

## 地域づくりの担い手としての役割と 新たなコミュニケーション



NPO法人合意形成マネジメント協会理事長  
百武 ひろ子

建設業界に若い人が入らない  
地域の人々の建設業に対する理解が低い



今はこの状態を変えるチャンス！！

どうしてチャンスなのか？

どうすればこの機会をチャンスにできるのか？





## 合意形成とは・・・

いろいろな意(思い)を合わせて  
一つの形を成す



いい合意形成とはどんな話しあい？



いい合意形成とは **納得のいく** 話しあい

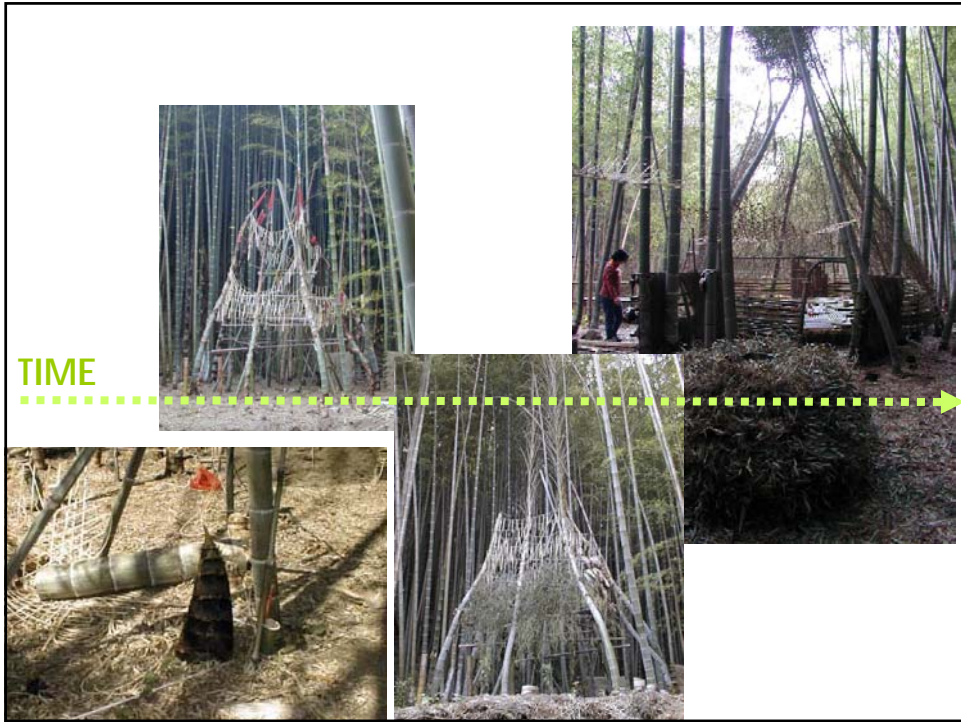
納得：関わった人がそれぞれに得を納めること  
⇒得心のいく

「十分に承知する。よくわかって **気持ち**がおさまる」  
気持ち→感じるもの。理屈ではない。

納得には2つある







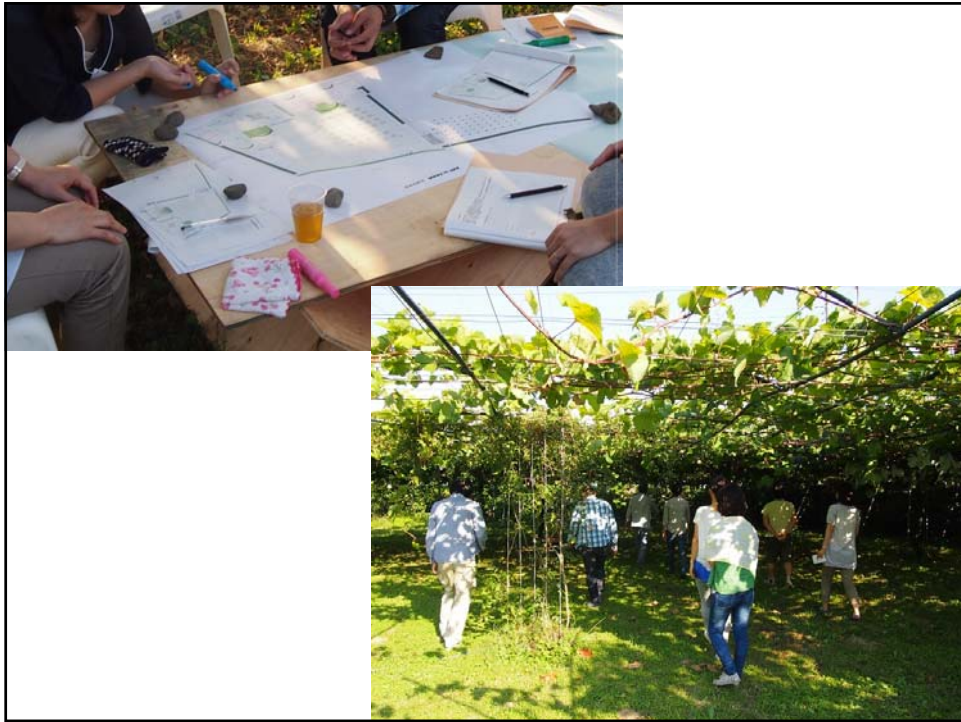












