

新たな発見！女子が見る天ヶ瀬ダム再開発事業 ～けんせつ小町補完計画～

中西 理瑛¹・臼井 義幸²

¹近畿地方整備局 琵琶湖河川事務所 工務課 (〒520-2279 滋賀県大津市黒津4-5-1)

²近畿地方整備局 河川部 河川計画課 (〒540-8586 大阪府大阪市中央区大手前1-5-44)

「土木」業界に従事する女性は他の業界に比して著しく少ない。また、世間の一般女性の「土木」に対するイメージは良いとは言えない。このイメージを打破するため、琵琶湖河川事務所が担当している、日本最大級の水路トンネルを構築する「天ヶ瀬ダム再開発事業」では、非常勤職員が主体となって女性をターゲットにした広報業務に取り組んだ。一般女性にいかに関心を持って理解してもらえるかということが課題となっていたが、非常勤職員が感じた疑問点を自ら解決する過程を経ることで、より伝わりやすい広報施策となった。本稿では、その広報成果及び非常勤職員の「土木」に対する認識の変化を確認することで、これからの「土木」業界の広報施策に必要な“あらたな視点”を提案するものである。

キーワード 広報、けんせつ小町、天ヶ瀬ダム再開発事業

1. はじめに

(1) 課題と背景（一般的な女性が見た「土木」）

「土木」で働く女性って少ないなあ。正直、そう思います。いろんな産業の中で見ても極端に少ないようです。(図-1.1)

一般的な女性（例えば非常勤職員の私）が、なぜかと考えてみると『土木』＝「危ない」「汚い」「THE 男の世界」というあまり良くないイメージがあり、それが、この業界に従事する女性が少ない要因ではないかと思えます。率直に言えば、今の職場で働くまでの私も、そのイメージで固まっていた。



図-1.1 業界別女性比率¹⁾

一方で、政府は「1億総活躍社会」を目指して、2015年8月に女性活躍推進法を制定しました。女性の活躍推進に向けた数値目標を盛り込んだ行動計画の策定・公表が義務付けられ、女性の活躍が社会的に強く求められています。「土木」業界でも、建設

業で働く女性“けんせつ小町”の倍増を目指して、官民を挙げて女性も働きやすい職場環境づくりに取り組んでいます。例えば、建設現場を働きやすい環境にする取り組みの一環として、男女ともに快適に使用できる仮設トイレを「快適トイレ」として設置を促進したり、現場での時差出勤による出産、子育て支援策などの制度導入が進められています。

このように、女性の活躍が求められ、そのための環境整備は少しずつ進んでいます。しかし、「土木」を女性に魅力ある仕事としてアピールする取組、土木の仕事の中で「女性ならではの」個性を活かす取組はあまり無いように思います。

(2) 天ヶ瀬ダム再開発事業について



図-1.2 天ヶ瀬ダム再開発事業の概要

私が所属する琵琶湖河川事務所工務課では「天ヶ瀬ダム再開発事業」（通称：アマサイ）を担当しています。この事業は既設、天ヶ瀬ダムの放流能力増強のため、ダム左岸側に日本最大級の水路トンネルを設けるものです。（図-1.2）

現在、その工事が最盛期を迎え、今しか見られないダイナミックな工事も多くひかえている事から、毎年2,000人を超える見学者が訪れる注目度の高い現場となっています。（図-1.3）



図-1.3 現場見学者数の推移と男女比

残念なことにアマサイに関わる人も、女性が少なく、現場を見渡してもほぼ男性ばかりです。

また、これまでのアマサイの広報は、男性目線で作られた資料が多く、女性の関心を引くような資料とは言えず女性にアピールすることは難しい状況であると感じました。（図-1.4）

