

Title	エンジニアリング・コンストラクターの競争戦略 - A建設の事例を中心として -
Sub Title	
Author	小野田肇(Onoda, Hajime) 柳原一夫
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1987
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1987年度経営学 第536号 複写許諾が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001987-0536

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

学生氏名

小野田 肇

主査 柳 原 一 夫

(清水建設株式会社)

副査 柴 田 典 男

所属ゼミナール 柳 原 一 夫 研

青 井 倫 一

エンジニアリング・コンストラクターの競争戦略 — A建設の事例を中心として —

本研究の目的は、現在の大手総合建設会社（ゼネコン）の新たな戦略となっているエンジニアリング・コンストラクター（以下EC）の競争戦略に関する可能性と限界を探ることにある。

建設業は、従来、請負業務として、顧客の要求する建物を要求通りに建てることによって、収益を上げてきた。したがって、そこでの競争は、コスト・品質・工期であった。しかし、環境の変化に伴い、ゼネコン各社は企画から設計・施工、そしてメンテナンスに至るまでのトータル・エンジニアリングを担うEC化を推進するようになり、競争の要因がハードから、その周辺部分のソフトへと移っていった。しかし、そこでも、EC化、多角化、国際化等の戦略的対応や、研究開発の方向はどこも同じような行動を示しており、各社とも独自性を出せないまま、依然として厳しい過当競争が続いている。その中で、競争力をつけ、他社と差別化をするためには、営業力が重要な鍵を握ると考えられる。しかし、現在の建設業の営業は、依然として古い体質の「御用聞き」型のみである。そこで、A建設の事例を研究し、現在の受注までのプロセスを把握した上で、現状の問題点を探る。さらに、営業力を強化した事例として、住友銀行の「RM制度」を研究し、A建設への「RM制度」導入の限界と可能性を考察し、新たな営業力強化のためのA建設への改善案を提言する。