

# 土木の歴史などの情報の発信ツールとしての ホームページの活用について

小町谷 信彦<sup>1</sup>・原口 征人<sup>2</sup>・今 尚之<sup>3</sup>

<sup>1</sup>非会員 草野作工（株）執行役員副社長（〒067-0063 江別市上江別西町16番地）

E-mail:n-komaghiya@kusanosk.co.jp

<sup>2</sup>正会員 （一社）北海道開発技術センター 上席研究員 企画部（〒001-0011 札幌市北区北11条西2-2-17）

E-mail:haraguchi@decnet.or.jp

<sup>3</sup>会員 北海道教育大学准教授 教育学部 札幌校（〒002-8501 札幌市北区あいの里5条3丁目）

E-mail:nowkon@mail.momonga.gr.jp

建設会社の担い手を効果的に確保する上で、ホームページを活用した土木の魅力の発信は若い人達の建設業への関心を喚起する上で有効な手段であると考えられる。本稿では、ホームページを活用したリクルート活動の一環として、土木の歴史に関連した情報提供が果たす役割、手法及び効果について論考する。

**Key Words :** *history of civil engineering ,homepage, Learning tool,*

## 1. はじめに

昨今、建設業は若者の就職先としては不人気で、若い土木系技術者の確保に苦労している建設会社は多い。筆者が所属する草野作工（株）も近年、若い技術者の採用がなく、社員の高齢化が進み、将来の担い手の確保は喫緊の課題となっていた。

そこで、当社では週休二日制の導入等の働き方改革を進めると同時に、土木の魅力やインフラ整備の重要性をホームページを活用して積極的に発信することにより、ホームページへの訪問者を増やし、建設業に対する理解、関心を喚起し、最終的には人材確保に繋げるという狙いでホームページに「北海道の土木の話」を新設し、歴史的に偉業を成し遂げた土木の先人や歴史的な土木施設の紹介などの記事の掲載している。

本稿は、その取組の経緯と概要をご紹介しますと共にその進展による人材確保面での効果等について報告する。

## 2. 「北海道の土木の話」開設の経緯

「熊本県建設企業の魅力発見フェア 参加者へのアンケート調査」（熊本県土木部管理課；平成30年7月6日実施）で建設業に対するイメージが「良い」「どちらか」というと「良い」を選んだ理由として最も多かったのが、

「やりがい」と「社会や人の役に立つ」だった。また、就職先を検討する際参考にする情報は、求人票（23.5%）に次いでホームページ（18.1%）、パンフレットと続き、「先生、先輩、保護者の意見」も合わせて40.6%にも上り、本人の周りの人達への情報提供も重要なことがわかる。

このような知見をふまえて、土木事業に「やりがい」や「社会貢献」を感じてもらうための記事を掲載するコーナーとして、ホームページに「北海道の土木の話」を新設した。なお、対象は若い方々を中心としつつも全年齢層を視野に入れて掲載している。

## 3. 掲載アイテムのテーマ選定の理由と概要

当社が立地する北海道江別市周辺地域の今日は、石狩川や夕張川が氾濫を繰り返していた未開の泥炭地を明治時代に始まった土木事業により、洪水を制御して住環境を確保し、用水路・排水路の造成や地盤改良により農業基盤を整備した結果である。そのような、過去の土木技術者の偉業を郷土の歴史として伝えることによってインフラ整備の重要性と土木の「やりがい」を多くの人達に感じてもらうのではないかという意図で「北海道の土木の話」に掲載する記事は、北海道の土木の先人たちの成し遂げたプロジェクトや様々なインフラ整備の歴史に

関する記事を中心に掲載している。

特に一部の記事は漫画化し、また、このコーナーの記事を読んでもらうためのきっかけづくりために建設事業や土木施設に関わる「クイズ」を設けるなど、若い人達がアプローチしやすいように工夫した。また、視覚に訴える写真を活用した「北海道の古い橋・美しい橋 写真集」や土木遺産などの土木の風景の紹介など、ビジュアルに訴えるという点にも留意した。

