

《収録データ(一部)》

- ・主要国の将来推計人口
- ・都道府県別人口予測
- ・都道府県別家族類型別世帯数予測
- ・都道府県別高齢世帯予測
- ・都道府県別同居、隣居、近居等比率
- ・利用関係別地域別 2020 年までの住宅着工予測
- ・建築時期別戸建、マンション、賃貸住宅ストック数
- ・供給規模別住宅業者数推移
- ・地域別業態別シェア推移
- ・持家、賃貸、建売等分野別販売ランキング
- ・住宅取得者における単身及び2人世帯比率
- ・ハウスメーカー 10 社の建物平均像推移
- ・ハウスメーカーの狭小住宅比率
- ・ハウスメーカーの商品開発戦略
- ・ハウスメーカーの総合住宅展示場出展状況推移
- ・自動車販売店の経営指標
- ・先進的自動車販売店の店舗づくり事例
- ・ハウスメーカーの販売効率推移

お問い合わせ先

お申込みありがとうございます。必要事項ご記入の上、下記へ FAX してください

**FAX 03-3358-1429**

2020 年の住宅産業全予測 58,800 円 (税込) ※ TACT 会員 52,900 円 (税込)			
御住所	〒		
御社名			
所属・役職		T E L	
御氏名		TACT 会員	会員・非会員
支払予定日	平成 22 年 月 日	振込銀行	みずほ・三井住友・三菱東京 UFJ

お問い合わせ先

**(株)住宅産業研究所**

本社 〒160-0022 東京都新宿区新宿 2-3-11 御苑前 3 1 1 ビル 6F  
 TEL 03-3358-1407 FAX: 03-3358-1429 担当: 赤川  
 関西支社 〒530-0047 大阪市北区西天満 5-11-7 サンク西天満ビル  
 TEL: 06-6365-5831 (代) FAX: 06-6365-5870 担当: 関

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。



最新刊資料のご案内!

**TACT**  
**2020年住宅産業の全予測**

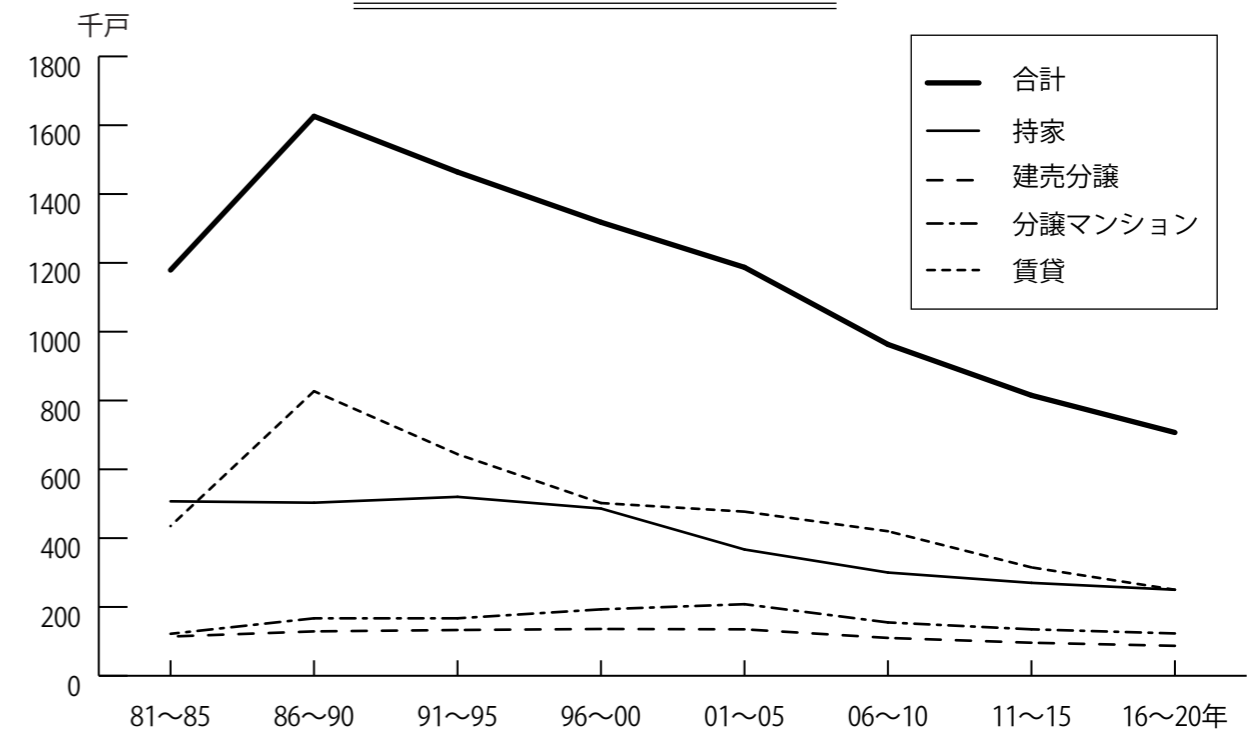
2010年1月20日発刊!

