

建設産業の魅力を発信するためのアクションプラン（概要）

建設産業の魅力を発信するために今後取り組むべき方向

(1) 基本的な考え方

- 課題と反省：建設産業における広報は、各団体や企業がそれぞれ創意工夫をしながら様々な取組を実施してきたところであり、一定の効果があつたものと思われる。しかしながら、受け手に十分届いていないのではないかという懸念がある。建設産業に対する世間のイメージは、依然としてあまり高いものではなく、さらなる取組が必要であることにも目を向けなくてはならない。
→ 各団体がそれぞれ独自に広報をしてきたことで業界全体としての取組が必ずしも十分ではなかったこと、団体内の取組に終始せず団体外にも届く広報が必要であることなどこれまでの課題と反省を踏まえ、受け手に伝わる広報を目指して、今後より効率的な広報を実践していく。加えて、建設産業に携わる人々と一般の人々との間で、建設産業に対するイメージの乖離が見られるように、認識のギャップが存在していることを直視。
- 戦略的広報を進める狙い：生徒・学生さらにその保護者、学生予備軍である子供、加えて一般に向けた広報活動を実施。
- 注意すべきポイント：建設産業全体の厳しい状況を踏まえ、各団体の自主的な創意工夫をもとにした取組を基本としつつ、業界一体となった取組を実施していくことが必要。また、単発にならないよう持続的な取組を、身近なところから続けていくことが重要。

(2) 戦略的広報に向けたポイント

- 建設産業に対する理解を得るためには、受け手の関心、聞きたいことに留意し、理解を得たい相手側である国民一般に意識されるようにすることが必要。また、若者に向けた広報を効果的に行っていくためには、若い感性に訴える新しい情報発信を試みていくことも重要。
- 受け手に届く広報を進めるため、戦略的なテーマ設定のもと、“説得”ではなく“共感”を呼ぶ、顔が見える広報をしていくことが必要。また、学生・保護者・国民といった情報の受け手の関心に引き寄せて情報を発信し、注目を集めるようなシナリオを描くことが適切。
- 最も影響力が大きいテレビ・ラジオ・新聞・雑誌等への働きかけ、現代のクチコミであるソーシャルメディアの活用、様々な専門領域で影響力のある人へのアプローチを実施。
- 次の世代のために建設産業は取り組んでいるといったメッセージを発信する広報を進める。
- 取組について効果測定をするとともに、その結果を今後の広報戦略の実施に活かすことが重要。

建設産業の魅力を発信するために今後取り組むべき方向

(3) 戦略的広報に向けた提案(アクションプラン)

