Construction Management Association of Japan

一般社団法人　日本コンストラクション・マネジメント協会

中長期計画（２０２６－２０３５）

社会価値を共創する建設マネジメント
－信頼の２５年を持続可能な未来へ－

２０２６年１０月

目次

1．基本理念と基本方針
2．計数目標
3．対象顧客と業務領域
4．会員数と会員属性
5．資格制度と継続教育（ＣＰＤ）
6．組織体制と企画・戦略



1


日本コンストラクションマネジメント協会
創立25周年
CMの発展とともに、未来へ。
YEARS
25
ANNIVERSARY
celebration

基本理念と基本方針

１．はじめに（現状の認識）

■ ＣＭを取り巻く環境

■ 社会的・経済的な変化

物価高騰・担い手不足・働き方改革・ＤＸ推進・脱炭素化・法令改正等

■ 建設産業における変化

不確実性の増大・生産性の向上・持続可能な事業環境と産業育成等

ＣＭを取り巻く昨今の環境

■ ＣＭ（ＣＭ方式）の普及・発展

- 公共・民間を問わず活用実績が増大
- 建設事業の発注方式（入札契約方式）の更なる多様化・高度化
- 官公庁による活用推進に向けた取組みも継続

■ 日本ＣＭ協会の成長・拡大

- 会員企業による受注件数・売上金額の継続的な伸長（公共・民間）
- ＣＭ選奨での業務領域の拡張
- ＣＣＭＪ資格試験の受験者数・合格者数の増加

２．ＣＭ協会の「基本理念」（抜粋）

- ２００９年１２月の一般社団法人の設立時に「ＣＭの健全な普及・発展を通じて社会の信頼を得る」ことを目的に制定

- 「健全な建設生産システムの再構築」と「倫理観をもったプロフェッショナルの育成」を目標に活動
- ＣＭに関する「学術・芸術・技術の交流の場としての学術団体的機能」と「普及・発展を目指す実務的協会機能」を合わせて活動

３．中長期計画（２０２６－２０３５）の「基本方針」

- ＣＭ協会の設立２５周年に際して「直近１０年間の普及・発展を継続」と「今後１０年間の更なる多様化・高度化」を推進

社会価値を共創する建設マネジメント
－信頼の２５年を持続可能な未来へ－

- ＜参考＞「今後１０年間の更なる多様化・高度化」のキーワード例

- 建設産業の多様化・高度化：　事業方式・社会課題
- ＣＭの多様化・高度化：　顧客要望・業務領域
- 日本ＣＭ協会の多様化・高度化：　会員構成・資格制度・事業内容

地域創生・地産地消／災害復興／ストックＣＭ／カーボンニュートラル・環境対応／
国際化／ＤＸ・ＢＩＭ・ＡＩ／ＤＥＩ（多様性・公平性・包摂性）

2


日本コンストラクションマネジメント協会
創立25周年
CMの発展とともに、未来へ。
YEARS
25
ANNIVERSARY
celebration

計数目標

１．中長期計画の想定期間

- 「２０２６～２０３５年度の１０年間」とし、堅調に普及・発展した直近１０年間と同じ期間を長期計画の想定期間

２．会員規模と市場規模の目標設定

- 従前からの計数目標である「個人会員・団体会員を併せて３０００名」を、市場規模の拡大や普及・発展を推測する指標として踏襲
- 「会員会社の売上金額（年間合計）で１０００億円」を目標に設定
- 同時に「同、実績件数（年間合計）で５０００件以上」も目標に設定し、普及・発展の計数として、売上金額だけでなく小規模実績を含む実績件数を併用

３．目標達成に向けて

- 会員規模・市場規模はいずれも、「既存の会員会社の安定的・継続的な成長」と「既存・新規の会員会社の積極的・戦略的な寄与」が必要
- ＜参考＞会員規模・市場規模の計数目標について

● 【会員規模】 計数目標（会員数で３０００名）の達成に向けては、今後１０年間で約１．５倍の延び率となり、２０２５年に２０００名を超えた直近１０年間と同程度の成長が必要

● 【市場規模】 計数目標（特に売上金額（年間合計）として１０００億円）の達成に向けては、今後１０年間で会員規模の成長を上回る伸び率（２倍強）となる為、前述の「ＣＭの更なる社会認知・領域拡大・資質向上」による「付加価値の提供・満足度の向上」への取り組みが重要

