青森の工務店の差別化戦略

～青森の魅力と課題、そして中小工務店の生き残り戦略を語る～

令和8年2月1日

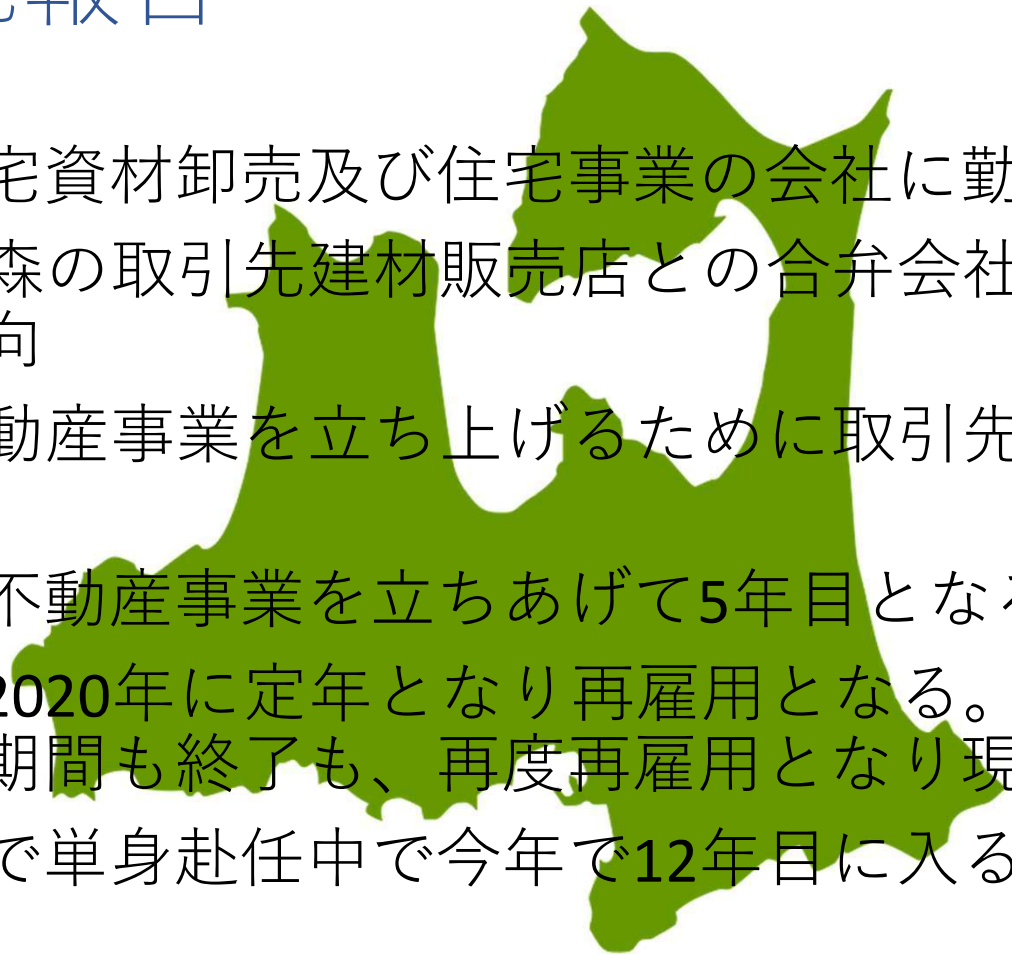
住宅ビジネス研究会

蝦名　勝明

はじめに

- 青森に赴任して12年目になりますが、青森についてきちんと話していなかったと思います。そこで、青森の観光大使になったつもりで、青森の魅力について述べたいと思います。
- 一方で青森には多くの課題もあります。地方特有の課題、青森ならではの課題に目を向け、青森の現状を知っていただこうと思います。
- 住宅ビジネス研究会の会員として、青森の工務店へも目を向けたいと思います。特に工務店が直面する課題を取り上げたいと思います。
- 最後に、取引先工務店の事例をご紹介し、小さいなかでも差別化を図ることにより生き残っていこうとする工務店の取り組みをお伝えしたいと思います。

