

FREE!!

住宅産業 大予測

Preparatory
Issue

2022 準備号

「悪いインフレ」に 立ち向かう

Shinken Featured Services

新建ハウジングセレクト オススメの注目サービス

住宅産業大予測 FORUM 2022

2021. ONLINE
12.17fri

アフターコロナを、どう生きるか 変化をとらえ、追い風にする

地域工務店が、アフターコロナの住宅市場で存在感を発揮し続けるために、コロナによる暮らしや住まい、仕事などさまざまな変化を、家づくりと経営に落とし込むことは必須です。工務店はいままさに、アフターコロナの生き方と戦略を決断する必要に迫られています。住宅産業大予測フォーラム2022では、決断の参考となるヒントを提示します。

コロナ禍で業績を拡大し、経済界だけでなく一般消費者からも注目を集める、アウトドアメーカー・スノーピークを率いる山井梨沙さんを招き、自然共生・人間回帰の思想の中枢に迫りながら、そこから住まいへと議論(思考)を発展させます。コロナ後の社会と市場で、生活者から共感・応援を得るために“大切な何か”の片りんを、きっとつかめるはずです。地域工務店などとコラボして地方の活性化に取り組む実践者でもある、

レオス・キャピタルワークス代表の藤野英人さんには、まちづくりの実例を通じて、アフターコロナにおける地方の可能性と地域工務店に期待される新しい機能(役割)について解説していただきます。工務店経営者の皆さまに、客観的かつ論理的に自ら(工務店)が秘めているポテンシャルを感じ取ってもらうことができると確信しています。

新建ハウジング発行人の三浦祐成は、2022年の住宅産業市場を占いながら、工務店が何に留意し、どう動くべきか、主観に基づき提言します。アフターコロナは地方の時代です。家づくりの市場においては、工務店が主役を担うべき時代です。全国各地の工務店、住宅産業からたくさんの皆さまにご参加いただき、アフターコロナを、どう生きていくかを共に考えましょう。

Program

対談



株式会社スノーピーク

代表取締役社長

山井梨沙氏

新建新聞社

三浦祐成

山井 梨沙(やまい りさ)

スノーピーク代表取締役社長。1987年、新潟県生まれ。祖父は同社創業者の山井幸雄、父は代表取締役会長の山井太。文化ファッション大学院大学で舞台衣装づくりを専攻し、ドメスティックブランドに約3年間勤務。2012年、スノーピークに入社し、アパレル事業を立ち上げる。その後、アパレル事業本部長、企画開発本部長、代表取締役副社長を経て、2020年3月より現職。



講演



レオス・キャピタルワークス株式会社

代表取締役会長兼社長・最高投資責任者(CIO)

藤野英人氏

日本は課題先進国と呼ばれており、「日本の未来は暗い」と考えている人は少なくないでしょう。確かに、少子高齢化はすでに確定した未来であり、地方が空き家だらけになることも間違いありません。しかし問題が山積しているからこそ、日本にはチャンスがたくさんあります。明るい2040年を迎えるために、未来に向けて準備をしアクションを起こすうえで押さえておきたいメガトレンドを読み解いていきます。

講演

『住宅産業大予測2022』

新建新聞社

代表取締役社長

新建ハウジング発行人

三浦祐成

■開催日: 2021年12月17日(金) 13時~17時30分(予定)

■参加方法: オンライン視聴

■参加費: 新建ハウジング定期購読者 16,500円(税込/名)
未購読者 33,000円(税込/名)

新建
ハウジング
THE SHINKEN HOUSING



チカラボ

主催: 新建ハウジング チカラボ

お申し込みはWEBから!



新建ハウジング セミナーガイド



お問合せ: ☎ 0120-47-4341 (読者サービスチーム) ✉ seminar-info@shinkenpress.co.jp

好評
発売中

チカラボマイスター 川島マリ著

はれやか 収納マップ®

The Life*Changing Floor Plans



収納提案で 顧客満足度を上げる！



「収納マップ®」を体験した設計担当者より

新居のどこに何を入れて生活したいのかが事前にわかり、片付け動線がつかれるので住み始めてからの満足度が高いと好評です

【媒体概要】 発行日：2021年10月20日 判型：B5変型判 112頁 書名：はれやか「収納マップ®」 定価：1,650円(本体価格1,500円＋税)

楽天ブックス
建築学部門1位

※2021.10.22 現在



【楽天ブックス購入者特典】
著者によるオンライントークイベントご招待！
「収納マップ」のつくり方実践・解説。
書籍では紹介しきれなかった話など盛りだくさん！

Amazon
リフォームカテゴリ
ベストセラー1位

※2021.11.2 現在



ジャパンホームショー、新建ハウジングブース 特価1,500円で販売！

30冊以上で10%OFF！

お得なまとめ買いは、こちらへお問い合わせください。
書籍担当 ✉ support@shinkenpress.co.jp

お問い合わせ

新建新聞社 住生活メディア事業部

TEL.026-234-4124

新建新聞社のオススメ書籍 会場にて特価で販売

ジャパンホームショーの新建ハウジングブースにて以下の書籍を販売しています。

建築家の設計作法や、これからの家づくりに必要不可欠な高性能住宅の書籍、リノベーションの参考書などをラインアップ。期間限定で割引しているものもございますので、ぜひジャパンホームショーの新建ハウジングブースにお立ち寄りください。

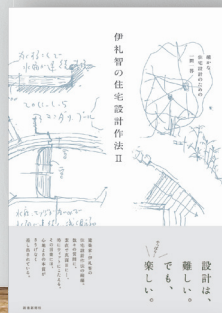


New

はれやか収納マップ®
特価 1500円



心地よさのモダニズム
伊礼智の住宅設計作法III
特価 2800円



伊礼智の住宅設計作法II
特価 1500円



居心地のよさを追いかけて
特価 2800円



エコハウス超入門
特価 2400円



あたらしい家づくりの教科書
特価 1500円



これからのリノベーション 断熱・気密編
特価 1900円

10セット
限定



だん07・08・09セット
特価 1000円

だん10
500円



リノベーション・ジャーナルvol.12／vol.13／vol.15／vol.16 特価 各1000円



和風住宅vol.26 特価 3000円
和風住宅vol.25 特価 1500円



和モダンvol.13 特価 2300円
和モダンvol.12 特価 1500円
和モダンvol.11 特価 1500円

東京ビッグサイト西展示場、新建ハウジングブースにて販売!

住宅産業大予測 2022

Preparatory Issue

住宅産業大予測 2022 準備号 Contents

04 | 「悪いインフレ」に立ち向かう

06 | 2022年の住宅市場 4つのリスク

07 | 2022年の新設着工&リフォーム予測

08 | 家計・収入の現状と予測

09 | 住宅プレイヤーの現状

10 | 2022年の住宅関連施策

relation
point o
Inflation
increa
of pri
dema

「悪いインフレ」 立ち向かう

住宅産業大予測 2022



に

本稿を執筆している10月下旬、コロナの感染拡大はひとまず収束、様々な制限の解除が進んでいる。ただし、今後再拡大はあるのか、人の行動・消費が戻るのか、住宅市場にどう影響するのかは不透明だ。一方で原料・ガソリン価格の上昇に代表される「悪いインフレ」が進行、住宅業界に影響を与えている。本稿は、新建ハウジングが毎年年末に発行している「住宅産業大予測」のイントロダクションとして、住宅産業の現状を簡潔に解説する特別版だ。詳細な変化予測、また変化にどう対応すべきかは、12月20日発行の「住宅産業大予測2022」を参照いただきたい。

(三浦祐成・新建ハウジング発行人)

Preparatory Issue



2022年の住宅市場 4つのリスク

コロナ、悪いインフレ、中国、青田刈り

2022年の住宅市場は、コロナ禍で高まった住生活への関心と住宅取得・リフォーム意欲が高止まりするため、堅調を維持するとみるが、以下の4つのリスク要因はおさえておきたい。

リスク①コロナ再拡大

リスク要因の1つはコロナウイルスの再拡大やさらなる変異株の出現だ。2022年、感染者数だけを見て再び緊急事態宣言が発令されれば、リフォームを中心に受注への影響も出るだろう。

一方で、ワクチンの（ブースター）接種拡大により重症化防止効果は持続するとされ、政府・自治体が冷静に対応す

れば経済への影響・住宅市場への影響も限定的で済む。

リスク②悪いインフレ

コロナショックをきっかけに木材をはじめとする様々なモノの値段が上昇（**グラフ1**）、エネルギー高騰も重なったことで、住宅資材も値上げラッシュだ。建設原価の状況を示す「建設工事デフレーター」を見ても原価が上昇し続けていることがわかる（**グラフ2**）。

すでにインフレ的状況にあるが、インフレには良いインフレと悪いインフレがある。良いインフレは、景気が良いためたくさんモノが売れ、需要が増えるので

値段が上がり、企業が儲かるので給料も増え、さらなる消費につながる、といった好循環の状態を言う。一方、景気が悪い中でモノの値段、特に原価が上がり、企業は収益を圧迫されるので給料も上がらないのが悪いインフレで、すでにその兆候が見られる。

2022年にこの悪いインフレが加速すれば、住宅関連事業者の利益と経営を圧迫、大きなリスク要因になる。

リスク③チャイナリスク

中国の不動産大手「恒大」に代表される不動産バブルの行方も2022年のリスク要因だ。

バブルの行方は10月末現在では不透明だが、金融システムリスクは封じ込めたととしても経済リスクは残る可能性がある。その場合2022年の世界の景況にも影響しかねない。

