

CONTENTS

▼メッセージ

- ・土木と市民社会をつなぐ実践活動にむけて3
- 活動資金を集める—
- ：田中努

CNCP通信

VOL.95／2022.3.5

■今月の土木■



●かがわの里海がキャンパスになる（海の生き物観察講座）

▼オピニオン

- ・土木のPRとは何か
- ：野村吉春

▼コラム

- ・わかり易い土木22
- 道路の構造：大友正晴

▼フレンズコーナー

- ・かがわの里海がキャンパスになる：吉原健司

▼事務局通信



■かがわ里海大学協議会

みなさんは「里海」という言葉をご存じでしょうか。香川県では、全県域で、県民みんなで、「里海」づくりに取り組んでいます。『かがわ里海大学』は、里海づくりに求められる人材育成を目的とした「学びと交流の場」として開設されました。

（吉原健司）

「かがわ里海大学」Webサイト

<https://www.pref.kagawa.lg.jp/kankyokanri/university/kfvn.html>

▼フレンズコーナーに続く。



●今月のフレンズは、

土木学会インフラパートナー団体の仲間です。



インフラパートナー
JSCE 土木学会

▼CNCP からのメッセージ

土木と市民社会をつなぐ実践活動にむけて
—活動資金を集める—シビルNPO 連携プラットフォーム 常務理事/事務局長
土木学会/シビルNPO 推進小委員会 委員長
メトロ設計㈱ 取締役

田中 努



1月号・2月号に続き、「土木と市民社会をつなぐ実践活動にむけて」の第3段です。今回は、2月8日の第8回 CNCP サロンで、深尾昌峰先生（龍谷大学学長補佐・政策学部教授／(株)PLUS SOCIAL 代表取締役）に講演していただいた「地域が地域であり続けるために」から、活動資金の調達のお話を紹介します。

「活動資金を集める」ということは、国・自治体・企業の仕事を請負や委託でして来たほとんどの土木屋たちには経験が無いことです。しかし、私たちが、やるべきと考えた事業・やりたい事業をやるために、そしてそれを継続させるために、「活動資金の調達」は不可欠です。2月号でお話しした「自治体の市民協働事業」ですら、小さな市町には、資金調達も併せて提案してくれないと実施できないという状況がありました。

しかし、2020年の日本全体の個人寄付総額は1兆2,126億円。10年間でおよそ2.5倍の市場規模に成長。そして、法人の寄付総額はこの4倍とのこと。この事実をどう捉えましょうか。

■市民にしかできない領域がある

深尾先生は、はじめに、ハーバスの「討議倫理」という「政治の世界の討議だけでなく、市民社会の討議に裏付けられない限り、デモクラシーの安定と発展はないという考え方」を話されました。ある社会的課題が、社会的に認知されるまでは、政治の世界は動かないので、市民社会が支え、右表の段階を1つずつ高めていかなければならないということです。

段階	行動・状態	社会的認知
5	自治体の政策課題に	認知された
4	社会全体の課題に	
3	社会に広げる	認知 されていない
2	仲間で取り組む	
1	気づき／ほっとけない	

2月号でお話しした自治体へのディープインタビューで、ある市民協働事業課の担当が、「市は、市民のためにいろいろ考え事業を行っているが、法制度で決められた範囲でしか実施できない。事業の漏れや不足を協働事業として提案していただければ、私たちは0～100%の助成を行い、一緒に改善していく。」と話されたことを思い出しました。上表の3の段階から4に高める活動の1つと言えるでしょう。

つまり、社会的課題には、すぐに行政が動けない課題（上表の1～3の段階にある課題）があり、それには、市民社会が、自分たちの資金で活動して支えなければならないということです。

■寄付は「集まらない」のではなく「集めていない」のでは？

深尾先生たちは、300人以上の方々から寄付を集め、京都地域創造基金（資料1）という「コミュニティ財団」を作りました。「コミュニティ財団」は、地域のためになされた寄付を地域の課題解決に活用するための組織で、下記のような機能を持ち、寄付を集めています。

