

2. 活動事例

2-1 代表的な活動の事例 — 社会貢献活動推進月間中央行事における発表事例 —

各都道府県建設業協会や支部、会員企業は、災害発生時の応急復旧活動をはじめ、地域活性化の取り組みや、河川・道路の清掃活動等様々な社会貢献活動に取り組んでいます。それぞれの取り組みがSDGsの課題解決に沿った取り組みでもあります。

ここでは令和7年度 建設業社会貢献活動推進月間中央行事で顕彰した事例のうち、代表的な事例として発表いただいた、5つの活動事例を紹介します。

No.	都道府県	協会・企業名	活動内容
1	埼玉県	一般社団法人 埼玉県建設業協会 越谷支部	埼玉県八潮市で発生した道路陥没事故の建設業協会での対応について
2	三重県	一般社団法人 三重県建設業協会 尾鷲支部	巨大クジラを資源へ継ぐ～想定外の事態に立ち向かった10日間の記録～
3	秋田県	一般社団法人 北秋田建設業協会 若葉会	秋田内陸線沿線の地域活性化「田んぼアート」支援事業
4	北海道	草野作工 株式会社	映画CM・TVCM及びTV番組出演による建設業のイメージアップ
5	鹿児島県	株式会社 山藤建設	総フォロワー20,000人超「即時性」「地域密着」「見える化」のSNS戦略

災害復旧・防疫活動

発表事例

1

埼玉県

埼玉県八潮市で発生した道路陥没事故の建設業協会での対応について

(一般社団法人 埼玉県建設業協会 越谷支部)

陥没事故発生時系列

- 1月28日 9:49 119番通報道路が陥没し、トラックが落下した
- 9:59 救助活動開始
- 10:26 要救助者1名(74歳男性)を確認、ドクターカー要請
- 11:37 救助活動中、消防隊2人が負傷病院へ搬送(2人とも軽症)
- 14:33 県下応援により埼玉東部消防局が応援開始
- 16:18 クレーン車による救出活動開始
- 1月29日 2:50 クレーンによりトラックの一部を引き上げキャビン部分は陥没穴に残った状態
- 3:28 陥没穴に汚水が溜まり、活動困難。排水作業を手配
「埼玉県 発表 埼玉県危機対策会議(埼玉県ホームページより)」





チュウ4～チュウ3流域下水道管バイパス

埼玉県建設業協会の動き

- 1月28日 協会へ応援要請／協会支部の数社が現場到着、交通規制と侵入規制の開始
救出用ラフタークレーンの手配（3台）／重機（バックホウ）の手配
- 2月2日 陥没箇所上流の人孔（チュウ4）から陥没下流の人孔（チュウ3）までの污水バイパスの設置
ほか 接続道路に24時間ガードマン配置（現在も継続中）
規制看板・保安施設設置、八潮市水道・污水管の切り回し
防音壁設置、中央分離帯撤去、その他
大雨による冠水対策（協会污水バイパスを雨水バイパスへ転用）

令和7年1月28日、埼玉県八潮市にて道路陥没事故が起きました。交通量の多い幹線道路であり、午前9時過ぎという時間帯もあって、この陥没穴にトラックと一緒に転落した方が1名いらっしゃいました。当初は直径10mほどの陥没穴だったため、消防が救助を試みたのですが、次第に陥没穴が広がり、またこの先も広がる様子を見せたため、救助を中止し、救助方法の再考が行われました。

地下10mに埋設されている直径4.75mの下水道管が破損しているのを確認し、その污水の影響で地山が弱くなっている状態でした。また下水道特有の硫化水素も発生しており、そのため、救助方法も慎重に行わなければならなくなりました。

道路管理者及び下水道管理者が埼玉県のため、埼玉県より一般社団法人 日本建設業連合会へ要請が行われ発災当日中に大成建設株式会社、鹿島建設株式会社が現地入りし、救助のための掘削などの作業が行われ始めました。

もともと軟弱地盤な地域であり、また地下深い場所の下水管破損ということもあり、要救助者の保護と作業員の安全性という点からも慎重なる対応に迫られていました。



朝礼



污水バイパス設置状況



污水ピット設置状況

発災から3ヶ月が過ぎた5月2日、要救助者の救出作業がおこなわれました。大変残念なことにすでにお亡くなりになっておりましたが、ご遺体をご家族のもとへお返しすることができました。

救出後は復旧作業へと移行となり、現在も完全復旧にむけて、埼玉県主導の下、日本建設業連合会、埼玉県建設業協会、またその他の協会団体や企業が作業を行っている最中です。

我々埼玉県建設業協会越谷支部は発災後すぐに現地に到着し、バックホウや救助用ラフタークレーンの手配、交通規制や安全規制の保安資材の提供および設置を行いました。

また、下水道は途中で止めることができないため、汚水水位が高い状態でした。救助や作業、また地山保護のため汚水水位を下げるが必要となり、建設業協会では応急的なバイパスを作成しました。

このバイパスは下水管破損部上流にあるチュウ4人孔から破損部下流にあるチュウ3人孔へバイパスするというものです。

国土交通省のポンプ車にてチュウ4人孔から汚水をくみ上げる



その汚水を臨時で作成した汚水ピットへ流し込む

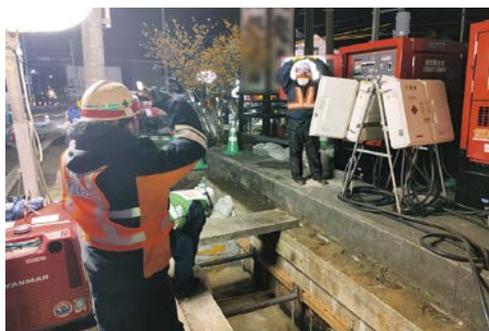


汚水ピットからはピット内に設置した6インチポンプ4台にてチュウ3人孔へ圧送する

というもののです。しかしながら、現場には汚水ピットなどはないため、用水路をジェットコンクリートを使用し閉塞してピットとして使用することとしました。また、チュウ4からチュウ3までは直線で600mほどですが、救出作業のための出入りなどで道路上には設置できないため、用水路内などに配管し700m以上の距離をバイパスとして使用しました。このバイパスはΦ150のサクシオンホースを4列で設置していくもので、途中で暗渠があったり、道路横断のための作業があったりなど簡単ではありませんでした。ですが、協会員の奮闘によりすべての管の設置が材料の搬入も込みで3日間半で完了することができました。

