

- ① これまで取り組んできた様々な広報活動の効果についてどう考えるか。
- ② 建設産業に対するイメージ(現状)をどうやって把握するか。
(例: イベント等の機会を通じた一般向けアンケートや学校団体を通じた学生向けアンケート調査、意識変化を捉えるための調査方法)
- ③ ターゲットをどうするか。
(例: 一般向け並びに学生及び保護者に向けた広報、若者や女性に訴求する広報)
- ④ 伝えるべき建設産業の魅力としてどのようなものを重点的に取り上げていくべきか。
(例: 建設業従事者のうちすばらしい実績を上げている者のキャリアパスについて広報、現場でのやりがい、世界最先端の技術、土木遺産や歴史的建築物の発掘。)
- ⑤ 建設産業のイメージを向上させる広報とはどのようなものか。
(例: 災害時の建設業界の活動や地域貢献活動等の広報、現場見学会の実施。)
- ⑥ 業界全体で共通して取り組むべきものとしてどのようなものがあるか。
(例: 業界団体HPの最新情報を統一して表示できるwebページの構築、広報強化週間等を創設し、同一のテーマで広報、各団体や企業の広報活動についての表彰制度創設。)
- ⑦ 建設産業の広報で活用すべき媒体は何がよいか。また、それぞれの媒体にあった広報の内容とはどのようなものか。
(例: 地域社会との最大の結節点である「現場」、新聞・雑誌等のメディアへの情報発信、SNS、twitter)
- ⑧ フォローアップ体制はどうするべきか。