私の近況報告



- 横浜市の住宅資材卸売及び住宅事業の会社に勤務
- 2014年に青森の取引先建材販売店との合弁会社である青森の住宅会社に出向
- 2020年に不動産事業を立ち上げるために取引先建材販売店に出向
- 今年はその不動産事業を立ちあげて5年目となる。
- 現在66歳、2020年に定年となり再雇用となる。2025年に65歳となり再雇用期間も終了も、再度再雇用となり現在に至る。
- 現在、青森で単身赴任中で今年で12年目に入る予定。

青森県の概況

人口　1,143,112人（2025年12月1日）※全国31位、但し減少率は全国で2番目に高い

市町村数　40（市10町22村8）

中核市　青森市（26万人）　八戸市（21万人）

※他に弘前市（16万人）があり分散型の人口構成

面積　9,644㎡※全国8位

GDP　4兆4646億円　※2021年度　全国33位

県民所得　270万円　※2022年度　全国34位　但し7県はデータなし

平均年収　304万円　※2024年　全国46位

平均年齢　50.83歳　※全国45位　令和2年国勢調査

平均寿命　79.27歳　※2023年　全国最下位

青森の魅力

～2025年　都道府県魅力度ランキング　第21位～

豊かな自然～白神山地（世界自然文化遺産）～

青森県と秋田県にまたがる約13万haに及ぶ広大な山地帯の総称です。
人為の影響をほとんど受けていない東アジア最大級の原生的なブナ林が分布
この中に多種多様な動植物が生息・自生するなど貴重な生態系が保たれており、1993年12月に世界遺産（自然遺産）に登録されました。

クマゲラ、イヌワシ、ニホンカモシカなど希少な動物が生息しています。
青池（十二湖）の青い水面、ブナ林の散策コースが代表的な観光スポットです。

豊かな自然　～奥入瀬渓流（十和田湖）～

十和田湖から流れ出す約14kmの渓流
国の特別名勝・天然記念物に指定された東北を代表する景勝地
新緑（5～6月）と紅葉（10月下旬～）の季節が特に美しく、車道と平行に整備された遊歩道を歩いて、大小様々な滝や苔むした自然、清流のせせらぎを五感で楽しめるのが魅力です。

奥入瀬渓流の終点（子ノ口）が十和田湖です。

十和田湖は、火山活動により形成されたカルデラ湖です。北の景勝地として名高く、鏡のように美しい湖と解放的な大パノラマを臨むとき、言葉にできない感動に包まれます。

豊かな自然　～八甲田山（酸ヶ湯）～

青森市南部に位置する日本百名山の一つ
大岳（1585m）を主峰とする18の山々の
総称です。
豊富な自然景観（新緑・紅葉・樹氷）や、
火山の名残である温泉・湿原が魅力です。
八甲田山麓である標高900mの位置に
酸ヶ湯があります。
名物の混浴総ヒバ造り「ヒバ千人風呂」
が有名で、神経痛や　　冷え性に効能
がある温泉で湯治場　　としても人気
です。
また、史上最大
を記録した豪雪
地帯でもあります。

食の魅力　～りんご・にんにく～

りんごとにんにくは生産量日本一の食
りんごは全国生産量の6割以上を占め、
ふじ・つがる・王林・ジョナゴールド
など約50種類が栽培されています。
昼夜の寒暖差が大きく糖度が高く実が
引き締まっています。
にんにくは全国生産量の7割を占め日本
一の生産量を誇ります。
特に田子町（たっこまち）で栽培され
る最高級品質「福地ホワイト六片種」
は、白くて大玉、実がしっ
かりして糖度が高いのが特
徴です。

食の魅力　～ホタテ・マグロ・イカ～

太平洋、日本海、津軽海峡、陸奥湾と海に囲まれた青森は絶品の海産物の宝庫です。陸奥湾産ホタテは豊かな栄養の海で育ち、甘みととろける触感が特徴です。
マグロは、特に「大間のマグロ」は津軽海峡の荒波で育つ最高級クロマグロ（本マグロ）として全国的にも知られています。今年の初競りでも5億1030万円という史上最高値が付きました。
日本海側の深浦の本マグロも高品質で大間マグロと同じ種類の本マグロ（クロマグロ）が、日本海を北上する時期（5～8月頃）に水揚げされます。
八戸はイカの水揚げ日本一を誇ります。スルメイカやアカイカ、ヤリイカなどが様々な郷土料理や加工品として楽しまれています。

