

vol.3

ウッドショック レポート

WOODSHOCK report

Theme

構造的要因と本質的対策①



LIB CONSULTING

はじめに

本レポートシリーズは、ウッドショックに関する現状の把握、発生要因の掘り下げ、様々な対策内容についてまとめたものです。

今回は4回シリーズの第3号で、「構造的要因と本質的対策①」として外材の代替えを期待される国産材についての現状と課題をまとめております。まず、

①「直近のウッドショックの影響」について、皆さまから寄せられた声をまとめています。次に、前半部分で、外材の代替えが期待される「国産材」についての現状を以下の2点でまとめています。

②国産材関与者(林業と木材産業)のおかれている現状について

③国産材が増産されにくい理由 木材流通構造と住宅業界の構造

さらに、後半部分では、これらの状況を踏まえたうえで、国産材における新たな動きとして

③国産材の新たな利用方法について

④国産材の輸出について

まとめてます。

次号、最終号では、これらの状況を踏まえて、住宅会社側が木材の安定供給を考えるには、どういう取り組みが考えられるかについてまとめさせていただきます。

**①直近のウッドショックの影響と
住宅会社の声(9月5日)**

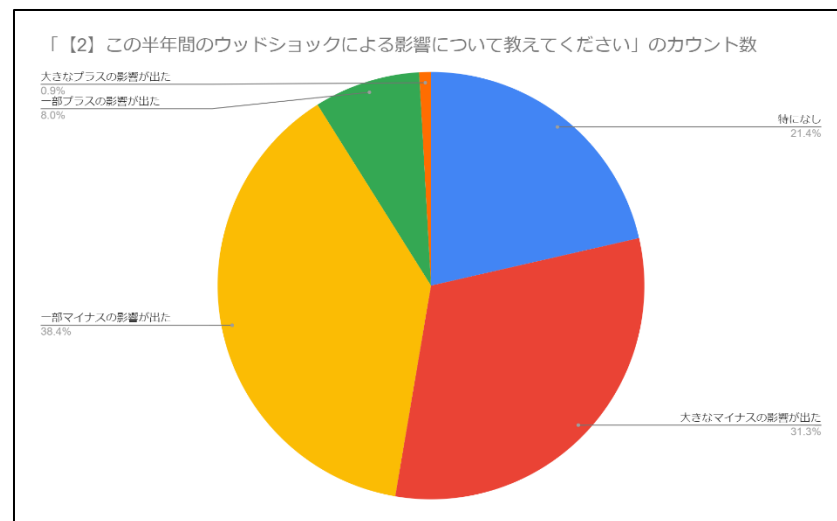
弊社では9月16日に、「住宅不動産ナンバーワン&オンリーワンフォーラム」を開催いたしました。申込段階で310社、参加企業の新築着工戸数の合計が37,200棟を超し、役員以上が参加される会社が70%を超える住宅不動産業界最大級のイベントとなりました。詳細はこちら <https://handr.libcon.co.jp/event/no1only1-forum2021/>

その中で、事前のアンケートで、「ウッドショックの影響」について確認したのが、このデータです。実に、**約70%の会社が**

「マイナスの影響が出た」と解答されています。
(「特に影響なし」の会社は不動産会社・リフォーム会社・DX提供会社が大半なので、実質85%がマイナスの影響を受けています)

出た影響の大半が「原価の上昇」でした。対策としては、これまでのレポートで書いて来たような「契約済み客との契約内容の見直しや新規顧客への見積もり値上げ」をはじめ

「代替え材の手配、調達先と発注方法や期間の見直し、木材流通ルートの見直し、設計や仕様の見直し、その他コスト削減」と、ほぼあらゆる手を打たれている会社が多いのが特徴です。



(資料:LiBコンサルティング調べ)

次に、本レポートの第1号・第2号をお読みいただいた住宅会社の方にも現状をお聞きしました。以下は、その声の一部です。(お声をお寄せいただいた皆様、ご協力ありがとうございました)

- ① ウッドショックの影響は受けている。資材は確保できているが、**めちゃくちゃ高いので、利益削られている。顧客に価格転嫁できない。**(滋賀県の地域密着工務店)
- ② **まず2万円/坪値上げした。今後もう3万/坪上げしないといけない。30坪で150万、利益率を考えると200万/棟上げしないといけない。**そうすると今までの顧客が**予算が合わないとなつて40%近くが他社に逃げる**と考えている。本気で経営全体を変えないといけないので、とても悩んでいる。(神奈川県地域密着ビルダー)
- ③ プレカットが間に合わないということは当初(4月)よりありませんでした。しかし**実行金額が毎月坪1万円上がるという感じで現在坪5万円アップ(4月から8月)**です。今後さらに値上げされるのであればお客様の層を変えなければ受注ができないということになるのではと危惧しております。**これから新規の商談がどうなっていくのか大変不安に思っております**(東京の地域密着工務店)
- ④ こちらでもウッドショックの影響は出ており、来月より値上げをして対応いたします。さらに、便乗と思われる値上げも起こっています。それらによる受注減が懸念されています。(北海道 地場中堅ビルダー)

一方で、アンケートで一部プラスの影響が出たという会社様も、ごく一部あります。

- ⑤木材価格高騰不安による乗り換えがあった。(愛知県、大手ビルダー)
- ⑥今後の建築費高騰による販売価格アップを予測されているお客様への煽り効果で、駆け込み需要になった(福岡県、大手ビルダー)
- ⑦おかげさまで、弊社の受注活動としては、上期は大幅増になりました。ウッドショックにおける対応についても、関係先のご協力・ご支援も賜り、何とか乗り切ろうとしております。
プラスになったのは、着工平準化、新規業者開拓、中長期計画の見直しに繋がった点です。
(兵庫県、大手ビルダー)

