

# 建設業の戦略的広報の 取り組みについて

一般社団法人北海道建設業協会 専務理事 まきの みつひろ 牧野 光博

## 1. はじめに

東日本大震災のとき、警察、消防、自衛隊、マスコミが入る前、瓦礫<sup>がれき</sup>を除去して道路啓開作業を行ったのは、地元の建設企業でした。しかし、一般のマスコミは自衛隊や消防、ボランティア、米軍、NPOなどの活躍を派手に取り上げましたが、命を懸けて災害対策支援に取り組んだ地元建設企業の様子をなかなか報じてくれませんでした。

震災から1年が経過した平成24年3月、『日経コンストラクション』（発行・日経BP社）がショッキングな調査結果を発表しました。その記事は「伝わらなかった被災地支援～世間と建設業界の溝は震災対応でも埋まらず」というタイトルでした。「東日本大震災の被災地支援で、より大きく貢献したと思う団体・組織は？」という質問に対して、「建設業」と回答した市民（被災地）はわずか18%にとどまり、市民と建設関係者の認識に大きな差があることが分かりました。

## 2. 戦略的広報の必要性

国土交通省東北地方整備局が平成24年7月に発表した「東日本大震災における地元建設企業の活動調査」によると、震災直後から地元建設企業が

迅速に活動したことが浮き彫りになり、具体的に以下の点が判明しました。

- ① 活動を実施した411社のうち、約6割の242社が4時間以内に開始。
- ② スピーディーに初期活動ができた最大の要因は、現地に精通し、自社の建設機械やオペレーターにより、真っ先に現地に駆け付けることができたため。
- ③ 活動を実施した地元建設企業のうち約7割の企業が自らも被災していた。

戦略的広報のあり方を議論していた一般社団法人北海道建設業協会 総合企画委員会（中山茂委員長）は、建設産業の重要性や公共事業の必要性を一般の人々に理解してもらうためには、建設業界が情報発信力を高めていく必要があると結論付

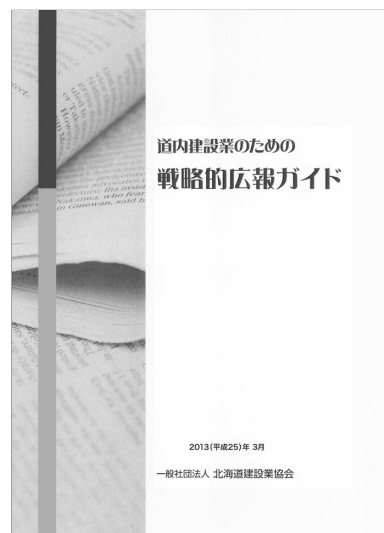


写真 1  
戦略的広報ガイドの表紙

け、平成24年11月に具体的な方策を、一般社団法人北海道開発技術センターと株式会社北海道建設新聞社のコンソーシアムに委託しました。

同コンソーシアムは、戦略的広報を推進する具体策として①小冊子「道内建設業のための戦略的広報ガイド」(1,000部)の作製、②戦略的広報ガイド説明会の開催(全道11カ所)の2項目を提示しました。平成25年3月に刊行した「道内建設業のための戦略的広報ガイド」(24頁、以下「ガイド」という)は、戦略的広報の必要性を分かりやすく説く一方、業界団体・会員企業が広報活動を展開していく上の指針や留意点などを平易な表現でまとめました。

この中で戦略的広報を進めていくポイントとして以下の3点を強調しています。

- ・建設業のPRベタを解消する、単なるイメージアップ作戦ではない。
- ・マスコミに取り上げられることだけが目的ではない。建設業の情報発信力を高め、世間の誤解を払拭するとともに、建設業界の重要性やインフラの必要性を理解してもらうことが目的である。
- ・情報発信力向上のために、持続可能な広報体制を確立する必要がある。

