

平成13年度
品質保証・リフォーム等新分野・新市場進出に関するアンケート調査
報告書

平成14年3月

建設産業専門団体協議会

目 次

序 調査概要

1. 調査目的	1
2. 調査対象及び回答数	1
3. 調査実施時期	1
4. 調査内容	1
5. 建専協会員団体の業種分類	3
6. 本報告書の見方	4

第1部 企業編

1. 回答企業の属性

(1) 資本金	5
(2) 売上高	6
(3) 業種	6
(4) 従業員数	7
(5) 階層	7

2. 経営状況

(1) 現在の経営状況について(問2)	8
(2) 経営状況の先行きの見通しについて(問3)	16
(3) 当面の経営上の課題について(問4)	17

3. 新市場開拓

(1) 新市場開拓の関心について(問5)	19
(2) 新市場開拓に関する取り組みについて(問6)	21
(3) 進出または検討している新市場分野について(問7)	22
(4) 新市場開拓のための取り組みについて(問8)	24
(5) 新市場開拓に係る経営者の判断基準について(問9)	26
(6) 新市場開拓のための社内等の組織体制について(問10)	28
(7) 新市場開拓のための他の企業・機関との連携について(問11)	31
(8) 連携分野と連携業種について(問12)	32
(9) 新市場開拓のための従業員の能力について(問13)	40
(10) 新市場開拓のための新たな資格の必要性について(問14)	42
(11) 新市場開拓のための従業員の教育訓練方法について(問15)	45
(12) 新市場開拓のための公的支援制度の活用について(問16)	47
(13) 新市場開拓の課題について(問17)	51

4. 建築リフォーム・設備リニューアル

(1) 建築リフォーム・設備リニューアル工事の対象建物について(問18)	54
(2) 建築リフォーム・設備リニューアル工事の総完工高に占める比率について(問19)	55
(3) 建築リフォーム・設備リニューアル工事の主な内容について(問20)	57

(4) 建築リフォーム・設備リニューアル工事の主な受注先について (問 21)	59
(5) 民間の建築リフォーム・設備リニューアル工事の受注方法について (問 22)	63
5. 品質保証	
(1) 「住宅品確法」施行による工事施工面への影響について (問 23)	65
(2) 責任施工体制の具体的な取り組みについて (問 24)	66
(3) 品質保証を行う上で関連する他の業種について (問 25)	67
(4) 責任施工体制の強化の必要性について (問 26)	70
(5) 責任施工体制の強化項目について (問 27)	71
6. 瑕疵保証	
(1) 瑕疵に対する修繕等の費用負担について (問 28)	73
(2) 瑕疵担保責任の課題について (問 29)	75
(3) 瑕疵担保責任の重要性について (問 30)	76
(4) 瑕疵保証保険の必要性について (問 31)	77
(5) 瑕疵保証保険の対象範囲について (問 32)	78

第2部 団体編

1. 新市場開拓

(1) 新市場開拓に関する取り組みについて (問 1)	79
(2) 進出・検討している新市場分野について (問 2)	80
(3) 新市場開拓に向けた具体的な取り組みについて (問 3)	82
(4) 団体の取り組み体制について (問 4)	84
(5) 団体による他の企業・機関等との連携について (問 5)	86
(6) 連携相手と連携理由について (問 6)	87
(7) 新市場開拓における新たな資格の必要性について (問 7)	89
(8) 団体における教育訓練について (問 8)	90
(9) 公的支援制度の活用について (問 9)	91
(10) 新市場開拓の課題について (問 11)	92

2. 品質保証

(1) 責任施工体制の具体的な取り組みについて (問 12)	93
(2) 責任施工体制の強化の必要性について (問 13)	95
(3) 責任施工体制の強化に係る支援策について (問 14)	96
(4) 品質保証を行う上で関連する他の業種について (問 15)	98

3. 瑕疵保証

(1) 瑕疵担保責任に関する取り組み状況について (問 16)	100
(2) 瑕疵担保責任に関する課題について (問 17)	102
(3) 瑕疵保証保険の必要性について (問 18)	103
(4) 瑕疵保証保険の対象範囲について (問 19)	104

序 調査概要

1. 調査目的

本調査は、建専協会員団体及び会員企業を対象としたアンケート調査を実施し、新市場開拓への意向、リフォーム・リニューアル工事の実態、品質保証・瑕疵保証の取り組みの実態等を把握することを目的として実施したものである。

2. 調査対象及び回答数

<企業編>

対象：建専協会員団体の会員企業 873 社

回答： " 602 社（回答率 約 69%）

<団体編>

対象：建専協会員団体 44 団体

回答： " 40 団体（回答率 約 91%）

3. 調査実施時期

平成 14 年 2 月中旬から平成 14 年 3 月上旬まで

4. 調査内容

【企業編】

(1) 回答企業の属性

資本金

売上高

業種

従業員数

階層

(2) 経営状況

売上高、経常利益、有利子負債、受注単価の増減状況

経営状況の先行きの見通し

当面の経営上の課題

(3) 新市場開拓

新市場開拓に関する関心度

取り組みの状況

進出または検討している新市場分野と事業内容

必要と思われる取り組み内容

経営者の判断基準

社内等の組織体制

連携の必要性

連携分野と具体的な連携業種

従業員の能力

必要とする資格

- 従業員（技術者・技能者）の教育訓練方法
- 公的支援制度の活用状況と制度内容
- 新市場開拓の課題
- (4) 建築リフォーム・設備リニューアル
 - 工事の対象建物
 - 完工高比率
 - 工事の内容
 - 工事の主な受注先と将来の意向
 - 工事の受注方法
- (5) 品質保証
 - 品確法の工事施工面への影響
 - 責任施工体制の具体的な取り組み
 - 品質保証上の関連業種
 - 責任施工体制強化の必要性
 - 責任施工体制強化の項目
- (6) 瑕疵保証
 - 瑕疵に対する修繕等の費用負担の方法
 - 瑕疵担保責任の課題
 - 瑕疵担保責任の重要性
 - 瑕疵保証保険の必要性と保険の対象範囲

【団体編】

- (1) 新市場開拓
 - 取り組みの状況
 - 進出または検討している新市場分野と事業内容
 - 必要と考える取り組み内容
 - 団体の体制
 - 連携の必要性
 - 連携分野、連携業種、連携内容、連携理由
 - 必要とする資格
 - 技術者・技能者の教育訓練方法
 - 公的支援制度の活用状況と制度内容
 - 新市場開拓の課題
- (2) 品質保証
 - 責任施工体制の具体的な取り組み
 - 責任施工体制強化の必要性
 - 会員企業に対する能力向上の支援策
 - 品質保証上の関連業種
- (3) 瑕疵保証
 - 瑕疵担保責任に対する取り組み状況
 - 瑕疵担保責任の課題
 - 瑕疵保証保険の必要性と保険の対象範囲

5. 建専協会員団体の業種分類

本調査では、建専協会員団体を以下の表に示す業種で分類した。

また、企業編では、回答企業の業種は、回答企業が会員となっている団体の業種で分類した。

建専協会員団体の業種分類

業種（大分類）	業種（小分類）	団 体 名	
専門工事業（躯体等）	躯体一式	社団法人 日本建設躯体工事業団体連合会	日本躯体
	大工	社団法人 日本建設大工工事業協会	日建大協
	造園	社団法人 日本造園組合連合会	造園連
	圧接	全国圧接業協同組合連合会	全圧連
	鉄筋	社団法人 全国鉄筋工事業協会	全鉄筋
	鉄骨	社団法人 鉄骨建設業協会	鉄建協
	躯体一式	社団法人 全国建設専門工事業団体連合会	建団連
	造園	社団法人 日本造園建設業協会	日造協
	とび・土工	社団法人 日本鳶工業連合会	日鳶連
	機械土工	社団法人 日本機械土工協会	日機協
	基礎	全国基礎工業協同組合連合会	全基連
	基礎	社団法人 日本基礎建設協会	基礎協
	コンクリート圧送	社団法人 全国コンクリート圧送事業団体連合会	全圧連
	クレーン	社団法人 全国クレーン建設業協会	全ク協
	鋼構造物	社団法人 全国鋼構工業協会	全構協
コンクリートカッター	全国コンクリートカッター工事業協同組合	A J C C	
専門工事業（仕上）	塗装	全国マスチック事業協同組合連合会	マスチック協連
	道路標識	社団法人 全国道路標識・標示業協会	全標協
	屋根	社団法人 全日本瓦工事業連盟	全瓦連
	内装仕上	社団法人 全国建設室内工事業協会	全室協
	タイル等	社団法人 全国タイル業協会	全タ協
	戸建一式	社団法人 全国中小建築工事業団体連合会	全建連
	防水	社団法人 全国防水工事業協会	全防協
	カーテンウォール	社団法人 カーテンウォール・防火開口部協会	カーテンウォール
	内装仕上	日本建設インテリア事業協同組合連合会	ジェイシフ
	板金	社団法人 日本建築板金協会	日板協
	左官	社団法人 日本左官業組合連合会	日左連
	タイル等	社団法人 日本タイル煉瓦工事工業会	日タ煉
	塗装	社団法人 日本塗装工業会	日塗装
	外壁仕上	日本外壁仕上業協同組合連合会	N G S
	ウレタン断熱	日本ウレタン断熱協会	ウレ断協
	内装仕上	日本室内装飾事業協同組合連合会	日装連
	シャッター・ドア	社団法人 日本シャッター・ドア協会	J S D A
設備工事業	計装	社団法人 日本計装工業会	日計装
	消防施設	消防施設工事協会	消施工協
	管	全国管工事業協同組合連合会	全管連
	空調衛生	社団法人 日本空調衛生工事業協会	日本空衛協
	電気	社団法人 日本電設工業協会	電設協
特殊工事業	橋梁	社団法人 日本橋梁建設協会	橋建協
	P C	社団法人 プレスト・コンクリート建設業協会	P C 建協
建設関連業	建設コンサルタント	社団法人 建設コンサルタント協会	建コン協
	機械器具	社団法人 全国建設機械器具リース業協会	全建リース協
	測量	社団法人 全国測量設計業協会連合会	全測連
	地質	社団法人 全国地質調査業協会連合会	全地連

6. 本報告書の見方

(1) n 値について

グラフ中の「n 値」は、回答者の母数を示す。

(2) SA、MA、FA について

設問文や図表タイトル中の「SA」は、選択肢より 1 つだけ回答する設問を示す。

また、「MA」は、選択肢よりあてはまるもの全てを回答する設問を示す。ただし、企業編の問 9、問 20 及び問 22 は、あてはまるものを最大 3 つまで回答する設問である。

さらに、「FA」は、自由記述の設問を示す。

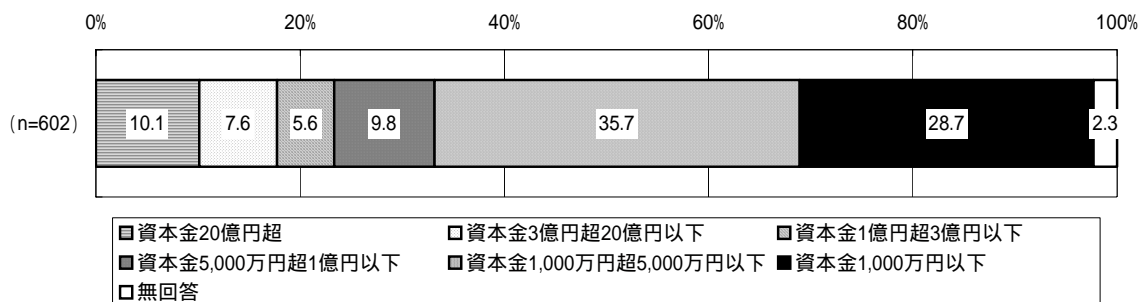
第1部 企業編

1. 回答企業の属性

(1) 資本金

回答企業の資本金は、資本金 1,000 万円超 5,000 万円以下 (35.7%) が最も多く、次いで、1,000 万円以下 (28.7%)、20 億円以上 (10.1%) であり、資本金 3 億円以下の中小零細企業が占める割合は、全体の約 8 割である。

図表 1.1.1 回答企業の資本金階層



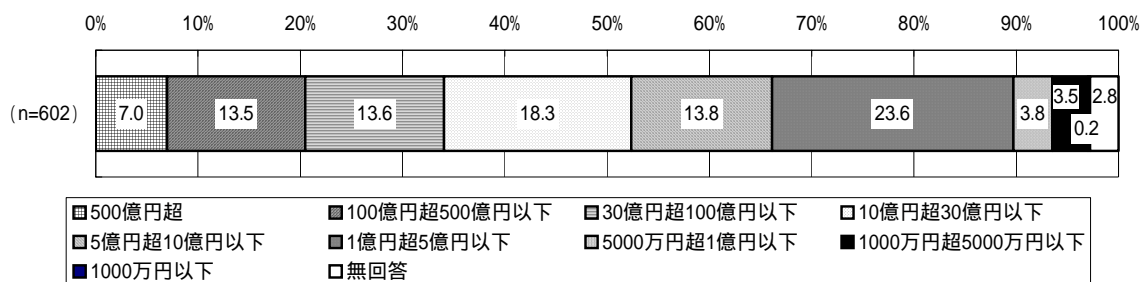
図表 1.1.2 回答企業の資本金階層

資本金額	サンプル数	%
資本金 20 億円超	61	10.1
資本金 3 億円超 20 億円以下	46	7.6
資本金 1 億円超 3 億円以下	34	5.6
資本金 5,000 万円超 1 億円以下	59	9.8
資本金 1,000 万円超 5,000 万円以下	215	35.7
資本金 1,000 万円以下	173	28.7
無回答	14	2.3
合計	602	100.0

(2) 売上高

回答企業の売上高は、1億円超5億円以下(23.6%)が最も多く、次いで10億円超30億円以下(18.3%)、5億円超10億円以下(13.8%)であり、1億円超30億円以下の企業が、過半数を占めた。

図表 1.1.3 回答企業の売上高



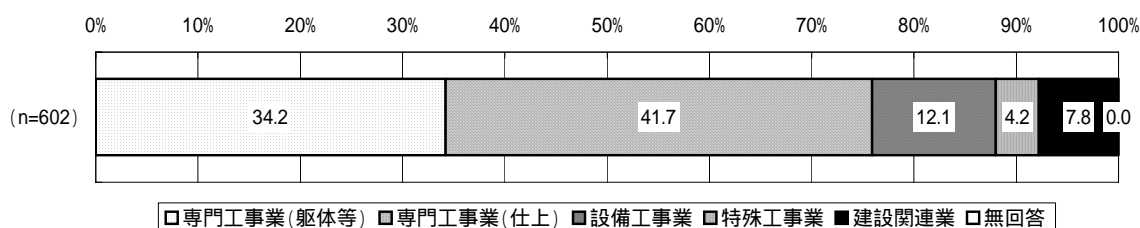
図表 1.1.4 回答企業の売上高

売上高	サンプル数	%
500億円超	42	7.0
100億円超500億円以下	81	13.5
30億円超100億円以下	82	13.6
10億円超30億円以下	110	18.3
5億円超10億円以下	83	13.8
1億円超5億円以下	142	23.6
5000万円超1億円以下	23	3.8
1000万円超5000万円以下	21	3.5
1000万円以下	1	0.2
無回答	17	2.8
合計	602	100.0

