

■大変お待たせいたしました！！2017年3月29日 ついに発刊しました！

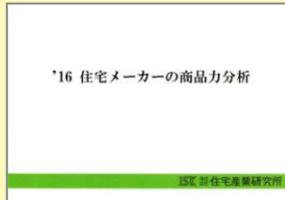
16 住宅メーカーの商品力分析

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 223ページ 頒価 80,000円（税別）

住宅メーカーで最も売れている商品は何か!?

住宅産業研究所の定番資料として発刊しています「住宅需要の解明と商品戦略」は、16年度版より新たに「住宅メーカーの商品力分析」としてリニューアル発刊致します。**住宅メーカー20社に関して詳細分析**を試みました。今後の縮小が懸念される住宅市場で、売れている商品は何か!?**今、住宅メーカーが行うべきことは何か!?**を知るきっかけとなる資料です。



★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！！

■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！

~ZEH対応から在来木造進出まで、メーカーの最新動向を知る

■メーカー販売傾向 ~住宅メーカー動向を分析、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)
スウェーデンハウス(株)	東建コーポレーション(株)	(株)ヤマダ・エスバイエルホーム
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)	パナホーム(株)	

調査対象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

2016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。

【調査個表】サンプル <主要住宅メーカー20社を詳細分析>

住宅大手メーカー商品の“今”を知る！最新商品販売情報

<個表サンプルNo.1>

メーカー	商品名	販売	価格	床面積	階層	特徴
イオン	イオン	28/19	3,050	146	82	デザイン重視の主力商品
ビーム	ビーム	22/19	2,470	164	84	日本の住まいを現代風に具現化
ビーム	ビーム	26/13	3,120	127	81	デザイン系外観の主力商品
ビーム	ビーム	44	5,000	199	91	豪華仕様3.4階建て商品
ビーム	ビーム	112	3,950	150	88	海外発注バルーンを採用した主力モデル
ビーム	ビーム	49	3,300	124	82	パーソナルオーダーメイド商品
ビーム	ビーム	22/4	90	3,130	125	一次消費者向けのモデル
ビーム	ビーム	26/12	19	4,400	171	木質系3階建て商品

<個表サンプルNo.2>

メーカー	商品名	販売	価格	床面積	階層	特徴
イオン	イオン	28/11	3,050	270	63	2階建てS.H.M.
イオン	イオン	26/19	190	12,850	206	2.4階建てS.H.M.
イオン	イオン	26/1	4階建て多目的複合マンション	25	30	4階
イオン	イオン	26/2	不造美観商品を改定、陶器外壁を拡充	75	76	1階
イオン	イオン	26/3	大規模100㎡超、2.5寸角配管を新採用	58	49	4階
イオン	イオン	26/8	ハイブリッド2階+2階、小規模収納等	2	2	4階
イオン	イオン	26/9	デザイン30周年、B型システムの拡充	2	2	4階

<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(25-27年度) : 年間販売棟数/構成比
- ④賃貸商品別販売推移(25-27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(27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

※サンプルは前年度版のイメージです

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

'16住宅メーカーの商品力分析 一般価格 80,000円(税別、下記会員様は一般価格より1割引)		冊
会員種別 (いずれかに○)	TACT・TACTハウスメーカーレポート・TACTリフォーム・eコンサルティング・エクスプレス・オンデマンド / 非会員	
御住所	〒	
御社名	TEL	
部署・役職	FAX	
御氏名	振込銀行	
メールアドレス	@	

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。

※弊社とのお取引が始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

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、ご入金の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 御苑前 311ビル

- 資料内容に関するお問い合わせ(関西支社) 06-6365-5831 関(和則)、三大寺
- 申込み・資料発送・ご入金等のお問い合わせ 03-3358-1407 鴻上

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～27年度は賃貸とマンションが大きく増加
- (2) 地域別の着工傾向 ～持家、分譲は地方、貸家は都市部増加

2. 工法別の着工動向

- (1) 【在来木造】～20万戸まで回復し、シェアも一気に70%台へ
- (2) 【プレハブ】～持家、貸家、分譲ともシェアは低下
- (3) 【2×4】～市場に占めるシェアは頭打ちの状況

3. 延床面積～持家平均は122.7㎡、10年間で1縮小

4. 中層住宅～3階建3.5万棟でシェア変わらず、4～5階建微増

5. 平屋～平屋は36,151棟で3階建の棟数を抜く

6. 建替需要～持家の建替率は11.9%まで減少

<参考データ>

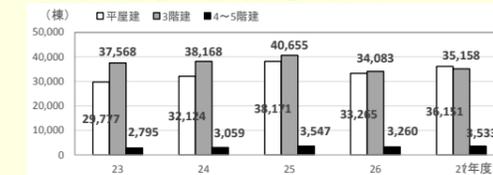
- ・地域別利用関係別住宅着工数の推移
- ・地域別床面積別構造別着工（持家、低層貸家）
- ・持家の地域別の延床面積別着工数の推移 etc.

