

特集 建設業への理解促進を目指す 第1回

のぞいてみよう! 建設の世界。

日本人はこの国の建設業のことをどのくらい知っているのだろう。いま、官民を挙げて建設業の真の姿を広く知らしめようとする広報、PR活動が積極的に展開されている。担い手の確保・育成、インフラの維持といった建設業を取り巻く議論が高まるなか、問題解決の道筋は業界を知らなければ見えてはこない。共感が得られないままでは建設業の未来は閉ざされてしまう。幅広い分野から、建設業に対する理解を促すさまざまな取組みを紹介する。



建設館を含む科学技術館の累積入館者数は、2015年10月23日に3,000万人に達した。

現在、建設館をオペレートする同館運営部学芸員の荻野亮一副主任にお話を聞いた。「建設館の基本的な展示方針は『ハンズオン』。自分で触って動かし、そして考える。体験を通して、建設業の『つくる』『まもる』を学ぶことが建設館のコンセプトになっています。クレーン操作でボールを移動させるシミュレーターや、免震や制震に関連付けた地震免震体験装置は列ができるほどの大人気だ。子どもたちは、ゲーム感覚でタワークレーンを操り、その実物を使った高層ビルの建築工程を思い描く。地震体験装置では震度七の揺れと免震装置の効果を同時に体感。地震の揺れから守る構造や技術を、身を持って知ることができる。

「ハンズオン」で学ぶ

やってみよう建設パズル

アーチ橋や斜張橋、木組みの模型を組み立てることや解説パネルでその特徴や構造物の基本を学ぶことができる。

「つくる」
技術を
体験する。

橋の仕組みやトンネルを掘るシールドマシンの操作、超高層ビルを建てるための技術などをゲーム感覚で学ぶことができる。



シールドマシンで
トンネルをつくる

世界に誇る日本のトンネル掘削技術を模型やパネルで解説。シールドマシンの疑似体験ゲームもある。



チャレンジ!
タワークレーン

吹き抜け空間に設置されたタワークレーンを操縦して、仕組みや役割を学ぶことができる。



いろいろな
コンクリート

コンクリートの特徴や種類を実物を交えて紹介。

建設業に興味を持つ。



役割

を伝える

科学技術館
建設館



(公財)
日本科学技術振興財団
科学技術館運営部
実験・展示物開発グループ
副主任
荻野亮一さん
Ryoichi Ogino

「日建連プロデュース」建設館

日建連は昨年、建設業の長期ビジョン『再生と進化に向けて』を策定したが、その一節「建設業への国民的理解の確立」のなかで、広報について触れている。その意義を、業界の健全性の訴求、感覚的な抵抗感の払拭に加え、次のように位置付けた。「建設業が厳しいだけでなく、夢とやり甲斐のある誇りの持てる職業であることを若者とその家族に分かってもらい、意欲を持って建設業の門を叩いてもらうことである」。

その信条を体现する取組みが、東京・北の丸公園にある(公財)日本科学技術振興財団の科学技術館で長年にわたり展開されている。財団は、昭和三十五年に科学技術の理解促進と社会啓発を目的として設立。科学技術館はその四年

後、子どもたちにその面白さを伝え、理系を志す青少年を育成する拠点として開館した。当初、企業の協賛による展示を行っていたが、十年後に事業を見直し、業界単位の支援により施設の特性を維持・発展させる業界出展方式を採用した。日建連は昭和五十六年から出展を開始。数度の展示室更新を行い、平成十五年から現在の『建設館』となっている。



建設館内は、建設業の役割である「つくる」と「まもる」を学べるよう、エリア分けされている。



「つくる」と「まもる」を伝える ワークショップ。

荻野氏は業界団体との連携の重要性についてこう話す。「演習スタッフはその業界の専門家ではありません。日々勉強しながらより楽しい、興味をそそる演習を工夫しています。その過程で業界団体や会員企業の支援があることは心強い。演習の材料や資料を紹介、提供していただける。業界とこれほど近い施設は少ないのではないかと思います。素材の提供だけではなく、新しい演習についての助言も寄せられる。業界からもたらされるリアルな情報は、子どもたちに知識欲を促し、有効な「気づき」の機会になる。荻野氏は今