コロナもウッドショックも、自社を取り巻く環境変化であるのは事実です。皆様の声を聴かせていただいて「**企業は環境適応業である**」という考えを持つことの重要性を再度感じました。「**制約条件は、前提として考えるのではなく、解除の対象として考え**」、勇気をもって、自社の戦略自体を見直すチャンスととらえていただければと思います。

P.S.前述の9/16のフォーラムでは、ゲスト会社からも、今後の外材のRNEW(梁材)や国産材の杉集成材(柱)の価格予測や、各社が取られているウッドショック対策の一部が開示されました。やはり皆さま、高止まりを予測されていました。

②国産材関与者の置かれている
現状について

第2号のレポートでは、今回の第三次ウッドショックが、引き起こされた要因と今後の見通しについてまとめさせていただきました。特に、**アメリカの木材需要が膨大な人口移動により起こっている**以上、一時的な現象ではなく、今後も数年にわたり続く可能性が高いことをお伝えしました。(もちろん、コロナによる物流の分断からの回復や過剰な価格上昇に対する市場調整機能は働いたので、木材確保ができない事態は回避されてますが、**外材の価格の高止まりは、最低でも来春までは続く**と見ています。)

また、今後、**他の要因でウッドショックが再発する可能性がある**ことにも触れました。(合わせて中期対策として、①商品開発やコスト改善 ②集客や営業の改善 について情報提供をさせていただきました。)

今回の第3号では、国産材の活用について触れていきます。ウッドショックが明確になった3月段階で、多くの会社が代替え材として「国産材」に注目しました。日本の国土の2/3は森林と言われているわけですので、増産して供給をしてくれればよいと、多くの住宅会社が、取引を求めました。しかし、残念ながら、国産材も需給バランスが崩れて、値上がりする一方です。国産材がどこまで代替え手段になりうるのかを考える前に、まず、現在、どのくらい値上がりしたのか、から見ていきましょう。

(国産材の価格について)

ウッドショックが顕在化しはじめた4月から、素材の「すぎ中丸太」は値上がりをはじめ、7月は前年対比では1.5倍に。

木材製品の「すぎ正角」も同様に値上がりをし、7月では、同114.8%Upになりました。単月で見ても前月対比は、

すべての国産材価格が上がっています。特にひのき正角は10,100円/m³も前月対比で上がっています。(8月度では、この値上がりは鈍化し始めていますが、未だ下落傾向はありません)

急激な需要増に対して国産材の供給が追い付いていないことのあらわれです。

【調査結果】

令和3年7月の木材全国価格（主要品目）の概要は、以下のとおりである。

表 主な素材価格及び木材製品価格（全国）

品目	規格	価格	対前月差	対前月比	対前年同月比
		円/m ³	円/m ³	%	%
素材価格					
すぎ中丸太	(径 14.0~22.0cm、長 3.65~4.0m)	17,800	300	101.7	149.6
ひのき中丸太	(径 14.0~22.0cm、長 3.65~4.0m)	30,100	4,900	119.4	195.5
米まつ丸太	(径 30.0cm上、長 6.0m上)	27,500	900	103.4	136.1
木材製品価格					
すぎ正角	(厚 10.5cm、幅 10.5cm、長 3.0m)	71,400	1,300	101.9	114.8
ひのき正角	(厚 10.5cm、幅 10.5cm、長 3.0m)	98,000	10,100	111.5	126.9
米つが正角(防腐処理材)	(厚 10.5cm、幅 10.5cm、長 4.0m)	118,200	14,600	114.1	148.7

図1 素材価格の推移（全国）

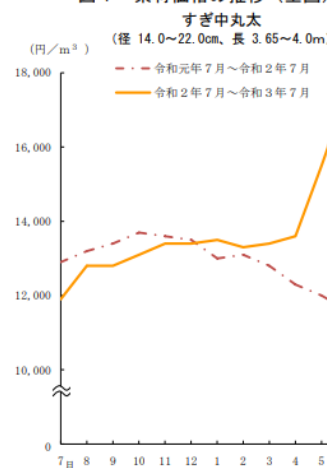
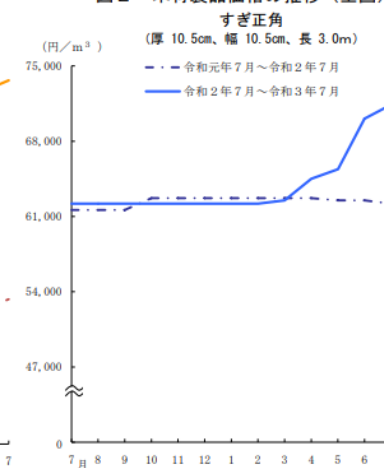


図2 木材製品価格の推移（全国）

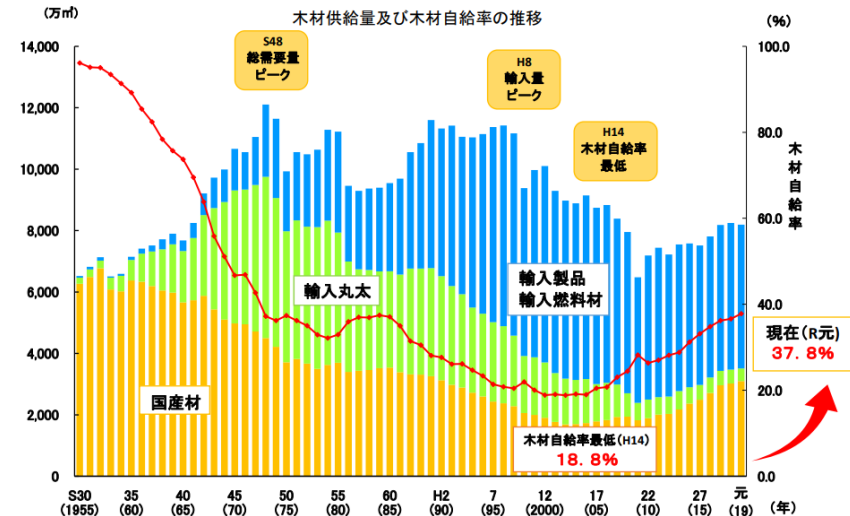


注：令和2年1月から一部の調査品目の変更を行った（以下7ページまで同じ。）。

本資料は、農林水産省ホームページ「統計情報」の次のURLから御覧いただけます。
【<https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/mokuryu/kakaku/index.html#m>】

