

YouTube を利用した農業農村整備広報の試み

A trial of public relations for agricultural village development using YouTube

○横川華枝¹ 小池洋²

YOKOKAWA Hanae KOIKE Hiroshi

1 はじめに

近年、水土里の活動や農業農村整備において水土里を守る人と組織のPRに力が入れられてきている。その背景には、農業用水、水利施設ならびに農村環境が適切に整備・管理されていることが当たり前になり、地域の人々の関心が低下し、理解を得ることが難しくなってきたことがある。そのため土地改良区でも安定的な農業用水の供給はもとより、用排水に係る地域の安心・安全を縁の下で支えてきた人々がどんな仕事をしているのかを地域の人々に伝えられるよう、彼らの目に触れる機会を増やすことが必要とされている。一方、若い世代ではTwitterやFacebookに代表されるSNSやYouTubeなどの動画配信ツールが日常的に使われている。そこで、本研究ではYouTubeを利用して農業農村整備を効果的に広報することを試みた。

2 広報活動の企画

(1) 対象とメッセージ

広報活動の企画にあたって、最初に広報の対象とする人と伝えたい内容を検討した。これまで行ってきた若年者向けの広報活動は地域のイベント参加や出前授業、就職説明会等、対面して行う広報が多くを占めていた。そこで、新たな広報においてはこのような機会を通して出会えていない若年層を対象とし、農業農村整備広報の肝である水土里を守る人と組織の存在をPRすることとした。

(2) 広報ツール

YouTube動画を広報ツールに選択したのは、スマートフォンの普及に伴い、若年層の間で動画がますます身近なものになっていること、また見ているだけでたくさんの情報が流れ込んでくる映像は、対面していなくても現場の雰囲気伝えるのに効果的であると考えたためである。

YouTubeではこれまでも農業農村整備関連の動画がいくつか掲載されている。

しかしながら、その多くが農業農村整備事業の記録用に作られた記録映画であり、上映時間が長くPRを意識した作りではないため、効果的な取り組みとは言い難い。そこで、今



図1 職員が出演する動画のワンシーン

表1 動画のコンセプト

1. 動画の特徴	①短い ②わかりやすい ③親しみやすい
2. 押さえるポイント	①水土里を守る人と組織にフォーカス ②女性技官が親しみやすく紹介 ③地域ならではの「らしさ」を取り上げる
3. ターゲットのイメージ	食や農に関心はあるが土地改良事業を全く知らない若い層に語りかけるイメージ
4. メッセージ	水土里を守る人と組織は、地域でこんな仕事をして、あなたの生活に役立っています。どうぞよろしくお願いします。

回制作する動画は短く、わかりやすく、視聴者へのメッセージを親しみやすく伝えることを意識した。

以上から決定した広報動画のコンセプトは表1のとおりである。

3 広報動画の制作

制作した動画は、事業全般について順を追って説明するスタイルの「3分でわかる！土地改良事業～新濃尾地区～」、農業用水に関する疑問に答えるスタイルの「いちばん知りたいことに答える土地改良の授業～新濃尾地区～」の2本である（図2）。

（1）撮影機材と編集ソフト

制作にあたっては他地区での再現性が高いよう、特別な機材やソフトを使わず、動画作りに不慣れでも制作できるように配慮した。撮影機材はホームビデオを用い、マイクは使わずなるべく大声で撮影した。ナレーションはスマートフォンで録音したものを取り込み、編集は無料のWindowsムービーメーカーを用いて行った。



3分でわかる！土地改良事業
～新濃尾地区～
<https://www.youtube.com/watch?v=tp0XjBFB1UU>



いちばん知りたいことに答える土地改良の授業～新濃尾地区～
<https://www.youtube.com/watch?v=IUjCciZ5H5g>

図2 動画の二次元バーコード

（2）出演者

人と組織のPRというコンセプトから、当事業所職員、管内土地改良区職員が出演し、実際に紹介する場所を訪れ、指さしながら整備・管理の様子をレポートした。

（3）撮影場所

水利施設と田んぼが一望できるような撮影にふさわしい場所の選定にあたっては、管内地域をよく知る土地改良区職員の力が活かされた。また、新濃尾農地防災事業の事業内容が明確にわかる場所の選定にあたっては、事業の成果をよく知る事業所職員の力が活かされた。

（4）制作中のレビュー

農業農村整備事業をよく知らない一般の方々にとってわかりやすい内容となっているかどうか、また親しみやすい内容となっているかどうかを確認するため、地域に住んでいる人々にシナリオや動画を見せてコメントをいただき、指摘のあった点について改善した。

4 広報の展開

動画による広報は制作がメインではなく、よりたくさんの人に見てもらうことがなにより重要である。まずは動画の存在を知らせるため、管内職員誌やSNSへの投稿、ポスター等による周知を進めているところである。さらに地域の人々の目に触れるよう、市町村の広報やマスコミ等にも積極的に働きかける必要がある。また、一回の取り組みで終わらずにテーマや動画の雰囲気を変え、さまざまな場面で利用できる広報動画のストックを作ることにも必要である。

5 おわりに

農業農村整備の動画による広報は始まったばかりであるが、地域に根ざした活動の特性を活かし、地域住民からの理解促進に向けて真摯に取り組んでいきたい。

¹東海農政局新濃尾農地防災事業所 Tokai Regional Agricultural Administration Shinnoubi Office ²宮田用水土地改良区 Miyata Irrigation Land Improvement
キーワード：農業農村整備事業、広報、動画