3

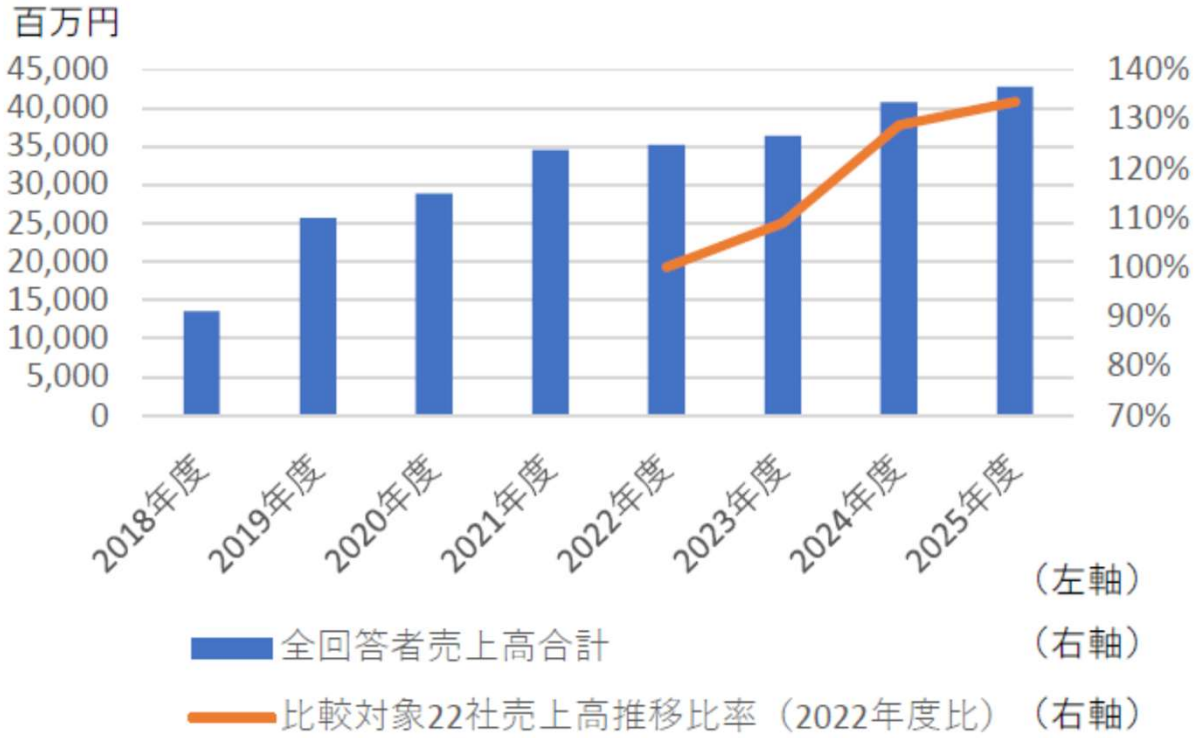

日本コンストラクションマネジメント協会
創立25周年
CMの発展とともに、未来へ。
YEARS
25
ANNIVERSARY
celebration

対象顧客と業務領域

１．現状計数からの方針（全体）

- ＣＭに対する潜在的な需要（市場）を踏まえて、直近の売上の伸長は着実に継続

■ 会員会社の売上金額（年間合計）の推移



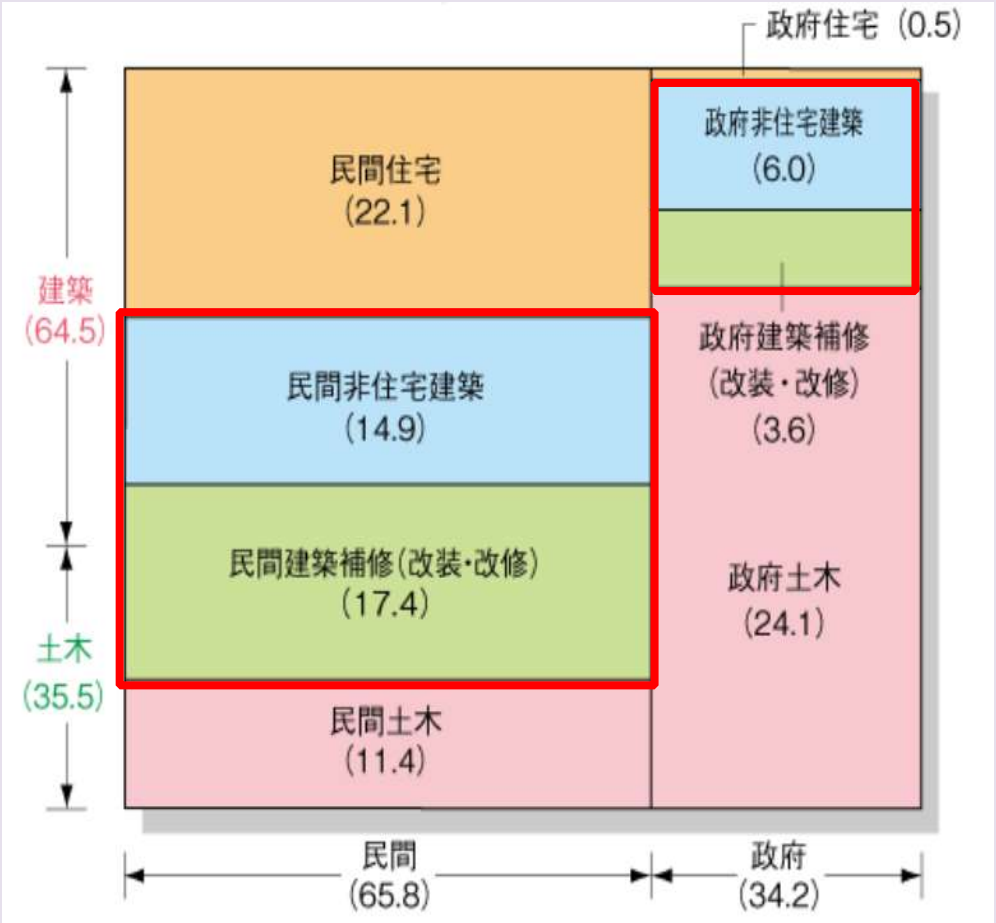
出典：２０２５年度ＣＭ業務市場調査アンケート結果（国内調査委員会）

- ＜参考＞ＣＭの潜在的な需要

● ２０２５年度の建設投資総額は約７６兆円で、赤枠内の建築系を主なＣＭ市場の対象と仮定すると民間事業と公共事業で約４２％（約３２兆円）が該当

● ＣＭ業務料を投資額の１％とすると、ＣＭ市場は民間事業と公共事業で約３２００億円に相当

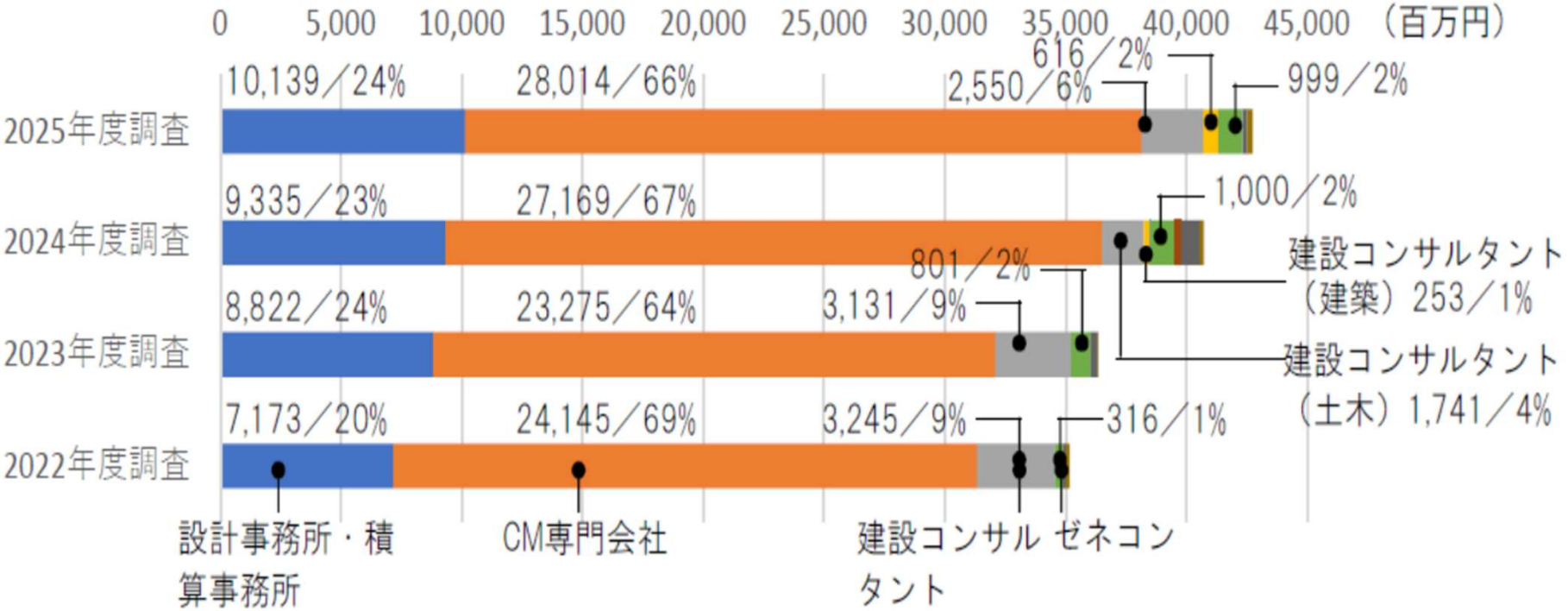
● 最近の実績市場（売上総額）が約４００億円なら数倍の潜在市場（楽観予測）



（注）図の出典は（一社）日本建設業連合会のＨＰ（資料出所：国土交通省「令和７年度建設投資見通し」）

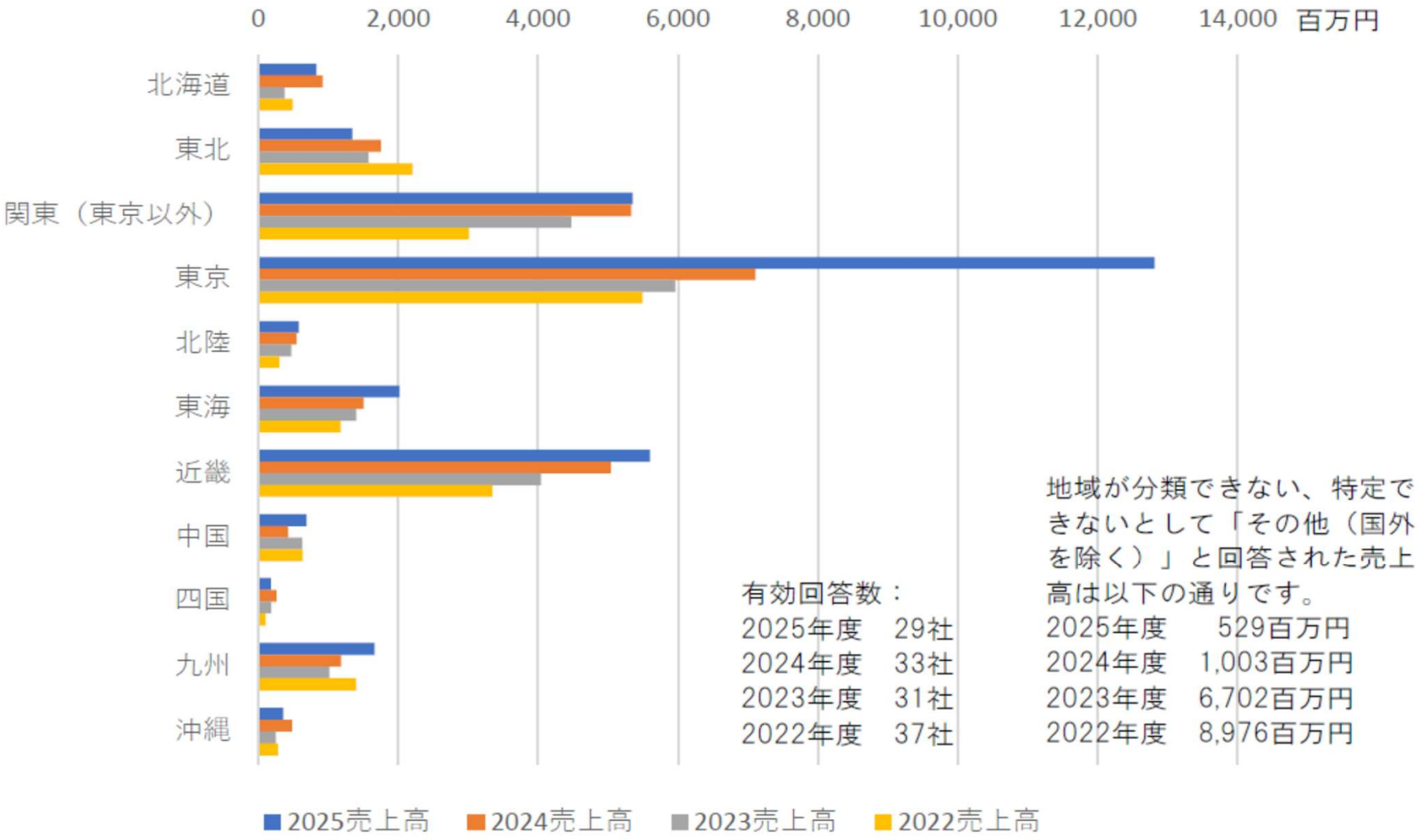
- 同時に「更なる多様化・高度化」として、①売上金額の更なる伸長、②新たな担い手（土木関連を含む）の貢献、③関東圏以外での実績の拡大が必要で、更に④金額規模によらない実績件数の増加も重要

