

＊連載 問われるは、最終権限でなく最終責任⑤

公共事業のこれまでで、そしてこれから

— 老後の「約束」が日本再生のスタートライン —

福田 志乃 地域経営コンサルタント(地域政策プランニング代表)

「問われるは、最終権限でなく最終責任」と題し、先月四回にわたってお送りしてきた本誌での連載も、残り二回となった。今回の連載は、長野県公共事業評価監視委員会(以下、監視委)の座長の立場で執筆したものであり、第一回(四月六日号)では、「脱ダム」本家である長野県において二〇〇一年の「脱ダム宣言」以降、同県が県民と一緒にどうのどうのダム問題を決着させたかを報告。第四回(同二十七日号)では、直轄事業の負担金論議の「落とし穴」を考えるなど、日本の公共事業を取り巻くさまざまな局面を眺めてきた。

今回の最終回(五月十八日号)では、全国的に形骸化が指摘される公共事業評価監視委員会について、長野県と監視委が一緒になって新しい委員会運営のあり方を模索している状況について紹介する予定だが、その前段として日本社会における「公共事業のこれまで」と「これから」について、筆者の見解をまとめておく必要があるだろう。

なぜ公共事業は「悪者」にされやすいか？

筆者は過去九年間にわたって、「地域経営」をテーマに本誌での大型連載を書き続けてきた。今年度は公共事業という土木・建設分野というか技術系分野に特化したテーマを扱ったが、どうしても工学的あるいは制度的な話が多く登場するため、読者の皆さんにとっても難解な話題になったのでは、と心配している。

しかし裏を返せば、これまで公共事業に対しては、事業一つ一つの社会的な背景や意義についての理解がされにくく、「技術論ばかりで専門的過ぎてよく分からない」といわれてきた。だから、巨額の事業費が財政的な観点から「無駄遣い」としてクローズアップされたり、工事の契約に関して起こりやすい政治的不正にパッシングが集中したり……と、多くの国民は公共事業にある種のアレルギーを持ってきたことも否めない。

公共事業とは本来、内需を支えるという国策の

中で政治力(＝予算)をもって、誰かの意思をもって執行されるものであるが、巨額の予算をめぐっていつの間にか公共事業そのものが内需策になっていた。一九九〇年代には、労働人口のうち多い時で六百五十万人が建設事業者であり、大型工事が来れば第三次産業(旅館や商店街)が五、十年と潤うことから、地方でも身の丈にそぐわない大規模な公共事業を誘致し、補助金や交付金が注ぎ込まれた。それで、建設業は日本の地方部の基幹産業となっていた。

八〇年代から九〇年代にかけて、筆者(当時二十、三十歳代)は海外や国内のいろいろな所を旅をした。日本の旅先で出会った風景といえば、国を挙げて歴史・文化や景観を尊重する海外諸国とは異なり、国中が工事現場化したように舞い上がる砂煙だったり、人には使われていない風雨に晒された構造物だったり、と、「到底、文化や景観が失われている」と、この国の将来に不安を抱

いたものである。

当時の日本は、外国からも「土建国家」と揶揄され、かつて日本の風景を彩っていた農林水産業の現場では、高齢化や後継者問題が顕在化。さらに海外の安価な商品（農産物や林産品など）に押されて、国内の市場はもはや内需として第一次産業を育てる力を失っていった。問題はさらに根深く、大型公共事業が終わった後の地域からは大量の人（事業の目的で流入していた人たち）が去り、文化すら失いつつある地域に残されたものは、コンクリート等の構造物とその維持管理費という現実だったのである。

自動車を通らない高速道路や林道、閑散とした地方空港、干上がって底石や土砂が現れた河川やダム、水辺の生態系を失った海岸や河川の堤防、人の気配がないピカピカの駅前広場や公共施設……。筆者が地域経営コンサルタントとして足を踏み入れた日本の多くの地域では、将来的な光が見いだせず、「低迷の坂道を転がっていくしかない」と思える地域が少なくなかった。実は、その危機感が、筆者を十年にも及ぶ「分権時代の地域経営」の執筆・提唱活動へと駆り立てたのである。筆者が地域経営の根本に据えているものは、「一人ひとりが、あるいは地域がどう生きるか」であり、現場では①補助金に依存しない生き方を覚悟してもらうこと（ゼロベースからの地域文化・産業の建て直し）②予算の使い方も含め、行政や地域に根付いた縦割り・横割りを崩すこと③

希望を言うだけの産業者と住民から、実行する産業者と住民へ（一歩の支援、モチベーションの後押し）——という三つに取り組むことから始まる。しかし、そうは言っても「自分たちは公共事業でしか生きられない」という地域、また産業者や観光に至るまで「公共事業で生み出される波及効果がないと振興は難しい」という地域が、今でも少なくないのが現実かもしれない。

「なぜ公共事業が『悪者』にされやすいか」——これに対する筆者の答えは、公的借金となる「無駄遣い」や予算獲得で生じる既得権益の問題よりも、むしろ、地域社会の隅々にまで「依存心」を植え付けてしまったから、ということにほかならない。