まつり・文化の魅力　～ねぶた～

青森ねぶた祭りは東北三大祭りの一つで8月2日から7日に開催され200万人以上の観光客が訪れます。他に扇型の弘前ねぷた、高さ23mの五所川原立佞武多（たちねぶた）が有名です。いずれも8月上旬に開催されますので祭りをはしごする観光客も多いです。

まつり・文化の魅力　～さくら・もみじ～

弘前公園の桜はソメイヨシノを中心に52種類2600本が咲き誇ります。
毎年4月中旬からGW最終日までに行われる「弘前さくらまつり」は日本3大桜まつりの一つで200万人以上の来場者があります。
紅葉は、黒石の中野もみじ山が有名です。
特にライトアップされた夜間は幻想的な紅葉が楽しめます。

まつり・文化の魅力　～三内丸山遺跡～

青森市三内丸山にある縄文時代前期中頃から中期末葉（約5900～4200年前）の大規模集落跡。
国の特別史跡に指定され、2021年に「北海道・北東北の縄文遺跡群」として世界文化遺産に登録されました。
三内丸山遺跡応援隊のボランティアガイドによる　　無料案内があります。
約1時間遺跡を巡りながら、わかりやすく説明していただけますのでおすすめです。

青森の課題

青森の課題　～短命県No.1～

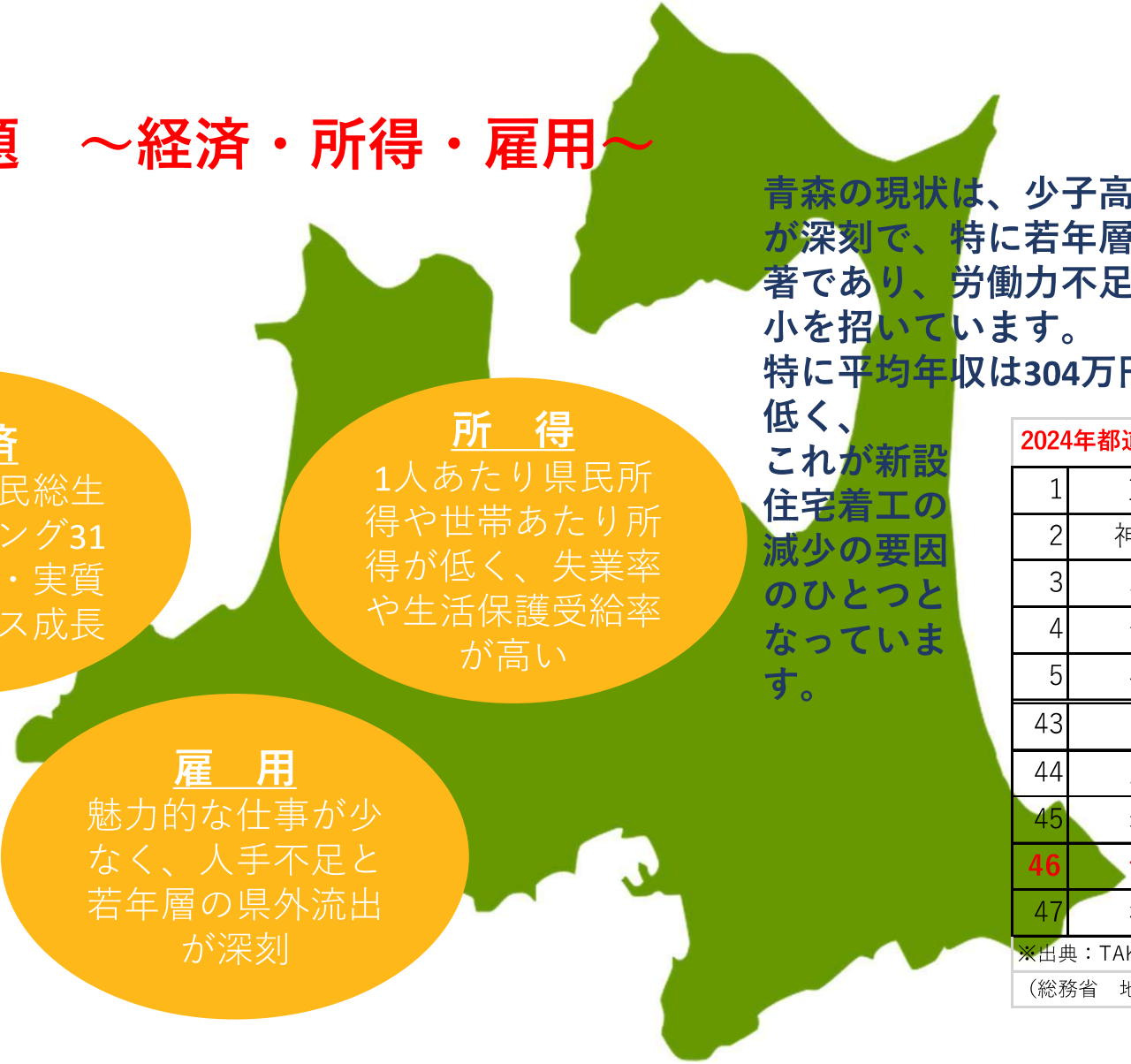
青森県は長年にわたり、平均寿命が男女ともに全国最下位（短命県）という不名誉な記録をもっています。
県では「脱・短命県」への取り組みを強化しており改善の兆しも見えております。

