

全建広報活動

1. 広報戦略検討会

○ 設置趣旨

建設業界においては、マスコミ等の誤った報道等もあり「建設業は悪」などの間違ったイメージが持たれている。そのイメージを払拭するため、既に各建設業協会や現場においては公共事業の必要性や建設業のイメージアップに取り組んでいるが、この風潮を打開するには、建設業関係諸団体等が一丸となって戦略的に広報活動等を展開することが不可欠である。建設業のイメージアップに関する喫緊の課題及び有効的な広報活動について検討し、建設業や社会資本整備の必要性をPRするとともに建設業界のイメージアップ活動を展開するものとする。全建では平成22年2月に広報戦略検討会を設置した。

○ 開催実績

- 第1回 平成22年2月17日（何を訴えるか、どうアピールするかを議論）
- 第2回 平成22年3月30日（全国統一ベストについて議論）
- 第3回 平成22年4月28日（検討結果の中間報告についての議論）
- 第4回 平成23年1月19日（一般紙への広告出稿について議論）
- 第5回 平成24年2月6日（『プレスリリース（投げ込み）の方法』についての議論）

○ これまでの検討内容と実績

検討内容

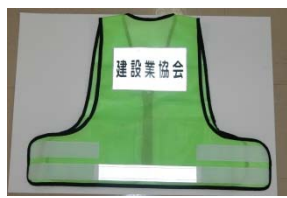
- ・同じ業界内でPRし合っても意味がない。（ターゲットは一般国民）
- ・わかりやすく業界内を説明することが必要。（家族の理解が得られるか）
- ・地味でも手作りで（費用を掛けずに）広報する。
- ・報道番組、新聞等で取り上げられる工夫。（広告有料・取材無料。映像の提供、普段からの付き合い）
- ・広報担当者を育てる。（誰もが広報担当者）
- ・オピニオンリーダーとのコンタクトが重要。（発信力のある方への情報提供）
- ・内部の意識が重要→仕事に誇りを持たせる

実績

- ①全国統一ベストの作製・配布
- ②ステッカー、ポスター、ピンバッジの作製・配布
- ③5つのプロジェクトの立ち上げと実施（各担当ごとに継続中）
- ④プレスリリースの方法

