



消費税増税にどう備えていくか 地域の建材販売店とトップ会談

アベミクスから2年を経て、住宅着工数は消費税増税の反動減で減少に陥りつつある。これからの住宅建材事業ではどのような対策を講じていけば良いのだろうか。時代に先駆けた事業に積極的に取り組んでいる全国の建材販売店の会員約30社から成るNCC21（事務局：東京都中央区）の幹事会のメンバーに、最近の地域市場の動き、リフォームの取り組みなどについてインタビューした。（聞き手：福原正剛）

——安倍内閣でアベノミクスが掲げられてから2年となります。全員参加の成長戦略ということで、建材業界にもその効果があらわれてくる頃かと思いますが現場の実感としてはいかがですか。

宮下 都心部では恩恵を受けている企業もあるかと思いますが、私たちのような地方の企業では正直あまり受けていないのかなと思います。地方経済全般で見ても、自動車部品のメーカーでは一部潤っている感もありますが、外の製造業では皆無という状況にあります。私どものお客さんの方で住宅が建っているかと言えば昨年並みでそれほど建っていない

わけではありません。消費税の増税以降はしばらく同じ位で推移するのかなと予想していますが、給与は上がらないけど消費税だけが上がるので、そのインパクトが数年後に起こるだろうと予想しています。

NCC21

全国の建材販売店など約30社をメンバーとする流通建材店の会（代表幹事：宮下重幸氏）。各県でトップクラスの営業規模をもつ建材販売店・材木店などが集まり15年経前に結成。徳島先の中小工務店が地域の住宅市場で主導権を失う中で、どのようにして地域市場での住宅供給を支援していくか。常に新しいビジネスを模索しており、2ヶ月に一度勉強会などを行っている。

中村 今年度に関していると思いますが、3月までは見えてきたが、4月以降は、前年同月ペースで100%上回るの何月までと取引先の方々に関いてみると様々な答えがきます。私どもの会社の予想としては6月までは持ちこたえようですが、7月から翌年の3月までは前年比を下回る予想です。そのために少しでも業績を落とさないようにするための体制作りをしようとしています。具体的には新規商品や新規の開拓などについて幹事社員を検討しているところです。4月以降は若手育成にも力を入れていこうと思います。よいタイミングです。若手にももっと仕事に対して権限を委譲させていきたいと思っています。

——近畿地方の市況は、いかがでしたか。新築の減少に備えてリフォームも始めたそうですか。

佐藤 プレカットは駆け込み需要なのか多くの仕事がありました。不動産屋さんの分譲でも5%の前に売ろうとしているのか、どこまで続くのかなと思っています。それが来年の分の食い延ばしになりそうだが、当初は新築は4月以降にガクリと落ちると思っていたのですが、そうでもなくて先延ばしになるのかなと思っています。プレカットでは、減った時の対策として、無垢材や特殊材などの付加価値の高い材料を多く扱うようにしています。

今後はリフォームの仕事が増えるだろうと言われていますので、大手ハウスメーカー系等の多店舗展開しているリフォーム業者にアプローチして、関西の各支店で取引できる体制を築いているところですが、どうもふたを開けてみると経費割れになっているケースが多いことが分かりました。どうやって利益に結び付けていけるのかどうか、やはりリフォームもブランド力の良い仕事をとるといったことが必要だと実感させられています。

中澤 これからの時代は新築では多くは期待できませんので、パネル加工、住宅設備・太陽光等の加工、

工務部門の強化、あるいはリフォームに関わっていくかということになります。リフォームに関しても、まだこの手というのはないのです。営業が主力の会社なので何か新しい企画に加わっていきたくと思っています。不動産のリノベーションとかサイディングプレカットと構造設計や住宅事業にも関わっているのですが、実際には新しい事業はなかなか採算がとれないという問題があつて、何とか採算をとれる体制を目指しているところです。本体の建材事業よりもこれからの周辺事業の方がなかなか採算ベースに合わせ切れない状況です。

周辺事業の強化で 突破口を見出す

——一方でエンドユーザーの集客という機能も今後の建材販売店に求められています。近年の状況はいかがですか。

宮田 これから大きな成長が見込まれるリフォーム市場に対して、家

電量販店やホームセンターなどの様々なプレイヤーが続々と参入してきています。その傍らで、私たちのお客様である工務店や当然私共建材店も彼らの参入・受注を指をくわえて見ている訳にはいきません。

しっかりとした相談窓口や説明員を配置した組織と統合していくにはエンドユーザーの方々が地域の工務店様に相談しやすい環境を工務店と建材店が一緒になって整備していく必要があると思います。

小資本の地域の工務店様と共同職線を張るには、地域工務店・建材店が少しずつ資金をシェアしそのような相談窓口を開設し、不動産・金融などを含めた新築・リフォームなどの住宅に関する相談を地域のエンドユーザー様から受け付け、その情報を取引先である工務店・建設会社様に提供し共に受注をしていく。そのための組織作りを早急に進めなければなりません。

ただし、建材販売とは異なるエンドユーザー様との相談から私共のような建材店が携わっていくことはそう簡単ではありません。本体の建材販売の事業と肩を並べるまでの安定的な売上げ、収益を確保する事は非常に時間がかかりますが、今後変動する市場を見据えた上で現状のお客様である工務店



ヤマイチ 廣瀬貴志 社長（富山県）



岡本銘木店 佐藤原二 社長（大阪府）



ナカムラ 中村泰平 社長（静岡県）



ナカザワ建販 中澤伸文 会長（大阪府）

様から、その先のユーザー様へも今後は目を向けていかなければならないし、それは避けては通れない道であると考えています。

——もう一つの問題は職人不足。職人さんが高齢になったり、あるいは廃業したりして、大工さんも含めて施工能力が落ちていきます。

宮下 内装、外壁、外構含めて職人さんが確保できずに、話を頂いてもお断りしたり、話があつた時点で1ヵ月、2ヵ月先ならできるという話になって、商機を逃すケースもあります。無理して職人さんを見つけてきたりすることもありましたが、最近ではうちが断ると外の地域のどの会社もできないという状況に陥っていることが分かったので、施工能力の不足という問題が始まっています。今後もすぐに解消できるような問題ではないと意識しています。ある住宅会社では、抱えている職人が10年で半分には落ちると予想しています。消費税10%で着工数が落ちるといふのはきつかけであつて潜在的には消費税増税がなくても職人不足の影響で着工が落ちると思います。

廣瀬 北陸地方でも職人不足は同じです。出かせぎにも行つて減っています。具体的には解決策はないのですが、経済面から言うと、職人不足によって、工事が引き伸ばしになり、着工数の急激な落ち込みが緩和されています。中長期的に見ると深刻な状況ですが、着工数の平準化という意味では、必ずしもマイナスばかりとは言えないと思います。

中澤 当社の場合、職人さんとうまくいっているのは新設の住設くらいですね。サイディングやフレミングでは職人さん不足で困っています。

佐藤 住宅メーカーの請負工事の分野では下請けの工事店をかなり選別してそこそこの規模にして、安定した仕事をしてもらうことで若い職人を雇えるようにしていく仕組みもあります。しかし、そうした現場では、省力化が進みすぎて、墨付けなど本来の大工の仕事ができないうえ、他の会社に移つてもつづしが利かなくなります。大工で独立してできるほどリフォームの仕事ができる職人がいなくなっているというのが怖いですね。