

掲載企業個表

～詳細個表：5～9頁で徹底分析（2ページ概要表＋分析内容3～7ページ）～

旭化成ホームズ、住友林業、積水化学工業、積水ハウス、セレコーポレーション、大東建託、大和ハウス工業、東建コーポレーション、パナソニックホームズ、ミサワホーム、三井ホーム、レオパレス21

～概要個表：2～4簡易概要表＋分析内容～

MDI、シノケングループ、スターツコーポレーション、生和コーポレーション、大成ユーレック、高松建設、トヨタホーム、日本住宅、ヒノキヤグループ、フジ住宅

詳細個表の紙面 サンプル

個表 サンプル

企業分析は以下のような項目が含まれています

- ① 決算概要推移
- ② 組織・人員概要、関連会社情報
- ③ エリア別販売動向
- ④ 商品関連データ（タイプ・階層・特徴別など）
- ⑤ 販売手段動向、オーナーフォロー状況
- ⑥ 一括借上げ実績及び概要
- ⑦ 入居者源泉（個人・法人及びルートなど）
- ⑧ 組織図

購入申込書

お申込みありがとうございます。必須事項をご記入の上、下記のいずれかでご送付ください

FAX：03-3358-1429 又は : jsk-mrk@tact-jsk.co.jp

※弊社HPからでも申込できます

資料名

20 アパート業界の競争力分析 頒価 125,000円（税込 137,500円）

※下記会員様は上記頒価の10%割引となります

申込内容 (チェックしてください)	① 冊子のみ	※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、メールアドレスを必ずご記入ください ※「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
	② 冊子を購入し、PDF版見積依頼	
	③ 冊子+PDFの見積依頼（購入は検討）	
サービス加入状況	TACT(会員No.)・TACTリフォーム TACTテレビ・ハウスメーカーレポート・エクスプレス	／ 非会員
御住所	〒	
貴社名		
部署		
御役職	T E L	()
御氏名	F A X	()
E m a i l	@	
支払予定日	年 月 日	振込銀行 みずほ・三井住友・三菱UFJ

※資料は本申込書到着次第、即日又は翌営業日に宅急便にて発送いたします。（定休日：土日祝日）

※但し、弊社とのお取引が初めての場合は事前入金をお願いします。

事前入金は申込書受理後に請求書を送付、ご入金の確認後資料を送付します

<お問い合わせ先> 株式会社住宅産業研究所 マーケティング部
TEL:03-3358-1407 FAX:03-3358-1429 Eメール:jsk-mrk@tact-jsk.co.jp

ご記入いただきました個人情報は、今後、商品、請求書の発送、各種サービスのご案内などをお届けするために使用いたします。また、弊社ホームページに掲載の「個人情報保護方針」に従い、適切に管理いたします。ご登録情報は、調査資料の発送など外部業者へ預託することもありますので、予めご了承ください。また、ご記入いただいたご本人には、ご自身の個人情報の開示請求、間違いがある場合には訂正、削除を求める権利がございます。

当社の個人情報保護に関するお問い合わせ、ご相談、及び要望などがございましたら、総務課の個人情報取扱窓口までご連絡をお願いいたします。

＝住宅産業研究所 発行資料のご案内（21年4月27日発行）＝

専門系から大手メーカーなど多数の企業分析

中高層賃貸住宅ランキングを新規収録！
カラー化でグラフ、画像が見やすくなりました！

'20 アパート業界の競争力分析

A4ヨコ判 266頁 一般頒価125,000円（税込137,500円）

有力アパート業者取材と市場の徹底分析で 賃貸住宅市場の将来性を見極める！！

当資料のポイント

1. 厳しくなってきた市場に企業は？～有力企業の賃貸住宅戦略を徹底分析

- ハウスメーカーを中心に都市部進行が積極化、RCも含んだ中高層建築への対応力が更に必要に
- 都市郊外側で大和が巻き返し狙う!!変わらずS・Aエリアを深耕する積水、都市部シフトできるか大東
- 高付加価値提案に見合う賃料設定、入居付け力が試される。各社ブランディング、グループ連携強化
- 47都道府県別低層+中高層賃貸ランキング（確認申請ベース）～大東、大和、積水の3強変わらず