●事業指定寄付

寄付を求める複数のプロジェクトから、自分の関心のあるプロジェクトを選んで寄付し、応援する。

●冠基金・じぶん基金

寄付者が自分や家族の名前など任意の名前を付けた基金をつくり、希望に沿った課題解決への助成配分を行う。遺言に基づいた寄付（遺贈寄付）や、寄付者の地域に対する恩返しなどもある。

●社会変革を促す企画基金

財団が、地域に必要なテーマ（解決が必要な課題や支援が必要な取り組み）を支援するための基金を立ち上げて、寄付を集める。先駆的な取り組みの認知をひろげることや、取り組みをひろげることにも効果を発揮できる。

●寄付への参加を促すキャンペーン

地域の課題解決へ寄付をすることを、ハードルを下げて、より多くの方に取り組んでいただくために、寄付のキャンペーンを行ったり、様々な寄付の方法を地元企業等と協働で開発する。

●社会課題の可視化や共有

社会課題を数字で可視化した WEB サイトや気づいた課題を投稿できる WEB サイトの運営、共有と解決方法を検討し役割分担する機会としての会議の開催などを実施する。

私たちは、今、CNCPを「コミュニティ財団」にするつもりはありませんが、上記の機能は、自分たちの活動に必要な資金を、寄付で集めるヒントになります。

深尾先生は、支援する／されるの関係性を打破して、寄付者が自分も事業に関わるという当事者意識を持てること、また、応援しようとする事業の社会的な必要性や寄付する価値がある事業だと思える具体的な説明・可視化が必要だとおっしゃいます。

また、財団では、NPOの社会的認証の仕組みを活用して、社会的信頼のあるNPOを可視化し、財団が支援するNPOを評価しています。これは、市民が寄付するNPOであり、市民社会が応援するNPOとなります。私たちも、社会から応援していただくに足る団体であることを開示すべきようです。

■寄付集めの事例とポイント

京都地域創造基金の活動は、資料1)で見ることができます。過去の事例を資料2)から右に紹介しますが、「カンパイチャリティーキャンペーン」は面白いと思います。飲食店が20円の寄付を乗せた「カンパイセット」を販売し、お客が自分も支援活動に参加することを自覚しながら利用し、お店がまとめて事業を指定して財団に寄付し、財団が指定された事業を行う信頼ある京都のNPOに寄付金を届けるというものです。

重要なポイントは、①地域の課題を明らかにすること、②多様な主体での課題解決の仕組みを考えること、③当事者を増やすこと、そして④課題解決のお金の流れをつくること・・・のようです。



社会的責任投資を喚起し、資金をつくる! PLUS SOCIAL

地域貢献型ソーラー発電所の設置

自治体・中小企業・市民の協働で発電所を設置し
利潤を全額地元の公益財団法人等に寄付をします

自治体	中小企業	モデル
継続的投資（21年度）頃より で、資料や担当役員が現場 も来ず、多少の手配やNPO 協働を促す資金が地域社会に 入ります。	資金を社会的責任投資 （SR）としてお預かりし、発電所設 置を目的とし、年1%~2%の利 で運用します。 社会貢献と資金運用を両立に貢献 できます。	2000kW/hの発電所の場合 投資金額 約7億円 年間収益 約1億円 利 潤 約300万円

実績：
和歌山県印南町に1800kWのソーラーパークを設置（2013年9月稼働予定）

“花があたえてくれるコト”

京都・パリ、3人のフラワーコーディネーターによるチャリティーイベント
会場：福山 福文1号ビル 3F 福文ホール（〒600-0001 京都市南区福山）
日時：2011.8.20（土）11時～14時30分（12時開場） 会場：京都国際交流協会

フロリストショップ「フーゼフルール」
x
京都地域創造基金

「職人の力で被災地のために何かできないか」
「職業の魅力で産業を活性化すること」

ご来場者数：226名
寄付額：1,373,455円
「つなプロ基金」へ

公益財団法人 京都地域創造基金
Kyoto Area Creation Foundation

資料1) 京都地域創造基金：<https://www.plus-social.jp/>

資料2) 市民コミュニティ財団が支える共助の社会～官民の役割分担とそれを支える仕組み～
https://www.npo-homepage.go.jp/uploads/report33_3_02.pdf