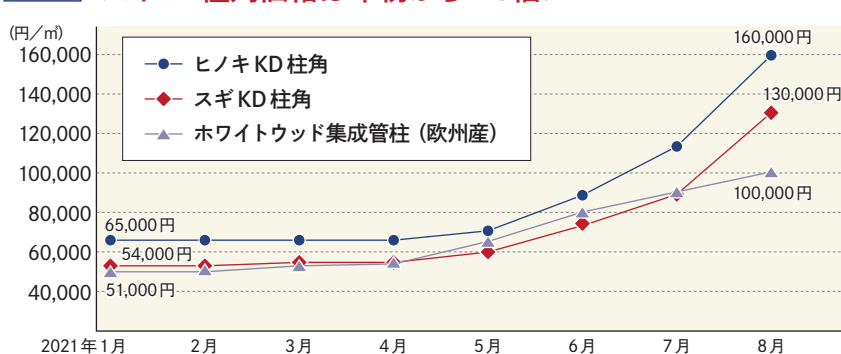
一方で、中国の不動産投資から手を引いたチャイナマネーが、ビルはもちろん土地を含めた日本の不動産に目を向けている点にも注目しておきたい。

リスク④住宅ブーム&青田刈り

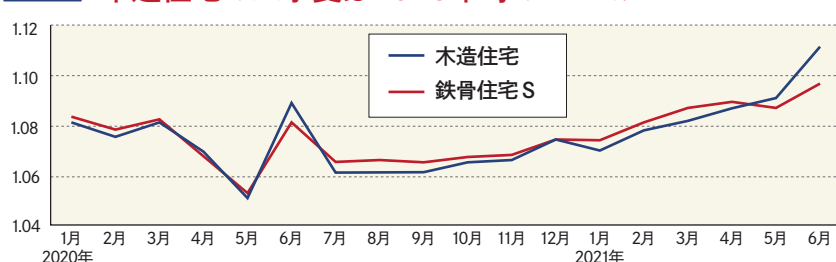
コロナショックは住宅ブームとも呼べる状況を世界に引き起こした。日本もプチブームと呼べる状況が続く、新築・中古・リフォーム（特に小工事）市場は、いったんは落ち込んだものの持ち直し、好調を維持した。

一方でブーム的状況に低金利・株高が重なり青田刈りを誘発した可能性も。2022年後半にその反動減が現れる可能性も否定できない。

グラフ1 主な柱材価格の推移
スギKD柱角価格は年初から2.5倍に



グラフ2 建設工事費デフレーターにみる原価上昇
木造住宅の工事費は2015年時の112%に



建設工事費デフレーター

建設工事に係る「名目工事費額」を基準年度(2015年)の「実質額」に変換する目的で作成している指標



2022年の新設着工&リフォーム予測

持家着工・リフォームとも微増

■新設住宅着工予測

本稿は「準備号」で現時点では詳細な予測ができていないこともあり、建設経済研究所の7月時点の予測（表3）、三菱UFJリサーチ&コンサルティングの10月末時点の予測値を示す。

2021年度の新設着工については、建設経済研は全体で前年度比4.1%増の84.5万戸、持家は5.3%増の27.7万戸と予測。

三菱UFJは、全体で8.3%増の87.9万戸、持家7.2%増の28.2万戸と、大幅増を予測している。

2022年度については、建設経済研は全体で前年度比△1.5%の83.2万戸、持家は△1.8%の27.2万戸と予測。

三菱UFJは全体で1.8%増の89.5万戸、持家は0.7%増の28.4万戸と予想している。

■リフォーム市場予測

住宅リフォーム市場については、矢野経済研究所の直近の予測を示す（グラフ4）。

2021年の市場規模は前年比3.3%増の6.7兆円、2022年は3%増の6.9兆円を予測する。

コロナショックで住宅への関心が高まったことでリフォーム需要の底上げができ、2021年以降も市場は手堅く推移すると予測している。

コロナリスクの減少に伴い旅行や飲食などへの支出が増えたとリフォーム支出が抑制される可能性があり、それをどう抑止するか、業界をあげての発信が必要

だろう。

■三極化する顧客層

「生活必需品」として捉える人、「嗜好品」として捉える人、必需品と嗜好品のバランスを重視する人。住宅需要はこのように三極化しているというのが筆者の見立てだ。

生活必需品派は低中予算層に多く、コスパを重視し、コスパに納得すれば注文住宅にこだわらず分譲・規格・中古住宅でも積極的に選択するため、これら＋ローコスト注文住宅が生活必需品派の売れ筋となる。

嗜好品派は高予算層に多く、自身が好

むデザインや自身のこだわりの実現、そしてつくり手のブランドを重視する。これらを満たす設計事務所や（地場）ゼネコン、ハウスメーカーのプレミアム商品、一部の工務店などが嗜好品派の選択肢となる。新築注文住宅が基本だが、古民家や歴史的建築などのリノベを選択するケースもある。

バランス派は中高予算層に多く、デザイン・性能・こだわり実現・コスパ・ブランドなどを求める欲張り型で、行列ができる工務店の多くはここをメイン顧客層としている。さらに棟数を目指す場合はブランドを分けるなどして必需品派も取り込むことになる。

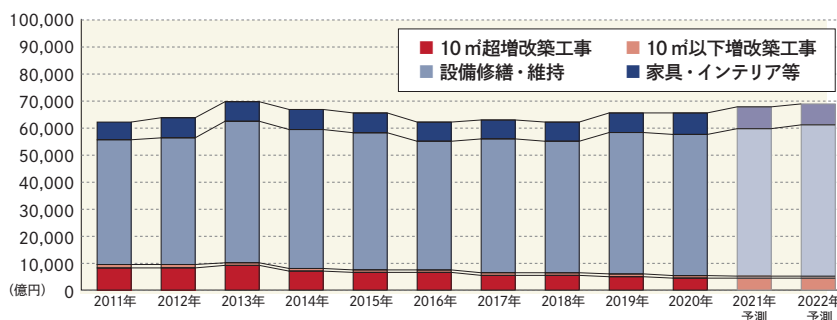
表3 建設経済研究所の新設着工予測
2021年度の持家は5.3%増

（個数単位：千戸、投資額単位：億円）

年度	2005	2010	2015	2017	2018	2019	2020	2021 (見通し)	2022 (見通し)
全体 (対前年度伸び率)	1249.4 4.7%	819.0 5.6%	920.5 4.6%	946.4 -2.8%	952.9 0.7%	883.7 -7.3%	812.2 -8.1%	845.4 4.1%	832.4 -1.5%
持家 (対前年度伸び率)	352.6 -4.0%	308.5 7.5%	284.4 2.2%	282.1 -3.3%	287.7 2.0%	283.3 -1.5%	263.1 -7.1%	277.0 5.3%	272.0 -1.8%
貸家 (対前年度伸び率)	518.0 10.8%	291.8 -6.3%	383.7 7.1%	410.4 -4.0%	390.1 -4.9%	334.5 -14.2%	303.0 -9.4%	312.0 3.0%	310.0 -0.6%
分譲 (対前年度伸び率)	370.3 6.1%	212.1 29.6%	246.6 4.5%	248.5 -0.3%	267.2 7.5%	259.7 -2.8%	239.1 -7.9%	250.0 4.6%	244.0 -2.4%
マンション・長屋建 (対前年度伸び率)	232.5 10.9%	98.7 44.5%	120.4 7.6%	110.6 -3.4%	122.3 10.5%	113.6 -7.1%	109.8 -3.3%	114.0 3.8%	110.0 -3.5%
戸建 (対前年度伸び率)	137.8 -1.2%	113.4 19.0%	126.2 1.6%	137.8 2.3%	144.9 5.1%	146.2 0.9%	129.4 -11.5%	136.0 5.1%	134.0 -1.5%

注1：2020年度までは国土交通省「建築着工統計調査」より。注2：給与住宅は利用関係に表示していないが、全体の着工戸数に含まれる。

グラフ4 矢野経済研究所の2022年のリフォーム市場予測
前年度比3%増の6.9兆円



注1：国土交通省「建築着工統計」、総務省「家計調査年報」、総務省「住民基本台帳」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計（全国推計）」をもとに矢野経済研究所推計 注2：2021年以降は予測値



家計・収入の現状と予測

痛む家計、固定化する格差

■世帯年収平均は 552 万円

2019 年発表の「国民生活基礎調査の概況」を見ると、2018 年の一世帯あたりの平均所得は552 万 3000 円（グラフ5）。ピークだった1994 年の平均664 万 2000 円から大きく減少している。日本は確実に貧しくなっている。

所得が平均を下回る世帯は全体の61.1%に達した。ただし、児童がいる世帯（1122.1 万世帯、全世帯の21.7%）だけを抜き出すと、配偶者もパートなどで家計を支えている家庭が増え、世帯年収は増加。平均で745 万 9000 円となった。

ちなみに児童が「1 人」いる世帯は525 万世帯、「2 人」いる世帯は452.3 万世帯で、いまは一人っ子家族のほうが多くなっている。夫婦＋子ども2 人はすでに標準家族ではない。

また同調査で、半数以上の54.4%の世帯が「生活が苦しい」と答えている点にも留意する必要がある。

■所得区分で見ると

（図6）は世帯年収の区分をピラミッド状に整理したもの。

世帯年収で見ると、世帯年収800 万円以上の資本家・高所得労働者層は全体の26.3%、約4 分の1を占めている。

新築・リフォームの高予算層候補の割合として、ざっくりと参考にできる。ただしこの層でも、コロナショックの影響で2020 年の世帯年収は下落した。

いわゆる中間層は、ここでは自営業11.8%＋正規労働者34.5%＝46.3%を指す。2020 年の世帯年収は自営業で127 万円減少、正規労働者で44 万円減少した。