このバイパスは鹿島建設さんへ引き渡しとなりましたが、建設業協会としてはこのほかにも防音壁の設置、水道や用水の切り回し・閉塞作業など本体工事のサポート的なことを行っております。

現場は現在も進行中です。これからも地元の建設業協会として埼玉県や地元住民と一緒に完全復旧を目指して頑張っていきます。



汚水ピット設置状況



雨水対策のための管路清掃



防音壁設置状況

はじめに

世界中の海を巡り続けたマッコウクジラが、その長い旅路の果てに辿り着いたのは、私たちの暮らす三重県紀北町の海岸でした。全長13.6m、35tに及ぶその巨体は、報道を通じて瞬く間に話題となり、地域は大きな驚きと戸惑いに包まれました。クジラの圧倒的な存在感に言葉を失う一方で、腐敗の進行や油の流出といった現実的な課題が目の前にありました。

私たち三重県建設業協会尾鷲支部は、この想定外の出来事いかに立ち向かい、そして地域へどのように応えるのかを問われ、その問いにどう向き合ったのかをここに記します。本稿は、この出来事に関わるすべての関係機関を代表して筆を執ったものです。ここに記す内容は、多くの方々の協力によって成し得た取り組みの記録であることを、あらかじめ申し添えておきます。

漂着の場所と地理的特徴

クジラが漂着したのは三重県南部・紀北町の紀北町島勝内地区海岸隣接地の一般公共海岸でした。紀北町はリアス式海岸と豊かな森林に囲まれ、漁業ではカツオ漁、林業では尾鷲ヒノキで知られる自然と産業の町です。また、世界遺産・熊野古道を有する歴史と文化の地でもあります。今回のクジラは船越海岸の砂利浜から約500m離れた磯場に打ち上げられました。この周辺には海藻や貝類の漁場、漁港、海水浴場が広がっており、地域の生活や産業に直結する重要な海域で発生した出来事でした。



漂着したマッコウクジラ



漂着地：紀北町島勝内地区

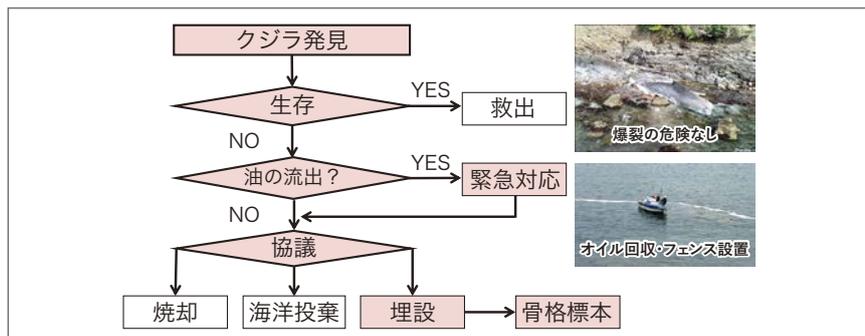
漂着したクジラの概要と状況

令和6年4月5日に漂着したのは、全長約13.6m、35tのマッコウクジラのオスで、発見時にはすでに死亡していました。腐敗の進行に伴って悪臭が発生し、体内からは油脂の流出も確認されました。このまま放置すれば漁業や住民生活への影響が避けられない状況であり、早急な対応が求められました。

初動対応の実施

初動では海岸管理者である三重県尾鷲建設事務所と契約している地域維持型JV業者が、現場の安全確保のための立ち入り禁止区域を設定し、油の拡散を防ぐ目的でオイルフェンスを設置しました。さらに三重大学および三重県総合博物館による学術調査が進められ、同時に体内ガスの蓄積による爆裂の危険がないことが確認されました。

なお、これらの対応は水産庁が定める「鯨類座礁対処マニュアル」に則って進められました。このマニュアルは、全国各地で繰り返し発生して



きた座礁事案に向き合い、先人たちが苦心しながら試行錯誤を重ね、その経験を積み上げてきた成果として形づくられたものです。今回の私たちの迅速な行動も、そうした先人の努力と知見の延長線上にあります。これらの初動対応により、被害の拡大防止と今後の処理方針を検討するための基盤が整えられました。

対応計画の検討

こうした不測の事態では、多くの機関が十分な準備のないまま対応せざるを得ず、意思決定や役割分担が混乱することが少なくありません。しかし今回の事案では、極めて円滑に対応を進められたことが大きな特徴でした。管理者の尾鷲建設事務所が主体となり、漂着確認後の3日後には関係機関を集めた会議が開催されました。関係機関による会議では、まず役割分担が整理されました。統括は尾鷲建設事務所が担い、工事対応は三重県建設業協会尾鷲支部が担当し、海洋対応は三重県尾鷲農林水産事務所や三重外湾漁業協同組合と海上保安庁が、住民対応は紀北町と三重県警察が、学術調査は三重大学と三重県総合博物館が担いました。こうした体制のもとで、現場調査結果や応急対策の情報共有と、今後の鯨体の処理方法の検討が行われ、強固に連携することでより具体的な協議が進行しました。

検討された案は「焼却処分」「海洋投棄」「埋設処分」の三案について、それぞれ環境影響・作業条件・安全性を中心に比較検討が行われました。こうした処分方法の検討もまた、「鯨類座礁対処マニュアル」の指針が大きな道しるべとなりました。先人たちが数々の現場で悩み、試行錯誤し、反省と改善を重ねた成果があったからこそ、私たちは迷うことなく議論を進め、短期間で合意形成へと至ることができました。

