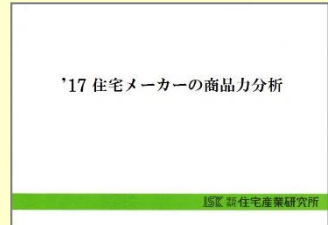


# 17 住宅メーカーの商品力分析

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行しています「住宅需要の解明と商品戦略」を、昨年よりリニューアル！新たに「住宅メーカーの商品力分析」として発行し、**住宅メーカー各社の商品に関して詳細分析**を試みました。縮小が懸念される住宅市場で、売れている商品は何か!?**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最新資料です。



### ★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?平屋どのくらい増加?
- 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! ~新工法や低価格化など、メーカー商品の最新動向を知る
- 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

2017年8月発行の資料「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

### <個表サンプルNo.1>

会社名	商品名	販売戸数	販売面積	平均価格	平均床面積	特徴
①	ヤマダホームズ	1,000	100,000	100,000	100.0	...
②	三井ホーム	800	80,000	100,000	125.0	...
③	大東建託	600	60,000	100,000	166.7	...
④	積水ハウス	400	40,000	100,000	250.0	...
⑤	パナホーム	200	20,000	100,000	500.0	...

### <個表サンプルNo.2>

会社名	商品名	販売戸数	販売面積	平均価格	平均床面積	特徴
⑥	大東建託	1,000	100,000	100,000	100.0	...
⑦	三井ホーム	800	80,000	100,000	125.0	...
⑧	大東建託	600	60,000	100,000	166.7	...
⑨	積水ハウス	400	40,000	100,000	250.0	...
⑩	パナホーム	200	20,000	100,000	500.0	...

### <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

'17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カウンセリング・エクスプレス・JSKテレビ / 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。

### <お問い合わせ先>

(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直し

- (1) 住宅着工〜復興需要や1棟売りアパートで97.4万戸へ回復
- (2) 地域別の着工傾向 ~持家、低層貸家、建売全てで3大都市圏比率低下

### 2. 工法別の着工動向

- (1) 【在来木造】 ~在来シェアは持家全体の71.0%まで伸長
- (2) 【プレハブ】 ~持家シェアは10年ぶりの20%割れ
- (3) 【2×4】 ~13年度上回る12.4万戸、貸家が着工増を牽引

### 3. 延床面積 ~持家面積は121.8㎡で前年度から0.9㎡低下

### 4. 中層住宅 ~3階建棟数は3.8万棟で、住宅全体の8.1%占める

### 5. 平屋 ~2年連続で増加し4万戸目前まで拡大している

#### <参考データ>

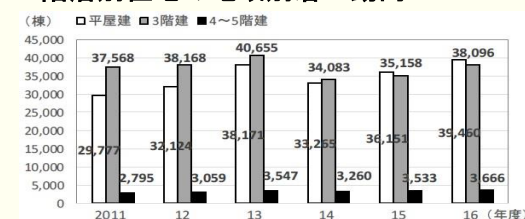
- ・地域別利用関係別住宅着工数の推移
- ・地域別床面積別構造別着工（持家、低層貸家）
- ・持家の地域別の延床面積別着工数の推移
- ・県別床面積指標ランキング（持家） etc.

#### <データサンプル>

##### ■持家の利用関係別3大都市圏シェア

年度	首都圏	東海	近畿	その他
2014年度	21.5	15.3	11.9	51.3
2015年度	21.1	15.2	12.1	51.6
2016年度	20.5	15.1	12.5	52.0

