

その六

「私たちのお客さんは誰か」
結論を出さないまま書き進めてきましたので、ここらで私の答えを述べておきます。勿体ぶるほどの答えではありません。私たちのお客さんは住民（市民）です。そして、発注者と受注者はパートナーとして共働することによって、エンドユーザーである住民のもとに、より良いモノ（社会資本）をよりスムーズに届けるのが、公共建設事業の本来あるべき姿なのです。今となっては、至極当然のように感じられるこの答えに気がついたとき、私はそれこそ目から鱗がバリバリと剥がれていくのを感じました。

ではそのころの私にとって、地域住民というものはどんな存在だったのでしょうか。考えてみれば、わずか3年前のことにしか過ぎません。その頃も今も基本的にはそんなに状況は変わっておらず、むしろ現在の方が

より厳しい環境になっているのは衆目の一致する所と言えるでしょう。公共建設事業費は減る一方です。工事単価は年々下がっていきます。行政の住民に対するアリバイ作りの為に「政治」の欠陥は「入札制度改革」にすり替えられました。受注が減っていきます。それらに反比例して情報の透明性への要求は時代の要請となっけていきました。「モノづくり」とは別の所で、煩雑な作業が増えて生きます。さらに、私たちの仕事は、税金の「無駄づかい」のまるで象徴であるかのような扱いを受けています。そんななかで地域住民（実は「声の大きい」少数の人なのですが）は、一言でいえば「クレームを言ってくる人たち」だったので。なにか文句をつけられるのではないか。そんな怯えとともに仕事をしていた部分がありました。

私たちのお客さんは「住民」であり、私たちは「地域」を向いて仕事をしていかなければ

ばならない。そう考えることで、私にとって
の「コペルニクス的転回」はやってきたので
す。