焼却処分は輸送と処理施設の規模の制約から非現実的と判断され、海洋投棄は費用負担や再漂流の懸念などから見送られました。そして最終的に「埋設処分」が選択されました。埋設地は漂着地から約500m離れた砂浜に決定され、輸送と施工の安全性が両立できる場所が確保されました。さらに費用面でも最も安価であり、将来的に埋められたクジラは骨格標本として学術資源として活用できる点でも高い意義が認められました。

この決定をもとに、尾鷲建設事務所から三重県建設業協会尾鷲支部間の災害協定に基づく要請を受け地元の建設企業が準備を進めるとともに、住民への説明会も複数回開催され、処理方法や安全管理、環境への対応について丁寧に説明し、住民からの質疑にも応えました。これにより、地域全体として処理方針への理解と協力が得られました。

この一連の協議は、単に漂着クジラを「廃棄物」として処分するだけでなく、将来的な学術的資源へと、つまり未来への「贈り物」とする視点を持ちながら進められました。さらに、関係機関がそれぞれの担当分野について責任をもって遂行しつつ、各分野での取り組みが他分野にとっても有益となるよう率先して行動できた点も今回の大きな成果でした。そして何より、普段から顔の見える関係を築いてきたことが功を奏し、協議の場で各分野が自組織に持ち帰らず「その場で即決」できたことが、短期間での合意形成と迅速な実行につながったのです。

処理の過程

現地の地形・漁場や道路条件から陸上輸送は不可能と判断され、私たちは岩場から海上へと移動させることを前提とした海上輸送に挑むこととなりました。まず三重県建設業協会尾鷲支部に所属する8社が連携し、陸上作業、海上作業、交通誘導、安全管理、環境対策、そして工事統括といった現場のあらゆる業務を分担しました。このように地元業者が即座に動き出すことで、安定した作業の基盤が整えられました。

その上で、二つの大きな協力者が加わりました。第一に三重外湾漁業協同組合と清洋水産株式会社の協力です。巨大なクジラを海上から埋設地へと導くには漁業者の豊富な知識と経験が不可欠であり、さらに鯨を移動させる特注網（モッコ）の迅速な作製支援がありました。第二に志摩支部の株式会社亀川組の支援です。必要な作業船が手配できずに難航していたところ、三重県建設業協会本部を通じて亀川組が台船を手配してくれました。私たちは毎年、三重県建設業協会が主催で、全支部が参加する災害対応訓練に積極的に参加しており、そこで培われた支部間の相互の信頼と協力体制が、この場面で迅速に生かされました。

こうして、地元の建設業者を中心に、漁業と建設業が互いの専門性を持ち寄ることで、巨大なクジラの海上輸送が現実のものとなりました。

まず、船越海岸の砂利浜では重機を用いてクジラを収容する埋設地を掘削しました。収容後は砂利で埋め戻し、表面を丁寧に締固めて地盤の安定を確保しました。施工中は悪臭や油分が拡散しないよう常時監視し、地域環境への影響を最小限に抑えました。

統括：三重建設業協会 尾鷲支部

統括・記録	海上作業	陸上作業	安全対策	環境対策
岡本組	亀川組	塩谷組	三栄建設	
		五味建設		
		ハマダ建設		
		幸組		
		前川組		
	平野組			



さらにこの時、3D計測やドローン測量といった最新の土木技術を導入し、埋設位置や深度、形状を正確に記録しました。これにより、将来的に骨格標本を掘り起こす際に活用できる基盤データが整えられました。このようにして、私たちの町が突然直面したマッコウクジラの漂着は単なる廃棄処理にとどまらず、貴重な学術資源としての価値を残す取り組みとなりました。さらに現場では、複数の作業関係者がこぼれ落ちたクジラの骨を一つひとつ拾い集め大切に運ぶ姿も見られました。その献身的な働きは、地域の誇りと自然への敬意、そして未来への希望を象徴する場面でした。

今後の展望

今回の対応は、想定外の漂着事案でありながら、関係機関と地域の連携によって短期間で完了することができました。本来なら莫大な費用と時間を要するはずの処理を、協力体制と工夫により大幅に抑えられたことは大きな成果です。そしてこの経験は、先人の知恵に新たな実践を重ね合わせたものであり、未来へと受け継がれていく大切な財産となるはずです。

また、この取り組みは地域の誇りとしても位置づけられました。三重県総合博物館では企画展を通して、今回の連携と成果が広く紹介され、この地域の将来を担う子どもたちが標本を見上げて目を輝かせる姿が見られました。さらに県外からの来訪にもつながり、この危機的な出来事が教育・観光・地域振興へと波及する大きな成果となったのです。

さて、三重県は南海トラフ地震という巨大災害に直面すると言われていています。その備えにおいて今回の取り組みは、単なる漂着クジラ処理にとどまらず、行政・建設業・漁業・学術機関が迅速に連携し、課題を乗り越えた「巨大災害に備える実地訓練」ともいうべき意義を持ちました。とりわけ短期間で作業を完了し、費用を大幅に抑えられたことは、地域力が発揮された象徴といえます。

そして何より、この経験は、私たちがこれまで積み重ねてきた取り組みが間違っていなかったことを力強く証明しました。日々の訓練や協定、顔の見える関係づくりは形式ではなく、実際に地域を守る力となったのです。今回の成果は、その努力が確かな形で結実した象徴であり、今後の巨大災害に対して私たちに大きな自信と誇りを与えてくれました。

おわりに

世界の海を旅したマッコウクジラが偶然、紀北町に辿り着いたことをきっかけに、私たちは地域の団結力を再確認しました。そしてその存在は、予想外にも未来を照らす象徴ともなりました。この経験は、これからの地域の歩みにも力強い指針を与えてくれるはずです。

最後に、執筆の代表を担わせていただいたことに深く感謝申し上げます。この記録に目を通していただいたのも、何かのご縁かもしれません。ぜひ三重県を訪れ、その自然と文化の魅力を皆様にご覧いただければと願っております。

発表事例

3

秋田県

秋田内陸線沿線の地域活性化「田んぼアート」支援事業

(一般社団法人 北秋田建設業協会 若葉会)