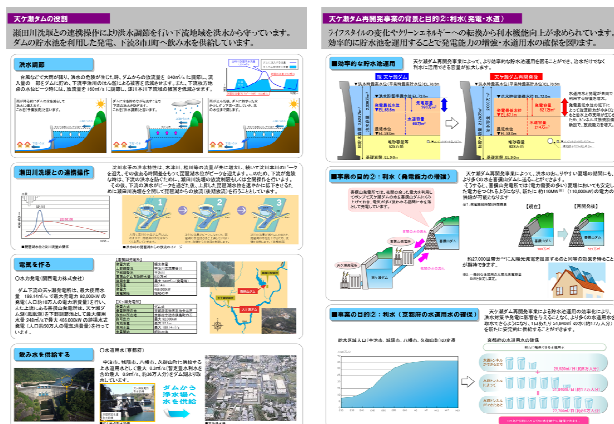


図-1.4 既存の広報資料の一部

今回、女性非常勤職員の私が担当したアマサイ広報の取組は、「土木」が抱える良くないイメージの改善に対する一つの解決策ではないかと考えます。

また「女性ならではの」感性を活かせるこの取組は、他の職場でも同様に取り組む事が可能で、効果も期待できることから土木のイメージアップ、けんせつ小町の増加、ひいては女性活躍社会の実現に向けた一助となる事を期待して、ここに紹介致します。

2. アマサイ広報の取組

(1) みいつけた！！アマサイの魅力

私が当課に配属された当初、「土木」には関心を持っておらず、職員の方が話す土木用語は“宇宙人

の会話”のようで、何を話しているのか理解することはおろか、興味を持つこともありませんでした。

ある日、琵琶湖河川事務所が運営している広報施設、水のめぐみ館 アクア琵琶を訪れ、そこで職員の方から説明を受ける機会があり、少しだけ事業の内容を理解することができました。

その後実際にアマサイ現場を見る機会も得ました。実際にアマサイ現場に行ってみると、ダムとアマサイ現場は「とにかく、でかい！！」圧倒的なスケール、その迫力に未だかつて無い衝撃を感じました。

(図-2.1)



図-2.1 ダムを見て感動！

“百聞は一見にしかず”この言葉がピッタリとハマりました。写真や資料で事前に説明を受けて理解したつもりでいましたが、その具体的な大きさや迫力までは理解していませんでした。

これ以降、私のアマサイに対する興味は一気に膨れ上がり、職員の方が話す“宇宙人の会話”も徐々に理解できるようになりました。

私が感じた感動を一般の女性と共有し、土木工事の醍醐味を体感できるように、現場に多くの女性が足を運んでもらうためにはどうすれば良いか？「土木で感動する仲間を増やしたい！」そう考え始めたことがアマサイ広報に関わったきっかけでした。

(2) アマサイ広報にチャレンジ

これまでの広報資料を見た私の感想は、「教科書」のようで、わかりにくい！」でした。これまでの説明資料とは違う物が出来ないだろうか？女性にも受け入れられる広報って何かな？と考え始めた私は、日常業務の傍ら、アマサイの既存資料を見ながら、いろんな妄想をすることとなりました。

a) アマサイキャラ誕生！

既存資料には読み手の理解を助ける意味で、大抵図面が付いていました。しかし素人、特に女性にはとっつきにくい感じがします。横断図を眺めていた私は、そこから様々な生き物たち（妄想の中では神々）の姿が浮かび上がってきました。（図-2.2）

妄想から生まれたキャラクターを職場の掲示物に埋め込み「アマサイキャラ」として職場内での認

知度を徐々に上げることにしました。

アマサイキャラには、アマサイのトンネル式放流設備の各部位の特徴を織り込み、見た目から特徴を把握できるように工夫しました。

いろんな方に意見を聞きアドバイスを受けたため数多くのアマサイキャラが生まれました。

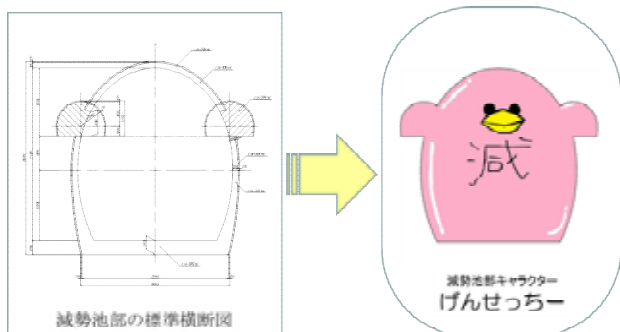


図-2.2 アマサイキャラの誕生
(減勢池部：げんせつちー)

