

住まいと暮らしビジネス 成長戦略研究会

テーマ

【事業領域拡充×事業サービス化】の視点で挑むハイブリッド経営

POINT 01

先進企業の視察・講演から
学び、将来を見据えた
ビジネスモデルが明確になる

POINT 02

中堅・中小企業の事例を
中心にしており、
自社に活用できる

POINT 03

講師・参加企業と
関係性が深まる、
ビジネスに繋がる

住まいと暮らしビジネス成長戦略研究会 テーマ設定の背景

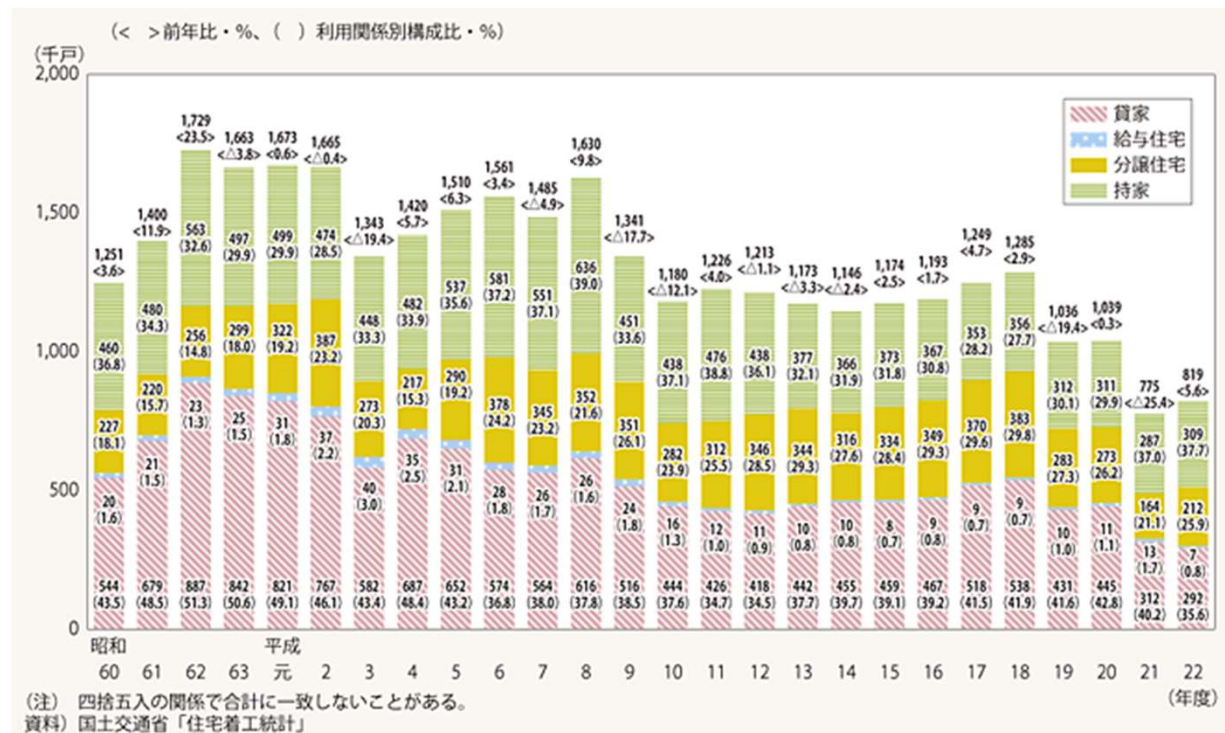
Background

新築着工数が減少し続ける中でも、パーパスを軸に事業領域を拡充、サービス化することで勝ち続ける

大幅な人口減少に比例し、新築着工数の減少は確定的であると言われています。中古住宅買取・再販市場が活況であるように、「住宅購入後の暮らしを最優先した中古リノベーション」という価値観が増加していることも明らかで、新築着工数を減少させる要因となっています。建てれば売れる時代は終焉し、急速に「暮らし」をキーワードにした価値提供が求められる時代へ変化しているのです。このような時代で持続的成長を実現するためには、自社を「住まいと暮らし企業」と再定義し、「パーパス(貢献価値)」を軸とした「事業領域拡充」と「事業のサービス化」が必要です。言い換えれば「ハイブリッド経営」の実現＝「ハイブリッドに稼ぐ」ことが求められます。

また「暮らし」とは価値観です。「暮らし」を提供する上で、ベテランも若手ありません。「住まいと暮らし企業」として成長するためには、ベテラン・若手問わず、手を挙げた社員が活躍できる風土が必要です。

