

P R O G R A M

2009

関東地域における
**建設産業支援
プログラム**



関東地方建設産業再生協議会



はじめに

最近の我が国経済は、民間需要中心に支えられた景気回復が続くと見込まれております。一方で建設産業は建設投資の低迷、建設業者数と建設投資のバランスの崩壊など、市場の大きな構造変化の中で、受注の減少、利益率の低下等により依然として厳しい経営環境に直面しているといえます。従来の受注待ちの経営体質を改め、生産性・収益性の高い建設業への構造改革が喫緊の課題といえるでしょう。

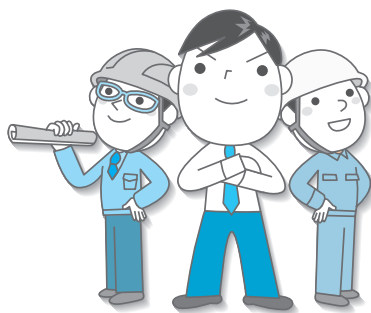
こうした厳しい状況を踏まえ、関東地方整備局では、平成15年度に、中小・中堅建設業の支援強化をねらいとした関東地方建設産業再生協議会を設置し、中小・中堅建設業に対する現状の各種支援策を整理のうえ情報提供するとともに、平成16年度には、新分野進出などの経営革新を行う企業に対し建設業経営支援アドバイザーの派遣事業をスタートさせてまいりました。

さらには、平成17年度より、従来の経営相談窓口を拡大したワンストップサービスセンターを関東地方整備局建政部、各都県の建設業協会、専門工事業団体及び(財)建設業振興基金に設置し、各種情報提供、建設業経営支援アドバイザーの派遣事業など各種のサービスを行っております。

本冊子は、建設産業の現状や経営のヒント、公的支援制度などをとりまとめた「関東地域における建設産業緊急支援プログラム」の最新版です。掲載内容を最新の状況に合わせた記述とするとともに、公的支援制度については、概要をまとめた「公的支援制度編」として分冊化しました。また、要望の多かった新分野進出などに係る具体的な企業事例などを盛り込んでいます。

本書が、意欲のある中小・中堅建設業者にとって、経営基盤の強化、企業連携・協業、あるいは新分野進出等を図るうえでの参考となれば幸いです。

平成21年11月
関東地方建設産業再生協議会



Contents

建設業の経営革新

いま貴社に必要な経営情報は！	1
1. 建設投資の縮小と「経営革新」	2
2. 新たな収益源を開拓するには	4
3. 建設業からの参入が進む新分野	5
4. 不足する経営資源は「連携」で補う	8
5. 現状の問題点を洗い出す「経営改善」	9
6. 経営力強化に向けたチェックポイント	10
7. ワンストップサービスセンター事業とは？	11
8. 本格化する公的支援制度	12
9. 企業の取り組み事例	13

連絡先・問い合わせ先

ワンストップサービスセンター「建設業総合相談受付窓口」	21
関東地方建設産業再生協議会	

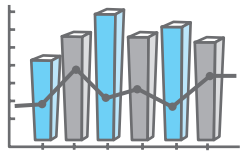
建設業の 経営革新

日本の経済構造は今、大きく変化しています。それとともに、建設業を取り巻く経営環境は一段と厳しさを増しています。これからの建設業は、従来型の事業展開だけを前提としていたのでは生き残りは困難です。中小・中堅建設業も再編・再生の時代を迎えています。そのためには、市場の変化や地域に芽生えている新しいニーズに対応した経営が必要になってきます。これまで培ってきた技術、ノウハウと地域に密着した体制を生かして、新分野に進出することを考慮する必要もあるでしょう。同時に、コスト管理の徹底等による経営の効率化、企業連携、経営革新の取り組みを通じた経営基盤の強化も求められています。

いま貴社に必要な 経営情報は！

新規成長分野への進出や経営基盤の強化など、経営革新のテーマは様々な方向に広がっています。まずは貴社にとって、最も関係が深いと思われるテーマからご覧下さい。

経営を取り巻く建設市場や社会はどのように変わりつつあるのだろうか？



P2

他の事業者や機関と連携して事業を行いたい、どのような点に注意すべきか？



P8

うちの会社には、どのような経営戦略がふさわしいか
専門家に相談してみたい。



P11

新市場や新分野に乗り出したいが、
どんな分野があるだろうか？



P4

「経営改善」を行う際の
留意点は何だろうか？



P9

「公的支援制度」を具体的
に調べたい



※別冊の「公的支援制度一覧」をご覧ください。

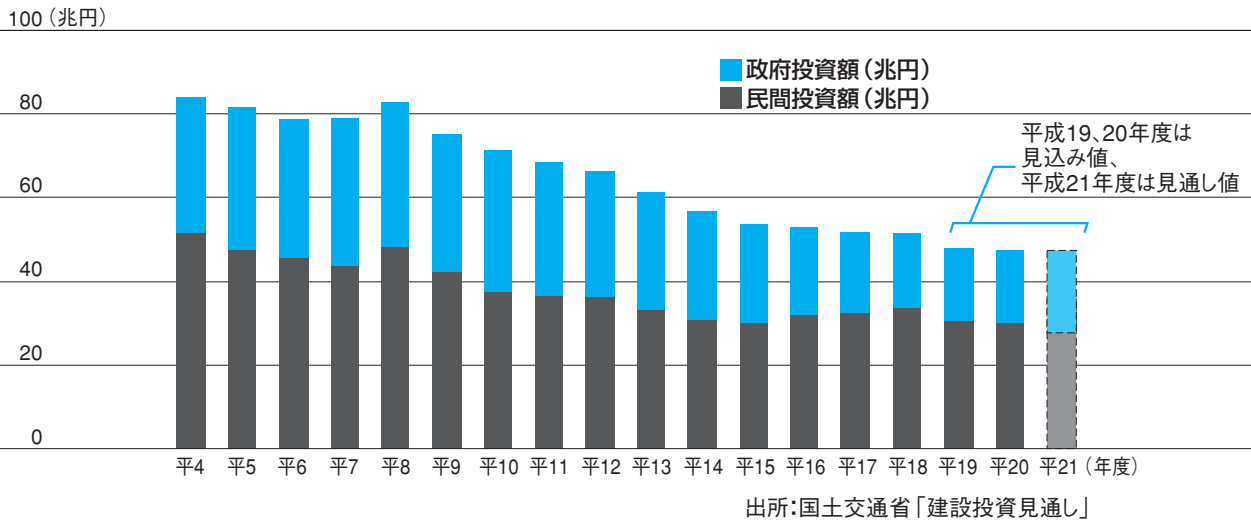


建設投資の縮小と経営革新

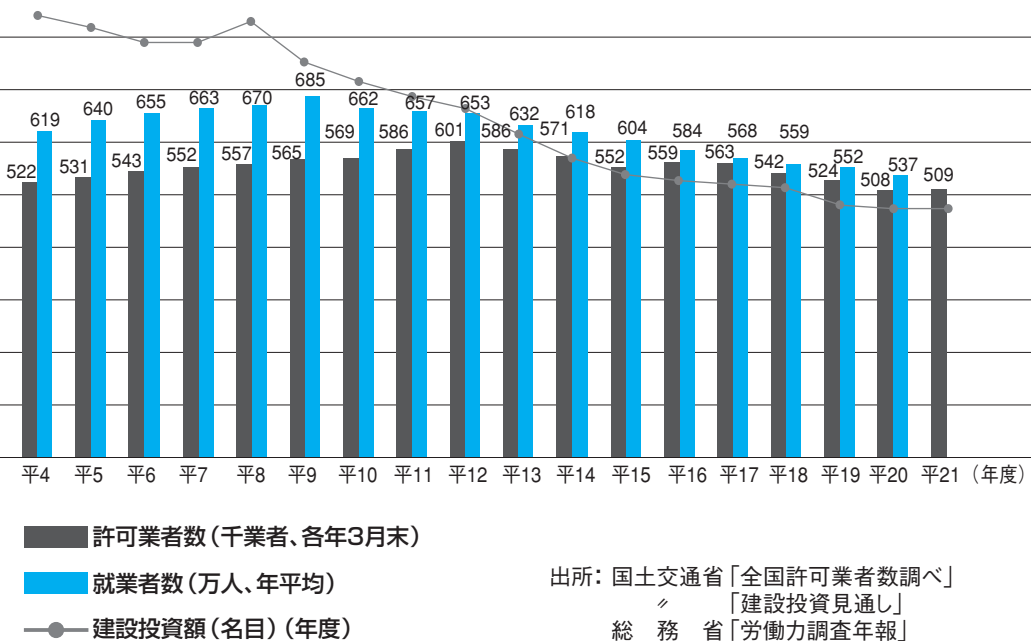
《建設投資の推移と供給過剰状態》

- 建設産業は、建設投資の低迷や建設業者数と建設投資のバランス崩壊（供給過剰）により収益性が大幅に低下し、市場を通じた再編・淘汰が避けられない状況にあります。
- 国内の建設投資の総額は年々減少傾向にあります。平成21年度の見通しではピーク時の約56%に落ち込んでいます。
- 縮小する建設市場と比べると、建設業者数や就業者数はいまだ高水準にあり、供給過剰状態にあると考えられます。

建設投資額の推移（全国）



建設許可業者数/就業者数の推移（全国）



《社会環境の変化》

- 建設業を取り巻く経営環境としては、まず公共工事の急激な減少が挙げられます。しかしながら、経営環境の変化は脅威ばかりではありません。ビジネスチャンスにつながるものもあります。
- 経営環境の変化は様々ですが、一例を挙げると下記のとおりです。



例えばこんなものがあります

少子高齢化

少子高齢化の進展により、労働力が減少する一方で高齢者を対象とした市場が拡大しています。特に平成19年には670万人を超える団塊の世代が退職を迎えたといわれています。

IT化の進展

電子申請、電子入札、帳票のデジタルデータ交換など、情報技術の進化とともに環境変化が進んでいます。

入札改革

一般競争入札の拡大や総合評価方式（価格だけでなく技術力など総合的に評価するしくみ）の拡充、入札ボンド制度の導入・拡大などへの対応が求められています。

環境問題

二酸化炭素の排出削減や省エネルギー、自然エネルギーの活用、リサイクルの重視など、環境に配慮した行動が重視されてきています。

農業改革

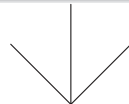
農村では、農業の担い手が減少傾向にある一方、ここ数年法制度が改正され、一般企業でも農業参入しやすくなりつつあります。

