

# 総合化を進める設備工事会社の将来像 ～ 業界を跨いだ大規模な経営統合は実現するか～

## <要旨>

近年、電気設備工事会社が空調分野を強化する目的で、空調設備工事会社の買収や空調人員の拡大を行い(逆の動きもみられる)、設備工事の“総合化”を加速させている。

各社は今後有望なりニューアル工事、環境関連工事、海外工事を拡大するには、総合化が必須とみており、様々な自助努力(技術者のマルチスキル化、各事業部の統合等)や中小規模のM&Aを行っている。

国内建築市場は、五輪関連工事剥落や新型コロナ影響でピークアウトしており、この傾向はしばらく続く恐れがある。こうした事業環境を踏まえると、上記の有望な工事分野を早期に拡大することが望ましく、この実現には異なる業界の大手同士による経営統合が有効であると考えられる。総合化のスピード、人材確保等の面で、相応のメリットがあるためであり、今後、設備工事業界で大胆な動きが出てきても不思議ではない。

### 1. 設備工事会社で“総合化”が加速

建設業界でサブコンと呼ばれる設備工事会社には、電気設備工事会社、空調設備工事会社、通信設備工事会社等が存在する(図表1)。これらの企業は、名前の通り、各専門工事を主業としている。ビル等を建てる際、元請である総合建設会社(ゼネコン)から、各専門工事を受注することも多い。

近年、その設備工事会社で、専門工事以外の工事分野を強化し、「総合化」を積極的に図る企業が増えている(図表2)。例えば、電気設備工事会社が空調設備工事を受注するために、空調設備工事会社を買収したり、空調分野の人員を充実させたりする動きがみられる。

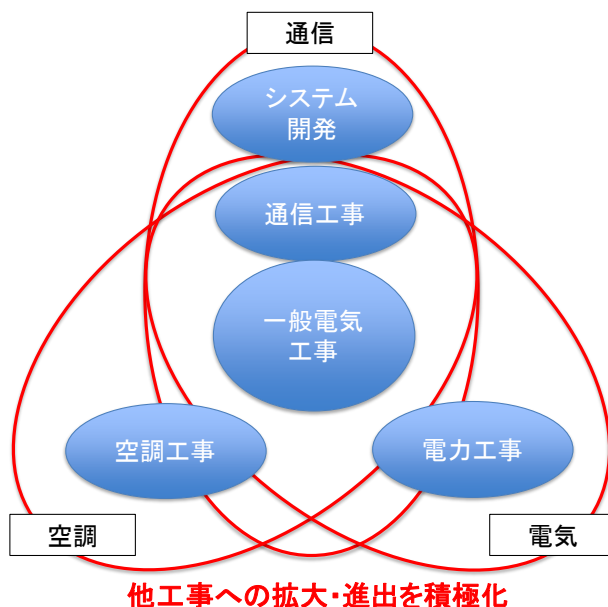
図表1 設備工事会社の主要企業

(単位:億円)

社名		売上高 (20/3期)
電気	㈱関電工	6,161
	㈱きんでん	5,859
	㈱九電工	4,289
	㈱トーエネック	2,248
	㈱ユアテック	2,028
	日本電設工業㈱	1,982
	住友電設㈱	1,729
	㈱中電工	1,689
空調	高砂熱学工業㈱	3,209
	㈱大気社	2,254
	三機工業㈱	2,077
	ダイダン㈱	1,692
	新日本空調㈱	1,201
通信	㈱朝日工業社	1,040
	コムシスホールディングス㈱	5,609
	㈱協和エクシオ	5,246
	㈱ミライト・ホールディングス	4,412

(資料)有価証券報告書等

図表2 設備工事の総合化イメージ



## 2. 設備工事“総合化”の背景

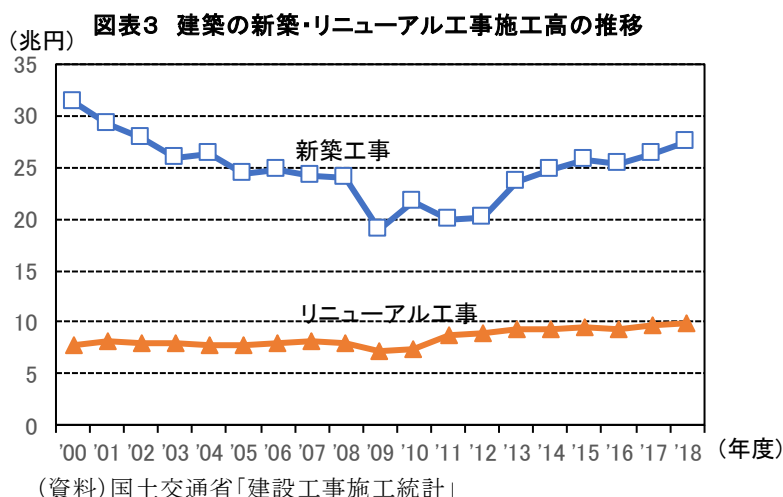
各社は業容の維持・拡大を図るために、設備工事の総合化に取り組んでいる。そもそも、設備工事会社は何も策を打たなければ業容が縮小するという危機感を有していた。具体的には以下の危機感である。

