

資材等の共同購入についての

報 告 書

平成 1 7 年 1 2 月

社団法人 大阪建設業協会
経 営 委 員 会
資材等の共同購入検討部会

はじめに

中小建設企業の多くは、近年の建設投資大幅削減により厳しい経営状態が続いており、高い技術力と資本力を有する大手建設企業に比べ、中小建設企業は非常に苦しい経営環境にある。これを打開するため、企業単位では限界のある課題に対して、複数企業との連携による共有化や合理化などを模索することにより、新しいシステムとして構築し、発展させる必要がある。

その1つの手段として、複数企業が連携し、大手建設企業との価格差を埋めるべく、大量かつ安定的に資材の共同購入を行う事により、安価な建築資材を購入する事ができるかを検討するため、平成16年6月、経営委員会14社の購買業務担当者により「資材等の共同購入検討部会」が発足した。

部会では毎月1回の例会を開催し、共同購入を行うにあたり、まず、各社の共通資材となる鉄筋工事で使用する異形丸鋼を取り上げた。その他、ALCや建具、タイル・石等の資材についても、どのような方法で共同購入が可能か、また商社とではどのような取り組みができるか、どのような単価で購入できるか等の協議を行った。その中で、商社や代理店との交渉窓口となる事務局設立の必要性や、各社の必要量、必要時期（納入時期）、単価取決めの時期等の諸問題、在庫を確保しなければならなくなった場合の保管場所、各社の支払い条件（締切日、支払日、手形の有無、サイト）等、解決しなければならない問題が多く挙がってきた。

また、共同購入について商社側の意見を把握するため、商社への聞き取り調査を行った。さらに、エアコン等家電の共同購入について家電量販店との懇談、住設機器の共同購入および商社の既製オリジナル商品・共同購入としてのオリジナル商品の開発について住設機器専門商社との懇談を行い、さまざまな面から共同購入の可能性について検討を行った。

その他、複数企業が連携することによる共有化の1つとして、各社の専門業者を共有化することにより、専門業者の育成、互いに不足している専門業者や各社の技術的に弱い部分の強化、技術力・施工力の向上を目的とし「専門業者リスト」を作成した。

この報告書は、共同購入を始めるにあたっての諸問題・オリジナル商品・資材別・商社等との懇談結果・専門業者リストの項目に分け、共同購入を行う上で留意しなければならないさまざまな問題点や可能性を取り纏めたものであり、今後、共同購入を行う際の参考としていただければ幸いである。

目 次

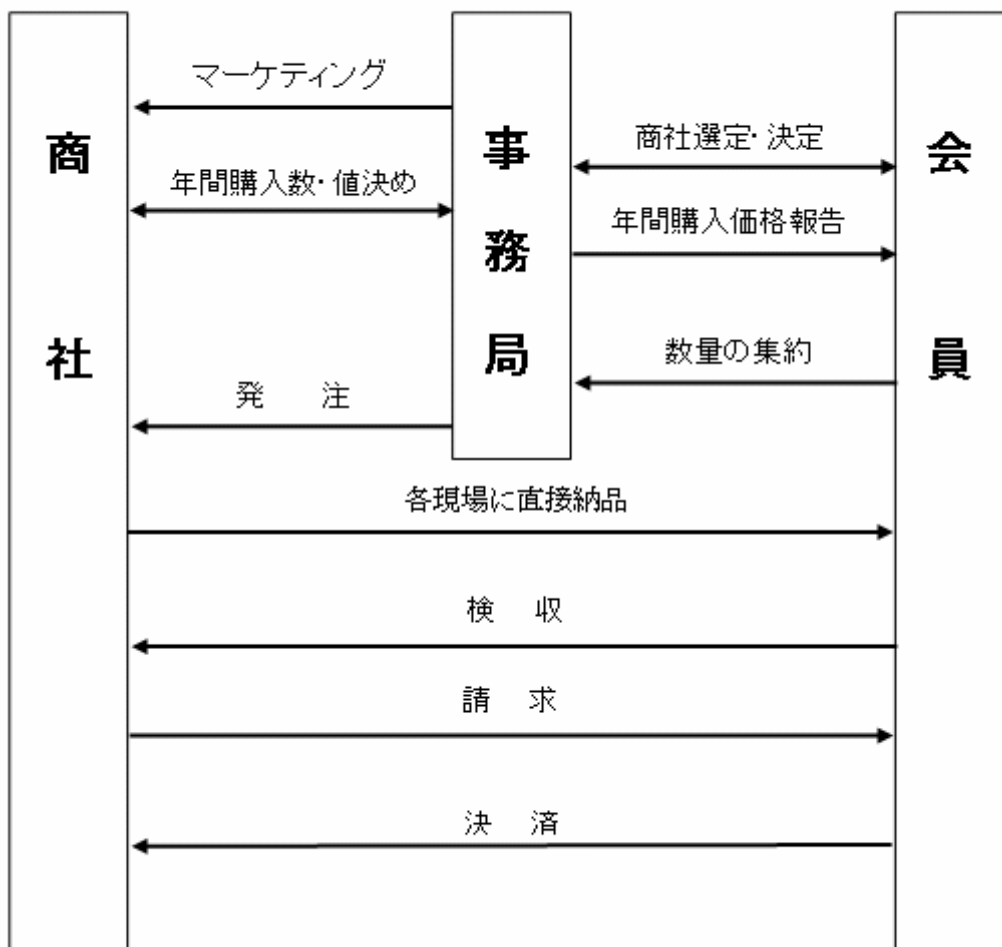
1 . 共同購入を始めるにあたり	1
2 . 事務局設立	2
3 . 商社との取引	5
4 . 倉庫について	7
5 . ローコストのオリジナル商品について	8
6 . 資材別について	9
7 . 商社への聞き取り調査（H16.7.22）鋼材の場合	12
8 . 家電量販店とのエアコンの共同購入についての懇談結果	13
9 . 住設機器専門商社との共同購入についての懇談結果	15
10 . 専門工事業者リストについて	17
11 . まとめ	21