(資料:林野庁 農林水産統計 木材流通統計調査7月)

次に、日本の国産材供給の現状を見ておきましょう。詳細な推移の解説は今回は省きます。一番見ないといけないのは、戦後、**長きにわたって木材自給率が低下してきた**ことです。(この10年位上がったのは中国の木材需要のひっ迫と輸入丸太価格が円安で上昇したことにより、輸入に対して国産材が価格優位性が出たこと。さらに、新たな技術開発で国産材の乾燥材利用が増えたことなどによります)

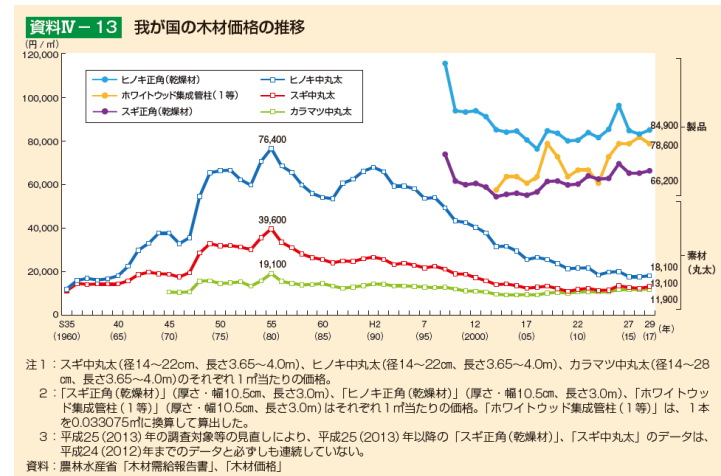


(資料:林野庁 木材需給表 2019)

また、一方で木材価格の推移についても見ておきます。こちら一番見ないといけないのは、**長きにわたって一貫して低下し続けた**ことです。

もちろん、次ページにあるように国策として日本の森林資源量は人口林を中心に増えていますが、間伐などの手入れさえ不足する状況になっています。

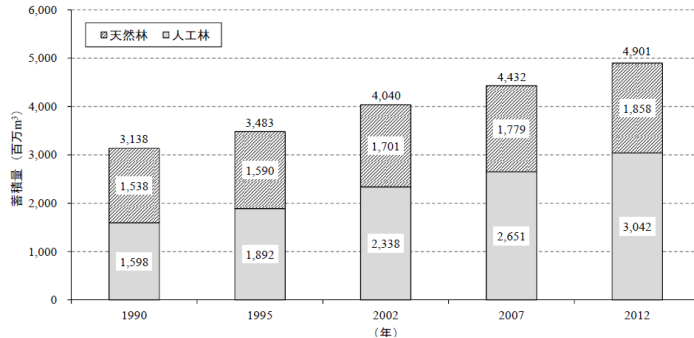
特に、林業従事者人口の減少は酷く、1985年の12.6万人が2015年には4.5万人と**30年間で約1/3に減少しています(64%減)**



(資料:農林水産省 「木材需給報告書」 「木材価格」)

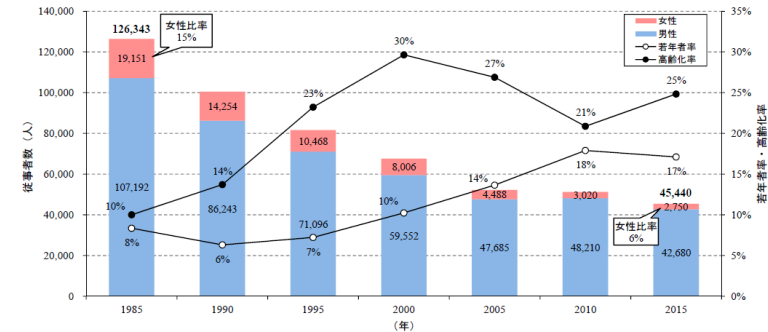
森林資源の現況

- わが国の森林資源は人工林を中心に年々増加しており、現在（2012年）の蓄積量は49億m³（1990年比56%増）に達している。
- 森林資源の充実を受けて、今後、間伐や主伐、再造林等の事業量の増大が見込まれる。



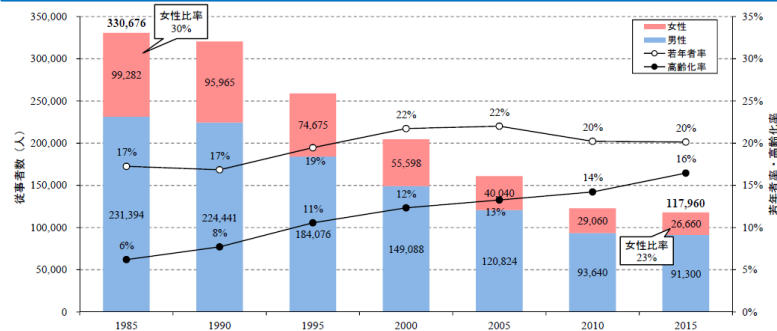
従事者数（林業）

- 林業の従事者数は年々減少する傾向にあり、直近年（2015年）は45,440人（1985年比64%減）である。うち、女性の従事者数は2,750人であり、その割合は年々減少している（1985年：15%⇒2015年：6%）。
- 直近年（2015年）の若年者率（35歳未満の従事者の割合）は17%であり、概ね増加傾向にある。一方、高齢化率（65歳以上の従事者の割合）は、2000年に30%に達した後、減少に転じ、現在は25%となっている。



