

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

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

連載

## デミー博士が教える成功する土木広報の極意

### 第3回 ● 成功の鍵はリーダーが握る

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。私のライフワークとして土木業界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・相談や講演依頼が殺到しています。

ここでは、私が培ってきた土木広報に関する経験や知見を紹介していきます。内容を読んで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2回の「現場は子供から大人まで楽しめる遊園地」はお読みいただけたでしょうか？簡単におさらいをします。現場は、市民からすると初めての景色で新しい発見がたくさんあります。「初めて」や「新しい」は、ワクワクやドキドキに繋がります。また、お仕事体験は考え方を変えれば、おもしろいアトラクションに早変わりします。そのため私は現場でのお仕事体験イベントをお勧めしています。ただ、体験させるだけでは伝わりません。そこで、第2回では、体験イベント

のやり方のコツを紹介させていただきました。詳しくは12月号をチェックしてみてください。

\* \*

第3回は「成功の鍵はリーダーが握る」についてお話しします。私は今までに100以上の土木イベントをお手伝いしてきましたが、そこで感じたことがあります。主催する機関や部署のリーダーの気質によってイベントの良否が大きく左右されます。担当者の気質も影響しますが、やはりリーダーの影響が大きいと思います。広報に対して前向きなリーダー(簡単にいうとノリがよくイケイケな人)がいると、打ち合わせで雰囲気がよく、面白いアイデアが次々に生まれます。突拍子のない企画も「面白そうなのでやりましょう！」と話が進んでいくこともあります。打ち合わせが楽しく、意欲がどんどん沸いてくるんです。一方、広報に後ろ向きなリーダーがいると、担当者レベルでの打ち合わせで「上司に聞かないとわかりません」や「こんなことまでしなくていいと思います。」など、ほとんど話が決まりません。結局、提案した企画が断られ、当たり障りのないイベントになります。消化試合をやっているような感じになり、伝わらないイベントになります。そんなイベントはやってもあまり意味がなく、参加者の頭に何も残りません。今回は、私が経験した優れたリーダーの存在で大成功したイベントを紹介します。

\* \*





阿部所長 VS 大雨マン・洪水マン

現在、国土交通省九州地方整備局が熊本県の南阿蘇に建設している立野ダム工事現場で行ったイベントの紹介をします。立野ダム工事事務所の阿部所長は、広報に関して前向きでとにかくノリがいい。ノリだけでなく場の雰囲気作り方がとても上手い。所長自身は、あまり表に出ず、部下の意見を尊重するとともに部下の言葉を引き出すのが上手い。ここぞというときは意見を述べ、その場をまとめてくれる。まさに理想の上司。事務所内の雰囲気も素晴らしい。

そのような雰囲気の中、2019年に立野ダム工事事務所の職員が「立野ダムマン」という名のヒーローを考案しました。また、「立野ダムマン」のマスク、鎧などのコスチュームも手作りで制作しました。私は、立野ダムマンの存在を知り、イベント内で寸劇を提案しました。提案内容は「イベント開始時の阿部所長の挨拶の時に、突然部屋を暗くし、大雨マンと洪水マン（災害をイメージした悪者）が現れ、所長をヘルメットで殴り倒し（実際は殴っていません。笑）、その後、立野ダムマンが登場し、大雨マンと洪水マンをやっつけて、阿部所長を助けるというシナリオ」。私は、この寸劇を阿部所長にサプライズで実行を提案（半分本気、半分冗談）したんです。イベント当日、寸劇は大成功したわけですが、担当者は一切、所長に寸劇について伝えていないことを知り、ビック

リしました（笑）。阿部所長だからこそ、また、阿部所長と部下の信頼関係があるからこそ実現できた寸劇でした。

寸劇は参加者にもサプライズで実施したわけですが、寸劇で場の空気が一気に柔らかくなり、主催者と参加者の距離が一機に縮まったんです。（実はこのことを狙って提案しました）。結果として、イベント中に参加者から話かけられ、また、たくさん質問を頂きました。印象的だったのは参加者が終始笑顔だったことです。大成功したイベントでした。

いかがでしたか？ リーダーの気質でイベントが大成功するんです。市民に工事の内容や土木の使命と価値を楽しく・分かりやすく伝える技術が求められるようになっていきます。立野ダム工事事務所の阿部所長は特別かもしれませんが、リーダーの影響って大きいんです。リーダーは広報意識を高くしていただきたいと思いますし、部下にも意識づけをお願いします。必ず一度は広報の仕事させることお勧めします。広報力がつくと土木の魅力がグーンと伝わりやすくなります。今回は、イベントの成功を実現するために大切な「SNSを活用した土木広報戦略」と題して、TwitterやFacebookなどのSNSの特徴や活用した広報について紹介します。