

年頭所感



— 社会、地域のニーズに応えよう —

「シャネル」か「ドラフトワン」か

(社)日本技術士会理事 北海道支部長
技術士(応用理学/総合技術監理部門)

大島 紀 房

明けましておめでとうございます。昨年の全国大会/北海道は皆様のご協力により盛況のうちにとり行うことができました。誠に有難うございました。

テーマは社会貢献～技術士は何ができるか、何をすべきか～で、全国から参加の技術士による熱心な討論は記憶に新しいものがあります。

今年の大きな話題の一つに道州制があります。難しい論議は別にして、道州制の狙いは①生活の活性化②産業の活性化③雇用・教育の活性化にあります。その前提として地域あるいは住民のニーズがどう展開されるかに関与します。このニーズに関する話題を年末のニュースから拾ってみました。一つはアルコール党が勝利を勝ち取った話題。もう一つは女性が勝利を勝ち取った？話題です。

一つ目は、今ヒット商品の一つとなっている第3のビール。サッポロビールの「ドラフトワン」などアルコール党のために安い「第3のビールをどうぞ!!」として商品開発されたはずなのに、財務省は「低税率を利用した税金逃れ商品でけしからん!!」として今年度から増税を検討してきましたが、さすが消費者や商品開発努力を訴えるメーカーの反発を懸念し増税見送りが決まりました。アルコール党の勝利です。仕事が終わった後で飲む「甘味、辛味、苦味、旨み……」がブレンドされた酒は、まさに生きがいの一つとする方も多いでしょう。06年以降に酒税は再編されるとのことですが「財務省よ、庶民の声をよく聞いて歯切れの良い回答を!!」

二つ目は、12月4日、東京・銀座に「シャネル銀座ビル」がオープン。銀座中央通りは高級ブランド

店が集中。ルイ・ヴィトン、カルティエが立ち並ぶ3丁目に、若き女性、奥様方のニーズに応じてとのこと。ブランドイメージの向上で集客力はグリーンと伸びている。女性、奥様方などの勝利？

一方、30歳以上のサラリーマンのニーズに応じて「男の隠れ家」がヤマハから発売された。自宅タバコ一本吸うにも家族の顔を伺いながら肩身の狭い妻子持ちの世帯への新商品。リフォームなしで1.5畳の防音ルームが2時間で、代金は50万円から。タバコ、ゲーム、映画が思う存分に……。こちらは何かむなし。

この二つの喩えは何か中央と地方に似ている。もちろんシャネルが中央(東京)、「男の隠れ家」は地方。月に一度は東京に出張するが、あの中心街の華やかさを見ていると日本の経済が低迷しているなんて、まるで嘘のよう。世界中から人が、企業が集まり商談が成立する。まるでシャネル。「男の隠れ家」はどうだろうか。社会を支えるはずの自分の主張がなかなか汲み取られない。地域、住民からの発想を政府が、省庁がなかなか理解を示さないように。

でも食料自給率が1%程度、首都直下型地震で死者数が1万2千人とも言われる首都圏、喜んでばかりはいられないはず。「ドラフトワン」が勝ち取ったように、全国大会で掲げた「社会貢献」、例えば地域資源を生かした地方振興への係り、多発する自然災害に強い地域づくりへの係りなど、地域に密着し、地域のニーズに応える私たち技術士の小さな活動が、ゆく々は道州制を成功させ、日本を支えていくことになるのではないだろうか。