はじめに

当協会は、秋田県の北部地域の北秋田市にあります。
昭和56年に講習会、親睦会を通じて技術の向上を目指す青年部「若葉会」が設立されました。現在会員数13名で会員の親睦事業、高校生現場見学会・意見交換会、子供たちのワクワク・ドキドキ現場体験会開催のほか社会貢献活動を実施しております。



秋田内陸線について

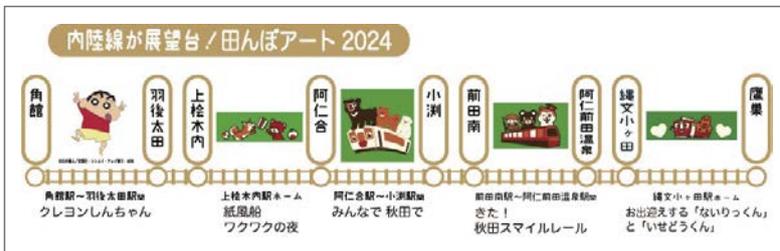
秋田内陸縦貫鉄道(株)が運営する、秋田県北秋田市の鷹巣駅から仙北市の角館駅に至る、全長約94kmの鉄道路線です。秋田内陸線がつなぐ出会いに、多くの笑顔がありますよとの想いから「スマイルレール」の愛称が付けられています。また、車窓からは季節ごとに異なる森吉山の景色が楽しめ、沿線の地域では里山の暮らしやマタギの文化に触れることができたり、武家屋敷や縄文遺跡などを訪れたり、見どころがあります。



田んぼアート事業について

秋田内陸線では、乗客に車窓からの眺めを楽しんでもらおうと、県や市そして沿線の地域住民や農家の皆さんと協力して「田んぼアート」に取り組み、今年で14年目を迎えます。「田んぼアート」を通じて景観づくりと地域住民との交流・地域活性化を目指しています。
毎年様々なテーマやキャラクターなどが登場し、内陸線の車窓が展望台になるなど、乗客の方を楽しませており、当地域の観光振興にも大いに寄与している事業です。

前年11月中	田んぼアート デザイン公募
前年12月	デザインの決定
1月～2月	* 設計等事前準備 *
4月～5月上旬	育苗・田おこし等
5月中旬	* 復元測量 *
5月下旬	田植え
6月～7月	播種・雑草取り
7月～9月上旬	田んぼアート観賞期間(見頃)
10月上旬	稲刈り





決定デザイン



補正変形した図面



H3
「阿仁マタギと狩猟犬」の見頃



田んぼアートと若葉会

平成24年、秋田内陸線の車窓から田んぼ一面のアートを見られるようにしたいが、どのようにして田んぼに絵を描いたらよいか、車窓と田んぼには7~8mの高低差があり、何かよい方法がないか相談がありました。

当時、国土交通省で「情報化施工推進戦略」に基づき、色々な取組がされており、建設現場でのICT導入を測量・設計から施工・管理にいたる「i-Construction~建設現場の生産性革命~」が策定されたときであり、当協会において情報化施工への取組のため、会員企業においても最新の測量機器（TS：トータルステーション）が使用され始めており、当協会の青年部「若葉会」の事業として情報化施工を活用した田んぼアート測量に平成25年より取り組むこととなりました。

田んぼアート事業の若葉会の役割

設計等事前準備

- ① 田んぼアートを実施する圃場の位置を確認し、寸法及び面積を計測します。
- ② 決定デザインを基に、車窓から一番キレイに見えるよう射角・距離による遠近法を使って補正変形した田んぼアート用図面を作成します。
- ③ この図面でアート品種の種類と配置を決め、品種毎の面積を計算します。
- ④ 必要とする種子を注文します。（県）
- ⑤ 補正した田んぼアート用図面を基に測点を配置し座標データを作成します。
- ⑥ 測量の班編成が決定後、データを測量器毎に分割します。

復元測量

- ① 若葉会が担当する田んぼアート会場は、2箇所です。
- ② 各会場に3班体制で座標データからTSで各パートの復元測量を実施します。
*平成7年度は、小淵会場（測量点1,730点・TS機械3台）、平里会場（測量点1,965点・TS機械3台）でした。



田んぼアートと高校生

若葉会では、担い手確保・育成支援事業の一環として、田んぼアート事業を通じて地元高校生が情報化施工の座学や田んぼへの復元測量に参加するなど、建設業のイメージアップにもつなげています。また、高校生の現場見学会や出前説明会（会員企業の会社紹介）等の事業を開催しています。



おわりに

「令和7年度 建設業社会貢献活動推進月間功労者表彰」また事例発表の機会もいただき、北秋田建設業協会・若葉会一同、大変光栄なことであり改めて感謝申し上げます。

気候変動の影響により近年頻発化・激甚化している豪雨や台風等の災害が全国各地で発生しており、8月には本県中部部においても記録的な豪雨に見舞われ河川の氾濫等による建物や道路、農地等への被害が多数発生しました。

慢性的な労働力不足の中、私たち地域建設業は災害発生時には最前線で災害対応を担う「地域の守り手」として極めて重要な社会的使命を果たしてきました。

このような中、建設業が引き続き「地域の守り手」として役割を果たしていくためには、将来の建設業を支える担い手の確保・育成が急務となっております。この度の受賞を励みに、なお一層建設業の魅力発信を行ってまいります。

これまでの田んぼアート



H26年度



H28年度



R4年度



R6年度



R7年度(秋田さきがけ新報)

建設業の課題

最近よく言われている社会問題として、少子化や高齢化が挙げられます。建設業は長年にわたり、いわゆる“3K”（きつい、危険、汚い）や「給料が安い」、「休暇が取れない」、「カッコ悪い」を加えた“6K”職場とされてきました。それもあって、現在、他の産業に比べて慢性的な人手不足が大きな課題となっています。実際、当社の新規卒業採用者（第二新卒を含む）は平成9年を最後に平成24年までの15年間途絶えていました。確かに当社は、建設業界が長らく不況であったため、即戦力となる中途採用に注力していましたが、新規卒業者を積極的に募集しても来てもらえませんでした。このような地方建設業者は他にも多く存在すると推測されます。

