



業界レポート

木造建築工事業 (戸建て住宅建築)

株式会社CCイノベーション

令和5年9月

目次 -CONTENTS-

01. レポートサマリー
02. 基礎知識
03. 業界の動向
04. 今後の焦点
05. CCIのソリューション

基礎知識

- 住宅業界は多数の関連業界と協力し、あらゆる顧客ニーズに対応しつつ、新しい価値を提供しつづける業界である。

業界の動向

- 世帯数の減少、建築単価の上昇など業界を取り巻く環境は厳しさを増している。
- そのなかで、技術革新により住宅機能は年々進化し、省エネルギー、快適性・利便性、安全・安心の住まいを実現している。

今後の焦点

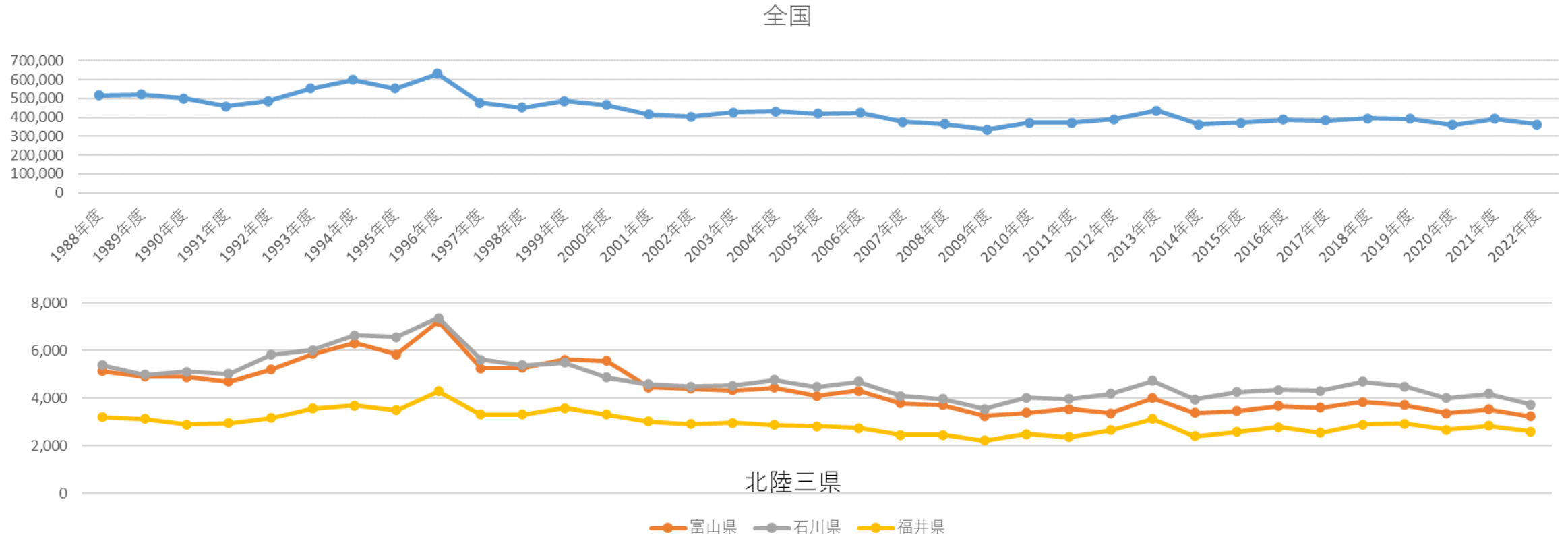
- 地方の中小ハウスメーカーが生き残るためには、自社の強みを明確にし、限られた経営資源を効率よく活用するための戦略が求められる。

木造系住宅の工法

工法	特徴	耐久性	耐火性	耐震性	遮音防音性
木造軸組（在来）工法	木材の垂直な柱と水平な梁を組み合わせ、建物の骨組みを形成する伝統的な建築手法。筋かいを入れ、金物で補強することで強度が上がる	従来は各工法によって、性能の特徴があったが、近年は各工法の弱点を補う工夫や工法の組み合わせがすすんでいる			
2×4（ツーバイフォー）工法	2インチ×4インチの木材を組んだ枠組みと構造用面材で床、壁、天井の面をつくり、それらを構造体として組み合わせる工法				
木質系プレハブ工法	あらかじめ工場で生産・加工された木質系の部材やパネルを現場に運び組み立てる工法（pre-fabrication:あらかじめ製作する）				
ユニット工法	建物を部屋毎などの中規模のユニットに分割、各部屋、階段、玄関などをすべてユニットとして工場で生産し、それを現場で組み立てる工法				
その他	丸太組工法や混構造（1階は鉄筋コンクリートで2階は木造など他の工法を混ぜているもの）など				

- 近年はさまざまな工法が開発され、工法が多様化しており、比較が難しくなっている。

木造一戸建て戸数の推移



(国土交通省「建築着工統計調査」を元に当社作成)