世帯年収が上記以下のアンダークラスは14.4%（パート主婦がさらに13%存在）。アンダークラスの世帯年収は53 万円下落した。

コロナショックで2020 年は日本全体で所得が低下した。そのなかで格差の固定化も進んでいるように見える。

グラフ5 2019 年「国民生活基礎調査の概況」にみる世帯年収
平均は552万円、児童あり世帯は746万円

各種世帯の1世帯あたり平均所得金額の年次推移

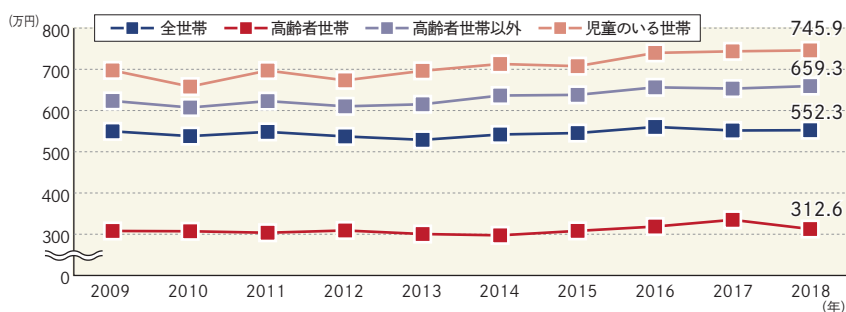
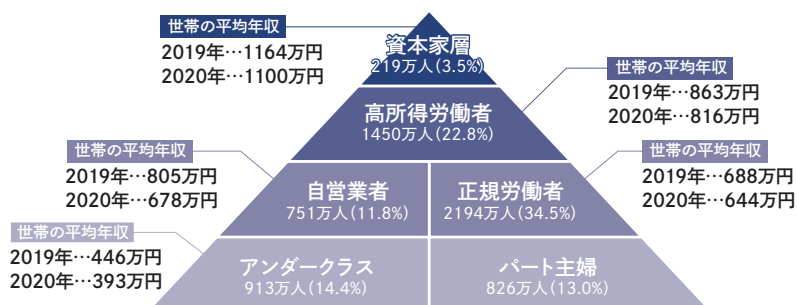


図6 世帯平均年収別の階層
資本家・高所得労働者で26.3%

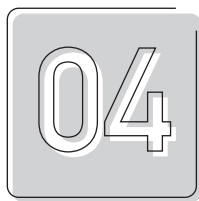


■2022 年の家計は

家計の状況は住宅予算や住宅取得意欲に影響する。

2022 年の家計はコロナ次第・悪いインフレ次第だ。コロナリスクがやわらげば消費は活発化するが、その恩恵を悪いインフレが帳消しにする可能性が高い。そうなると特に前述の中間層の住宅予算の上昇や住宅取得意欲の爆発は期待できないだろう。

資本家・高所得労働者層は、2020 年に所得は減少したものの、特に夫婦ともフルタイムで共働きしているパワーカップルは家計に余裕があり、引き続き住宅取得意欲は旺盛だろう。また2022 年の株価の行方は不透明で乱高下もありうるが、上昇基調であればこの層は恩恵を受け、リフォーム需要の拡大も期待できる。



住宅プレイヤーの現状

好調なローコスト系、 工務店は質&コスパ向上

■ローコスト・コスパ

2022年に悪いインフレ、さらに円安が同時進行する場合、生活コストも上昇。前述の必需品派・中間層ではローコスト&コスパ志向、さらには「タイパ」（タイムパフォーマンス）志向が一層高まると見る。

2022年も、この需要に応える一定レベルのデザインと性能を担保し、キャッチーな特徴を持つローコスト注文住宅、そして分譲・規格・中古住宅は好調を維持する。この中で規格住宅（パッケージ）の手法は、新築だけでリフォーム・リノベでもまだ進化の余地があるだろう。

一方で2022年も資材価格は一定のレンジで高止まりする可能性が高く、ローコスト・コスパ戦略をとる場合は引き続き利益確保が課題となる。特にローコスト注文住宅は購買力のあるエリアトップビルダー、もしくは共同購買などの仕組みを導入している工務店以外では難易度が一層高くなる。

■量産住宅会社の現状

（表7）は2020年度の注文＋分譲の

表7 戸建住宅（注文＋分譲）2020年度販売戸数
好調なローコスト、
一条工務店も堅調

1	飯田グループホールディングス	43,793	戸
2	PLT	12,742	戸
3	一条工務店	12,149	棟
4	積水ハウス	10,369	戸
5	タマホーム	9,786	戸
6	積水化学工業	9,555	棟
7	オープンハウス	9,126	戸
8	旭化成ホームズ	8,331	戸
9	住友林業	8,047	戸
10	大和ハウス工業	7,019	戸

出所：日本経済新聞社

戸建住宅の販売戸数だ。トップは依然飯田グループHDで変わらないが、5位にタマホーム（昨年6位）、7位にオープンハウス（昨年8位）が入り、共にランキングを上げた。前述のローコスト需要が2020年度から反映された格好だ。

注文住宅系では、パナソニックホームズ＋ミサワホーム＋トヨタホーム＝PLT（プライムライフテクノロジーズ）がトップだったが、単独で見ると一条工務店が好調を維持し、積水ハウスを大きく引き離れた。旭化成ホームズは都市部中心でもあり、またコロナショック対応の遅れもあり棟数を落としている。

■工務店の顧客層は

筆者は「スモールエクセレント工務店」という工務店の経営の1つの「型」

（生き方）を提唱している。小さいからこそブレずに、自身が理想とする魅力的な住まいと暮らしを提供する。その尖りが価値をもつほど、共感する客層に刺さり、価値に対する対価も得やすくなる。1つの型に過ぎないが、小さな工務店の理想形ではあろう。

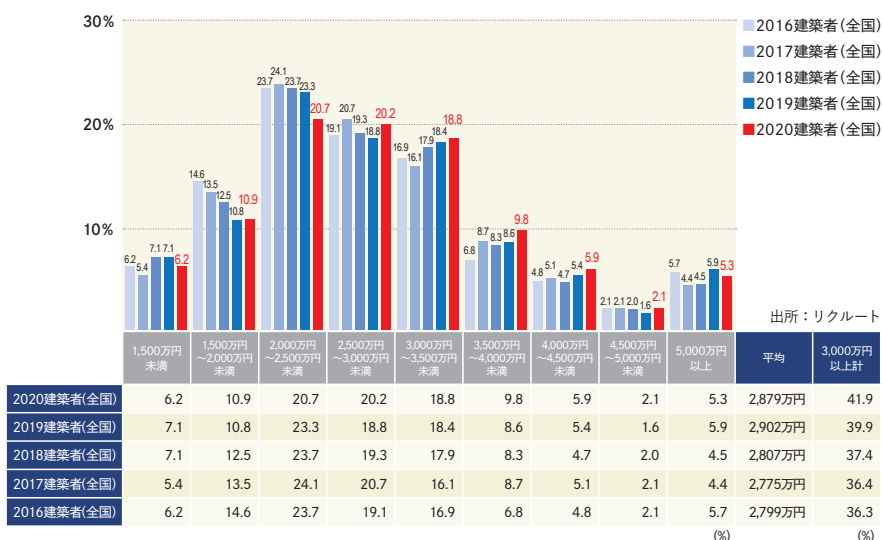
前述したバランス派に、嗜好品と必需品の要素を備える価値の高い住宅・リフォームを、ハウスメーカーよりもコスパ良く提供することがスモールエクセレント工務店の基本となる。

設計力・顧客対応力・ブランド力の高い工務店は、嗜好品派から、例えば1棟単価5000万円以上の住宅を受注することも十分可能だ。その場合、設計力や設計面での顧客対応力については設計事務所とのコラボで補強できる。

（グラフ8）に直近の建物予算の例を示す。

グラフ8 「2020年 注文住宅動向・トレンド調査」
建物費用は平均2879万円。3500万円以上で約2割

建築費用（土地代を除く） 建築者（全国／無回答および0円回答者を除く）【数値自由回答】





2022年の住宅関連施策

脱炭素施策は後退？ 経済対策に期待

■住宅関連施策

執筆している10月末時点は総選挙中で、政治や施策の今後は見えないが、自民党政権・岸田内閣が続くとすると、従来の住宅施策から大きな変化はない。

（図9）に2022年度の国土交通省の概算要求（来年度予算の見積もり）から住宅関連を示す。

■脱炭素施策

2021年に注目を集めた脱炭素施策だが、岸田首相は住宅の脱炭素化・既存ストックの省エネ改修の重要性に言及してはいるものの、脱炭素施策への熱量

は菅前首相や河野太郎前大臣ほど高いように見える。

電源構成を含めたエネルギー施策、脱炭素施策にもその影響が現れており、岸田首相のCOP参加で政府の姿勢に変化が見られるか注目したい。

住宅・建築分野では「脱炭素あり方検討会」の議論を踏まえ国交省の社会資本整備審議会で省エネ基準適合や基準の引き上げなどが議論され、2022年度に閣議決定される。内容は2025年の基準適合義務化、2030年にZEHレベルの省エネ基準標準化にとどまる見通しだ（下表）。

なお、自民党は選挙公約に「安全が

確認された原発の再稼働や小型モジュール炉の地下立地、核融合開発」などを掲げている。再生可能エネルギーの普及拡大と電力の安定供給をどうバランスするかは今後も大きな課題となる。

■その他住宅施策

住宅取得に影響を与える住宅ローン減税は延長されたが、2022年度は経済対策として住宅取得支援策がさらに拡充されるのかは注目だ。野党は消費税の凍結・引き下げを主張、その住宅取得意欲や予算への影響は大きく実施を期待したいところだが、自民党政権下では可能性はほぼないだろう。

既存住宅・リフォーム施策は、概算要求では従来の市場活性化策に予算がつけられているが、空き家対策については増額要求されている。既存ストックの断熱化等の省エネ改修に対する支援、省エネ改修への低利融資措置なども盛り込まれている。

■中小企業施策

自民党の公約には「新しい資本主義」による「分厚い中間層の再構築」が掲げられており、前述の所得低下のリカバリー策として期待したい。

中小企業・小規模事業者の支援も公約化。「事業再構築補助金」は2022年度も拡充されるほか、事業承継時に個人保証を引き継がない「個人保証ゼロ」に向けた施策を実行するとする。

