

建設業市場調査アンケート集計結果

建設市場の動向把握、活性化等を目的として、建設関連事業者様を対象に「建設市場に関するアンケート調査」を実施いたしました。

【調査トピックス】

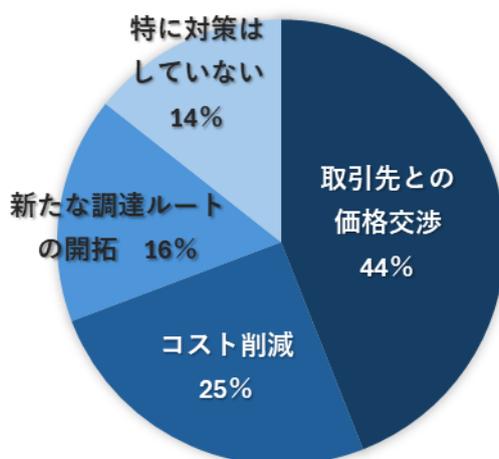
- 物価や建材費の高騰に対する対応策は「取引先との価格交渉」が44%
 - ・次いで「コスト削減」25%と続いている状況
- 2024年の景気動向は「特に変化を感じていない」36%、「悪化を感じた」35%とほぼ同率の回答
- 今後の市場動向に対する見通しは、半数が「予想できない」と回答
 - ・都道府県別、業種別で見ると見通しに差もある状況
- 今後注力すべきと考える分野は「人材採用・育成」32%、「既存事業の強化」30%
- 現在の経営課題は「人材不足」が30%で、業種別に見ても最も多い

【調査概要】

- ・形式：アンケート調査（調査票を郵送）
- ・送付日（投函日）：2024年10月4日、11日、18日、25日
- ・集計対象期間：2024年10月1日～12月31日
- ・対象地域：北海道、東京都、大阪府、福岡県
（兵庫県に関しては、有効件数に満たなかったため大阪府の結果と合計で表示）
- ・対象：建設業免許をお持ちの方
- ・有効回答数：253

