

2020年までのカウントダウン

明暗を分ける勝負の3年計画

セミナーの
ポイント!

- ☆ 消費増税・五輪で様変わりする住宅業界に如何に対応するか
- ☆ 都市部とローカル、価格帯も二極化、それぞれの勝ち組の戦い方
- ☆ リフォームは頭打ち? 海外戦略は? 市場縮小期の多角化戦略

7月20日(木) 大阪会場
AP大阪駅前梅田1丁目
JR大阪駅・各線梅田駅より
徒歩2分

7月21日(金) 名古屋会場
ミッドランドホール会議室
各線名古屋駅より
徒歩5分

7月24日(月) 東京会場
トラストシティカンファレンス・京橋
メトロ京橋駅より徒歩1分
JR東京駅より徒歩4分

申込
要領

1.下記申込書にご記入後、このままFAXでお送りください。

FAX 03-3350-0839

2.定員になり次第締め切りますので、お早めにお申し込み下さい。

3.セミナー受講料金は、下表をご参照ください。

4.お申し込み後、取消は原則として出来ませんので、止むを得ぬ場合は代理出席をお願い致します。

5.お申込代表者様宛に受講票をお送りしますので、当日には必ず受講票をご持参ください。

セミナー受講料金

TACT 会員 (無料枠使用)	無料
TACT 会員・TACT リフォーム会員・エクスプレス会員・他各種会員	30,000 円 (税込)
一般受講者 (非会員)	35,000 円 (税込)

ご参加お申込書

貴社名：
住所：〒
TEL： FAX：
ご入会状況 (いずれかに○) TACT ・ TACT リフォーム ・ エクスプレス ・ JSK テレビ
TACT ハウスメーカーレポート ・ eカウンセリング ・ 非会員
会員No.または ID 【
振込銀行 (有料ご参加の場合はいずれかに○)： 三井住友 ・ みずほ ・ 三菱東京UFJ ・ 当日現金
振込予定日 (有料ご参加で銀行振り込みの場合)： 平成 年 月 日

※お2人以上でご参加の場合は、受講票を代表でお受け取りいただく方の「ご参加番号」に○を付けてください

ご参加番号	会場	部署	役職	氏名	無料枠使用 (○を記入)
1				様	
2				様	
3				様	
4				様	
5				様	

お申し込み後、受講票、会場案内図、請求書を送付致しますので、届き次第受講料を右記銀行にお振込み下さい。尚、領収書が必要な方はお申し出下さい。
※振込み手数料はご負担下さい。

①三井住友 (新宿通支店) 当座 No.6501621
②みずほ (四谷支店) 当座 No.0126076
③三菱東京UFJ (四谷三丁目支店) 当座 No.310655
※振込口座名：カ) ジュウタクサンギョウケンキウシヨ

問い合わせ先

(株)住宅産業研究所

セミナー係

〒160-0022 東京都新宿区新宿 2-3-11 御苑前 311ビル TEL:03-3350-0781 FAX:03-3350-0839

回復途上の戸建市場、これからは何処で稼ぐか

市場動向・市場予測

大手の直近決算・中期経営計画から見てくる市場の将来展望

住宅商品トレンド

床面積は縮小、ハウスメーカーは新構法、都市部・富裕層に特化

FC・VC最新動向

商品力に加え、ブランディングや売り方に長けたFCが好調！？

スケジュール

時間	テーマと講演内容	講師
13:30 ～ 14:30	<p>I. 消費税増税、五輪の2020年が迫ってきた中での住宅政策</p> <p>1. 2016年度決算、着工は概ね堅調に、17年度の市場動向は？</p> <p>(1) もうすぐ100万戸まで来た着工だが…着工推移と今後の予測</p> <p>(2) 過去最高の大和、積水、大手ハウスメーカー、大手ビルダーの決算概要と事業別明暗</p> <p>(3) 大手が目指す中期経営計画、どんな事業で成長を描けるか</p> <p>2. あらゆる二極化が進む住宅市場、明暗もくっきり</p> <p>(1) 地価の二極化と各市場の将来展望、都市部と郊外・地方ローカルの市場攻略</p> <p>(2) 勝ち組大和ハウス、一条、オープン、桧家HD、その他注目の住宅会社は何処か</p> <p>(3) 急増するか、住宅業界のM&A、何処と組むのかで勝敗が決まる？</p> <p>3. 五輪後の住宅業界はどれだけ様変わりするのか</p> <p>(1) 増税と太陽光バブル崩壊でダメージ、本当にリフォームは伸びるのか、ストック事業拡大のカギは何か</p> <p>(2) ZEHは補助金に頼らずに普及可能か、エネルギー市場で稼ぐ</p> <p>(3) 盛り上がってきた海外戦略、将来的な市場拡大余地は確かにあるが、課題も山積み</p>	<p>代表取締役 関 博計</p> 
14:40 ～ 15:40	<p>II. “多角化”か“選択と集中”か？ 縮小市場を乗り越えろ！</p> <p>1. 縮小の始まり【直近20年間】の住宅市場動向を振り返る</p> <p>(1) 圧倒的ボリュームを誇る大手メーカーVS地域密着ビルダー</p> <p>(2) 縮小市場に強い企業は何処か、どういう動き方をしているのか</p> <p>2. 得意分野に集中するメーカー商品の最新トレンド</p> <p>(1) 主力商品に集中する。大手メーカーの新構法戦略</p> <p>(2) 平均単価拡大、床面積縮小～都市部・富裕層に特化</p> <p>3. 拡大段階に移行する大手ハウスメーカーの海外事業</p> <p>(1) ASEAN、豪州、北米～“海外”は次なる柱事業となりえるか</p> <p>(2) カギとなるのは日本技術の輸出と異文化マネジメント力</p>	<p>マーケティング部 チーフマネージャー 関 和則</p> 
15:50 ～ 16:50	<p>III. 新旧交代進むビルダー勢力図の変化と勝ち組ビルダーの戦略</p> <p>1. 16年度好調ビルダーの17年度の見込み、重点テーマは何か？</p> <p>(1) 注文大手は明暗分かれる、各県トップビルダーを追う新世代ビルダーも台頭</p> <p>(2) ZEH、多角化、IT活用、非住宅…、時流の変化に合わせた次世代戦略の重点テーマは？</p> <p>2. ビルダーが提供すべき、ターゲット層に“ちょうどいい”商品戦略</p> <p>(1) スケルトンの性能を高め、インフィルは設計・デザイン訴求かDIYでコストダウンか</p> <p>(2) “街づくり”で差別化する分譲団地の作り込みのポイント～ポラスグループ、ミナモト建築工房</p> <p>3. 勢力を拡大するFC・VCの最新動向</p> <p>(1) FC・VC最新ランキング～棟数、加盟店数、伸び率…、今強いFCは？</p> <p>(2) 工務店の性能を底上げするFC各社の商品戦略～アイフルホーム、クレバリーホーム…</p> <p>(3) プロダクトハウス+ブランディング、急成長の新興FC～ライフレーベル、ユニテハウス…</p>	<p>TACT 編集部 デスク 布施 哲朗</p> 