2020年都道府県別平均寿命

	男性		女性	
1	滋賀	82.73	岡山	88.29
2	長野	82.68	滋賀	88.26
3	奈良	82.4	京都	88.25
4	京都	82.24	長野	88.23
5	神奈川	82.04	熊本	88.22
43	沖縄	80.73	岩手	87.05
44	岩手	80.64	茨城	86.94
45	福島	80.6	栃木	86.89
46	秋田	80.48	福島	86.81
47	**青森**	**79.27**	**青森**	**86.33**

※出典：厚生労働省2022年12月23日
令和2年都道府県別生命表の概況

青森の課題　～経済・所得・雇用～



経　済
2022年度県民総生産はランキング31番目。名目・実質ともマイナス成長

所　得
1人あたり県民所得や世帯あたり所得が低く、失業率や生活保護受給率が高い

雇　用
魅力的な仕事が少なく、人手不足と若年層の県外流出が深刻

青森の現状は、少子高齢化と人口減少が深刻で、特に若年層の県外流出が顕著であり、労働力不足や地域経済の縮小を招いています。
特に平均年収は304万円と全国46位と低く、
これが新設住宅着工の減少の要因のひとつとなっています。

2024年都道府県別年間所得（年収）

1	東京	542万
2	神奈川	437万
3	愛知	410万
4	千葉	408万
5	兵庫	403万
43	山形	310万
44	鳥取	309万
45	岩手	308万
46	**青森**	**304万**
47	秋田	304万

