

建設事業者の取引先開拓の実態調査

- 調査概要
- 調査内容
- 参考:回答者属性

- 調査概要
- 調査内容
- 参考:回答者属性

調査名	建設事業者の取引先開拓の実態調査
調査内容	建設業事業者の取引先開拓に関する以下の項目について実態を明らかにする <ul style="list-style-type: none">● 取引先状況について● 取引先の選定について● 取引先の獲得経路● 取引先拡大の取り組みに関する自由記述
調査対象	【有効回答者】 「助太刀」アプリに登録している建設業従事者 826名
調査期間	2023年10月23日～2023年11月24日
調査手法	「助太刀」アプリ内における Webアンケート調査
実施主体	助太刀総合研究所

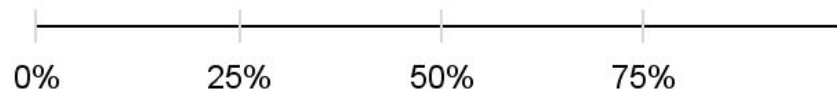
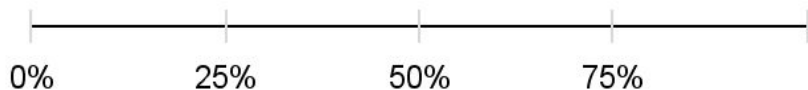
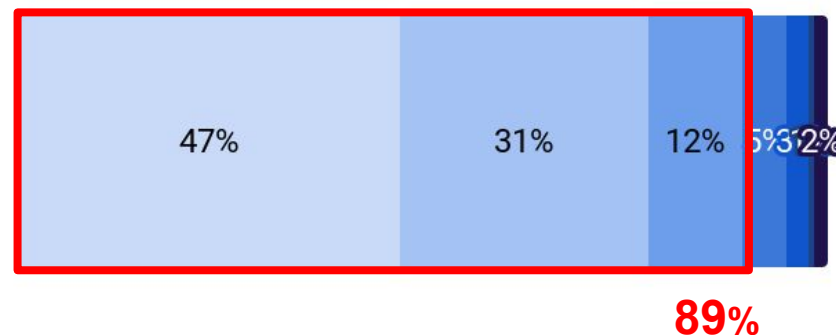
- 調査概要
- 調査内容
- 参考:回答者属性

- 元請けの数は84%が取引先数が10社未満と回答
- 下請けの数は10社未満である事業者が89%を占め3社未満が約半数

図1:現在の取引先の数

元請けの数

下請けの数



3社未満 4~6社 7~9社 10~19社 20~29社 39~50社 50社以上

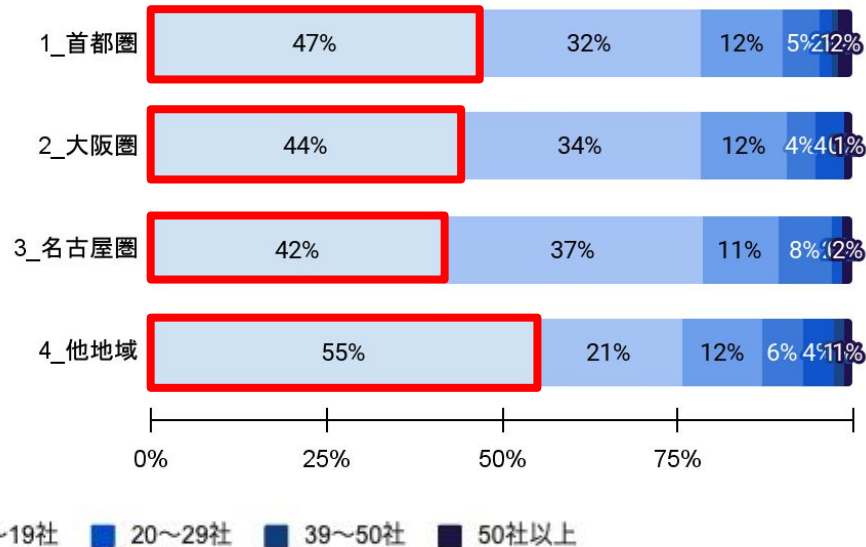
- 元請けの数は大阪圏では首都圏と比較して3社未満という回答が8pt高い
- 下請けの数は3大都市圏で取引先数の構成比は大きく変わらない一方で、他地域は3社未満との取引の事業者が55%と高い傾向

図2:地域別、現在の取引先の数

元請けの数



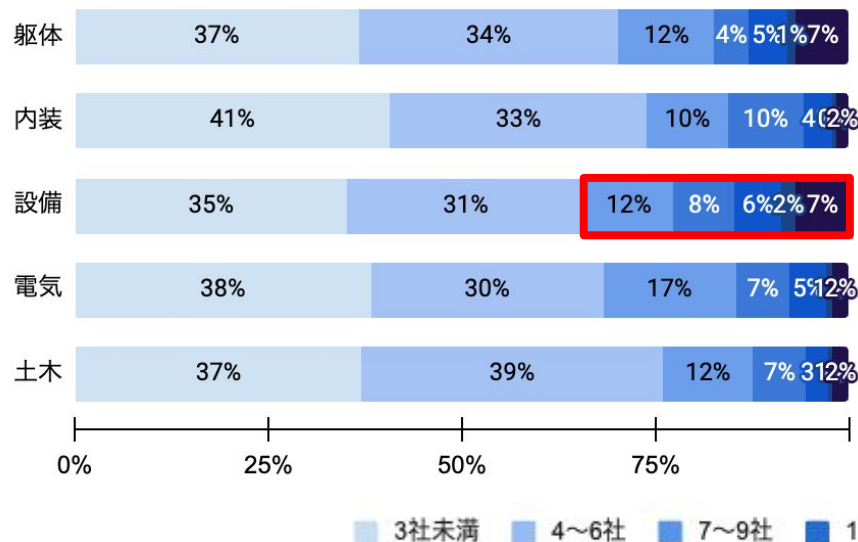
下請けの数



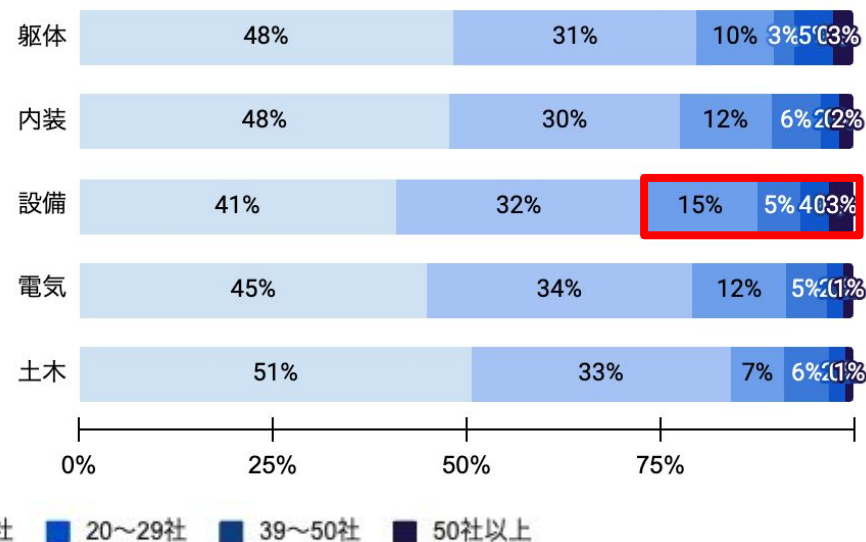
- 元請けの数は取引先が7社以上という回答が設備職種で27%と他職種と比較して高い
- 下請けの数は取引先が7社以上という回答が設備職種で27%と他職種と比較して高い

図3: 職種別、現在の取引先の数

元請けの数



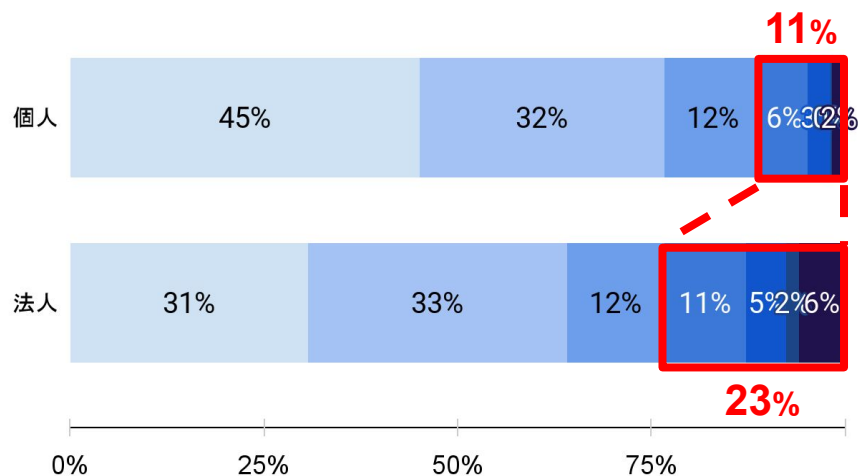
下請けの数



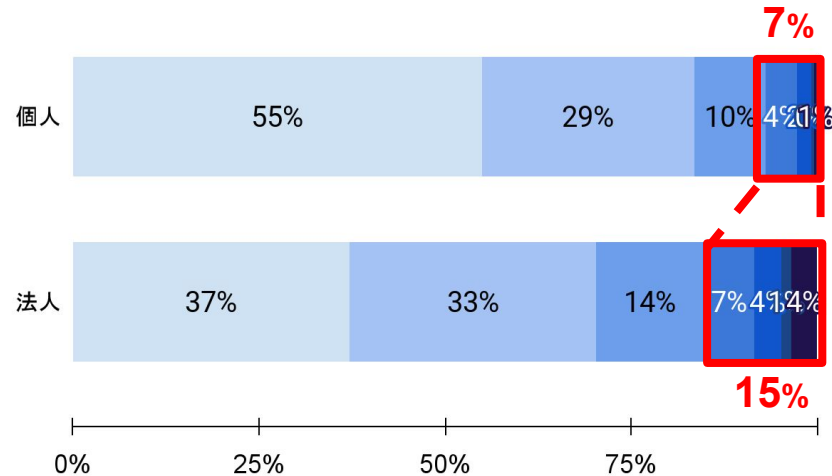
- 元請けの数は、取引先が10社以上という回答が法人が個人と比較して12pt高い
- 下請けの数は、取引社数が10社以上という回答が法人が個人と比較して8pt高い

