

巻頭言

建設系 NPO 法人の立ち位置を考える

(特非) シビルNPO連携プラットフォーム 常務理事
(特非) シビルサポートネットワーク代表理事 辻田 満



NPO 法が施行されて既に 18 年が経過し、約 5 万法人が誕生してきている。その中で果たして建設系 NPO は今の時代の要請や変化に多少なりともキャッチアップできているのであろうか？ NPO 関係者の高い使命感と熱意に対しては敬意を表するものであるが、18 年の歩みの中で建設系 NPO の社会的地位は確立されているとは言い難い。その原因は何処にあるのか建設系 NPO の立ち位置を改めて問い直す必要があると考える。

建設系 NPO は今後の建設シニア層の活躍の場をサポートし、その問題解決について、ゼネコンや建設コンサルタントとも認識共有できれば、非常に大きな社会貢献が可能となる舞台がある。しかしながら現実には、建設系 NPO の存在は、ゼネコンや建設コンサルタントにおいて、未だ認知度が低く、全国の数百団体に及ぶ建設系 NPO の現況すら明らかではない。高いミッションを自覚しているのに、外部からの期待や注目度が小さい原因はどこにあるのだろうか？ 各々が如何に優れた社会貢献を自慢できても、事業性が弱体なままで、ボランティア活動止まりでは、外部からの関心が遠のくのも当然であろう。

そこで、建設系 NPO がゼネコンや建設コンサルタント同じ土俵への事業参入を考えても、彼らと互角に競争できる環境にはない。これは新たなサードセクターに自立するための動機と考えればよい。建設系 NPO が真に強みを発揮するには、軸足を市民や地域の利益に置くことで、彼らを味方につけること。事業を成立させるには、サードセクターとしての信用力を背景に、既存のゼネコンや建設コンサルタントとは一線を画する、「独自の NPO 市場」を確立しなければ、市民や地域からも、我々の存在価値を認められることは困難であろう。

建設系 NPO が事業を組み立てるに当たって、重要な 3 つの要素の認識が必要となる。一つは「資金提供者」であり、建設系 NPO が事業を行うには必要不可欠な存在である。二つ目は「クライアント」である。ここでの「クライアント」とは事業活動において、その活動の問題意識を作り上げ、事業を依頼する主要な人・団体を指すものである。ここで重要なのは、金銭的な関係が必ずしも伴わないことである。つまりこのクライアントとは、常に何らかの成果物を要求する存在ではなく、純粋に事業活動の始発点と考える。そして三つ目に「最終的なサービスの受益者」である。建設系 NPO はそもそも「資金提供者」の下請けではなく、あくまでも「最終的なサービスの受益者」は成果物の終着点として市民のことを指していなければならない。今後、建設系 NPO が事業を行うにあたって、この重要な 3 つの要素を明確にすることで、自らの立ち位置を鮮明に打ち出す努力が必要であろう。