ゼネコン

「復興事業は社会的責任」

被災地のがれき処理 業界挙げた総力戦に

成長見据え海外展開

ゼネコン各社は東日本大震災の直後から、持ち前の機動力で被災地支援に動いた。その後も津波で生じたがれきの処理や原発事故の対応、放射能汚染地域の除染に取り組む一方、被災地の復興ビジョンも描く。日本経済は震災に続き、歴史的な円高にも見舞われた。グローバル化を進める顧客企業のニーズに応え、ゼネコンも国内産業の空洞化を懸念しつつ成長を求めて海外展開へ動く。

東日本大震災の津波による災害廃棄物は、東北3県で約2300万㌧。市町村の仮置き場に積み上げられたがれきは最低でも通常の廃棄物発生量の十数年分とされる。がれきの山を解消しなければ、復興は果たし得ない。鹿島を代表とする共同企業体（ＪＶ）が受注した宮城県石巻市など2市1町の685万㌧をはじめ、3年以内の完了を目指すがれきの処理は建設業界を挙げた総力戦の様相だ。

福島県で起こった原発事故の収束でも、建設を手がけたゼネコン大手の作業員が第一線で活躍。放射性物質の飛散を防ぐ原子炉建屋カバーの設置などにも力を発揮した。原発周辺の高濃度放射能汚染地域12市町村では、ゼネコンを中心とする三つのＪＶが本格的な除染に向けた除染モデル実証事業を進めている。

こうした復興の前提となる取り組みとともに、開発事業で培ってきたノウハウや技術を生かして津波被災地で安全な生活を実現する街づくりのプランニングも具体化しつつある。竹中工務店の竹中統一社長は「国の方針もありコンパクトシティー、エコシティー、スマートシティーといった発想が求められている。スマートグリッド（次世代電力網）をはじめとする関連技術の開発も進めており、プランにまとめて自治体に提案する」と話す。

復興事業は建設業界にとってビジネスチャンスなのは間違いない。しかしそこには社会的責任として「復旧・復興事業でしっかり役目を果たす」（山内隆司大成建設社長）という自覚が根付いている。

一方、円高の進展に、原発事故による電力供給不安が重なって加速する製造業の海外生産シフト。清水建設の宮本洋一社長は「震災の復旧支援や原発事故対応などに追われたが、やはり一番印象的なのは円高で企業の海外生産シフトの動きが強まったこと。（海外事業部門である）国際支店は日系企業の仕事が大幅に増えた」と昨年を振り返る。

シフト先は〝世界の工場〟となった中国のほか、東南アジア諸国が多い。中国の日系ゼネコンでトップシェアを持つフジタの上田卓司社長は「中国の市場性が高まって食品や流通業なども進出するようになり、ニーズに応えきれないこともある」と状況を語る。インドネシアも日系自動車メーカーの展開でサプライヤーが大挙して進出に動き、需要にこたえきれないひっ迫状態となっているようだ。

アジアの成長株として注目を集めるのはインド。日系企業の進出が増えはじめ竹中工務店、清水建設に続き、鹿島も現地法人を設立した。

国内の建設市場については復興需要が見込まれ、震災が教訓となって公共事業削減の流れもようやく歯止めが掛かりそうだ。だが、大成建設の山内社長は「復興需要はあくまで一過性。会社の針路とは区別しなければいけない」と冷静に将来を展望。国内市場だけでは「企業としての成長はない」と断言する。

また、大林組の白石達社長は国内市場について「人口減少や空洞化を考慮しても、既存施設を維持・更新していくには最低でも年間41兆―45兆円の水準で推移するはずだ」と予測。その上で「国内市場でも経営していけるが、成長を見据えるなら海外展開」と話し、やはり国際化を志向する。

ただ現実問題として、ゼネコン各社は国内建設事業を安定収益源にする状況に変わりはない。「安定的な収益があってこそ、いろいろなことができる」（中村満義鹿島社長）という思いは共通で、開発やエンジニアリングなど周辺領域で本業との相乗効果を追求し、顧客とのパイプを強固にするスタンスをとる。グローバル展開のアンテナ、司令塔としての機能発揮も狙う。

被災地ではがれき処理とともに安全な街づくりに向けた計画が提案される（宮城県南三陸町）

三井住友建設が設置した福島県除染技術実証事業の処理プラント（福島県伊達市）

21世紀の日本モデル

アジアで存在感高める

サプライチェーン拡大カギ

モノづくり技術で 新たな需要を創出

「21世紀の日本モデル」を構築する上で、重要なキーワードが「アジア」だ。中国を筆頭とするアジアの成長を、新たな〝内需〟として、日本の成長に結びつける。「外需の内需化戦略」が21世紀における日本の成長モデルの中核を成すことになるが、それを実現するには「モノづくり立国づくり」が欠かせない。

