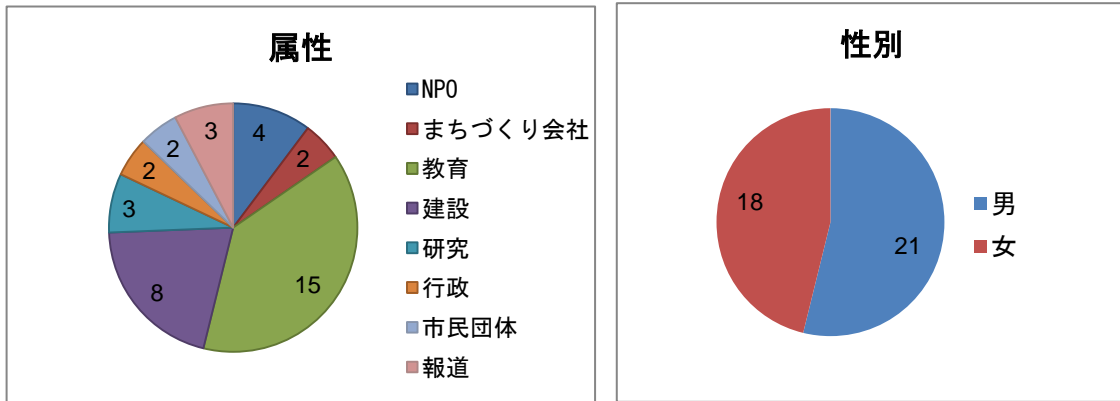


市民普請大賞ワークショップ まとめ

日時：平成25年6月18日（火）14:00～17:00

場所：土木学会講堂

○参加者 39名



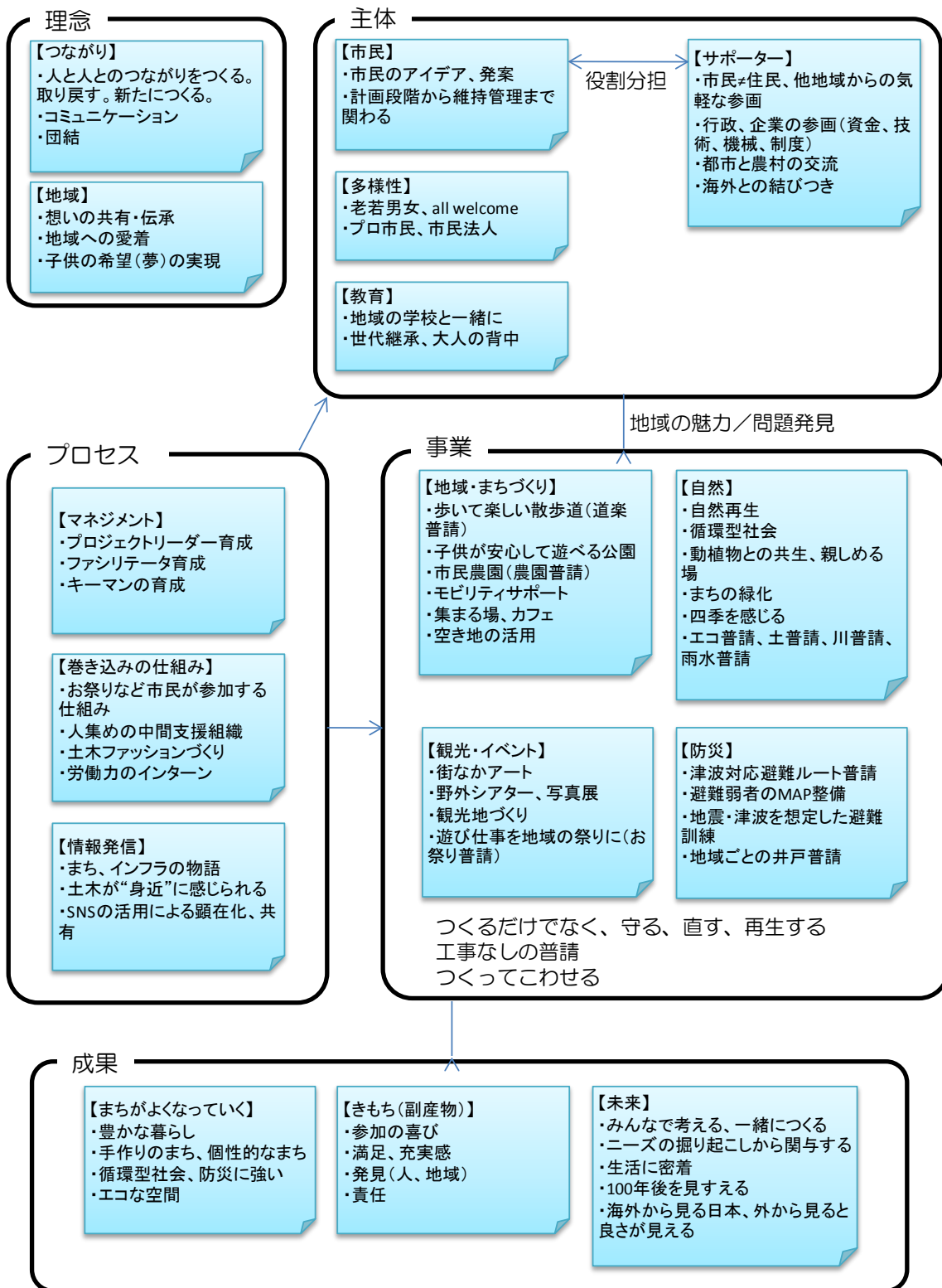
○ワークショップの進め方

- 14:00 開会
- 14:00 開会のあいさつ
- 14:05 市民普請大賞の概要説明
- 14:10 ワークショップオリエンテーション
- 14:25 ワークショップ開始（6班に分かれ議論）
 - ワーク1：21世紀の市民普請とは？
 - ワーク2：土木学会にできること
- 15:50 発表タイム
- 16:20 ディスカッション
- 16:50 コメント及びまとめ
- 16:55 閉会のあいさつ
- 17:00 閉会

○ワークショップ結果（各班の発表をまとめたもの）

ワーク1

21世紀の市民普請とは？



ワーク 2

土木学会にできること

【イメージチェンジ】

- ・土木学会が何をやっているか分からない
- ・今は市民からかけ離れたイメージ

【素養】

- ・ふつうの言葉で土木を語る
- ・ふるさと見分け、魅力発見

サポート

【人】

- ・学会員の派遣(土木学会市民応援団の結成、学会員自ら市民普請)
- ・ファシリテータ育成(トレーニングプログラム)

【もの】

- ・重機とオペレーター貸し出し
- ・機材レンタルセンター

【資金】

- ・市民普請ファンド
- ・資金調達サポート
- ・企業のCSR

【相談窓口】

- ・市民普請駆け込み寺
