

木材利用を特徴とする工務店の宣伝戦略 「SUUMO 注文住宅」を事例にして

Public relations strategies of builders on wood utilization: A case of “SUUMO Order Houses”

根岸薫*1・吉野聡*1・佐藤孝吉*1

Kaoru NEGISHI*1, Satoshi YOSHINO*1 and Takayoshi SATO*1

* 1 東京農業大学地域環境科学部

Faculty of Regional Environment science, Tokyo Univ. of Agric., Tokyo 156-8502

要旨: 住宅用の木材利用状況は、森林資源や林業・林産業など生産状況だけでなく、使用する木材需要、特に最終消費者である施主の意向などに左右される。つまり、ビルダーや工務店の施主に対する住宅の販売方法を分析することが重要であると考えた。本研究では、株式会社リクルートホールディングスが発刊している「SUUMO 注文住宅」を事例として、木材利用を戦略としている工務店がどのような宣伝をしているかについて分析することにした。掲載されているビルダー・工務店合計 485 件のうち、木材利用を特徴としている工務店は 145 件 (30%) で、特に工務店が多いことが分かった。また、特徴ある「部材」をアピールする傾向にあることを確認した。住宅業界の販売戦略を踏まえた施主への情報発信や関連産業との協働の必要性を示唆した。

キーワード: 工務店・木材利用・「SUUMO 注文住宅」・PR 戦略

Abstract: Wood utilization for houses should be considered not only production through forestry and wood industries but also demands; especially it might be significant for consumers' awareness. So this study focused on and surveyed about how the builders explain wood housings to consumers and sale of products. This paper analyzed “SUUMO Order Houses” by Recruit Holdings Co., Ltd. about how the builders are explaining wood utilization to consumers and those builders' strategies of PR. The consideration of mutual activities with builders is necessary for information development.

Key-word: builders・wood utilization・“SUUMO Order Houses”・PR strategies

はじめに

住宅への木材利用を推進するためには供給体制を整えるだけでなく、最終消費者である施主へ情報を提供して需要を拡大することが必要である。施主と設計者、施工者などのコーディネイトは、工務店（ビルダーを含む）によって行われている。したがって、工務店がどのように施主と接するのか、住宅をどのように宣伝しているかは、木材利用に重要な影響をおよぼすと考える。工務店は、自社の強みと消費者ニーズに基づき販売する住宅を特徴づけていると考えられ、木材利用だけでなく、部材、設計、施工、生活環境、費用など様々な情報のコンテンツを提供している。したがって、木材利用を情報提供の特徴としている（以下、木材利用とする）工務店がどのような宣伝をしているかを知ることは、施主の興味や需要動向を知る上でも重要である。また、木材生産をする立場からもどのように工務店や最終消費者と連携することができるかの方向性を見出すことができるだろう。そ

こで、株式会社リクルートホールディングス（以下、リクルートとする）発刊のフリーペーパー雑誌「SUUMO 注文住宅」（以下、本誌とする）に掲載された工務店について、1）木材利用を特徴づけているかどうか、2）木材利用を特徴づけているのはどのような工務店か、3）どのように住宅を宣伝しているのか、について分析し、木材利用の方向性について検討することにした。

SUUMO 注文住宅について

SUUMO 編集担当者への聞き取り調査によると、本誌は、リクルートが編集し、2016年4月より駅前にフリーペーパーとして配布されている雑誌である。2016年8月の発行部数は127,400冊で、東京、神奈川、千葉、埼玉、東海、大阪、兵庫の7地区に限定して配布されている。本誌における注文住宅の定義は、建て売りではない住宅全般としていて、基本的に施主が工務店と間取りや仕様を相談しながら計画し建てている場合である。

掲載されている内容は、同社が販売している全国誌「月刊 HOUSING」(ビルダーを対象)および地方版「注文住宅」(工務店を対象)に掲載している内容で、本誌は対象地域を限定して掲載している。本誌のターゲットは住宅を建てる場合、仕様を調べる、工務店を検索する、市場調査をする、雑誌を購入するといった積極的な行動をしない顧客にのっている。

本誌の内容をみると、工務店の記事だけでなく、施主が住宅購入についてどのように考えたらよいか、月ごとにテーマを変えて、基本的な事項が「家づくり講座」などでわかりやすく説明されている。また、特定の工務店を選択しにくい場合を想定してカウンターを設置し、総合的な相談にも対応できるようにしている。発行にあたり編集部では、わかりやすく注目されるような記事、写真、内容などにも配慮している。

