

第 I 章

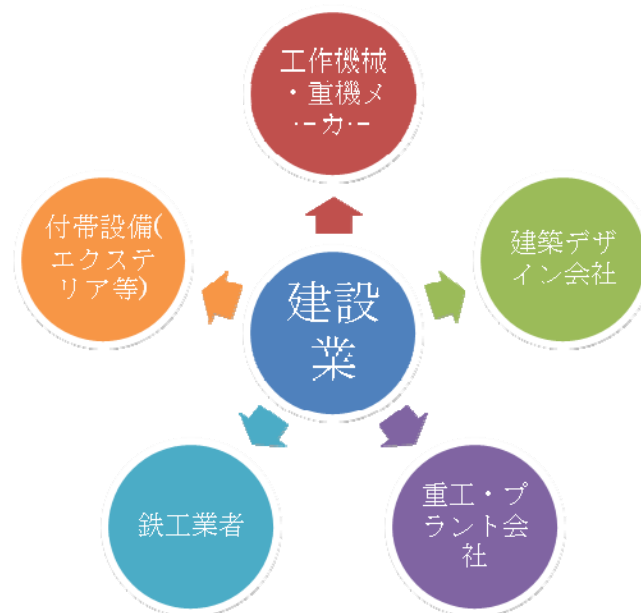
北陸地域・新潟県の建設業・同関連産業への提言

(総 括)

2000年頃から公共投資が減少し、日本の建設業・同関連産業では転廃業が相次ぎ、業態転換が喫緊の課題となっている。大手ゼネコンや世界に通用する技術力を持つ企業にとっては、この隘路を打開するため海外進出も選択肢の一つになっている。

しかし、北陸地域・新潟県の同産業分野については、ロシアのアカマツの原板加工・輸入の事例や、中国の上下水道の事例などの事例が報告されているが、事例はそう多くはない。その理由は、零細企業が多いというだけでなく、参入障壁の存在や、現地での事業継続の困難性があるためである。また、北海道の事例報告にあるように「公共事業しかやっていない建設業者に、海外でやれる人材はいない。しかし北海道のひどい状況が、彼らを真剣にさせた。」とあるように、北陸地域・新潟県の本格的な海外進出もこれからといえる。

このような問題意識を踏まえながら、本報告書は、その障壁や困難性を取り除くため、いかなる方策を考えるべきかについて、現状と課題、ヒントや提言をまとめた。



1. 北東アジア建設・同関連市場の見方・考え方

(1) ロシア

- 有望市場として交通、APEC、エネルギーの三つがある。
- ウラジオストクの建築市場には三つの切り口がある。商業ベースの一般ディベロッパーは、経済危機の影響で50～70%に減っている。軍人用住宅など政府発注の建築は減少がない。APEC関連は2009年上半期に、前年同期比5倍に増えた。APECは連邦予算だから進む。
- ウラジオストクの一般のマンションやオフィスビルは、工事がある程度進捗している物件の工事は継続しているが、新規の物件はストップしている

(2) 中国

- 省エネ建設提案も、建設市場は今後も順調に成長すると見られる。
- 品質面や高技術面での優位性をどのように活かしていくかが、ますます重要になる。
- 高齢者配慮型の住宅団地の建設である。
- バリアフリー関連の設備は今後かなり大きな需要が見込まれる。
- 商品住宅（分譲マンション）の一室を和室風に改装する例が散見される。和室、エクステリア、バリアフリーに日系企業のマーケットがあるので、付帯設備も含めて考えていく。
- 現地法人のあり方としては、日本品質を狙っていくところと、現地化を進めるところと 2 極化する傾向にある。
- 中国は、建設業は基本的に地場産業であるので、特殊工事を除いては、現地の要望を良く聞いて、それに応えることが大切。また、同関連産業は設備納入だけでは経営は厳しく、増改築一式を設計・施工するなど特徴を出す工夫も必要。
- 現地のローカル企業でも、日系企業からの受注を目的に日本人エンジニアや営業を雇っているところもある。