① 建設産業界一体となった情報発信

： 関係団体により構成される建設産業の魅力発信推進協議会(仮称)を立ち上げ、効果的なテーマ設定のもと、広報の受け手に受け止められるような情報発信を強化

② 若年者の入職促進に向けた取組

【受け手に応じた取組】

- 子供・学生予備軍に対する働きかけ
- 学校・教員との連携
- 生徒・学生に対する働きかけ
- 保護者に対する働きかけ

【取組の共有】各団体・企業で実施している広報の取組の情報共有

【ノウハウの共有】各団体・企業で実施している広報の取組のうち、優良事例のノウハウを抽出し、各団体・企業における広報活動にフィードバック

【関係団体との連携】建設産業界と中学・高校・専門学校等との連携の強化

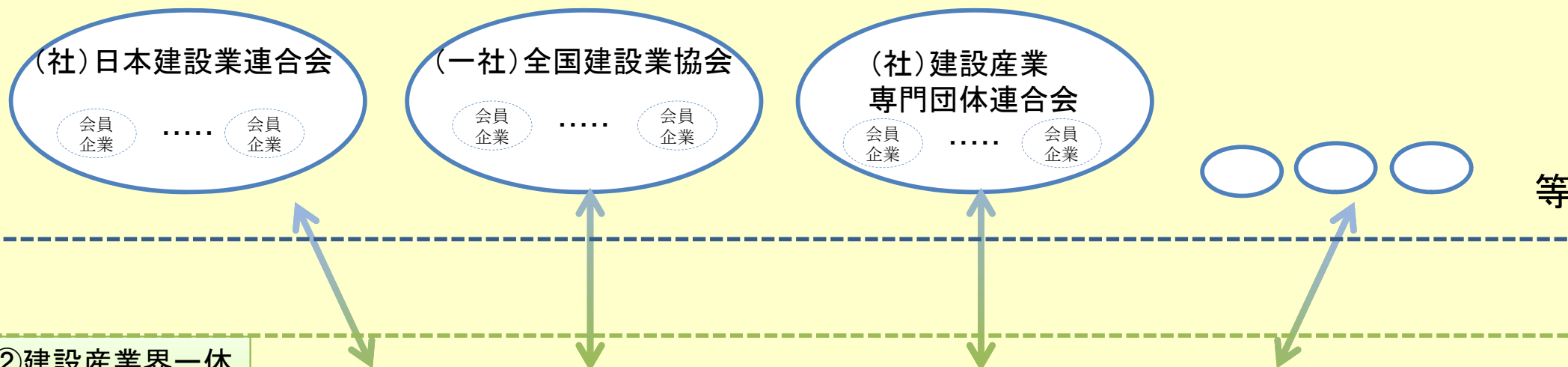
③ 戦略的広報の推進

- 業界横断的取組の推進:建設産業の魅力を発信する総合HPの開設、共通ロゴ・トレードマーク・標語・マスコット等の作成、現場オープンデーの実施、災害時の広報対応等
- 「気付き」に向けた空気づくり:受け手の関心が沸くような戦略的共通テーマの設定、広報ガイドラインの作成や記者懇談会、記者向け現場見学会の開催、ソーシャルメディアの活用 等
- 中小建設企業・関係団体向け広報ガイドラインの作成:マスコミに情報発信するための広報ガイドラインを作成し、当該ガイドラインを活用することで効果的な広報を実施することが必要。
- 地域での取組の強化:地域貢献活動・災害対応事例の作成。一般に対して一番身近な存在である現場のPR。
- 広報活動のフォローアップ:単にメディアに情報発信をするだけで終わるのではなく、その情報発信した内容が、どのように取り上げられているかについてフィードバックし、今後の広報活動に活かす。また、建設産業のイメージ調査を定期的実施し、戦略的広報の効果を継続的に測定。

建設産業における戦略的広報の展開について

①各団体における取組

各団体の創意工夫により、引き続き積極的に展開。



②建設産業界一体となった情報発信

各団体の取組と連携しつつ、業界横断的な取組を推進。

建設産業の魅力発信推進協議会(仮称)

- 総合建設業から専門工事業まで、建設産業の取組を効果的に情報発信。
- 各団体における取組の情報共有。
- 広報の受け手に受け止められるような発信(特にマスコミに向けた発信)、効果的なテーマ設定、媒体、発信後のフォローアップ、効果測定について検討。
- 各団体の代表者(広報担当者)で構成し、運営。
- (一財)建設業振興基金において事務等を実施。
- 学校・教員・一般マスコミ関係者等の参加も得る。

建設産業における戦略的広報の展開について

広報活動全般に関わる施策

○建設産業の魅力を発信する“総合HP”の開設

- ・戦略的広報テーマの設定。
- ・各団体や企業からの情報提供を受け、一元的に情報発信 ・スクリーンセーバー、壁紙の配布 ・ソーシャルメディアの活用 等

○新聞・雑誌等のメディアへの情報発信強化

- ・記者懇談会の開催、記者向けの現場見学会の実施
- ・メディアに情報発信した内容が、どのように取り上げられているかについてフィードバック。

○建設産業体質強化支援緊急助成事業(仮称)

- ・建設業団体による、戦略的広報、災害対応等準備、若年者・将来の担い手確保・育成の取組に対して助成(5分の4。一団体当たり上限250万円)

○現場見学会の定期的開催

- 地域での取組の強化(現場のイメージアップマニュアル作成、オープンデー(一斉現場開放デー)などインパクトのある現場見学等)
- ロゴやトレードマーク、マスコットの作成 ○優良広報の表彰

地域貢献活動の広報

○地域貢献活動・災害対応事例の作成

○災害時対応マニュアルの作成

- ・災害時活動の記録方法、災害対応用の業界統一ベストの作成 等

企業・団体の広報の支援

○中小建設企業・関係団体向け広報ガイドラインの作成

- ・取組姿勢(広報マインド)
- ・広報実施にあたっての留意点
- ・広報事例の紹介
- ・地域における情報発信の必要性

○中小建設企業向け実践広報塾の開催

入職促進に向けた取組

- 建設労働者における社会保険加入に関するリーフレット、ポスターによる広報
- 建設業団体内における若者向け広報の優良事例の共有。
- 建設業関連資格の学生に対する紹介。

- 教育機関等関連機関との連携強化
- キャリアアップイメージの公表(特に、多能工について)
- 子供・学生・保護者に対する見る・読む資料の提供、体験の機会の提供(富士教育センターでの体験学習の実施等)
- 現場見学会等の体験の機会、就職セミナー等企業を知る機会の提供

建設産業イメージ調査(一般、保護者、学生向けの継続的なアンケート)を実施

※ …来年度直ちに始めるもの …中長期的な課題として検討するもの