

## これまで実施した調査概要

## 1. 建設業者へのヒアリング調査 (H21.4~5)

## ①ヒアリング調査概要

- ・建設業者としての今後の方向性や取組について
- ・それぞれの地域における建設業へのニーズ

## ②調査対象

- ・旭川開発建設部管内の建設業者 (4.20 : 5社、5.13 : 5社)
- ・室蘭開発建設部管内の建設業者 (4.20 : 10社、5.15 : 10社、5.20 : 11社)
- ・帯広開発建設部管内の建設業者 (4.21 : 6社、4.27 : 8社、4.28 : 6社)

## ③主な意見内容

- ・社会に貢献するとともに、社会から信頼され、必要とされる企業を目指す
- ・本業以外の事業展開も併せて考えていかなければ今後生き残っていくことができない
- ・異業種へ参入には事前の十分な検討が必要。なお、建設を核にそれに近い部分(廃棄物など)で事業を拡大していくことも重要
- ・会社数が多すぎるため、生き残るためには経営基盤を強化しつつ、合併など業界再編を進めていく必要がある
- ・地域に信頼(必要)とされる会社でなければならず、会社の経営資源を有効活用し人材を育て、「顔の見える、信頼性のある企業」
- ・開発局と建設業、地域の距離が近くなるべきであり、小さなニーズでも拾い上げて対応すると地域との距離が小さくなる
- ・協会として管内市町へ除雪の半ボランティアを約束し、高齢者からは多くの依頼が来た。結果としてリフォーム受注もあり、本業への広がりも若干あった
- ・行政に頼るばかりではなく、経営力や技術力の向上に努めるとともに、地元企業間の連携も強化
- ・発注者、地域、建設業者とが共通認識の下、共に地域づくりを行うソフト面での活動も不可欠
- ・維持管理が主になるので、コンクリート構造物の延命化・長寿命化などの調査・設計・施工へ。技術習得や同業異種(コンクリート構造物維持補修)分野への進出
- ・地域における雇用の確保、安全・安心を守るなど、地域に根ざした地域貢献を通じて、信頼され必要とされる企業
- ・異業種への進出は成功例が少ない(プロがしのぎを削っており、ノウハウがな

いので成功しない)が、時代が激変しているところなので、すきま産業あるいは新しい産業への進出の可能性について常に情報を集めている

## 2. 市町村へのアンケート調査 (H21.5)

### ①アンケート調査概要

- ・建設業の地域・社会貢献に関する市町村の認識について

### ②調査対象

- ・各開発建設部内における3市町村(合計30市町村)

### ③主な調査結果

- ・建設業者の取組について、「災害時の防災・復旧活動」、「除雪」に対する評価・期待が高い
- ・事業活動以外の取組について、「地域イベントへの協力」、「清掃活動等のボランティア活動」への評価が高く、「地域イベントへの協力」、「地域と協働した建設業のノウハウを生かした役割」への期待が高い
- ・建設業と地域との間での意見交換について「あまり行われてこなかった」

## 3. 建設業者へのアンケート調査 (H21.6~7)

### ①アンケート調査概要

- ・建設業者の地域・社会貢献に対する意識について

### ②調査対象

- ・H20年度北海道開発局発注工事受注実績(一般土木)を有する建設業者
- ・対象数651社、回答数415社

### ③主な調査結果

- ・建設業の地域貢献の必要性について強く認識
- ・地域から期待されている役割として、「地域防災」、「良質な施工」、「雇用創出」を強く認識
- ・地元との意見交換について、役場・商工会との意見交換は活発であるが、「地域住民」、「NPO等」とはあまり行われていない
- ・現在取り組んでいる地域貢献活動として、「地域防災」、「地域イベントへの協力」が多数
- ・建設業の社会貢献への必要性を認識(地域貢献よりは低い)

## 4. 建設業者へのヒアリング調査 (H21.8)

### ①ヒアリング調査概要

- ・取組概要や効果等の基礎情報、課題や障壁等の運営ノウハウ等

### ②調査対象

- ・ 地域貢献、新分野進出等に関する取組を実施する建設業者

③ 主な調査結果

- ・ 新分野進出への取組については、関係者との連携しており、パートナーシップの構築が重要
- ・ 取組を進めるにあたり、知恵と工夫等の自助努力や人の確保が重要