



株式会社ウィズモー

ハウスメーカー 徹底比較レポート2025

工務店が地域で勝ち残るための5つの戦略

はじめに



住宅市場は長期的な縮小トレンドにあり、全国的に新築戸建て着工棟数は減少傾向です。

一方で、大手ハウスメーカーは広告力や営業網を活かし、依然として強い集客力と高単価販売を実現しています。

しかし、彼らのビジネスモデルは大量集客・大量販売が前提のため、地域に密着した柔軟な提案やスピード感のある対応が苦手なケースも少なくありません。

本レポートでは、**主要ハウスメーカーの特徴と戦略を比較分析し、工務店が「地域密着の強み」を活かして競合に勝つための実践戦略を提案します。**



ハウスメーカー徹底比較

積水ハウス



国内トップクラスの認知度と施工実績。性能・デザインに妥協なし。
1人あたり売上1億800万円、純利益896万円と生産性高い。
直間比率24.6%、攻撃力0.6棟/人。

価格帯

坪70~90万円

強み

ブランド力、3ブランド戦略、高付加価値仕様

弱み

人件費構造が重く価格も高め。
自由設計度は限定的。

工務店のつけ入る隙

国内トップクラスのブランド力と性能を誇るが、
高価格で自由設計は限定的。特注対応は遅く、地
域特化や柔軟対応が苦手。工務店は同等性能を低
価格で提供し、地域仕様や迅速対応を前面に出す
ことで差別化できる。