### 3. 情報発信力の強化

『日経コンストラクション』の記事(平成24年3月号)は、建設業の情報発信力の弱さを如実に表したものと云えます。事実、一般紙の報道関係者に「もっと建設業のことを、記事やニュースで取り上げてほしい」と頼んでも、①建設業を取り上げても、絵にならない、②普段から付き合いがないから、何となく怖い、③発注者の陰に隠れて、実態が見えないなどの答えが返ってきます。

それならば、「建設業のことを取り上げてくれない」と嘆いてばかりいるのではなく、マスコミが取り上げてくれそうな情報発信のノウハウを、建設業界が身に付けていくべきではないか、とい

う発想に転換しました。

そこで、まず考えたのは「広報戦略の基本」です。つまり「誰に何を伝えるのか」というコンセプトを明確にしていくことです。これまで建設業界が進めてきた広報活動といえば「より多くの人に、より多くのことを伝えたい」という欲張りな考え方でしたが、それでは、情報発信の内容が散漫になり、結局は誰にも何も伝わりません。建設産業は、その失敗を何度も繰り返してきました。そうした反省を踏まえ、広報の三か条を決めました。

- 一. 誰に、何を伝えるのか明確にする。
- 一. 相手にどう伝わったのかを、きちんと検証する。
- 一. 一度で全てを理解してもらおうとは思わない。

その上で、一般マスコミに取り上げてもらうためには、①イベント・行事等は単独企業の取り組みではなく、地域住民や学校などを巻き込んだ業界団体ぐるみの活動とする、②絵になるシーンを演出する、③物語(ストーリー)性を持たせる、④プレスリリース(広報用資料)を作り、マスコミ関係者に配布する、⑤その際に、必ず問い合わせ先を明記するなど、戦略的広報ガイドに具体的なアドバイスを掲載しています。

### 4. プレスリリースの活用

企業・団体のイベントやボランティア活動、新技術・新商品などを、新聞やテレビ等の一般マスコミに取り上げてほしい場合は、プレスリリースを作成して、身近な記者クラブに配布しますが、建設業界はそういうことに不慣れです。そこで、プレスリリース作成のポイントをガイドで詳しく説明しました。

一般マスコミの場合は、プレスリリースを投げ込んで、必ずしも記事として取り上げてくれるとは限りません。ニュース性が乏しいと判断されたり、取材が立て込んでいると記事にしてくれま

せん。むしろ、建設業界の話題はボツ（記事にならないこと）になることの方が多いかもかもしれません。だからこそ、マスコミが興味を持ってくれそうな、効果的なプレスリリースを作ることが重要です。

ガイドには、プレスリリース作成の要点を図解入りで、細かく解説しています。例えば、プレスリリースはA4用紙3枚を目安に作成。基本要素は、①「分かりやすい主旨説明文（概要）」、②「主催者のプロフィールや実績」、③「概要を補足する説明資料」です。

以下の点にも注意する必要があります。

- 1) 大きな文字でインパクト強く。
- 2) マスコミが興味を示すのは「初めて...」「青年部」などの見出し！
- 3) 内容を簡潔に！  
建設用語を避けて、一般の人たちにも分かりやすい表現を心掛け、文章は「ですます調」にする。
- 4) 開催日時・場所をはっきりと。雨天対応、入場料などの有無も忘れずに明記する。
- 5) 内容に関する問い合わせ先を必ず明記！  
名前にはルビをふる。携帯電話番号も入れる。

## 5. 投げ込みのポイント

プレスリリースを作成したら、それを記者クラブへ持ち込む必要がありますが、その手順もガイドに以下のように紹介しています。

### ① 【ルールを守る】

プレスリリースを記者クラブに持ち込む場合、それぞれの記者クラブによって事前登録や幹事社の承認など独自のルールがあります。まず記者クラブへ連絡して「プレスリリースを投げ込みたい」旨を申し出て、受付窓口や幹事社の指示に従いましょう。

### ② 【記者クラブへ投げ込み】

記者クラブへの投げ込みは、一般的にプレスリ

リースを記者クラブ室まで持参します。事前に必要部数を確認し加盟各社の部数を用意します。記者クラブ室内にある新聞・テレビ各社の資料棚にプレスリリースを配布します。これを通称「棚入れ」などと呼びます。