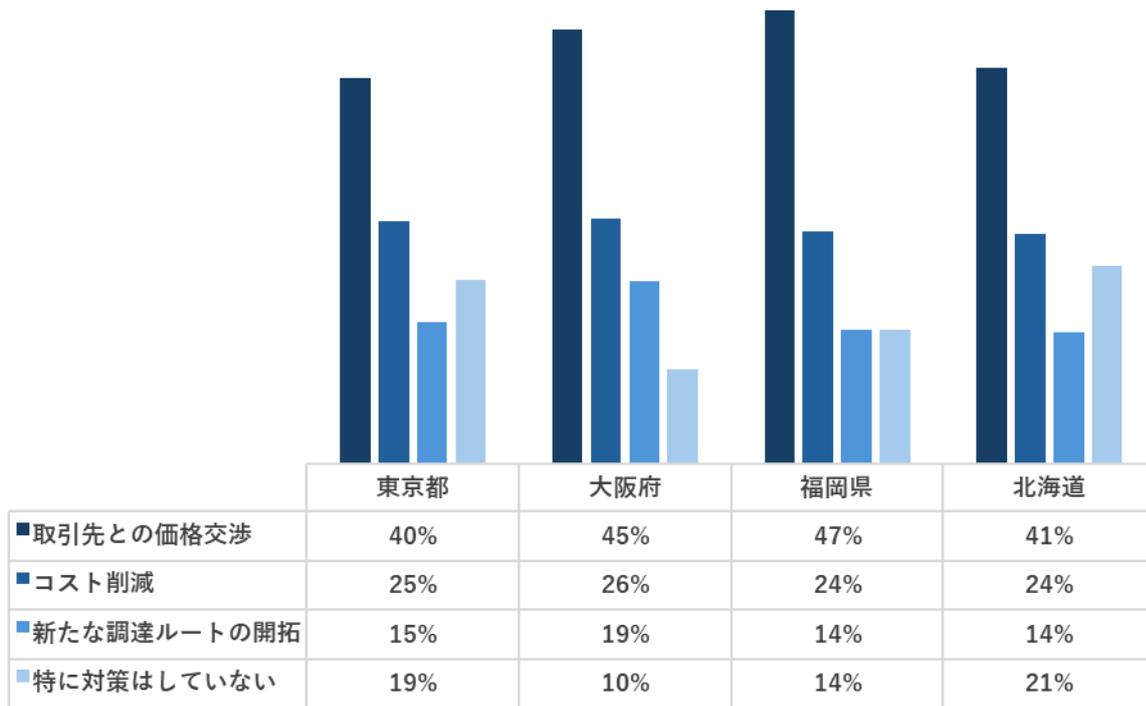
【調査結果】

Q. 昨今の物価や建材費の高騰に対する対応策を教えてください。

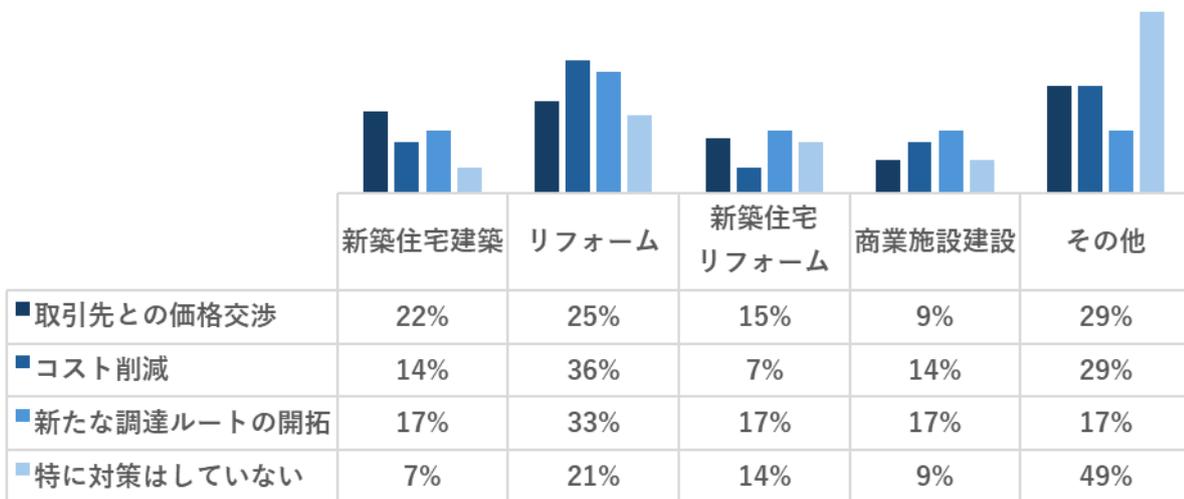


■「取引先との価格交渉」が44%とトップ。全体の85%が何らかの対策を実施

物価や建材費の高騰に対する対応策として、多くの企業が「取引先との価格交渉」を挙げており、次いで「コスト削減」が25%、「新たな調達ルートの開拓」が16%と続いています。全体の85%が何らかの対策を実施していると回答しているのに対して、「特に何もしていない」が14%数存在し、対策が進んでいない企業も見られます。



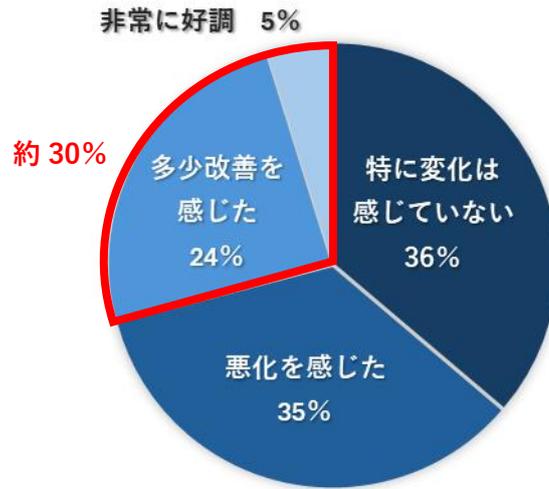
都道府県別で見ますと、北海道と東京都では、他府県と比較すると「特に対策をしていない」と回答した企業が多く、コスト上昇に対してやや受動的な姿勢が伺えます。一方で全体としては、半数近くが「取引先との価格交渉」と回答しており、多くの企業でまずは価格交渉に取り組んでいる状況が伺えます。