各種法律や制度

指定管理者制度を活用した公共施設の維持管理、中小企業地域資源活用促進法を活用した地域資源のブランド化、中小企業新事業活動促進法を活用した商品開発・販促などが挙げられます。

安心・安全

「食」「住」など生活の基本的分野での信頼が失われつつあり、安心・安全に対する信頼が求められています。



《建設業改革の方向性》

- 建設投資が縮小・抑制傾向にある状況下、既存事業の問題点の改善などといった従来型の経営努力だけでなく、「革新的」に経営を実践している地域の建設業者も多く現れてきています。

建設業における経営革新の必要性



2 新たな収益源を開拓するには

- 建設市場が縮小しているなか、新分野事業への参入を図ることも、新たな収入源を確保するうえで重要な選択肢です。
- 新分野の検討に当たっては、自社にとってのプラス要因とマイナス要因をもういちど客観的に整理してから、検討を進めることが重要です。
- 新分野進出は「建設関連分野」と「非関連分野」に分けることができます。

経営環境の分析ツールの一つにSWOT分析があります。自社経営の強み・弱み、市場における事業機会・脅威について整理・把握するものですが、具体的な新分野の検討においても用いることができます。

SWOT分析(自社分析)の例

プラス要因

マイナス要因

「内部」の経営資源

ヒト、モノ、カネ、情報、ノウハウ等

+
プラス
要因



-
マイナス
要因

「外部」の経営環境

業界・競合企業の動向、顧客ニーズの変化等

Strength

S 強み

ナンバーワン、オンリーワン

- 例)
- 社長の幅広い人脈
 - 既存顧客管理が徹底しリピーターが多い
 - 営業のネットワークが良い
 - 特殊技術を保有している
 - 自社施工能力が高い
 - 優秀な協力会社を抱えている

Weakness

W 弱み

改善が必要な点、劣る点

- 例)
- 経営幹部が数字に甘く危機意識が薄い
 - 経営目標が具体的でなく周知も不足
 - 民間工事の営業をした事がない
 - 購買情報が足りず交渉力がない

Opportunity

O 機会

ビジネスチャンス

- 例)
- インターネット等ITの進歩
 - 民間景気の一部回復
 - リフォーム市場の拡大
 - 顧客ニーズの高度化・多様化
 - 環境意識の高まり

Threat

T 脅威

存在を脅かしそうな外部の動き

- 例)
- 少子高齢化、人口減社会
 - 公共事業予算の削減
 - 過剰供給構造による競争の激化
 - 独禁法改正、入札・契約制度改革等の制度環境の急速な変化

建設業における新分野事業の分類

1 建設関連分野

文字通り、建設業に関連しているので建設業で培われた経営資源(ヒト、モノ、カネ、情報)を活用しやすい分野といえます。参入しやすいため他社との競合が予想されますが、比較的风险が低く、建設業との相乗効果が期待できます。

例)

- 内装工事業者が顧客ニーズを反映したインテリア商品を開発。
- 水道工事業者が顧客ニーズを反映した浄水器を開発。
- 工事施工のほか維持管理業務にも進出、既存顧客やその関連顧客にも販売を拡大。
- 得意の電気関係技術を応用し、産学連携で自然エネルギーを活用した発電技術を開発。

2 非関連分野

建設業とは関連があまりないため、自社の経営資源を活用しつつも、外部と連携しながらノウハウ等を補完しながら取り組む必要があります。比較的风险は高いものの、成功すれば新たな収入源として期待できます。「環境」「福祉・介護」「農業」など様々な分野への進出が行われています。

例)

- ダチョウの養育及びダチョウを原料とした加工品の開発・販売
- デイサービスやショートステイなど介護サービスの運営
- 農産物の栽培・生産及びそれを原料とした健康食品の開発・販売

3

建設業からの 参入が進む 新分野

- 従来型の建設市場の低迷を受けて、新しい分野への事業進出を考える企業が増えています。
- 建設業からの進出例がある市場としては、ニーズが高まっているリフォーム分野や環境・リサイクル分野がありますが、一方日頃の業務や地域の課題のなかに新事業のヒントが潜んでいるケースもあります。

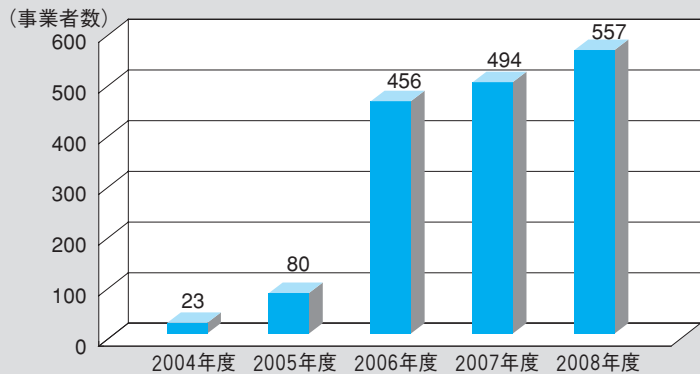
地域で生まれる新市場

パブリック ビジネス分野

パブリックビジネスとは、公共サービスのうち民間による関与可能な分野に関わるビジネスをいいます。具体的には、民間資金を活用する仕組みであるPFIや2003年の地方自治法の改正に伴う指定管理者制度等が該当します。指定管理者制度とは、公の施設の管理運営について、自治体の指定を受ければ民間企業でも受託できる制度です。

保守・修繕業務など建設業の技術・ノウハウを直接活かせる業務もある反面、接客・サービス業務などソフト面の充実を図る必要があるため、異業種企業との連携が重要です。

●指定管理者制度の導入状況



※2008年度は2008年4月現在の数値

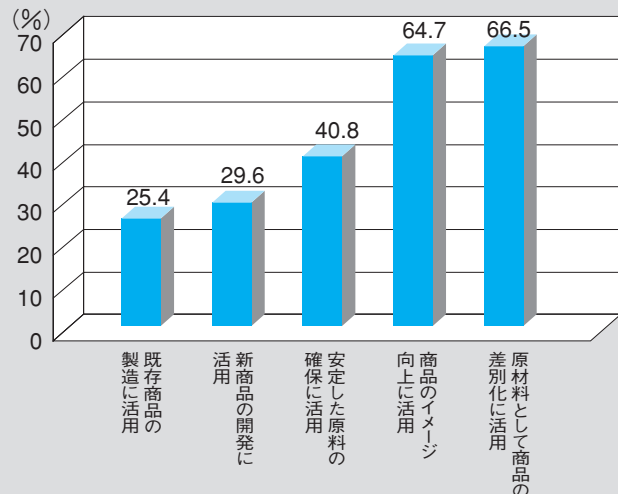
出所：平成20年総務省「地方公募企業の経営の総点検の実施状況」

地域資源活用 ビジネス分野

農林水産物や工業製品及びそれらに関する技術、文化財、自然の風景地、温泉地等の地域資源とその強みを活用するビジネスを地域資源活用ビジネスといいます。平成19年6月に中小企業地域資源活用促進法が施行され、中小企業者が作成した事業計画が認定されると様々な支援を受けられるしくみになっています。

地域資源を活用するには、まず農林水産物などの地元の地域資源を認識する必要があります。そして、それらを活用するためには、地域の景観や歴史的建造物などの施設、さらには街並みなどと組み合わせると効果的だと考えられます。

●地域資源の活用方法（農林水産型）



出所：中小企業庁「中小企業白書2007年版」

注) 調査対象者は農林水産型商品を扱っている企業

建設業関連・周辺分野

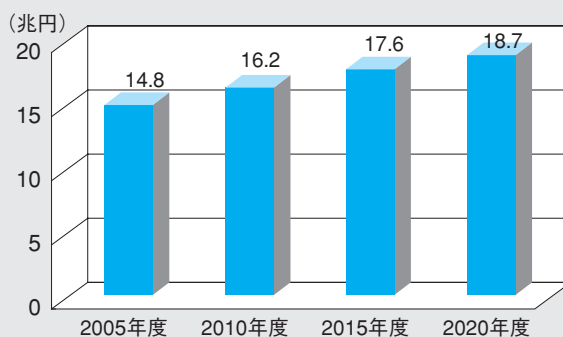


リフォーム分野

今後、成長が期待されている事業分野です。建設業者が比較的進出しやすい「建築物全体の維持修繕工事」の場合、2005年度の約15兆円から2020年度には18.5～18.7兆円に増加すると予測されています。

ただし、この分野は参入が比較的容易な反面、競争は厳しく、他社との差別化を図っていくことが重要です。

●維持・補修市場



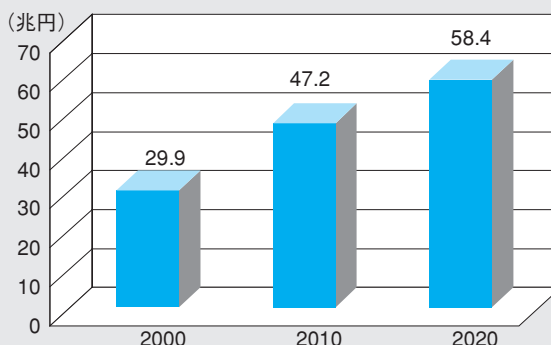
出所：平成14年(財)建設経済研究所
「日本経済と公共投資」

環境・リサイクル分野

この分野は、廃棄物処理、リサイクル、土壌汚染対策、エネルギー、健康住宅、屋上緑化、環境保全等、多岐にわたっていますが、いわゆる規制ビジネスが多く、建設リサイクル法や土壌汚染対策法等の施行に伴って市場が拡大してきていることが特色です。

