

## 第1回 我が国建設企業の海外市場戦略検討委員会 委員発言概要

日 時：平成23年1月21日（金）10:00～12:05

場 所：国土交通省8階国際会議室

国土交通省による委員会開催の趣旨、世界の建設市場についての説明の後、各委員から以下のような発言があった。

- 製造業においては、円高や国内市場の縮小の影響により、生産拠点の海外移転も含め、海外展開の必要性が高まっている。韓国・中国・台湾等海外企業との競争が激化する中で、建設企業と同様、どのように海外市場に事業を展開してくかが大きな問題となっている。
- 製造業分野では、新興国市場の開拓に係る日本企業の課題として、例えば中国においては、高価格・高品質が求められる分野での競争力の維持が求められている一方で、価格を抑制することが必要な分野においては、ニーズに合致しない品質には見切りをつけることも必要となってくる。
- 日本の製造業が海外における事業を展開するに際して、大きく分けて
  - ① 製品の質の高さのアピール  
その際は、高品質の見える化や、顧客サービス等も含めたパッケージとしての売り込みも重要になる。
  - ② 現地市場の価格に合わせた低価格化。これには品質や機能の見直しが必要。
  - ③ 現地のニーズに対応した製品の製造。といった課題がある。
- 海外インフラプロジェクトへの参入を推進するに当たっては、建設だけでなく、建設した後の維持・管理も含めて対応することが必要であることから、様々な分野の日本企業が一丸となって海外展開できるような体制の整備が必要である。
- 今後、各国・各地域の情報を整理した上で、積極的に事業展開を進めていく国を絞っていくことが望ましい。また、事業を展開するに当たっては、日本が有するノウハウを活かした提案をしていけないものであろうか。
- 今後、
  - ① 日本の建設企業・建設業界の現状や日本政府の役割
  - ② 事業展開の対象である各国の建設投資に係る現状及び将来の方向性
  - ③ 近年急速に進む韓国企業等の海外展開に関する分析、日本企業との比較
  - ④ 世界的な経済社会の動向の4つの観点から検討を進めてはどうか。
- 海外における受注を増加させていくためには、海外で競争できる人材、特にプロジェ

クトの管理を行うプロジェクトマネージャーの育成が急務である。

- 現地のローカルなニーズに対応できるような人材の育成が必要である。
- 現地の人材を活用しつつ、日本の社員がいかに現地において工事を管理していくかという観点からの人材教育が必要である。
- 国内市場の縮小に伴い、海外受注の拡大が命題となっており、海外展開のための戦略を構築していくことが急務となっている。今後体質を変えていかなければ、建設企業として存続できない。エンジニアリング分野、コンセッション、PPP等、事業展開分野の多角化も視野に入れている。また、積極的にM&Aを進めていく方向にある。
- 人材育成については、一時的な教育ではなく、長期的な視点に立って取り組んでいく必要がある。また、社員への英語教育も必要がある。
- 我が国の海外建設受注額の目標を設定することが必要ではないか。また、目標を達成するための手法として、政府、建設業界がそれぞれどのような取組みをすべきか整理することが必要である。