構造改革は文化政策への転換期

そうした公共事業や土建国家の問題については、二〇〇〇年以降、小泉内閣の時代に大きく構造改革のかじが切られたことで是正されてきたと筆者はみている。構造改革は「米国の競争主義を導入し、社会的な格差を広げ、弱者を切り捨てた」「中途半端な郵政民営化の改革だった」との批判が多く、世界的な金融危機でその批判は一層の高まりを見せている。

しかし、筆者の見方は違う。構造改革が目指した最大の目的は、政党をはじめ、それに連動する地域に至るまでの既得権を崩すことだった。

確かに政党も霞が関も自治体も、既得権（＝今

までの社会秩序）が崩れた上に世界的金融危機の壊滅的な打撃が加わり、予想を超えてバラバラ、ボロボロになっているところがある。だが、十、二十年の間ひたすら自分たちの地域（文化）を守るために頑張ってきた地方の小さな取り組みに脚光が当たりだしたのも、観光庁が設立されて土建国家から文化・観光の国へとかじが切られたのも、フランスのミシュランが「日本の観光地・三つ星」に百カ所を選定したほど国際的な評価を得始めたのも、構造改革の成果だった。

訪れた先々で噴煙を巻き上げる公共工事の風景に出合わなくなり、「元気が無いにしても」日本の農山村の原風景をゆつくり眺めることができるようになったのは事実だ。地域の再生とは、その次の「公共事業に代わる何で生きるか」を形にしていく段階のこと。だから、構造改革は単なる公共事業の予算削減という短絡的な話ではなく、地域それぞれの文化重視への政策転換の一步だったと解釈できるのだ。

ただし、その改革で見失っていた重大な視点もある。「依存せず、自力で頑張る所に光を当てる」という考え方は正しかった。しかし、例えば四十五十歳代のように既に何かの蓄積があつて「頑張ってきたか？」と評価を受けて簡単に掛けられるならばまだしも、十、二十歳代のように「これから頑張りたい」という、人生の基盤を築いてい

世界の動きを日本へ
日本の声を世界へ

時事通信

ない世代に対してまで、いきなり「社会の梯子」を外した手法は、あまりにやり過ぎたと言わざるを得ない。

日本では、小学校から大学まで一律に横並びの詰め込み・競争教育がなされ、「自立を目指してチャレンジしながら生きることの大切さ」や「いろいろな職業で生きられること」、さらには「プロとなることの価値や厳しさ」が教えられていない。その世代に、いきなり「頑張れ！ 自立せよ！」というモノサシを突き付けたのは残酷というものである。「チャレンジし頑張った者が勝つ」という誤った文句で生まれたベンチャー支援が、結果として「儲かって何が悪い」発言に代表される村上ファンドやホリエモンらの出現につながったことの反省は大きい。そもそも日本はチャレンジを認める社会ではなく、その風土ゆえにチャレンジには向かない人間が多いのである。

「財布の紐」を緩められない理由

二〇〇〇年代前半は、世界的な好景気や株価の高騰(バブル)という追い風もあって、外需を主とする大手企業の国際競争力を着実に伸ばしていき、地方部でも外需産業に牽引される形で製造業が伸び、その収益が地域の第三次産業にも経済効果をもたらした。ところが、世界的金融危機の勃発で、いかなる国も「景気回復が見えるまでは内需に」と緊急的にかじを切り、巨額な公的資金を投入した。

日本政府は〇九年三月末にやっとのこと、通年の三カ月遅れで、環境や雇用を軸とした〇九年度予算を出したのだが、中身は諸外国と同様の緊急対策だったと思う。日本の内需とは何かと言えば、もはや従来型の公共事業ではなく、環境・エネルギーだ、農林漁業の第一次産業だ、医療・福祉産業だ……というのは、国民の誰もが描き得る絵である。

しかし、それを産業・経済政策や雇用政策としてバラバラに、しかも三年間の緊急措置として論じていることが、既に日本の限界なのだろう。今、日本が明確に言わなければならない政策課題は、日本企業が外需に依存しなければ生きられないところまで追い込まれている現実からの脱却と、その中で、若い世代を含めた国を挙げての確実な雇用政策(生活保障策)を築くことの二点だと筆者は感じている。

だから、リストラや若手採用を縮減している大手企業を批判するのも現実的ではないし、雇用に逸れた人たちに對して、給料のシェアリングなどで迅速なセーフティネットを張れない政治も実にもどかしい。十数年前にフリーのコンサルタンとして自立できた立場にある筆者に言わせれば、政治も行政も社会も、要は世界的金融危機と構造改革に「責任」を押し付けているだけにも見えてしまう。

むしろ、日本の経済の沈下の根底の原因は、国民の将来を保障せず、「財布の紐を緩められない

行政の生産性の向上を目指して

県庁を変えた 「新公共経営」

New Public Management

大坪 檀・北大路信博(監修)
静岡県(編著)

自治体経営の特効薬・新公共経営!

