

団体名：高知県土木部			
応募部門 (複数選択可)	<input type="checkbox"/> イベント部門	<input checked="" type="checkbox"/> 映像・メディア部門	<input type="checkbox"/> 広報ツール・アイテム部門
	<input 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：高知県土木技術職員 PV 「about the Future」

広報活動または作品の概要：

◆ 高知県土木技術職員 PV 「about the Future」とは

本県の土木技術職員の採用人数は、ここ数年、募集人数の半分程度と定数割れの状況が続いており、この状況が続くと 12 年後には、約 470 人の職員定数に対し、100 人以上不足する見込みとなっている。豪雨や南海トラフ地震など、常に自然災害と隣り合わせにある本県において、県民の安全と安心を守る若い土木技術職員を確保していくことが喫緊の課題となっている。



高知県土木技術職員 PV 「about the Future」

そこで、県土木技術職員の魅力ややりがいなどを PR するため、高知県土木技術職員 PV 「about the Future」を制作。「高知県をつくらせている。」をキャッチコピーに、映像制作を行った。

◆ 制作者は、なんと”警察官”！ 県と県警がタッグを組んだ異例の PV 制作

今回の PV を制作したのは、当時、高知県県警本部 警務部 県民支援相談課 県民広報係長であった西森達也警部補。

西森警部補は、県警の警察官募集 PV も制作。YouTube 再生回数が 20 万回を超えるものもあり、特に若い人からの人気が高い。その効果もあって、県警の職員募集では、応募人数が募集人数の 6～8 倍と高い水準を維持している。



PV を制作した西森達也警部補

そこで、県警の職員募集で実績をあげている西森警部補に、県土木技術職員を PR するための PV 制作を依頼。「一見すると業務外と思われるかもしれないが、最終的には県民のためにつながるから」ということで快諾してくれた。県民を“守る”警察官が、県土を“つくる”土木職の PR に携わるとい、異例の PV 制作がスタート。県の土木部土木政策課職員を併任し、なんと 2 週間という驚異的なスピードで PV を完成させたのだった。



工事現場での撮影風景

◆ 「リクルート動画」っぽくないリクルート動画

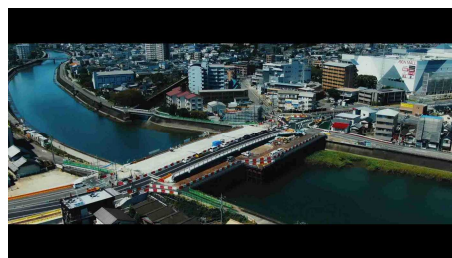
今回の PV は、就職活動を行う学生が工事現場を見かけて、幼い頃に「ものづくりが好きだった」ことを思い出すところから始まり、県土木技術職員が仕事に取り組む様子を描く。そんな姿を見た就活生が、これまで考えていなかった土木の仕事に興味を持ち始めるというストーリー。



「ものづくりが好きだった」ことを思い出すシーン

今の若い世代は、仕事内容を細かく紹介する、いわゆる「リクルート動画」は、スキップして視聴すらしめない。そのため、まずは若い人にみてもらうことを重視し、土木のエッセンスを取り入れたストーリー仕立てのPVとした。

また、撮影現場については、若い人がよく利用する施設の近くの橋梁工事現場などを選定。馴染みのある現場・風景が流れると、自然とその動画を見入ってしまい、記憶にも残りやすいと考えた。そして、「ものができたときに県民に喜んでもらえることがやりがいにつながっている」という職員へのインタビューなど、要所要所でリクルート要素を盛り込むことで、県土木技術職員の魅力を伝えた。



若い人がよく利用する施設の近くの橋梁工事現場

◆ 映画監督「安藤桃子」さんも唸った・感動した「PV 完成発表会」

今回制作したPVの注目度をより高めるため、映画監督の安藤桃子さん、動画制作者の西森警部補、そして高知県知事の濱田省司の三者による「PV 完成発表会」を開催。対談形式で、今回制作したPVの感想や制作の裏側などを語ってもらい、その様子をマスコミに報道してもらった。

そして、完成発表会終了と同時に、県公式 YouTube チャンネルにおいてPVの一般公開を行った。



PV 完成発表会 ※YouTube でも公開

◆ アナログ・デジタルの両方を活用したPVの周知

PVをより多くの若い人に見てもらうためには、視聴機会を増やす工夫が必要。そのため、PVにアクセスできるQRコード付きのチラシ・ポスターを制作。完成発表会と同じ日に、すべての公立の中学・高校生にチラシを配布するとともに、校内にはポスター掲示をしてもらった。

また、YouTubeの広告配信についても実施。ターゲットは24歳までの高知県内在住の男性・女性、広告期間は採用試験の募集期間前とするなど、就職活動中の若い人にアプローチできるように運用した。また、県公式 X (旧 Twitter) のほか、県の移住促進に関するホームページにもPVに関する記事を掲載。あらゆるデジタル媒体を活用し、周知を行った。



PVにアクセスできるQRコード付きのチラシ

◆ YouTube 視聴回数は 20 万回超えを達成！

YouTube 視聴回数は、およそ 21 万回※であり、地方自治体が制作するリクルート動画の中では、高い視聴回数を誇っている。また、約 1 ヶ月間の YouTube 広告配信を行った結果、平均視聴単価は 2.31 円、視聴率は 42.49% と高いパフォーマンスを維持することができた。

※R5.10月時点。ショート Ver・ロング Ver の合計視聴回数。