

建設産業と地域を繋ぐ広報紙発行の取り組み

新潟県魚沼地域振興局 瀬戸 民枝  
新潟県魚沼地域振興局 丸山 賢  
新潟県魚沼地域振興局 草間 秀一  
新潟県糸魚川地域振興局 新保 直人

○正会員株式会社エコロジーサイエンス 樋口 勲  
株式会社エコロジーサイエンス 柄澤 英理子

1. はじめに

地震や水害、雪害などの自然災害が各地で頻発し甚大な被害を与えているが、災害時に最前線で活動する建設産業はその重要性が地域に理解されているとは言い難い。<sup>1)</sup>結果として、建設産業従事者のモチベーション低下→入職者の減少→災害時の対応の遅れやインフラの維持管理不足→建設産業の負担増→モチベーションの低下といった悪循環を引き起こしている。

そこで、新潟県魚沼地域振興局では、地域への建設産業の理解促進と建設産業従事者のモチベーション向上を図るために広報紙「せせらぎかわら版」を発行した。本論文では「せせらぎかわら版」の取り組みを報告し、建設産業と地域の両輪による地域づくりについて考察を述べる。なお、本広報紙の作成は、新潟県魚沼地域振興局からの委託業務として、株式会社エコロジーサイエンスが実施したものである。

所管エリアである魚沼市の概要

|         |                      |
|---------|----------------------|
| 人口      | 40,361 人             |
| 面積      | 947 km <sup>2</sup>  |
| 山林面積    | 798 km <sup>2</sup>  |
| 建設産業就業率 | 12.9 %<br>(全国平均7.9%) |



図 1 新潟県魚沼地域振興局の所管エリア

2. 広報紙の特徴

建設産業の理解促進のためには、従事者の地域に対する想いを発信すること、従事者のモチベーション向上のためには、地域住民の建設産業に対する生の声

を発信することが重要と考え、建設産業従事者と地域住民の双方へのヒアリングにより記事を作成することを試みた。また、話題性を高めるために、時宜を踏まえた工事現場や委託業務を 1 回/月程度取り上げ、必要に応じて特集を組むなどした。表 1、表 2 に概要と各号の内容をそれぞれ示す。

表 1 せせらぎかわら版の構成等

| 項目      | 内容                                                             |
|---------|----------------------------------------------------------------|
| 発行年月    | 平成25年7月～                                                       |
| 発行頻度    | 1回/月程度                                                         |
| 体裁      | A4用紙両面、カラー                                                     |
| 構成      | 表面：建設産業従事者と工事現場・委託業務の紹介<br>裏面：当該地域や関係住民の意見紹介<br>◎毎号異なる現場・人物を紹介 |
| 選定基準    | 紹介する現場・業務は、必ず地元企業が受託した現場・業務とし、タイムリーなものを選定                      |
| 記事の作成方法 | 建設産業従事者及び地域住民の双方へのヒアリング                                        |
| 配布先     | 道の駅、図書館、新潟県建設業協会魚沼支部、ヒアリング協力者、魚沼市内回覧文書、新潟県魚沼地域振興局HP掲載等         |

表 2 せせらぎかわら版各号の内容

| No. | 概要(H25年度) | No. | 概要(H26年度) |
|-----|-----------|-----|-----------|
| 1   | 春先除雪      | 11  | 春先除雪      |
| 2   | 河川災害復旧    | 12  | 公園管理      |
| 3   | 観光道路修繕    | 13  | 春先除雪      |
| 4   | トンネル工事    | 14  | 護岸工事      |
| 5   | トンネル点検    | 15  | ダム流木撤去    |
| 6   | 橋梁工事      | 16  | 中越大震災復旧   |
| 7   | 道路除雪      | 17  | 道路工事      |
| 8   | 消雪パイプ点検   | 18  | 河川堤防整備    |
| 9   | 雪崩対策工事    | 19  | 地すべり災害復旧  |
| 10  | 道路パトロール   | 20  | 除雪学習会     |
|     |           | 21  | 女性技術者     |

キーワード 戦略的広報、建設産業、地域づくり、ヒアリング

連絡先 (株)エコロジーサイエンス 〒940-0085 新潟県長岡市草生津 3-5-25 TEL.0258-94-7321 FAX.0258-94-4062

### 3. 発行した広報紙とヒアリング結果

発行した広報誌を図 2 に示す。ヒアリングによる記事以外には写真や図を多く用い、キャラクターを挿入するなどして読みやすさに配慮した。



図 2 セせらぎかわら版の紙面

ヒアリングにより建設産業従事者の地域に対する想いを確認した結果、全員が地域に対して高い意識を有していることを確認した(表 3 参照)。紙面作成については、この意識を中心に、現場での苦労や工夫などを紹介するようにした。一方、地域住民からの声は、建設産業に対する感謝の言葉や建設産業と共に地域づくりを担ってほしいといった内容であった(表 4 参照)。紙面作成においては住民の地域への想いも一緒に紹介し、建設産業従事者と地域住民が共に地域を良くしようとしていることを前面に打ち出した。

