

土木部門と管理部門の共創による土木啓発活動

小野組 正会員 ○中川 千恵

1. はじめに

慢性的な人手不足や長時間労働など、様々な課題が建設業には存在する。日本が抱える深刻な 2025 年問題は地域建設業に大きなダメージを与えることは明らかである。今回提案する管理部門の現場進出は、建設業界のイメージアップを図るだけでなく、現場の労働環境改善や人材育成に繋がる取り組みであるといえる。

2. 担い手確保と育成の課題

企業における人材採用は管理部門が担当している。担い手確保のためには、大きく 2 つの採用活動がある。ひとつは会社の魅力や建設業のやりがいを発信する広報である。もうひとつが学生に向けた会社説明である。

そこで、管理部門が現場へ進出する目的は企業広報のための取材と学生のための現場見学会の開催ということになる。もちろん PR は企業の特徴を伝えることにある。しかし、現場にある労働環境の課題を置き去りにすることは、若手職員に入社前の情報と現場にある現実と戸惑いを生む。一方、現場で働く先輩職員においては工期や安全、予算管理をしながら人材育成に取り組むという厳しい実情がある。このような課題を目の前に管理部門が現場で果たす役割が上記 2 つで良いのか疑問を持っている。

3. 共創事業の実現

以前から積極的に地域の学校の授業の一環である職場体験を受け入れている。一例を挙げると中学 1 年生へ向けた防災教育授業である。学校からの要望は災害大国である日本の子どもたちへ防災の大切さを伝えることと地域で働く身近な大人との繋がりをつくることであった。

新潟県下越地方は 2022 年 8 月、50 年ぶりの大雨で甚大な被害を受けた。その経験や記憶が新しいうちに災害の大きさや実際の復旧工事の様子、防災の大切さを地域で建設業を営む小野組から伝えてほしいというわけである。

そこで、土木部門と管理部門による共創事業として、授業内容の構築を行った。まずはカリキュラムの検討からはじまった。打ち合わせの中で管理部門所属の筆者は地域の地理をはじめて知り、自然と向き合い、語り継がれてきた土木と会社のかかわりの歴史を学んだ。

表-1 建設業就業者数の推移¹⁾

年	建設業就業者数 万人	建設技能者数 万人
1997	685	464
2002	618	431
2003	604	417
2004	584	399
2005	568	394
2006	560	387
2007	554	383
2008	541	371
2009	522	353
2010	504	341
2011	502	336
2012	503	337
2013	500	341
2014	507	345
2015	503	336
2016	495	332
2017	499	334
2018	505	331
2019	500	327
2020	494	322
2021	485	314

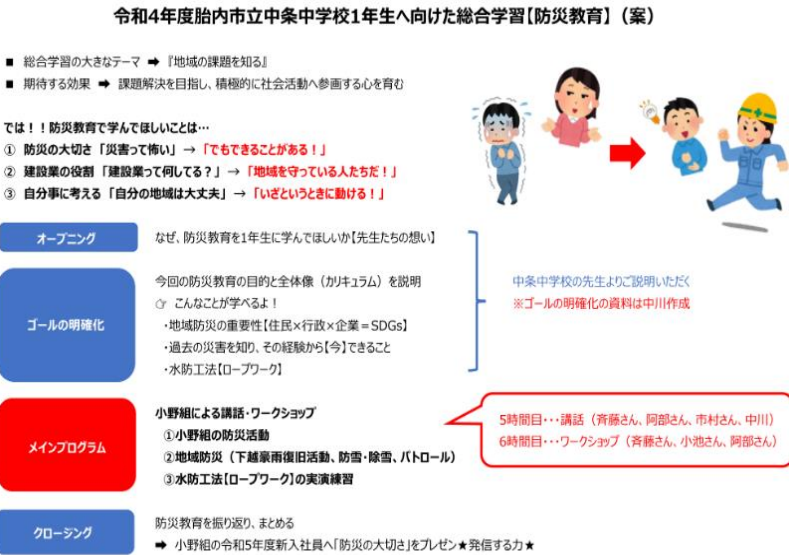


図-1 防災教育企画案

キーワード 管理部門、現場進出、共創事業、土木啓発活動
連絡先 〒959-2646 新潟県胎内市西栄町 2 番 23 号
(株)小野組 TEL 0254-43-2123

