

地域を繋げる矢作ダムの広報

山田 康起

矢作ダム管理所 総務係（〒444-2841 愛知県豊田市閑羅瀬町東畑67番地）

近年のダム人気を受けて、矢作ダムにも多くの方々が訪れており、メディアに取り上げられる機会も増えてきている。しかし、矢作ダムの水源地域を目指して出かける人の割合は少なく、矢作ダムが行っている広報活動の効果が地域に還元できていないように感じる。

これまでの矢作ダムの広報活動とその成果を紹介するとともに、今後に向け地域活性化に繋がる有効な広報のあり方を検討する。

キーワード：ダム、広報、地域連携

1. 矢作ダムの概要

(1) 諸元と目的

矢作ダムは、岐阜県恵那市（右岸側）と愛知県豊田市（左岸側）に跨がる放物線アーチ式コンクリートダムである。昭和41年6月に建設工事を開始し、昭和46年3月に5年間の年月を経て完成した。

矢作ダムの目的は、洪水調節、農業用水・工業用水及び上水道水の供給、発電である。このうち洪水調節については、ダム地点で最大2,300m³/sの流入量を1,000m³/sカットし、1,300m³/sの放流行うものであり、このために、貯水位EL.292mからEL.298mまでの容量1,500万m³を使用する。

(2) 矢作ダム水源地域ビジョンとダムの重要な役割

矢作ダムでは、平成18年3月に「矢作ダム水源地域ビジョン」を策定している。

水源地域ビジョンとは、ダムを活かした水源地域の自立的・持続的な活性化と発展を図ることを目的として、水源地域の自治体や住民等がダム管理者と共同で策定主体となって策定する行動計画である。平成13年度から直轄ダム及び水資源機構のダムにおいて個々に作成されることになっている。

当ビジョンを推進するため、矢作水源フォレストランド協議会【矢作川の水源地の地元団体（長野県根羽村・平谷村、岐阜県恵那市〈上矢作町・串原〉、愛知県豊田市（旭・稲武）の行政機関や住民等）で構成】を設置し（図-1）、「地域の歴史文化と暮らしを大切にす水と緑の郷」をキャッチフレーズとしながら地域活性化に向けた様々な活動を行っている。矢作ダム管理所は当協議会の事務局を務め、関係機関との調整や活動の総括的な役割を担っている。

このように、矢作ダムには建設当初の目的に加え、地域活性化の核として水源地域に活用される施設として機能することという重要な役割が求められている（図-2）。



図-1 矢作ダムの水源地域

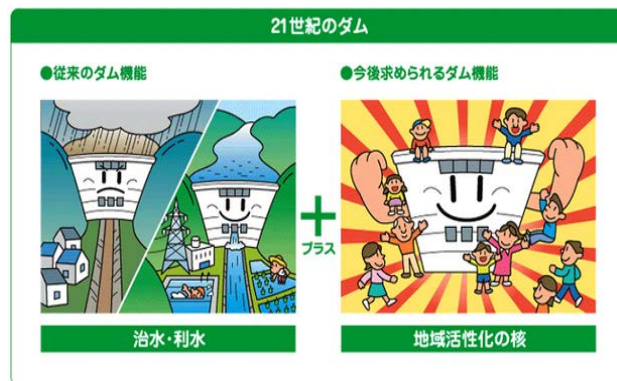


図-2 ダムの役割

2. 矢作ダムにおける広報活動

(1) 広報の重要性

広く国民にダムの働きや事業について知って頂くのはもちろん大切であるが、ダムが地域活性化の核としての役割を果たすためには、ダムが水源地域のPR拠点となり、ダムを訪れた人が水源地域へ足を運びたいくなるような場でなければならないと考える。

また、近年では、ダム等のインフラは観光資源であり学び場であるという意識が高まってきており、平成28年には国土交通省において、インフラを対象にしたツアーを紹介する「インフラツーリズム」のポータルサイトが開設されている。

このように、ダムを目的地とした観光ツアーが注目を集める中、ダム管理所が積極的に地域活性化に資するような広報を行うことで、地域の交流人口や観光客の増加に繋がる可能性があり、過疎化等の地域が抱える問題解決への一助となるのではないかと考える。