(3) 業種

回答企業の業種は、専門工事業(仕上)(41.7%)が最も多く、次いで、専門工事業(躯体等)(34.2%)、設備工事業(12.1%)、建設関連業(7.8%)、特殊工事業(4.2%)となった。

図表 1.1.5 回答企業の業種



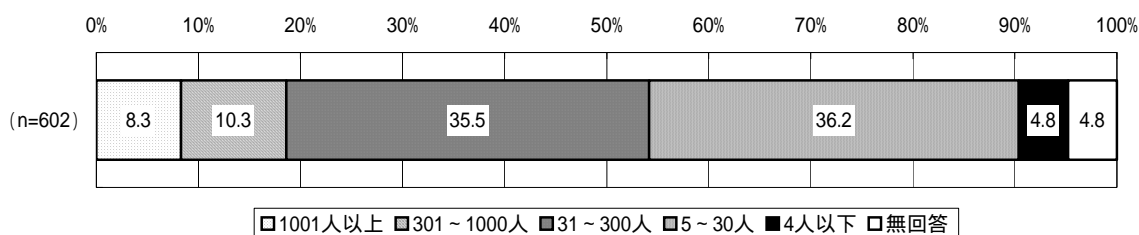
図表 1.1.6 回答企業の業種

業種(大分類)	サンプル数	%
専門工事業(躯体等)	206	34.2
専門工事業(仕上)	251	41.7
設備工事業	73	12.1
特殊工事業	25	4.2
建設関連業	47	7.8
無回答	0	0.0
合計	602	100.0

(4) 従業員数

回答企業の従業員数は、5～30人（36.2%）が最も多く、次いで、31～300人（35.5%）、301～1000人（10.3%）であり、従業員300人以下の中小零細企業が占める割合は、全体の約8割である。

図表 1.1.7 回答企業の従業員数



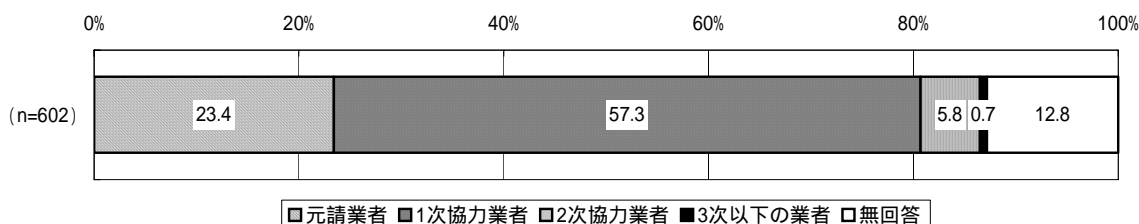
図表 1.1.8 回答企業の従業員数

従業員数	サンプル数	%
1001人以上	50	8.3
301～1000人	62	10.3
31～300人	214	35.5
5～30人	218	36.2
4人以下	29	4.8
無回答	29	4.8
合計	602	100.0

(5) 階層

回答企業の階層は、1次協力業者（57.3%）が最も多く、次いで、元請業者（23.4%）であり、元請業者は主に設備工事業、特殊工事業、建設関連業の業者である。

図表 1.1.9 回答企業の階層



図表 1.1.10 回答企業の階層

階層	サンプル数	%
元請業者	141	23.4
1次協力業者	345	57.3
2次協力業者	35	5.8
3次以下の業者	4	0.7
無回答	77	12.8
合計	602	100.0

2. 経営状況

(1) 現在の経営状況について（問2）

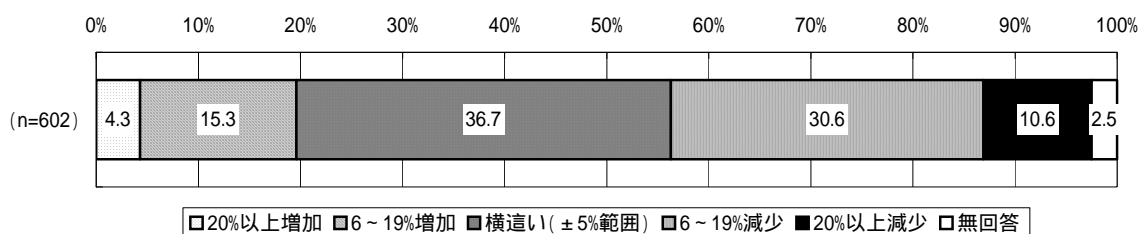
現在の経営状況についてお伺いします。以下の ~ の項目について、直近の決算の値と、その前年の決算のものとの比較して、どの程度増減していますか。（SA）

売上高

売上高の直近の決算値の対前年比は、「横這い」（36.7%）が最も多かった。しかしながら、「6～19%減少」、「20%以上減少」を回答した業者の合計は41.2%となり、「6～19%増加」、「20%以上増加」の合計は19.6%にとどまった。

業者は、近年における公共投資の削減や民間設備投資の抑制等の影響により、厳しい経営状況にあることが伺える。

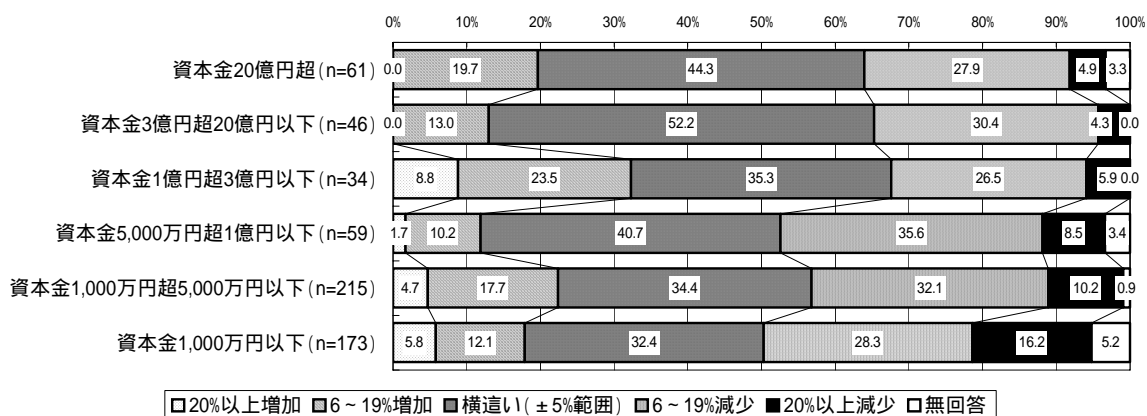
図表 1.2.1 現在の経営状況-売上高/全体（SA）



これを資本金別に見ると、「6～19%減少」、「20%以上減少」を回答した業者は、資本金が少ない業者ほど、回答者が多くなる傾向にあった。

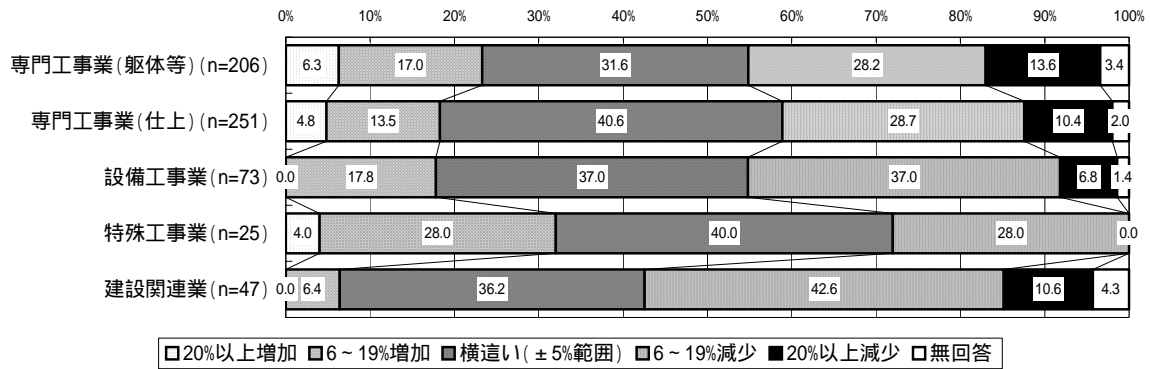
中小零細企業の業者は、建設市場の低迷により、大手企業と比べ、より深刻な影響を受けているといえる。

図表 1.2.2 現在の経営状況-売上高/資本金別（SA）



業種別に見ると、躯体等系、仕上系、設備系の工事業者は、全体の傾向として同様の経営状況にあるが、建設関連業は、「6～19%減少」、「20%以上減少」を回答した業者の合計は53.2%を占め、より深刻な経営状況にあることを示している。

図表 1.2.3 現在の経営状況-売上高/業種別 (SA)

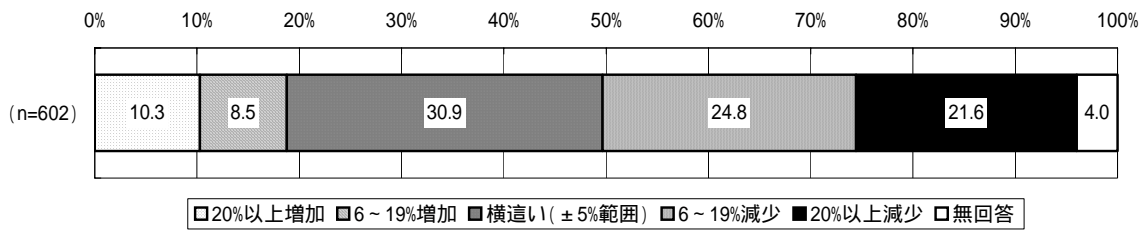


経常利益

経常利益の直近の決算値の対前年比は、「横這い」(30.9%)が最も多かった。しかしながら、「6~19%減少」、「20%以上減少」を回答した業者の合計は46.4%となり、「6~19%増加」、「20%以上増加」を回答した業者の合計は18.8%にとどまっている。

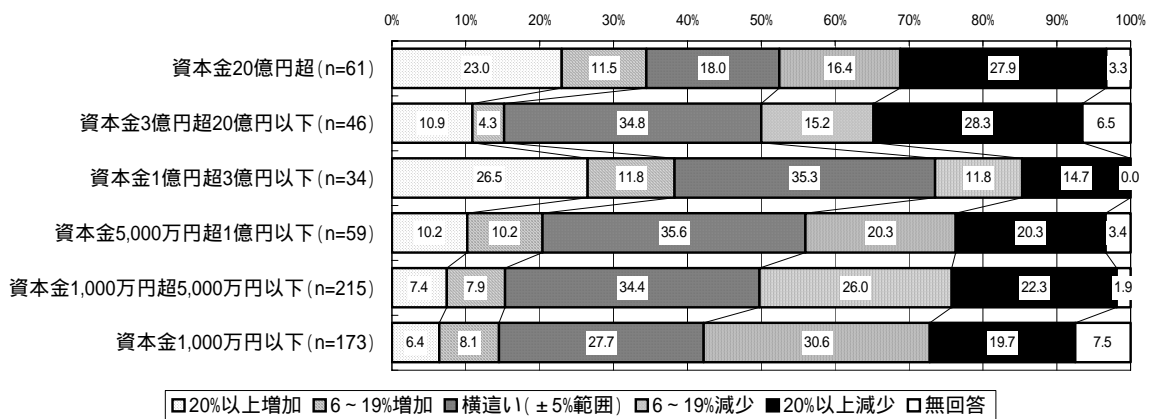
前述の売上高の増減と同様に、業者は、建設投資の低迷、業者数と建設投資のバランスの崩壊など建設市場の大きな構造変化の中で、厳しい経営状況にあることが伺える。

図表 1.2.4 現在の経営状況-経常利益/全体 (SA)



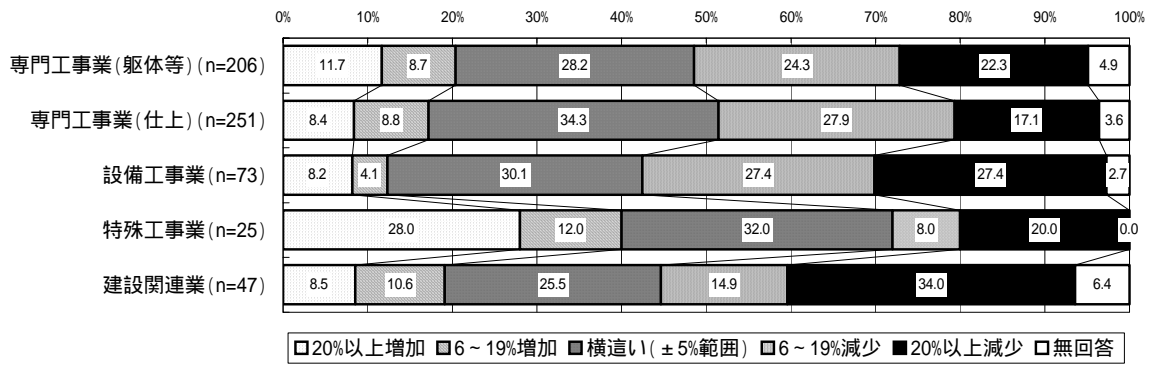
これを資本金別で見ると、「横這い」を回答した業者は、どの階層も4割以下であり、一方、「6~19%減少」、「20%以上減少」を回答した業者の合計は、ほとんどの階層で4割以上となった。

図表 1.2.5 現在の経営状況-経常利益/資本金別 (SA)



また、業種別に見ると、特殊工事業を除いて「6～19%減少」、「20%以上減少」を回答した業者の合計は、いずれも5割前後に達しており、特に建設関連業は、他の業種に比べて大幅に経常利益を減少させている。

図表 1.2.6 現在の経営状況-経常利益/業種別 (SA)

