

建設経済の最新情報ファイル

RICE monthly

RESEARCH INSTITUTE OF
CONSTRUCTION AND ECONOMY

研究所だより

No. 197

2005 7

CONTENTS

視点・論点		
- ミステリーロマン -	1
・ 清水聖義 太田市長インタビュー	2
・ 寄稿 「都市再生施策の日英比較」 (A comparative analysis of urban regeneration policy between UK and Japan)	7
・ 2005年3月期(2004年度)主要建設会社決算分析	19
・ 建設関連産業の動向		
- 屋根工事業 -	33



RICE

財団
法人

建設経済研究所

〒105-0003 東京都港区西新橋3-25-33 N P 御成門ビル8F

TEL : (03)3433-5011 FAX : (03)3433-5239
URL : <http://www.rice.or.jp>

ミステリーroman

専務理事 森 悠

ダン・ブラウンの「ダ・ヴィンチ・コード」がベストセラーになっている。

基本的には小説なのだが、実在の建造物、絵画、結社等を巧みに織り込んで現実味を高めている。また、謎解きにもこれらが深く関わっているの、どこまでがフィクションなのか判別に戸惑うほどである。これまでも類似の主題を扱った書物は数多くあったようで、書店でも「ダ・ヴィンチ・コード」の周りに平積みされている。ダン・ブラウンは、小説という形式をとることによって、その蘊蓄をさらに自由に羽ばたかせている。

同氏の前作に「天使と悪魔」というのがある。これもローマに実在する著名な建造物等を織り込んだ小説である。それらが実はある暗号を隠し持っているという設定なので、「おおっ」と思わせるところがある。

私は、時たま骨休めに海外に出かけるのを楽しみにしているが、今回、ダン・ブラウンの小説に誘われて、イタリアに出かけてきた。

ローマでは、コンクラーベが終わったばかりのシステリーナ礼拝堂を訪れた。参観が再開された初日ということで大混雑しており、法王庁内でかなりの迂回路をたどらされた。

「天使と悪魔」は、小説の時期設定がまさにコンクラーベの開催時となっており、また主要舞台である法王庁内の描写にも詳しい。迂回路中でもいろいろの所を見られて、かえって得をした気分になった。サンタ・マリア・デッラ・ビットリア教会にベルニーニの「聖テレサの法悦」を見に行ったのも、これが同書の謎解きの舞台になっていたからである。

ミラノのサンタ・マリア・デッレ・グラツィエ教会にある「最後の晩餐」は、ミラノに行くからには当然に見に行きたい絵であるが、「ダ・ヴィンチ・コード」の鍵となる絵だということになるとなおさらである。

長々と私的な話を書いてきたのは、実は、「ようこそ！ジャパン」のヒントがここにあるように思ったからである。

かつて日本でも、梅原猛の「隠された十字架」がベストセラーになったとき、斑鳩・法隆寺への旅行者が急増した。「法隆寺は聖徳太子の鎮魂の寺である」という謎解きを、法隆寺中門や救世観音光背等の異様な形態から推量したために、「よし、確かめてみよう」ということでブームになったのである。

ある事柄を自分の目で確かめたい、という欲求は、旅の大きな動機となる。単に名所旧跡であるというだけではなく、そこに何か加わると、さらに旅心が高まる。

「ようこそ！ジャパン」を成功させるには、日本にある建造物等を題材としたミステリーromanの国際的なコンペを行うとか、「ローマの休日」のような豪華キャストで映画を作るとか、インパクトが大きく、海外の人々を惹き付けるような企画を実行して、ブームを起こすことが必要のように思われる。

「ダ・ヴィンチ・コード」における「最後の晩餐」の解釈は、教会にとって迷惑至極なものと思われるのであるが、サンタ・マリア・デッレ・グラツィエ教会のショップでも同書が堂々と売られていたのは、面白かった。

・ 清水聖義 太田市長インタビュー

太田市は、群馬県の東部に位置し、人口約 22 万人の北関東を代表する工業都市の一つです。清水聖義太田市長は 1995 年に就任し、「市役所は市内最大のサービス産業である」をモットーに、ISO9001 の認証取得やバランスシート及び行政評価システムを導入する等、数々の改革を進めてきました。

研究所では、現在、地方自治体財政研究の一環として、新たな資金調達手法の一つである「住民参加型ミニ市場公募地方債」の調査研究を進めており、(財)地方債協会のご推薦もあり、清水市長へのインタビューを実施致しました。今回は、この「住民参加型ミニ市場公募地方債」の話、今後の地方自治体運営及び地方自治体のあり方についてのお話を中心に行った清水市長へのインタビューを紹介したいと思います。

清水 聖義（しみず まさよし）

1941 年 群馬県生まれ

1964 年 慶應義塾大学商学部卒業

太田市議会議員，群馬県議会議員を経て、

1995 年 太田市長に当選

現在、2005 年 3 月に合併・誕生した

「新太田市」の初代市長として、地方自治体の行政改革や市民サービス向上への手法は全国的に注目を浴びている。

主な著書

「忙しさ十倍・楽しさ百倍」
「前例」への挑戦
- 自治体はサービス創造企業」
「市長のひとりごと」
「地方自治体の経営戦略」

2005 年 3 月 28 日、1 市 3 町(太田市、尾島町、新田町、藪塚本町)の合併により、新生太田市が誕生しましたが、合併の効果をどうぞ覧になれていますか。

農業という側面が新しい太田市に加わりました。これは、今後の太田市の運営を考える上で、非常に面白いと思います。畑地も多くなり、さらに水利権も多く持つ町にもなりました。今後はこの農業と水をどう活かすかを念頭に置いて、内陸の農業生産地として新しい町の展開について取り組まなければいけないと思います。

従来より、太田市は工業製造品出荷額は県内でも 1 位、商業についても大型店を中心に他の地域から多くの人々が来られており、県内で最も元気でかつ総合力のある町だと思います。ちなみに、世界最大規模の太陽光発電設備が設置された団地、城西の杜(880 戸)の売れ行きも好調です。ここに農業という新しい分野の産業が加わるということで、町の可能性が色々な面で広がったということになると思います。

研究所では、地方自治体財政研究の一環¹として、多様化する資金調達手法について調査、研究を進めています。太田市では、住民参加型ミニ市場公募地方債「おた市民債」²を発行し、市民に非常に好評であると聞いています。

今まで 3 回発行してきました。従来は、借金は市が勝手に行う事は出来ず、県を通じ国に伺いを出し、認可を受けなければいけませんでした。発行について市民と一緒に考えた上で、市の意思で発行し、市の責任で返済するということが地方分権につながると思い、「おた市民債」を発行するに至りました。また、太田地区行政センター、宝泉地区行政センターなどの市民にとって身近な施設の建設に使うということを明確にすることにより、市民の行政参加を促すことも発行に至った理由の 1 つです。今までは認可を受けての借金でしたので、国の責任で借金を行っていたとも言えますが、市民にとって目に見える施設を、これは借金で作ったんですよと分らせるということにも価値があると思います。利率は国からは国債利率プラス での指導はありましたが、日本一高い利息を付けたいという思いがありました。結果的には第 1 回目の発行は、1.05%にて発行することになりました。

第 1 回目の発行の際は、万一、売れ行きが芳しくなかった場合を想定して、私も応募しました。残念ながら、当選しませんでした。最終的には 5 億円の発行総額に対して、28 億円もの応募があり、市民の皆様にも大変好評であったと聞いています。今後も利息については、大台の 1%位の金利で継続的に発行したいと思います。市民の資産形成に少しでも役立てばと考えています。

財政事情の厳しさから、投資的経費³を削減している地方自治体が多いのですが、太田市の普通建設事業費は増加していると聞いていますが。

太田市の考えはシンプルで、借金の返済分以上は借りないという大原則です。返していただける範囲で借金をします。借金は元本と金利とにより構成されていますが、元本の返済以上は借りないというのが大原則なのです。太田市の投資的経費はこの借金をベースにして決め、どの事業を行うか行わないかはその範囲で決めています。この考え方は、市民にとって非常に分かりやすいのではないかと思います。

借金を減らすことは仕事をやめれば良いので、簡単そうではありますが、町そのものの元気が無くなってしまふ恐れがあります。民間が活気づいていて、町が元気であれば良い

¹ (財)建設経済研究所(2005年8月)「建設経済レポート 第45号」第1章 1.3 参考

² 平成14年8月6日発行(発行総額5億円、償還期間7年、応募者利率1.05%)、平成15年8月5日発行(発行総額5億円、償還期間7年、応募者利率0.48%)、平成16年8月5日発行(発行総額3億円、償還期間7年、応募者利率1.17%)

³ 道路、橋梁、公園、学校等の建設等、社会資本の整備に要するものであり、支出の効果がストックとして将来に残るものに支出される経費のこと。

のですが、しほみがちな中でかつ建設関連の産業の影響力が強い地方では、事業を安易にやめることは町の活性化のためには良くないと思います。

市長就任時より、設計の入札方式について疑問を感じられていたと聞いていますが。

入札は公平・公正であると信じて疑わない人が多いですが、私は入札が絶対良い方法とは思いません。入札では設計者の知恵や工夫は反映されにくく、コストの意識、ましては使い手である市民の考えていることを取り入れるのは難しいと思います。太田市においては、設計会社への入札はかなり早い段階でやめました。

例えば、お茶を飲む時に、その時の雰囲気や好み異なるために、使いたい茶碗の種類、形は違ってくると思います。そのため、もちろん漏らないという最低限の品質を守らなければいけないが、値段だけでその設計者を決めてしまうのは、いかななものかと思えます。それと同様に、例えば学校だったら、校長先生にも入ってもらって、使う側が見て、使いやすいものという点及びコスト面に秀でているものという点で審査し、選択する必要があるのではと思います。

コンペもしくはプロポーザル方式を採用することにより、設計者全ての頭脳を駆使された更なる競争がされると思えます。もちろん、設計者に無制限に任せるのではなく、コスト面と両天秤に掛ける必要はあるとは思いますが。ちなみに、コンペ、プロポーザルの資格については、制限は特段制限を設けていません。しかし、これからは ISO 取得状況等、品質管理面について参加資格を求めることも考慮に入れる必要があるかと思えます。

行政では日本で最初に ISO9001 を取得したと聞いていますが。

今まで、役所では「改善」という言葉があまり使われてこなかったと思います。「前例」とか「踏襲」という言葉はありますが。今までやってきたことを変えるということは出来ない、改善なんておこがましいという雰囲気すらありました。ISO は職員の意識を変えることに十分役立ったと思います。ちなみに、この ISO9001 の取得時、太田市内で 1 社しか ISO9001 を取得していませんでした。市が取得したこともあり、また、取得奨励金として 100 万円を支給していたこともあり、現状では 100 社が取得しています。現在では予想以上の取得社数なので、奨励金を 100 万円から 50 万円に下げた程です。ちなみに、商工会議所も取得しています。これは冗談ですが、ISO 普及に貢献したので表彰して欲しいくらいです。

また、目標を立てて、目標に向かって行うという目標管理の手法を今まで役所ではあまりやってこなかったと思います。借金の話でも、最初からこれ以上してはいけないという目

標を立てて、やってきました。コスト面においても、例えば5年間で190名削減しようとか明確な目標を立て、その結果、人件費だけでこの10年間で18億円(12%くらい)くらい削減することができました。最小の人間でどれだけのお金が動かせるか、サービスできるかを常に考えて、改善を図る必要があると思います。

国の構造改革特区の第1号として、太田市が申請した「英語教育特区」など、市長の様々なアイデアが花開いているときいています。

規制緩和の一環の英語教育特区としてスタートしましたが、子供やその親は大満足と聞いています。教科書は民間企業と共同研究しながら作成しており、教員も熱心にカリキュラムや教材作りに取り組んでいます。

市長は常日頃から「自治体はサービス創造企業」であると考えられ、自治体のサービス向上を追及されてきましたが。

市役所に来られた方が、笑顔で帰られるためにどうしたら良いのかを考える必要があると思います。市役所の窓口は土日もやっています。平日に来られるのが難しいサラリーマンの方に非常に好評です。土日は税金、福祉や住宅等、市民と直結する市民サービスのほとんどを提供しています。図書館や児童館等についても、ほとんどの施設がほぼ365日稼働しています。ちなみに、コスト面についてはNPOがメインでやっていますので、あまり多く掛からない仕組みになっています。せっかく施設があるのですから、市民に利用していただくようにするのが良いと思います。

指定管理者制度⁴についてお話をお聞かせください。

指定管理者制度を導入するのがあるいは直営でやるのかという2つの選択肢しかない現在の状況には疑問を感じます。太田市では50施設以上がターゲットになるのですが、直営か指定管理者を足して2で割ったら良いかもしれません。

市の図書館はライブラリー・サポーターズというNPOが運営しているのですが、市の職員として全体を管理する責任者として置いています。指定管理者制度を採用すると、市の

⁴ 条例に基づき、議会の議決を経て、公の施設の管理権限を「指定」を受けた者に委任する制度。2003年9月より施行されている「地方自治法の一部を改正する法律」においては、地方自治体は、2006年9月までに、その所有する公の施設を直営にするか、指定管理者制度を導入するかを選択することとされている。

職員がいらなくなって、NPO だけで運営することになってしまいます。現状のような併用の形態があっても不思議ではないと思います。NPO と行政がうまく絡んでやれたら、機能するのではと思います。

(担当：研究理事 鈴木 敦，
研究員 三浦 大志，野渡 國洋)

