

もっと伝えたい！ SNS等を活用した工事広報

横尾 知樹

建設局 第三建設事務所 補修課 (〒164-0001 東京都中野区中野4-8-1)

無電柱化事業など多様な道路事業がある中で、沿道住民や道路利用者からは、工事に対して目的や内容の説明を求める声が多く寄せられる。これまで路面補修工事においては、お知らせビラの配布や広報版の設置を行うことで工事広報を行ってきたが、紙面での広報は伝えられる情報量に限りがある等の課題を抱えていた。そのため、広報を行ったとしても、工事着手後に苦情や問合せが来てしまう現状があった。

本論文は、これら課題を解決するために取り組んだWebやSNSを活用した新しい広報について、その取組の内容や工夫点、効果等をまとめたものである。

キーワード 工事広報, PR動画, Web活用, SNS

1. はじめに

昨今、無電柱化事業や自転車通行空間整備、環境舗装整備等、多様な道路事業がある中で、都民からは「路上工事が増えている気がする。」「工事の目的や内容がよく分からない。」「といった声が寄せられている。¹⁾

このような声に対し、私たち道路管理者としては、一つ一つの事業・工事の目的や内容、その効果を都民にしっかりと伝え、理解や協力を得ながら事業を進めていく必要がある。

2. 路面補修工事における広報の現状と課題

(1) 路面補修工事における広報の現状

当課で行っている路面補修工事では、これまで、お知らせビラの配布や広報版の現場設置によって広報を行っている。お知らせビラは近隣住民へ、広報版は道路利用者への広報であり、記載されている内容としては概ね・工事件名・工事概要・工事場所・工事期間・作業時間・連絡先等である。

(2) 路面補修工事における広報の課題

広報の際、「紙面では掲載できる情報量に限りがあり、工事の目的や効果までは伝えきれない」、「設置場所や配布箇所、枚数や時期が限定的である」といった課題があった。そのため、広報を行ってはいったものの工事着手後に苦情や問合せが来てしまうことがある。

都民に事業・工事の目的や効果等をしっかりと伝え、



図-1 工事お知らせビラと広報版

理解協力を得ながら事業を進めていくために、これら課題の解決が求められている。

3. 課題解決に向けた取組

今回、前記の課題解決に向けて、Webを活用した新たな工事広報に取り組んだ。Webを活用するメリットとしては、掲載できる情報量に限りがない点、デザインの工夫の幅が広い点、データ更新がしやすい点等が挙げられる。実施にあたっては、スマホによるQRコードアクセスを実現することで、利用者がいつでもどこからでも知りたい情報を確認できるように工夫した。

本取組は、3件の路面補修工事で実施、各段階で改良を行いながら取り組んだ。

(1) 工事PR動画の製作・Webポータルサイトの開設

1件目の工事では、路面補修工事の必要性を伝えるため、工事PR動画を作成しYouTubeサイトへ掲載した。PR動画の構成としては、工事内容・場所・時期や時間帯の説明、現場状況の説明となっている。現場状況の説明では、実際に路面が傷んでいる状況、街渠が欠けている状況、横断抑止柵が劣化している状況等を歩行者目線の動画で見てもらい、補修工事の必要性を感じてもらえるように工夫した。

また、図-2のようなサイト構成でWebポータルサイトを開設した。工程表はカレンダー形式になっており、選択した日付の作業内容や騒音の出る時間帯が詳細に表示されるほか、Q&Aでは「なぜ夜間に作業を行うのか」、「現場作業はいつまでであるのか」、「安全対策は行っているのか」等、沿道住民に必要と考えられる情報を掲載している。

PR動画及びWebポータルサイトはお知らせビラに掲載したQRコードからアクセスし、いつでも視聴・閲覧することが出来る。

(2) 工事情報・作業進捗のリアルタイム更新

2件目の工事では、お知らせビラでは伝えきれなかった情報について、随時更新可能なWebの特性を活かし、図-3のようなサイト構成のWebポータルサイトによってPRを行った。

工事概要ページでは(1)の内容に加え、工事場所や工期、Q&A等を簡単に分かりやすく掲載している。「お知らせ」ページでは、工事開始のお知らせ、雨天中止のお知らせ、年末年始休業のお知らせ、等の工事情報を随時更新している。「作業進捗」ページでは、現場作業状況を写真付きのタイムライン形式で随時掲載している。これにより、「家の前でどんな作業が行われているのか」、「どれくらい工事が進んでいるのか」等といった情報が視覚的に分かりやすく伝えられるよう工夫した。また、夜間作業の騒音対策を写真付きでPRするなど、これまで伝えきれなかった情報を沿道住民や道路利用者へ伝えるよう工夫した。



図-2 Webポータルサイト構成とPR動画イメージ



図-3 Webポータルサイト構成と作業進捗ページのイメージ

(3) SNSを活用した広報

3件目の工事では、(1)、(2)の取組をより簡易に行う試みとして、SNS（Instagram）を活用した広報に取り組んだ。

Instagramを活用するメリットとしては、写真・動画で投稿が容易であること、アカウントの登録さえ行えばすぐに利用可能であり、ホームページ開設の手間が省けること、スマートフォン1つあれば現場でも投稿が出来ること等がある。

広報の際は(1)、(2)と同様に、作成したPR動画を工事着工前に投稿、お知らせや作業進捗を随時更新した。活用するSNSについては今後メリット・デメリットを整理し、幅広く検討していく予定である。

4. 取組の効果

1件目の工事では、Youtubeサイト上及びWebポータルサイト上に投稿した工事PR動画が、150回程再生された。

2件目の工事で作成したWebポータルサイトについては、着手から半年経過時点で約1,000回のアクセスがあった。また、2件目の工事では、「騒音対策に取り組んでいるのはPRで知っているが、工事時間を短くできませんか」といった建設的な住民要望があった。これは、本取組による広報に一定の効果があって、苦情の緩和につながったものだと考えられる。

3件目の工事ではSNS活用によりWebを活用した工事広報の簡易化を図ったが、工事受注者からは、「取組の手間は想定していたより無かった。」との声があった。

また、全体を通して、工事受注者より「住民からの関心が目に見える形で分かるので、作業員のモチベーションアップ向上に繋がっている。」と前向きな意見が出た。



図4 SNS広報の画面イメージ

5. 今後の展望

本取組の効果測定として、Webを活用した工事広報について、工事完了と共に沿道住民へのヒアリングや、アンケート調査等を実施する。その結果を以って本取組を引き続き改良していく。

また、公式LINEアカウントによる配信形式での広報の試行など、様々な形式での広報を検討、実践していくことで、より伝わる広報の実現を目指していく。

参考文献

- 1) R4都政モニター：東京都政策企画局
<https://www.metro.tokyo.lg.jp/tosei/hodohappyo/press/2023/01/27/01.html>