

# 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مامィガラス株式会社(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

## 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)  
生田目 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。



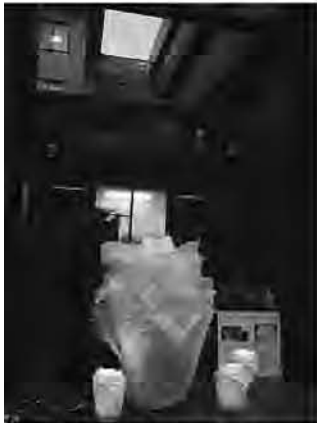


平成 20 年度  
建設業の新分野進出・経営革新

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。