都市再生施策の日英比較

(A comparative analysis of urban regeneration policy between UK and Japan)

都市再生は重要な政策課題の一つですが、(財)建設経済研究所の在外研究員としてイギリス・ケンブリッジ大学に留学された国土交通省の皆川氏より、イギリスのエンタープライズ・ゾーンの効果、ロンドン・ドックランドのケーススタディ等に即した御寄稿を頂きましたので、ご紹介いたします。

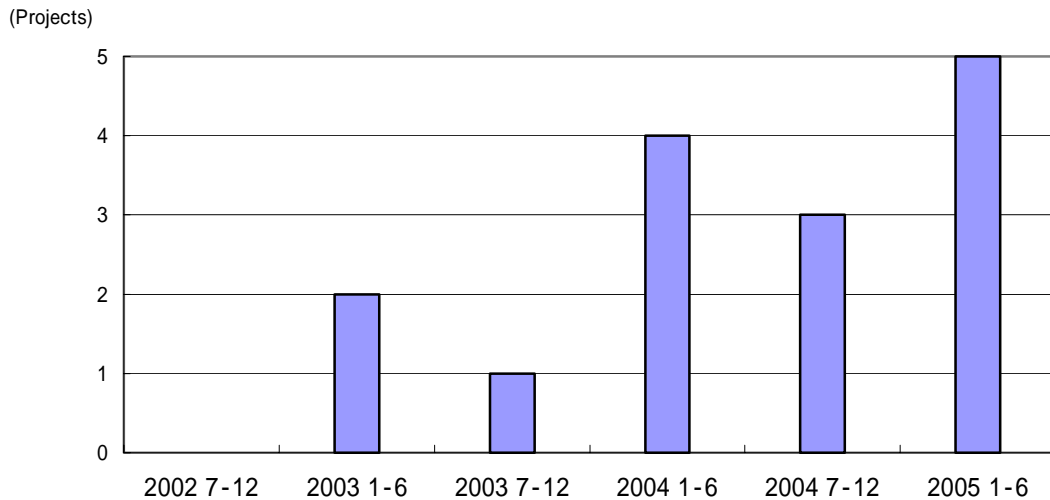
国土交通省 道路局企画課 道路経済調査室 課長補佐
皆川 武士

本稿は、筆者が平成15年7月から平成16年9月にかけて、(財)建設経済研究所の在外研究員としてイギリス・ケンブリッジ大学土地経済学部に留学した際に、修士論文として執筆したものを要約、一部加筆修正したものである。したがって、組織の公式見解ではないこと、字数の制約上、イギリス・日本における都市再生施策について網羅的に分析したのではないこと、また、一部最新のデータではないことをあらかじめお断りさせて頂く。

1. 日本・イギリスにおける都市再生施策の背景

我が国では、都市の魅力と国際競争力を高めることが内政上の重要課題であるとされていたが、90年代以降の経済の低迷の中で、特に、中枢機能が集積している東京圏、大阪圏などが国際的にみて地盤沈下していた(都市再生本部)。このような状況を踏まえ、都市再生特別措置法が2000年4月に公布、同年6月に施行された。同法は、一定の地域を都市再生緊急整備地域として10年間指定し、様々な施策を集中的に実施することで、都市の再生を図るために必要な、民間に存在する資金やノウハウなどを引き出し、新たな需要を喚起することを目的としており、2005年5月現在、63地域が指定され、15事業が民間都市再生事業として国土交通大臣の認定を受けているところである(図表1参照)。

図表 1 国土交通大臣に認定された民間都市再生事業



英国で実施されたエンタープライズゾーン（以下「EZ」という。）は、中国などの諸外国でも類似の政策が見られるものであるが、保守党が与党となった1979年以降に始められたものである（Jones et al 2003）。当時のサッチャー政権の下、都市再生の推進のため諸施策が実施されたが、そのうちEZは、極めて対象を絞った地域において、市場や伝統的な都市・地域政策が達成し得なかった物理的・経済的再生を図るものであった（Potter and Moore 2000）。指定は1981年から始まり、1981年から1982年の「ラウンド1ゾーン」、1983年から1984年の「ラウンド2ゾーン」、1989年から1996年の「アドホックゾーン」（図表2、3参照）を合わせてのべ36地域が指定され、うち7地域が2005年5月現在、引き続き指定を受けている。

2. イギリスにおけるエンタープライズゾーン

ここで、イギリスのEZの概要とその主な施策効果について見てみることにする。

この制度は、国がエンタープライズゾーン（いわゆる企業誘致地区）として指定した地域において、既存・新規企業に対して、固定資産税免除、開発規制の緩和、割増資本控除、インフラ整備・土地購入等の支援措置を10年間実施するものである。これにより、指定された地域に民間事業者の投資を呼び込み、新たな雇用の創出、企業のパフォーマンスの向上、不動産市場における状況の好転をもたらしたとされる。

具体的には、アンケート結果によれば、まずゾーン内に存する90%以上の企業がゾーン指定の影響を受けており、約80%の企業はゾーン指定がなければ他の地域へ事業を行っていたか事業をキャンセルしていたと回答している（PA Cambridge Economic Consultants De-designation surveys）。

新規雇用に関しては、ラウンド1ゾーン及びラウンド2ゾーンとして指定されたEZにおいて、約58,000人の雇用が創出されており、平均的な雇用が約10年と仮定すると、の

べ約 580,000 人の雇用が創出されたことになる(PA Cambridge Economic Consultants (1995)。また、指定解除時におけるデータによると、都市部の E Z においては、地元(ゾーンから 10 マイル(約 16 km))からの移転・支店設置が、ゾーン内の雇用の 3 分の 1 を占めるまでになっていた(Potter and Moore (2000))。ゾーン外の多くの企業が労働力不足を新入社員の訓練で補おうとするのに対し、ゾーン内の多くの企業が広い範囲から新規採用を行っており、また、E Z への投資家は、管理者、熟練者、技術者を地元から雇用する傾向にはなかったとする調査結果からも、社会・経済情勢の変化から乗り遅れていた E Z において、余剰労働者の雇用が進んだことが分かる。

また、総額約 20 億ポンド(現在の為替レートで約 4000 億円)が、1981 年から約 10 年の間に、22 の E Z における建設費用として投資されたが、公共・民間部門の投資比率は、1:2.3 であり、公共投資がより多くの民間投資を誘出することとなった(PA Cambridge Economic Consultants (1995))。

実際の企業のパフォーマンスに関しては、大部分のゾーン外の企業がたとえ指定がなくとも業績は変わらなかったと回答する一方、より多くのゾーン内の企業が、地域指定が業績に良い影響を与えたと回答している(PA Cambridge Economic Consultants (1987))。

図表2 イギリスにおけるエンタープライズゾーン指定地域 (Jones et al 2003)



Fig. 1. UK enterprise zones 1981–2003.

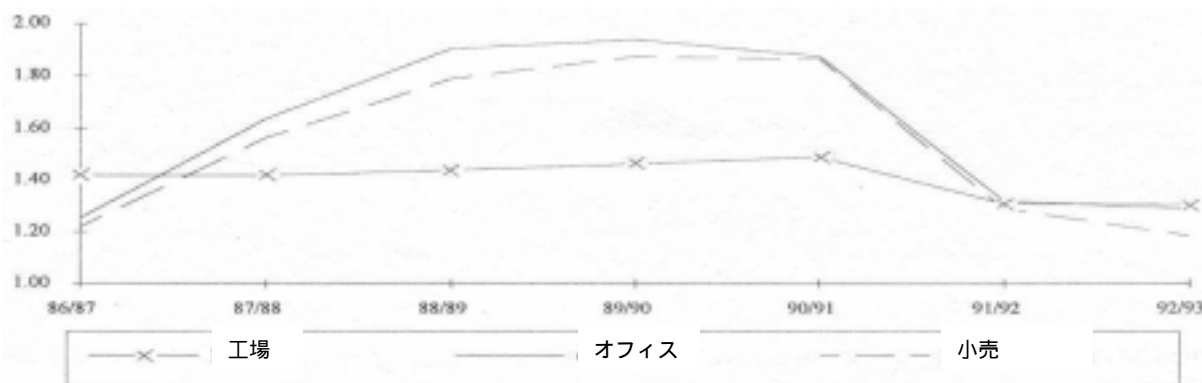
図表3 イギリスにおけるエンタープライズゾーン一覧 (Jones et al 2003)

Table 1. Summary of enterprise zone information

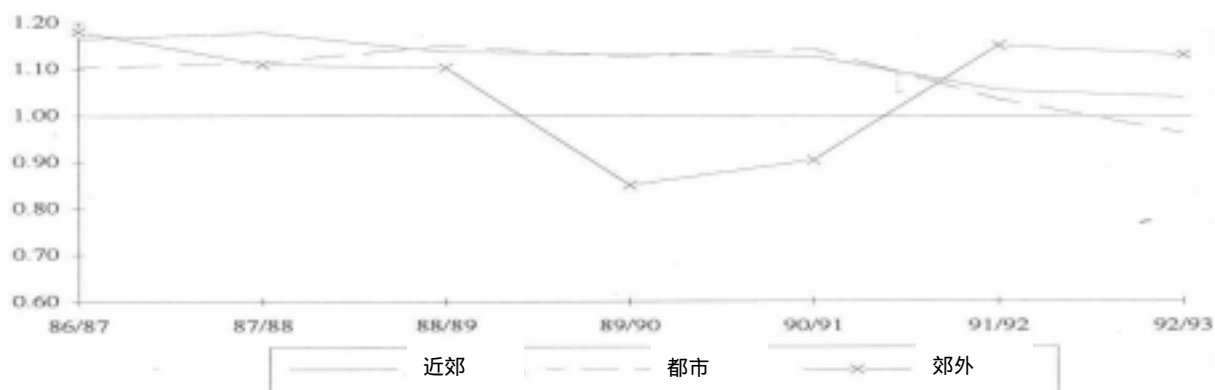
時期	ヘクタール	分類	指定時期	指定解除
(urban:都市 accessible:近郊 remote:郊外)				
Round one zones:				
Corby	113	Accessible	June 81	June 91
Dudley	263	Urban	July 81, Oct 84	July 91, Oct 94
Hartlepool	109	Accessible	Oct 81	Oct 91
Salford/Trafford	352	Urban	Aug 81	Aug 91
Speke	138	Urban	Aug 81	Aug 91
Tyneside	454	Urban	Aug 81	Aug 91
Wakefield	90	Accessible	July 81, Sept 83	July 91, Sept 93
Swansea	314	Urban	June 81, March 85	June 91, March 95
Clydebank	230	Urban	Aug 81	Aug 91
Belfast		Urban	Nov 81	Nov 91
Isle of Dogs	147	Urban	April 82	April 92
Round two zones:				
Londonderry		Accessible	Sept 81	Sept 91
Allerdale/Workington	87	Remote	Oct 83	Oct 93
Glanford	50	Accessible	April 84	April 94
Middlesbrough	79	Accessible	Nov 83	Nov 93
North East Lancashire	114	Accessible	Dec 83	Dec 93
North West Kent (Chatham)	152	Accessible	Oct 83, Oct 86	Oct 93, Oct 96
Rotherham	105	Accessible	Aug 83	Aug 93
Scunthorpe	105	Accessible	Sept 83	Sept 93
Telford	113	Accessible	Jan 84	Jan 94
Wellingborough	54	Accessible	July 83	July 93
Delyn	118	Accessible	July 83	July 93
Milford Haven	146	Remote	April 84	April 94
Invergordon	60	Remote	Oct 83	Oct 93
Tayside	120	Accessible	Jan 84	Jan 94
Ad hoc zones				
Inverclyde	114	Urban	March 1989	March 1999
Sunderland	60	Urban	April 1990	April 2000
Lanarkshire	205	Accessible	Feb. 1993	Jan. 2003
East Midlands (Crown Farm)	18.2	Accessible	Sept. 1995	Sept. 2005
East Midlands (Holmewood)	18.2	Accessible	Nov. 1995	Nov. 2005
East Midlands (Manton Wood)	16.1	Accessible	Nov. 1995	Nov. 2005
East Midlands (Sherwood Business Park)	67	Accessible	Nov. 1995	Nov. 2005
Dearne Valley	146	Accessible	Nov. 1995	Nov. 2005
East Durham	92.3	Accessible	Nov. 1995	Nov. 2005
Tyne Riverside	109	Urban	Feb. 1996, Aug. 1996, Oct. 1996	Feb. 2006, Aug. 2006, Oct. 2006

これらの公共部門・企業の動向は、不動産市場にも影響を与えており、E Z内外の動向を比較すると、ゾーン内の地点の地価は、ゾーン外よりも比較的高くなっており、この傾向は、賃料においても見られる。一方で、指定解除が近づくにつれて地価・賃料が徐々に下がる傾向がある（図表4，5参照）。

図表4 ゾーン内及びゾーン外の地点の地価の推移（ゾーン外の地点 = 1）



図表5 ゾーン内及びゾーン外の地点の賃料の推移（ゾーン外の地点 = 1）



出所: Richard Ellis

E Zで行われる施策は、固定資産税免除、開発規制の緩和、割増資本控除、インフラ整備・土地購入であるが、このうち、新たに起業した企業、支店を設置した企業のいずれもが、固定資産税免除を高く評価しており、5段階評価で他の施策が1～2となっているのに対し、固定資産税免除は4近くとなっている（PA Cambridge Economic Consultants de-designation surveys）。