1 . 共同購入を始めるにあたり

共同購入の目的は、参画会社の要求する購入総数量によるボリュームによって安価な資材を購入し、メリットを生み出す事である。そのためには、まず、市場の状況把握や参画会社の資材の購入価格等の情報収集を行い、商社や代理店と取り扱う資材や購入価格等の交渉が必要となる。

また、決済方法や発注、在庫の管理、参画会社への情報提供、入退会時の手続き等の処理を行う必要があり、そのような事を集約して処理できる、事務局（窓口）を設立する必要性がある。

共同購入の流れ(事務局を設立した場合の一例)



2 . 事務局設立

事務局（窓口）設立について

共同購入を実行に移すとして事務局を設立した場合、市場の状況把握、価格決定、決済、発注、在庫管理、参画会社への情報提供、各社の購入価格等の情報収集、入退会等の事務手続き等を行う必要があり、それに対し事務所経費、人件費等の経費が発生する。

参画会社が多ければ多いほど事務局の設立費、運営費の各社の負担は少なくなると思われるが、参画会社が多くなれば、それだけ各社の購入価格の差異や、各社の要求する資材、品質、安全の統一等の諸問題が発生し、各社にメリットの出る資材を選定、提供、供給が困難になる事が考えられる。

ただし、少数（2,3社）の会社で行った場合、各会社のメリットになるものを選定するのは可能で、事務局を作らず、個々のやり取りの範疇で行う事ができれば可能性がある。ボリュームによるコストメリットを考えると、どこまでメリットが出るかの疑問は残るが、検討する余地はある。

また、事務局を構える場所として、参画会社に事務局を置く方法と、事務所を借りる方法があるが、どちらにしても、経費がかかる。

事務局の専任者について

事務局員は各社より専任者を派遣する方法と、第三者を専任者として置く方法がある。

各社より専任者を派遣する場合、全ての参画会社から1名ずつ派遣する方法、または、2～3社の派遣会社を決め、持ち回る方法が考えられる。しかし、どちらにしても従来どおりの業務を務めながら事務局の業務を兼務する必要があり、派遣には難がある。また、商社とのやり取りの中で派遣会社に優位に働き公平性を欠く恐れもでてくる。

第三者を専任者とした場合、取り引きに当たる全ての権限を第三者に委ねる方法と、価格などを決定する委員会を事務局に設置し、第三者は委員会の決定事項に基づき業務を行う方法がある。

第三者に権限を委ねた場合、市場の現状把握や決済、各社の購入価格や要望収集、商社

との値交渉等の業務が必要となり、相当な力量が求められ、採用の際は慎重になる必要がある。また、参画会社は価格決定、決済、発注等、第三者に一任しなければならない。

取り扱う資材に対しても、各社の購入価格より安価でなければ共同購入をする上でメリットが生まれないため、各社の取り扱う資材の仕入値等、他の参画会社に知られたくない情報を開示し、検討する必要がある。

取り扱う資材と専任者の規模について

各社がメリットを感じる資材はそれぞれ違い、全社にメリットが生まれる資材を選定するのは非常に困難と思われる。各社のメリットを考えると複数の資材を取り扱い、全社が満足できるようにする必要がある。しかし、それに伴い、取り扱う資材の種類・量によって事務局の規模を考える必要がある。

