

悩める工務店の解決策を探るシリーズ

新編集長

聞く!! 荒井が

集客難の原因はどこにあるのか?



4号特例縮小は差別化の前提に過ぎない

荒井 工務店の目前に迫る問題として、4月の建築基準法改正による4号特例の縮小がある。

大場 多くのリソースを持ち財務状況も良好な一部の工務店は、以前より自社で構造計算を行っており、構造の合理化が進んでいる。一方で、新しい情報をキャッチできていないがゆえに業界・市場の変化に気づけていない工務店が少なくないのも確かだ。

自社のみで4号特例の縮小に対応しようとする、コストも時間も、手間もかかる。経営資源の小さい工務店にとっては不利な状況であり、今後倒産に至るケースも増えるのではないだろうか。このように、最低限備えるべきスペックのモノをつくることすらできない企業が、数千万円の受注を取っている建築業界は他に類を見ない。

荒井 4号特例の縮小で、足切りがより厳しくなるということか。

大場 建築基準法に適合している住宅をつくることはもはや大前提であり差別化におけるスタートラインでしかない。この「差別化」には、モノとコトの2つがある。モノは定量的な要素、つ

vol. 2

法改正が受注獲得に与える影響は?

「モノの差別化」はいよいよ限界に

NAC

ナック 建築コンサルティングカンパニー
代表 大場 直樹さん

立教大学大学院 ビジネスデザイン研究科修了 経営管理学修士 (MBA)
2002年入社後、リフォームコンサルティング事業、建築コンサルティング事業、注文住宅事業、法人事業戦略本部の執行役員、取締役を経て、2020年5月に建築コンサルティングカンパニー代表に就任、ナックハウスパートナー株式会社の取締役を兼務。



厳しい市況に苦勞する工務店経営者に代わり、新建ハウジング編集長・荒井隆大が大場直樹さん(株式会社ナック 建築コンサルティングカンパニー代表)にお悩みを相談する本シリーズ。第2回は、目前に迫る建築基準法改正から考える、最低限の“スペック”について聞いた。



まりスペック。コトは定性的な、目に見えないもの(こと)を示す。これまで業界各社が競ってきた価格や性能はモノに該当するが、モノによる差別化の行き着くところは、差別化とは真逆のコモディティ化(同質化)だ。他社に追いつかれ、追い越されたスペックは、どんなに高水準であったとしても瞬間にその価値が失われてしまう。

別業界に目を向けるとスマートフォンがそのいい例で、日本メーカーはより高いスペックを目指したが、iPhone (Apple) は当初より一定の性能を担保しつつ、スペックではなくデザインや“iPhoneのある暮らし”を訴求してきて、今では確固たる支持を得る地位にいる。生活者から選ばれるために一定のスペックは必要だが、これからは業界問わず他社にまねをされない「コト」で、いかに差別化を図るのが必須になる。コトの差別化はベターからマストになった。

注文住宅を規格住宅化し受注とコストダウンを実現

荒井 とはいえ「選ばれるためのスペック」を満たすのに苦勞する工務店もある。その解決策として「LSS」の提供を開始したそ

うだが。

大場 LSS (Logical and Simple System) は、単にコストダウンと耐震等級3を両立するノウハウではない。「情報を集約する工務店のプラットフォーム」とも言えはいいだろうか。

まずはこのノウハウを活用し、国内の工務店は建てる住宅の耐震性を高めつつ、コストを下げていく。同時に弊社には、各工務店の作成したプランが蓄積されるスキームを構築する。つまり、新しい法令に適合し、構造計算も行われた注文住宅のプランが日増しに当社に集約されデータベース化されていく仕組みを作るのだ。蓄積されたプランは規格住宅として、そのまま他の工務店が活用できる。構造計算を行った後のプランなので一定の耐震性も担保されたものだ。

荒井 LSSを活用したプランを蓄積して再利用する手法は、注文住宅というビジネスモデルを前提にすればそもそも差別化にはならないのではないか、という疑問が出るのでは。

大場 大前提として、注文住宅はそもそも、差別化する必要がない要素まで差別化しているのが現状だ。一般の人々が取得する住宅が全て違うモノである必要はないはずだ。

しかし、他社と比較されないためにも全く違うモノを作らなければいけないと考えようになった。なぜなら比較されると優劣が生まれ受注・売り上げにつながらないからだ。つまり従来の注文住宅における差別化は供給

側の都合でしかなかったのだ。前回お話ししたように、住宅はユーザーにとって購買機会が極めて少ないため、供給側と購入側に情報の非対称性が歴然と存在する。住宅業界はこの供給側：知識レベルが高い⇔購入側：知識レベルが低い、という情報の非対称性を利用してきた。**荒井** 注文住宅の呪縛から解放されたい工務店も少なくないだろう。一方で規格住宅は営業が難しいという声もよく聞かす。**大場** 注文住宅は顧客の要望ありき(マーケットイン)であるため、プロダクトアウトである規格住宅とは売り方が本格的に異なる。だがプロダクトアウトの規格住宅は経営上のメリットが多い。打ち合わせ回数も少なく、着工も早い。同じものを繰り返すため工期も短縮しやすい。単価を下げ他としても回転率を上げることで効率化を図れる。

1棟で確実に5.6%のコストダウン

荒井 いわば注文住宅のプランを規格化するLSSで、実際のところコストはどれだけ下がるのか。

大場 弊社の試算では平均で5.6%減。1棟当たりの単価が3000万円として、粗利25%とすれば126万円のコスト削減につながる。これはあくまで試算なので、実際にはさらにコストを削減できるであろうと見ている。

従来、コストを下げるには業者などとの交渉が必要で、不確定要素が多かったが、LSSではそうした不確定さはないのでコ

ストダウンのハードルは圧倒的に低い。販売価格はそのままに仕様や設備を充実させてもよし、コストダウンした分値引きしてもいいだろう。小規模な工務店なら、まずは値引きによって販売力を高め実績を増やすことを推奨する。こうした戦略についても弊社が、その工務店に合わせて提案・アドバイスする。

荒井 LSSを利用する際、具体的にはどんなフローになるのか。**大場** まずは加盟工務店に、竣工済みの住宅の設計図書と概算見積もりを提出していただく。弊社ではそれをもとにコスト検定を行い、具体的にいくらコスト削減が見込めるのかを算出する。

その結果やフロー、活用の仕方に賛同いただければ導入ということになる。必要に応じて構造計算も行っている(25万円~/棟)。導入の後には、開発者の水元工務店(福井県福井市)による研修を受講していただき、活用ツールもご用意する。当面は、定価10万円のコスト検定を無料でやっているのぜひお試しください。

弊社の事業ミッションは「より良い家を、より安く提供すること」。このミッションを達成するためにもLSSは不可欠であり、また弊社がtoBのビジネスであることから、エンドユーザーに「より良い家を、より安く提供すること」ためには、このミッションに共感していただける工務店の皆様に、LSSをご活用いただきたいと考えている。

