

■【調査個表】サンプル <主要住宅メーカー20社分を詳細分析>

住宅大手メーカー商品の“今”を知る！最新商品販売情報

代表者	住所	設立	資本金	従業員	売上高	営業利益	経常利益	純利益	株主総数	発行済み株式数	1株単価	市場価値	
①	代表者	住所	設立	資本金	従業員	売上高	営業利益	経常利益	純利益	株主総数	発行済み株式数	1株単価	市場価値
②	代表者	住所	設立	資本金	従業員	売上高	営業利益	経常利益	純利益	株主総数	発行済み株式数	1株単価	市場価値

商品名	商品種別	17年度	18年度	19年度	20年度	17年度	18年度	19年度	20年度	
③	商品名	商品種別	17年度	18年度	19年度	20年度	17年度	18年度	19年度	20年度
④	商品名	商品種別	17年度	18年度	19年度	20年度	17年度	18年度	19年度	20年度
⑤	商品名	商品種別	17年度	18年度	19年度	20年度	17年度	18年度	19年度	20年度
⑥	商品名	商品種別	17年度	18年度	19年度	20年度	17年度	18年度	19年度	20年度
⑦	商品名	商品種別	17年度	18年度	19年度	20年度	17年度	18年度	19年度	20年度
⑧	商品名	商品種別	17年度	18年度	19年度	20年度	17年度	18年度	19年度	20年度
⑨	商品名	商品種別	17年度	18年度	19年度	20年度	17年度	18年度	19年度	20年度
⑩	商品名	商品種別	17年度	18年度	19年度	20年度	17年度	18年度	19年度	20年度

<個表内容>

- ①住宅メーカー基本情報 : 代表、所在地、資本金
- ②業績推移と今年度目標 : 5年間の推移と目標
- ③戸建商品別販売推移(17-19年度) : 年間販売棟数/構成比
- ④賃貸商品別販売推移(17-19年度) : 年間販売棟数/構成比
- ⑤商品動向 : 商品関連の動き
- ⑥最近月間の商品販売傾向(18年度) : 月間棟数、面積、単価
- ⑦価格帯別構成比 : 500万円毎の分布※
- ⑧床面積別構成比 : 20㎡毎の分布
- ⑨階層別構成比 : 平屋/2階/3階/4階以上
- ⑩仕様採用状況 : スマート設備/地震/性能

お申し込みは、下記にご記入の上FAXでお送りください。 ⇒ FAX:06-6365-5870

'20住宅メーカーの商品力分析 一般価格 80,000円(税込 88,000円) 会員様は一般価格より1割引		冊
申込内容 (チェックしてください)	<input type="checkbox"/> ① 冊子版のみ <input type="checkbox"/> ② 冊子を購入し、PDF版を見積依頼する <input type="checkbox"/> ③ 冊子+PDF版の見積依頼する(購入は検討)	※PDF販売は書籍とセットになります ※各企業様の事業規模に応じて必要となる費用は異なります ※見積希望の方には、追ってメールにてご連絡いたしますので、メールアドレスをご記入ください ※「②冊子版を購入し、PDF見積依頼」を選択時、冊子版は先行して納品いたします
会員種別 (いずれかに○)	TACT・月刊ハウスメーカーレポート・TACTリフォーム・eカウンセリング・エクスプレス・TACTテレビ / 非会員	
貴社名		
御住所	〒	
部署・役職	TEL	
御氏名	FAX	
メールアドレス	@	
支払予定日	年 月 日	振込銀行 みずほ・三井住友・三菱UFJ

お申込み確認後直ちに資料と請求書を発送させていただきます。
 ※弊社とのお取引が初めての方は事前振込みもしくは代金引換発送にてお願い致します。
 (お取引が、初めてでなければ下記の記載は不要です)
 事前入金 代金引換発送(ご希望に印をつけてください)
 ①事前入金は申込書受理後に請求書を送付、ご入金を確認後資料を送付します。
 ②代金引換発送は申込書受理後に資料を宅急便の代金引換サービスにて送付します。

<お問合わせ先>

(株)住宅産業研究所 〒160-0022 東京都新宿区新宿 2-3-11 VORT 新宿御苑 6F
 ●資料内容に関するお問い合わせ(関西支社) 06-6365-5831 関(和則)
 ●申込み・資料発送・ご入金等のお問い合わせ 03-3358-1407 マーケティング部