- ・サポートセンター(知識と技術)
- ・対立解決サポート

【技術】

- ・技術的助言
- ・市民普請技術の開発と普及支援
- ・市民普請の学術的意味づけ

【教育】

- ・出前講座、市民普請講習会
- ・市民普請経営学
- ・学校教育への参画

【制度の創設】

- ・4月24日を市民普請の日に
- ・市民普請法の制定
- ・市民普請基金
- ・市民普請部会の設置

【仕組み】

- ・ニーズの実現性、有益性の検証
- ・気づかれないところで行われている活動を発見する仕組みづくり

【プロデュース】

- ・夢をカタチにする、アイデアの具現化
- ・土木的作業内容の提示、計画補助

つなぐ

【行政】

- ・地域と行政(企業)との架け橋
- ・まちのニーズをサポート
- ・行政のサポート体制の整備

- ・教育現場と地域、その他機関との架け橋

【地縁】

- ・土木学会員と地元とのマッチング
- ・土木学会員の顔を見せる。普請メンバーの一員となって

- ・交流、情報共有の場をつくる

情報共有

- ・学会内部での市民普請の認知度向上
- ・「市民普請の」コンセプトの深化

【本作り】

- ・アイデア集、事例集
- ・市民普請学会誌発行
- ・ワークショップファシリテーション、合意形成の理論化

【アーカイブ作り】

- ・他地域での参考事例の提示
- ・課題解決の方法論の共有
- ・成果物のみでなく、その手法や問題、工夫の共有
- ・選考対象の体系化と情報共有

市民普請大賞の審査過程

【応募方法】

- ・広く応募を募る
- ・わかりやすい公募方法
- ・各階層からの募集(小・中・高・大学の部、社会人の部、リタイアの部)

