

河川

2014
May
No.814

5



特集●「伝わる」広報～かわとなかよくなる～

「伝わる」広報—かわとなかよくなる—

Public Relations “Transmitted” ~ Make friends with rivers ~

出席者（敬称略／順不同）

よねだ まさこ
米田 雅子：慶應義塾大学理工学部特任教授

Masako Yoneda: Professor, Department of Science and Engineering, Keio University

やまな きよたか
山名 清隆：株式会社SCOP代表取締役

Kiyotaka Yamana: President and Representative Director, SCOP Co., Ltd.

かえで ちさと
楓 千里：株式会社JTBパブリッシング執行役員 ソリューション事業本部副本部長

Chisato Kaede, Deputy General Manager, Solution Business Group, Operating Officer, JTB Publishing, Inc.

ひろせ まさよし
廣瀬 昌由：国土交通省水管理・国土保全局河川計画課河川事業調整官

Masayoshi Hirose: Director for River Policy Coordination, River Planning Division, Water and Disaster Management Bureau, MLIT

平成26年4月18日／於：公益社団法人日本河川協会

【座談会の企画趣旨について】

○廣瀬 国土交通省の河川計画課で河川事業調整官の廣瀬と申します。本日の座談会の企画趣旨についてご説明させていただきます。

公共事業のイメージアップというのは、以前から取り組まれてきていますが、施設の老朽化対策が急がれるとか、オリンピックを契機にした再整備などが話題になることが多くなってきている中、土木学会などでは、改めて土木関係の広報はどうあるべきかという議論が行われています。河川についても、どうすれば国民の皆様はその良さや厳しさを理解いただけるか、その広報のあり方を見直さなければならぬと考えており、これからの進め方に関しまして皆様に御示唆いただきたいという趣旨で座談会を企画させていただきました。

副題が「かわとなかよくなる」となっていますのは、川は洪水が起こると非常に厳しい面がありますが、それは年間365日のうちのわずか数日です。普段から川に接していただく、川と仲よくしていただくということが、川を理解していただくために非常に重要なファクターでなかろうかと考えてつけさせていただきました。

本日は、我々の川への広報の仕方とか、市民の皆様へ川に接してもらうという観点からの取り組みについて、御意見等をいただきたいと思っております。

【河川行政の広報等について思うこと】

○廣瀬 まず、現在の河川行政の広報の仕方とか、市民の皆様へ川に接してもらうという観点からの取り組みについて、御意見、御感想をいただければと思います。

○米田 私は山々のなかを流れる川が好きで、今は岐阜県の飛騨高山・下呂、白川郷で、林業と建設業が一緒になって森林を再生しようとしています。なぜ飛騨高山かというと、名古屋から行くときに高山線から眺める飛騨川があまりにきれいで、そこに魅せられて通い始めたぐらいです。

山国は山ばかりではなく川もある。川が人の命を育み、川の周辺にしか平地がない。山国の人たちは実は川の住民です。森林をきれいにしたら川もきれいになることをよく知っていて、山と川は決して別物ではないという感覚があると思うんです。

以前、長野県の建設業の新分野進出の委員長をやっている時に、田中知事の「脱ダム宣言」が起こり、記憶に鮮明に残っています。川は人の暮らしを支える命の水であるとともに、洪水を引き起こす恐ろしいものでもあります。田中知事が公共事業悪玉論のようなニュアンスで、「もうダムは止める」と言われたけど、今の計画のダムを止めると洪水が起こるのではないかと議論になりました。河川行政の人たちは一生懸命誠実に技術的に説