なお、施策の一つとして都市計画手続の緩和が挙げられるが、これは最も重要な施策ではないが、不動産開発業者のビル供給に関する意思決定に確信を与えるものであり、特に迅速な対応が求められる場合には極めて有効であるとされている（Syms et al (2004)）。

E Zの指定は10年間とされているが、60%の企業が、指定解除が企業に対し好ましくない影響を与えているとしている。実際に40%の企業が、指定の1年後に、立地に関し見直し、また見直すこととしていた。また、60%の企業が、引き続き公的関与が指定解除前と同様に行われることを期待しており、固定資産税の免除措置を解除することによる影響については、多数の企業が利益の低下による業績の悪化を指摘している（図表6）。

図表6 固定資産税の課税再開によるコストの増加への対応策（回答数875）

	会社数	雇用者数
価格の引き上げ	17%	14%
利益の低下	77%	83%
賃金の引き下げ	6%	3%

出所: PA Cambridge Economic Consultants De-designation surveys

ここで、イギリスにおける都市再生施策と企業行動について見てみることにする。

政府及び企業の都市再生地域に対する考え方についてそれぞれ見ていくと、まず政府は、不動産市場における市場の失敗が原因と捉え、この修正に取り組んできており (Rhodes et al 2003)、1979年以降の都市再生関連施策は、民間企業がインナーシティへの投資に対し確信が持てなかったことを前提としていた (Jones and Watkins (1996))。投資対象としての都市再生地域は、多くの場合においてインナーシティであるが、ここでは土地の価値に関する情報が不足するため、リスクが極めて高いものと考えられており (Adair et al 1999, 2003; Mcgreal et al 2000)、そのため、開発コストが高めに見積もられる傾向にあり、投資への確信に対し影響が出ている (Mcgreal et al 2000)。また、これらの土地は魅力的なものとして、政府の注目が注がれているが、そのような場合でも民間投資の流入のためには最低限のインフラが必要との指摘もある (Adair et al 1999)。

また、当然のことながら、民間企業は、その投資基準として、リターン・リスクを重要視しており、調査結果によれば、都市再生に関連する事業で複数の不動産を所有することに対して影響を与えるのは、想定される総リターンであり、キャピタルゲイン・投資需要、レンタルゲイン・賃貸需要とそのリスクが考慮される (Adair et al (1999) and Mcgreal et al (2000)) ことや、不動産市場の潜在的パフォーマンスが意思決定において重要な要素 (Adair et al (2003)) であることが指摘されている。

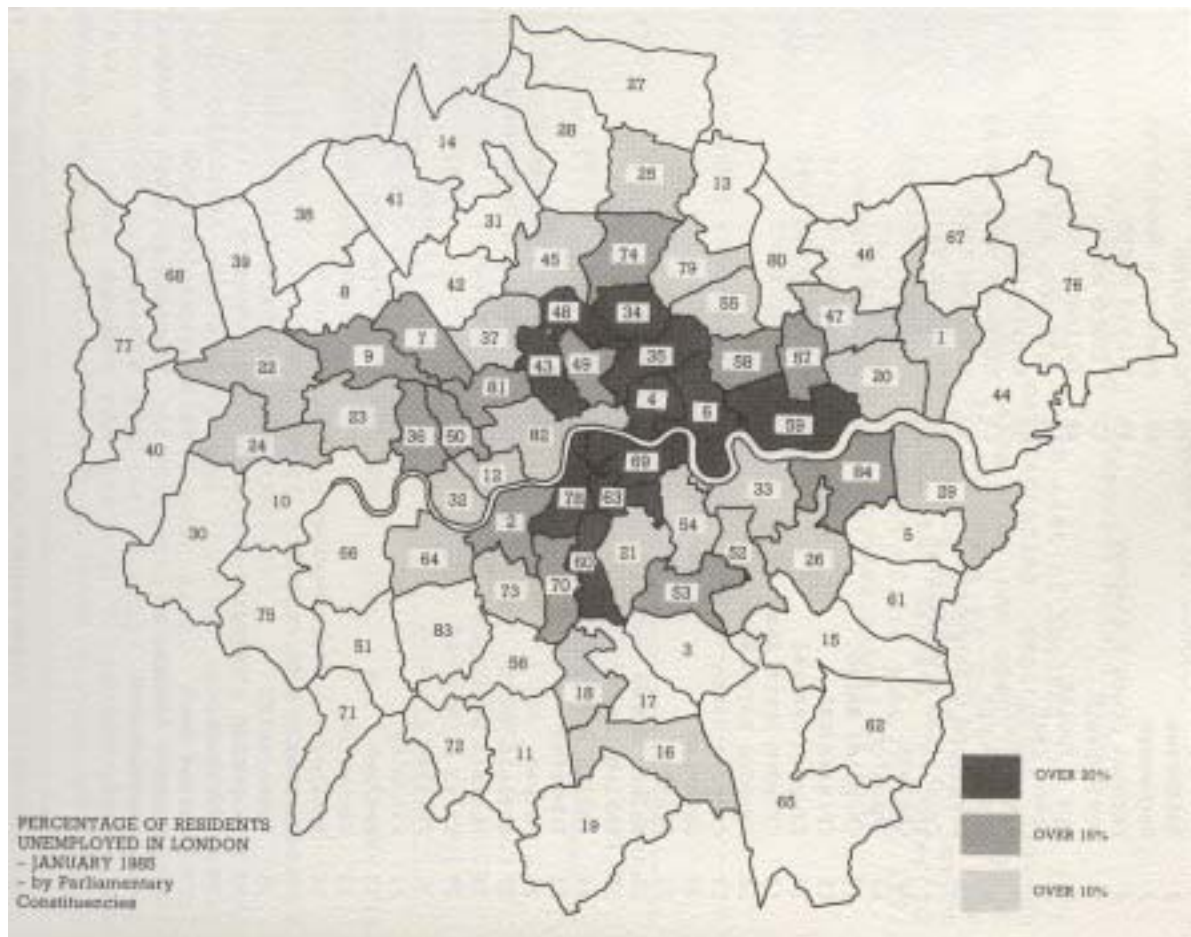
さらに、都市再生施策に参画したことがある投資家 (既投資家) とそうでない投資家 (非投資家) の相違点に関する調査では、双方とも、総リターン、リスクなどを投資の際の基準としているが、非投資家については、より厳しいリターン、リスクへの基準を持ち、また都市再生施策が官僚的でリスクと比べ魅力的でないとしている (Wringley et al 2002)。

3. ケーススタディ (ロンドン・ドックランド)

本調査ではイギリスで行われた実際のプロジェクトを対象に、ケーススタディを行うこととした。対象は、ロンドン・ドックランドであり、これはロンドンの東側に位置し、中心地シティから約5マイル(約8 km)のところに位置している。

ロンドン・ドックランドは、その名の通り船舶の建造・修理設備を備えた施設が多数存在していたところであるが、エンタープライズゾーンとして指定される前に、既に急速な社会的・経済的・技術的变化によるイギリス経済の低迷の影響を受けていた。ロンドンにおける70年代から80年代にかけての大幅な雇用数の低下の中(図表7参照)特にドックランドでは労働者のスキルギャップが見られた。

図表7 ロンドンの失業率(1985年1月)



(補足：ロンドン・ドックランドは、図表7の6の地区である。最も濃い網目の地区が失業率20%以上、次に濃い地区が15%以上、さらに次に濃い地区が10%以上となっている。)

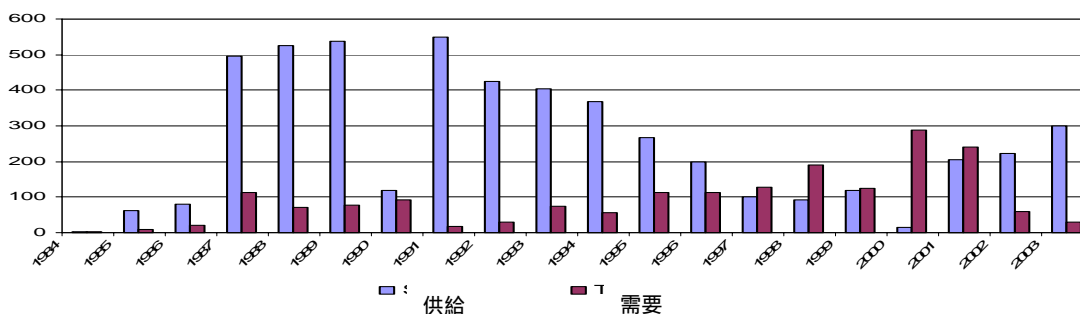
(3) エンタープライズゾーンにおける施策

当該エンタープライズゾーンにおいては、1982年のエンタープライズゾーンの指定に先立ち、その前年にロンドン・ドックランド開発公社が設立された。これは、指定された地域において、都市計画に関し強力な権限を持つ地方自治体によって自らインフラ整備を行うものであり、当時のドックランドの状況が、都市開発を行うことが困難であることが予想され、都市再生施策を強力に推進する措置が必要であるとの考えによるものである。

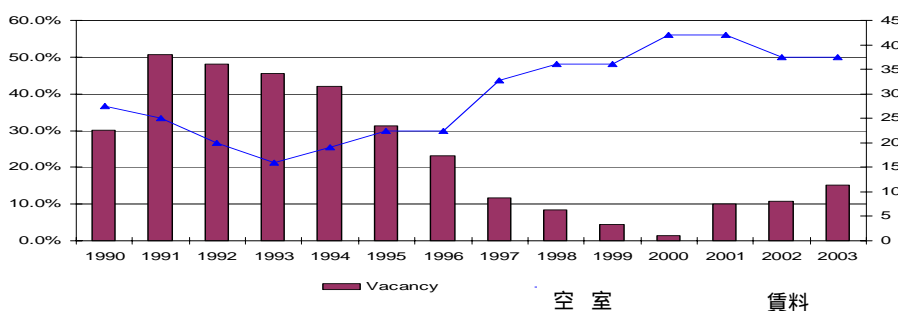
当該ゾーンにおける施策による効果は、民間投資の誘出という観点からは、公共支出：民間支出 = 1:3.1 であり、最終的には 1:3.9 となる見込みである。なお、その他の 22 E Z のデータでは公共支出：民間支出 = 1:2.3 となっており、より効率的に民間支出を誘出したことがわかる。また、6,120 人の新規雇用を生み出すこととなった。

さらに、オフィスマーケットの変化も注目すべき点であり、今でこそシティと並ぶ金融センターであるが、90年代初頭には空室率が 50% 余りとなるなど需給バランスが大きく崩れており、E Z の指定が 1982 年になされた後、90年代後半になってから需給バランスが均衡してきた（図表 8，9 参照）。これには、不動産バブルや交通インフラの整備の遅れが影響しているものと考えられるが、Jones and Watkins(1996)も、新たな市場の創出には、長期間の購買・賃貸活動が必要であり、E Z の各施策の効果を見極めるための長期間の評価が必要であるとしている。

図表 8 ロンドンドックランドのオフィスの供給及び需要 ('000 sq. m.)



図表 9 ロンドンドックランドの空室率及び賃料 (£ per sq. ft.)



Source: Jones Lang Lasalle

4. 都市再生施策への示唆

これらの分析を踏まえ、日本の都市再生施策に関し数点考慮すべき点を述べたいと思う。

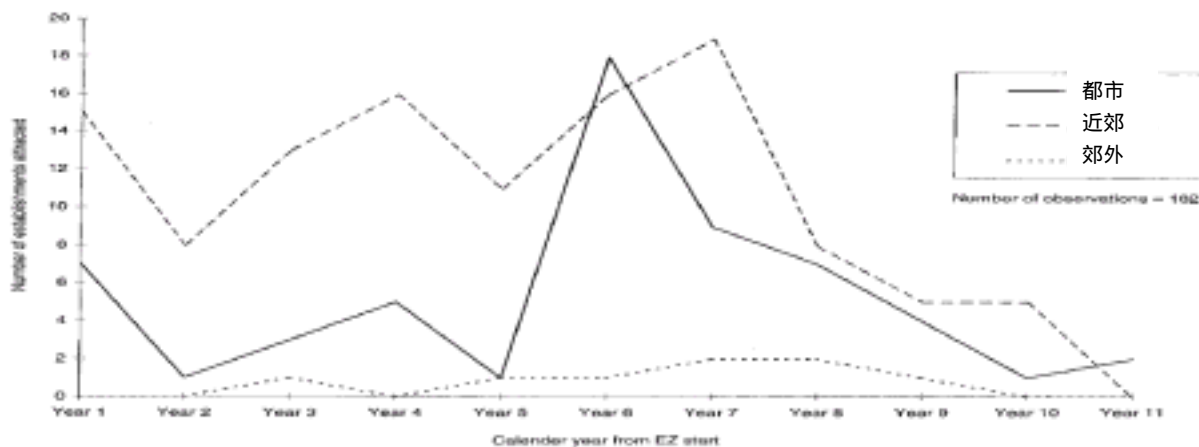
第一に、地域指定及び施策の実施に当たって、周辺地域への配慮が必要である。ロンドン・ドックランドは、地理的に恵まれた場所にありながら、産業構造の変化等に対応できず低迷していたが、近郊の地区にはE Zが指定されず、E Zの指定の恩恵を十分に受けることができた。Jones et al(2003)は、他のエンタープライズゾーン指定地域との関係への配慮が必要であり、ある地域における目的達成の失敗は、他の地域での達成に関し影響を与えると主張しており、実際に北部の炭鉱関連地区で近い地区同士で指定されたE Z同士ではその相乗効果は出ていないとしている。また、Syms et al(2004)は、E Zとして選択される地域は非地域と直接の競争関係にないところとすること、様々な形態の開発を含むようにすることが必要としている。このようなことから、近隣地域を複数指定する際は、全体の都市再生方針を踏まえつつ、各地域の違いを明確化するような運用が必要である。