業界と連携して リアルな情報を届ける

ながら教えてくれた。例えば、地震対策のプログラムでは、骨組みだけの戸建て住宅と高層ビルに横揺れの振動を与え、その揺れ方の違いを見せる。そこでスタッフが揺れと同期する水の入ったコップを高層ビルの上に乗せる。揺れが徐々に収まっていく様子をみた子どもたちから驚きの声があがる。



来館者に対し、希望すれば演習スタッフが丁寧に説明してくれる。

後、他の業界コーナーと連動すれば、より幅が広がるのではと考えている。「例えば、鉄鋼業界の展示室とコラボできれば、建設と材料といったように立体的な演習ができるかもしれない。工夫すること、子どもたちの興味の範囲は、もっと広がっていくはずなんです」。夏休み直前の同館一階のロビーから賑やかな声が聞こえてきた。校外学習に訪れた小学生たちだ。ここで建設、土木の世界に初めて触れる子どももいるだろう。そのインパクトを自身の将来に向けて実に繋いでいってほしい。



災害から 「まもる」 工夫を学ぶ。

地震から建物をまもる構造や建物周辺で起こるビル風からまもる技術など、実験装置を通して知ることができる。

地震の力から 建物をまもる

地震免震体験装置では、震度7の揺れと建物の揺れを防ぐ免震装置の効果を体験することができる。



ビル風を防ぐ

ビルで発生するビル風の特徴や被害を防ぐための工夫を、風洞実験装置や解説パネルで学ぶことができる。



ワークシートを記入しながら、建設業についてさらに理解を深める仕掛けになっている。

展示と「演習」の相乗効果

こうした体験型の学習をさらに深めるのが、スタッフによるワークショップだ。模型や器具を使って実験を行う。「そこに置かれているモノを通して情報を伝えるのが『展示』。これに対して、コミュニケーションを取りながら知識を根付かせることを『演習』と捉えています。広辞苑には載っていないと思いますが」と荻野氏は笑い

社会資本をつくり、まもる 建設業の意義

建設館は今年3月、開室初のリニューアルをした。模型展示物で扱っていた内容を改めてワークショップのプログラムにするなど、よりアトラクティブかつ効果的な展示、演習内容となっている。特に社会資本と建設の関係についての解説パネルは、社会資本の必要性をわかりやすく伝えている。

建設館を担当して10年ほどになる荻野氏は、その過程で自分自身気づいたことがあると明かす。「建設館に入ってすぐのところに解説パネルが設置されています。『つくる』『まもる』が建設館のコンセプトたらしめるかを端的に表している。社会資本、社会基盤を支えるという建設業の役割を知ってもらいたい。ここは『科学』を啓発する施設ですし、担当当初は自分自身そこまで想いが至っていなかったのかもしれませんが。しかし今は科学・技術を通して、建設業の役割や重要性を子どもたちに伝えていきたいと思っています」。



現場のリアルな
日常を知る。



2015年秋に開催された2回目の舞台の一幕。



建設マン.comのトップページ。

「建設マン.com」という興味深いウェブサイトがある。開いてみるとトップページには東京タワーを背景に「粋でカッコ良い建設マン&ウーマンを応援します!」のキャッチコピー。建設関連の就職サイトだろうか。「建設マン.comとは?」のページを開くと「国民の生命と財産を守るインフラ・快適なオフィス、レストラン、マンション。全て建設マン&ウーマンがなせる技です。その仕事に光を当て若者が夢と希望を持って働くための情報を発信する。」とある。建設業界の魅力を「人」にフォーカスして発信し、カッコイイイメージの浸透を図り、若手の入職を促し就労者を増やすことが目的だと解説されていた。

周りに貼られているコンテンツは実にユニークで、建設業界を題材とした演劇公演のPRや現場で働く姿をプロカメラマンが撮影、オリジナル写真集を作成するサービスの紹介。トビ職人やクレインオペレータ、けんせつ小町といった現役ど真ん中の建設関係者を取材した「親方○○選」というコーナーの登場人物は六〇人を超えている。その他、若手女優による建設スポット探訪、震災復興や業界を取り巻く諸課題について論じるコラムにも、建設業の息遣いがあった。