A4判100頁 頒価58,800円(税込) TACT会員52,900円

**10年前倒しになった着工数減、未来予測なしに生き残れない!**

- ☆社会・経済、着工数、市場構造、商品、販売の全分野を予測
- ☆160種類以上の豊富なデータで予測を裏付け
- ☆データだけでなく、先進企業の事例も紹介
- ☆住宅本体だけでなく、リフォーム、仲介等周辺分野についても幅広く分析
- ☆ハウスメーカー、ビルダー、建材等住宅関連企業の中長期戦略立案に必携!

利用関係別住宅着工数予測



**(株)住宅産業研究所 TACT編集部**

《資料目次》

I. 経済、社会、消費者はどう変わるか

1. 成熟化社会で何が起きるか
2. 低下する日本の国力
3. 2030年までに1200万人の人口減
  - (1) 首都圏と東海は当面人口が増加
  - (2) 首都圏に高齢化のリスク
4. 世帯数は2015年過ぎまで増加
  - (1) 地方で元気の北関東、厳しい中四国
  - (2) 増える小家族世帯、減る普通家族
  - (3) 地方で普通家族が大幅減
  - (4) 拡大する高齢世帯住宅市場
  - (5) 進む単独及び夫婦のみ世帯の高齢化
  - (6) 950万世帯の非同居高齢世帯は何処へ
5. 子世帯とは同居、近居、別居？
6. 変わる家族形態
7. 2020年団塊73歳、どこへ行く？
8. ポスト団塊ジュニアの消費スタイル
9. 拡大する地域格差、疲弊する地方

II. 産業構造はどう変わるか

1. 2020年着工総数は71万戸
  - (1) 日本の適正着工数は70万戸？
  - (2) 首都圏、東海が伸び、九州も堅調
2. 持家着工数は25万戸
  - (1) 地方の市場も比較的安定
  - (2) 建替え予備ストックは1千万戸
3. 建売分譲も市場縮小の時代へ
4. 小家族世帯増加が追い風～マンション
5. 最も市場が縮小する賃貸住宅
  - (1) 東海、九州など元気エリアが堅調
  - (2) 賃貸の建替えは進むか？
6. 業態別力関係はどう変わるか
  - (1) 聖域なき住宅業者淘汰が加速
  - (2) メーカーのシェア低下は止まらず
  - (3) 持家はハウスメーカーが30%超
  - (4) ビルダーのシェアが65%の建売分譲
  - (5) ハウスメーカー圧勝のアパート
7. ハウスメーカーは何をすべきか
  - (1) 時代変化への対応力がカギ
  - (2) 勝ち残るハウスメーカーはどこか
8. 優劣が鮮明になるビルダー市場
  - (1) 注文系ビルダーのカギは地場密着力
  - (2) ローコスト系ビルダーの課題
  - (3) 分譲系パワービルダーは生き残れるか
9. 生き残りは戦略性と低負担～住宅F C
10. 5棟以下は淘汰される～工務店
11. 新・リフォーム市場の夜明け
  - (1) 市場予測～本当に将来拡大するのか
  - (2) 日本人はメンテナンス嫌いか？
  - (3) 自動車業界では、固定費の7割以上を新車以外で賄う
  - (4) アフターメンテナンスで捕捉する
  - (5) 主導権を握るのは何処か～業態別競争力比較
  - (6) 建替えに替わる大型リフォーム増加

