

CNCP は建設界を変えられるか



(特非) シビル NPO 連携プラットフォーム 理事

NPO 法人州都広島を実現する会 事務局長

野村 吉春

■ 建設界のいま・未来

建設界は昨今の首都圏への巨大投資で「空前の建設バブル」に沸いている。一方、地方圏での建設投資は長期低迷という、国土の二極化が進行するなか、建設界はこの先 5 年・10 年後を見通した戦略を見出せていません。絶好調と言われながら、「未だに国民や市民から十分な理解を得られていない」という不安材料を抱えています。これは、つまり「顧客から評価されない業界に未来はない」という、至極真っ当な原理・原則に他なりません。

だからこそ、土木学会は JSCE2015 に「土木学会の顧客は市民である」と定義し、我々 CNCP は「土木と市民社会をつなぐ」を旗印に掲げるに至ったと言えます。

■ 建設界は変わるのか？

さて、表題の「CNCP は建設界を変えられるか」について、私は「変えたいと思えば変えられる」と至ってシンプルに捉えています。一方で「その気が無ければ変わらない。」これもまた真実でしょう。おそらく建設界の多くは後者。例え不満があっても、「変えるには 10 年かかる」「いや 10 年でも無理だ」という慎重論が多いと思います。

私は、建設界のそんな空気は認めつつも、10 人に 1 人くらいは「それではマズイだろう！」といった賛同者を得たい。それに、JSCE2015 にしろ、CNCP の旗印も、突き詰めると「建設界が変わること」に帰着する。つまり、建設界が何も変わらないなら「我々の努力がお遊びに終わる？」…これは言い過ぎでしょうか？

■ 現代という時代認識

建設界の外にある市場経済を見たとき、「今や全ての産業界が転換期にあり、この 10 年で世界の市場勢力図がまるで変わった。」日本だって例外ではありません。

そんな中で最近の広島経済で最大の話題は、「マツダとトヨタの提携。」その調印式で豊田章男の語った「海図なき時代」という表現に「現代という時代認識」の全てが凝縮されています。

右の経済誌、「トヨタ／生存の条件」によれば、世界に冠たる 30 兆円企業が生存をかけて挑戦するものとは、（途中の説明を省きますが）「現状に満足しては日本経済が危ない」という危機感です。

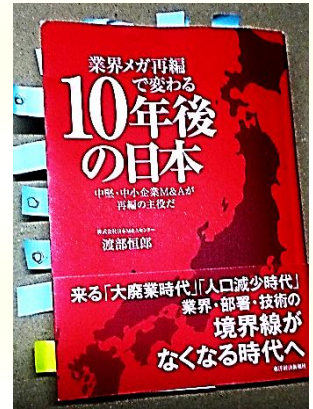


もう一誌の「ゼネコン／絶頂の裏側」によれば、建設バブルの先は不透明と報じています。ハッキリ言って建設界は茹でガエル。「旧態依然とした巨大な産業界はヤバイ」というのが私の見立てです。

■ CNCP に求める時間軸

先ほど、「CNCP は建設界を変えられる」と述べたが、CNCP の頂上作戦には複数の登頂ルートがあってよい。思いっきり楽しく競えばよい。優位性は、CNCP の限られた資源（知力+財力+組織力）に基づく「費用対効果」と「スピード」の選択で決まりますよ。

右の「10年後の日本」を描く渡辺恒郎は、全業界の変化を分析する中で、実は「10年後すら誰も予測できない」と述べており、豊田章男が目指すのは3年、長くて5年である。近年注目の佐藤優は、「時間軸のない経済論には意味がない」と述べています。



つまり、CNCP においても 10 年も要するような悠長な計画では全くダメな訳で、初めは「出来ることからやる」でスタートしつつも、後述する第 4 次産業革命の「従来の直線関数（1・2・3）から乗数関数（1・3・9）へ」に乗せてゆく戦略が不可欠と言えましょう。

■ CNCP は第四次産業革命の担い手

右の写真は私の愛車 CX-5 とマツコネ、つまり「MAZDA CONNECT」。これは、車社会を通じて「多様なつながり」を実現するシステム。来るべき未来を予見させます。



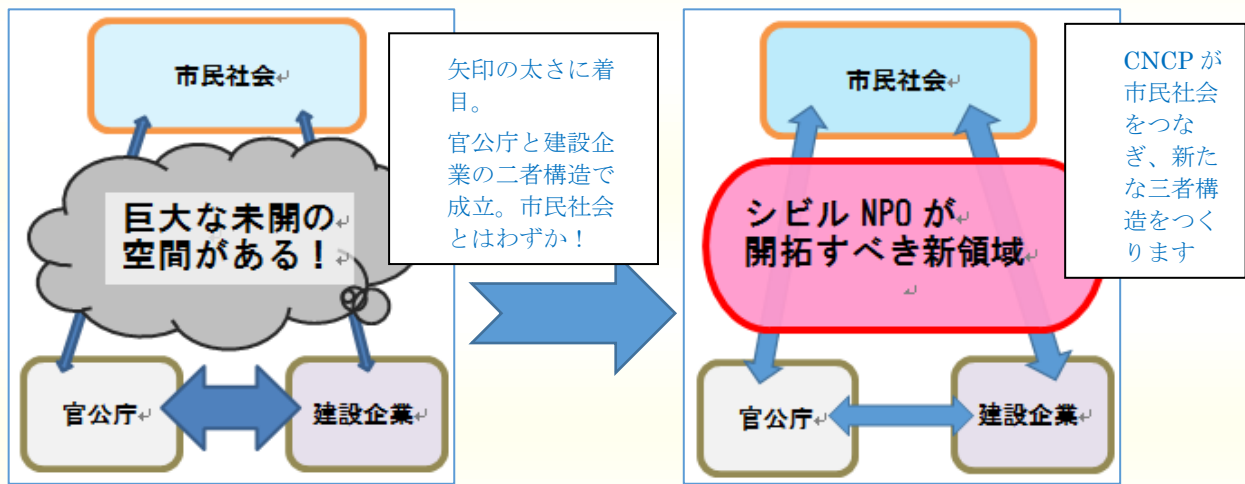
今世紀の第 4 次産業革命は、「コネクティッド・インダストリーズ」とも呼ばれ、通常は IoT とか AI の進化を言うが、これは単なる道具に過ぎません。いま世界を席卷しているのはアマゾンやグーグルに代表される「プラットフォーム型企业」であり、彼らの実に「幅広い顧客連携」の上に事業が成立している点に着目して下さい。