審査方法

- ・審査はやめて選考はどうか？
- ・審査しない。育てる、サポートする

【審査員】

- ・国交大臣に審査してもらう
- ・審査員は市民普請に参加
- ・実地見学(最終審査)

【投票】

- ・市民が採点、投票
- ・参加していない市民が選ぶ
- ・Webで市民投票
- ・「いいね！」を利用した評価
- ・市民普請総選挙

【WS】

- ・公開審査の実施
- ・ワークショップ形式でアイデアを集める
- ・PIの開催

【評価の視点】

- ・何をもち「よい」とするのか
- ・市民の参画度合い
- ・地域への浸透度
- ・公共のサポートとセットで
- ・年齢別の市民意見の尊重
- ・継続性

【発表】

- ・最年少と最年長の人が発表
- ・失敗談、大変だったこと、それをどう解決したかをアピール

【表彰】

- ・学会長が現場で表彰

賞・賞品

市民がもらってうれしい賞でないといけない

- ・魅力的な賞の名前(サブタイトル)を考える
- ・賞の理由がよく分かるような形

- ・いいところを専門家の目でほめる、知らせる
- ・褒めることで市民が元気になる

【賞・部門の提案】

- ・地域毎の表彰
- ・企画賞
- ・失敗大賞
- ・ロングラン大賞
- ・会社冠賞
- ・復興支援大賞
- ・子供が選ぶ大賞
- ・エネルギー、道づくり、公園づくり、計画ルールづくり、商店街活性化

【賞品】

- ・副賞は学会の協力、大賞を取った地元でやってもらいたいことを実施
- ・受賞作のクリアファイル
- ・最寄り駅に受賞作を表示
- ・活動の宣伝
- ・重機を出す

広報

- ・大賞を広報する
- ・市民普請の言葉、PR同時並行で

【若者にアピール】

- ・携帯、スマホ等をうまく活用した広報
- ・学生への呼びかけ→人材の開発

【メディア】

- ・テレビでの宣伝(「プロフェッショナル」等の出演)
- ・追っかけ取材(プロセス)
- ・本の流通

親しみやすさ
演出をする

- ・「市民普請」展を開催し、成果を広く発信

成果・発展

- ・市民-業界コラボPJへの発展
- ・企業の協力(イメージup)
- ・“やる気”を引き出す

- ・市民普請を永続的にしていく方法
- ・普請大賞の継続

(参考)

