

第2章 土木広報に対する現状認識

2.1 土木広報の現状認識

本小委員会の活動目的である「鋼構造委員会の広報あり方」を考える上で、鋼構造の枠を超えた土木分野全体を視野に入れて土木広報のあり方を調査研究することが不可欠である。ここでは、今後のあり方を考えるうえで、これまでの土木学会を中心とした土木広報の状況とその問題点に関する現状認識について述べる。

2.1.1 土木学会広報の目的

第1章で述べた通り、広報活動には、明示されていない場合もあるが相応の目的が存在する。土木学会における広報活動は、前提として土木学会の活動目的を念頭においてなされていると考えられるが、「土木学会定款」によれば、学会は「土木工学の進歩および土木事業の発達ならびに土木技術者の資質向上を図り、もって学術文化の進展と社会の発展に寄与する」ことを目的としている。また、「自然に対する畏敬の念を持ち、美しく豊かな国土と持続可能な社会づくりに貢献する」ことをスローガンとして掲げ、①学術・技術の進歩への貢献、②社会への直接的貢献、③会員の交流と啓発、の三つを活動の柱として、さまざまな活動を展開している。（土木学会ホームページ「土木学会パンフレット」より）

これらでは直接的には広報の必要性にふれていないが、現状における土木学会の広報には、以下のような目的が設定されているとみることができる。

① 情報交流のための広報

シンポジウム開催や書籍出版、学会誌への告知掲載など、多くの広報的な行事は会員を前提としている。これらの活動はそもそも会員外への広報を想定していない。

② 土木技術の認知度向上

先進的であったり大規模であったりするもののみでなく、日常生活において意識されないものも含め、土木技術は身の回りに多く用いられている。このような技術の存在とそのすばらしさを多くの人に知ってもらい土木業界への社会の理解を深めることが、現状では広報活動の最大の目的となっている。

③ パブリケーション（説明責任をはたすための広報）

土木に関する技術や知見は、交通網や上下水道整備、エネルギー供給、都市計画など生活を向上させるための社会資本整備や、防災減災への施策などの行政による公共事業に不可欠なものである。これらの多くは、税によって賄われるものであり、その必要性について施策者には納税者への説明責任がある。土木学会では、社会への貢献として共に説明責任を果たすべきであるとの考えから、広報活動が行われている側面がある。

現状における土木広報の目的に加え、第1章で述べたように土木業界において土木広報が果たすべき最も重要かつ喫緊の課題は、「将来の担い手の確保」であり、これを目的とし

て意識した上での広報戦略が必要である。

④ 将来の担い手の確保（加えるべき目的）

少子高齢化，さらには働き方の多様化に伴い，業界全体の担い手が激減していくことが予想される．そのような中で近い将来の担い手を確保するため，若年層に職業としての建設系進路を選択肢として認識してもらうことは喫緊の課題であり，そのための広報活動が必要である．

2.1.2 広報による共感の醸成

どのようなターゲットに対しても，相手の共感を得ることは広報の効果を高める大きな要因となる．特に「将来の担い手確保」を目的とするとき，元から土木に関する情報や興味を有するターゲットへの広報以上に，当事者である若年層（中高生，大学生）および，彼らに大きな影響力をもつその家族や学校教員の共感を引き出すことがより重要である．

そのためには，一方的な情報提供ではなく，相互の共感を醸成することに重点を置いた広報戦略が求められる．

将来の担い手確保を広報の第一目的として考えたとき，現状での土木学会および土木業界での広報活動がどのような状況にあるか，いくつかの資料がある．詳細は 2.2 および第 5 章において記述するが，これらにおける問題点は，概ね以下のようにまとめられる．

<土木学会における広報活動の傾向>

- ・企画自体の数は多いが，目的や対象者などがはっきりしたものは少ない．対象者は学会員であり，学術情報，設計，施工などの技術情報．学術情報の公開を目的としたものが大部分を占める．
- ・一方通行的な情報発信が多く，SNS や YouTube などの利用も増えているが，ターゲットが特定されない全方向射撃的発信が多い．それぞれの特色やターゲットが見えづらい．
- ・対象者としては，小学生を含むファミリー層やシニア層を意識した企画はあるが，直接中高生をターゲットにしたものはほとんどない．この結果，中高生に対するアンケートによれば，土木工学という言葉は知っていても，何をする学問なのかあまり知られていない．

広報する側である土木学会が，対象者として中高生を意識していないこと，さらに，中高生側も，土木工学という身近な分野の存在を知りながらも，その担い手となるべく進学先としては，あまり認知されていない，つまり，相互の共感の醸成がなされていないことが分かる．

