

第2部 団体編

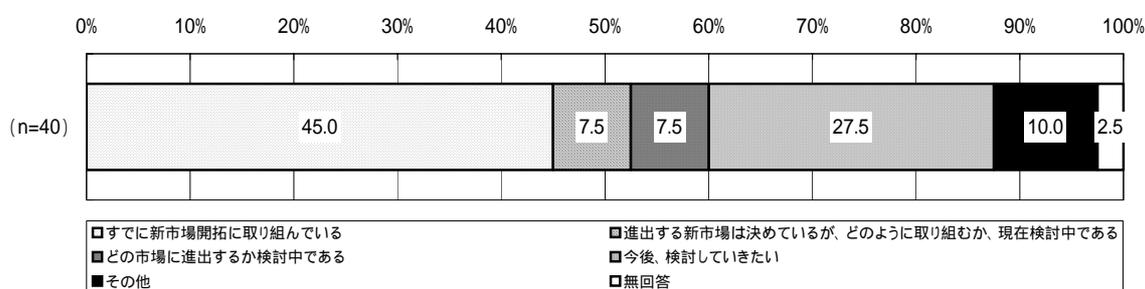
1. 新市場開拓

(1) 新市場開拓に関する取り組みについて(問1)

貴団体における現在の新市場開拓に関する取り組みについて、該当する番号に をつけて下さい。(SA)

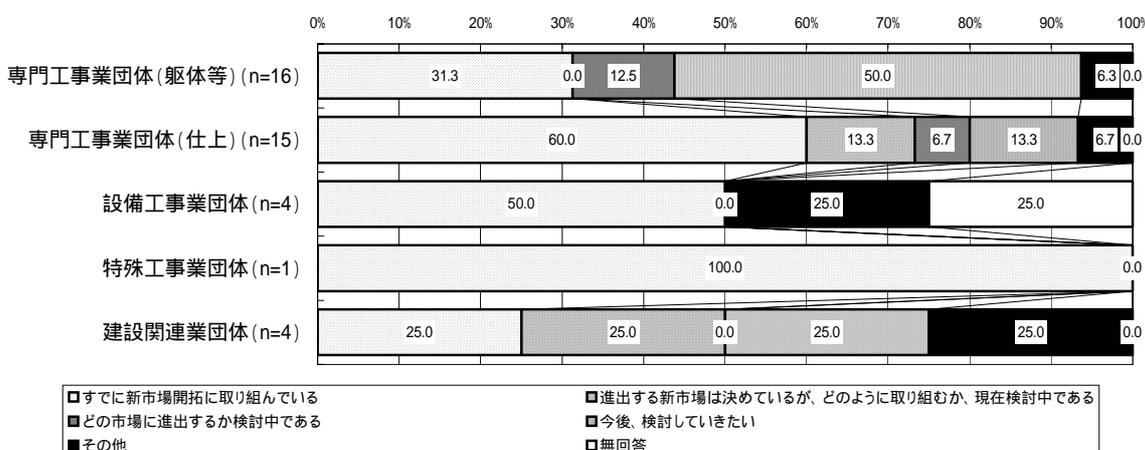
各団体の新市場開拓に関する取り組みは、「すでに新市場開拓に取り組んでいる」が45.0%と最も高い結果となった。

図表 2.1.1 新市場開拓に関する取り組み/全体(SA)



これを業種別で見ると、仕上、設備では、半数以上の団体が「すでに新市場開拓に取り組んでいる」を回答している。これに、検討中の段階を合わせると、仕上の団体は、80%が新市場に関する取り組みを行っている。これは、仕上や設備は、躯体等と比べ、リフォーム・リニューアルの新市場に積極的に進出していることが理由としてあげられる。

図表 2.1.2 新市場開拓に関する取り組み/業種別(SA)



(2) 進出または検討している新市場分野について（問2）

進出または検討している新市場は、具体的にはどの分野ですか。(MA、FA)

進出または検討している新市場について、団体別にまとめたものを次頁に示す。

新市場の分野では、やはり、建築リフォーム・設備リニューアルにすでに進出している団体が仕上を中心に多い。仕上の団体では、リフォームマニュアルの作成（ジェイシフ）、多能工の育成（日左連）等、会員企業のリフォーム・リニューアル市場の開拓を支援するための取り組みが行われている。また、コンバージョンビジネス（全室協）、タイルの防汚コーティング（全タ協）等、欧米の先進事例の研究や、新たな技術開発等により、リフォームの個別市場の開拓に取り組んでいる団体もある。

土木のリフォームでは、躯体等の団体の取り組みが目立ち、造園のリフォームであるリガーデン（造園連）、植栽の診断等ができる人材の育成（日造協）、土木構造物の補修（全基連）等は、すでに取り組みが行われている。

