

土木の広報—その次のステップへ

戦略的取組みの成果

土木の広報は、皆様のご尽力で格段に進展しました。土木学会のなかに土木広報センターが設置されて3年、関係者が一堂に会する土木広報戦略会議も回を重ね、取組みにおける目標や方針を共有するとともに、情報交換によって様々な努力と成果を蓄積することが行われています。わけでも「くらしと土木」、「伝えるから伝わるへ」、「知りたくなる土木」という3つの方針は、土木の広報のエッセンスを的確に表現した優れたフレーズです。目に見える具体的な成果も数を増してきました。土木の日ロゴマーク、情報サイト土木i、土木偉人かるた、定例化してきた各種行事など、土木学会の前田さんによる本誌別稿にて紹介されている事柄は、まさにここ数年の戦略的な取組みの賜物です。そうした中で今年は土木広報大賞が企画され、私も審査に参加する機会を得ました。様々な最新事例を拝見し、改めて土木が広報に取り組む意義を考えるに至りました。

土木広報大賞にみる広報の広さ

土木広報大賞は土木学会が主催する初めての広報に関するコンテストです。どんなものがどれくらい集まるだろうかという不安のなか、なんと99件もの応募が全国各地から、また様々な主体

から寄せられました。本稿執筆時点でまだ審査中ですが、審査員の一人としてすべての作品に目を通すことができました。そこから私個人の感じたことを述べたいと思います。

まず広報の内容、種別の多様さです。何のために、誰に対して、どんなことを伝えようとしているのか、そしてその媒体は。この幅がとても広いのです。リクルートを念頭に職種、職場、組織の認知度を高めるための広告やSNS。現在取組み中のプロジェクトの意義を理解してもらうための見学会や動画。何十年記念という節目に対象の歴史や経緯を振り返り、地域にその意義を発信するための冊子やシンポジウム。もはやお馴染みとなったインフラツーリズムのツールである様々なカード。子どもたちに技術や科学の面白さを伝える体験イベントや出前授業。災害時に必要な情報の発信や復旧の仕事のリアルな現場を伝えるSNSや冊子。土木広報をアドバイスするプロの活躍。地域や施設について継続して発信する定期刊行フリーペーパー。地域に点在する土木施設や地域史を丁寧に解説するマップやツアー。土木の守備範囲の広さを反映した様々な話題についてのトークイベント、などなど。これらは先述した土木広報の3つの方針のいずれかに確かに沿っていました。そして地域と密接であることが、土木の広報の大きな特色であると改めて認識しました。一方、個々



の広報の作成の場面を想像してみると、また違った様子が見えてきます。

広報作品にはまず写真やデザインのプロに委託し、ときに有名人を起用するなどお金がかけられたもの、イベントでも何らかとの共催も含めてそれなりに大規模なものがあります。これに対して、担当者の手作り感がつよいものもあります。前者は、あらゆる業界で取り組まれている広告や広報の一つとしてより魅力的で人々の記憶に残る工夫があり、今後も土木関係の情報発信が社会に広がることが期待されます。これに対して、私がより興味を惹かれたのは後者です。

伝えようとすることで気づくこと

担当者の手作り感のある広報作品には、正直なところまだまだ工夫の余地が大きいものもありましたが、多くは担当者の真面目さ、熱意、エネルギーが満ちていました。その結果のデザインがいささか稚拙であったとしても、伝えたいことがあるんだ、という気持ちはストレートに伝わってきます。さらにそこから、素人ながらに始めたデザインや編集がそれなりにあるスタイルをもって完成に近づき、作品として「これいいね」と記憶に残る域に達したものがあります。近年の様々なアプリはカッコよく仕上げるためのハードルを下げてくれます。道具をうまく使って自分の表現した

い作品を作ることは以前よりずっと容易になりました。しかし、注目すべきはそうした表現のテクニックではなく、自分の仕事、構造物、プロジェクト、その何を伝えたいのか。それに広報担当者がしっかりと向き合い、自分の言葉で語ったときに初めて人の心を打つ、ということです。誰にどのように、を考える前に、そもそも自分は何を伝えたいのか、その伝えるべきエッセンスは何なのか。評価基準を示すことは難しいですが、担当者の洞察の深さと自分の言葉であるかどうかは、表現されたものを見たとき直感的にわかるものです。

土木の広報の仕事をする。それは土木の仕事の本質を自分の言葉で語るための熟慮をすることなのではないか。これが、99の多様な作品を拝見して私の気づいたことです。であるならば、自分の言葉で語ったことは、今すぐ特定の誰かに伝わるだけでなく、未来の誰かにも伝わる。つまりそれは歴史をつくる記録でもあるということです。

土木の広報は、戦略的取組みによって着実に成果をあげ、次のステップへと展開しはじめているのではないのでしょうか。そこでは、さらなる魅力的な表現やコンテンツを生み出すと同時に、伝えるに足る土木の仕事の本質を見つめ、責任のある言葉で語る、という深い議論が必要であるように思います。