2.1.3 目的設定の問題点

現在展開されている土木学会における様々な広報活動では、それぞれに様々な工夫がなされ、多くの人の目にとまり、イベントに多数の参加者を集めている。しかしながら、必ずしも目的が明確化されておらず十分な広報戦略に基づいていないことが多い。そのため発信者側にとってやりやすい方法を選択しがちとなり、結果的に「土木のすばらしさを伝える」ことの比重が大きくなる傾向にある。これによって、広報が一方的な情報発信と捉えられた場合には、かえって興味を持ちにくい分野であるという印象を与えてしまうことが懸念される。

このような目的設定の現状を整理すると、以下のような問題点に帰着する。

① 広報の目的を認識していない

1章で示した様に、広報とは「社会との双方向コミュニケーションを確立するための手段」である。一方的な情報拡散は広報とはいえない。これまでの広報活動においては、広報の目的を「土木のすばらしさを伝える」ことに重点をおかれてきた、しかし、発信側の思う素晴らしさを不特定の相手に投じるのではなく、それを伝えられた相手の共感を得ることが広報の目的と考える必要がある。

② 広報すべき相手が見えていない（ターゲット選定）

広報の目的を意識していないために伝えるべき相手が見えていない。その結果、発信者（土木学会および土木技術者）の立場が最優先され、発信者にとって都合の良い方法や内容が選択される傾向にある。専門的な情報交換のためには発信者の意図を正確に伝えることが最優先されるべきである場合もあるが、広報の相手が業界関係者以外の場合、広報の効果が期待できない。

③ 広報したい相手が欲しい情報が見えていない（情報の選定）

広報すべき相手を特定し、伝えるべき内容（メッセージ）を明確にして発信しても、受け手側にとって有用な情報でなければ、広報の目的を達成することはできない。受け手の立場から、誰がどのような情報を知りたがっているのかを知った上で実際に発信する情報やその手段を考える必要がある。

現状での土木業界・土木学会において、最も重要な広報の目的は何かをまず明確にし、それに見合った広報戦略を立てて①伝えるべきこと、②広報したい相手、③求められる情報、の具体化を行うことが重要である。

2.2 広報手法の具体例とその効果

現状で実施されている広報活動についていくつか事例を検討し、その効果と問題点について述べる。なお、広報手法のあり方に関する具体的な分析は、第5章に詳述する。

2.2.1 土木学会における広報活動の事例

土木学会における広報活動は、様々な場面で実施されている。これらの広報活動の手法に着目すると、①情報発信系、②現地見学系、③体験型活動などに分類できる。

表 2-1 広報活動の分類

①情報発信系	情報誌の発刊，Web 上での情報サイト運営，各種アーカイブ資料の公開 資料館における常設展示，講演会でのパネル展示
②現地見学系	道路施設やダムなどの建設工事現場見学または施設見学 大学や企業の実験室見学 近年オンラインでの実施も多数
③体験型活動	高校生以上向け（ブリッジコンテストなど） 小学生向け（実験教室など） ファミリー向け（橋守体験など）

