの施設見学会の開催

- 職員が企画を行い、濁水の原因や施設の役割等を正確にお伝えするため、報道関係者を対象とした施設見学会を3回開催した。
- 機構施設からの中継や、施設の役割を伝える報道に繋がった。



報道関係者対象の施設見学会見学会を実施
(6/16:群馬県報道機関、6/18:気象キャスター7/5:埼玉県報道機関)



読売新聞 H28.6.17付



朝日新聞 H28.6.17付 (A16-1811)

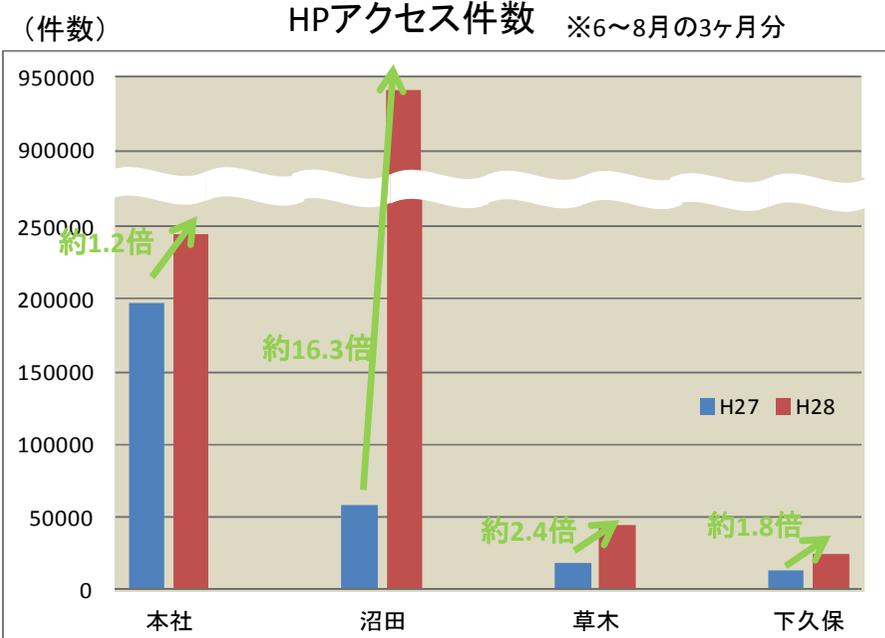
施設見学会参加者による新聞報道等が実施された

HPによるリアルタイム情報の発信

- HPによりダム貯水池の定点写真、貯水状況、ドローンを用いた空撮動画を日々発信した。
- HPアクセス件数は対前年度(H27年度)と比較して大幅にアップした。



「緊急のお知らせ」を活用した節水の呼びかけと情報提供
(各事務所)



マスコミからの写真や動画の提供依頼にもHPを活用

SNSによる情報発信

➤ SNSでも節水の呼びかけ、ダム湖の写真等の渇水状況の情報提供を実施し、沼田総管ではTwitter開設後、800名超のフォロワーを獲得し、本社のフォロワーも約300名増加。

○沼田総管(情報発信66回)



職員が撮影した湖面を泳ぐ熊の投稿が話題に
(約6,000リツイートを記録)

○下久保ダム(情報発信44回)



カクテルグラスを用いた貯水率の解説

○本社(情報発信27回)

Twitter・Facebookを活用し、
情報発信やHPへの誘導を実施

奈良俣ダムへのメッセージボード設置

- 奈良俣ダムの展望スポットとなっている管理所横の駐車場から見通せる箇所に大型のメッセージボードを設置した。
- メッセージボードは職員の手作りで製作するとともに、水位の低下具合がわかるよう平年の水位の高さに配置し、テレビでも紹介された。



平年の水位の高さに設置したメッセージボード



通常時は、メッセージボードのラインまでダム水位を保持



メッセージボードは職員の手作りで、
屋外でも使用可能なポリエステルクロスで作成

駅・商業施設などの協力をいただいたの情報発信

- 職員自らが企画・交渉を行い、駅・商業施設など、多くの人が行き交うスペースを確保し、積極的に
 渇水情報を発信した。



渇水対応広報戦略PTで広報戦略について話し合い(沼田総管)



水上駅長にポスター掲示について交渉中



上毛高原駅での掲示状況



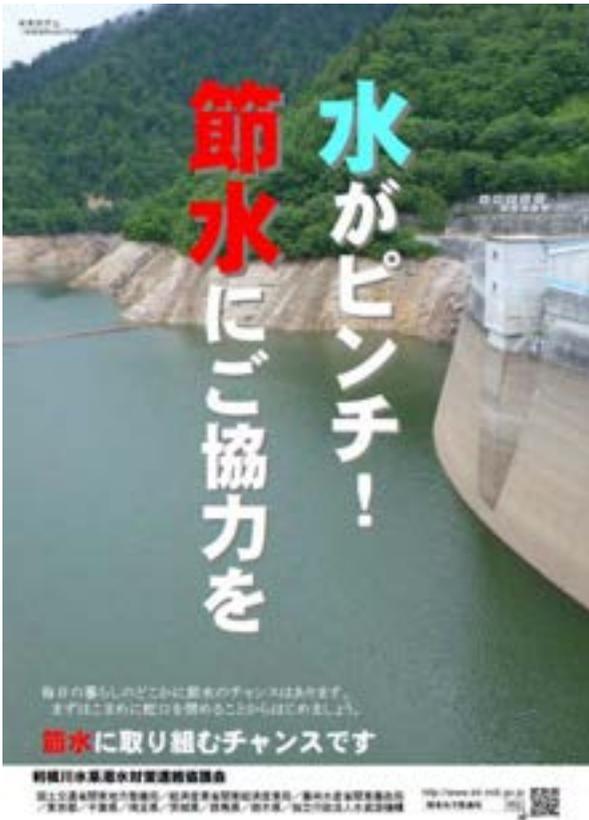
さいたま新都心の商業施設
「コクーンシティ」での掲示状況



さいたま新都心駅の電光掲示板で
51日間動画放映 6

ポスター・電光掲示板等による啓発活動

- 機構の事務所に加え、役場・駅・商業施設等に依頼し、ポスターを掲示した。
- ダム放流警報用の電光掲示板や「ダムカード」を活用し、節水の呼びかけを行った。
- 公用車へのステッカー貼付、事務所庁舎への横断幕設置等を行った。