明して理解してもらおうとしますが、メディアなど受け手は理解できない。理系の河川行政の説明を、文系のメディアが理解できないという感じのミスマッチを感じました。

自分の説明したいことばかり前面に出して伝えたいという思いが強く、受け手側は結局何かよくわからなかったということではないか。

結局、脱ダム宣言の後、必要なダムはつくることになりましたね。もう少し相手にわかるように説明していれば、もっと違った形になったのではないかと考えています。

○山名 広報は「伝わる」ということから、「対話をする」というテーマに変わってきているように思います。説明をする人と聞く人という関係から、立場を超えて対等に対話をする。対話の空間をつくる、人から素直な意見を集める、正直な言葉を交わす関係を作るという工夫が大切になっていると思います。本当によい対話をつくるための技術がコミュニケーションの領域ではとても研究が進んでいます。創造的な話をしやすくする、リラックスした空間をつくる、和やかに話す方法。そうした「場」のつくり方に興味があります。今は組織や専門性の立場から離れてパーソナルにつながる、行政も市民も企業も専門家も安心して対話ができる「場」が求められている気がします。

○楓 お二人がおっしゃったとおりなのですが、河川の広報だけではなく、恐らく霞が関も自治体も共通だと思いますが、事実だけをお知らせする方針ですよね。この事実を、ホームページやプレスリリースで発信されていますが、それだけで関心を持ってくださいと言われても、なかなか難しいと思います。工事に関係する地域にお住まいの方たちは関心を持たれるかもしれませんが、この地域でこういう工事をしなければならぬストーリーや、現在の状況を、何かパッと関心を持ってもらえるキャッチーな言葉を使って広報していかないと、事

実だけではなかなか人には伝わらないのではないのでしょうか。

ただ、役所の方たちは付加的なものをつけることに対して非常に慎重ですよね。突っ込まれてはいけないとか、余計なことを言っただけはいけないという訓練を受けていらっしゃるの、その表現の仕方を考えていかないと、「伝わる」というところまでにはまだまだ距離があるのではないかと思います。

【川に触れ、親しんでもらうために】

○廣瀬 この企画を考えたのも、我々としても今の説明のやり方はいかがかという思いがあるからです。少し例を挙げさせていただきますと、10数年前から説明の場でパワーポイントを使いはじめましたが、今では説明会と言えば、全部パワーポイントで説明するようになってしまいました。少し前までは、模型をつくったり、壊してみたりと、感覚的に理解できるような工夫もしていましたが、便利なツールが出てそれに頼ってしまい、説明の多様性をなくしてしまっていると大いに反省しています。

これからは川に触れてもらう、川に親しんでもらうことを少し意識して取り組みたいと思っています。そのためには、行政がアイデアを出す一方、地域にもいろいろなアイデアは眠っているような気がします。

○山名 広報というところから投げる第1球のボールをどうするかと考えがちなんですが、受け取った人からこちらに返ってくる2球目のボールの方が大事です。本当に関心のある人は必ずボールを返してくる。よかったですとか、意外におもしろいとか。つまらないとか。だから初めから反応が返ってくる味のあるボールを投げないと。それは良いことも良くないことも含めて多種多様なボールが飛んでくる覚悟がいます。それに対して第3球のボールをどう投げるか。ここがすごく大事で、そ



こがつながるといふことの始まりです。

大層なことをもっともらしくいっても何の反応も帰ってこないのが普通です。ひねりや刺激や工夫。かつてないユニークなことが始まるかもしれないという感じがなければ対話のゲームが始まりません。河川行政の人が今までの枠を超えてタイプの異なる多様な人と対話することに慣れるといいと思います。河川行政の人と市民との対話が豊かで創造的で楽しく未来の可能性を持ったものなら、そのテーマがユニークならそこに人がどんどん集まってきます。地域から始まった小さな対話がだんだん社会を巻き込んで世界に広がっていくということも可能だと思えます。その人のつながりの広がりこそが「広報」だと思えます。