たくさん生まれたアマサイキャラから施設毎の代表を決定するため、琵琶湖河川事務所主催の住民イベントで一般の方を対象としたアンケートを実施し、最も人気のあったアマサイキャラが正式に採用されました。(図-2.3)

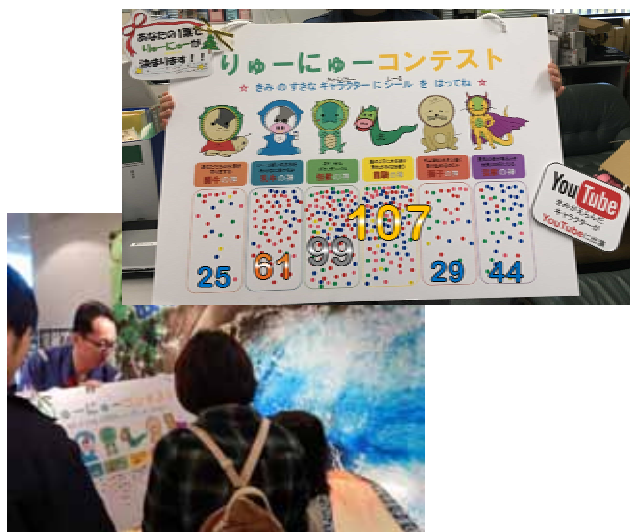


図-2.3 アンケートの実施状況と結果

このアマサイキャラ選定の流れも、一般の方が関わる形にすることでキャラクターに愛着を持っていただきやすいように取組み、アマサイ広報の浸透、拡散を狙いました。

なお、トンネル式放流設備は大きく分けて流入部、導流部、ゲート室部、減勢池部、吐口部5つの部位から構成されることから、5つのアマサイキャラの創造を目指しており、2018年5月現在、3つのアマサイキャラが活躍しています。(図-2.4)

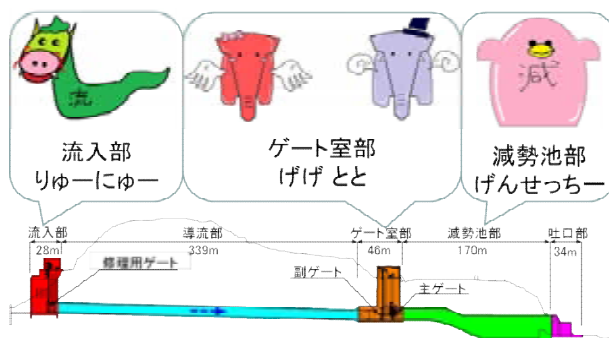


図-2.4 トンネル式放流設備の各部位とアマサイキャラ

b) YouTubeへ動画投稿!

事務所では動画共有サイトYouTubeに琵琶湖河川事務所公式チャンネルを設けており、アマサイ現場の施工状況等を情報発信しています。ここでは、工事進捗を短時間で把握出来るように動画素材としてタイムラプス映像(一定間隔で連続撮影した静止画コマ撮りをつなぎ合わせた動画)を積極的に活用しています。タイムラプス映像は女性にも分かりやすく、土木工事のPRに効果的ではないかと感じました。²⁾

そこで、これまでの経験で培った動画編集の技術を活用し、タイムラプス映像をコンパクトにまとめ直した新たな動画を作成しました。そこではアマサイキャラを登場させたり、軽快なBGMを取り入れたりする等、初めて動画を見られた方でも親しみやすいものとなりました。(図-2.5)



図-2.5 動画シーンの一例

c) 動画PRカードの作成!

