

「土木パンフレット」の試み ～小さな事から一つずつ～

藤井 聡

社会コミュニケーション活動の絶望と希望

土木学会から社会へのコミュニケーションの必要性は、かつてない程に高まりを見せている。その必要性・重要性は、例えば、本号の別記事（鈴木、2006）¹⁾にて改めて指摘されているところである。

しかし、具体的な戦略としては、土木学会にできることは驚くほど限られている。マスコミや学校教育との連携の重要性は論を俟たないが、記事、ニュースの決定権はマスコミ側にあり、学校教育の内容を決定するのも教育現場の人々である。そうである以上、マスコミや学校教育で、土木が適切に取り上げられるようになることを気安く期待することはできない。ホームページを整備していくことも急務であるが、一般からの大量のアクセスが見込めるとも考え難い。こう考えれば、社会とのコミュニケーションを具体的に考えれば考える程、絶望的な気分になってしまいそうになる。しかし、土木学会に為しうるものが「皆無」なのか、と問えばそうとも言えぬであろうことが見えてくる。おおよその困難な問題は、抜本的で即効性のある取り組みを考えるからこそ絶望的に見えているに過ぎない。一見いかに絶望的に思える問題であっても、明確な意志の下持続的に取り組む覚悟さえあるのなら、絶望感は払拭され、希望が自ずと訪れることとなる。

土木学会では、社会コミュニケーション委員会を設置し、一般社会とのコミュニケーションのあり方を模索している。そして、同委員会企画部会（以下、企画部会）では、現実的対策の一つとして、「パンフレット」を活用した社会コミュニケーションが検討された。このパンフレットは、地元説明会やワークショップ、オープンキャンパスなどの「4万人の土木学会員ひとり一人が既に実施している対社会コミュニケーション」を「支援」するために作成された。そして、「地元説明会等での配布」を土木学会誌にて会員各位に呼びかけた。この呼びかけは、本年平成18年の土木学会誌5月号に、パンフレット「土木という言葉について」を一部ずつ同封すると同時に、そのコンセプトを記した記事²⁾を同学会誌に掲載する形でなされた。

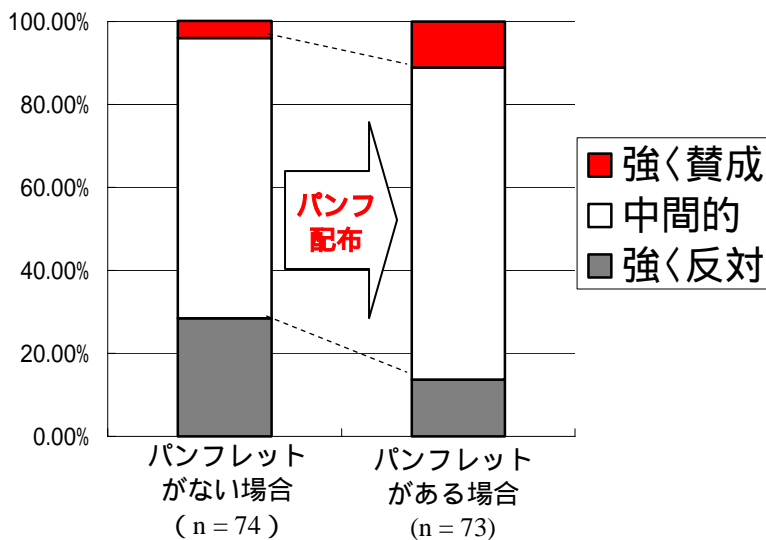
以下、本稿では土木学会に寄せられた当該パンフレットについての反響を報告すると共に、それを踏まえた今後の対社会コミュニケーションのあり方を考えることとしたい。

「土木パンフレット」の有効性

今回のパンフレットは、「土木という言葉について」というタイトルの全6ページのもので（図1参照）「一般の小中学生程度の国語力があるなら、20～30秒程度で内容の概略イメージが理解できるものを作る」というコンセプトの下、最小の情報量と文字数でその趣旨が伝わるべく、いくつかの心理学理論³⁾を援用しつつ設計されたものであった。