- まず、2020年前後より五輪関連工事が剥落することで、国内建築市場のピークアウトを懸念していた。国内建築市場が縮小すれば、各設備工事のボリュームが当然減少する。
- また、其々の専門工事で逆風が吹いている場合もある。例えば、電気設備工事では、2020年からの発送電分離に伴い、電力会社のコスト削減要請が強くなり、工事数減少や工事利益率低下が予想されていた。また、通信設備工事では、固定通信投資が減少し、工事効率の改善が継続的な課題となっている。近年は、移動通信も、政府の強い要請で料金引き下げに動いていることから、いずれ工事コストの削減要請が予想される。

このような中、各社は業容の維持・拡大を図るべく、設備工事の総合化を図り、以下分野を伸ばそうとしている。

### (1) リニューアル工事

図表3は建築工事の新築・リニューアル別の施工高を示したものである。新築工事の施工高は景気に左右されやすいが、リニューアル工事は緩やかながら底堅く成長している。今後を見通しても、1980～1990年代前半に建設された建物群(ビル、工場等)が大量に存在するため、空調・電気設備等のリニューアル需要拡大が期待される。リニューアル工事の利益率は、新築工事より一般的に高い点も、各社にとって魅力的である。



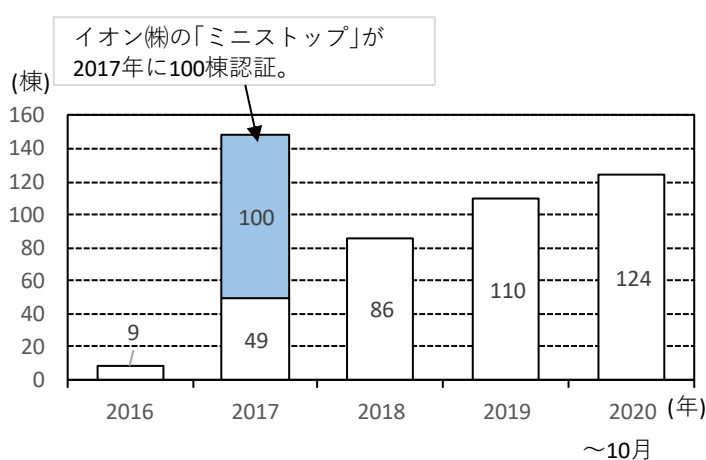
通常、新築工事の場合、施主はゼネコンに工事を発注するが、リニューアル工事では設備工事会社に直接発注する場合がある。このため、設備工事会社には電気・空調等のワンストップソリューションが求められている。施主が設備毎に工事を発注するとなれば、各設備工事に相応の知見が必要となり、手間暇もかかる。設備工事会社は電気・空調等の総合化を図ることで、施主のワンストップニーズに応え、リニューアル工事の受注を伸ばそうとしている。

## (2) 環境関連工事(ZEB)

2015年のパリ協定を機に、建設分野でも温暖化ガスを削減する必要性が日に日に増しており、環境関連工事として「ZEB」(ゼブ)が近年注目されている。

Net Zero Energy Building の略称で、快適な室内環境を実現しながら、省エネルギーとエネルギー創出により、年間エネルギー消費量の収支ゼロを目指した建物である<sup>1</sup>。先日、政府が2050年に温暖化ガスを実質ゼロとする方針を発表したことに加え、2030年には「新築建設物の平均でZEBの実現を目指す」という目標も前段階で掲げていることもあり、ZEB市場の拡大が予想されている。ZEB棟数(ZEB全種類)は2020年10月末時点で124棟まで増加しており(図表4)、2030年には700~1,000棟まで増加するという調査結果(三菱電機株の2019年8月7日付プレスリリースより引用)もある。

図表4 ZEB年間認証数推移



(資料)一般社団法人環境共創イニシアチブ「ZEB事例」

一般的に建物は熱源、熱搬送、照明のエネルギー消費が大きいことから、ZEBの実現には、エネルギー消費を節約できる空調・電気の設備施工が必要である。また、太陽光等の発電設備や蓄電池、BEMS<sup>2</sup>(ベムス)やセンサー等を結び付けることで、消費エネルギーを上手くコントロールする必要がある。通信工事とIT分野の知見も前提としているため、ZEBは、まさに設備工事の総合的な能力が求められている。