- (7) リフォーム市場拡大の予測
12. ストックビジネスの花形？中古住宅
  - (1) 2015年の市場規模は約50万戸
  - (2) 地場業者主導の仲介市場
  - (3) 住宅会社はどう攻めるか
13. リノベーション事業の将来性
  - (1) 市場規模は年間1万戸まで
  - (2) リノベ事業の特色
  - (3) ハウスメーカーも参入を開始
14. その他の有望な周辺分野
  - (1) 住宅関連分野
  - (2) 非住宅分野で何が出来るか

III. 商品戦略はどう変わるか

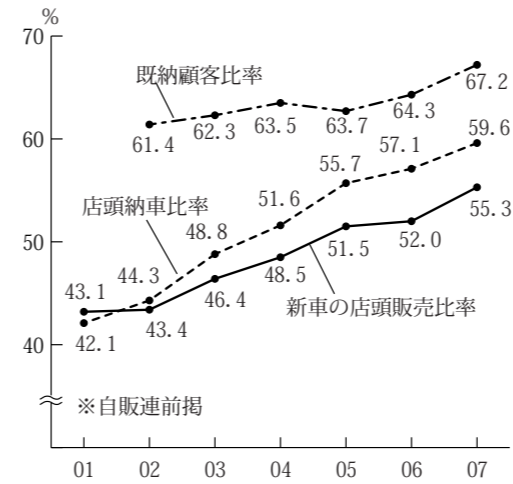
1. 行き着いた商品開発と今後のトレンド
2. 年齢から見た商品開発の切り口
  - (1) ポスト団塊ジュニア層
  - (2) 高齢世代の家づくり
3. 家族の変化に対応する商品開発
  - (1) 「お一人様」向け戸建て住宅
  - (2) 若年夫婦のみ世帯向け注文住宅
  - (3) 熟年夫婦のみ世帯は夫婦の距離感
  - (4) 隣居・近居、連結家族の家づくり
4. 【低価格化】対応の商品開発が急務
5. 【地方】の実情に即した商品投入を
6. 【海外】進出で本格輸入住宅開発なるか
7. 【エコ住宅】に太陽光以外の見所を
8. 【ネット住宅】でターゲット層の拡大狙う
9. 【ICT住宅】で近未来提案を具現化
10. 【住まい方提案】新家族像を顧客化する
11. 【イエメン】向けのインテリア住宅
12. 【所有⇒使用】のトレンドを捉える
13. 【認定中古家】のブランド構築を

IV. 住宅販売はどう変わるか

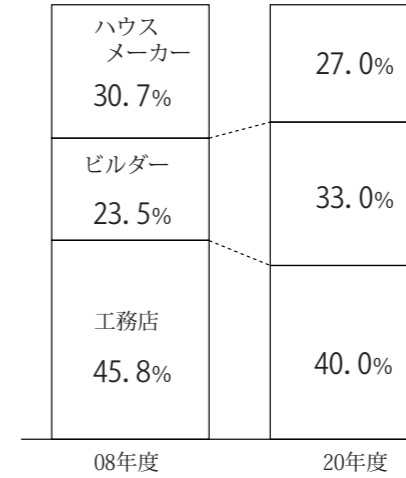
1. 成熟化時代の住宅営業はどう変わる
2. 総合展示場はどれだけ残るか？
3. ポスト総展が期待される販売手法
  - (1) 本命はOB客紹介・クチコミ
  - (2) 街角展示場は総展の代わりではない
  - (3) 非展示場営業組織は定着するか
4. 自動車業界に学ぶ販売革新
  - (1) 店頭販売比率が55%に高まる
  - (2) 来客が後を絶たない店づくり
  - (3) 地域と顧客に密着する店づくり
5. 注文住宅の未来型販売システム
  - (1) 訪問から店頭営業へ大転換
  - (2) お客様が集まる住宅店舗づくり
  - (3) 未来型の住宅店舗とは
6. 営業マンはどこへ行く
  - (1) 営業マンは大手で5千人以上が過剰に
  - (2) 訪問から店舗商談、OB、ルート開拓へ
  - (3) チーム営業のススメ