## 1. 地域づくりをめぐる変化

### ①「つくる」から「つかう」「なおす」「もどす」

- ・ 人口減少 日本が史上初めて体験する人口減少  
2010年→2050年  
6割の地域で人口が半分以下に  
うち1/3の地域で人が住まなくなる  
約4割の高齢化率  
国土交通省: 新たな「国土のグランドデザイン」骨子より
- ・ いっきにくる社会インフラの老朽化  
維持管理費は20年で倍増



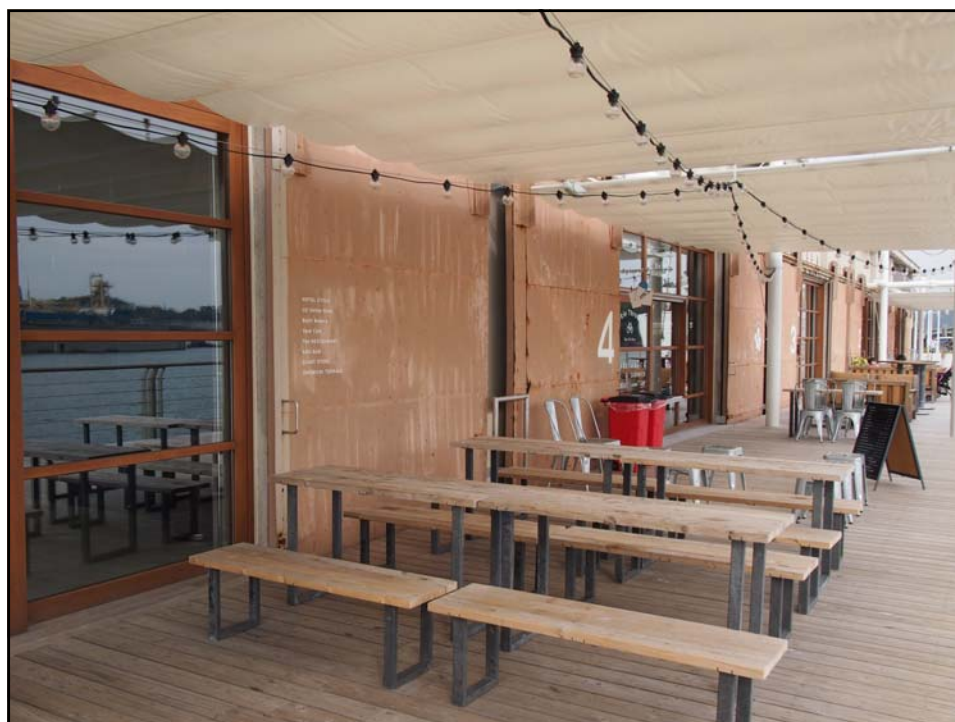
どうつかうか？ どうなおす？ どうもどす？

**目利きの技術者の必要性**

## 建設後50年以上経過する社会資本の割合

	2012年3月	2022年3月	2032年度3月
道路橋 約15万7千橋(橋長15以上)	約9%	約28%	約53%
河川管理施設 約1万施設	約24%	約40%	約62%
下水道管きよ 総延長約44万km	約2%	約7%	約23%
港湾岸壁 約5千施設	約7%	約29%	約56%