※工務店のつけ入る隙はあくまで主観です。

住友林業



木造住宅の最高峰。自然素材と高いデザイン性。平屋比率43.8%。

価格帯

坪70～85万円

強み

木質感・意匠力、素材提案

弱み

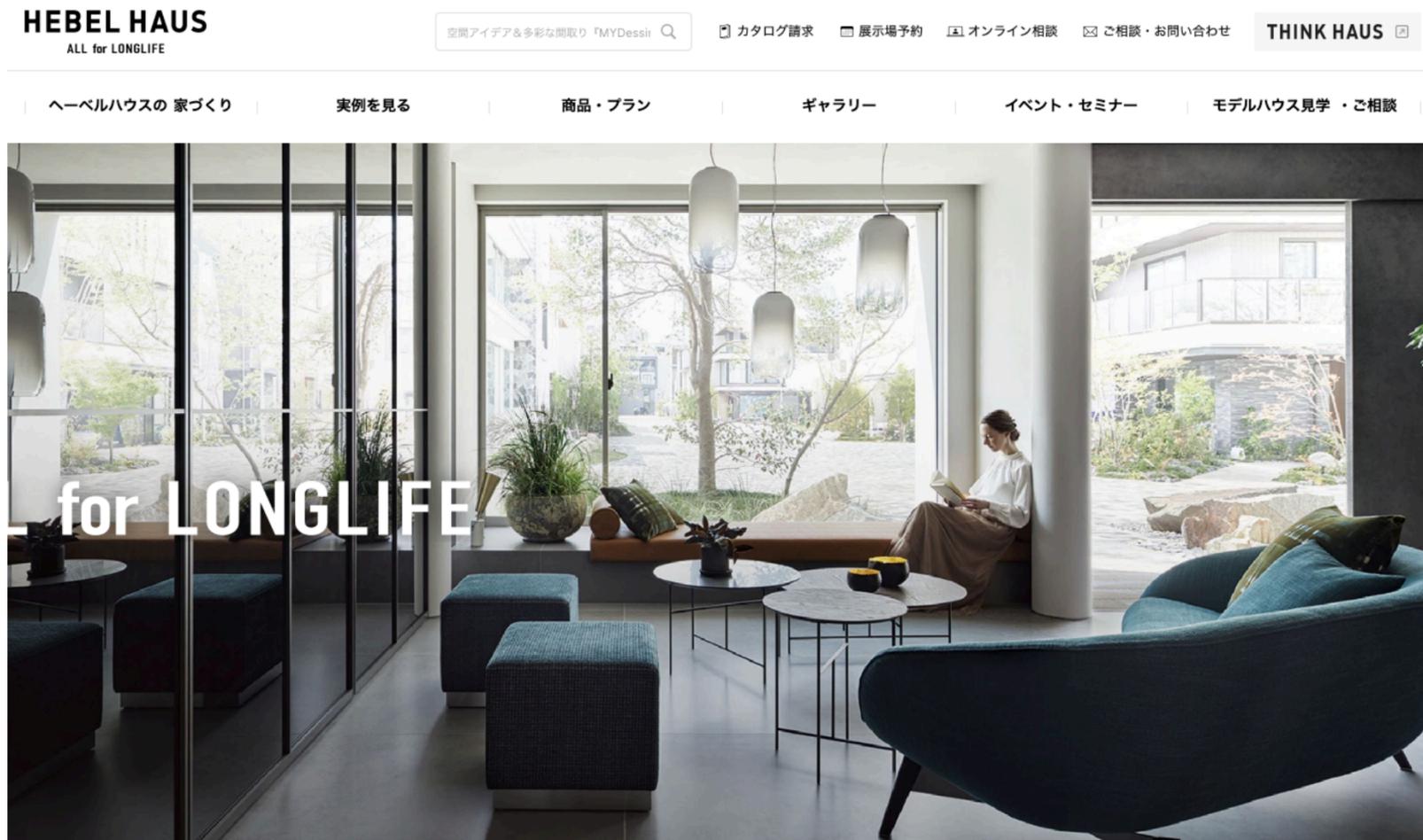
高価格帯中心。

工務店のつけ入る隙

木質感・デザイン性で高評価だが、高価格帯中心で変更対応に時間がかかる。工務店は同等木材品質を低コストで実現し、外観・間取りの自由度や地域仕様を強みに競合との差を広げられる。

※工務店のつけ入る隙はあくまで主観です。

ヘーベルハウス



耐震・耐火性能に強み。都市部鉄骨住宅に特化。

価格帯

坪約80万円

強み

耐震・耐火、長期耐久性

弱み

デザイン自由度が低い。

工務店のつけ入る隙

耐震・耐火性に強い鉄骨住宅だが、断熱性能やデザイン幅は限られ寒冷地や木造市場では弱い。工務店は木造の断熱性や自由設計、自然素材活用で高価格鉄骨層を取り込むチャンスがある。

※工務店のつけ入る隙はあくまで主観です。

パナソニックホームズ



全館空調・高耐久外壁。設備のメンテ性◎。

価格帯

坪65～75万円

強み

設備性能、ブランドの安心感

弱み

高価格帯寄り、外観の差別化弱め。

工務店のつけ入る隙

設備性能と耐久性に優れるが、デザインや設計自由度が低く画一的。工務店は同等設備を導入しつつ、間取りや素材の選択肢を広げてオリジナリティを強調し、顧客満足度を高められる。

※工務店のつけ入る隙はあくまで主観です。



大収納空間や動線提案が好評。

価格帯

坪65～75万円

強み

間取り・収納提案

弱み

デザインがやや保守的。

工務店のつけ入る隙

収納提案や動線設計は得意だがデザインが保守的でブランド力は中程度。工務店は収納＋造作家具＋高いデザイン性を組み合わせることで、機能性と美観を両立させた提案が可能。

ダイワハウス



鉄骨・木造両対応。提案力にバランス。

価格帯

坪65～80万円

強み

幅広い商品力

弱み

ブランド認知は積水・住林に劣る。

工務店のつけ入る隙

鉄骨・木造両対応で提案力はあるが専門性が薄く特徴が伝わりにくい。工務店は断熱や平屋など特化分野を明確化し、性能＋価格優位性を比較で示すことで存在感を高められる。

※工務店のつけ入る隙はあくまで主観です。

セキスイハイム



ユニット工法で短工期。工場品質◎。

価格帯

坪65～75万円

強み

工期短縮、品質安定

弱み

自由設計が苦手。

工務店のつけ入る隙

短工期と品質安定が強みだが自由設計は苦手で特殊地形への対応が弱い。工務店は複雑地形や狭小地でも対応可能な設計力と、完全オーダーの柔軟性を訴求できる。

※工務店のつけ入る隙はあくまで主観です。



全館床暖房＋高断熱・高気密。性能重視層に人気。直間比率57.2%、攻撃力2.98棟/人と全国トップクラス。

価格帯

坪60～70万円

強み

性能数値、コスパ

弱み

デザインバリエーションが少ない。

工務店のつけ入る隙

性能面は圧倒的だが、外観や間取りの自由度は低い。工務店は同等性能を保ちつつ、デザインや外構までトータル提案可能な点を強調し、選択肢の幅で勝負する。

※工務店のつけ入る隙はあくまで主観です。



ローコスト代表格。若年層に支持。

価格帯

坪45～55万円

強み

価格

弱み

仕様・性能は平均。

工務店のつけ入る隙

低価格で若年層に人気だが性能は平均的で長期コストに不安あり。工務店は光熱費や修繕費まで含めた総コストの優位性と性能差を数値で示し、安さ+安心を両立した提案が有効。