■業界全体で「取引先との価格交渉」の対策をしている企業が多い

また、業種別で見ても、新築住宅建築では「取引先との価格交渉」が22%とトップで次いで、「新たな調達ルートの開拓」が17%、「コスト削減」が14%となっており、まずは取引先との価格交渉を実施している企業が多いと見て取れます。リフォームでは「コスト削減」が36%とトップで次いで、「新たな調達ルートの開拓」が33%、「取引先との価格交渉」が25%となっています。「コスト削減」、「新たな調達ルートの開拓」共に30%台と高く、リフォームという業種特性から企業努力で費用削減に取り組んでいる企業が多い様子が伺えます。新築住宅+リフォームでは「新たな調達ルートの開拓」が17%とトップで、次いで「取引先との価格交渉」が15%、「特に対策はしていない」が14%となっています。他の業種とは違い「コスト削減」が7%と最も低い回答となっています。その他は「特に対策はしていない」が49%と最も多く、次いで「取引先との価格交渉」、「コスト削減」が共に29%という結果になっています。

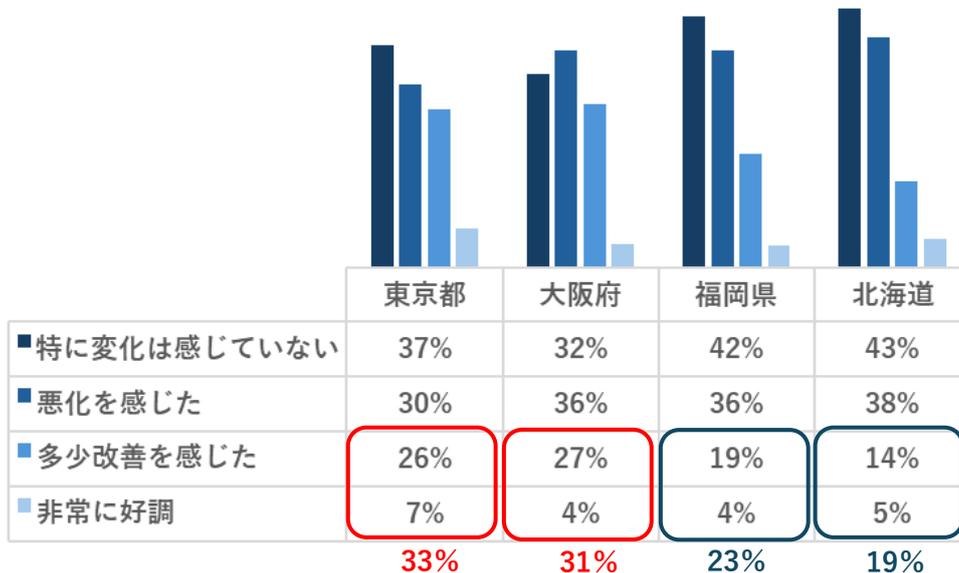
Q. 2024年の景気動向をどう感じていますか？



■ 「特に変化は感じていない」と「悪化を感じた」がほぼ同率でトップも受け止め方に差

「2024年の景気動向をどう感じていますか？」と聞いたところ、「特に変化は感じていない」が36%、「悪化を感じた」が35%とほぼ同じ割合となっています。一方で「非常に好調」が5%、「多少改善を感じた」24%と合わせて約30%がポジティブに受け止めている傾向の回答となっています。

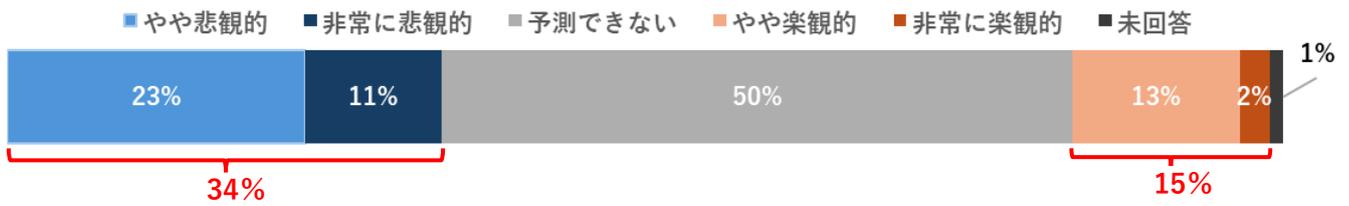
「特に変化は感じていない」が36%、「悪化を感じた」が35%と、なかなか景気動向に関してポジティブな受け止めがしづらい状況が伺えますが、一方で「非常に好調」が5%、「多少改善を感じた」24%と合わせて約30%がポジティブに受け止めている傾向を考えますと、景気動向の受け止め方に差がある状況が伺えます。