また、今後検討したい分野として、全管連は公園のトイレリフォームを取り上げているが、これは、大手では参入がしづらいニッチ市場を狙いとした事例である。

環境分野では、造園の2つの団体において、屋上緑化（造園連）、ルーフスケーピングとリサイクル（日造協）はすでに取り組まれている。また、全地連では土壌・地下水汚染分野への進出を行っている。さらに、日建大協、全圧連（コン）、カーテンウォール、ジェイシェフ、全管連等が、リサイクル等を取り上げているが、これらは業界固有の環境問題に対応しようとした取り組みである。

新しい建設マネジメント分野では、CM方式に取り組んでいる団体が7団体ある。これは、最近の国土交通省のCM方式導入に関連した施策に応じた団体の動きであると思われる。

図表 2.1.3 具体的な進出分野（団体別）

	建築リフォーム 設備リニューアル	土木の リフォーム	環境関連	エネルギー	新しい建設 マネジメント分野	まちづくり	森林管理・保全	医療・福祉分野 (介護等)	その他
日本 団体									
日 建 大 協	建築リフォーム		リサイクル		CM方式				
造 園 連		リガーデン	屋上緑化			公園リニューアル	里山の保全	福祉施設ガーデニング	
全 圧 連 (圧 接)	長寿命配管工法								造船・プラント配管
鉄 建 協			ISO14000対応		CM方式				
建 団 連									
日 造 協	庭園再整備	植栽技術研究	緑のリサイクル、 ルーフスケーピング		新しい発注方式 研究				
日 蔦 連						OJTによる育成			
日 機 協			土壌汚染						
全 基 連	住宅基礎(鋼管杭)	道路、河川、港湾、公園	地盤改良			景観・住環境改善			
基 礎 協									
全 圧 連 (コ ン)			生コン等リサイクル						
全 構 協					CM方式				
A J C C		道路等の補修							
マ ス チ ッ ク 協 連	総合仕上業目標								
全 標 協						ユニバーサルデザイン			
全 室 協	コンパニオンビジネス								
全 夕 協	防汚コーティング								
全 建 連									
全 防 協	リフォーム実態把握								
カ ー テ ン ウ ォ ー ル	外装リフォーム		リサイクル						
シ ー イ シ ー フ	リフォームマニュアル等		室内環境問題、 リサイクル						
日 板 協	主に金属屋根		屋上緑化	太陽光発電					
日 左 連	リフォーム多能工								
日 夕 煉	リフォーム実態調査					まちの機能研究			
日 塗 装	住宅リフォーム	コンクリート構造物		湿式外断熱工法					
N G S	リフォーム受注支援								
ウ レ 断 協									
日 装 連	インテリアリフォーム								
建 コ ン 協					PF1, CM方式				
消 施 工 協	消防施設リニューアル				情報収集				
全 管 連	水回リフォーム	公園トイレリフォーム	塩ビ管リサイクル		CM方式	公衆トイレ改善等			
全 測 連			災害対策、水環境						自治体・地籍GIS
全 地 連		老朽化調査	土壌・地下水汚染	風力発電	PF1, CM方式				
電 設 協				分散化電源 (燃料電池等)	電子入札等IT化、 CM方式				
P C 建 協		構造物補修							

注) 表上段 : 進出している : 検討中 : 検討したい 表下段 具体的な取り組み概要

(3) 新市場開拓に向けた具体的な取り組みについて（問3）

貴団体では、新市場開拓にあたり、競争力を確保するために、どのような取り組みが必要であるとお考えですか。(MA、FA)

各団体における新市場開拓に向けた具体的な取り組みの一覧を次頁に示す。

各項目のうち、「人材育成」が72.5%と最も多く、次いで「新技術・新工法の開発」60.0%、「会員企業の経営革新」55.0%、「営業力の強化」50.0%という結果となった。

「人材育成」では、新市場開拓に向けた新たな技術・技能の取得、基幹技能者や多能工の育成、顧客対応・元請ができる人材育成等があげられた。

「新技術・新工法の開発」では、新分野・新市場を開拓するための独自技術の開発が行われている。具体的には、型枠施工法、配管工法、植栽基礎技術、土壌汚染浄化、プライベートブランド工法、コーティング技術等があげられている。

これらは、専門工事の実績で培ってきた高い施工力に新たな技術を加え、新分野・新市場に進出しようとする取り組みであるといえる。

「会員企業の経営革新」では、日造協があげた「官公需依存からB to C指向へ」のように、請負依存的な体質から脱却し、自ら新市場を開拓する企業に変わるための指導・啓発活動を行っている。