##### ■階層別住宅の地域別着工動向



##### ■持家の県別床面積指標

順位	小規模住宅比率		大規模住宅比率		1戸当面積下位		1戸当面積上位	
	県名	比率	県名	比率	県名	床面積	県名	床面積
1	沖 縄	46.6	富 山	11.8	鹿 児 島	111.0	富 山	136.4
2	東 京	44.3	山 形	11.4	山 口	115.1	福 井	135.8
3	神 奈 川	36.7	福 井	10.7	高 知	115.1	山 形	133.9
4	京 都	35.7	福 島	10.6	沖 縄	115.4	福 島	130.6
5	鹿 児 島	35.4	沖 縄	8.9	宮 崎	115.7	石 川	129.2
6	熊 本	33.3	新 潟	8.7	神 奈 川	115.8	新 潟	128.9
7	大 阪	32.2	青 森	8.6	京 都	115.8	宮 城	128.8

## II. 住宅メーカーの商品販売動向 ~商品の売れ筋・平均像を把握する

### 1. 【平成28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商品がランクインシタマホームの独壇場
- (3) 中級〜一条工務店「i-smart」が好調で150棟増加
- (4) 中高級〜木質系メーカーが台頭する
- (5) 高級〜高級路線は継続も、低価格帯への注力も顕在化
- (6) 3・4階建〜物件の大型化が目立つも棟数は横這いから微減

### 3. 【建物価格】に関する販売傾向

- (1) 建物価格販売傾向〜「1,500〜1,999万円」が増加
- (2) 平均受注像〜17社平均「本体2,970円、坪77.3万円」

### 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127㎡で1㎡減少
- (2) 面積帯別販売棟数〜「100〜120㎡」が31,067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) 28年度スマートハウス関連設備ランキング

### 7. 【新商品】傾向〜都市部・高級が引き続きトレンドに

#### <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26年度		平成27年度		平成28年度	
	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	8,030			
2	大安心の家	タマホーム	5,088			
3	MyForest	住友林業	4,170			
4	キュービックス(住)	旭化成ホームズ	4,089			
5	シャークド	積水ハウス	4,000			
6	深風(セント)	一条工務店	3,999			
7	シーラズ	大和ハウス	3,700			
8	DSシリーズ	積水ハウス	3,600			
9	シンセ系	トヨタホーム	3,300			
10	ジリアス系	ミサワホーム	3,221			

<平成28年度>  
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商品別販売棟数

会社名	平均受注額					
	25年度		26年度		27年度	
旭化成ホームズ	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970
一条工務店	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970
サンヨーホームズ	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970
大和ハウス	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970
住友林業	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970
積水ハウス	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970
タマホーム	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970
トヨタホーム	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970
日栄ホームズHD	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970
パナホーム	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970
ミサワホーム	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970
三井ホーム	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970
三菱ホーム	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970
ヤマダホームズ	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970
住友不動産	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970
平均(17社)	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970	2,970

ハウスメーカーの平均本体価格  
平均坪単価の傾向は！？

##### ■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		HEMS	
	27年度	28年度	27年度	28年度	27年度	28年度	27年度	28年度	27年度	28年度
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(17社)										

ハウスメーカーの仕様採用状況が分かる！  
オール電化、太陽光、エネファーム、蓄電池、HEMS  
28年度 大手9社の平均像は？！

## 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. 住宅メーカーのZEH戦略〜ゼロエネから快適性追求へ

- (1) 2020年改正省エネ基準義務化で暖かい家がトレンドに
- (2) 住宅メーカーのZEH普及率は積水ハウスがトップ
- (3) 業界を先導する積水、主力商品に超高断熱サッシを搭載
- (4) ハイムは3階建デシオも高断熱ZEH化
- (5) 他社には難しい取組みを実現する一条工務店
- (6) パナホームは省エネ換気・空調システムで健康面を訴求

### 2. マイクログリッドによるエネルギー地産地消を目指した取組み

- (1) ZEHの先にあるマイクログリッドは日本に根付くのか
- (2) 城県災害公営住宅にて防災エコタウンとして実現〜積水
- (3) ZETからマイクログリッドへ〜大和ハウス
- (4) 全117戸の大型分譲地でマイクログリッドを構築〜パナ