○各班の発表

ワーク1

1班

意見が多かったのは『教育現場とうまくつながる』、プロセスを進めていく上でのノウハウを共有する主体：老若男女・いろいろな方に参加してもらう。教育、多様性

↓

プロセス：想いの共有（いろいろな方の参加による）、参加の喜びなどインセンティブが与えられるように（教育ともつながる）、プロと市民の連携・またそれを広報していく

↓

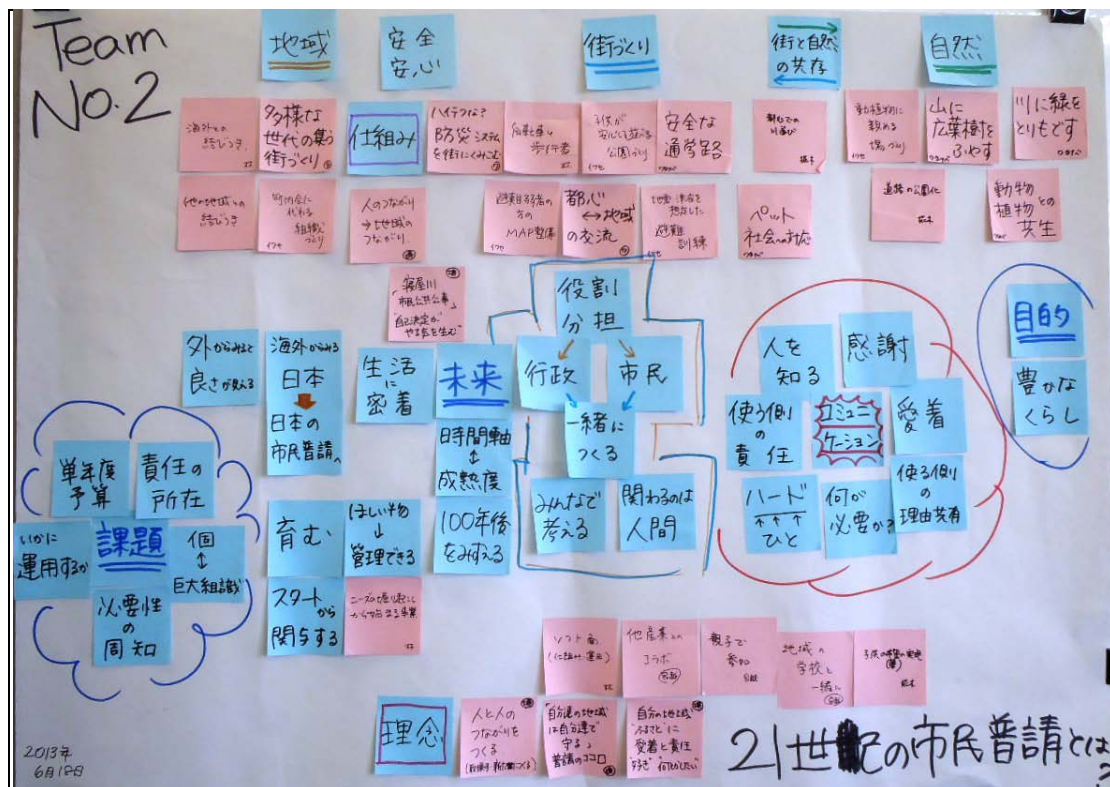
事業：地域への愛着、高齢化社会への対応、ソフトな普請・工事なしの普請、市民の発案、市民意識の強靱化



2班

土木の究極の目的は『ひとりひとりの豊かな暮らしを実現すること』

- ・ (市民普請のイメージは) 自然との共生、街づくり、地域など。
- ・ 仕組み作りが大事なのではないか。今までは行政がハコモノを作って市民が使う。市民が事業の役割・目的を共有できないために受け入れられなかった→事業目的の共有 (市民と行政)。今まで作ると使うが別々だったが一緒に作る。土木事業がすべて市民普請となるといいのではないか
- ・ 時間軸を考えることがとても大切。100年後をみすえたものづくり。
- ・ 市民が意思決定に参加できるようになればものへの愛着や、運用への参加ができるのではないか。