環境省では環境ビジネスが2000年から2020年の20年間において市場規模で1.9倍、雇用規模で1.6倍に拡大すると予測しています。

●環境ビジネスの市場

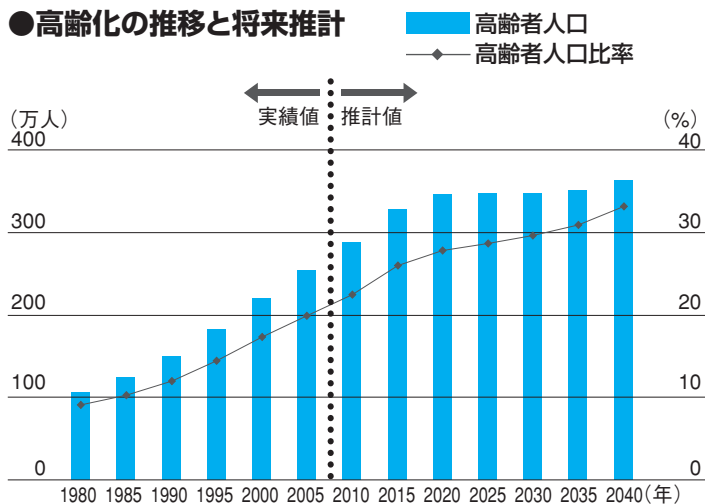


出所：平成14年環境省「わが国の環境ビジネスの市場規模及び雇用規模の現状と将来予測についての推計」

高齢化社会に対応した分野

高齢化を背景に、関連市場は右肩上がりを示しています。平成12年の介護保険制度導入により、民間企業の介護サービス事業への進出が可能となり、平成18年度の改正で需要はさらに拡大しています。介護・福祉スタッフは外部から調達する傾向にあるものの、介護・福祉事業で得たノウハウをバリアフリー施工につなげるなど相乗効果も期待できます。

●高齢化の推移と将来推計



出所：内閣府「平成21年版高齢社会白書」

農業分野

「食の安全性」や「健康志向」の意識の高まりを受け、やり方しだいでは高収益を上げることも期待できます。農業参入により、従業員の効率的な活用が図られるとともに、地域における雇用の確保と担い手のいない農地の

有効利用が期待されます。

すでに建設業においても、土壌改良による有機農業、機械を用いた農作業受託、観光業を兼ねた牧場等、農業への特色ある挑戦が行われています。

①農作業受託事業

依頼された農作業を請け負う形態の事業です。

②農業生産事業

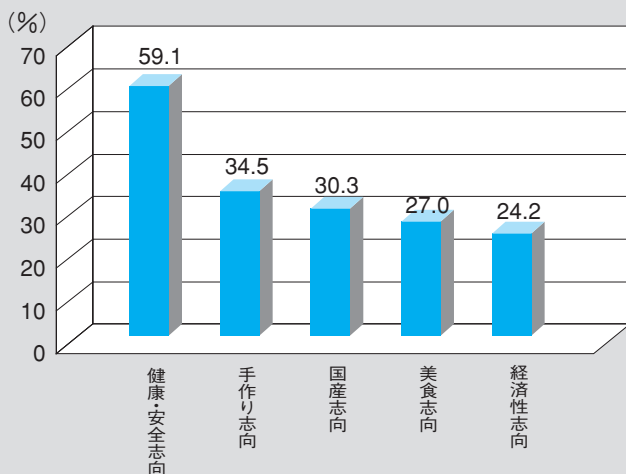
農地を利用しない農業生産事業

自社保有の遊休地を活用するなど、農地を利用しないで農業参入する形態の事業です。プロイラーや養豚、きのこ栽培など施設を利用したものが多くみられます。

農地を利用する農業生産事業

農業者の高齢化や耕作放棄地の増加、担い手不足などの問題の解消を図るため、改正農業経営基盤強化促進法が平成17年9月に施行されました。これにより、一般の株式会社やNPO法人など、農業生産法人以外の法人のリース方式による農地の権利取得が可能となり、建設業本体で直接農業生産ができるように規制が緩和されました。

●食に対する志向で特に強いと思うもの(上位5項目)



出所：農林水産省
「平成18年度食料・農業・農村白書」

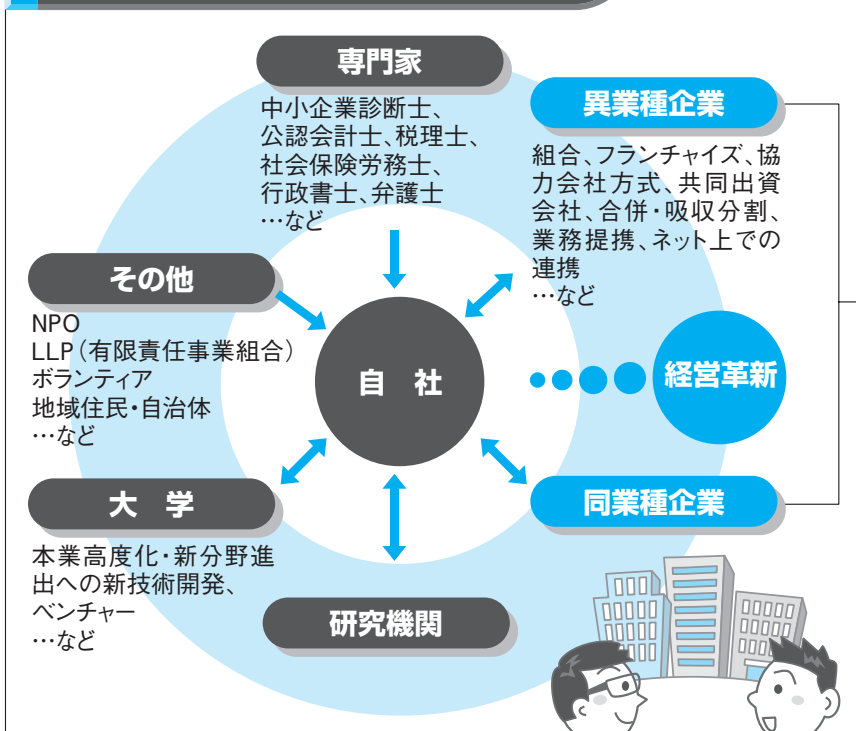
4

不足する経営資源は連携で補う

《外部機関との連携》

- 中小・中堅建設業者にとって、自社で不足する技術・ノウハウを外部機関との連携により補完することは有効な手段です。
- 連携先は、企業、大学、NPO、研究機関など。また連携の形態も、組合やフランチャイズ、協力会社方式、共同出資会社の設立、合併・吸収分割、業務提携など様々な形態があります。
- 研究開発的色彩が強い事業では、公設試験研究機関や大学など、製造段階ではメーカーや専門業者、マーケティングに当たっては、中小企業診断士や専門コンサルタントなどと連携しているケースが見受けられます。

連携先となる「外部」には様々な機関がある



企業連携の類型

業界外

自社から見て遠い業界の会社になるほど連携の難易度が増すが、連携に成功した場合の成果もより大きい。

業界外との連携

福祉マンションの建設で、建設業者と介護事業者が連携し、住宅供給と高齢者ケアを一体のものとして提供。

縦の連携

ビル建設で、測量→設計→施工→維持・管理の各プロセスに携わる各企業が、一連の過程で「縦のつながり」を作って、一体となってサービスを提供する例。

横の連携

リフォーム工事などで、内装工事、改装工事、上下水道工事、電設工事を行なう異業種のもの同士が「横のつながり」を作って、一体となって連携して工事を受注・施工する例。

協同組合

同じ業種の企業が、共同受注や、資材の共同購入などを行って、受注機会拡大や、コストダウンを図る例。

業外連携

異業種連携

同業種連携

業界内

自社単独と連携とを比較すると…

	自社単独	連携
事業開始までのスピード	▲ 自社にノウハウがない場合、時間がかかる	● 外部企業等からノウハウを得て時間短縮を図る
開発・投資コストの負担	▲ 自社で負担する	● 外部企業等と分担できる
技術力	▲ 自社保有の技術の範囲	● 外部企業等の技術を活用
意思決定の自由度	● 自社だけで意思決定	▲ 合意形成が必要
ニーズ予測	▲ ひとりよがり	● 客観性が高まる
リターン・成果	● 自社で独占できる	▲ 分担・分配の必要あり

5

現状の問題点を洗い出す 経営改善

- 自社に十分な体力や余裕、強み等がない場合には、収益性の向上や生産性の向上に向けて、現状の問題点を見直す「経営改善」に取り組む必要があります。
- 経営改善や経営の見直しのためには、経営改善に向けた姿勢・行動を確立するとともに、資金面、人材面、情報面など様々な側面から取り組む必要があります。

姿勢・行動

自助努力型の経営マインド

景気的好転や公共工事の増加などを期待するのではなく、自助努力型の経営マインド・姿勢が求められます。また、そのような姿勢を自社の社員に理解してもらい、醸成することが大切です。

柔軟かつ機動的な取組み

自社の良き伝統・企業文化・やり方は引き継ぎながらも、それに過度にとらわれることなく、柔軟かつ機動的に見直しながら経営改善に取り組みましょう。

継続的な取組み

～将来的なことも視野に～

経営改善・経営の見直しには、継続性や不断的な努力が重要なのはいうまでもありませんが、企業の存続や事業の承継、後継者の育成など将来的な課題も視野に入れることが大切です。

各側面からのアプローチ例



資金面

新規借入れが可能かどうか、ここ数年の財務諸表の状況がどのようになっているかなど的確に認識するとともに、将来的な資金計画等を立てることが重要です。

人材面

どんな業界でも「優秀な人材の確保・育成」は重要な経営課題ですが、とりわけ建設業は労働集約的な産業であるため、人材が企業業績を左右するといっても過言ではありません。「企業は人なり」です。

情報面

常にアンテナを張り、経営改善に資する情報を積極的に収集することが重要です。その一環として、P11の「ワンストップサービスセンター事業」をはじめ各行政機関が実施している公的支援施策などを調べ、申請・活用してみましょう。

技術面

工期の遅れがなく、労災事故などが発生しないことはもちろん、新工法の開発や施工品質の向上、コストダウン等を図ることが競争力アップにつながります。

上記のほかにも、研究開発面や購買・仕入面、営業面、サービス面など自社の実情に応じた様々な切り口・側面から、経営改善にアプローチしてみることが大切です。

6 経営力強化に向けた チェックポイント

- 「桃栗3年、柿8年」の通り、採算がとれるようになるまでには時間がかかるので、売上高、営業利益等のしっかりした中長期計画の作成が重要です。
- 顧客・販路の開拓は事業展開上の要。競合企業や類似製品の調査が必要になります。