○ **楓** 最初のボールはとても大事だと思います。そのネタを持っていらっしゃるの河川事務所の方たちですよ。河川事務所の方たちは、ヤマメがよくとれるところから、どこはお花がきれいだということも含めて、地域の情報通です。その土地や治水の歴史もよく御存じですし、川に関心を持っていらっしゃる地域の方たちとのコミュニケーションも積極的になさっています。ちょっとリラックスしたところでお話すると、目をきらきらさせながら川のよさ、川の厳しさをストレートに伝えてくださいます。河川事務所を大きな宝物と捉えて、そこから様々な情報をくみ上げて、ボールの投げ方を決めるのは如何でしょうか。

○ **山名** そうですよ。各地のボールはすごい輝きを持っているボールで、とじこもってはいはボールにならない。

○ **廣瀬** 確かに現場には投げるボールはいっぱいあるのかもしれませんが、残念ながらうまく投げられていないような気がします。

○ **山名** 四角いボールは転がらないですよ。滑るけど転がらない。予想もしないことが起こることへの勇気みたいなものが重要です。想像もしないような出会いが生まれることが広がっていくエネルギーです。伝えたいことが伝わったということよりも、伝えたいこと全然関係ないことが伝わっていることを喜びにするという感覚が、次のボールを考えるとときのヒントになります。

○ **米田** 伝えたいというのは山名さんが言われるとおりで、伝えたい思いが強くて、伝えたい相手が何を考えて何に関心があるのかを知りたいという気持ちが少ない。伝えたい、伝えたい、の一方通行で、相手が川と一緒にどんな生活をしていて、どんなことをやっているか。相手のことをもっと知りたいという気持ちが弱いですよ。

○ **山名** ひとり一人はすごく素敵な丸い球を持っていると思います。最初は真ん丸でピカピカしている球が組織の中を通るうちに、なぜか転がらない四角い箱になって出てくる。

○ **米田** 今回、土木学会では、「伝える」から「伝わる」という原則になりました。だから、一丸で「伝える」から「伝わる」ようにしようと言われても、現場はアドホックなんですよ。広報と土木行政の組織とが合わないところがありますね。

○ **山名** 「伝える」から「伝わる」という言葉も、やや四角い感じですよ。

○ **米田** 今回のタイトルも、河川に対してみんなが仲よくなってほしいわけで、河川の人が地域の人と仲よくなりたいわけではないですよ。相手の立場に立って考えていけば、いろいろなキャッチボールができるのに、組織として河川をどうするかという自己中心で物事を考えるから、どうしても物事が進まない。

○ **楓** どちらかという、私たちと仲よくなっていると。

○ **米田** 自分たちの論理の中で、自分たちのことをわかってもらえるように仲よくしてねと言っているに過ぎない。

○ **山名** 私と仲よくしてくださいと言う人とデートしたくないですよ。モテない。自然に話しかけたくなる雰囲気とか、感じとかそういうことが普通のコミュニケーションのプロセスだと思う。

【相手を考えた具体的な取り組み】

○ **廣瀬** 相手のことを考えて丸い球を投げるためには、具体的にどのようなことを取り組んでいけばいいでしょうか。

○ **楓** 各地方整備局で事業を再評価するときに、特に河川の場合は流域の方たちに、改修後に川を利用するのに幾ら払いますかというアンケートの手法がありますね。

○ **廣瀬** CVM（仮想的市場評価法）ですね。

○ **楓** 300円とか1000円とかアンケートの結果は様々ですが、行政は自分たちが必要なデータが集約できたらそれまでで、驚いたことに結果をアンケートを取った方たちにフィードバックしていないのです。アンケートを取って、この川の利活用について考えてもらうという接点があった方たちに、せっかくのチャンスをどうしてうまく活用されないのかなと常々不思議に思っています。それはコストの問題なのでしょうか。