現在，土木学会が実施している広報の一例を上記①～③に分類したものを，次ページ以降にまとめる。

表 2-2 土木学会における広報活動の実施例

① 情報発信系

内容		開始時期	URL	登録者数 (2022/9/20 時点)
媒体	主催・名称			
ホームページ	本部		http://www.jsce.or.jp/index.html	
	北海道支部		https://www.jsce.or.jp/branch/hokkaido/jsce-hc.html	
	東北支部		https://www.jsce.or.jp/branch/tohoku/index.html	
	関東支部		https://www.jsce.or.jp/branch/kanto/index.html	
	中部支部		https://jsce-chubu.jp/	
	関西支部		https://www.jsce-kansai.net/	
	中国支部		https://committees.jsce.or.jp/chugoku/	
	四国支部		http://www.jsce7.jp/	
	西部支部		https://www.jsce.or.jp/branch/seibu/	
	土木広報センター		https://committees.jsce.or.jp/cprcenter/	
Facebook	本部		https://www.facebook.com/JSCE.jp/	47,920名
	北海道支部		https://www.facebook.com/civilnet.HK/	567名
	東北支部		https://www.facebook.com/civilnet.TH/	420名
	関東支部		https://www.facebook.com/civilnet.KT/	304名
	中部支部		https://www.facebook.com/civilnet.CB/	463名
	関西支部		https://www.facebook.com/civilnet.ks/	523名
	中国支部		https://www.facebook.com/civilnet.CG/	340名
	四国支部		https://www.facebook.com/civilnet.SK/	353名
	若手パワーアップ小委員会		https://www.facebook.com/jsce.wakate/	486名
	土木学会誌		https://www.facebook.com/jsce.magazine	3601名
Twitter	土木学会	2010.3		3,004名
	土木学会 note 支部	2020.12		1,328名
	土木学会 WEB 情報誌「from DOBOKU」	2021.4		880名
	若手パワーアップ小委員会	2013.7		1483名
YouTube	土木学会 tv	2021.3	https://www.youtube.com/JSCEtv	1,810名
	土木学会 note チャンネル		https://www.youtube.com/channel/UC-ZqoIBFC4Xwr19YWvdJjxQ?app=desktop	506名
note	土木学会 note	2020.8	https://note.com/jsce/	1,237名
	土木学会 WEB 情報誌「from DOBOKU」	2021.4	https://from-doboku.jp/	275名
	若手パワーアップ小委員会	2021.6	https://note.com/wakate_pu/	74名
	建設技術研究委員会 教育小委員会	2021.8	https://note.com/jsce_kyoiku/	39名
商品	「ポケドボ」カードゲーム販売	2018.7		—
	土木偉人かるた販売	2018.3		—
	土木遺産カード配布（北海道支部）	2014年		—
ラジオ	ドボクのラジオ（中央エフエム）	2019.5	http://dobaradi.jsce.or.jp/	—
その他	土木 i : どぼくアイ～土木の情報源～	2017.4	https://doboku-i.jp/node	—
	ドボコレミュージアム	2021.11	https://www.jsce-dcm.com/	—
	ドボ博	2016.8	http://www.dobohaku.com/ja/	—
	土木遺産パネル展（各支部）			—
情報誌	土木学会誌（WEB での閲覧も可）		http://www.jsce.or.jp/journal/index.shtml	

② 現地見学系 ※2021 年度実施例

主催	開催日	内容	対象	参加（視 聴）人数
本部	2021/9/8	オンライン見学会（箱根登山鉄道，国道 138 号）	—	307 名
東北	2021/10/20	オンライン見学会（成瀬ダム）	女性	約 140 名
関東	2021/11/18	オンライン見学会（新東名高速道路，前田建設 ICI 総合センター）		104 名
	2021/11/11, 18	奥村組技術研究所見学会	小学生	
	2021/10/27	現場見学会（群馬会）	高校生	36 名
関西	2021/7/31	オンライン見学会（ダム現場）	小中高	92 名
中国	2021/11/9	現場見学会（広島駅南口広場）		20 名
四国	2021/11/13	近代土木遺産巡りバスツアー		15 名
	2021/9/29	土木施設の見学バスツアー（主催：香川高等専門学校）		85 名
	2021/10/18, 19	建設現場等体験会（主催：香川県）	高校生	各 35 名
	2021/11/9, 11, 15	現場見学会（主催：徳島県）	高校生	計 100 名
	2021/10/24, 11/28	ダム見学会（主催：四国電力）		計 11 名
	2021/11/4, 18, 19, 12/7	愛媛県土木事業現場見学会（主催：愛媛県）		計 259 名
	2021/11/26, 12/1, 13, 15, 17	高知県建設バス（主催：高知県建設業協会）		計 150 名
西部	2021/10/30	大分地区土木体験バスツアー		20 名
（企画はあったがコロナ禍により中止されたもの）				
北海道		土木学会北海道支部選奨土木遺産見学会		
		親子見学会（土木の日関連行事）		
		職場訪問（若手技術者交流サロンと連携）		
東北		現場見学会		
関東		親子見学会		
中部		市民見学会（石川県，三重県）		
関西		インフラツーリズム		
中国		夏休み親子見学会		
四国		親子インフラバスツアー＆「建設 DX」PR イベント		