国土交通省「社会資本等の老朽化対策等の取り組み状況」より抜粋





## ② どこでも同じ から 地域にあわせて

- ・ 標準設計 から 地域にあわせて  
高度成長期  
短期間に大量に供給するに標準設計が効率的



量から質の時代  
地域にあわせたきめ細かい設計



地域にあわせたってどういう意味？  
・ 地域の特性にあわせた(気候・地形・・)  
・ 地域によって異なるニーズにあわせた

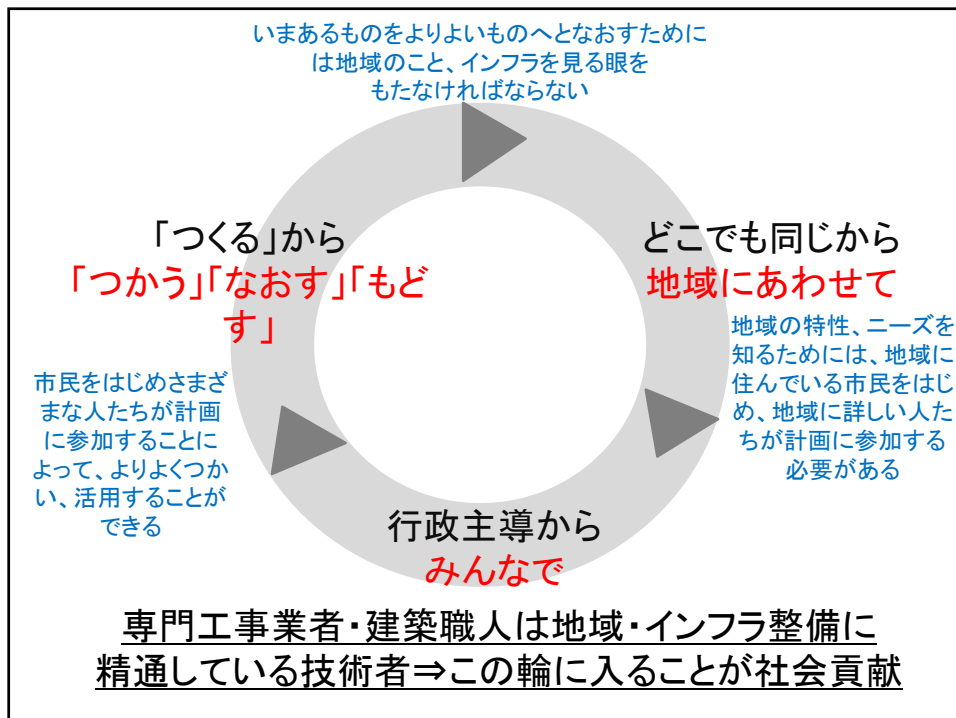
### ③ 行政主導 から みんなで

- ・ これまで、公共工事は行政が主導して行ってきた

価値観の多様化  
市民参加の広がり  
維持・管理への市民参加への期待

これからは、使い手である市民を含めた  
多様な人々が構想・計画段階から積極的に参加する

市民が参加することで…  
使い勝手のいい(=使われる)公共施設へ  
維持・運営への市民の積極的な参加  
地域への愛着や誇りを育てる





## 2. 地域づくりの担い手と建設産業

### 専門工事業者に対する調査 若手の建設技能労働者が入職しない原因

- ・収入の低さ 57.7%
- ・仕事のきつさ 44.3%
- ・休日の少なさ 37.8%
- ・作業環境の厳しさ 36.3%

### ・職業イメージの悪さ 28.7%

2013年調査によると子どものなりたい職業の10位に「大工」があがっている。



具体的にどんな仕事なのかわからない  
地域のなかでどのように役に立っているのかわからない  
のではないだろうか？

### 就職意識のランキング

#### 1位 社会や人から感謝される仕事がしたい 95.7%

日本生産性本部・日本経済青年協議会 平成25年度新入社員「働くことの意識」調査より  