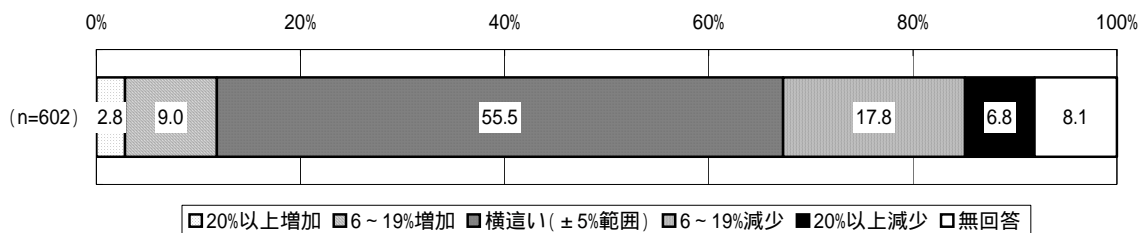


有利子負債

有利子負債の直近の決算値の対前年比は、「横這い」(55.5%)が最も多かった。

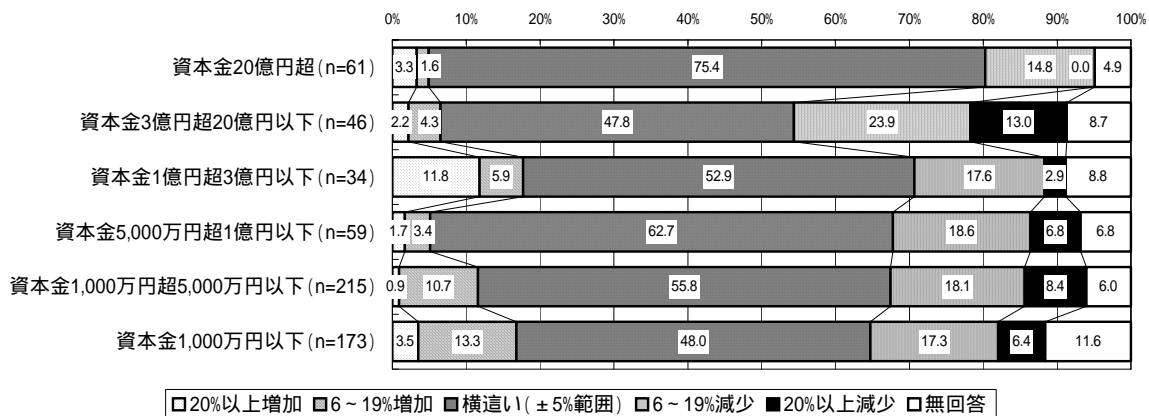
横這いの多い理由の一つには、前問の結果によると、多くの業者が経常利益は横這い、または減少していると答えており、十分な利益を確保できない状態の中で、有利子負債を削減できない状況にあることがあげられる。

図表 1.2.7 現在の経営状況-有利子負債/全体 (SA)



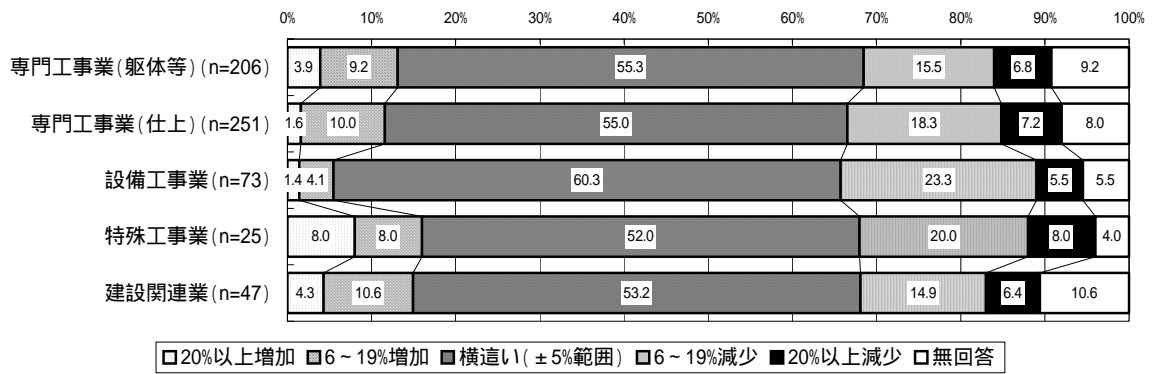
資本金別に見ても、全体として同様の傾向が見られた。

図表 1.2.8 現在の経営状況-有利子負債/資本金別 (SA)



業種別に見ても、全体として同様の傾向が見られた。

図表 1.2.9 現在の経営状況-有利子負債/業種別 (SA)

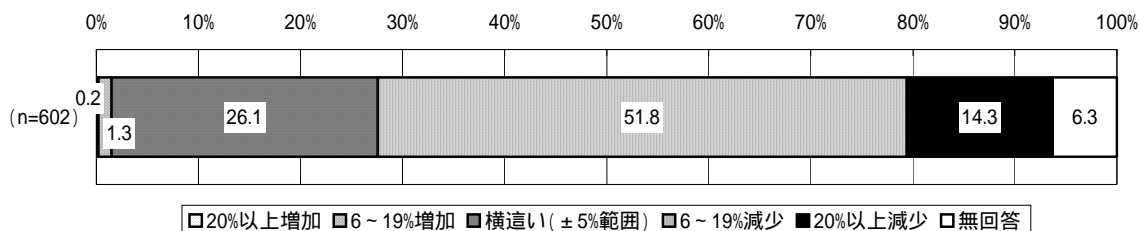


受注単価

受注単価の直近の決算値の対前年比は、「6～19%減少」(51.8%)が最も多かった。これに「20%以上減少」を回答した業者を加えると、合計66.1%となった。

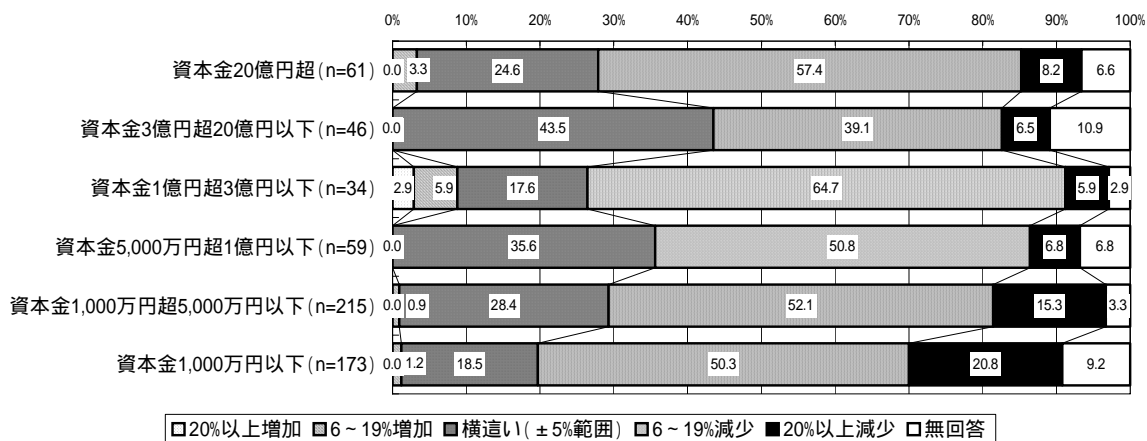
建設市場が低迷する中、民間建築工事を中心に、コスト構成を無視した元請業者のダンピング受注競争により、下請業者に対していわゆる「指し値」で発注されていることが伺える。

図表 1.2.10 現在の経営状況-受注単価/全体 (SA)



資本金別に見ても、全体として同様の傾向であったが、特に、資本金1,000万円以下の業者は、他の階層と比べて「20%以上減少」が20.8%も占めるなど、重層下請構造の中で上位業者からコスト面で強い要求を受けていることが伺える。

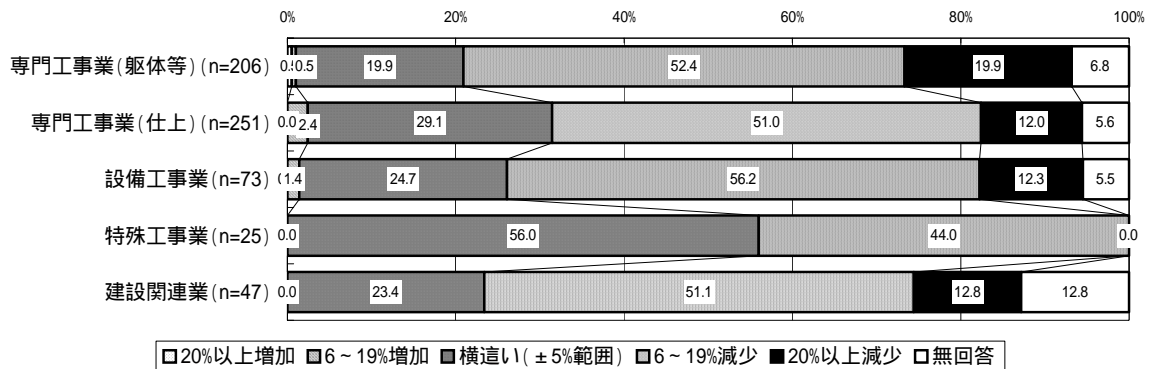
図表 1.2.11 現在の経営状況-受注単価/資本金別 (SA)



これを業種別に見ると、公共事業中心の元請である特殊工事業を除いて全体として同様の傾向であるが、特に、躯体等系の工事業者は、「6～19%減少」、「20%以上減少」の合計が72.3%と最も高かった。

総合工事業者とのつながりが強い躯体等系の業者は、民間建築工事を中心とした激しい受注競争を展開している総合工事業者の影響を強く受けていることが推察される。

図表 1.2.12 現在の経営状況-受注単価/業種別 (SA)

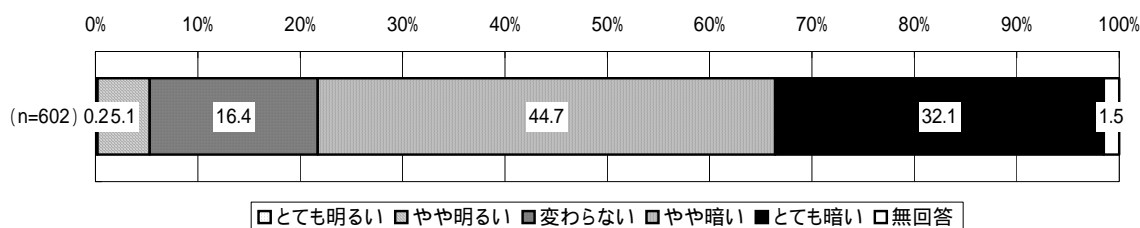


(2) 経営状況の先行きの見通しについて（問3）

経営状況の先行きの見通しについて、該当する番号に をつけて下さい。(SA)

経営上の先行きの見通しは、「やや暗い」(44.7%)が最も多く、「とても暗い」(32.1%)と合わせると、76.8%の業者が、経営状況の先行きを悲観している。

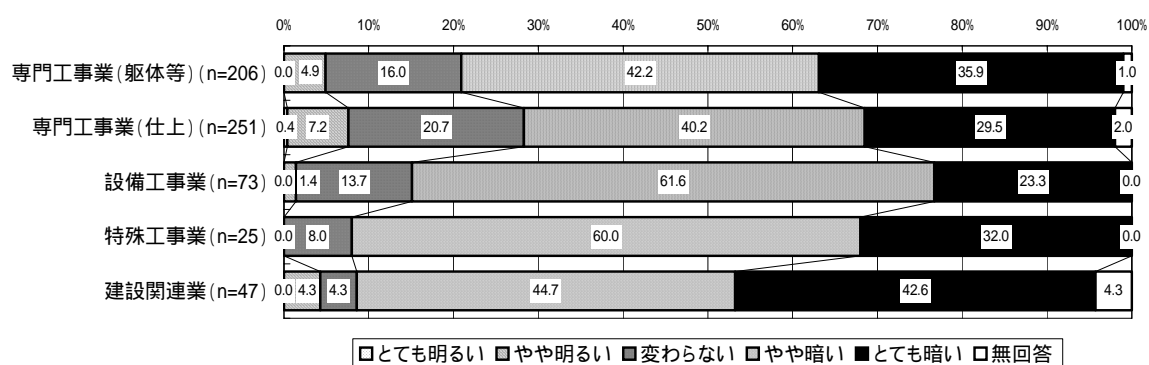
図表 1.2.13 経営状況の先行きの見通し/全体 (SA)



これを業種別に見ると、「やや暗い」、「とても暗い」と回答した業者の合計は、特殊工事業の92.0%、建設関連業の87.3%と高い割合を占めた。

公共工事中心の特殊工事業は、公共事業費の削減による影響であり、また、建設関連業は、今後の建設市場のさらなる低迷を予想される先行指標と見ることができる。

図表 1.2.14 経営状況の先行きの見通し/業種別 (SA)



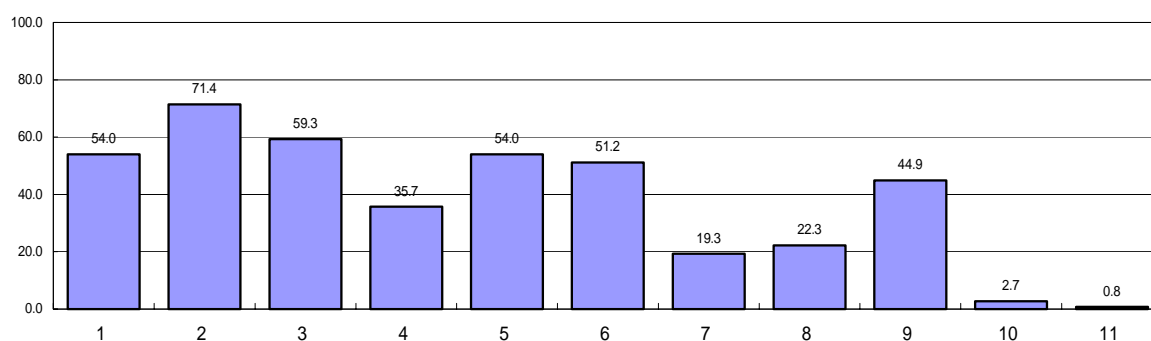
(3) 当面の経営上の課題について（問4）

当面の経営上の課題について、該当する全ての番号に をつけて下さい。(MA)

当面の経営上の課題は、「営業力の強化」(71.4%)、「人材の育成」(59.3%)、「生産性の向上」(54.0%)、「新市場の開拓」(54.0%)、「外注費の抑制」(51.2%)が上位を占めた。

これら経営上の課題としては、大きく 売上の増加、コストダウンの2つに分けられる。売上高を増加させるため、営業力の強化や人材の育成を通じた新市場の開拓を課題にあげ、一方、さらなるコストダウンを行うため、生産性の向上や外注費の抑制を課題にあげている。

図表 1.2.15 当面の経営上の課題/全体 (MA)



【凡例】		
1. 生産性の向上	2. 営業力の強化	3. 人材の育成
4. 新技術・新工法の開発	5. 新市場の開拓	6. 外注費の抑制
7. 従業員数の削減	8. 従業員の賃金カット	9. 間接部門の経費削減（人件費除）
10. その他	11. 無回答	