また所得向上に不可欠な賃上げについては、実施企業に税制支援を約束しているが、内容と効果は不透明だ。

図9 国土交通省2022年度住宅局概算要求
環境・ストック活用は+17%、空き家は+14%

出所：国土交通省

事業名	国費額	対前年度比(増減)
住宅・建築物カーボンニュートラル総合推進	350億円	+100%(皆増)
カーボンニュートラルの実現に向けた住宅・建築物の体制整備	10億円	+100%(皆増)
優良住宅整備促進等事業費補助	282.12億円	+10%
スマートウェルネス住宅等促進	230億円	0
空き家対策総合支援	50億円	+11%
住宅市場を活用した空き家対策モデル	4億円	+14%
木造住宅・都市木造建築物における生産体制整備	5億円	0
住宅・建築生産性向上促進	7.13億円	0
住宅ストック維持・向上促進	6.41億円	0
住宅金融支援機構出資金	10億円	+100%(皆増)
環境・ストック活用推進	87.98億円	+17%
地域防災拠点建築物整備緊急促進	150億円	+7%
防災・省エネまちづくり緊急促進	93.62億円	+2%
地域居住機能再生推進	452.98億円	+12%
特定施策賃貸住宅ストック総合改善等	94億円	+124%
共生社会実現に向けた住宅セーフティネット機能強化・推進	14億円	+30%
BIMを活用した建築生産・維持管理プロセス円滑化モデル	2億円	0
定期報告制度のデジタル化促進	0.6億円	+100%(皆増)

「脱炭素あり方検討会」のとりまとめ 2025年度に現行省エネ基準で適合義務化

2050年ビジョン

省エネ：ストック平均でZEH基準の水準の省エネ性能を確保
再エネ：導入が合理的な住宅への再生可能エネルギー導入を一般的に

2030年ビジョン

省エネ：新築住宅はZEH基準水準の省エネ性能を確保
再エネ：新築戸建住宅の6割に太陽光発電設備を導入

そのために

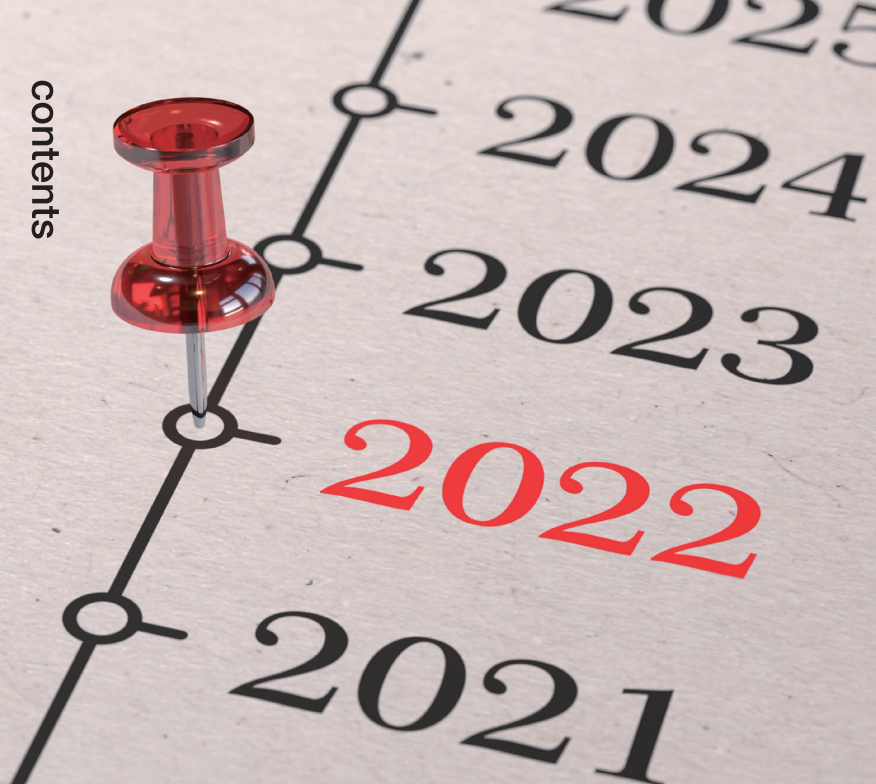
- ・2025年：現行基準適合義務化→2030年まで：ZEH基準水準の省エネ性能に引上げ
- ・住宅性能表示制度の上位等級として多段階の断熱性能設定
- ・消費者や事業主が安心できるPPAモデルの定着、普及モデル地域の実現
- ・吸収源対策としての木材の利用拡大

※内容は予告なく変更の場合がありますので、予めご了承ください。

「独自調査」オーナーに聞くホンネ
小説で学ぶ工務店経営
あたらしい受注の教科書
現場進化論

2022年 50の変化

contents



住宅産業大予測 2022

新建ハウジング・ベストセラー本 | 2021年12月下旬発売



昨年版の表紙

経営者と実務者が 知っておくべき変化と対策

「住宅産業大予測」は、来年の住宅市場と住宅産業について解説する、大人気シリーズのムック本です。経営の参考書として毎年多くの方々に活用いただいています。住宅事業の経営者・実務者が知っておくべき2022年の住宅業界の変化と対策を新建ハウジング発行人、三浦祐成が独自の視点で読み解きます。

新建
ハウジング
AT THE SHINKEN HOUSING

新建ハウジング定期購読者様には、【12月20日号】の特別付録としてお届けします！

発行：新建新聞社 定価：1,980円(税込・予価)

[ご購入はこちら](#)

[Amazon](#) 住宅産業大予測 2022





描くことで伝える。
“表現する楽しさ”の
幅を広げる。

動画で学ぶ 手描きパース初級講座

プレゼン・打ち合わせ時のコミュニケーションツールとして役立つ手描きスケッチパースのスキルを高める講座がオフィスで、自宅で、居ながらにして学べます！ 初級者が基礎から学び、1点透視法による手描きスケッチパースをマスターするための集中講座です。

手描きパースのさまざまな効果

対話を生み出す表現力／アイデア・スキルを高める
顧客への訴求力をアップ
あたたかさ、親しみがあるので顧客が“入りやすい”表現ツールである

こんなあなたにおすすめ

提案方法の幅を広げたい…

打ち合わせで話をしながらササッと描ける

何かを始めたい…

パース検定を受けて資格取得

社員のスキルアップを計りたい…

動画だからいつでも何度でも学べる

／ここまで描けることを目指します！／



受講するまでは書き方が
分からず、難しく感じてい
ました。
理屈が分かると楽しく勉
強できました。

受講者の
作品と感想



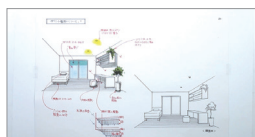
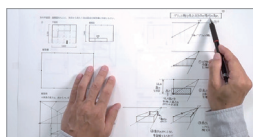
打ち合わせでのお客様と
のイメージのすり合わせ
など、提案に生かしたい。

26本の動画収録(約7時間)

01. 受講の前に(本講座の説明)

02. デモンストレーション(この講座での到達レベル)

- 03～10収録 手描きパースの基本
- 11～15収録 空間とグリッド描きに慣れる
- 16～26収録 インテリアパースを描く



講 師: UZU COMMUNITY 代表
一般社団法人 日本パーステック協会
会員・協会認定講師
藤田 享氏



USBメモリ版 新建ハウジング特別価格 55,000円(税込)

動画形式: MP4・WMV

資 料: PDF(36P)

付 録: パース検定 2級・3級公式テキスト
(一般社団法人 日本パーステック協会 発行)



お申込みはWEBサイトから

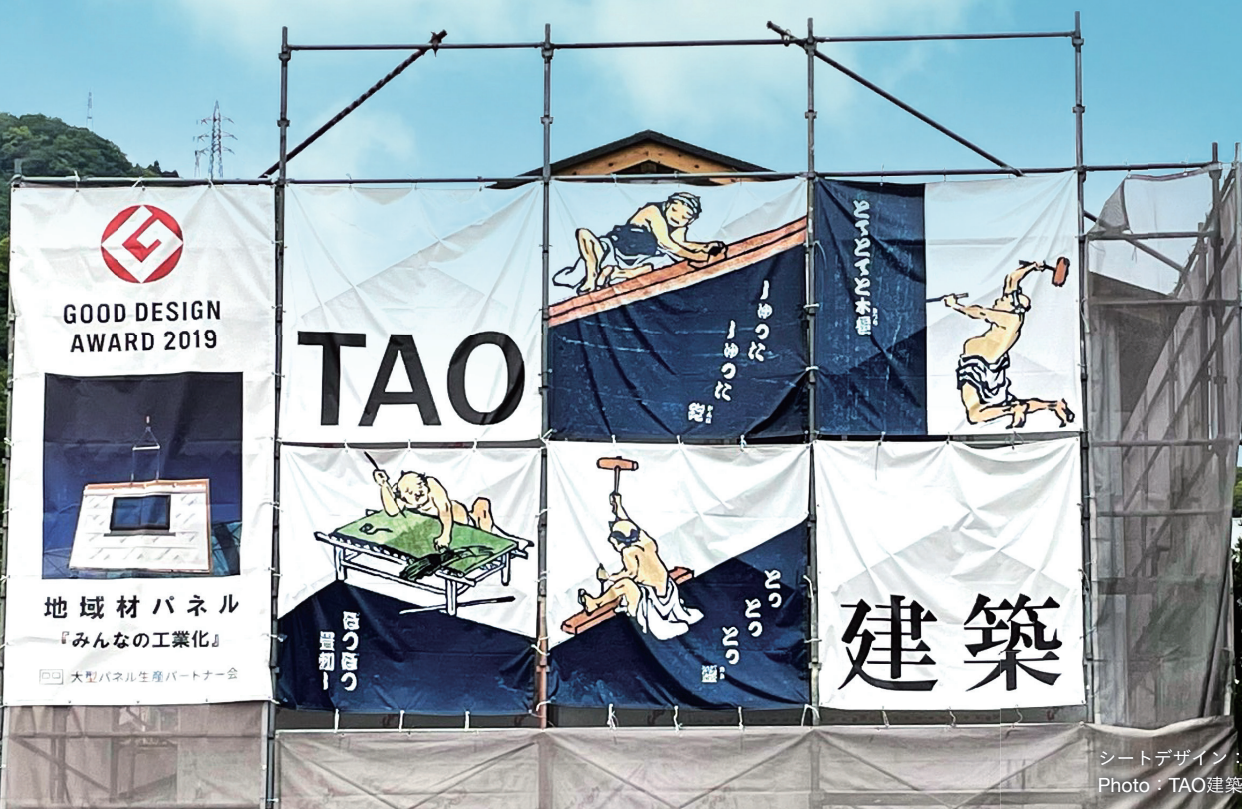
新建ハウジング 手描きパース 検索

お申込み後、振込のご案内をメールにてお送りします。※商品はご入金後の発送となります。



工務店 だからできる!