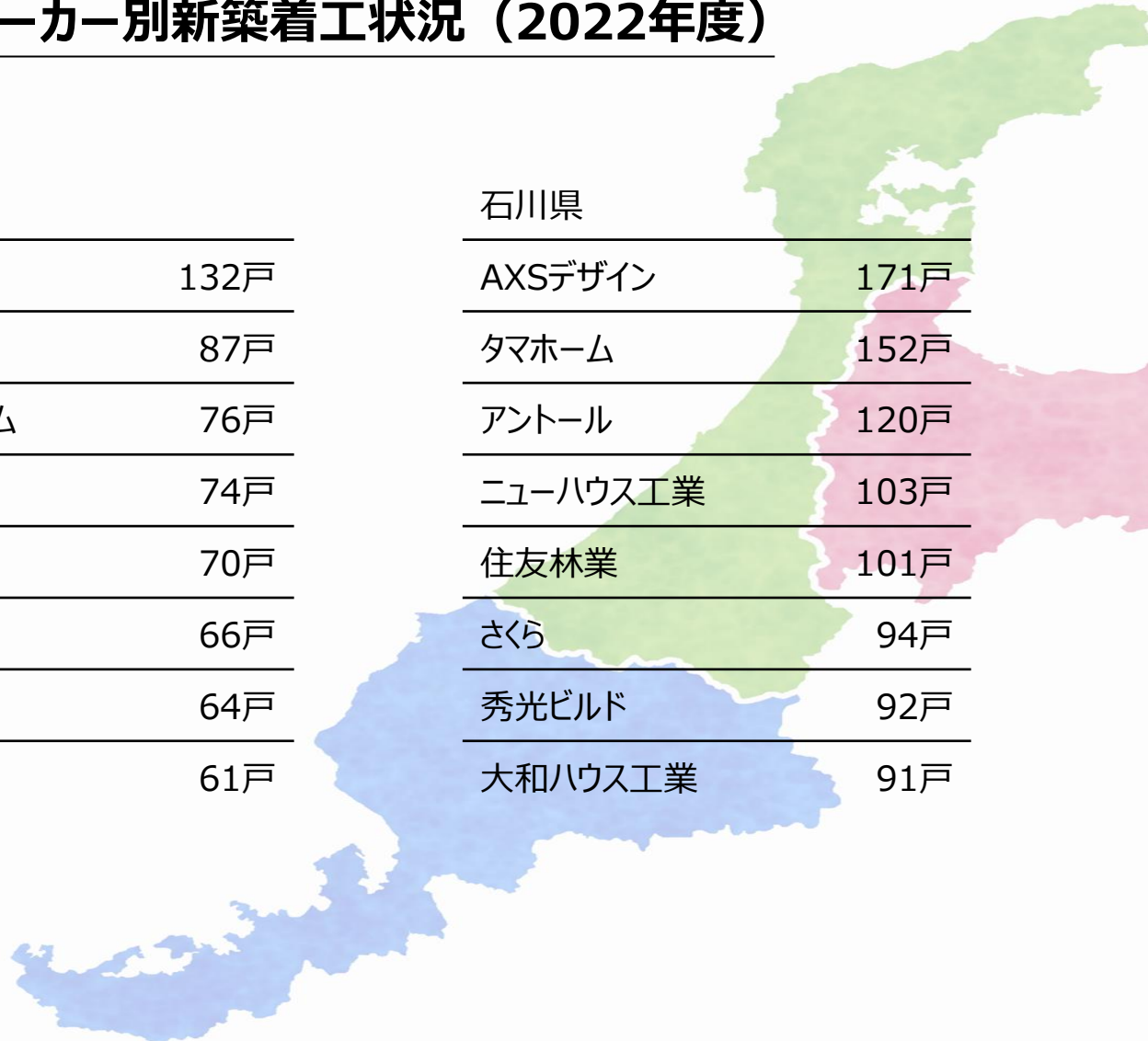
- バブル崩壊以降、木造一戸建て戸数は減少傾向にあったが、直近10年は横ばいで推移している。

北陸三県のメーカー別新築着工状況（2022年度）

福井県	
一条工務店	132戸
住友林業	87戸
ハイエストホーム	76戸
石友ホーム	74戸
アーネストワン	70戸
永和住宅	66戸
エーシン	64戸
タキナミ	61戸

石川県	
AXSデザイン	171戸
タマホーム	152戸
アントール	120戸
ニューハウス工業	103戸
住友林業	101戸
さくら	94戸
秀光ビルド	92戸
大和ハウス工業	91戸

富山県	
石友ホーム	200戸
タカノホーム	177戸
住友林業	116戸
オダケホーム	107戸
ウッドライフホーム	96戸
正栄産業	92戸
OSCAR	90戸
とやまアイホーム	77戸



