

企業 ZOOM UP

第70回

ニーズ・コーポレーション

—品質を変えずにコスト改善

不動産オーナーにとって、不動産の経年劣化は避けては通れない課題である。そのため、所有物件の建て替えや修繕は必要不可欠で、それは手間とコストが掛かる大仕事となる。なかでも一番重要なのが工事会社の選定だ。

ニーズ・コーポレーションは、そんな不動産オーナーの大仕事を、コンストラクション・コスト・マネジメント（以下・CCM）を導入して手助けをする企業だ。

従来の業者の選定のやり方は、古くから付き合いのある建築会社に工事を依頼するのがほとんどだった。しかし、このようなやり方ではコストが割高になるケースが多いという。「元請となる建築会社が下請協力会に所属する下請業者に依頼する流れとなるが、その流れは競争環境となっていないため、無駄なコストが発生し、割高となる可能性が高い。それが建築費に跳ね返ってくるのです」と代表の芹澤氏は語る。

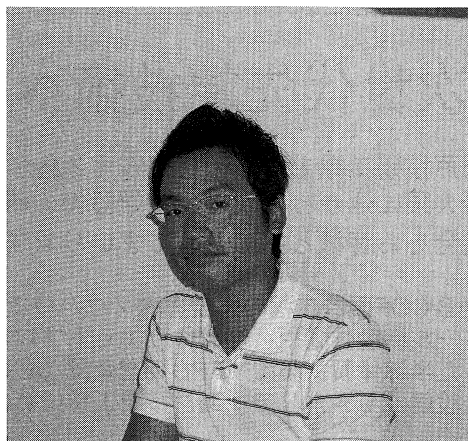
当社のCCMは、全国から登録されている約1万6000社の業者、それ以外にも新聞やFAX、ネットなどから広く見積もり参加を公募する。

当然、参加業者にしっかりと工事内容、趣旨等を周知徹底し、的確な見積もりを出してもらうために、発注説明会などを開催し、施工内容の詳細を理解してもらう。その上で提出された見積書は、発注者立会いのもとに開封され、実績や能力、得意分野などを調査し、最終的に必要な業者を選定する。

最終的な業者の選定という段階に入ると、当社の『ビルオーナーでもある』という一面が役に立つ。つまり、依頼者の立場に立った選定が出来るのだ。

「多くの業者の見積もりを比較することで、その施工内容の本当の適正価格が算出され、コス

「CCMの普及で日本を元気にしたい」と語る芹澤社長



トダウンだけではなく、品質向上のうえでも重要な意味を持ちます」と、芹澤代表が言うように、依頼者へのメリットはもちろん、見積もり参加した施工業者にとっても、競合業者の工夫などを目の当たりにし、従来取引のない業者と出会えるなど、メリットは多くあるそうだ。

このような過程を経てCCMを導入すると、当初の見積額よりも20～40%の削減となるケースがほとんどだ。その削減率には驚きを隠せないが、当社が売りにしている点は、コスト削減だけではなく、高品質の工事の提供である。

東日本大震災後、耐震意識が高まったこともあり、不動産の修繕・改修の動きは、ますます増加しているという。当社へのCCMの依頼も、その評判も加わって口コミを中心に増加傾向にある。

米国をはじめ、既に海外では常識となっているCCM。日本においても、これまでの国内建設業界の「常識」を打ち破り、CCMを利用することが常識となる日もそう遠くないかもしれない。

（取材・文／東京支社情報部 藤本 直弘）

会社概要

(株) ニーズ・コーポレーション
 企業コード：140025885
 東京都中央区日本橋小伝馬町16-7
 電話03-6661-0730
 芹澤豊宏社長
 設立：1999年4月、資本金：2500万円
 事業内容：不動産コンサルティング業・不動産管理業
 年売上高：約3億円（2011年3月期）
 従業員：4名
<http://projectmanagers.jp/>