① 統一ベスト

平成 22 年 6 月各協会に配布 初回 25, 00 着
追加 8, 500 着



平成 23 年 4 月 21 日 (木) NHK にて、「がれき撤去作業 被災者を雇用」について、岩手県大船渡市の活動状況が放映された。



② ステッカー、ポスター、ピンバッジ

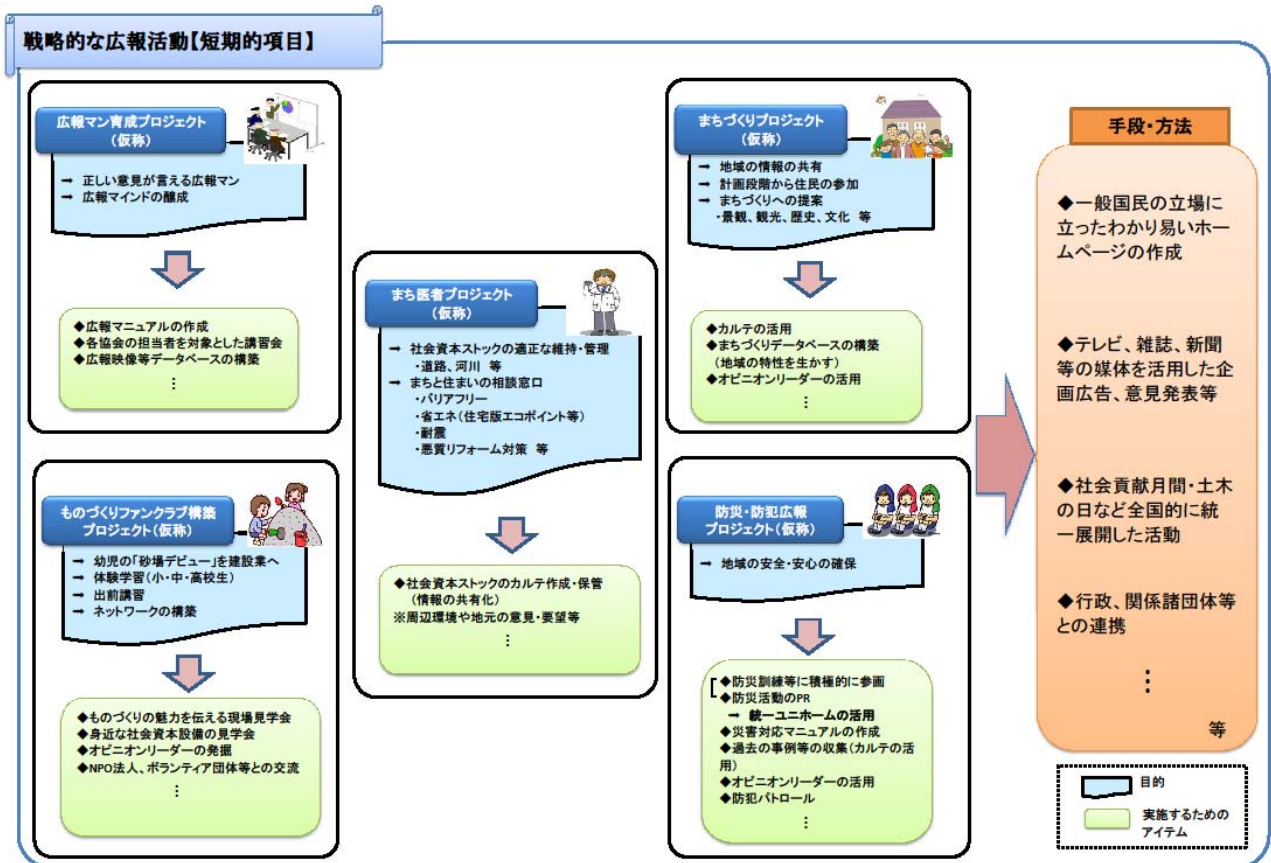


ポスターは、福島、宮城、岩手の 3 県に対し 30 枚ずつ配布。車両用のステッカーとヘルメット用ステッカーは 3 県以外の協会に配布。

ポスターと車両用ステッカーは光触媒を塗布しており、有機化合物や細菌など有害物質を除去する。

③ 5つのプロジェクト

- ① 広報マン育成プロジェクト（正しい意見が言える広報マン、広報マインドの醸成）
- ② モノづくりファンクラブ構築プロジェクト（体験学習、出前講座、ネットワーク構築）
- ③ まち医者プロジェクト（社会資本ストックの適正な維持・管理、相談窓口）
- ④ まちづくりプロジェクト（地域の情報の共有、まちづくりへの提案・参加）
- ⑤ 防災・防犯広報プロジェクト（地域の安全・安心の確保）



④ プレスリリースの方法

建設業はこれまでに防災活動や環境美化活動、社会福祉活動など様々な社会貢献活動を行っているが、その活動がマスコミに取り上げられることはほとんどない。日頃の活動を振り返れば、PRするための“ネタ”はたくさんある。これらの活動をいかにマスコミに取り上げてもらうか、情報発信の方法を知り、積極的な工法を展開する。



※ 建設業の活動をマスコミに取り上げてもらう方法として、記者の取材意欲を掻き立てるプレス資料の作り方を解説。

2. 建設業社会貢献活動推進月間および中央行事の開催

○ 月間の目的

地域の建設企業は、地域経済を支える基幹産業として、良質な社会資本整備の提供と雇用の維持・確保はもとより、災害時における応急復旧活動をはじめ、環境美化、保全活動への取り組み、地域住民との交流等、地域社会の一員として真摯に社会貢献活動に取り組んでいる。

本会では、地域の建設業が実施している活動や、公共事業の正しい理解と認識を国民・社会に広くアピールすることを目的に、毎年7月を「建設業社会貢献活動推進月間」と定め、パンフレットの作成・配布や、中央行事の開催など様々な活動を展開している。

