

土木広報アクションプラン 最終報告書の公表について

公益財団法人 土木学会
土木広報アクションプラン小委員会 幹事
パシフィックコンサルタンツ株式会社
(事業統括本部業務推進部 兼 組織統制本部法務部)
佐藤 あいさ
SATO Aisa

はじめに

「土木って何?」「建設コンサルタントって、何をやっているの?」

皆さんは、このような質問を子どもたちや一般の人から受けたときに、わかりやすい言葉で、うまく説明できるでしょうか?

社会資本整備・維持管理にかかる費用は、国民からの税金、インフラ利用者からの料金によって賄われています。そのため、全ての土木界関係者は、国民・利用者・社会といったステークホルダーに対して説明責任を果たすことが求められています。このように、広範囲にわたるステークホルダーに対して土木のことを説明し、意見を聞くための広報を「土木広報」と呼んでいます。

土木学会では、2012年8月から、社会コミュニケーション委員会【委員長:野崎秀則(株)オリエンタルコンサルタンツ代表取締役社長】の下に土木広報アクションプラン小委員会【委員長:(一社)大石久和国土技術研究センター国土政策研究所長】を設置し、土木広報の戦略について検討を進めてきました。2013年3月6日に中間報告、8月2日に「土木広報アクションプラン最終報告書『伝える』から『伝わる』へ」(以下、報告書)を公表いたしましたので、ご紹介させていただきます。

「広報マインド」と「広報責任」

報告書では、一人ひとりが広報パーソンであるという意識を持ち、それぞれの立場にふさわしい広報活動を行なう、という意味の、「広報マインド」「広報責任」の重要性を強調しています。

広報戦略についてヒアリングを行った自衛隊では、隊員一人ひとりが広報担当であるという意識、すなわち「広報マインド」が徹底されていたのが印象的でした。また、宇宙航空研究開発機構(JAXA)では、自治体との共催によるタウンミーティングの開催など、「広報責任」を果たすための地道な活動を継続しています。

土木界の仕事は、長年縁の下の力持ち的な存在であり、また土木技術者も同様の傾向が強かったと言えます。まじめに取り組んでいれば、いつか社会は理解してくれるという意識が、土木界の「土木の役割・価値が一般社会と住民にきちんと伝わっていない」というジレンマを抱える、

今日の状況を作り出した要因の一つではないでしょうか。

土木学会前会長の小野武彦氏は、『土木学会誌』2013年4月号で、「もの言わぬ土木技術者、もの言う土木技術者」と題して、以下のように述べています。

「今の時代、私たちの果たしてきた役割に誇りを持ち、健全な建設産業を目指すために何を為すべきかと自問したとき、土木技術者の本当の姿を多くの人に理解していただくと共に、黙々と真摯に職務を全うしてくれている多くの皆さんに応えるために、まずは、もの言わぬ土木技術者から訣別し、もの言う土木技術者にならねばと思うのです。皆さんにも、ここぞという時には、もの言う土木技術者になっていただきたいと思います。」

私たちは、広報が決して「ついでの仕事」でも「プラスアルファの業務」でもなく、本業の一つであることを、強く意識する必要があります。

そして、私たちは、一方的に「伝える」のではなく、相手に「伝わる」ために、わかりやすい言葉で、わかりやすい説明をすることを心掛けるべきでしょう。

アクションプランの実施に向けて

小委員会では、「きれいな報告書をまとめるのが我々の役割ではない。実行に移さなければ意味がない。」という議論がされてきました。報告書では33のアクションプランを提案しており、そのうち以下の10のプランをファスト・スタート・プランとして位置づけ、優先的に取り組むことを提案しています。

- (1) 土木界関係者への広報研修の実施
- (2) 土木界内の広報に関する情報共有
- (3) 最高広報責任者の明示
- (4) マスメディアにおいて土木に関する誤解や思い込