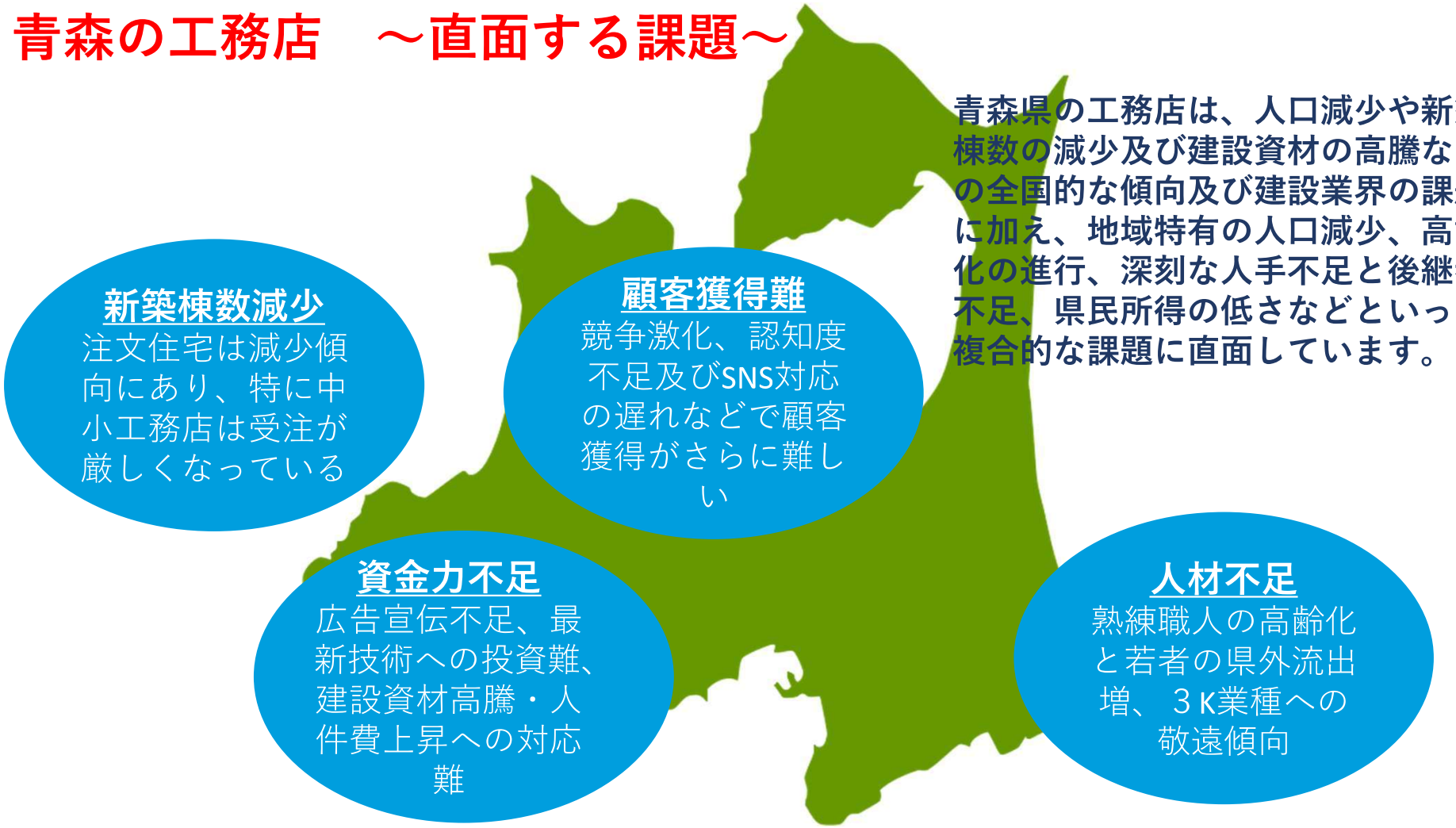
※出典：TAKE引っ越しセンター
（総務省　地方税に関する統計等を編集）

青森の課題　～気候（雪）・交通利便性・医師不足～

青森県の特に津軽地方は12～3月は雪に悩まされます。
交通事故の急増、物流の停滞、道路状況の悪化など。また雪による住宅や車庫の破損、除雪作業による事故などの懸念もあります。
さらには、地方特有の交通利便性の悪さや医師不足による医療への不安もあります。