▼オピニオン

土木のPR とは何か

NPO法人 州都広島を実現する会 事務局長
シビルNPO 連携プラットフォーム 理事
野村 吉春



● はじめに

今回は、「土木のPR とは何か」という問題提起をしたいと思います。

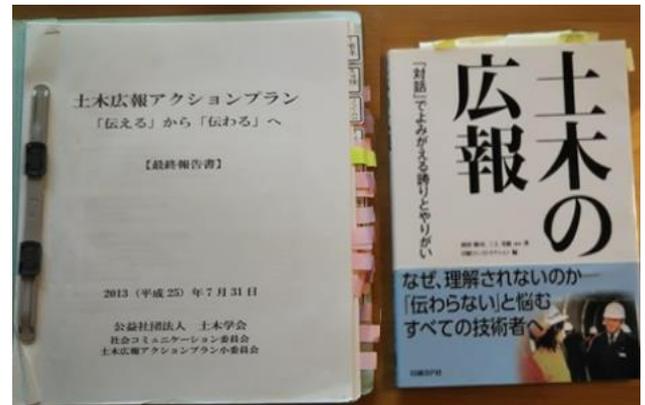
一般にPR とは何か。通常は「宣伝」とか「広告」といった意味に理解されているかもしれませんが。他方で、「広報」という意味合いもあるようです。CNCP では「土木と市民社会をつなぐ」を旗印に掲げており、建設界が市民社会とどのような関係性を築いたらよいのかを、「土木のPR」という観点から少し掘り下げて考察したいと思います。

● 土木の広報について

土木学会では、2013年に「土木の広報アクションプラン」という大著を、大石和久委員長以下21名の委員と、18人の幹事団でまとめられています。(写真の左側)

他方で、一般書籍としてはその翌年2014年に日経BP社から「土木の広報」が出版され、日経コンストラクションの西村隆司編集長と三上美絵さん(土木学会誌の対談などの司会者としても多数出演されています)が、工事現場を丁寧に取材されたうえで編纂された大著があります。(写真の右側)

私はこの2つの書籍を、数回以上読ませていただき、ここには「土木の広報」の全てが網羅されていると言ってもよい大変優れた内容だと思います。



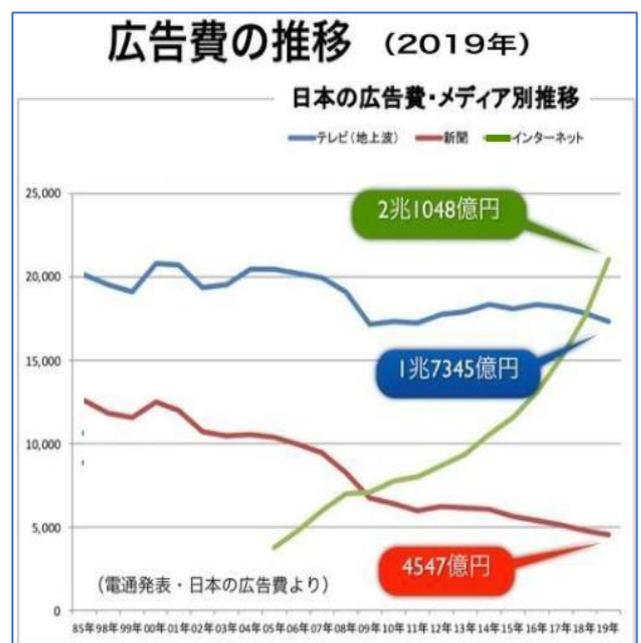
● 「宣伝」「広告」とは何か

私たちの周囲には、TV、新聞、ネットなど、様々なメディアを通じて、様々な商品や業界(協会や組合など)の「宣伝」や「広告」(略してCM=commercial messageと呼ぶ)が巷に溢れています。

今では、ネットでニュースやコラムを読もうとするなら、2~3回ものCMを飛ばしながら、たいへん「鬱陶しい」と感じつつも、「売らんかな」を通じて、頭脳の一部に何某かの、記憶が残ります。今やCM市場のトップはWeb、2位がTV、3位が新聞・・・という順位だそうです。