6つのポイント



事業の成就

桃栗三年 柿八年

6つのポイント

1

顧客の開拓
～営業改革を進めるには～

- ①従来型営業にとらわれない
 - 顧客別、商品別、活動エリア別などそれぞれに合った営業スタイルの確立が求められます。
- ②営業活動のシステム化～組織的・体系的な営業を～
 - 営業マン個人の中にある情報・ノウハウを社内でも共有化するとともに、営業部門だけでなく他部門とも協力して、顧客ニーズの把握や顧客への提案、アフターサービスの実施などを組織的に行うことが重要です。
- ③営業部門と生産（開発）部門の緊密な連携
 - 営業活動で把握した顧客情報やニーズを生産（開発）部門にフィードバックすることにより、より顧客ニーズにマッチした製品開発ができるようになります。

2

コスト管理と仕入先の確保

- ①各コストの把握と管理
 - 生産コスト、仕入コスト、販売コスト、輸送コストなど様々なコストを把握・抑制しつつも、戦略的・計画的にメリハリのきいたコスト管理を行うことが重要です。
- ②最適な仕入先の選定・確保
 - 数量、品質、価格、納期などの諸条件を吟味・検討し、安定的・継続的に調達できる最適な仕入先を選定・確保する必要があります。

3

資金調達

- ①様々な資金調達方法
 - 自己資金、銀行借入、私募債発行、ベンチャーキャピタルの活用、公的支援制度の活用など、資金調達方法には様々な方法がありますので、それぞれのメリット、デメリットを把握するとともに、場合によっては専門家に相談することが有効です。
- ②金融機関との良好なパートナーシップ
 - しっかりした「経営計画書」の作成、金融機関に対する定期的な会計情報の開示、単年度ベースでの利益計上、安定的・継続的な取引先・得意先の確保などにより、金融機関からの評価がアップし、良好な関係を築くことができます。

4

技術・ノウハウ

- 技術の開発・習得・高度化やノウハウの蓄積に向けて、特許取得の是非の検討や他社との技術提携、技術情報のセキュリティ管理（情報流出防止）などに努める必要があります。

5

人材の育成・確保

- 優秀な人材を確保・育成するためには、既存人材の再教育・配置転換、外部人材のスカウト・中途採用、連携先企業からの派遣・協力、営業マンや技術者等に対する研修システムの構築などが有効です。

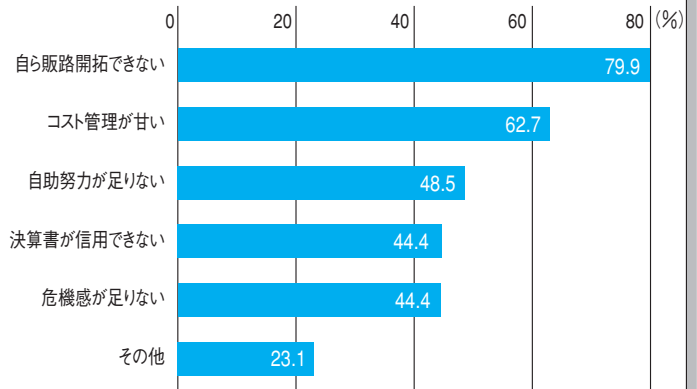
6

現場意見の反映

- 社員や顧客の生の声を吸い上げるためにも、経営者自ら生産現場や販売現場を知ることが大切です。

●中小建設業が抱える課題

ワンストップサービスセンターの建設業経営支援アドバイザーを対象としたアンケートでも、中小建設企業の課題は「販路開拓」「コスト管理」という回答が上位を占めた。

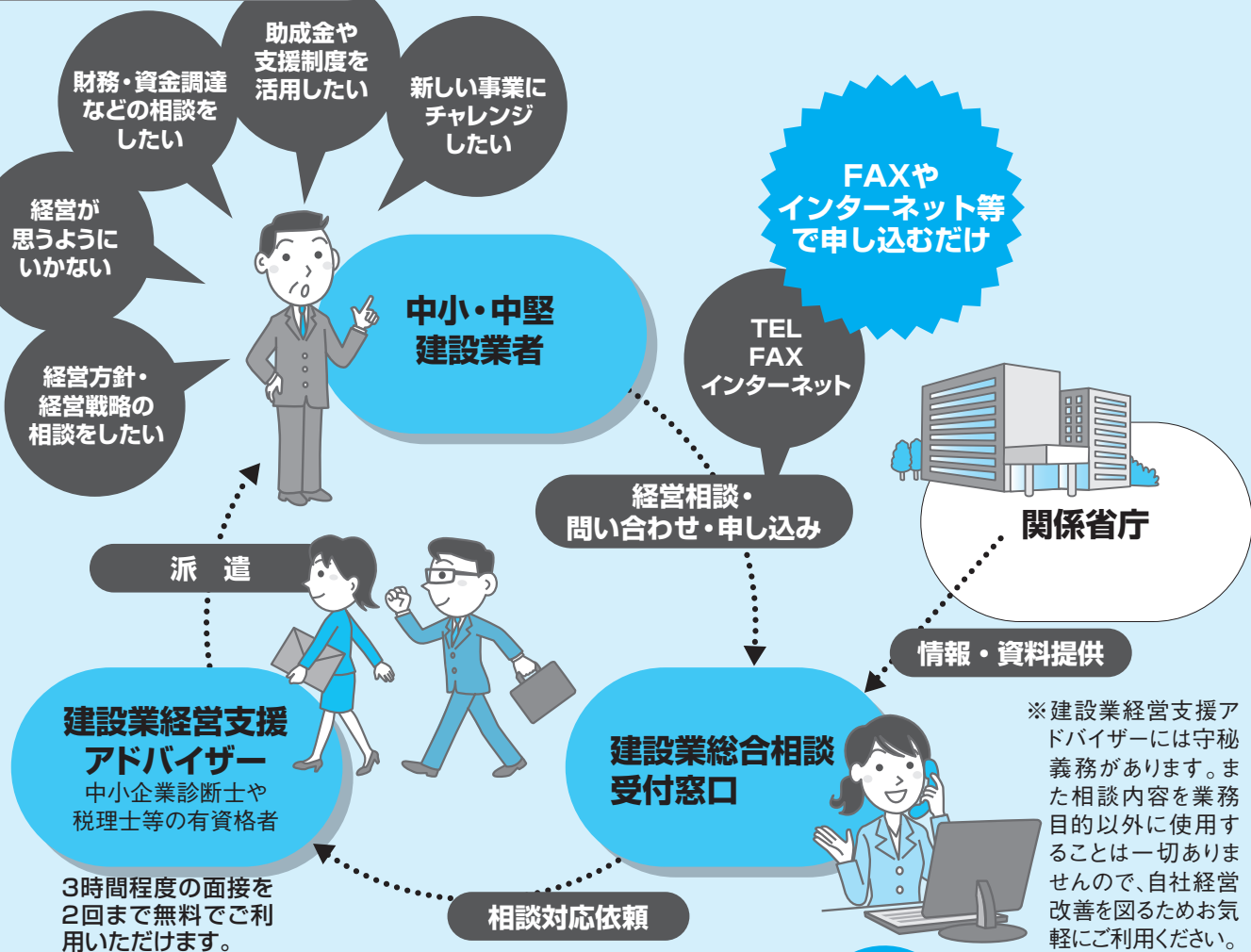


出所:平成19年(財)建設業振興基金
「建設業経営支援アドバイザー意識調査」

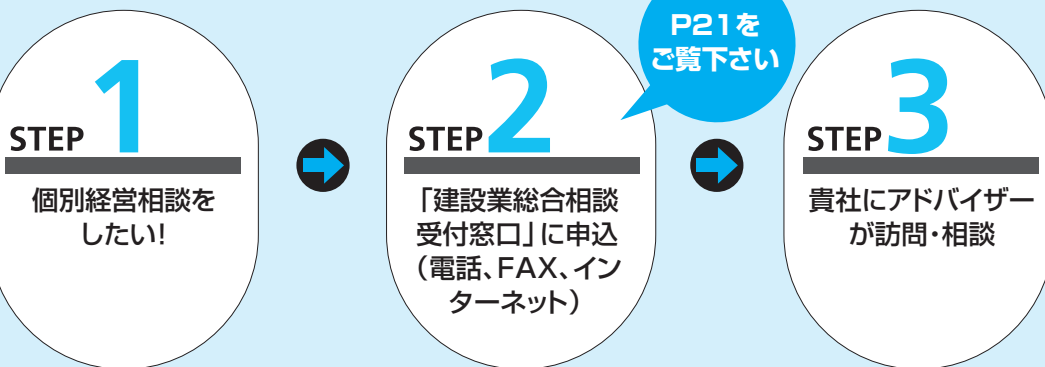
ワンストップサービスセンター事業とは？

- 中小・中堅建設業者の経営基盤強化等を図るため、関連するサービスを建設業者が1カ所でまとめて受けられる「建設業総合相談受付窓口」が、国土交通省の各地方整備局等、各都道府県の建設業協会等に設置されています。(P21のお問い合わせ先を参照)
- 相談受付窓口では、相談の内容に対応して、関連する資料の提供や相談窓口の紹介を行うほか、相談者(建設業者)が経営上の個別・具体的な相談を希望する場合には、「建設業経営支援アドバイザー」を派遣しています。

経営相談事業とは



利用方法



8

本格化する 公的支援制度

- 地域経済や雇用に高い波及効果が期待される新分野進出を後押しする国の支援策も本格化しています。
- 建設業の地域総合産業化の促進の一つとして、地域の建設産業団体と地方公共団体が中心となり建設業以外の他産業の団体等と連携して地域の活性化に資する事業の立ち上げに向けた取組を支援する「建設業と地域の元気回復助成事業」が平成20年度第2次補正予算により実施されています。

建設業の地域総合産業化の促進について

建設業をとりまく厳しい環境

- 地域の建設業は、建設投資の急速かつ大幅な減少、ダンピング等による価格競争の激化、金融機関の融資姿勢の厳格化といった課題に直面しているとともに、昨今の景気後退の影響により、その取り巻く経営環境はかつてない厳しい状況