第二に、より強力な推進施策が必要である。イギリスにおいては、固定資産税の免除措置を設けており、実際に企業も魅力的な措置としてみている。リターン重視である企業側が、どのような優遇措置があれば都市再生地域におけるリターン、リスクを勘案しても新規投資を行うという意味決定を行うのかといった、優遇措置に対する反応度に関するアプローチも必要である。

第三に、地域指定解除後のサポート体制を検討すべきである。調査結果によれば、E Z指定時から各プロジェクトが立ち上がる期間には地価・賃料が上昇するが、指定解除が近づくにつれてその効果が薄れている。また、地域指定の解除に当たって、大多数の企業が収益に影響が出るとしていることから、地域指定が解除されることとなっても投資意欲を大幅に削ぐことがないように、どのようなサポートを講じることができるか検討する余地がある。その際には、当然のことながら指定期間におけるサポートの後にさらに新たなサポート措置を講ずることと、制度の本来の主旨との関係を十分に検討する必要がある。

第四に、政策を長期間にわたり評価する仕組みが必要である。イギリスのE Zのケースから、都市型地域の場合には、ある一定期間経過後にインフラ整備と伴って新規プロジェクトが増加する傾向があることがわかる(図表10参照)。実際に都市型とされるロンドン・ドックランドのケースにおいても、インフラが整備された後にオフィス需給が改善されてきており(図表8,9参照)。日本の都市再生特別措置法による事業認定も制度創設当初より徐々に増加してきていることから(図表1参照)、今後の動向を注視するとともに、その評価は今後ある程度長い期間で行う必要がある。

図表 10 E Zの指定により誘出された投資案件



出所: Potter and Moore (2000)

5. まとめ

日本では、現在、都市再生政策は、重要施策の一つとして位置づけられている。一方、イギリスにおける都市再生施策も類似性を持ったものであり、これまでの研究でその経済面、雇用面での効果が分析されてきている。そのため、これらの比較により、日本の都市再生施策に関し、何らかの参考になるものが得られるのではないかと考えた。

イギリスにおけるエンタープライズゾーンは、指定された地域に対し、民間事業者による投資を金融面や法令面のサポートにより呼び込もうとするものである。そしてこれは様々な効果、例えば、雇用の増加、企業業績の向上、不動産市場の好転などを生み出すこととなった。また、ロンドン・ドックランドのケーススタディにより、都心部における交通インフラ整備などによる成果とともに、市場のサイクルを考慮した長期にわたる評価やエンタープライズゾーンの地域指定方針や地域競争のあり方が指摘された。

これらの分析を踏まえると、日本の都市再生施策に対していくつか考慮すべき点があると考えられ、指定された地域の周辺地域への配慮、より強力な支援措置、指定解除後におけるサポート、より長期間での政策評価などのあり方が挙げられる。

エンタープライズゾーンは2期にわたる指定を受けた後もアドホックゾーンとして10のゾーンが新たに指定されており、制度が始まってから25年近く存続している。この間にはイギリスにおける都市再生施策に対する大きな方針転換があり、1980年代に行われた、指定された地域におけるプロジェクト主導の都市再生から、1990年代の新しい都市再生の考え方である、地域主導、パートナーシップ（中央政府、民間主体、地方自治体、地域コミュニティ）重視、採択基準の多様化（失業への取り組み、犯罪の減少、健康水準の向上、教育水準の向上）という方針の下での都市再生へと移行してきた。

これからアドホックゾーンとして指定されたゾーンもその存続期間を終えることとなり、エンタープライズゾーンについては総括的にその成果に関し調査研究が進められていくと

考えるが、既にこれまで批判されてきたプロジェクト重視の施策については、経済効果の観点から限定的ではあるが再評価する動きもある（Potter and Moore (2000)）。一方で、いわゆる新しい方針の下での都市再生施策の評価も徐々に行われてくることを考えると、これらの研究成果が、今後の都市再生施策の方針に影響を与える可能性も大いに考えられる。また、日本でも本稿で見てきた都市再生特別措置法による地域指定に伴う都市再生施策とあわせて、地域主導の都市再生施策（まちづくり交付金制度など）が推進されてきており、今後のイギリスの都市再生施策の動向は、日本の都市再生施策の観点からも興味深いものと考えられる。

2005年度3月期(2004年度)主要建設会社決算分析

(本レポートは、2005年7月13日に各報道機関へ発表済みのものである。)

財団法人建設経済研究所では、主要建設会社の財務内容を階層別・経年的に比較分析することにより、建設業の置かれた経済状況とそれに対する各企業財務戦略の方向性について、継続的に調査しています。従来は「単体」中心の分析を行なってきましたが、00年3月期より企業決算が連結中心へ変更されたのを受けて、「連結」を中心とした決算分析を取り行なっております。今回の発表は、各社の決算短信から判明する財務指標の分析を提示するものです。なお分析対象会社の一部は12月期決算を採用しています。

資料の提供を頂いた各社には、この場を借りて厚く御礼申し上げます。次第です。

● 分析対象会社

2001年度から2004年度までの単体の4年間平均売上高データにより、本分析では主要建設会社42社を以下の通り分類する。

分類	単独売上基準 (4年間平均)	分析対象会社	社数
大手	9000億円超	鹿島建設、大林組、大成建設、清水建設、竹中工務店	5社
準大手A	2500億円超	戸田建設、西松建設、五洋建設、前田建設工業	4社
準大手B	2500億円超 (金融支援)	熊谷組、ハザマ、三井住友建設、東急建設、 長谷工コーポレーション、フジタ	6社
中堅A	1000億円超	興村組、飛鳥建設、東亜建設工業、銭高組、 鉄建建設、安藤建設、浅沼組、東洋建設、 不動建設、太平工業、大豊建設、福田組、	12社
中堅B	1000億円未満	新井組、若築建設、大末建設、真柄建設 カノド-建設、小田急建設、矢作建設工業 松井建設、北野建設、東鉄工業、佐伯建設工業 佐田建設、青木あすなる建設、勝村建設、植木組	15社

下線は非連結企業 (計42社)

斜体はグループ変更企業

準大手Bは、単体売上高2500億円超の企業のうち、親会社・金融機関等からの金融支援を受けた企業である。

● 分析項目

下記の3系統から分析項目を抽出した分析結果を掲載する。

損益計算書系統	受注高、売上高、売上高総利益、販管費、営業利益、 経常利益、当期純利益
貸借対照表系統	有利子負債、自己資本比率・ネットイテイルソ
キャッシュフロー計算書系統	営業キャッシュフロー・フリーキャッシュフロー

● 報告要旨

- 受注高が8年ぶりに対前年度比増加に転じた。国内外の土木大型物件の影響が大きい。
- 売上高も4年ぶりに増加したが、05年度の見通しは慎重。なお、受注高とあわせて大手のシェア拡大が進んでいる。
- 各社ともコストダウンや選別受注は進めているものの、受注競争の激化により、売上総利益率は伸び悩んだ。
- リストラの一巡で過剰雇用感が解消されようとしている中、販管費の削減ペースが低下している。これに伴い、営業利益や経常利益の対売上比率にも伸び悩みが見られた。
- 今年度も金融支援・私的整理を前提とした大規模な特損計上で債務超過となる会社が見られた。
- 有利子負債の削減は持続しており、過剰債務の解消は進んでいる。

● 主要分析結果

受注高(単体)(単位:百万円)

	大手	準大手A	準大手B	中堅A	中堅B	42社計
93年度	5,918,199	2,269,411	3,356,872	2,755,602	1,409,863	15,709,947
94年度	6,304,030	2,264,529	3,657,795	2,946,106	1,366,146	16,538,606
95年度	6,801,051	2,396,482	3,573,165	3,176,557	1,422,916	17,370,171
96年度	7,119,414	2,485,734	3,831,965	3,137,460	1,435,114	18,009,687
97年度	6,527,965	2,206,996	3,557,608	2,844,247	1,344,832	16,481,648
98年度	6,044,310	2,081,587	3,058,249	2,683,964	1,235,886	15,103,996
99年度	5,799,539	1,947,192	2,754,649	2,590,546	1,194,899	14,286,825
00年度	5,769,019	1,982,540	2,543,096	2,523,437	1,066,178	13,884,270
01年度	5,601,607	1,594,535	2,370,334	2,163,129	1,017,540	12,747,145
02年度	5,469,309	1,533,648	1,932,045	1,972,764	937,212	11,844,978
03年度	5,596,828	1,484,802	1,868,110	1,888,562	913,629	11,751,931
04年度	6,435,877	1,625,439	1,790,694	1,981,580	1,069,793	12,903,383

対前年度比	大手	準大手A	準大手B	中堅A	中堅B	42社計
01年度	-2.9%	-19.6%	-6.8%	-14.3%	-4.6%	-8.2%
02年度	-2.4%	-3.8%	-18.5%	-8.8%	-7.9%	-7.1%
03年度	2.3%	-3.2%	-3.3%	-4.3%	-2.5%	-0.8%
04年度	15.0%	9.5%	-4.1%	4.9%	17.1%	9.8%

受注高・土木（単体）

	大手	準大手A	準大手B	中堅A	中堅B	42社計
93年度	1,227,608	1,133,481	1,146,485	1,344,162	591,328	5,443,064
94年度	1,339,563	1,055,141	1,128,026	1,437,310	531,681	5,491,721
95年度	1,489,077	1,128,891	1,140,967	1,550,040	599,485	5,908,460
96年度	1,478,229	1,131,655	1,127,966	1,448,402	557,682	5,743,934
97年度	1,279,410	874,226	1,028,292	1,259,815	482,082	4,923,825
98年度	1,345,041	929,182	990,042	1,270,271	532,028	5,066,564
99年度	1,184,809	776,039	874,745	1,181,114	497,192	4,513,899
00年度	1,136,634	843,086	778,727	1,187,710	425,100	4,371,257
01年度	1,130,039	610,332	742,793	962,358	393,573	3,839,095
02年度	1,059,096	559,323	528,223	807,121	316,954	3,270,717
03年度	1,026,696	503,899	546,681	745,493	294,076	3,116,845
04年度	1,281,032	578,008	437,591	805,335	364,308	3,466,274

対前年度比	大手	準大手A	準大手B	中堅A	中堅B	42社計
01年度	-0.6%	-27.6%	-4.6%	-19.0%	-7.4%	-12.2%
02年度	-6.3%	-8.4%	-28.9%	-16.1%	-19.5%	-14.8%
03年度	-3.1%	-9.9%	3.5%	-7.6%	-7.2%	-4.7%
04年度	24.8%	14.7%	-20.0%	8.0%	23.9%	11.2%

受注高・建築（単体）

	大手	準大手A	準大手B	中堅A	中堅B	42社計
93年度	4,670,875	1,135,930	2,210,387	1,411,440	818,535	10,247,167
94年度	4,683,988	1,186,770	2,358,924	1,470,677	823,956	10,524,315
95年度	4,962,629	1,243,710	2,279,916	1,594,559	814,304	10,895,118
96年度	5,325,561	1,342,870	2,593,792	1,662,577	863,248	11,788,048
97年度	5,007,429	1,321,365	2,396,051	1,550,792	858,950	11,134,587
98年度	4,450,912	1,141,047	1,932,594	1,374,815	699,606	9,598,974
99年度	4,356,660	1,153,492	1,834,797	1,383,601	695,815	9,424,365
00年度	4,460,651	1,127,629	1,723,061	1,309,830	638,716	9,259,887
01年度	4,316,597	977,446	1,582,449	1,174,519	621,280	8,672,291
02年度	4,212,585	963,268	1,366,314	1,138,470	616,870	8,297,507
03年度	4,364,040	965,942	1,292,414	1,116,903	616,452	8,355,751
04年度	4,845,212	1,025,937	1,323,179	1,147,952	701,079	9,043,359

対前年度比	大手	準大手A	準大手B	中堅A	中堅B	42社計
01年度	-3.2%	-13.3%	-8.2%	-10.3%	-2.7%	-6.3%
02年度	-2.4%	-1.5%	-13.7%	-3.1%	-0.7%	-4.3%
03年度	3.6%	0.3%	-5.4%	-1.9%	-0.1%	0.7%
04年度	11.0%	6.2%	2.4%	2.8%	13.7%	8.2%

- 準大手 B を除き、全てのグループで前年度より増加しており、42 社全体でも約 10% の増加となった。
- 建築では民需好調の影響が大手以外にも波及しつつある。ただし、大手のシェア拡大は続いている。
- 土木は海外大型物件や羽田沖再拡張の影響で大幅増となっている。ただし、これらの要因を除けば、公共投資削減の影響で依然として厳しい。
- 対前年度比で増加したのは 42 社中 29 社となっている。(合併、営業譲渡のあった 2 社を除く)

売上高 (単位: 百万円)

(連結)

	大手	準大手 A	準大手 B	中堅 A	中堅 B	42 社計
99 年度	7,209,550	2,123,202	3,350,554	2,811,848	1,290,265	16,785,419
00 年度	7,915,402	2,082,712	3,444,833	2,905,903	1,292,522	17,641,372
01 年度	7,948,312	1,975,081	3,156,581	2,693,739	1,215,930	16,989,643
02 年度	7,464,483	1,891,509	2,807,275	2,545,814	1,134,418	15,843,499
03 年度	7,139,602	1,759,749	2,349,061	2,176,372	1,025,981	14,450,765
04 年度	7,477,099	1,750,027	2,215,816	2,097,332	1,125,177	14,665,451
05 年度予定	7,400,000	1,734,000	2,183,400	2,181,180	1,163,375	14,661,955