（北陸工業新聞社「住宅羅針盤」を元に当社作成）

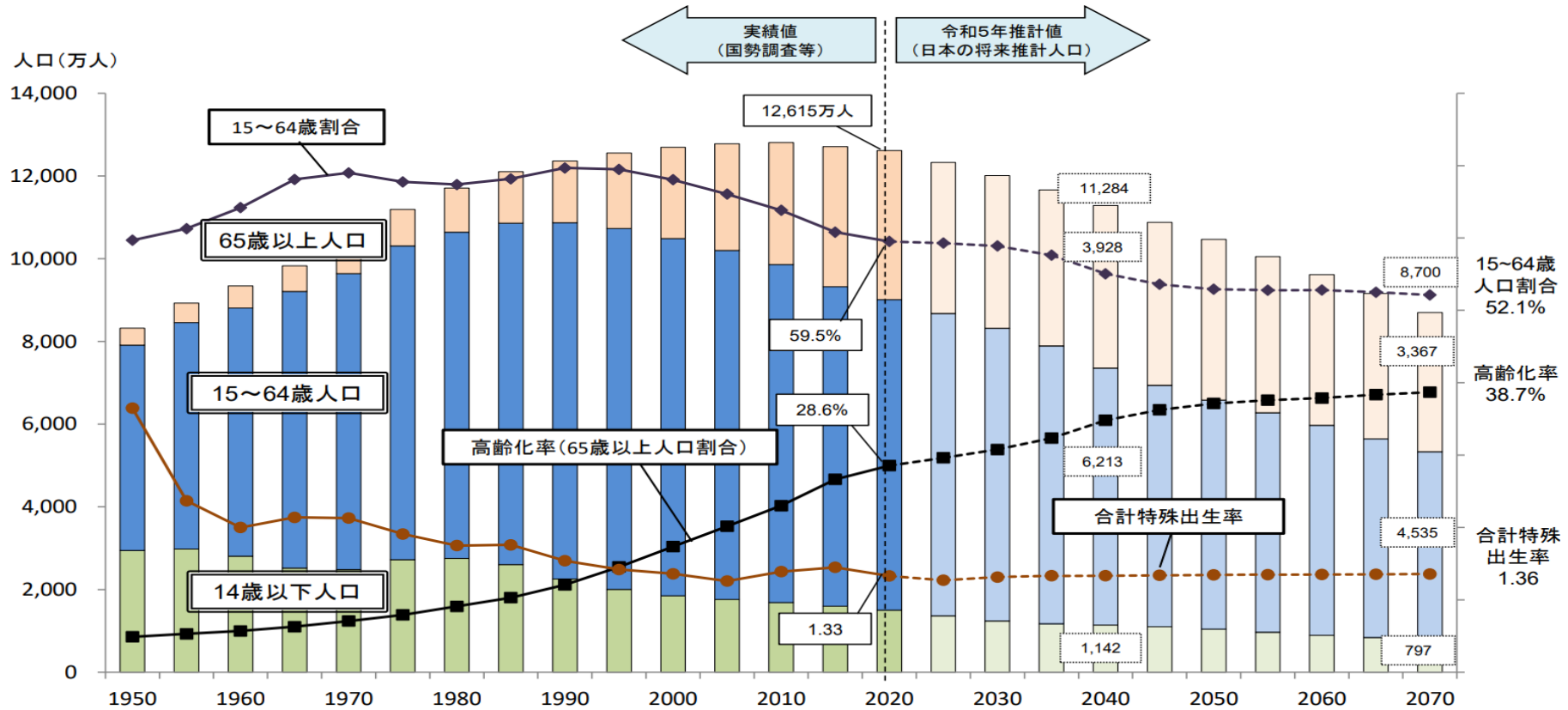
バリューチェーンと関連業界（注文住宅）



- 住宅事業は住宅事業者、不動産事業者を中心に、多数の関連業界が協力関係にある。

3. 業界の動向

日本の人口の将来予測



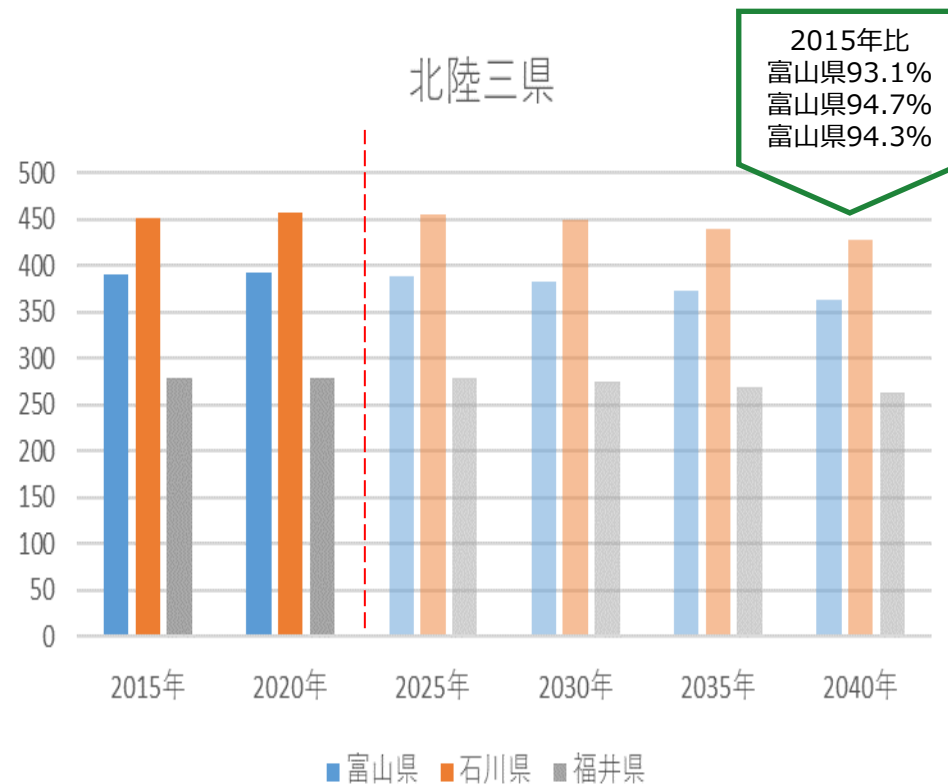
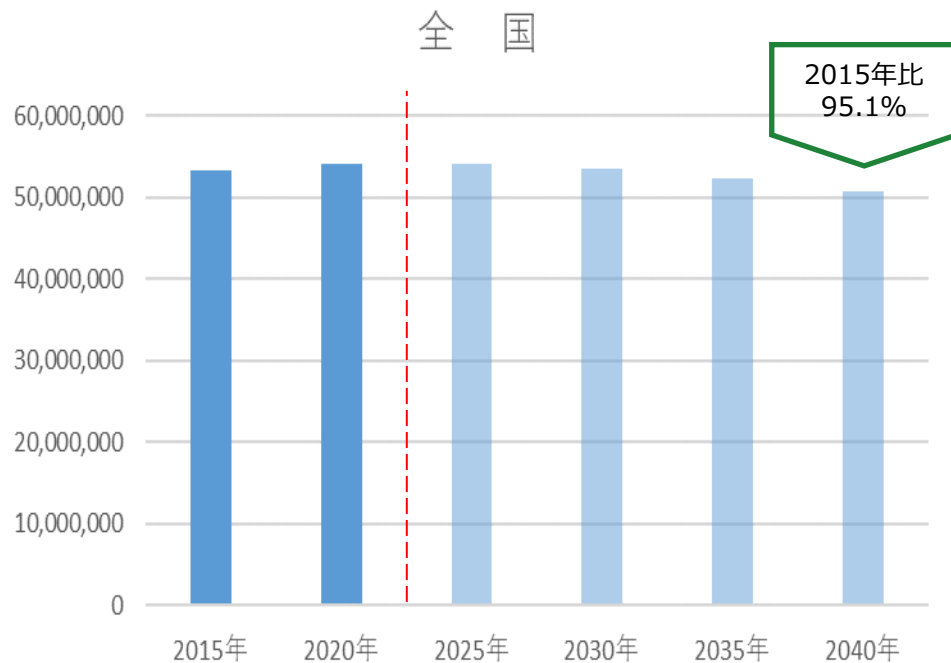
出典：第3回厚生労働省「第夜会保障審議会年金部会」資料