土木広報アクションプラン 「伝える」から「伝わる」へ

【最終報告書】

2013(平成25)年7月31日

公益財団法人 土木学会
社会コミュニケーション委員会
土木広報アクションプラン小委員会

図1 最終報告書表紙

No.	プログラム	①効果 影響範 囲(広3 狭1)	②効果 (広報目 的の理解 度:深3 浅1)	③効果 (直接 間接 効果: 0)	④早急性 (生命危 険:3 軽微:1)	⑤実現可 能性(高3 低1)	優先 順位
1	土木界関係者への広報研修の実施	3	3	0	2	2	6
2	土木界内の情報に関する情報共有	3	2	0	2	3	6
3	最高広報責任者の明示	2	3	0	2	3	6
4	学生向けの特別授業やセミナー等	1	2	1	2	3	13
(5)	土木検定の実施	2	3	1	1	2	13
6	体験ツアー等の実施	3	3	1	2	3	1
7	マスメディアにおいて誤解や思い込みや、不正確な情報に基づく土木に関する発言があった場合、正確な情報を提供する	3	2	0	3	2	6
8	一般の女性や関心のある内視で土木を広報	2	1	1	1	2	28
9	ファミリーデー(社員の家族による会社訪問日)の開催	1	2	1	1	3	21
10	“Twitter”公式アカウントによる情報提供	2	1	1	1	3	21
11	災害時広報体制の確立	3	3	0	3	3	1
12	学校の図書館に所蔵できる土木図書の作成	2	3	1	2	2	6
13	教育指導者向けの学習会の開催や教材開発	2	3	0	2	3	6
14	学習指導要領に合致し、総合学習、遠足、修学旅行等に活用できる教育素材の提供・金庫づくり	2	3	0	2	2	13
15	土木技術者の職務として土木教育の開催	1	3	1	2	2	13
16	国語辞典における土木の意味と用例の提案・普及	3	2	1	3	2	3
17	観光と一体となった現場見学ツアーの実施	2	3	1	2	3	3
18	100万人の市民現場見学会の改題	2	3	1	2	3	3
19	土木に興味のある著名人を土木イベントに招待又は機関紙にコラムを執筆依頼	1	2	1	1	3	21
20	道の駅やSA/PA、駅での情報発信(フリースペースやイベント広場の活用)	2	2	1	1	2	21
21	年度学習で地域の土木を素材化	1	2	1	1	1	31
22	土木技術者の主権を情報に基づいてWikipediaに掲載	2	1	0	1	3	28
23	電車のつり広告の掲載	1	1	1	1	2	31
24	土木共通のシンボルマーク・シンボルロゴ・ゆるキャラの制定	3	2	1	2	2	6
25	工事に使った土木技術者の氏名を記した銘板の設置	1	1	1	1	3	28
26	記者との懇談会の実施	3	2	0	2	2	13
27	記事にされやすい情報発信	3	2	0	2	2	13
28	識者向けの情報発信	3	2	0	2	2	13
29	地方報道記者との懇談会	3	2	0	2	2	13
30	第三者による検証や検証可能な説明資料の提供	2	2	0	1	3	21
31	土木知識に関する対応窓口設置	1	2	1	2	2	21
32	TV情報番組の制作	3	2	1	1	1	21
33	番組制作会社へのはたらきかけ	3	1	0	1	1	31

図2 33アクションプラン

み、不正確な情報に基づく発言があった場合、正確な情報を提供する

(5) 災害時の広報体制の確立

(6) 学校の図書館に所蔵できる土木図書の作成

(7) 教育指導者向け学習会の開催や教材の開発

(8) 国語辞典における土木の意味と用例の提案・普及

(9) 観光と一体となった工事現場見学ツアーの企画

(10) 土木共通のシンボルマーク・シンボルロゴ・ゆるキャラの制定

土木広報の新たな取り組み

(1) 工事現場見学の盛り上がり

アクションプランのいくつかは、3月に中間報告を公表した後、既に地方整備局で動き始めています。例えば、中部地方整備局では、工事のヤマ場が見学できる現場を集めた「旬な現場」を四半期毎にとりまとめ、ホームページで案内しています。この取り組みは各種マスコミで取り上げられ、見学者が増加しています。

また、関東地方整備局と九州地方整備局は、旅行代理店と連携して、工事現場見学を観光コースに組み込んだツアーを企画しました。関東地方整備局による東京外かく環状道路の工事現場ツアーの40人の募集枠は、有料にもかかわらず、発売後4日で完売しました。

