

土木応援家

出水 享

(長崎大学 博士(工学))

1979年生まれ
福岡県出身

噂の土木応援チーム

デミ

デミー博士って何者？



個人HP：
[https://www.
akira-demizu.com/](https://www.akira-demizu.com/)



個人Facebook：
[https://www.facebook.
com/akira.demizu](https://www.facebook.com/akira.demizu)



個人Twitter：
[https://twitter.
com/DemizuAkira](https://twitter.com/DemizuAkira)

お問合せ先：demizu@nagasaki-u.ac.jp

連載

デミー博士が教える成功する土木広報の極意

第2回 ● 現場は子供から大人まで楽しめる遊園地

こんにちは！土木応援家の「デミー博士」です。11月号から6回にわたって「成功する土木広報の極意」について紹介しています。私は長崎大学に勤務しており土木工学が専門です。ライフワークとして土木業のイメージアップや担い手確保のために土木の応援（広報）活動に力を注いでいます。私が関係した活動は今までに500件以上のメディアに取り上げられています。また、(公社)土木学会土木広報大賞やグッドデザイン賞を受賞するなどの高い評価を受けています。このことから建設業の関係機関から注目され、土木広報の協力依頼や講演依頼が殺到しています。(本業もしっかりやっていますよ 笑)

ここでは、私が長年培ってきた経験や知見を紹介していきます。内容を読んでもっと話が聞きたい方や土木広報で困っている方がいらっしゃったらお気軽にお声かけください。一緒に土木・建築業を盛り上げて行きましょう。

さて、第1回の「間違った土木イベントをしていますか？」はお読みいただけたでしょうか？簡単におさらいします。全国各地で精力的に行われている土木イベントですが、誤った伝え方をしている場面が多く見受けられます。伝え方を誤ってしまうと、イメージを悪くしてしまうことがあります。その問題点として、①見学だけ、②専門用語や漢字が多く説明が早口、③重機やドローンの使い方が間違っている、④イベントをやらされ

ている感がある、⑤挨拶が多すぎる、などを紹介させていただきました。ドキッとした方は11月号をチェックしてみてください。

第2回は「現場は子供から大人まで楽しめる遊園地」についてお話しします。私は土木現場を「遊園地」だと思っています。現場は、働いている方々からすると毎日見る当たり前の光景ですが、見たことがない子供や大人からすると初めての景色ですし、新しい発見がたくさんあります。初めてだったり新しい発見は、ワクワクやドキドキに繋がるんです。当たり前に行っているお仕事も考え方を変えれば、おもしろいアトラクションに変わります。つまり、現場でのお仕事体験は、遊園地で乗り物に乗ったり、アトラクションを体験しているのと同じなんです。その事に気付けるかどうかポイントです。なので、私は現場での体験型イベントをお勧めしています。もちろん安全管理は徹底します。しかし、体験させるだけでは伝わりません。やり方があるんです。今回はそのやり方やコツを紹介します。

* *

(1) ターゲットは子供にする

子供をターゲットにすると、親もしくは保護者が必ず参加します。最近では子供の就職に親の意見が左右することが多いことから、親にも土木の使命と価値を伝える必要があります。さらに子供



写真-1 のり面でロープクライミング体験

は宣伝マンとして大活躍してくれます。子供を楽しませる(写真-1)ことができれば、イベントを終えたあとに家族との団らんや学校のお友達に土木体験の自慢をするため、多くの人に土木の魅力を伝えることができます。

(2) リアルな現場で仕事体験

リアルな現場でイベントを開催することで、現場の大きさ、空気感、匂い、音などを伝えることができます。また、誰が、何のために、どんな仕事をしているのかを伝えることもできます。さらに、現場で仕事体験(写真-2)をすることで働く人の気持ちを身体と心で受け止めて土木の仕事をより身近なものに感じてもらうことができます。

(3) プロの技の披露する

初めて仕事体験する参加者は失敗します。しかし、プロが簡単に手ほどきを披露(写真-3)すると「かっこいい!」や「凄い」などの歓声とともに拍手が沸きます。「かっこいい!」や「凄い」は、「憧れ」に繋がります。テレビでプロ野球選手やプロサッカー選手の活躍に憧れるのと同じです。プロは自分の作業に歓声や拍手をもらうことで仕事



写真-2 のり面で吹付体験

に誇りをもてるようになります。

(4) 家族の参加を促す

市民への広報も大切ですが、現場で働く方のご家族への広報はもっと大切です。イベントでお父さんやお母さんが活躍できる場を演出し、その姿をご家族に見せることが大切です。お父さんやお母さんが参加者からの歓声や拍手されている姿を見た家族は、誇りに思います。

(5) 少人数で実施

イベントの参加者を少人数に絞ることで、一人当たりに費やす体験時間を長めに設定でき、参加者全員が十分に満足できる体験が可能となります。大勢だと説明などが一方的になってしまい、参加者との距離感が縮まりにくいことが問題です。少人数で双方向なイベントができれば、参加者との距離が縮まり、信頼関係を築くことができ、伝えたいことが伝わりやすくなります。

* *

いかがでしたか? 普段当たり前に見ている現場や当たり前に行っている作業を見せ方次第で楽しい遊園地に変えることができるんです。不思議ですよ。いかに市民目線で客観的に考えることができるのかがポイントです。これができるようになれば土木の魅力がグーンと伝わりやすくなります。トレーニングしてみてください。次回は、イベントの成功を実現するために大切な「成功の鍵はリーダーが握る」と題して、伝わる体験イベントにするためのコツについて紹介します。



写真-3 マンホール蓋の色付け体験