3班

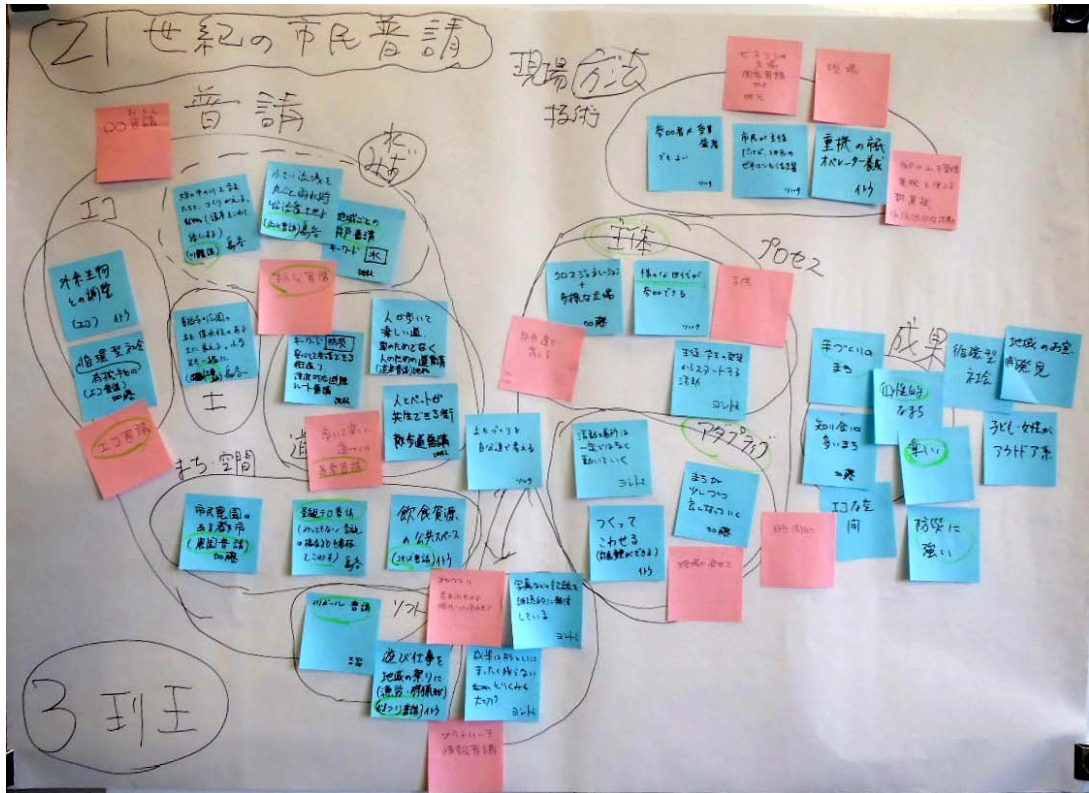
〇〇普請：エコ、防災（雨水を貯留、井戸を作る）、道楽（みんなが歩いて楽しい道）、まち・空間（景観テロ普請など）、ソフト（祭り、遊び、川ガール）、アウトリーチ・情報

方法：地元のゼネコンの活躍、重機を使える、消防団的な活動

主体：自分たちで考える、様々な世代が参加する

プロセス：アダプティブ（現場に合わせて）

成果：手作りのまち、個性的なまち、循環型社会、地域のお宝(再) 発見、楽しい、防災に強い



5班

役割分担：市民、行政、企業など多様な主体の合意と参加、100%市民だけとかではない

市民普請とは：「市民普請」という言葉の肉付けを考えよう→市民が自分たちの生活の中で守る・改善する、市民が汗をかく必要、地域に根ざしている、元々あったよいものに気づく（価値の再発見）、等が重要

市民参加の仕組み：まちの市民だけでなく、共感する人がまちの人でなくてもよいのではないか（外からの参加）→土木の情報発信（外への波及）



6班

・「公共でもできるが予算がないから代わりに市民がやる」ではなく→公共の代わりにではなく、自発的に、その市民でしかできないことを実施する

↓そのために手は2つ

- ① 地域固有の価値を見いだす。楽しい空間や仕組み（普通に公園を作るだけでなく、地域で使われていない場所に新たな価値をどんどん作り出す）→作った場所で地域のアイデンティティ、地域への愛着、地域の魅力発見、地域の問題発見につなげていく。具体的にはイベント、運営管理。→地域の問題解決
- ② 人を巻き込むための仕組み:市民普請を運営する主体が今後現れるのではないかと。人集めの中間支援。また、道具・資材の共有、土木のファッション作り等も人をどんどん巻き込んでいく仕組み。