ページ全体から漂うサブカルチ



を魅せる

建設マン.com



建設マン.com
代表/プロデューサー
YUICHIさん

サブカルチャーからの
情報発信

現場のリアルを シナリオにおとす。

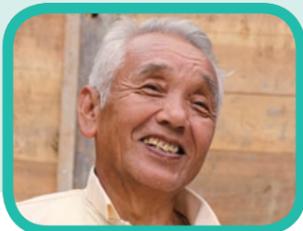


で、建設業の意義、魅力を熟知しているところにある。「若い頃は音楽で身を立てようと思っていました。でも、その世界ですぐに生活ができるわけではありませんから、内装のアルバイトをしていたんです。すると、仕事がどんどん楽しく、面白くなってきました。頑張った分ギャラもよくなる。何よりも親方がカッコよかったです。現

場で働く人は皆、こんな風になりたいと思わせる人間的な魅力にあふれていました」。いつしかアルバイトが本業になった。いまや内装仕上げ会社の経営者だ。仕事とPR活動は明確に分けているが、「人」にほだされて前に進む姿勢は変わらない。現場で人に関わり、その肉声で建設業の魅力を伝えたいと話す。

現在、三回目となる舞台公演の準備に忙殺されている。タイトルは「けんせつ小町純情物語 やるっきゃない!!」。再開発現場を舞台に、若きけんせつ小町の成長を追う物語だ。ゼネコン、デベロッパー、ベテランの職人、大工がからみ、業界が抱える課題も浮かび上がってくる。エピソードには、YUICHI氏だからこそ描けるリ

アリテイがある。「過去二回の公演では多くの一般のお客様に見ていただき、建設業に対するイメージがかなり変わったという声をたくさんいただきました。芝居は毎回赤字ですが、やりがいがあります。工事が竣工した時と同様の達成感があるんですよ」と笑う。確かにYUICHI氏は、演劇だけではなく映画にもトライしたいと夢を語る。映画だとも見ていただく場所や機会の制約も少なくなる。「たくさんの人に『建設』の本当の姿を伝えたい。この活動は私を育ててくれた建設業界に対する恩返しでもあるんです」。YUICHI氏はもう一度笑いながら最後にこう話してくれた。



建設マン.comのウェブサイトで紹介した職人たちは皆、生き生きとした表情だ。現場のリアルをみてきたからこそ伝えられるものがある(提供:建設マン.com)。



YUICHI氏がプロットを起し、脚本・演出の担当者と台本を詰めていく。

「このままではダメになってしまう」

「インターネットを通じて建設業の意義、仕事のやりがいを伝えたいと強く感じるようになったのは、私自身、夢を持って飛び込んだ建設業がどんどんダメになってきたからです。このままでは人の数は減り続け、年収も下げ止まってしまう。業界や現場の魅力を伝えることで若手の入職、就労促進につなげたいと立ち上げたのが建設マン.comです」とYUICHI氏は話す。

ウェブサイトを開設したのは四年あまり前のことだ。東日本震災の一年後、復興事業を加速させたいという思いもあった。「最初はネットで何かやってみよう、といった感じで。作り始めてみると、やりたいことが次から次へと出てくる。とことん『人』にこだわって作っています。閲覧してく

れた人の記憶にも残り、制作に協力していただいた皆さんの記録としても貴重なアーカイブにしたいと欲が出てきたんです」。

自身を含め建設業界はこれまであまりに無策だったのではないかとYUICHI氏は振り返った。「自らの業界の素晴らしさを積極的に発信しようとはしてこなかった。バブルが崩壊し、公共事業には逆風が吹く。一部のマスコミに叩かれることも多々ありました。

建設業界は疲弊していったんです。このままではヤバいと危機感を募らせていました。いま、日建連さんをはじめとする業界団体や、国土交通省も本気で広報に取り組んでいる。建設マン.comも連携しながら活動を広げていくチャンスだと考えています」。

