

最少人数で生き残る

# nano 工務店の経営術

Vol.39

## 高性能住宅と 小工事への対応を両立

### 神木工務店 [埼玉県ふじみ野市]

今回は埼玉県ふじみ野市にある神木工務店の取り組みを紹介する。

本社から車で30分以内のあらゆる小工事に対応しつつ高性能住宅も建てる技術力をもつ、古くて新しいタイプの地域密着型工務店だ。

神木工務店代表の神木宏晃さんは同社の2代目。創業者は大工であった神木さんの父親。

神木さんは子供のころ家業に関心を持たず、高校の普通科を出て調理学校に進学。調理師を目指していたが、在学中に心境の変化があり、卒業後に頭を下げて家業に就いた。

大工修行の傍ら日建学院に通い、21歳のときに2級建築士の資格を取得。そして28歳のときに1級建築士の資格も取得した。

キャリアの構築は順調だったが、経営は不安定だった。当時は父親が平面図や立面図を起こし、建材屋がそれをもとに仕様を決めて拾っていた。父親は現場に掛かり切りなので仕様決めや積算の時間が取れない。それがこの仕組みに至った理由だ。とはいえ、建材屋の都合が優先される家づくりでは定期的な受注は難しい。次第に下請け仕事の比率が増えていった。

下請けは主に大工としての仕事だったため、同社の下職には仕事が行かない。職人との関係を維持するためにも元請けとしての仕事を増やす必要があった。

30歳になるころ、神木さんは同社の陣頭指揮を取るようになる。神木さんは立て直しを図る。まずは大手建材メーカーのグループに入って情報収集を図った。同時に見積り基準を明確にした。下職に請求されるままに支払っていたやり方を改め、相場に基づいた適正価格で建て主に提供できるようにした。

### 営業圏は車で30分

建材メーカー主催の営業セミナーにも積極的に参加した。セミナーでは「OB客を大事に」と教わった。当時の同社の家づくりは差別化要因が希薄だったこともあり、OB客との関係を緊密にしてリフォームや建て替えなどのリピート率を高めようとした。

この連載は、正社員3人程度（大工などの職人は除く）の最少人数で安定した受注を得ている工務店を取材し、経営手法や人気の秘密を探る。そこには縮小化する市場のなかで最適化を図るためのヒントが隠されているはずだ。

取材・文 大菅 力



神木工務店代表の神木宏晃さん

### 一級建築士事務所（有）神木工務店

代表者：神木宏晃

設立：1969年3月（1982年に法人化）

住所：埼玉県ふじみ野市苗間239

今年度売上目標：1億円

社員数：代表1名、取締役兼経理（妻）1名、社員2名

業務分担：代表：設計、営業、管理、接客

取締役兼経理（妻）：事務、経理

社員1：大工兼工事部長

社員2：ムービングスタッフ、営業、水周り、接客、現場監督

資格：一級建築士、宅地建物取引主任者、既存住宅状況調査技術者、木造耐震改修術者、増改築相談員、水回りマイスター  
 使用しているソフト：アーキテンドZERO ホームズ君耐震診断Pro  
 所属している団体：新住協、さいたま断熱改修会議

その一環で90年代後半からニュースレターに取り組み始めた。一時はポスティングにも活用していたが、労力と費用を考慮して対象をOB客250件に絞り、毎月届けるようにした。

ニュースレターは20号あたりから年配のOB客を中心に反響があり、細かいリフォームの仕事を定期的に入ってきた。ニュースレターは現在も続けており、117号になる。送付先も300件を超えた。

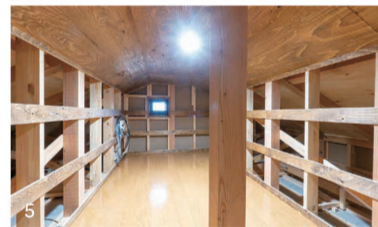
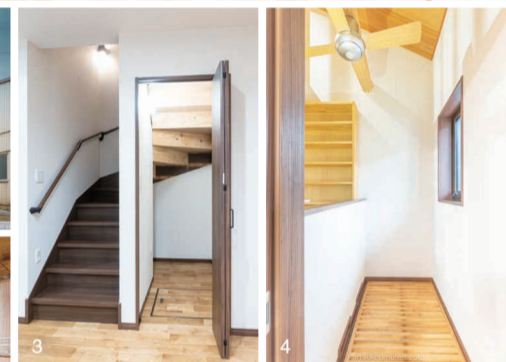
同じころ神木さんは「工務店とは何か」と考えていた。悩んだ末の結論が「家のことを何でも面倒を見る会社」。リフォームも新築も等しく対応し、網戸の張り替えのような小工事でもすぐに出向いて責任をもって対応する。