分析方法

本誌の内容を細かく確認すると、木材利用についてキャッチコピーや文章に記載しているだけでなく、写真等に木材が使用されていることや、構造が木造建築であるなど、ほとんどの工務店で部分的にも木材が使用されていた。そこで、木材生産者や供給者を想定し、木材利用工務店を木材利用を積極的にアピールしている場合とした。具体的には広告ページでキャッチコピーや各工務店の特徴の欄を確認して木材利用を推奨している工務店とした。

分析は次の2段階で行った。まず、本誌8月号(すべての地域)を対象とし、掲載された1)地域ごとの工務店の種類、2)会社の状況(工法、販売数、従業員数、坪単価)、3)国産材や地域材の他、外材を含め木材利用の状況を調査し全体の傾向分析をした。次に、広告内容がどのような種類であるかを確認し、それらを生活、部材、設計、施工、金額の5項目に分類し、木材利用を特徴としている工務店の宣伝傾向を分析した。

木材利用工務店の分析結果

1. 全体および地域別の傾向 本誌が取り扱っている7地域すべてを取り上げ、地域ごとに分析した。合計すると掲載されているビルダーが84件、工務店が401件で合計485件となり工務店が多かった。分析には、例えば数千名の従業員で数戸の販売をしているなど、他の事業を主としていと考えられる場合の3件を除いた。掲載件数を地域別にみると、埼玉(94件)が最も多く、続いて神奈川、大阪で、少ないのが兵庫(46件)、千葉(56件)であった。

木材利用は、ビルダーが13件、工務店が132件で合計145件となり、全体の29.9%となった。これを地域別に分析すると、木材利用工務店(ビルダーを含む)の割合は、千葉(35.7%)、兵庫(34.8%)、埼玉(33.0%)、東海(30.7%)、神奈川(30.3%)が多く、大阪(27.9%)、東京(18.6%)が少なかった。工務店の所在地は、居住地となっている郊外の地域で多くなっていることを確認した。

2. 住宅販売数 掲載されている工務店の地域別住宅販売数を図-1に示す。すべての地域を平均すると、住宅販売数は1工務店あたり年間204棟(最大4,800棟、最小2棟)であった。地域別に見ると東京(378棟)、千葉(329棟)など関東地域が多いのに対して、大阪(55棟)、兵庫(70棟)など関西地域が少なかった。木材利用工務店では、1工務店あたり年間70.9棟(最大2,173棟、最小5棟)で、全体の3割程度と少なかった。地域別に見ると神奈川(137棟)、東海(119棟)が多く、大阪(17棟)、東京(46棟)が少なかった。つまり、神奈川、東海は木材利用住宅が多く、東京、大阪が少ないこと、大阪、兵庫などの関西地域は比較的小規模であることが分かった。

3. 従業員数 掲載されている工務店の地域別従業員数を図-2に示す。すべての地域を平均すると、1工務店あたり従業員は70名(最大1,055名、最小2名)であった。地域別に見ると東京(112名)、千葉(104名)など関東地域が多いのに対して、大阪(26名)、兵庫(37名)、東海(43名)など関西地域が少なかった。木材利用工務店では、1工務店あたり29名(最大365名、最小2名)と全体の半分程度であった。地域別に見ると東海(39名)、神奈川(39名)が多く、大阪(11名)、東京(25名)が少ないという、住宅販売数と同様の結果が得られた。つまり、住宅を多く販売している工務店では従業員数が多いこと、特に東京や大阪では、木材利用工務店が小規模で、神奈川、東海では木材利用工務店の規模が大きいことが分かった。

4. 住宅販売金額 掲載されている工務店の地域別住宅販売金額(おおよそ30坪の住宅で1坪当たりの金額を比較)を図-3に示す。すべての地域を平均すると、1工務店あたりの坪単価は49.3万円(30坪であると1,479万円、最高90.0万円、最低22.9万円)、兵庫(53.4万円)、千葉(51.3万円)、神奈川(48.5万円)、埼玉(48.5万円)、東海(48.0万円)、大阪(47.5万円)となった。木材利用工務店では、1工務店あたり坪単価は53.0万円(30坪であると1,590万円、最高85.7万円、最低26.4万円)で全体の平均よりも3.7万円(30坪で111万円)

ほど高くなっていった。地域別では兵庫(55.5万円),埼玉(55.1万円),千葉(53.7万円),東京(53.4万円),東海(51.6万円),神奈川(50.9万円),大阪(49.0万円)となっており全体と同様の結果が見られた。

5. 工務店の分析 住宅販売金額,従業員数,住宅販売数を地域別に分析した結果を表-2に示す。従業員数あたりの住宅販売数は,平均2.9棟で,東京(3.4棟),神奈川(3.4棟),千葉(3.2棟)が多く,東海(1.4棟),兵庫(1.9棟),大阪(2.1棟)が少ない。木材利用工務店では,平均2.5棟と,やや低いことを確認した。地域別では神奈川(3.6棟)や東海(3.3棟)が多いのに対して,埼玉(1.6棟),大阪(1.6棟)が低く,地域ごとの違いがあった。