まず、1頁目が導入部分、2~4頁がそれぞれ道、水害、緑についてのページで、道路や治水、都市計画が不在では、我々の生活水準が大幅に低下することがイラストと「2行ずつのメッセージ」にて記述されている。その趣旨を5頁目で繰り返した上で、6頁目で「どこかでだれかが道や緑や川の事を考えないと、私たちは、普通の暮らしができないのかもしれませんが。それを考えていくのが、土木の仕事です。」というメッセージにて、締めくくられている。詳しくは、PDFファイルが <http://www.plan.cv.titech.ac.jp/fujiilab/main/pamphlet.pdf> に掲載されているので、そちらを参照されたい。

さて、このパンフレットの「心理的効果」については、パンフレットを読む場合と読まない場合とで「土木に対するイメージ」がどの程度異なるのかを調べるという形の実験から確認されている。一般の人々を対象としたこの心理実験によれば、図2に示したように、パンフレットによって土木事業に強く反発する人々の割合が半減し、逆に土木事業に強い支持を持つ人々の割合が3倍近くになり、その結果として、反対に偏っていた人々のイメージが反対と支持とがほぼ均衡する状況へと変容している様子が示されている。このあたりの詳細については、本年5月号の記事を参照されたい²⁾。



パンフレットを配布することで、賛成が3倍近くとなり、反対者が半減し、結果として、「否定的な土木イメージ」が「中立的」なものへと変容していることが心理実験より確認された。

図2 否定的な土木イメージを「払拭」するパンフレットの効果

「土木パンフレット」の反響

5月号のパンフレット配布以来、土木学会には同パンフレットを希望する問い合わせが多数寄せられた。当初、土木学会で用意していたのが1万部であったため、多数のご

希望に対応するため、1万部を増刷した。しかし、パンフレットの希望部数は、5月から3ヶ月強経過した8月時点においほぼ2万部となり、増刷分もほぼ配り終えることとなった。については現在、さらなる増刷の可能性を検討しているところである。

なお、こうしたパンフレット希望の問い合わせに加えて、パンフレットの内容についても、様々な意見が土木学会に届けられた。その中でも特に、5頁目の文字表現の意味が分かりづらいという意見が多数寄せられた。この点に対処すべく、企画部会では、当該部分の日本語表現についてアンケート調査を実施したところ、当該箇所は、40歳未満の人々には特に違和感なく理解される一方で、40歳以上の人々には分かりづらい表現であることが明らかとなった。この結果を受けて、増刷の際には年齢に関わらず理解できる日本語表現に改めた。この件の経緯については、<http://www.jsce.or.jp/committee/publicity/pamphlet.html> に詳しく掲載している。

「土木パンフレット」の活用

ここで図3をご覧ください。この図は、パンフレットのご要望を頂いた方々の内訳を示している。この図に示すように、民間企業（高速道路会社5件を含む）が半数近くを占めているのに続き、大学・高専等の教育機関が2割強、行政と社団等があわせて2割弱となっている。表1は、パンフレットの使用方法の内訳で、住民説明会や見学会、オープンキャンパスなど、一般の方々との接触機会に本パンフレットが多数活用されていることが分かる。特に、小中学校・高校対象の授業や見学会など、学校教育現場にも活用されている様子が伺える。さらに、社内配布や大学新生への配布など土木関連組織の内部コミュニケーションにも積極的に活用されていることも分かる。