地域において建設業の果たす役割

- 地域における建設業は、地域の住宅・社会資本整備の担い手であり、経済・雇用を支える重要な産業
- 建設業が保有する人材、機材、ノウハウ等を活用した異業種との連携や複業化等により、地域づくりの担い手である建設業の活力の再生、雇用の維持・拡大や地域活性化を図ることに対して大きな期待

『骨太の方針2004』

(平成16年6月4日閣議決定)

厚生労働省・農林水産省・経済産業省・環境省・国土交通省が連携して、「建設業の新分野進出」を「政策群」として位置づけて支援

『地方再生戦略』(抜粋)

(平成20年12月19日 地域活性化統合本部決定)

「地域の経済と雇用を支える建設業について、技術と経営に優れ、地域に貢献する企業の成長を支援するため、「地域建設業経営強化融資制度」の活用等による資金調達の円滑化、総合評価方式の導入・拡充やダンピング受注の防止の徹底等による適正価格での契約を推進するとともに、新分野への進出や他産業との連携事業(林建共働など)による地域総合産業化や人材の確保・育成の取組を支援する。」

地域総合産業化支援策の概要

総合

- 建設業緊急経営相談事業(ワンストップサービスセンター事業等)
- 建設業と地域の元気回復助成事業
- 下請資金繰り支援事業

環境

- 学校エコ改修と環境教育事業

福祉

- 地域介護・福祉空間整備等交付金等による地域の介護サービス基盤の整備

雇用対策

- 建設労働者雇用安定支援事業
- 地域雇用開発助成金等
- 新規・成長分野企業等に対する支援
- 中小企業基盤人材確保助成金(新分野進出等)
- 建設業有料職業紹介事業等の推進

農業

- 農地リース方式による農業参入の支援
- 企業等農業参入支援推進事業
- 農業サービス事業体に対する支援の充実(農林漁業施設資金)
- 金融支援(農林漁業金融公庫資金・農業近代化資金 等)
- 農山漁村活性化プロジェクト支援交付金
- 地域・企業協働基盤整備推進対策(農業参入促進基盤整備実証事業等) 等

能力開発

- 中小企業雇用創出等能力開発助成金

中小企業対策

- 新事業活動促進支援補助金
- 中小企業地域資源活用プログラム事業
- 中小企業総合支援センターによる専門家派遣等、セミナーの開催
- 中小企業再生支援協議会による中小企業の再生支援

9

企業の 取り組み事例

■ここでは国土交通省からの受託事業として(財)建設業振興基金が実施した「建設業の新分野進出・経営革新モデル構築支援事業」における選定事例から、経営革新に取り組んでいる企業をご紹介します。

建設業の新分野進出・ 経営革新モデル

-
- 事例01 株式会社進栄(茨城県) 14
合併で土木と建築という企業文化を融合し、
シナジー効果を高める
-
- 事例02 山田建設株式会社(栃木県) 15
地域資源を癒しに!
烏山和紙によるメンタルケア商品の開発・販売
-
- 事例03 社団法人群馬県建設業協会(群馬県) 16
GPS機能付き携帯電話活用の災害時の
情報ネットワークを強化する事業
-
- 事例04 安行造園株式会社(埼玉県) 17
簡易型平面緑化ユニットの
販路拡大と壁面緑化工法の開発
-
- 事例05 株式会社Pシール(東京都) 18
自社ブランドのコーティング剤
「SPコーティング」の生産・施工販売
-
- 事例06 株式会社深沢工務所(山梨県) 19
間伐材木炭による浄化水で育てた米を
コンビニ販売する事業
-
- 事例07 ヤマミガラス株式会社(長野県) 20
観光客と地域とのつながりを
プロデュースする「エコツアー杜のなか」
-

事例●01

株式会社進栄(茨城県常陸大宮市)



平成 20 年度
建設業の新分野進出・経営革新

連携・統合

合併で土木と建築という 企業文化を融合し、 シナジー効果を高める

平成 20 年、共栄道路(株)が(株)ともえ建設を吸収して誕生した(株)進栄。もとの 2 社の専門分野がそれぞれ土木・建築と異なっていたため、合併後は事業範囲が拡大し競争力が向上、さらに経費の削減も見込まれるなどシナジー効果が徐々に生まれている。



合併の調印を行う両社長



合併し、握手を交わす共栄道路(株)と(株)ともえ建設。会社名を(株)進栄に変更した

PROFILE

株式会社進栄 (旧: 共栄道路株式会社)

代表者/高野 裕 (代表取締役)
生田 憲一 (代表取締役)

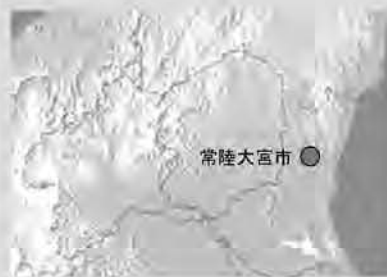
所在地/茨城県常陸大宮市

資本金/2,000 万円

従業員数/10 名

URL/http://www.hosou.co.jp/

事業内容/共栄道路(株)を昭和 39 年に設立。道路舗装工事請負業、土木建築工事設計及び施工を行う。平成 5 年頃から一般土木中心へと方向転換、平成 20 年 10 月、(株)ともえ建設と合併し、(株)進栄に商号を変更。



常陸大宮市

1. 事業の背景と動機

経常 JV を契機に幅広い 協業関係の構築を検討

土木工事業を中心としてきた共栄道路(株)は平成 20 年、建築工事業を柱とする(株)ともえ建設を吸収合併し、(株)進栄として新たなスタートをきる。両社は、平成 18 年に経常 JV を結成したことをきっかけに、お互いの会社の悩みや不安が共通していることが分かった。その後も交流を続ける中で、合併により協業体制をつくることで意見が一致した。

2. 進出時の苦労やその対応

両社の社員の融和を図ることが必要だった

土木と建築では、当然ながら、企業文化が違うこともあって、いざ合併に直面してみると、とまどうことも多かつたうえ、許認可などの手続きについての不安もあった。そこでまずは、両社の社員で融和を図るところから始めた。そのほかにも、外部の専門家に適宜相談し、合併の成功と経営への専念に努めた。

3. 新事業の概要

合併によるシナジー効果を 高めるための事業

両社の合併にともなって、土木と建築というそれぞれの企業文化と強みを活かすことができるシナジー効果を発揮するための事業に取り組む。具体的には、経営管理システムを改善し、管理関係で課題となっている諸経費の削減に努め、合併後の新会社である(株)進栄の価格競争力アップを図る。また、経営に関しては、複数代表取締役の形をとり、それぞれが旧会社の経営を担当することとしている。また、合併により、後継者の問題も解決を図っていく。

4. 事業の推進体制

具体策はコンサルタントの助言で

合併前の両社の代表者が中心となって本事業を実施する。合併後の新会社内で 3 名程度のチームをつくり、今後について検討していく。社内体制を改善・整備することが課題となるため、具体策は経営コンサルタントの助言を受ける。また、将来的に不動産開発分野への進出を考えているため、設計コンサルタントとの連携も考えられる。

5. 差別化戦略・競争戦略

信頼される地域の小規模 ディベロッパーを目指していく

土木と建築という 2 つの企業文化が融合され、新会社がひとつになることによって、土地の活用から公共事業まで担うことが可能となり、差別化もできるようになる。こうして、顧客から信頼を寄せられる、地域の小規模ディベロッパーを目指していく。

6. 成果と今後の課題

不動産開発分野に早い時期に 進出し、提案型営業を展開していく

企業合併に関しては、行政関係の手続き以外に目立った遅れはなかった。現時点では、合併した両社の間で、人事面や処遇面に関する差異が残ったままではあるものの、拙速にならずに、共通化できる部分から少しずつ融合を進め、解決を図っていく方針をとっている。不動産開発分野への進出に関しては、早い時期に結論を出す予定で、実行することになれば、民間向け提案型営業を展開できるようになる。

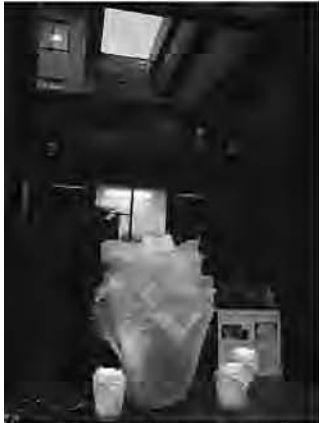


平成 20 年度
建設業の新分野進出・経営革新

地域・生活

地域資源を癒しに！ 烏山和紙による メンタルケア商品の開発・販売

紙肌が緻密で美しい烏山和紙。1200年の時を超えて伝承されてきた地域の産業資源を「癒し」に活かす事業に、学校、そして地域の住宅を多数手掛けてきた老舗建設業、山田建設(株)が取り組む。陣頭指揮をとるのは設計事務所を経て入社した4代目の専務で、開発には大学時代に出会った研究者が協力。



宇都宮社会保険病院のエントランスロビーに展示した烏山和紙の照明



子育て支援倶楽部「里風鈴」では烏山和紙による柔らかく温かな空間を感じることができる

PROFILE

山田建設株式会社

代表者/山田 広明(代表取締役)

所在地/栃木県那須烏山市

資本金/2,000万円

従業員数/6名

URL/http://yamada-k.com/

事業内容/明治43年創業。土木工事業、建築工事業、大工工事業、とび・土木工事業等幅広く手がける。住宅建築を「生活提案」という大きな視点で捉え、地元密着型経営を行っている。



1. 事業の背景と動機

「自然素材を活かした家」という自社の歩みに合致する生活提案

明治43年に創業した同社は地元密着型で事業を行い、住宅の顧客からは「自然素材を活かした、優しく温かい家」という評価を得てきた。そうしたカラーを活かしながら、建設業の枠にとらわれず「癒し」のある生活提案を目指し、地元で作られてきた烏山手すき和紙に着眼した。烏山和紙製造業者の製品を見て、同社の住宅コンセプトに合致すると感じ、和紙製造業者や大学教授らとの共同開発の話が始まった。

2. 進出時の苦労やその対応

製作は外部に委託、消費者のニーズはアンケートで把握

自社で製作すると設備や人材が必要なため、業者へ外部委託することにした。一般消費者のニーズは、アンケートによって少しずつ把握した。インターネット販売を考えているが、東京都心などで目に触れてもらう機会も模索している。