### ③ 【投げ込みのタイミング】

投げ込む時期は、1週間前がベストです。あまり早すぎると、忘れられてしまいますし、逆に急すぎると、取材の段取りがつかず、テレビカメラなどの手配ができないこともあるので、タイミングを計って投げ込むことが大切です。

### ④ 【問い合わせ先を忘れずに】

プレスリリースには必ず問い合わせ先を明示しましょう。その際、携帯電話番号も忘れずに！

例えばイベント等の取材の場合、一般マスコミが当日いきなり取材に来ることは珍しく、たいていは「もう少し詳しい話を聞かせてください」などの問い合わせがあります。

### ⑤ 【お礼の言葉を忘れずに】

新聞に記事が載ったときやテレビで紹介されたときは、後日取材してくれた記者にお礼の電話や電子メールなどを入れ、周囲の反応や感想などを伝えましょう。こうした細やかな気配りが、マスコミとの信頼関係の醸成につながります。

### ⑥ 【間違いは冷静に修正】

記事や番組等が、こちら側の意図と違って取り上げられた場合、感情的に抗議することは止めましょう。ただし、固有名詞や数字に間違いがあった場合は冷静に指摘し、訂正を求めましょう。

## 6. 戦略的広報ガイド～平常時編～

道内建設業は、地域経済と雇用を支える重要な基幹産業です。建設業は住宅・社会資本整備の直接的な担い手ですが、一方では地域において多様な役割を担っています。各種行事やボランティア、町おこし等の地域活動の中核的な役目を果たし、社会貢献に最も熱心な業界です。そうした真の姿をもっと一般のマスコミに取り上げてもらうこと

戦略的広報 ～平常時編～

道内の建設業は、地域経済と雇用を支える重要な基幹産業です。私たち建設業は住宅・社会資本整備の重要な担い手ですが、一方で地域において多様な役割を担っています。各種行事やボランティア、町おこし等の地域活動の中核的な役割を果たし、社会貢献に最も熱心な業界です。そうした良の姿をひとつひとつメディアに取り上げることが必要です。これまで取り組んできた様々な社会貢献活動を積極的にアピールし、建設業のマイナスイメージを払拭していきましょう。



写真 2  
「戦略的広報ガイド」  
の平常時編

が必要です。これまで取り組んできたさまざまな社会貢献活動を、建設専門紙だけでなく、一般紙にも積極的にアピールし、建設業のマイナスイメージを払拭していこうと呼び掛けています。

さらに、3.11東日本大震災以後、地域住民の「防災」や「減災」に対する認識が高まり、各地で地域防災への取り組みが活発化しています。地域建設業は「いざというとき」に最も頼りになる存在です。災害発生時だけでなく、平常時から地域住民と一緒に地域防災のあり方を考え、建設業が「地域のホームドクター」「インフラの町医者」として重要な役割を果たしていることも、どんどんPRしていこうと思います。

## 7. 戦略的広報ガイド ～有事(災害緊急)編～

災害発生時に建設企業が出動する場合、災害協定に基づく応急復旧工事だけではなく、自発的な初期出動でも、必ず写真・映像などの記録を残すことが、戦略的広報の第一歩だと考えています。

災害時の写真・映像等の撮影は、「誰が撮影するのか」「撮った写真・映像をどう活用するのか」など、クリアすべきさまざまな課題はありますが、まず写真・映像等の記録を残すという意識付けが大事です。協会ごとの実態に即した仕組みづくり、それを上手く機能させていこうと考えています。

被災地現場へ駆け付け、その被災状況や会員企

業による応急・復旧活動の写真・映像の撮影を迅速に行うためには、①会員企業しまかない自賄方式、②協会自賄方式、③外部委託方式の三つのパターンがあります。このうち③外部委託方式を採用する場合は、第三者が二次災害等に巻き込まれないよう十分注意することが必要です。

例えば、民間放送・公共放送や大手新聞社は、主要都市以外の地方で、住民と「通信員」の契約を結び、事件・事故が起きたときに、写真や映像を撮影してもらう「外部委託方式」を採用しています。