対前年度比	大手	準大手 A	準大手 B	中堅 A	中堅 B	42 社計
00 年度	9.8%	-1.9%	2.8%	3.3%	0.2%	5.1%
01 年度	0.4%	-5.2%	-8.4%	-7.3%	-5.9%	-3.7%
02 年度	-6.1%	-4.2%	-11.1%	-5.5%	-6.7%	-6.7%
03 年度	-4.4%	-7.0%	-16.3%	-14.5%	-9.6%	-8.8%
04 年度	4.7%	-0.6%	-5.7%	-3.6%	9.7%	1.5%
05 年度予定	-1.0%	-0.9%	-1.5%	4.0%	3.4%	0.0%

連単倍率	大手	準大手 A	準大手 B	中堅 A	中堅 B	42 社計
99 年度	1.27	1.06	1.16	1.08	1.05	1.17
00 年度	1.25	1.05	1.13	1.08	1.05	1.16
01 年度	1.24	1.07	1.12	1.08	1.05	1.15
02 年度	1.24	1.07	1.12	1.08	1.06	1.15
03 年度	1.25	1.07	1.15	1.08	1.05	1.16
04 年度	1.23	1.07	1.16	1.09	1.08	1.16
05 年度予定	1.23	1.06	1.18	1.09	1.09	1.17

(単体)

	大手		準大手A		準大手B		中堅A		中堅B		42社計	
85年度	4,574,440	7.0%	1,294,475	6.5%	2,569,140	10.9%	1,816,520	2.7%	753,397	5.1%	11,007,972	6.9%
90年度	7,868,903	17.8%	2,201,567	18.2%	4,542,108	15.1%	2,753,340	10.5%	1,343,107	12.5%	18,709,025	15.7%
91年度	8,787,753	11.7%	2,404,815	9.2%	4,722,266	4.0%	3,060,516	11.2%	1,440,451	7.2%	20,415,801	9.1%
92年度	9,223,013	5.0%	2,378,991	-1.1%	4,615,651	-2.3%	3,117,140	1.9%	1,506,586	4.6%	20,841,381	2.1%
93年度	8,905,534	-3.4%	2,353,275	-1.1%	3,994,822	-13.5%	3,071,678	-1.5%	1,426,569	-5.3%	19,751,878	-5.2%
94年度	7,894,908	-11.3%	2,324,831	-1.2%	3,795,825	-5.0%	3,022,589	-1.6%	1,415,570	-0.8%	18,453,723	-6.6%
95年度	6,954,482	-11.9%	2,432,674	4.6%	3,986,080	5.0%	3,238,252	7.1%	1,466,871	3.6%	18,078,359	-2.0%
96年度	7,411,828	6.6%	2,461,543	1.2%	3,924,924	-1.5%	3,403,272	5.1%	1,547,096	5.5%	18,748,663	3.7%
97年度	7,096,235	-4.3%	2,449,089	-0.5%	3,944,967	0.5%	3,095,831	-9.0%	1,454,596	-6.0%	18,040,718	-3.8%
98年度	6,361,194	-10.4%	2,320,356	-5.3%	3,497,695	-11.3%	2,759,018	-10.9%	1,300,900	-10.6%	16,239,163	-10.0%
99年度	5,663,422	-11.0%	1,994,789	-14.0%	2,892,902	-17.3%	2,606,245	-5.5%	1,229,122	-5.5%	14,386,480	-11.4%
00年度	6,319,448	11.6%	1,974,720	-1.0%	3,036,924	5.0%	2,694,152	3.4%	1,235,753	0.5%	15,260,997	6.1%
01年度	6,395,490	1.2%	1,850,650	-6.3%	2,819,640	-7.2%	2,502,163	-7.1%	1,160,201	-6.1%	14,728,144	-3.5%
02年度	6,038,971	-5.6%	1,762,071	-4.8%	2,501,814	-11.3%	2,363,045	-5.6%	1,073,719	-7.5%	13,739,620	-6.7%
03年度	5,728,444	-5.1%	1,645,003	-6.6%	2,050,317	-18.0%	2,015,370	-14.7%	975,538	-9.1%	12,414,672	-9.6%
04年度	6,082,355	6.2%	1,641,957	-0.2%	1,907,516	-7.0%	1,918,429	-4.8%	1,042,342	6.8%	12,592,599	1.4%
05年度予定	6,006,000	-1.3%	1,630,000	-0.7%	1,847,000	-3.2%	1,999,100	4.2%	1,069,314	2.6%	12,551,414	-0.3%

- 42社全体ではわずかではあるが、4年ぶりの対前年度比増となった。
- グループ別では準大手A・B、中堅Aで対前年度比で減少した。ただし、それらのグループでも下げ幅は縮小している。
- 好調な民間設備投資の影響で建築が対前年度比増加に転じた一方、公共投資削減の影響による土木の減少は今年度も続いた。
- 市場の縮小が続く中でもあり、05年度の見通しは慎重な向きが強く、各グループとも前年度比微減ないし微増となっている。(42社計ではほぼ横ばい)

売上高総利益額・売上高総利益率（単位：百万円）

（連結）

	大手	準大手A	準大手B	中堅A	中堅B	42社計
99年度	748,175	206,056	334,035	276,038	115,531	1,679,835
00年度	760,508	200,115	314,282	245,660	96,099	1,616,664
01年度	691,828	164,061	269,701	198,721	85,100	1,409,411
02年度	634,489	130,318	199,309	187,547	88,462	1,240,125
03年度	648,131	139,723	211,413	188,613	88,297	1,276,177
04年度	644,003	144,698	203,813	182,916	92,892	1,268,322

-0.6% 3.6% -3.6% -3.0% 5.2% -0.6%

対売上比率	大手	準大手A	準大手B	中堅A	中堅B	42社計
99年度	10.4%	9.7%	10.0%	9.8%	9.0%	10.0%
00年度	9.6%	9.6%	9.1%	8.5%	7.4%	9.2%
01年度	8.7%	8.3%	8.5%	7.4%	7.0%	8.3%
02年度	8.5%	6.9%	7.1%	7.4%	7.8%	7.8%
03年度	9.1%	7.9%	9.0%	8.7%	8.6%	8.8%
04年度	8.6%	8.3%	9.2%	8.7%	8.3%	8.6%

連単倍率	大手	準大手A	準大手B	中堅A	中堅B	42社計
99年度	1.32	1.09	1.22	1.12	1.06	1.21
00年度	1.32	1.09	1.18	1.12	1.08	1.21
01年度	1.37	1.12	1.21	1.15	1.09	1.25
02年度	1.36	1.14	1.27	1.15	1.12	1.26
03年度	1.38	1.13	1.20	1.13	1.12	1.26
04年度	1.32	1.12	1.21	1.14	1.15	1.23

（単体）

	大手		準大手A		準大手B		中堅A		中堅B		42社計	
85年度	432,121	9.4%	104,323	8.1%	269,842	10.5%	147,331	8.1%	60,667	8.1%	1,014,284	9.2%
90年度	929,943	11.8%	200,198	9.1%	513,589	11.3%	270,337	9.8%	136,170	10.1%	2,050,237	11.0%
91年度	1,084,843	12.3%	248,140	10.3%	546,268	11.6%	298,262	9.7%	141,992	9.9%	2,319,505	11.4%
92年度	1,134,309	12.3%	254,222	10.7%	532,159	11.5%	306,265	9.8%	148,906	9.9%	2,375,861	11.4%
93年度	1,086,201	12.2%	246,408	10.5%	473,030	11.8%	322,929	10.5%	145,865	10.2%	2,274,433	11.5%
94年度	859,265	10.9%	247,174	10.6%	424,430	11.2%	314,745	10.4%	140,586	9.9%	1,986,200	10.8%
95年度	705,390	10.1%	237,521	9.8%	264,158	6.6%	324,351	10.0%	126,493	8.6%	1,657,913	9.2%
96年度	679,178	9.2%	222,998	9.1%	333,731	8.5%	282,022	8.3%	119,352	7.7%	1,637,281	8.7%
97年度	638,193	9.0%	202,693	8.3%	322,240	8.2%	239,096	7.7%	104,611	7.2%	1,506,833	8.4%
98年度	594,782	9.4%	181,687	7.8%	302,624	8.7%	236,377	8.6%	103,321	7.9%	1,418,791	8.7%
99年度	565,805	10.0%	189,169	9.5%	274,460	9.5%	246,744	9.5%	108,708	8.8%	1,384,886	9.6%
00年度	576,328	9.1%	183,469	9.3%	266,203	8.8%	219,212	8.1%	89,205	7.2%	1,334,417	8.7%
01年度	505,735	7.9%	146,268	7.9%	222,534	7.9%	172,393	6.9%	77,907	6.7%	1,124,837	7.6%
02年度	468,172	7.8%	114,002	6.5%	157,236	6.3%	162,509	6.9%	79,172	7.4%	981,091	7.1%
03年度	469,642	8.2%	123,949	7.5%	176,045	8.6%	167,574	8.3%	79,059	8.1%	1,016,269	8.2%
04年度	487,772	8.0%	128,970	7.9%	168,907	8.9%	160,383	8.4%	81,010	7.8%	1,027,042	8.2%

- 42 社全体では、額、率ともに前年度比で低下となった。選別受注やコストダウンで赤字受注は減少している一方で、価格競争はより厳しくなっているものと思われる。
- 売上高の伸びた大手・中堅 B では売上高総利益率の低下が見られた一方、売上高の伸び悩む準大手 A・B では上昇が見られた。
- 額、対売上比率ともに前年度より低下した会社は、42 社中 17 社だった。

販管費（総額・対売上比率）(単位：百万円)

(連結)

	大手	準大手 A	準大手 B	中堅 A	中堅 B	42社計
99年度	564,666	129,281	220,657	180,542	81,108	1,176,254
00年度	528,128	127,555	188,089	178,658	76,201	1,098,631
01年度	512,483	120,373	164,670	163,720	70,477	1,031,723
02年度	468,110	111,919	134,920	146,984	67,542	929,475
03年度	444,871	102,470	112,395	136,359	64,147	860,242
04年度	431,154	98,262	103,916	129,390	68,696	831,418

対売上比率	大手	準大手 A	準大手 B	中堅 A	中堅 B	42社計
99年度	7.8%	6.1%	6.6%	6.4%	6.3%	7.0%
00年度	6.7%	6.1%	5.5%	6.1%	5.9%	6.2%
01年度	6.4%	6.1%	5.2%	6.1%	5.8%	6.1%
02年度	6.3%	5.9%	4.8%	5.8%	6.0%	5.9%
03年度	6.2%	5.8%	4.8%	6.3%	6.3%	6.0%
04年度	5.8%	5.6%	4.7%	6.2%	6.1%	5.7%

連単倍率	大手	準大手 A	準大手 B	中堅 A	中堅 B	42社計
99年度	1.33	1.12	1.27	1.14	1.11	1.25
00年度	1.34	1.11	1.25	1.14	1.12	1.24
01年度	1.37	1.13	1.25	1.15	1.11	1.26
02年度	1.41	1.12	1.24	1.16	1.12	1.28
03年度	1.40	1.12	1.25	1.16	1.13	1.28
04年度	1.41	1.12	1.23	1.16	1.16	1.28

(単体)

	大手		準大手A		準大手B		中堅A		中堅B		42社計	
85年度	311,413	6.8%	69,452	5.4%	152,104	5.9%	116,840	6.4%	43,718	5.8%	693,527	6.3%
90年度	523,622	6.7%	114,872	5.2%	263,685	5.8%	165,740	6.0%	71,777	5.3%	1,139,696	6.1%
91年度	580,503	6.6%	140,004	5.8%	288,612	6.1%	184,439	6.0%	80,002	5.6%	1,273,560	6.2%
92年度	628,284	6.8%	149,359	6.3%	310,191	6.7%	192,538	6.2%	87,173	5.8%	1,367,545	6.6%
93年度	625,403	7.0%	151,875	6.5%	281,692	7.1%	204,116	6.6%	90,387	6.3%	1,353,473	6.9%
94年度	569,642	7.2%	156,680	6.7%	263,010	6.9%	200,594	6.6%	89,562	6.3%	1,279,488	6.9%
95年度	538,332	7.7%	149,539	6.1%	259,040	6.5%	195,168	6.0%	87,694	6.0%	1,229,773	6.8%
96年度	521,546	7.0%	146,897	6.0%	244,468	6.2%	196,104	5.8%	88,413	5.7%	1,197,428	6.4%
97年度	494,118	7.0%	141,163	5.8%	232,594	5.9%	181,363	5.9%	83,538	5.7%	1,132,776	6.3%
98年度	447,546	7.0%	122,907	5.3%	202,559	5.8%	166,526	6.0%	74,606	5.7%	1,014,144	6.2%
99年度	424,877	7.5%	115,543	5.8%	173,398	6.0%	157,782	6.1%	73,154	6.0%	944,754	6.6%
00年度	394,269	6.2%	114,862	5.8%	150,405	5.0%	157,189	5.8%	68,300	5.5%	885,025	5.8%
01年度	373,065	5.8%	106,960	5.8%	131,392	4.7%	141,799	5.7%	63,685	5.5%	816,901	5.5%
02年度	331,914	5.5%	99,847	5.7%	108,377	4.3%	126,547	5.4%	60,306	5.6%	726,991	5.3%
03年度	317,312	5.5%	91,618	5.6%	90,079	4.4%	117,459	5.8%	56,992	5.8%	673,460	5.4%
04年度	305,752	5.0%	87,504	5.3%	84,278	4.4%	111,524	5.8%	59,339	5.7%	648,397	5.1%