(2) 現在の広報活動と成果

矢作ダムが行っている主な広報活動について紹介する。

a) 日常的な広報

矢作ダムでは、平日はもちろん、休日においても30名程度以上の団体の場合にダム見学を受け付けている。見学のコースは、DVDで矢作ダムの概要・役割を学び、ゲート等を操作する機器が設置されている部屋を見学し、堤体の中に入って迫力あるゲートを近くで眺める、というのが基本となる。

業務効率化の観点から、矢作ダムではダム見学マニュアルを作成している。マニュアルにはポイント毎に見学者へ説明する内容が分かりやすく記載されており、職員等は、矢作ダムの成り立ちや機能、災害時にダムがどれだけ効果を発揮するかといった内容を見学者へ説明している。

また、各種団体や民間が実施するツアーによるダム見学も積極的に受け入れている。ツアーの趣旨や、ダムへ

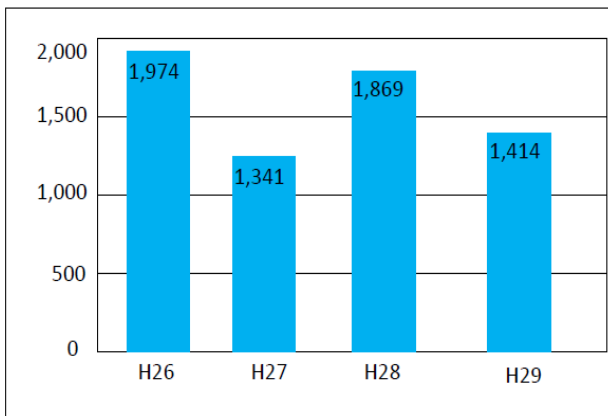


図-3 ダム見学者数の推移

の滞在時間、参加者の年齢層を聞き取り、見学コースや説明事項を事前に調整することで、見学者のニーズに合ったダム見学対応を行っている。

最近4年間の見学者数を見ると、年平均1,600人を超えている(図-3)。また見学だけでなく、ダムに立ち寄った人にはダムカードを配布しており、カードの配布枚数から、平成29年度には約7,000人が矢作ダムを訪れたと推測される。

b) 奥矢作森林フェスティバル

矢作水源フォレストランド協議会の主催により、ダム事業への理解と奥矢作湖及び矢作川流域間の交流、及び流域一体で環境・森林保全を共に考える催しとして、「奥矢作森林フェスティバル」を毎年開催している。

平成28年度までは、1つの会場にて地元の物産展や魚や昆虫と触れあうことのできるイベント等を行い、この会場と矢作ダムをシャトルバスで結ぶことで、ダム見学も楽しんでもらうという内容を基本としていた。しかし、開催後の協議会の場で、協議会メンバーからは、「ただ親子で楽しめるイベントになってしまっており、参加者に水源地域のことを知ってもらい興味を持ってもらえる企画になっているか疑問がある。」との意見があった。

そこで、平成29年度に、より水源地域について理解を深めてもらうことを目指して、各地域で行われる秋祭りの会場と矢作ダムをシャトルバスで結ぶことにより、地域と矢作ダムの両方の魅力を参加者に直接肌で感じてもらえるような形式で実施した(図-4)。お祭りの会場となったのは、恵那市上矢作町(地もの感謝祭)及び豊田市(じねんじょもみじまつり)の2地区である。さらに、お祭り会場では、開催地以外の地域を紹介するパネル等を展示するスペースを設け、参加者にPRを行った。参加者に行ったアンケートで、例年本フェスティバルに参加しているリピーターからは、「平成29年度の形式の方が地域の活気を感じることができ、楽しめた。」との声があった。



図-4 H29森林フェスティバルの様子

また、お祭りの会場となった地域の協議会メンバーからは、「悪天候にもかかわらず、ダム見学の参加者がイベントに参加したこともあり、イベントでの観光消費額が伸びた」と一定の成果を認める意見があった。

c) 各種メディアの活用

こうした継続的な広報活動の甲斐あってか、矢作ダムが雑誌やテレビに取り上げられる機会が増えてきている。各種メディアの取材を積極的に受け入れて、取材に対しては管理所全体で対応している。

例として、平成29年10月、女性ファッション雑誌「cheek」((株)流行発信)が矢作ダム見学取材した。日帰り旅のプランを紹介する記事で、豊田市周辺の紅葉スポットやカフェを巡るルートの子メインとして、矢作ダム見学が取り上げられた。普段ダムに親しんでいる層だけでなく、あまりダムに触れることの無い層にも効果的に発信ができたと考える。

