

広報三話

前国土交通省 国土地理院長 **越智 繁雄**



1. 「見えないインフラ」を「見えるインフラ」に

今日の私たちは、「蛇口を捻れば水が出る」、「鉄道に乗ればほぼ時間通りに目的地に到着できる」、「スマホを触ればどこからでも友人にメールができる」など、何とも便利な時代に暮らしていますが、これらの日常的な活動を支えているのは、これまでに営々と築いてきたエネルギー・生活・交通・情報・通信・防災などの社会資本（インフラ）であることは言うまでもないことです。

しかしながら、何故このようなことが手間暇かけずにできるのだろうかと自問をするようなことはほとんどなく、また、自らの目の前に日常的に使っているインフラがあっても人々には気が付きにくく、「見えないインフラ」と化しています。加えて、遠くにあり直接的に目に触れることはない「見えないインフラ」が人々に恩恵をもたらしていることに思いを巡らす人も皆無と断言していいでしょう。それは、これらのインフラによる受益が、日常の「当たり前」のこととして認識され、これらの利便性を享受できる「ありがたさ」を忘れてしまっているからに相違ありません。

海面に浮かぶ氷山に喩えてみると、蛇口をひねって水が出ること自体は水面から上に出ているほんの一部の構成要素に過ぎず、目に見えない水面下の主要な部分に、水道用水を供給するために必要なダム等の水資源開発や、配水施設・浄水施設・給水施設などの莫大なインフラ整備、管理などがあることを知らなければなりません。また、道路交通ネットワークを考えても、近くで見ることのできない「見えない道路」がつながり一連の施設となることによって、インフラが有する広域的・長期的・生産的なストック効果をもたらしていることを知ってもらわなければなりません。さ

らには、持続的に運用できる技術や人材が確保、維持されているという事実にも気が付いてもらわなければなりません。

ここ数年、インフラストック効果を国民にしっかりと伝えていくための活動が全国各地、各機関で取り組まれています。しかし、「見えない（見えにくくなっている）インフラ」が、私たちの安全・安心の確保や社会経済活動全般を支えていることやインフラ本来の役割や仕組みについて、また、有形・無形の両面からインフラの本当の意味について、「見えるインフラ」としてわかりやすく伝えていく広報活動を、粘り強く継続的に全面展開していく必要があります。

その際、受け手の立場に立って、具体的な姿がイメージできるような資料やデータの可視化、すなわち「見える化」を行うとともに、それに応じた的確な説明ぶりの「話せる化」も実践しなければなりません。また、伝えるべきターゲットを明確にして正確に伝えていく広報活動をすることによって、そのターゲット周辺に存在する人々の理解を深め、総意形成が円滑に促進されることにも留意して進めていく必要があるでしょう。

インターネットの普及、ツイッターなどSNSによる情報のシェアなどによる国民総専門家と称される世の中であって、物理的・現象的に目に見えて実感できるだけでなく、直接的に見えなくとも無意識のうちに深層心理の中に映し出したり刻み込むことのできる、いわば形而上的な「見えるインフラ」づくりのための文化を築いていく行動や広報が求められています。そうすることによって、「見えないインフラ」が時空を超えた「見えるインフラ」として私たちの意識の中に知らず知らず刷り込まれ、国民の誰にも、インフラがあって「本

当にありがたい」と思ってもらえることが「当たり前」のこととなる時代になっていくものと信じています。

2. 「情報」と「広報」

インフラ整備や管理は国土づくりの基本であることから、実施プロセスにおいて多くの人々が関わることとなりますが、社会的な風潮で、公共事業の実施は短絡的に「是か非か」、「正義か悪か」の二項対立的に取り扱われる場合が多々あります。また、ステークホルダーも、この二律背反を軸にして、事業者（積極的な意見を持つ者）、懐疑的な意見を持つ者、大多数のサイレントマジョリティーに大別されます。社会・心理学者のフリッツ・ハイダーの論によりますと、この三者間の同調性（+）や非同調性（-）の関係性をどのように構築するかがポイントであるとも指摘されています。

これらに適切に対処するための一つの方程式があります。『（参加+連携）×情報×企画×実行＝質の高い議論→より良い国土づくり』。これまでの業務（川づくり・道づくり・地域づくり、ダム建設、堰の改築、防災・減災など）に基づく私提案の経験式で、その時々課題対応など紆余曲折を経て修正が加えられこの形に至っています。方程式の実践には、「CTPTマーケティング」や「AIDMAモデル」などの手順や実施するための広報に関する知識を習得することも必要ですし、「参加」～「実行」のそれぞれの事項で、個別最適として広報活動を行うことはもとより、全体をコーディネートする全体最適としての広報戦略の作戦づくりも重要なアクションとなります。

そして、何よりも大切なことは、多くの人々に参加してもらい、さまざまな関係者と連携し、円滑に議論を進めていくためには、関連情報を含めて事実に基づいたたくさんの資料、データが提供され共有されることに尽きます。それは、多くの正確な情報や事実を基にして、透明性を高めて、より良い企画を提案し、具体的かつ計画的に実行することで、猜疑心や誤解・曲解に悩まされることも少なく、相互理解が深まり的を射た本質的な質の高い議論が展開されることとなります。この方程式の累次の前進的繰返しが、真に有用な議論を巻き起こし、希望のある未来創造に向けて光が射し、より良い国土づくりに繋がっていくものと

念じています。

3. G（技術）・K（広報）・K（教育）

今、測量設計業界を中心に「G・K・K」という言葉が頻繁に使われ出しています。それは、「技術」と「広報」と「教育」のそれぞれの頭文字をとって「ジーケーケー」と呼ばれています。

国土の位置・姿・形を正確に知るための「国土を測る」ことは、全ての建設生産プロセスの最上流にあり、インフラ整備をはじめ国民の経済活動や生活において、その品質・精度・信頼度の維持・向上や発展性を決める重要なものになっており、国土管理の原点であると言えます。

「G（技術）」はあらゆる活動の基盤であり、私たちが安全で快適な社会生活を営むうえでの奉仕者にもなっています。常に技術の動向やその発展をキャッチし、古い技術と新しい技術を融合化し高い技術力へと昇華させ、実用的な技術として活用していくところに技術の本分があります。また、インフラ整備などの役割や本当の意味を国民にわかりやすく正確に伝えることによって私たちの取組みが社会のあらゆる場面で役立っていることを認識してもらうことができ、その大切さを知ってもらうことによって公共空間や社会資本整備・管理などが重要であることを理解していただくことにつながります。そのためには、「K（広報）」活動をするのを惜しんだり躊躇することは許されません。先の方程式にもあるように、あらゆる機会を通じてより具体的に（例えば、国土地理院における広報リーディングプロジェクトなど）取り組まなければなりません。そして、広報活動と車の両輪を為すもう一つの「K（教育）」は、社会の変化や世界の動きを見通す力を養うとともに、自らの命や生活を守る行動に直結する取組みとなります。また、今後のグローバル社会での私たちの社会貢献や、人口減少・少子高齢社会における人材の育成や確保に、持続的に取り組んでいくことが求められています。

このように、G・K・Kを三つの柱として、一つひとつを丁寧に進化・深化・真化させていくとともに、三位一体の融合体としての取組みを実行することで、国民の安全・安心の確保と豊かな暮らしを支え、より良い国土を次の世代、次の世代に引き継いでいくことができると考えています。