

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通し

- (1) 住宅着工～23年度は80万まで減少、特に持家の減少が大きい
- (2) 地域別着工～三大都市圏シェアは貸家を除き増加に転じる

2. 工法別の着工動向

- (1) 【在来木造】～木造のシェア上昇、2×4シェア増加の影響大
- (2) 【プレハブ】～プレハブ着工が1万户を割り、シェアも再度減少
- (3) 【2×4】～他工法と比較して着工減少なく、シェアは上昇

3. 延床面積～平均床面積は全エリアで縮小

4. 中層住宅～3階建着工棟数は減少もシェアは増加

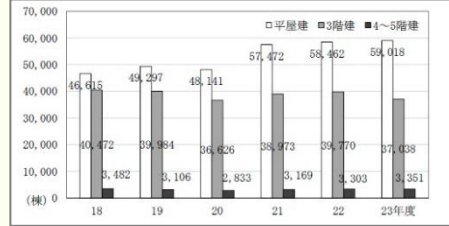
5. 平屋～平屋比率は9年連続で増加。全国的にシェア高まる

<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（2023年度）

- (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・・・ 全国47都道府県分掲載！

<データイメージ>

■京都府 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(㎡)		中央値(㎡)	
			1階	2階	3階	23年度	22年度	23年度	22年度
1	一条工務店								
2	積水ハウス								
3	積水化学工業								
4	タマホーム								
5	住友林業								
6	森田HD								
7	徳商住販								
8	大和ハウス工業								
9	パナソニックホームズ								
10	アイ工務店								
県全体			8.9%	83.0%	8.1%	114.0	115.1	106	107

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. 【2023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「グランスマート」が首位に
- (2) 【3,000万円未満】～一条が6商品で独壇場
- (3) 【3,000～3,500万円】～値ごろ感訴求の価格帯に
- (4) 【3,500～4,000万円】～各社主力級商品による激戦ゾーン
- (5) 【4,000～5,000万円】～住友林業の平屋商品が棟数増加
- (6) 【5,000万円以上】～積水、住林の主力商品が激突

3. 【建物価格】に関する販売傾向

- (1) 建物価格販売傾向～3,000万円以上の価格帯が増加
- (2) 平均受注像～建物価格、坪単価はこれまでにない大幅上昇

4. 【床面積】に関する販売傾向

- (1) メーカー15社の平均床面積は120㎡で縮小傾向
- (2) 面積帯別販売棟数～100㎡未満の小型物件が増加

<データサンプル>

■商品別の販売実績ランキング推移

順位	2021年度			2022年度			2023年度			前位順位	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	cube・i-smart	一条工務店									
2	大安心の家シリーズ	タマホーム									
3	3S(ハイルム)	積水化学工業									
4	3シリーズ	積水ハウス									
5	The Forest 邸	住友林業									
6	ジュークエド	大和ハウス工業									
7	シャークウッド	積水ハウス									
8	キュービックス系	旭化成ホームズ									
9	バルフェ	積水化学工業									
10	シンセ系	トヨタホーム									

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、平均坪単価

会社名	価格 (万円)					坪単価 (万円/坪)						
	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	増減	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	増減
旭化成ホームズ												
一条工務店												
サンヨーホームズ												
スウェーデンハウス												
住友林業												
積水化学工業												
積水ハウス												
大和ハウス工業												
タマホーム												
トヨタホーム												
日本ハウスHD												
パナソニックホームズ												
ミサワホーム												
三井ホーム												
ヤマダホームズ												
平均(最終)												

ハウスメーカーの平均本体価格
平均坪単価の傾向は！？

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15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、3階建旭化成

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～採用率はさらに上昇
- (2) 2023年度エネルギー関連設備ランキング

7. 【新商品】傾向～戸建は規格型商品の投入が増加

<データサンプル>

■住宅メーカー仕様採用状況一覧

会社名	太陽光発電			エネファーム			蓄電池		
	22年度	23年度	増減	22年度	23年度	増減	22年度	23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
太陽光発電、エネファーム、
蓄電池、HEMS
大手8社の平均像は？

IV. 住宅メーカーの商品戦略 ～次なる商品につながる足元変化

1. 建物価格高騰への対応が必要

- (1) インフレ対策に加えて25年問題など課題山積の住宅業界
- (2) 脱デフレ時代における住宅商品の方向性
- (3) コストダウンに向けて規格型商品に注力
- (4) メーカー規格型商品の訴求ポイント
- (5) 平屋比率拡大で専用商品も増加
- (6) ハウスメーカー同士の連携も必要か
- (7) オープンイノベーションによる技術革新も視野に

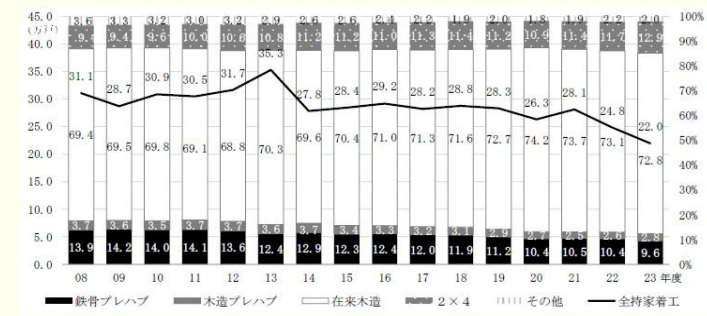
2. 富裕層攻略を目指すハウスメーカーが増加

- (1) 積水ハウスは3rdレンジ注力で1棟単価5,248万円に
- (2) 富裕層への訴求は「人」のアピールがカギ
- (3) 高級商品の方向性

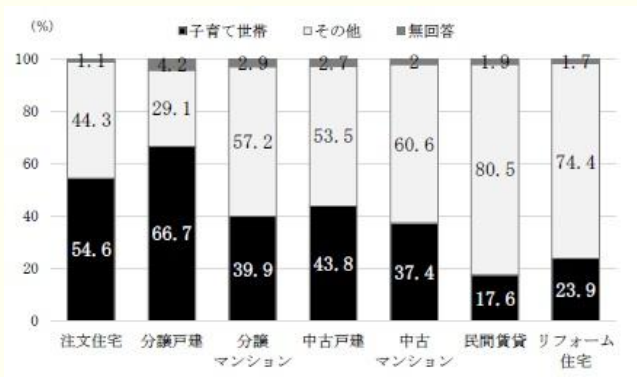
3. 木造商品の強化と施工力確保の動き

- (1) 鉄骨系メーカーの木造をめぐる動きが鮮明に
- (2) 断熱等級7商品を投入し、木造住宅に新規参入する旭化成
- (3) 人財育成で施工力強化を目指す積水ハウス

■持家着工推移と構法別シェアの推移



■各住宅取得世帯に占める子育て世帯の割合



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

- ・世帯数増加率、所得水準、平均床面積