

住宅会社の経営コンサルティングやバーチャル

住宅展示場「ままハウス」を運営する向上計画総合研究所（本社・札幌）。

代表の友村太郎氏は、巣立を増す住宅業界で、戦略・ノウハウを自ら生み出す意欲が必要」と強調する。

一道内住宅市場の動向をどう見るか。

2006年に5万11

75戸だった新設住宅着工戸数が、09年で半減するとは予測できなかつた。雇用不安なども影響し、消費マインドはかな

り低下している。10年は9年横ばいで

2万6000戸前後とみて

いる。このままで

縮小すれば、

住宅市場が

地方都市から撤退する大

手ハウスメーカーも出で

くるだろう。

今後の住宅業界で、明るい展望はあるか。

松田久一氏著書『「嫌

消費世代」の研究』によ

ると、これから住宅の1

次取得者の中心となる、

80年代生まれのいわゆる

「バブル後世代」は「消

費嫌いである」と分析し

ている。収入が十分あ

ても消費を増やさない世

代なのなど。

しかし、彼らの消費欲

求は決して低いわけでは

ない。衣食住などの分野

への関心は高く、「日常生活

性」「必需性」「ローリスク性」を持つ商品品目への欲求は高い。

彼らは、判断情報を広く求め、他者からの評価によって満足度を左右する。「低価格」だけではなく、「価値」や「評判」をアピールし、「今、買うべき」を積極的に後押しすることだ。

折しも「太陽光発電買取制度」もスタートし、10年度は「住宅版ポイント」の導入が予定されている。住宅ローンの金利も住宅価格そのものも以前に比べると低く、環境としては申し分

ない。企業になり、消費者からこの「デフレを逆手にとて何が「売り」なのか見つけて彼らを納得させられるプロモーションができる

「系」と相いれないこと

をする会社は傾く。例え

ば理髪店を例に挙げよ

う。早く評判の「効率

系」の店が、急に肩もみ

生き残り策は。

自社の「系」を意識し

て戦略を考えることだ。

「系」とは、他社と差別化

を考える際の軸になるも

ので「技術系」「効率系

」「密着系」の3系統に分

類できる。技術系は、独

自の工法や素材、耐震技

術を開発したり、デザイン

力の高さで勝負する企

業など。効率系は、低価

格が求められるローコス

ト住宅や建売住宅を推進

する企業、密着系は、古

き良き地元工務店と住宅

事業をサービス業とどう

える企業に該当する。

流行の広告手法やフランチャイズなど自社が何

系なのかも分からず、目

につく「良いもの」に飛

りーズ終わります)

なり。

社の売りを明確に伝え

る。それが戦略の基本にな

る。自社の「系」をしつ

かり意識し、消費者に自

己の「デフレを逆手にと

て何が「売り」なのか見

つて彼らを納得させられ

るくなる。

また、自分たちが持つ

「系」と相いれないこと

をする会社は傾く。例え

ば理髪店を例に挙げよ

う。早く評判の「効率

系」の店が、急に肩もみ

生き残り策は。

自社の「系」を意識し

て戦略を考えることだ。

「系」とは、他社と差別化

を考える際の軸になるも

ので「技術系」「効率系

」「密着系」の3系統に分

類できる。技術系は、独

自の工法や素材、耐震技

術を開発したり、デザイン

力の高さで勝負する企

業など。効率系は、低価

格が求められるローコス

ト住宅や建売住宅を推進

する企業、密着系は、古

き良き地元工務店と住宅

事業をサービス業とどう

れる企業に該当する。

流行の広告手法やフラン

チャイズなど自社が何

系なのかも分からず、目

につく「良いもの」に飛

りーズ終わります)

なり。

社の売りを明確に伝え

る。それが戦略の基本にな

る。自社の「系」をしつ

かり意識し、消費者に自

己の「デフレを逆手にと

て何が「売り」のか見

つて彼らを納得させられ

るくなる。

また、自分たちが持つ

「系」と相いれないこと

をする会社は傾く。例え

ば理髪店を例に挙げよ

う。早く評判の「効率

系」の店が、急に肩もみ

生き残り策は。

自社の「系」を意識し

て戦略を考えることだ。

「系」とは、他社と差別化

を考える際の軸になるも

ので「技術系」「効率系

」「密着系」の3系統に分

類できる。技術系は、独

自の工法や素材、耐震技

術を開発したり、デザイン

力の高さで勝負する企

業など。効率系は、低価

格が求められるローコス

ト住宅や建売住宅を推進

する企業、密着系は、古

き良き地元工務店と住宅

事業をサービス業とどう

れる企業に該当する。

流行の広告手法やフラン

チャイズなど自社が何

系なのかも分からず、目

につく「良いもの」に飛

りーズ終わります)