○ **廣瀬** コストの問題ではないと思います。CVMを行うことが目的なので、せっかくそこに接点を持ったことをフォローしようという発想がないのかもしれない。

○ **楓** もったいないですね。

○ **米田** 私は建設トップランナー倶楽部という地域で元気に頑張っている建設業の経営者が集まった組織の代表をしています。地域建設業の方々は地域の住民の方と一

緒になって、川と仲よくする活動をたくさん行っています。行政発想ではなく、民間や地域のつながりを大切にしています。

例えば、「矢作川をきれいにする会」は、工場排水で川が汚くなったので、住民の方々が立ち上がって川を浄化しようという運動でした。そこに建設業の方も加わって、森林からきれいにしていくと矢作川もきれいになるねとか、残材をチップにして緑化に使おう、工場や工事現場の排水を竹粗朶のようなもので浄化しようということを始めました。「中部森林開発研究会」という名前で、地域の方と一緒に、河川浄化と森林再生の活動を30年続けています。それが全国的に広がって120社ぐらいがそういう活動を地域の方と一緒にやっているの、地域の方々に結構喜ばれています。

それから、静岡県安倍川上流は、治山の非常に難しいところですが、白鳥建設をはじめとする地域建設業の方々が、地域の方を巻き込んで、子供たちに環境教育をしたり、森林を再生したり流木を除去するなど、いろいろな活動をされています。ここは河川事務所の方も一緒にやっておられます。住民の人たちに、河川の状況を理解していただきながら、一緒に地域を守っていきこうとされています。こういうことも結構大事なことでないかと思えます。

岐阜県は自然共生型川づくりをやっていて、草の生える護岸や魚が遡上できる魚道など、杉山建設や山辰組をはじめ地域の建設業が、さまざまな新技術を開発しながら、地域ぐるみの活動を展開されています。

愛知県の加藤建設は、木曾川の工事をする前に周辺環境を確認して、地域の方にも説明するなど、エコミーティングを一生懸命やっています。

そういう地道な努力が結構全国各地にありますので、地域の方のささやかなキャッチボールを、お伝えできたらと思います。

【意欲を持った人をいかにして増やすか】

○ **廣瀬** 地元の建設業の方が意欲を持ってやっていただける仲間を増やしていくとか、いってみれば野球をしているグラウンドに一杯人が来てもらえるような仕組みというのは、どうすればこういうふうにならぬのか、どうすればいいかという発想自身が一方向だと思えます。

○ **米田** 私に言わせれば、その発想が変だと思えます。各地域で皆さん川と住んでいます。住民の方たちの運動が先で、そこに建設会社や河川事務所も入って一緒に協力している。その人たちをまた広いグラウンドに集めて、もっと増やすにはどうしたらいいかという発想自身が一方向だと思えます。

地元に入っていくのではなくて、地域建設業で地域の



米田雅子氏

小さい河川改修をやっている人たちは地元で生きているのです。地元を支えて、いざ災害となったら真っ先に飛び出すような人たちです。地域に行くとき内と外ではなく一緒に暮らしているんです。

○ **楓** そうですね、地元の方が支えているのです。

○ **米田** この地域を何とかしなければいけないという思いで立ち上がっている方々に、河川とそのほかの壁はないですからね。

○ **廣瀬** 業者の方から見れば河川とか砂防とか道路とか差はないですし、国と県も差はないですよ。

○ **米田** 入って行くとか、知ってもらおうというところに一つ壁をつくっているような気がします。

○ **廣瀬** 山名さん、ミズベリング・プロジェクトは職員にもじわじわ浸透していて、みんな楽しそうにやっているんです。

○ **山名** ミズベリング・プロジェクトは「水辺の未来が動き出す」をテーマにしています。「川の仕事に携わる全ての人の自信と誇りを回復しよう」という気持ちでやっています。河川の仕事の成果や効果を伝えるだけでなく、市民や社会からいろんな反応をもらうこと。勇気をもって出した自分のボールが、相手も勇気を持って返したときに、とてもつながった感じがするという経験。自分の仕事、創造的で対話的で一緒に地域や社会の未来をつくる仕事にほかならないと実感する瞬間。この経験は他では得られない魅力的なものです。