従事者数（木材産業）

- 木材産業の従事者数は年々減少しており、直近年（2015年）は117,960人（1985年比64%減）である。うち、女性の従事者数は26,660人であり、その割合は年々減少している（1985年：30%⇒2015年：23%）。
- 直近年（2015年）の若年者率は20%であり、概ね横ばいで推移している。一方、同年の高齢化率は16%であり、1985年以降増加傾向にある。



一方木材産業においても、関与人口の減少も酷く、1985年の33万人が、2015年には11.7万人とこちらも**30年間で1/3に減少しています。(同様に64%減)**

そう考えるとウッドショックにより一時的な需要が高まっても、そもそも急に増産できる体制にないことがわかります。

(資料:三菱UFJリサーチ&コンサルティング 林業・木材産業の働き方をめぐる現状整理)

③国産材が増産されない理由
木材流通構造と住宅会社の考え

国産材の消費が外材に押されて減少し続け、価格も低迷し、従事者も減少し続けていった歴史を見ると、なぜ、もっと早くその改善に乗り出せなかったのか?と考えます。

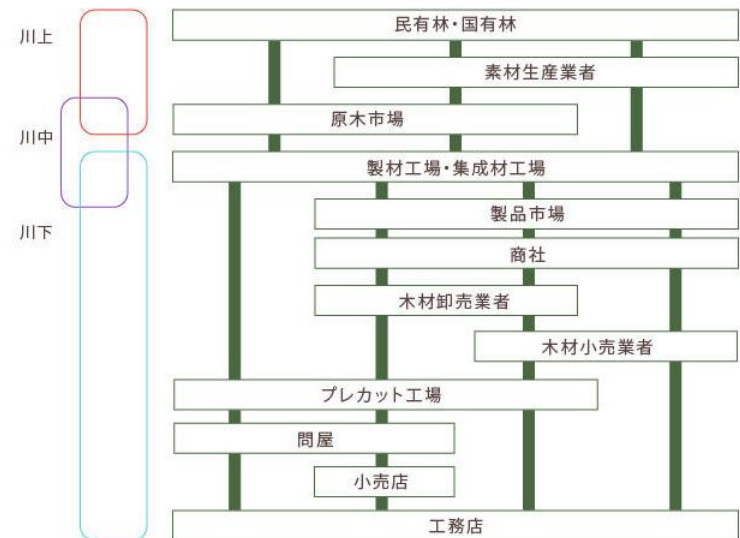
直接の要因は、住宅業界の製材需要が減少する中で、国産材より、輸入する外材の価格の方が安く、価格競争力を失っていったからと言われてます。しかし、これは表面的な見方でしかありません。海外製品との競走にさらされるのは、何も林業分野だけではなく、あらゆる分野で起こります。

その中で、自動車製造業界のように、**環境適応して、大型化してコスト競争力を高めたり、多段階の流通構造を変えて、系列化することで、QCDを改善し続ける状態を作ったりできた業界も一部では存在します。**

そう考えると、国産材の業界が環境適応できなかった要因を理解し、本来ならどういう状態に変わるべきなのかが見えてこない、国産材であっても、安定供給構造は作れず、大工不足同様年々対応が厳しくなっていくことにもなりかねません。

では、林業者がどれだけ大変な状態にあるか一つ質問をさせていただきます。

国産材の流通経路



(資料:前田建設 HP木で建ててみようより)

笑い話のような話ですが、一度お考え下さい。

現在、原木市場に出されるスギの丸太、高さ4m、(電信柱と同じ)直径30cmの売価はいくらだと思いませんか?植林から60年経って伐採したものです。



3万、5万、10万、30万、と色々な意見が出そうですが、実は、1本4,000円~5,000円です。

なんと、60年かけて育てた丸太がです。冒頭に出した国産材の価格が値上がりして、スギの丸太が17,000円/m³にまでなった今でこの価格です。ウッドショックによる値上がり以前の平成30年は、13,600円/m³くらいでしたので、丸太1本が3000円~4000円でした。

スギ丸太が最も高かった昭和55年が39,600円/m³でしたので、**40年間で1/3にまで価格が低下したのです。これでは伐採した後に再度、植林をしよう、後継者に引き継ごうという意欲が持てないのは当然**です。なぜ、このようなことが起きるのでしょうか?

どうして、海外で伐採して製材にして、運送費用をかけて運んでくる外材に対して国内で、伐採して製材して、運送する**国産材の方がなぜ高くなる**のでしょうか? 不思議に思われませんか?

理由は、川上・川中の林業従事者が大型化せず、高い伐出コストがかかっているのと**多段階流通を通すことで、中間流通コストが高くなるから**です。

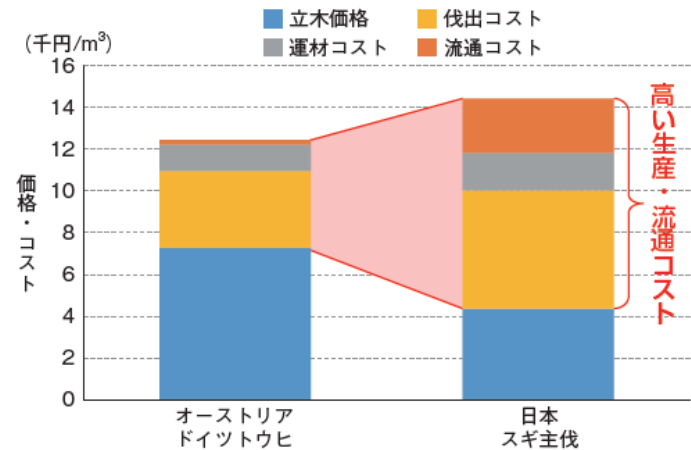
右図にあるように、丸太価格でさえ、それらのコストが乗って外材に負けています。その後、加工・海外から運搬するコストをかけても、国産材はそれ以上に多段階の流通により各工程でコストがかかるため割高となり、結果として、11頁下の図にあるように、国産材はシェアを減らし続けたのです。