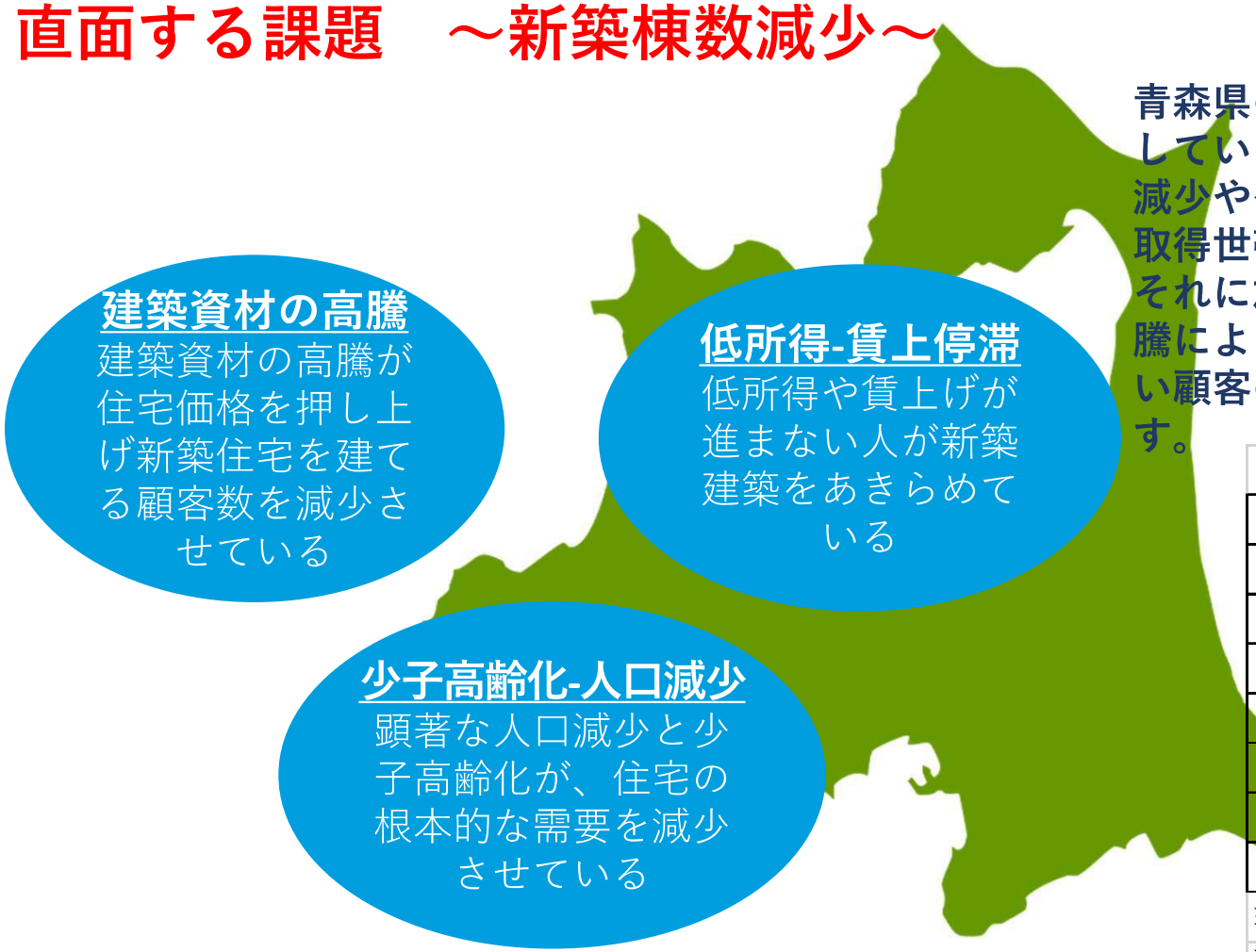
青森の工務店

青森の工務店　～直面する課題～



青森県の工務店は、人口減少や新築棟数の減少及び建設資材の高騰などの全国的な傾向及び建設業界の課題に加え、地域特有の人口減少、高齢化の進行、深刻な人手不足と後継者不足、県民所得の低さなどといった複合的な課題に直面しています。

直面する課題　～新築棟数減少～



青森県の新設住宅着工数は毎年減少しています。これは他県に比べ人口減少や少子高齢化が著しいため住宅取得世帯が減っているためです。それに加え、建築資材や人件費の高騰による住宅価格の高騰が収入の低い顧客の住宅新築意欲を奪っています。