いま市民一人一人も社会や未来を変えようと行動し始めています。いよいよそういう話し合いの場で、行政の人から怖がらずに、自分自身の言葉で話すということが一番大事。僕は広報活動のゴールは、自分の言葉で自分の仕事を自信と誇りを持って話せることだと思えます。そういう人が増えることだと思っています。

○ **米田** そのとおりだと思います。私は建設トップランナーフォーラムで、年に一回大発表会をやっています。地域建設業の人たちが、自分がやっていることを堂々と

話します。誇りを持って話す人の周りには、地域の輪もでき、広がっていきますよね。一時期は縁の下の力持的な、寡黙が美德みたいなものが土木にありましたが、最近は、次第に自分たちはこういう大事なことを、社会的使命でやっているんだときちんとお話しされる人が少しずつ増えています。もっと伸ばしていけるといいですよ。

○山名 現場にはそういう若い人たちがたくさんいますよ。

○楓 資料にあるダムツアーでも、現場では管理者の方が説明して下さるはずですよ。決して流暢に話す必要はなく、御自分の経験や、苦労談など現場を知っている方だからこそお話になれることを聞けるから、現場に行く価値があり、参加者も満足されるはずですよ。

○山名 かつてユニークな工事現場見学会をやりました。現場で玉掛けや、クレーンを運転している現場の人に説明員をやらしてもらいました。その現場の人は見学に来た人たちに嬉々としてすごく一生懸命自分の仕事を話していました。この仕事に命をかけてやっているということが伝わる。そのことが新鮮で土木への尊重や感謝が生まれる。

○米田 公務員の方でも熱血公務員がいて、心の中に炎が燃えているんですよ。そういう方に直接会っていろいろな話を聞くと、その炎が伝わり皆さんすごいなあと感じますよね。

○山名 現場ほのお計画というのを今思いつきましたけど、そういうことが広報という概念を超えて現場で自分の仕事に燃える、情熱を傾ける、それをしゃべりたくてしょうがなくなって語れる。それが自然に増えるのではないですか。

○米田 1990年代に始まった公共事業は悪者みたいな論説、あれは土木技術者の誇りを失わせるひどいキャンペーンだったと思います。あの後遺症を乗り越えて、もう一回自分たちの誇りを取り戻す。山名さんが言われたように、公共心を持って、地域のために、国土のために、人の命のために一生懸命働いている人たちは本当に素晴らしいですよ。悪玉論の後遺症を癒しながら、その誇りをもう一回蘇らせてあげることが大事ですよ。

楓さんの資料にある現場見学旅行はすごくいいなと思います。見学者が少人数であっても、技術者が誇りを持って自分の仕事の話をする機会があると、その人自身、仕事がすごく楽しくなるという相乗効果があると思います。

【若手の想像力を引き出す】

○廣瀬 東日本大震災以降、最近学生たちと話をすると、公共事業をやってみたい、やるべきだということを考えてくれている人が増えている感じがします。

○山名 先日、川の未来を語ろうというワークショップやりました。川でイルカを飼いたいとか、橋の上にホテルを建てたいとか、さまざまなアイデアが出てきました。公共的な川の空間に自分の未来をイメージしてみようという呼びかけです。ひとまず制限を取り払って、何ができるかアイデアを考えてみようといいました。ただそのことだけでも川の創造性の扉を開くことになりました。ポジティブに考えてもいいという場がある。話し合う、おもしろがっても大丈夫なスペースがあるというのは大事だなと思いました。

○楓 そのおもしろがりの例として、石川県の白山の「白繋がり」の事例を紹介させていただきます。白山を水源とする川は14本あります。日本海側にも、太平洋側にも流れ、長良川もそのひとつです。その14の川は石川県、愛知県、福井県、岐阜県といくつもの県にまたがって流れています。そこでおもしろいプロジェクトが立ちあがっています。それぞれの地域で、白山だからお菓子の「モンブラン」を共通スイーツにして、通常どこでもあるような「モンブラン」ではなく、それぞれの地域の特徴を出した「モンブラン」を考案してそれを一緒にPRしようというプロジェクトで、地域の商工会が中心に進めています。