図4:雇用形態別、現在の取引先の数

元請けの数



下請けの数

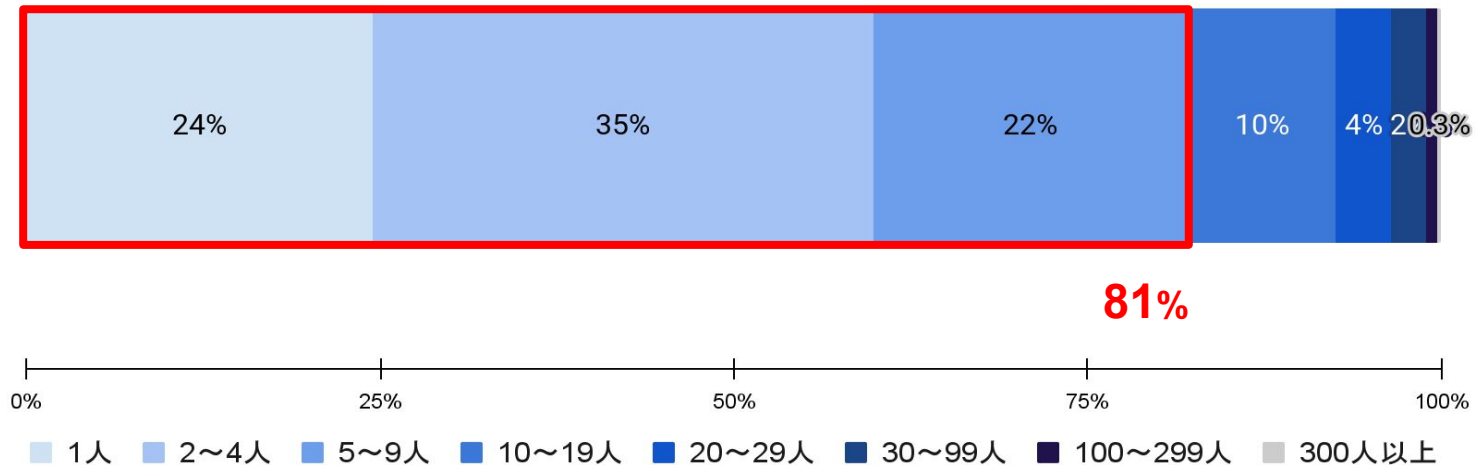


■ 3社未満
 ■ 4~6社
 ■ 7~9社
 ■ 10~19社
 ■ 20~29社
 ■ 39~50社
 ■ 50社以上

助太刀アンケート 元請: n=826、下請: n=694

- 下請けの会社規模は、「2-4名」が最も高く35%、次いで「1人」が24%となり、10名未満の下請け先との取引が81%を占める

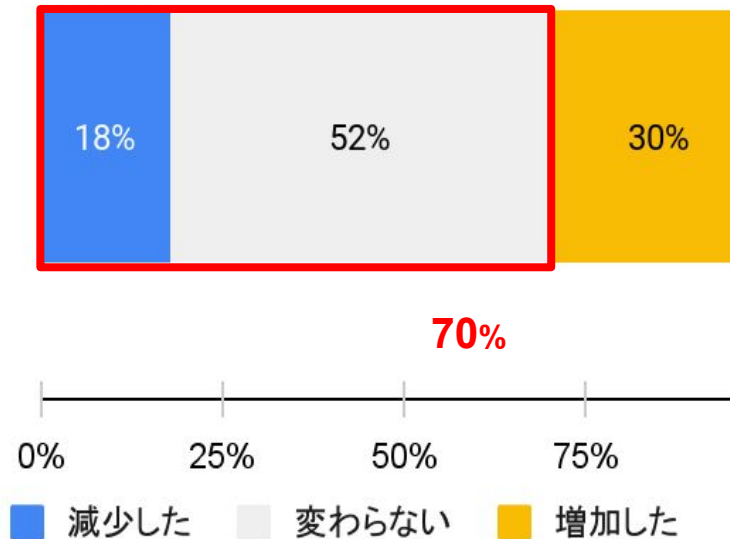
図5: 下請けの会社規模



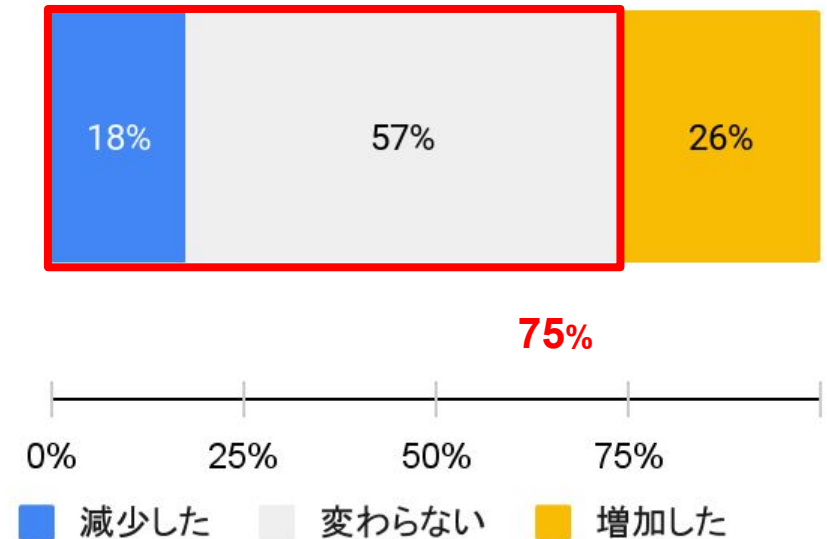
- 元請けの数は18%が「減少した」と回答し「変わらない」と合わせると70%を占める。
- 下請けの数は18%が「減少した」と回答し「変わらない」と合わせると75%を占める
- 直近10年の取引先数の動向は元請け、下請けともに増えていないとの回答が大半

図6:直近10年間の取引先数の増減

直近10年間の元請けの数の動向について



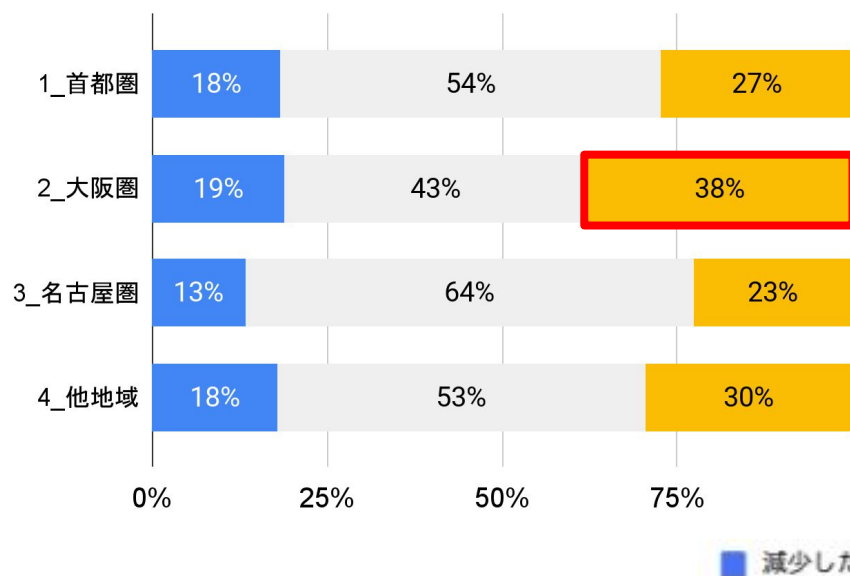
直近10年間の下請けの数の動向について



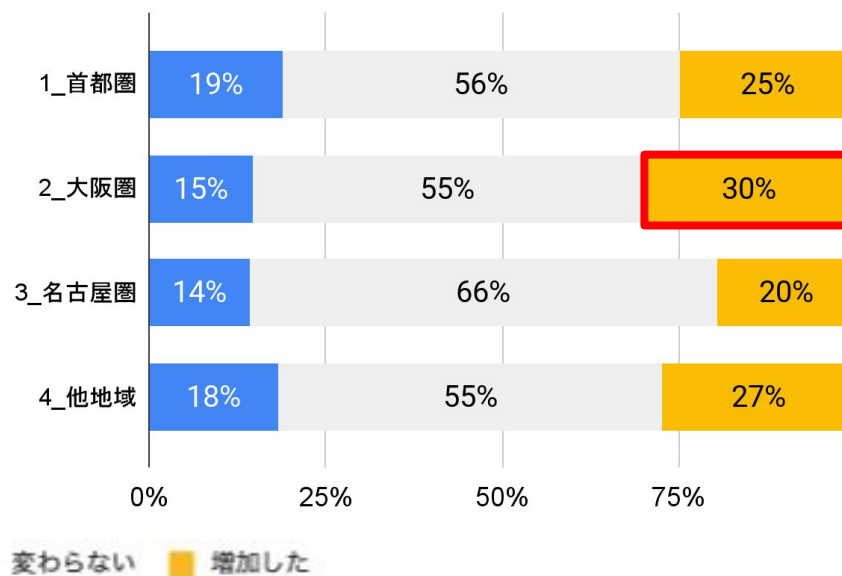
- 元請けの数は大阪圏が38%と他の地域と比較して「増加した」の回答した割合が高い
- 下請けの数は大阪圏が30%と他の地域と比較して「増加した」の回答した割合が高い

図7:地域別、取引先数増減

直近10年間の元請けの数の動向について



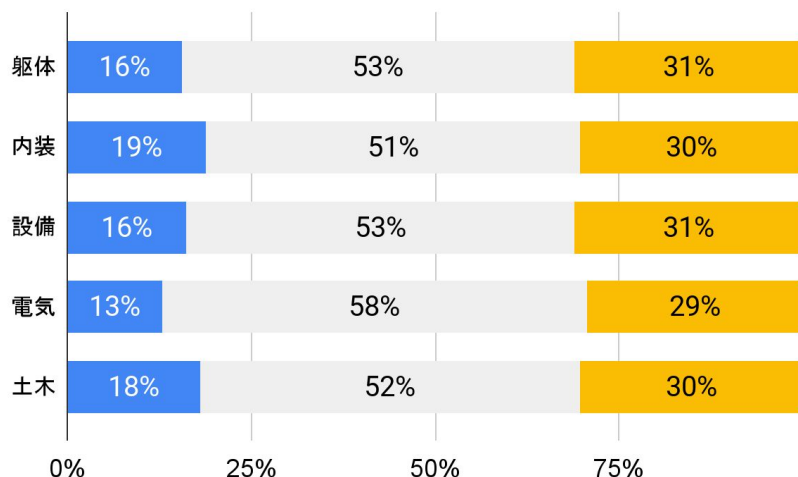
直近10年間の下請けの数の動向について



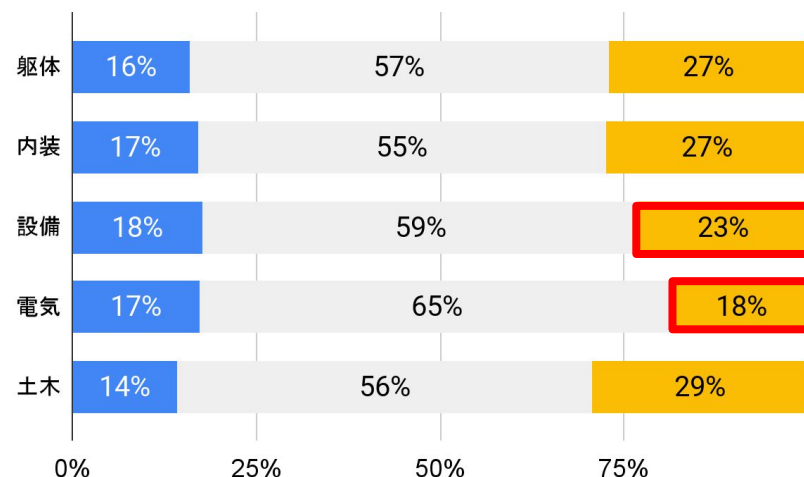
- 元請けの数は職種による差異はあまりみられない
- 下請けの数は「増加した」と回答した割合が設備で22.9%、電気で18.1%と他職種と比較して低い