- 金額ベースでの削減は今年度も各グループで進んでいるものの、そのペースは低下傾向にある。
- ただし、売上が増加に転じたこともあり、42社ベースの販管費率は対前年度で改善した。
- グループ別では、準大手Bの削減率が最も著しく、対売上比率も最も低い。
- 額、対売上比率ともに対前年度比で低下が見られたのは、42社中22社だった。

営業利益（額・対売上比率）（単位：百万円）

（連結）

	大手	準大手A	準大手B	中堅A	中堅B	42社計
99年度	183,509	76,775	113,378	95,496	34,423	503,581
00年度	232,380	72,560	126,193	67,002	19,898	518,033
01年度	179,345	43,688	105,031	35,001	14,623	377,688
02年度	166,379	18,399	64,389	40,563	20,920	310,650
03年度	203,260	37,253	99,018	52,254	24,150	415,935
04年度	212,849	46,436	99,897	53,526	24,196	436,904

対売上比率	大手	準大手A	準大手B	中堅A	中堅B	42社計
99年度	2.5%	3.6%	3.4%	3.4%	2.7%	3.0%
00年度	2.9%	3.5%	3.7%	2.3%	1.5%	2.9%
01年度	2.3%	2.2%	3.3%	1.3%	1.2%	2.2%
02年度	2.2%	1.0%	2.3%	1.6%	1.8%	2.0%
03年度	2.8%	2.1%	4.2%	2.4%	2.4%	2.9%
04年度	2.8%	2.7%	4.5%	2.6%	2.2%	3.0%

連単倍率	大手	準大手A	準大手B	中堅A	中堅B	42社計
99年度	1.30	1.04	1.12	1.07	0.97	1.14
00年度	1.28	1.06	1.09	1.08	0.95	1.15
01年度	1.35	1.11	1.15	1.14	1.03	1.23
02年度	1.22	1.30	1.32	1.13	1.11	1.22
03年度	1.33	1.15	1.15	1.04	1.09	1.21
04年度	1.17	1.12	1.18	1.10	1.12	1.15

（単体）

	大手		準大手A		準大手B		中堅A		中堅B		42社計	
85年度	120,708	2.6%	34,871	2.7%	117,738	4.6%	30,491	1.7%	16,949	2.2%	320,757	2.9%
90年度	406,321	5.2%	85,326	3.9%	249,904	5.5%	104,597	3.8%	64,393	4.8%	910,541	4.9%
91年度	504,340	5.7%	108,136	4.5%	257,656	5.5%	113,823	3.7%	61,990	4.3%	1,045,945	5.1%
92年度	506,025	5.5%	104,863	4.4%	221,968	4.8%	113,727	3.6%	61,733	4.1%	1,008,316	4.8%
93年度	460,798	5.2%	94,533	4.0%	191,338	4.8%	118,813	3.9%	55,478	3.9%	920,960	4.7%
94年度	289,623	3.7%	90,494	3.9%	161,420	4.3%	114,150	3.8%	51,024	3.6%	706,711	3.8%
95年度	167,058	2.4%	87,982	3.6%	5,118	0.1%	119,322	3.7%	38,799	2.6%	418,279	2.3%
96年度	157,632	2.1%	76,101	3.1%	89,263	2.3%	85,915	2.5%	30,939	2.0%	439,850	2.3%
97年度	144,075	2.0%	61,530	2.5%	89,646	2.3%	57,732	1.9%	21,073	1.4%	374,056	2.1%
98年度	147,236	2.3%	58,780	2.5%	100,065	2.9%	69,850	2.5%	28,715	2.2%	404,646	2.5%
99年度	140,928	2.5%	73,626	3.7%	101,062	3.5%	88,962	3.4%	35,554	2.9%	440,132	3.1%
00年度	182,059	2.9%	68,607	3.5%	115,798	3.8%	62,023	2.3%	20,905	1.7%	449,392	2.9%
01年度	132,670	2.1%	39,308	2.1%	91,142	3.2%	30,594	1.2%	14,222	1.2%	307,936	2.1%
02年度	136,258	2.3%	14,155	0.8%	48,859	2.0%	35,962	1.5%	18,866	1.8%	254,100	1.8%
03年度	152,330	2.7%	32,331	2.0%	85,966	4.2%	50,115	2.5%	22,067	2.3%	342,809	2.8%
04年度	182,020	3.0%	41,466	2.5%	84,629	4.4%	48,859	2.5%	21,671	2.1%	378,645	3.0%

經常利益（總額・対売上比率）（単位：百万円）

（連結）

	大手	準大手A	準大手B	中堅A	中堅B	42社計
99年度	140,198	69,272	32,040	77,839	27,405	346,754
00年度	206,190	72,042	53,671	52,624	13,752	398,279
01年度	162,791	42,562	50,796	25,033	10,199	291,381
02年度	140,468	15,365	7,222	25,688	17,176	205,919
03年度	180,067	35,233	61,509	39,272	22,010	338,091
04年度	214,206	45,577	71,373	46,378	23,855	401,389
05年度予定	224,500	47,200	72,800	48,600	25,170	418,270

対売上比率	大手	準大手A	準大手B	中堅A	中堅B	42社計
99年度	1.9%	3.3%	1.0%	2.8%	2.1%	2.1%
00年度	2.6%	3.5%	1.6%	1.8%	1.1%	2.3%
01年度	2.0%	2.2%	1.6%	0.9%	0.8%	1.7%
02年度	1.9%	0.8%	0.3%	1.0%	1.5%	1.3%
03年度	2.5%	2.0%	2.6%	1.8%	2.1%	2.3%
04年度	2.9%	2.6%	3.2%	2.2%	2.1%	2.7%
05年度予定	3.0%	2.7%	3.3%	2.2%	2.2%	2.9%

連単倍率	大手	準大手A	準大手B	中堅A	中堅B	42社計
99年度	1.23	1.02	0.56	1.06	0.92	1.01
00年度	1.22	1.05	0.81	1.07	0.89	1.08
01年度	1.32	1.11	1.01	1.14	1.01	1.19
02年度	1.27	1.29	0.85	1.15	1.26	1.23
03年度	1.32	1.16	1.12	1.03	1.33	1.22
04年度	1.20	1.12	1.16	1.10	1.30	1.17
05年度予定	1.22	1.12	1.14	1.11	1.13	1.18

（単体）

	大手		準大手A		準大手B		中堅A		中堅B		42社計	
85年度	117,480	2.6%	40,732	3.1%	78,253	3.0%	34,382	1.9%	16,156	2.1%	287,003	2.6%
90年度	424,095	5.4%	90,436	4.1%	200,576	4.4%	89,829	3.3%	50,186	3.7%	855,122	4.6%
91年度	473,330	5.4%	103,798	4.3%	180,887	3.8%	86,559	2.8%	53,091	3.7%	897,665	4.4%
92年度	451,643	4.9%	96,450	4.1%	126,926	2.7%	89,599	2.9%	50,276	3.3%	814,894	3.9%
93年度	383,863	4.3%	88,693	3.8%	99,989	2.5%	92,034	3.0%	45,986	3.2%	710,565	3.6%
94年度	211,413	2.7%	84,497	3.6%	84,800	2.2%	86,823	2.9%	40,551	2.9%	508,084	2.8%
95年度	127,360	1.8%	83,742	3.4%	54,648	-1.4%	95,815	3.0%	32,603	2.2%	284,872	1.6%
96年度	130,695	1.8%	73,597	3.0%	44,666	1.1%	72,041	2.1%	25,018	1.6%	346,017	1.8%
97年度	112,600	1.6%	59,989	2.4%	59,601	1.5%	38,239	1.2%	13,102	0.9%	283,531	1.6%
98年度	105,801	1.7%	54,028	2.3%	41,569	1.2%	51,296	1.9%	22,946	1.8%	275,640	1.7%
99年度	114,128	2.0%	68,028	3.4%	57,437	2.0%	73,770	2.8%	29,630	2.4%	342,993	2.4%
00年度	168,447	2.7%	68,506	3.5%	66,636	2.2%	49,121	1.8%	15,495	1.3%	368,205	2.4%
01年度	123,496	1.9%	38,403	2.1%	50,467	1.8%	21,995	0.9%	10,117	0.9%	244,478	1.7%
02年度	110,881	1.8%	11,874	0.7%	8,540	0.3%	22,299	0.9%	13,584	1.3%	167,178	1.2%
03年度	136,482	2.4%	30,486	1.9%	55,118	2.7%	38,251	1.9%	16,564	1.7%	276,901	2.2%
04年度	178,937	2.9%	40,837	2.5%	61,769	3.2%	42,306	2.2%	18,302	1.8%	342,151	2.7%
05年度予定	183,500	3.1%	42,000	2.6%	63,700	3.4%	43,800	2.2%	22,212	2.1%	355,212	2.8%

- 売上総利益増加と販管費減少がいずれも小幅にとどまったため、営業利益の額と対売上比率も小幅な上昇にとどまった。
- 経常利益は、営業外収支の改善で営業利益を上回る伸びが見られた。
- 経常赤字の会社は、前年度の4社から1社に減少した。また、対売上比率の上昇も42社中26社で見られている。
- 売上高経常利益率の05年度見通しは、微増ないし低下とする会社が多く、慎重に見る向きが強い。

当期純利益（総額・対売上比率）（単位：百万円）

（連結）

	大手	準大手A	準大手B	中堅A	中堅B	43社計
99年度	19,689	6,786	14,592	15,907	13,115	70,089
00年度	46,307	11,517	70,008	53,062	49,591	67,435
01年度	171,836	2,335	174,351	20,467	6,065	375,054
02年度	37,672	39,346	437,437	58,117	12,525	509,753
03年度	17,699	5,552	181,125	24,410	15,592	164,374
04年度	93,686	12,962	424,870	3,393	19,049	295,780
05年度予定	112,000	21,100	323,100	22,420	15,181	493,801

対売上比率	大手	準大手A	準大手B	中堅A	中堅B	42社計
99年度	-0.3%	-0.3%	-0.4%	-0.6%	-1.0%	-0.4%
00年度	-0.6%	0.6%	2.0%	-1.8%	-3.8%	-0.4%
01年度	-2.2%	-0.1%	-5.5%	-0.8%	-0.5%	-2.2%
02年度	0.5%	-2.1%	-15.6%	-2.3%	-1.1%	-3.2%
03年度	0.2%	0.3%	7.7%	-1.1%	-1.5%	1.1%
04年度	1.3%	0.7%	-19.2%	0.2%	1.7%	-2.0%
05年度予定	1.5%	1.2%	14.8%	1.0%	1.3%	3.4%

連単倍率	大手	準大手A	準大手B	中堅A	中堅B	42社計
99年度	0.39	0.72	0.21	0.84	1.21	0.44
00年度	0.69	1.02	0.34	1.00	1.01	0.18
01年度	0.92	0.64	0.83	0.92	1.08	0.87
02年度	1.59	0.94	0.93	0.92	0.51	0.88
03年度	16.05	2.05	1.04	1.28	0.74	1.19
04年度	1.24	1.16	0.92	2.08	1.63	0.82
05年度予定	1.26	1.14	1.01	1.08	1.20	1.07

当期純利益（総額・対売上比率）（単体）

	大手		準大手A		準大手B		中堅A		中堅B		42社計	
85年度	48,265	1.1%	15,719	1.2%	27,931	1.1%	12,149	0.7%	5,234	0.7%	109,298	1.0%
90年度	180,345	2.3%	35,516	1.6%	55,953	1.2%	33,445	1.2%	19,197	1.4%	324,456	1.7%
91年度	201,691	2.3%	38,078	1.6%	38,252	0.8%	8,786	-0.3%	21,366	1.5%	290,601	1.4%
92年度	154,554	1.7%	34,158	1.4%	28,834	0.6%	28,338	0.9%	18,620	1.2%	264,504	1.3%
93年度	66,980	0.8%	30,814	1.3%	8,360	0.2%	23,174	0.8%	16,780	1.2%	146,108	0.7%
94年度	51,709	0.7%	28,743	1.2%	6,339	0.2%	22,292	0.7%	13,078	0.9%	122,161	0.7%
95年度	49,631	0.7%	28,430	1.2%	187,680	-4.7%	24,904	0.8%	10,458	0.7%	74,257	-0.4%
96年度	54,172	0.7%	25,293	1.0%	9,193	-0.2%	20,580	0.6%	4,444	0.3%	95,296	0.5%
97年度	133,600	-1.9%	17,160	0.7%	299,287	-7.6%	12,177	0.4%	1,063	-0.1%	404,613	-2.2%
98年度	326,287	-5.1%	63,919	-2.8%	313,736	-9.0%	58,172	-2.1%	19,403	-1.5%	781,517	-4.8%
99年度	50,558	-0.9%	9,474	-0.5%	68,980	-2.4%	18,927	-0.7%	10,817	-0.9%	158,756	-1.1%
00年度	67,251	-1.1%	11,316	0.6%	206,742	-6.8%	53,127	-2.0%	49,250	-4.0%	365,054	-2.4%
01年度	187,204	-2.9%	3,654	-0.2%	211,093	-7.5%	22,340	-0.9%	5,627	-0.5%	429,918	-2.9%
02年度	23,722	0.4%	41,771	-2.4%	470,350	-18.8%	63,053	-2.7%	24,636	-2.3%	576,088	-4.2%
03年度	1,103	0.0%	2,702	0.2%	174,786	8.5%	19,127	-0.9%	21,141	-2.2%	138,323	1.1%
04年度	75,491	1.2%	11,173	0.7%	459,775	-24.1%	1,630	0.1%	11,711	1.1%	359,770	-2.9%
05年度予定	89,000	1.5%	18,500	1.1%	320,400	17.3%	20,850	1.0%	12,652	1.2%	461,402	3.7%