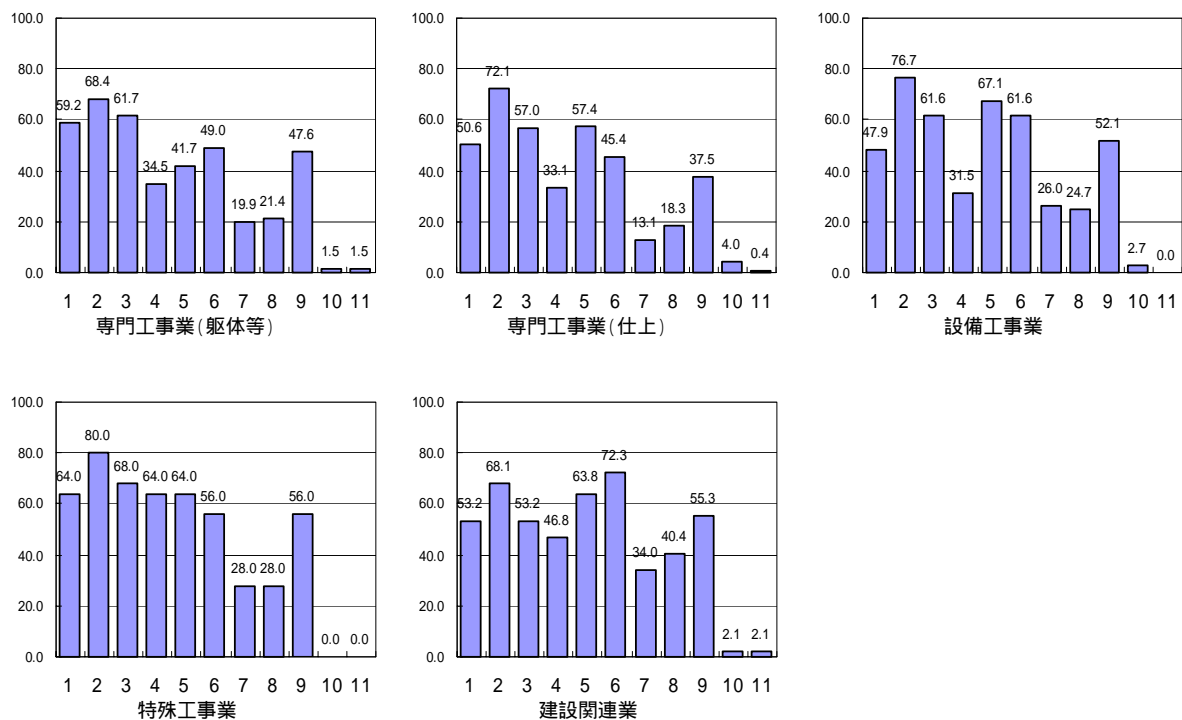
これを業種別に見ると、仕上系と設備系は、躯体等系と比べ、「新市場の開拓」が当面の経営上の課題であると回答する業者が多かった。

これは、すでに、リフォーム・リニューアル分野に進出していることがあらわれている。

また、建設関連業は、他の業種と比べ、「外注費の抑制」が当面の経営上の課題であると回答する業者が多かった。

建設関連業は、社内の人材を効率的に活用するため、仕事量が豊富にあった時代は、外注化等を図ってきたが、逆に、仕事量の減少に直面した今日では、外注化の削減等、内部の人材を効率的に活用し、売上原価の削減を図っていることが伺える。

図表 1.2.16 当面の経営上の課題/業種別 (MA)



【凡例】

- | | | |
|---------------|--------------|--------------------|
| 1. 生産性の向上 | 2. 営業力の強化 | 3. 人材の育成 |
| 4. 新技術・新工法の開発 | 5. 新市場の開拓 | 6. 外注費の抑制 |
| 7. 従業員数の削減 | 8. 従業員の賃金カット | 9. 間接部門の経費削減(人件費除) |
| 10. その他 | 11. 無回答 | |

3. 新市場開拓

(1) 新市場開拓の関心について（問5）

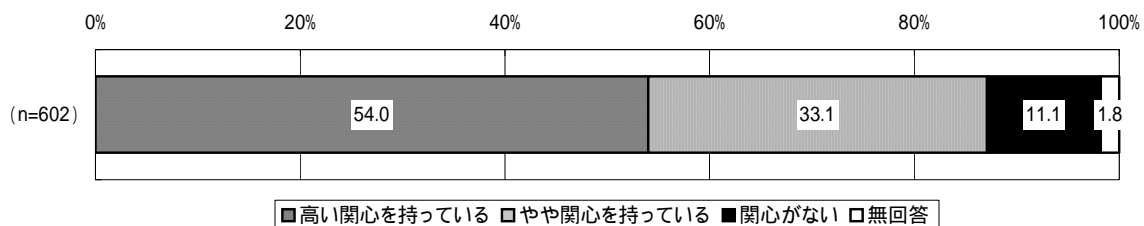
旧来の建設市場が縮小する中、新市場開拓にどの程度関心がありますか。該当する番号をつけて下さい。

なお、ここでいう新市場とは、旧来の土木、建築、設備の新設・新築工事を除く全ての市場を対象とし、建築のリフォーム、設備のリニューアル、土木のリフォーム（社会資本の維持・改修等）、環境分野、エネルギー分野、新しい建設マネジメント分野（PFI、CM、アセットマネジメント等）はもとより、福祉等の建設産業以外の分野も含まれます。（SA）

新市場開拓への関心については、「高い関心を持っている」（54.0%）、「やや関心をもっている」（33.1%）と回答した業者は、合わせて87.1%となった。

現下の建設市場の低迷の中で、今後成長すると予想されている新分野への進出に向けて、積極的に取り組んで行くことが伺える。

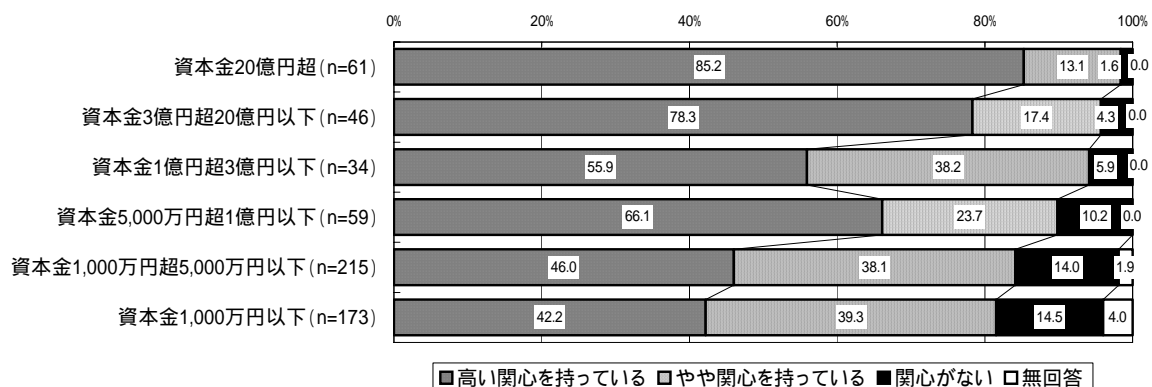
図表 1.3.1 新市場開拓の関心/全体（SA）



これを資本金別に見ると、資本金 20 億円超の業者の 85.2%が、「高い関心を持っている」と回答した。

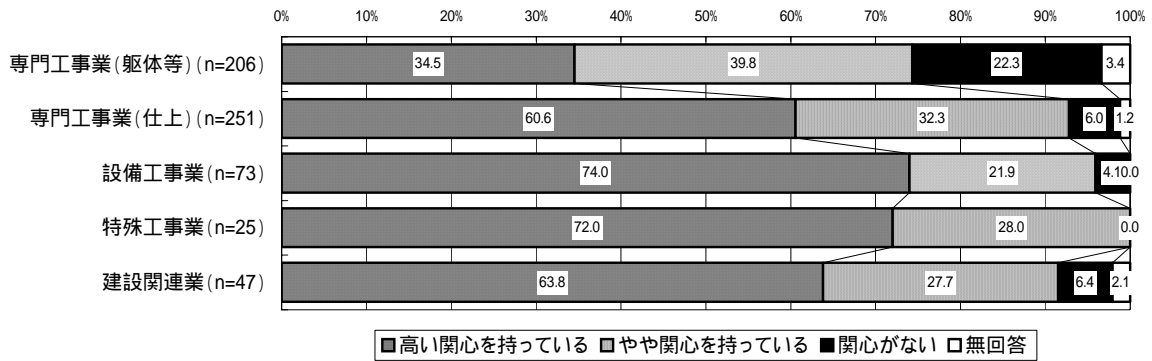
経営規模の大きな大手業者は、中小業者と比べて資金調達や人材育成等の面で優位性を持ち、新市場開拓に取り組みやすい環境にあることが、高い関心を示す背景にあげられる。

図表 1.3.2 新市場開拓の関心/資本金別（SA）



業種別に見ると、仕上系、設備系は、すでに建築リフォーム・設備リニューアル市場に進出している業者も多く、躯体等系と比べ、新市場の開拓に高い関心を持っている結果となった。

図表 1.3.3 新市場開拓の関心/業種別 (SA)

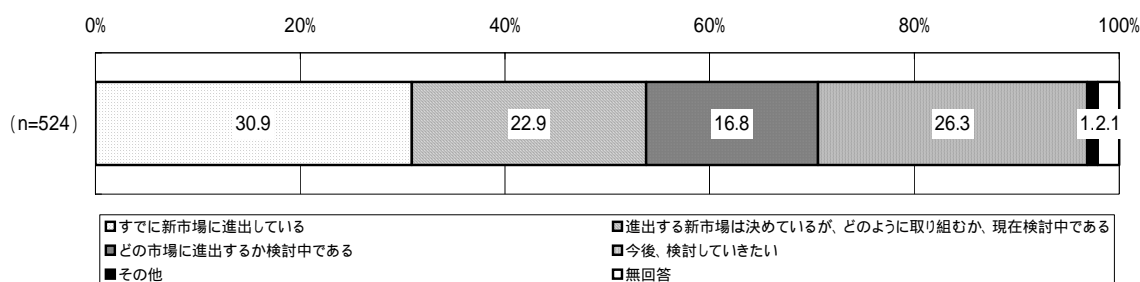


(2) 新市場開拓に関する取り組みについて（問6）

現在の新市場開拓に関する取り組みについて、該当する番号に をつけて下さい。(SA)

現在の新市場開拓に関する取り組みは、「すでに新市場に進出している」(30.9%)が最も多く、これに「進出している市場は決めているが、どのように取り組むか検討中である」(22.9%)、「どの市場に進出するか検討中である」(16.8%)を合計すると、約7割の業者が具体的な取り組みに着手していることが分かる。

図表 1.3.4 新市場開拓に関する取り組み/全体 (SA)

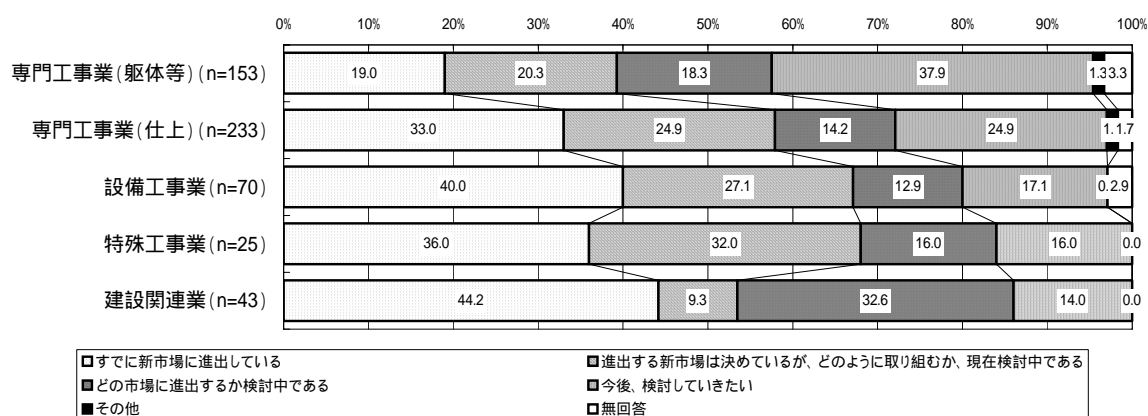


これを業種別に見ると、躯体等系は、「今後検討していきたい」(37.9%)が最も多く、一方、躯体等系を除く業種は、いずれも「すでに新市場に進出している」が最も多くなった。

躯体等の業者は、仕上、設備の業者と比べ、新市場の代表的な分野であるリフォーム・リニューアル市場に単独では進出しづらい業態であり、このことが新市場開拓の取り組みが十分に進んでいない理由にあげられる。

また、建設関連業者は、自社で保有する技術やノウハウ等を活用して、環境や建設マネジメント分野等へ取り組もうとしていることが伺える。

図表 1.3.5 新市場開拓に関する取り組み/業種別 (SA)



(3) 進出または検討している新市場分野について（問7）

進出または検討している新市場は、具体的にどの分野ですか。（SA）

新市場の分野としては、「建築リフォーム・設備リニューアル分野」が多く、次いで、「環境関連分野」、「土木のリフォーム分野」となった。

新市場の分野別に見ると、「建築リフォーム・設備リニューアル分野」では、仕上系と設備系は、回答した業者を合計するとそれぞれ9割近くを占めており、仕上系と設備系の業界の対象市場の中に、「建築リフォーム・設備リニューアル分野」が既に形成されていることが伺える。

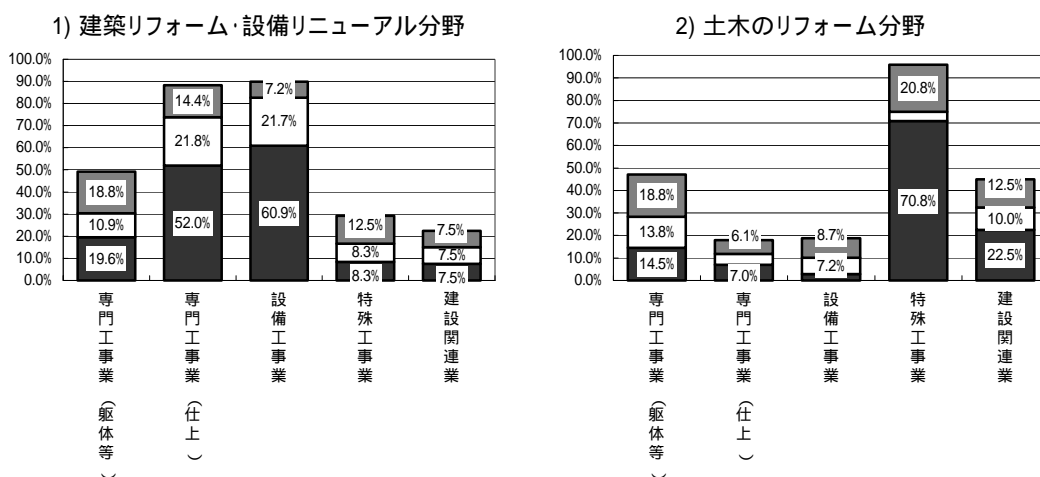
「土木のリフォーム分野」では、特殊工事業のほとんどの業者が進出・検討していると回答しており、また、躯体等系と建設関連業も比較的、回答が多かった。この理由としては、特殊工事業は橋梁やPC（プレストレスト・コンクリート）の業者であること、躯体等系の業種の中には造園や機械土工等の土木工事関連業種が多く含まれていること、建設関連業は建設コンサルタントが回答していることなどがあげられる。