③ 体験型活動 ※2021 年度実施例

主催	開催日	内容	対象	参加(視聴)人数
本部	2021/7/17, 8/21	「今年の夏は、おうちで土木」～めざせ！未来のどぼく博士！！（各日2題ずつ）【オンライン】	小学生	各 19 名
若手		ポケドボカードゲームを活用した出前授業	小学生	
北海道支部	2021/11/7	土木技術体験講座（主：函館工業高等専門学校）		約 400 名
関東支部	2021/11/13	コンクリートカヌー大会（オンライン・プレゼン大会）	高大学生	10 チーム
		第 23 回「土木のある風景」写真コンテスト	—	
		第 2 回 土木を感じる！親子で探検～絵本の世界～	小中学生	
関西支部	2021/7/24	夏休み土木実験教室【オンライン】	小中学生	62 名
		土木の日ポスター募集・表彰	子供・一般	子供 187 一般 127
中国支部	2021/8/4	夏休み土木実験教室	小中学生	
		第 14 回 身近な土木を描いてみよう！図面コンクール	小中学生	1254 名
四国支部	2021/7/20	おうちで科学体験フェス【オンライン】（主：徳島大学）	幼～中学	
西部支部		絵画・写真コンクール		
	2021/11/13	土木フェスタ in ぴらも～る 2021		約 5,000 名
（企画はあったがコロナ禍により中止されたもの）				
中部		親子ふれあい体験見学会（信州大学）		
関西		建設技術展「土木実験・プレゼン大会」		

情報発信系としては、各支部でホームページや Facebook, Twitter での情報発信を行っているほか、YouTube, note, ラジオ, どぼくアイなど様々なコンテンツでの発信を行っていることがわかる。ただ、多数の情報源がある分、それぞれの特色やターゲットが見えづらい。

現場見学系や体験型活動は、コロナの影響で中止になったイベントもあるが、毎年、各支部で多数企画されており、現場見学系は高校生対象、小中学生対象、女性対象など、対象を絞り、かつ様々な層を対象としたイベントが実施されており、体験型は小学生を対象としたもの（親子イベント）が比較的多いように見受けられた。また、地元の大学や自治体との共催も複数見られる。

前述の実施例から見てきた効果や問題点について、以下にまとめる。

表 2-3 広報活動における効果と問題点

情報発信系	<p>効果</p> <p>紙媒体や Web の利用など、手軽に大量の情報が発信できるため、発信する側に非常に都合がよい。また、記録としての意義も大きく、広く情報共有するには不可欠な手段である。</p> <p>広報すべき相手(中高生)の目に留まり、相手の求める内容であれば大きな効果が期待できる。</p>
	<p>問題点</p> <p>多くの場合、一方通行の情報発信となり、相手の欲しい情報と合致しない内容となりがちである。また、周知が十分でないと、目的とする相手に届かない。</p> <p>現状では、中高生に特化した周知はほとんど見られないが、YouTube や SNS の利用により、解決できる可能性が大きい。</p>
現地見学系	<p>効果</p> <p>土木技術の実際の成果を多くの人に見てもらうことができる。技術者や興味を持っている人へのコアな技術の共有にも効果的である。広報すべき相手(中高生)が参加対象者となるようにできれば、将来を担う人材が興味を持ってくれる可能性が期待できる。</p>
	<p>問題点</p> <p>目的とする相手に参加したいと思ってもらわないと始まらない。一般の人に技術の価値を感じてもらうには、ストーリー性を持たせるなど企画に工夫が必要で、工夫がないと一方通行の情報発信と同様になってしまう。</p> <p>現状では、中高生を意識した企画はあるものの、ターゲットを明確にしていけない企画の方が多い。</p>
体験型活動	<p>効果</p> <p>実際に考えて手を動かすことで技術者が何をするか伝えられる。</p> <p>体や頭を使っての活動は、本来楽しいものであることから、多くの人に楽しんでもらいながら土木を理解してもらうことができる。親子を対象とすることで、幅広く興味を持ってもらうきっかけになり得る。</p>
	<p>問題点</p> <p>企画のプロデュース力が面白さを大きく左右するため、企画側の負担が大きい。現状では、実験教室など小学生向け企画が多く、中高生を意識した企画はほとんど見られない。</p>

2.2.2 土木広報大賞の分析

土木学会では、2015 年より土木広報センターを設置し、土木会が一体となって取り組む広報の中核となる組織的活動を行っている。その中の取り組みとして、2018 年より、「土木広報大賞」と称した、日本全国の各地域で行われた様々な広報のうち、暮らしを支えている「土木」の役割・意義・魅力について広報を行っている活動または作品などで他団体の規範となるもの、他団体への展開が期待されるものなどを取り上げ、顕彰することを目的とした「土木の広報に関するコンテスト」を毎年開催している。

田中ら¹⁾は、2018 年から 2021 年度に行われた土木広報大賞受賞作品の 54 作品に加え、土木広報センターホームページおよび、「土木 i:どぼくアイ～土木の情報源～」に掲載されている 2018 年から 2021 年度に開催された一般市民向け広報企画・イベントである 18 件の、全 72 件を対象（表 2-4 参照）とし、分析を行っている。その中から、「対象者」と「高校生の土木工学への認知度」を抜粋して記載する。