新築住宅着工戸数の推移



出典元：国土交通省

住まいと暮らし業界の課題と成功例

Problem and Success case

新築住宅に依存している企業例

CASE

1



新築住宅販売数の大幅な低下

新築住宅の販売戸数が、外部環境に比例して大幅減少。抱える人員数は変わらないままで、利益圧迫の大きな原因に。

CASE

2



新築住宅部門への経営資源集中投下

既存事業において、最もボリュームの大きい新築住宅部門へ、人員、資金など多くの経営資源を投下。本来伸ばせるはずのリフォームなどの事業を伸ばし切れない状況に陥っている。

CASE

3



新築住宅部門を主とした営業活動

新築住宅部門視点での価値判断、新築を販売することが最優先となっており、顧客視点、全社視点での価値判断が出来ず、リフォーム、中古リノベーションなどの商品提案が不十分である。

多角化等の取組みにより業績好調な企業例

CASE

1



買取再販事業の拡大

新築住宅の販売戸数を伸ばすことは外部環境的に厳しいと判断し、中古リノベーション事業に経営資源を投下。新築住宅部門の売上減を買取再販部門で補っている。

CASE

2



事業ポートフォリオ設計・推進

外部環境を調査し、自社の経営資源と掛け合わせ、将来伸ばすべき事業を明確化。新築住宅部門への経営資源集中をやめ、伸ばすべき事業を伸ばすことができる状態へと変革。

CASE

3

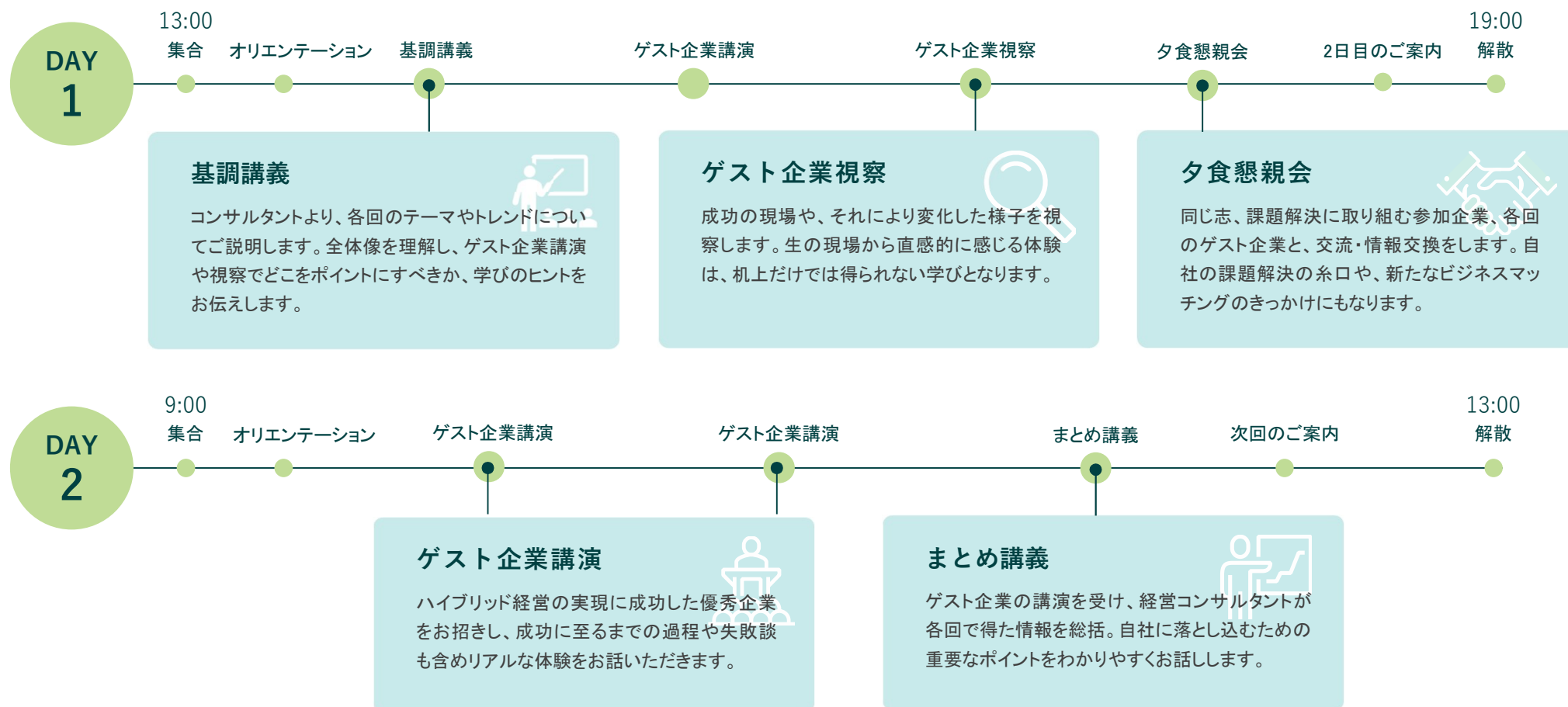


新築住宅以外の提案強化

新築住宅を販売することが最優先、という社内の価値判断基準を改め、顧客視点での提案へと進化。セクショナリズムも解消され、部門間のシナジー最大化、収益最大化に繋がっている。

住まいと暮らしビジネス成長戦略研究会 当日のスケジュール

Schedule



※ スケジュールは概ねの目安で、運営上変更する場合がございます。予めご了承ください。

住まいと暮らしビジネス成長戦略研究会 ゲスト企業候補

Guest Candidate

学んだ内容を自社で活用できる、中堅企業を中心としたゲストをお呼びします

01 地域密着多角経営に成功している企業

地域のお客様のために、という理念のもと、住宅分野のみならず、地域の課題解決に繋がる事業を次々に展開。地域での認知度の向上・ブランド力の向上を実現し、地域社会にとってなくてはならない立ち位置を獲得している企業。

02 多ブランド化により住宅販売数を伸ばしている企業

地域密着型で、新築住宅をメインに提供している企業ではあるものの、複数ブランドの住宅を提供することでターゲット分母を拡大し、必要な層へ必要な商品を届けることを実現。新築着工数減少という外部環境の中でも、好調に販売数を伸ばしている企業。

03 自社ブランドをFC化し、全国展開している企業