2. 北東アジアにおける参入障壁

(1) ロシア

- ロシア企業と日本企業との商談は難しい。日本企業は、初回の商談時から見積もりを示すことはないが、ロシア側は商品の説明だけでなく価格もすぐ求める。
- 外国企業が建設プロジェクトへ参加するにはライセンスが必要。ロシア企業では技術などの点で対応出来ない場合に、外国企業に参入の余地がある。
- ロシア政府は基本的には地元のもの、地元の技術を使う方針。特に、経済危機への対策から、国内業者、資材の利用を推進している。
- 高い参入障壁：ロシアの場合は、企画、概念設計、経済計算、基本設計、詳細設計からの参入は、ロシア以外は認められていない。

(2) 中国

- WTO加盟後、100%の外資法人の建設会社とか工事設計企業の設立を容認している。その一方で、国内建設業の育成を目的に、外国資本の企業に対して十分に開放されているとはいえ、資本金や労働者の雇用条件、受注制限、現地法人設立義務、資格認証、外国法人による不動産の取得制限など、さまざまな規制があり、国際入札案件や外国案件に限定するなどの厳しい内容となっている。
- 「外商投資建築業企業管理規定」（建設部）によって、現地法人を設立しなければ、国内での受注施工活動を行うことは出来ない。ライセンス等級の取得手続きにおいて、二級の取得までは、省級の市で申請できるが、一級以上は国に申請。

-
- 外国の設計会社が中国大陸部の建設プロジェクトの設計を請け負う場合、中国企業との提携を義務付けている。また、機密に関わる事業や、災害救助に関する事業への海外企業の参加を禁止している。展開できる業務の範囲は、提携先の中国側設計会社が資格の認可を受けた範囲内となっている。
 - 入札にあたっては、共同で規定した「建設工事請負契約条款」に基づき行うが、中国では、人的つながりを通して、情報を入手するということが極めて重要な活動となっており、それは政府、民間などを問わない。そのため、存在が公になっていない内規などによって、落札出来ないようなケースなどもある。
 - 事実上日系企業発注工事しか受注できない。
 - 一件当工事の受注額は、登録資本の5倍を超えてはならない。ローカルでは、このため地元大手建設会社が、小規模建設会社に名義貸しをしているケースがある。
 - 2008年3月より中国で試験を受け、合格した者しか現場所長として認めなくなったことから、日本人を責任者とした現場組織はつくりにくい状況となっている。
 - 地元行政の対応については、合弁相手中国企業の地元行政に対する影響力を考えると合弁企業の方が有利と思われる（ただし、会社運営は、独資の方が有利）。
 - 分公司（支店）設立を義務付ける市が、増えてきている。

3. 北東アジア市場でのビジネスチャンス

(1) ロシア

- ロシア人は、日本人なら1カ月でできるところを、4～5カ月かかる。建設業のコストは工期だから、日本人が行った方が断然コストが安くなる。例えば、住宅建築で、元請けは図面を引かない。設計会社の図面で終わり。日本人がいくとそこを直す。そうすると工事は進む。職人も細分化されていない。
- 住宅までのガス管の引き込みやガス設備は日本の技術を必要としている。ガスボイラーを製造する日本企業があると聞いており、独自で入れるのではないか。
- 日本の木造建築のアイデア、エコシステムなど、ウラジオストクにないものが期待される。日本製の家ができれば、買いたい人は必ずいる。
- 日本企業が入るとすれば、企画、概念設計・経済計算、基本設計、詳細設計後の資材・機材調達、建築工事の段階となる。しかし、基本的には地元業者への発注となるため、日本企業には、価格競争力や技術競争力、それをアピールするため発注者（事業主や研究所）との強いコネクションが必要となる。
- 断熱材の厚さや工法など日本の強い技術がある。
- 日本の銀行によるクレジットがあれば仕事はしやすくなる。北海道銀行はルーブルで決済する仕組みにし、VTB銀行（外資銀行、ロシア第2位）であれば信用取引もやっている。2009年11月からはWebでルーブル送金も可能になった。
- サハリンで、北海道の戸建住宅（ログハウス）が2棟オープンした。その会社はハバロ

フスクにも建材を卸し、年間 6～7 億円の売り上げがあり成功している。来年からはマンションを 5 階から 7 階にあげるプロジェクトを手がける計画で、耐震設備（州政府から支援がある）を備える。