<データサンプル>

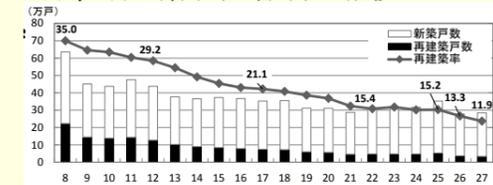
■持家の利用関係別3大都市圏シェア

	首都圏	東海	近畿	その他
H25	21.4	15.5	12.0	51.1
H26	21.5	15.3	11.9	51.3
H27	21.1	15.2	12.1	51.6

■階層別住宅の地域別着工動向



■持家再建築率(建替率)の推移



II. 住宅メーカーの商品販売動向 ～メーカー商品の売れ筋・平均像を把握する

1. 【平成27年度】商品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位に
- (2) 低価格～5商品をランクインさせタマホームの独壇場
- (3) 中級～一条工務店「i-smart」が好調で70棟増加
- (4) 中高級～木質系メーカーが台頭する
- (5) 高級～昨年より全体で377棟増加、高級商品は好調に推移
- (6) 3・4階建～2年連続、旭化成の「フレックス」が1位

3. 【建物価格】に関する販売傾向

- (1) 建物価格販売傾向～「1,500万円未満」が増加
- (2) 平均受注像～17社平均「本体2,903円、坪74.7万円」

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128㎡で2㎡減少
- (2) 面積帯別販売棟数～「100～120㎡」が30,101棟で最多

5. 【階層別】の販売傾向

- (1) 大手17社の階層別構成比～1階建（平屋）が増加
- (2) 階層別販売数～2階建の一位に一条工務店

6. 【設備仕様】傾向～スマートハウス、地震、性能

- (1) スマートハウス関連設備採用率～太陽光発電が減少
- (2) 27年度スマートハウス関連設備ランキング

7. 【新商品】傾向～富裕層向け商品が増加

<データサンプル>

■商品別の販売実績ランキング推移

順位	平成25年度		平成26年度		平成27年度	
	商品名	会社名	棟数	商品名	会社名	棟数
1	i-smart	一条工務店	6,951			
2	共栄の家	タマホーム	6,180			
3	ジューゴ	大和ハウス	5,300			
4	シーワグ	積水ハウス	5,000			
5	SDシリーズ	積水ハウス	5,000			
6	パナホーム	住友林業	4,745			
7	MaForest	住友林業	4,452			
8	洋風(セン)	一条工務店	4,452			
9	キュービックス(2期)	旭化成ホームズ	4,381			
10	シリアス系	ミサワホーム	4,200			

■主要住宅メーカーの商品別販売棟数

社名	商品シリーズ	商品名	棟数		シェア
			増減	増減	
旭化成					
一条工務店					
サンヨー					

■住宅メーカー仕様採用状況一覧

メーカー名	採用率(%)			
	オール電化	太陽光発電	エネファーム	蓄電池
積水ハウス				
大和ハウス				
積水化学				
ミサワホーム				
住友林業				
パナホーム				
旭化成ホームズ				
三井ホーム				
トヨタホーム				
平均(加重)				

III. 住宅メーカーの商品戦略 ～テーマ別の最新商品トレンド

1. 【ゼロエネルギーハウス】～国の方針として普及促進

- (1) 経産省 ZEH ビルダー登録制度スタートで ZEH 普及なるか
- (2) 業界を先導、補助金で市場活性化に期待～積水ハウス
- (3) ZEH=光熱費ゼロのアピールに注力～積水化学工業
- (4) ジーヴォΣの性能ベースに新ブランド立ち上げ～大和ハウス