図8: 職種別、取引先数増減

直近10年間の元請けの数の動向について



直近10年間の下請けの数の動向について

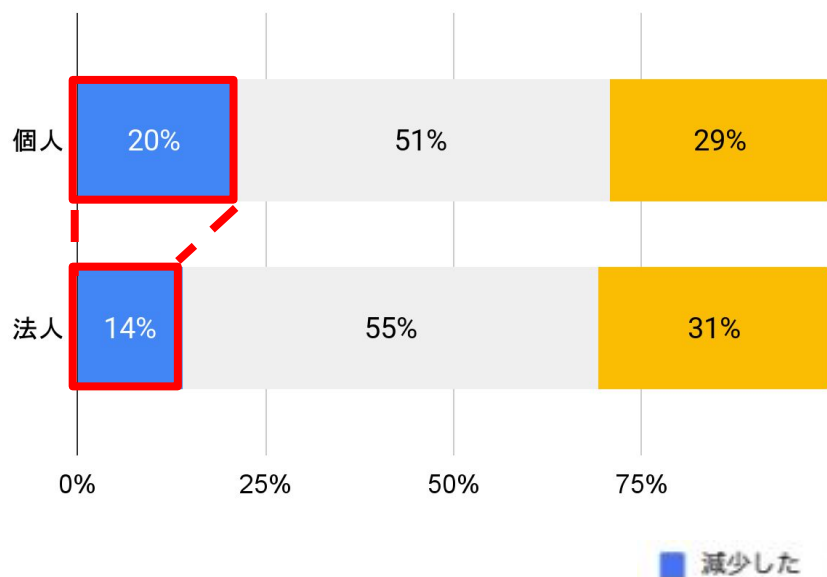


■ 減少した ■ 変わらない ■ 増加した

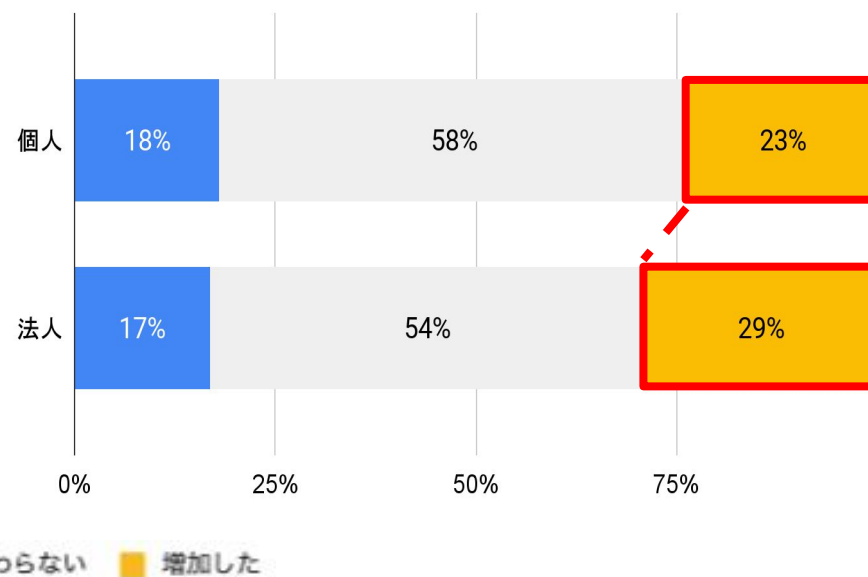
- 元請けの数は「減少した」と回答した割合が個人が法人と比較して6pt高い
- 下請けの数は「増加した」と回答した方が法人が個人と比較し4pt高い

図9:雇用形態別、取引先数増減

直近10年間の元請けの数の動向について



直近10年間の下請けの数の動向について

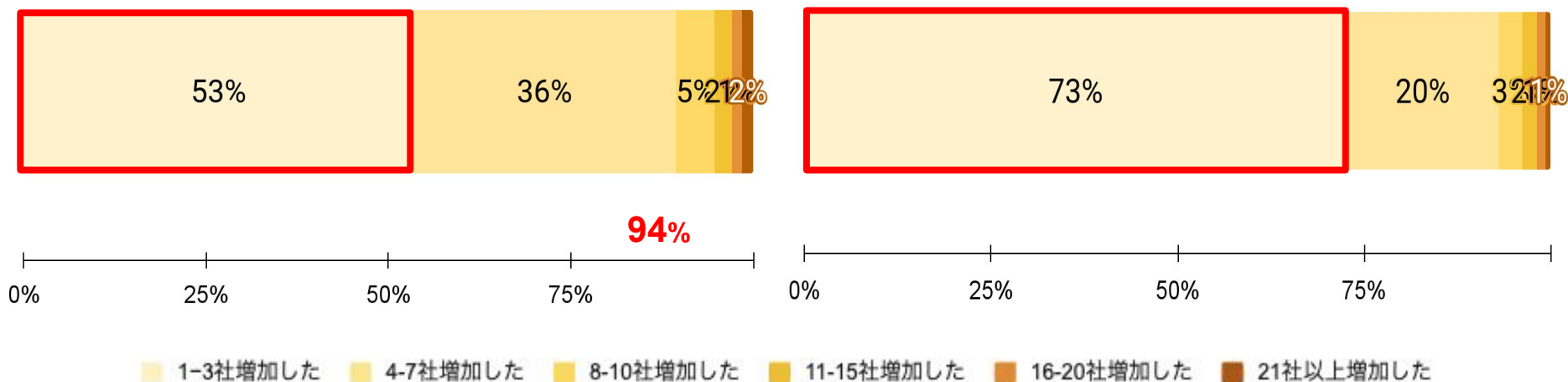


- 元請けの直近10年間の増加数は1~3社という回答が53%
- 下請けの直近10年間の増加数は1~3社という回答が73%

図10:取引状況について(直近10年間の取引先の増加数)

直近10年間の元請けの増加数

直近10年間の下請けの増加数



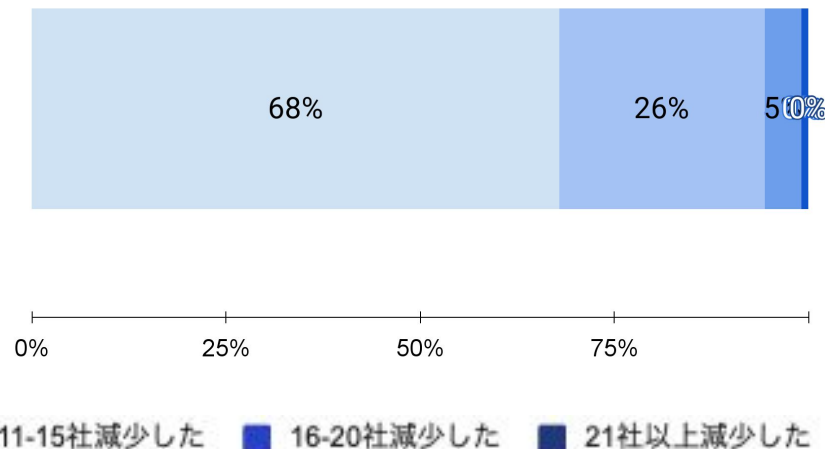
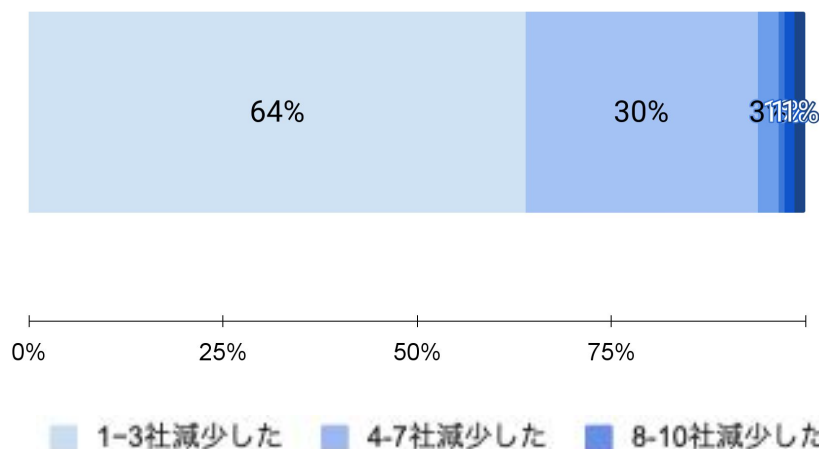
助太刀アンケート 元請:n=246、下請:n=157

- 元請けの減少数は、「1-3社減少した」が最も高く64%、次いで「4-7社減少した」が30%
- 下請けの減少数は、「1-3社減少した」が最も高く68%、次いで「4-7社減少した」が26%

図11:取引状況について(直近10年間の取引先の減少数)

直近10年間の元請けの減少数

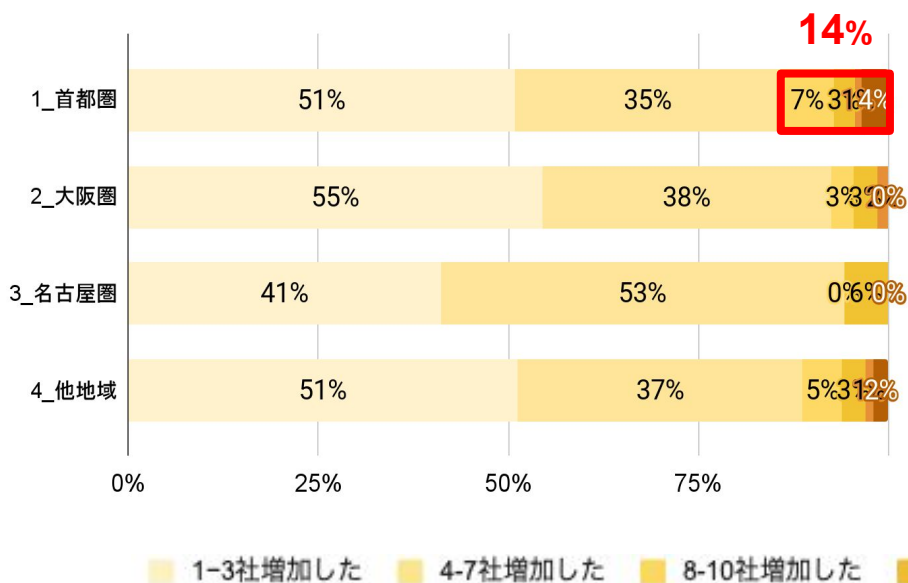
直近10年間の下請けの減少数



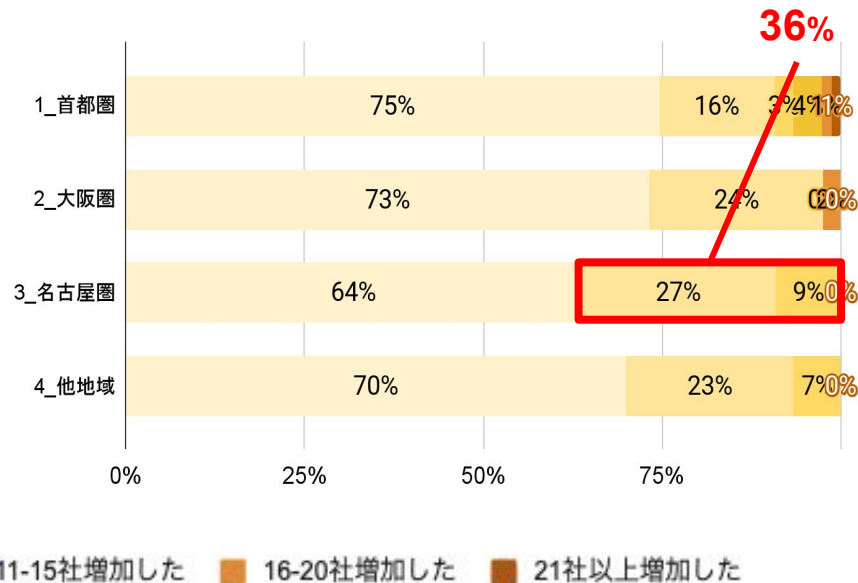
- 元請けの増加数は首都圏で8社以上増加したという回答が14%と他地域と比較して高い
- 下請けの増加数は名古屋圏で4社以上増加したという回答が36%と他地域と比較して高い

