

1.概要(静岡ドボジョとしずみち散歩誕生!!)

メンテナンス時代が到来し、若手技術者不足や予算減少等、道路事業を取り巻く環境が厳しいなか、静岡市では、道路利用者の理解のもと、道路事業を円滑に推進していくために、道路事業の広報活動に取り組んでいます。**市民に道路事業に注目してもらうための取組みの1つとして、道路施設の魅力や役割を発信するためのリーフレット「しずみち散歩」を作成しました。**ポイントは、**女性目線**で検討し**女性に興味をもってもらえるようなリーフレット**。土木に興味がある女性職員(土木、事務)ワーキンググループをたちあげ、「静岡ドボジョ」と命名し、検討しました。「しずおかドボジョ」と「しずみち散歩」の誕生です。

【背景】

- ・若手技術者不足
- ・道路の役割や重要性が十分に理解されているのか心配
- ・道路事業の予算、従事者は減少傾向にある
- ・メンテナンス時代の到来
- ・道路行政職員が広報活動に不慣れ

【取組目標】

- ・道路事業に注目してもらう
- ・道路施設の観光資源活用
- ・道路、土木技術の魅力発信

【目的】

道路事業の円滑な推進

【戦略】

女性に向けて、女性職員WGにより、女性目線で、情報発信

2.実施方法(静岡ドボジョがつくるしずみち散歩)

①情報収集

対象施設の技術や歴史を調べ、広報素材になりそうな情報を収集する。

- ・女性メンバーの持っているイメージ、思い出を大切に!!



WGによる検討

②現地調査

携わった技術者、周辺の住民への取材や、直接見た印象から、取り上げる情報を磨き上げる。

- ・現地で感じたことや直感が重要!!



現地視察(地域住民からの説明)

③リーフレットの作成

各自で、現地調査の内容をレポートにまとめる。これを持ち寄って、全体でリーフレットの素案をつくり、校正を重ね、つくりあげる。

【戦略】

- ・観光パンフレットとならないよう、土木目線を大切にする。
- ・現地での“発見”や“気づき”を促す。
- ・専門用語を避け、できるだけ難しくなりすぎず、優しい文面にする。

④配布・PR

多くの人の目にふれることを意識し、多方面配布箇所を選定する。合わせて、報道提供や、SNSの活用により、リーフレットの発行と目的をPRする。

【戦略】

- ・ポスターを作成する。
- ・市外での配布。
- ・公共施設のみならず、民間施設を活用した配布。
- ・目的を伝える。

3.効果検証(しずみち散歩の成長)

(1)取組目標の検証

①道路事業に注目してもらう

リーフレット配布部数：34,000部 ⇒ **34,000人にPR**

②道路施設の観光資源活用

- ・ここ数年、東海道を歩く人が増えています。歴史好きが多いので、しずみち散歩のリーフレットを紹介すると「明治のトンネルにもぜひ行ってみたい」と言う人が増えています。(観光案内所)
- ・リーフレットを置いてから明治のトンネルの場所を尋ねられることが増えました。お蕎麦を食べたついでに明治のトンネルを散歩。興味を持ってくれる人が増えた実感があります。(宇津ノ谷地区飲食店)



⇒ **来訪者増加を実感**

③道路、土木技術の魅力発信

- ・長年、ボランティアガイドをしています。土木目線ならではの知らない情報がのっていてびっくりしています。歴史と絡んでいておもしろいです。(ボランティアガイド)
- ・土木目線がはいているので、観光パンフレットと違って新鮮。現地での“気づき”や“発見”が興味を惹き、行ってみたくなります。(観光案内所)



⇒ **伝え方を工夫することで、道路、土木技術に興味を惹いてもらった**

(2)戦略の検証

①女性目線の情報発信



- ・土木＝男性のイメージがあるので、女性目線で土木技術を紹介してくれているので、わかりやすく、手に取りやすいです。
- ・女性職員が笑顔で紹介してくれていて、雰囲気明るくて好印象。

⇒ **手に取りやすく、読みやすい**

②配布、PR方法

- ・配布場所 公共：市内：区役所、動物園、美術館、体育館、道路休憩施設、等の公共施設
市外：道の駅(静岡県内)、近隣自治体の観光案内所及び観光施設
観光コンベンション協会(東京、名古屋、各種イベント)
民間：タクシー協会、施設周辺の飲食店、ホテル旅館協同組合 等 **約200施設**
- ・啓発、観光イベントでの配布
- ・ポスターの作成、掲示
- ・報道公開、SNS、HPでの情報発信

⇒ **市外、県外からも問合せ、反響の声が届いた**

報道 掲示：国土交通省ロビー

掲載：静岡新聞、中日新聞、リビング静岡、建通新聞

放送：BSジャパン「空から日本を見てみよう」

こんな付加効果がありました

①メディアによる報道

道路施設の魅力発信だけではなく、観光、女性の活躍等、広報活動そのものが総合的に**シティセールス**となる。

②リーフレットの民間活用

タクシーツアーの新しいスポットに。

行政が発行したリーフレットを民間企業が活用

③教材活用

小学校の社会見学(郷土への愛着)、自由研究等の**教材としての活用**

④職員の意識向上

参加した職員が報道取材や、反響から達成感を感じ、広報活動に対する**意識の向上**につながった。



リビング静岡(提供：静岡リビング新聞社)



TV撮影風景



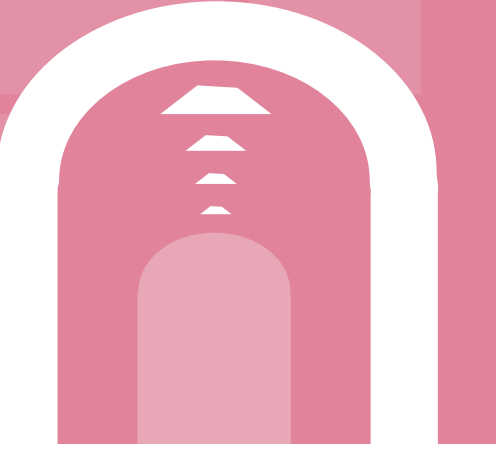
ポスター掲示(国土交通省ロビー)



静岡新聞(提供：静岡新聞社)

静岡
ドボジョ
が行く！

しずみち散歩 宇津ノ谷峠 明治のトンネル編



さあ、
明治時代へ

しずみち散歩

に出かけよう



静岡市