2. ローン厳格で個人地主→法人地主に、各社のルート開拓が加速～販売手法

- 反響・イベント～コロナによって対面からWEBにシフト、名簿取得後のランクアップが課題
- ルート営業～ローン付けが比較的容易な法人地主獲得に注力、専門メーカーのルート開拓が本格化
- 飛び込み～コロナ禍により状況が一変、専門系中心に販売手法からの転換を余儀なくされている。
- 再受注～注目度が上がる再受注、今後の課題は如何に「会わなくても繋がり続けることができるか」

3. これから注目の有力アパート業者は何処か？

- 大東建託～トップは維持するも大幅減、新規営業チャンネル開拓を模索中で法人ルート開拓が積極化!!
- 積水ハウス～物件の大型化・高付加価値提案で1棟単価は更に上昇、今後は賃貸ZEHの拡大に注力
- 大和ハウス～都市部注力を継続しつつ郊外回帰で巻き返しを狙う、10年固定、プラン効率化で差別化
- 旭化成ホームズ～ルート開拓が奏功し大型化が加速、ソフト、ハード、デザインでの差別化に注力

ローン厳格化などの影響で個人地主からの受注が低迷
都市部の法人地主からの受注獲得のためには、
組織力、商品力、設計力、営業力など企業の総合力が試される

☆全国県別・ブロック別
低層+中高層アパートランキング掲載

☆ローン厳格化などで、減少する
受注棟数を各社が額でカバー

※お申込は裏面の申込用紙にご記入の上、FAXで送信してください。弊社HPからでも申込み出来ます！

JSK 株式会社 住宅産業研究所



特集1. アパート市場分析

①賃貸住宅市場の着工実績と見通し

1. 新型コロナの影響が加わり、大きく落ち込む賃貸住宅着工
2. 賃貸住宅市場は回復するのか？
3. コロナ禍での賃貸住宅への影響は？
4. 小家族化の増加が賃貸住宅を支える
5. 立地適正化計画の影響は出るのか？

②地域別の低層賃貸住宅着工動向 (2019年度)