住友不動産



● ○ ○ ○

高級マンションノウハウを住宅に応用。

価格帯

坪70～80万円

強み

高級感、都市部提案

弱み

地方対応弱め。

工務店のつけ入る隙

高級感ある都市型住宅に強いが地方でのブランド力は弱く、カスタマイズ性も低め。工務店は地域密着の迅速対応と高級感あるデザインを組み合わせ、独自価値を提示できる。

※工務店のつけ入る隙はあくまで主観です。

工務店が勝つための5つの戦略



01

地域特化×専門性で ブランド化

- ✓ 地元気候・風土に合わせた住宅性能を数値で示す
- ✓ 顧客が「地域の家づくりならこの工務店」と即答できる状態を目指す

02

スピードと柔軟性で 差別化

- ✓ 提案～見積～契約までの期間短縮
- ✓ ハウスメーカーでは対応しづらい「間取り変更・細部調整」に即対応

03

低コスト高付加 価値の提案

- ✓ 同等仕様を比較で提示し、総額優位性を可視化
- ✓ ランニングコスト（光熱費・維持費）まで含めた総合提案

04

リアルな施工事例と 口コミ活用

- ✓ 完成見学会・OB宅訪問を積極実施
- ✓ 動画やSNSで顧客インタビューを発信

05

デジタル集客の 最適化

- ✓ Instagram/YouTubeでの事例紹介
- ✓ ポータルサイト掲載の最適化と平屋特化ページの作成
- ✓ 「平屋×地域名」「高断熱×地域名」などのSEO戦略

工務店様限定・特別コミュニティのご案内

🏠 ウィズモーラウンジ | 工務店のための情報共有と学びの場

- ☑ SNSでは話せない「裏話」や「限定ノウハウ動画」
- ☑ 工務店経営に役立つ勉強会情報を定期発信
- ☑ 他社の成功事例や外注先情報のシェア
- ☑ 東京開催の勉強会では、住宅系インフルエンサー・経営者と直接交流も！

直近のイベントご案内

価値あるつながりと情報をあなたに！詳しくは担当までお気軽にお声がけください。

01

🏠 ウィズモーラウンジ
- 工務店コミュニティ -

コミュニティ向け勉強会

工務店販売戦略とコミュニティの使い方

パートナー紹介・グループ質問会

参加方法：Google フォームよりお申し込みください

7/29 火 Zoom開催
20:00-21:30

株式会社ウィズモー 代表
小倉 和

02

🏠 ウィズモーラウンジ
- 工務店コミュニティ -

ウィズモーラウンジ交流会

＼ 工務店業界の皆様来てください！ /

● 参加費：5,000円
(ドリンク・軽食込み)

● 都内開催

参加方法：Peatixよりお申し込みください

お食事しながら
交流しましょう！

8/29 金 19:00-21:00

株式会社ウィズモー 代表
小倉 和

会社概要



株式会社ウィズモーは、住宅会社向けに経営支援や営業コンサルティング、各種セミナー企画・運営などを行う、住宅業界に特化した支援サービス企業です。

代表	小倉 和
所在地	〒150-0002 東京都渋谷区渋谷2-19-15 宮益坂ビルディング609
電話番号	03-6362-0875
利用開始日	<ul style="list-style-type: none">• 各種コンサルティング事業• 住宅会社向けの経営支援、営業コンサルティング業務• 各種セミナー、研修、イベントなどの企画、開催、運営及び管理• フランチャイズチェーンシステムによる加盟店募集及び加盟店の指導業務• 各種商品の企画、製造、販売及び輸出入• インターネットによる広告業務及び番組配信
URL	https://withmo.co.jp

\ 無料 /
ウィズモーラウンジに
参加する

