

2

新たな収益源を開拓するには

建設市場が縮小しているなか、新分野事業への参入を図ることも、新たな収入源を確保するうえで重要な選択肢です。

新分野の検討に当たっては、自社にとってのプラス要因とマイナス要因をもういちど客観的に整理してから、検討を進めることが重要です。

新分野進出は「建設関連分野」と「非関連分野」に分けることができます。

経営環境の分析ツールの一つにSWOT分析があります。自社経営の強み・弱み、市場における事業機会・脅威について整理・把握するものですが、具体的な新分野の検討においても用いることができます。

SWOT分析(自社分析)の例

プラス要因

マイナス要因

「内部」の経営資源

ヒト、モノ、カネ、情報、ノウハウ等



「外部」の経営環境

業界・競合企業の動向、顧客ニーズの変化等

Strength

S 強み

ナンバーワン、オンリーワン

例)
社長の幅広い人脈
既存顧客管理が徹底しリピーターが多い
営業のネットワークが良い
特殊技術を保有している
自社施工能力が高い
優秀な協力会社を抱えている

Weakness

W 弱み

改善が必要な点、劣る点

例)
経営幹部が数字に甘く危機意識が薄い
経営目標が具体的でなく周知も不足
民間工事の営業をした事がない
購買情報が足りず交渉力がない

Opportunity

O 機会

ビジネスチャンス

例)
インターネット等ITの進歩
民間景気の一部回復
リフォーム市場の拡大
顧客ニーズの高度化・多様化
環境意識の高まり

Threat

T 脅威

存在を脅かしそうな外部の動き

例)
少子高齢化、人口減社会
公共事業予算の削減
過剰供給構造による競争の激化
独禁法改正、入札・契約制度改革等の制度環境の急速な変化

建設業における新分野事業の分類

1 建設関連分野

文字通り、建設業に関連しているので建設業で培われた経営資源(ヒト、モノ、カネ、情報)を活用しやすい分野といえます。参入しやすいため他社との競合が予想されますが、比較的风险が低く、建設業との相乗効果が期待できます。

例)
内装工業者が顧客ニーズを反映したインテリア商品を開発。
水道工業者が顧客ニーズを反映した浄水器を開発。
工事施工のほか維持管理業務にも進出、既存顧客やその関連顧客にも販売を拡大。
得意の電気関係技術を応用し、産学連携で自然エネルギーを活用した発電技術を開発。

2 非関連分野

建設業とは関連があまりないため、自社の経営資源を活用しつつも、外部と連携しながらノウハウ等を補充しながら取り組む必要があります。比較的风险は高いものの、成功すれば新たな収入源として期待できます。「環境」「福祉・介護」「農業」など様々な分野への進出が行われています。

例)
ダチョウの養育及びダチョウを原料とした加工品の開発・販売
デイサービスやショートステイなど介護サービスの運営
農産物の栽培・生産及びそれを原料とした健康食品の開発・販売