作成した動画の存在をPRするため、名刺サイズのPRカードを作成しました。特にデザインには力を注ぎ、女性や子供が関心を示すような色使いとしたほか、複数のパターンのカードを用意しました。PRカードにはYouTube公式チャンネルに直接リンクするQRコードを載せ、一般の方でも気軽にYouTubeにアクセスしてもらえるようにしました。(図-2.6)



図-2.6 作成したPRカード

また、PRカードの配布にあたっては、ダム愛好家等に人気のある天ヶ瀬ダムの「ダムカード」と共に天ヶ瀬ダム管理支所で配布することで、より多くの人に知らせてもらえるようにしました。(図-2.7)



図-2.7 PRカードの配布場所
(天ヶ瀬ダム管理支所)

d) 巨大看板設置に向けて

人気の高い「魅せる！現場」（工事現場見学会）に参加された方が、より現場を楽しみ、自らのSNS等で情報を発信・拡散してもらえるように事業をPRする看板をデザインしました。

看板のデザイン選考にあたっては、5案作成し、広報担当者会議で議論、掲載できる情報内容や話題性の観点を重視し、幅5m、高さ1.8mの巨大モザイクアートを採用しました。(表-2.1)

表-2.1 デザイン選考一覧表

	A「モザイク」	B「巨大看板」	C「巨大QRコード・ダムカード」	D「事業概要」	E「顔出しパネル」
視認性の高い写真で構成するモザイクアートで巨大文字・写真を作る。		巨大文字と写真。	1.8m×高さをデザインし、遠くからでも読み取れる巨大QRコード(YouTubeへ)。	全体の事業概要説明。	観光地にあるような顔出しパネル。
イメージ					
わかりやすさ	端的な文字と写真でわかりやすい。	端的な文字と写真でわかりやすい。	写真がわかりやすいが、「ダムカード」自体認知されていない場合が懸念。QRコードは写真で意識不明、アクセスが難しい。	情報量が多く、アマサイを知らない人に対して親切ではわかりづらい。	観光地で見たことのあるような顔出しパネルであり、認知がわりとわかっており、文字内容では説明が切れていない。
ユニークさ(話題性)	遠くから見たら巨大看板で、近くで見ると初めてモザイクであることがインパクトを与えられる。	シンプルに文字と写真の大きさをインパクトを与えられる。	シンプルにダムカードとQRコードの大きさをインパクトを与えられる。	一般的な看板であり、ユニークさに欠ける。	工事現場で見覚えのある看板に自分の顔をはることで、親しみやすくなる。
事業・工事内容説明の充実性	文字として事業内容がある程度わかる。一方、細かい写真だけでは情報が足りない。	文字・写真により事業内容がある程度わかる。	文字・写真により事業内容がある程度わかる。YouTubeへリンクが貼られる。	事業を詳細に説明できる。	文字である程度事業内容がわかる。
総合評価	評価が高く特に意識する理由、かつ、完成性も高いため、選んでいる。情報量が豊富であることが課題である。	重視する項目で評価がそこそこ高い。	重視する項目で評価が高いものがある。	重視する項目で評価がそこそこ高い。	重視する項目において、評価が高い項目と低い項目が混在している。

この巨大モザイクアートは、「天ヶ瀬ダム改造中」という文字と放流中の天ヶ瀬ダムの様子を、複数の小さなアマサイ現場写真で表現し、遠景・近景の両方で楽しんでもらえるように配慮しました。

(図-2.8)



図-2.8 モザイクアート (全体・拡大)
[高さ1.8m, 幅5m]

3. アマサイ広報の成果

今回作成したアマサイキャラを用いた動画と従前の動画について大学生を対象にアンケートを実施しました。

従前の動画も、かなり凝った動画となっており評価が高かったのですが、新しく作った動画が高い評価を得たのが、「子供向け」するかを問う項目のアンケート結果でした。(図-2.9)