表 3 建設産業従事者の想い(平成 26 年度発行分)

|                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------|
| ◎ 私たちも想いを込めて除雪を行っている。(春先除雪)                                            |
| ◎ 「あのシバザクラは僕たちが植えたんだね」と思い出してもらえたら嬉しい。(公園管理)                            |
| ◎ 川遊びをする子どもたちが未来の魚沼を担う人になってくれればと思う。(護岸工事)                              |
| ◎ 「私たちの手で美しいダムに」そんな気持ちで維持作業を行っている。(ダム流木撤去)                             |
| ◎ 我々は日ごろから地域を見ている。電話が通じなくても行政と連絡が取れなくても我々は自分たちの判断で災害復旧のために動く。(中越大地震復旧) |
| ◎ 大切な田んぼを提供してくれた農家のためにも新設道路が有効活用されてほしい。(道路工事)                          |
| ◎ 堤防道路が完成し喜んでくれる地域の人々を見て建設産業のあり方を再確認した。(河川堤防整備)                        |
| ◎ 地すべりの災害復旧には多くの企業が携わったが「地域のために」という想いはみんな同じ。(地すべり災害復旧)                 |
| ◎ 道路除雪学習会で子ども達から感謝されると嬉しくなる。(除雪学習会)                                    |
| ◎ 地域住民の「ありがとう」「ご苦労さん」の言葉で地域貢献を実感。(女性技術者)                               |

表 4 地域住民の声(平成 26 年度発行分)

|                                                                  |
|------------------------------------------------------------------|
| ◎ 春先除雪には本当に感謝している。店が賑わうのはもちろん、私たち自身の交流も広がる。(道の駅店員)               |
| ◎ ダム完成のおかげで安全な川になった。今度は私たちが流域の人たちと川を近づける。(地域住民)                  |
| ◎ 災害時は建設産業の力が無ければ救助に行けない。これから建設産業の皆さんと協力し、地域を最前線で守っていききたい。(消防署員) |
| ◎ 地域の実情に合わせて一緒に考えてくれる建設会社があるのは本当にありがたい。(自治会長)                    |
| ◎ ゲレンデの地すべりの僅かな変状に気付けたのは地元の建設会社だからだと思う。(スキー場関係者)                 |
| ◎ 道路除雪など私たちのために頑張ってくれている人がいることに子ども達は気付いた。(学校教員)                  |

### 4. 広報紙発行による効果

せせらぎかわら版が建設産業と地域住民を繋ぐきっかけとなった。発行当初はヒアリングが「面倒」という認識が多かったが、現在では「うちの会社にも来てほしい」といった要望が聞かれる。また、HP への掲載により新潟県魚沼地域振興局地域整備部のアクセス数が平成 25 年度から増加した(図 3 参照)。要因は多様であるが、コンテンツ別のアクセスランキングでも毎月所属のトップ 10 以内であることから、建設産業への関心が高まったと考えられる。

なお、ヒアリング時に建設産業従事者の想いを地域住民に伝えること、またその逆を第三者が実施したこと、互いを思いやる意識を引き出せたと考えている。

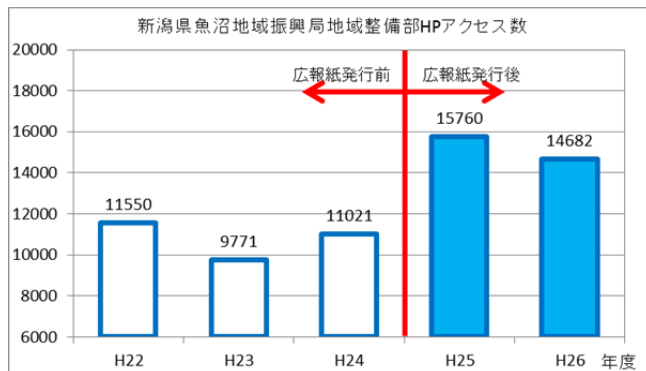


図 3 HP アクセス数の推移

### 5. 課題と今後の展開

せせらぎかわら版の配布・配信先の拡大、アンケート等による定量的な効果検証が課題である。また、こうした取り組みを通して互いの信頼が増し、地域の実情を熟知している建設産業と地域住民が手を取り合うことで、新しい地域活性化スタイルが見い出せるものと期待できる。

#### 【参考文献】

- 1)国土交通省 HP「建設産業戦略的広報推進協議会」
- 2)新潟県「統計年鑑 2013」