- 日本の人口は近年減少局面を迎えている。
- 2070年には総人口が9,000万人を割り込み、高齡化率は39%の水準になると推計されている。

3. 業界の動向

世帯数の将来予測

CC Innovation / est.2021



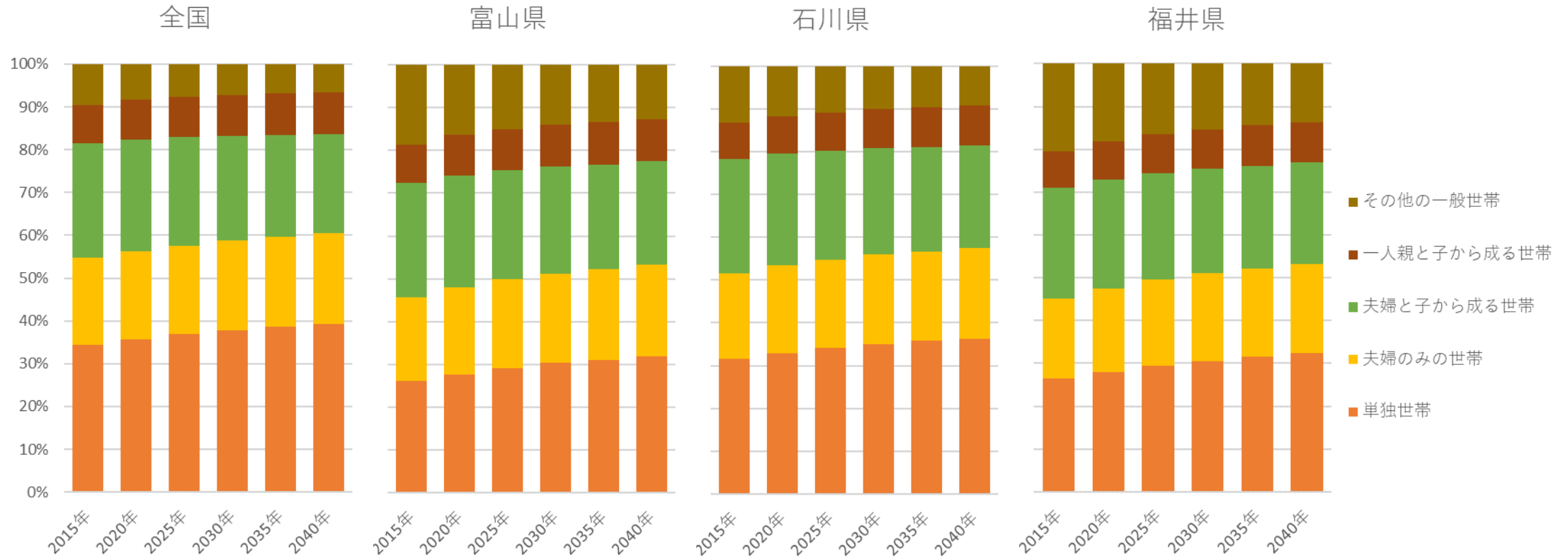
出典：国立社会保障・人口問題研究所ホームページ (<https://www.ipss.go.jp/>)