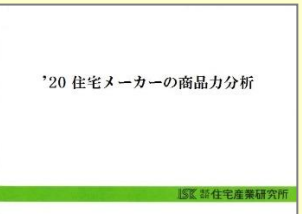
■大変お待たせいたしました。2021年2月12日発刊！！

'20 住宅メーカーの商品力分析

業界唯一の住宅商品に関する本格調査資料 最新年度版！
 A4ヨコ判 224ページ 頒価 80,000円(税込 88,000円)

住宅メーカーの中で最も売れている商品は何か!?

住宅メーカーの“商品”に関する定番資料。厳しさを増す戸建市場の中、売れているのはどんな商品かを分析しています。各メーカーの商品別販売棟数および売れ筋商品は？平均販売価格の傾向は？床面積はどこまで縮小しているのか？などなど、住宅商品マーケティングには欠かせない基礎資料となっております。是非ご活用ください。



★本資料で扱うデータ

- ①国交省住宅着工統計を詳細に分析 →住宅市場の見通し(地域・工法別)
- ②住宅メーカー20社へのヒアリング →メーカー各社の商品傾向、平均像(販売棟数、価格帯、床面積、階層、設備仕様)が分かる！！
- ③都道府県別 持家着工 上位企業の階層分布・床面積供給実態～上位10社まで掲載
- 住宅市場分析 ～プレハブシェア、2×4シェアの傾向は？中層、平屋の傾向は？
- 商品トレンド ～新商品・売れ筋商品の設備、仕様、コンセプトを知る！
～新トレンドの低価格訴求商品など、メーカーの最新動向を知る
- メーカー販売傾向 ～住宅メーカー動向分析、商品別販売ランキング
～各メーカーの商品別販売構成比、平均価格、平均床面積が分かる

調査対象企業(20社)

旭化成ホームズ(株)	大東建託(株)	ミサワホーム(株)
(株)一条工務店	大和ハウス工業(株)	三井ホーム(株)
サンヨーホームズ(株)	タマホーム(株)	三菱地所ホーム(株)
(株)スウェーデンハウス	東建コーポレーション(株)	(株)ヤマダホームズ
住友林業(株)	トヨタホーム(株)	(株)LIXIL住宅研究所
積水化学工業(株)	(株)日本ハウスホールディングス	(株)レオパレス21
積水ハウス(株)	パナソニックホームズ(株)	

調査個表サンプルは裏面に掲載！！
⇒⇒⇒

💡 本資料をお勧めしたい方！

- 1 商品開発/企画ご担当者様 ⇒開発、企画、ツール制作参考に
- 2 メーカーの営業ご担当者様 ⇒競合対策、他社商品研究に

2020年8月発刊の資料「住宅メーカーの競争力分析」の姉妹資料！！

商品開発の為の参考資料としてはもちろん、他社の商品を研究したいメーカー・ビルダー営業マンの方。新たに商品ブランドの立ち上げや、テコ入れを考えているビルダー様・工務店様にご活用頂いております。

I. 住宅市場の動向分析 ~着工統計データより市場を分析

1. 住宅市場の推移と見直し

- (1) 住宅着工～全利用関係で前年比割れ、今期はコロナ影響大
- (2) 地域別着工～3大首都圏比率は持家のみ増加

2. 工法別の着工動向

- (1) 【在来木造】～持家の在来シェアは72.7%と更に高まる
- (2) 【プレハブ】～持家のシェア低下は止まらず
- (3) 【2×4】～すべての利用関係で棟数減も貸家シェアは伸びる