## 8. まとめ

道内建設業が情報発信力を高めていくためには、戦略的広報を一過性の取り組みで終わらせることなく、継続的に推進していくことが必要です。ただ、最初から高いハードルを設けず、一歩ずつ確実に進めていこうと考えています。そのために、まず企業・団体のトップの意識を高めていくことが重要であり、次に発注者の理解と協力を得て、最後は現場の末端まで広報の重要性を理解してもらうことが必要です。

いずれにしても平成25年を道内建設業の“広報元年”として、段階的にステップアップしていきたいと思います。



写真 3 戦略的広報ガイド説明会in函館

## 付則・戦略的広報ガイド説明会

6月18日の釧路会場を皮切りに北海道建設業協会傘下の11地方建協でガイドの説明会を開催しました。説明会では、北海道建設新聞社の荒木正芳取締役企画部長が広報活動の留意点や効果的なプレスリリースの活用方法などを説明するとともに、地元新聞社など一般マスコミの関係者を招いて「建設業界が外部からどう見られているか」「どういう点をアピールしていけばいいのか」といったアドバイスをいただきました。

開催概要は以下のとおりです。

1. 平成25年6月18日(水) 13:30~16:10  
 場所: 釧路建設業協会 会議室  
 講師: 釧路新聞社 取締役編集製作局長 堀口義彦氏  
 演題: 「建設業界への期待・意見等について」
2. 平成25年6月24日(月) 13:30~16:10  
 場所: 北海道建設会館 会議室  
 講師: 北海道新聞社 運動部記者 渡邊徹也氏  
 演題: 「日本ハムファイターズを記事にする」
3. 平成25年6月26日(水) 13:30~16:10  
 場所: 稚内建設会館 会議室  
 講師: 宗谷新聞社 社長 中井甚吾氏  
 演題: 「建設業界への期待・要望・意見等について」
4. 平成25年6月27日(木) 13:30~16:10  
 場所: 留萌建設協会 会議室  
 講師: 留萌新聞社 報道課長 原田 学氏  
 演題: 「新聞記者から見た建設業」
5. 平成25年7月4日(木) 13:30~16:00  
 場所: 空知建設業協会 会議室  
 講師: 北海道新聞社 営業統括本部マーケティング長 日浅尚子氏  
 演題: 「あなたの仕事、伝わっていますか？」
6. 平成25年7月5日(金) 13:30~16:10  
 場所: 旭川建設業会館 会議室  
 講師: まちづくり観光デザインセンター 代表 加藤肇子氏  
 演題: 「記事にしたいくなるプレスリリース。応援したいくなる団体の“肝”は同じです」
7. 平成25年7月8日(月) 13:30~16:10  
 場所: 室蘭建設業協会 会議室  
 講師: 室蘭民報社 取締役編集局長兼論説委員長 高木 忍氏  
 演題: 「報道機関と上手につきあう方法」
8. 平成25年7月12日(金) 13:30~16:10  
 場所: 帯広建設会館 会議室  
 講師: 十勝毎日新聞社 編集局副局長 児玉匡史氏  
 演題: 「建設業の魅力発信に寄せて」
9. 平成25年7月17日(水) 13:30~16:10  
 場所: 函館建設業協会 会議室  
 講師: 函館新聞社 編集局報道部副部長 千葉卓陽氏  
 演題: 「建設業界への期待・要望・意見について」
10. 平成25年7月26日(金) 13:30~16:10  
 場所: 網走建設業協会 会議室  
 講師: 伝書鳩 網走支店取材課 係長 大本博哉氏  
 演題: 「地元メディア紙から見た建設業及び期待すること」
11. 平成25年8月30日(金) 13:30~16:00  
 場所: 小樽建設協会 会議室  
 講師: 北海道新聞社 営業統括本部マーケティング長 日浅尚子氏  
 演題: 「あなたの仕事、伝わっていますか？  
 求められる建設業の広報力」

一般社団法人北海道建設業協会ホームページ  
<http://www.doukenkyo.jp/>