図12:地域別、取引先増加数

直近10年間の元請けの増加数



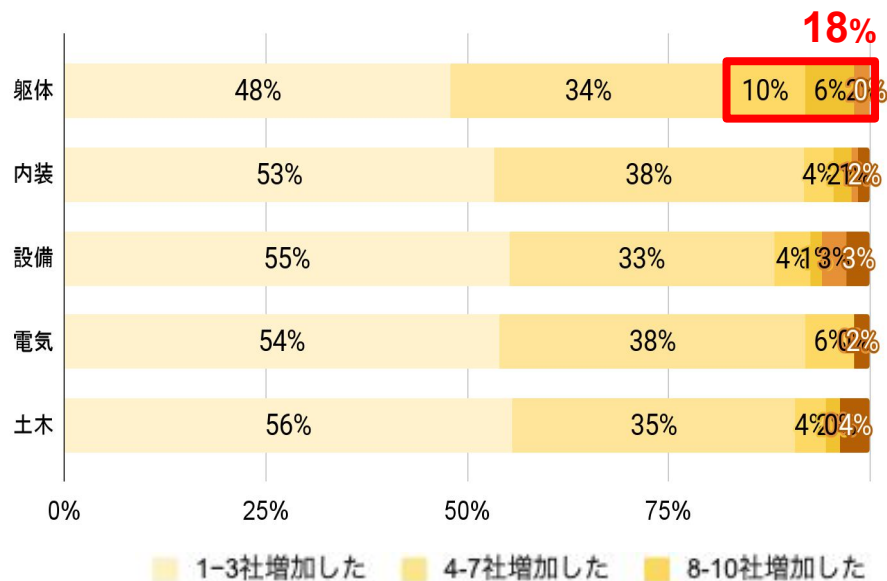
直近10年間の下請けの増加数



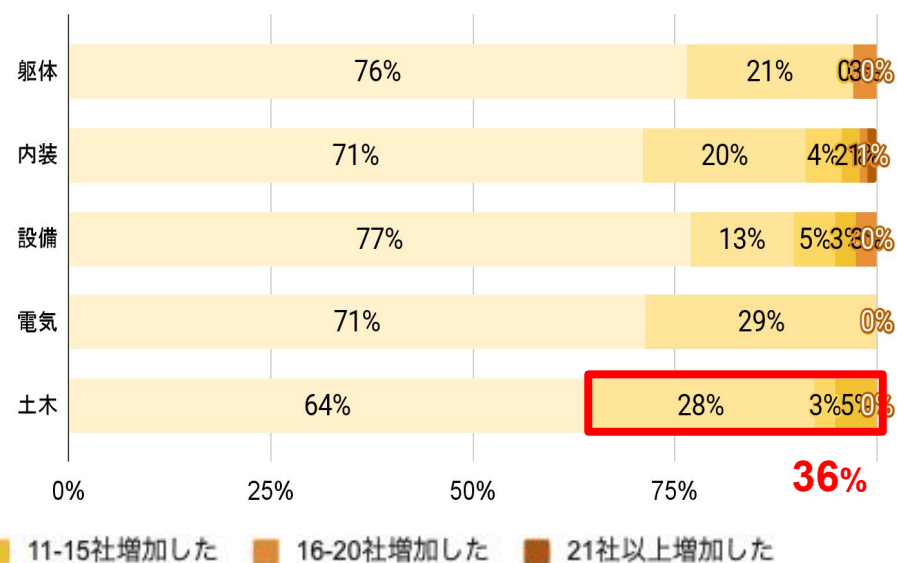
- 元請けの増加数は8社以上増加したと回答した割合が躯体で18.0%と他職種と比較して高い
- 下請けの増加数は4社以上増加したと回答した割合が土木で36%と他職種と比較して高い

図13: 職種別、取引先増加数

直近10年間の元請けの増加数



直近10年間の下請けの増加数

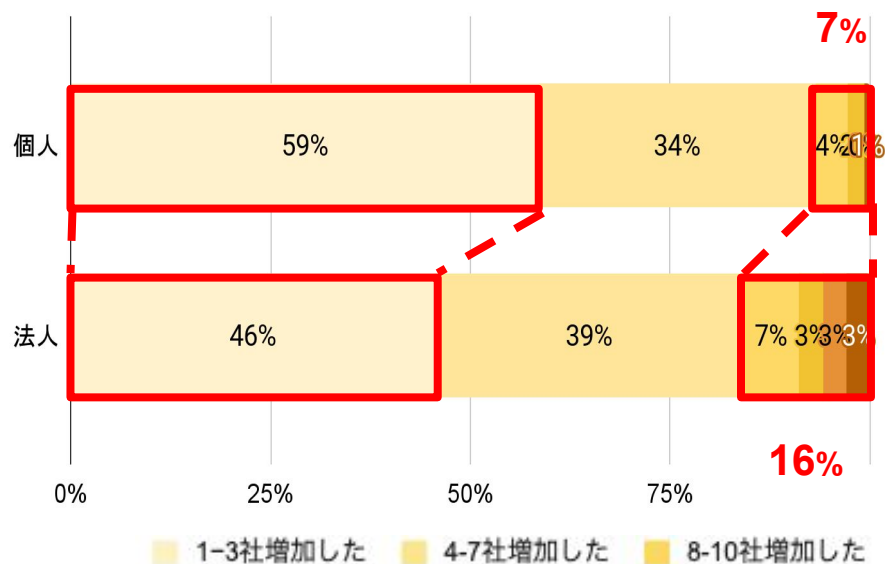


助太刀アンケート 元請: n=246、下請: n=157

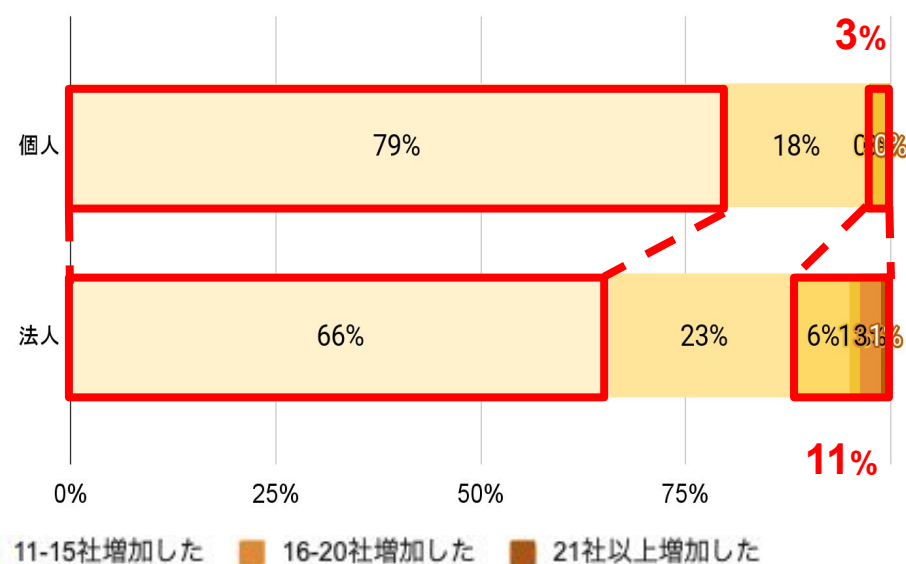
- 元請けの増加数は1-3社増加したという回答は個人の方が法人と比較して13pt高い一方、8社以上増加したという回答は9pt低い
- 下請けの増加数は1-3社増加したという回答は個人の方が法人と比較して14pt高い一方、8社以上増加したという回答は8pt低い

図14:雇用形態別、取引先増加数

直近10年間の元請けの増加数



直近10年間の下請けの増加数



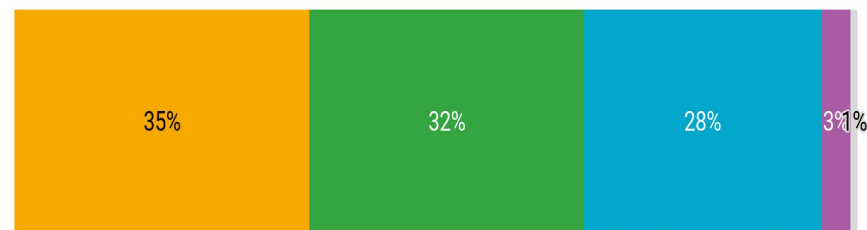
助太刀アンケート 元請:n=246、下請:n=157

- 元請けの増加理由は「規模拡大」が35%と最も多く、次いで「取引先の選択肢の拡大」が32%、「より良い契約条件の取引先を探す」が28%と続く
- 下請けの増加理由は、「事業規模の拡大」が62%と最も多く、次いで「取引を安定させるため」が31%と続く
- その他自由回答では、元請けで「請け方を変えるため」、下請けで「一時的に現場が重なることが多くなったため」といった回答が見受けられた

図15:取引先増加の理由

元請けの増加理由

下請けの増加理由



0% 25% 50% 75%

■ 規模を大きくするため
 ■ 取引先の選択肢を増やすため
 ■ より良い契約条件の取引先を探すため
 ■ 種類（業種・民間・公共、ゼネコン現場など）を増やすため
 ■ その他

0% 25% 50% 75%

■ 事業規模を拡大させるため
 ■ 取引を安定化させるため
 ■ 取引先を集約化することで、コストの減少を図るため
 ■ その他

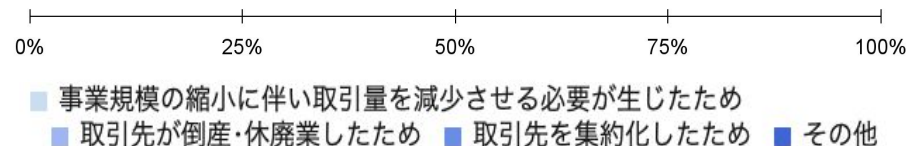
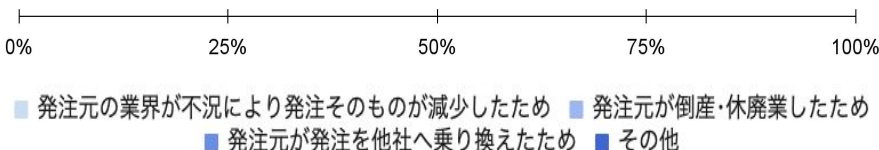
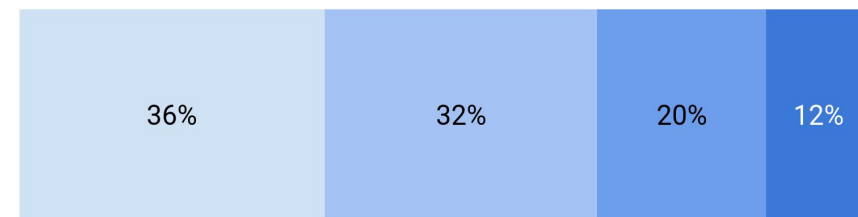
助太刀アンケート 元請：n=246、下請：n=157

- 元請けの減少理由は「不況による発注の減少」が61%と最も多く、次いで「倒産・休廃業」が17%、「発注先の乗り換え」が12%と続く
- 下請けの減少理由は「事業規模の縮小」が36%と最も多く、次いで「倒産・休廃業」が32%、「取引先の集約」が20%と続く
- その他自由回答では、元請けで「2次請け、3次請けの取引先との付き合いを辞めた」、下請側では「インボイス未対応による取引停止」といった回答が見受けられた

図16:取引先減少の理由

元請けの減少理由

下請けの減少理由

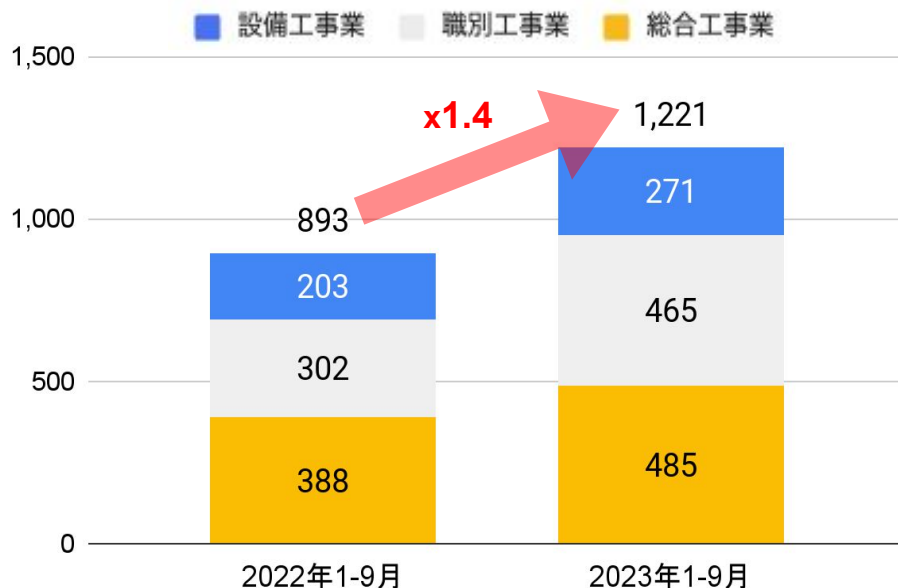


助太刀アンケート 元請:n=246、下請:n=157

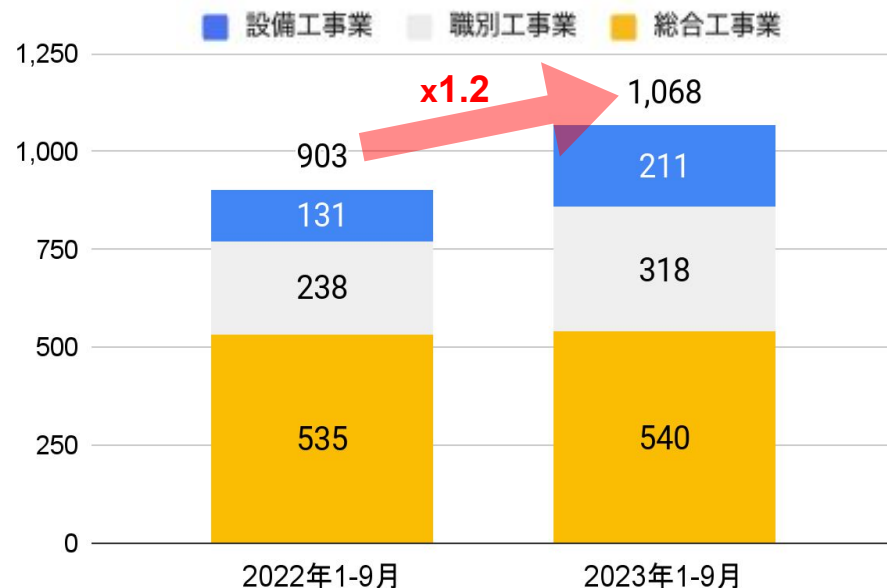
- 2023年1-9月の建設業の倒産は1,221件と、前年同期の約1.4倍に達するなど、建設業の倒産が増加傾向
- 物価高や人手不足で、着工遅れや建築計画自体の見直しなども散見され、今後、コスト負担に耐え切れない小・零細企業を中心に、建設業倒産は増勢をたどる可能性が高まっている