この方針だと神木さんや社員の手間は増えて時間は取られるが、過去に仕事がない苦しさを経験しているので、仕事増による忙しさは苦にならなかった。何より顧客を選ぶ必要がなく、依頼してくれた人は喜んでくれるので、気持ちの面で楽だった。

新築と小工事を等しく対応するには地域を絞る必要があった。同社では本社から車で30分圏内を営業エリアに定めた。上記の方針とニュースレターの効果が相まって現在では7割程度の仕事がOB客からの依頼かOB客からの紹介となっている。

### 高性能住宅に取り組む

新築の提案については手探り状態が続いた。2000年ごろに太陽光発電に取り組み始め、その流れからオール電化、そしてZEHへとつながった。そのころに省エネルギー関連の勉強会に出席した神木さんは埼玉県上尾市の佐藤工務店社長、佐藤喜夫さんの講演を聞く。佐藤工務店は外張り断熱による高性能住宅により地元で人気を博していた。神木さんは直感的に「生き残るにはこの方向性しかない」と感じた。その場で佐藤さん



- 1.0 邸のLDK。開放的なワンルームプラン。畳スペースを備えている
- 2.最新作の0 邸。外張り断熱と基礎断熱を組み合わせるUA値0.39、C値0.09
- 3.リビング内階段。空気を循環させる役割をもつ。階段下収納には床下点検口を備えている
- 4.2階の洗濯干し場。床がスノコになっており、上下階で空気が循環する
- 5.たっぷりとした小屋裏収納。小屋裏エアコンはここに設置する
- 6.冷房用の小屋裏エアコン。カバーにファンが付いており、ダクトを通じてリターンの空気を送り込む

と名刺交換をして交流が始まった。

それまで同社ではプレカット工場の提案に従い、壁・天井断熱に現場発泡ウレタンをそれぞれ100mm厚と200mm厚、床断熱にポリスチレンフォーム65mm厚を用いていた。プレカット工場任せにしないで独自仕様を組み立て、温熱計算も自前でやろう。神木さんは佐藤工務店の取り組みをお手本に模索を始めた。

佐藤工務店が建て主から高評価を得ているポイントは意識の高い自社大工によるC値0.1という気密性能。高气密化により付加断熱まで施さなくても冬に暖かく、夏に涼しい家となる。神木さんは自社大工とともに佐藤工務店の現場を見学し、竣工した建物を体感させてもらった。