「営業力の強化」では、自らがもつ技術・技能に基づく顧客への企画提案を行おうとする取り組みが多い。

図表 2.1.4 新市場開拓に向けた具体的な取り組み（団体別）

	新商品の開発	新技術・新工法の開発	営業力の強化	マーケティング調査	販路の開拓	人材育成	インターネットの活用	消費者PR (情報発信)	会員企業の経営革新	その他
回答者数 回答者比率	11 27.5	24 60.0	20 50.0	13 32.5	6 15.0	29 72.5	13 32.5	11 27.5	22 55.0	2 5.0
日本躯体										
日建大協	資材関連	型枠施工法	受注競争力向上	市場開拓		基幹技能者	ネット構築		経営財務	
造園連			提案力の強化			多能工		HPの充実	会員の意識改革	
全圧連(圧接)		配管工法		市場の潜在ニーズ把握	主要大手企業との連携				企業の意識改革 連携による経営規模拡大	
鉄建協										
建団連										
日造協	ルーフスケーピング技術	植栽基礎技術	請負型 提案型	戦略立案のため	他業種へ流れる仕事の獲得	技能・技術の継承	会員用電子会議室開設	安心感提供 (自主管理基準)	官需依存からBtoC指向へ	
日鷹連		合理的な工法	信頼の向上 (対元請)			OJTによる			指針の周知 (現状、不十分)	
日機協		土壌汚染浄化	新市場の営業活動	市場の実態把握		新市場の基礎的勉強			第4次事業構造改善計画	
全基連	工業権の取得	工業権の取得	商品、技術説明、必要資格の取得		異業種交流、業団体折衝	専門知識資格取得		HP	左記全ての項目見直し計画	
基礎協						元請ができる人材				
全圧連(コン)		生コンの高性能化対応				基幹的技能者			原価意識徹底 (経営管理マニアル)	
全構協										
A J C C						カッター技術の進展に対応				
マスク協連	リフォーム材料商品開発	フライヘアブランド工法		全国組合員による調査			対消費者リフォーム情報提供	対消費者リフォーム情報提供		
全標協		発注者提案の重視								
全室協	バック化商品	リフォーム用治具				多能工	施工業者の紹介		新事業進出の指導・啓蒙	
全夕協	防汚コーティング剤改良	コーティング技術			リニューアル市場進出					
全建連			増改築技法の提案営業			顧客折衝対応		地域住民PR (住まいの町医者)		
全防協		部位別リフォーム技術					HPによる会員企業PR支援			
カーテンウォール										
シェイシェフ			ユーザーへの提案力			技術・技能の強化			経営者の意識改革	
日板協			マニュアルの策定			基幹技能者、後継者			責任施工遂行型企業へ	
日左連	メーカーとの連携						HP(リフォーム)			
日夕煉			自ら行動する価値観の植付け			多能工(空間工)	HPの開設急ぐ	HPの開設急ぐ	先進事業者のノウハウ集約等	
日塗装			戸建の技術営業員育成			外断熱工法、リフォーム				
N G S		多能工化	新しい営業手法の開発			新市場対応	会員のIT化対応	消費者に対する営業支援	旧来の経営手法の転換に活路	
ウレ断協		吹け発泡機改良				技能士				
日装連										
建コン協										必要に応じ検討
消施工協										
全管連		現状分析		アンケート調査		ビジョンの形成	情報提供		ISO等取得支援	
全建リース協						営業マン				
全測連										
全地連										他産業との連携
電設協				燃料電池の実用化		講習会の実施			IT化促進(委員会、講習会)	
P C 建協										

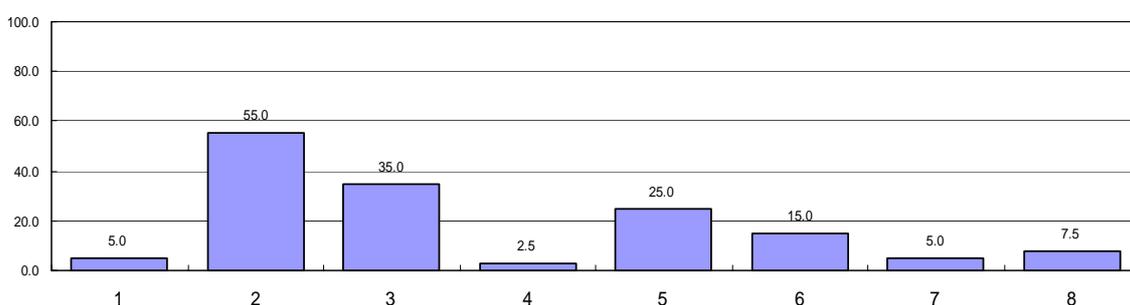
注) 表中、上段 は具体的に取り組んでいる 下段はその概要

(4) 団体の取り組み体制について(問4)

貴団体では、団体自ら、新市場開拓にどの程度関与していますか。(MA)

団体の新市場開拓への取り組み体制については、「団体内に委員会等の研究・実行組織を設置している」が55.0%と最も多く、次いで「関連調査を行っている」が35.0%である。一方、「会員から相談を受け、指導・援助を行っている」が2.5%と非常に少なく、現時点では、新市場開拓に関する個別会員対応は団体の業務としていないところが多い。