また、少数・少量の資材の取り扱いでは、人件費、必要経費が償却できなくなる可能性もある。

事務局の維持管理費について

事務局の維持管理にかかる経費負担については、大きな問題があるように思われる。出資金を各社一律にする方法と、共同購入扱い高により負担割合を決める方法がある。

維持管理費負担を一律にした場合、各社の共同購入扱い高の差により、デメリットが生まれる会社がでてくる。そのため、扱い高の少ない会社は退会する恐れがある。

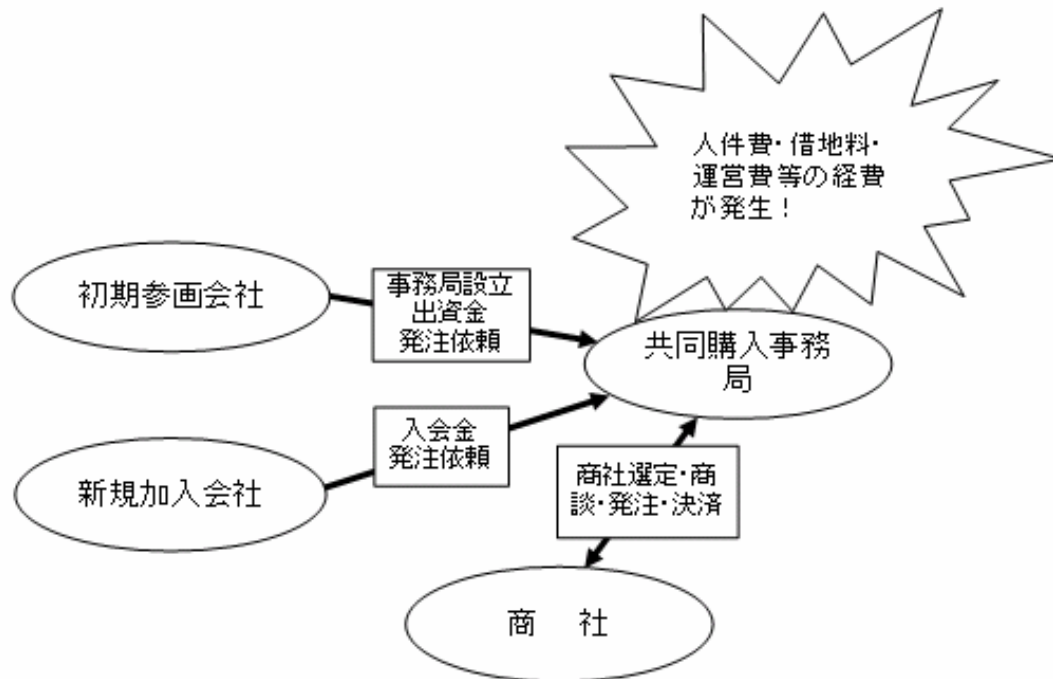
扱い高の差により経費負担の割合を決める場合、各社に経費負担額に差が生まれ、共同購入に対し結束が崩れる可能性がある。

どちらにしても、参画会社が少ない場合や各社の負担が大きくなりメリットは生まれないと考えられる。

その他

事務局の運営形態によっては、参画会社の倒産等があった場合のことを考え、後に、問

題が起こらないためにも、まず設立時に参画会社・他の入会規則・方法、また出資金や入会金をどうするか、逆に退会時の返済、倒産等による事務局での損害、および処理方法・担保金のプール等、細目に渡り取り決めておく必要がある。



3 . 商社との取引

商社との信頼関係について

商社との付き合いは、基本的に永年の信頼関係によるつながりが大きく作用してくる。新しくできた事務局と商社との間に信頼関係が直ぐに生まれるとは考えにくく、設立当初からそれほどメリットが生まれるとは思えない。軌道に乗り商社との信頼関係ができればメリットが生まれる可能性がある。

商社との契約で、予想年間総購入数により割引率を決め、事務局を仲介し、各社の発注時の相場に応じてメリットを考慮した金額を決定し、商社より各現場に直接搬送してもらう事が望ましくなる。しかし、予想年間総購入数より実際の年間購入数が上回った場合、在庫が無くなり、時期によっては購入できない会社が出てくることや、下回った場合、残分の処理または、次年度のボリュームによる割引率が低くなる等、デメリットとなる事も考えられ、そのようなことを考慮してくれる商社を選ぶ必要がある。

支払い条件について

各社の支払い条件はさまざまであるが、商社との取引上、基本的には各社の締切日・支払日・手形期日・現金手形率・現金払い等を統一することが望まれる。事務局で、手形や現金等、各社さまざまな諸条件で処理ができれば統一する必要はないが、事務局に、それに相当する資金や専任者の労力が必要となる。