現在、伐出コストは、高性能林業機械の導入や稼働率向上で圧縮できることが明確になっています。

だから、そうやって生産性を高めればよいではないかという声があるのも事実です。

ただ、稼働率を向上させるには、**安定的な需要があることが不可欠**です。しかし、現在の国産材は、市場流通が大半ですのでコストが下がりません。結果、外材の価格や為替によって一時的には有利になっても、長期間にわたって安定的な需要が見込めるコストにはなりません。そういう需要が不安定な環境の中では、補助金があるにしても、結局、自分で償却の責任を持たないといけなくなるので各種設備投資が増産対応には消極的になるのも当然なのです。

丸太価格にかかるコスト比較



注：伐出コストは山土場までのコスト。運材コストは山土場から原木市場までの運賃（オーストリアは直送による木材加工工場までの運賃）。流通コストは市場経費を含む原木市場から木材加工工場までの運賃（オーストリアは工場側手数料のみ）。

（資料：国立研究開発法人森林研究・整備機構）

もちろん、これまで、大手ハウスメーカーは、独自工場を持ち、大量の木材を安定的に購入する動きがありました。その流れに乗り、規模の拡大を実現したり、流通在庫を圧縮して価格競争力を高めた製造業者や商社もありました。しかし、「川上～川下を経る」流通構造は何ら変わりませんでした。(住友林業様だけは別格で広大な社有林からお持ちです。)

また、一部のパワービルダーや地方ビルダーの中に、国内で製造やプレカットまでをグループ内で行う体制を作ったところはありましたが、こちらも、前ページの図でいう「川下」の範囲での系列化でした。ただ、川上や川中に対しても安定的な需要を確約したり中間流通を省くことで、効率化を図りコスト競争力を作りだすことに成功してはいます。

しかし、長らく大半のシェアを小規模の住宅会社が占める住宅業界は、国産材であれ、外材であれ、**安いものを都度、購入でき、在庫を抱えずに済み、必要に応じて自由に仕入れ先を乗り換えられるというメリットがある、市場流通を、活用し続けました。結果、まさに住宅業界自体がこの多段階で高コストの木材流通構造を維持させる原動力となったのです。**

今では、**多段階の木材流通構造こそが国産材のコストUP要因となり、川上の方々の収入減少や就業者減少の要因であることが明確になってきました。**そこで、そろそろ、住宅会社の中には、この流通構造自体から脱却し、川上と住宅会社が協力して、安定発注するとともに中間流通コストを減らすことで、生産者の収入増を図り持続可能性のあるグループを作ろうと考える住宅会社が生まれ、動きが広がり始めています。(第4号で解説します。)

④国産材の新たな利用方法
について

国産材の川上の現状と国産材が増産されにくい理由はご理解いただけたとして、では、国産材の需要は、今後も住宅産業の会社次第なのかというと、そうではなくなっているということを理解いただくために2つの新たな動きについて解説します。

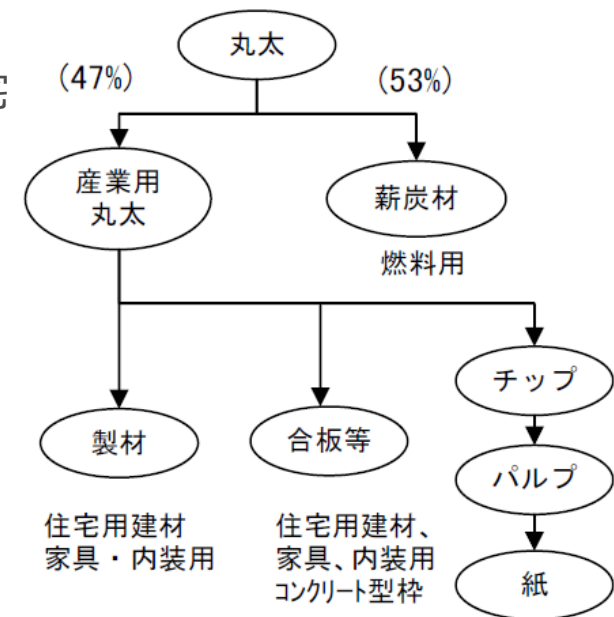
一つ目は、「国産材の新たな利用方法」についてです。従来木材は、その品質によって右記の様に分けて使われてきました。その中で、太さも取れ、質の良いものが住宅用の製材として、さらには、集成材などの合板として使われてきました。

ただ、最近はここに木材の新しい市場を創造する動きが出始めています。そのうちのいくつかを取り上げます。

①非住宅・中高層分野における木材利用

CLTや木質耐火部材などの木材を建築材料に使う製品・技術の開発などにより、非住宅・中高層分野での木材市場が新たに作りだされています。

図2 木材の主な用途



(注) () 内の数字は世界の丸太生産におけるシェア
(備考) 日本政策投資銀行作成

(資料:日本政策投資銀行発行レポート 調査部2008年10月)



(左)魚津市立星の杜小学校
(富山県魚津市)
(写真提供：
株式会社 東畑建築事務所)



(右) WITH HARAJUKU
(東京都渋谷区)
(写真提供：
WATANABE_Yoji)

(資料:林野庁 森林白書令和2年度版)