図表 2.1.5 新市場開拓の取り組み体制/全体(MA)

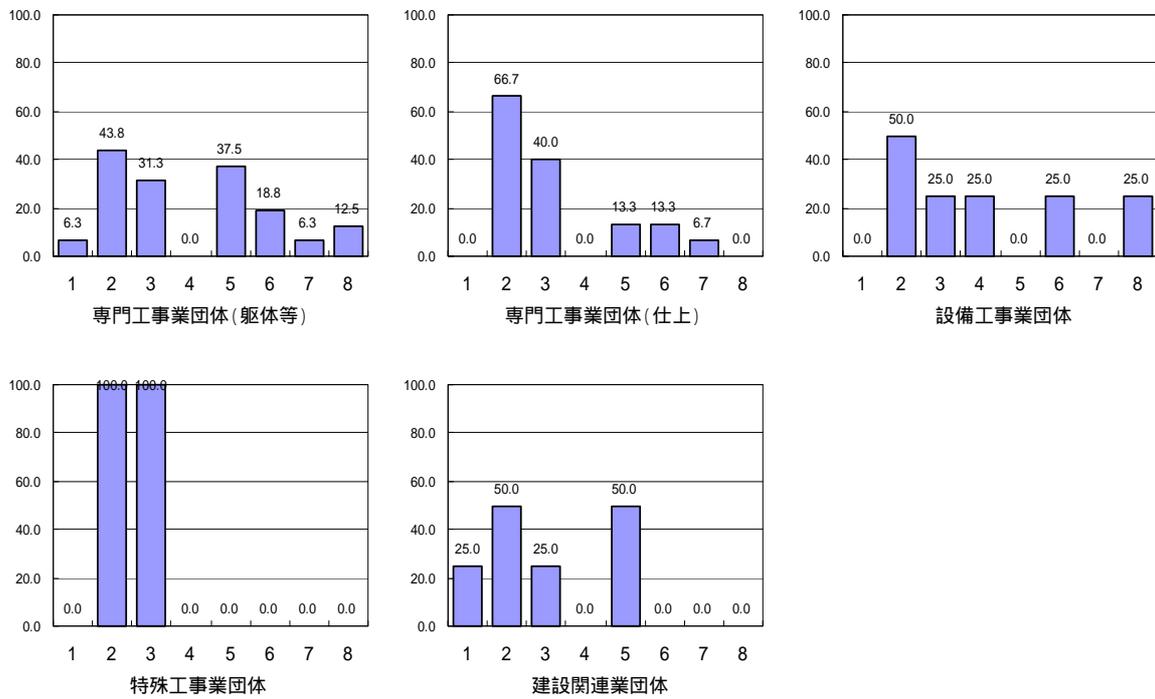


【凡例】

- | | |
|------------------------|----------------------------|
| 1. 新市場開拓のための別組織を設立している | 2. 団体内に委員会等の研究・実行組織を設置している |
| 3. 関連調査を行っている | 4. 会員からの相談を受け、指導・援助を行っている |
| 5. 会員から情報をとっている | 6. 会員に任せている |
| 7. その他 | 8. 無回答 |

業種別に見ると、仕上の団体は、「団体内に委員会等の研究・実行組織を設置している」が66.7%と高かった。

図表 2.1.6 新市場開拓の取り組み体制/業種別 (MA)



【凡例】

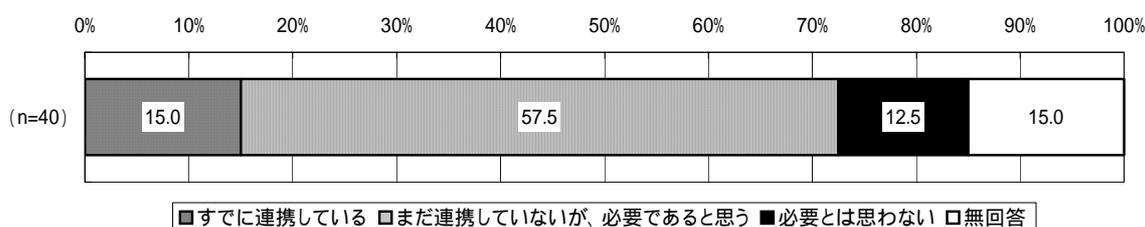
- | | |
|------------------------|----------------------------|
| 1. 新市場開拓のための別組織を設立している | 2. 団体内に委員会等の研究・実行組織を設置している |
| 3. 関連調査を行っている | 4. 会員からの相談を受け、指導・援助を行っている |
| 5. 会員から情報をとっている | 6. 会員に任せている |
| 7. その他 | 8. 無回答 |