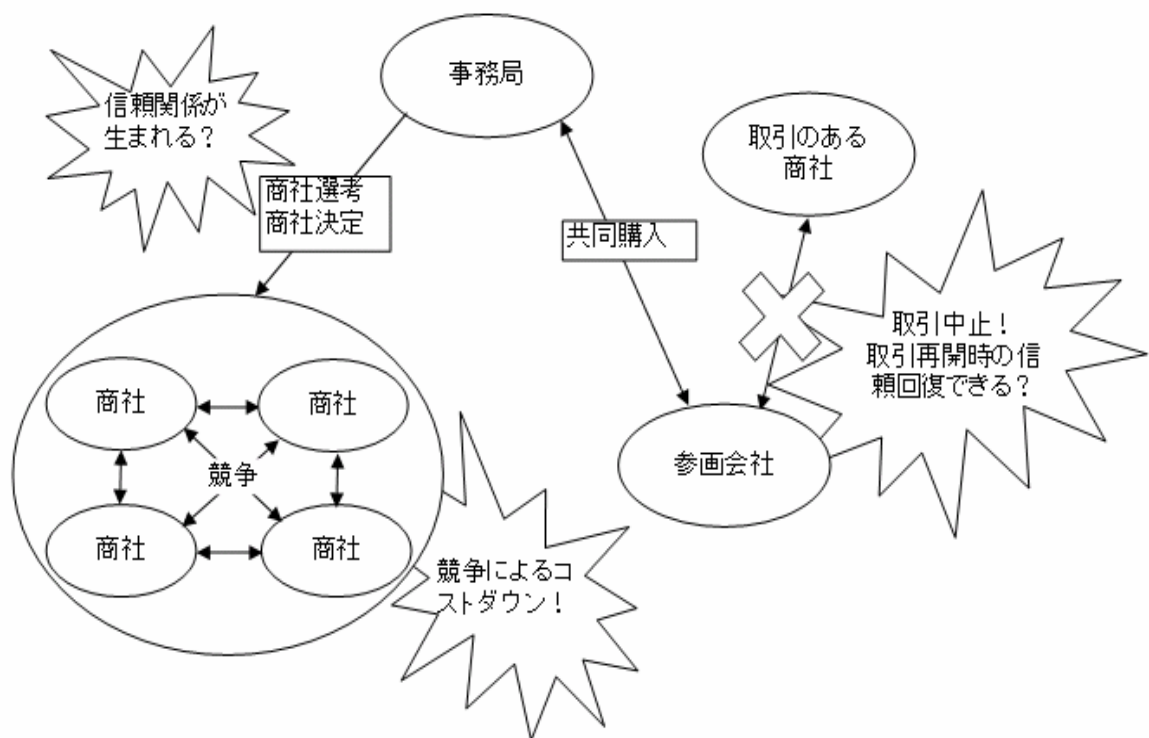
商社の選定について

共同購入は、ボリュームによりコストメリットを生み出す事を目的として考えると、一つの資材に対し取り引きする商社・メーカー等は一社に絞られてくる。

しかし、メーカーを1社に絞るとして、独占企業、そして倒産等の問題の発生も考えられる。また、大メーカーに対し、我々中小企業が追いつめられる可能性もある。その他、

各社は取り扱う資材について現在付き合いのある商社やメーカーからの移行が必要となり、将来、事務局の解散や退会があった場合、現在の取引先との信頼関係が崩れるなどのリスクも考慮しなければならない。

また、一本化が続いた場合、マンネリ化が進み、競争意識が低下し、かえって高い金額になる可能性がある。数社を常に競い合わせるほうがコストメリットがあるが、それをまとめる能力と労力が必要となり、事務局の負担も多くなる。



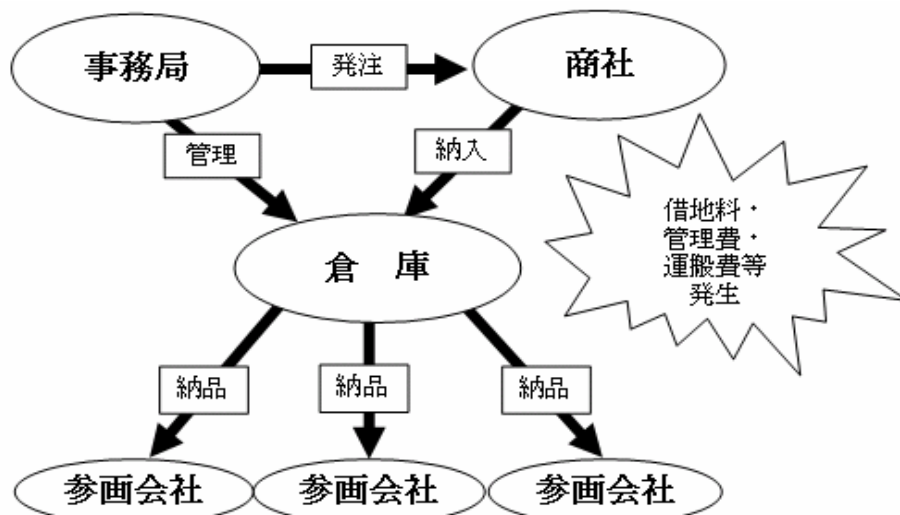
4 . 倉庫について

商社との契約や、取り扱う資材・商品により変わってくるが、年間契約をする場合、共同購入の資材をどう管理、保管するのかという問題がある。一度に資材を引き取らないといけない場合や、各社の納入・使用期日に差があるために一時的にでも資材を保管しておく場合等を考えると、倉庫が必要になる。その場合、借地料や、取り扱う資材によっては規模、倉庫管理者、設備などが必要となり、それに伴い、人件費、設備費等がかかってくる。また、各社の拠点がばらばらで、倉庫を置く場所によっては、倉庫から現場への資材の運搬費等で不公平が生まれるため、各社の納得の行く場所にするには難がある。

複数箇所で倉庫を借りる方法もあるが、その箇所の分だけ借地料や管理費・設備費がかかり、あまり現実的ではない。公平性を考えると運搬費は各社一律にするなどの対策をし、倉庫は1ヶ所が望ましいと考える。

その他、各社の現在空いている資材センターを使う方法がある。しかし、各社の状況により倉庫の拠点が変わる事も考えられ、在庫管理が難しくなる事や、資材センターを貸してくれる会社の負担が大きくなる。

どちらの方法にしても倉庫を構えるとなると、年契約後の価格下落があっても各社は契約時の金額で資材を購入する必要がありデメリットとなる事がある。また、年契約後に在庫が発生した場合の在庫の処理や、不評品が出た場合の資材の処理、取引時の破損やトラブル等の処理を事務局で行うとなると、事務局にそれだけの処理を行える規模にする必要があり、その分各社の負担も増える事などを考えると、事務局として倉庫を持ち、在庫を抱える事はデメリットが多く、現実性があるとは思えない。