木材利用工務店の宣伝内容

本誌における工務店の宣伝内容の違いを分析した。アピールするポイントをキャッチコピーから判断し,次の5項目について詳細な分析を行うことにした。内容は,「部材」(どのような素材を建築に使用しているか),「施工」(住宅の工法がどのようなものであるか),「金額」(建築費用を宣伝しているもの),「設計」(間取りや仕様の特徴を示したもの),「生活」(居住者の生活の良さ,特徴をしめしたものである。もっとも宣伝していたのは,「設計」(55.7%)で,続いて「生活」(44.3%),「部材」(31.6%)となった。木材利用工務店との関係を分析したところ,木材利用工務店で「部材を宣伝している場合」が12件(48.0%),「部材を宣伝していない場合」は1件(1.9%)となった。結果,木材利用工務店は「部材」の宣伝が特徴づけられると判断した。同様に「施工」,「金額」,「設計」,「生活」の項目で分析したところ,有意差は認められなかった。分析した項目については,あまり差が見られなかった。木材は,建築部材なので特に強調されていたと考えられる。

考察およびまとめ

一般的に住宅は高価な買い物であり,何度も購入するものでなく,生活に直結し試したりできず不安も多い。そのような中で,本誌は施主がアプローチしやすい環境を考えていて,木材利用をアピールする場としても,可能性があると思われる。木材利用工務店は多様性がある中,やや高価で住宅販売数が少ないという結果を,具体的なデータとして示すことができた。地域ごとの分析では,東京や大阪では,木材住宅が販売しにくく,近郊の神奈川,埼玉,兵庫では可能性があると思われる。また,東海では木材利用が特徴の工務店が多く,住宅販売数が

多く,住宅に対する意識や周辺の環境とも関連があると考えられるが,具体的な分析は今後の課題とする。

謝辞: 調査にあたり,株式会社リクルートホールディングスにご協力いただいた。この場を借りて厚く御礼申し上げます。

引用文献

- (1) 株式会社リクルートホールディングス(2016.8) SUUMO 注文住宅号東京6,8月号:240pp
- (2) 株式会社リクルートホールディングス(2016.8) SUUMO 注文住宅千葉8月号:184pp
- (3) 株式会社リクルートホールディングス(2016.8) SUUMO 注文住宅神奈川8月号:232pp
- (4) 株式会社リクルートホールディングス(2016.8) SUUMO 注文住宅埼玉8月号:288pp
- (5) 株式会社リクルートホールディングス(2016.8) SUUMO 注文住宅東海8月号:288pp
- (6) 株式会社リクルートホールディングス(2016.8) SUUMO 注文住宅大阪8月号:208pp
- (7) 株式会社リクルートホールディングス(2016.8) SUUMO 注文住宅兵庫8月号:168pp

表-1. 「SUUMO 注文住宅(8月号)」に掲載されたビルダー・および工務店
Table 1 Status of builders in "SUUMO Order Houses" (in August)

種類		地域							合計
		東京	神奈川	千葉	埼玉	東海	大阪	兵庫	
全体	ビルダー	12	13	13	13	11	11	11	84
	工務店	58	63	43	81	64	57	35	401
	合計	70	76	56	94	75	68	46	485
木材利用	ビルダー	1	2	2	2	2	2	2	13
	工務店	12	21	18	29	21	17	14	132
	合計	13	23	20	31	23	19	16	145
全体	種類の割合(%)	17.1	17.1	23.2	13.8	14.7	16.2	23.9	17.3
	工務店	82.9	82.9	76.8	86.2	85.3	83.8	76.1	82.7
	合計	7.7	8.7	10.0	6.5	8.7	10.5	12.5	9.0
木材利用	種類の割合(%)	7.7	8.7	10.0	6.5	8.7	10.5	12.5	9.0
	工務店	92.3	91.3	90.0	93.5	91.3	89.5	87.5	91.0
	合計	8.3	15.4	15.4	15.4	18.2	18.2	18.2	15.5
木材利用/全体	種類の割合(%)	20.7	33.3	41.9	35.8	32.8	29.8	40.0	32.9
	工務店	20.7	33.3	41.9	35.8	32.8	29.8	40.0	32.9
	合計	18.6	30.3	35.7	33.0	30.7	27.9	34.8	29.9