プロジェクトの第二弾は、キリマンジャロというのは「白い山」という意味らしく、それぞれの地域でコーヒーの「キリマンジャロ」を広めて、観光地等でみなさんに飲んでもらい、その一杯のうち5円をキリマンジャロの保全に、5円を白山の保全にしよう、こちらも商工会を中心に活動しています。このプロジェクトにはタンザニアの政府も後援していますので、グローバル感たっぷりでしょう。プロジェクトの中心は全て「川」なんです。この川の流れに沿って、「モンブラン」を食べませんか、「キリマンジャロ」を飲みませんかという活動を広げています。

このプロジェクトのおもしろさは、白山流域にいな



山名清隆氏

ら、キリマンジャロの保全につながるスケール感の大きさにあると思います。東京でもキリマンジャロは幾らでも飲めますが、白山流域で飲むキリマンジャロのストーリー性が一杯のコーヒーを美味しくしていると思います。残念ながらこのプロジェクトに河川事務所はかかわっていません。14の流域の皆さんたちが、同じ思いになりましょうという活動ですので、是非河川事務所も何らかの繋がりができるとういのではないのでしょうか。

○山名 イメージが広がるんですね。頭の中の空間の広がり、すごく人の創造力をつくりますね。

○米田 意外性というか、ハッと思うところが大事ですよ。

○山名 今の原点は、基本ダジャレだと思いますが、白い山・モンブラン、その意味も別で、キリマンジャロも白い山。だから白い山と白山、キリマンジャロ、モンブラン、基本はこの言葉の遊びだと思うんです。その言葉の遊びの自由さを広げることによる地理的な創造力が高まるので、そういうことが何か人がズッと動き出すことの一歩最初のフックだと思うんです。

○楓 そのくらの遊びがないと、行政を飛び越えたり、いろいろな観光地を飛び越えたりしにくいですね。それぞれみんな競争し合っているのですから。何か「おもしろがり」みたいな遊びがあると、競争心がふわっと解けて、じゃあみんなでやろうかとなるのが不思議ですよ。

○山名 新しいアイデアが出ると、次にそれを受けとめてまた違うアイデアが出てくる。レスポンス連鎖がすごいことになる。初めの意図を超越していく。実は自分が伝えたいこととは関係ないところでレスポンスが返ってくる時に、次の誰かのアイデアにつながっていく。

【意外性が受ける】

○廣瀬 そういうキャッチボールの場がある中で、たまにボールが違うところに飛んで行って、また返ってくる。そこにやりとりがあるから、そういうことが発生するんですね。

○山名 そこをおもしろがった人がいたんですね。

○楓 チラシにも、何で駐日タンザニア大使の写真が載っているのかと、それだけでも興味を持ってもらえます。

○廣瀬 何か意外性のあるものが引きつけられる。

○米田 全然話は違いますが、楓さんの資料にある東北の「おいしく食べられるブラックバスを捕まえよう」という広報が、私には一番意外でおもしろいと思いました。

○楓 捕まえて、減らして食べちゃおうということですね。

○米田 ブラックバスという悪いイメージがありますが、堂々と載せると違ったイメージになりますよね。同じことでも捉え方によるイメージの転換というのはおもしろいですね。

○楓 ありがとうございます。これは水辺と親しむイベント用の「特別編集るぶ」ですが、川のことばかり載っていても余り楽しくないから、その周辺の美味しいお店やおもしろいスポットを紹介しています。