## (3) 海外工事

人口・経済共に拡大する東南アジアやインド等は、設備工事需要の伸びが期待でき、各社の進出・事業拡大意欲は強い。しかし、商習慣の違いや顧客層の薄さ(日系企業中心)から、海外事業を安定的に成長させることは難しく、殆どの企業の海外売上高比率は1割未満に止まっている。現地企業との繋がりがそもそも薄いだけでなく、海外では日本以上に総合設備企業としての力が求められるためである。海外工事を一段と伸ばすには、電気・空調等を一括受注できる体制作りが重要となっている。

<sup>1</sup> ZEBには4段階あり、従来の建物に必要なエネルギーに対し、100%以上削減が「ZEB」、75%以上削減が「Nearly ZEB」、50%以上削減が「ZEB Ready」、用途に応じ30%・40%以上削減が「ZEB Oriented」である。

<sup>2</sup> Building and Energy Management System の略称。室内環境とエネルギー性能の最適化を図るためのビル管理システム。近年では、クラウド型のBEMSが浸透している。

### 3. 設備工事“総合化”に向けた施策

#### (1) 自助努力の施策

各社とも設備工事の総合化を図るべく、採用活動に積極的である。しかし、近年は建設需要の盛り上がりで、あらゆる工事の人材獲得が難しくなっている採用環境から、各社とも以下のような自助努力を行っている。

##### ① 人材面の施策

人材面では、多くの企業が、技術者、技能労働者、営業人材のマルチスキル化を図っている。例えば、電気設備工事の技術者に空調設備工事の国家資格も取得させている。こうすることで、設備工事の総合化が図れ、業務生産性も向上できる。

また、通信設備工事と電気設備工事は、工事範囲が隣り合うなど親和性が高い分野であるため、通信設備部門の社員を電気設備部門に異動させるなど、人材交流も活発化させている。

##### ② 組織面の施策

組織再編に動く企業も多い。例えば、各専門分野の営業各部を一つの営業部に纏めることで、組織に横串をさしている。また、各専門部署とは別に、社長直轄組織として「総合設備事業部」を新設する動きもある。グループ会社を含んだ再編もあり、例えば、電気設備工事を担う本体企業が空調子会社を吸収し、組織の壁を低くしている。何れの再編も、電気・空調等の総合化を図るべく、実施されている。

#### (2) M&A

各社とも様々な手を打っているが、自前での総合設備化は、時間がかかり、ノウハウ蓄積も難しい。こうした認識から、各社の中期経営計画等をみると、M&Aを経営戦略の一つとして掲げている先が多く、数百億円程度のM&A資金枠を設定している先も存在する。

次頁の図表5は、直近5年で成約したM&A実績(同じ業界同士除き)である。電気設備工事各社による空調設備工事会社のM&Aが多くなっており、空調拡大への強い意欲を感じ取れる。

通信設備工事会社は、電気・空調設備工事会社を当然に買収しているが、他業界の企業も取得している。例えば、ソフト開発会社の買収は、通信設備各社が工事受注だけでなく、ICT(情報通信技術)を活用したソリューション営業に注力している関係で、ソフト開発力の向上が必須だからである。また、上下水道工事を行う企業の買収もみられる。これは、通信設備用のトンネル工事や地下管路の構築で培った技術をもとに、上下水道管路、水路等の社会インフラのリニューアル工事を拡大させる戦略を推進しているためである。これらの取組も広い意味で総合化の一環と捉えることができる。

このようにM&Aが盛んに行われているが、現時点では中小規模の買収が中心であり、大規模な業界再編はみられない。一因として、ここ数年の事業環境が非常に良かったことが考えられる。

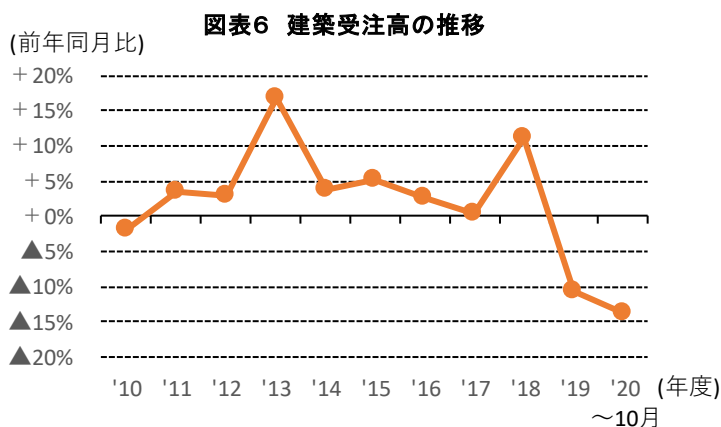
図表5 設備工事業界の M&A 事例(直近5年実績)