- 日本の世帯数は人口減少を背景に、今後は減少傾向に転ずることが予想される。

3. 業界の動向

世帯構成割合の将来予測

CC Innovation / est.2021



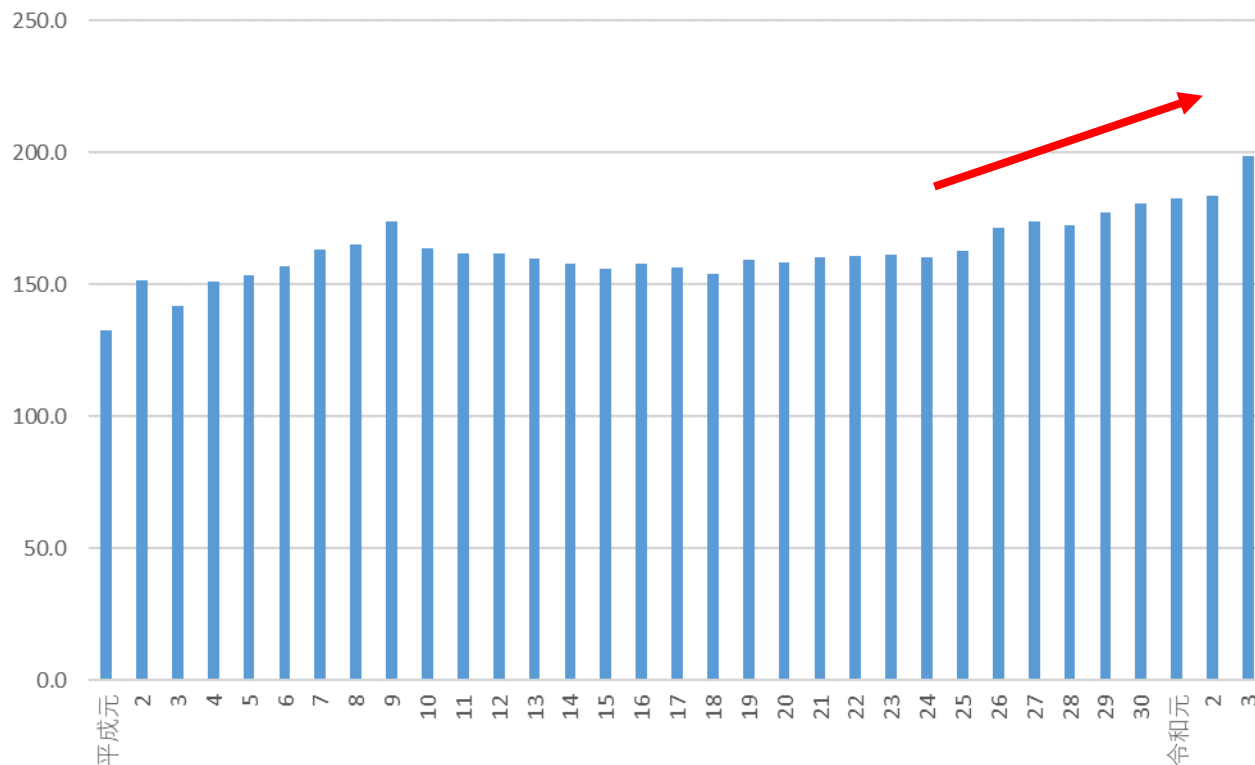
出典：国立社会保障・人口問題研究所ホームページ (<https://www.ipss.go.jp/>)

- 世帯数減少が進む中で、単身世帯・夫婦のみの世帯の割合は年々増加し、少人数世帯のニーズを反映した住宅が主流になる。

3. 業界の動向

木造建築単価の推移

工事実施額1㎡あたり単価（全国）



地域	工事単価
全国	200.7千円/㎡
富山県	202.3千円/㎡
石川県	195.2千円/㎡
福井県	190.5千円/㎡

工事単価は工事費予定額 1㎡あたり単価を記載

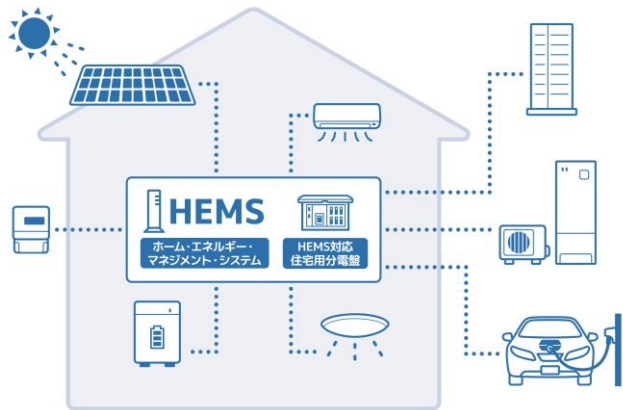
国土交通省「建築工事調査」を元に当社作成

- 建築資材価格や人件費の高騰を背景に、木造建築単価は急速に上昇している。

3. 業界の動向

スマートハウス/スマートホーム

CC Innovation / est.2021



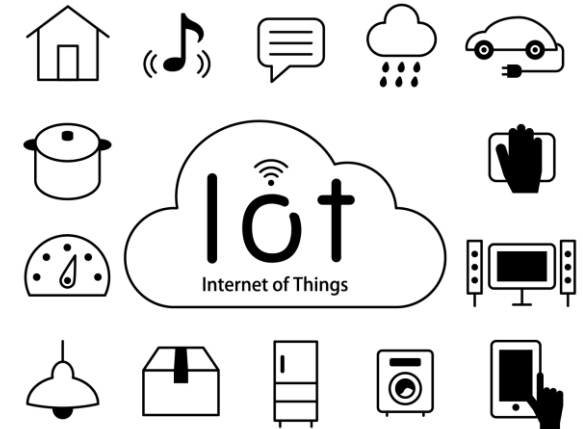
LED照明・太陽光発電・電気自動車蓄電
HEMS (ホームエネルギー・マネジメントシステム)