- 住商が扱っている建材（ニチハのサイディングボード）の需要は昨年からほとんど変わらない。全体の建築需要が止まっている一方で、別荘など富裕層向けの需要は落ち込んでいない。
- ビジネスの仕込みは極東でなく中央から始めた。モスクワのモストビク社と組むためにホームステイをし、日本のメーカーとしてIHIと手を組んだ。こうした経緯で、橋の建設に技術的なサポートや機器のサプライとして関わっている。
- サハリンのスフェラ社（エネルギー企業へ社宅提供）が北海道の視察に来た。北海道銀行で道路工事、寒冷地住宅、病院、ゴミ焼却場、ガス関連施設、ホテルなどの視察をアレンジし、事細かく視察していった。

（2）中国建設・同関連市場

- 建材や資材関係の日系メーカーは多数進出
- 現地のパートナーを見つけることが必須かもしれない。回収面で苦勞

4. 北陸地域・新潟県企業への参考例やアドバイス

（1）ロシア

- ハバロフスクから入って、内陸へ進んだ方がいい。住宅関連ではそういう声を聞く。
- ロシアにはトップの発案で進出してきた。ハードルが高すぎる。法律事務所、税務専門家、通訳など、コストが高くつく。
- 極東ハバロフスクでの木造住宅ビジネスの展開は、治安・法整備の問題からリスクが大きく、現状では難しい。住宅は文化であり、素材や風土との関係・国産材と外材との融合など、適材適所が大切と考える。
- ロシアで日本の建設業のビジネスニーズがあるとすれば、道路
- ビジネスセンスをもった人材が駐在すること。地方行政やビジネスマンだけでなく、モスクワとの連携も必要だ。建設関係の見本市に行けば都市設計会社などがたくさんいる。そういうところと付き合いを、設計段階から入れる。

（2）中国

- 中国進出については、信頼できるパートナーを探し、現地にはない技術を提供すること。北陸地域から進出している製造業との連携もあるだろう。
- 地元行政の対応については、合弁相手中国企業の地元行政に対する影響力を考えると合弁企業の方が有利と思われる（ただし、会社運営は、独資の方が有利）。

(3) 両国（ロシア・中国）

- 中国やロシアでの海外展開に需要があっても、日本国内でのビジネスにはない異質なリスクや厚い壁が立ち塞がっている。多くの挫折したケースがある。進出は、偶然にもたらされた人的関係が多い。留学生や取引先の縁など。よって、現地でパートナーとなる企業に対する信用調査がほとんど期待できず、目の前の人物鑑定を唯一の手掛かりに契約を進めるか断念するかの決断を迫られるケースが大半である。
- 北海道：建設業の海外進出をしようとする企業に対し上限を500万円とする補助をしている（北東アジアに限らない）。

5. 提言

- ERINAなどと協力しながら「国際化支援のための政策プラットフォーム」（仮称）を設置することが重要である。
- プラットフォームがまず中小建設業による海外展開に対する「支援スキーム」を起案する。次いで、建設業者同士の海外情報の共有化とデータベース作り、国など行政機関による支援策や進出相手国政府とのバックアップ体制の構築、金融機関や商社による金融スキームと信用調査などを行う（進出リスクの回避とイニシャルコストの低減）。
- 北陸地域・新潟県企業のエクステリア業や機械系の付帯設備産業までを含めて、同プラットフォームへの参加を呼び掛けていく（情報の共有化と戦略化）。
- 北東アジア系企業・機関の視察受け入れ等を企画していく（戦略的相互交流）。
- 進出における留意点

(ロシア)有望分野に照準を合わせながら、資材、機材調達、建設工事請負のために現地企業と協働を探る。また、自分たちのシーズ（技術力、品質）がロシア市場で必要とされているかどうかを吟味しておく。

(中国) ①中国については北陸地域・新潟県の製造業と随伴していく取組が求められる。②ニッチ市場（日式にこだわった家づくり）におけるシェア獲得を図っていくことや、環境・バリアフリー等、将来有望な市場で活躍できるかを考える。③信頼できる現地パートナーを見つけておくこと。