

10年目の所感

シビルNPO 連携プラットフォームサポーター
飛島建設株式会社

松尾 和昌



■はじめにお断り

中堅ゼネコンで広報業務をしております。一応土木技術者ではありますが、この寄稿文には技術的なことやCNCPの活動目標的なことは一切書いておりませんので、ご容赦下さい。

2010年4月から広報業務に従事しておりますと、数式とか研究論文とか全く縁のないものとなりました。その前は約20数年間土木設計業務でしたので、あまり時間的余裕もなく、家族には迷惑をかけたと実感しています。

広報2年目くらいの時から、「広報は暇な方が良い」「定時退社が良い」と確信いたしました。なぜならば忙しくなるのは、会社にとってネガティブな事柄が発生した時のみと言っても過言ではないからです。会社にとってポジティブな事柄が発生した時は、ちゃんと8時間の勤務時間で終われるのです。

以下、私の広報生活10年目の印象に残ったことを綴ります。

■数学（算数？）

どうも広報の仕事をしていますと定性的なことが多く、数字を扱うときも足し算や掛け算で済んでしまい、もはや技術者ではないと感じてしまいます。そんな時は円の面積の求め方を考えることにしています。そう小学生の時習ったアレです。今でもこれは数学の素晴らしさを表しており、導いたお方は天才と思っています。円の中心から外側に物凄く微細にスライスし、それらを上下交互に並べて長方形にし、面積 = πr^2 というもの。文句をつけようがなく、スッキリしますよね。この「スッキリ」感が大事で、私が広報業務の中で大切にしている中の一つです。技術のプレスリリースでもIRのプレスリリースでも。少々難解な事柄もわかりやすい文言にす

ることが、記者さんのみならず市民社会に受け入れていただく大前提だと思います。

■イノベーションマインド

先日ある方の講演で、こんなことを仰っておられました。「イノベーションと技術の進歩は同じと思っ

ている方も多いと思いますが、実は全く異なるものです。イノベーション ≠ 技術の進歩、イノベーション = 路線転換、もしくは価値次元の転換である。」と。なるほどそうなんだと意識改革いたしました。例えば一昔前のウォークマン、あれは新しい技術でもなく、ただ単に小型化し再生させて聴くだけのものですが、イノベーションですから大ヒットしました。酒のワンカップ〇〇もそうですし、最近ではレッドブル。日本人が同じ形の瓶で栄養ドリンク剤を飲んでいる光景を見て、容器をカンにして売り出したら海外で若者に大ヒット。（今は日本でもありますが）

技術を進歩させることは当然必要ですが、多大な労力やお金が掛かります。ならば既成のモノや技術を応用ではなく、価値次元を転換させて、何かできたらと思っております。やはりキーは、20代30代の方がどのようなことを望んでいるかでしょうか。

■価値あること

ネット社会である今日、「価値がある」ということは、①役に立つ、②便利で使いやすい、③魅力的な、④探しやすく迷わない、⑤アクセスしやすい、⑥信頼できる、とされています。これはネット社会に限定されることに限らず、すべての事柄に通ずると思っています。忘れてならないのは、そう判断するのは人であり、体験を通じ

判断するのです。もっと言うと、AIに判断させてはいけません。6つの項目を全部クリアできれば良いのですが、現実にはそうもいかず、少なくとも半分以上クリアするべく広報業務を行っています。私どもゼネコンの世界は、なかなか一般の方々か

ら縁遠い世界に見られがちですが、「信頼できて魅力的ですよ」と敢えて声に出さなくても済むような社会にしたいと思います。

■おわりに（電気のありがたやと市民社会との距離）

雑多なことを思いつくまま述べてきましたが、こんな中身の無い文章でよいのかと危惧しております。ですが終わりに二言。一言目、私は千葉県市原市に住んでおりますが、去年の台風 15 号でかなり長い期間停電生活を強いられました。この新型コロナの影響で、リモートだニューノーマルだと叫ばれておりますが、電気の力に頼らざるを得ません。すべての住宅に超小型蓄電設備か超小型発電機がほしいなあ。二言目、建設業界と市民社会との距離感ですが、ハグの距離感ではなく、ハンドシェイクの距離感が良いと思っております。時には意見対立もあるでしょうし、論戦(喧嘩)もあるでしょう。広報と報道機関(記者)の距離感と同じと思います。通常は握手の関係ですが、1,000 に1回位殴り合える関係、即ち本音を言い合える距離感が良いのです。ハグだと相手を見て喧嘩できませんから。