ある時、経営幹部が社員に「あなたの息子さん、就職ウチにどうだい？」と尋ねたところ、その社員は「ダメです。土日も仕事になったり、朝早くて、残業は当たり前。子供に私のような思いはさせたくありません。」と答えました。このことをきっかけに、トップが6K脱却のため、スタッフの幸せを一番に考える「スタッフファースト」という基本的スタンスを打ち出しました。「給料が良い」「休暇が多い」「絆で結束」「危険回避対策の徹底」「きれい」「カッコいい」の“ニュー6K”を宣言し、「社員が自分の子供を就職させたい会社」を目指すことになりました。



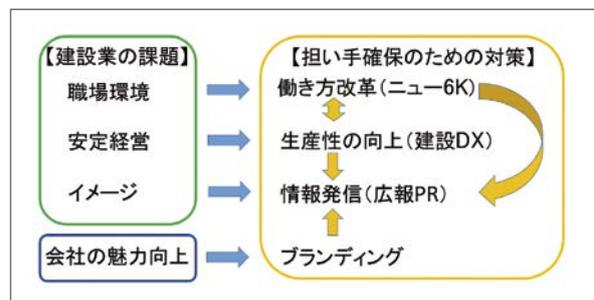
働き方改革の基本方針

具体的なアクション

変革へのスタートは、自ら掲げた“ニュー6K”に沿ってハード、ソフトの両面を同時進行で進めました。進めるにあたってはブランディングの第一歩として、自社の強みを分析するため、会社の魅力について社員にアンケートをしました。アンケートの結果、給料、DX、受注工事が近距離で自宅から通勤できること、安定した経営、社会貢献、老舗など、様々な回答が得られ、それを踏まえて自社のアピールポイントを整理しました。

“ニュー6K”の推進

給料が良い 元来、賞与を含めた給与設定とする年俸制を採用しており、他の地方ゼネコンと比較しても引けを取らない年取でしたが、ピアボーナス（社員相互評価によるボーナス）制度や創立記念日賞与、決算内容に応じて別途支給される決算手当などの特別手当もあります。



具体的なアクション

休暇が多い 技術職員と事務職員の年間所定休日日数を同日数に設定し、令和6年度は124日間、有給休暇取得率60%（令和5年度）を達成しました。有給休暇は社員全員が会社の所定休日が記載された年間休日カレンダーに有給取得予定日を記入し、職場で共有することにより、取得しやすい環境を構築しています。

絆で結束 社内旅行やバーベキュー大会を実施しています。

危険回避対策の徹底 熱中症対策として脈拍管理ができるスマートウォッチの採用など、最新の安全管理機器を導入しています。

きれい オフィスリノベーション（社屋、倉庫3棟の改修、オフィス家具の総入れ替え）を行い、働く環境の改善に注力しています。

カッコいい DX推進や新ユニフォーム（若手協議会で決定）、オフィスリノベーションを進めています。

実際に取り組んでわかったことは、これら建設業の課題に対応するための働き方改革、生産性向上としての建設DXの推進、ブランディングの3つは相互に絡み合っているということです。建設DXは働き方改革を助けると同時に、そのもの自体が“カッコいい”働き方を演出します。そして、働き方改革、建設DXの推進、社会貢献活動、災害対応等の取り組みをブランディング戦略の中で実施、インナー、アウターそれぞれのファンを増やすためには情報発信が必要でした。

具体的な取り組み

具体的な取り組みは以下の通りです。

- ▶ ICT施工（土工）導入（平成28年）
- ▶ サイボウズ導入（平成29年5月）
- ▶ ホームページの刷新（平成29年10月）
- ▶ 完全週休2日制試行（国土交通省発注4工事）（平成29年）
- ▶ 完全週休2日制本格導入（平成30年）
- ▶ 本社社屋改修（平成30年）
- ▶ DXルーム設置（令和3年5月）
- ▶ 「けいナビ」～「コロナ禍 IT技術で乗り切る北海道企業」放送（令和3年11月）
- ▶ TVCM・映画CM開始（令和3年12月）
- ▶ ICTグループ創設（令和4年4月）
- ▶ DXセンター運用開始（令和5年4月）
- ▶ 「けいナビ年末特番」～「DXで変わる北海道の働き方」放送（令和6年12月）

映画CM、TVCM放映による情報発信

CMは4本製作しました。最初のCMは映画『劇場版 呪術廻戦0』（令和3年12月24日公開）とその公開に併せたテレビ一挙放送スペシャル（令和3年12月22日放送）で、一番最初に流れるCMとして入れてもらいました。インフラ整備による建設業の役割とUAVを使って近代的でカッコいい仕事をPRする内容（「私たちは守ってきた」篇）でした。

CM「私たちは守ってきた」（最初に作成したCM）をきっかけに、社名を出していく広報に力を入れることになりました。さらに3パターンのCMを製作し、建設DXによる働き方改革をスタイリッシュに表現する内容（「一歩先へ行く」篇）、社会基盤整備により、人、物、心をつなげてきた建設業が建設DXで新しいスタイルに変革していることをアピールする内容（「想いをつなぐ」篇）、建設業を通じて北海道の発展に貢献してきた歴史と建設DXによる最先端の管理を融合した内容（「その仕事は北海道に」篇）を制作しました。いずれも分析した自社の強みを生かし、建設業らしくないカッコいいCMを意識しました。

これらのCMを放映することにより、営業先や工事現場の地域住民から「CM見たよ。」と声をかけられたり、インターンシップに訪れた学生から「テレビのCMを見てインターンシップに応募しました。」

という言葉が聞かれたりしました。アウターブランディングの一つとして映画CM・TVCMを放映してきました。地上波メディアだからこそ、映画を見れば、テレビを見れば流れてくる。就活生の進路に最も大きな影響を与える保護者世代にCMを流すことができる会社、信用のできる会社として認知してもらえるといった効果があったと感じています。