経営日本一を目指す静岡県が築き上げた
「新公共経営」の手法とは一。

さらなる改革を模索する
すべての自治体関係者必読の書。

●A5判・256頁●定価2520円

時事通信社 時事通信出版局 <http://book.jiji.com/>

原因」を政府が戦後五十年かけてつくってきた結果ではなかったか。言い換えれば、構造改革の政策が大手企業を優先したがゆえに世界的金融危機を被ったわけでも、大手企業が外需依存に走ったから日本も危機に陥ったわけでもない。

大手企業が外需に頼らなくても、一大構造転換を図らなければ、日本の産業・経済は近い将来に必ず足元からの地盤沈下を起こしていた。逆に、構造改革があったからこそ、今グローバル経済に対応できるようになった企業は、数年後の再起を目指して、アジア諸国を中心とする世界進出への動きを加速できているのである。

なぜ、アジア諸国かといえば、日本国内には雇用や医療・福祉、将来の年金保障、消費税率アップ等に対する生活不安があって、国民自身の財布の紐が固く、市場がどんどん縮小に向かっている

からである。モノや情報が溢れ返る日本には、将来的にも市場の拡大は望めないと判断している企業は、新興国市場に生き残りを懸けて進出する道を選択しているのだ。

老後の「約束」こそが内需好転の原点

問題は、政治や社会がそうした時系列的な反省に立たず、国際的かつ大局的な構図を理解せずに、十年前の改革路線を批判したり、目先の大手企業の動きを批判したりしていることにある。問題の深刻さを国民が正しく理解でき、その現実を見極めてこそ、「日本国内の内需産業として誰(企業、地域社会、行政など)が、いかなる分野を、どう育てるか」が明確にでき、危機を国民の大意で乗り切れる。そして、それを責任をもって説明するのが、政治の役割というものだろう。

筆者が思うに、これからの日本の産業・経済・雇用政策は、何も選択肢を一律にしなくても、例えば次のような「生きる道の選択肢」を国民に示し、「最低限の老後の保障」を約束すればよいのだと思う。

◆一九七〇～八〇年代のような急激な成長が望めない中で、海外で資源の権益を獲得し、海外の市場で外貨を稼ぎ出すなど外需に懸ける企業には、自らの設備投資を懸けて闘ってもらおう

◆高額な所得を稼げなくても(年収三百万円でも)、地域社会での暮らしと老後を保障するといふ約束で、第一次産業や地域文化の保全・育成に

関する産業で精いっぱい自立的にやってもらおう

◆環境や新エネルギーといった新産業の創出には、さまざまな市場の確立と地域社会への啓発(間伐材の利用、自然エネルギーの活用など)が先決で、それは決して補助金で導けるものではない。その市場の開拓や啓発・普及のための仕組み(NPO等)を大学・民間・政府が出資してつくるとともに、国際社会・経済活動に参加する技術力ある中小企業の自立も保障していく

——など、「何かを仕事として一生懸命生きて社会に貢献できれば、老後は(一生懸命の報酬として)保障される」ことが理解できれば、国民の安心が図られ、国民の意志やパワーを本気で結集でき、チャレンジもできるというものだろう。逆に言えば、将来の保障への理解や納得なくして、職場あるいは(地域)社会で、時間やエネルギー、お金のシェアリングや、セーフティネットの確立など、真に重要な政策を実現できるはずはないのだ。

今、日本で一番大切なのは、「老後の保障」を担保し、国民の「国家戦略産業へのチャレンジ意欲」を引き出すという、政治・行政、産業・経済界、研究・教育界など国を挙げての闘いである。今の政府のように、「第一次産業に人材を定着させる」とか「農地改革で『食』の生産性を上げる」とか「自然エネルギーを普及させる」といった、やって当たり前の単発的な予算を示しただけでは、「どうせ二、三年の短期労働の手当でしかない」

「将来の保障を得るには、給料が安くて参入できない」とのイメージしか国民に与えられない。教育、医療、福祉・介護、雇用、年金など、国民の生活に関するありとあらゆる分野で、これまでに蓄積してきた問題が噴出しつつある日本では、一刻も早く国民的合意形成に向けて、「国民一人ひとりの将来に責任を持てる国家戦略」を打ち、「だから国民も自らの力で、国家戦略となる新規分野にチャレンジしてほしい」と、約束を形で示すことが急務といえる。

日本そのもののダウンサイジングと、世界的金融危機の影響による外需と内需のバランス——。こうした大問題を背負う中で日本の公共事業は転換期に立たされておき、政策として、財政として、技術として「これから、どうあるべきか」は重要な論点となっていくはずである。

宣伝費を ネット広報に まわせ

戦略的マーケティングのすすめ

著者 濱田透郎/神原弥生/鈴木賢治/
石黒不二代/湯川鶴幸

ユーザーと
対話せよ!

「広告を打てば売れる」時代は終わった!

企業の広報担当者、新しい広報手法の確立を積極的に模索している広報部署の幹部に贈る、これまでになかった「広告業務」の本。

●A5判・188頁●定価1785円 時事通信社