● 攻めの「宣伝」「広告」を提案する

こうした時代において、建設界ではどの程度のCMが提供されているのでしょうか？



建設業界のCMは、総売上額の0.31%という低さで、他の産業界に比べて著しく少ない。

土木のCM費用が小さいということは、「宣伝」や「広告」を介して市民社会に知られる機会が非常に少ない。つまり、それだけ社会的に認知される機会を失っています。

「建設界にはCMなど必要ない！」が、一般的な理解なのでしょう。

例えば一社単独ではなく、「〇〇研究会」とか「△△協議会」といった団体名（協賛企業を併記）でもって、「攻めの宣伝や広告に打って出る」。そんな挑戦が必要でしょう。

私は、市民社会に「土木のイメージを変えていただくため、「目を見張るインパクト」を見せる。そんなCMを提案したいと思います。

● 改めて「広報」とは何か

初めに戻って恐縮ですが、そもそも「広報」とは如何なるものなのでしょうか。

「広報」(public information)とは「企業や行政、各種団体の活動や商品などについて、公衆の理解や協力を得るために、多様な手段を用いて、情報発信を行う行為である」とされています。今や、多くの企業に広報部とか広報担当が置かれ、対象とする顧客は①ユーザー、②投資家、③地域社会、④自社の社員等を対象に広く知らしめる役割を担っています。

また、その広報活動には、パブリシティ (publicity) という「世間に対して広く知ってもらおう」行動がとられ、マスコミ関係に取り上げてもらうための、プレスリリース (Press Release) という形態もあります。

● 「土木の広報」を再考する

さて、建設界における広報は、前掲の2冊に詳しいので、ここではその一端を述べるにとどめますが、官公庁と民間企業では広報のスタンスが異なります。

官公庁では、施主として報道機関などへのプレスリリース (Press Release) として、事業の説明や資料が提供されます。他方で、ゼネコンやコンサルタントなど民間企業は「請負」や「業務委託」という形において、そのような「広報」を行う立場にはありません。

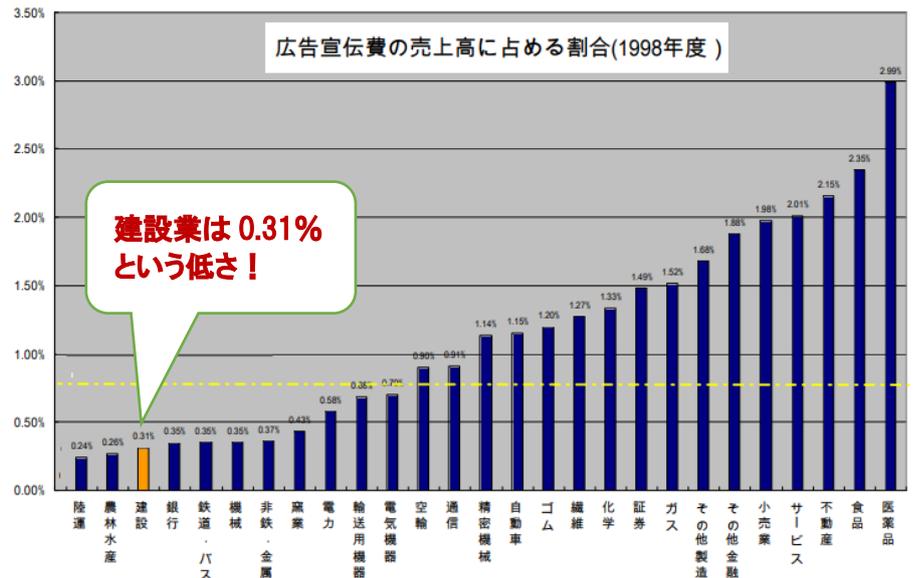
建設界の広報には、パブリックコメントなどが設置されていますが、市民とのコミュニケーションが不十分なケースもあり、「土木の広報」は、施主側からの片方向の説明になりがちではないかと思われます。

「土木の広報」がもしも一方方向であるなら、これは改めないといけません。

● 民営化／コンセッションという流れ

しかし、官公庁の慣習を変えることは難しい。これには大変な手間がかかります。

他方で、今やあらゆるインフラの再整理や統合が求められる中で、「民営化／コンセッション」という流れは、今後どんどん進むであろう。その場合、民間でやる以上は、単に維持管理だけでなく、イン