2. 【多層階】世帯、人口が増加する都市部戦略が加速

- (1) 人口集中でメーカーの首都圏シフトが鮮明に
- (2) 4～6階建メイン「ヘーベルビルズシステム」投入～旭化成
- (3) インパクトのある“業界最高9階建”を訴求～パナホーム
- (4) アパートで3・4階建を強化～積水ハウス

3. 防災訴求と復興支援商品

- (1) 2016年4月に熊本地震が発生、ユーザーの関心高まる
- (2) 住宅メーカー各社で復興支援商品を投入
- (3) Σ構法の復興商品投入と太陽割りを推進～大和ハウス
- (4) 「震度7・60回」と実大実験結果を大きくアピール～三井
- (5) 防災力を備えた住まい「レジリエンス プラス」発売～住林

4. 一次取得客向け商品の傾向

- (1) メーカー建替比率は低下、一次取得対応強化が課題に
- (2) プラン限定“ちょうどいい”サイズを訴求～セキスイハイム
- (3) ロングセラー企画商品シリーズに高天井追加～ミサワホーム
- (4) エアロテック込みで1,980万円からを訴求～三菱地所
- (5) コンパクト住宅の選択肢として平屋を提案～セキスイハイム

5. ボリューム層の共働き世代を攻略しよう

- (1) 女性向け提案は“共働き”世帯向け提案へ
- (2) 家事を“シェア”するという発想～パナホーム
- (3) 家族が家事を手伝えるアイテムを投入～大和ハウス
- (4) 近居のススメで住宅取得の可能性を広げる～旭化成

6. 【心地よい空間】の実現を提案する

- (1) メーカーならではの心地よい空間訴求で差別化を図る

- (2) ジーヴォΣの進化と和風・平屋商品～大和ハウス
- (3) アウトドアブランドとのコラボ～積水化学工業
- (4) 屋上の具体的な活用方法を提案する～旭化成

7. 【外壁訴求】～他社にはないオリジナル外壁で差別化

- (1) ハード訴求の他ブランディングにも貢献する外壁訴求
- (2) 積水ハウス～オリジナル外壁のパイオニア
- (3) 鉄骨系各社の外壁新商品～大和、ハイム、パナ
- (4) 木造系は吹付材で自然な風合いを訴求～住友・三井
- (5) その他特徴的な外壁～ALC、タイル、ガルバリウム合板

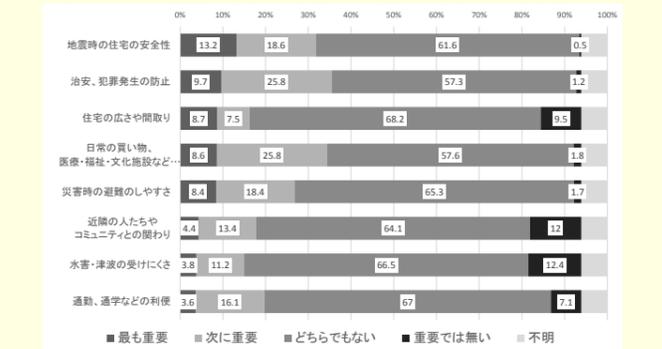
8. 高齢化社会に向けて健康配慮住宅がテーマに

- (1) 健康の促進や維持は住宅内の空気質の改善から
- (2) 国際的な基準をクリアした空気質を訴求～パナホーム
- (3) HEMS制御による健康と省エネを訴求～セキスイハイム
- (4) 「木の家」による健康維持増進住宅を訴求～住友林業

9. プレハブメーカーの在来木造工法への進出

- (1) 持家に占めるプレハブ住宅のシェアは低下の傾向
- (2) 施工子会社を通じて「積和の木の家」を展開～積水ハウス
- (3) 富裕層狙いの高級商品として展開～パナホーム
- (4) 木造軸組商品による分譲地展開が増えている
- (5) 2×4→木造軸組参入で実績を伸ばす～住友不動産

■住宅及び居住環境に関して最も重要と思う項目は？



IV. 住宅商品関連の広告・PRトレンド

- 1. 環境配慮の提案は「ZEH(ゼロエネルギー)」のアピールへ
- 2. 熊本地震の発生で防災・減災のアピールが増加
- 3. 中高層・平屋のアピールとエリア戦略
- 4. 旭化成の広告に見る社会問題へのメッセージ
- 5. 賃貸市場活況で資産活用関連の広告が増える

★各テーマの広告見出し、キャッチコピーをリスト化
→各社の宣伝・アピールのポイントが把握できます。

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
- 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