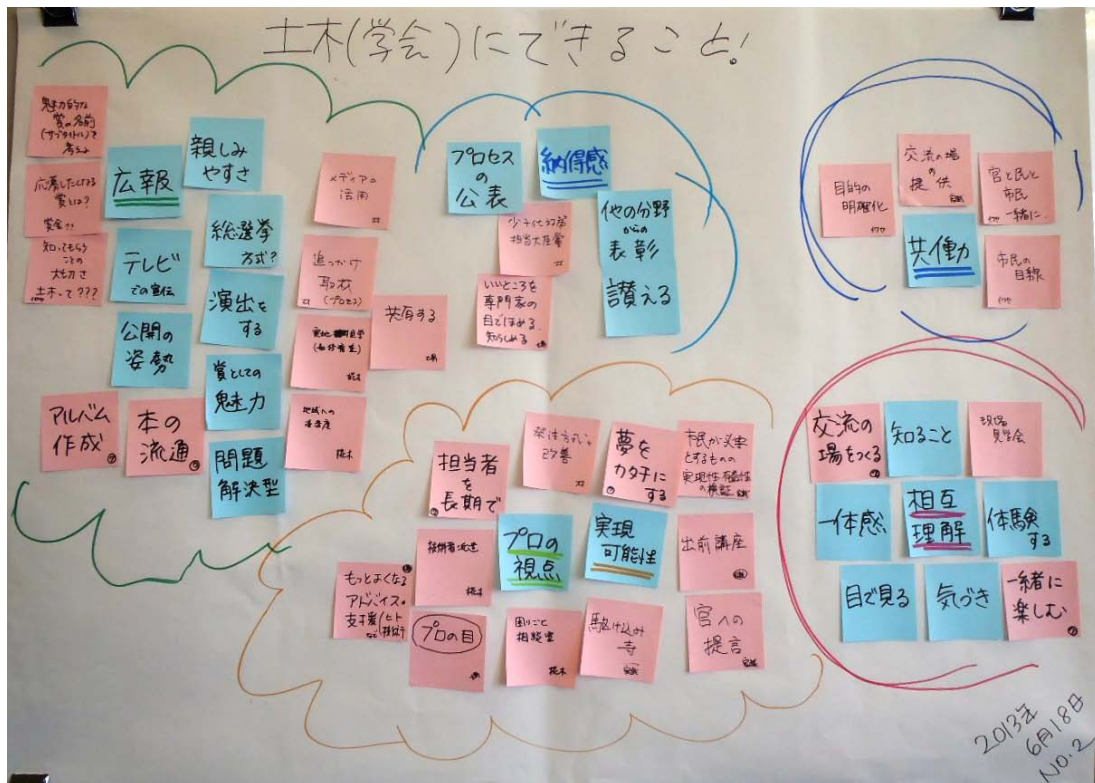


2班

賞：一般市民の方が納得できるような賞を考えること。そのためには審査のプロセスを公表。

土木学会にできること：プロの視点。たとえば、出前事業など、土木のことを知ってもらうような仕組み作り。

賞にも共通するが、テレビの活用や(AKB総選挙のような)リアルタイムの投票制度などもおもしろい。土木のことを知ってもらうこと、相互理解が重要。現場見学会や、事業の目的・問題点等をフィードバックして市民に見てもらう。