運営はほぼ手弁当だ。ウェブサイトにスポンサーは付いていない。趣旨に賛同するフォトグラファー、デザイナー、タレント、そして何

「人」にこだわり 肉声で伝えたい

ウェブサイトの内容の濃さ、深さを見ると片手間で作られたものではないことは一目瞭然だ。何がYUICHI氏の背中をこれほど押し続けるのだろう。それはYUICHI氏自身が現役の建設マン

第3弾となる舞台公演が決定。 けんせつ小町純情物語 「やるっきゃない!!」

建設現場での女性技術者・技能者の活躍を描いた舞台が10月から東京都渋谷区のCBGKシブゲキ!!で上演される。建設マン.comのYUICHI氏が総合プロデュースをし、日本建設業連合会が特別協賛をする。

今年で3度目となる公演は、渋谷の未来を創る再開発現場「渋谷FUTUREプロジェクト(通称:渋谷F)」が舞台だ。再開発には多くの人が関わっている。渋谷の街で生まれ育った型枠大工の女性社長、男手一つで育てた一人娘を持つ腕利きの大工の親方、左官工、クレーンオペ、鉄筋工など建設業を取り巻くさまざまな問題を織り交ぜ、明るく強く生きていく建設マンやけんせつ小町をコメディータッチに描く。

2016.10.6(木)~10.9(日) (全7公演)
会場: CBGKシブゲキ!!
〒150-0043
東京都渋谷区道玄坂2-29-5
ザ・プライム 6階
<http://cbgk.jp/>

10/6(木) (19:00~)
10/7(金) (14:00~/19:00~)
10/8(土) (14:00~/19:00~)
10/9(日) (13:00~/17:00~)

※ 開場は開演の30分前



広報活動

をつなぐ

建設産業一体で 魅力を発信する。



「へGO!」の企画、運営がある。「オリジナルのコンテンツに加え、建設業に関連する団体やゼネコンなどの企業がウェブサイトで発信している情報を集約し、一元的に閲覧できるポータルサイトです。キャッチフレーズは『未来をつくる君たちへ』。建設業界だけではなく広く一般の方々に見ていただくことを目的としています」と後藤氏は話す。

ポータルには「玄関」の意味がある。「建設現場へGO!」は、まさに業界情報の入口にふさわしい構造になっている。見ていて飽きることがない。

「繋がり」を考える
きっかけを提供

協議会では立体的な施策として広報イベントも展開している。七月末に開催した「子ども霞が関見学デー」では、国土交通省に子どもたちを招き、行政の業務を紹介、屋外ではゼネコンとタイアップしてパワーショベルの試乗体験も行った。

これまでに九回開催された「学

けんせつ 体幹体操

現場での労働災害防止と健康な体作りを促進するために、けんせつ体幹体操製作委員会によって製作された体操DVD。



ポータルサイト 「建設現場へGO!」

「学びたい」「働きたい」といった大きなカテゴリで情報を分類し、50近い小テーマのバナーが並ぶ。小誌「ACe建設業界」の連載記事にもリンクしている。

NEW 働く女性 がカッコイイ

建設業界で働く女性の特設ウェブサイト。業界関連団体が発信する女性活躍の情報をまとめることができる。

建設業界で働く女性たち
建設業界で働く女性の活躍を応援する特設ウェブサイト。業界関連団体が発信する女性活躍の情報をまとめることができる。

建設産業は 面白い!

高校生向け パンフレット

進路を考え始める高校生1年生に向けて、建設産業をより理解してもらうために(一社)熊本県建設業協会により制作されたパンフレット。



建設産業で 働きたい!



富士教育訓練センター

小誌2016年6月号でも紹介した建設業界の訓練校のウェブサイト。多様なコースとセミナーを紹介している。

土木パビリオン

建設業界に親しみをもちってもらうために、さまざまな角度から土木の魅力を紹介する日建連によるウェブサイト。

建設産業を 学びたい!