フラの価値を更に高め、市民の利用促進を図り評価を高めていくことが、事業発展に必須となります。その「PR手法」には従来とは異なるスタンスが要求されます。

● 建設業にマーケティングはあるのか？

ところで、この建設各社は少なからぬ「販管費」を必要としているが、官公庁への依存だけでなく、自ら新市場の開拓を行うために、市民社会への「マーケティング」と呼べる行動が、どれだけ展開されているのか？

「顔を洗って出直さないとコトは始まらない」と、私は思っています。

そこで私は、最近、市民社会とのコミュニケーションにどう立ち向かうかを考えている時に、「戦略PR/世の中を動かす新しい6つの法則」(著：本田哲也)という書籍に出会いました。(右写真の本)

以下に、私のハートを掴んだ3点を皆さまにお伝えして終わります。

● 第1に、PRという概念

本書を読むことで、私は「PR」という概念を新たにしました。PRと言えば、普通はまず第一に「宣伝」とか「広告」とかをイメージします。

また、「広報 public information」という意味もありますが、先に紹介したように「企業や行政、各種団体の活動や商品などについて、公衆の理解や協力を得るために、多様な手段を用いて、情報発信を行う行為である」との解説。つまり、広報には陥りやすい「一方向性」に改善の余地があります。

ところが、本田氏のいうPRとは、「宣伝」「広告」「広報」とは、全く異なる見解で、「PR=public 公共的な+relations 関係づくりである」との再定義。とても素晴らしいじゃないですか。

● 第2に、PRとは世の中に空気を創ること

そのうえで本田氏曰く、PRの目標は何か？ 今日の人々の「関心の多層化」かつ「空気の細分化」した中から、PRとは、事業の目的に照らして、価値ある情報の一つ一つを丁寧に拾い集め、その仲間を繋ぎ合せ、人々の関心を料理し、「世の中に空気を創り出すことだ」という。

私は、「土木の物語」とは、まさにそういう行為だと納得しました。

その中で、「ストーリーテリングは語り部としての最強の技術である」とも述べています。

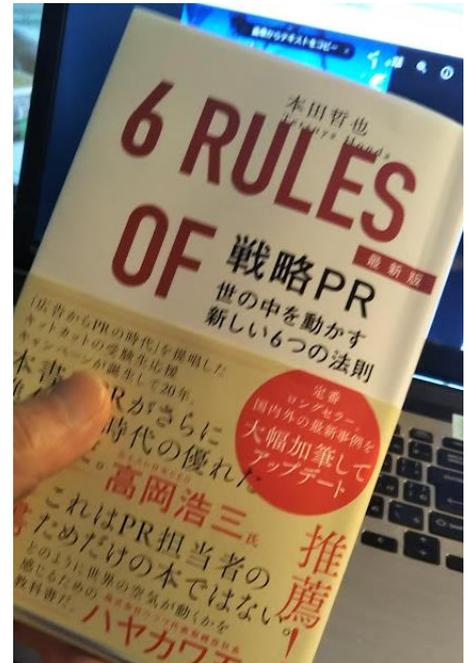
● 第3に、PRの究極の目的はビヘイビアチェンジ

そしてその最終目的、真打は本書のタイトル、「戦略PR/世の中を動かす」その究極の目的とは、「ビヘイビアチェンジ(行動変容)」を起こすことにある・・・これに「ガツン！」ときた。

ビヘイビアチェンジ(Behavior Change)とは、「なかなか変わらない習慣や思い込みを変えてゆくことで、人間行動のあらゆる変容あるいは変更を指す」・・・これは凄いという他ありません。

つまり、我々土木人が目指す世の中は、幸せで豊かな「この国のかたち」や「地域のかたち」を創るためには、志のある有意な市民や利用者達の「主体的な参加」を募り、優れた考えをコミュニケーションしながら、市民意識を高めてゆくことだと確信します。

私は、以上の3点到留意し、今後の「土木と市民社会をつなぐ活動」に努めたいと思います。



▼コラム

わかり易い土木 第22回 道路の話5
道路の構造 その2(続き)と3

アジア航測株式会社事業推進本部 社会インフラマネジメント事業部
大友 正晴



■道路の構造 その2(続き)