3. 新事業の概要

まず照明器具から製造・販売、製造業への進出を目指す

本事業は、那須連峰から下る那珂川の清流に生まれ長い歴史を持ち、地域資源の認定を受けている烏山手すき和紙を活用し、「癒し商品」＝「メンタルケア商品」の製造・販売を行っていくものである。

烏山和紙は光沢が良く熱に強いため、まずは照明器具に絞って開発・製造・販売する。烏山和紙は硬い和紙であるため、折り曲げ加工などにより生活用品への展開も考えている。それを通じて、住宅建設業からファブレス製造業へ進出するとともに、地域資源の存続にも寄与する。

4. 事業の推進体制

病院と子育て支援施設で商品モニター

社内は山田専務を中心に兼務体制を採用。社外では、製作を依頼する業者のほか、九州産業大学建築学科の小泉教授と福田製紙所が開発に、宇都宮社会保険病院と子育て支援倶楽部「里風鈴」が商品展示・モニターに協力し、中小企業診断士らも支援に当たる。

5. 差別化戦略・競争戦略

烏山和紙でのメンタルケア商品は、病院、福祉、学校がターゲット

烏山手すき和紙は、他の和紙の産地のものより「楮(コウゾ)」の質が良く、非常に硬い和紙ができる。その特徴とブランドイメージを最大限活かし、商品差別化を進める。一般消費者を対象にしたメンタルケア商品は多いが、本事業は、専務の経歴をもとに、無機的になりがちな病院、福祉施設、学校などへの販売を中心に目指している。

6. 成果と今後の課題

設計にも「癒し」を取り入れ、本業との相乗効果を狙う

販売実績はまだないが、展示会やアンケート結果から手ごたえを感じているところである。課題となる「売れる商品作り」と「価格設定」に対しては、アンケートや競合商品調査の結果をフィードバックすることで「売れる商品」の開発を目指して試作を重ねている。それらのデータは、適正な価格設定にも反映させていく予定である。また、これまでの設計は機能やデザインが重視されてきたが、メンタルケア商品を活用した「癒し空間」を基本に据えた設計を提案していくことで、本業との相乗効果を上げたいと考えている。



平成 20 年度
建設業の新分野進出・経営革新

生産性向上

GPS機能付き携帯電話活用の 災害時の情報ネットワークを 強化する事業

(社)群馬県建設業協会に属する各企業は、地域に密着しつつ、ライフラインの整備や防災工事、災害復旧工事などに努めてきた。そうした経験のなかで同協会は、GPS機能付き携帯電話を活用し、被災地の情報を一元管理することを通じて、災害時の情報伝達の手段を強化することを考えた。この事業によって、地域の防災体制をより確かにすることを目指す。



前橋支部で行われた説明会の様子。地元企業の連携が本事業のカギとなる



パソコン画面。地図上に災害発生位置や現場の様子を表示した見やすい画面構成になっている

PROFILE

社団法人群馬県建設業協会

代表者/小島 秀薫(会長)

所在地/群馬県前橋市

会員数/272社

URL/http://www.gun-ken.or.jp/

事業内容/明治42年設立。会員企業数272社。群馬県において建設産業全体の振興と社会資本整備の重要性を県民に周知することを目的とし、各種講習会の開催や行政機関への要望活動等を行う。



前橋市

1. 事業の背景と動機

地元を襲った台風から 防災体制強化を志向

平成19年に来襲した台風が、群馬県西部を中心とした地域に重大な災害をもたらし、同協会も復旧支援にあたった。この時、関係する行政機関との連絡体制をよりスムーズにするため、複数の情報伝達の手段を用意しておくことが大きな問題点として明らかになった。それは地域の防災体制にとって重要で、即座に取り組むべき課題と考えられた。

2. 進出時の苦労やその対応

NTTドコモから端末を 一括して大量に購入

GPS機能付き携帯電話を保有している会員企業が、同協会のなかで少なかったため、その多くを新規に購入しなければならなかった。そのため、群馬県内で普及率が高いNTTドコモと提携し、端末を一括で購入して初期の導入費用を抑えるとともに、NTTドコモと共同で運用マニュアルの整備やサポートを実施した。

3. 新事業の概要

GPS機能付き携帯電話で 災害情報を一元管理

同協会は、GPS機能付き携帯電話を用いて、自然災害時に被災地の発生位置や状況の確実な把握を可能にするシステムを構築、地域の防災体制を確かにする事業に取り組む。具体的には、被災地の画像をメール機能によって、設置されたサーバーに送り、それらの情報を会員企業や行政機関と共有し、すばやく、効率的な対応を取ることを目指す。業界団体として、こうしたシステムを構築するのは同協会が全国初となる。

4. 事業の推進体制

協会のネットワークを 活かしながら

もともと同協会は、群馬県内における災害対策の一環として、防災点検パトロールや緊急の復旧活動にあたってきた。本事業も常任理事会で承認を受け、同協会の各支部に担当者を置くとともに、協会本部事務局がとりまとめにあっている。また、構築するシステムの開発・維持管理に関しては、川田テクノシステム(株)から支援を受けた。

5. 差別化戦略・競争戦略

独自の取り組みに終わるよりも 全国的な広がりを目指す

本事業は、建設業の業界団体として全国初の取り組みで、それ自体がステータスであり、協会員と協会員外との差別化につながっている。ただ、同協会としては、同種のシステムが全国的に普及するべきと考えている。

6. 成果と今後の課題

本格的な運用の開始に向けて 携帯電話の配備などを進めている

本事業に関し、同協会内の各支部における説明会は平成20年9月までに終了した。以後は順次、GPS機能付き携帯電話の配備や、システムの運用に必要なIDやパスワードの送付を進めており、平成21年3月以降、本格的な運用を始める段階へと移ることを予定している。現時点までの進行具合からみて、当初の予定より、携帯電話の操作面で準備が整うまでに時間を要する可能性があるが、本格的な運用に向けての作業を進めている。



平成20年度
建設業の新分野進出・経営革新

運道リサイクル

簡易型平面緑化ユニットの 販路拡大と壁面緑化工法の開発

造園業として1世紀の歴史を誇る安行造園(株)は、近年緑化事業の一環として、屋上やベランダの緑化を進める簡易型平面緑化植栽マット「安行四季彩マット」の開発・販売を展開してきた。本事業ではその販路拡大をするともに、壁面緑化商品として開発し、トータル緑化システムとして製造・販売を目指す。



自社で実験中の金網を利用した壁面緑化工法。耐久性が特長



同社が開発した「安行四季彩マット」展示会の様子

PROFILE

安行造園株式会社

代表者/松本 孔志(代表取締役)

所在地/埼玉県川口市

資本金/5,000万円

従業員数/43名

URL/http://www.angyozen.com/

事業内容/明治40年創業、昭和40年株式会社設立。造園業を営み、関係会社で植木・花木・芝生を生産・販売している。屋上緑化、樹木治療・土壌診断等も手がけている。



1. 事業の背景と動機

県の「彩の国みどりの基金」も後押し

公園整備事業を中心に展開してきた同社は、公共事業の削減に伴い収益が減少、これを補完すべく、これまで造園業で培ったノウハウと技術を活かし、特殊緑化事業領域へ参入することにした。また、埼玉県で平成20年4月より始まった、市町村施設や民間施設の屋上緑化、壁面緑化、駐車場緑化に助成を行う「彩の国みどりの基金」事業も背中を押した。

2. 進出時の苦労やその対応

壁面緑化によって売上拡大を目指す

特殊緑化事業の手始めに、屋上やベランダの緑化用の簡易型平面緑化商品「安行四季彩マット」を、同社が主幹事を務める川口市都市緑化植木組合において開発、販売を進めているが、まだまだ普及しているといえないため、新たな展開が必要となった。そこで、建築物緑化は平面だけでなく壁面も含めた需要が多いことに注目し、それが本事業に結びついた。ただし、壁面緑化を行う際の躯体部分をどのように開発するかは課題があったが、県内の業者(株)テクノの協力を得ることができた。

3. 新事業の概要

壁面緑化工法開発と販路開拓

本事業は、簡易型平面緑化ユニット式植栽マット「安行四季彩マット」事業をさらに拡大充実させるため、(1)壁面緑化工法の開発、(2)販路開拓を行うものである。(1)に関しては、金属フェンス等を活用した壁面緑化工法を開発する。実証実験を重ねデータを採取し、基本仕様の作成に入る。(2)に関しては、緑化教室を開催し、「四季彩マット」を使った簡易緑化の施工技術を習得してもらい、販路を拡大していく。また、同時に展示会も開催、販路拡大に努める。

4. 事業の推進体制

プロジェクトチームを立ち上げる

社内体制としては、松本社長を中心とした「建設緑化プロジェクトチーム」を立ち上げる。外部との連携は、壁面緑化フェンス設計・試作を(株)テクノ、緑化マットの試作を(株)トーア紡、販路開拓も含めた本事業全般については中小企業診断士・庄司氏の支援を得ている。

5. 差別化戦略・競争戦略

緑化教室、専門知識や技術等で差別化を図る

同業他社との競争では、緑化教室等の展開などにより一般消費者への需要開拓をして差別化を図る。ゼネコンに対しては、きめ細やかな対応で、防水・リフォーム業者へは、これまでの専門知識・技術を背景に、樹種選定や植栽のアフターケア・メンテナンス等により差別化を図っていく。

6. 成果と今後の課題

地元ホームセンターから全国展開へ

一番の課題は、やはり販路の拡大。植栽マットは地元のホームセンター等の販路開拓を足がかりに、全国展開を図っていく。壁面緑化の販路は、ゼネコン、デベロッパー等を通して開拓の予定。また、現在、県の支援を受けているが、有期事業なので、なるべく早く技術を普及していく必要がある。そのため将来は、組合員以外にも部材の販売を広げていきたい。なお、植物の季節ごとの生育状況データがまだ十分に得られていないという問題も残されている。

事例●05

株式会社Pシール(東京都あきる野市)