「新しい建設マネジメント分野」に進出・検討すると回答したのは、わが国の建設工事にCM方式が導入・普及することを睨んだ対応であることが考えられる。

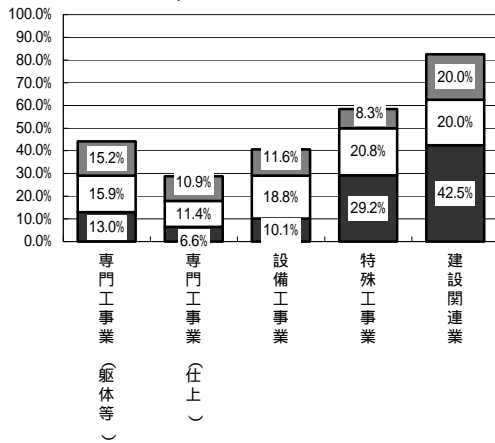
また、「エネルギー分野」への設備工事業の進出は、省エネルギー等のESCO事業関連であったり、「環境関連分野」や「まちづくり分野」への建設関連業の進出は、自社の保有する技術やノウハウの活用を図ろうとしていることが伺える。

なお、「医療・福祉分野（介護等）」に進出・検討すると答えた業者も見受けられるが、自由記述の結果より、これらのほとんどは、高齢者バリアフリー住宅等のリフォーム市場開拓である。

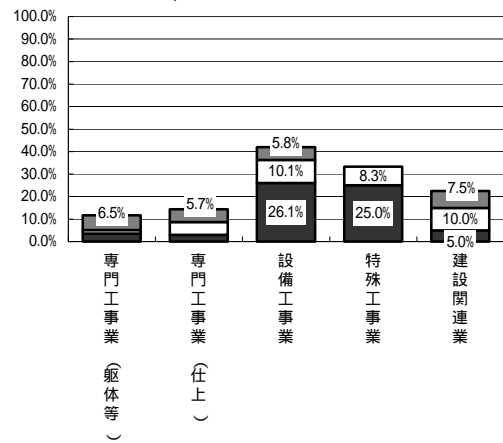
図表 1.3.6 進出または検討している新市場/分野別（SA）



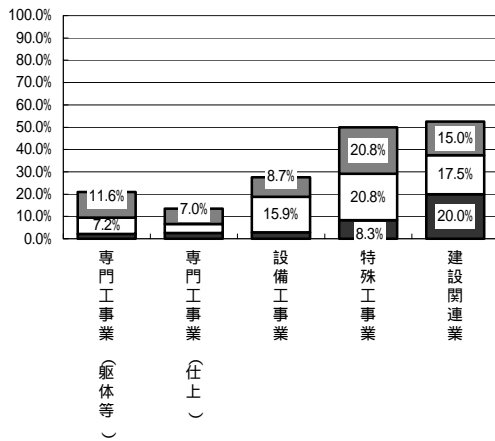
3) 環境関連分野



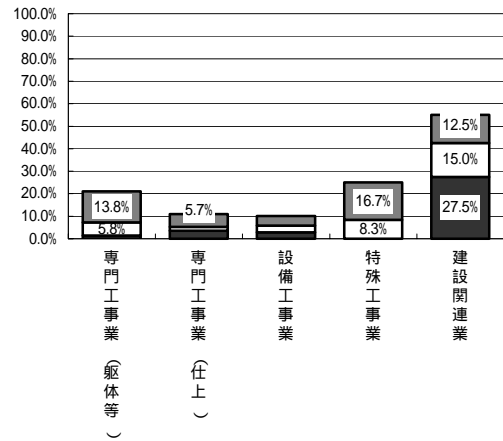
4) エネルギー分野



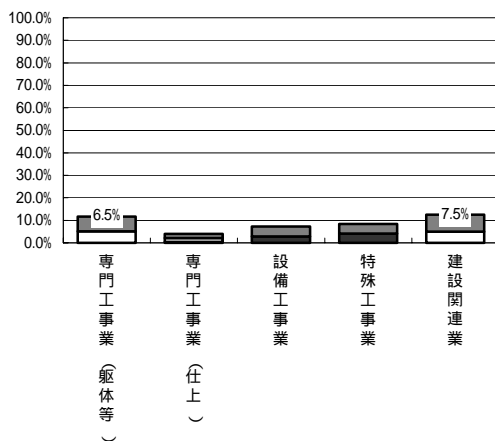
5) 新しい建設マネジメント分野



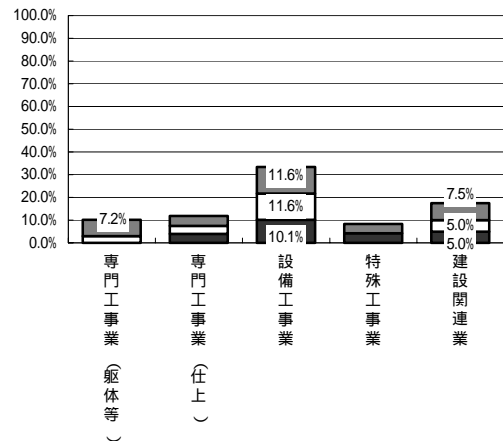
6) まちづくり分野



7) 森林管理・保全分野



8) 医療・福祉分野 (介護等)



■ 進出している □ 検討中 ■ 検討したい

注) 本設問の総回答者数は 500 業者である。また、業種別の回答者は、専門工事業 (躯体等) が 138、専門工事業 (仕上) が 229、設備工事業が 69、特殊工事業が 24、建設関連業が 40 業者である。

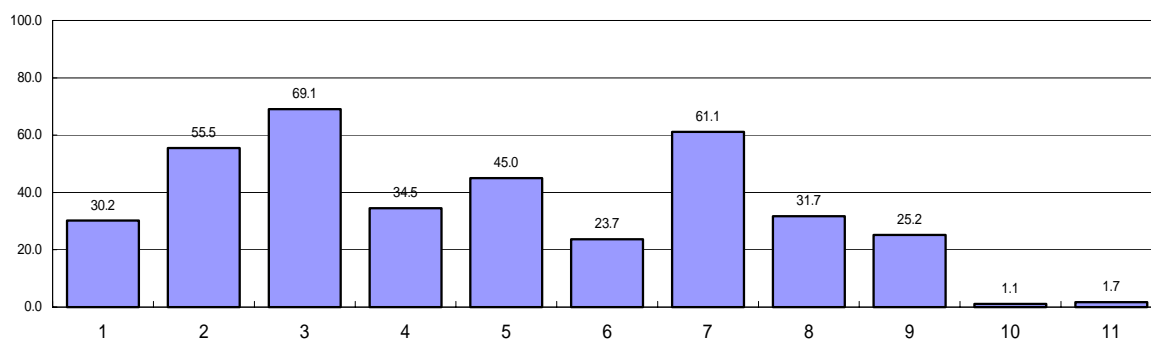
(4) 新市場開拓のための取り組みについて（問8）

新市場を開拓するための取り組みについてお伺いします。必要と思われるもの全ての番号にをつけて下さい。(MA)

新市場開拓のための取り組みは、「営業力の強化」(69.1%)、「人材の育成」(61.1%)、「新技術・新工法の開発」(55.5%)が上位を占めた。

専門工事業者や設備工事業者等は、今まで培ってきた技術・技能をベースに「新技術・新工法の開発」を行い、顧客を獲得するための「営業力の強化」を行っている。さらに、「営業力の強化」と「新技術・新工法の開発」に必要な「人材の育成」により、新市場の開拓の取り組みを行っていることが推察される。

図表 1.3.7 新市場開拓のための取り組み/全体 (MA)

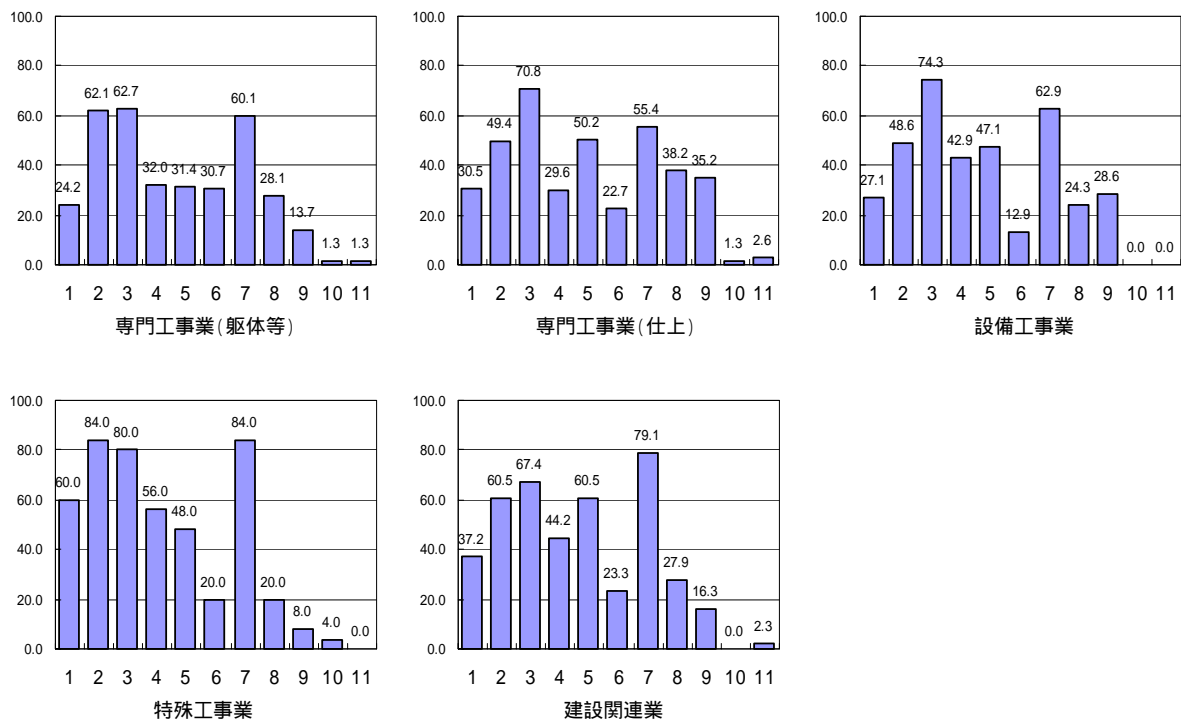


【凡例】

- | | | |
|--------------|---------------|-----------------|
| 1. 新商品の開発 | 2. 新技術・新工法の開発 | 3. 営業力の強化 |
| 4. マーケティング調査 | 5. 販路の開拓 | 6. 資金調達 |
| 7. 人材育成 | 8. インターネットの活用 | 9. 消費者PR (情報発信) |
| 10. その他 | 11. 無回答 | |

これを業種別に見ると、いずれの業種においても、「営業力の強化」や「人材育成」については取り組みが行われているが、特殊工事業、躯体等系は、「新技術・新工法の開発」を回答した業者が多く、また、建設関連業は、他の業種と比べて、「販路の開拓」を回答した業者が多かった。

図表 1.3.8 新市場開拓のための取り組み/業種別 (MA)



【凡例】

- | | | |
|--------------|---------------|-----------------|
| 1. 新商品の開発 | 2. 新技術・新工法の開発 | 3. 営業力の強化 |
| 4. マーケティング調査 | 5. 販路の開拓 | 6. 資金調達 |
| 7. 人材育成 | 8. インターネットの活用 | 9. 消費者PR (情報発信) |
| 10. その他 | 11. 無回答 | |

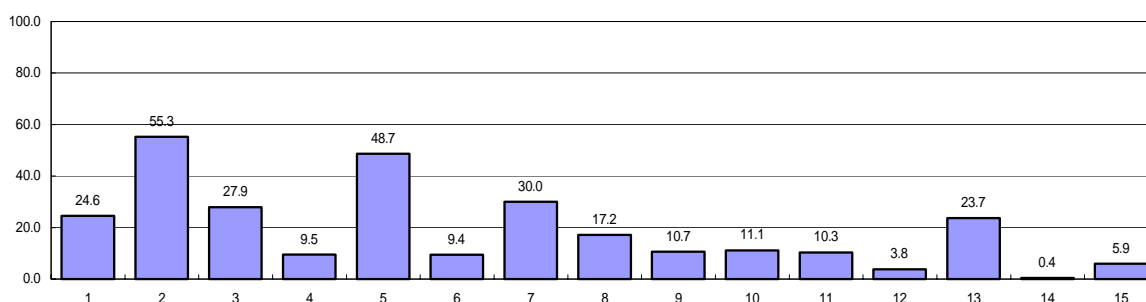
(5) 新市場開拓に係る経営者の判断基準について（問9）

新市場に進出するかどうかを経営者が判断するときの基準には、どのようなものがあると考えられますか。（MA）

新市場に進出するかどうかを経営者が判断するときの基準は、「自社で保有する技術・技能・ノウハウ」（55.3%）、「社内の人材の適応力」（48.7%）、「マーケティングに基づく事業計画」（30.0%）が上位を占めた。

経営者の多くは、新市場に進出するための判断基準として、まず、自社の経営資源である保有技術や人材等で、新市場開拓ができるかどうかを判断した上で、新市場開拓に必要な新しい技術の開発、資金調達、事業計画を検討しているように思われる。経営リスクが高いことから、やみくもに新市場を模索するのではなく、自社の経営資源で進出できる市場を見出そうとしている。