- 最終黒字を確保する会社が前年度より増えたものの、42 社合計では赤字となった。準大手 B で大規模な特損計上を行い、大幅赤字になった会社があったことが大きい。
- 大幅な特損計上を行う会社が相次いだことで、準大手 B の赤字額はピークだった 02 年度に近い水準を記録した。
- 前年度まで赤字の続いた中堅 A・B は黒字に転換した。
- 中間決算時の目標を達成したのは 42 社中 25 社となっている。
- 05 年度の見通しは全てのグループで黒字となっているが、減損会計の強制適用も始まることから、予断を許さないものと思われる。

特別利益・特別損失の内訳（連結）（単位：百万円）

	大手		準大手A		準大手B		中堅A		中堅B		42社計		04年度
	04年度	03年度	04年度	03年度	04年度	03年度	04年度	03年度	04年度	03年度	04年度	03年度	- 03年度
特別利益	49,214	52,786	25,318	8,478	16,679	68,025	11,544	98,429	28,948	2,350	131,703	230,068	98,365
債務免除益	0	0	0	0	0	30,000	0	65,520	13,200	0	13,200	95,520	82,320
有価証券関係	18,490	29,334	5,341	230	3,345	3,120	5,371	1,281	2,122	94	34,669	34,059	610
不動産関係	11,936	6,612	458	631	2,509	10,723	3,001	1,915	1,345	663	19,249	20,544	1,295
厚生年金関係	0	0	17,165	3,008	0	3,166	0	4,960	9,158	87	26,323	11,221	15,102
特別損失	67,245	211,611	34,567	21,891	508,868	191,174	50,898	110,045	26,332	47,092	687,910	581,813	106,097
有価証券関係	6,455	2,758	355	269	1,447	1,150	142	1,597	160	1,186	8,559	6,960	1,599
不動産関係	12,670	20,557	1,319	4,956	167,210	62,033	16,896	26,788	2,220	3,629	200,315	117,963	82,352
開発事業整理	0	9,571	0	482	0	1,977	7,576	15,397	369	0	7,945	27,427	19,482
子会社関係	24,983	24,413	2,152	0	0	764	1,854	10,793	596	19,493	29,585	55,463	25,878
不良債権関係	9,191	16,443	4,202	2,934	105,857	24,871	3,473	22,190	3,040	3,695	125,763	70,133	55,630
割増退職金	305	938	0	3,557	492	2,620	423	4,832	203	1,558	1,423	13,505	12,082
厚生年金関係	0	33,483	0	0	0	0	0	0	0	0	0	33,483	33,483
減損損失	1,790	57,890	17,868	4,033	100,393	0	0	3,134	5,428	8,258	125,479	73,315	52,164
過去勤務債務償却	0	13,656	0	1,631	0	2,230	1,069	285	0	0	1,069	17,802	16,733

- 特別利益が大幅に減少した一方、特別損失が大幅に増加したことで特別損益は大幅に悪化している。
- 不良債権及び保有不動産の処分に伴う特別損失が大幅に増加している。
- 100億円以上の特別損失を計上した会社は前年度の15社から8社に減少した。

有利子負債（額・対売上比率）（連結）（単位：百万円）

	大手	準大手A	準大手B	中堅A	中堅B	42社計
99年度	3,232,245	539,624	4,139,486	965,528	573,771	9,450,654
00年度	2,680,553	484,712	3,110,682	892,482	463,136	7,631,565
01年度	2,397,511	468,483	2,997,330	854,323	447,210	7,164,857
02年度	2,196,831	526,110	1,986,528	790,825	366,025	5,866,319
03年度	2,004,287	477,195	950,897	604,254	324,759	4,361,392
04年度	1,767,347	472,959	825,658	519,845	236,760	3,822,569

対売上比率	大手	準大手A	準大手B	中堅A	中堅B	42社計
99年度	44.8%	25.4%	123.5%	34.3%	44.5%	56.3%
00年度	33.9%	23.3%	90.3%	30.7%	35.8%	43.3%
01年度	30.2%	23.7%	95.0%	31.7%	36.8%	42.2%
02年度	29.4%	27.8%	70.8%	31.1%	32.3%	37.0%
03年度	28.1%	27.1%	40.5%	27.8%	31.7%	30.2%
04年度	23.6%	27.0%	37.3%	24.8%	21.0%	26.1%

- 今年度も全般的に削減が進んでいる。対売上比率も大きく低下し、42社全体でも30%を割り込む水準となっている。
- 準大手Bの対売上比率は依然として高いが、大規模な債務免除により05年度には大きく低下するものと見られる。
- 対売上比率が前年度より低下したのは、42社中33社だった。

自己資本比率・デットエクイティ比（連結）

自己資本比率

	大手	準大手A	準大手B	中堅A	中堅B	42社計
00年度	14.0%	23.5%	1.1%	15.8%	14.9%	12.4%
01年度	13.0%	23.4%	***	15.4%	15.2%	11.7%
02年度	12.8%	22.1%	***	15.3%	16.2%	10.8%
03年度	16.0%	25.0%	7.9%	19.4%	16.1%	16.7%
04年度	17.1%	26.2%	***	19.8%	22.8%	16.1%

***はマイナス

D/Eレシオ

	大手	準大手A	準大手B	中堅A	中堅B	42社計
00年度	1.89	0.76	55.16	1.76	2.33	2.71
01年度	1.97	0.77	***	1.82	2.42	2.94
02年度	1.94	0.97	***	1.97	2.16	3.00
03年度	1.49	0.80	5.28	1.32	2.01	1.59
04年度	1.24	0.78	***	1.14	1.04	1.49

有利子負債 / 自己資本で算出

***はマイナス

- いずれの数値も、大幅な債務超過となった準大手Bを除く全てのグループで前年度より改善している。
- 債務超過となったのは42社中2社。なお、これについても、金融支援により解消される見込みである。

営業キャッシュフロー・フリーキャッシュフロー（連結）（単位：百万円）

営業キャッシュフロー

	大手	準大手A	準大手B	中堅A	中堅B	42社計
99年度	373,205	76,606	120,930	88,806	9,751	669,298
00年度	356,826	93,799	54,460	59,369	10,505	574,959
01年度	118,290	8,637	81,693	38,216	13,526	6,508
02年度	120,383	305	14,619	16,959	6,240	111,498
03年度	223,088	44,048	38,728	129,970	29,469	465,303
04年度	245,598	52,612	73,159	17,480	38,911	427,760

フリーキャッシュフロー

	大手	準大手A	準大手B	中堅A	中堅B	42社計
99年度	643,777	50,434	129,148	61,216	11,730	896,305
00年度	551,537	67,594	92,928	122,678	29,924	864,661
01年度	258,309	7,747	29,020	28,421	4,250	245,713
02年度	150,650	31,455	116,831	25,850	3,253	206,923
03年度	179,670	48,108	69,118	180,729	33,128	510,753
04年度	281,627	64,448	96,119	22,514	48,989	468,669

- 営業キャッシュフローは中堅Aを除く各グループで増加している。
- 大手では、有価証券や固定資産の売却が進んだことで、投資キャッシュフローも大きく改善した。

（担当：研究員 小川 淳）

建設関連産業の動向 - 屋根工事業 -

今回の建設関連産業は、屋根工事業の動向について概観し、今後の課題や展望について考察する。

1. 屋根工事業の概要

屋根は雨露を凌ぎ、強い陽射しを遮るものとして我々の先祖によって作り出された、住まいの原型である。地域によって環境・風土が異なるために、人は古来から、屋根について、長年の生活体験に基づいて材料、構造、形態などの点から創意工夫を重ねてきた。

屋根の材料（屋根材¹）を大別すると次のようになる。

天然材料

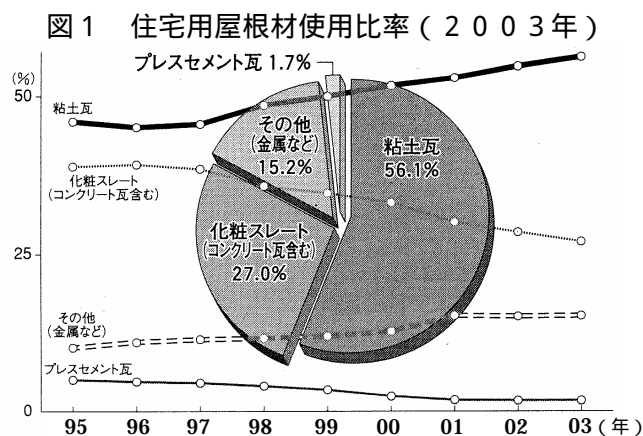
- ・草木類：茅・稲藁などの草木の葉や茎、桑や栗などの木の小枝、竹、ヒノキ・スギ・クリなどの木の皮・板・丸太、天然繊維の布など
- ・土石類：天然スレート、鉄平石、花崗岩、大谷石、抗火石、砂岩、粘土など
- ・その他：動物などの皮やフェルト

人工材料

- ・粘土系：粘土瓦²（いぶし瓦、塩焼瓦、釉薬瓦（陶器瓦）、無釉瓦など）、セラミック瓦
- ・セメント系：プレスセメント瓦、住宅用化粧スレートなど
- ・金属系：鉄、鋼、ステンレス鋼、チタン鋼、銅、亜鉛、アルミニウムの製品など
- ・その他：ガラス製品、プラスチック製品など

特に、最近の住宅用屋根材には粘土瓦が最も多く用いられている（図1）。粘土瓦はJ型、S型、F型に形状区分され、主な産地は愛知県（三州瓦）、島根県（石州瓦）、兵庫県（淡路瓦）などである。

屋根工事業とは、屋根を施工する建設専門工事業の1つであり、施主（建築主）との関係は、建築工事を受注した元請けから発注される下請けと、屋



注) 本紙、2004年末推計。粘土瓦およびプレスセメント瓦の基礎資料は、それぞれ経済産業省工業統計、全陶連、全国PC連。化粧スレート(コンクリート瓦含む)はクボタ松下電工外装、ラファージュ社、積水化学工業、大和スレート、旭セメント工業、ニチハ。金属系屋根材の基礎資料は日本金属屋根協会による。

出典：「日本屋根経済新聞」(2005年1月1日)による。

1 ここでの「屋根材」とは、表から見える屋根葺き仕上げ材のこととする。

2 広辞苑によれば、「瓦」とは「粘土を一定の形に固めて焼いたもの」とあり、本来は「瓦」は粘土製の物のみを指す。しかし、通例として、「屋根＝瓦」という観念のもと、金属やセメントの屋根材と区別するために、粘土を素材とした焼物の屋根材の総称を「粘土瓦」と呼んでいる。

根の葺き替えや修理などを施主から直に発注される直請けに分類される。また屋根工事店の形態は、粘土瓦を主体とする瓦工事店と、金属屋根材を主体とする板金工事店に大別されるが、屋根工事業の許可は取りながらも左官の看板で屋根工事を手がけている工事店や、屋根材に限らず外壁・防水・タイルなども手がける総合屋根・壁工事店も増えてきている。

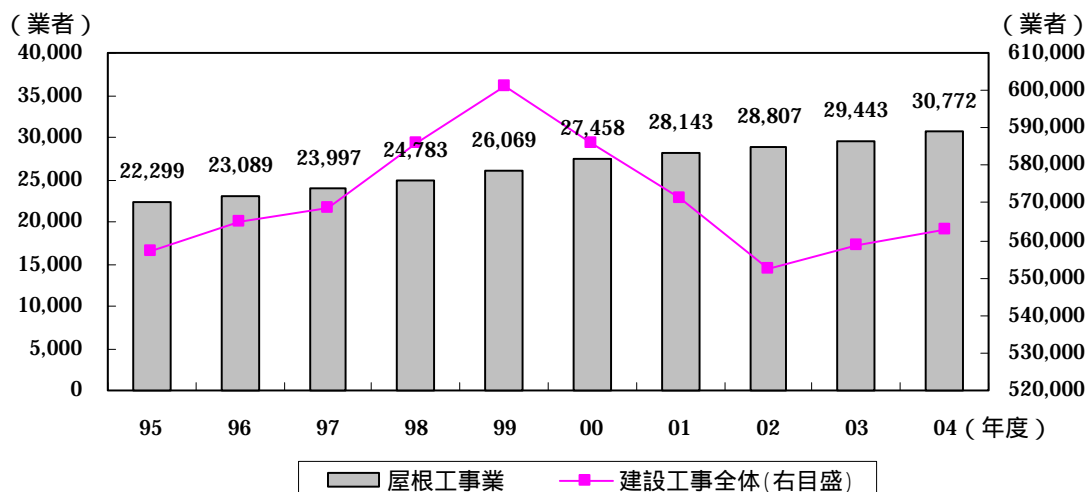
2. 業界動向

屋根工事業の業界動向について、許可業者数、就業者数、完成工事高の観点から考察する。また、屋根材についても、住宅用屋根材として最も需要の多い粘土瓦の動向を概観する。