平成20年度
建設業の新分野進出・経営革新

自社ブランドのコーティング剤 「SPコーティング」の 生産・施工販売

(株)Pシールは、独自ブランドのコーティング剤「SPコーティング」を生産・施工販売する新事業に打って出る。このコーティング剤は無機塗料で、耐水性や耐油性に優れており、汚れ防止の機能もある。そのため、主流である有機塗料にくらべ、建物の維持管理コストの削減と環境にやさしいという特質を備えている。



SPコーティングはタイルの浮きによる剥離を抑制する効果を持っている



SPコーティング施工の様子。水や油を弾き、日常メンテナンスが容易になる

PROFILE

株式会社Pシール

代表者/中澤 紀之(代表取締役)

所在地/東京都あきる野市

資本金/1,700万円

従業員数/20名

URL/http://www.p-seal.jp/

事業内容/平成13年設立。シーリング防水、防水全般、塗装工事、止水工事、外壁調査・診断、外壁改修工事・タイル工事等を行っている。汚れに強い無機系の「SPコーティング」を得意とする。



1. 事業の背景と動機

コーティング施工への反響から販売の手応え

社長が平成19年10月に特殊塗料ベンチャーの知己を得たことで、コーティング剤として、建設分野に応用できる機能性特殊塗料を販売する計画がスタートした。その後、平成20年に大規模改修工事2件のコーティング施工を実施したところ、ユーザー(オーナー)から多数の好意的な評価が寄せられ、本格的な販売に進出できる手応えをつかんだ。

2. 進出時の苦労やその対応

施工実績の少なさが顧客開拓のうえで障害に

最も苦心していることは新規の顧客開拓。施工実績が多くはないことが開拓をいっそう困難にしている。その背景として、本事業で使うコーティング剤が自社ブランドの特殊な製品であり、現時点では、その販売先も、材料の特性を十分に理解している顧客(企業)に限られてくるのが考えられる。

3. 新事業の概要

自社ブランドのコーティング剤による新展開

同社は、建物の長期維持を目的とする自社ブランドのコーティング剤をベンチャー企業のOEM生産とし、メーカーとしての地位を確立する事業に取り組む。本事業によって同社は、この製品の販売や責任加工といった「川下」の事業分野に参入する。そのため、コーティング剤の試験や宣伝広告が必要となる。また、このコーティング剤を異業種に提案することによって、共同プロジェクトの展開なども視野に入れた新商品の開発にも取り組んでいく。

4. 事業の推進体制

複数の共同プロジェクトを進行中

社内に2名の担当者を置き、その後、さらに1名を増員し、営業と施工管理にあたっている。本事業は、異業種への提案が大きな柱の一つとなっているため、現時点で、造船、建設金物、コンクリート2次製品、プリザーブドフラワーの各メーカーとの共同プロジェクトを進めている。また日経BP社「ケンブラッツ」に新製品として掲載されたことで認知度も上がっている。

5. 差別化戦略・競争戦略

既存品にはない特殊材料のため競合他社はないと判断

本事業で扱うコーティング剤は、ガラス質膜を持った無機塗料であり、建設分野で一般的に使われている有機塗料に比べて環境負荷が小さい、劣化しにくい等の長を有し、競合他社はないと判断している。共同プロジェクトを推進しているのは、今後、類似品が出てくる場合への対応策でもある。

6. 成果と今後の課題

順調なスタートをきった半面、顧客開拓の面では課題が残る

本事業がスタートした平成20年1月以降の売上高は約840万円に達し、目標の500万円を大きく上回っている。また今後、三井不動産グループが運営する商業施設3カ所の施工も受注できる見通しであるなど、順調といえる。ただし、当初からの課題である顧客開拓の面では不十分であり、PRするなどの努力が必要。今後は、地域のゼネコンなどに対し、本事業の優位性をプレゼンするなどの活動を通じ、販売ネットワークの構築に努めていく。



平成20年度
建設業の新分野進出・経営革新

農林水産業

間伐材木炭による浄化水で育てた米をコンビニ販売する事業

(株)深沢工務所は、地域の農産品である米の販売を新事業として展開しようとしている。本業に伴ってどうしても出てくるのが避けられない間伐材を水の浄化材として有効活用して栽培した安全で特色のある米を、コンビニで販売するという2段階構えの事業である。



単なる少量販売ではなく、産地や銘柄、銘柄の特徴といった情報もバックに記載している



コンビニエンスストアなどで購入者が商品を簡単に手にすることができるように小袋サイズで販売

PROFILE

株式会社深沢工務所

代表者/深沢 一保(代表取締役)

所在地/山梨県身延町

資本金/4,000万円

従業員数/55名

URL/

事業内容/昭和26年設立。一般土木事業を営んでいる。売上高の90%を法面工事が占める。緑化工法等を駆使して「新しい自然環境の創造」をモットーに事業を進めている。



1. 事業の背景と動機

綿密で長期間のマーケティングを続けた末に

以前より同社は米の販売に着目し、社内にも担当者を置いてマーケティングを続けてきた。その結果、特色を持った米を従来にくらべ小口の分量を単位として、コンビニ販売することに需要があることがわかった。法面工事で排出される間伐材から木炭をつくり、それを浄化材とする水を利用できれば、本業と関連付けられることから事業化を決意した。

2. 進出時の苦労やその対応

試験栽培で成果を出して周囲の理解を得る

稲作の試験栽培を、自治体と農業者に提案した際、特に後者から懐疑的な声があがったため、実施の決定までに時間を要した。また、そもそも木炭による水質の改善自体が初めての経験であり、条件の設定やメンテナンスなどで試行錯誤が続いた。理解を得るためには、試験栽培の成果を出すことを必要とした。

3. 新事業の概要

余剰物を活用して米を栽培しコンビニで販売

同社は、主力の工事である法面工事の際に排出される間伐材から木炭をつくり、それを活用して米を育てる栽培法の確立と、それをコンビニエンスストアで販売する事業に取り組む。木炭は、水質を改善する装置の浄化材として使用し、これを通過させた水によって安全でおいしい米を育てる。また、米の販売拠点として、これまで主流ではなかったコンビニエンスストアにおいて、需要の見込まれる0.5~1合の小口販売を実施する。

4. 事業の推進体制

社内の農業経験者を技術者として

農業に関する知識が欠かせないため、農業経験のある在籍中の社員を、専門技術者として確保した。そのため、現時点までに新規採用はとくにしていない。また、生産技術を開発するため、専門家の指導や、農業試験場の支援を受けることを計画している。そのほか、事業計画全体に関しても、経営の専門家から助言を得ている。

5. 差別化戦略・競争戦略

必要な時に必要な量だけを買える米の新しい販売手法

必要な時に必要な量だけ購入(開封)し、炊きたてのご飯を食べるという需要に応えるもので、新しいライフスタイルに訴える点で差別化を図る。すでに、「生米等入り小袋および生米等入り小袋セット」などが、実用新案を獲得している。

6. 成果と今後の課題

間伐材を活用する新事例を示し、環境なども多面的な効果を発揮

本事業の成果の一つは、間伐材の活用策として新たな事例を示したことにある。これは、いまだに園芸用など特殊な用途にしか使われていない間伐材を減らし、環境面でも有効となる。また、コンビニエンスストアで小口販売という新たな形態をとったことで、地域の農産品に新たな販路を開いた。現在、山梨県の農地の14.7%が耕作放棄地となっている。本事業は、この耕作放棄地を減らし有効活用することにつながっていく効果もある。

事例●07

ヤマミガラス株式会社(長野県飯島町)



平成20年度
建設業の新分野進出・経営革新

レジャー・観光

観光客と地域とのつながりを プロデュースする「エコツアー社のなか」

ヤマミガラス(株)は、周囲の地域の観光資源にこそ今後の展望があると考え、滞在型の体験観光事業「エコツアー社のなか」をスタートした。地元の行政、観光協会、関係者らとの協力体制に支えられ、一企業の利益にとどまらず、地域全体への波及効果を期待しながら、地域振興への貢献を目指している。



信州伊那谷里山エコツアー～信州伊那谷宝探しワークショップ～の模様



地域住民が参加し信州伊那谷の観光資源を探し求めにきた様子

PROFILE

ヤマミガラス株式会社

代表者/小林 和良(代表取締役)

所在地/長野県飯島町

資本金/1,000万円

従業員数/3名

URL/http://www.morinonaka.net/

事業内容/昭和45年設立。住宅用アルミサッシ、ガラス、室内建具、厨房機器、エクステリア製品等の販売と施工を行う。一方で、「窓の専門店」として窓周りの断熱リフォームの普及に努め、気候変動問題への貢献を目指す。



飯島町 ●

1. 事業の背景と動機

観光事業に対する 地域の機運の高まりが後押し

小林常務は従来より、本業を通じて多くの地域活動に参加し、地域の魅力や価値をビジネスに転換するための方法を模索していた。折しも、参加していた環境NGO「社のなか」が、ボランティア活動から事業活動を目指す方針転換から発展的に解散することになったこと、また地域でも滞在型観光事業への機運が高まっていたことなどから、観光事業への進出に乗り出すことになった。

2. 進出時の苦労やその対応

魅力ある観光資源を体験させる 具体的な方法に苦心

魅力的な地域の観光資源をいかに体験させることがよいか、取り組みを具体化するのに苦労した。またモデルとなる事例や情報が少なく、事業の成功を保証する明確な裏付けを得ることができなかった。そこで、行政、旅行関係者等との人的ネットワークを構築して調査した。

3. 新事業の概要

地域の価値を観光資源にした 滞在型観光事業

信州・伊那谷のほぼ中央に位置する駒ヶ根市、飯島町、中川村をフィールドとする観光事業「エコツアー社のなか」の企画・立案・実施を行う。地域の自然や人々の暮らしを観光資源とする滞在型の体験観光事業(エコツーリズム)の確立を目指す。具体的には、(1)地域の観光資源の発掘とそのネットワーク作り、(2)ツアープログラムの企画・作成、(3)ツアーの企画・運営、(4)観光客の誘致営業を検討し、この事業全体におけるコーディネートを担う。

4. 事業の推進体制

飯島町・駒ヶ根市・中川村の 各観光協会と共同実施

社内は、小林常務を中心としながら、担当として1~2名を雇用する予定。外部との連携はかなり広範囲となり、飯島町・駒ヶ根市・中川村の各観光協会と企画・運営や広報を共同で実施するほか、アドバイザーとしてNPO グローバルキャンパスの大社理事長や(財)キープ協会などからも助言を得ている。