(5) 団体による他の企業・機関等との連携について（問5）

新市場開拓のため、他の企業・機関等と連携する必要はあると思いますか。（SA）

新市場開拓のため企業等との連携の必要性については、「まだ連携していないが、必要であると思う」が57.5%と最も多く、これに「すでに連携している」15.0%を加えると70%以上の団体が連携の必要性をあげる結果となった。

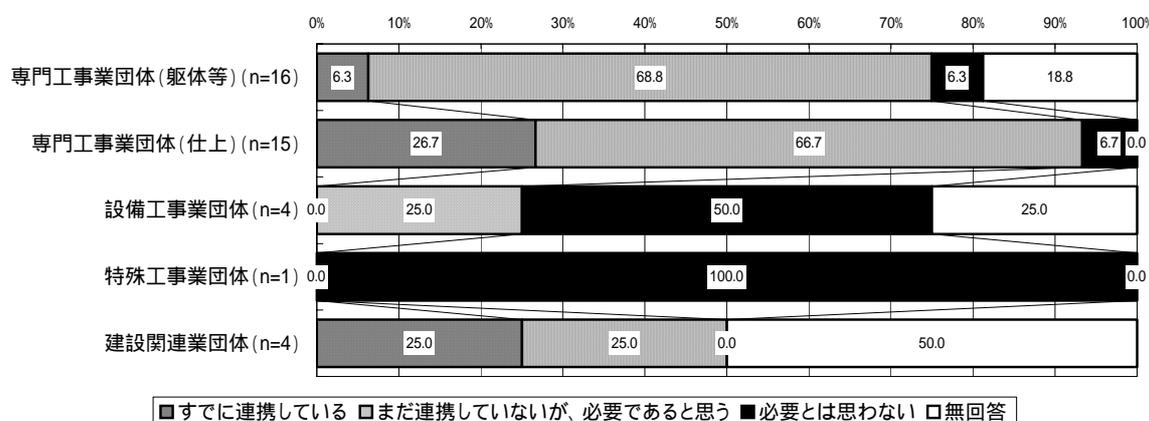
図表 2.1.7 企業等との連携の必要性/全体（SA）



これを業種別に見ると、「すでに連携している」、「まだ連携していないが、必要であると思う」を合わせた結果は、仕上の団体が93.4%、躯体等の団体が75.1%と、多くの団体が連携の必要性を認めていた。一方、設備の団体は、この割合が25%程度と少なかった。

これは、設備の団体では、会員業者は、経営規模が比較的大きく、元請の実績も豊富で、独自に設備リニューアル等の新市場に開拓していけるという考え方が大きいことが理由にあげられる。一方、躯体等、仕上の団体は、中小業者が多く、資本力が弱いことや、これまで元請の実績が少なく営業力や顧客対応力が弱いことなどが、連携の理由にあげられる。

図表 2.1.8 企業等との連携の必要性/業種別（SA）



(6) 連携相手と連携理由について(問6)

問5で「1.すでに連携している」「2.まだ連携はしていないが必要であると思う」と答えた方にお伺いします。対象となる新市場分野、具体的な連携相手、具体的な連携内容、連携する理由等をご記入下さい。(FA)

具体的な連携相手について、各団体の回答をまとめたものを次頁に示す。

「すでに連携している」と答えたところは、日造協、全夕協、全建連、カーテンウォール、日装連、全地連の6団体である。

日造協は、リフォーム分野、環境分野において、情報交換等を目的に、同業種団体、公益法人と幅広い連携を行っている。具体的には、造園リフォームにおいて、造園5団体と連携し、マーケティング調査を行い、(財)日本緑化センターとは、リサイクル技術の連携をし、(財)都市緑化技術開発機構とは屋上緑化の技術で連携を図っている。

全夕協は、リフォーム市場におけるタイルの防汚コーティング技術の販売権に関し、製造メーカーとの連携を図り、全建連では、リフォーム工事のトラブル防止のため、(財)住宅リフォーム紛争処理支援センター等との連携を行っている。

また、カーテンウォールでは、耐震補強の共同開発のため、アルミ建築構造協議会と連携し、日装連は、インテリアリフォームの資材提供支援、情報支援を目的に協議会を設立し、全地連では、土壌・地下水汚染分野において、不動産鑑定評価企業と共同出資会社設立による連携を図っている。