また、平成29年11月には、代替放流に合わせて、関西の情報エンターテイメント番組「ちんぷいぷい」(毎日放送)が矢作ダム見学の様子を生中継した(図-5)。コンジットゲートからの圧巻の放流は反響を呼び、関西圏から多くの見学者が訪れた。

※代替放流とは、矢作第一発電所(中電)の発電機を停止して行う点検工事の際、下流への利水補給および河川維持放流量の確保のため、矢作ダムのコンジットゲートから代替して放流を実施すること。

3. 現在の広報における課題

前述のように、現在の広報活動は一定の成果を出していると考えられるが、一方で、地域とのつながりという点においてまだ改善すべき課題があるように思われる。

(1) 水源地域への還元が少ない

平成29年度に開催された「奥矢作森林フェスティバル」において、参加者に「本イベント以外で水源地域を訪れることは年何回あるか」というアンケートを行っていたが(図-6)、約半数の人は、本フェスティバル以外で一

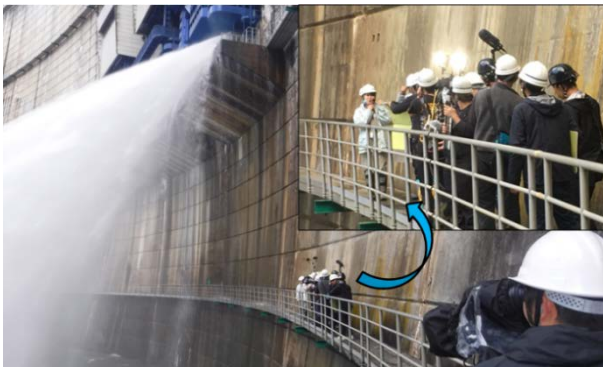


図-5 取材の様子

度も水源地域を訪れたことがないと回答している。2(2)b)で述べた通り、平成29年度開催の本フェスティバルでは一定の成果は得られたが、さらに参加者に水源地域をPR出来るような仕組みを作る必要がある。実際、本フェスティバル後の反省会で、協議会メンバーからは、「お祭り会場の地域以外の水源地域は、参画する事が難しく、疎外感が生じた。」、「現地に各地域のパネルやパンフレットを設置したが、(人手が足りず)説明スタッフを派遣できず、参加者に十分なPRを行えたかは不明確。」といった意見が出された。特に、水源地域の中でも長野県根羽村・平谷村は矢作ダムと地理的に最も離れていることもあり、これまで参画しづらい状況となっている。お祭り会場の2地区は強くPRできたが、水源地域全体で取り組むことができていなかったと考えられる。

また、通常のダム見学では、矢作ダムの役割や事業についての説明がメインとなっており、水源地域の魅力を説明する時間が設けられていない。管理所内には水源地域を紹介するパネルも少なく、見学中に各地域の魅力を十分にPRできていない。

多くの人々がダムを訪れるようになってきてはいるが、地域のリピーターを増やすには至っておらず、広報活動の成果を水源地域へ十分に還元できていないと言える。

(2) その場限りの広報になりがち

ダムを訪れる人々に、ダムの広報誌や水源地域の観光パンフレットを持ち帰って頂いているが、はたしてそのパンフレットは自宅などでどのように扱われているのだろうか。毎年フェスティバルに1,000人超がダムや水源地域を訪れるにもかかわらず、図-6の様な結果であることから、放置されたままで、再度手に取られることは少ないのではないかと推測される。

また、見学対応についても、特に子ども達にとってはダムの説明は大変難しく、大人目線で話をしているあまり興味を示してくれないように感じる。結果として、ダムに一度来て頂いたものの、十分に魅力を伝えることができず、インパクトを残すことができていないように思われる。

来場者が家に帰ってからも、矢作ダムのことが話題になるような取組を行う必要がある。

本日のイベント以外で水源地域(平谷、根羽、上矢作、串原、稲武、旭)を観光で訪れることは、年間で何回ありますか？

4回以上ある	37
3回ある	16
2回ある	26
1回ある	47
無し	118

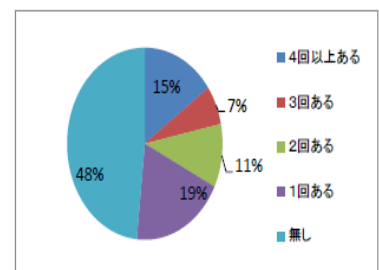


図-6 H29奥矢作森林フェスティバルアンケート