その他、土木技術が拓く将来の世界を展望する論文やコラム、土木の景観デザイン等々、多様な観点から土木の魅力を知ってもらいたいと考えている。

下記に掲載アイテムを示す。

表-1 「北海道の土木の話」の掲載アイテム一覧

○：論文・エッセイ・コラム、☆解説、◆漫画、□写真

北海道の土木のパイオニアたち	○廣井勇、岡崎文吉、保原元二、友成伸、永山在兼、草野真治 ◆漫画「北海道の土木のパイオニアたち」 ◆漫画「草野真治の生涯」
若い人が学ぶ北海道の開拓の歴史	○北海道の道路整備 ○石狩川の治水の歴史 ○北海道みなとまちの歴史 ○北海道開拓の先駆けとなった運河 ○弾丸道路が積雪寒冷地の舗装技術に与えた影響について ○北海道における機会除雪の歴史など
北海道の土木の歴史	○北海道の橋の歴史
伝えたい、残したい。北海道の土木。その風景と歴史	○□橋梁：旭橋、山線鉄橋、創成橋など ○□河川：奥沢水源地、千代田堰堤など ○□ダム：聖台ダム、豊平峡ダムなど ○□港湾：小樽北防波堤、北防波堤ドーム ○□札幌本道赤松並木、チキウ岬灯台など
橋のフォトギャラリー	□北海道の古い橋・美しい橋 写真集 □橋の工事の歴史 写真集
北海道の未来への提言	○：施設群（発電所と取水堰）の機能 ○：ライマンによる石炭調査、それにより落差を発見（一次資料）地質により落差ができる理由
土木の景観デザイン	○公園の橋の景観デザイン ○道路舗装の景観デザイン ○道の駅の景観デザインなど
コラム	○橋の話題、道の話題、川の話題、防災の話題、土木の話題、広場の話題など
エッセイ	○橋のエッセイなど
土木の雑学	☆川の雑学、道路の雑学、橋の基礎知識 白鳥大橋の舞台裏など
土木クイズ	業界用語クイズ、橋の名前当てクイズ 道の駅名前当てクイズなど

「北海道の土木の話」見出しページ

北海道の土木の話



新着記事

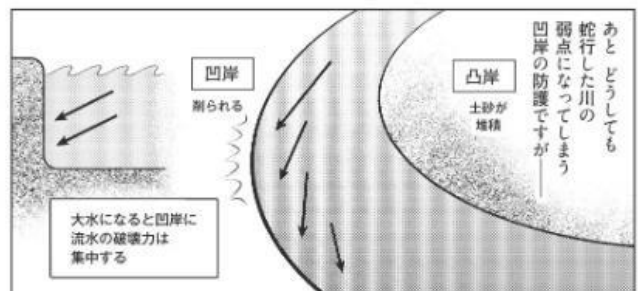
2023年03月04日 日曜の下「土」を以て「パイオニア」を語る  
「インフラ」の歴史を振り返る

2023年03月02日 土曜の話題 「土」の歴史を振り返る「土木」の歴史を振り返る

「伝えたい、残したい。北海道の土木。その風景と歴史」



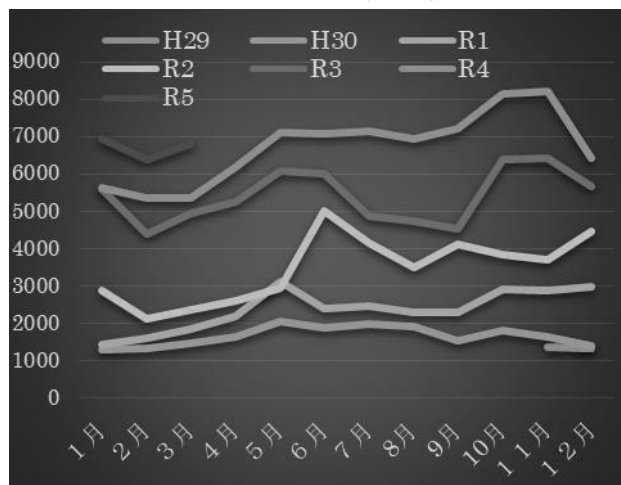
漫画「北海道の土木のパイオニア」の1ページ



#### 4. ホームページへの訪問状況の推移

当社のホームページは、平成29年10月20日に全面リニューアルし、その際に「北海道の土木の話」のコーナーを設け、逐次、掲載アイテムを追加していったが、図-1に示すように記事の充実とともに訪問数は年々増加し、リニューアルから6年後の令和4年11月のホームページ全体の訪問数は当初の6倍に増加した。(1,358人/月→8,207人/月)