CM「私たちは守ってきた」
（最初に作成したCM）



CM「一歩先へ行く」



CM「想いをつなぐ」



CM「その仕事は北海道に」

TV番組の出演

TV番組に最初に取り上げられたのは令和3年11月放送の『けいナビ』（テレビ北海道）でした。『けいナビ』は新型コロナの感染拡大や人手不足など変化し続ける環境の中で、難局に立ち向かう企業、団体の現在を中心に伝える経済番組で、ちょうど本社DXルームを設置し、会社全体でデジタル技術の導入に大きく舵を切った年に取り上げてもらいました。国土交通省で試行を経て導入が進められていた遠隔臨場をヒントに社内の会議をWEB会議にしたり、車両の位置情報を利用して管理するアプリケーション、ICT活用施工など建設DXの取り組みを約5分間にわたって紹介する内容でした。

さらに、令和6年12月には『けいナビ年末特番』～「DXで変わる北海道の働き方」として、令和5年4月から運用を開始しているDXセンターやBIM/CIMなどについて紹介されました。

当社では、令和3年4月に本社会議室をDXルームに改修し、建設DXを推進しています。そのコンセプトは「すべての工事を1つの工事として管理する」というものです。WEB上で表示できる全ての工事の全てのデジタル情報を本社で常に表示し、本社でも安全管理、工程管理、品質管理などを一緒に考え、サポートすることを狙ったものです。複数のモニターに全ての現場を表示できるのは、当社の年間受注件数が8件から12件で、地方の中小建設会社だからこそ可能であり、小規模であることを自社の強みに転換したとも言い換えることができます。

TV番組で先進的技術を使って“カッコいい”働き方として紹介することで、一般の方々に地方の中小建設会社も魅力的な職業に変わってきていることをアピールできたと思います。



「けいナビ」
～「コロナ禍 IT技術で乗り切る北海道企業」



「けいナビ年末特番」
～「DXで変わる北海道の働き方」

採用活動における現在地

地上波メディアによる情報発信を含め、アウトブランディング、インナーブランディングの成果として、土木系社員の平均年齢は平成29年に49歳だったのが、令和5年には43歳に改善され、20代の社員の比率は7%から32%に向上しました。また、3年以内の離職率は0%という状況です。しかし、情報入手する環境が日々変化し続けているため、情報発信は目に触れる機会を多くすることが重要です。地上波メディアによる情報発信に加え、別の視聴者層となるSNSによる情報発信も検討すべき事項として捉えています。

建設会社としての存在意義

建設業としての存在意義は何でしょうかと問われたとき、それは間違いなく地域の守り手としての役割が挙げられます。

DXセンターのDXルームには江別市の防災安心マップを掲げており、災害時には現場に設置しているWEBカメラや重機、配置人員をフル活用し、災害対策室として会社の全機能を集約した最善の対応を可能としています。

近年激甚化する災害において、地域住民の生活を守り、インフラを整備し、安心して便利に暮らせる社会を支えることができる、地域に根差した経営基盤を持つ建設会社の存在が重要です。それゆえに建設業は持続しなければならない産業の一つであると考えます。

これは、就職活動をする学生にとっても、現在会社に籍を置く若手社員にとっても、社会のために活躍したいという欲求を満たし、プライドを保つための会社の魅力であり、地方に拠点を置く中小企業ならではの強みとなります。草野作工は北海道江別市にあり、昭和11年創業で、橋梁工事を得意とする会社として存続してきました。現在は道路、河川、下水道、農業基盤等、幅広く建設工事を手掛ける他、発酵ナノセルロースの開発等の異分野へ進出も含め、多角的に事業を展開しています。令和8年の創業90周年を迎えるにあたり、新たなCMの制作にも着手したところです。ようやく認知され始めたブランドに恥じぬよう、社訓「初心 忘るべからず」を大切に、社会から必要とされ続ける会社を目指していきます。

おわりに

最後になりますが、ご協力いただいた広告代理店、TV局ほか関係者の皆さま、会社の取り組みを紹介する機会をくれた協会の方々にはこの場を借りて御礼申し上げます。また、地方の中小建設会社としての会社の強みを見出し、業界全体で協力してより魅力的な建設産業を築いていくことができれば幸いです。

発表事例

5

鹿児島県

総フォロワー20,000人超「即時性」「地域密着」「見える化」のSNS戦略

(株式会社 山藤建設)

SNS運用には目的が必要

～山藤建設がSNSを始めた理由～

近年、建設業界においても多くの企業がSNSによる発信を行っています。しかしながら、「何のためにSNSをやるのか」という目的が明確で無ければ、何を発信すれば良いのか分からず、結果として投稿頻度も落ち、長続きしません。

そこで、まずは「なぜ弊社がSNSを始めたのか」という話からさせてください。

'90年代。幼少の私は、家業である山藤建設を「たくさんの働き盛りの若者が活躍している会社」だと認識していました。ところが、それから約30年の時を経て、私が山藤建設に入社したのが令和3年。その時、弊社の様相は様変わりしていました。入社してみると、当時既にアラフォーだった私が、なんと社内でも最年少だったのです。現場監督こそ40代が中心だったものの、主な働き手は50～60代。新卒採用にいたっては、なんと20年前、平成12年が最後という有様でした。くしくも前職で採用・育成部門のマネージャーに就いていた私。この会社での最大のミッションは、「如何にして山藤建設に新卒を入れるか」というものになりました。

とはいえ、担い手不足が叫ばれて久しいこの業界。何かしら手を打たなければなりません（それも出来れば極力経費はかけずに）。考えたことは2つでした。

- ① 建設業がどのように地域社会に貢献しているのかを広めることによって、建設業自体の魅力を向上させ、建設業界の求職者を増やす。
- ② 地域の人たちに「山藤建設」という会社を知ってもらい、「選ばれる会社」になる。

この2つを実現するため、今や若者にとってTV以上に主要かつ身近なメディアとなっている「SNS」に目を付けました。かくして私は、入社翌年度の新卒採用に合わせ、5つのSNSを一気に始めることとなります。