前回の最後にラウンドアバウトと言う交差点を紹介しました。皆さんの中には、昔から駅前などでロータリーがあったのではないかと思われた方がおられたかと思います。しかし、実はロータリーとラウンドアバウトは別物なのです。その違いは次の通りです。

◆ラウンドアバウトとロータリー交差点の違い

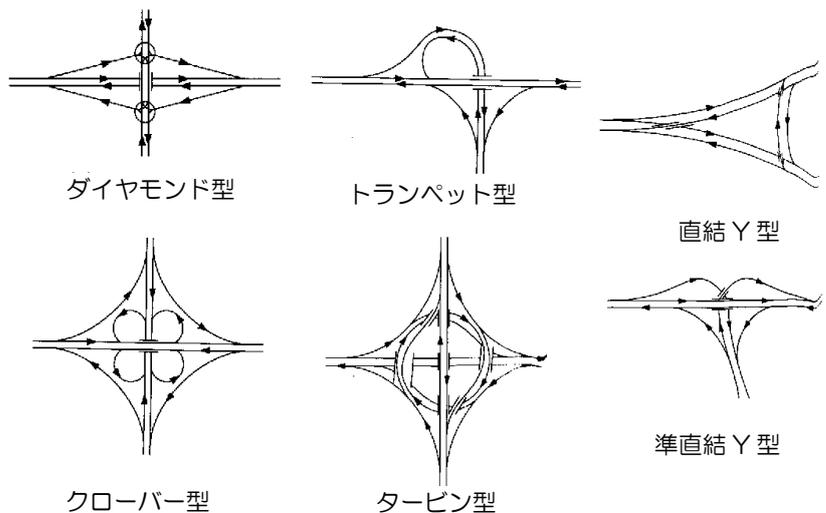
ラウンドアバウトはここ数年設置されてきましたが、ロータリーは昔からありました。どちらも、時計回りに通行するのは一緒です。しかし、道路交通法の規定上は異なります。

ラウンドアバウト：交差点の中を走る車が優先で、交差点に入る車は止まらなければなりません。

ロータリー(円形交差点)：左方優先となるので交差点内の車は止まって、交差点に入ろうとしている車を優先させなければなりません。信号機や一時停止標識が有る場合にはこれに準じます。

ところでここまでの交差点は一般道路の交差の場合でしたが、高速道路と呼ばれる自動車専用道路と一般道路、もしくは自動車専用道路との交差点は立体交差点に限られます。通常、高速道路と一般道路の交差点のことをインターチェンジと呼び、高速道路同士の交差点をジャンクションと呼んでいます。

インターチェンジ、ジャンクションの形状(形式)は、ダイヤモンド型、Y型、トランペット型、クローバー型、タービン型が代表的です。また、これらの基本形を変更や組合せた形状があります。



インターチェンジ・ジャンクションの代表的な型式
(道路構造令の解説と運用より)



■道路の構造 その3

次は道路本体の構造について説明します。通常道路は地形なりに構築されます。しかし、道路は走行性を確保することから小まめに曲がったり頻繁に上り下りせずに極力滑らかになるように構築します（古い道路は地形なりに作られています）。そのため、実際の地盤より高いところを通過したり、逆に低いところを通過したりします。この時、前者を盛土、後者を切土の道路構造となります。盛土が高くなってしまいう場合や川や鉄道などをまたぐ場合には橋梁を架けます。逆に高い山などを大きく掘り下げなければならない場合にはトンネル（隧道とも言います）を掘ります。これらが、道路構造の基本的な形態です。

◆首都高の出入り口
 皆さんは、首都圏の交通情報をラジオなどで聞かれたときに〇〇ランプと聞いてことがあると思います。これは、首都高など都市高速の出入り口のことをさしています。他の自動車専用道路では、ランプと言ういい方はしません。〇〇インターチェンジです。ランプとは、高速道路から一般部をつなぐ通路のことです。紛らわしいですが、ランプ=インターチェンジ、一般道との出入り口と覚えておいてください。