都道府県別で見ますと、「非常に好調」、「多少改善を感じた」とポジティブ傾向の回答が東京都では33%、大阪府31%と約30%以上となっていますが、一方で福岡県では23%、北海道では19%と東京都、大阪府の回答と比較すると差があり、また「特に変化は感じていない」と回答した割合も、福岡県42%、北海道43%と東京都、大阪府と比較すると高く、都道府県によって景気動向の受け止め方に差があることが見て取れます。

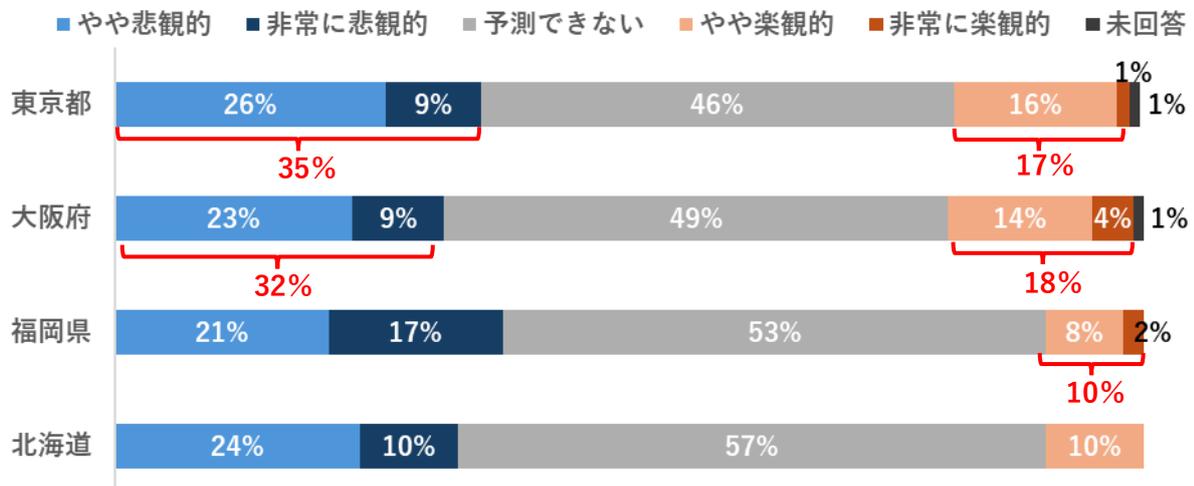
また、東京都は「悪化を感じた」が30%となっており、他府県と比較すると一番少なく、「非常に好調」も7%と他府県と比較するとやや多くなっており、ポジティブな受け止めをしている傾向がやや多い印象となっています。

