

震災からの新生

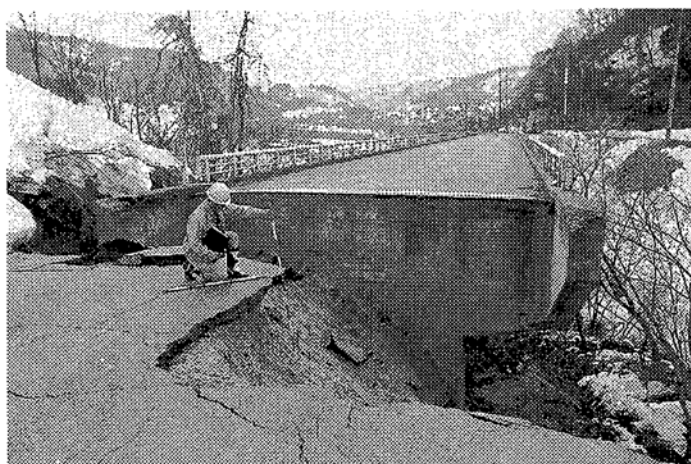
コンサルの貢献

4月1日付で仙台支店の技術部を技術第1部、2部に改編した。他社からは東日本大震災への素早い対応に驚嘆の声があがったが、西谷正司取締役専務執行役員国内事業本部長は「地域戦略上のもので、地震が起きる前からの既定路線だった」と種を明かす。国や地方自治体の復興の全体像や方向が見えないため、どのような体制を構築すべきかの悩みは他社と変わらな

い。
復旧・復興には複合的に取り組む必要がある。全国から各分野の技術者を集め、現地での復興対策のため支店に20人程度の別働部隊を6月中につくる予定で、人選はほぼ終わっている。「20人のうち半分程度が中核を担い常駐になるが、それ以外はプロジェクトに応じて増員する」

日本工営

- 4 -



長野県北部地震で被害を受けた境川橋の橋台盛り土崩壊を調査中

—— 現時点で関係薄い環境、情報も派遣

将来を見据え、できるだけ若手に経験させる方針だ。対象分野としては河川、道路、防災、地盤、下水道、交通

計画などがあるが、現時点では直接関係がない環境、情報分野の技術者も、復興段階では必要になることを見越し、送り込むことにしている。

ただ、今回は壊滅的な被害を受けているため5年、10年の長期的な取り組みになると判断、リーダーとなる技術者は固定して、プロジェクトの内容や受注量によって機動的に体制を変える方法を考えている。

現在は流域・防災部という名称で、防災は最も古い部門の一つだ。土砂災害などが起きると、全国から技術者が集まるシステムがすでに確立している。「技術を横串にして、各地域拠点を技術的にサポートしていくマトリックス経営ができあがっている。防災は、当社で最もブランドイメージがある」(西谷本部長)。

—— 復興のまちづくりはグループ企業総動員

関東では千葉県浦安市で、液状化がクローズアップされた。下水道のマンホールが道路上に浮き上がったが、同じ湾岸部でも東京ではこうした現象があまり見られなかった。同社と東京都は浮き上がり防止のマンホールを共同で開発、これが効果を発揮した。復興に向けたまちづくりの業務は、グループ全体で取り組む。土地区画整理事業の実績が豊富な玉野総合コンサルタント、耐震や地盤の技術を保有する日本シビックコンサルタントなどを活用する。2011年度はまちづくりの方向を示すマスタープランの策定にとどまり、具体的な業務は12年度以降の発注になると想定している。

東北の被害が大きかったため、西谷本部長は翌3月12日に起きた長野県北部地震が「エアープケットになっている」と指摘、あまり報道されないが土砂災害など被害は大きいという。ここでも復旧・復興に向けた業務を手掛けている。

防災は最大のブランドイメージ