現在、世界の国内総生産（ＧＤＰ）に占めるアジアの比率は約25％。これが2030年代には40％に達するといわれ、世界経済のけん引役になるのがアジアだ。欧米など他の先進国に比べ、地理的優位に立つ日本は、アジアの高い成長を積極的に取り込む好機を迎えている。「アジア共同体」づくりの中で日本がイニシアチブを握れば、少子高齢化で内需が縮小するわが国のマイナスを十分補うことも可能になる。

〝金の卵を産む鶏〟ともたとえられるアジアにおいて、日本が主導権を握るには何をすべきか―。答えは「アジア・サプライチェーン」の早期構築だ。欧米諸国だけでなく、同じアジアの中でも中国や韓国の発言力が増す中で、日本に求められるのは存在感になる。イノベーションを軸に、「必要な国・日本」になることが先決だ。

20世紀の日本経済の繁栄は、完成品の輸出でもたらされた。自動車や家電製品がそれを象徴するが、21世紀を展望した場合、部品や素材、資本財といった非完成品が日本経済をけん引、自動車などの完成品とともに成長への両翼を担うことになる。

実際、部素材の対アジア輸出は強まっている。わが国の輸出に占める部素材や資本財の割合はおよそ7割。完成品の輸出を大きく上回っている。とくに日中韓の関係は年々強まり、日本が部素材や工作機械といった資本財を提供。次いで韓国が中間財に仕立て上げ、それを中国で組み立てるという日中韓サプライチェーンが強固になっている。昨年の東日本大震災で中国や韓国に影響が出たのは、このサプライチェーンが寸断されたことに起因。今や日中韓の分業体制が世界経済を支えている。

日本に求められるのはサプライチェーンをアジア全体に広げることだ。とくに「第3の新興国」と言われ、経済統合が進む東南アジア諸国連合（ＡＳＥＡＮ）への拡大が焦点になる。ＡＳＥＡＮにとっても必要な国になれば、わが国の外需内需化戦略は一気にスピードを増す。

海外が日本を必要とする理由はその技術力だ。省エネや新エネ、効率化など、まだまだ日本企業は世界をリードする。しかしイノベーションで中国や韓国に先行されれば、日本はすぐに取って代わられる。イノベーションで勝利し続けること。それこそが日本の存在感を高め、アジア・サプライチェーンの中核を担い、日本そのものの成長に帰結する。

産業界もその点を十分認識している。「日本には技術力がある。技術開発力こそが日本が生き残る唯一の道だ」（経団連の米倉弘昌会長）、「日本は科学技術立国として成長を実現すべきだ」（日本商工会議所の岡村正会頭）、「技術を成長へのドライバーにしていく」（経済同友会の長谷川閑史代表幹事）と、技術主導による成長に異議はない。後は産業界の意向を国がどこまで後押しできるかだ。

ＴＰＰなど経済連携協定の加速、法人実効税率の引き下げ、円高是正、電力危機の回避といった日本企業の〝六重苦〟を早期に解消し、産業界が自由に活動しやすい環境を整備することが政府には強く求められている。

近年、新興国を舞台としたグローバル競争は、産業界だけでなく国を巻き込んだ総力戦の様相を呈している。とくに鉄道や電力、水、スマートシティー（次世代環境都市）といったインフラの受注競争では、政府の役割が大きくなっている。また為替政策でも自国通貨安に誘導し、輸出競争力を高める動きが広がっている。経済成長に国がどうかかわるか―。21世紀型の政府のあり方も問われている。

経済成長を実現するには三つの構成要素が必要だ。労働投入量、投下資本量、そして技術革新だ。わが国の実情では、人口減少社会に突入し、労働投入量は縮小傾向をたどっている。国内投資も国・民間ともに抑制気味だ。

唯一期待できるのが技術革新。長年蓄積されたモノづくり技術で、新たな需要を創出する―。21世紀型の日本モデルは、技術立国づくりと同義である。

▲炭素繊維強化プラスチックなど日本企業の技術が導入された米ボーイングの最新中型旅客機「787」（手前）

地域冷暖房システムなど東京スカイツリーに採用された多くの省エネ設備は海外への売り込みも可能だ

つくろう！日本