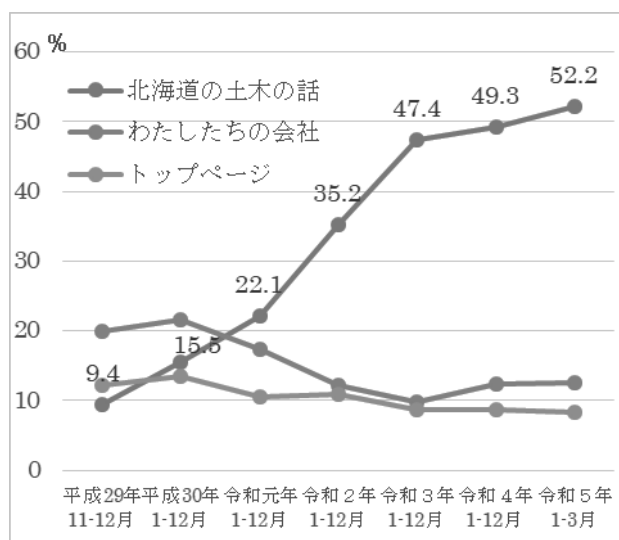
図-1 ホームページの訪問数の推移



グーグルアナリティクスにより、リニューアル後の各ページへの訪問数を調べるとページ別訪問数が累計(平成29年10月20日～令和5年3月31日)で520,111で、その内訳を見ると、トップページが9.8%、会社概要や社長メッセージ等を掲載した「わたしたちの会社」が13.6%に対して、「北海道の土木の話」が38.2%を占め、他のカテゴリーよりも圧倒的に多く閲覧されている。

図-2は訪問数のカテゴリー別シェアの経年推移で、当然と言えば当然であるが「北海道の土木の話」のアイテム数が増えるにしたがって訪問数シェアも増加している。

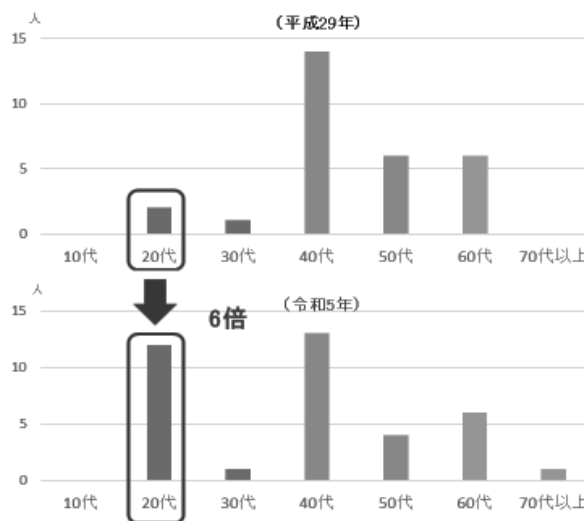
図-2 訪問数のカテゴリー別シェアの経年推移



#### 5. 若手社員確保の状況の推移

その間、土木系の若手社員の採用も進み、中には中途退職する者も少数いたが、図-3に示すように20代の土木系社員の数は6倍に増加し、土木系社員の平均年齢も6歳若返った。(平成29年4月 49歳→令和5年4月 43歳)

図-3 土木系社員の年齢構成の変化



これらのことから、因果関係や影響の程度は定かではないが、「北海道の土木の話」のアイテムの充実がホームページの訪問数の増加に影響を及ぼし、当社の知名度を高め、新規採用の誘引として少なからず効果があったと類推される。

#### 5. 土木の歴史に関連したアイテムへの訪問状況とその効果

「北海道の土木の話」のアイテムの内、土木の歴史に関連した5つのアイテムについて、直近の2023年3月のページ別訪問数・HP総数に占めるシェア、閲覧開始数・HP総数に占めるシェア及びリニューアル後の累計の閲覧開始数・HP総数に占めるシェアを整理したのが、下の表2である。

