

# 自治体の上下水道分野における 人材の課題と解決策について

南魚沼市上下水道部水道課

(事務職) 五十嵐 佑樹

愛知県建設局上下水道課指導管理室水道管理グループ

(技術職) 高橋 寛治

一宮市上下水道部給排水設備課

(技術職) 武田 侑恵

奈良県県土マネジメント部吉野川浄化センター

(技術職) 田中 敏史(発表)

大阪市建設局下水道部下水道課

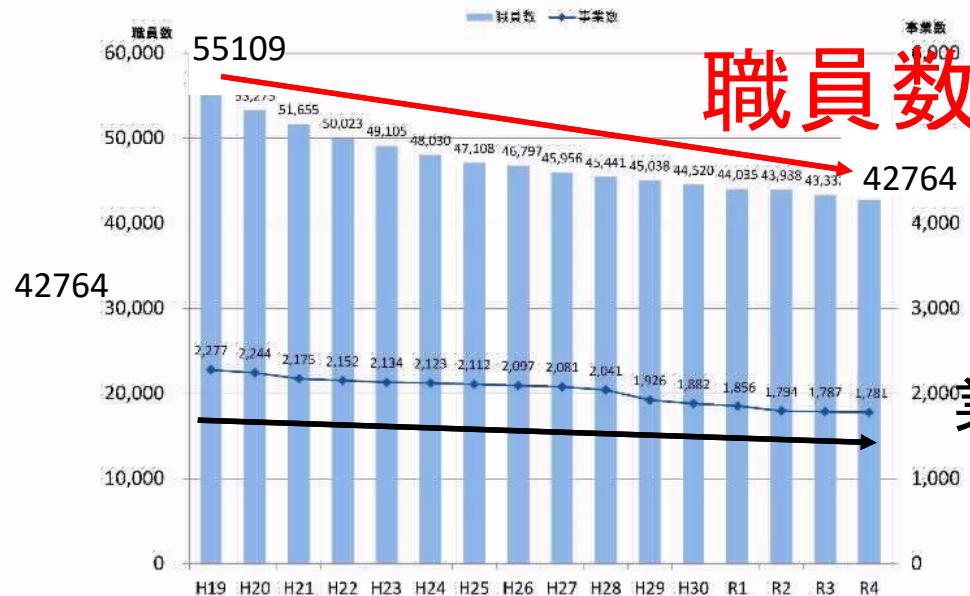
(技術職) 中島 拓朗

北九州市上下水道局下水道部施設課

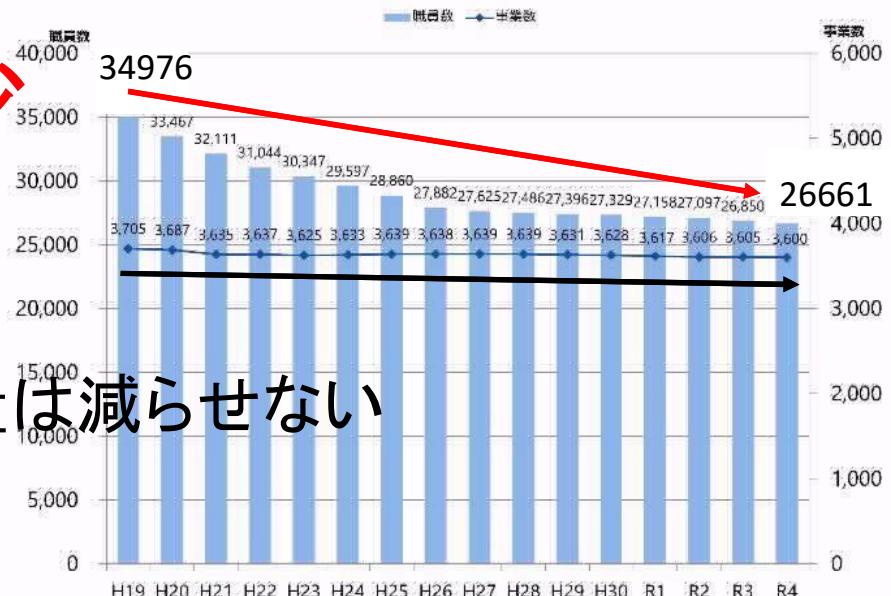
(技術職) 渡邊 健太

# 現状の課題

水道における事業数と職員数の推移



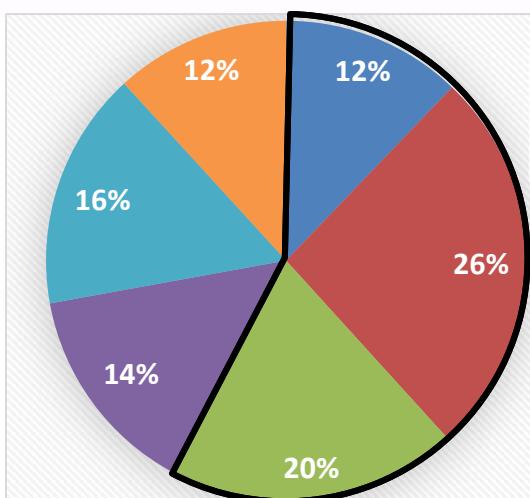
下水道における事業数と職員数の推移



職員数減少

業務量は減らせない

出典:地方公営企業決算状況調査



地方公務員年代別離職率

35歳未満の  
離職率は全体の約58%

出典:総務省「令和5年度地方公務員の退職状況等調査」 -2-

# なぜ人が集まらないのか

- ・仕事の中身が見えない
- ・下水道＝3K(きつい、きたない、くさい)



- ・上水道＝あたりまえ、値上げは悪、老朽化



→ 実際の魅力が伝わっていない

# 上下水道の本当の魅力！！

- ・高度で専門的な技術
- ・生活を支える最前線
- ・地域を守る誇りある仕事

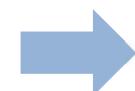
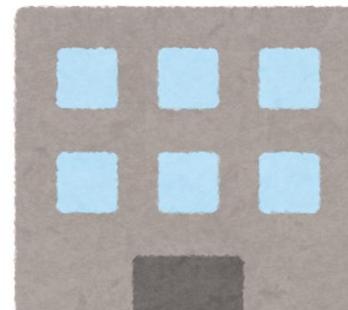