社名	発表日	被買収企業の概要			
		社名	主要事業	営業基盤	
電気	(株)九電工	2018/2月	エルゴテック(株)	空調	首都圏
	(株)ユアテック	2020/7月	空調企業(株)	空調	宮城県
	(株)トーエネック	2015/12月	旭シンクロテック(株)	空調	首都圏
	(株)中電工	2016/8月	杉山管工設備(株)	空調	首都圏
	(株)四電工	2018/2月	有元温調(株)	空調	関西圏
		2018/7月	アイ電気通信(株)	通信	関西圏・首都圏
		2018/10月	菱栄設備工業(株)	空調	首都圏
空調	高砂熱学工業(株)	2019/4月	株上総環境調査センター	環境調査	首都圏
	新日本空調(株)	2016/8月	日宝工業(株)	電気	首都圏
通信	コムシスホールディングス(株)	2016/2月	東京舗装工業(株)	上下水道工事	首都圏
		2017/3月	(株)カンドー	ガス管・空調等	首都圏
		2019/2月	北興産業(株)	骨材等販売	北海道
		2019/2月	北有建設(株)	舗装・土木	北海道
	(株)協和エクシオ	2020/8月	朝日設備工業(株)	空調・衛生	岐阜県
		2019/8月	(株)サン・プランニング・システムズ	ソフト開発	-
	(株)ミライト・ホールディングス	2019/11月	(株)シーピーユー	ソフト開発	-
		2016/2月	(株)トラストシステム	ソフト開発	-
		2017/8月	西日本電工(株)	電気・空調	九州
		2019/10月	東海工営(株)	上下水道工事	首都圏

(資料)各社公表資料

#### 4. 今後の見通し

設備工事各社が懸念していたように、国内建築市場は既にピークアウトしている。図表6は、建築の受注高推移を示したものである。2019年度の受注高は五輪関連工事の剥落や米中貿易摩擦による製造業の発注手控え等で減少し、2020年度(4~10月実績)は新型コロナによる投資控え込み等で、減少幅が拡大している。新型コロナによる景気悪化度合いを踏まえれば、この傾向はしばらく続く恐れがある。



かかる事業環境を踏まえると、成長が見込まれる分野(リニューアル工事、環境関連工事、海外工事)をスピード感をもって拡大する必要がある。このため、今後、より大胆な動きが設備工事業界で出てきても不思議ではない。具体的には、異なる業界の大手同士による経営統合である。これには、以下のようなメリットがあると考えられる。

## ① 競争力ある企業の早期立ち上げ

大手企業が持つ技術力や営業基盤を相互利用することで、競争力の高い総合設備会社を早期に創り上げることが可能である。中小規模の企業買収や経営統合でも相応の効果を期待できるが、競争力ある企業に成長するまでかなりの時間を要し、相手分野の既存大手に中々太刀打ちできないと考えられる。

## ② 人材確保の柔軟性向上

人員配置等の柔軟性が高まり、今後予想されるベテランの技術者や技能労働者（協力会社含む）の大量離職にも対処しやすくなる。図表7は、2019年度の建設業就業者について、年齢層別の就業者数及び構成比を表わしている。60歳以上の就業者が全体の1/4程度（製造業は1/6程度）を占め、今後数年で相当規模の離職が予想される。工事キャパシティが大きく減少する恐れがあることから、異業種の大手同士が組み、マルチスキル化も進めることで、大量離職の影響を緩和できると推察される。

図表7 建設業の年齢層別就業者数及び構成比(2019年度)

(単位:万人)

		15～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60歳以上	合計	
建設業	就業者数	58	82	130	100	130	499	
	構成比	12%	16%	26%	20%	26%	100%	
参考	全産業	就業者数	1,122	1,206	1,603	1,372	1,430	6,733
		構成比	17%	18%	24%	20%	21%	100%
	製造業	就業者数	165	211	278	235	171	1,060
		構成比	16%	20%	26%	22%	16%	100%

(資料)総務省「労働力調査」

そもそも、大手設備工事会社の集約が進むことは、競争を和らげる効果をもたらす。各社が其々総合化を進めると、総合設備工事企業が乱立し、競争環境が激化する恐れがあるが、大手同士が統合すれば、このような懸念は相対的に小さくなる。

異なる企業文化の中で営業・本部組織の統合など難しい問題もあるが、勝ち残っていくためには、こうした大胆な戦略が必要になっていくと予想する。

(調査部 産業調査第一チーム 深山 敬大:Miyama\_Takahiro@smtb.jp)

※ 調査月報に掲載している内容は作成時点で入手可能なデータに基づき経済・金融情報を提供するものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。また、執筆者個人の見解であり、当社の公式見解を示すものではありません。