そして同社は外張り断熱と基礎

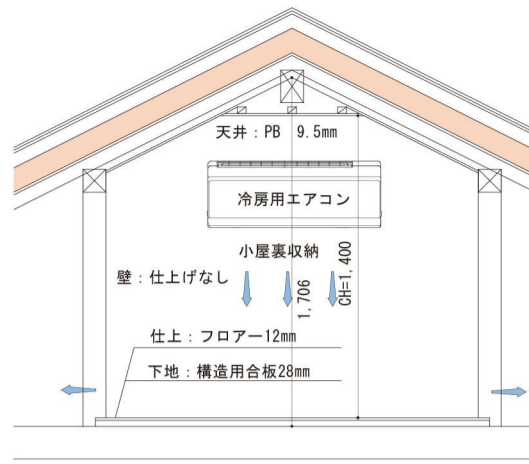
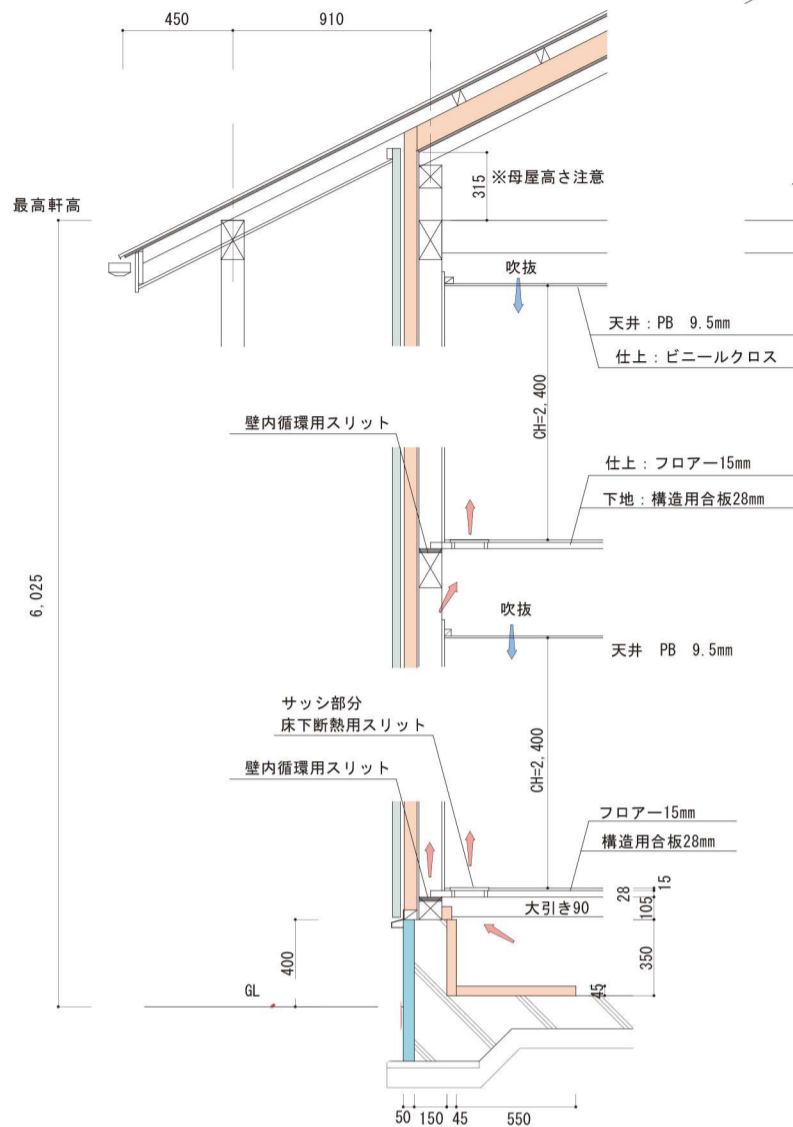
断熱に移行。気密測定の結果、C値は0.1を切り大きな自信を得た。神木さんは高性能住宅を進化させる。最新作では佐藤工務店の独自仕様であるパッシブ換気と組み合わせた床下エアコンと小屋裏エアコンも採用。全館空調を備えた高性能住宅を建てられるノウハウが備わってきた。

同時期に同社は既存建物をスケルトン状態に解体し、耐震や断熱性能を高めた性能向上リノベーションにも着手。リノベでもC値0.4を確保できる技術力を得た。

UA値0.39、C値0.1といった高性能化に伴い工事費は急上昇した。建て替えの場合、解体費用を含めると坪100万円程度。小ぶりな家でも3千万円を超える。今後は施工の標準



【O邸矩計図】



基礎断熱の様子。立ち上がりと折り返しにネオマフォーム45mm厚を用いている



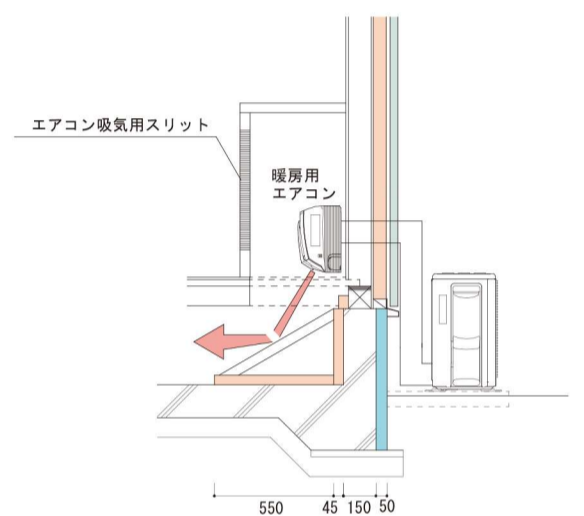
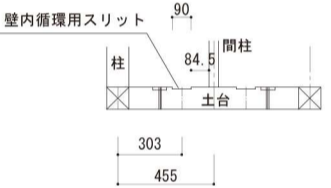
土台と基礎の気密化。土間リストを敷いた上で土台と基礎の取り合いにシーリングを打設して気密性を高める。防蟻対策として防蟻シートも使用



