

第1回建設産業の魅力を発信するための戦略的広報検討会(11/12) 議事概要

- ・戦略的広報は非常に重要。是非具体的な取組について検討して頂きたい。
- ・一般の方の建設業に対する負のイメージの払拭と、被災地等での取組を分かって頂くためにすべきことを考えたい。具体的な対策を取りまとめたい。
- ・広報活動の成果を把握するのは極めて難しい。建設業本体がどうなんだ、というところがないと空回りしてしまう。身内の中であればよかった、という自己満足の世界に陥らないように気をつけている。
- ・初めから全国紙に載せるつもりではなく、地方紙に取り上げてもらうところから、地道にひとつひとつやっていくしかない。
- ・ゼネコン、専門団体、職長、職人を合わせて業界初の四身一体の取組をやりたい。一緒にやることでコストもさがるのではないか。
- ・現場の本当に活躍している方、個人に対する表彰は少ない。ヒーロー・ヒロインを生み出す仕組みを作り出していくべきではないか。
- ・今の若い人は、厳しい状況を分かってきている。大切なのは、将来設計ができること。建設業は生活保障がない。工事が無くなったら解雇のため、親が大反対。日本全体で人手不足となっている中、建設業に人は行かない。
- ・それぞれの団体においてそれぞれ悩みがあることがよく分かった。みなさんで一緒にやっていけば、効果的にやれるのではないか。
- ・建設関係者が「おもしろい」と考えるものと一般の方が「おもしろい」と考えるものは違う。ギャップをどうやって埋めるかが大事。
- ・各団体で同じ取組はできないにしても、広報フォーマットができれば同じように出来るのではないか。
- ・今日報告があった内の一つか二つしか知らなかった。業界内部にいても知らない。少なくとも業界がひとつにならない。なぜそういうことをやっているのか必然性が分からないとメディアは絶対に取り上げない。
- ・海外の視点、なぜプラスのイメージを保っているのか、先進事例を把握した上で、具体的取組の検討を進めていくべき
- ・イギリスにおいても建設産業のイメージアップのための取組を実施しており、次回資料を配付して頂きたい。
- ・IT業界が7K、8Kと言われたとき、救ったのはアップル、京（スーパーコンピューター）、フェイスブック。建設業界はチームを持って和とする世界だが、それだとしても埋没してしまうのでは。作っている人が表に出ない、出れない、出ようとしなないということが極めて不思議。ヒーローをきちんと打ち出すべき。