建設業の 仕事を 知ろう

建設業で働くための18歳のハローワーク

18歳の ハローワーク

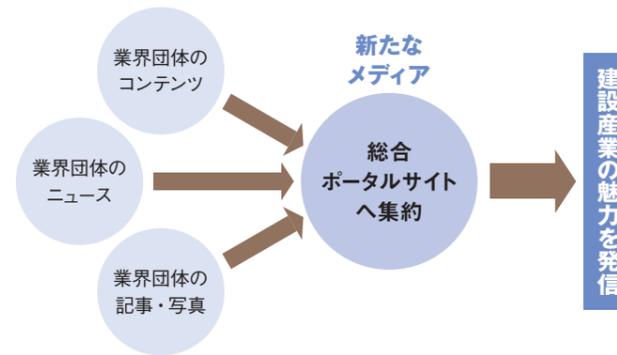
建設産業人材確保・育成推進協議会によって、建設業へ就職を目指す学生を対象に制作されたウェブサイト。

業界情報への玄関口となるサイト

国土交通省は、平成二十五年八月に「建設産業戦略的広報推進協議会」を設置し、建設業界、有識者と行政が一体となった継続的な情報発信を開始した。一般の市民、学生、保護者、教員、主に若年層をターゲットに、建設業に対するイメージ向上、入職促進を強化する取組みだ。

国土交通省土地・建設産業局の後藤史一建設市場整備推進官は、その経緯についてこう説明してくれた。「協議会は情報発信を推進する実質的な会議体として結成されました。これまでに一〇回開催された協議会で具体的な活動方針、施策を検討、イベントやウェブサイトを通じた広報活動を展開してきました」。委員には日建連ほか

「建設現場へGO!」



建設業団体や大学教授、ゼネコン、専門紙の記者が名を連ね、まさに官民が一体となった陣を敷いている。

象徴的な活動の一つに、建設現場の総合ポータルサイト「建設現場

建設産業 戦略的 広報推進協議会



国土交通省
土地・建設産業局
建設市場整備課
建設市場整備推進官
後藤史一さん
Fumikazu Goto

子ども霞が関見学デー

府省庁が設けたプログラムを通して、親子のふれあいを深め、子どもたちが広く社会を知る体験活動の機会を設けている。

はたらくるま試乗体験

ヘルメットをかぶって、ミニパワーショベルを操作しカラーボールすくいを体験。



高所作業車試乗体験

高層ビルのガラス清掃やトンネルのメンテナンスでも大活躍する高所作業車。地上15mからの視点を体験する。



遊び感覚で地図を学習

都道府県パズルやクイズを通して、47都道府県の名前や位置を覚える。地図記号の意味や形を学ぶコーナーもある。



塗り壁体験

本物の漆喰とこてを使い、左官職人になりきって塗り壁体験。

ものづくりを体験

広報イベントを通じて

橋やトンネルの仕組み体験

普段利用している橋やトンネルのメカニズムについて、模型実験により学ぶ。



ロボットスーツ体験

近い将来、建設工事でも導入される可能性があるロボットスーツの実演を見学することで、最先端の技術を体験する。



「土木」について学ぶ展示コーナー

歴史的な土木構造物や東日本大震災の記録などを見学することで、土木の重要性や建設産業の必要性を学ぶ。



国土交通省
土地・建設産業局
建設市場整備課 課長補佐
大島久幸さん
Hisayuki Ohshima



(提供：国土交通省)

「戦略的」イノベーション

大島氏は協議会の真の意義についてさらにこうも話す。「ウェブサイトをさらに充実させ、イベントを成功に導く、協議会の役割としてそうした取り組みは大前提です。しかし、それだけでは『戦術』にとどまってしまう。最終的な目的は建設業を知らしめる機運を高め、実際のアクションに繋げる『戦略』です。その具体的な活動を喚起するツールがポータルサイトや学校キャラバンなんです」。

イベントの開催回数や、ウェブサイトの閲覧数に拘泥する必要はないということだ。協議会が各施策を主導し、そこから得られた効果、知見、さらには顕在化した課題までも開示する。これを水平展開することで、それぞれの団体、地域、業界における自律的な広報活動に発展、拡散することが理想だと大島氏は話してくれた。

これまでの建設業界はおしなべて宣伝が得意ではなかった。日本の国土を形成し、揺るぎない社会基盤を肅々と確立する、その矜持がそうさせたのかもしれない。しかし、時代は変わり続けている。建設業が果たす使命を広く知らしめる 때가 やってきた。