

## 建設業の魅力発信における社内報の意義

小野組 正会員 中川 千恵

## 1. はじめに

建設業においてもデジタルトランスフォーメーションやIT化の必要性が取り上げられ、企業のデジタル化は必要不可欠である。それに伴い企業イメージのPRは主にソーシャルネットワーキングサービスや動画配信を活用した外部への情報発信が主流になっている。(図-1) 2020年1月より明らかとなった新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の影響は、オンラインでの打ち合わせの増加とともにお客様だけでなく社員同士の交流を削減し、社内コミュニケーションの低下を招いていると言える。本文では、外部への発信ではなく、社内コミュニケーションの充実を図ることで、社員が建設業の魅力ややりがいの再確認に寄与するものとして社内報の発信を報告する。

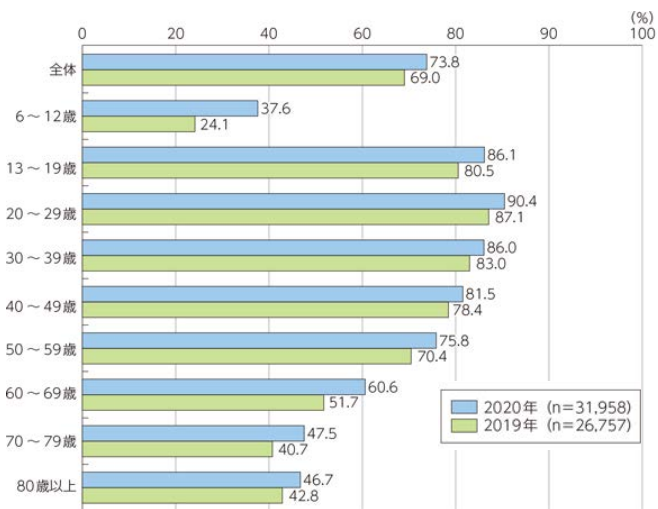


図-1 年齢階層別ソーシャルネットワーキングサービスの利用状況  
出展：総務省「通信利用動向調査」

## 2. 社内報の企画

外部への情報発信は建設業を知らない方へのアプローチであるが、社内報は実際に現場で働き、主に知識とスキルのある社員への建設文化の育成である。日々業務に追われる社員が興味を持つ社内報企画については、以下の通りに準備を進めた。

- (1) 何のために発信するのか目的を明確にする
- (2) 社是や経営理念に合ったタイトルの検討
- (3) 目的に沿ったレイアウトや内容を絞り込む
- (4) 社風や受け継がれた価値観を繋いでいく文書の作成
- (5) 外部に委託するのではなく手作りにこだわる (図-2)

## 3. 創刊から3ヶ月の低迷時期

ソーシャルネットワーキングサービスやHPに関しては利用状況をすぐに分析できる。一日のアクセス数や月の平均ユーザー数、どの記事が人気で検索エンジンはどこなのか、どのような世代に関心があるのか分析の内容は幅広い。しかし、社内報については、どの記事が人気なのかという分析以前に、読まれているのかという確認が取れずにいたため、企画する管理部門はレイアウトをフォーマット化し、発信することが目的となっていた。



図-2 社員紹介ページ

キーワード 地域建設業、魅力発信、社内報、コミュニケーション、伝える

連絡先 〒959-2646 新潟県胎内市西栄町2番23号 (株)小野組 TEL 0254-43-2123

#### 4. 社員からの取材依頼

創刊より管理部門の依頼で現場取材が実施されていたが、4号目で初めて現場からの取材依頼があった。「伝えたいこと」や「見せたい場所」が明確なため、質問する側も「知りたい」という気持ちが高まり、専門用語もところどころに使用した、今までと比べても読み応えあるものが完成した。するとベテラン技術者や女性社員から多くの感想が届くようになった。(表-1)

表-1 社内報感想抜粋

年代・性別	感想
60代・男性	社内報だんだんよくなる法華の太鼓です。頑張ってください
20代・女性	毎月社内報楽しく読ませてもらっています。特に社員紹介が楽しみです！
40代・男性	中途採用のため社内の交流がほぼない中、他地域の社員の方の情報は楽しい
40代・女性	いつも楽しみに拝見しています。私が好きなコーナーは社員紹介です。 会ったことのない方々ですが、同じ会社で働いている方の趣味や休日の過ごし方など知れて楽しいです
20代・女性	毎月社内報で各支店の活動が把握でき、全社の情報共有にすごく役に立つと思っています。また、社員紹介ページで、他の社員さんのやさしい笑顔、趣味、ライフスタイルも知ること距離が近くなった感じでした。温かい会社だと感じています。モチベーションにもなります。最近追加された現場紹介のページも気に入っています。各支店の素晴らしい仕事を紹介されていて、自分の仕事を誇りに思えました。
40代・男性	現場にいと孤独に感じることもあるが、社内報で休憩時間が楽しいです。

#### 5. 社内報がもたらした効果

感想からも受け取れるとおり、お互いの価値観やスキルの共有は能力を高め合い、地域に貢献している喜びも分かち合える。用件だけの電話が共通の話題で盛り上がり、働くモチベーションアップに繋がっている。また、企画・発信する管理部門も「社員を知る」ことでもっと知りたくなり、伝える努力や魅せる工夫をして社内コミュニケーション向上における社内報の意義を見つけている。

#### 6. 考察

2018年7月「働き方改革を推進するための関係法律の整備に関する法律」が成立し、社員の置かれた個々の事情に応じ、多様な働き方を選択できる社会の実現に向けた新しい職場環境づくりが必要とされている。しかしながら、建設業は時間外労働や男性の育児休暇取得、女性の活躍推進において課題は山積みである。

次のような独自調査の報告がある。「5割は子どもに建設業を勧めない。建設実務者の本音」。子どもはなりたいたい職業をいつの間にか意識するものだ。その無意識の選択には身近な大人である親や近所、地域の存在がある。その大人が自分の仕事に魅力ややりがいを感じていることは極めて重要だと考える。山積みの課題をもっても地域を守り問題解決していく建設業の魅力ややりがいを持てるよう管理部門として職場環境をつくっていききたい。

#### 7. まとめ

今後は他の部署も巻き込み、若手社員のライターを募集する予定だ。普段は聞けないことを聞ける。なかなか伝えられないことを伝えられる。自分の子どもに「お父さんと・お母さんと建設業で働こう」と勧める社員を社内報で増やすことにより地域に貢献する建設文化の育成を進めたい。また、これを基本にして地域社会へも発信したい。

#### 参考文献

・総務省 令和3年版情報通信白書 第1章 第2節「企業活動におけるデジタル・トランスフォーメーションの現状と課題」より

・ <https://xtech.nikkei.com/atcl/nxt/column/18/00730/042500001/> 日経クロステック 2021年9月20日