図表 1.3.9 新市場開拓に係る経営者の判断基準 /全体（MA）



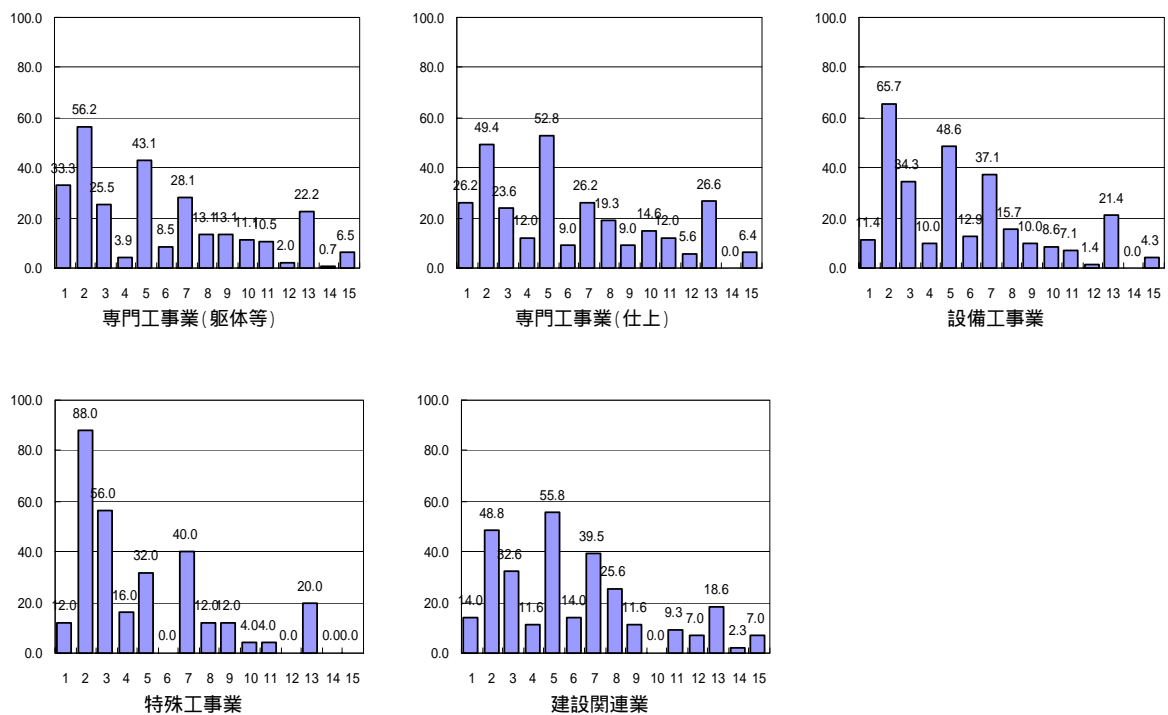
【凡例】

- | | |
|--------------------|--------------------------|
| 1. 資金調達力 | 2. 自社で保有する技術・技能・ノウハウ |
| 3. 新技術・新工法の開発 | 4. 新商品の開発 |
| 5. 社内の人材の適応力 | 6. ITの有効活用 |
| 7. マーケティングに基づく事業計画 | 8. 新市場に共に進出するパートナー企業の存在 |
| 9. 同業他社の動向 | 10. つき合いのある総合工事業、メーカーの動向 |
| 11. 所属する業界団体の動向 | 12. 経営コンサルタント等専門家の助言 |
| 13. 経営者の熱意 | 14. その他 |
| 15. 無回答 | |

これを業種別に見ると、躯体等系は、経営規模が比較的大きい設備工事業、特殊工事業と比べて、「資金調達力」を回答した業者が多く、一方、仕上系は、リフォーム市場における多能工等の育成に力を入れ、また、設備工事業や特殊工事業は、「自社で保有する技術・技能・ノウハウ」を回答した業者が多かった。

なお、いずれの業種においても、新市場に進出する際には、「経営者の熱意」が大切であることが伺える。

図表 1.3.10 新市場開拓に係る経営者の判断基準 / 業種別 (MA)



【凡例】

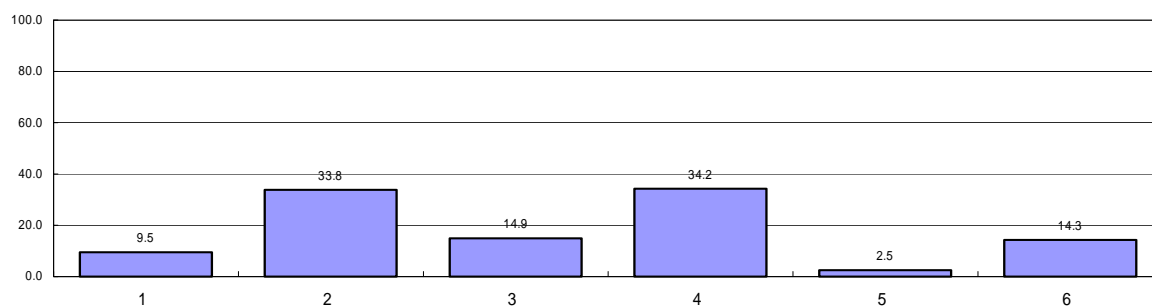
- | | |
|--------------------|--------------------------|
| 1. 資金調達力 | 2. 自社で保有する技術・技能・ノウハウ |
| 3. 新技術・新工法の開発 | 4. 新商品の開発 |
| 5. 社内の人材の適応力 | 6. ITの有効活用 |
| 7. マーケティングに基づく事業計画 | 8. 新市場に共に進出するパートナー企業の存在 |
| 9. 同業他社の動向 | 10. つき合いのある総合工事業、メーカーの動向 |
| 11. 所属する業界団体の動向 | 12. 経営コンサルタント等専門家の助言 |
| 13. 経営者の熱意 | 14. その他 |
| 15. 無回答 | |

(6) 新市場開拓のための社内等の組織体制について（問10）

すでに新市場に進出している、あるいは新市場を検討している方にお伺いします。
新市場開拓のための社内等の組織体制について、該当する番号に をつけて下さい。(MA)

すでに新市場に進出している、あるいは新市場を検討している業者が回答した社内等の組織体制は、「特別な組織体制を整えていない」(34.2%)、「社内に専門部署を設置」(33.8%)が上位を占め、おおむねこの2つに大別することができる。

図表 1.3.11 新市場開拓のための社内等の組織体制/全体 (MA)



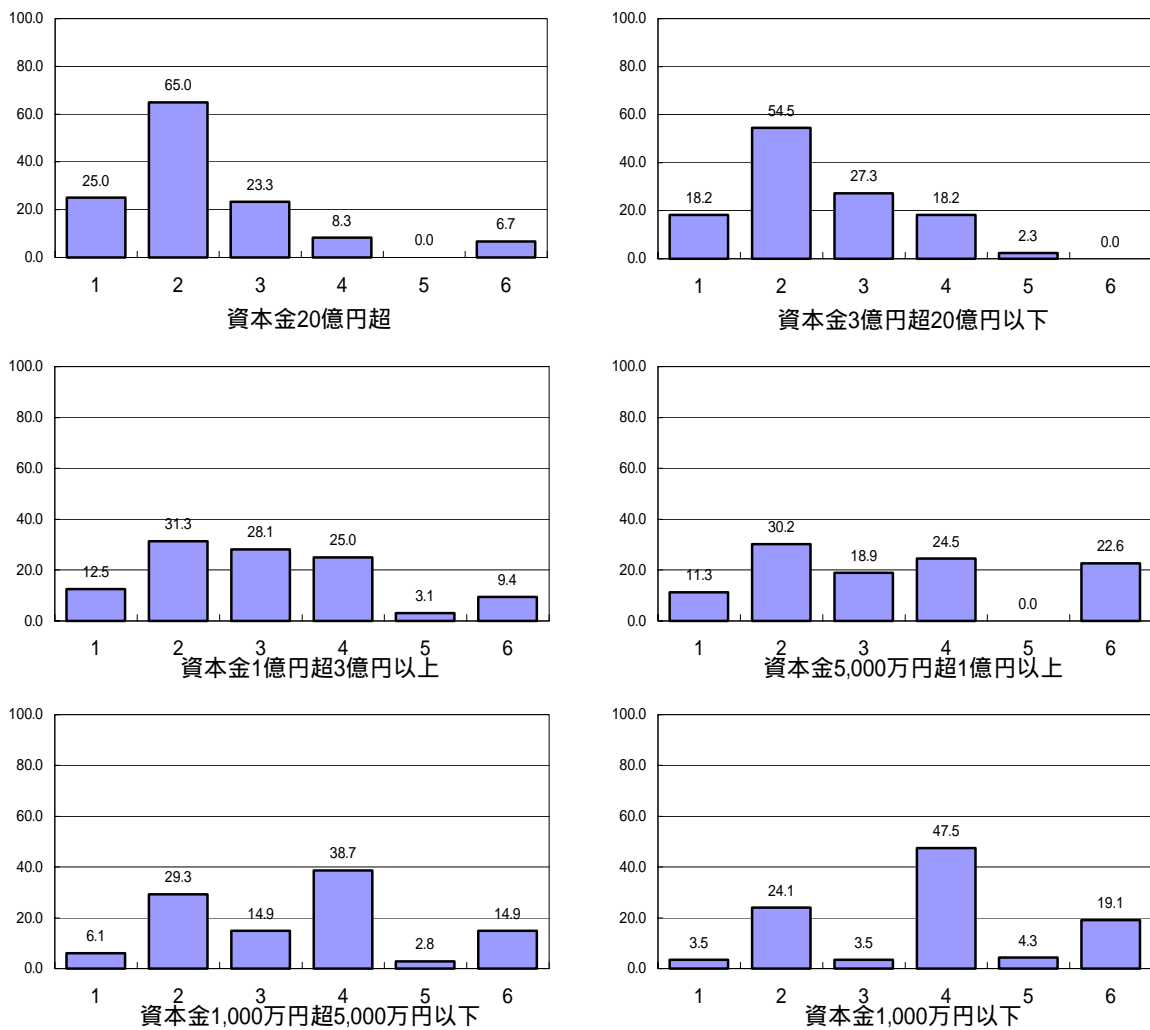
【凡例】

- | | | |
|-------------------|---------------|--------------------|
| 1. 専門の別会社設立 | 2. 社内に専門部署を設置 | 3. 社内にプロジェクトチームを設置 |
| 4. 特別な組織体制は整えていない | 5. その他 | 6. 無回答 |

これを資本金別に見ると、資本金 3 億円超の階層は、「社内に専門部署を設置」している業者が過半数を占めており、一方、資本金 5,000 万円以下の階層は、「特別な組織体制を整えていない」が最も多くなった。

大手業者が、専門部署を設置する割合が多いのは、中小業者と比べて、資金面、人材面で余裕があることなどがあげられ、大手業者は、組織体制面で新市場開拓に取り組みやすい環境にあるといえる。

図表 1.3.12 新市場開拓のための社内等の組織体制/資本金別 (MA)



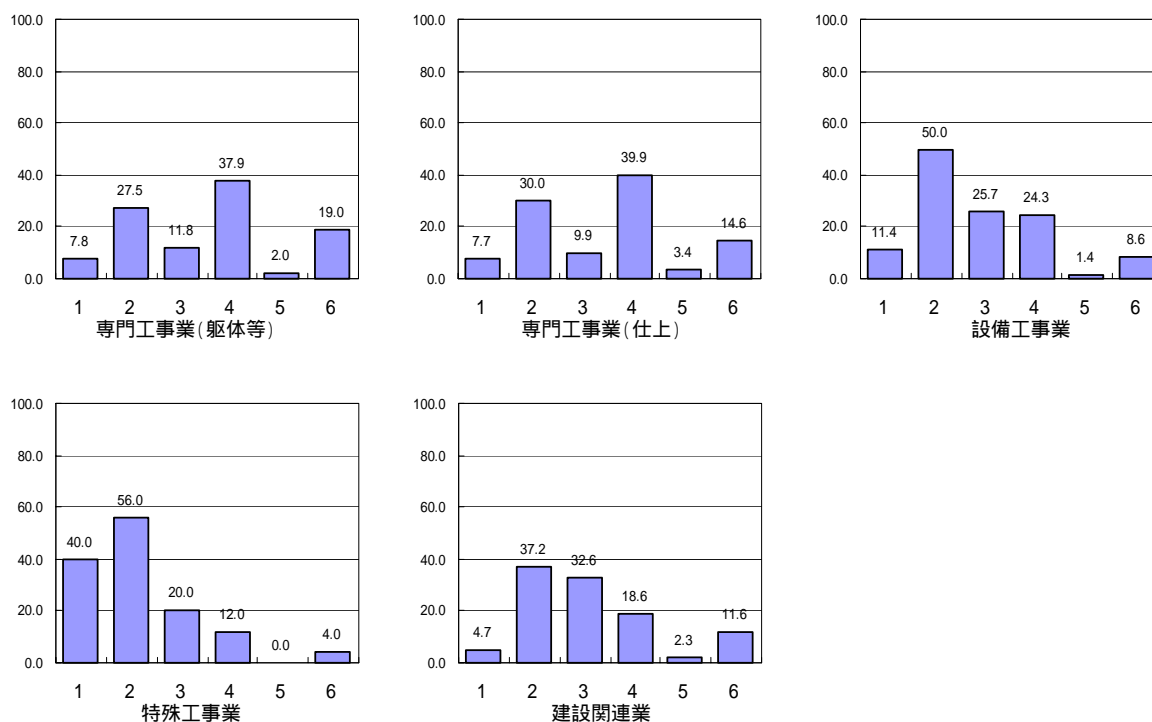
【凡例】

- | | | |
|-------------------|---------------|--------------------|
| 1. 専門の別会社設立 | 2. 社内に専門部署を設置 | 3. 社内にプロジェクトチームを設置 |
| 4. 特別な組織体制は整えていない | 5. その他 | 6. 無回答 |

業種別では、設備工事業、特殊工事業、建設関連業は、「社内に専門部署を設置」を回答する業者が多かった。

設備工事業や特殊工事業は、比較的経営規模の大きな業者が多く、新規事業等に対しては、社内に専門部署をつくり、専任者を配置するなど、組織体制面での整備を行って対応していることが読み取れる。

図表 1.3.13 新市場開拓のための社内等の組織体制/業種別 (MA)



【凡例】

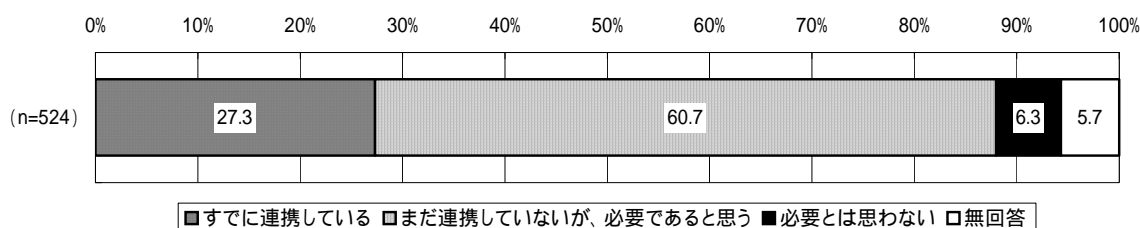
- | | | |
|-------------------|---------------|--------------------|
| 1. 専門の別会社設立 | 2. 社内に専門部署を設置 | 3. 社内にプロジェクトチームを設置 |
| 4. 特別な組織体制は整えていない | 5. その他 | 6. 無回答 |

(7) 新市場開拓のための他の企業・機関との連携について（問 11）

新市場開拓のため、他の企業・機関等との連携は必要であると思いますか。(SA)

新市場開拓のための他の企業・機関等との連携については、「まだ連携していないが、必要であると思う」(60.7%)、「すでに連携している」(27.3%)を回答した業者と合わせると、約9割の業者が必要を感じている。