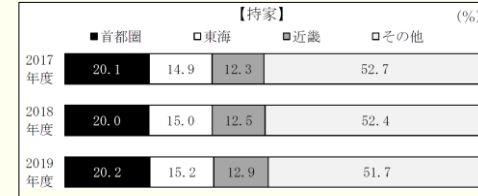
3. 延床面積～持家面積は前年度から更に低下

4. 中層住宅～3階建は棟数減少もシェア拡大

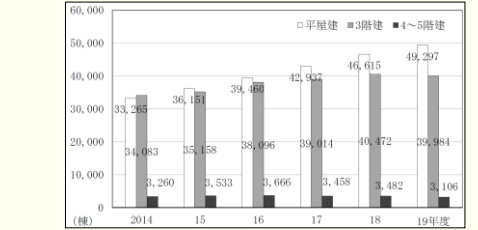
5. 平屋～5年連続の増加でシェア拡大

<データサンプル>

■持家の利用関係別3大都市圏シェア



■階層別住宅着工動向



II. 県別持家階層別供給動向 ~県別に階層・床面積の傾向を分析

1. 持家着工ランキング上位企業の階層及び床面積供給実態

- (1) 全国の概況

2. 都道府県別の持家着工ランキング上位企業の概況

- (1) 北海道
- (2) 青森県・岩手県・・・47都道府県分掲載

<データサンプル>

■茨城県の持家着工棟数と階層・平均床面積

順位	社名	着工棟数	階層別分布			平均床面積(m ²)		中央値(m ²)	
			1階	2階	3階	19年度	18年度	19年度	18年度
1	ノーブルホーム	540	24.9%	75.1%	121.4	123.6	121	121	
2	積水化学工業	490	14.2%	85.2%	0.7%	118.8	122.2	116	119
3	一条工務店	480	39.1%	60.9%		110.9	115.4	108	112
4	積水ハウス	370	34.2%	65.2%	0.6%	128.0	132.2	120	125
5	ビバキヤG	360	17.4%	82.6%		118.7	116.0	118	113
6	タマホーム	335	19.6%	80.4%		112.7	112.9	112	112
7	日栄商事	250	6.9%	93.1%		105.7	104.7	102	101
8	旭化成ホームズ	230	8.3%	91.3%	0.5%	121.4	132.0	114	122
9	住友林業	220	49.1%	50.9%		122.7	127.0	118	120
10	大和ハウス工業	190	18.3%	81.7%		123.3	134.2	116	121
	県全体		26.5%	73.3%	0.2%	118.9	120.7	115	117

III. 住宅メーカーの商品販売動向 ~商品売れ筋、平均像が把握できる

1. 【2019年度】商品(シリーズ)別販売棟数ランキング

2. 【最近受注】に見る商品販売動向

- (1) 総合～一条工務店「i-smart」が総合1位を堅守
- (2) 低価格～タマホームが1位、2位堅守
- (3) 中級～一条「i-smart」の独走続く
- (4) 中高級～化学SPSが1位に
- (5) 高級～高級路線は各社好調
- (6) 3・4階建～各社都府県注力も若干頭打ち

3. 【建物価格】に関する販売傾向

- (1) 建物価格販売傾向～中高級、高級価格帯が増加
- (2) 平均受注像～17社平均の建物価格は3,000万円台を維持

4. 【床面積】に関する販売傾向

- (1) メーカー17社の平均床面積は126㎡で2㎡減少
- (2) 面積帯別販売棟数～昨年同様120㎡未満が増加

<データサンプル>

■商品別の販売実績ランキング推移

順位	2017年度			2018年度			2019年度			前回順位	増減(棟)
	商品名	会社名	棟数	商品名	会社名	棟数	商品名	会社名	棟数		
1	i-cube・i-smart	一条工務店	10,247								
2	ISシリーズ	積水ハウス	5,265								
3	The Forest BF	住友林業	5,080								
4	大安心の家シリーズ	タマホーム	4,035								
5	シャークウッド	積水ハウス	3,851								
6	シンセ系	トヨタホーム	3,815								
7	ジューク	大和ハウス工業	3,790								
8	キュービックス	旭化成ホームズ	3,658								
9	bj	積水化学工業	2,950								
10	木曜の家シリーズ	タマホーム	2,809								

住宅業界で最も売れた商品は何か？
どんな特徴を持つ商品なのか？
何処のメーカーか？
気になる順位の変動は？

■主要住宅メーカーの平均金額、平均床面積

会社	価格(万円)					坪単価(万円/坪)				
	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度
旭化成ホームズ	3,290									
一条工務店	2,187									
サンヨーホームズ	2,800									
スクウェアンハウス	2,940									
住友林業	3,350									
積水化学工業	3,950									
積水ハウス	3,475									
大和ハウス工業	3,140									
タマホーム	1,769									
トヨタホーム	2,619									
日本ハウスHD	2,739									
パナソニックホームズ	3,460									
ミサワホーム	2,719									
三井ホーム	2,796									
三豊ホーム	4,600									
ヤマダホームズ	2,535									
LIIX住宅販売所	2,030									
平均受注(単純)	2,963									