Q. 今後の市場動向に対する見通しはどのようにお考えですか？



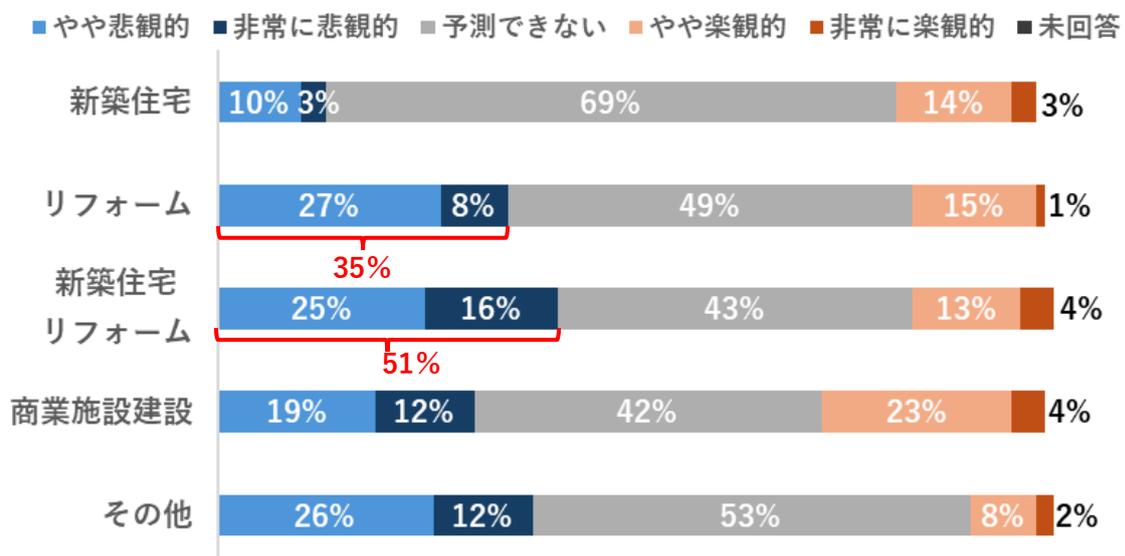
■半数が「予想できない」と回答

「予測できない」との回答が50%と最も多く、次いで「やや悲観的」23%、「やや楽観的」13%が続きます。「非常に悲観的」、「やや悲観的」の合計が34%と、「非常に楽観的」、「やや楽観的」の合計15%よりも倍以上多いという結果になっています。



■東京都・大阪府と福岡県・北海道に、見通しの差がある結果に

都道府県別で見ますと「非常に悲観的」、「やや悲観的」の回答が東京35%、大阪府32%で、福岡県38%、北海道34%となり、福岡県が他の道府県に比べてやや高い数値になっています。また、「やや楽観的」、「非常に楽観的」と回答した企業は、東京都17%、大阪府18%、福岡県・北海道は共に10%との回答で、東京都、大阪府が福岡県、北海道と比較すると楽観的な回答が多い結果となりました。



■リフォーム関連事業に悲観的な回答が多い傾向

リフォーム関連事業を手掛ける企業が、4月からの4号特例縮小を目前に悲観的な回答が多くなっていると思われます。また、新築事業をメインに手掛けている企業の約70%が「予測できない」と回答され他業種より多い傾向が見られます。