屋根断熱の詳細。断熱材の継ぎ目や端部の取り合いなどを気密テープを貼って塞ぐ



基礎と外張り断熱の取り合い部。防蟻フォームを吹いている



化による工期短縮と内装に建主によるDIYを組み込むなど価格を抑える提案を予定している。併せて、予算が不足気味の若い世代向けには、築浅の中古物件を安価に購入して性能向上リノベーションを行う提案を強めていく意向だ。

大規模なリノベーションに加えて、ゾーン断熱改修にも積極的だ。シニア層や高齢者に向けた提案として、住みながらひと部屋単位から温熱環境の改善ができる。手間は掛かる

が、設計・施工ともに技術が必要なことから差別化にもなる。

若い顧客へのアピールが課題

最近では独自の取り組みをかたちにするための体制も整ってきた。神木さんが営業をはじめ全般をカバー。現場監督は設備工事をこなす多能工でもある社員が担う。その監督に社員大工が協力して現場をまとめ上げる。社員大工は神木さんの同級生で約10年前に口説いて迎え

**POINT**

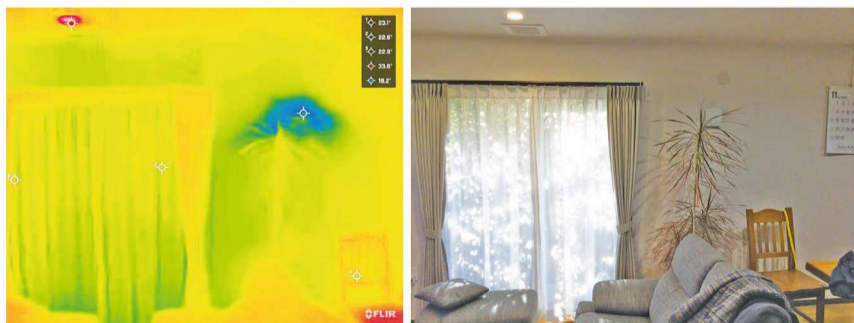
- 営業圏を車で30分以内に留めて地域密着展開
- 高性能住宅の新築から網戸の張り替えまで対応
- あらゆる規模の性能向上リノベーションに対応
- 社員大工による高品質な断熱気密施工

入れた。外部の協力者がプレカット工場から独立した松本構造設計事務所の松本浩二さん。高性能住宅への造詣が深く、意匠図のほか構造計算と温熱計算も依頼している。

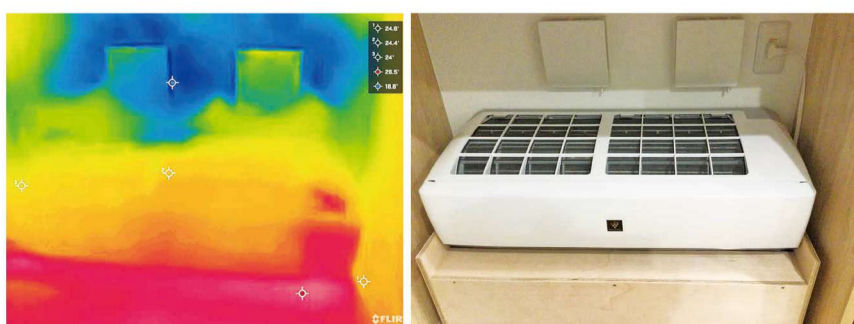
経営上の課題は安定受注。年間に高性能住宅の新築と性能向上リノベーションが1棟ずつ、それに細かいリフォームを加えて売上1億円が目標だ。昨年度が9千万円まで売上を伸ばしたのもう少しだ。そのためにウェブマーケティングに力を入れていく。現在、顧客の主体は

シニア層。ブログなどの記事を増やしていくことでホームページのSEO対策を強化するとともに技術力を反映した記事を積み重ねて若い世代にアピールを強めていく。

地元住民の視線で見ると、新築主体の会社が少々減っても困らない。一方で同社のように小工事に対応する会社なくなると本当に困る。従来の工務店の役割を果たしながら、高性能住宅を手掛けることで経営を安定させる同社のあり方は、ナノ工務店の規範となる古くて新しいビジネスモデルだ。



竣工後のリビング(写真右)の温熱環境(同左)。給気口より外気が入ってきているが壁の温度が高いので下部に冷気が落ちることがない



床下エアコン周辺(写真右)の温度分布(同左)。給気口から取り入れた外気をエアコンで暖めて床下に送っていることが分かる