ハウスメーカーの平均本体価格
平均坪単価の傾向は！？

5. 【階層別】の販売傾向

- (1) 大手17社の階層別構成比～引き続き平屋が増加
- (2) 階層別販売数～1・2階建は引き続き一条がトップ

6. 【設備仕様】傾向～エネルギー関連設備

- (1) エネルギー関連設備採用率～蓄電池が大幅増
- (2) 2019年度エネルギー関連設備ランキング

7. 【新商品】傾向～賃貸元気なく戸建は鉄骨系増加

<データサンプル>

■住宅メーカー仕様採用状況一覧

会社名	オール電化			太陽光発電			エネファーム		
	18年度	19年度	増減	18年度	19年度	増減	18年度	19年度	増減
旭化成ホームズ									
住友林業									
積水化学工業									
積水ハウス									
大和ハウス工業									
トヨタホーム									
パナソニックホームズ									
ミサワホーム									
三井ホーム									
平均(加重)									

ハウスメーカーの仕様採用状況
オール電化、太陽光、エネファーム、蓄電池、HEMS
大手9社の平均像は？

IV. 住宅メーカーの商品戦略 ~テーマ別の商品トレンドが把握できる

1. 新型コロナウイルス流行で、住宅商品はどう変わったか

- (1) コロナ禍の大手メーカー上期受注状況
- (2) 新型コロナで住宅購入検討者の気持ちはどう変化したか
- (3) コロナ騒動後の予算感への影響は？
- (4) 今後の住宅商品の方向性は？

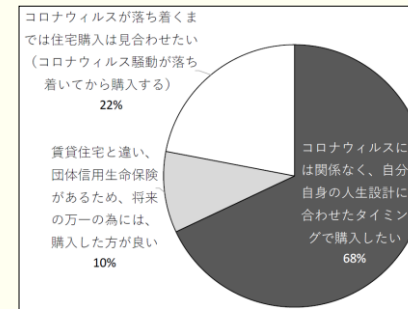
2. 換気・空調設備への関心高まる

- (1) 空気環境を制御する新提案～積水
- (2) 大空間・大開口ファミリースイートを進化～積水
- (3) 家中まるごと抗ウイルス化するコーティング材～大和
- (4) ウィズコロナ時代を快適にする暮らし方提案～大和
- (5) 賃貸商品では仕事とプライベートの使い分けが重要
- (6) コロナ禍で在宅時間が増えたことで遮音性もより重要に

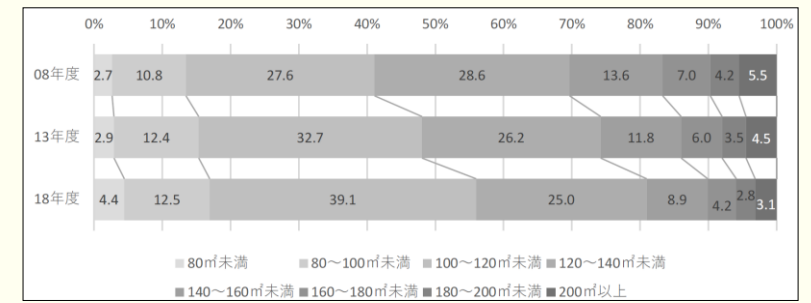
3. コロナ禍で活用が進むか WEB 商品

- (1) 19年に投入したWEB商品に光が当たる～大和
- (2) 過去にヒットしたネット商品を復活～ヤマダ
- (3) コロナ禍で増加するWEBイベント

■コロナ禍における消費者アンケートを実施



■持家2階建床面積構成比の推移



VI. 都道府県別、都市別住宅着工等データ一覧

■都道府県別・住宅着工データ

- ・低層プレハブ及び2×4利用関係別普及率の推移
- ・延床面積別 持家着工数の推移
- ・中層住宅着工数の推移
- ・持家着工数(全戸数、プレハブ、2×4、在来木造)

■都道府県別・住宅着工数

- ・低層、中層、低層プレハブの利用関係別着工数

■都市別・住宅市場性指標データ