その他自由記述の欄に書かれたアマサイキャラを用いた新しい動画に対する意見として特に女性から「シンプルで分かりやすかった」「～子供に好印象を与える～」「テンポよく映像化されているので興味を引かれる」「BGMでちょっとワクワク感がある」との良い評価のコメントを頂きました。



子どもが興味を持つのはどちら？

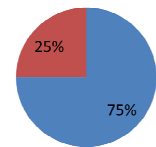


図-2.9 アンケート実施状況と結果

また、「ダムカード」と共に配布しているPRカードについてネット検索(いわゆる“エグサーチ”)してみるとソーシャルネットサービス(SNS)でも取り上げられていることが確認できました。(図-2.10)



図-2.10 PRカードの取り上げ状況

巨大看板は、現在、関係者と設置に向けた協議を実施しているところです。PRカードがSNSで拡散されて広報がうまくいっていることもあり、SNSでの話題性(いわゆる“インスタ映え”)を狙っているこの巨大看板は見学された方々により大きく拡散され、更なる広報効果が上がることを期待しています。

今後、設置に向けて粘り強く協議を進め、女性を含めた多くの方に事業を知って頂きたいと思っています。

4.考察・まとめ

今回の取組を通じて少なからず、アマサイに対する一般女性の興味を高めることができたのではないかと考えています。

このような取組を全国で進めれば「土木」への理解・関心を深めることもできるのでは無いでしょうか。

私自身、今回取組みを始めた当初は、頼るものもなく「土木」の知識も少ないため職員の方々に様々な事を聞き理解を深めました。しかし、もし多くの女性が土木広報に関わっていけば、女性同士の連携による相乗効果でより分かりやすい土木広報が実現し、土木のイメージアップに繋がるのではないかと思います。

今後、私は作成途上のアマサイキャラを充実させ、PRカードや巨大看板も有効活用しながら、女性や子どもを含む、より多くの方に天ヶ瀬ダム再開発事業を理解頂けるよう、土木工事の魅力が浸透するよう、取組を継続していきたいと考えています。

更に、これからは他の業界の女性と交流し、その女性が持つ、業界で活躍するノウハウを知る事が出来れば、私が担当する土木広報の更なる発展に繋がると考えています。

天ヶ瀬ダム再開発事業に関わる数少ない女性のい

る現場で、周囲の男性従業員に尋ねると「女性ならではの細やかな“気づき”があり、現場の進捗が円滑になった」等の意見を聞くこともできました。

日本の人口の約半数は女性です。女性ならではの視点で、女性(女子)に向けての情報発信することは女性を含む多くの人々に「土木」への関心、理解を高めることにつながり“けんせつ小町”の増加が期待できます。

“けんせつ小町”の増加を後押しする今回のような取組は、「土木」に活力をもたらし、生産性向上にも効果を発揮するのではないのでしょうか。

謝辞：

本稿作成にあたりご協力頂いた施工現場の皆さま、アンケートにご協力頂いた滋賀県立大学 非常勤講師 佐々木 和之氏、学生の皆さま、その他、ご教授いただいたすべての方々から感謝いたします。

特に本稿の作成にあたり全般的にご指導頂いた滋賀県 南部土木事務所 河川砂防課 河川第一係主任技師 安井 潤氏、この場を借りて深くお礼申し上げます。

付録： 琵琶湖河川事務所公式YouTubeチャンネル
<http://www.youtube.com/channel/UCqYpa3GXtqrOmQcBzN5M2tw>



参考文献：

- 1) 内閣府男女共同参画局ウェブサイト
<http://www.gender.go.jp/index.html>
- 2) 平成29年度近畿地方整備局研究発表会論文「新たな発見！目で見るとわかる天ヶ瀬ダム再開発事業～変化していく現場が一目でわかるタイムラプスカメラ活用術～」