

地域シンポジウム

建設産業市民化の新展開

～地域づくり・まちづくりの展開方向と公共事業プレイヤーの新たな役割～

(社)土木学会建設マネジメント委員会の開催する北海道における地域シンポジウムが、北海道土木技術会建設マネジメント研究委員会との共催、国土交通省北海道開発局、北海道の後援で、平成22年7月16日、北海道大学クラーク会館で開催されました。

時代は、個別インフラ整備主体からそれらの蓄積を基礎とし、地域やまちの個性を生かした協働型地域づくり、まちづくりへと方向転換することを求められています。その実現のためには、行政、建設業者、コンサルタント、市民・住民の各プレイヤーにはこれまでとは大きく異なったものが求められ、プロジェクトの企画設計は発注者だけでなく、地域と密着な関係を持つ様々な主体との協働によってなされ、この中で建設業の果たすべき役割は大きいものと考えられます。

シンポジウムでは、北海道内で建設業者が中心となって実践されている事例を通して、今後の建設業の果たすべき役割について議論を行い、これからの建設業が活躍する新たなフィールドについて考えました。

当日は建設業界、コンサルタント、行政、公益法人、一般参加者と多岐にわたる310名もの方々が参加しました。



シンポジウムでは、最初に土木学会建設マネジメント委員会運営小委員長：森望氏から同委員会の活動報告。次いで、国土交通省の平成21年度建設業と地域の元気回復助成事業に選定された「留萌観光元気プロジェクト」と「空知フード&ワインロード計画」、稚内建設協会がロシアとの合弁企業「ワッコール」を立ち上げてサハリン2プロジェクトに参入した「稚内ワッコールプロジェクト」について、プロジェクトコーディネーター：高宮則夫氏、赤平よりみちの駅幌岡SOUKO代表：植村真美氏、(株)富田組代表取締役社長：富田伸司氏からそれぞれ事例報告がなされた後、パネルディスカッションに移行しました。

パネルディスカッション



コーディネーター
高野 伸栄 氏
北海道大学准教授

高野 今回のテーマは建設産業の市民化ですが、公共事業が縮減されており、公共事業の進め方自体が今までとは変わる方向性にあります。「インフラ」が量の充足から質の向上に移り、「整備の主目的」が機能の確保から魅力の向上と差別化に移っていく。地域の魅力の向上とか、差別化に対応するためには、地域に適した多様な発想を取り入れなくてはいけない。整備方式も各省庁が立案した整備メニューから、組み合わせたもの、あるいは新たなもの、定食方式ではなくアラカルト方式へと、また、整備のイニシアチブも行政から多様な共同体へと、新たな展開が求められています。建設産業の市民化は、地域のフーズや文化、市民生活

に柔軟に調和させる作業ともいえます。単なる受注産業から脱皮し、自立した市民産業として、市民に必要な存在に進化すること、これが市民化の定義になっています。

新しい公共事業のビジネスモデルは、行政、建設業者、あるいはコンサル、NPO、市民、住民の方々が、どんな役割があるのか、海外進出についても、どんな課題、必要な条件整備に何があるのかを見極めることが大切だと思います。

植村 これまでいろんなまちづくり活動をしている中で、地域の事情からこれは必要だけどお金がないと諦めていたこともありましたが、今回の助成事業では助成金があるということで、頭の中でやりたいことのすみ分けが始まってきました。今回の取り組みでは、空知のためにという方向がお互いに理解でき、担当の役割分担、書類を作るスタッフも決まり、組織力、共有力みたいなものがガチッと合わさった瞬間があったので、計画・提案まですることができたと思っています。



パネリスト
植村 真美 氏
赤平よりみちの駅幟岡
SOUKO代表



パネリスト
小澤 一雅 氏
東京大学教授

小澤 事例報告では、キーワードとして、活用された資源はなんであったのか、実際にどのような取り組みをしたのか、具体的にプロジェクトを前進させるために実施された活動の内容は何だったのか、その時、将来の成功に結び付けるためにどんな戦略を考えていたのか、大学にいる人間としては、地域の発展に将来どうつながっていくのか、この活動が持続的にどう発展につながられるのか、そのために何が必要なのかなど、私たちが学ぶことはたくさんあると思いました。