IT技術を使い家庭内のエネルギー消費量を最適にコントロール

インターネットにつながった機器を使用する生活

社会インフラや外部サービスとのつながり

IoT住宅・AI住宅



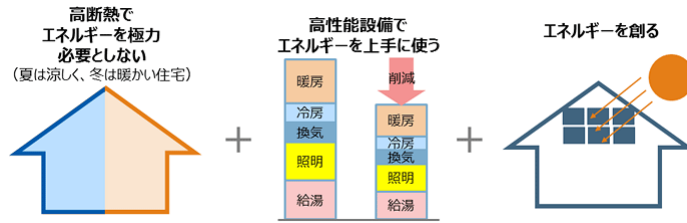
安全・安心・防災

- 技術革新により住宅機能は年々進化し、省エネルギー、快適性・利便性、安全・安心の住まいを実現している。

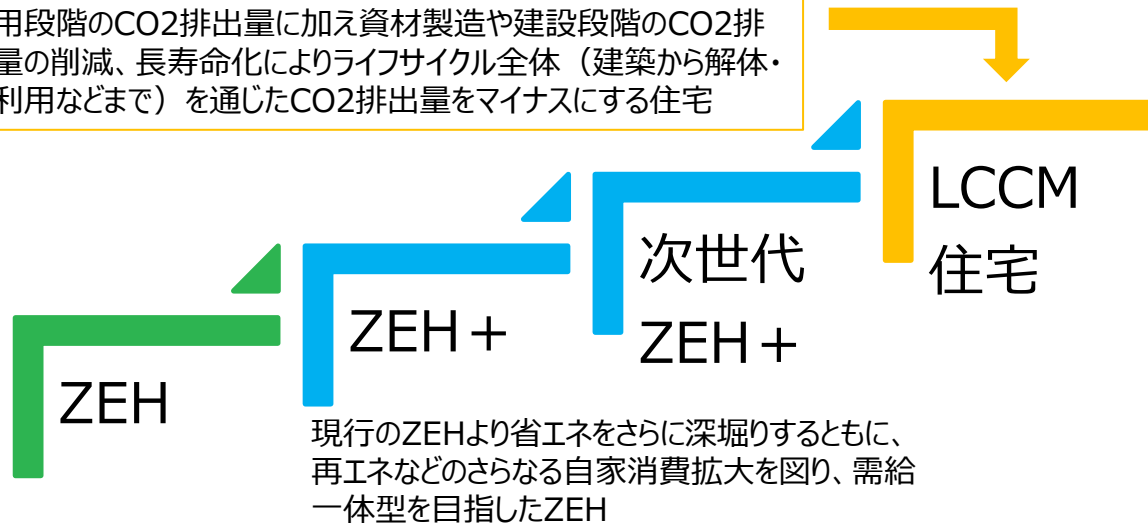
3. 業界の動向

ZEH（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）

外皮の断熱性能などを大幅に向上させるとともに、効率的な設備システムの導入により、室内空間の質を維持しつつ大幅な省エネルギーを実現した上で、再生可能エネルギーを導入することにより、年間の一次エネルギー消費量の収支がゼロとなることを目指した住宅



LCCM住宅
使用段階のCO2排出量に加え資材製造や建設段階のCO2排出量の削減、長寿命化によりライフサイクル全体（建築から解体・再利用などまで）を通じたCO2排出量をマイナスにする住宅

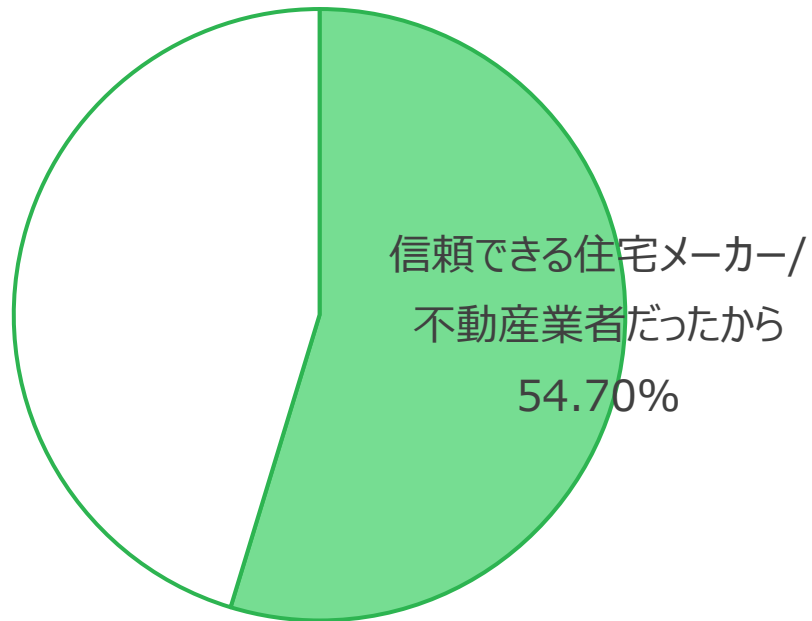


資源エネルギー庁省エネポータルサイトを元に当社作成
https://www.enecho.meti.go.jp/category/saving_and_new/saving/general/housing/index03.html