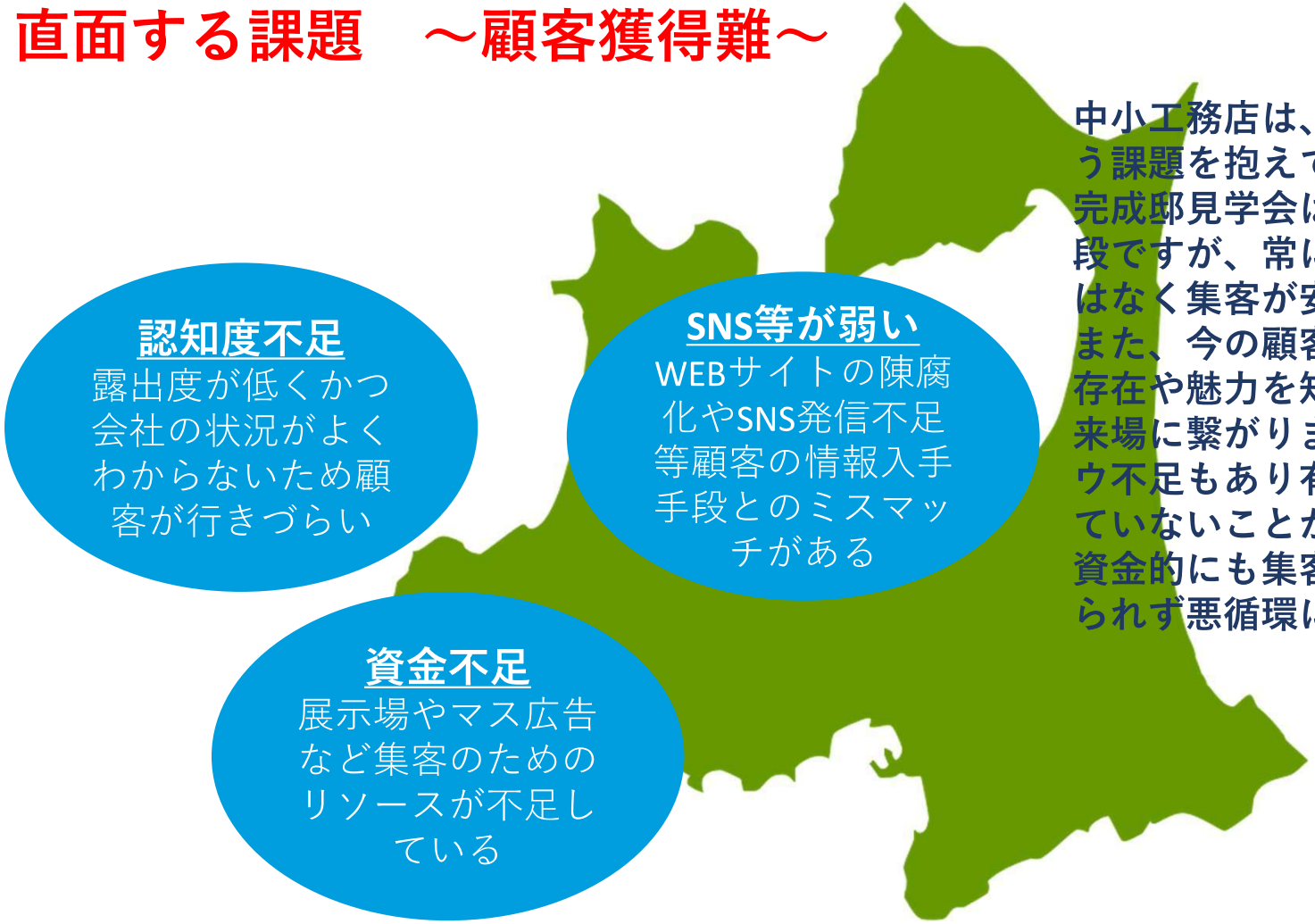
青森県新設住宅着工戸数

2018	年	6,431	棟	対前年比
2019	年	6,174	棟	96.0%
2020	年	5,671	棟	91.9%
2021	年	5,551	棟	97.9%
2022	年	5,257	棟	94.7%
2023	年	4,655	棟	88.5%
2024	年	4,305	棟	92.5%
2025	年	3,236	棟	75.2%

