

ユニークな土木事業のPR方法の紹介

公共事業のPR方法について

土木施設での催し開催



内ノ倉ダムコンサート
(ダムの中で実施)

○内ノ倉ダムでは、構内でミニコンサートを開催するイベントを実施している。土木事業によって整備した空間を、会場として県民に提供することだけでも、事業の大きなPRになる。

(ポイント)
⇒「目的・ねらい」と「PR方法」は必ずしも同じではない。

重機を用いた催し



除雪車への体験乗車で子どもたちは大喜び！
道路除雪学習会東湯之谷小学校

バックホウでも字が書ける！？

○重機を用いたアトラクションは、集客(特に子ども)の目玉となりうる。

(ポイント)
⇒ただし、集まった人々に対し、どうやって事業のPRを行っていくかは、十分に検討しておく必要がある。

完全な「祭り」にする



◇萬代橋誕生祭

○萬代橋誕生祭は、完全に「市民が楽しむ催し」として実施している。この祭りの中で、土木事業の存在をPRしている。

(ポイント)
⇒土木PRが目的ではなく、祭りが主目的。多くの人々が集まってきたところで、さりげなく土木事業のPRを行うことが大切。

国の重要文化財に指定された新潟市のシンボル「3代目萬代橋」が、これまで果たしてきた功績やその歴史的価値を再認識し、その生誕について、萬代橋に想いを寄せる様々な市民や団体が、一堂に集い、盛大にお祝いすることで、今後の萬代橋を核としたまちづくりの機運を醸成し、市民交流のネットワークの拡大を図る催し。(イベント内容は右頁参照)

○そもそもの開催意図を再確認する

土木PR事業は、イベントを開催することが目的化しているような傾向が、最近は見受けられる。本来意図している「県民への土木事業の理解浸透」を実行する方法としては、イベント以外にも多々ある。

「実施した」というわかりやすい成果が得られるイベント的な取り組みも必要だが、着実に理解が深まる地道な取り組みも併せて展開していくことが重要である。

○PRが目的ではなく、「PRで何を伝えるか」が重要！

PR事業では、公共事業のPRが目的ではない。「PRによって何を伝え、何を理解してもらうのか？」が最も重要なポイントである。主催者側の意図（＝伝えたい内容）と、実際の方法（伝える方法）は別々に考えていくことが、これからは大切である。

前頁で紹介した「内ノ倉ダムコンサート」や「萬代橋誕生祭」は、土木事業のPRが真のねらいであっても、実際のアプローチは「楽しむ場の提供」であったりする。

○自主開催に拘らないという考え方も必要

より多くの県民にPRする方法としては、独自にイベント等を開催するだけではなく、集客性の高いイベントに「出展する」という方法もある。自ら主催するよりも、資金面・労力面で負担が軽減でき、かつPR効果もある。

○案外、見落とされているのが「見せ方・伝え方」

PR事業というと、一般的にパネル展示や重機展示、見学会、体験等がメニューとして上がってくる。ただ、PRで大切なのは、その内容・質・やり方・表現方法なのである。効果的なPRを行うには、こうした見せ方・伝え方の研究が必要である。

<萬代橋誕生祭の主な内容>

- ◆萬代橋東側橋詰広場
 - ・総合案内
 - ・萬代橋パネル展示
 - ・萬代橋オリジナルTシャツ販売
 - ・お祝いメッセージ募集
 - ・萬代橋案内ガイド
- ◆萬代橋西側橋詰広場
 - ・人力車・ベロタクシー運行
 - ・オープンカフェ
 - ・萬代橋もよう（万華鏡作り）
 - ・お茶席
- ◆やすらぎ堤右岸上流側（ビルボード前）
 - ・水辺のコンサート（万代太鼓、ジャズ、アコースティック、ねぎっこライブ等）
 - ・オープンカフェ
 - ・福祉作業所展
- ◆信濃川左岸みなと・さかん（グランドホテル前）
 - ・水辺のコンサート
 - ・オープンカフェ
- ◆その他
 - ・水上タクシー運行
 - ・消防艇記念放水

土木公共事業のPR方法のポイント

○主催者側の「意図」と実際に行う「方法」は別物として考える。

○集客力のあるイベントとジョイント（あるいは出店）するという方法もPRにおいては有効である。

○効果的な「見せ方・伝え方」を考えていく必要がある。