ここから、特に注力している3つのSNSについて、その特性に合わせた弊社の戦略をお話します。

X×即時性

～リアルタイムに伝えたい情報を発信～

X(旧Twitter)は、新しい投稿ほどタイムラインの上位に表示されるという特性があります。「拡散」「バズ」といった現象が発生しやすく、ユーザーも「今知りたい最新の情報」を求めてXを開きます。

そこで、Xでは「今すぐ伝えたい、即時性の高いメッセージ」を優先的に発信しています。

例えば、事前に挨拶回りが出来ないような、緊急の災害復旧工事を行うとき。工事の場所、内容、交通規制といった情報を、現場の写真と共に、リアルタイムに発信しています。

発信すべきタイミングは日常の業務の中にもあります。例えば、積雪時に市道のパトロールを行ったら、それをただ市の担当者に報告して終えるのではなく、積雪した道路の写真を添えてXに投稿する。こうすることで、地域住民の方々へ速やかに、路面凍結への注意喚起が行えます。

直近の例で言うと、今年6月、梅雨入り直後に鹿児島ではかなりの大雨が降りました。この時も、出勤時の降雨の様子や、弊社ビルの隣を流れる河川の増水の状況を、動画で撮影しXに投稿しました。建設業は「地域の安全の担い手」です。このような投稿を行うことによって、災害が起きて「から」ではなく、起きる「手前」で、「災害になるかもしれないから注意してくださいね」と促すことが出来るのです。

尚、このような大雨などの自然災害に関する投稿を行っていると、テレビ局や新聞社から、報道番組での動画の使用願いや、電話インタビューの依頼を頂くことも多々あります。6月の大雨の際も、多くの全国放送の報道番組で、弊社のXに投稿した動画が私の電話インタビューと共に放送されました。このように、SNSにとどまらず、報道を通じて全国に向けた安全啓発に繋がることもある、というのも、Xの大きな特徴だと考えます。



山藤建設が運用する SNS



豪雨の状況を伝える投稿

「スーパー」チャンネル「モーニングショー」(テレビ朝日系列)「Nスタ」「news23」「THE TIME」 「ひるおび」(TBS系列)、「DayDay」(日本テレビ系列)へ動画提供及び電話取材対応

発表事例

広報活動

TikTok × 地域密着

～生活に寄り添う「小さな工事」を発信～

TikTokは特に若い世代に流行しているSNSであり、我々からするとあまりなじみのない存在です。しかし今、TikTokをはじめとして、YouTubeショート、Instagramのリール動画・ストーリーズ等、「縦画面のショート動画（最大1分程度の短い動画）」が様々なシーンで注目を集めています。

TikTokというと「女子高生などの若者が流行りの音楽に合わせてダンスをしている動画」といったイメージがあるかと思います。実際、そのようなダンス動画がTikTokの流行の中心です。かといって、「企業が従業員にダンスをさせて動画を撮ればいいのか」というものではありません。

では、企業のTikTokにおいては、どのようなものが流行しているのか。特にフォロワーが多い企業の多くは、主として特定の若手社員をメインに据え、社業と関係のない企画性の強いエンタメ動画で人気を博しています。このような動画に挑戦することもひとつの手ではあるのですが、弊社がSNSを始めた目的には、「建設業の魅力向上」があります。ですから、仮に建設業と無関係なエンタメ動画でバズることが出来たとしても、弊社にとってはあまり意味がありません。

ではどうするか。もちろん、TikTokにはダンス以外にも人気のジャンルはたくさんあり、その中には、建設業と親和性が高いものもあります。私が特に注目しているのが、「地域の話」「あるあるネタ」「雑学」「職人技」の4つです。

実際に弊社のTikTokで一番バズった動画がどんなものかということ、「一日で終わってしまうような、小さな道路陥没の補修工事」です。とても地味な工事だったのですが、これがなんと32万回以上再生され、非常に多くの「いいね」や「コメント」を頂戴し、この動画だけでフォロワーが100人近く増えました。

どうしてそんな小さな現場の動画がバズったのか。分析してみると、先述した4つのポイントを、この動画は網羅しています。

- 地域の話：地元の郵便局前という身近な場所
- あるある：小さな道路陥没という身近な不便
- 雑学：井戸を埋める際のお清め
- 職人技：熟練の技術による転圧敷き均し等

こういったポイントに刺されれば、このような小さな工事でもバズることが出来る。巨大ダムやシールドトンネルのような、いわゆる「バえる」現場ではなくとも、バズは起きるのです。

これ以外にも、「歩道の修繕」や「倒木処理」など、本当に小さな現場が意外とバズります。視聴者の生活に「身近」であることが、TikTokにおいては重要なポイントだと感じています。

Instagram × 見える化

～画像1枚で伝える～

Instagramは写真の投稿に特化したSNSです。大きな特徴として、1つの投稿に複数の画像を載せることも可能ではあるのですが、画面に表示されるのは1枚目のみ。2枚目以降は、そこから画面をスワイプしていかないと表示されません。

このような「複数の画像による投稿」でよくみられるのが、1枚目が「見出し」にあたる画像で、2枚目以降が詳細説明の画像というパターンです。しかしこのパターン、1枚目の見出しがよほど興味を惹くものでないと、ユーザーはわざわざスワイプして2枚目以降を見ようとは思いません。

弊社でも、例えば「今夏も猛暑対策手当を全従業員に支給します」という投稿をした際は、「猛暑対策手当って何？」と興味を持ってもらえることを期待し、このパターンを用いました。

しかしながら、建設業の普段の投稿で「キャッチーな見出し」を付けるのは至難の業です。

例えば「〇〇工法について」といった見出し。私個人としてはこの手の投稿を見るのは大きですが、このような専門的な見出しだと、興味を持つのは私のような同業者や建設業を志す学生などに限られ、なかなか幅広い人たちには響きません。勿論、現時点で既に知名度があり、入社を志望する学生が毎年複数いるような企業であれば、このやり方でより関心を深めていけるでしょう。しかし、弊社のような中小企業ではそうはいかない。