- ZEH（ゼッチ）はエネルギー消費量の収支がゼロをなることを目指した住宅であり、経済産業省、環境省、国土交通省が補助金制度を設けている。

注文住宅取得世帯の選択基準

注文住宅取得世帯の住宅の選択理由



国土交通省「令和4年度住宅市場動向踏査」を元に当社作成

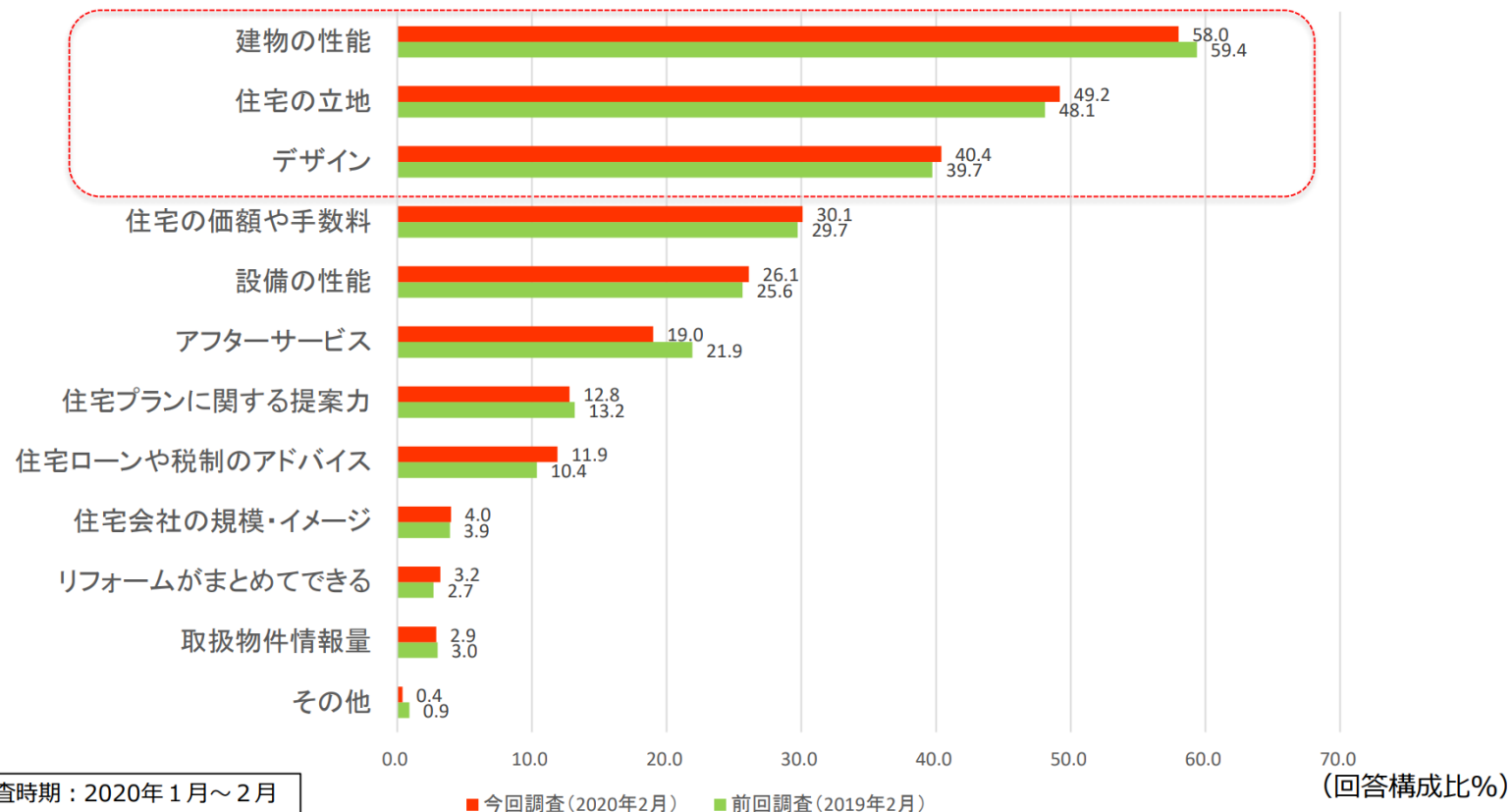
- 住み替えを検討する世帯が、分譲住宅や中古住宅と比較し注文住宅を選択する決め手となった最も大きな理由は、「信頼できる住宅メーカー/不動産業者」だった。

3. 業界の動向

ハウスメーカーの選択基準

「住宅事業者選び」で重視するポイントは？

(今回調査n=1,000、前回調査n=1,100 複数回答・3つまで)