地域でブランド力を確立し全国展開を目指す規格型住宅販売において、人員・資金・時間が壁になるが、FC化することでそれらを解決し、スピーディーに全国展開を実現している企業。

04 業界課題を解決するDXサービスを有する企業

施工会社や職人との紙媒体での資料のやり取りや、属人化しており若手に共有されない現場のノウハウなど、生産性を低下させる原因となっている建設業界特有の様々な課題を解消するDXサービスを、開発・提供している企業。

05 ブランド力向上により、人材採用好調な企業

地方に本社を有する企業ではあるものの、WEBマーケティングによる営業活動に強みがあり、アナログ営業活動での工数負担が少ないこと、また社員に向けた様々な取り組みをうまく社外PRすることで、主に新卒社員の採用に成功している企業。

06 パーパス(貢献価値)を提供することで収益性が高い企業

【自社の強み】と【既存顧客のニーズ】の掛け合わせによるビジネスモデルに留まることなく、さらに【社会的価値】を追求し、ビジネスモデルを昇華することで、社会に必要なサービスを生み出し、結果として、売上・利益率が向上している企業。

住まいと暮らしビジネス成長戦略研究会 過去視察先

Past Company Inspection

業種・企業規模を限定しない様々なゲスト

01

セレンディクス株式会社
「セレンディクスが導く未来社会」



業界を超えて話題となっている3Dプリンタ住宅の製造・販売を行う企業。23時間で竣工、330万円で購入できる住宅は、ベテラン職人を必要とせず、購入者にとっても価格メリットがある。2023年は6,000件を超える問い合わせ実績がある。

02

株式会社タカショー
「ガーデン&エクステリアで
住宅ビルダーの付加価値を最大化する」



東証プライム市場上場、国内だけでなく海外でも収益を上げるグローバル企業。祖業であるエクステリア製造も伸ばしながら、庭を5thRoomと名付け、庭のあるリッチで健康的な「暮らし方」を提案。前述のノウハウ提供により住宅ビルダーの価値向上も支援している。

03

その他の過去視察先
(一部抜粋)



※ 今期の視察・講演先ではありません

住まいと暮らしビジネス成長戦略研究会 リーダー紹介

Leader Introduction

住まいと暮らしビジネス成長戦略研究会リーダー 石川 一平

当研究会では、視察・講義を通じて「顧客に選ばれる企業」「社会に求められる企業」であり続けるための研究を行います。日本国内の人口減少と新築着工数減少から、市場の縮小が見込まれます。その中で生き残り持続的に成長するためには、自社を「住まいと暮らし企業」と再定義し、「事業領域を拡充」「事業をサービス化」していくことがポイントです。社会的価値を有する「パーパス(貢献価値)」を軸とした事業領域拡充・事業サービス化などを学び、自社に落とし込むことで、全会員企業が1年後に変革している状態を共に目指し、成長してまいりましょう。