■ 会社属性別の売上金額



出典：２０２５年度ＣＭ業務市場調査アンケート結果（国内調査委員会）

■ 地域別の売上金額



有効回答数：

2025年度	29社
2024年度	33社
2023年度	31社
2022年度	37社

地域が分類できない、特定できないとして「その他（国外を除く）」と回答された売上高は以下の通りです。

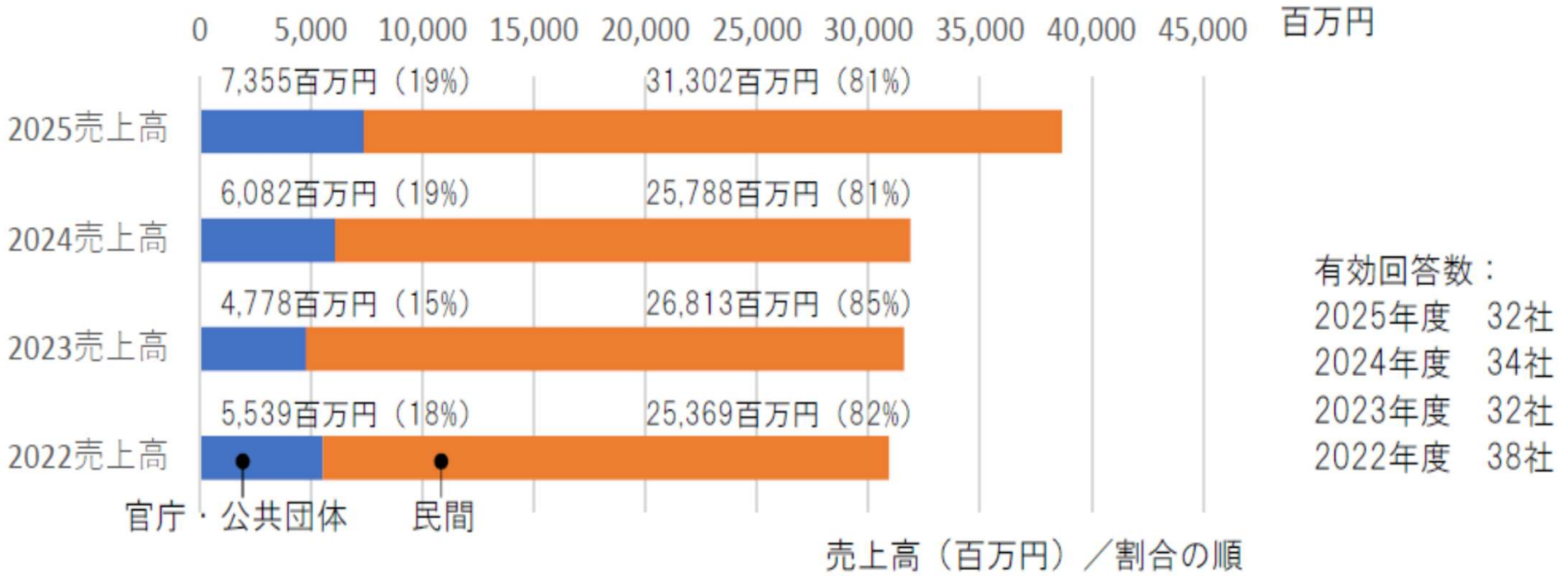
2025年度	529百万円
2024年度	1,003百万円
2023年度	6,702百万円
2022年度	8,976百万円

出典：２０２５年度ＣＭ業務市場調査アンケート結果（国内調査委員会）

２．現状計数からの方針（個別）

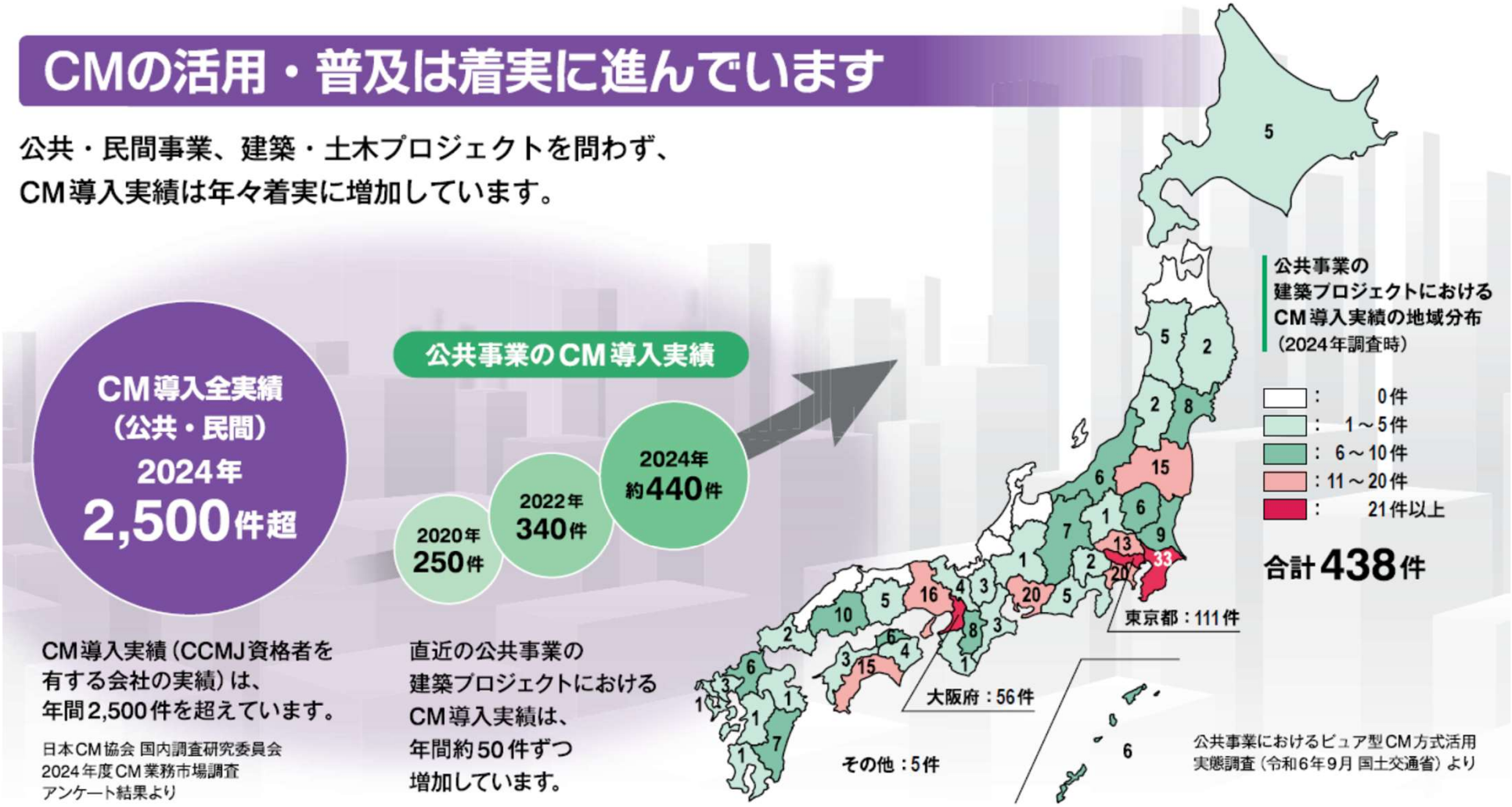
- 【公共／民間】官民を問わず「更なる多様化・高度化」を前提に、特に公共事業の伸長に期待（ＣＭの潜在的な需要を併せて参照）