これらから、防災教育における自助・共助・公助の前に伝えなければいけないことが見えてきた。河川や道路の日々のパトロール、砂防ダムや堤防の役割など、建設業が支えるあたり前の日常を子どもたちに伝えることを優先した。これ以外にも、土木部門が若手職員に実施したという水防工法からロープワーク実践も取り入れることにした。(図-1)

4. お互いを知ることは新たな可能性を生む

防災教育授業は2コマ、時間でいうと90分。半分はロープワーク実践のため、建設業の仕事について説明できた時間は30分程度だった。しかし、その後の中学生からの振り返りシートでは、防災の大切さと共に建設業の仕事内容を初めて知ったとの意見が多くあった。現場の声を取り入れたカリキュラムだからこそのような反応が現れたものと考ええる。

一方、残念ながら義務教育課程においては建設業や地域の地理を学ぶ機会がないことも発見できた。機会がないならば今後、地域の小中・高校の総合学習に進出し、このようなプログラムを提案できる可能性が広がると考える。

また、土木部門と管理部門による共創事業は、新入社員研修におけるカリキュラムのヒントとなる。働き方改革に向け強化していたOff-JTだけでなく、先輩社員によるOJTの推進も必要であると考ええる。現場が求める技術や知識の伝承を管理部門がサポートしながら人材育成カリキュラムを構築する仕組みづくりである。

さらに、土木部門と管理部門による共創事業は、各部門で働く者たちにも新たな気付きを与えてくれる。例えば、現場の工程管理や情報共有方法を管理部門も理解することでタイムマネジメントによる業務の効率化・生産性向上を図ることができる。図-2は、社内における啓発活動を通じた好循環を示している。

5. 考察

建設業の魅力やのやりがい等を外部へ発信する場合には、現場と管理部門の考え方に相違があると感じている。現場が推進している工期設定の適正化やDXへの対応の課題について、管理部門の労務、経理、人事のスキルで支援できると考えている。例えば、オフィス業務を得意とする管理部門が現場の書類整理を請け負うというようなことである。そこで現場を効率よく回し、節約できた時間を学生の現場見学や若手職員の育成、そして新しい技術開発に役立ててほしいと考えている。

6. まとめ

共創事業により中学生120名のうち1人が小野組で働きたいというコメントをくれた。災害発生における復旧作業は危険を伴い、パトロールは昼夜を問わない、土日働くことになるかも知っても日々の暮らしを支える仕事の魅力が子どもたちの心に届いた。そして、管理部門が積極的に現場進出することは担い手確保と人材育成、労働環境改善という好循環を生む。また、それが企業文化醸成に繋がると考える。このような活動を生産性向上や利益率のように数値化することはできない。しかし、間違いなく言えることは、自分の活動が役に立っていることを肌で感じたことだ。地域の未来を建設業が担っている実感を持てたことはモチベーションが上がり仕事を誇りに思えた。

今後も地域建設業管理部門の一員として、現場と共創を図り、建設業の本当の姿を知っていただく提案をしていきたいと考える。

参考文献

- 1) <https://www.nikkenren.com/publication/handbook/index.html> 建設業デジタルハンドブック 2022年11月30日閲覧

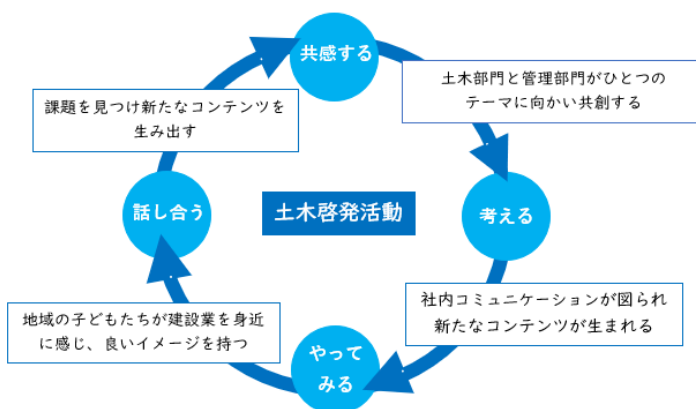


図-2 土木啓発活動の好循環図