なり。

社の売りを明確に伝え

る。それが戦略の基本にな

る。自社の「系」をしつ

かり意識し、消費者に自

己の「デフレを逆手にと

て何が「売り」のか見

つて彼らを納得させられ

るくなる。

また、自分たちが持つ

「系」と相いれないこと

をする会社は傾く。例え

ば理髪店を例に挙げよ

う。早く評判の「効率

系」の店が、急に肩もみ

生き残り策は。

自社の「系」を意識し

て戦略を考えることだ。

「系」とは、他社と差別化

を考える際の軸になるも

ので「技術系」「効率系

」「密着系」の3系統に分

類できる。技術系は、独

自の工法や素材、耐震技

術を開発したり、デザイン

力の高さで勝負する企

業など。効率系は、低価

格が求められるローコス

ト住宅や建売住宅を推進

する企業、密着系は、古

き良き地元工務店と住宅

事業をサービス業とどう

れる企業に該当する。

流行の広告手法やフラン

チャイズなど自社が何

系なのかも分からず、目

につく「良いもの」に飛

りーズ終わります)

なり。

社の売りを明確に伝え

る。それが戦略の基本にな

る。自社の「系」をしつ

かり意識し、消費者に自

己の「デフレを逆手にと

て何が「売り」のか見

つて彼らを納得させられ

るくなる。

また、自分たちが持つ

「系」と相いれないこと

をする会社は傾く。例え

ば理髪店を例に挙げよ

う。早く評判の「効率

系」の店が、急に肩もみ

生き残り策は。

自社の「系」を意識し

て戦略を考えることだ。

「系」とは、他社と差別化

を考える際の軸になるも

ので「技術系」「効率系

」「密着系」の3系統に分

類できる。技術系は、独

自の工法や素材、耐震技

術を開発したり、デザイン

力の高さで勝負する企

業など。効率系は、低価

格が求められるローコス

ト住宅や建売住宅を推進

する企業、密着系は、古

き良き地元工務店と住宅

事業をサービス業とどう

れる企業に該当する。

流行の広告手法やフラン

チャイズなど自社が何

系なのかも分からず、目

につく「良いもの」に飛

りーズ終わります)

なり。

社の売りを明確に伝え

る。それが戦略の基本にな

る。自社の「系」をしつ

かり意識し、消費者に自

己の「デフレを逆手にと

て何が「売り」のか見

つて彼らを納得させられ

るくなる。

また、自分たちが持つ

「系」と相いれないこと

をする会社は傾く。例え

ば理髪店を例に挙げよ

う。早く評判の「効率

系」の店が、急に肩もみ

生き残り策は。

自社の「系」を意識し

て戦略を考えることだ。

「系」とは、他社と差別化

を考える際の軸になるも

ので「技術系」「効率系

」「密着系」の3系統に分

類できる。技術系は、独

自の工法や素材、耐震技

術を開発したり、デザイン

力の高さで勝負する企

業など。効率系は、低価

格が求められるローコス

ト住宅や建売住宅を推進

する企業、密着系は、古

き良き地元工務店と住宅

事業をサービス業とどう

れる企業に該当する。

流行の広告手法やフラン

チャイズなど自社が何

系なのかも分からず、目

につく「良いもの」に飛

りーズ終わります)

なり。

社の売りを明確に伝え

る。それが戦略の基本にな

る。自社の「系」をしつ

かり意識し、消費者に自

己の「デフレを逆手にと

て何が「売り」のか見

つて彼らを納得させられ

るくなる。

また、自分たちが持つ

「系」と相いれないこと

をする会社は傾く。例え

ば理髪店を例に挙げよ

う。早く評判の「効率

系」の店が、急に肩もみ

生き残り策は。

自社の「系」を意識し

て戦略を考えることだ。

「系」とは、他社と差別化

を考える際の軸になるも

ので「技術系」「効率系

」「密着系」の3系統に分

類できる。技術系は、独

自の工法や素材、耐震技

術を開発したり、デザイン

力の高さで勝負する企

業など。効率系は、低価

格が求められるローコス

ト住宅や建売住宅を推進

する企業、密着系は、古

き良き地元工務店と住宅

事業をサービス業とどう

れる企業に該当する。

流行の広告手法やフラン

チャイズなど自社が何

系なのかも分からず、目

につく「