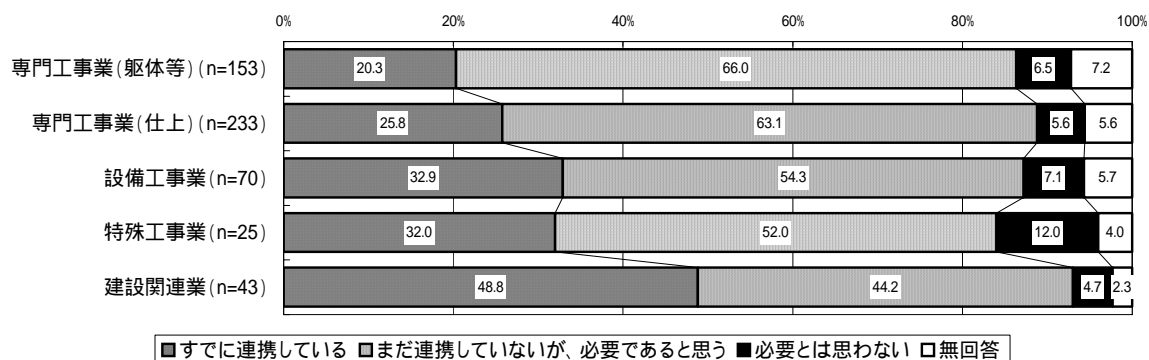
図表 1.3.14 新市場開拓のための他の企業・機関との連携/全体 (SA)



業種別では、建設関連業は、他の業種と比べて、「すでに連携している」を回答する業者が多くなった。

建設関連業者は、他業種や同業者等との連携を図ることにより、ノウハウの補完や経営の安定化を図っていると考えられる。

図表 1.3.15 新市場開拓のための他の企業・機関との連携/業種別 (SA)



(8) 連携分野と連携業種について（問12）

問11で「1.すでに連携している」「2.まだ連携はしていないが必要であると思う」と答えた方にお伺いします。

対象となる新市場分野を、問7のご回答を参考に1つ選び、番号に をつけて下さい。

(SA)

どのような相手との連携ですか。該当する連携相手を全て選び、番号に をつけて下さい。(MA) このうち、「1.専門工事業」「2.設備工事業」「3.建設関連業」に をつけた方は、具体的な連携業種について、それぞれ該当する全ての番号に をつけて下さい。

(MA)

施工業者（専門工事業者、設備工事業者、特殊工事業者）や建設関連業者（建設コンサルタント等）が回答した、対象となる新市場分野と連携業種を次頁の表に示す。

施工業者（専門工事業者、設備工事業者、特殊工事業者）は、対象市場全体を見ると、連携相手として、専門工事業（63.5%）の回答が最も多く、設備工事業（26.4%）、建設関連業（19.1%）、資材メーカー（12.5%）も比較的多くあげられた。

対象分野別では、ほとんどの対象分野で、専門工事業の回答が多く、「建築リフォーム・設備リニューアル」、「エネルギー分野」、「医療福祉分野」等では、設備工事業も比較的多くあげられた。このことから、施工業者は、工事施工時に関連のある業種（専門工事業、設備工事業）との連携を考えていると思われる。

また、対象分野別に特徴的な回答を見ると、「建築リフォーム・設備リニューアル」では、建設関連業（12.6%）、資材メーカー（10.8%）が、他の業種と比べ回答が多かった。施工業者は、営業情報を有している設計事務所、工事資材を取引しているメーカー等との連携を考えていることが分かる。

「土木のリフォーム」では、建設関連業（25.6%）、資材メーカー（17.9%）が比較的多くあげられた。施工業者は、営業情報や技術を有している建設コンサルタント、工事資材を取引しているメーカー等との連携が必要であると考えている。

「環境関連分野」では、建設関連業（23.0%）、大学等の研究機関（19.7%）、資材メーカー（16.4%）が比較的多くあげられた。施工業者は、環境保全手法のノウハウを有していたり環境影響評価等を行っている建設コンサルタントや大学の研究室、環境付加が少ない資材を開発しているメーカー等との連携を考えていると思われる。

「エネルギー分野」では、設備工事業（41.7%）の回答が多かった。施工業者は、顧客の省エネルギーニーズに対応するため、最新の空調方式や空調機器のノウハウがある空調業者等との連携を考えていることが伺える。

一方、建設関連業者（建設コンサルタント等）を見ると、対象市場全体では、連携相手として、建設関連業（35.7%）、大学等の研究機関（32.1%）の回答が多くあげられた。建設関連業者は、同業者や大学の研究室と連携を図ることにより、ノウハウの補完や経営の安定を図ろうとしていると考えられる。

また、対象分野別に特徴的な回答を見ると、「環境関連分野」では、大学等の研究機関

(50.0%)が他の業種と比べ、回答が多かった。建設関連業者は、環境保全手法や環境影響評価手法等のノウハウ面で、大学の研究室等との技術的な連携を必要としていると考えられる。

「新しい建設マネジメント分野」では、同業者である建設関連業(50.0%)や大学等の研究機関(50.0%)の回答が多かった。これらは、現在、建設業界で普及しつつあるCM方式を念頭においた連携などが考えられる。

図表 1.3.16 連携の対象となる新市場分野と連携業種

施工業者(専門工事業、設備工事業、特殊工事業者)

上段：度数 下段：回答者比率

連携業種 対象分野	回答者数	専門 工事業	設備 工事業	建設 関連業	総合 工事業	住宅 メーカー	資材 メーカー	大学等の 研究機関	NPO(非 営利活動 組織)	その他
回答者数	329	209	87	63	16	14	41	23	3	18
	100.0	63.5	26.4	19.1	4.9	4.3	12.5	7.0	0.9	5.5
建物リフォーム・設備リニューアル	167	118	54	21	9	9	18	3	1	3
	100.0	70.7	32.3	12.6	5.4	5.4	10.8	1.8	0.6	1.8
土木のリフォーム	39	30	4	10	1	1	7	4		
	100.0	76.9	10.3	25.6	2.6	2.6	17.9	10.3		
環境関連分野	61	36	14	14	3	3	10	12	1	1
	100.0	59.0	23.0	23.0	4.9	4.9	16.4	19.7	1.6	1.6
エネルギー分野	12	1	5	2	1		2	1		5
	100.0	8.3	41.7	16.7	8.3		16.7	8.3		41.7
新しい建設マネジメント分野	17	9	4	7	2	1	2	1	1	1
	100.0	52.9	23.5	41.2	11.8	5.9	11.8	5.9	5.9	5.9
まちづくり	8	5	1	4			1			
	100.0	62.5	12.5	50.0			12.5			
森林管理・保全	1			1						
	100.0			100.0						
医療福祉分野(介護等)	12	3	3				1	1		7
	100.0	25.0	25.0				8.3	8.3		58.3
その他	12	7	2	4				1		1
	100.0	58.3	16.7	33.3				8.3		8.3

表中の網掛けは、回答者が3以上、かつ、回答者の比率が10%以上の連携相手を示す。(ただし、「その他」を除く。)

■ : 25%以上、■ : 10%以上。

建設関連業者(建設コンサルタント等)

上段：度数 下段：回答者比率

連携業種 対象分野	回答者数	専門 工事業	設備 工事業	建設 関連業	総合 工事業	住宅 メーカー	資材 メーカー	大学等の 研究機関	NPO(非 営利活動 組織)	その他
回答者数	28	2	2	10	3		3	9	3	9
	100.0	7.1	7.1	35.7	10.7		10.7	32.1	10.7	32.1
建物リフォーム・設備リニューアル	1			1						
	100.0			100.0						
土木のリフォーム	3	1		2			1	1		
	100.0	33.3		66.7			33.3	33.3		
環境関連分野	8		1	1	1		1	4		3
	100.0		12.5	12.5	12.5		12.5	50.0		37.5
エネルギー分野	1		1		1			1		1
	100.0		100.0		100.0			100.0		100.0
新しい建設マネジメント分野	6	1		3	1			3	2	1
	100.0	16.7		50.0	16.7			50.0	33.3	16.7
まちづくり	1								1	
	100.0								100.0	
森林管理・保全										
医療福祉分野(介護等)	2									1
	100.0									50.0
その他	6			3						3
	100.0			50.0						50.0

表中の網掛けは、回答者が3以上、かつ、回答者の比率が10%以上の連携相手を示す。(ただし、「その他」を除く。)

■ : 25%以上、■ : 10%以上。

連携の対象となる新市場分野と具体的な連携相手を 36 頁以降の表にまとめた。これを分野別に整理したものを以下に示す。

建築リフォーム・設備リニューアル

「建築リフォーム・設備リニューアル」では、仕上系、設備系の業者は、他の分野や他の業種と比べ、連携相手として多様な業種を回答した。例えば、内装仕上は、躯体等系の大工、仕上系の塗装、屋根等、設備系の管、空調衛生等の他に、資材メーカーも回答しており、リフォーム・リニューアル工事の内装工事では、幅広い業種が関係していることが分かる。

具体的には、仕上系の塗装は、とび・土工、屋根、内装仕上、防水や建設コンサルタント等を回答した。このことは、共同住宅等の外壁の塗り替え工事や内装の模様替えの工事等において関連があることを示している。

タイルは、躯体等系、仕上系の業種と共に、資材メーカーを回答した。共同住宅や非住宅のリフォーム工事等を施工するため、資材メーカーの技術力・施工力等を活用していることが分かる。

なお、仕上系の業者は、総じて、建設関連業、住宅メーカー、資材メーカーを回答しており、営業情報のやりとり等を行っていることが推察される。

また、設備系の空調衛生は、連携相手として、計装、消防施設、電気等を回答した。非住宅の経年劣化に対する機能の維持回復や省エネルギー・省力化等のリニューアル工事を同時に施工するなどの連携を図ろうとしていることが推察される。

一方、躯体等系の躯体一式は、連携相手として、とび・土工、大工、塗装、屋根、内装仕上、総合工事業等を回答した。戸建住宅のリニューアル工事をエンドユーザーから直接受注することや共同住宅のリニューアル工事を総合工事業から受注することにより、売上の拡大を図ろうとしていると推察される。

土木のリフォーム

「土木のリフォーム」では、建築リフォーム・設備リニューアルと比べ連携相手として回答された業種は少ないが、土木工事と関連性がある業種が回答された。

具体的には、基礎は、とび・土工、橋梁等を回答した。このことは、非住宅や橋の改修工事等での連携が考えられる。

一方、道路標識は、とび・土工等を回答した。道路標識は、製造メーカーが多く、標識等の設置工事において関連があると思われる。

また、PC は、橋梁、鋼構造物、防水等を回答した。橋の改修工事や大スパン建築物の維持修繕工事等での連携が考えられていると思われる。

なお、機械土工、コンクリート圧送、外壁仕上等は、大学等の研究機関を回答した。これは、大学等の研究機関に対する既存土木構造物の調査・診断等の依頼が考えられる。

環境関連分野

「環境関連分野」では、躯体等系、仕上系、設備系、特殊工事業、建設関連業の多くが、

連携相手として大学等の研究機関を回答しているところが見受けられる。これらの業者は、新しい技術・技能の開発などに関して大学等の研究機関と協力関係にあると思われる。

また、躯体等系が、建設関連業を多く回答したが、これは、環境評価等のコンサルタントの依頼が考えられる。

一方、具体的な連携相手として、造園は、造園と共に、資材メーカー等を回答した。戸建住宅のエクステリア工事におけるタイル、煉瓦、ウッドデッキ等の設置工事等において、取引関係にあることを示している。

その他

「エネルギー分野」では、電気工事業者が、専門工事業、資材メーカー、大学等の研究機関を回答した。このことは、オフィスビルの省エネルギー化工事等における連携などが考えられる。

また、「新しい建設マネジメント」分野では、躯体等系の基礎、コンクリート圧送等、仕上系の屋根は、建設関連業を回答した。これらは、現在、建設業界で普及しつつある CM 方式を念頭においた連携などが考えられる。

一方、「まちづくり」分野では、鋼構造物は、連携相手として、塗装、カーテンウォール、外壁仕上や建設コンサルタント等を回答した。

また、道路標識は、塗装や建設コンサルタント等を回答した。景観形成やサイン環境整備などで連携が考えられているようである。

図表 1.3.17 連携の対象となる新市場分野と具体的な連携相手

分野	回答者の業種	連携相手		
建築リフォーム・設備リニューアル	専門工事業 (躯体等)	躯体一式	専門工事業	とび・土工、大工、鉄筋、鉄骨、基礎、コンクリートカッター、塗装、屋根、内装仕上、防水、タイル等、 板金、カーテンウォール、左官、外装仕上、ウレタン断熱
			設備工事業	管、空調衛生、電気
			総合工事業	
		とび・土工	専門工事業	とび・土工、大工、鉄筋、機械土工、コンクリート圧送、コンクリートカッター、クレーン、塗装、内装仕上、防 水、タイル等、板金、左官、外壁仕上、ウレタン断熱、シャッター・ドア
			専門工事業	大工
		大工	総合工事業	
			資材メーカー	
		鉄筋	専門工事業	とび・土工、大工、内装仕上
			設備工事業	管、空調衛生、電気
			建設関連業	建設コンサルタント
		圧接	大学等の研究機関	
			専門工事業	鉄筋、内装仕上
		鉄骨	設備工事業	管、空調衛生
			専門工事業	とび・土工、鉄骨、橋梁、鋼構造物、屋根、内装仕上、防水、タイル等、外壁仕上、ウレタン断熱、シャッター・ ドア
		基礎	設備工事業	機械器具、空調衛生、電気
			専門工事業	造園
		機械土工	住宅メーカー	
			専門工事業	とび・土工、基礎、機械土工
		コンクリート圧送	専門工事業	とび・土工、大工、鉄筋、基礎、コンクリート圧送、塗装、屋根、内装仕上、防水、左官、外壁仕上
			設備工事業	空調衛生、電気
		鋼構造物	専門工事業	大工、鉄筋、圧接、鉄骨、基礎、コンクリートカッター、クレーン、塗装、屋根、内装仕上、防水、タイル等、板 金、カーテンウォール、左官、外壁仕上、ウレタン断熱、シャッター・ドア
			設備工事業	消防施設、管、空調衛生、電気
			建設関連業	建設コンサルタント
		造園	専門工事業	基礎、クレーン、造園、左官
			専門工事業	とび・土工、鉄筋、鉄骨、基礎、造園、塗装、屋根、内装仕上、防水、タイル等、板金、左官、外壁仕上
		戸建一式	設備工事業	空調衛生、電気
			建設関連業	建設コンサルタント
			専門工事業	とび・土工、鉄筋、道路標識、塗装、防水、左官、外壁仕上
		道路標識	専門工事業	とび・土工、鉄筋、道路標識、塗装、防水、左官、外壁仕上
			専門工事業	とび・土工、大工、橋梁、鋼構造物、造園、塗装、屋根、内装仕上、防水、タイル等、板金、左官、外 壁仕上、ウレタン断熱、シャッター・ドア
			設備工事業	管、空調衛生、電気
		塗装	建設関連業	建設コンサルタント
			資材メーカー	
		屋根	専門工事業	大工、道路標識、塗装、屋根、板金、左官、外壁仕上
			建設関連業	建設コンサルタント
			住宅メーカー	
		内装仕上	専門工事業	とび・土工、大工、塗装、屋根、内装仕上、防水、タイル等、板金、左官、外壁仕上、ウレタン断熱、 シャッター・ドア
			設備工事業	管、空調衛生、電気
			建設関連業	建設コンサルタント
			総合工事業	
			住宅メーカー	
		防水	資材メーカー	
			専門工事業	とび・土工、大工、鉄筋、基礎、コンクリート圧送、コンクリートカッター、クレーン、鋼構造物、塗装、屋根、内 装仕上、防水、タイル等、板金、左官、外壁仕上、ウレタン断熱、シャッター・ドア
		タイル等	設備工事業	空調衛生、電気
			建設関連業	建設コンサルタント
			総合工事業	
		板金	住宅メーカー	
			資材メーカー	
			専門工事業	とび・土工、大工、鉄骨、基礎、コンクリート圧送、コンクリートカッター、クレーン、鋼構造物、塗装、屋根、内装仕上、防水、タイル等、板金、 カーテンウォール、左官、外壁仕上、シャッター・ドア、管、空調衛生、電気
			設備工事業	管、空調衛生、電気
		カーテンウォール	建設関連業	建設コンサルタント
			資材メーカー	
			専門工事業	大工、造園、屋根、内装仕上、防水、カーテンウォール、外壁仕上、シャッター・ドア
		左官	総合工事業	
			住宅メーカー	
		左官	専門工事業	とび・土工、大工、造園、塗装、内装仕上、防水、タイル等、板金、左官、外壁仕上、ウレタン断熱、シャッ ター・ドア
			資材メーカー	

