



円安・金利上昇時代、建材流通は工務店経営をどう支えればよいのか —受注件数から利益・資金回収・売上構成へ—

今回の日合商解説（vol.145）では、円安・金利上昇時代に、流通・販売店は工務店経営をどう支えればよいのかについて解説します。

円安、金利上昇、新設住宅着工の減少が重なる中、工務店経営では、受注件数だけでなく、利益と現金が残る流れを整えることが重要です。

流通・販売店にも、価格・納期の案内に加え、取引先の利益確保や資金回収を支える情報提供・提案が求められます。

INDEX

- ① 外部環境の変化が工務店経営に直結している
- ② 「受注件数」から「利益と現金」へ視点を変える
- ③ 受発注から施工・申請まで見据えた支援が求められる

① 外部環境の変化が工務店経営に直結している

住宅会社・工務店を取り巻く経営環境は、資材価格、金利、市場規模の面で変化しています。

日本銀行の2026年6月企業物価指数では、国内企業物価指数は前年同月比7.1%、木材・木製品は同8.0%上昇し、円ベースの輸入物価指数も同29.7%上昇しました。**仕入価格が変動しやすい状況が続いています。**

金融環境にも変化が見られます。

国内金利が上昇する局面では、金融機関も融資先の利益や資金繰りをこれまで以上に重視します。受注件数があっても、利益が薄く入金が遅ければ、経営の自由度は低下します。

また、新築住宅市場では、着工戸数の減少が続いています。2025年の新設住宅着工戸数は74万667戸で、前年比6.5%減、3年連続の減少となりました。

こうした中では、**受注件数を追うだけでなく、原価上昇を価格に反映し、引渡し・入金まで滞りなく進め、利益と現金を残す視点が欠かせません。****外部環境が変化しても利益を確保できる経営の仕組みを整えることが重要です。**

住宅業界の最新情報を常に発信

コンサルティング・WEB講演会
ホームページまでお問い合わせください

SHIMIZU HIDEO JIMUSHO

https://au-shimizu.co.jp/seminar_colum

② 「受注件数」から「利益と現金」へ視点を変える

こうした外部環境の変化を踏まえると、工務店経営では、**受注から引渡し・入金までの流れを見直し、利益と現金を残す必要**があります。

原価上昇分を価格へ反映できなければ十分な利益は残らず、設計変更や確認申請、仕様決定、納材、施工に時間を要すれば、引渡しと最終入金も後ろ倒しになります。

そこで、「**何件受注したか**」だけでなく、次の**5つの視点**から経営を見直すことが重要です。

工務店経営を見直すための5つの視点

① **利益と現金が残る受注にする**

見積時と発注時の原価に差がないか、値引き後も必要な利益を確保できるかを確認します。**受注件数を優先するだけでなく、工事完了後に利益と現金が残るか**を見ることが重要です。

② **資金回収を遅らせる原因を減らす**

確認申請、仕様決定、発注、施工のどこかが止まれば、引渡しと入金も遅れます。**発注期限や納期、工程、入金予定日を社内で共有し、遅れを早めに把握する**必要があります。

③ **「見えない在庫」を抱えない**

何度提案しても前進しない見込み客や案件は、担当者の時間と営業力を使い続けます。見込み度や判断期限を整理し、追いつける案件と見直す案件を分けることも必要です。

④ **売上構成を変える**

新築をやめるのではなく、新築を軸としながら、リフォーム、既存住宅、メンテナンス、医療・介護改修、非住宅などを組み合わせます。受注先だけでなく、**売上の「柱」を増やす発想**が重要です。

⑤ **外部環境が変わっても継続できる会社をつくる**

為替や金利、市場動向の先行きを正確に予測することはできません。重要なのは、**環境が変化しても、受注の質、資金回収、案件管理、売上構成を見直し、利益と現金を残せる経営の仕組みを整える**ことです。

住宅業界の最新情報を常に発信

コンサルティング・WEB講演会
ホームページまでお問い合わせください

SHIMIZU HIDEO JIMUSHO

https://au-shimizu.co.jp/seminar_colum

③ 受発注から施工・申請まで見据えた支援が求められる

工務店の利益や資金繰りは、その会社だけの問題に見えるかもしれませんが。しかし、資材価格、見積、発注、納期、代替品の選定は、流通・販売店の実務と密接につながっています。

見積提出から契約、発注までに時間が空く案件では、**価格改定時期や見積有効期限の早期共有**が重要です。

契約後の値上りを工務店だけで吸収する事態を減らすことは、取引先の利益確保につながります。

納期の面では、リードタイム、在庫状況、発注期限を工程と結び付けて伝えることが有効です。納材が遅れる可能性があれば、代替品の性能・価格・納期を整理して早めに選択肢を示します。仕様決定や発注の前倒しは、着工・引渡し・入金の流れを防ぐ一助になります。

新築以外の売上づくりにも支援の余地があります。

メンテナンス商材、省エネ・断熱リフォーム、介護改修、住宅設備更新などを、**工務店が提案しやすいメニューに整えます**。対象住宅、提案時期、概算価格、工期まで整理できれば、既存顧客へ案内しやすくなります。

【流通・販売店が整えたい3つの支援】

- ① 価格改定日・見積有効期限・代替品をまとめた情報
- ② 納期・在庫・発注期限を工程と結び付けた確認表
- ③ リフォーム・メンテナンス向けの商品メニューと提案資料

流通・販売店が工務店の財務判断まで担う必要はありません。

一方で、商品と現場の両方を知る立場だからこそ、**適正な利益を確保しやすい見積、工程を止めにくい発注、継続受注につながる商品提案を支える**ことができます。

これからの流通・販売店には、**受注件数だけを見るのではなく、工務店に利益と現金が残るまでの流れを見据える視点が重要**です。

商品供給に加え、価格・納期・代替品・売上メニューを使える形に整えることが、外部環境の変化に強い取引先づくりと、流通・販売店自身の継続的な取引につながるのではないのでしょうか。