広報のあり方に関する調査研究報告書

鋼構造委員会の広報のあり方調査研究小委員会

2024 年 2 月 2 日

鋼構造委員会

鋼構造委員会の広報あり方調査研究小委員会

委員名簿

委員長	小西　拓洋	（株）アイ・エス・エス （元　東京都市大学）
幹事長	秋元　礼子	国士舘大学
委員	青木 千里	東日本旅客鉄道株式会社
委員	川村　真季	（株）長大
委員	佐々木　栄一	東京工業大学
委員	関　文夫	日本大学
委員	髙木　千太郎	（一財）首都高速道路技術センター
委員	平原　由三枝	（公財）ＪＫＡ （元　NHK エンタープライズ）
オブザーバ	片山　英資	（株）特殊高所技術
オブザーバ	椛木　洋子	（株）エイト日本技術開発
連絡幹事	池田　学	（公財）鉄道総合技術研究所

目次

第 1 章　土木広報の役割 6
1.1　土木の広報とは何か 7
1.2　土木の広報は届いているのだろうか 8
1.3　土木広報の目的設定 9
1.4　めざす土木広報のあり方 10
第 2 章　土木広報に対する現状認識 12
2.1　土木広報の現状認識 13
2.1.1　土木学会広報の目的 13
2.1.2　広報による共感の醸成 14
2.1.3　目的設定の問題点 15
2.2　広報手法の具体例とその効果 16
2.2.1　土木学会における広報活動の事例 16
2.2.2　土木広報大賞の分析 21
2.3　土木学会における広報活動の問題点 27
第 3 章　土木広報戦略事例 28
3.1　土木広報のあるべき方向性 29
3.1.1　パブリシティからＰＲへ 29
3.1.2　土木（インフラ）の重要性に対する認識を深める戦略 29
3.1.3　土木への共感の醸成 30
3.1.4　次代の担い手への魅力アピール 32
3.1.5　心をつかむコンテンツの採用 33
3.1.6　社会課題への取り組みとそのタイムリーな周知 34
3.2　ツールの選択 36
3.3　信頼関係の構築 39
3.4　プロデューサーの育成 39
第 4 章　情報発信系の広報活動における 情報の選択 40
4.1　キーワード： 42
4.2　情報とは 44
4.3　情報を必要とする人，提供を望む人 44
4.4　情報を受け取る人 45
4.5　情報を必要とする機会 46
4.6　情報を提供する人，組織 47
4.7　情報提供する内容，質及び量 48
4.8　情報提供の機会 49

4.9　情報提供の手段 49
4.10　情報提供の満足度 50
4.11　情報提供のリピート率 52
第5章　広報手法 54
5.1　はじめに 55
5.2　広報の手法に関する考え方 55
5.2.1　情報伝達モデル 55
5.2.2　共感の醸成 56
5.2.3　広報の効果とその評価 57
5.3　広報手法に関する調査 57
5.3.1　土木広報大賞の部門に見る広報の手法 57
5.3.2　広報の手法　（小委員会内での議論） 58
5.3.3　広報の手法（学生・社会人アンケート結果） 60
5.3.4　広報イベントの実施事例（女子中高生の夏の学校） 61
5.4　広報の手法に関するフィードバック 61
第6章　次代の担い手に向けた広報戦略 63
6.1　今後の広報戦略 64
6.1.1　ターゲットへの直接的広報戦略 64
6.1.2　土木の何を伝えるか 67
6.2　次世代を担う人材確保のための広報戦略 71
6.2.1　大学でのオープンキャンパス等のイベント 71
6.2.2　新たな高校生へ向けたイベント 76
第7章　今後の課題と展望 85
7.1　土木広報の役割に関する展望 86
7.2　情報の選択に関する課題と展望 86
7.3　広報手法に関する課題と展望 87
第8章　付録 88
付録１　研究討論会「土木に対する若者の意識」報告 89
付録２　研究討論会『鋼構造分野の魅力，将来展開，可能性について話題提供』... 91
付録３　景観・デザイン研究講演集 No.18 December 2022 94
付録４　女子中高生の夏の学校 100
付録５　広報企画案 106
付録６　オウモン Magazinn（抜粋） 131
付録７　土木の広報（学会誌 2020.3 久保宜之氏著） 137
付録８　委員会議事録 138

はじめに

本小委員会は土木の広報のあり方を調べる目的で 2020 年 9 月に設立されました．委員は，土木の学識者，専門家に加え，コミュニケーション分野での情報共有の経験者を募り，土木広報の問題点，あるべき姿について議論を繰り返してきました．土木広報の大きな問題点は，例えば研究論文を映画館で配布するように，伝えるべき相手（ターゲット）が定まっておらずその結果として戦略が欠如しているものが多いという点です．