盛土：地盤の上に土を盛った構造となる。

切土：地盤（地山）を掘削した構造となる。



盛土区間の実際例
 （低盛土）



盛土と切土が連続した道路
 山側を切土して谷側を盛土している。これを片切片盛と呼んでいます。



切土区間の実際例

さらに道路構造の詳細には、重要な構造があります。舗装です。舗装は車両や歩行者、自転車が直接通行する人工地面です。舗装の状態によって車両の通行や歩行者の快適な通行あるいは不愉快な通行をもたらします。したがって、何気なく通っている舗装は重要な構造物でもあるわけです。切土、盛土の事例写真にある舗装は、比較的新しい舗装です。

大半の舗装道路は、皆さんよくご存知のアスファルト舗装が主体です。しかし、アスファルト以外の舗装もあります。例えばトンネル内や普通の道路でもコ

ンクリートを使ったコンクリート舗装もあります。また、歩道等にはインターロッキング、コルクなどを使った舗装もあります。古くからは、レンガや石材を使った舗装もあります。

昨今では、社会的問題に対処した環境舗装があります。これは、都市の温度環境の保持、道路交通公害（振動、騒音、大気汚染）に配慮した舗装として排水性舗装などがあります。

雪国や険しい山中を通る道路では、洞門と呼ばれる構造があります。これは山側及び上空を構造物で覆い谷側は柱のみとなっているもので、雪崩などや落石等から道路（走る車）を守る構造です。雪崩に対するものをスノーシェッド、落石に対するものをストーンシェッドとも言います。箱根駅伝でおなじみの函嶺洞門を、思い出して頂けるとその構造はわかり易いと思います（現在の箱根駅伝は通りませんが）。



▼フレンズコーナー

～かがわの里海がキャンパスになる～
地域に根差した学びの場かがわ里海大学協議会事務局
(香川県庁 環境管理課内)

吉原 健司



『かがわ里海大学』は、2016（平成28）年4月に、香川県と香川大学が共同で開設しました。
「大学」と言っても、特定の校舎も入学試験もなく、かがわの海岸をはじめとしたさまざまな場所を舞台に、どなたでも参加できる講座を開講しています。

「里海」とは

「里海」とは、一言で言うなら、人と自然が共生する持続可能な「豊かな海」です。

香川県では、海域・陸域を一体的に捉え、人が適切に関わることにより、多様な生物が生息できる健全な海の状態を保ち、水産資源だけでなく、景観、憩いの場、食文化、観光など多くの恵みを楽しむ「里海」づくりに取り組んでいます。

「里海」づくりにあたっては、山・川・里（まち）・海をつなげることを意識し、「美しい海」、「生物が多様な海」、「交流と賑わいのある海」を3つの柱に据えています。

かがわ里海大学

かがわ里海大学の大きな目標は、里海づくりを牽引する人材の育成です。

また、里海づくりの裾野を広げるためには、里海について知ってもらうことや里海づくりの実体験ができる機会を設けることも必要です。

そこで、かがわ里海大学では、次の3つのカテゴリーで講座を企画しています。

①スタートアップ講座 ～里海づくりを始める～

まずは、里海に興味を持ってもらうこと、海に行ってみることを目的とした講座です。

【令和3年度に実施した講座】

- ・海の生き物観察講座 ・ウミホタル観察講座
- ・親子で体験!!プールでライフジャケット着て泳ごう教室
- ・里海 DE トレイルラン講座
- ・1000年先まで伝えたい片づけ教室



里海 DE トレイルラン講座

このうち、「海の生き物観察講座」と「ウミホタル観察講座」は、毎年定番となっている講座です。実際に海岸に出て行う講座で、子どもたちがたくさん参加してくれます。



海の生き物観察講座

「里海 DE トレイルラン」講座は、新たに企画した講座で、トレイルランが趣味の人たちに海にも親んでもらうため、かがわの「鬼ヶ島」を走りました。海岸のごみ拾いも合わせて行いました。

②ステップアップ講座 ～里海づくりを深める～

受講者が、自分が「何ができるのか」「何をすべきか」まで考えることを目的に、スタートアップ講座から一歩進んだ、知識や体験を重視する講座です。

【令和3年度に実施した講座】

- ・里海体験ツアー
- ・川と海のつながり体験講座
- ・一から学ぶ海ごみ講座
- ・里海フォト発見&発信講座
- ・ボードゲームから里海を考える講座
- ・「瀬戸内海国立公園」を知る講座
- ・かがわの里海 この人に聞きたい！