本論文から、広報する側である土木学会が、対象者として中高生を意識していないこと、さらに、中高生側も、土木工学という身近な分野の存在を知りながらも、その担い手となるべく進学先としては、あまり認知されていないことが分かる。

表 2-4 分析対象イベント一覧

	名称	対象者
1	防災の教訓伝承 先人の知恵や工夫に学ぶ『四国防災八十八話マップ』	小中学生
2	橋梁架設見学イベント「かける北九州」～国内最大クレーンで「かける」瞬間を共有する～	市民(地域限定)
3	土木の魅力 PR 番組「ドボクリップ～私がキリトル土木の未来～」	高校生(土木系)
4	写真集、アプリ、書籍を活用した土木の魅力発信	市民(一般)
5	「土木クイズ“土木Q”」みんな土木のこと知っとる～???	市民(一般)
6	先端 IT ゼネコンへの変貌を目指す「土木をコードで書きかえろ。」特設サイトと、鹿島が目指す土木の未来が体感できる「KAJIMA DX LABO」による一連の PR 施策	関係者向け ・同業者向け
7	紀寿橋梁生誕祭 2020 in 周南 ～橋にねがいを	対象者なし
8	清正公さん国づくり狂言 肥後・尾張	小中学生
9	UNDER RIVER	市民(一般)
10	技術者向け工事記録を世界の人々に伝えたい「青函トンネル」から	マニア向け
11	新たな発見!しまねインフラツーリズム in IWAMI	市民(一般)
12	ツナガルドボクの広報アイテム～ヘルメットクッキーと建設絵本～	小中学生
13	絵本「どぼくのおしごと おだがわさいがいへん」	小中学生
14	SNS データ分析による若年層向け広報「ソーカツに聞け」「ドボクイズ」	関係者向け ・同業者向け
15	担い手確保のための広報施策「IT' S NOTHING SPECIAL 当たり前をつくる。舗装をつくる。」	大学生(土木系)
16	危機感を共有する合同記者会見～情報の伝え手と受け手の協働～	市民(一般)
17	鉄道土木の安全・安心と魅力を発信	市民(地域限定)
18	土木広報大使「元気丸」による土木漫才での活動及び YouTube「元気丸チャンネル」	マニア向け
19	デミーとマツの土木広報大賞 2020	小中学生
20	SNS を活用した地域防災「ぐんケン見張るくん」	市民(一般)
21	対話で創るドボクの未来	工事・事業広報
22	東京地下ラボ(若者向け東京下水道発信事業)	大学生(土木系)
23	春吉橋「賑わい空間」の試行イベント	市民(地域限定)
24	首都圏外郭放水路のインフラガイド多言語音声アプリ及び 洪水疑似体験 AR アプリ	工事・事業広報
25	土木偉人かるた	マニア向け
26	土木教育を通じた小中高生向け広報活動	小中学生
27	「大阪国際女子マラソン」協賛を契機とした広報展開	会社広報
28	「ヒロノジンと学ぼう。」 岩手県立種市高等学校海洋開発科：南部もぐり育成 PR ポスター	小中学生
29	「大人の社会科見学 江戸東京・川のなぜなぜ舟めぐり～シビルエンジニアから聞く川にまつわる話～」および関連セミナー	マニア向け
30	日本ダムアワード 2018	マニア向け
31	Discover Doboku -日本の土木再発見-	マニア向け
32	小島組 100 周年記念アニメーション『Grab Your Dream～現在・過去・未来』	マニア向け
33	風景創造計画「水辺で乾杯」	工事・事業広報
34	静岡県防炎的公園ガイド「CONPA」	工事・事業広報
35	すべり面粘土を原料にした土のパステル「Dopas (ドパス)」による防災教育	工事・事業広報
36	デミーとマツ式応援したくなる土木広報	小中学生
37	鹿島建設企業広告「次の現場は、宇宙です。」の展開	関係者向け・同業者向け
38	第二海堡上陸ツーリズム	マニア向け
39	どぼくカフェ	マニア向け