5 . ローコストのオリジナル商品について

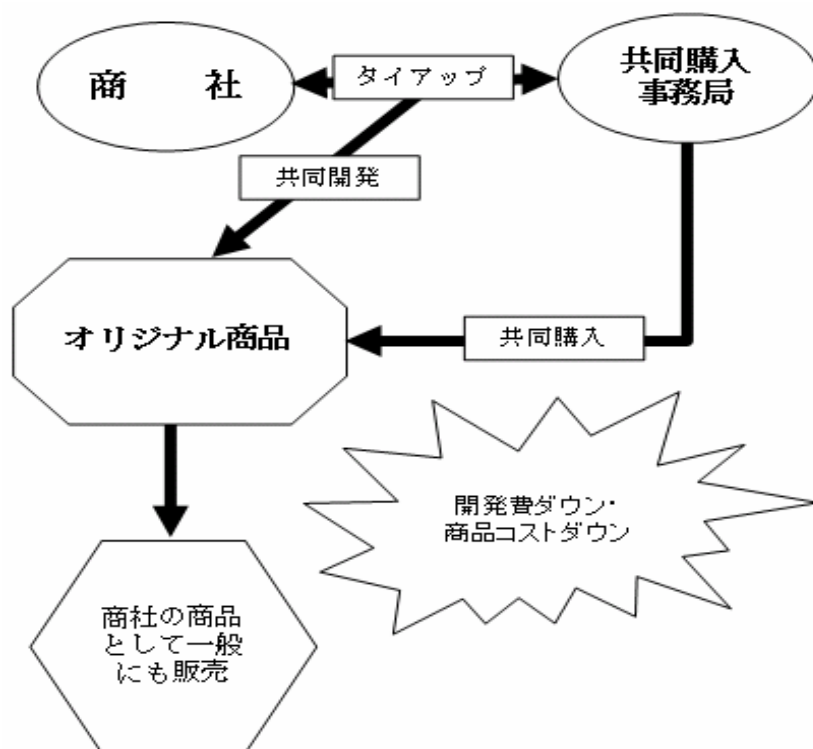
共同購入の手段の1つとしてローコストのオリジナル商品を開発しコストダウンにつなげる方法がある。開発には、住設機器（システムキッチンやシステムバス等）やマンションの下駄箱・収納庫等、大量に納品できそうな商品の選定・形状・製作台数・方法など決定するための委員会を事務局で構成し、商品のコスト構成（どうすれば安くなるか）の知識の習得が必要となり、オリジナル商品を取り扱うメーカーとタイアップし、助言を受けるため、委員会に参画いただく必要がある。

共同購入の会としてオリジナル商品を開発した場合、開発費としての初期投資が必要となるため、それを補える商品（各社の共通とする商品）を選定する必要がある。しかし、共同購入の会から要望しメーカーのオリジナル商品として開発した場合、参画会社以外に一般にも販売される事となるが、開発費はメーカー負担となり、初期投資の必要はなくなるため、この方法が望ましい。

その他、共同購入の会として開発するのではなく、現在、商社等独自で開発したローコストの商品や名前の知れていないメーカーの商品を共同購入するという方法もある。その場合、在庫能力や共同購入の会としてボリュームによるコストメリットが望める商社やメーカーを選ぶ必要がある。

どちらにしても、参画会社が全て同じ商品を設置する事や、施主からのメーカー指定、入居者のこだわりを考えると、システムキッチンやシステムバス、洗面台、トイレ等目に付く所でオリジナルやローコストの商品を使う事は難しくなる。

しかし、階段手摺や、下駄箱等あまり名前にこだわらない部分の商品であれば可能性があると考えられる。



6 . 資材別について

生コンクリート

広域の場合、エリアブロックによる価格差やイン・アウト（アウトを使うのか、使わないのか）の年間各社の取扱量に違いがある他、共同購入として取り扱うのは難しいと考えられる。

鉄筋

各社共通の必要資材であるが、異形棒鋼の種類、サイズ、カット長さによる多種類の仕入れが必要となり、価格変動が大きく、納入時期、必要数による価格変動と期間を限った統一価格との価格差による逆サヤが生まれることが考えられ、コスト的なデメリットも多く共同購入は難しいと考えられる。

ALC

メーカーに対して材料仕入れ金額をいかに協力してもらえるかが大きなウエイトを占めている。建物形状・規模・運搬車両の種類による現場毎で施工条件が大きく変わり、材工発注が主流で、分離発注によりコストメリットが生まれるのか、また、専門業者が手間のみで契約できるか問題である。さらに、年間の材料発注量についても、商社、専門業者に比べ、多くなるか疑問であり、メーカーに対する量的コストメリットの可能性は低いと考えられる。

金属製建具

設計強度・建具サイズ・数量・材質が各現場によって違いがあるが、各社統一したメーカーを使用する事ができれば可能性はあると考えられる。

木製建具

分譲マンションの場合、オプションやセレクトプランがあり即対応が要求される事があり、共同購入は難しいと考えられる。

家具

材質・形状・サイズが多様ではあるが、各社統一使用する事ができれば量的コストメリットの可能性はある。その他、ローコストのオリジナル商品を開発した場合、メーカー

にこだわらない事や各社仕様を統一する事ができれば可能性はあると考えられる。

ユニットバス・キッチン

施主よりメーカーショールーム等で種類・品番を決定してくる事が多く、各社の思い通りの商品を入れる事が困難である。また、種類も多く各社統一した物を購入する必要がある。その他、ローコストのオリジナル商品を開発する方法もあるが、施主からの指定、入居者のこだわりにより、開発したとしても、使用できる数量が限られ、メリットが出るとは思われない。

屋根材

メーカーに対して材料仕入れ金額をいかに協力してもらえかが大きなウエイトを占めている。建物形状・規模・運搬車両の種類による現場毎で施工条件が大きく変わり、材工発注が主流で、分離発注によりコストメリットが生まれるのか、また、専門業者が手間のみで契約できるか問題である。さらに、年間の材料発注量についても、商社、専門業者に比べ、多くなるか疑問であり、メーカーに対する量的コストメリットの可能性は低いと考えられる。

タイル・石

材工発注が主流で、分離発注によりコストメリットが生まれるのか、また、メーカー、規格サイズ、種類が各現場により異なり、固定の商品を選ぶ事が難しく、年契約によりボリュームによるコストダウンにつながるとは思われない。