建設コンサルタンツ協会でも、50周年記念事業の一環として、毎小親子特派員ツアー「日本の土木を見に行こう」を開催しました。夏休みに親子10組を招待し、ツ

アーの中では、それぞれ専門の技術者が、実際の施設を前に、「橋梁」「ダム」「河川」について、子どもたちに伝えるように、わかりやすい説明を行うことを心掛けました。後日、子どもたちから寄せられた感想文では、「知らないことばかりでびっくりした」「日本の土木は、山が多い日本の地形をうまく生かして、私たちの生活を便利にしていると感じた」等、インフラの重要性を意識してもらえた記載もありました。

(2) 「ドボジョ」が話題に

土木系の仕事や学問に携わっている「土木系女子」のことを、略して「ドボジョ」と呼んでいます。報告書では、「ドボジョ!」という少女漫画が関係者の間で話題になり、「ドボジョ」がマスコミに取り上げられた事例も紹介しています。

2013年3月、社会コミュニケーション委員会が、トークショー「土木a la mode」を開催しました。「ドボジョ!が少女漫画に」をテーマに、漫画雑誌の編集者をゲストに迎えてのトークショーの様子は、建設系専門紙で報道され、日経流通新聞でもトークショーと現場で働く女性土木技術者の記事が掲載されました。それを契機に、工事現場で活躍する女性土木技術者が、朝の情報テレビ番組やFMラジオ、夜のニュース番組、一般全国紙にも取り上げられました。

切り口を変えてアピールすることで、予算をかけなくてもマスコミ側から積極的に報道してくれた好事例といえます。

おわりに

私たちは、「建設コンサルタント」の存在・役割・価値を「わかりやすい言葉で、わかりやすく説明する」ことを心掛けて、総力戦で広報活動を行なっていく必要があります。報告書は、以下の土木学会ホームページからダウンロード可能です。報告書が今後の土木広報の取り組みの参考になれば幸いです。

<http://committees.jsce.or.jp/publicity01/node/29>

建設コンサルタンツ協会設立 50 周年記念

豊かな自然に囲まれた群馬・上野村へ

毎小親子
特派員ツアー

「日本の土木を見に行こう」

親子10組
ご招待

キミも特派員になろう!

土木施設はみなさんの生活を守り、便利にしているだけでなく、魅力的な観光スポットでもあります。日本人の知恵と技術を結集して作られた土木施設。実際に見てみると、意外な発見がたくさんあります。毎日小学生新聞と日刊建設工業新聞は、土木設計のプロ、建コン協と一緒に世界最大級の掘水式発電所、上野ダム(群馬県)の見学ツアーを開催し、親子10組を抽選でご招待します。毎小記者が同行し、後日、親子特派員の写真や感想を紙面で紹介します。

開催日

2013年8月23日(金) (日帰り)

募集人員

親子(小3~小6) ペア10組

申込締切

7月31日(水) 17:00

費用

自宅から毎日新聞社までの往復交通費(集合・行程 (予定))

8:00 毎日新聞社集合(地下鉄東西線竹園駅)

8:30 出発 間越道 本庄荒玉IC 経由

11:00 上野村~上野スカイブリッジ

12:00 やまびこ石(昼食)

13:00 上野村商店の体験館から東京電力神流川発電所見学

15:30 上野村ふれあい館

16:00 上野村出発

19:00 毎日新聞社到着 解散

世界最大級の掘水式発電所がある
神流川発電所

天空回廊
上野スカイブリッジ

発電所の
タービン

▼お申し込み・お問い合わせは

H P <http://www.maitabi.jp> 電話 03-3213-4760

平日 10:00~17:00 「日本の土木を見に行こう」係

●主催: 毎日小学生新聞・日刊建設工業新聞 ●特別協力: 一般社団法人建設コンサルタンツ協会 ●実行協力: 毎日企画サービス 観光庁建設旅行事業 1288号

図3 毎日小学生新聞募集記事

066 Civil Engineering Consultant VOL.262 January 2014

Civil Engineering Consultant VOL.262 January 2014 067