5. 差別化戦略・競争戦略

当該地域でなければできない 観光事業こそ最大の差別化

信州・伊那谷のほぼ中央に位置する駒ヶ根市、飯島町、中川村というフィールドでなければ体験できない観光事業という明確なコンセプトを持っていることが最大の差別化戦略である。また、地域と連携した循環型社会の先進地づくりといった部分で差別化を図っていく。

6. 成果と今後の課題

地域に貢献する事業の推進で、 地域全体からの後押しも期待できる

単に一企業だけの利益にとどまらず、地域への貢献につながる観光事業に乗り出したことが、行政や住民からの支持を高めている。地域振興の必要性や可能性を感じながらも、具体的な行動ができていた行政関係者には刺激となっている。特に、飯島町の観光協会とニーズが合致しているので、連携を強化しながら、地域を巻き込んで大きなうねりとしていきたいと考える。

課題は、内部に観光事業経験者がいないため、観光分野でのネットワークをなかなか拡大できない点である。

経営に関することなら、何でもお気軽にご相談下さい。
次の電話・ホームページからお申し込みできます。

ホームページ

<http://www.yoi-kensetsu.com/one-stop/top/>

電話

(財) 建設業振興基金 構造改善センター 03-5473-4572

● **各地方整備局等**

国土交通省 関東地方整備局 建設産業第一課 048-601-3151

● **全建及び各都県建設業協会**

(社) 全国建設業協会	03-3551-9396
(社) 茨城県建設業協会	029-221-5126
(社) 栃木県建設業協会	028-639-2611
(社) 群馬県建設業協会	027-252-1666
(社) 埼玉県建設業協会	048-861-5111
(社) 千葉県建設業協会	043-246-7624
(社) 東京建設業協会	03-3552-5656
(社) 神奈川県建設業協会	045-201-8451
(社) 山梨県建設業協会	055-235-4421
(社) 長野県建設業協会	026-228-7200

● **建専連及び各専門工事業団体**

(社) 建設産業専門団体連合会	03-5425-6805
(社) カーテンウォール・防火開口部協会	03-3500-3891
消防施設工事協会	03-3288-0352
全国圧接業協同組合連合会	03-5821-3966
全国管工事業協同組合連合会	03-3949-7312
全国基礎工業協同組合連合会	03-3612-6611
(社) 全国クレーン建設業協会	03-3281-5003
(社) 全国建設室内工事業協会	03-3666-4482
(社) 全国コンクリート圧送事業団体連合会	03-3254-0731
全国コンクリートカッター工事業協同組合	03-3454-6990
(社) 全国タイル業協会	052-935-7941
(社) 全国鉄筋工事業協会	03-3281-2184
(社) 全国道路標識・標示業協会	03-3262-0836
(社) 全国防水工事業協会	03-5298-3793
全国マスチック事業協同組合連合会	03-3496-3861
(社) 全日本瓦工事業連盟	03-3265-2887
(社) 日本アンカー協会	03-5214-1168
日本外壁仕上業協同組合連合会	03-3379-4338
(社) 日本機械土工協会	03-3845-2727
(社) 日本基礎建設協会	03-3551-7018
日本建設インテリア事業協同組合連合会	03-3239-6551
(社) 日本建設躯体工事業団体連合会	03-3972-7221
(社) 日本建設大工工事業協会	03-3591-1098
(社) 日本建築板金協会	03-3453-7698
(社) 日本左官業組合連合会	03-3269-0560
(社) 日本シャッター・ドア協会	03-3288-1281
(社) 日本造園組合連合会	03-3293-7577
(社) 日本造園建設業協会	03-5684-0011
(社) 日本タイル煉瓦工事工業会	03-3260-9023
(社) 日本塗装工業会	03-3770-9901
(社) 日本鳶工業連合会	03-3434-8805

建設業者であれば
どなたでも
ご利用できますので、
お気軽にお申し込み
ください。

関東地方建設産業再生協議会

- 国土交通省 関東地方整備局 建設部建設産業第一課**
TEL048-601-3151 <http://www.ktr.mlit.go.jp/>
- 厚生労働省**
茨城労働局職業安定部職業安定課
TEL029-224-6218 <http://www.ibarakiroudoukyoku.go.jp/>
栃木労働局職業安定部職業対策課
TEL028-610-3557 <http://www.tochigi-roudou.go.jp/>
群馬労働局職業安定部職業対策課
TEL027-210-5008 <http://www.gunmaroudoukyoku.go.jp/>
埼玉労働局職業安定部職業対策課
TEL048-600-6209 <http://www.saitama-roudou.go.jp/>
千葉労働局職業安定部職業対策課
TEL043-202-5131 <http://www.chiba-roudoukyoku.go.jp/>
東京労働局職業安定部職業対策課
TEL03-3512-1662 <http://www.roudoukyoku.go.jp/>
神奈川労働局職業安定部職業対策課
TEL045-650-2801 <http://www.kana-rou.go.jp/>
山梨労働局職業安定部職業対策課
TEL055-225-2858 <http://www.y-roudoukyoku.go.jp/>
長野労働局職業安定部職業対策課
TEL026-226-0866 <http://www.nagano-roudoukyoku.go.jp/>
- 農林水産省 関東農政局生産経営流通部構造改善課**
TEL048-600-0600 <http://www.maff.go.jp/kanto/>
- 経済産業省 関東経済産業局 産業部中小企業課**
TEL048-600-0321 <http://www.kanto.meti.go.jp/>
- 環境省 関東地方環境事務所**
TEL048-600-0516 <http://www.env.go.jp/>
- 独立行政法人 雇用・能力開発機構**
茨城センター業務第一課
TEL029-221-1188 <http://www.ehdo.go.jp/ibaraki/>
栃木センター業務課
TEL028-616-1129 <http://www.ehdo.go.jp/tochigi/>
群馬センター業務課
TEL027-347-3958 <http://www.ehdo.go.jp/gunma/>
埼玉センター建設労働・キャリア助成金担当
TEL048-882-4164 <http://www.ehdo.go.jp/saitama/>
千葉センター業務第一課
TEL043-422-4631 <http://www.ehdo.go.jp/chiba/>
東京センター業務第一課
TEL03-5638-2281 <http://www.ehdo.go.jp/tokyo/>
神奈川センター業務第一課
TEL045-391-9788 <http://www.ehdo.go.jp/kanagawa/>
山梨センター業務課
TEL055-241-3218 <http://www.ehdo.go.jp/yamanashi/>
長野センター業務第二課
TEL026-243-1290 <http://www.ehdo.go.jp/nagano/>
- 独立行政法人 中小企業基盤整備機構**
関東支部
TEL03-5470-1509 <http://www.smrj.go.jp/kanto/index.html>
- 茨城県 TEL029-301-1111 <http://www.pref.ibaraki.jp/>**
土木部監理課
農林水産部農政企画課
商工労働部産業政策課
保健福祉部長寿福祉課
生活環境部環境政策課
- 栃木県 TEL028-623-2323 <http://www.pref.tochigi.jp/>**
県土整備部監理課
農政部農政課
産業労働観光部産業政策課
環境森林部廃棄物対策課
保健福祉部保健福祉課
環境森林部環境森林政策課
- 群馬県 TEL027-223-1111 <http://www.pref.gunma.jp/>**
県土整備部監理課
農政部農政課
産業経済部労働政策課
健康福祉部健康福祉課
環境森林部環境政策課
- 埼玉県 TEL048-824-2111 <http://www.pref.saitama.lg.jp/>**
県土整備部建設管理課
環境部環境政策課
福祉部福祉政策課
産業労働部産業労働政策課
農林部農業政策課
- 千葉県 TEL043-223-2110 <http://www.pref.chiba.jp/>**
県土整備部建設・不動産業課
農林水産部農林水産政策課
商工労働部経済政策課
健康福祉部健康福祉政策課
環境生活部環境政策課
- 東京都 TEL03-5321-1111 <http://www.metro.tokyo.jp/>**
都市整備局市街地建築部建設業課
産業労働局農林水産部調整課
産業労働局商工部経営支援課
福祉保健局総務部企画計理課
環境局環境政策部環境政策課
- 神奈川県 TEL045-210-1111 <http://www.pref.kanagawa.jp/>**
県土整備部建設業課
環境農政部環境農政総務課
商工労働部商工労働総務課
保健福祉部保健福祉総務課
- 山梨県 TEL055-237-1111 <http://www.pref.yamanashi.jp/>**
県土整備部県土整備総務課
農政部農業技術課
商工労働部労働雇用課
福祉保健部福祉保健総務課
森林環境部森林環境総務課
- 長野県 TEL026-232-0111 <http://www.pref.nagano.jp/>**
建設部建設政策課
農政部農業政策課
商工労働部人材育成課
社会部福祉政策課
環境部環境政策課
- 建設業協会**
(社) 茨城県建設業協会
TEL029-221-5126 <http://www.ibaken.or.jp/>
(社) 栃木県建設業協会
TEL028-639-2611 <http://www.tochiken.or.jp/>
(社) 群馬県建設業協会
TEL027-252-1666 <http://www.gun-ken.or.jp/>
(社) 埼玉県建設業協会
TEL048-861-5111 <http://www.skk.or.jp/>
(社) 千葉県建設業協会
TEL043-246-7624 <http://www.chikenkyo.or.jp/>
(社) 東京建設業協会
TEL03-3552-5656 <http://www.token.or.jp/>
(社) 神奈川県建設業協会
TEL045-201-8451 <http://www.shin-ken.or.jp/>
(社) 山梨県建設業協会
TEL055-235-4421 <http://www.y-kenkyo.or.jp/>
(社) 長野県建設業協会
TEL026-228-7200 <http://www.choken.or.jp/>
- 建設産業専門団体関東地区連合会**
TEL03-3845-2728 <http://www.kensenren.or.jp/kanto/>
(社) 日本機械土工協会内
- (財) 建設業振興基金**
TEL03-5473-4572 <http://www.kensetsu-kikin.or.jp/>

事務局

関東地方整備局 建設部 建設産業第一課

〒330-9724 さいたま市中央区新都心2-1 さいたま新都心合同庁舎2号館
TEL:048-601-3151/FAX:048-600-1921

平成21年11月 発行