### 3. 高天井を実現する新構法に注目

- (1) 大手住宅メーカー新商品のトレンドは“高天井”
- (2) 積水ハウスの主力商品でもついに高天井仕様を投入
- (3) 2.72mの高天井仕様の採用率は75%まで上昇〜大和
- (4) 木造の住林は天井高バリエーションの豊富さをアピール
- (5) 新構法センチュリーモノコックで約3mの高天井実現

### 4. 一次取得者向け価格抑制商品

- (1) 現状の生活（住まい）に満足している若年層
- (2) 価格を抑えたウラ商品が増えている
- (3) 2×6系低価格商品投入でボリュームゾーンを開拓
- (4) 価格抑制商品投入における危険性回避とセカンドブランド

### 5. 今、全国的に伸びているのは平屋住宅

- (1) 14年度に平屋戸数が3階建戸数を上回った
- (2) 平屋は太陽光と相性が良く、集客フックとしても有効
- (3) 平屋は落ち付き感のある木造商品と相性が良い
- (4) 平屋のターゲットは「シニア層」と「若年層」

### 6. 都市部3階建も大激戦りになっている

- (1) 住宅メーカーは世帯数が伸び収入も高い都市部に注力
- (2) 高級化を進めて単価アップを図る重量鉄骨商品
- (3) 棟数を稼ぐ軽量鉄骨3階建商品
- (4) 木質系メーカーでは耐震性・耐火性強化のアピール

### 7. 生活提案商品で顧客を引き付けよう

- (1) 家事・子育て・アウトドア・音楽など…幅広い提案が可能
- (2) 家事年収シミュレーションを導入〜大和
- (3) 共働き家族に向けて3つの提案「DUE CLASSO」〜住林
- (4) 「奏でる家」防音室は音楽を楽しむための部屋〜大和
- (5) 子供のスポーツを応援するアクティブ土間のある家〜大和
- (6) 「まちもりポット」で緑化提案〜旭化成

### 8. 保証制度の充実で差別化を図る

- (1) 充実した保証制度を持つハウスメーカー各社
- (2) 建物が存在する限り保証が続く〜積水、大和
- (3) 他社鉄骨系も最長60年保証を導入〜旭化成、パナ、トヨタ
- (4) 木造系はミサワは無期限保証、住林、三井は30年

### 9. IT活用、IoT住宅など未来の住宅の方向性

- (1) 大和ハウスはAIスピーカーを活用した展示場を展開
- (2) IoT活用はアパートの方が相性良い？
- (3) 集客フックから設計活用へ？積水ハウスVR投入

#### ■メーカー2階建主力商品の天井仕様一覧

会社名	発売日	商品名	天井高	最大 (新上げ+床下げ)
旭化成	13年11月	キュービック (NEXT HEBEL HAUS)	2.4m/2.56m	2.86m (新上げ+床下げ)
住林	17年4月	ザ・フォレストBF	2.25m/2.4m/2.6m/2.8m	約3.52m (新上げ+床下げ)
積水	17年4月	NEWイズロイエ	2.5m/2.74m	3.31m (新上げ+床下げ)
化学	-	バルフェ	2.4m/2.55m	-
大和	14年1月	ジーヴオΣ	2.40m/2.72m/2.80m	3.16m (新上げ+床下げ)
パナ	15年4月	カサート	2.27m/2.42m/2.57m	2.57m+床下げ
ミサワ	17年4月	CENTURY Primore	フリー対応	約3m
三井	-	フリー系	2.4m/2.6m/2.7m/3.0m	約3m

## IV. 住宅商品関連の広告・展示場トレンド

- 1. 新聞広告で改めて構造、耐震をアピール
- 2. 天井、大開口による空間の有効活用を訴求
- 3. ZEHプラスαのアピールで更なる認知拡大へ
- 4. 企業の記念年を利用した新商品発売
- 5. 地方で拡大する平屋住宅のアピール
- 6. ゆったりと過ごせる“木”の家をアピール
- 7. 旭化成ホームズ二世帯訴求連続広告
- 8. アパート広告は高級化・リユースアピールなど様々 etc.

## 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