○ 中央行事の開催

平成18年から毎年開催しており、今年で7回目を迎えた。参加者は毎年約200名（協会長、受賞協会、支部、会員企業、国交省幹部、関係団体役員）。開催は東京大手町の経団連会館で、功労者表彰式、事例発表会、記念講演会、記念懇親会が行われる。

回	開催年月日	表彰数	
		協会・支部	企業
1	平成18年7月27日	35	38
2	平成19年7月27日	38	32
3	平成20年7月30日	29	31
4	平成21年7月29日	22	29
5	平成22年7月27日	22	29
6	平成23年7月28日	21	29
7	平成24年7月26日	19	21

3. 利根川水系水防演習への出展

5月19日に開催された水防演習にブースを出展。ブースには災害時に応急復旧に従事する建設業の写真をパネル化して展示し、来場者に対して日常あまり知られていない建設業の有事の際の活動をアピールした。展示したパネルは、各県協会の協力により、宮崎県で発生した口蹄疫被害への対応、兵庫県佐用町での大洪水への対応、新潟県での除雪、および地滑り災害への対応、福島県、千葉県での東日本大震災への対応状況、佐賀県での防災訓練の状況など十数点を展示したほか、茨城県建設業協会が参画し、東日本大震災時に活躍する会員の様子を特大パネル2点でアピールした。



4. 『全建ジャーナル』、『Zenken 通信』の刊行

建設業界の諸問題・課題、関係省庁の施策等を効果的に広報するとともに、建設業界の内部的啓発と対外的PRを目的に『全建ジャーナル』を発刊し、47都道府県協会、会員企業、関係団体等に配布している。また、月間機関誌では対応できない迅速な情報を各都道府県協会に提供するための手段として『Zenken 通信』を発信している。

5. ルートプレスへの出稿

全国996か所(H24.9 現在)にある道の駅に季刊発行される情報紙、『道 21 世紀新聞』(通称『ルートプレス』: 1 駅あたり300部配布)に本会及び建設業の地域貢献等の活動状況を掲載し、広く一般にアピールしている。

<実績>

- 平成 23 年 2 月 「災害時の復旧に不屈の活動」=宮崎県口蹄疫被害への対応
- 平成 23 年 5 月 「建設業界、郷土愛で総力」=東日本大震災への対応
- 平成 23 年 8 月 「社会貢献、“絆の種” 育む」=建設業が行う社会貢献活動について
- 平成 24 年 3 月 「暮らしを創る、災害から守る、地域経済を支える」=広告
- 平成 24 年 8 月 「災害復旧、原点“地域を守る”」=利根川水系水防演習での活動

6. 今後の広報活動 戦略的な広報活動の推進(平成 24 年度事業計画より)

○ 広報体制の強化

① 広報マインド養成のためのマニュアルの周知・普及促進

マスコミへの積極的なアプローチを促進するため、「プレスリリースの方法」の周知・普及に努め、広報活動の推進を図る。

② 広報マン育成のための講習会等の実施

広報に関する講習会を実施し、広報への知識を深めるとともに、広報マンの育成を図る。

○ 広報活動の推進等

① 各種広報プロジェクトの展開(前述: 5つのプロジェクト継続)

② 発信力強化のための広報ツールの整備・活用等

これまでの広報ツールを活用し、国民・社会に広くアピールするとともに、マスコミへの積極的なアプローチや、ミニコミ紙等の媒体を活用した業界活動の紹介など、情報発信に努め、イベント等で使用する新しい広報ツールの開発についても検討を行う。

③ 広報コンテンツ(記録)の整備・提供

各都道府県建設業協会にある災害時の活動記録データ、社会貢献活動の記録データ等、活動記録を収集・整理してストックし、情報の共有化を行うとともに、必要に応じてマスコミに発表・提供するなど、各方面に対して情報提供を行う。

○ 広報活動状況の把握と情報提供

① 広報活動事例の収集・提供

各都道府県建設業協会が独自に行っている広報活動を支援するとともに、その情報を収集して取りまとめ、各都道府県建設業協会に情報提供する。

② 優秀事例の顕彰等

各都道府県建設業協会が独自に行っている広報活動についての情報を収集し、特に参考となる事例を選考して表彰することにより、広報マインドの高揚を図る。