1. 三大都市圏シェアの62%で変わらずも、全エリアマイナスに
2. 県別低層貸家市場分析
3. 商圏別低層貸家市場分析

③低層賃貸住宅着工における工法別動向

④床面積別動向

⑤3階建賃貸住宅着工動向

⑥中高層賃貸住宅着工動向

⑦ストック分析

◆商圏別低層賃貸住宅着工数②

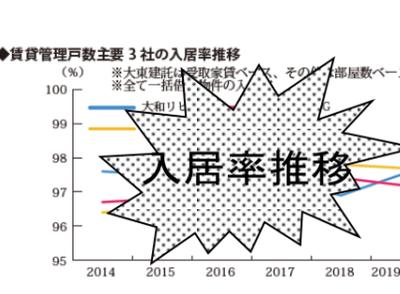
都道府県	商圏名	2018年度	2019年度	年増減率	都道府県	商圏名	2018年度	2019年度	年増減率
関東	さいたま市	4,213	3,633	▲3.4%	中部	新瀬田	2,296	1,181	▲12.5%
	川上	2,117	2,017	▲1.0%		新瑞穂	247	517	▲15.9%
	尾上	1,063	773	▲6.2%		新野田	196	262	6.0%
	越谷	3,613	1,971	▲11.4%		上越	503	576	2.7%
	久喜	620	403	▲8.3%		柏	393	465	3.4%
	川越	3,375	2,393	▲6.0%		佐野	228	195	▲3.1%
	所沢	1,234	1,050	▲3.2%		池袋	34	22	▲8.3%
	鶴ヶ谷	1,409	947	▲7.0%		合計	3,897	3,216	▲3.8%
	豊島	17,744	13,187	▲5.8%		富山	1,088	1,288	9.4%
	合計	3,928	3,044	▲5.0%		高岡	357	502	7.1%
中部	千原周辺	4,475	5,351	3.6%	富山	172	80	▲14.2%	
	柏	3,612	2,838	▲4.7%	砺波	73	61	▲3.5%	
	印旛	872	463	▲11.9%	合計	1,690	1,931	2.7%	
	千原木更津	1,290	1,247	▲1.7%	北陸	1,247	1,142	▲5.9%	
	合計	17,744	13,187	▲14.4%	福井	90	119	5.7%	
	北陸	17.2	26.1	21.1	19.7	8.7	7.9	24.3%	
	北陸	15.0	39.4	16.4	12.5	13.3	5.7%		
	北陸	16.5	29.9	24.0	20.7	5.3	7.1	11.7%	
	北陸	16.0	21.3	17.6	36.6	9.2	7.4	11.5%	
	北陸	27.8	26.5	20.2	13.7	6.6	2.3	18.0%	
北陸	29.9	23.2	31.6	9.6	3.0	10.2%			
北陸	9.7	28.5	20.3	24.1	9.0	8.4	9.4%		
北陸	14.3	30.8	17.1	18.6	12.2	0.5	8.9%		
北陸	9.3	24.1	21.6	29.8	9.2	4.1	4.8%		
北陸	15.6	24.8	32.8	12.2	0.5	22.9%			
北陸	12.5	22.7	29.8	23.2	9.9	14.9	1.4%		

◆地域別

◆アパート市場データ満載

特集2. アパート業界の競争力分析

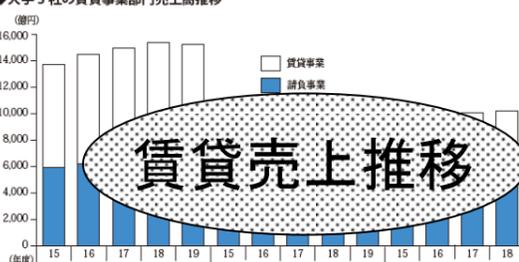
- ①販売棟数ランキング (販売ベース) ~ トップ大東変わらず、3階建までの低層の上位顔ぶれ変わらず
- ②アパート市場掌握力比較 (確認申請ベース) ~ 大東 No1 県 38 エリアとマーケットリーダーとして健在
- ③アパート販売戸数ランキング ~ 物件の大型化で販売戸数の増加に転じるメーカー多数
- ④アパート戸数ベース市場占有率状況 ~ 市場縮小で大東、大和、積水 3 社の低層市場シェアは上昇



- ⑤管理戸数・入居率推移 ~ 各増加幅は縮小気味だが、各社順調に管理戸数を積み上げる
- ⑥アパート売上高推移 ~ 請負売上は減少傾向だが、賃貸売上は拡大している
- ⑦アパート事業別収益力分析 ~ アパート大手 5 社の収益力比較、ハウス不動産、大和リビング系の収益力比較など
- ⑧アパート地域別販売ランキング (確認ベース: 低層+4~9階建までの中高賃貸住宅) ~ 北海道、東北、北関東、首都圏、東海、近畿、中四国、九州と各都道府県

◆2019年度茨城県賃貸住宅販売ランキング (確認ベース)

順位	社名	1-9階	低層	中高層貸家	合計
1	大東建託	220	57	10	287
2	東建コーポレーション	10	10	10	30
3	大和ハウス工業	10	10	10	30
4	積水ハウス	10	10	10	30
5	パナソニックホームズ	10	10	10	30
6	ハイツコーポレーション	10	10	10	30
7	日本住宅工業	10	10	10	30
8	積水化学工業	10	10	10	30
9	吉川工業	10	10	10	30
10	齊藤建築工業	10	10	10	30
県計		249	57	10	316