■ 官民別の売上金額



出典：２０２５年度ＣＭ業務市場調査アンケート結果（国内調査委員会）

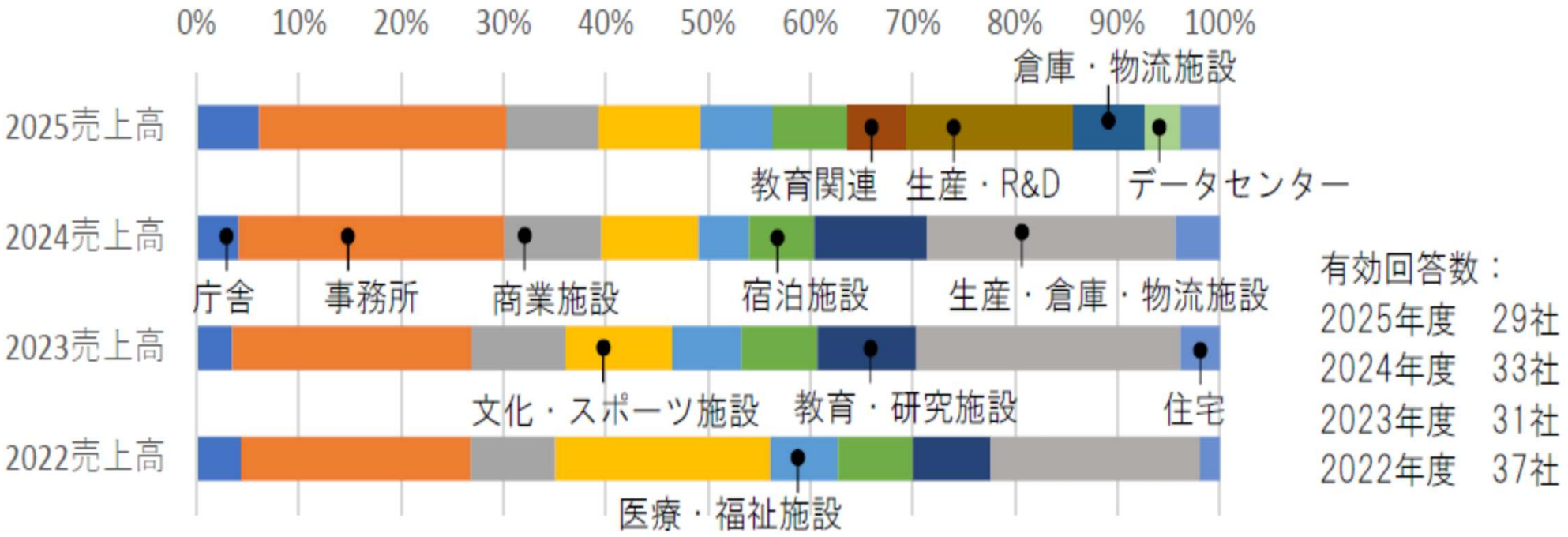
- ＜参考＞公共事業の実績件数



出典：ＣＣＭＪ資格試験フライヤー（資格･試験委員会）

- 【用途・種別】社会・経済の動向を注視しつつ、①データセンター・生産施設・スタジアム＆アリーナ・宿泊施設等の特定用途におけるＣＭ、②それぞれの用途での既存建物・環境配慮等に関わるＣＭ、更に③独自領域での土木ＣＭ等への取り組みを推進