【2025年4月施工予定の4号特例縮小による考えられる影響】

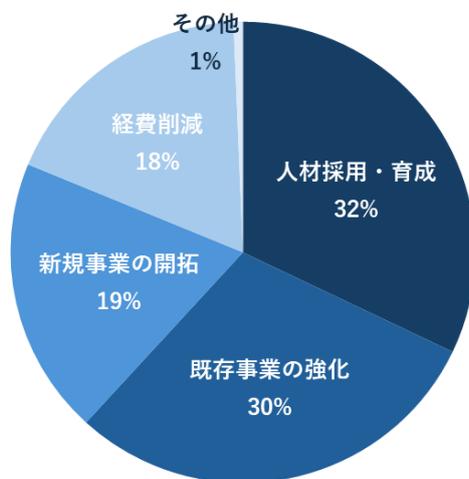
新2号建築物のリフォームにおいて確認申請が必要になる場合がある。

※耐震性や省エネ性能についても高い基準が設けることが決定

- ・お客様は確認申請等、しっかりと実績がある会社へリフォームを依頼するように
- ・大手に依頼、ブランド活用が必要
- ・リフォーム以外での売上の柱が必要

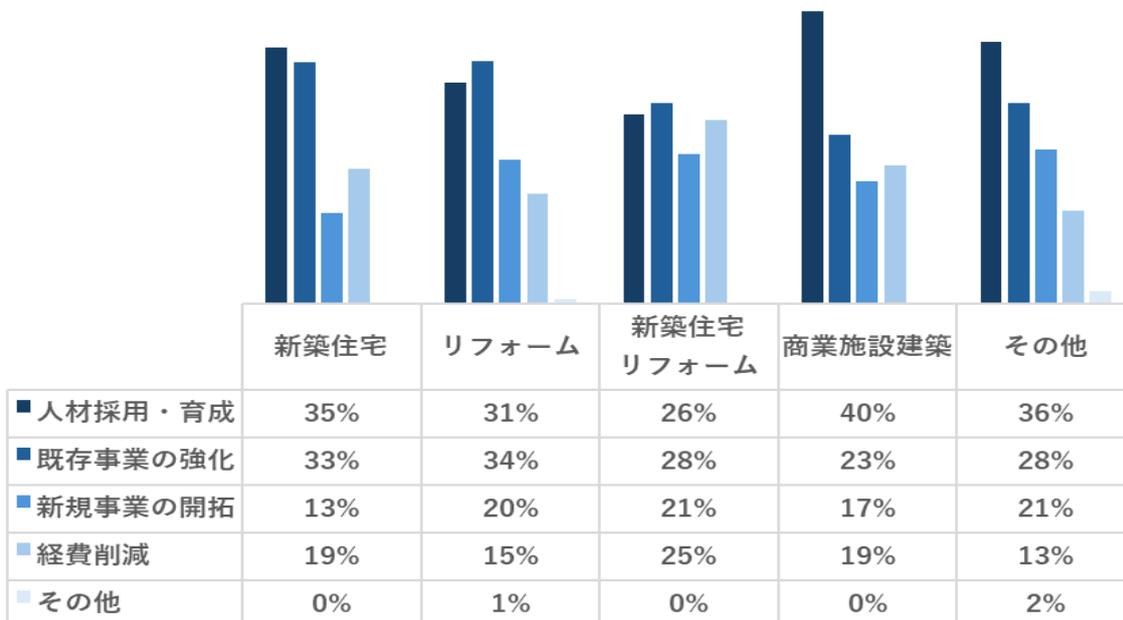
⇒詳しくは右記をご参照ください <https://fcseminar.housedo.co.jp/campaign/64050/apply>

Q. 今後、注力すべきと考える分野は何ですか？



■「人材採用・育成」32%、「既存事業の強化」30%が多い傾向

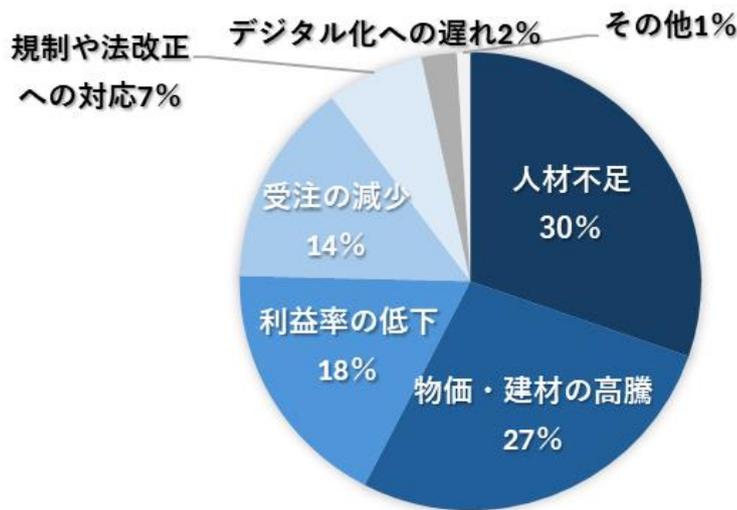
トップは「人材採用・育成」で32%、次いで「既存事業の強化」が30%でした。経営資金には限りがあるので、人材育成に十分な予算を割けない企業も少なくありません。また、人材育成は効果が目に見えにくいいため、費用対効果を測定しづらく予算配分の優先順位が低くなってしまっても言われています。また、「既存事業の強化」が30%との回答があり、既存事業に着目し成長強化を模索されている様子が見て取れます。