	名称	対象者
40	CON! CON! 富士山の体積をはかる「アイデア」大募集!	会社広報
41	ワクワク土木土木 (ドキドキ) デミーとマツの驚き土木体験イベント	小中学生
42	ツタワルドボク	工事・事業広報
43	やんばツアーズ	マニア向け
44	「ドボク模型」により土木をわかりやすく伝える広報活動	小中学生
45	官民の壁を打ち破り、土木が地域の未来をつくる。「静岡どぼくらぶ」	工事・事業広報
46	出島表門橋架橋プロジェクト広報活動「DEJIMA AGAIN」	工事・事業広報
47	土木系学生のためのコンクリートカヌー大会	高校生(土木系)
48	稲むらの火の舞台で世代を越えて伝わる津波防災への想い「広村堤防と津浪祭」	小中学生
49	土木技術者を目指す女性のための就職支援冊子「Civil Engineer への扉 2017 年版」	大学生(土木系)
50	パンフレット「信州の土木 魅力のマップ」の発刊と活用の取り組み	対象者なし
51	語りつぐ天竜川	マニア向け
52	冊子『国道 211 号啓開の記録』	工事・事業広報
53	インフラツアーポイントガイド	対象者なし
54	やまかわさとみ(山川里海) の新作狂言	小中学生
55	『今年の夏は,おうちで土木』～めざせ! 未来のどぼく博士!!～ 「がけ崩れから家族を守ろう」	小中学生
56	『今年の夏は,おうちで土木』～めざせ! 未来のどぼく博士!!～ 「建物のゆれはどうちがう?」	小中学生
57	『今年の夏は,おうちで土木』～めざせ! 未来のどぼく博士!!～ 「○△□ 強いトンネルの形は?」	小中学生
58	『今年の夏は,おうちで土木』～めざせ! 未来のどぼく博士!!～ 「どぼくカルタで“あいうえお”」	小中学生
59	ドボコレミュージアム	マニア向け
60	「土木の日シンポジウム 2021」グリーンインフラと市民普請～自然のなかでいきる技術のあり方～	マニア向け
61	【土木広報センター オンライン取材】「夏休み! ドボジョと橋をみてみよう J'in いしおか」	高校生(土木系)
62	「土木の日シンポジウム 2020」 『持続可能な地域づくりにおける市民普請の可能性』	マニア向け
63	【土木広報センター インタビュー】太田記念美術館展覧会 江戸の土木 一橋・水路・ダム・大建築から再開発まで—	マニア向け
64	土木コレクション 2019 「TOKYO DOBOKU FROM—1964—TO 過去から未来、新しい TOKYO へ」	マニア向け
65	「令和初の歴史ヒストリー 土木遺産視察の旅・台湾の歴史遺産を訪ねる 八田與一の烏山頭ダム施設から九份、レトロな鉄道遺産など体感!」のご案内	マニア向け
66	「橋をつくってみよう」(ストローブリッジ)	小中学生
67	「ボール紙で作る橋コンテスト」	小中学生
68	2019 年度 小中学生対象夏休み土木実験教室	小中学生
69	地質標本館「ガイドツアー&体験型実験」	マニア向け
70	土木実験教室 in 松江	小中学生
71	夏休み土木実験教室『コンクリートはどうして固まるの?いろんなコンクリートを作ってみよう!』	小中学生
72	夏のリコチャレ 2018「土木ってなんだろう?わたしたちの暮らしを支えるしくみを見て、知って、体験しよう!」	小中学生

①対象者

対象者における分析結果を図 2-1 に示す。

小中学生へのイベントが 31%と最も多いのに比較し、高校生(土木系), 大学生(土木系)のイベントがそれぞれ 4%と少ない。また、土木系以外の高校生(一般), 大学生(一般)を対象としたイベントが行われていない。

市民(一般), 市民(地域限定)といった市民向けのイベントが 12%と少ないのに対し、マニア向けや、関係者・同業者, 会社広報, 工事・事業広報などの、主催者にとって、身内向けに行っているイベントが 48%を占めている。

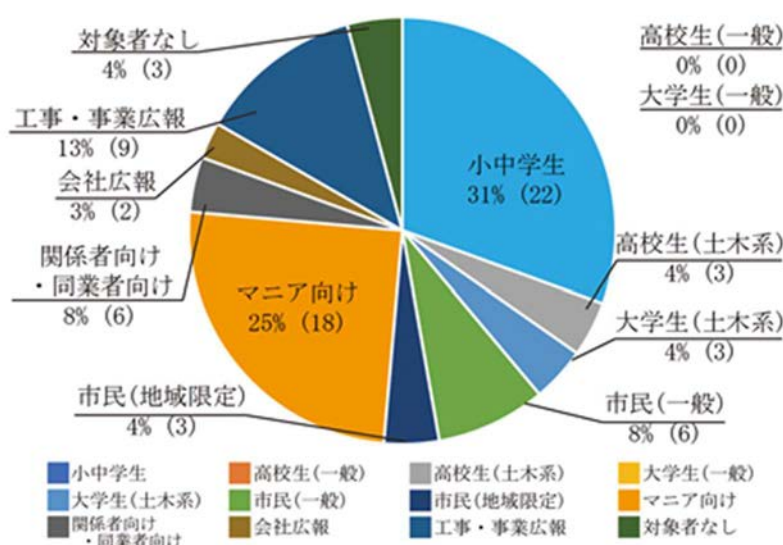


図 2-1 「対象者」の分析結果

②高校生の土木への認知度

日本大学理工学部が実施したアンケートの結果を図 2-2 に示す。対象は、一般の普通科の高校生 335 名を対象に、Google formにより実施した。「建築と土木の違いについて知っていますか？」という質問に対して、全体の 1 割程度(36 名)が、知っている 1%(3 人), まあまあ知っている 10%(33 人)と回答した。