《収録データ(一部)》

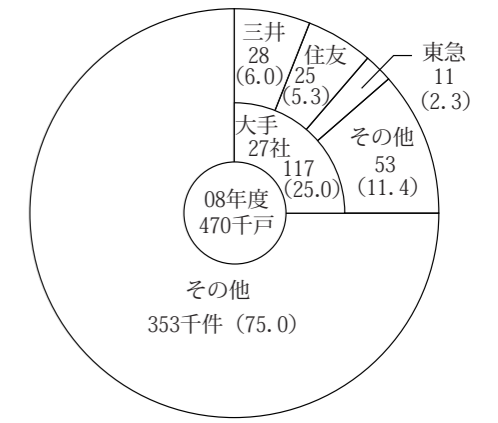
●自動車販売店の経営指標



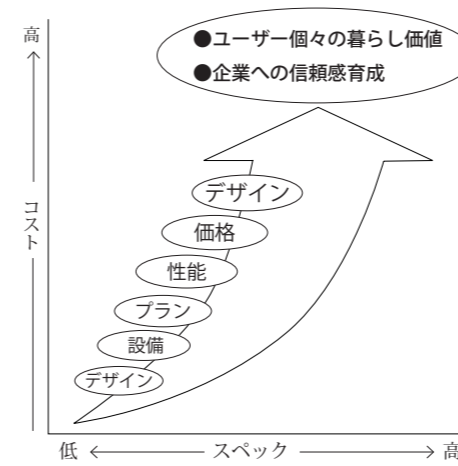
●持家の供給構造



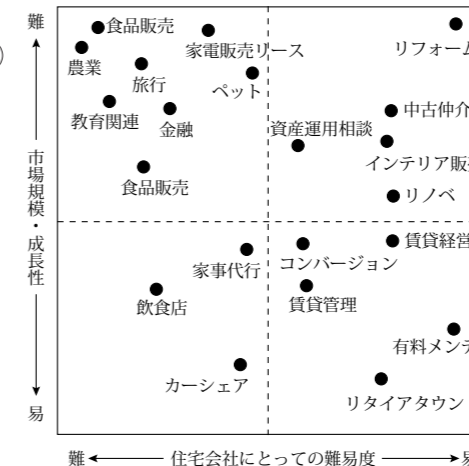
●中古住宅流通業界シェア(推定)



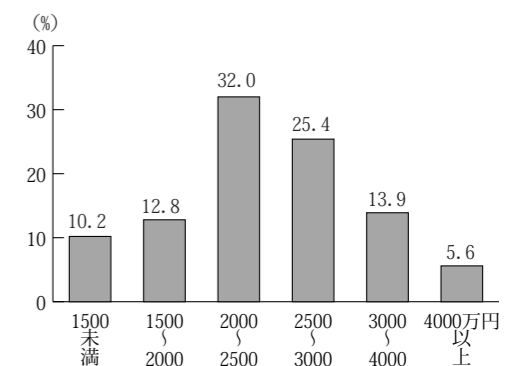
●住宅商品開発の方向性



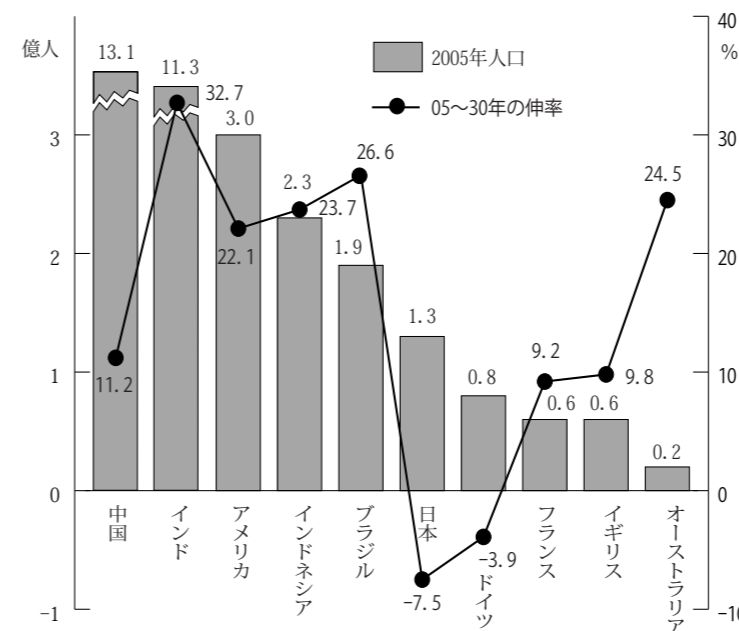
●住宅会社の多角化分野



●住宅メーカー16社の価格帯構成比



●主要国の人口と将来設計



●10年後に勝ち残れる住宅店舗