2010年から1位

#### 仕事が変わっても犠牲にたくないこと

1位 仕事とプライベートの調和を保つ 32.3%

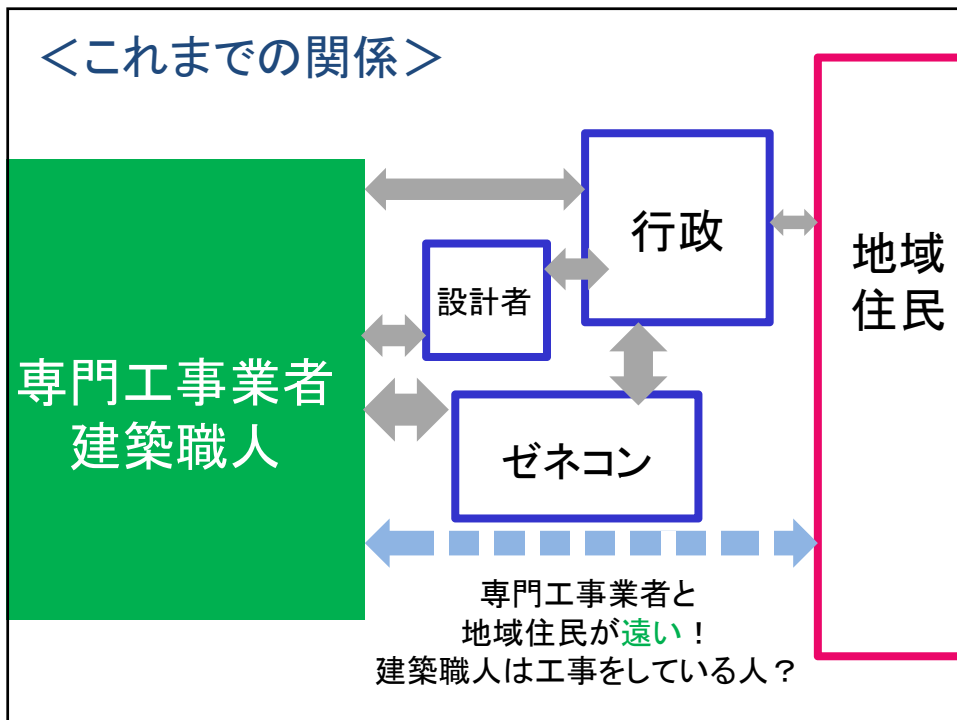
#### 2位 誰かの役に立ち、社会に貢献する 28.6%

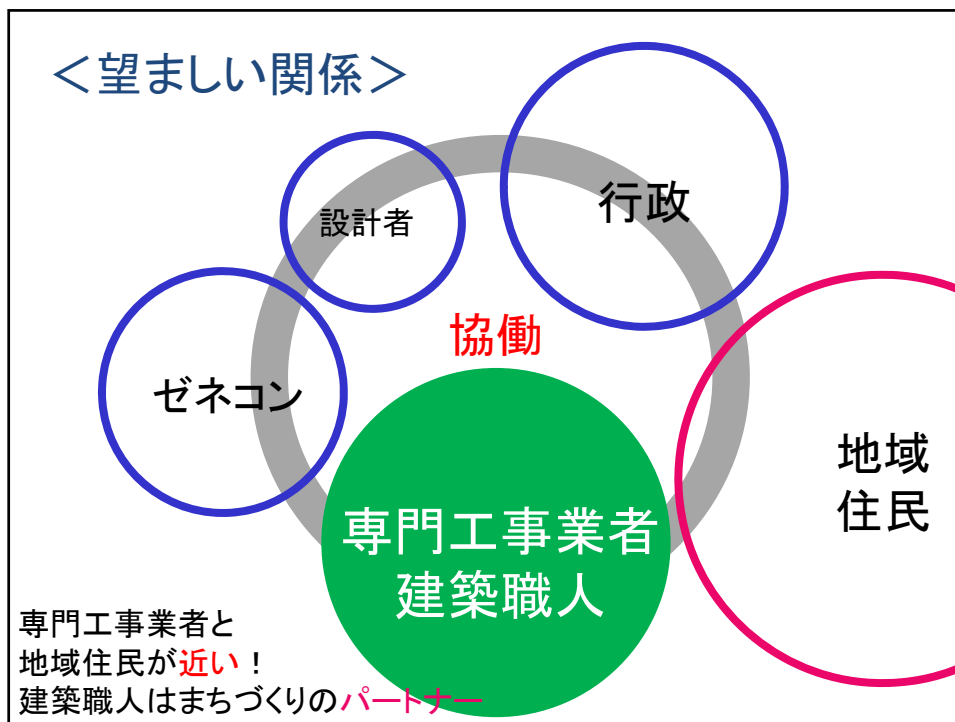
3位 安定して心配なく仕事ができる 17.4%

日本能率協会 2013年度新入社員「会社や社会に対する意識調査」より

#### 何か社会のために役に立ちたいと思っている人の割合 内閣府調べ

1980年代前半 約45% ⇒ 2010年以降 約65%





## 市民普請

普請とは… あまねく(普く)こう(請う)  
社会インフラを地域住民(集落の受益者)が力を  
あわせてつくり、維持していくこと。

市民普請とは…

『市民が主導的な役割を果たしながら、地域を豊  
かにするために実践する公共のための取り組み』  
土木学会 ex.ヨコハマ市民まち普請事業

市民普請:佐渡 加茂湖の事例







## 閉ざされた関係から開かれた関係へ

- 間接的に伝わる・伝える → 直接人と人が出会う
- 見える化で信頼を育てる  
顔が見える・技術が見える・意思が見える

### 現場から変える、変わる

見える化は現場を開くところから。  
自分たちを開くことで変わっていく。  
多様な人が働くことで現場がもっと身近になる。  
(若者、女性が現場で働いている)

そもそも  
現場ってどこだろう？

### 地域づくりを めぐる変化

「つくる」から  
「つかう」「なおす」  
「もどす」

どこでも同じから  
地域にあわせて