土木業界が抱える大きな問題として「若者の土木離れ」があります．土木工学科に入り土木の道に入る若者は年々減少し土木を支える人材の不足が懸念されています．大学では土木工学科の名称を変えないと学生が集まらない状況です．構造物を設計し街を創り出す Civil Engineering の魅力は，なぜ日本の若者には通じないのでしょうか．土木に対する社会認識については土木学会の設立時期，会長の八十島先生が「なぜ建築技術者は建築家と呼ばれているのに土木技術者は土木屋としか呼ばれないのだろうか」との苦言が議事録に残されています． 土木は店先で個々の技術を売る「技術屋」ではなく，一門の技術を統括する「土木家」と呼ばれるべきとの思いがあったのではないでしょうか．一方，戦前，戦後の土木は国家の管理下にあり，情報発信が許されない社会情勢にあったことは事実ですが，土木に対する当時の社会的通念はいまだ残っているのでしょうか．

土木広報の目的を会員間の情報交換手段と捉えている人も多いと思いますが，これは大きな間違いです．広報とは「情報公開を通じた公共あるいは社会とのよい関係づくり」です．外部との双方向コミュニケーションによる良い関係づくりが広報の神髄と考えられます．発信側である「土木屋（とみられている人）」は，受け手である土木をよく知らない人々に業績を伝えるだけでなく，「人々の暮らしを支える技術」として共感してもらうためにはどうすればいいのかを考えなくてはなりません．そのためには，まず伝える相手を決めること，次に相手のほしい情報を選択すること，そして相手に伝わる手法，手段を選ぶこと＝広報戦略として整理してみました．

本報告の構成を説明します．まず 1 章では「土木広報の役割」を説明します．土木広報の役割は，土木を知らない人と土木の楽しさを共有することであり，どうすればそれができるのかを解説しています．2 章は「現状認識」で，土木学会，鋼構造委員会などが行っている広報の現状と課題を把握し変えるべき点を示している．ポイントは，「ターゲットを決め，作戦的，継続的に情報共有を図る」ことと考えます．3 章では土木広報の戦略的取り組みの事例を示しています．広報戦略は相手により変化すべきものであり，いくつかの事例を枠書きで示し，その成功のポイントを説明しています．4 章は「情報の選択」です．情報共有において不要な情報を捨て，伝えたい情報のみを共有することが重要となります．相手にとって価値がある情報を如何にして選択するかを示しました．5 章「広報手法」では情報共有の具体的な手法を示し，2 章で示した広報事例の理論的位置づけを示しています．近年のネット社会化を受け広報の手法も大きく変化しています．従来は受け手が気づいて読んでくれ

れば成功と捉えられていましたが，相手が興味を持ち自ら調べるために行動をしてもらえないだろうか．受け手が共感をもち，逆に情報発信者となることで，情報がさらに拡散していく．このような情報拡散型の広報も出現しています．そこでは伝達を促進するアンバサダー，ネットでいうインフルエンサーのような役割も重要となっています．さらに6章では，土木広報の重要なターゲットといえる「若者との共感形成」を目ざした広報事例をまとめています．7章には鋼構造委員会の広報のあり方について1章から6章の内容をまとめ提言としています．本報告では主として若年層を中心とした土木未経験者との間で土木の面白さを共有するための広報のありかたとして提言とさせていただきました．

全体を通して，忘れてならないのは，広報の基本は「ターゲット，選択，手法」ではなく「中身の面白さ」で，中身に対して相手が「共感する」ことが重要です．このためには相手が「土木の物語」を自分に関わる問題であると感じ，参加者であると感じさせるようなストーリー的な説明が効果的と考えられます．例えば橋の建設報告ひとつとっても，〇〇橋完成，図-1参照，ではなく，なぜこれまで橋がなかったのが今できたのか，橋ができてAさんの生活がどう変わるのか，など人の暮らしとのかかわりを伝える事，人情沙汰をいれることで，共感が生まれることもあるかもしれません．そのような広報による共感創成のテクニックについては3章のなかで強調されています．また5章でふれていますが，「8つの広報力」の中では，例えば外部へのアピールのみでなく，情報創造力（自分たちの魅力を内部で共有，消化してストーリー性を持たせ発信していく力），広報組織力，関係構築力（相手とのよい関係を作る力）などが新しい能力として求められています．組織的な情報分析，広報の評価．フィードバックにも着目すべきです．

最後に付録では，学会で実施した外部でのイベント型広報企画の実施例と相手からのフィードバックを載せました．付録1は土木学会研究討論会「土木の若者の意識」報告，付録2は「土木の魅力，将来展開，可能性について」の討論会の概要，付録3は論文「土木学会の広報イベントの現状分析と高校生を対象としたイベントの方向性」，付録4は女子中高生の夏の学校の企画紹介とフィードバックを掲載した．また付録5には本委員会委員内で作成した「よい関係を築く」広報企画書を掲載しました，

以上の報告が土木未経験者と土木の面白さを共有する新しい土木広報の参考となればと考え，ここにまとめさせて頂きます．