石膏ボード・軽鉄下地

メーカーに対して材料仕入れ金額をいかに協力してもらえかが大きなウエイトを占めている。建物形状・規模・運搬車両の種類による現場毎で施工条件が大きく変わり、材工発注が主流で、分離発注によりコストメリットが生まれるのか、また、専門業者が手間のみで契約できるか問題である。さらに、年間の材料発注量についても、商社、専門業者に比べ、多くなるか疑問であり、メーカーに対する量的コストメリットの可能性は低いと考えられる。

クロス・床材

種類が多種にわたり、固定の品種を選ぶ事が難しく、オプション・セレクトプランで多様な変更に対応が必要となる。また、工期により、職人不足が見込まれ、早期発注の対応も必要となると考えられる。

エレベーター

施主・設計事務所よりメーカー指定が多いが、メーカーを統一する事ができれば可能性はあると考えられる。

硝子材

メーカーに対して材料仕入れ金額をいかに協力してもらえるかが大きなウエイトを占めている。建物形状・規模・運搬車両の種類による現場毎で施工条件が大きく変わり、材工発注が主流で、分離発注によりコストメリットが生まれるのかまた、専門業者が手間のみで契約できるか問題である。さらに、年間の材料発注量についても、商社、専門業者に比べ、多くなるか疑問であり、メーカーに対する量的コストメリットの可能性は低いと考えられる。

海外商品

商社経由と並行輸入方法がありますが、少量輸入では採算が取れない。いかに多くの必要数を集約できるのか問題がある。また、購入ルートの開発、言葉の問題、納期の調整・商品確認・(為替の問題)等、さまざまなクリアする問題があり、それなりのスタッフも必要となってくる。そのような事から、調整等輸入品の取扱商社を介するほうが確実的に近道と考えられる。しかし、商社を介すると价格的メリットは少なくなる。

材工発注の問題点

材工発注は「完成品」を購入する資材に対して、それに加味される重要な要素として「施工品質」が要求される。また、発注工種としては金属製建具・ALC等のメーカー責任施工の場合を除き、各社に於いての施工条件・施工基準・要求品質の違いがあり、統一は難しい。購買手法については基本的に共通資材と同じであるが、発注条件の統一に時間を要する。

7 . 商社への聞き取り調査（H16 . 7 . 22）鋼材の場合

現在の契約条件について

- a) 基本的にメーカーは三ヶ月以内納品（三ヶ月ルール）に限る。
- b) メーカーは全て物件（工事名必要）対応とする。
- c) 商社によっては年内のロールに対応する。
- d) 枠売り、先物売はメーカーとしてはしない。商社としては検討するが割高になる。

大量購入に対するメリットはあるのか。またその量は

- a) 売り手市場の今、量的コストメリットは期待できない。
- b) 材料不足に対する確保の面から言えばメリットがあるが割高である。
- c) 材工発注の場合、職人不足により、業者が対応するかどうか疑問。

商社を絞り込み集中発注した場合のメリット・デメリットは

- a) 共同購入による量的集中発注は、商社としてはある意味メリットがある。
- b) 鉄筋専門工事業者によってはゼネコン支給材にかかわらず、メーカー指定する場
合があり、全メーカーに対応できる商社が必要。

8 . 家電量販店とのエアコンの共同購入についての懇談結果

取り扱うエアコンについて

メーカーはボリュームにより割引が大きくなるわけではないが、特定のメーカー、機種に絞り共同購入する方が、電機量販店として割引しやすくなる。また、メーカーはアフターサービス等しっかりしている所を選ぶ必要がある。

数量による割引率は、また最大、最低の数量について

最大、最低の数量枠についてはあまり関係がない。数量による割引率はなく、前年度の実績をもとに1年間の値決めをする。

初年度の価格について

前年度のエアコンのおおよそのトータル発注数がわかれば、それに基づき価格提示することができる。

購入はエアコン本体のみか、工事はどうなるのか

工事込みで受注しそれに対する金額も提示できるが、工事費については下請に依頼するため、値引きができずコストダウンという事を考えると工事を別とし、エアコン本体のみの取り引きにした方が良いのではないかと。

支払い条件について

支払い条件は、現金で先払いが基本となるが、量販店の掛売りの審査が通れば掛売りも可能。しかし、掛売りの限度額を超えた場合は、現金先払いとなる。

発注は事務局などを通し一括で行う必要性について

まず、年間の販売価格を提示し、会に属する会社は、その販売価格により各社別々で直接発注、支払等を行い、事務局を設立する必要はない。

時期により価格差は生じないのか

はじめに 1 年間の数量による金額提示をするスケールメリットで行くと、時期は関係ない。

発送料について

発送料は別となる。エアコン本体価格とは別に送料込みの金額提示もできる。

エアコン以外に共同購入可能な商品について

エアコン以外にも量販店で取り扱っている商品は全て取り引きできる。

(電機全般・一般雑貨等)

在庫の心配について

メーカー側の機種変更の際在庫が薄くなる事もあるが、基本的には心配はない。

9．住設機器専門商社との共同購入についての懇談結果

商社の経歴について

創業47年、基本は戸建住宅で集合住宅は2～3年前より扱っている。

支払い条件について

支払い条件は個々での対応を考慮する。

営業エリアについて

近畿2府4県対応している。

ボリュームによりコストメリットについて

メーカーとの結びつきが大事で、ボリュームによるコストメリットは難しい。現在ある各社のルートの方が安くなると考える。

メリットを出す方法について

メリットを出す事を考えると、商社と提携し、オリジナル商品を作れば良いのではないかと。また、オリジナル商品を商社の商品として一般にも販売すれば、よりメリットが出る。その他、現在ある商社のオリジナル商品を共同購入する方法もある。