特集3. アパート販売戦略

- ①販売動向 ~ コロナ禍で一変した各社の 20 年度受注動向
- ②販売手法分析① ~ 全体感【新規顧客をキャッチする切り口 (イベント、飛び込み) 厳しく、法人に各社殺到】
- ③販売手法分析② ~ ルート別【不動産業者、金融機関、税理士、イベント、展示場、オーナーレポート…】
- ④販売手法分析③ ~ テーマ別【都市中心部での戦い、ZEH 賃貸住宅の売り方は?、設計力訴求は?…】

◆販売情報源別の状況は?

飛び込み・電話	イベント・広告反響	展示場	再受注	OB紹介	その他紹介	ルート営業	その他
大東	24.9%	2.0%					
東建							
積水							
大和	15.0%	若干		45.0%			
旭化成	19.0%	25.0%		51.0%			5.0%

特集4. アパート商品戦略

- ①供給建物分析 ~ 階層分析、床面積分析、大型化の実情に迫る
- ②商品分析 ~ 各社の主力商品分析
- ③商品戦略分析 ~ ZEH 賃貸、ニューノーマル、テレワーク対応 遮音、戸建貸家、ペット、賃貸併用 今後の賃貸住宅のトレンドになる商品は?
- ④主要会社新商品概要 ~ 商品概要、構造、断熱性能、設備 坪単価などを掲載

◆2階建、3階建主力商品一覧

企業名	商品名	販売棟数	社内棟数シェア	傾向
旭化成ホームズ	2階建専用 (リゾ、エクシオ)	619	35.9%	↓
積水化学工業	レトア	390	54.9%	↑
積水ハウス	プロモープ	1,645	43.2%	↓

4. 主要会社新商品概要①

4. 主要会社新商品概要②

4. 主要会社新商品概要③

4. 主要会社新商品概要④

4. 主要会社新商品概要⑤

◆新商品概要

◆908年10月に竣工予定

◆1000坪前後

◆設計方式: 自由設計

◆坪単価: 約100万円

◆天井高: 2.4m

◆構造: 鉄骨造

◆工法: 鉄骨造

◆仕様: 鉄骨造

◆設備: 鉄骨造

◆断熱: 鉄骨造

◆遮音: 鉄骨造

◆ペット: 鉄骨造

◆ZEH: 鉄骨造

◆テレワーク: 鉄骨造

◆その他: 鉄骨造

特集5. アパート管理・入居付けトレンド

- ①入居付け手法動向 1 ~ 専業は直営店で入居確保メーカーで直営展開の動き
- ②入居付け手法動向 2 ~ WEB 戦略に注力し、入居者確保
- ③入居付け手法動向 3 ~ ブランディング強化も入居付けの武器に
- ④自社管理獲得が最重要課題【各社の関与率一覧】
- ⑤コロナ禍だからこそ、賃貸リフォームを再度注力

◆各社の入居付け手法の概要①

◆各社の入居付け手法の概要②

◆各社の入居付け手法の概要③

◆各社の入居付け手法の概要④

◆各社の入居付け手法の概要⑤

◆各社の入居付け手法の概要⑥

◆各社の入居付け手法の概要⑦

◆各社の入居付け手法の概要⑧

◆各社の入居付け手法の概要⑨

◆各社の入居付け手法の概要⑩

◆各社の入居付け手法の概要⑪

◆各社の入居付け手法の概要⑫

◆各社の入居付け手法の概要⑬

◆各社の入居付け手法の概要⑭

◆各社の入居付け手法の概要⑮

◆各社の入居付け手法の概要⑯

◆各社の入居付け手法の概要⑰

◆各社の入居付け手法の概要⑱

◆各社の入居付け手法の概要⑲

◆各社の入居付け手法の概要⑳