※出典：青森県建築着工統計月報　令和7年

※2025年は1～11月

直面する課題　～顧客獲得難～

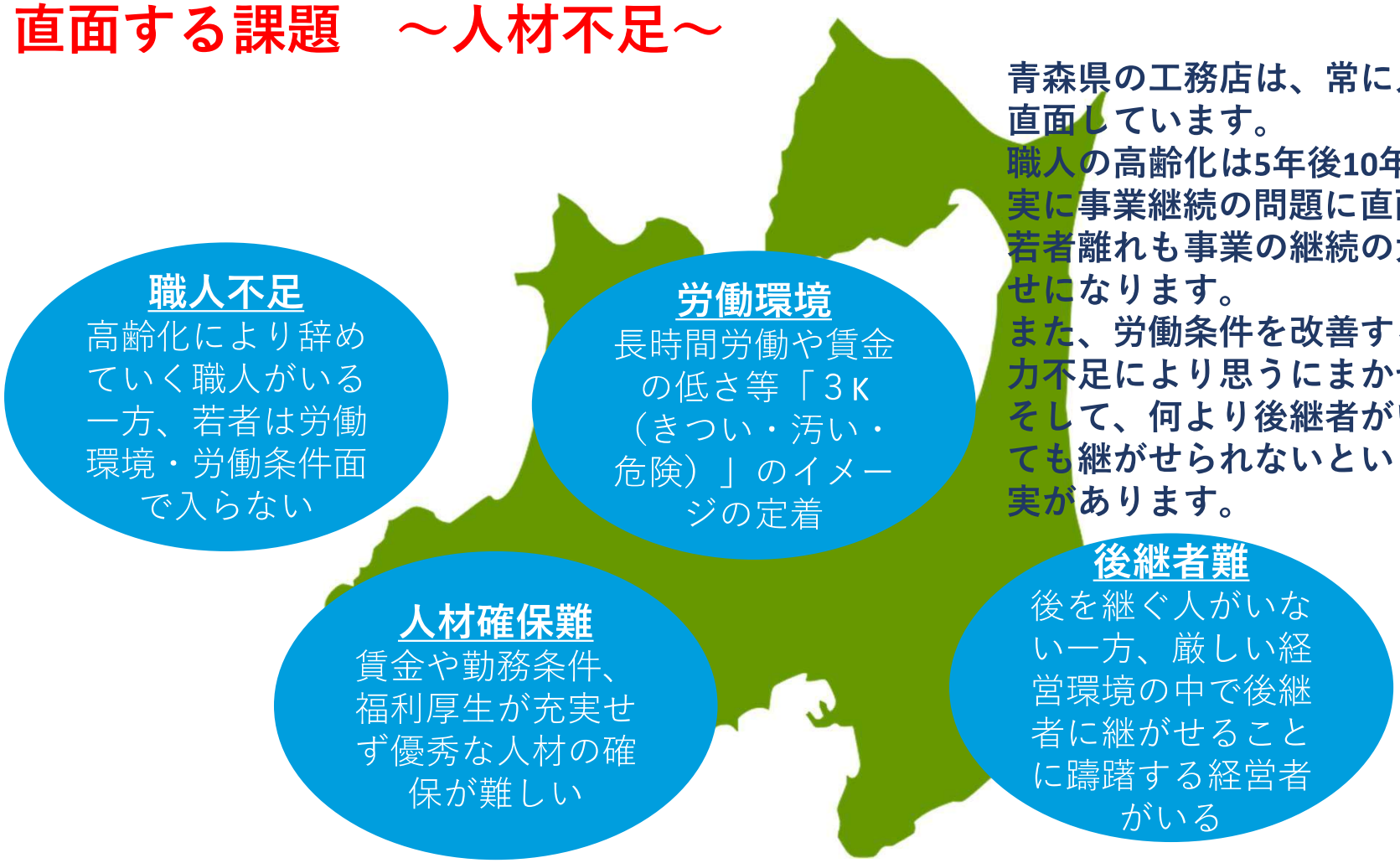


中小工務店は、常に顧客獲得難という課題を抱えています。
完成邸見学会は顧客獲得の有効な手段ですが、常に完成邸があるわけではなく集客が安定しません。
また、今の顧客はSNS等で工務店の存在や魅力を知りお問い合わせやご来場に繋がりますが、人材やノウハウ不足もあり有効な情報発信ができていないことが多いです。
資金的にも集客に充分なお金がかけられず悪循環になっています。

直面する課題　～資金力不足～

青森県の工務店は、資金力が不足しているため常に経営の不安定化に直面しています。
新築は工期が長いため支払いと入金のズレが生じやすく、資金繰りが悪化する懸念があります。
また、認知度を上げるための投資や集客のための大きな投資もできず改善への方向性が見出しにくくなっています。

直面する課題　～人材不足～



青森県の工務店は、常に人材不足に直面しています。
職人の高齢化は5年後10年後には確実に事業継続の問題に直面しますし、若者離れも事業の継続の大きな足かせになります。
また、労働条件を改善するにも資金力不足により思うにまかせません。
そして、何より後継者がいない、いても継がせられないという厳しい現実があります。