表-2 土木の歴史に関連したアイテムの訪問数・閲覧開始数

アイテム	訪問数 /シェア	閲覧開始数 /シェア	累計閲覧開始数 /シェア
	R5年3月	R5年3月	H29.10.20-R5.3
HP総数	11,160	6,808	259,343
北海道の土木のパイオニアたち	334 3.0%	188 2.8%	9,849 3.8%
若い人が学ぶ北海道の開拓の歴史	197 1.8%	176 2.6%	7,189 2.8%

伝えたい、残したい。北海道の土木	156 1.4%	97 1.4%	2,121 0.8%
北海道の古い橋・美しい橋写真集	81 0.7%	72 1.1%	5,070 2.0%
北海道の橋の歴史	38 0.3%	27 0.4%	3,463 1.3%
合計	806 7.2%	560 8.2%	27,692 10.7%
(参考) トップページ	1,141 10.2%	945 13.8%	47,321 18.2%

表-2に示した5アイテムの訪問数のシェアは7.2%でトップページの訪問数の約7割に相当する。

また、特に注目したいのは、5アイテムの閲覧開始数のシェアは8.2%でトップページの閲覧開始数のシェアの約6割に達している点である。当社のホームページのように主目的が会社のPRのために開設されているホームページでは、通常トップページからの閲覧開始数が圧倒的に多数を占めるケースが多くなることが想定されるが、この歴史関連のアイテムが新たな新規訪問者を誘引したことがわかり、当社を知らない方々に当社を知ってもらう上で大きな効果が得られたと考えられる。実際、新規訪問率が85%と高い比率をしめしていることからそれが裏付けられる。

表-3 「北海道の土木のパイオニアたち」訪問数・閲覧開始数  
(平成29年10月20日～令和5年3月31日)

土木のパイオニア	訪問数	閲覧開始数
廣井勇	9,237	6,868
岡崎文吉	1,373	914
永山在兼	901	562
保原元二	896	716
友成伸	870	789
(合計)	13,277	9,849

表-6は「北海道の土木のパイオニアたち」に掲載した歴史的土木人の訪問数・閲覧開始数の累計を示している。各アイテムの掲載開始時期が2019年11月～2022年6月と各々異なり、また記事のボリュームの多く2,3回に分けて掲載したものについては各回の合計数をカウントしたため訪問数は多めになることから、単純には比較できないが、廣井勇先生の訪問数・閲覧開始数が多くっており、全国的な知名度の高さが影響していると考えられる。その他の全国的にはやや知名度の低いと考えられる土木技術者たちも一定数の閲覧開始数を確保していることから、当ホームページへの訪問を促進する上での効果を上げていると言える。

表-4 「若い人が学ぶ北海道の開拓の歴史」訪問数・閲覧回数  
(平成29年10月20日～令和5年3月31日)

テーマ	訪問数	閲覧開始数
北海道の道路整備～明治以降の国道整備の歴史	2,561	2,302
石狩川の治水の歴史	1,064	877
弾丸道路が積雪寒冷地の舗装技術に与えた影響について	1,212	962
運河の話(北海道開拓の先駆けとなった運河 他2編)	1,117	963
北海道における機械除雪の歴史	723	603
北海道みなとまちの歴史	642	491
“なつぞら”の背景～戦後復興期の十勝の酪農	1,101	991
(合計)	8,420	7,189

表-4は「若い人が学ぶ北海道の開拓の歴史」の各アイテムの訪問数・閲覧回数を示している。こちらも掲載開始時期が各々異なる(2019年3月～2021年4月)ため、単純には比較できないが、明治以降の国道整備の歴史についての論文の訪問数・閲覧開始数が多く、道路整備の歴史への関心の高さがうかがえる。

## 6. まとめ

会社のホームページに掲載した土木の歴史に関連した情報にダイレクトにアプローチしてくる訪問者が相当数いることが、グーグルアナリティクスによるデータ分析から明らかになった。したがって、会社のPRや若手技術者の採用に関してもホームページを用いたこのような情報発信は有効であると考えられる。

今後、発信する情報素材と効果との関係性を実証的に確認できる方法やホームページ以外のツールによる情報発信とその効果について検討し、効果の検証を進めていきたい。

(参考) 草野作工(株)HP  
草野作工株式会社～「かたち」は、人を想う、その先に。  
([kusanosk.co.jp](http://kusanosk.co.jp))



(Received April 10, 2023)