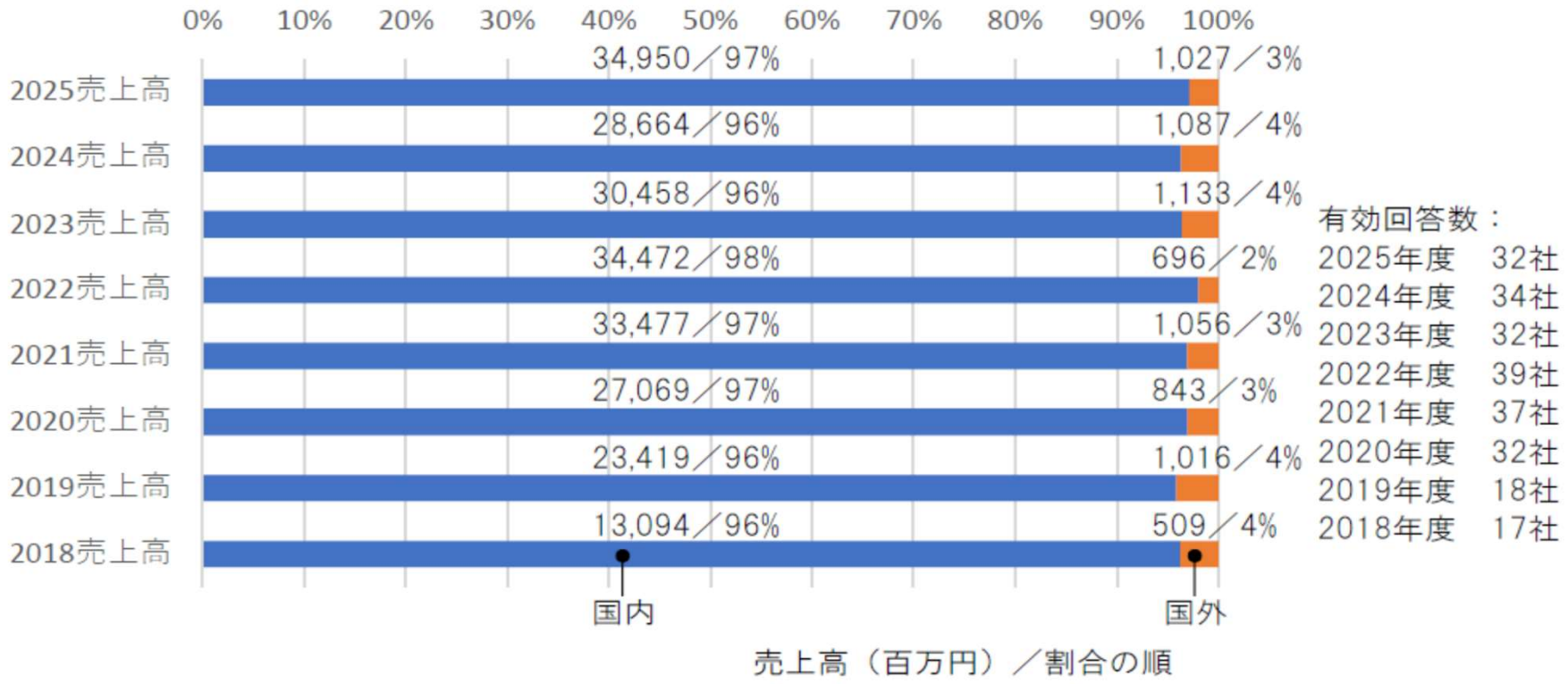
■用途別の売上金額



出典：２０２５年度ＣＭ業務市場調査アンケート結果（国内調査委員会）

- 【国内／海外】前述の国内に関わる考察と併せて、海外においても①日系企業のアウトバウンド支援、②海外企業のインバウンド支援、③現地企業への現地支援等に期待

■国内と海外の売上比率



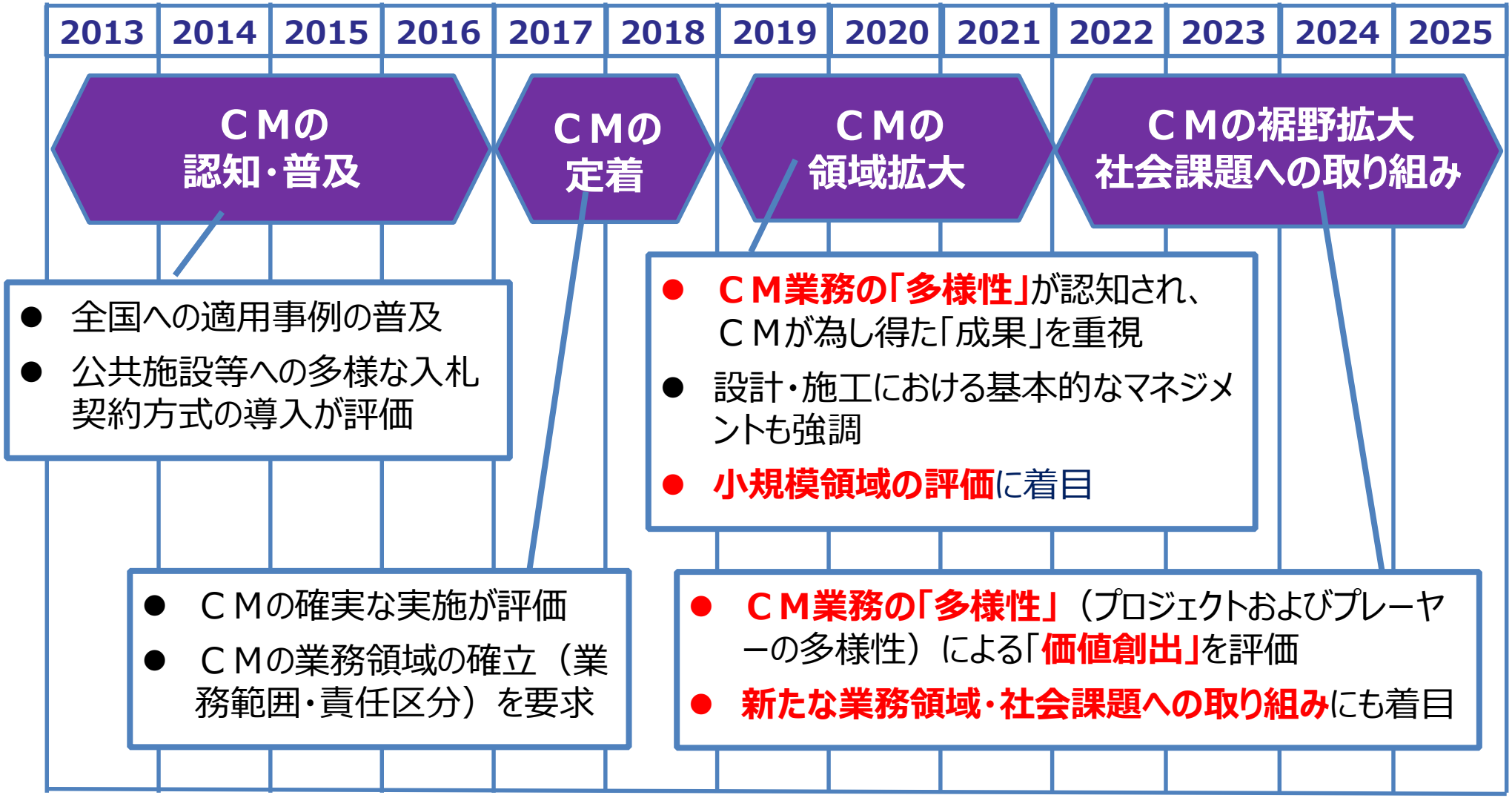
出典：２０２５年度ＣＭ業務市場調査アンケート結果（国内調査委員会）

３．更なる普及・発展に向けた方針

- コア領域（ＣＭガイドブックの第２章における業務領域）での着実な成長を基本に、「新規領域への拡大」と「小規模領域の伸長」が必要

- 【新規領域への拡大】 社会課題への取り組み等を推進
- 【小規模領域の伸長】 日本ＣＭ協会での基盤整備（小規模領域に関わる定義と分類・データベース化・計数管理・広報方策等の検討と整備）を推進