連携理由を業種別にみると、躯体等の団体は、相互補完をあげているところが多い。一方、仕上の団体では、直接受注を理由とする連携が多く見受けられる。

図表 2.1.9 具体的な連携相手（団体別）

	区分	新市場分野	連携相手	連携内容	連携理由
日本躯体			大工・鉄筋		
日建大協		躯体関係工事	躯体工事業		躯体一式工事業を目指す
造園連		リガーデン	住宅リフォーム業者	住まいと庭の連携	営業力の補完 庭の専門技術を生かせる
全圧連(圧接)		配管工事(ビル・プラント・造船)	全管連、日空衛、日計装等		新規参入のため独自進出は困難
鉄建協		ISO14000(環境)	認証機関等	実施及び運用方法	スムーズな実行
		CMマネジメント	設計・積算等の団体		
日造協		造園リフォーム	造園連他、造園5団体	マーケティング調査	相互の情報交換
		ZONEN-NET	(財)日本緑化センター	緑のリサイクル技術	
		ルーフ・スケーピング	(財)都市緑化技術開発機構	ルーフスケーピング技術	
日髙連			躯体工事業の団体	厚生年金基金の設立	同業種なので連携しやすい
日機協		土壌汚染対策	地質調査業(全地連) 不動産関係	市場調査、技術等情報支援	相互利益の向上
全基連		戸建・集合住宅	設備・配管工事業界 インターネット業界	JV編成	相互補完
基礎協		CM	OMAJ		
全圧連(コン)		高性能コンクリート圧送	生コン製造業者	高性能コンクリートの技術提携	生コンの品質確保
全構協		検討中	鉄骨協、または建専協会員		相互補完
AJCC		道路の補修		技術・技能力	品質確保、安全施工の確保
マシック協連		リフォーム総合仕上げ業	左官、防水、外壁仕上	多能工育成マニュアル作成	総合外装仕上げ業の確立
全標協					
全室協		集合住宅リフォーム オフィスコンバージョン事業	耐震、外装、電気・通信、 給排水衛生、空調		内装仕上工事の一式受注
全タ協		防汚コーティング	コーティング剤生産メーカー	セラミックス技術の販売権	コーティング技術の正しい普及
全建連		リフォーム	(財)住宅リフォーム・紛争処理支援センター 住宅リフォーム推進協議会	諸問題の解決	唯一のグループ
全防協		建築リフォーム	塗装業界	相互補完	相互補完
カーテンウォール		耐震補強	アルミ建築構造協議会	共同開発	材料が同じ
シエイシエフ		リフォーム	内装工事周辺分野の業界	施工技術・技能教育	直接受注
日板協		リフォーム 太陽光発電	仕上げ業全般	リフォーム一式受注狙い	直接受注
			電気工事業	電気配線、申請	
日左連					
日タ煉		リフォーム(一例)	大工、板金、管、左官、塗装		リフォーム直接受注
日塗装		外断熱工法	原材料メーカー	断熱設計、材料、工法	日本では未知の分野
NGS		建築リフォーム	メーカー、関連機関	技能の拡幅、営業力強化 信用力増強	会員の経営基盤強化
日装連		インテリアリフォーム	インテリア産業活性化協議会設立	資材提供支援、情報支援	
全管連		人材育成	日空衛等	配管の基幹技能者育成	配管技能士の地位向上
全測連		GIS	情報産業	データ作成・活用	
全地連		土壌・地下水汚染分野	不動産鑑定評価企業	共同出資による株式会社設立	マーケティング力の増強