この 1 割の知っている高校生に、さらに「その違いについて説明してください」と追加のアンケートを行うと、11 人の高校生は、「土木は、道路や鉄道, 生活インフラを整備する仕事で、建築は、ビル等の建物をつくる仕事」と明確な答えを回答した。しかし、残りの 22 人は、建築と土木の違いを知っていると答えていたが「建築は設計で、土木は工事」、「建築は工学系, 土木は農学系」、「建築は建物を作り、土木は建物を建てる土台を作る」といった誤解された理解のものであった。

一般の高校生の 3%程度が土木を正確に捉えているが、ほとんどの高校生は、土木のことを理解していないことが解った。

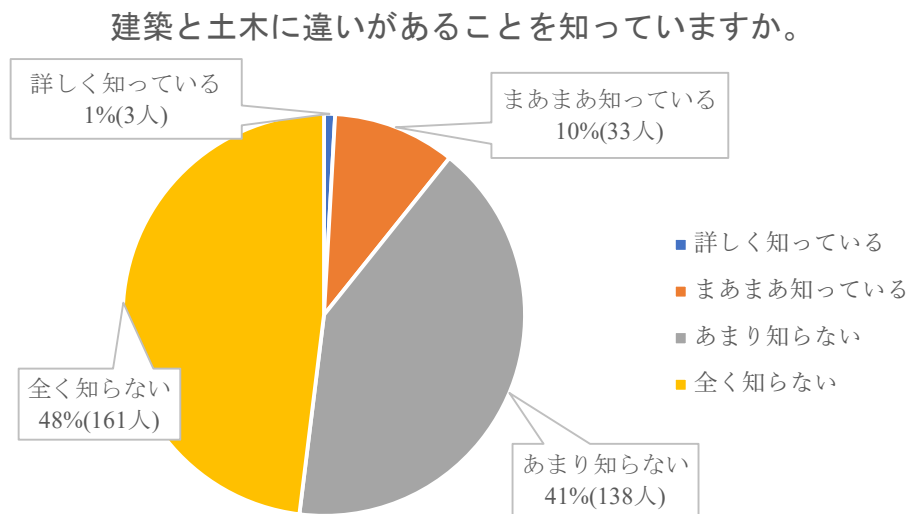


図 2-2 335 名の普通科高校生の建築と土木のアンケート

③オープンキャンパス等に来場した高校生

日本大学理工学部で、高校生およびその保護者を対象とした広報イベント(入試フォーラム), および日本大学の附属高校に在籍する高校生(一般)を対象とした広報イベント(オープンキャンパス)にて、土木への認知度についてアンケート調査を行った結果を、図 2-3, 2-4 に示す。

「土木工学という分野があることを知っていたか」という質問に対しては、入試フォーラムでは、知っていたと回答した人が 91.4%, 附属生のオープンキャンパスでは、86.5%となり、各イベントでの差はみられず、8 割以上の高校生が「土木工学」という分野は知っていることがわかる。

ただ、「ドボクは何を学ぶところか知っているか」という質問に対して、詳しく知っている、まあまあ知っていると回答している人は 60%及び、51%と減少していることから、「土木」という単語は知っているが、内容は理解されていない現状であるといえる。

