



前回のウッドショックとは違う 木材価格高止まりの背景と対応策

今回の日合商解説（vol.123）では、2025年の木材価格の高止まりについて解説します。今回の木材価格の再上昇は一過性ではなく、複合的なコスト高騰による長期的な価格高止まりです。住宅業界に求められる戦略を整理します。

INDEX

- ① ウッドショックとの違いを直視する
- ② 木材コストを押し上げる要因とは
- ③ “下がらない価格”を前提にどう戦うか

① ウッドショックとの違いを直視する

2021年前後に起きた「ウッドショック」は、世界的な物流混乱や輸入材不足が背景となり、木材価格が急騰しました。

東京地区では米松や集成材が従来水準の2倍以上となりましたが、当時は国産材の活用や調達ルートの変更などで対応でき、エネルギーコストや人件費もまだ安定していたため、**業界全体で「一過性のショック」と捉えられていました。実際、翌年以降には価格も下落に転じています。**

しかし、**2025年の現状は単なる木材価格高騰にとどまりません。**

米松や集成材は再び上昇傾向にあり、全国平均でもスギ・ヒノキ製材が8～9万円前後と高止まりしています。

しかも、輸送費や副資材費、人件費・光熱費、為替の影響が複合的に作用し、**需要減少にもかかわらず価格は下がらない「慢性的なコスト負担」が強まっています。**

※木材価格の推移表は③の下部に記載しています。

② 木材コストを押し上げる要因とは

重要ポイント

今回の価格高騰は、過去のウッドショックとは異なります。ウッドショックは主に輸入材供給の問題でしたが、**今回は製材会社が原木価格だけでなく、副資材、燃料、人件費など幅広いコスト増に直面しており、全体として価格を押し上げる要因が連動しています**。業界にとって最大の課題は、「**価格が落ち着くのを待つ**」姿勢が通用しないことです。

(1) 物流面ではトラックドライバー不足や燃料費の高止まりが続き、運搬コストが下がる見込みは乏しい状況です。

(2) 省エネや環境配慮への要求が強まるなか、資材や施工の品質を引き上げることが必須となり、安価な代替材に頼る選択肢はますます限られてきています。

→単純に「安い材料を探す」発想では抜本的な解決策になりません。

もう一つの課題

中小工務店や地域流通業者が直面する経営の脆弱性は大きな課題です。価格転嫁が難しく、利益が圧迫されるなかで、流通事業社は対策を講じる必要があります。

①資材調達の工夫 ②新しいビジネスモデルの模索 ③配送改革 ④新規取引先獲得 ⑤業務全般の再編 等

単独では難しい取り組みも、地域全体での連携によって実現できる可能性があります。**今回の高止まりを単なる「コスト上昇」として受け止めるのではなく、業界構造そのものを見直す契機と捉えることが必要です。**

ウッドショックと現在の比較表

項目	ウッドショック (2021年頃)	現在 (2025年)
主因	コロナ禍・物流混乱による 輸入材不足・木材急騰	木材再上昇＋ 人件費・光熱費・物流費・副資材高騰
特徴	木材価格にフォーカスすれば対応可能	複合的なコスト圧力 → 部分最適では対応困難
業界の対応余地	国産材活用・代替調達などで 一時的にしのぎ可能	規格制約があり代替困難、 全体コスト構造に影響
心理的認識	一過性ショック 価格が落ち着けば戻ると見られていた	今回もなんとなく乗り切れると 思われがちで非常に危険
経営インパクト	「木材対策」で収束可能な局所的課題	経営全体の構造転換が不可避 現状維持＝後退

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 “下がない価格”を前提にどう戦うか

木材価格の高止まりは今や一時的な高騰ではなく「価格安定の新しい姿」と捉えるべき局面であり、この環境を前提とした戦略設計が不可欠となります。

戦略のステップ

STEP1 顧客提案の軸を「価格」から「価値」に移す

省エネ性能や耐震性、環境配慮といった観点を前面に出し、長期的なライフサイクルコストの低減をわかりやすく伝えることで、価格競争から抜け出すことができます。資材の選定も単なる安さではなく、信頼性や持続可能性を含めた「価値の総合力」で示す必要があります。

STEP2 地域でのネットワーク活用

自社だけでコスト負担を背負うのは困難であり、共同での仕入れや在庫管理、情報共有の仕組みづくりが欠かせません。

地域単位での取り組みは、価格リスクを分散するだけでなく、安定した供給を顧客に保証する力にもなります。

STEP3 資材調達や施工方法だけでなく、社内の業務効率化も不可欠

デジタルツールの導入や工程管理の見直しによって固定費を削減し、資材コスト上昇分を吸収する体制を整える必要があります。

その上で、補助制度や金融支援を活用しながら、新しい住宅需要に対応できる柔軟性を備えることが、持続的な競争力確保につながります。

この状況は厳しい反面、業界が変革する大きなチャンスでもあります。木材価格の変動に振り回されるのではなく、今回の高止まりを成長のきっかけとする発想が、これからの住宅業界に求められていると言えます。

木材価格推移（全国平均ベース+東京参考値+局面）

年月／区分	2021年初	2021年後半	2022年中盤	2023年初	2024年初	2025年8月
全国平均（スギ・ヒノキ製材参考）	約6万円／㎡	約15万円／㎡	約10万円／㎡	約8~9万円／㎡	約8~9万円／㎡	約8.5~9万円／㎡
東京地区（米松KD平角・集成平角参考）	約5.5~6万円	集成平角 約14.5万円	約7.0万円	約7.5万円	約7.8万円	米松KD平角 8.2~ 8.4万円／㎡ 集成平角 8.4万円
ウッドショック局面	急騰開始	ピーク	下落局面	横ばい安定	横ばい~微増	再上昇局面
■ 全国平均 ■ 東京地区						
	2021年 1~3月	2021年 4~6月	2022年 7~9月	2023年 1~3月	2024年 4~6月	2025年 7~9月

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