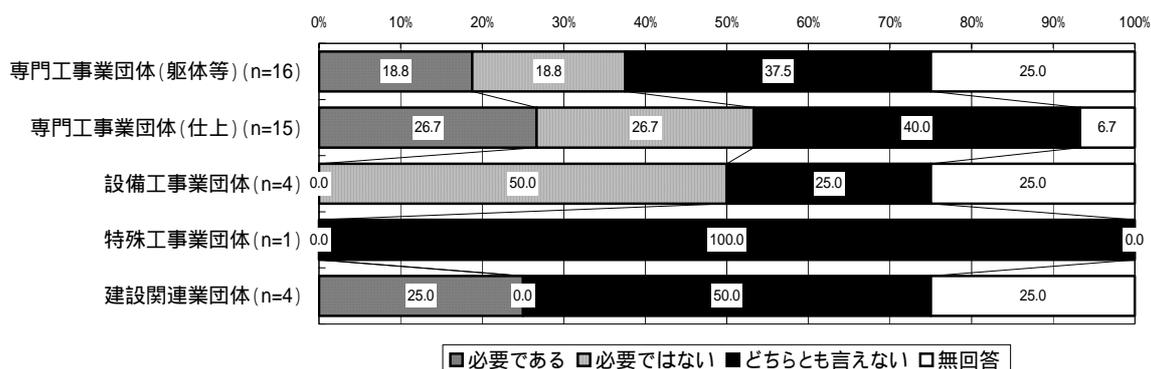
注) 区分 :すでに連携している まだ連携はしていないが必要であると思う

(7) 新市場開拓における新たな資格の必要性について（問7）

新市場開拓にあたり、新たな資格が必要であると思いませんか。（SA） さらに、「必要である」に つけた方は、その資格の内容を具体的にご記入下さい。（FA）

新市場開拓における新たな資格の必要性については、「必要である」との回答を業種別にみると、躯体等が18.8%、仕上が26.7%、建設関連業が25.0%であった。

図表 2.1.10 新市場開拓における新たな資格の必要性/業種別（SA）



具体的な資格については、個別団体等において新しい資格を作ることと、既存資格を取得させることの大きく2つに分けられる。

図表 2.1.11 具体的な資格の内容（団体別）

区分	資格の内容
日造協	植栽基盤診断士(仮称) ルーフ・スケープ施工管理士(仮称)
全基連	建築施工管理技士、土木施工管理技士
全圧連(コソ)	技能検定一級資格よりさらに上級の基幹技能者が必要
全室協	リフォーム事業に関する資格
全防協	業界の社会的信頼を築くため、施工に関する豊富な経験と知識を有するものを公正に評価し、優秀な施工管理技術者を育成する。
日夕煉	建築士(1級、2級)、施工管理技士(1級、2級)、インテリアコーディネーター、マンションリフォームマネージャー、増改築相談員
日塗装	外断熱施工技術・技能士(仮称)
全地連	地盤環境調査士(仮称)

注) :新しい資格が必要、 :既存資格の取得、 : 、 共通

(8) 団体における教育訓練について（問8）

貴団体では、新市場開拓のため、技術者・技能者に対するどのような教育訓練が必要であると考えていますか。(MA、FA)

教育訓練方法は、「団体独自の教育訓練」、「団体による教材提供」が多い結果となった。団体別の具体的な回答を以下に示す。

図表 2.1.12 教育訓練方法（団体別）

	団体独自の教育訓練	団体による教材提供	民間訓練機関の活用	公的訓練機関の活用	その他
日本躯体			技能開発計画 (基幹技能者)		
造園連 全圧連 (圧接)	提案能力の向上、多能工				専門工事業者の連携
建団連					団体が各種の訓練機関を 周知
日造協	植栽基盤診断 インストラクター講習	植栽基盤診断、 ルーフ・スケーピングの テキスト			
日鷹連				富士教育訓練センター	
日機協					有害物質別の浄化技術の 取得は民間企業の 企業努力
全基連	委員会運営、講師の 育成・確保	管理者資格、技術技能関連	民間資格の取得	国家資格の取得	
全圧連(コン)	平成14年度技能開発計画 策定	作業マニュアル			
A J C C	業務安全作業講習会	コンクリート等切断・さっ孔技士 作業者教本			
マスチック協連	研修会を開催し、マスチック 仕上性能管理士、 マスチック仕上士の認定	左記研修会用の マニュアル・教材			
全標協					地域の中核となる人材を 育成し新たな技術開発
全室協	リフォーム技術者、 技能工の育成	独自マニュアル		富士教育訓練センター	
全夕協	講習会の実施				
全建連					企業の特徴を出しながらの 方がよい
全防協	防水施工管理技術者の 本格的実施に向け準備中	同左			
日板協	基幹技能者育成	リフォーム事業取り組み マニュアル			
日左連	研修会の開催	作業マニュアル(作成中)			
日夕煉	基幹技能者育成	作成予定	今後、活用を検討	今後、活用を検討	時間、費用、人員の面で 人を派遣できないのが実情
日塗装	集合住宅リフォーム 自主管理教育	集合住宅・戸建住宅リフォーム サービスシステムマニュアル、 外断熱工法施工マニュアル			
N G S	技能者・基幹技能者の育成	外壁仕上工事マニュアル			
建コン協					今後、適宜検討
全管連				多能工の養成等	
全地連				富士教育訓練センター	
電設協	講習会の実施				

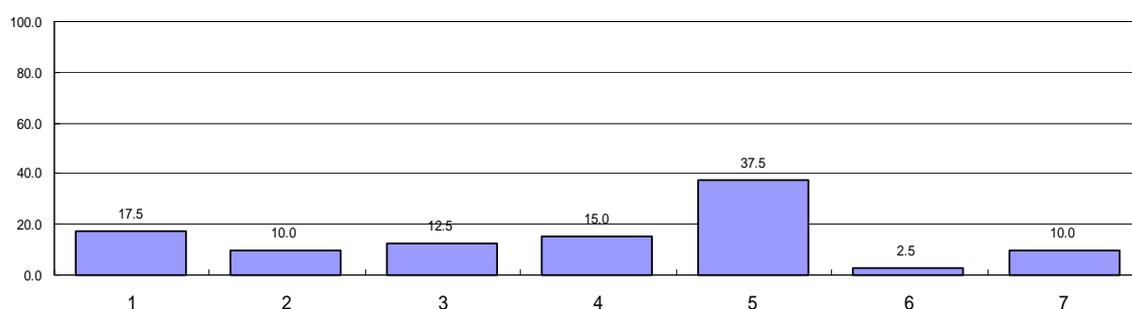
(9) 公的支援制度の活用について（問9）

新市場開拓のため、貴団体では、公的支援制度の活用をお考えですか。(SA、FA)

