

## 応募用紙「土木広報大賞 2023」

団体名：日工株式会社、株式会社キッズスター			
応募部門 (複数選択可)	<input type="checkbox"/> イベント部門	<input type="checkbox"/> 映像・メディア部門	<input checked="" type="checkbox"/> 広報ツール・アイテム部門
	<input checked="" type="checkbox"/> 教育・教材部門	<input type="checkbox"/> 商業広告部門	<input type="checkbox"/> 企画部門

土木広報活動または作品名：子ども向け社会体験ゲーム「どうろをまもろう！」

広報活動または作品の概要



インフラ維持に不可欠な「道路を支えるお仕事」を身近に感じてもらうため、次世代を担う子どもたちをターゲットにスマホ・タブレット用社会体験ゲーム「どうろをまもろう！」を制作した。

本ゲームは子ども向け社会体験アプリ「ごっこランド※1」内で2023年8月3日より公開されており、アプリをダウンロードすれば誰でも無料で遊ぶことができる。

### ごっこランド※1とは

子どもたちが大好きな“ごっこ遊び”を通して、インタラクティブに“社会のしくみ”が学べる無料の社会体験アプリ。累計600万ダウンロードを突破し、利用者は、2歳～9歳の子を持つ子育て世代（ファミリー層）の約3分の1にのぼる。スマホ・タブレット専用でiOS/Androidに対応。業界を代表する60社以上の企業・団体がゲームを出店している。（2023年9月時点）

### ■ゲーム概要

「どうろをまもろう！」では2種類のゲームを通して道路ができるまでの流れを楽しく学ぶことができる。

#### (1) アスファルトごうざいづくり

アスファルト合材を製造し、舗装するゲーム。「骨材の乾燥加熱」「材料のミキシング」などのアスファルト合材の製造工程や、ダンプトラックに積み込んで舗装を行うところまで体験できる。



#### (2) どうろをなおそう

道路補修をイメージしたパズルゲーム。時間制限が近づくとともにアスファルト合材が冷めていく様子を表現している。かんたん・ふつう・むずかしいの3ステージを用意。



## ■公開にあたっての周知活動

### (1)報道関係者に向けた取り組み

公開当日に日工株式会社、株式会社キッズスター両社より報道関係者に向けたプレスリリースを行った

▽プレスリリース

<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000032.000081441.html>

### (2)一般消費者に向けた取り組み

両社とも SNS やホームページで告知を行った。

また、ごっこランドのダウンロード数を増やすため、株式会社キッズスターより Web 広告などを行っている。

また、明石市内で開催された地域と企業の交流イベントにて、タブレット端末を用意し約 150 名の子どもとその保護者に遊んでもらった。「古くなった道路がまた道路に戻っているのは知らなかった」「道路の作りかたを初めて知った」などの感想をいただいた。

### (3)業界関係者に向けたアプローチ

チラシをアスファルト合材工場や道路会社の営業所等に配布し、リクルートや社員教育への活用や、家族で遊んでもらうよう声かけを行った。

道路業界では外国人従業者が増加しているが、日本語が不自由であっても理解しやすいと喜ばれている。

## ■プレイ回数実績

社会体験アプリ「ごっこランド」は既に多くの子育て世帯で利用されていたことから、期待以上の成果をもたらした。

8月3日の公開後～8月31日の間に 236,387 回、9月1日～9月30日の間に 202,136 回、累計で約 44 万回プレイされた。

特にパズルゲームの「どうろをなおそう」はタイムを競う性質のものであるため、より多くプレイされている。

保護者向けの企業概要画面も累計 2,000 回以上表示されており、お子様だけでなく、お子様がプレイしている際に、側で見ている保護者への PR も兼ねて、今後も月 20 万回以上のプレイ回数を維持できるよう、定期的なバナーの変更やインターネット上での周知活動を継続していく。

## ■おわりに

はたらく建設機械は小さい子どもに人気なのに、道路業界もアスファルトプラントも認知が低いのはなぜなのか？そんな疑問からはじまった本企画。

「どうろをままろう！」をきっかけとして、未来を担う子どもたちとその保護者に「道路を支えるお仕事、カッコいい！」と思ってもらえるよう今後も広報活動を強化していきたい。