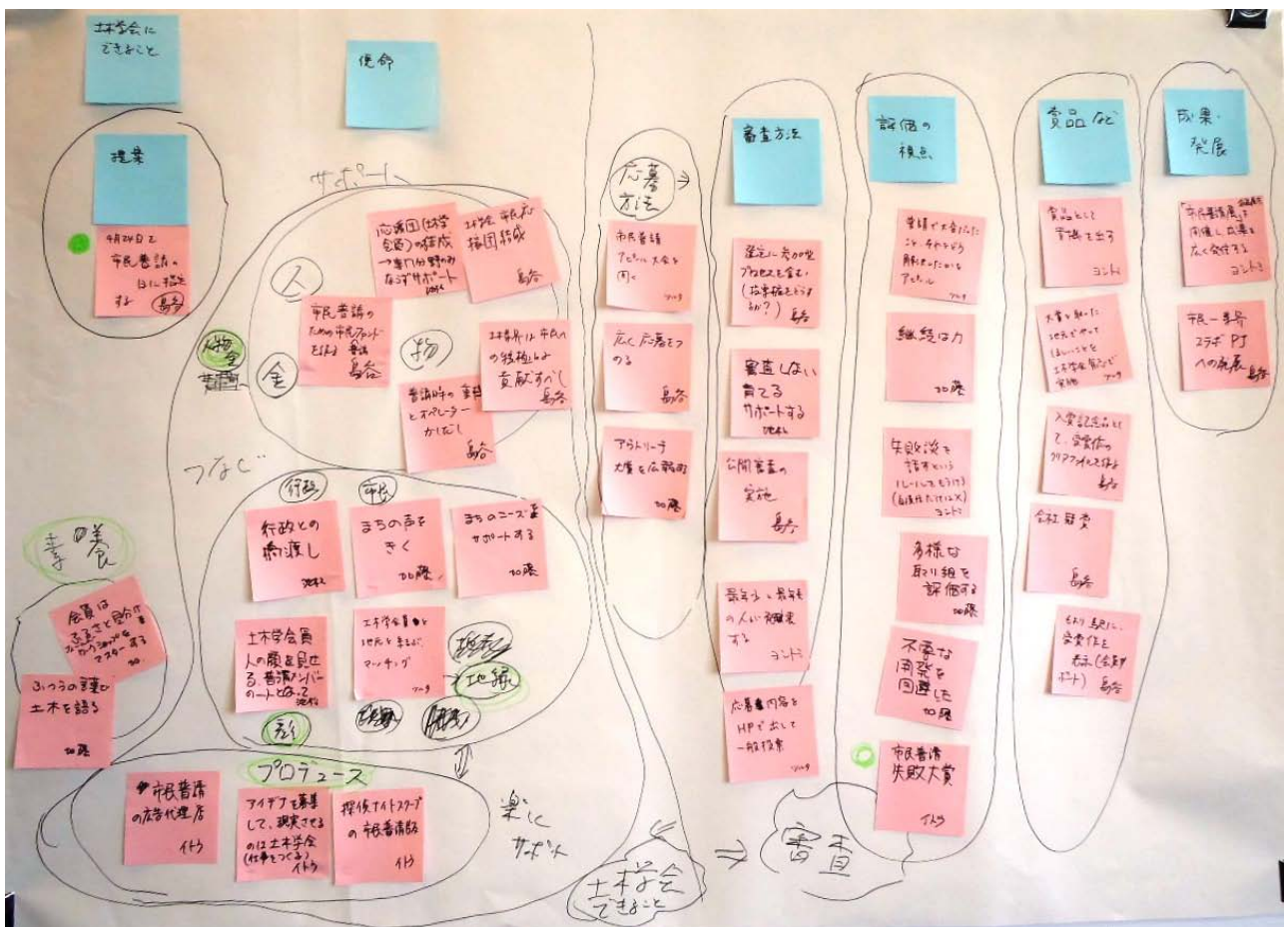
3班

土木学会にできること：

- ・ 4月24日を市民普請の日に
- ・ 人（土木学会員）・物（重機のオペレーター貸し出し、等）・金（企業賞など CSR 的にサポートできる仕組みを作る、等）をうまく合わせて、これらを色々な方法でつなぐ、最終的に実行するためのプロデュースをする、これらすべてのサポートを行う
- ・ そのための基として、素養を磨く
- ・ 土木学会の組織を前に出すのではなく学会員の顔を見せる、地縁をつなぎながら進めていく