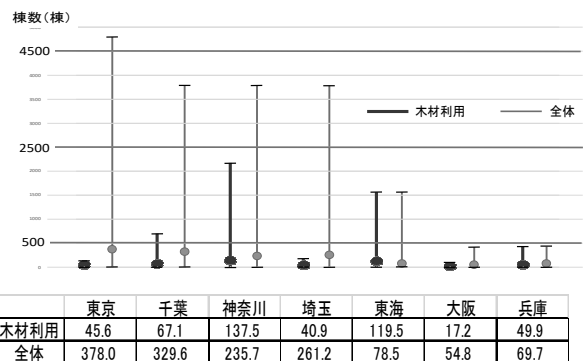


図-1. 「SUUMO 注文住宅」掲載工務店における実績(2015)
Fig.1 Status of executive houses by builders in "SUUMO Order Houses"

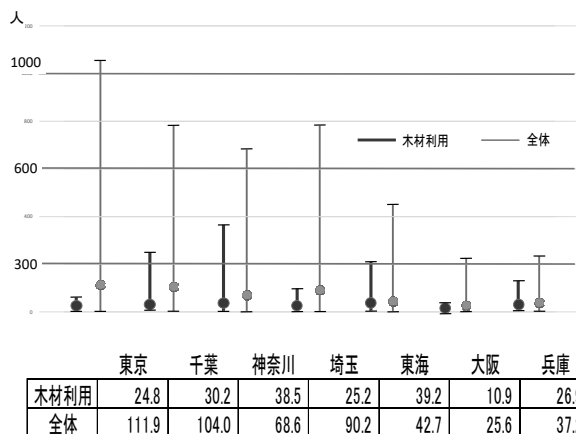


図 - 2 . 「SUUMO 注文住宅」における工務店従業員の状況
Fig.2 Status of staffs of builders in “SUUMO Order Houses”

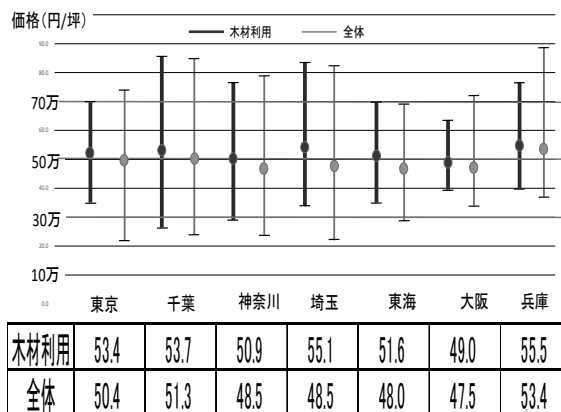


図 - 3 . 「SUUMO 注文住宅」における工務店の平均坪単価
Fig. 3 Average price by “SUUMO Order Houses” by builder

表 - 2 . 「SUUMO 注文住宅 (8 月号)」における地域別工務店の状況
Table 2 Status of builders in “SUUMO Order Houses” by region

地域	全体				木材利用							
	坪単価 (万円)	従業員 (人)	実績(棟 数)	棟/人	坪単価(万円)		従業員(人)		実績(棟数)		棟/人	
					平均	%	平均	%	平均	%		
1 東京	50.4	111.9	378.0	3.4	53.4	105.8	24.8	22.1	45.6	12.1	1.8	
2 千葉	51.3	104.0	329.6	3.2	53.7	104.7	30.2	29.0	67.1	20.3	2.2	
3 神奈川	48.5	68.6	235.7	3.4	50.9	105.0	38.5	56.2	137.5	58.4	3.6	
4 埼玉	48.5	90.2	261.2	2.9	55.1	113.6	25.2	27.9	40.9	15.6	1.6	
5 東海	48.0	56.9	78.5	1.4	51.6	107.4	36.2	63.6	119.5	152.2	3.3	
6 大阪	47.5	25.6	54.8	2.1	49.0	103.2	10.9	42.8	17.2	31.3	1.6	
7 兵庫	53.4	37.2	69.7	1.9	55.5	103.9	26.9	72.3	49.9	71.5	1.9	
全体	49.3	70.0	204.7	2.9	52.8	107.1	28.6	40.8	70.9	34.6	2.5	

表 - 3 . 「SUUMO 注文住宅」東京における木材利用工務店の特徴
Table 3 Characteristics of builders on wood utilization in “SUUMO Order Houses” (Tokyo)

宣伝項目	宣伝有無	木材使用の有無				合計	χ^2 value(P<0.01)
		有	%	無	%		
部材	有	12	48.0	13	52.0	25	0.0265 *
	無	1	1.9	53	98.1		
施行	有	2	25.0	6	75.0	8	0.9761
	無	11	15.5	60	84.5		
金額	有	3	17.6	14	82.4	17	0.9999
	無	10	16.1	52	83.9		
設計	有	3	6.8	41	93.2	44	0.1520
	無	10	28.6	25	71.4		
生活	有	9	25.7	26	74.3	35	0.4172
	無	4	9.1	40	90.9		