

## 6-6 市場原理が働かない！1社独占工法回避へ向けた挑戦

### 1. 立場と仕事

建設会社に入社してすぐに現場に配属された。現場での経験から設計能力の必要性を感じたため、自ら希望して設計部門に配属してもらった。その後、入社15年目に営業部門に異動となり、入札を担当した主要幹線道路の建設工事を受注した。ところが、この案件については入札に当たっての経緯があり、この工事の現場代理人として配属されることとなった（当時40代半ば）。

### 2. 遭遇した事態

工事費の大部分を占めている工種において、特許の都合上、特定の会社（1社のみ）にしか施工できない工法（A工法）が特記仕様書に規定されていた。特記仕様書に記載された工法で施工すると市場原理が働かなくなり、特許をもつ会社の言い値で契約することとなって利益を圧迫することは容易に想定できた。また、設計部にいた経験から、代替案となる工法が存在することも知っていた。

そこで、入札段階に質問書を提出し、受注後に工法変更ができることを確認した。受注後は、工法変更を成功させることが利益を確保する上での必須条件であったため、入札時の経緯を理解している自らが現場代理人として配属されることとなった。

### 3. 対応内容とその結果

A工法を有する会社から営業攻勢を受け、かつ発注者が工法変更及び腰になっている中で、発注者の立場に配慮し、1社独占工法を選定した経緯を否定することなく変更の妥当性を保つことができる設計変更ロジックをどのように構築するかが最大の課題であった。

特記仕様書には、工法名とともに要求性能も記載されていた。これを使わない手はないと考え、要求性能を遵守しつつ、より安価な代替工法をVE提案として提示した。代替案の試験施工を実施して、代替案が指定されている工法と同等の能力を有していることを理解してもらうことで承諾を得た。

過去の経験から学んだ、契約業務における特記仕様書や入札質問書の位置づけをよく理解すること、発注者と情報を共有して発注者が承諾しやすいロジックを構築することが設計変更の近道になるという教訓が生かされた。

社内の部署、発注者に対して率先して働きかけ、様々な部署を経験することにより得た知識から体系的にマネジメントすることで、本工事で定めた目標を達成することができた。