現場シートで
まちに元気と明るさを。



シートデザイン：たかだみつみ
Photo：TAO建築



町に彩りを
まちかどシート

まちかどシート

検索

<https://www.shinken-store.com>

くわしくは
こちらから



カタログは
こちら





わくわく たのしい おうちバコ。

イベントやワークショップだけじゃない。
もっと自由に、もっと楽しく、使い方は無限大

Photo：2021年開催「おうちフォト＆おうちバコ 展」より（主催：高田建築事務所）



工務店のための
キッズツール

お問い合わせ

新建新聞社 新建ハウジング おうちバコ係

sumai@shinkenpress.co.jp

〒380-8622 長野市南県町686-8 Tel.026-234-4124 Fax.026-234-1445

おうちバコ



◀ご購入は
こちらから

新建 **ハウジング**
THE SHINKEN HOUSING

Shinken Featured Services

新建ハウジングセレクト オススメの注目サービス

16-17 | アンドパッド

18-19 | iYell

20-21 | ダイテック

22-23 | フォーセンス

Featured Services

01

Management for Builders
Preparatory Issue.少数精鋭で
80棟のZEH住宅を手がけるウッドホームANDPADで
さらなる生産性向上へ

四国エリアで ZEH 基準以上の家づくりを進めるウッドホーム（香川県高松市）。少数精鋭体制で、性能・仕様・コストのバランスを追求した住まいを年 80 棟手がける生産性の高さは群を抜く。3 年前の 2018 年、生産性をさらに磨くため、クラウド型の施工管理サービス「ANDPAD」を導入した。現場にどんな変化をもたらしたのか、取締役であり現役の現場監督としても活躍する松田誠司さんと、設計の平山知弘さんに話を聞いた。



株式会社ウッドホーム

松田 誠司さん

取締役／現場監督

平山 智弘さん

設計部 設計課係長／管理建築士

1927 年創業。本社は香川県高松市。香川県内に 2 カ所、高知県高知市と愛媛県松山市に 1 カ所ずつ展示場があり、徳島を含む四国全域を施工エリアとしている。ZEH 基準を上回る高い断熱・気密性能と、等級 3 の耐震性能、構造計算に基づく丈夫な骨組みなど「ワンランク上の標準仕様」が持ち味。この標準仕様を採用した等身大のモデルハウスが好評だという。
<https://www.wd-home.jp>

「ワンランク上の標準仕様」を掲げるウッドホームの家づくりは、あくまでも顧客視点だ。「UA 値 0.6 以下」「ZEH 基準相当」を上回る独自の性能基準を設けながら、もっとも大事にしているのは「お客様にとっての性能・仕様・コストのベストなバランス」だという。

施工エリアは四国全域に及ぶ。香川県高松市に本社とショールームがあり、県内に 2 カ所、高知市と松山市に 1 カ所ずつモデルハウス展示場を構える。これだけ広いエリアを営業 8 人、設計 7 人（外注含む）、現場監督 6 人で分業しながら、年間 80 棟にのぼる新築注文住宅を手がけているというから驚きだ。

ANDPAD で生産性を磨く

少数精鋭で数多くの新築工事をこなす秘訣は「効率化・簡素化の徹底」だと取締役の松田さんは明かす。「創業 95 年の長い歴史の中で、生産性を上げるために様々な工夫を凝らしてきたため、工期が遅れたことがないのも大きな強み」。工程管理に関しては、表計算ソフトでつくり込んだ工程表を使い、邸別の工程会を開催することで、長年現場をスムーズ

に動かし、工期ズレを回避してきた。

だが 2018 年、松田さんは展示会で施工管理サービス『ANDPAD』に出会い、「生産性のさらなる向上が見込める」と確信。IT に不慣れな職人でも取り組める敷居の低さ、手頃な料金プラン、国の IT 導入補助金が後押しとなり、早速その年の 11 月から ANDPAD を使い始めた。

協力業者との工程会を廃止
コロナ対策にも

導入に際してまず、「2 年以内に工事に関わる全員がスマートフォンを持ち、ANDPAD を使いこなすこと」を目標に掲げた。

同時に、これまで FAX や電話で毎日に行ってきた協力業者とのやり取りを ANDPAD のチャット機能に切り替え、図面や資料をすべて ANDPAD 内に格納。スマホさえあればいつでもどこでも最新の現場情報を共有できるようにした。

さらに導入の 1 カ月後、工程会を思い切って廃止した。これまでは、夕方から夜にかけて 20 社ほど業者が集まり、全物件の工程確認や情報共有を行ってきたが、ANDPAD があればそれが不要だと判断。結果、県外から参加していた職人の移動負担や、毎日のように資料準備に

追われていた現場監督の作業負担を大幅に減らすことができた。

「いま考えると、導入のタイミングも良かった。3～4年前はまだ現場仕事を終えてからの遅めの時間帯でも快く集まってもらえたが、働き方改革とコロナ禍以降は、大人数が集まっての打合せなどは、ほぼ不可能。3年前にANDPADに出会えて本当に助かった」（松田さん）。

また、ANDPAD を本格稼働させたことにより、時間を取られていた事務仕事を大幅に削減する事が出来た。それにより、社員の退社時間も早まり、家族との団らんを喜ぶ声が多くあがるようになった。

現場監督のムダが減った

職人からの完了報告のやり方も変えた。それまでは電話+チェックシート提出だったがこれらを辞め、作業が終わったらANDPAD に現場写真をあげてもらうことにした。「写真で状況がタイムリーにわかるので、現場監督は必要なときだけ現地に行けばよく、移動にかかる負担がかなり減ったのもうれしい変化」と松田さん。大量にアップロードされた写真は、顧客への報告書や、施工品質統一のための業務マニュアルにも活用する。

このほか、現場の安全パトロールや、台風接近の注意喚起、キャンペーンの案内など、あらゆる場面でチャット機能を利用。ANDPAD が自動で「棟上げ3日前です」「引渡日当日です」といった通知をしてくれるため、これも現場の状況把握とコミュニケーションに役立っているという。

職人からの反応も上々だ。「図面や地図がいつでもどこでも確認できるのと、職人同士のつながりがとれるのが便利だ」という声をよく聞く。」当初はANDPAD を2年間かけて浸透させるつもりだった

ウッドホームが手掛ける住宅。性能・仕様・コストのバランスを重視し、「モデルハウスのまま建てられる」ような提案を日々行っている



が、スマホやタブレットの扱いに不慣れな年配の現場監督や職人もわずか1～2カ月で使い方をマスターした。

現場のすべてがわかる

変化は他にもある。設計の平山さんは「いまはANDPAD さえ見れば現場のすべてがわかるという理想的な状態。社内外を問わず、工事に関わる全員が同じ資料を一斉に共有できるので、業務全体がスムーズになった」と話す。

また、分業が徹底されている同社の場合、設計者が着工～竣工までの工程に関わることはほぼない。だが、ANDPAD があれば現場に行かなくても完成までの途中経過を逐一把握できるため、現場との一体感や仕事の達成感をより感じられるようになったという。細かなことだが、ZEH 補助金申請のタイミングも、工程表を見ながら書類を準備できるなど、「現場の見える化」が様々な場面で業務を楽にしてくれている。

さらに松田さんは、休日の過ごし方にも好影響が出ていると教えてくれた。「以前は、職人やお客様からの問い合わせに対応できるように休日でも図面を持ち合わせる事も多かったが、いまはANDPAD で情報共有されているので、心置きなく休めるようになった。一方で、現場監督は常に工事が気になるため、休日でもスマホやタブレットで進捗がわか

るのもありがたい」。

お客様の顔を毎日見る工夫

さらに、顧客との距離を縮めるツールとしてもANDPAD を活用している。「ANDPAD のトップ画面にお客様の顔写真を設定することで、携わる全員がお客様の顔を認識することができる。職人達も親近感が湧きやすく、お客様に声を掛けやすくなった。普段、お客様と直接やり取りする機会が少ない役員や職人たちにとっても、お客様のことを知るいい機会になっている」（松田さん）。

また、こんな場面にも有効だという。「営業や重要事項説明の際に、当社ではこういう施工管理アプリを使って現場を管理していること、業者間で密に連絡を取り合いながら工程表に沿って工事を進めていること、写真や履歴がきちんと残ることを伝え、お客様にとっても喜ばれる。会社の姿勢をわかりやすく示し、納得感・信頼感を上げるツールとしても役立っている」（平山さん）。

同社はいま「2025 年までに ZEH 適合率 55% 以上」「年間受注棟数 100 棟」を目指して奮闘している真っ最中だ。「棟数を増やしても品質と安全はおろそかにできないし、住んでからの後悔・不満がない家をつくり続けたい。そのために施工管理は最も重要で、ANDPAD の役割はますます大きくなると思う」。