図17:2023年(1-9月)業種別倒産状況

倒産件数



負債総額(単位:億円)

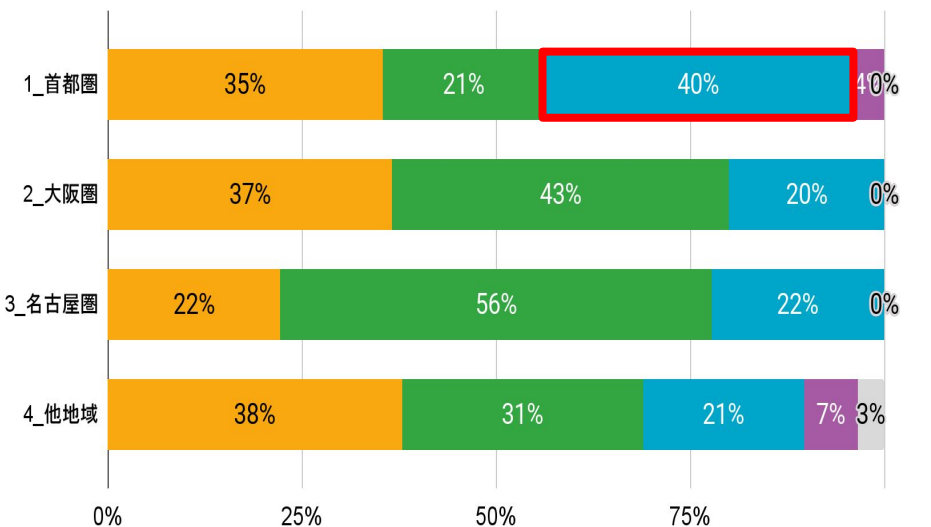


出典:株式会社東京商工リサーチ「2023年1-9月「建設業」倒産1,221件 資材高騰と人手不足で前年同期の1.4倍増」より、助太刀総研にて独自に作成。

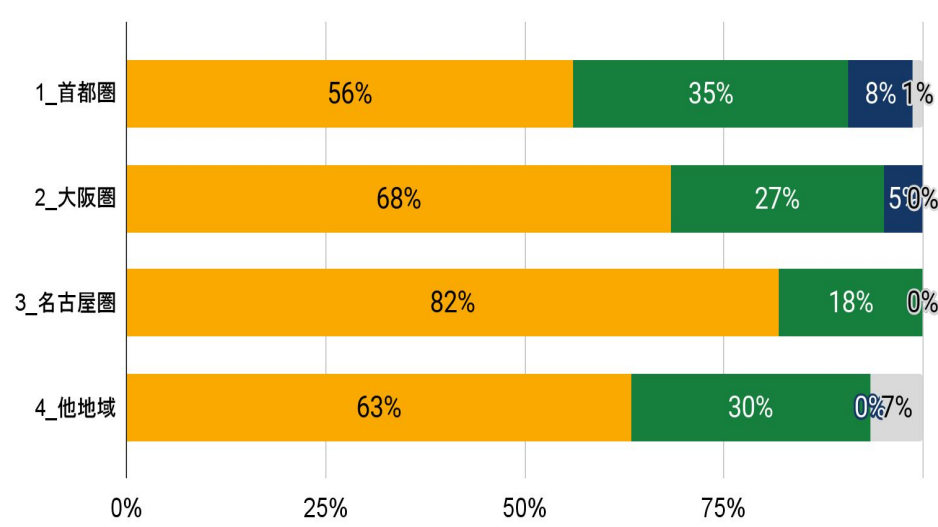
- 元請けの増加理由は首都圏で「より良い契約条件の取引先を探すため」の回答が40%と他地域と比較して高い
- 下請けの増加理由は「事業規模の拡大」、「取引の安定化」という回答が大半を占める

図18: 地域別、取引先増加の理由

元請けの増加理由



下請けの増加理由



■ 規模を大きくするため ■ 取引先の選択肢を増やすため ■ より良い契約条件の取引先を探すため
 ■ 種類(業種、民間・公共、ゼネコン現場など)を増やすため ■ その他

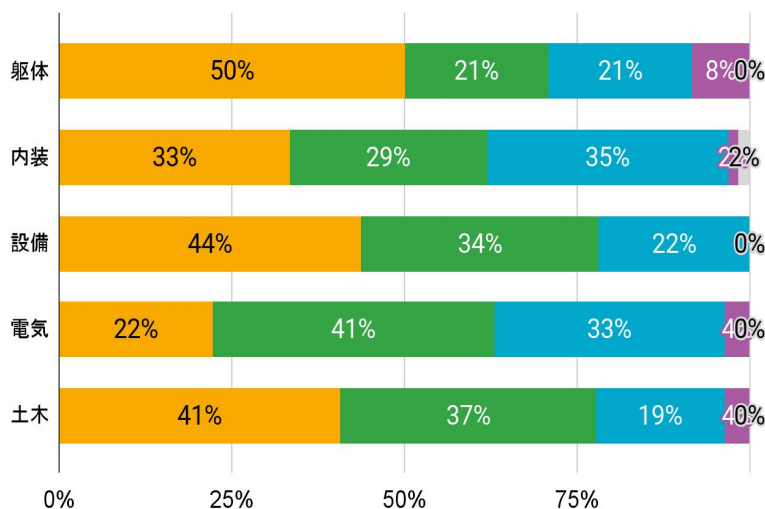
■ 事業規模を拡大させるため ■ 取引を安定化させるため
 ■ 取引先を集約化することで、コストの減少を図るため ■ その他

助太刀アンケート 元請: n=246、下請: n=157

- 元請けの増加理由は、躯体、設備、土木は「規模を大きくするため」と回答した割合が一番高く、内装は「より良い契約条件の取引先を探すため」、電気は「取引先の選択肢を増やすため」が最上位に位置するなど、職種によってばらつきが生まれた

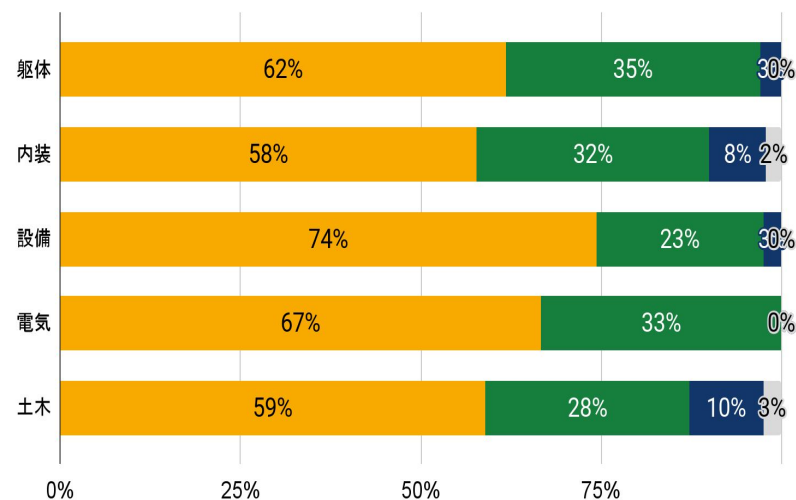
図19: 職種別、取引先増加の理由

元請けの増加理由



■ 規模を大きくするため
 ■ 取引先の選択肢を増やすため
 ■ より良い契約条件の取引先を探すため
 ■ 種類（業種、民間・公共、ゼネコン現場など）を増やすため
 ■ その他

下請けの増加理由



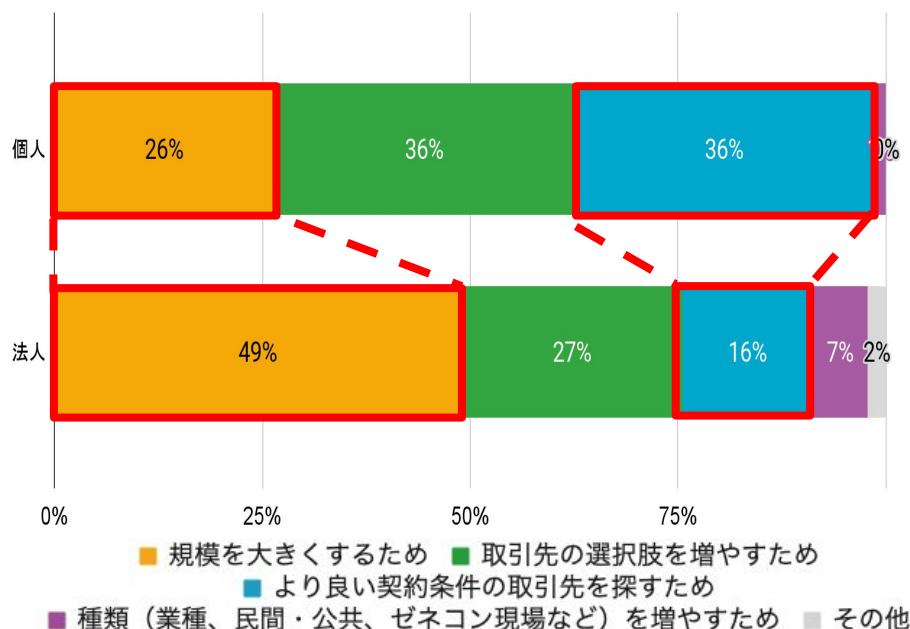
■ 事業規模を拡大させるため
 ■ 取引を安定化させるため
 ■ 取引先を集約化することで、コストの減少を図るため
 ■ その他