②公共建築物などにおける木材利用

2019年度に着工された公共建築物において
木造率(床面積ベース)は13.8%、内低層に
占める比率は28.5% と高まっています。

■ 公共建築物での木材利用事例



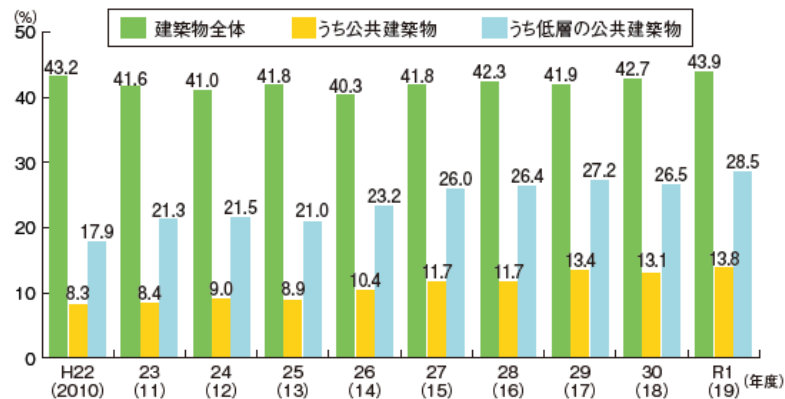
住田町役場(岩手県 住田町)



草薙総合運動場体育館(静岡県 静岡市)

(資料:林野庁 森林・林業・木材産業の現状と課題)

建築物全体と公共建築物の木造率の推移



注1：国土交通省「建築着工統計調査2019年度」のデータを基に林野庁が試算。

2：木造とは、建築基準法第2条第5号の主要構造部(壁、柱、床、はり、屋根又は階段)に木材を利用したものをいう。

3：木造率の試算の対象には住宅を含む。また、新築、増築、改築を含む(低層の公共建築物については新築のみ)。

4：「公共建築物」とは国及び地方公共団体が建築する全ての建築物並びに民間事業者が建築する教育施設、医療・福祉施設等の建築物をいう。

資料：林野庁プレスリリース「令和元年度の公共建築物の木造率について」(令和3(2021)年3月26日付け)

(資料:林野庁 森林白書令和2年度版)

⑤国産材の輸出について

現在、日本産の丸太は、海外への売り込みが実を結び、下図のように、年々国産材の輸出額は増えています。もちろん、個々の林業者が対応しているわけではなく、森林組合単位や産地単位の取り組みです。

今や全体の木材産出額の中で輸出は10%以上を占めます。特に丸太については国内向けに出しても前述の様に多段階流通により価格が低く据え置かれてしまいます。

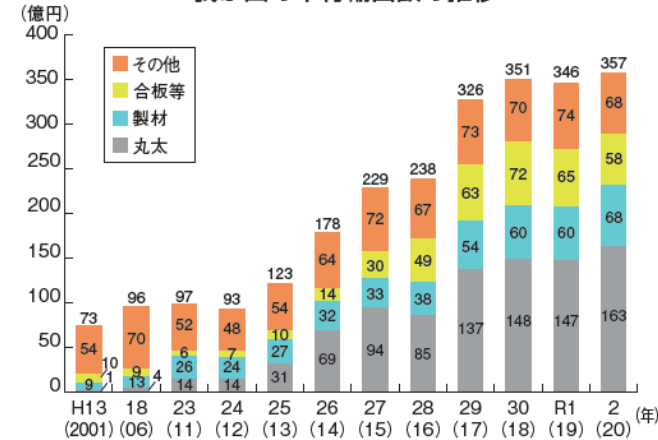
それより、建築部材や高耐久木材を**高く買ってくれ、細かな注文をつけず、安定的に購買してくれる**海外(中国・アメリカ・韓国・台湾)は魅力的に感じるのは当然だと思います。

実際、次ページにあるように、九州7県では、海外への輸出比率が**17.6%まで高まっています**。特に宮崎県産のスギは非常に伸ばしています。

また、秋田県では、県産材を安定需要が見込まれるアメリカ市場に輸出するための市場調査が始まっています。(他に北海道のトドマツや内装材の輸出、プレカット材の輸出などで成果を上げている取り組みも既にあります)

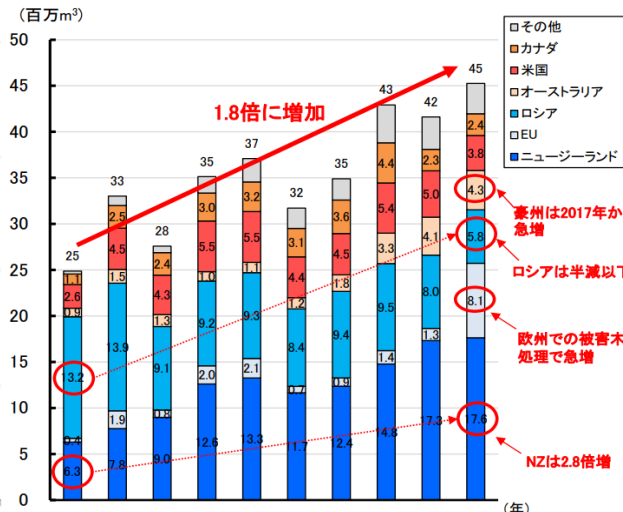
現在、中国の針葉樹丸太輸入量は、世界の44%を占めており、世界各国から木材を買い占めしています。そこに豪州とロシアからの供給減、米中貿易摩擦でのアメリカからの輸入減が重なっているため、次の動きが注目されています。

我が国の木材輸出額の推移



注1：HS44類の合計。
注2：令和2(2020)年については、確々報値。

(資料:財務相「貿易統計」)