そこで私が考えたのは「そもそも2枚目をスワイプしてもらうことを期待しない」こと。1度の投稿で画像は原則1枚だけ。しかも、その1枚を一般の方にも伝わる画像にするという方針です。

具体的にどうするか。やることは非常にシンプルです。どの現場でも撮影する「着工前写真」と「完成写真」。この2枚を上下や左右で結合して1つの画像にする。要はBefore-Afterです。「こんなひび割れた道路



32万回以上再生された陥没補修の動画



1枚の画像に複数の写真を結合し説明を加える例

がこんなに綺麗になりましたよ」「何もなかったところに階段を作りましたよ」と一目で分かる画像にするのです。時には施工中の写真も挟んで3段構えにしたり、あるいは定点撮影した月次進捗写真を並べて4段、5段、6段構えにすることもあります。

加えて、実際に投稿する際にはここに更に現場名などの文字も入れて、より分かり易くします。

工事の進捗以外でも、複数の画像を載せたいときは結合して極力1枚の画像にまとめる。簡単な説明の文言も入れる。そうすることで「一目見れば分かる画像」をInstagramでは心掛けています。

メディアミックス～幅広い世代へ届ける～

ここまでX、TikTok、Instagramと、特に力を入れている3つのSNSの運用についてお話をしましたが、山藤建設ではそれ以外に、YouTubeとFacebookも運用しています。

何故5つのSNSを運用しているかという、それぞれのSNSごとに、主な利用者層が異なるからです。

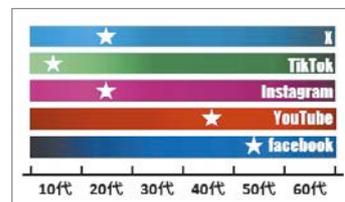
例えば、TikTokなら10代、XとInstagramでは20代が利用者層の中心になります。弊社のSNSの主目的は新卒採用なので、若者の利用率が高いこの3つのSNSに力を入れている、というわけです。

ですが、時には「より幅広い世代の方に伝えたい」ということも生じます。

最近の例で言うと、今弊社がある鹿児島県始良市においては、国道10号線の慢性的な渋滞を緩和するために、始良市山田口交差点から加治木ジャンクションを経由し隣の霧島市隼人町小浜を結ぶバイパスを作ろうという運動を行っています。これに際し、今年6月に「中部横断道路建設促進決起大会」を開催することになりました。

この運動の中心メンバーの一人に弊社社長がいるということもあって、山藤建設としてもこの決起大会にできるだけ多くの市民の方に集まって頂きたい。ついては、少しでも力になれば、ということで、計画の概要説明と決起大会の開催を案内する1分間の縦画面ショート動画を作成し、それを弊社が運用する5つのSNSすべてに同時投稿しました。

YouTubeは40代、Facebookは50代が主な利用者層ですから、これら2つのSNSにも投稿することで、より幅広い世代にリーチすることが出来る。これが複数のSNSを運用する強みの1つだと考えます。



各 SNS 毎の主な利用者層

おわりに～SNSで発信することの意義～

建設業の仕事は、その多くが「社会貢献そのもの」だと、私は考えます。勿論お金を頂戴して行う仕事はほとんどではありますが、地域の安全や利便性を高める、住民の方々に喜んで頂ける仕事。それが建設業だと思っています。そのような素晴らしい仕事をしているということ、よりたくさんの人たちに知ってほしい。それを叶えるのがSNSです。

弊社がSNSを始めて3年。今現在、Xが約13,000人、TikTokが約4,000人、Instagramが約7,000人。総じて24,000人を超える方々が、弊社のSNSをフォローし、投稿を見てくださっています。

何よりも、SNSを始めた目的である、新卒採用。SNSの運用を始めた年度に1名、そして今年も1名。20年いなかった新卒社員が、2人入社してくれています。

そしてまた、このようにSNSを運用して何より嬉しいのが、弊社の投稿を見てくださった方々が寄せてくださるコメントです。

「こんな仕事をしてくれていたんだな、嬉しいな」と喜んで頂ける。そのことによって、私たちも励みになるし、誇りにもなる。そういう幸せな循環を、SNSは生んでくれています。

建設業の魅力発信は弊社だけでは足りません。日本中の建設業者や団体がそれぞれ発信をしていけば、私たちの仕事の魅力はどんどんと伝わり、広がっていきます。

是非、今はまだSNSをやっていない、やってはいるけれどさほど力を入れていない、という企業の皆さまにも、SNSを通じて、より多くの人たちに建設業の素晴らしさを一緒に届けて頂けたら嬉しいです。ご高覧頂き、ありがとうございました。

（株）山藤建設のTikTokに寄せられたコメント

- 救世主！本当にかっこいい！
- こういう人たちのおかげで大きな被害も出ないで済んだよね
- 凄いなー技術に伝統！日本だから当たり前みたいに見えるけど、皆さんの努力のおかげなんですよ！
- 大変な仕事だ ありがとうございます
- コレはトラック乗りには助かります ありがとうございます
- ご苦労様でした 毎日通る道なので助かります
- こういうマジ助かりますありがとうございます
- 世の中がこの人たちののおかげでめちゃくちゃ助かってる
- こういう会社って信頼できる
- 圧巻ッ！カッコいい！
- こども綺麗にしてくれたの!?
- 凄すぎる！お疲れ様です！
- 母校を手入れしてくれてありがとうございます
- すばらしいお仕事いつもありがとうございます
- 自転車よく使うようになってからこういうの本当にありがたいって思うようになった
- ありがとうございます！状況がづぶさに分かって嬉しいです
- さすがです。仕事早っ！
- 地元！見通しが悪い曲線区間でしたので施工ありがとうございます！
- ありがとうございます！いつも感謝しております
- お疲れ様です。近くに住んでいる者になります。大変だと思いますが、よろしく願います
- 大変なお仕事ですね。ご苦労様です。お陰様で安全に通行出来ています。ありがとうございます。
- 世界は誰かの仕事で出来ている…