助太刀アンケート 元請: n=246、下請: n=157

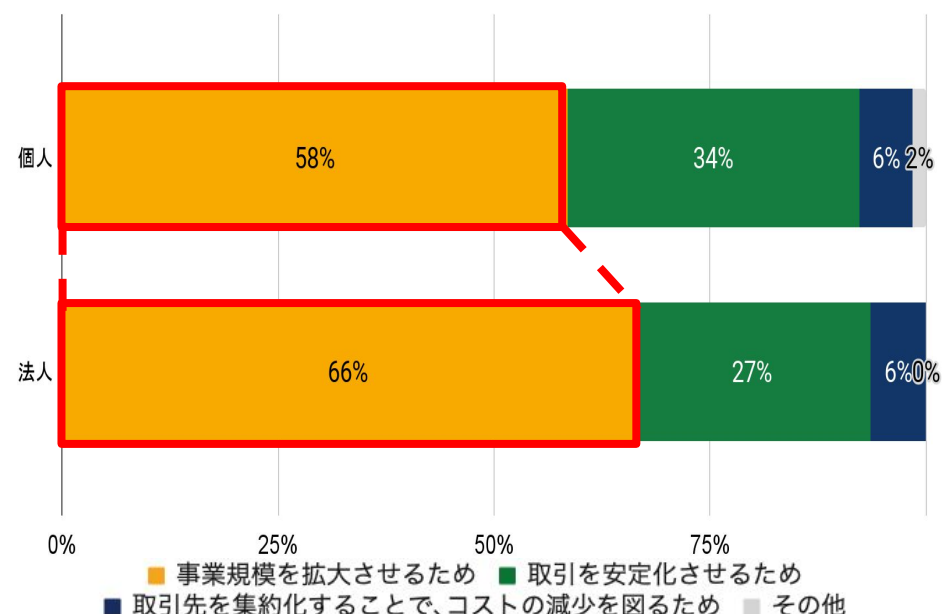
- 元請けの増加理由は、個人事業主は「よりよい契約条件の取引先を探すため」と回答した比率が法人比べて20pt高い一方、「規模を大きくするため」と回答した比率は23pt低い
- 下請けの増加理由は、個人事業主は「事業規模を拡大させるため」と回答した比率が法人比べて20pt高い

図20:雇用形態別、取引先増加の理由

元請けの増加理由



下請けの増加理由

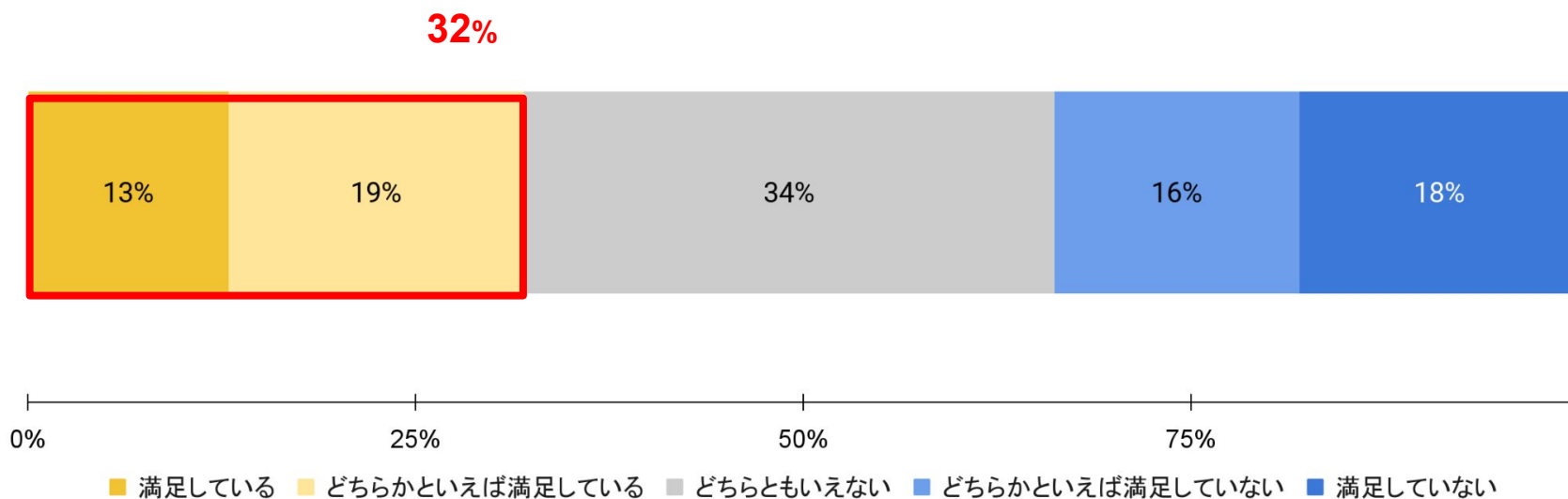


助太刀アンケート 元請: n=246、下請: n=157

- 現在の取引先数に「満足している」、「どちらかといえば満足している」と回答している方は32%に留まる

図21:取引先数の満足度

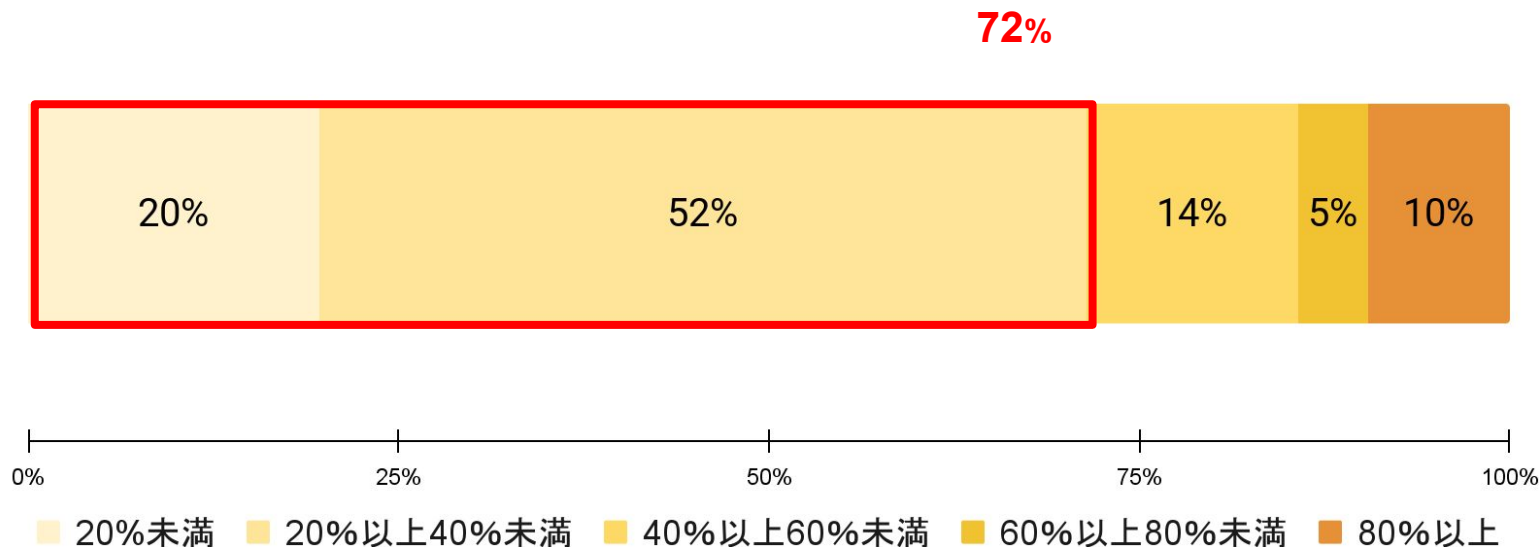
取引先数の満足度



- 過去取引先のうち1年以内に受発注契約を実施した取引先は40%未満である、と回答した事業者が7割を占めた

図22:取引先への受発注契約の割合

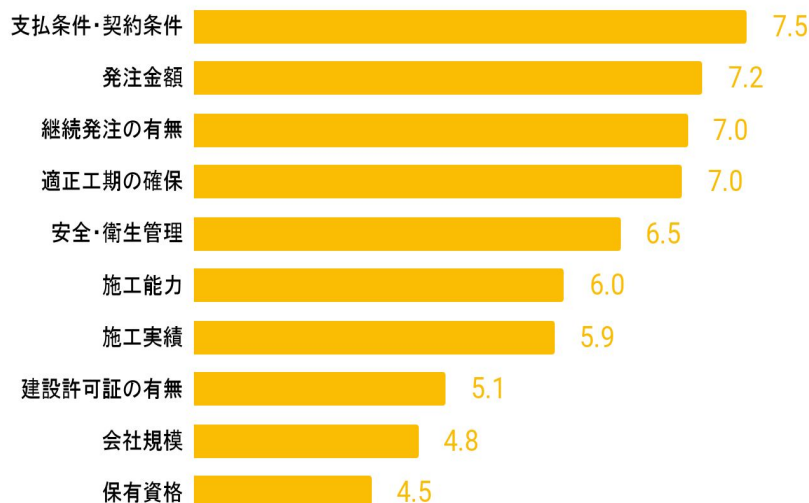
1年以内に受発注契約を実施した取引先の割合について



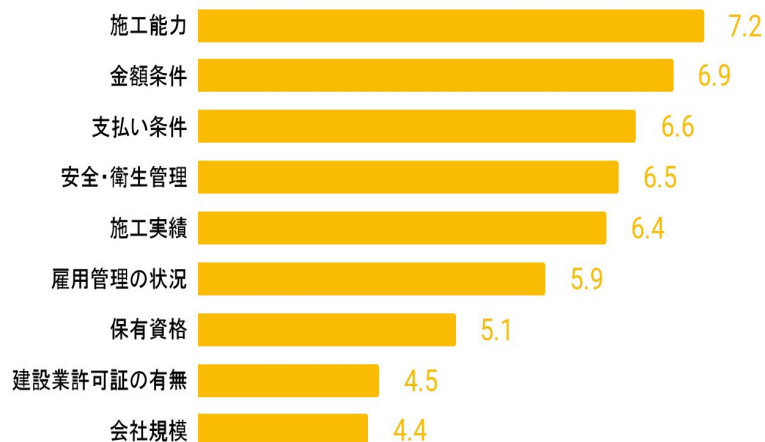
- 元請けは「支払い条件・契約条件」の平均点が最も高く、「発注金額」、「継続発注の有無」と続く
- 下請けは「施工能力」の平均点が最も高く、「金額条件」、「支払い条件」と続く

図23:取引先選定における重視するポイント(重視する要素を10点満点で評価)

元請けを選ぶときに重視するポイント



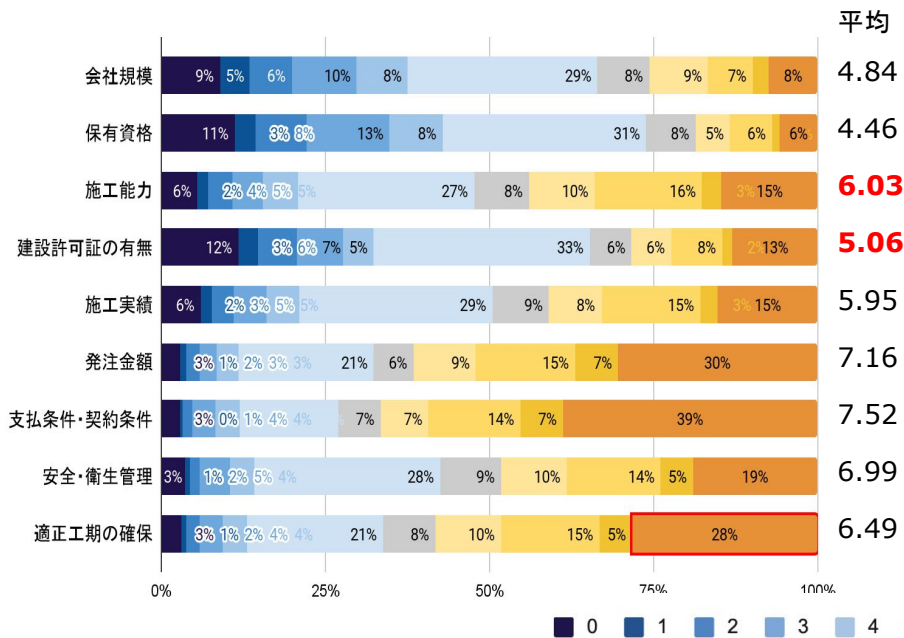
下請けを選ぶときに重視するポイント



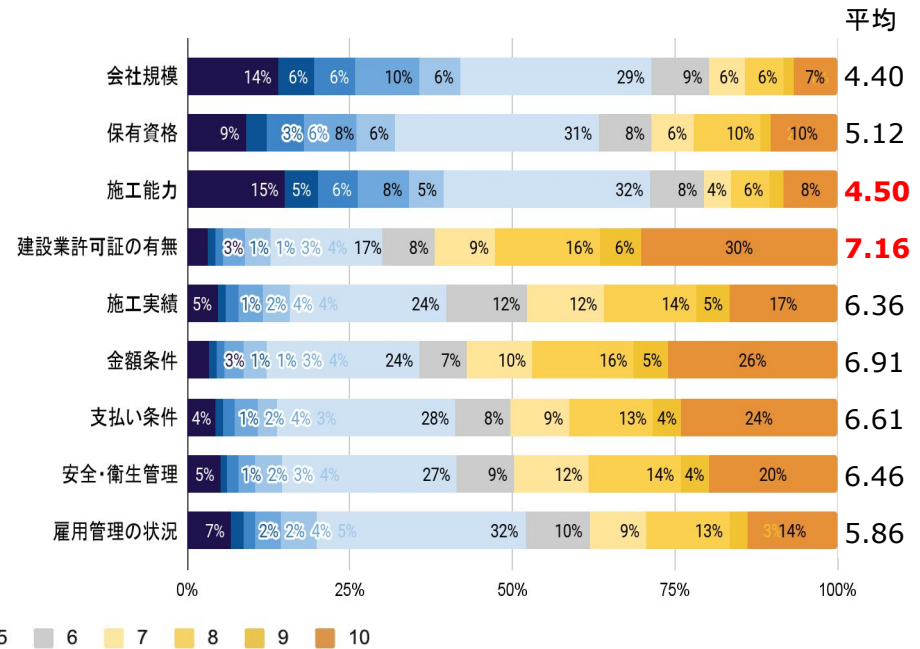
- 元請けの「施工能力」の平均点が下請けと比較して1pt以上高い
- 元請けの「建設業許可証の有無」の平均点が下請けと比較して2pt以上低い
- 元請けの「適正工期の確保」の項目で10点と回答した割合が「発注金額」、「支払条件・契約条件」に次いで高い