下水

下水処理場

放流水

河川



河川

浄水場

キレイな飲み水

# 目指す姿

- ・選ばれる職場へ
- ・育ち、定着する組織へ
- ・持続可能な事業運営へ

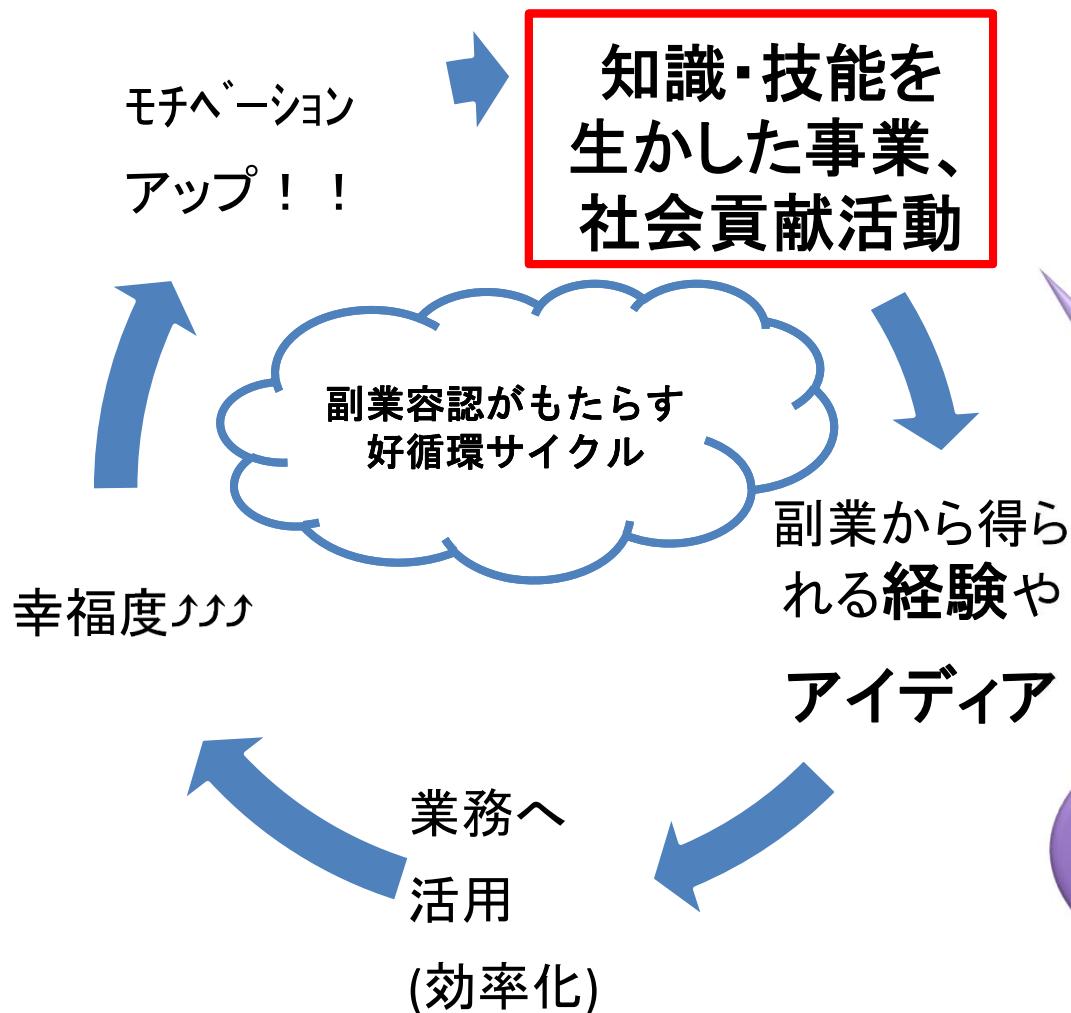


# 人材確保・育成の好循環サイクル®



(コンパクトシティや分散化などにも理解)

# 具体策① 副業容認



公務員になりたい職業No.1へ！！！

# 具体策② 地域ブランド化

価値を可視化→市民の理解向上→魅力の向上

一宮市の例【水道水を商品化・ブランド発信】



一宮市上下水道部  
マスコットキャラクター  
「いちっぷ」



北九州市の例【海外の上下水道整備・運営支援】



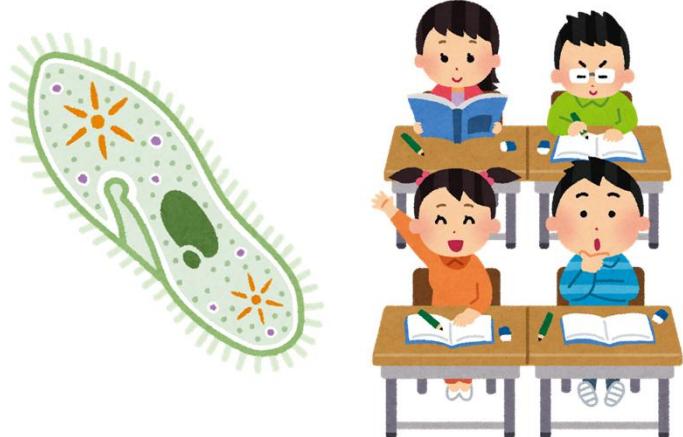
カンボジアでの  
水道開通の様子

上下水道を憧れの職業に！

## 具体策③ 次世代教育

- ・小学生の社会科見学必修化

(水道局、下水処理場)



- ・体験型学習

(メタウォーターランド、下水王国など)



幼少期からの教育＝より身近な職業に！

# まとめ

- ・上下水道は社会を支える仕事
- ・魅力を伝え、人を育てる
- ・新3K(きれい、快適、かっこいい)で業界を変える