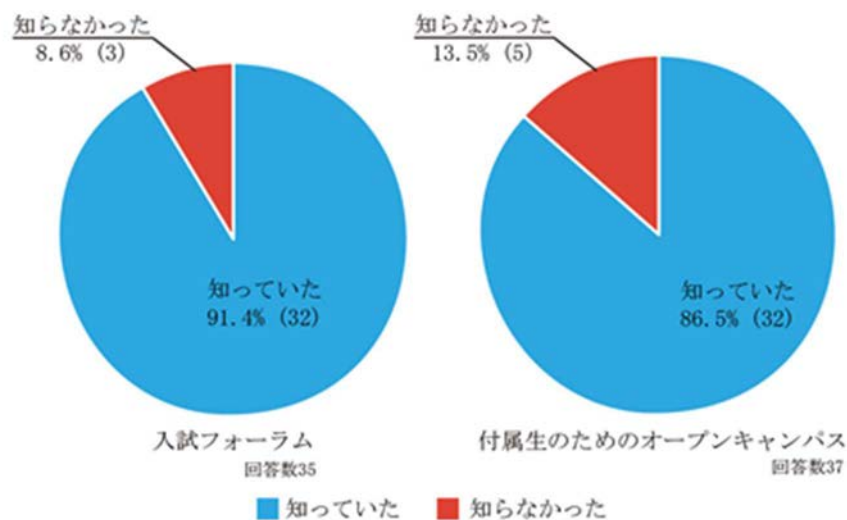


図 2-3 土木工学という分野があることを知っていたか

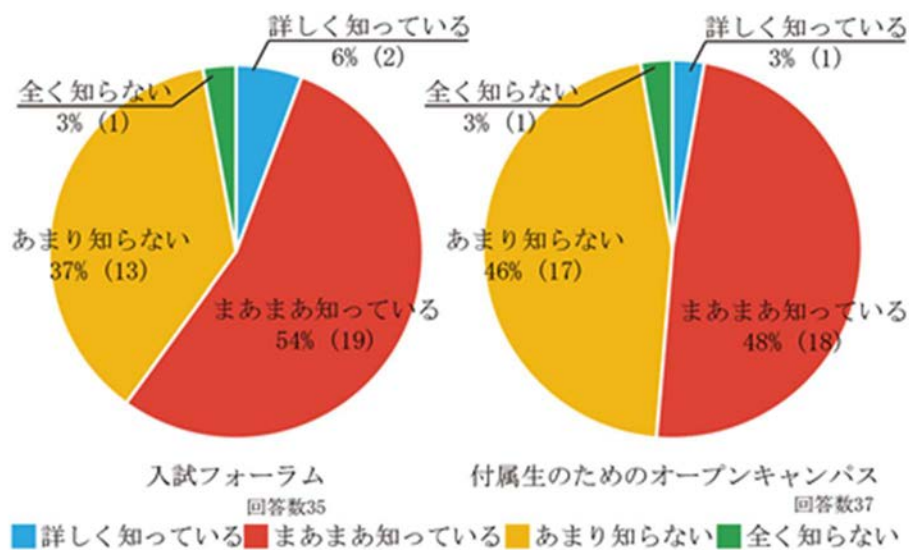


図 2-4 ドボクは何を学ぶところか知っているか

④ 高校生の土木に対する分析結果

高校生は「土木」という単語は、目にしているが、実際に土木では何を学ぶことができるのか将来の職業像について理解していない。しかし、イベント参加後に得られたプラスに変更したイメージから、高校生は土木について「興味がない」のではなく、土木について「知る機会がない」という現状であると感じる。これは、大学を選ぶうえで、「建築」と並び、「土木」という分野があるものの、高校の進路指導の先生や、一般市民に対して、具体的に「土木の世界」がどのようなものか伝わっていない。

高校生が土木を理解するためには、座学のような講義ではなく、土木のクリエイティブなことを体験させてあげることが重要である。つまり、「設計」や「モノをつくる」といった高校生のニーズに合わせた魅力を引き出すことが重要である。

(参考文献)

- 1) 田中捺紀, 関文夫: 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, 土木学会第 18 回景観・デザイン研究発表会, 投稿済, 2022.12

2.3 土木学会における広報活動の問題点

土木分野において、もっとも重要な広報活動の目的は、「将来の担い手の確保」のために、土木分野を若年層（特に中高生）に認知してもらうことにある。

そのためには、目的に見合った広報戦略が必要であり、①伝えたい情報（発信者の意図）を明確にして、②広報したい相手（中高生）に、③相手が興味を持つような方法・内容を検討することが不可欠である。

現状での土木学会における広報活動では、これらの広報戦略を明確にしていない事例が多く、広報する側（土木学会）が対象者として中高生を意識していない上に、対象となる中高生側も土木工学が進学先としてあまり認知されていないとの調査結果もある。内容的には工夫がなされて充実しているため技術者やシニア層に評判のよい企画や、マンホールカードのようにコアなファンをもつ企画も数多くあるが、それに加えて将来の担い手である若年層に特化して興味を持続させるような戦略的視点が必要である。

さらに、広報効果のフィードバック方法の検討や、広報活動のための人材確保（プロデューサー的人材育成、「つなぐ人」との信頼関係の構築）も検討してゆく必要がある。