行政主導から  
みんなで

専門工事業者・建築職人は  
地域に精通している技術者

### 地域の担い手と 建設産業

専門工事業者  
建築職人

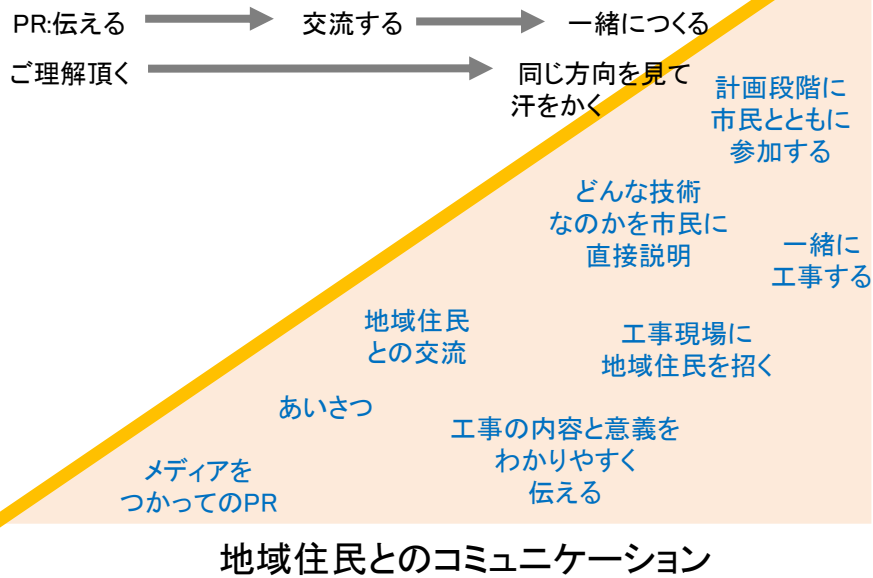
地域  
住民

専門工事業者は  
地域づくりのパートナー

地域に貢献していることを  
地域住民と接することで実感

入職者が増える！

### 3. コミュニケーションを鍛える



#### これまでのコミュニケーション

= 応答のコミュニケーション

- ・聞かれたことに答える
  - ・わからないこと、確認したいことを聞く
- ハウレンソウ

大事なものは **正確さ、スピード**

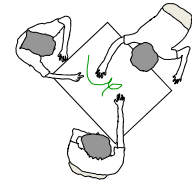
#### これからのコミュニケーション

= + 協働のコミュニケーション

- ・異なる価値観を持った人と一緒に
- 地域の課題解決**するための **建設的な話しあい** ができる能力
- ⇒ 相手の興味・関心を引きだす **聞く力** を育てる
- 自分と違うことを受け入れる
- こたえる → 伝える
- れたとおりにつくる → **いっしょにつくる**
- 「**いっしょにつくる**」からコミュニケーションが鍛えられる



## 地域づくりのプロとして



専門工事業者は  
地域づくりのパートナー。  
ただじっとしてはそう認識されない。  
地域づくりに自ら積極的に参加する。  
そこでさまざまな人と  
コミュニケーションすることで  
自らの地域づくりの専門性と社会意義を  
確認し続けることが  
地域づくりのプロとしての誇りを育てる。  
工事をする人から  
地域を守り、つくる、頼れる存在  
になる。