

第三回建設関連業検討会の議事概要について

平成21年6月22日(月)に開催した第三回建設関連業検討会の議事概要を以下のとおり発表いたします。なお、会議資料については、建設関連業HP(URL：http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/1_6_bt_000057.html)に掲載しております。

建設関連業検討会(第3回)議事概要

日時：平成21年6月22日(月)16:00~18:00

場所：砂防会館別館B 3階 穂高

出席者：小澤一雅、渡邊法美、吉村孝司、田中弘、矢島壮一、堤盛人、内田要、下保修、前川秀和、長田信、林俊行、名波義昭(代理：大庭孝之)、谷脇暁(代理：小林靖)、石崎仁志、友永則雄、成田賢、横田耕治
(敬称略)

資料1、資料2、参考資料1について、事務局から説明
補足資料について、全地連、全測連、建コン協の各委員から説明

(議事内容)

今後の建設関連業の市場について

- ・ 国内の社会資本整備の類型を「必需型 戦略的投資型 維持管理型 高質化、新事業型」という推移の中で位置づけた資料があると分かりやすい。周辺の隣国がどのフェーズにあるかを整理したうえで、そこに合ったノウハウを提供するにあたり、国が橋渡しを行っていただきたい。
- ・ 発注者側としても、今後の事業のボリュームや内容が提示できていない。発注者側として将来のニーズを提示できないと、各企業が将来の人材確保・育成や経営計画も立てられない。工事の場合、現在のストックの耐用年数から幾つかの仮説の下で将来をある程度シミュレーションすることができるが、建設関連業の場合さらに多くの仮説を立てる必要がある。難しいことではあるが誰かがやらなければならない。
- ・ 国内のマーケットが縮小していく中で、海外に目を向けることは重要である。海外のマーケットを予測することは難しいが、工事の場合はおよそ500兆円と言われている。日本のシェアは小さいので、技術力をさらに高めて海外進出も必要ではないか。ただし、経営側の厳しさがあると思うので国としてのバックアップが必要ではないか。
- ・ 国内マーケットでは、生活を良くするために公共事業を行ってきたが、1960年代から行われてきた公共事業の波がピークを過ぎた今、国民に対する投資という議論がないまま公共事業が批判されており、10年先のビジョンがないのが現状である。外部から、広い視野で意見をいただいて今後のニーズを考えていきたい。

- ・ 建設コンサルタントの市場は成熟したかもしれないが、産業としては成熟していない。サービス業としての産業特性が出てこないだろうか。建設コンサルタントは、コンサルタントと呼ぶ以上、クライアントを超える必要があるが、現状では、知識・経験などまだ発注者側の方が上である。現状を乗り越えない限り、業として成熟しないのではないか。夢だけでなく、市場の立脚点を見つける必要がある。

海外展開に対する支援策について

- ・ 我が国の建設関連業には、ノウハウ・スキルは十分にあるので、国づくり・人づくりを通した外交戦略として、21世紀の我が国らしいODA、国土交通省色のあるODAなど大きなストーリーを考えていく必要があるのではないか。
- ・ 海外進出は、限られた大手企業だけである。中小企業の場合は、海外の協会等と技術交流を図る環境を整備しているところであるが、国土交通省としてもバックアップをお願いしたい。
- ・ 海外進出に体系立った方針はない。海外企業と組んでノウハウを得る従来型のやり方、現地で合弁会社を設立するやり方などがある。ただし、海外進出には時間がかかるので、ノウハウを蓄積しながら、国(国土交通省)の支援の下、行っていきたい。国内技術者・海外技術者との間での業務実績のポータビリティも重要である。人材育成のローテーションのためにも検討して欲しい。
- ・ 海外進出は、国の施策として打ち出す際に、人材育成という面で貢献できれば筋がいいのではないか。海外では、企業と大学(産学官)が連携して行うのが典型的である。まず、どのような人材を育成したいのかを明確にすることが必要ではないか。
- ・ 海外に関する情報収集を個別企業が行うと膨大なコストが必要となるため、経済産業省やJETROのように国が情報収集やマッチングを行ってほしい。
- ・ 国際競争力を高める戦術の一つのメニューとして、戦後、我が国がこれだけのスピードでここまでの国づくり・人づくりを行ってきたという実績をテーマとして、外交戦略上非常にインパクトがある国際会議を日本でもっと開催すべきである。

経営力の強化と人材の確保・育成について

- ・ 経営の強化、人材の育成の前に人材を確保しなければならない。継続的に人材確保できるかは、建設関連業という業界が魅力的な業界であるかどうかによって決まる。まだ、各社共通的に人材確保の課題があるように思われ、魅力のある業界として認知されていないのではないか。
- ・ 人材の問題については、各企業なり団体が主体的に行うべきである。各業界で、キャリアアッププログラムを作成していったらどうか。
- ・ 業界に魅力があるかどうかは、最終的には、この業界で食べていけるかどうかということでもある。現状及び将来の国内市場の規模をどう定義できるか。市場構造分析では、5つの要素(新規参入の脅威、競合の脅威、供給者の脅威、購買者の脅威、代替品の脅威)が定義付けられているが、建設関連業ではかなり課題が多い。いきなり市場構造が変化するのではなく、少しずつシフトするための施策が経営力の強化にとって必要なの

ではないか。

- ・ 業として経営力強化を図るためには、業そのものの基盤を安定化させる必要がある。
- ・ 近年では瑕疵担保責任に備えて保険に入っているところも増えてきているが、十分に機能する保険制度を整えることも重要である。

施策の論点と方向性について

- ・ 官が自ら行う施策と民が主体的に取り組む施策に分け、さらに民が行うものについては、産業団体が行うのか個々の企業が行うのかに分けてそれぞれ整理する必要がある。
- ・ 施策の論点については、各社が対応するものと、国として制度設計が必要なものに分けられる。国が制度設計を行うものとしては、技術革新、人材確保、異分野との交流、海外進出などが挙げられる。若年技術者の確保・育成は、業界のイメージアップが不可欠である。土木学会や協会等が国土交通省と一緒に、国づくりの素晴らしさを PR し、市民に対する活動をもっと積極的に行っていくべきである。
- ・ 大きく考えて、業務成果の品質の確保は業界全体の問題、経営力の強化は各社の問題である。経営力の強化については、その企業が大手か中小か、中央か地方かといった点からの分析も重要である。

その他

- ・ 地方自治体における入札契約制度の実態把握はぜひ行ってほしい。その際、単に実態を把握するという過程だけでなく、マネジメントを行った結果どのようになったのかという評価も行ってほしい。
- ・ 経営力強化・人材育成に関連して、協会の地方支部に対して、国土交通省で現在主に建設業向けに行われている 10 の施策についてアンケートを実施した。各企業が「大変興味がある」または「興味がある」との回答が全体の 50%以上だったのは、緊急保証制度、セーフティネット貸付制度、技能者確保・育成モデル事業であった。これらについては、課題意識、ニーズが高いことが推測される。