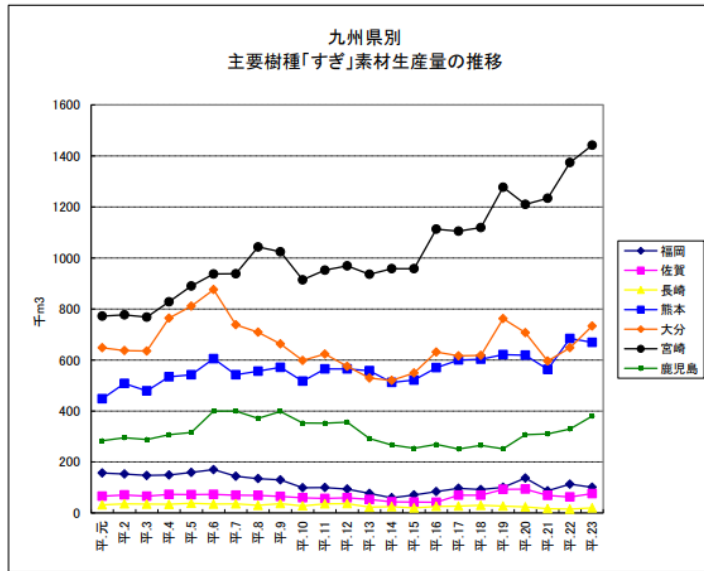
資料：FAO STAT (2010-2017)、UN COMTRADE (2018-2019)

中国の針葉樹丸太輸入量

(資料:林野庁 木材輸入の状況について 令和3年8月)

年	全国			九州7県		
	素材生産量 (千m3)	輸出量 (千m3)	輸出比率 (%)	素材生産量 (千m3)	輸出量 (千m3)	輸出比率 (%)
2013	19,646	265	1.3%	4,653	197	4.2%
2014	19,916	518	2.6%	4,666	400	8.6%
2015	20,049	687	3.4%	4,634	527	11.4%
2016	20,660	652	3.2%	4,983	513	10.3%
2017	21,408	971	4.5%	5,078	775	15.3%
2018	21,640	1,157	5.3%	5,148	956	18.6%
2019	21,883	1,130	5.2%	5,344	939	17.6%

図表 1-2-2 九州7県の樹種別素材生産量の推移 1 (単位:千m)



資料：農林水産省「木材統計」

出所：九州次世代林業研究会 平成24年12月18日WG資料（耕山田事務所 提供）

(資料:九州地域の森林・林業・木材産業アクションプラン)

国産材はいつでも手に入ると思っていたら、より魅力的な顧客や市場の出現によって、国産材が国内市場流通に出てくる数量が減少し、国産材ウッドショックが発生してしまった、といったことにならないように、業界全体も各社も考えていく必要があります。

県産木材輸出増へ、米国市場を調査 コロナ下で需要急拡大

2021/8/30 07:18 (JST) | 8/30 08:10 (JST) updated

©株式会社秋田魁新報社



米国向けのフェンス材やウッドデッキ材が保管されている門脇木材協和工場の倉庫

秋田県は県産木材の販路拡大を目指し、米国での市場調査に乗り出す。米国では新型コロナウイルス禍を機に住宅向けの木材需要が急拡大し、日本の杉製材品の引き合いが強まっている。県は将来的にも底堅い需要が見込めるとみて、現地の流通状況を探ることで、輸出に取り組む県内製材業者を増やしたい考えだ。

県林業木材産業課によると、県が海外を対象に製材品の市場調査をするのは初めて。秋田から米国への杉製材品の輸出は2018年に始まり、年々拡大している。20年は約5300立方メートル（約2億6千万円）に達し、18年の約130立方メートル（約630万円）から大きく伸びた。

(資料:秋田魁新報社 ホームページより)

《本レポートの内容や専門メンバーによる対策の相談方法・ご依頼方法》

メールまたはお電話にて下記連絡先にご要件をご連絡ください。



個別相談ご希望の場合は、専門人財とのZoom（その他Web会議システム）の
日時を決めてご対応させていただきます。

**個別相談ご希望の場合は、担当者様のみのご依頼は受けておりません。
必ず経営者様・該当部門の役員様の同席を条件とさせて頂いております。**

《ご連絡先》

株式会社リブ・コンサルティング コンサルティング事業本部
担当者:シニアコンサルタント 小野義之宛
E-mail:y_ono@libcon.co.jp
携帯：080-3574-4142

弊社紹介

<p>会社名</p> <p>事業内容</p> <p>社員数</p> <p>代表取締役</p> <p>東京オフィス</p> <p>タイ支社</p>	<p>株式会社 リブ・コンサルティング</p> <p>企業経営全般におけるコンサルティング業務全般</p> <p>200名(2021年7月)</p> <p>関 巖(せき いわお)</p> <p>東京都千代田区大手町1丁目5-1 大手町ファーストスクエア ウエストタワー 19F・20F</p> <p>Level29, 388 Exchange Tower, Sukhumvit Road, Klongtoey Subdistrict, Klongtoey District, Bangkok 10110</p>
--	---

【最近のトピック】

ベストモチベーションカンパニー アワードを3年連続で受賞

株式会社リンクアンドモチベーションが、エンゲージメントスコア(従業員エンゲージメントの偏差値)の高い企業を選出し、年間表彰するアワードにて、3年連続で選出いただきました。



2019年・2020年・2021年
3年連続で受賞

「働きがいのある会社」ランキング ベストカンパニーに選出

世界約60カ国で展開している世界最大級の意識調査機関 Great Place to Work® Institute が世界共通の基準で調査・算出されているランキングにて、中規模部門で7年連続選出いただきました。



2015年・2016年・2017年
2018年・2019年・2020年・2021年
7年連続で受賞

“100年後の世界を良くする会社”を増やす

“100年後の世界を良くする会社”とは？

- ① 世界を良い方向に変えていく、**志がある**
- ② 新しい価値を生み出す、**独自性がある**
- ③ 挑戦しつづける、**情熱がある**
- ④ 人々と環境への貢献を想う、**社会性がある**
- ⑤ 世の中に大きな影響を与える存在になるために、**業績・仕組み、人財育成、社員感動満足、顧客感動満足を追求している**

リブ・コンサルティングは、“100年後の世界を良くする会社”を増やすことを使命とし、持続可能な未来社会の創造に貢献し続けていきます。

これを実現するため、自らが100年後の世界を良くする会社である事に対する努力を惜しまず、顧客企業と共に常に進化を続け、旧来型のコンサルティングとは一線を画し、現実的に成果を実現するサービスを提供しています。

