

この1年で建設市場の需給バランスは180度転換した。目下の大問題は「過剰供給構造の是正」から、「ヒト・モノの確保」へと一気にすり替わった。仕事量が大幅に増加し、高騰する労務費や資機材価格への制度的な対応策も整えられつつある。しかし足下の調達問題の先には、一朝一夕では解決不能な「担い手の確保・育成」という根本的な問題が、人口減少社会の本格到来とともに待ち受ける。そして、その産業間獲得競争に先立って解消しなければならない課題、「正当な社会的

理解を得る」という大きなハードルが建設業界には立ちほだかる。メディアを通じて流されてきた印象や情報によって形成された建設産業像は容易に払拭できそうにも見えない。そうしたイメージからはるか遠い個々の現場では日々、技術者や技能者がものづくりとの格闘を続けている。その現場からの声・目線こそが社会へと向けられ、発信する。フロント面では北陸3県の建設企業の若手経営者に実態を踏まえて、建設業の課題と展望について語り合ってもらった。

# インフラ・クライシス 突破!

戦略的広報企画 2014

## 北陸の若手建設人からの提言

# 現場から変える、現場から発信する

### 双方向の関係構築

建設業が果たしている社会的役割や実態を適正に理解してもらうための広報活動の重要性に対する認識が高まっている。大島 業界のPRが不足しているという事で新潟県建設協会でもPR・CMを制作している。ただ、CMは「こちらが伝えたいもの」になってき、一方通行で終わってしまつて、互いがあるの否めない。「伝える」と「伝わる」

は違うと思う。住民との双方向の関係形成していくことが必要だろう。そのためには住民の身近なところから、つまり、われわれが施工しているのをついこの現場から、この工事は何のためにやっているのか、といったことを発信していくことが必要なのではないか。三方良しの取り組みで、ODS Cと言われる工事の目的などを住民に届けて現場で掘示することがまさにそうだが、そうして地域の理解を得ていくことの積み重ねが、結局は入職対策にもつながって行くはずだ。

上田 確かに、広報のあり方を現場から変えなければと思う。しかし、仕事量の変動で現場は本音に大変だ。金銭的にも、そして体力的、精神的にも、すべての面で現場に負荷をかけている。現場に余裕をつくらなければならない。現場発のPRもできないと思う。

今、工事を工期内に納めること自体が大変になっている。受注者としては、かんともしがたい理由があったりすることでも、工期が厳しいケースも少なくない。だから施工の効率化などにより工程を何とか短縮して利益を出せるよう

## 「三方良し」を切り口に

### 相互理解と共通認識

大島 工事の目的などをすり合わせるODS Cの作業はやはり、受注者だけでなく、発注者も一緒になって（目的などを）共有していくべきだ。地域のために良いものをつくるというのには受注者共通の思いははずであり、そんなコミュニケーションによって相互の理解も深まり、共通認識もできてくる。

上田 富山県でも三方良しの取り組みが進み始めているが、少し先を行っている新潟県では、例えばODS Cシートで、『会社の利益を上げる』といったことを工事の目的に挙げ、住民に向けて掲示しているのを目にするが、発注者にとっては抵抗感があるとの声も聞く。

大島 新潟県の職員の中でも最初、いい顔をしなない人がいたことは確かだ。しかし、三方良しの取り組みの提唱者である岸良裕司さんが、新潟で一昨年開かれた講演会で企業利益が県税収入の増加につながり、県としても次の仕事につながっていく、最終的には財政健全化にもつながるという説明をされ、その点を土木部幹部

の方も評価されたし、理解されているのでわれわれとしてはとてもありがたい。

### 企業利益「良し」を

「施工する企業がその現場で利益を上げることが地域経済の活性化や雇用にもつながり、住民にも行政にとっても「良し」との説

明だが、最近では野田徹北陸地方整備局長が、災害対応や除雪を担う企業の足腰が強くなれば、地域の防災力も強化されるという、もう一つの「良し」を強調している。一方、企業にとって今、若手人材の確保や育成の問題が深刻化している。どのような取り組みが必要か

岡田 若手の技術者を確保し、育成していくために、現場を変えていかなければならないという認識は今、受注者に共通して出てきていると思う。一緒に対策を考え、それに基づいてシステムを変えていかないと、すべてのしわ寄せは現場に行く。われわれは会社経営の立場から現場に対して良い評定点をとれ、利益を出せ、と指示するが、前線の現場代理人はそのために障害になっている課題を解決を発注者に対してなかなか言えない。現場の人間がきちんとものを言えるような環境をつくらなければいけないと思う。今、北陸整備局には、われわれ青年部とほぼ同じ世代の出先事務所の若手職員との意見交換会を開催してもらっているが、双方にとって非常に意義のある場であり、ぜひ続けていただきたい。

### 鼎談



岡田 康晴氏



上田 信和氏



大島 正寛氏

石川県建設業協会青年委員会 委員長

富山県建設業協会青年部 部長

新潟県建設業協会青年部会 部会長

## 人材確保・育成へ協働

上田 建設系学科のある高校は富山県内に4校あるが、新卒採用には苦慮している。わたしの会社では企業紹介誌を利用して、自社の紹介が載った冊子を学校に無料配布している。こうしたPR活動を会員企業が協働して組織的に取り組めればより効果的ではないだろうか。

岡田 石川県内は工業系の高校が3校あるが、富山県同様新卒の確保は難しい。県建設業協会では毎年、小学校のバザーなどで建設機械を展示したりしているが、これからは中学校、高校ともコラボレーションして取り組んでいく必要を感じている。

大島 われわれのところ（新潟・上

越地区は逆で、新卒の求人が少ない。土木を志す高校生はいるのだが、求人する各社が即戦力を優先してしまつた。若手を採用して育てている余裕がないというところだと思つた。

### 官民連携でPR

——離職率が高いことも問題になっている。なぜだろうか

上田 これまでの経験で、新卒の子に就いては入社後、同世代の相談相手がないことが不可欠だと痛感している。われわれとしても本来は、少人数であっても毎年継続的に採用していくことが必要だと思つたのだが、

大島 建設業のPRでは、行政と業界側がコラボレーションして取り組むことが不可欠だと思う。さらに、日ごろから現場最前線の課題や仕事の魅力について議論を重ねているわれわれ青年部が身を置いて、行政と一緒に広報展開していくことが入職対策にもつながっていくはずだ。テレビCMや現場発の情報発信、個別企業それぞれのPRなどが多層・多様に展開されていくことが業界全体のイメージを変えていくのではないかとと思う。



周辺住民が気軽に工事情報提供施設（阿賀野川の現場）

にし、余裕を生み出すことが先決ではないだろうか。

岡田 一部の発注機関ではワンデーレスポンスの取り組みも進められているが、例えば「指示待ち」がどれだけ施工者の負担となっているか、発注者には具体的に見えないところが多いと思う。設計・積算担当者にとっても現場での課題が見えない部分があるのではないか。社会資本はわれわれ建設企業が発注者がパートナーとして一緒になつてつくり、納めるものであり、そうした理念を現場で実践していくことが今、実効ある広報を行っていく上でも求められていると思う。