お問い合わせ

アンドパッド

検索

URL : <https://andpad.jp>



電話

03-4405-1894

【営業時間】平日10:00～19:00

メール

info@andpad.jp

株式会社アンドパッド 〒101-0022 東京都千代田区神田練馬町300 住友不動産秋葉原駅前ビル8階

Featured Services

02

Management for Builders
Preparatory Issue.株式会社中川工務店
中川 正秀さん

専務取締役

1974年に父が創業。大手旅行会社を経て、12年前に家業の住宅業界へ。「移住マイスター」を名乗り、地元・小田原のまちを活性化する取り組みの1つとしてFMヨコハマ「ちょっどいいラジオ」の水曜日の人気コーナー「ちょっどいいうち」にレギュラー出演中。年24棟限定の注文住宅、著名建築家物件の施工を手がけるほか、トレーラーハウス事業も開始した。かながわSDGsパートナー。社員10人。外部の専門家とのコラボを強みとしている。
<https://www.nakagawakoumuten.jp>

工務店の住宅ローン業務を
専門家+AIが
丸ごと代行

顧客視点と環境視点にとことんこだわり、デザイン・性能・コストをバランスする注文住宅を年24棟限定で手がける中川工務店（本社：神奈川県小田原市）。表立った営業活動は一切せず、家づくり勉強会→個別相談→オーナー宅見学会を通じて住まい手の人生設計に寄り添うセールスステップを進めるのが同社の受注スタイルだ。それには、家づくりの入口でお金の不安を取り除くことがカギとなるため、2018年に住宅ローン業務支援アプリ『いえーる ダンドリ』を採用。住宅ローン提案を外注化する決断をした。使いはじめて3年。このアプリに惚れ込み、「応援団長」を自任する専務取締役の中川正秀さんに話を聞いた。

中川工務店は4年前から、これから住まいを持ちたいと考えるすべての人に向けて「家づくり勉強会」を開催している。参加者は毎回100人ほど。「家って『これが正解』という確固たる基準がないため、大抵の人が生涯最大の買い物で失敗してしまう。住まいで後悔する人をなくするのが私の使命。当社で建てる・建てないに関わらず、勉強会を通じて性能やお金、保険などの基礎知識を学び、『正しいものさし』を身に付けるきっかけをつくってあげたい」と中川さんは話す。

住宅ローン業務をプロに外注

特に力を注ぐのは、住まい手の「人生の設計図」を描くサポートだ。その過程で、生涯の資金計画と手厚い住宅ローン提案が不可欠だと確信した中川さんは、工務店向けの住宅ローン業務代行サービス『いえーる ダンドリ』を導入した。

それまでも、付き合いのある地銀や信金の住宅ローンを独自にリサーチして顧客に紹介してきたが、そのやり方にはジレンマがあったという。「理想は、いく

つもの選択肢の中から顧客自身が最良の住宅ローンを選べること。だが現実には、工務店1社が紹介できる金融機関・住宅ローンは極端に限られるうえ、団信（団体信用生命保険）の内容次第で金利が変わるなど、単純比較も難しい。いっそ、住宅ローン業務をプロに代行してもらえば、お互いにとってムダやストレスのないローン選びができると考えた」。

3つのメリット

いえーる ダンドリは、工務店・不動産事業者が負担に感じていた住宅ローン業務を効率化するアプリ。住宅ローンのプロフェッショナルとテクノロジーを融合したユニークな仕組みにより、専門のオペレーターがチャット機能を使って顧客と直接やりとりし、ローンに関する疑問・不安を解消。同時に、AIと膨大なデータベースがその顧客に最適な住宅ローンを抽出して提案する。審査までの面倒な事務手続きはすべてこなしてくれる。

中川さんが挙げるメリットは大きく3つある。まず、住宅ローンの選択肢が多いこと。メガバンクから地銀・信金、

ネット銀行まで、全国の金融機関が販売する約 1000 種類の住宅ローンを提案できるため、選択肢の幅が格段に上がる。

もう1つは、住宅ローンの知識・経験が豊富な専門家が顧客の与信力や属性に一番合う金融機関と住宅ローンをジャッジしてくれること。ミスマッチを防ぎ、審査にも通りやすくなる。

3つめのメリットは、いえーる ダンドリが「もう1人の社員」のような働きをするため、業務効率が大きく上がること。住宅ローン関連の煩雑な業務をすべて任せられるとともに、顧客とのチャットのやりとりは工務店に共有されるため、本審査までの流れを見える化し、スムーズな着工につなげる。同社のような少数精鋭型の経営スタイルとの相性もいい。

また中川さんは、アプリだけでなく、それを提供するiYellから得られるものも大きいと話す。「会社の風通しの良さや社員ファーストの姿勢、美化活動など、マネしたい取り組みがたくさんある。そうした意味でも一緒に仕事をする価値は十二分にあるし、スタッフの質も高く、親身なサポートに助けられている」。

住宅ローン提案は必須に

中川さんは、いえーる ダンドリのような機能を持つ住宅ローン窓口が地域に不可欠になると見ている。「今後は再エネ活用+低ランニングコストの高性能な家づくりをより一層徹底する必要がある。一方で、人々の可処分所得はますます減るため、若いうちに住宅ローンを組んで長期返済するスタイルが一般化化すると思う。そうすると『いくら借りられるか』よりも『どうやって返せるか』をプロの視点でアドバイスしてくれる窓口は必須。様々な金融機関と住宅ローンを熟知する『いえーる ダンドリ』ならそれが可能なはず。大いに期待している」。

iYell小林紀雄さんに聞く『いえーる ダンドリ』のこと

2500社が利用。受注増や社員教育にも

iYell 共同創業者 取締役執行役員 小林 紀雄



◆住宅ローン提案の現状

人生最大の買い物である「住宅ローン」は、ほぼすべての住まい手にとって最も関心度が高い事柄であり、ハイレベルな情報を求めています。一方、多くの工務店さんは住宅ローンをそこまで深刻に捉えておらず、「付き合いのある金融機関を紹介する＝住宅ローンを積極的に提案できている」と認識しているところも少なくありません。

でも、それが悪いことかと言えば、そうは思いません。そもそも住宅ローン業務は、高度な専門知識と膨大な書類提出を求められるうえ、審査に通らなければ徒労に終わる一営業担当者が本業のかたわらでやる仕事としては負担が大き過ぎるのです。とはいえ、安定受注と高い顧客満足を得るうえで、住宅ローンに対する両者間のギャップは埋めておく必要があります。

◆いえーる ダンドリの特徴

そうした工務店さんや不動産業者さんの住宅ローン業務を代行し、融資実行まで導くのが、iYellが開発したスマホアプリサービス『いえーる ダンドリ』です。営業担当者は「お客様紹介シート」に顧客情報や属性、要望を記入するだけで、後はその顧客に最適な住宅ローンの選定から審査の手続きまでの一切をスマホアプリ上で完結。

このアプリの裏側には何十万件という住宅ローンのデータベースとAI、金融機関や不動産会社のローン課出身の40人のプロフェッショナルが控えており、約1000種類の住宅ローンから最適なものを出出してご提案します。データベースには各金融機関の審査基準や傾向、ノウハウが存分に盛り込まれており、早く確実に業務を進めることができます。「住宅ローン専門のシェアリングエコノミー」と捉えてもらおうとわかりやすいかもしれません。

◆効率や受注。何がかわるのか

現在 2500 社の工務店さん・不動産業

者さんが「業務効率改善」「売上げ向上」を目指して『いえーる ダンドリ』を活用しています。希望のローン商品を探せない、ローン審査が降りないといった事態を防ぎ、機会損失（失注）が大幅に減るため、受注率が上がったという声をよくいただきます。

例えば、A工務店は2020年、紹介客の契約は次々に決まるのに、25組あった新規来場からの契約が1件も取れないのが課題でした。初回接客時から家の話に終始するのが弱点だと気づいたA工務店は『いえーる ダンドリ』を導入。初回トークの前半で得意の家の話をし、すぐに住宅ローンの話題に移行する仕組みを整えたところ、次のセールスステップに進めるようになりました。現在、新規の3割は商談化できているそうです。

◆社員教育にも有効

また、社内の知識の補完、人材育成にも『いえーる ダンドリ』が役立ちます。[顧客⇔iYellオペレーター⇔工務店]の3者間でコミュニケーションをとるアプリですが、工務店さんは顧客とオペレーターとのやりとりをスマホ上で常時確認することができます。従来は工務店さんにはまったく見えていなかった金融機関の審査の視点や顧客へのヒアリング内容、用意すべき資料などが見える化されるため、営業担当者はここで得た知識やノウハウをトークやクロージングに生かすことができます。また、アプリを通じて住宅ローンの扱いに慣れたり、知りたい情報を気軽に聞けるといった副次的なメリットも望めます。

今後、人材の確保がますます難しくなる中で、それでも業績は伸ばしたいと考える工務店さんには、ぜひ試してほしいアプリです。



03

Management for Builders
Preparatory Issue.工務店のDX化を
“全方位支援”

ダイテック・福井コンピュータアーキテクトがタッグ

ダイテック（東京都中央区、野村明憲社長）と、その関連会社の福井コンピュータアーキテクト（福井県坂井市、佐藤浩一社長）がタッグを組み、新たに開発した住宅事業者向けトータルソリューションで、工務店の「DX化」に向けた支援を強化する。両社長に、その想いを聞いた