(1) 許可業者数

「建設業許可業者数調査」(国土交通省)によると、2004年度の屋根工事業の許可業者数は大臣、知事の両許可を併せた累計で前年度比4.3%増の30,772業者となっている。最近10年間の推移(図2)は、建設市場の縮小の影響により、建設業全体でピーク時の1999年度を境に減少傾向にあるのに対し、屋根工事業では増加が続いている。

図2 屋根工事業と建設業全体の許可業者数推移

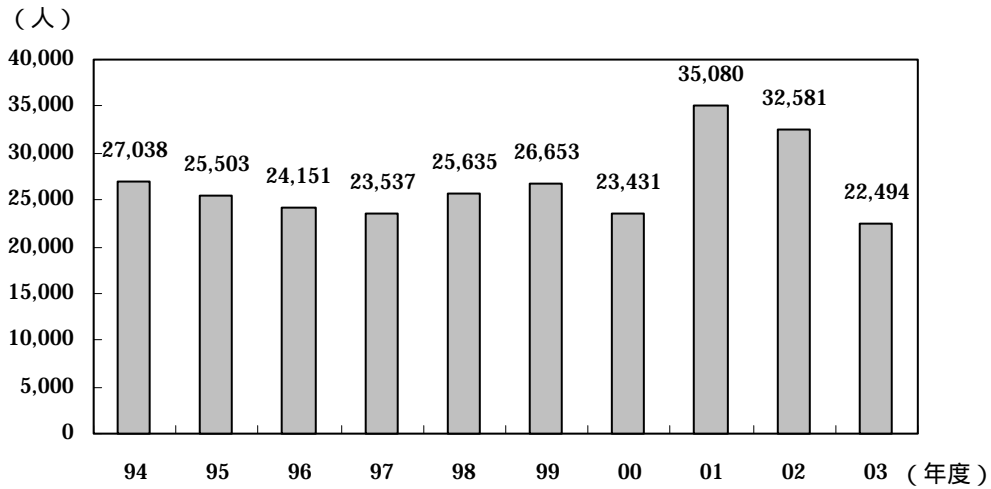


出典：国土交通省「建設業許可業者数調査」による。

(2) 就業者数

図3は最近10年間における屋根工事業の就業者数推移を示したものである。前述のとおり、許可業者数は一貫して増加傾向にあるが、図3を見ると、2003年度の屋根工事就業者数は約22,000人で、前年比で31%減と、大幅に減少している。

図3 屋根工事業の就業者数推移

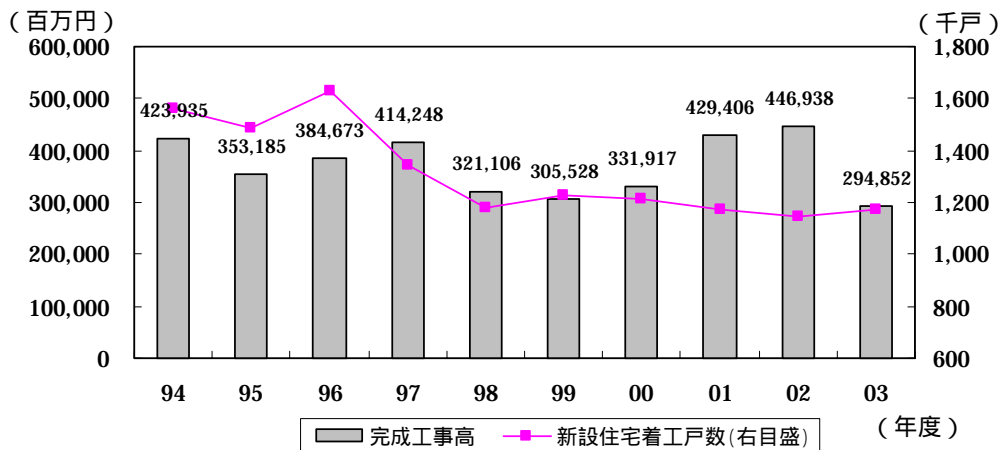


出典：国土交通省「建設業許可業者数調査」による。

(3) 完成工事高

図4は、最近10年の屋根工事業の完成工事高と新設住宅着工戸数の推移を示したものである。これを見ると、2003年度の屋根工事業の完成工事高は2,946億円と前年比34%減と大幅に下落しており、新設住宅着工戸数が前年比で微増しているにも拘らず、最近10年で最低となっている。この原因について、日本屋根経済新聞社は新築工事の工事単価が低迷していることや、リフォーム工事が増えていることなどを挙げている³。

図4 屋根工事業の完成工事高と新設住宅着工戸数の推移



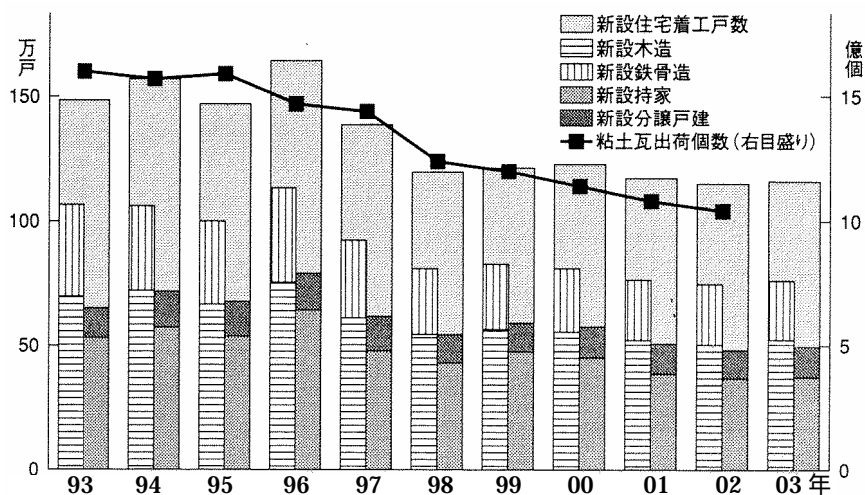
出典：国土交通省「建設業許可業者数調査」による。

³ 日本屋根経済新聞社「2003年屋根工事業レポート」による。リフォーム工事は1件ごとの粗利率こそ新築に比べて大きい、1物件に施工日数を費やすことから、売り上げは減少する傾向がある。2003年度、屋根工事業はリフォーム工事の掘り起こしに成功し、施工件数を確保できたが、完工高の増加にまでは至らなかった、としている。

(4) 粘土瓦の動向

図5は、最近11年における住宅着工戸数と粘土瓦出荷数の推移を示している。これを見ると、1998年度から住宅着工戸数は120万戸付近で推移しているが、粘土瓦の出荷量は1995年度より一貫して減少傾向にある。

図5 住宅着工戸数と粘土瓦出荷個数



着工戸数は国土交通省の統計による。粘土瓦出荷は経済産業省の工業統計で、「釉薬瓦・塩焼瓦」と「いぶし瓦」の合計

出典：「日本屋根経済新聞」(2005年1月1日)による。

図6は粘土瓦の輸入量と輸入金額の推移であるが、これを見ると、2004年度の輸入量は8,824 tで、過去最高を記録した前年に比して約13%減となっている。これは国内産の瓦で洋風タイプが充実したことが影響したと考えられる⁴。また、輸入金額は約3億2000万円で、前年比で約18%減となっている。

図7は粘土瓦の輸出量と輸出金額の推移であるが、これを見ると、2004年度の輸出量は、過去10年間で最も多い量になっている(57,295 t)。2003年度の輸出量は前年比38%増、2004年度は前年比23%増であり、2年連続の大幅増加となっている。また、輸出先のトップは台湾で、全輸出量の88%が台湾向けである。この理由について、「台湾国内で、粘土瓦の大量生産設備がなくなった」、「日本製品は品質がよく廉価で、色や形状の種類が豊富」や「1999年の台湾地震で日本製の瓦が評価された」などが挙げられている⁵。また、輸出金額の合計は約14億8000万円で、2000年を底に右肩上がりが続いており、4年間で2倍以上に伸びている。

^{4,5} 共に「日本屋根経済新聞」2005年3月28日による。

図6 粘土瓦輸入量と金額の推移

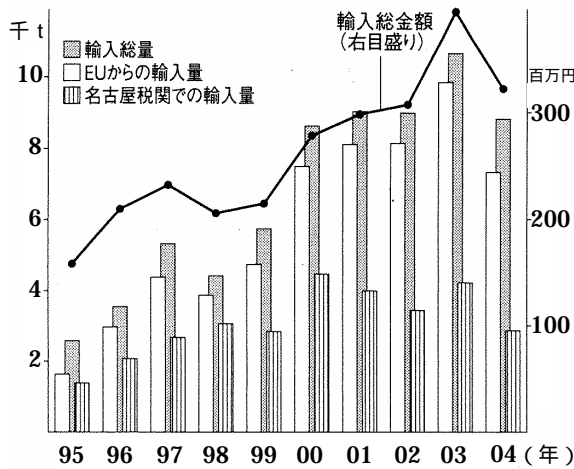
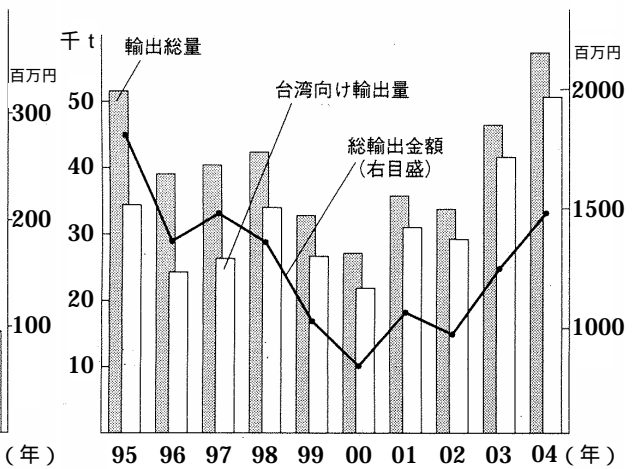


図7 粘土瓦輸出量と金額の推移



出典：共に「日本屋根経済新聞」(2005年3月28日)による。

3. 今後の課題と展望

1999年の建築基準法の改正により、屋根材は風圧並びに地震その他の震動および衝撃により脱落してはならないことが法律で定められ、これに対応して2001年に「瓦屋根標準設計・施工ガイドライン」(ガイドライン工法)⁶が取りまとめられた。このガイドライン工法は、従来工法より材料費がかかるため、屋根工事業者にとっては大変厳しいところであろうが、適正な施工能力を有し、価格競争力があることが、会社存続の条件である。近年、リフォーム工事の増加で消費者と接する機会が増えるのに伴い、消費者のクレームも増えている。インターネットの普及により、大量の情報収集が可能である現在、専門家並みの知識を有する消費者も増えており、消費者の信頼を得るには、今まで以上に施工者への教育や、施工前の事前説明が重要である。悪徳リフォーム業者が社会問題化しつつある昨今、消費者の立場に立った良質な施工が、最も効率のいい宣伝になるという観点に立ち返ることが不可欠であろう。

また、今年の6月に「景観法」が全面施行された。この「景観法」を含む「景観緑三法⁷」は、良好な景観を「国民共通の資産」として位置づけた初の基本法であり、欧州の街並みのような景観を日本にも定着させる、今後の景観づくりの基本となるものである。「景観法」では、都道府県や市区町村が策定した「景観計画」の指定区域内に「景観地区」を設け、瓦屋根に統一する、屋根の向きを一定方向にするなどの規制が可能となる。瓦屋根が連なり、統一感をもった街並みは美しく、その景観は日本の文化である。屋根工事業者は、「景

⁶ 建築基準法の性能規定化に対応し、屋根の性能を初めて科学技術的に示した指針。独立行政法人建築研究所の監修で取りまとめられた。

⁷ 「景観法」、「景観法施行関係整備法」、「都市緑化保全法の一部を改正」の3つをセットにする通称。

観法」を背景に、地域の自治体や住民に対し、その土地の環境や風土にマッチした粘土瓦をアピールするには絶好の機会であり、「日本の景観を形成するのは瓦である」といったビジョンを屋根工事業界として示していくことが求められるのではないか。

(担当：研究員 里村知三)

編集後記

今年は梅雨時の不快感が軽減されている。そう「クールビズ」の恩恵である。特に朝のラッシュアワーなどでは効力を発揮し、身動きが取れない中、首周りの汗を拭いながら出勤することもない。しかし反対に帰宅時間での車内はガランとしているため寒いぐらいである。また百貨店やレストランなどの商業施設も顧客のニーズを反映させて、温度調整は行われていないようだ。

そもそも政府が提唱する夏の軽装運動は、地球温暖化防止対策が趣旨である。東京ではヒートアイランド現象もあり、この100年で2.9度も上昇した。国連機関の報告では、今後100年で世界の平均気温は5.8度も上昇すると予測されている。温暖化の影響により、世界各地で異常気象が発生し、災害が相次いでおり将来に対する危機感はますます募るばかりだ。

百貨店やレストランの顧客とは、我々のことである。暑いからといって、快適さばかりを求めては我々の子孫に申し訳が立たない。少しぐらい暑くても我慢しようではないか。趣旨を理解していなければ、軽装運動も腰折れになり、来年には再びラッシュの不快感を味わうことになるだろう。

(担当：研究員 今村 弘文)