- ＜参考＞ＣＭ選奨の動向



出典：更新講習会資料（ＣＭ選奨企画委員会）

■「新規領域への拡大」（社会課題への取り組み）の事例

大規模災害からの復興・復旧



東広島市災害復旧関連
事業促進ＣＭ業務



中土佐町公共施設群
高台移転プロジェクト



宮古市中心市街地拠点
施設整備事業に係る
ＣＭ業務



東日本大震災等の実績
能登半島地震への対応

地域創生とまちづくり



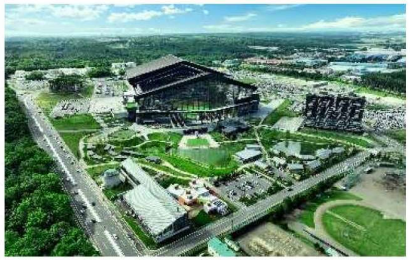
丹波山村新庁舎
建設計画ＣＭ業務



ナツフェス 小路スカイ
プロジェクト（やぶ市民交流
広場整備プロジェクト）

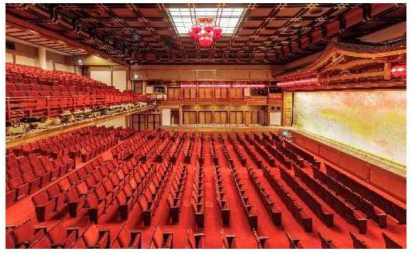


長崎スタジアムシティ
プロジェクト



北海道ボールパークＦ
ビレッジ　エスコンフィールド
HOKKAIDO　プロジェクト

建築物の持続可能性（長寿命化）



祇園甲部歌舞練場
令和の大改修プロジェクト



TRAVELODGE HOTEL
改修プロジェクト



横浜ビジネスパーク
都市型複合施設のライフ
サイクルに関するＣＭ業務



広島市立病院機構における
保全最適化システムの
確立に関するＣＭ業務

建設産業の国際化



ハイウィン神戸新工場
プロジェクト



AJINOMOTO NEW
FACTORY PROJECT



ZeppホールのASEAN進出
プロジェクトにおける
ＰＭ／ＣＭ業務



中国における新冷延工場
プロジェクト

■「小規模領域の伸長」の事例



岩砂邸CM業務



初台マンション賃貸事業化
プロジェクトＣＭ業務



子ども第三の居場所
「このめ～Giving Tree
AOMORI～」



三鷹HM邸リフォーム
プロジェクトＣＭ業務



極私的CM-南馬込
古民家改修PJ

4


日本コンストラクションマネジメント協会
創立25周年
CMの発展とともに、未来へ。
YEARS
25
ANNIVERSARY
celebration

会員数と会員属性

１．会員数の増加

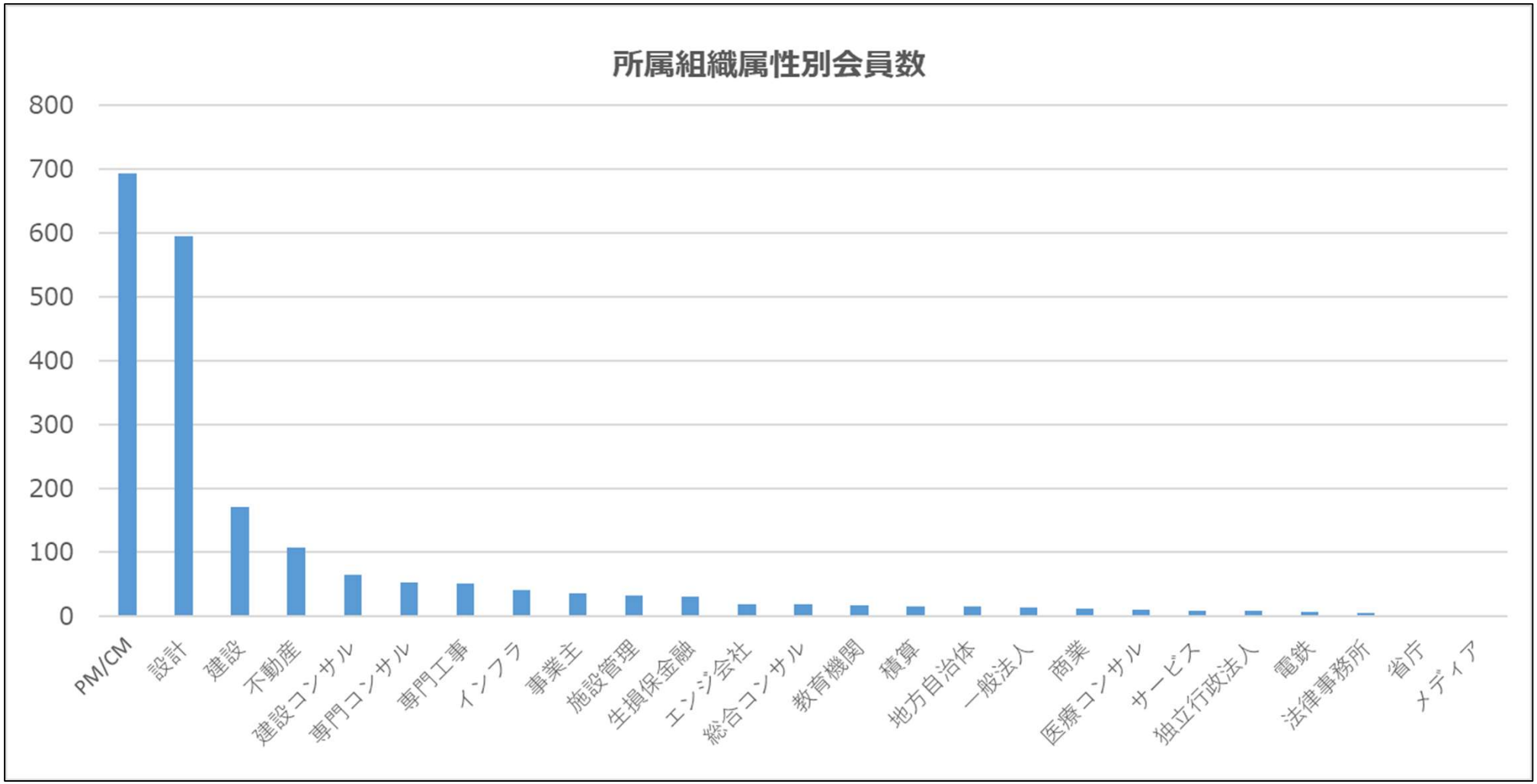
- 「既存の会員会社の安定的・継続的な成長」と「既存・新規の会員会社の積極的・戦略的な寄与」による会員数の増加を推進しつつ、会員数の減少対策を併用

２．会員属性の多様化

- 発注者・教育関係者（教員・学生）・新たな担い手（土木職能・建設以外等）の参画に向けた取り組みを強化
- 更に、支部会員・女性会員・若手会員の増加に重点的に取り組み

