

「我が国建設企業の海外市場における戦略に関する提言」の概要①

～建設業の国際的飛躍に向けて～

国内
建設投資の急激な減少

我が国建設企業の
海外進出の必要性

海外
・アジア地域の成長の可能性
・インフラの維持・更新ニーズの高まり
・維持管理等を含めたパッケージとしての建設需要の高まり

現状

日本企業の海外受注動向

- ・ 近年の海外受注実績の低下
- ・ 低い海外売上比率
- ・ アジア・北米に偏った海外展開

外国企業の海外展開

- ・ コンセッション(PPP)、CM・PM等建設請負以外を事業の柱として経営
- ・ 積極的なM&Aの活用
- ・ 地域に密着した事業展開

韓国の海外展開支援施策

- ・ 海外受注高が急増
- ・ 政府による手厚い支援策
(情報提供サービスの充実、教育プログラムの実施、市場開拓支援、金融支援等)

- 【課題】
- 海外事業の採算性に対する意識の低さ(リスク管理体制が不十分)
 - 海外建設市場に関する情報を収集・分析する能力の不足
 - 海外建設市場での業務(PPP、PM・CM等新事業、M&Aなどを含む。)に対応するための経験、人材の不足

1. 我が国建設企業の更なる海外展開に向けて期待される市場戦略

(1)市場戦略のあり方

- 自社の強みと弱みの整理 ⇒ 自社の技術・サービスの海外における評価の確認
- 基礎的な情報収集・分析 ⇒ 進出先国や地域の現状と将来性の把握
- 進出対象国・地域の絞込みの必要性 ⇒ 絞り込んだ国・地域への経営資源の集中
- 品質と価格の関連性に重点をおいた市場分析 ⇒ 市場のセグメント毎の市場戦略の構築
- CM、PPP等建設請負以外への挑戦 ⇒ 運営・維持・管理も含むパッケージ型の事業展開

「我が国建設企業の海外市場における戦略に関する提言」の概要② ～建設業の国際的飛躍に向けて～

(2) 市場戦略を実行するための建設企業の体制づくり

① 人材の確保・育成

➤ 人材の確保・育成の重要性

⇒コミュニケーションに優れ、建設、財務・会計等に詳しい人材の育成

➤ 現地人材の育成

⇒現地人材の積極的な採用、留学経験者等人材のデータベース化

② 組織の強化

➤ M&A

⇒優良な現地企業を買収し、地域に密着した継続的な業務体制を構築

➤ 他産業との連携、事業提携

⇒PPP等に対応するため、商社等と連携

➤ 社内システムの整備

⇒CM等の新分野に対応するため、社内システムを整備

③ リスク管理体制の整備

➤ リスク管理体制の整備

⇒契約方式の変更等受注段階での工夫、トラブルを前提としたプロジェクト遂行体制の見直し、全社レベルでの追加交渉

➤ 貿易保険

⇒海外事業のリスクを適切に管理

2. 海外展開を促進するための国の支援方策

講じるべき施策

● 事業受注段階からの支援 / ● 国際建設市場の環境整備 / ● 情報収集・提供や人材育成等の支援

➤ トップセールス等

⇒積極的な官民一体の受注活動

➤ 案件形成・コンソーシアム形成支援

⇒新市場開拓やPPP等を重点的に支援

➤ 政府間協議、交渉

⇒投資協定等の活用やWTOサービス交渉等による我が国建設企業のビジネス環境の整備

➤ 建設交流会議の開催等

⇒有力進出対象国の建設市場情報の入手、ビジネスマッチングの実施

➤ ODAの活用

⇒特にSTEP(本邦技術活用条件)案件の形成促進

➤ 情報の収集・提供

⇒在外公館やJETRO等のネットワークを活用して、情報収集・提供を強化

➤ 海外展開のための契約管理に対する支援の強化

⇒契約管理に関する検討推進、貿易保険・DABの利用促進

➤ ファイナンス

⇒JBIC等の融資の積極的な活用、インフラファンドの組成等の検討

➤ 人材の育成・確保

⇒プロジェクトリーダー等の養成、海外の大学等との連携等の推進

➤ 中小建設企業の海外展開支援

⇒セミナーの開催、相談事業の一層の強化

各企業、業界団体、国が連携し、我が国建設企業の海外展開を着実に推進