いまは経済環境が影響していると思いますが、小さな投資でも慎重に考えて足がなかなか一歩前に出ない

という方が、この業界にはたくさんいると感じます。今後、海外に主として元請けで仕事をする場合、投資的なモデルを視野に入れて次の展開を考えないと多分だめです。

私どもの大学の学科名も「社会基盤学科」と変わり、市民の生活、社会の産業を支えるためのインフラ、あるいはそれを通じての公共サービスの提供によって貢献していくためのエンジニアリングが私たちのミッションになっています。「国際プロジェクトコース」(定員10名)を新しく作りました。この活動に非常に魅力を感じている若い人たちがたくさんいます。そのエネルギーを社会、あるいは次のビジネスモデルにつながるような活動につなげたいと思っています。



パネリスト
金谷 年展 氏
慶応義塾大学教授

金谷 私は、13年前に自分でベンチャー企業(株)地域戦略ホールディングスを起こし、会社経営をしているときに大学に呼ばれました。自分ではいまだにベンチャー企業でチャレンジし続けていると思っています。

先ほどの事例報告の一つは、地域資源を活用した食についてでしたが、昨日、私がオーナーをしている地産地消の13店舗目の居酒屋を仙台にオープンさせました。まだ小さい企業ですが、年商34億円くらいの会社となり、この3年間で売り上げ4倍にしています。やはり、環境エネルギー分野、食とか地域づくり分野は今、世の中のニーズだと強く感じています。

太陽光ブームがあり、メガソーラーをはじめとして新しい固定買取制度もスタートしましたが、次に経済産業省が推進していこうとしているのが、「地中熱ヒートポンプ」です。この最大の欠点は土木のコストですが、共同研究でコスト削減方法に目途が立っています。今の太陽光ブームと同じように、新築、リフォーム、リノベーションというマーケットの中で大きく発展していく可能性があります。また、シェール

ガス革命という、岩石の中にあるガスを取り出す技術の実用化で、アメリカは2025年までにほぼ天然ガスを輸入しないで、賄えるようになるということです。中国をはじめとしたアジア、その他の国には莫大なシェールガスが存在しています。今後のCO₂排出低炭素社会では、莫大なマーケットが存在しています。

また、土木の世界で大きなマーケットを生み出す可能性にレアメタルがあります。日本政府もやっと重い腰を上げてボリビアに1500億円レベルの投資をして採掘に乗りだそうという流れがあります。これらは、次の環境時代の重要なポイントにもなってきます。

高野 海外に進出するときも、技術的に他ではできないものを持っていけば、海外に行っても成功する可能性は高く、この部分を考えていくことが重要です。



パネリスト
森 望 氏
国土技術政策総合研究所
研究官

森 北海道は冬、雪がキーワードだと思います。建設産業といった場合、建設業としての仕事の中身をいかに充実させていくのかという点と、建設業という領域をどのように拡大していくのかという点があると思います。スウェーデンのキルナーという都市には「アイスホテル」があります。建物、コッ

プ、すべてが氷でできていますが、北海道での事例をヒントに始めたそうです。雪や氷に対する対策ではなく、冬を楽しむという考え方です。北海道の冬を前提とした大自然を楽しく過ごすということをセールスポイントにする考え方もあるのではないのでしょうか。

金谷 雪氷エネルギーは、貯蔵方法などによって特別な付加価値を探していくのがすごく重要だと思います。私の飲食店とまったく考え方は同じで、隠れた地域の宝物、眠っている宝物をどうやって見つけるのかということだろうと思います。

また、消費コードの中で重要なキーワードは「感動消費」です。ブランドは、単なるイメージとか、認知度を増やすということではなく、いかにその背景に感

動して、そこまで行って食べようと思ってもらえるものを作り出すことです。

植村さんのジャガールのモチパリという新触感は、大変な感動の要素です。今までに味わったことのない食感というのは素晴らしいことだと思います。

植村 地元の素材にこだわり、赤平の赤にちなんだまちづくりを約7年間「よりみちの駅」でやっています。赤じゃがいもを使って、ピザ味、シウガ焼き味、カレー味で、揚げ餃子みたいな形で勝手にジャガールという名前をつけて売り出し中です。誰がどんな技術で作った物か、それだけでもお客様は引き寄せられることになると思います。

高野 今まで味わったことがないとすれば、遠くからでも赤平へ行きたいという話になるわけで、いかに感動を与えられるかにこだわりつつ、他人の目を意識することが良い結果になると思います。