Profile

大手リフォーム会社の営業部門にて活躍後、経営企画部門で経営全体の幅広い業務経験を積み、当社に入社。現場主義で成果を生み出すコンサルティングを信条とし、企業のビジョン実現を支援。数多くのコンサルティング経験を通じた事例をベースに、クライアント独自の攻めのビジネスモデル創りの推進を得意とする。特に、経営戦略を踏まえての組織全体への展開、現場への落とし込み・徹底を通じた成果を生み出す取り組みで、お客様から高い評価を得ている。また、業界全体の成長・発展に向けた、企業間のご縁づくりにも注力しており、多くの企業間のマッチングを実現している。

こんな方はぜひ
ご参加ください

- ✓ 地域ナンバーワンを目指すビルダー・工務店
- ✓ B2C事業を保有・参入を検討しているゼネコン企業
- ✓ 周辺事業へ進出・LTV向上を目指す住まいと暮らし分野の企業



住まいと暮らしビジネス成長戦略研究会 開催日程と申し込み要項

Event dates and application requirements

開催日時

第1回	2024年	09月 17日（火）	・	09月 18日（水）
第2回	2024年	12月 26日（木）	・	12月 27日（金）
第3回	2025年	02月 17日（月）	・	02月 18日（火）
第4回	2025年	03月 27日（木）	・	03月 28日（金）
第5回	2025年	05月 29日（木）	・	05月 30日（金）
第6回	2025年	07月 29日（火）	・	07月 30日（水）

開催時間／1日目/午後開始・2日目/午前終了

※日程・開催時間等は変更になる場合がございます。予めご了承ください。



研究会参加者（全回参加の方のみ）には
ファーストコールカンパニーフォーラムの
視聴アカウントを進呈！ 詳細は、弊社ホームページをご参照ください。

開催概要

受講対象

住宅、リフォーム、建設、不動産、建築資材や住設のメーカー・商社、エネルギー関連など住まいと暮らしに関わる企業の経営者・経営幹部など

定員

30名様

会費

お1名様（全6回通し）

495,000円（税込）

1名様追加料金（同一企業様） 1回/66,000円（税込） 全6回通し/429,000円（税込）

同一企業内であれば
お申込みされた方以外の受講もOK！

【申込期限】 各研究会、開催日の1週間前までにお申込みください。

※事情により、お申込みをお受けできない場合がございます。予めご了承ください。

【受講取消】 1. お申込み期限日（第1回開催の1週間前、同一企業様からの追加お申込みの場合は各回開催の1週間前）までの取消につきましては全額返金いたします。

2. お申込み期限日の翌日からの取消につきましては代理受講をお願いいたします。代理受講が不可能の場合は以下の通り取消料を申し受けます。ご了承ください。

① お申込み期限日の翌日から第1回開催日の前日

（同一企業様からの追加お申込みの場合、各回開催日の前日）：会費の40%

② 第1回開催日以降（同一企業様からの追加お申込みの場合、各回開催日当日以降）：会費の全額

お申込み

ホームページからお申込みください。詳細もこちらからご覧いただけます。

[タナベ 住まいと暮らしビジネス成長戦略研究会](#)

[E-mail | soken-lab@tanabeconsulting.co.jp](mailto:soken-lab@tanabeconsulting.co.jp)


※ 弊社ホームページの研究会参加要項に掲載されている研究会規約をお読みの上、お申込みください。研究会規約 <https://www.tanabeconsulting.co.jp/t/lab> ※研究会の会費には教材費、懇親会費を含みます。交通費・宿泊費は各自手配・ご負担いただけます。※お申込み受付後、ご請求書をお送りいたします。会費の前納をもってお申込みとさせていただきます。※状況により懇親会が実施できない場合がございます。予めご了承ください。※ご希望回のみ参加されるには、必ず他に1名さま以上の全回参加のお申込みが必要です。

【個人情報のお取り扱いについて】タナベコンサルティングでは個人情報の保護に努めております。詳細は弊社ホームページ上に記載の「プライバシーポリシー」(<https://www.tanabeconsulting.co.jp/t/policy.html>)をご覧ください。なお、ご記入いただいたお客様の個人情報は、上記のお申込みに関する確認・連絡、および弊社発行のメールマガジンや商品・サービスのご案内などをお送りする際に利用させていただきます。