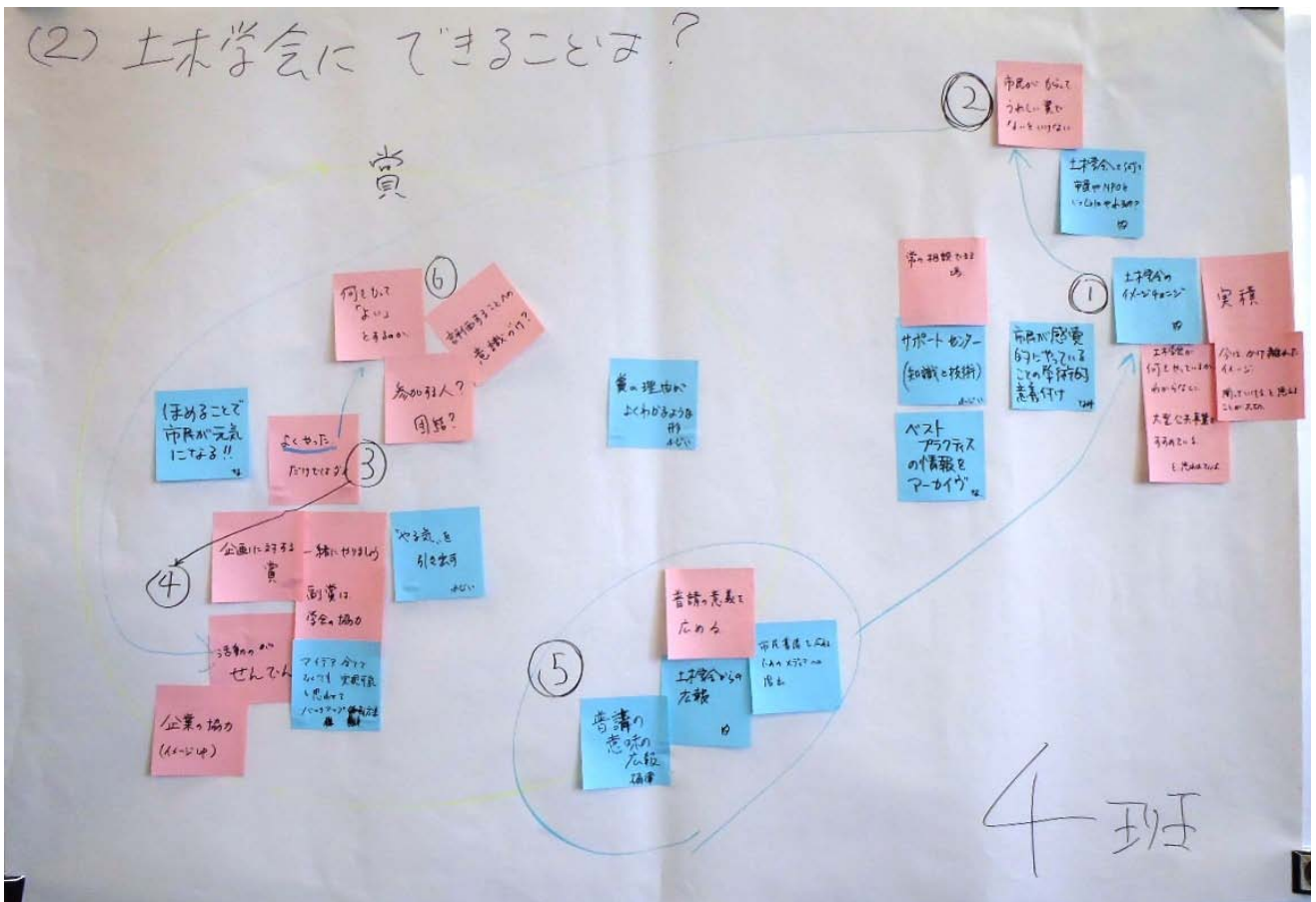
審査：

- ・ HP で応募を募る
- ・ 様々な世代と一緒に評価できる（たとえば、応募チームの最年少と最年長の人が発表する）
- ・ 評価の視点として、市民普請失敗大賞などを設け、プロセスを評価する
- ・ 賞品として、重機を出す。会社の賞を出す（企業の協賛）
- ・ 市民と業界のコラボへの発展



4班

- ① 土木学会のイメージチェンジ：土木学会を知らない人が多い。何をやっているか分からない。自分たちとはかけ離れたイメージ。
- ② 賞：市民がもらってうれしい賞
- ③ ほめることで市民が元気になる。よくやった、だけでなく、企画（これから行おうと考えていること）に対する賞、一緒にやっていきましょうという賞もあっていいのではないかと。副賞は土木学会の協力。
- ④ 活動が宣伝されれば賞をもらってうれしい、ということになるのではないかと。
- ⑤ どういうプロセスで、どういった参加の仕方で、どういった方々が関わって、といったことをインターネットでシェアする。ITによる付加価値（たとえば現場に行くときアプリで色々な情報を得られる）を付ける→普請の意義を広める。
- ⑥ 何をもって「よい」とするのか



5班

土木学会としての発信、工夫：人材の開発、普請技術の開発、人・モノ・物資支援（レンタルセンター）、ことばの普及・情報発信

選定のプロセス：市民普請という言葉のPR、市民普請に興味を持ってもらった人に投票してもらう

賞：部門賞を設定する。たとえば、制度部門（行政が作った制度で市民普請が活性化）。エネルギー部門、復興支援部門、ロングラン大賞（普請を継続させるのは体力と工夫が必要）等

今後の普及に向けたあり方：各地域に支部を設けて相談窓口になる。市民普請を永続的にしていく方法