小澤 これまでのインフラ整備、構造物を作るタイプの仕事の仕方と、新しくチャレンジするタイプの仕事の仕方は違うので、そのギャップについて行けず、新しい発想が出てこないのかと思います。新しい価値を生み出すイノベーションは、本来は経済成長、景気循環をもたらすという概念です。これから別の新しいビジネスモデルを生み出すためには、本来のイノベーションにチャレンジすることではないかと思いました。

高野 匠の技と称する「ビフォーアフター」というTV番組で子供たちが建築家にあこがれているといますが、土木分野でのビフォーアフター、イノベーションは大変重要な定義だと思います。

森 こうした取り組みには、地域への貢献、地域との協調、地域でのすみ分けが必要だと思います。

砂子 道の駅にWi-Fiの無線LAN機能を設置したのですが、その宣伝の方法を検討しています。電子看板を設置、日本語だけではなく、中国語、韓国語、英語などを取り入れられる形にしていきたいと思っています。気になるのが高速道路の無料化実験です。



パネリスト
砂子 邦弘 氏
株砂子組代表取締役社長

統計データでは2割くらい道の駅の売上げが下がっており、宣伝方法を工夫する必要があると考えています。

森 行政側の公共投資は、それをきっかけに新しいビジネスが立ち上がり、次の発展につながることを想定しているものです。これからは、自分で出資し、どうやってリターンを得るかを考えながら、戦略を考えることだと思います。

金谷 初期投資というのは、本業が厳しい中で1年間でイノベートして、ランニングをビジネスに結びつけることです。別府で温泉暮らしをしながら、週に2日くらい働くという面白い雇用促進事業があります。観光地は週末だけ忙しく、平日は人がいなくなる。そこで、2日くらい働き、残り5日のうち1日を森林とかバイオマスのボランティアを行う。そうすることでバイオマス事業の収支もとれる。残りの3、4日は遊んで暮らすというものです。定年退職した人の受け皿ではIターン、Uターンといわれていたのを、その中間、それと旅行の中間のようなリゾートのような新しい考え方を取り入れたものです。

小澤 高速道路が無料化しても、そこに魅力があれば下りると思います。そうした魅力あるものを地域としてどう用意するかを考える必要があります。Wi-Fiでコミュニケーションチャンネルを広げ、また道の駅そのものがチャンネルを広げ「よりみちの駅」の地域全体の魅力を上げることで、行きたいと思えるような仕掛けを考えられないかと思います。

植村 助成事業は協議会を組んで新しいメンバーと新しい事業をやっているわけですが、1年で成功するのは厳しい。しかし、プロセス、関わった時間、人との付き合いなどが貴重な経験だと思います。

高野 北海道のシーニックバイウェイでは、ボランティアという形で役所の方が活躍しています。このように自分はお金を出さないという形で関わっていく方

が、まちづくりのプレーヤーとしては優秀なプレーヤーになっていくのではないかという感じがします。

金谷 新しい建設業を成功させるためには、いくつかのポイントがあります。一つは技術。自然に学ぶものづくり、自然とか生態系の中に私たちが今まで気付かなかった新しいイノベーションが存在しています。二つ目はシステム。地域の産業は、地域の尖ったトップランナーが一つでも二つでも引き上がったら自然と全体が上がってきます。そうした引き上げるシステムにしていく。三つ目は人間。イギリスのウィリアム・アーサー・ワードが「凡庸な教師はただしゃべる。ちょっとまじな教師は理解させようと務める。優秀な教師は自らやってみせる。本当に優秀な教師は心に火をつける」といっています。お互い心に火をつけあえるような関係ができていくプロジェクトが多いと思います。

植村 すごく幸せだなと感じているのは、プレーヤーの応援をしてくれる先輩が多いことです。そうしたサポーターがいるから、これから北海道も元気よくなっていくのではと感じます。

砂子 国土交通省では施工効率、施工生産性の向上などに取り組んでいますが、私たちも三者会議、ワンデーレスポンス、ASP、工事関係書類の簡素化など、発注者側と一緒に取り組み、建設業が発注者と一緒に、地域住民に喜ばれるような「三方良し」のスクラムを組ませていただきたいと思います。

高野 これから新しいことに目を向け、海外に進出するには、どうやって得意分野を増やしていくか、他に負けないものをどうやって身につけていくのか、そういう発想を持っていかなくてはいけないと思います。

(北海道土木技術会建設マネジメント研究委員会事務局長
小賀坂俊昭)

※ 詳細は、北海道土木技術会HPに掲載

<http://www.decnet.or.jp/kenmane/100811sympo01.pdf>