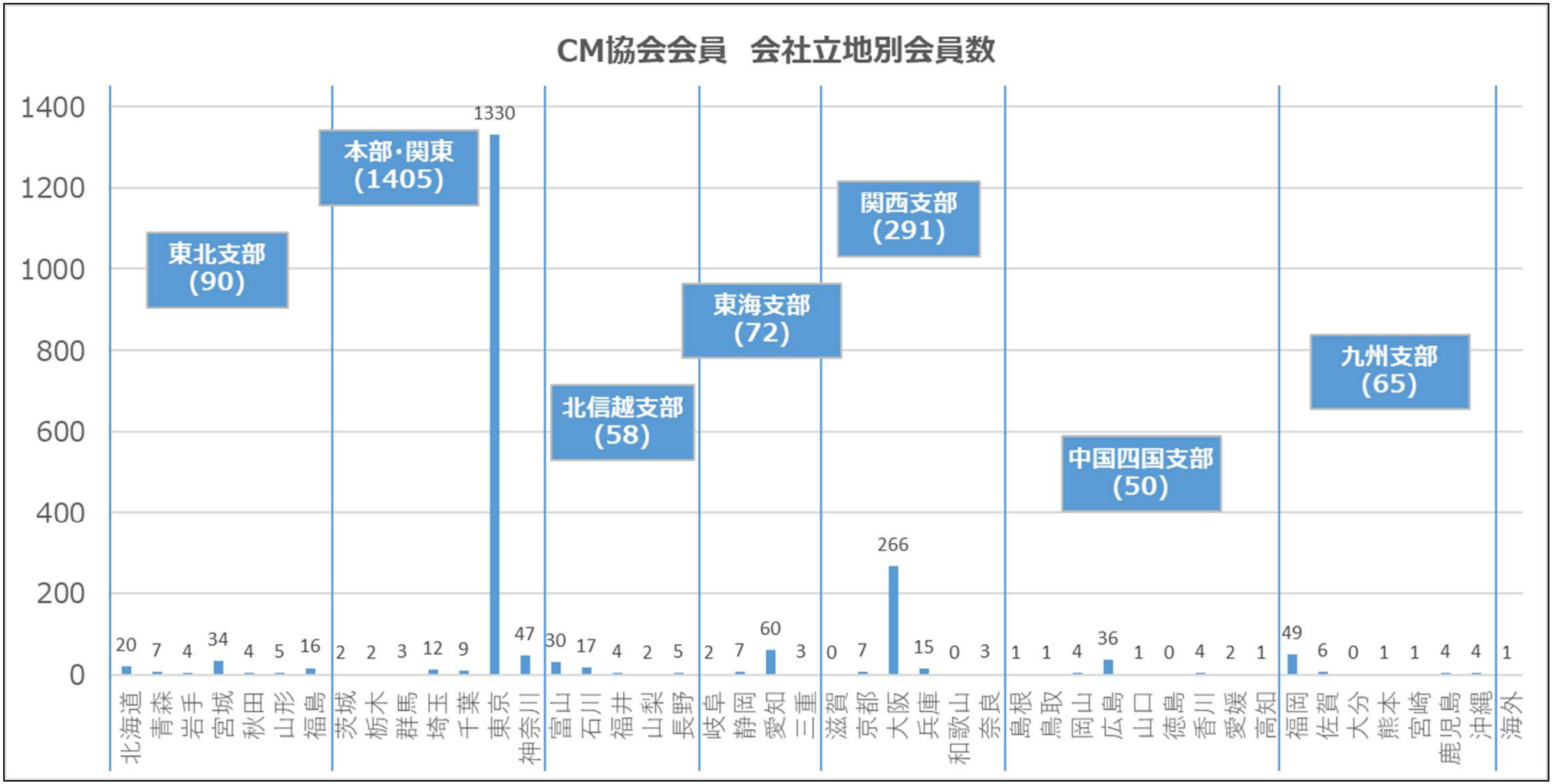
- ＜参考＞会員属性の現状

■所属組織の属性



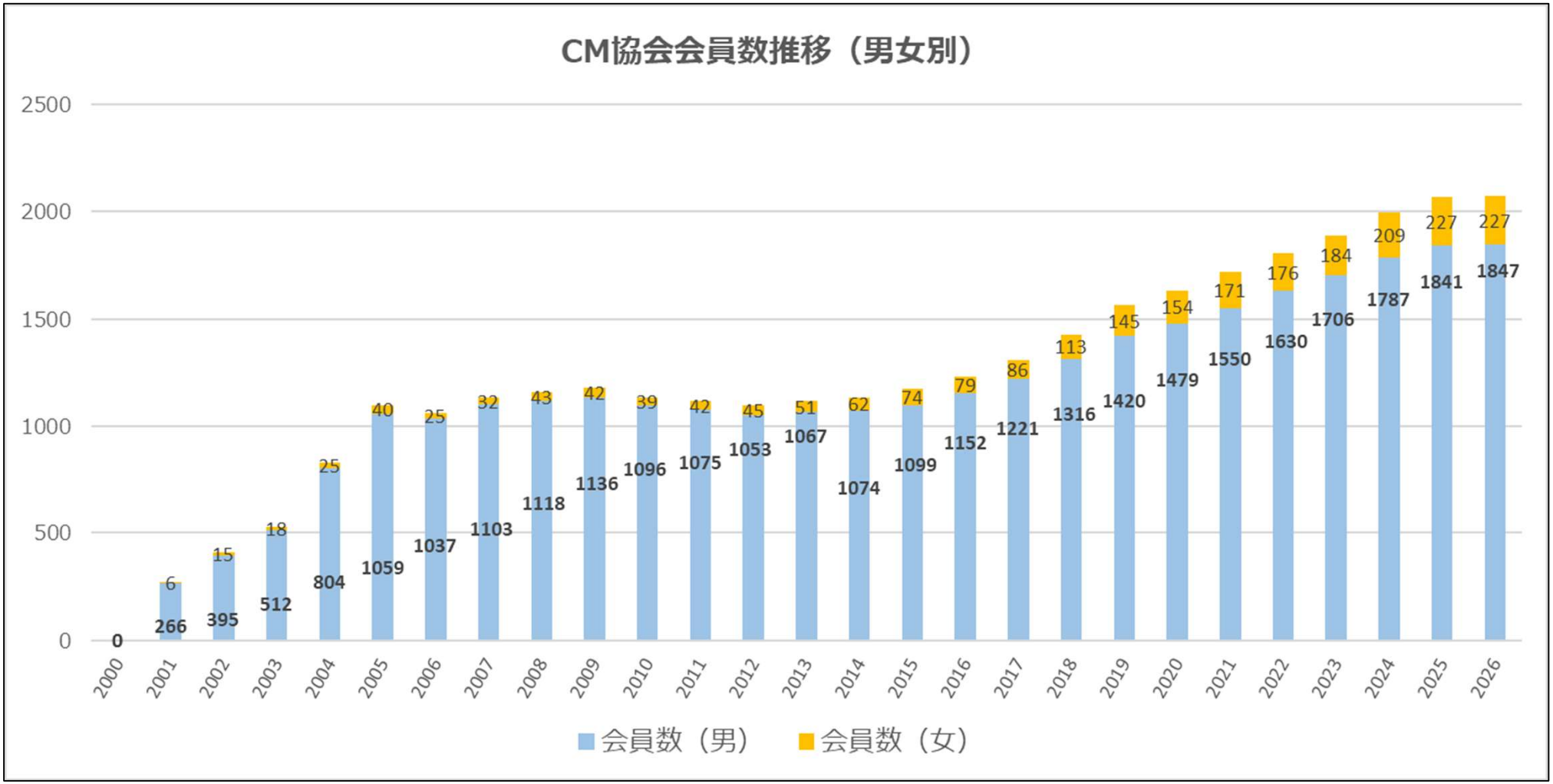
出典：会員属性分析（企画戦略委員会）

■所属組織の地域



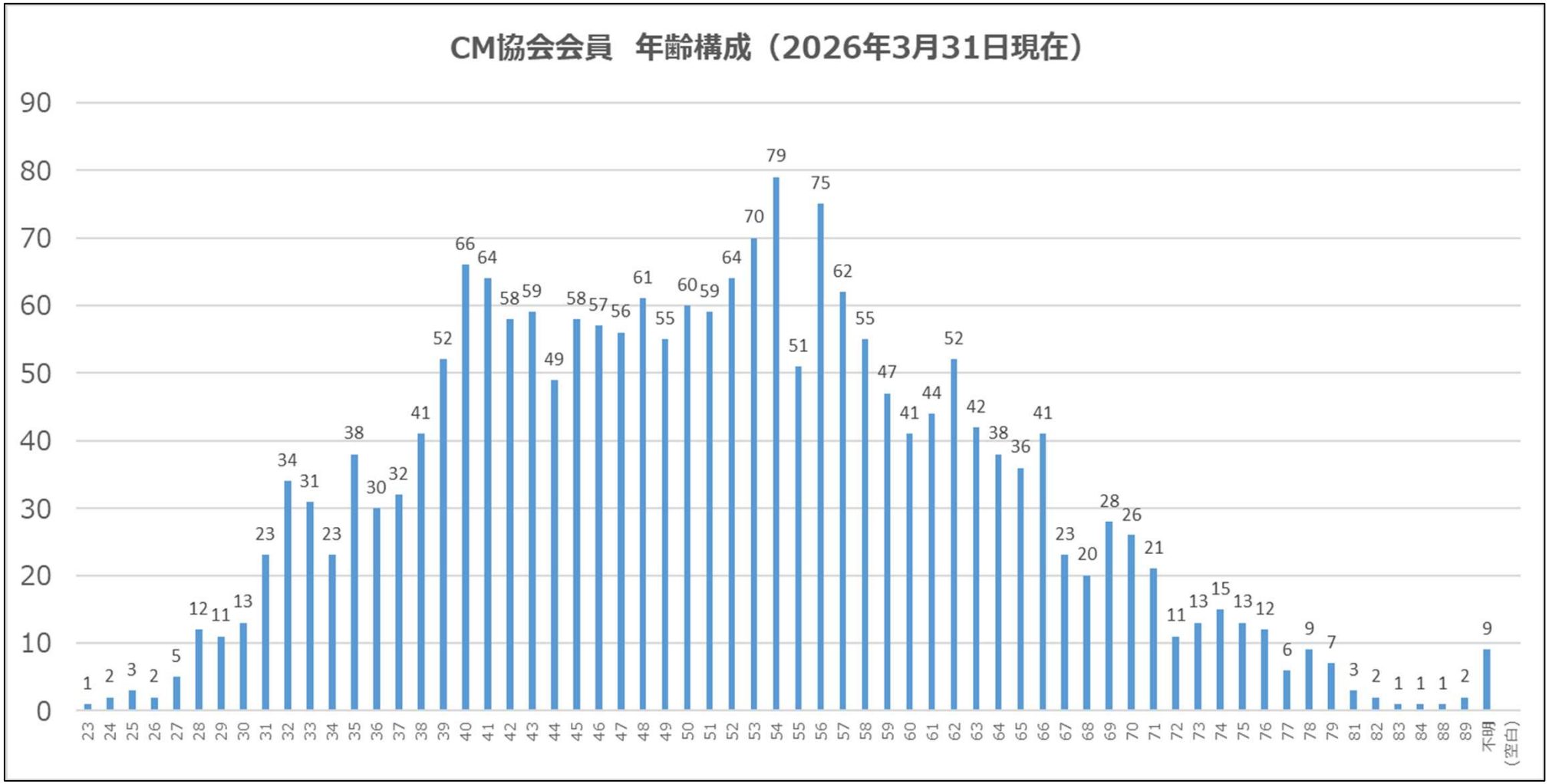
出典：会員属性分析（企画戦略委員会）

■会員の男女比率



出典：会員属性分析（企画戦略委員会）

■会員の年齢構成



出典：会員属性分析（企画戦略委員会）

5

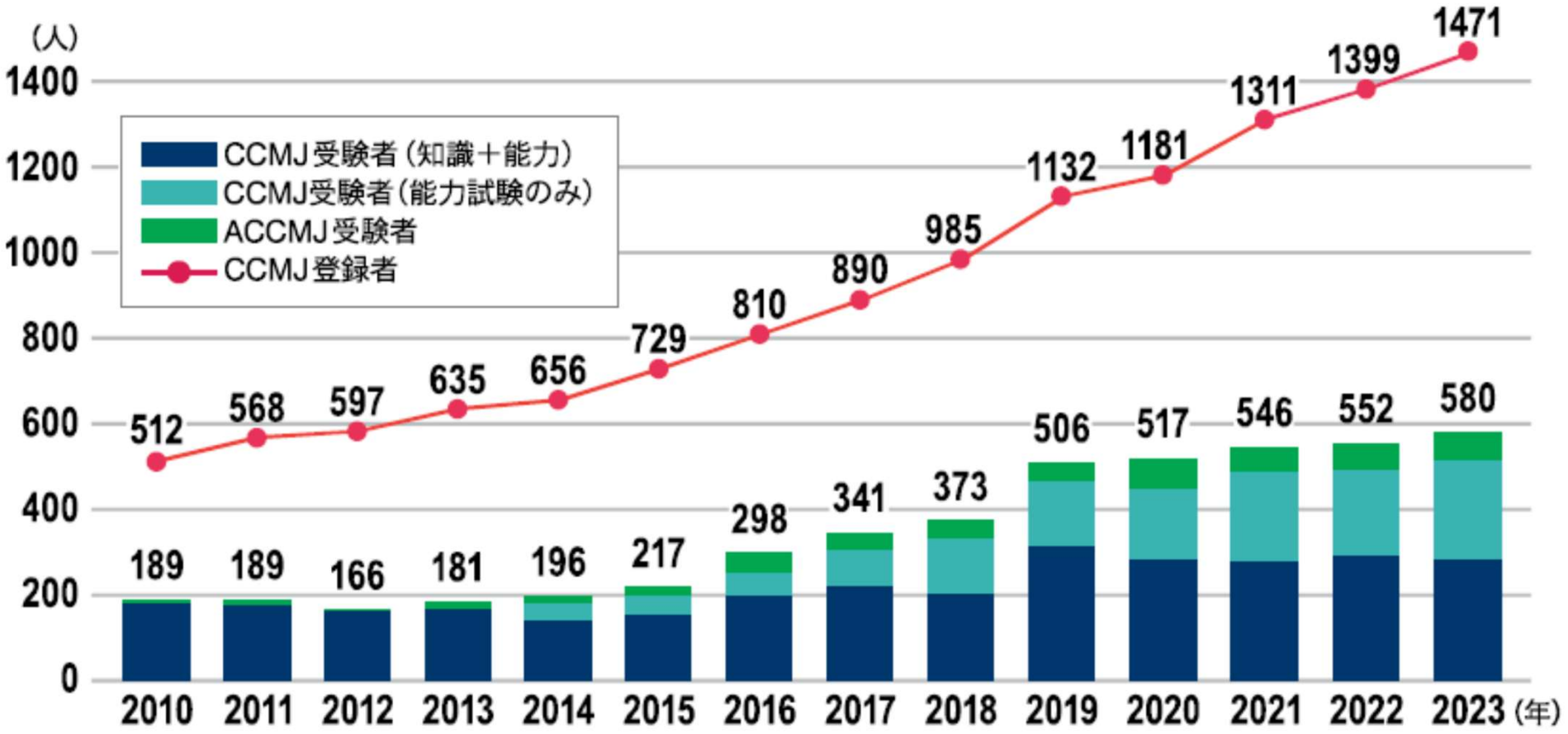


資格制度とＣＰＤ（継続教育）

１．資格登録者の増加と要求水準（知識・能力）の維持

- 資格登録者数および資格受験者数の増加と資格失効者数の減少対策への取り組みを推進
- 資格登録者（試験合格者）の知識・能力に関わる要求水準を維持
- 資格登録者数の計数目標は、会員数の計数目標に応じて２０３５年に２４００人（個人会員数を会員数の９５%、資格登録者数を個人会員数の８５%と想定）

- ＜参考＞資格登録者数と資格受験者数の推移



出典：ＣＣＭＪ資格試験フライヤー（資格･試験委員会）

２．資格制度の価値向上

- 価値向上に向けた資格制度のあり方の検討（例として、ＡＣＣＭＪの資格化、ＣＣＭＪ資格の適用範囲の拡大、ＣＰＤ研修の対象範囲の拡張等）
- ＣＭの「更なる高度化・多様化」に応じた資格制度の最適化（具体的な企画・戦略は、ＣＭガイドブック改訂（第５版）の時期・内容と連携して検討）

6

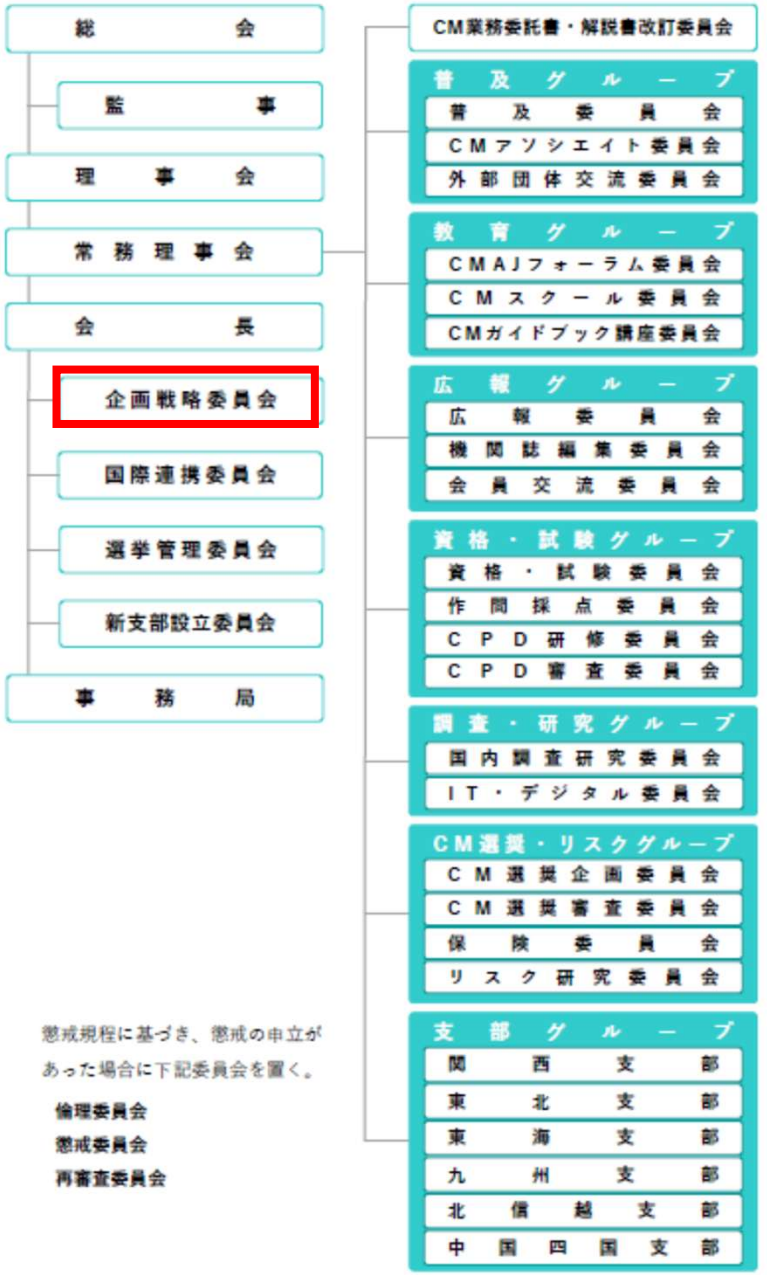