図24: 取引先選定における重視するポイント(重視する要素を10点満点で評価)

元請けを選ぶときに重視するポイント



下請けを選ぶときに重視するポイント

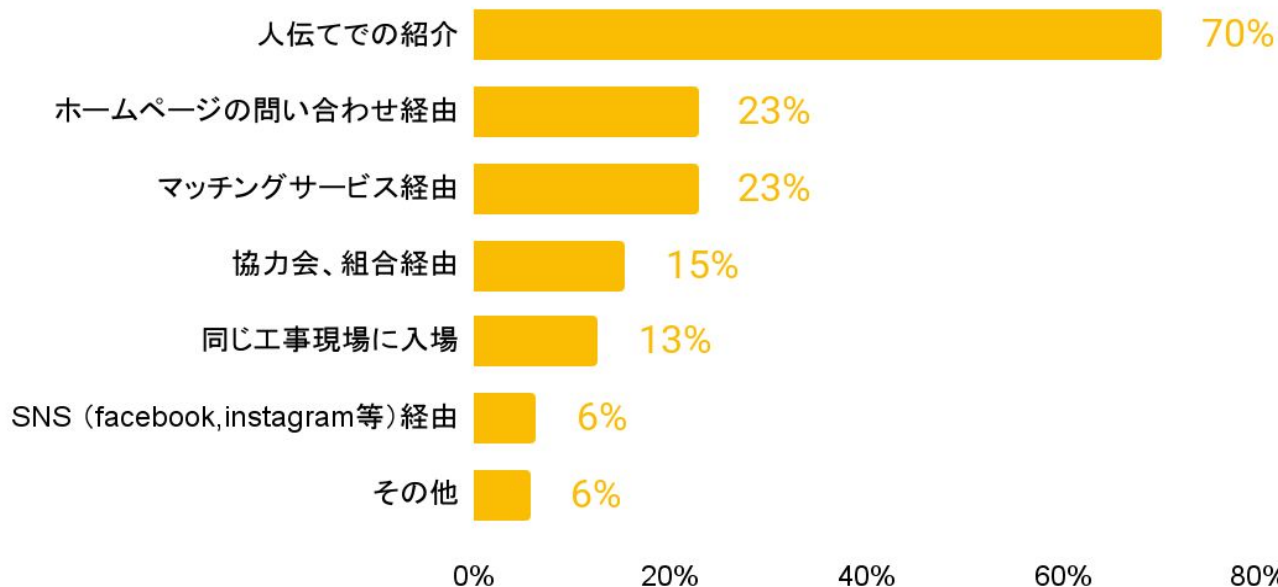


助太刀アンケート 元請:n=826、下請:n=694

- 取引先の開拓経路は「人伝てでの紹介が」が70%と最も多く、次いで「ホームページの問い合わせ」が23%、「マッチングサービス経由」が23%と続く
- 依然として人伝て経由での取引先獲得が多数を占める結果に

図25: 取引先の獲得経路(複数回答)

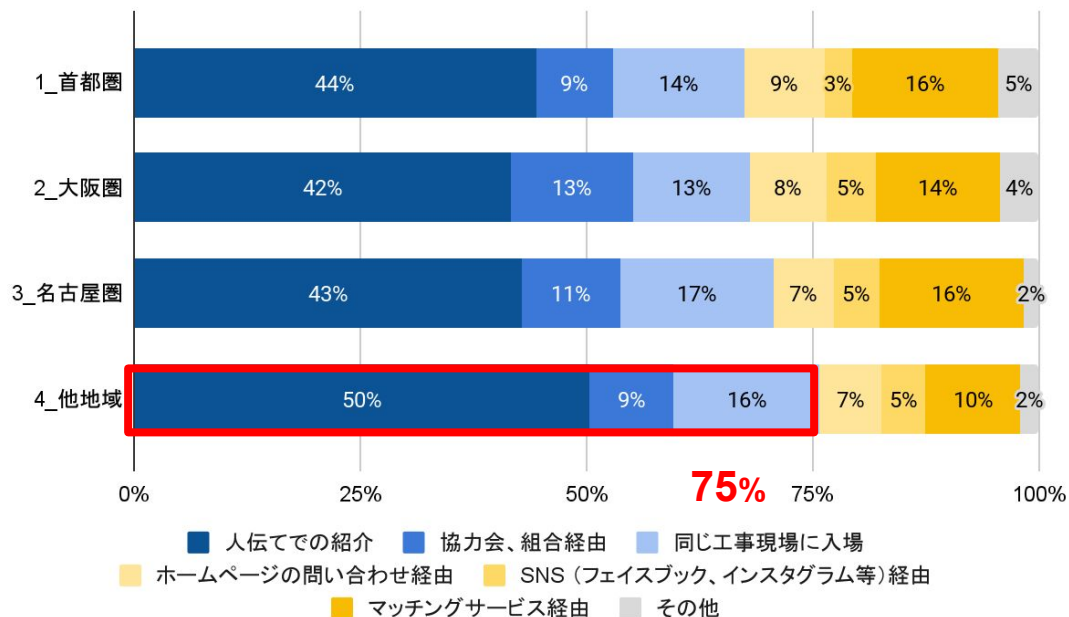
現在の取引先とお付き合いするきっかけ



- 三大都市圏とその他地域で比較すると、地方での既存の関係性からの紹介の回答比率が75%と高い

図26：地域別、取引先の獲得経路(複数回答)

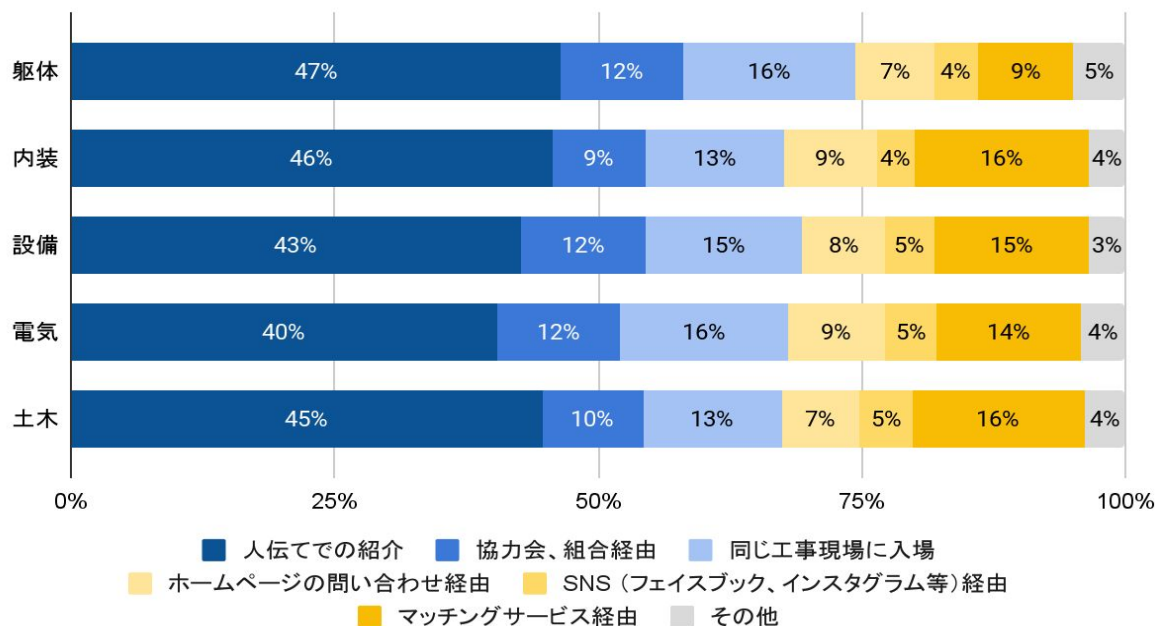
現在の取引先とお付き合いするきっかけ



- 職種別による獲得経路の大きな違いは見受けられない

図27: 職種別、取引先の獲得経路(複数回答)

現在の取引先とお付き合いするきっかけ

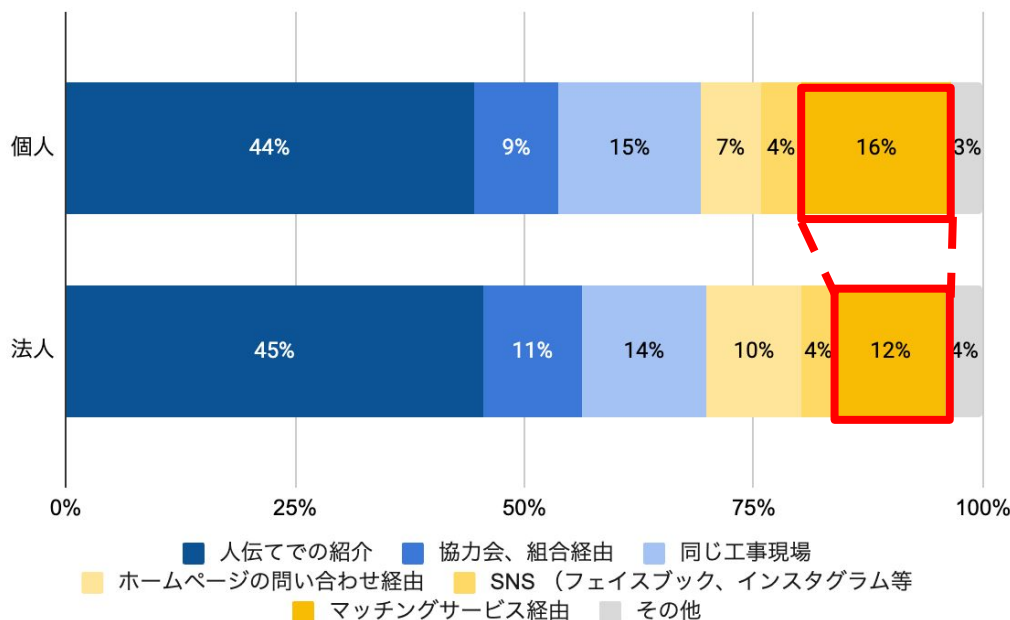


助太刀アンケート n=826

- 「人伝てでの紹介」が個人44%、法人で45%と最も多い
- 個人の方が法人に比べてマッチングサービス経由での取引先開拓の比率が4pt高い

図28：雇用形態別、取引先の獲得経路(複数回答)

