

Housing Market News

2018 vol.5

4|20 ▶ 5|17

東京ガス株式会社
営業第二事業部<http://biz.tokyo-gas.co.jp>今月の
トピック解説

TOPIC

ハウスメーカー大手、
木造でボリュームゾーン開拓に本腰

大手ハウスメーカーによる木造住宅でのボリュームゾーン開拓の動きが活発化している。

これまで大手ハウスメーカーでは高性能で付加価値の高い中高級価格帯の提案に力を入れるところが多かった。単価の上昇、利益率の向上が目的である。ただ、所得が増えず、来年10月には消費税増税が控えるなど、マーケットの先行きは不透明だ。さらに言うと住宅ローン金利が低水準で推移している。そこでこれまでの中高級路線に加え、ボリュームゾーンである一次取得者向けに価格を抑えた木造住宅の提案を積極化させて始めている。

例えば、積水ハウスグループでは、積和建設による木造住宅「積和の木の家」の提案を強化している。「積和の木の家」は戸当たり単価2200万～2300万円程度と、積水ハウスが手がける注文住宅の平均単価3807万円に比べて安く、延床面積も小さい。コストと大きさを抑えた住宅の提案を強化し、積水ハウスグループとして一次取得者の取り込みを増やしていく考えだ。今後、販売面では営業を倍増させる。

さらに商品面では積水ハウスの高付加価値住宅の安全性や快適性などの基本設計思想を取り入れ、質の向上も図っていく。近い将来には、「積和の木の家」事業を積和建設から切り離し、専門の新会社を設立することも視野に入れている。

一方、木造分譲住宅の提案を通じてボリュームゾーンの市場開拓を図る動きも目立ってきた。

積水化学工業は、昨年、ボリュームゾーン攻略のための新商品として木質系ユニット住宅「グランツーユーV（ファイブ）」を発売、戸建住宅のシェアアップを進めつつある。同商品は、従来の2×6ユニット工法の強度と精度を高めた「W5工法」を採用。工場生産率を高め、現場での施工の省力化と効率化を図ったことで、2×6ユニット工法でありながら従来の2×4ユニット工法と同等以下の販売価格を実現している。坪当たり50万円台後

半(延床面積112.5㎡モデルプランで試算)であり、延床面積35坪程度の標準的な住宅で2000万円を若干超える程度である。この商品に分譲住宅としても展開していく。



大手ハウスメーカーの木造分譲住宅事業への進出が進む。画像はトヨタホームが新たに設定した木造分譲住宅ブランド「MOKUA」のイメージ

トヨタホームも新規参入

さらにトヨタホームも木造分譲住宅事業に本格的に乗り出した。「MOKUA（モクア）」というブランド名で展開していく。

同社グループではミサワホームとトヨタウッドユーホームがそれぞれ木造住宅事業を行っているが、トヨタホームのブランドで木造住宅の販売を行うのは初めて。「MOKUA」は2×4工法を採用し、同じく2×4工法を採用するトヨタウッドユーホームから部材を仕入れる。「安心」を軸に、他メーカーの木造分譲住宅との差別化を図り、特に保証制度を重視して基礎・構造体・壁・床・屋根・雨水の浸入防止部分・虫害で30年、付帯設備で5年という長期の保証期間を設ける。

今後、東京、神奈川、愛知などで5区画以上（1区画が30～40坪程度）のまとまった土地を取得して分譲戸数を伸ばしていく。2018年度は50戸、2019年度は150戸を目標としている。すでに東京都練馬区で11戸の供給を開始しており、「非常に手応えを感じている」（植村健吾 常務取締役）としている。

MOKUAの建物単価は坪50万円程度。先の2社もそうであるが、分譲住宅のなかでは若干、高めの価格帯となる。一次取得者層のなかでもローコスト住宅とは差別化したゾーンとなろう。この層をどう開拓していけるか、大手ハウスメーカーの取組みに注目が集まりそうだ。

NEWS

今月の主なニュース

4|20

5|17

- ▶大建工業 意匠性に優れた最高グレードの不燃壁材を発売 優れた加工性、施工性も付与
- ▶ミサワホーム 木造戸建住宅で中庭配置モデル 都市部の住宅ニーズに応える
- ▶旭化成ホームズ 戸建住宅で軒下にアウトドアリビング 近隣とのコミュニケーション促す
- ▶YKK AP AIや顔認証システムを搭載した未来ドアを発表 家族のコミュニケーションをサポート
- ▶大東建託 未来の賃貸住宅と暮らしの発信拠点を東京に開設 ファサードにはCLT
- ▶エービーシー商会 遮熱・帯電抑制機能が備わった人工木デッキ材を開発