つまり、CNCP が「土木と市民社会をつなぐ」を実現すれば、CNCP こそは我国の「建設界を新たな領域にリードできる可能性」を秘めている・・・この優位性について我々はシッカリ深耕すべきだと思います。

■ 巨大な新領域

構造的に説明しましょう。下図に示すような建設界の現状「官公庁＋建設企業≫市民社会」という、半世紀も変わらぬ「ガラパゴス型の市場構造」の中で、「建設業と市民社会との空間」には、実は未だ手つかずの「ニッチと呼ぶようなケチな空間ではなく、そこにはシビル NPO が開拓すべき巨大な新領域がある」と見立てています。





建設市場のイメージ図 (現状)

→ 建設市場のイメージ図 (未来)

■ プラットフォーム機能の発揮へ

前掲の「10年後の日本」の副題にある通り、「今やあらゆる産業界の境界線が無くなってゆく」、そんな「海図なき時代」には、過去の延長線上に果実を得ることは困難。そんな時代にあっては、如何なる産業においても、改めて自らの顧客を再定義し、顧客に応じた最適なプラットフォームの提供を定める必要があります。

こうした時代にあって、我々CNCP、つまり「シビル NPO 連携プラットフォーム」は、実に素晴らしい立ち位置を占めています。(まさに名前が体を表しているではありませんか！)

下図は、CNCP の顧客を再定義し矢印で示したもので、CNCP が「建設系セクター」と「市民社会」をつなぐ役割を示しています。これらのあらゆる関係情報を「データベース」に蓄積し、最適な情報提供を通じて、この仕組みを「CNCP の核心的な財産」とします。

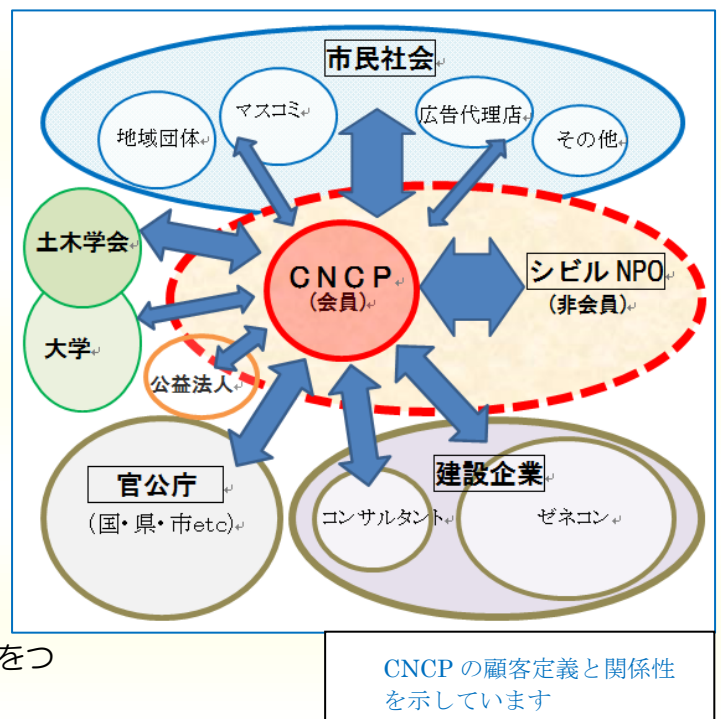
よって、CNCP は「土木と市民社会をつなぐプラットフォーム機能」を担い、サービス・プロバイダーの役割を発揮したい。

ともあれ、まずは(右図の赤線枠に示す)我々の仲間たちが、何処で、何しているのかという「シビル NPO の活動実態調査」から、優先的に着手したいと思います。

■ 建設界の「三方良し」を目指そう

建設界における従来の「官公庁+建設企業」という二極構造に加えて、シビル NPO が「市民社会」をつなぐ「第三極の役割」を果たします。

よって、「①市民利益+②建設界の評価+③シビル NPO の核心的な収益」という「三方良し」を目指すことで、社会に「新たな価値」を提供したい。



CNCP の顧客定義と関係性を示しています

(注記) これらは、あくまで私案の提供であって、CNCP 各位の選択と検討によって実施されます。