株式会社ダイテック

野村明憲さん

代表取締役社長



福井コンピュータアーキテクト株式会社

佐藤浩一さん

代表取締役社長

株式会社ダイテック

建築設備 CAD で圧倒的なシェアを誇る「CADWe'll シリーズ」で有名な IT 企業。開発から販売、サポートまで、一貫して自社で手掛ける創業 50 年を越えるノウハウと安定した経営基盤をもとに、現在は住宅業界向けのクラウド製品でシェアを急速に拡大中。基幹システム「注文分譲クラウド DX」と現場管理アプリ「現場 Plus」は住宅会社の業務をクラウド上で一元化し、現場の遠隔管理までサポート。自社保有の国内データセンターで、セキュリティ対策も万全。DX 実現の心強いパートナーとして、地域工務店から大手ビルダーまで、多くの支持を集めている。

工務店を取り巻く状況が大きく変化している。新型コロナウイルスの感染拡大やウッドショック、そして 2024 年に迫る建設業の労働規制など、枚挙にいとまがない。工務店は「令和時代」に対応した家づくりや組織体制の構築、そして経営の舵取りが必須となる。

たとえば工務店の労働環境の側面では、2019 年 4 月施行の「働き方改革関連法」に伴い、時間外労働の上限規制が見直された。2024 年 4 月から建設業にも適用。これによって、時間外労働の上限に違反した場合は刑事罰の対象となる可能性がある。

こうした時代の変化に、どう対応したらいいのか。そのカギを握るのは工務

店の「DX化」だ。住宅事業者向けのクラウドサービス・データセンター運用業務を行うダイテック（東京都中央区）と、その関連会社で住宅設計 CAD 大手の福井コンピュータアーキテクト（福井県坂井市）は、タッグを組み住宅事業者向けのトータルソリューションを本格展開していく考えた。

高い生産性向上が実現

住宅事業者向けトータルソリューションは、注文・分譲・不動産会社の業務を一元管理する「注文分譲クラウド DX」、現場施工管理アプリ「現場 Plus」、建築 CAD「アーキトレンド ZERO」を中核としたクラウド連携システム。営業や計画、工事、経理、アフターメンテナンスといった住宅事業の全てを行うためのシステムがクラウド上のプラットフォーム内で、全て揃っている。

9 月末には弁護士ドットコム（東京都港区）とパートナー契約を締結。「注文分譲クラウド DX」と同社が提供する電子契約サービス「クラウドサイン」を連携させた新たなソリューションを開発する。請負契約などの契約書を電子化し、標準搭載されている電子承認、電子受発注機能と合わせて、完全ペーパーレス化の促進が可能となる。

これに先立ち、8月にはlog build（神奈川県藤沢市）と協業。「現場 Plus」と同社が提供する2種類の現場可視化サービス「Log Walk」（現場 VR 空間化アプリ）、「Log Kun」（リアルタイムで現場状況を可視化するアバターロボット）を連携させる。少数精鋭であっても、現体制のままで、高い生産性を確保することが可能となる。

工務店を一気通貫で支援

ダイテックと福井コンピュータアーキテクトによる住宅事業者向けトータルソリューションを自社に取り入れることによって、工務店のDX化が促進することが期待できる。

ダイテック社長の野村明憲さんは「中小工務店から規模の大きなビルダーまで、コロナ禍にも関わらず『利益率が上がった』と報告を受けている。なぜか。私たちのツールを使うことで情報の一元化が実現し、家づくりを一気通貫で“見える化”させることで、お金の流れを視覚化することが可能になる。たとえば、途中段階で軌道修正を図りながらフォローできるようになり、利益率の向上に寄与するといったメリットがある」と述べる。

住宅業界には、施工管理、コミュニケーション、アフターメンテナンス、経理関係など、あらゆるツールで溢れている。どれも一つの分野に特化したもので、各業務では、異なるシステムを社内に個々で導入するといった手間が必要となるのがネックだった。

野村さんはこうした業界の実情を前置きした上で「生産性を向上させるためにコストを掛けて導入しているのに、各ツールにそれぞれデータを入力し直さなくてはならず、データの二重入力や、ダブルチェックなどで担当者の膨大な手間が発生しており、これでは本末転倒では



さまざまなビジネスパートナーとの連携でシステム強化を図るダイテックのトータルソリューションサービス

ないか」と問題意識を語る。

同社の住宅事業者向けトータルソリューションであれば、全ての業務がデータ連携されるため、こうした手間が一切なく、工務店の負担がない。住宅事業者に向けて、基幹業務から現場、そして設計まで幅広いシステムを提供しているダイテックと福井コンピュータアーキテクトのグループ企業による連携だからこそ実現できるソリューションといえる。

真のDX化を実現

一方、福井コンピュータアーキテクト社長の佐藤浩一さんは「4月から省エネ基準適否の説明義務が課される改正建築物省エネ法が施行された。国策として菅前首相が掲げた2050年のカーボンニュートラルの実現に向けて加速しており、今後は省エネ基準の段階的な引き上げが見込まれる」と言及する。

その上で「高性能住宅を手掛ける地域工務店は、性能の高い断熱材や設備導入など、設計施工に時間とコストが掛かる。ウッドショックによる納期遅れや資材高騰もある。変化の激しい市場環境では点で対応しても解決できない。面対

応していくには、各データがシームレスに連動しDX化を図っていく必要がある。こうした側面を支援することができるのが、私たちが提供するサービスの強みだ」と語る。

安心・安全の情報管理

住宅事業者向けトータルソリューションは、自社で所有するデータセンターによって管理している。データセンターの運用には専門的な知識やノウハウが必要となるため、一般的なクラウドサービス事業者はデータセンターを「間借り」してサービス提供するのが常だ。

ただ、こうした運用方法はセキュリティ上の不安が残る。野村さんは「自社のデータセンターによって専任スタッフによる高度なセキュリティ網が構築されており、停電や自然災害などの危機管理も万全を期している。創業から50年以上経った今でも無事故で、もちろん、2011年の東日本大震災の時も何のダメージもなかった。こうした安心・安全を工務店に対して提供するのも私たちの大きな役割のひとつ」と語った。



株式会社ダイテック

〒140-0013 東京都品川区南大井 6-16-19 大森MHビル 4F
TEL : 03-5762-8660

04

Management for Builders
Preparatory Issue.「ダルトン」が
工務店ネットワークに!

雑貨から集客・契約につなげるスキーム提供

コアなファンを抱えるインテリア雑貨メーカーの「ダルトン」が、ダルトンブランドを冠した住宅ネットワーク「ダルトンホーム・ビルダーズ」を始動する。工務店支援にノウハウをもつフォーセンスが企画住宅商品・マニュアル開発、運営をサポートする。ダルトンホーム・ディベロップメントの鈴木達也社長、柿澤哲次副社長、フォーセンスの飯島政治社長にその内容を伺った（聞き手：新建ハウジング発行人・三浦祐成）。



飯島 政治さん

フォーセンス
代表取締役

数々の実践ノウハウを通じ現在 300 社超の工務店経営を支援。「四角の家」ネットワークの運営のほか、大手建材メーカーとのコラボも多数。

鈴木 達也さん

ダルトンホーム・ディベロップメント
代表取締役

ダルトンの営業部長として商品卸事業の統括を行うとともに、ダルトンホームの代表に就任しダルトンの商品・住空間を全国に拡げることがビジョン。

柿澤 哲次さん

ダルトンホーム・ディベロップメント
副社長

埼玉県狭山市で趣味性の高い注文住宅を手がける地域工務店。ダルトンの雑貨・家具を融合した住まい提案を行っている。

聞き手
新建ハウジング
発行人

三浦 祐成

三浦 「ダルトン」がブランドを冠した住宅ネットワークを始めると聞いて驚きました。経緯を教えてください。

鈴木 ダルトンは 1988 年創業のインテリア雑貨メーカーで、「道具を愉しむ、もうひとつの豊かさ」をコンセプトに掲げています。どのアイテムも「海外の雰囲気」をまとっているのが大きな特徴です。全国に 14 の直営店舗があるほか、商品卸を行っているの、気づかずダルトンの雑貨を使っている方は多いと思います。数年前から住空間への提案を強化し始めたところ、工務店様・ディベロップ様様の需要が大きいことがわかり、「ダルトンが自前で住宅をやったら面白いんじゃないか」と考えていました。た

だ、住宅事業そのもののノウハウはなかったの、ダルトンファンでもあり、取扱い工務店でもあった柿澤さんに相談したのが始まりです。

三浦 柿澤さんはダルトンの雑貨・家具を使った趣味性の高い注文住宅を強みとする工務店を経営されていて、新会社に副社長として参画されています。なぜここまでダルトンに入れ込んでいるのでしょうか？

柿澤 単純に好きなんです（笑）。幼少期からずっとハリウッド映画の雰囲気が大好きで、ダルトンには僕の好きな世界観、ワクワクが詰まっています。今のスタイルに行き着くまでは苦勞もありましたが、趣味性の高さでダルトンの雑貨・

家具を融合した、自分が大好きな住まい提案にシフトしてからは、価値観を共有できる人との「対話」だけで受注ができるようになったんです。

三浦 理想的です。

柿澤 とはいえ我流で来たので、家づくりや工務店経営の基本を学びたいと思い、紹介されたのがフォーセンスの飯島さんでした。飯島さんの指導で社内の業務改善が一気に進んだので、ダルトンのネットワーク化の話をもらったときから、サポートを飯島さんをお願いしたいと決めていました。

工務店の加盟メリット

三浦 工務店にとっての加盟メリットは？

鈴木 加盟店様は、ダルトンホームというブランドを使える権利に加え、「ダルトンがある暮らし」を体現する企画住宅ブランド、ブランドによる集客力を活用する

DULTON

ダルトン

「道具を楽しむ豊かさ」を掲げ、海外テイストの雑貨・家具の製造販売を手がける。直営店舗は年内に 14 店舗に。小売店向けの商品卸、工務店向けの住空間提案も手がけており、全体の年間売上高は 30 億円（見込み）。日本出版販売株式のグループ会社。