	外壁仕上	専門工事業	とび・土工、大工、塗装、防水、左官、外壁仕上、ウレタン断熱	
		建設関連業	建設コンサルタント	
		住宅メーカー		
		資材メーカー		
		ウレタン断熱	専門工事業	とび・土工、大工、PC、塗装、屋根、内装仕上、防水、板金、外壁仕上、ウレタン断熱
			総合工事業	
			住宅メーカー	
			資材メーカー	
		シャッター・ドア	専門工事業	大工、造園、塗装、屋根、内装仕上、タイル等、外壁仕上、シャッター・ドア
			設備工事業	空調衛生、電気
	建設関連業		建設コンサルタント	
	資材メーカー			
	設備工事業	計装	設備工事業	管、空調衛生、電気
			専門工事業	鋼構造物、内装仕上、シャッター・ドア
		消防施設	設備工事業	消防施設、管、空調衛生、電気
			建設関連業	建設コンサルタント
		管	専門工事業	大工、内装仕上、タイル等、左官
			設備工事業	計装、管、空調衛生、電気
			資材メーカー	
		空調衛生	専門工事業	とび・土工、大工、鉄筋、基礎、コンクリートカッター、造園、道路標識、塗装、屋根、内装仕上、防水、タイル等、板金、カーテンウォール、左官、外壁仕上、ウレタン断熱、シャッター・ドア
設備工事業			計装、消防施設、管、空調衛生、電気	
建設関連業			建設コンサルタント	
総合工事業				
電気	住宅メーカー			
	資材メーカー			
	設備工事業	空調衛生		
	建設関連業	建設コンサルタント		
大学等の研究機関				
特殊工事業	橋梁	専門工事業	内装仕上	
土木のリフォーム	専門工事業 (躯体等)	躯体一式	専門工事業	橋梁、外壁仕上
		圧接	専門工事業	鉄筋、圧接、橋梁
	基礎	専門工事業	とび・土工、鉄筋、基礎、機械土工、クレーン、橋梁、鋼構造物	
		設備工事業	計装、消防施設、電気	
		建設関連業	建設コンサルタント	
		資材メーカー		
	機械土工	専門工事業	とび・土工、機械土工、外壁仕上	
		建設関連業	建設コンサルタント	
		資材メーカー		
	大学等の研究機関			
	コンクリート圧送	専門工事業	とび・土工、コンクリートカッター、道路標識、塗装	
	造園	専門工事業	とび・土工、造園	
		設備工事業	管、電気	
		建設関連業	建設コンサルタント	
		総合工事業		
	住宅メーカー			
	専門工事業 (仕上)	道路標識	専門工事業	とび・土工、鉄筋、橋梁、造園、左官
			建設関連業	建設コンサルタント
資材メーカー				
防水		資材メーカー		
左官		専門工事業	造園、塗装	
		専門工事業	橋梁、カーテンウォール	
外壁仕上		資材メーカー		
大学等の研究機関				
ウレタン断熱	建設関連業	建設コンサルタント		
	設備工事業	専門工事業	機械土工	
特殊工事業	橋梁	設備工事業	管	
		専門工事業	PC	
建設関連業	建設コンサルタント	建設関連業	建設コンサルタント	
		専門工事業	とび・土工、基礎、橋梁、鋼構造物、PC、塗装、防水、タイル等、左官、外壁仕上	
		設備工事業	機械器具	
		建設関連業	建設コンサルタント	
資材メーカー				
大学等の研究機関				
地質	建設コンサルタント	専門工事業	橋梁、鋼構造物	
		建設関連業	建設コンサルタント	
		資材メーカー		
		大学等の研究機関		
環境関連分野	専門工事業 (躯体等)	躯体一式	とび・土工、鉄骨、機械土工、コンクリート圧送、クレーン、PC、塗装、外装仕上	
		とび・土工	とび・土工、鉄骨、PC	
		設備工事業	管、空調衛生、電気	

			建設関連業	建設コンサルタント												
			資材メーカー													
鉄	骨	専門工事業	とび・土工、機械土工													
		設備工事業	機械器具													
		建設関連業	建設コンサルタント													
		総合工事業														
基	礎	建設関連業	建設コンサルタント													
		大学等の研究機関														
機	械	専門工事業	とび・土工													
		設備工事業	管、機械器具													
		建設関連業	建設コンサルタント													
		資材メーカー														
コ	ン	建設関連業	建設コンサルタント													
		大学等の研究機関	NPO(非営利活動組織)													
コ	ン	専門工事業	とび・土工、コンクリートカッター、防水													
ク	レ	専門工事業	造園													
鋼	構	専門工事業	とび・土工、鉄骨、鋼構造物													
		設備工事業	管													
		建設関連業	建設コンサルタント													
		資材メーカー														
造	園	大学等の研究機関														
		専門工事業	とび・土工、大工、造園、塗装、屋根、防水、タイル等、左官													
		設備工事業	管、電気													
		建設関連業	建設コンサルタント													
		住宅メーカー														
資材メーカー																
専	門	工	業	(仕	上	専門工事業	とび・土工、鋼構造物、造園、道路標識、タイル等、外壁仕上								
							設備工事業	計装、消防施設、管、機械器具								
							専門工事業	大工、屋根、板金、左官								
							専門工事業	橋梁、内装仕上								
							建設関連業	建設コンサルタント								
							住宅メーカー									
							資材メーカー									
							大学等の研究機関									
							専門工事業	塗装、内装仕上、防水、左官、外壁仕上								
							設備工事業	計装、電気								
総合工事業																
住宅メーカー																
資材メーカー																
大学等の研究機関																
専門工事業	大工															
設備工事業	管															
大学等の研究機関																
専門工事業	とび・土工、造園、ウレタン断熱															
建設関連業	建設コンサルタント															
資材メーカー																
大学等の研究機関																
設備工事業	空調衛生															
設備工事業	空調衛生、電気															
特	殊	工	業	橋	梁	専門工事業	とび・土工、鉄筋、鉄骨、基礎、機械土工、コンクリート圧送、クレーン、塗装、屋根									
						設備工事業	機械器具、空調衛生									
						建設関連業	建設コンサルタント									
						総合工事業										
P	C	専門工事業	PC、造園													
資材メーカー																
大学等の研究機関																
建	設	関	連	業	機械器具	資材メーカー										
					大学等の研究機関											
					総合工事業											
					建設コンサルタント	大学等の研究機関										
測	量	大学等の研究機関														
設備工事業	管、電気															
建設関連業	地質															
大学等の研究機関																
エ	ネ	ル	ギ	ー	分	野	専門工事業	鉄	骨	資材メーカー						
							専門工事業	板	金	設備工事業	電気					
							専門工事業	ク	レ	ン	ウ	オ	ー	ル	設備工事業	電気
							設備工事業	計	装	設備工事業	機械器具					
設備工事業	電	気	専門工事業	とび・土工、大工、基礎、塗装、内装仕上、防水、タイル等、板金、左官、ウレタン断熱、シャッター・ドア												
設備工事業			設備工事業	機械器具												
資材メーカー																

			大学等の研究機関			
	特殊工事業	橋	梁	総合工事業		
	建設関連業			総合工事業		
		建設コンサルタント		総合工事業		
				大学等の研究機関		
新しい建設マネジメント分野	専門工事業 (躯体等)	基礎		設備工事業		
				建設関連業	建設コンサルタント	
		機械土工		専門工事業	大工、鉄筋	
				総合工事業		
		コンクリート圧送		建設関連業	建設コンサルタント	
		クレーン		専門工事業	基礎、機械土工、クレーン、橋梁	
				建設関連業	建設コンサルタント	
		造園		専門工事業	大工	
				建設関連業	建設コンサルタント	
		専門工事業 (仕上)	道路標識		専門工事業	とび・土工、造園、道路標識、塗装
				専門工事業	とび・土工、大工、基礎、コンクリート圧送、塗装、屋根、内装仕上、防水、タイル等、板金、カーテンウォール、左官、外装仕上、ウレタン断熱、シャッター・ドア	
	屋根			設備工事業	管、機械器具、空調衛生、電気	
				建設関連業	建設コンサルタント	
				大学等の研究機関	NPO(非営利活動組織)	
	内装仕上			専門工事業	とび・土工、大工、鉄筋、圧接、鉄骨、コンクリート圧送、コンクリートカッター、クレーン、造園、道路標識、塗装、屋根、内装仕上、防水、タイル等、板金、カーテンウォール、左官、外装仕上、ウレタン断熱、シャッター・ドア	
				資材メーカー		
			防水		専門工事業	とび・大工、コンクリート圧送、造園、塗装、屋根、内装仕上、防水、タイル等、板金、カーテンウォール、左官、外装仕上、シャッター・ドア
					専門工事業	シャッター・ドア
	シャッター・ドア			総合工事業		
				住宅メーカー		
	設備工事業		管		設備工事業	管
			建設関連業		建設関連業	建設コンサルタント
	建設関連業			建設コンサルタント		総合工事業
					大学等の研究機関	
					NPO(非営利活動組織)	
	まちづくり	専門工事業 (躯体等)	鋼構造物		専門工事業	とび・土工、造園、塗装、屋根、板金、カーテンウォール、外壁仕上
				建設関連業	建設コンサルタント	
専門工事業 (仕上)		道路標識		専門工事業	塗装、内装仕上、防水	
				建設関連業	建設コンサルタント	
			資材メーカー			
カーテンウォール			専門工事業	とび・土工、大工、クレーン、橋梁、鋼構造物、造園、塗装、屋根、内装仕上、防水、タイル等、板金、カーテンウォール、左官、外装仕上、ウレタン断熱、シャッター・ドア		
			専門工事業	内装仕上、防水、カーテンウォール、外壁仕上		
		設備工事業	管、空調衛生			
建設関連業	測量		建設関連業	建設コンサルタント		
				NPO(非営利活動組織)		
森林管理・安全	専門工事業 (仕上)	戸建一式		建設関連業	建設コンサルタント	
				専門工事業	大工、基礎、塗装、屋根、内装仕上、タイル等、板金、カーテンウォール、左官、外壁仕上、シャッター・ドア	
医療福祉分野 (介護等)	専門工事業 (仕上)	内装仕上		専門工事業	塗装、屋根、内装仕上、防水、板金、左官、外壁仕上	
				専門工事業	大工、造園、塗装、屋根、内装仕上、防水、左官、外壁仕上、シャッター・ドア	
		板金		設備工事業	管、空調衛生、電気	
				資材メーカー		
	設備工事業	管		設備工事業	管、機械器具、空調衛生	
		電気		大学等の研究機関		
建設関連業	機械器具		資材メーカー			

表中の太字は、3以上の業者が、連携相手として回答した業種を示す。

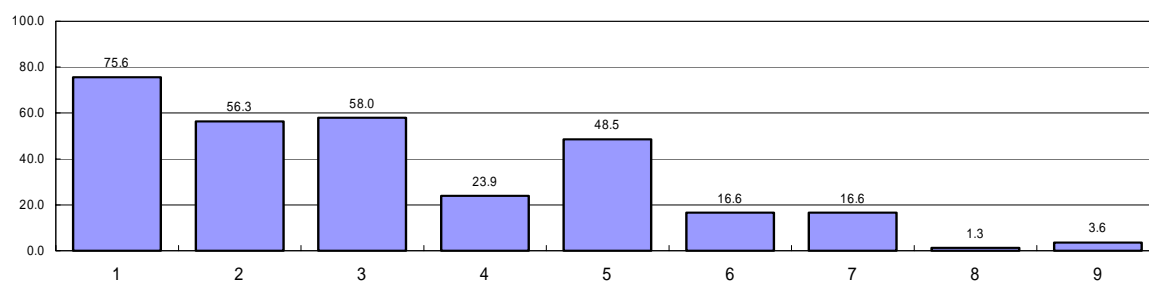
(9) 新市場開拓のための従業員の能力について(問13)

新市場開拓のため、従業員(技術者、技能者)にどのようなことを身につけさせる必要があると思いますか。(MA)

新市場開拓のための従業員(技術者、技能者)の能力は、「新市場に必要な新たな技術・技能」(75.6%)、「顧客対応力」(58.0%)、「営業力」(56.3%)が上位を占めた。

各業者は、経営の課題と同様に、新市場開拓には、社内に新たな技術・技能を持つ人材の確保を図るとともに、顧客対応力や営業力を身につけさせることで、直接受注を視野に入れていることが伺える。

図表 1.3.18 新市場開拓のための従業員の能力/全体(MA)



【凡例】

- | | | |
|--------------------|----------------|---------------|
| 1. 新市場に必要な新たな技術・技能 | 2. 営業力 | 3. 顧客対応力 |
| 4. 商品開発力 | 5. 担当物件の総合管理能力 | 6. インターネット対応力 |
| 7. 検査能力 | 8. その他 | 9. 無回答 |