日本コンストラクションマネジメント協会
創立25周年
CMの発展とともに、未来へ。
YEARS
25
ANNIVERSARY
celebration

組織体制と企画・戦略

１．持続可能な組織体制の構築

- 中長期計画の実現に向けた委員会･支部の柔軟な組成･運営

- 企画戦略委員会の設立による事業企画･戦略立案の強化
- 「学術･芸術･技術の交流の場としての学術団体的機能」の推進
- 本部事務局の機能強化（人員体制の整備･ＤＸ／ＩＣＴの推進）
- 支部事務局の運営支援･体制強化



２．事業企画･戦略立案の強化

- ブランディング･マーケティングの強化

- 「更なる多様化･高度化」に伴うＣＭの再定義（ＣＭ選奨･ＣＭガイドブック･ＣＣＭＪ資格･市場調査等に基づき継続的に要検討･明確化）
- 情報発信の強化（会員･会員外の対象ごとの情報発信、ＨＰ･機関紙･専門誌･メルマガ･ＳＮＳ･セミナー･イベント等の媒体ごとの活用を横断的･積極的に推進）
- 関連団体とのネットワークの構築（国内／海外の関連団体との目的に応じた連携の強化、国内の関連団体との本部･支部ごとの柔軟な連携）
- 案件相談･導入支援等の窓口開設、専門委員の外部派遣等に関わる新規事業の可能性の検討（定款改訂の検討共）

３．財務基盤の安定化

- 中長期計画の実現を前提とした収支管理の適正化

● 会員数･資格登録者数および資格受験者数の増加等による収入増および委員会活動の待遇改善･本部事務局の機能強化･支部事務局の運営支援と体制強化･必要な設備投資等による支出増の持続可能な収支管理

「今後１０年間の更なる多様化･高度化」を通して「ＣＭの健全な普及･発展を通じて社会の信頼を得る」ことを目指して、引き続きのご理解とご協力をお願い致します。