○米田 意外性があるほうが惹かれますよね。

○山名 河川は全て現場がありますから、現場で思いもよらないユニークな何かが起こることを考えてみる必要もあると思います。

【最後に】

○廣瀬 事務所職員も、プライベートの週末も活用して、どんなことが地域にあって、それを自分がどう発信するかということに取り組んでいますが、もっと元気になるような仕組みをどうすればいいのか考える必要があると思います。

最後に全体を通じて、改めてこういう観点が大切というのがありましたら、一言お願いできればと思います。

○楓 テクニック論になってしまうかもしれませんが、先ほどおっしゃったように川のことだけを勉強するとか、ひたすら川を見に行く方は少ないはずですよ。今の時代、出かける前には、様々な手段で観光情報を取るでしょうから、そこにうまく川の情報を載せる工夫をされたら良いと思います。例えばSNSで矢作川の周辺が話題になっているならば、矢作川の工事情報をうまくオンしていくような手法です。もっと積極的にSNSを活用することによって、多くの方に関心を持ってもらえるのではないかと思います。

○山名 例えば「公共事業」という言葉を「交響事業」と言い換えるとずいぶんイメージが変わります。ダジャ



楓 千里氏

レですけど、解釈が広がって柔らかくなる。未来に向かう社会の大きなリズムとかメロディーをつくっていく仕事。そこにどんな楽器があるべきなのかと考える。それを聞いてハッピーになる人がどのくらい出てくるだろうと想像する仕事。すごく魅力的に感じます。

○米田 まじめな話になって恐縮ですけど、今は地球規模で気候が変動して、ゲリラ豪雨もあり、河川行政は難しい局面を迎えていると思います。地震もあるし、各地域にきちんとした行政の方と地域建設業の方がいて、その地域を守らないと災害多発の日本は維持できないと私は思っています。

東日本大震災が発生して初動対応した建設会社の6割が4時間以内に動き出しています。自分たちが被災していても、地域を守るために出かけていくわけです。災害多発な時期に入っている中で、ますます行政とか地域建設業の方は大事になっていると思います。

山名さんの話にもつながりますが、土木の誇りを取り戻しつつあると思うし、逆に誇りを取り戻さないと国土を守れない状況にあると思います。心に炎を燃やして仕事をする土木技術者を、楓さんのいろいろなツアーで取り上げていただき、地域の方と一緒にいる活動を広げていくことを、ぜひ考えていただきたいと思います。



廣瀬昌由氏

一方的に、河川はこうだからとか、どうしたらわかってもらえるの考えるのではなく、その地域でやっている活動にもっと目を向けて、それをもっと表に出してあげることで、河川行政とのキャッチボールが始まると思います。

○廣瀬 我々も本日の御指摘を受け、楽しんでキャッチボールができるような組織に戻っていきたいと思いますので、今後とも御指導をお願いしたいと思います。本日はありがとうございました。

【自己紹介】

○米田 もともと建設業の研究者ですが、公共事業費が減少してきた中で、地方の建設業が農業や林業など異分野と連携し、複数の本業を持って地域を支えながら公共事業も支える活動を展開してきました。著書に「日本には建設業が必要です」、「複業のすすめ」、「大震災からの復旧—知られざる地域建設業の戦い」などがあります。

○山名 ソーシャルデザインプロデュースの仕事をしています。話題を作りニュースを生んで人々の中に関心をつないでいくことをやってきました。今は異なる立場の人が対話しやすい場をつくるのが専門領域になっています。多くの人が創造的に河川の未来のこと話し合える場を作るプロジェクトを進めています。

○楓 『るるぶ』、『時刻表』の発行など旅行図書の発行や、WEBでの旅行情報発信の仕事をしています。関東地方整備局から、一般の皆さんに工事の意義や工事完成後の機能等を伝える機会はないかと相談を受け、旅行業メンバーと一緒に工事現場見学ツアーの勉強をし2013年度には東京港トンネル工事現場など3回の現場見学ツアーを実施しました。旅行業と連携しておもしろい情報発信にチャレンジしたいと考えています。