ことができます。企画住宅でよく見られる「〇〇風」「〇〇スタイル」ではなく、ダルトンというブランドを前面に押し出した、人・モノが中心の「ダルトンがある暮らし」を叶える家づくりを実現するサポートをします。もちろんダルトン商材を特別価格で仕入れ可能なのもメリットです。

三浦 そこまでダルトンというブランドには魅力がある？

柿澤 間違いなく（笑）。幅広い購入層がいる一方で、コアなファンは所有する喜びやモノを買いに行く楽しさ、ワクワクを味わっていると思います。

ダルトンはデイリーで使うアイテムなのに眺める喜び、使い込む楽しみがあり、ダルトンに囲まれた暮らしは朝起きた瞬間から寝るまでワクワクできるという声をいただきます。そんな雑貨・家具ブランドは僕は他に知りませんし、唯一無二の存在だと自負しています。

三浦 商品化やマニュアル開発はフォーセンスの得意分野で、実績もある。加盟店にとっては、フォーセンスの参画は安心感につながると思います。

飯島 まず、設定した価格帯ごとに企画住宅を商品化し、そこにダルトンの雑貨・家具を落とし込んでいきます。ブランドがやる住宅事業だとどうしても楽しさやデザインがフォーカスされがちですが、家としての基本性能をきちんと担保した

いという意向があり、耐震等級3、太陽光パネルを載せたら即 ZEH 対応が可能な性能レベルを想定して開発を進めています。集客・販売ノウハウもマニュアル化して提供することで工務店にとって「売りやすい」、生活者にとって「買いやすい」スキームを実現できるはずですね。

三浦 ダルトンのコアなファンはもちろん、それ以外の客層も魅力を感じる商品化が期待できそうですね。

雑貨店として集客も

鈴木 売り方について言えば、工務店さん自身がダルトンの雑貨を扱う店舗を出店して集客し、本業の注文・建売住宅の契約につなげ、さらにその方々にマイホームで使うアイテムを自社の雑貨店で揃えてもらうスキームをご提案したいと思います。例えば、北九州のある老舗住宅ディベロッパーさんは、自社保有の倉庫を改修して売り場面積 250 坪の超大型雑貨店をオープン、そこでダルトン商材を販売するとともに、集客＋ブランディングの場として活用して注文住宅とマンションの受注につなげています。

三浦 他にもダルトン商材を使った売り方は開発できそうですね。飯島さんは売り方についてはどう考えていますか？

飯島 大きく2通りを想定しています。1つは企画プランを効率よく提案していくやり方、もう1つは住まい手と理想の

暮らしを共有し、対話しながらじっくり進めるやり方。若手社員は前者、社長は後者といった具合に社内でも分けてもいいでしょう。

柿澤 私のスタイルは後者ですね。

飯島 柿澤さんのようにダルトンに特化した生き方もありでしょうし、今は変化が激しい時代ですから、集客・売上げ・顧客満足を上げるための1つの手段として利用するのもありだと思います。

暮らしの提案が可能に

鈴木 何でもない日常の道具を面白く、豊かに変えるのがダルトンのミッションですが、コロナ禍で暮らしが注目されたこともあり、おかげさまでダルトンブランドの認知度とニーズは一気に上がりました。

三浦 まだまだ住まいと雑貨・家具が分断されていて、もったいないと感じます。ダルトンが住宅に参入することで両者をブリッジし、日々の暮らしを面白く・豊かに変える可能性を感じましたし、タイミングもいいと思います。

柿澤 大事なのは「暮らしを楽しもうとする魂」。その重要性和可能性をネットワークを通じて伝えていきたいです。

三浦 なるほど。すでにダルトンのファンの、ダルトンを通じて暮らし提案をしたい工務店はもちろん、暮らしの提案にシフトしたいけれどもどうすればいいかわからない、明確な切り口、強力なライフスタイルブランドがほしいと考えている工務店にもはまるかもしれません。加盟店の目標などはありますか？

鈴木 まずは、第一期募集にて10店舗の加盟店数を目指しています。その後は順次拡大していきます。



ダルトンホーム・ディベロップメント

住宅ネットワーク「ダルトンホームビルダーズ」の事業会社として2020年5月にダルトンとSH-Spaceの共同出資で設立。
2021年12月から加盟店募集を開始する予定。

ダルトンホームビルダーズ



<https://www.dultonhome-builders.com/>



forsense

ネットワーク窓口

株式会社フォーセンス
ダルトンホーム事業部

東京都千代田区麹町 3-5-2 ビュレックス麹町 601
TEL : 03-6272-4230 FAX : 03-6272-4231
<https://www.4sense.co.jp>

住宅業界へ広告をご検討中の企業様へ

住宅ビジネス誌で“最も読まれている本”で 効果的にPRしませんか？



住宅産業大予測2021表紙

効果的な5つの理由

- 1 新建ハウジングのベストセラー本^{※1}
- 2 読者は住宅事業の経営者・実務者
- 3 定期購読者^{※2}の手に必ず届く
- 4 年初の事業計画策定の参考として利用
- 5 保存版なので長期の広告効果の期待

※1 MOOK部門 ※2 新建ハウジング定期購読者

住宅産業大予測

広告申込締切:

※広告料金30万円～

11月24日(水)

2022

テーマ

survive
サ バ イ ブ

自分らしく生き残れ
～家づくりと経営のロングライフデザイン～

■ 媒体概要

発行日: 2021年12月20日

判型: A4サイズ 152ページ(予定)

発行部数: 25,000部(定期購読含む)

お問い合わせ先

mail@shinkenpress.co.jp

新建新聞社 住生活メディア事業部 営業課

〒102-0083 東京都千代田区麹町2丁目3番地3 FDC麹町ビル7F

TEL: 03-3556-5525 FAX: 03-3556-5526



変わろう！

前へ前へ進みだそう。

～ 建築の未来をつくる～

これまで建築は人々の生活にどんな変化をもたらしたでしょうか。

早く帰りたくなるような心地よくつろぎの場を作ること

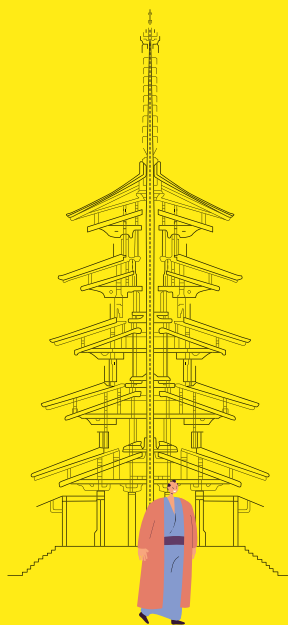
ワクワクが止まらない人々を魅了する空間を作ること

生き生きと働きやすい会話が弾む快適な空間を作ることなど

建築は人々をより豊かで快適な生活の支えとなってきました。

これから先どんな未来が待っているでしょうか。

建築の未来のために、あなたはどんな提案をしますか？



すまいから、ビル、まちまで、

建築に関する情報・技術・製品を、プロに提案できる専門展示会 **開催決定** 出展者募集中

Japan Home & Building Show 2022

第44回 ジャパンホームショー

建材・部材ゾーン

住宅防災ゾーン

家具・インテリア・デザイン設備ゾーン

住宅設備・システムゾーン

CAD・ソフトウェア・業務サポートゾーン

リフォーム・リノベーションゾーン

エクステリアゾーン

カーボンニュートラル関連ゾーン

IOT・デジタル技術ゾーン

第17回 ふるさと建材・家具見本市

第9回 店舗・商業空間デザイン展

第5回 イノベーションオフィス

第7回 トイレ・バス・キッチン空間・設備フェア

第8回 トイレ産業展

第6回 団地・マンションリノベーション総合展

会期 | **2022年10月26日(水) ▶ 28日(金)** 10:00～17:00

会場 | **東京ビッグサイト** 東展示棟

主催 | **JMA** 一般社団法人日本能率協会

共催 | 一般社団法人日本建材・住宅設備産業協会 一般社団法人リビングアメニティ協会
一般社団法人住宅生産団体連合会 公益社団法人日本建築家協会

詳細・最新情報はインターネットから

ジャパンホームショー 🔍

<https://www.jma.or.jp/homeshow/tokyo/>

資料請求はこちら



Japan Home & Building Show 事務局

〒105-8522 東京都港区芝公園3-1-22 一般社団法人日本能率協会 産業振興センター内

TEL: 03-3434-1988

FAX: 03-3434-8076 / E-mail: jhbs@jma.or.jp

同時開催展



香りデザイン

消臭・脱臭・防臭ソリューション展

ビルメンヒューマンフェア® クリーンEXPO 2022



アジア・ファニッシング・フェア 2022

HOSPEX JAPAN 2022

アグロ・イノベーション 2022 不動産リノベーションフェア



JAPANTEX 2022 HRX 2022

月額1万円

(税別 / 60ID ご契約の場合)

Japan Home & Building Show 2021

西2ホール W2F-34



プロが選ぶ施工管理アプリ

現場Plus

DAITEC ダイテック

ここまでできて1万円/月

工程表、写真、図面、書類、掲示板、トーク、朱書き、入退場、チェックリスト、KY活動などすべての機能が標準で利用可能。ここまでできて、料金は60IDあたりたったの**1万円/月**。1IDずつに割ると、およそ**167円**。飲み物一本分の料金で、現場の効率化が進みます。



掲示板



トーク



写真



工程表



KY活動



入退場



施主

セット導入で
お得!

住宅会社・工務店の**電子受発注**には

注文分譲クラウドDX



電子契約



電子承認



電子受発注

顧客管理から実行予算・発注・支払い・原価管理・アフターフォローまで、全ての業務をデジタル化。電子受発注でムダを省き、効率UPとペーパーレス化を実現します。



〒140-0013 東京都品川区南大井 6-16-19 大森 MHビル 4F
TEL: 03-5762-8660 FAX: 03-5762-8661

Q | クラウドはダイテック で検索