掲示したポスター



電光掲示板の活用



15,000枚の節水ダムカード配付



公用車へのステッカー貼付、横断幕、のぼり旗による節水呼びかけ



現場における節水の取組
※全事務所の総数で整理

● 節水ポスター	
掲示箇所	69箇所
掲示枚数	179枚
● 節水PR用のぼり旗等	
のぼり旗	138枚
横断幕	15枚
垂れ幕	5枚
● 電光掲示板の活用	
箇所数	16箇所
期間	81日間

渇水広報の成果 (WEBアンケート調査結果より)

WEBアンケート調査概要

目的: 水資源機構等が実施した平成28年利根川水系渇水に関する広報活動の効果把握のため。

方法: 東京都および埼玉県に在住の10代以上の男女に対し、水資源機構がwebアンケート調査を実施。

調査期間: 平成29年2月16日(木)～2月21日(火)

回答者数: 1,000人

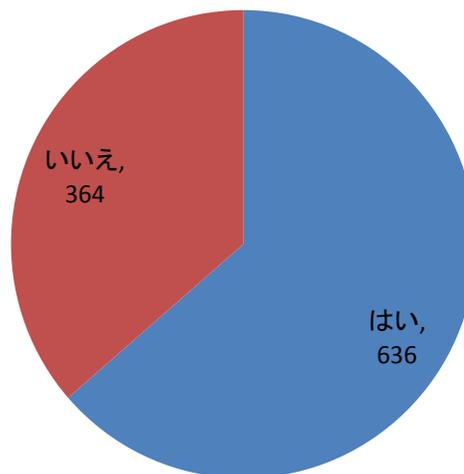
回答者の属性:

- 居住地別 東京都660人、埼玉県340人
- 男女別 男性500人、女性500人
- 年齢別 10代 20人(2%)、20代 30人(3%)
30代 270人(27%)、40代 270人(27%)
50代 250人(25%)、60代 140人(14%)
70代 20人(2%)

【WEBアンケート調査結果】

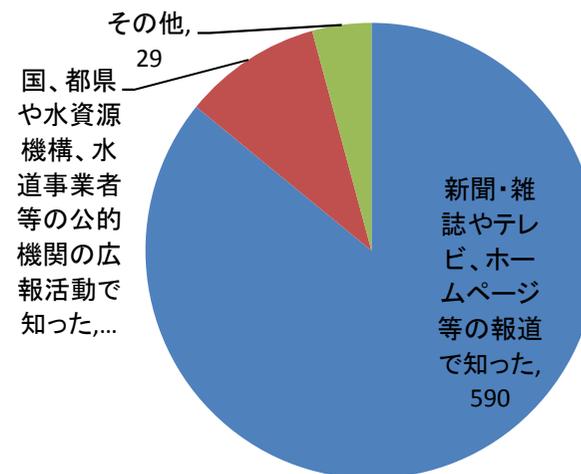
質問1

平成28年の夏に利根川が記録的な渇水(水不足)となっていたことを知っていますか？



質問2

1. で「はい」と答えた人にお伺いします。平成28年の夏に利根川で渇水(水不足)となっていることを、どのように知りましたか？(複数回答可)



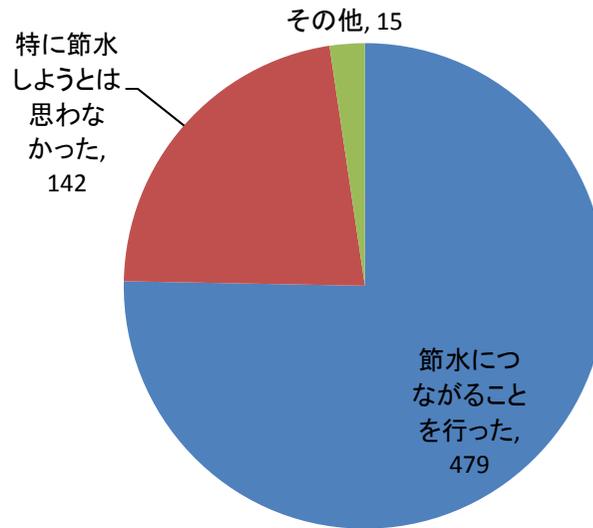
【結果】

渇水の認識があった方のうち、
86%が「新聞・テレビ等の報道」で、
10%が「公的機関の広報活動」で知ったと回答

渇水広報の成果 (WEBアンケート調査結果より)

質問3

1. で「はい」と答えた人にお伺いします。
節水につながることを行いましたか？



【結果】

渇水の認識があった方のうち、75%が「節水につながる対応を行った」と回答

【WEBアンケート調査結果による考察】

◆渇水であることを認知した人のうち、75%が節水につながることを行ったと回答
→渇水時に節水の呼びかけを行うことは有効。

◆新聞、テレビ等のマスコミの報道等で渇水等であることを知った人が、86%に達し、公的機関の広報活動で知った人が10%に達した。

→マスコミで報道していただくことが効果大であり、マスコミへの情報提供等は極めて重要。また、機構による広報活動も一定の効果有。