公的支援制度の活用については、「特に考えていない」が最も多い結果となったものの、17.5%の団体が「すでに活用している」と答えた。

すでに活用している制度としては、中小企業経営革新支援法に基づく経営革新計画の承認による助成等である。

図表 2.1.13 公的支援制度の活用/全体（MA）



【凡例】

- | | | |
|-------------------|-----------------|---------------|
| 1. すでに活用している | 2. 現在、活用を検討中である | 3. 今後活用を検討したい |
| 4. 会員企業に制度を紹介している | 5. 特に考えていない | 6. 制度の新設を希望する |
| 7. 無回答 | | |

図表 2.1.14 具体的な公的支援制度（団体別）

	活用状況	制度名(新設を希望する制度)
日本 軀 体	現在、検討中	
日 建 大 協	会員企業に紹介	各種融資制度
全 圧 連 (圧 接)	すでに活用	活路開拓調査・実現化事業
鉄 建 協	会員企業に紹介	ISO14000, CM、コストオン制度
日 造 協	すでに活用	建設業経営革新緊急促進事業
日 鳶 連	会員企業に紹介	中小企業経営革新支援貸付
日 機 協	今後検討したい	
全 基 連	すでに活用	全基連工法協会として中小企業経営革新支援団体の大臣認定取得
基 礎 協	会員企業に紹介	
全 圧 連 (コ ソ)	会員企業に紹介、今後検討したい	
全 標 協	現在、検討中	キャリア形成促進助成金
全 室 協	会員企業に紹介	
シ ャ イ シ ャ ッ	現在、検討中、(新設も希望)	中小企業経営革新支援法、(業界団体への助成)
日 板 協	現在、検討中、(新設も希望)	(講習会開催助成制度)
日 左 連	現在、検討中	助成制度の活用
日 夕 煉	今後検討したい	
N G S	すでに活用	経営革新促進助成事業
全 管 連	すでに活用	建設業経営革新緊急促進事業
全 測 連	今後検討したい	
全 地 連	すでに活用	中小企業経営革新支援法に基づく各種助成
電 設 協	すでに活用	国の委託(補助)制度

(10) 新市場開拓の課題について（問 11）

新市場開拓の課題について具体的にご記入下さい。（FA）

団体が取り上げた新市場開拓の課題を以下に示す。躯体等系では開拓が困難とする団体が見受けられ、仕上げ系の団体はリフォーム市場開拓の課題が多く見受けられる。

図表 2.1.15 新市場開拓の課題（団体別）

	課 題	
全圧連(圧接)	目 標 設 定	・市場経済原理を踏まえた開拓目標を設定し、実現すること。
日 鷲 連	開 拓 は 困 難	・とび職種は、新市場開拓には困難な部分がある。地方会員ではとび職種と運送会社、造園を手がけている会員もいる。
全 基 連	連 携 相 手、資 金	・パートナー選びと資金調達。
基 礎 協	C M 方 式	・国土交通省が2月6日に発表した「CM方式活用ガイドライン」においても、13年度試行工事の4件のうち我が業界が担当する中部局の2ヶ所が該当し、種々の問題があるも、CM方式の採用は当然と考えている。
全 ク 協	開 拓 は 困 難	・建設揚重業は常に元請等の第三者の指示がない限り行動できない(単独での行動はありえない)と言う特殊性から、本件調査にはなじまない業界である。
A J C C	業 種 等 の 確 立	・業種・業態の確立。
全 タ 協	マ ー ケ テ ィ ン グ 品 質 保 証	・具体的な需要の把握をいかにするか。 ・品質保証をどの程度行うか。
全 建 連	そ の 他	・住宅においては、地場工務店では、増改築市場には、既に参入している。住宅リフォームに参入(新規)してくる業者は、他業者(資本)と考えてもらっても良いのではないか？また、専門工事業者からの転向も中にはあるが。
カ-テンウォール	そ の 他	・研究開発した耐震補強枠が静岡技術コンクールで優秀賞受賞した。国土交通省の応募でパネル展示、シンポジウム等を実施した。今後積極的に営業して行きたい。
日 板 協	営 業 力	・リフォーム事業については営業力の強化が課題である。
日 左 連	多 能 工 の 育 成	・多能工が有利であることは、共通認識を持っているが、育成には、リスクの増大とコストアップを懸念する声が多い。
日 タ 煉	有 資 格 者 の 確 保	・地域差があるが、現状は専門工事に追われており、リフォームまで目が届かないでいる。 ・リフォーム工事(市場進出)を積極化する場合、施工管理技士等(問7参照)の資格者を有することが条件となり、工務店が有する資格と能力を具備する必要がある。 ・今後、組織内の実践例を蓄積し、広めていく取り組みをする。
日 塗 装	メ ー カ ー と の 連 携	・新市場開拓においては、材料メーカーとの対応が重要な課題である。
全 測 連	そ の 他	・地方自治体の予算付け。