施主・入居者の要望について

キッチン、ユニットバス、クローゼットなどは、施主からの要望や入居者がメーカーにこだわる事が多いので、クローゼットの中のシステム収納・対面キッチンの収納棚・階段手摺・床等、あまり名前にこだわらない部分をオリジナル商品にしてメリットを出せばどうか。

BLについては

商社のオリジナル商品はBLは付いていない。

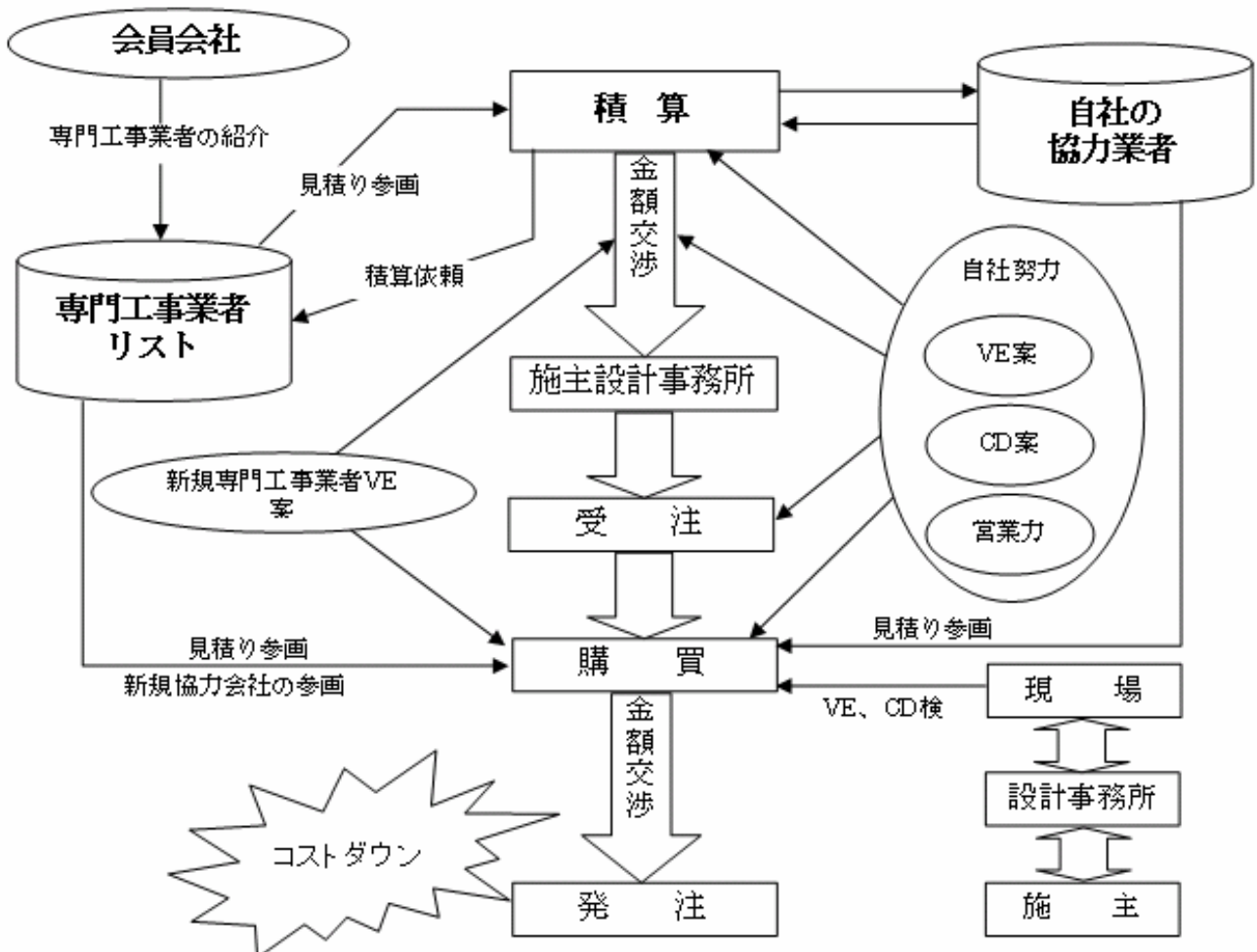
施工・保証について

メーカー施工でなく商社としての施工もしている。その場合、材の部分のメーカー保証は付くが、工の部分はメーカー保証が付かない。そのため、工の部分は商社としてメーカー保証と同等の保証をする。

10. 専門工事業者リストについて

専門工事業者の共有によりコストの低減を図るため、下記の5点を目的とし「専門工事業者リスト」(以下リスト)を作成した。

- 1) 各社が自信を持てる業者を推薦する事により、安心できる新規協力業者が得られる。
- 2) 協力会社のシェアが増し、量的メリットによるコストダウンにつながる。
- 3) 受注競争により既存協力会社のコスト面での意識改革が進む。
- 4) 専門工事業者の複数化により、得意分野の分離発注ができ、コストダウンにつながる。
- 5) 各社技術的に弱い部分や、職種、業者、職人等の不足している部分を補う事ができる。



リストは、紙ベースとデータベースで作成し、大項目として貸借物、仮設工事、鉄筋工事、鉄骨工事等24の業種に分類し、更に小項目として仮設建物、仮設足場、鉄骨加工組

立等51の業種に細分化し取りまとめている。専門業者の情報として、業者名、住所、電話番号、FAX 番号、E-mail、その業者の得意な分野・得意なメーカー、担当者を載せている。