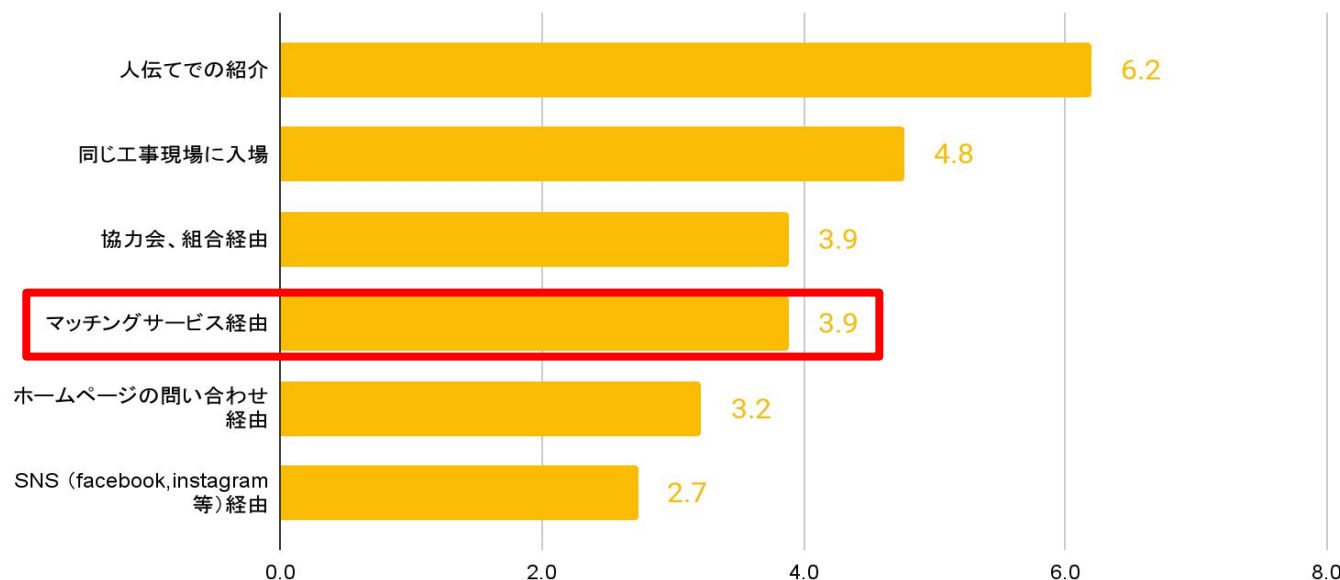
現在の取引先とお付き合いするきっかけ



- 有効性についても「人伝てでの紹介」が6pt以上と他の選択肢と比較して高い
- マッチングサービスが約4ptと従来の関係性に頼らない取引先開拓手法として、一定の有効性があると認識されている可能性

図29:取引先の獲得経路の有効性(有効性を10点満点で評価)%

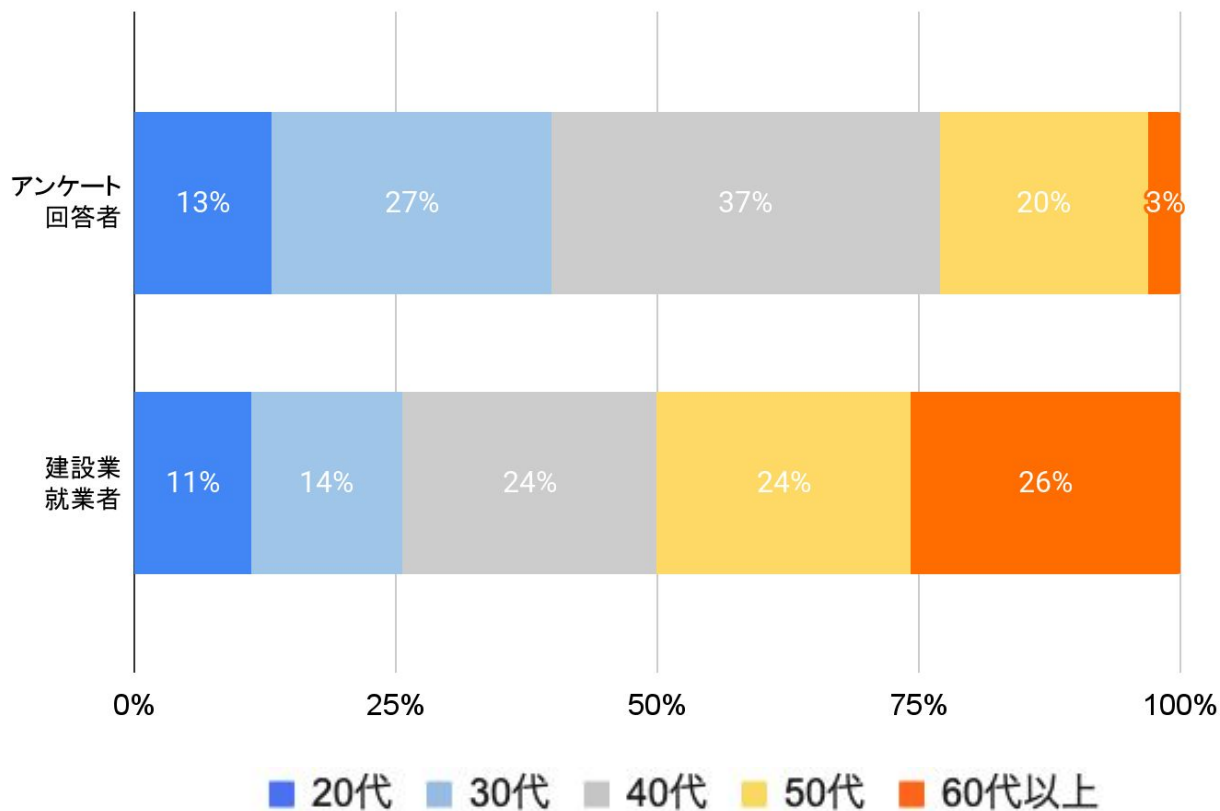
取引先の獲得経路の有効性



- 調査概要
- 調査内容
- 参考:回答者属性

- 建設業就業者全体と比較し、30代・40代の回答占率が高い

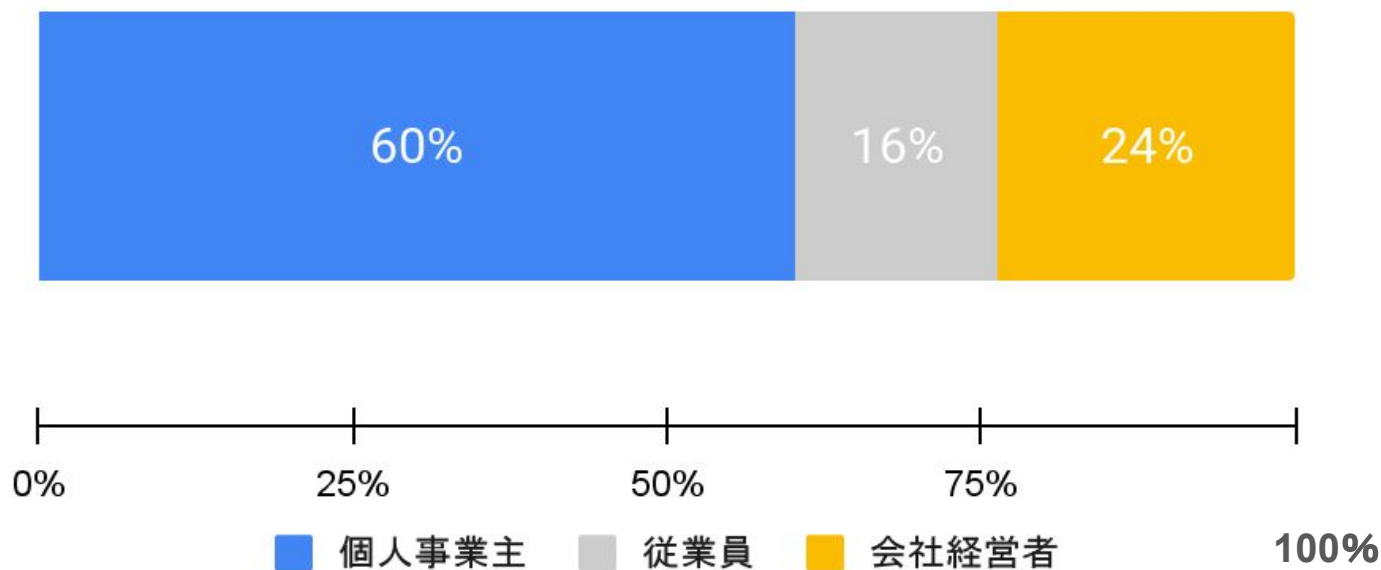
年齢



※建設業就業者年齢は総務省統計局「令和4年労働力調査年報」を参照
助太刀アンケート n=826

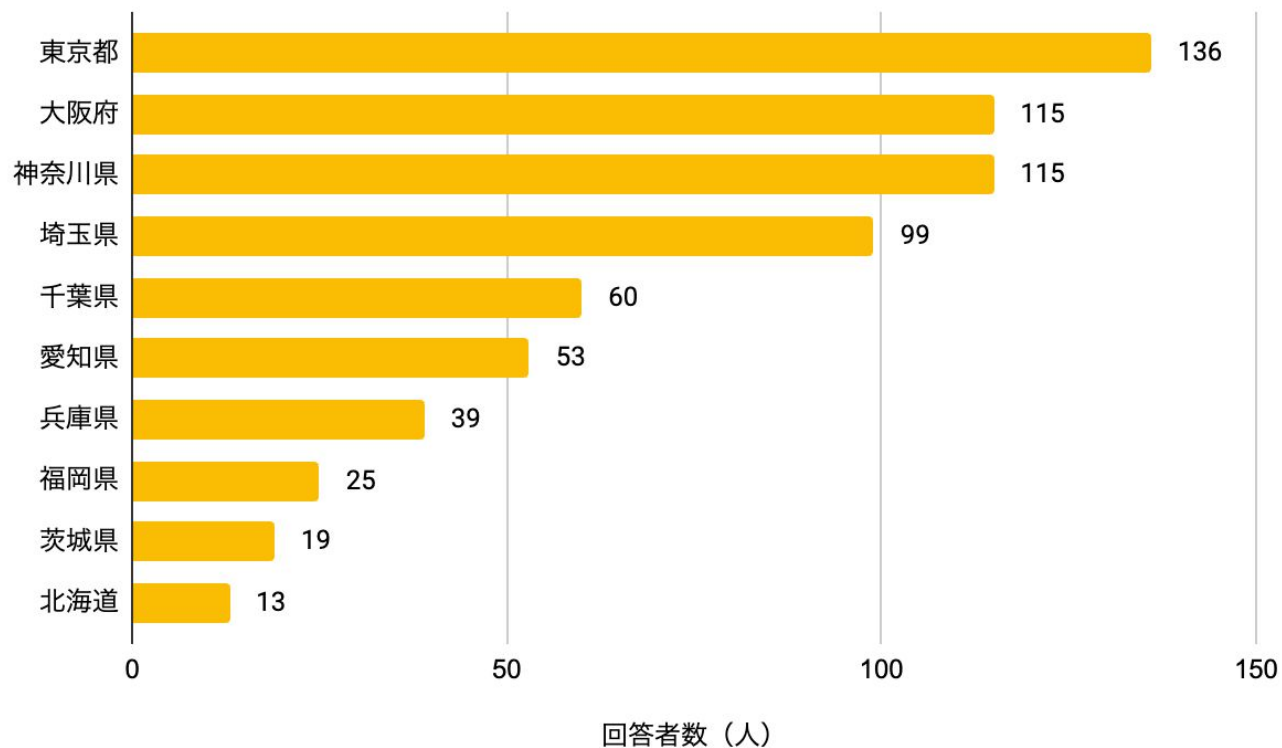
- 個人事業主の回答が60%を占める

雇用形態



- 首都圏(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県)の回答占有率が50%を占める

回答者の居住地 上位10都道府県



- 「建築/内装・仕上げ」を選択した回答が38%

※「建築/内装・仕上げ」:大工、塗装、クロス等

職種