■ 「人材採用・育成」との回答が多いのは、商業施設建築、その他

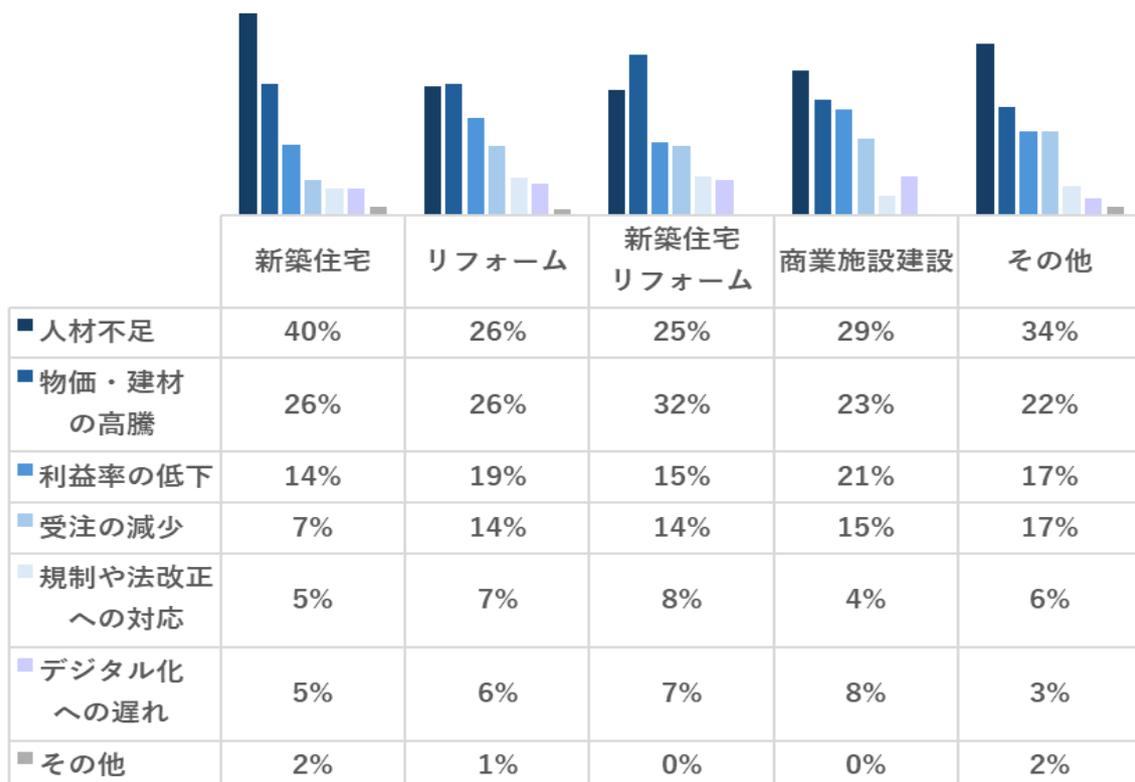
業種別に見てみますと、特に商業施設建築、その他で、「人材採用・育成」を課題にしている企業が多く、業界全体として「人材採用・育成」及び「既存事業の強化」に課題を感じている企業が多い結果となりました。一方で約5社に1社は「新規事業の開拓」と回答されており、既存事業の強化を模索しながら、新たな事業の柱づくりを模索されている状況が見て取れます。

Q. 現在の経営課題は何ですか？



■ 「人材不足」が30%とトップ

現在の経営課題に関してお伺いしたところ、「人手不足」が30%、次いで「物価・建材の高騰」が27%、「利益率の低下」18%、「受注の減少」14%という結果となっています。近年多くの企業で人手不足が深刻化している状況があります。人口動態を考えますと今後も、就業者数の増加が見込めない中で、対策として既存事業の強化や新規事業の検討などが挙げられます。



業種別で見ると、「新築住宅＋リフォーム」業以外で、「人材不足」が最も多い回答になっています。次いで、「物価・建材の高騰」が多い傾向となっており、「利益率の低下」、「受注の減少」と続いていく傾向は全業種共通と言えます。また、全業種で「人材不足」と「物価・建材の高騰」が全体の50%以上の回答となっていて、数値は若干異なりますがこの2つの要素が今後の経営課題と捉えていて、今後の労働人口問題や変化が見通せない経済状況を考えると大きな問題と言えるかと思います。

【本件のお問合わせ】

株式会社ハウストゥ・住宅販売 建設業市場調査事務局 TEL：0120-411-123