また、データベースでは、大項目、小項目別の絞込検索や、一覧・業者の詳細印刷ができるようになっている。



Access による協力業者データベースのトップページ

また、リストへの専門工事業者の登録、リストの取り扱いについて、

- 1) 会員は、専門工事業者データに記載までの紹介であり、その後の契約条件等は当事者の責任内で処理する。
- 2) 紹介するに当り専門工事業者に会員名を公示し、専門工事業者の承諾を得ること。
- 3) 専門工事業者の紹介項目は社名・工種(詳細まで)・住所・TEL・FAX・E-Mail・担当者程度とする。

以上、3点を取り決め、活用する事とし、部会委員会社より307社の専門工事業者の推薦

を得てリストを作成し、試行的にリストの活用を行った。

試行に伴い、リストの注意すべき点、今後見直しをしなければいけない点や、活用した時の利点が挙がってきたものは以下の通りである。

- 1) 活用する上では、条件書の項目ですべてを網羅できるようにし、書面でのやり取りを重視し、口頭でのやり取りを避ける。
- 2) 専門工事業者の扱っている資材・商品の中で特に得意なものの書込みが必要。
- 3) 専門工事業者側もリスト作成参加建設会社のリストを欲しがっており、それを元に営業活動につなげようとする会社もある。専門工事業者をリストに登録する際には、参画建設会社の公示を決めているが、それを逆に利用される事も考えられるので、リスト使用にあたる取り決めを考え直す必要がある。
- 4) リストの使用は参画建設会社だけが使用する旨、専門工事業者に説明している。リストの管理人を置くなど、個人情報管理(セキュリティー)の必要性がある。
- 5) リストを活用するには、もっと多くの専門業者の登録があれば良い。今後リストに専門工事業者を追加する必要があるが、現在、各委員会社より、307社の協力業者の紹介があり、これ以上の優良な専門工事業者の紹介はあまり望めない。現在のメンバーを大建協会員会社とローテーションし、新規専門業者の登録数を増やしていく方法が良いと考える。
(リストの作成に協力した会員会社にリストを配布する)
- 6) 先行して成約した会社が評価点を情報として設定できれば参考になる。
- 7) ホームページ等でリアルタイムの追加、更新が可能であればと良いと考える。その場合、ID・PASS等を設け一般には公開せず、参画会社のみでの使用が可能とし、セキュリティーを考える必要がある。
- 8) 現在のリストでは専門工事業者の規模が解らず、今ひとつ活用し難く、要求する事項

に対しての判断が難しい。専門工事業者の取扱高や建設業登録・対応能力・活動エリア等、もう少し情報の記載があれば良い。

以上の8点を考慮し、リストを見直す必要がある。また、年2回程度のリストの更新（専門工事業者の削除や追加）を続ける事、及び新規参画会社の加入によりリストの充実を図り、より使いやすく、情報量を増やす事により、上記の目的を達成できると考える。

11．まとめ

共同購入について、事務局の問題、商社との取り引き条件の問題、倉庫の問題、取り扱う資材等を一つ一つクリアしていく必要がある。仮に、ボリュームによるコストダウンができたとしても、事務局にかかる経費等の負担、労力が多く必要となる事を考えると、必ずしもコストダウンにつながるとは思えない。

また、共同購入を行う資材、支払条件の統一や納期、トラブル時の解決方法、急激な価格高騰時の対処方法、退会時の諸条件、新規参画会社があった場合の入会金、経費の負担割合、入会時の諸条件など、共同購入を始めるに当たり統一された規定を作成する必要がある。現実問題として、共同購入の参画会社が10～20社となった場合、各社に違いがあり全ての会社に統一した規定を適用するには無理があると考えられる。

しかし、事務局を設立せずに2～3社程度の小規模グループでの共同購入ならば、的が絞りやすく、また、単価、情報開示等も容易であり、共同購入を行う際のボリュームによるコストメリットがどの程度生まれるのか等の疑問点もあるが、一番可能性が高いと思われる。

他には、懇談を行なった電機量販店のよう、事務局や倉庫を作らず、共同購入のメンバーの総数量で個々の取り引きができる所や、オリジナル商品の作成や、良質なノーブランド商品等の採用ができれば、コストメリットが生まれると考えられる。

専門業者リストについて、安心できる新規専門業者を獲得するのは難しく、このリストを活用する事により、受注競争によるコストダウンや職人不足の職種・業種をなくすなど、さまざまなメリットが生まれると考える。

今後、このリストを充実させるためにも、リスト共有の参画会社を増す事による新たな専門業者の追加、またリストへの業者詳細情報の追記などの見直し、メンテナンスにより、より使いやすく、完全なものに仕上げることができればと考えている。

経営委員会

委員長 田 中 宏 (田 中 建 設 株)

資材等の共同購入検討部会

部会長 田 中 稔 (田 中 建 設 株)

委 員 糸 川 佳 男 (株 今 西 組)

〃 小 曳 陽 一 (株 金 山 工 務 店)

〃 相 馬 弘 (栗 本 建 設 工 業 株)

〃 後 藤 享 (下 村 建 設 株)

〃 渡 辺 正 (株 中 道 組)

〃 児 島 利 徳 (株 樋 口 組)

〃 北 浦 嘉 教 (富 国 建 設 株)

〃 牧 野 克 俊 (豊 國 建 設 株)

〃 和 田 清 孝 (株 前 田 組)

〃 笛 吹 富 士 夫 (株 三 木 組)

〃 裏 野 繁 (龍 華 土 建 工 業 株)