里海体験ツアー



一から学ぶ海ごみ講座

「里海体験ツアー」は、かがわの海岸を舞台に、スタンプラリーなどのアクティビティを通して、海への理解を深めてもらおうという講座です。

「一から学ぶ海ごみ講座」は、海ごみについての知識を学ぶとともに、実際に海ごみを拾い集めて分類することで、その問題を体感する講座です。

③スキルアップ講座 ～里海づくりを極める～

地域で里海づくりの中心となる人材を育成するための講座です。すでに「里海ガイド」として活躍している人にとっても、スキルを向上できるような講座もあります。

【令和3年度に実施した講座】

- ・里海ガイド養成講座（入門）
- ・海ごみリーダー養成講座
- ・ウミホテル観察会を開くための講座
- ・フィールドガイドのためのファシリテーション講座
- ・Web 会議ファシリテーション講座



里海ガイド養成講座（入門）



海ごみリーダー養成講座

「里海ガイド養成講座」は、里海づくり活動を実践できる人材を育成するための講座です。今年度は入門編でしたが、さらに基礎編、応用編と受講すれば、「里海ガイド」としての活動ができるように講座が構成されています。

「海ごみリーダー養成講座」は、ビーチクリーンアップなどの活動を企画し開催したい人のための講座で、国際的な海ごみの調査手法などを学びます。

講座修了者の活動の広がり

かがわ里海大学で「里海ガイド養成講座」を修了した人たちは、実際に「里海ガイド」として活躍しています。多くの修了者が、かがわ里海大学の講師となっているほか、学校や企業、地域団体などが里海づくり活動をしたときに、ガイドや講師として頼りにされています。

特に近年では、海ごみへの関心が高まっており、「海ごみリーダー養成講座」を修了した人たちも、たくさんの仲間を集めてビーチクリーンアップに取り組んでいます。

今年度は、新型コロナウイルス感染症の影響で、中止になった講座も多くありました。しかし、これからも、講座の中での体験や人のつながりを大切にして、地域に根差した学びの場として、さらに発展させていきたいと考えています。

CNCPは、
あなたが参加し、
楽しく議論し、
活動する場です！

お問い合わせは下記まで

特定非営利活動法人
シビルNPO
連携プラット
フォーム

- 登録事務所
〒101-0054
東京都千代田区神田錦町
3丁目13番地7
名古屋ビル本館2階
コム・ブレイン内
- 連絡事務所
〒110-0004
東京都台東区下谷
1丁目11番15号
ソレイユ入谷

事務局長 田中努：
cncp.office@gmail.com
ホームページ URL：
<https://npo-cncp.org/>

▼事務局通信

■2月の実績

●第95回経営会議

開催日・場所：2月8日（火）Zoom会議
議題：理事会議案資料の確認

●第8回CNCPサロン

開催日・場所：2月8日（火）Zoom講演会
演題：地域が地域であり続けるために
講演者：龍谷大学 学長補佐 政策学部 教授／公益財団
法人京都地域創造基金 理事長／深尾 昌峰 氏

●令和3年度第2回理事会

開催日・場所：2月22日（火）Zoom会議
議題：①フリーディスカッション「土木と市民社会を
つなぐ」、②R3年度上期の事業報告

■3月の予定

●第96回経営会議

開催日・場所：3月8日（火）Zoom会議
議題：「土木と市民社会をつなぐ」実践活動にむけて

■現在の会員数

賛助会員29／法人正会員13／個人正会員29／合計71
／サポーター124

●CNCPの活動には下記の賛助会員の皆さまのご支援をいただ
いています（50音順・株式会社等省略）。

アイ・エス・エス／アイセイ／安藤・間／エイト日本技術開発
／エヌシーイー／奥村組／オリエンタルコンサルタンツ／ガイ
アート／熊谷組／建設技術研究所／五洋建設／シンワ技研コン
サルタント／スバル興業／セリオス／第一復建／竹中土木／鉄
建建設／東亜建設工業／東急建設／ドーコン／飛鳥建設／土木
学会／西松建設／日本工営／パシフィックコンサルタンツ／フ
ジタ／復建エンジニアリング／復建調査設計／前田建設工業
（以上29社）

