

## 巻頭言

### カスタマーズ・カスタマー (Customer's Customer)

(特非) シビルNPO連携プラットフォーム 常務理事  
有岡 正樹



シビルNPO法人として本CNCP他、個別の法人にも3つほどにも関わっている。地方自治体の支援を一つのキーワードにしているが、社会貢献を旗印にNPOとして「お客さん」である自治体に「何か役に立てることを」というサービスを提供するのは、その自治体の「お客さん」である地域住民が「真のお客さん」、すなわち「カスタマーズ・カスタマー＝顧客の顧客が真の顧客」という概念が前提となっている。

そんな考え方を、マンションの杭打ち工事で考えてみよう。そのステークホルダーの関係は、  
杭打ち業者 ⇔ (Paper Co.) ⇔ 【元請】 ⇔ 不動産会社 ⇔ 【購入住居者】

となっており、隣るもの同士が契約で結ばれている。そして請負契約の場合、建前は対等であっても、書類的にも甲と乙となっているように実質的には、上図の右側の組織が左側の組織にとっての顧客となる。上記の概念をこれに適用してみると、真中の元請けにとっての契約上の顧客は不動産会社であるが、「真のお客さん」はそのマンションを買って安心して日常生活が送れる住居者である。そのためにも元請けとしては杭の支持層が想定より深かったことを、不動産会社にとっての顧客のために、進言をして設計を変更すべきなのである。またその事実直面した杭打ち業者は、支持力が不足することをもちろん直接の契約者である元請けに報告するが、工期が遅れていて“聞かなかったとしておく”などといわれたら、最後には住民から訴訟されて矢面に立つ不動産会社に相談を、という流れというか誠実さが必要と思うのである。

さて、もとに戻ってシビルNPOでの活動において、自治体インフラメンテ事業化研究会でいろいろ議論をしているが、モデル自治体を選んで具体的な展開を模索しようということになった。それにはまず自治体担当者と意見交換をして課題を探そうとの意見が出たが、世古委員から“すぐそうしてまずお客の自治体となる。土木屋のDNA?”と諭された。先に自治体と話をしてしまうと、それ以降は住民との協議の中で自治体の代弁者となってしまおうというのである。さりとして顧客の顧客である住民にいきなりというの、住民が行政に入りこんでいくのを後押しするようで公平ではない。最初から行政、住民、商工会議、さらには技術的専門家など、いわゆるステークホルダーがワークショップに参加し、合意を求めて協議のスタートラインに立つことが前提で、そのコーディネータの役割を果たすのがNPOの役割のようだ。カスタマーズ・カスタマーという概念はそう単純ではないが、最近勉強している「社会関係資本」としてのソーシャル・キャピタルとも通じるところがあり、その思いを活動に供したい。