

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5回 ● 土木広報のPDCAを回そう！

こんにちは！土木応援家の「デミー博士」です。2020年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。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4回の「SNSを活用した広報戦略」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。情報を効果的に伝えるツールの一つとして国内で年々利用者が増加しているSNSについて紹介しました。その中でも10代の利用者が多いTwitterの特徴やその拡散力について説明しました。一例として世界中の530万人に届いた私のツイートについて、実際のツイートとその分析結果を紹介しました。詳しくは1月号をチェックし

てみてください。

第5回は「土木広報のPDCAを回そう！」についてお話しします。私は土木イベントを実施するときに必ず「伝わる土木広報のPDCA」を回します。今まで私は数百回のPDCAを回してきた経験があり、最近では「伝わる土木広報の勝ちパターン」が見えてきました。読者の皆さんは年に数回（人によっては初めて）の土木イベントを担当する程度でしょうから、伝わる土木イベントを実施するのはなかなか難しいと思います。しかし、今からお話する内容を実践できれば伝わる土木イベントに近づけることができます。

* *

まず、イベントを計画する前にやるべきことは一つ、達成目標を設定することです。達成目標といってもいろいろありますが、土木イベントの場合は「一番伝えたいこと」や「参加者に感想を書いてもらいたいこと」を関係者で話し合って決めることが大切です。例えば「災害復旧で活躍する土木技術者」や「下水道の役割や必要性」など。目標が設定できれば、次に目標を達成するためのイベントメニューを考えていきます。「災害復旧で活躍する土木技術者」を目標に設定した場合、「土木技術者の思い」や「復旧活動によって助けられた市民の声」などを参加者に届けるやり方を考えるといいでしょう。イベント後は、目標達成を確

認するためのアンケートをとります。「活躍する土木技術者」を伝えたいのに「重機が楽しかった」などの感想が大半を占める場合は目標が達成できていないことになります。その場合、感想を分析して原因を話し合って次回のイベントに生かしましょう。とは言いつつも思い描いた感想を記載してもらうのは、かなり難しいんです。「じゃあ、どうしたらいいの?」と皆さんの声が聞こえてきそうですが、では何をすればいいかという計画段階でPDCAを回せばいい

んです。簡単に言うとモニターツアーの実施です。モニターツアーを実施して感想や反応を参考にイベントを組み立て直すことで伝わりやすいイベントに近づけることができます。

* *

私の場合は、小中学校生を対象とした土木イベントを実施することが多いため、息子(小学校5年生、みんなにチビデミーと呼ばれている)と一緒に現場視察を行います。現場視察では、チビデミーの対応は全て現場の担当者にお任せすることになっています。私はチビデミーの反応や表情を常に観察します。視察から帰る途中でチビデミーに感想を聞くことや、帰宅した後、チビデミーが妻にどのような感想を伝えていたかのモニタリングを行います。子供は正直なので「何を言っているか分からない」や「あの体験がおもしろかった」など、はっきり言ってくれます。その後、チビデミーの感想や反応を参考にしてイベント計画を練り直します。モニターツアーを実施することでイベントの質が向上します。結果として目標が達成



デミーとチビデミー

しやすくなります。当たり前のことを言っているようですが、実施していない会社がほとんどなんです。

* *

いかがでしたか?土木広報のPDCA、特に計画段階でのPDCAを回すことで洗練され、伝わる土木イベントに近づきます。このやり方を実践できれば建設業のイメージが大きく向上し、ファンを獲得することができます。場合によっては、入職希望者の獲得にも繋がる可能性があります。ぜひ、土木広報のPDCAを回してください。やり方が分からない場合はお気軽に相談してください。

* *

今回は、とうとう最終回です。「世界一伝わる土木広報の極意」をみなさんに伝授します。