住宅不動産インダストリーに特化したコンサルティング組織を保持し、多数の業界クライアントとノウハウを保有

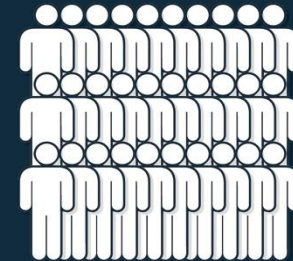
住宅関連 業界



- 住宅資材・設備メーカー
- 不動産向けテック企業

業界専属の
コンサルタントが
40名所属しています

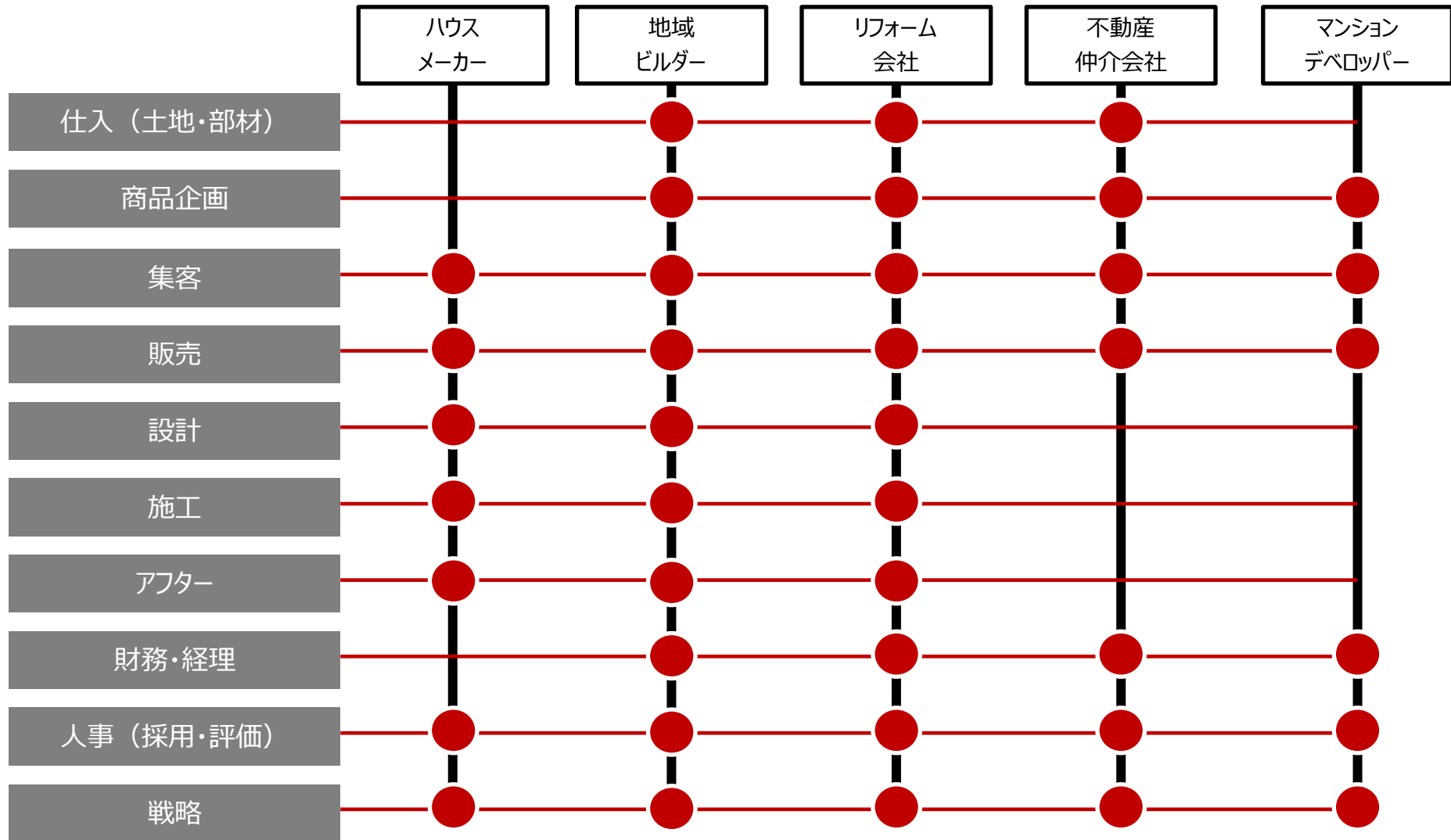
40名



全国にクライアント企業様が
常時約180社様います

約
180社





クライアント

プロジェクト事例

大手ハウスメーカー

- ・セールスの標準化のため「顧客の声に基づくマニュアル化」というコンセプトのもと、**接客アンケートのデータ分析およびセールスシナリオの再設計を実施**
- ・コンテンツは動画中心に構成し、若手がどこでも自主学習できる体制を実現

東証一部上場
戸建て分譲会社

- ・**エリア拡大のための販売代理制度の展開**を支援
- ・全体戦略、対象エリア選定、優先順位検討、サービス開発、販路開拓などすべてのテーマに携わり、年間目標を達成

地域トップビルダー

- ・**ベトナムにおけるデベロッパー事業の立上げを実現**
- ・現地リサーチからパートナー選定、事業戦略立案、土地仕入れ、人財採用、協力業者ネットワークの構築までハンズオン型で支援

大手住宅建材メーカー

- ・エクステリアと高性能断熱材を伸ばすための仕組みづくりを支援
- ・**営業のセールスステップ、販売しやすいツールづくり、取り扱い店向けの販売力強化研修**を実施

不動産テック企業

- ・テック商材を住宅業界向けにリパッケージ
住宅会社の現場が必要とするものに改善を加える
販路開拓のアドバイザー、住宅会社向け販売サポートにより成果創出