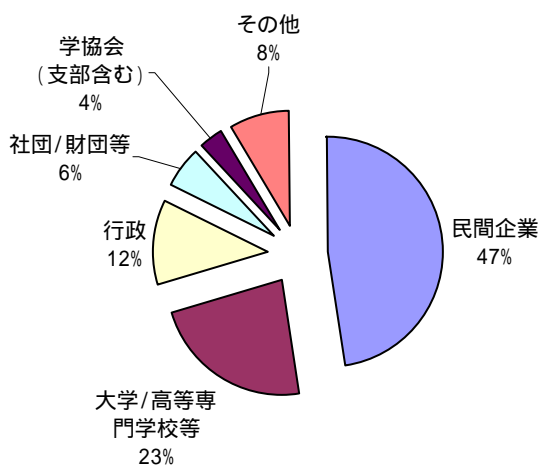


図3 パンフレットご希望件数の内訳

表1 パンフレット活用方法の内訳

内容	件数	(%)
住民説明会等（説明会/WS/イベントなど）	16	(17.8%)
社内配布（各種研修等に活用）	14	(15.6%)
見学会（小中学生/一般等を対象）	13	(14.4%)
大学での活用（オープンキャンパス、新入生への配布）	11	(12.2%)
土木関係者への配布（学協会配布・講演等）	9	(10.0%)
知人・家族への配布	8	(8.9%)
小中学・高校の授業に活用	6	(6.7%)
その他 ^{注)}	13	(14.4%)

注：その他としては、「役所等の窓口に配置するため」「パンフ作成に活かすため」「マスコミ関係者とのコミュニケーションに活用するため」等

「土木パンフレット」の今後

今回のパンフレットの取り組みは、2万部という予想を上回るご要望を頂戴し、単年度の取り組みとしては一定の成果が得られたと言えよう。しかし、今回ご希望を頂戴した方々以外にも、パンフレット活用が可能な機会をお持ちの会員の方は、まだまだいらっしゃることも考えられる。そして何より、仮に今回の2万部全てが一般の方々の手に届いたとしても、それは全国民からみれば一部にしか過ぎない。そう考えれば、今後も実行可能なことを一つずつ積み重ねていくことが重要であることは論を俟たない。

第一に、今回のパンフレットの増刷の可能性を検討することが急務であり、実際、先にも述べた通り、現在具体的に増刷の検討を進めているところである。ついては、社会コミュニケーション委員会では、**学会誌読者のお一人お一人に、パンフレットの活用可能性をご検討いただき、下記の要領にて土木学会までご要望をお寄せいただきたい**と考えているところである。

下記問い合わせ先まで、申込者の氏名と所属と連絡先（電話・e-mail・fax・住所）、必要部数、使用目的（一言・一行程度でも可です）、パンフレット送付先をご連絡下さい。なお、郵送料のご負担をお願いします。また、大量部数（数千部以上等）をご希望の場合でも、増刷方法について別途ご相談させていただきますので、ご遠慮なく、ご連絡下さい。

土木学会事務局企画総務課（担当：稲垣） E-Mail：isi@jsce.or.jp FAX：03-5379-0125

第二に、今回のパンフレットによる戦略を参考に、多様なパンフレット配布戦略を検討していくことも必要である。例えば、今回のパンフレットで取り扱えなかったテーマ等について、今回と同様に「小中学生水準以上の国語能力を持つ人々に20秒～30秒程度で理解してもらえるメッセージ」を、じっくりと、徹底的に検討し、細心の注意の下でパンフレットの作り込み（パンフレット作成の際の留意事項については、文献2）を

参照されたい) それを発信していく、ということも考えられるであろう。

いずれにしても、今回のパンフレット作成は、住民説明会やオープンキャンパスや見学会等の円滑化を目指した「会員支援」の取り組みである。もちろん、こうした支援活動によって国民世論の変容を直接的、劇的に導くことは難しいのかもしれない。しかし図2に示したように、こうしたパンフレットには一定の心理学的効果が存在することは間違いない。そうである以上、一人でも多くの一般の方々に我々が真実と信ずるメッセージをお届けすることは決して無駄な試みではない。こうした取り組みは、それが粘り強く持続的に続けられる限りにおいて、長期的、間接的に、国民世論に少なからず影響を及ぼし得ることは間違いないのである。

【参考文献】

- 1) 鈴木誠：土木学会における社会コミュニケーションの「いま」，土木学会誌, 91 (11), pp. xx-xx, 2006.
- 2) 社会コミュニケーション委員会・企画部会：「土木のパンフレット」について ~ ご活用のお願い~, 土木学会誌, 91 (6), pp. xx-xx, 2006.
 - 1) 藤井 聡：社会的ジレンマの処方箋：都市・交通・環境問題の心理学，ナカニシヤ出版，2003.