出典：住宅金融支援機構「2020年度における住宅市場動向について」

- ハウスメーカー選びのポイントは「建物の性能」「住宅の立地」「デザイン」であり、顧客ニーズを的確に把握することが重要になる。

4. 今後の焦点

中小ハウスメーカーの戦略

コスト戦略

建築コストの価格転嫁

顧客ニーズに適応した柔軟な
調達・外注

業務効率化・労働生産性の
向上

差別化戦略

ターゲット顧客の明確化

自社の強みの明確化

強みの積極的アピール

地域ニーズへの対応

地域の文化や気候にあわせた
デザイン・仕様

地方自治体、地元不動産業
者、金融機関との協力関係

- 地方の中小ハウスメーカーが生き残るためには、自社の強みを明確にし、限られた経営資源を効率よく活用するための戦略が求められる。

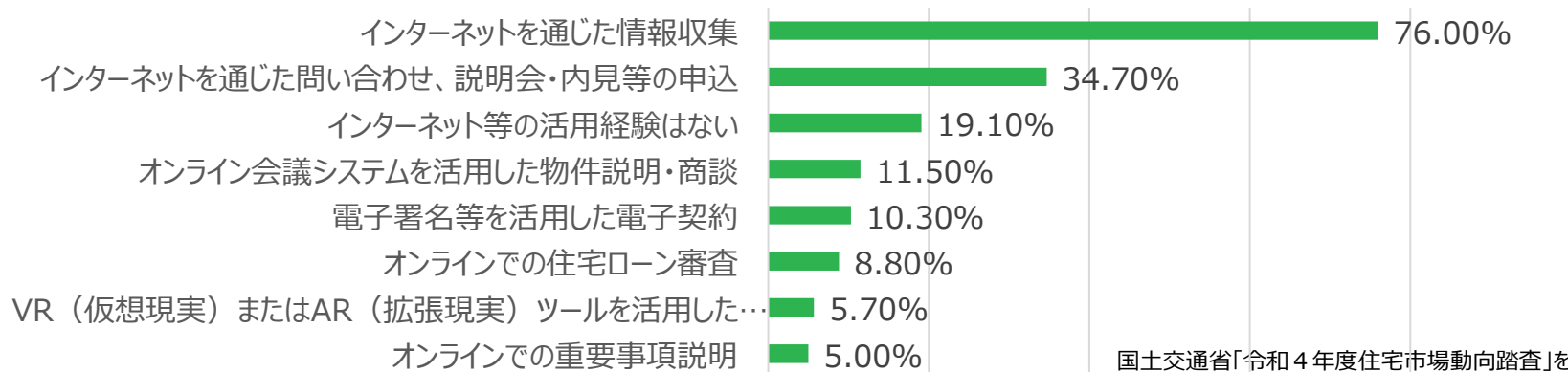
4. 今後の焦点

ハウスメーカーのプロモーション

顧客の購買行動モデル

認知	関心	検索	比較	検討	行動	共有
<ul style="list-style-type: none"> テレビ・新聞・雑誌などマスメディアでの認知 Web広告 売地情報 	<ul style="list-style-type: none"> 自社に関心を引くアピールポイント 他社より優位な差別化ポイント 	<ul style="list-style-type: none"> ホームページに掲載するコンテンツの充実 施工事例紹介 	<ul style="list-style-type: none"> 評判・口コミ 住宅メーカー比較サイト ランキングサイト 	<ul style="list-style-type: none"> モデルハウス 内見会 	<ul style="list-style-type: none"> 契約 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客がSNSで発信 顧客紹介

注文住宅取得世帯のインターネット等の活用状況（複数回答）



- Web戦略は顧客獲得に欠かすことができず、購買行動を理解したプロモーション施策が重要になる。
- また、Web施策を内製化することで、こまやかな情報提供や柔軟な施策変更が可能になる。

4. 今後の焦点

営業担当者のコミュニケーションスキル

顧客ニーズの
探索

信頼を獲得する
ための心がけ

気兼ねのいな
い雰囲気づくり

購入者サポート

情報提供に必要
な知識の習得

セールスプロセス
の確立

And more...



- 住宅営業は営業職の中でも特にハイレベルなスキルを必要とする。
- 数多くのコミュニケーションスキル習得を支援するとともに、従業員満足度向上の取り組みが営業担当者のモチベーション向上につながる。

5. CCIのソリューション

コンサルティングメニュー

<p>経営戦略</p> <ul style="list-style-type: none"> 経営理念・ビジョン策定 経営計画の策定 個別施策の立案 	<p>コストマネジメント</p> <ul style="list-style-type: none"> 原価管理体制の構築 物件費削減に関する助言 アウトソーシングの受託 	<p>人材紹介</p> <ul style="list-style-type: none"> 最適な人材マッチング 独自のネットワーク 人材定着サポート
<p>ビジネスマッチング</p> <ul style="list-style-type: none"> 新たな販売・仕入先の紹介 新商品・新技術開発パートナー紹介 グループ会社コレゾの活用 	<p>人事制度・人材育成</p> <ul style="list-style-type: none"> 人事評価制度の策定 賃金制度の設計 階層別・専門別研修の実施 	
<p>ICT</p> <ul style="list-style-type: none"> システム導入・更改のサポート 独自アプリによる生産性向上 社内コミュニケーションの活性化 	<p>業務効率化</p> <ul style="list-style-type: none"> BPR企画・立案 クラウド会計を活用した事務効率化 各種業務のマニュアル化 	
<p>海外展開</p> <ul style="list-style-type: none"> 海外販路の開拓 海外拠点の設立に関する支援 貿易手続に関する助言 	<p>M & A・事業承継</p> <ul style="list-style-type: none"> 企業の売却・買収のコーディネート 企業価値算定に関する助言 経営の承継に向けた社内体制整備 	



- CCIではお客さまの課題を明確にとらえ、お客さまに最適なソリューションを提供します。
- 北國フィナンシャルHD各社、各業務提携機関がお客さまの成長戦略をご支援します。

WEBサイト



[株式会社CCイノベーション
\(ccinnovation.co.jp\)](http://ccinnovation.co.jp)

当社のコンサルティングに
ついての詳細はこちら

LinkedIn



[株式会社CCイノベーション
LinkedIn](#)

コンサルティング事例やセミナー情報を発信中
ぜひフォローよろしくお願いたします！

Facebook



[株式会社CCイノベーション
Facebook](#)

お問い合わせフォーム



[株式会社CCイノベーション
お問い合わせフォーム](#)

専門コンサルタントが
ご相談を承ります。
お気軽にご連絡ください！

- 本資料は、情報の提供のみを目的として作成されたものであり、CCイノベーションとのお取引を勧誘するものではありません。
- 本資料に記載されている意見などはCCイノベーションが信頼に足り、且つ正確であると判断した情報に基づき作成されたものではありませんが、その正確性、確実性を保証するものではありません。なお、本資料は、作成日において入手可能な情報等に基づいて作成したものであり、金融情勢・社会情勢等の変化により、内容が不正確なものになる可能性もあります。
- 本資料のご利用は、お客さま御自身の判断でなされるよう、また、必要な場合には顧問弁護士、税理士などの各種専門家にご相談いただきますようお願いいたします。
- 本資料の著作権はCCイノベーションに帰属し、本資料の一部または全部を、電子的または機械的な手段を問わず、無断での複製または転送等することを禁じます。