

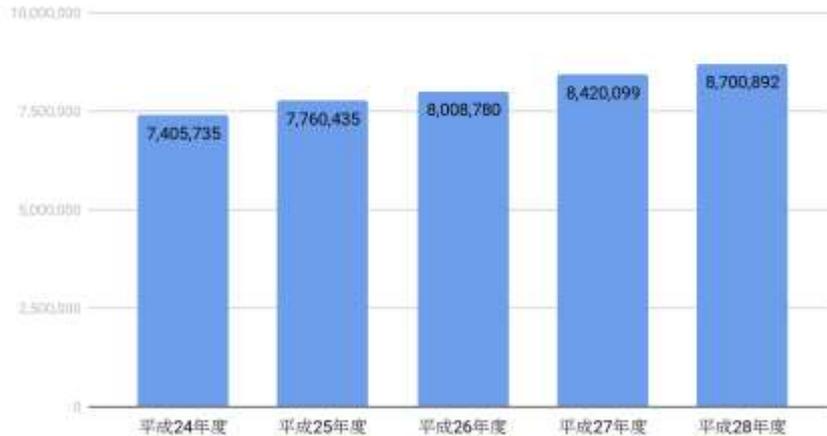
# 不動産賃貸業界

# 不動産賃貸業界の売上高と店舗数

## 店舗の勝ち負けが鮮明になり続けるトレンド

### 売上高推移

不動産賃貸業界



総務省 サービス産業動向調査より

### 店舗数推移

全国  
56,379件  
(平成23年)

全国  
42,967件  
(平成28年)

総務省 経済センサスより

売上が微増をし続けているのに対し、店舗数は減少トレンドにある。  
これは収益の上がる店舗とそうでない店舗の差がより明確になっている状態。

## 不動産賃貸 来店動機と探索手段

### エリア→対応の品質という順番で検討される

#### 不動産会社の選び方

- 住みたい場所が明確に決まっているか  
決まっている → 地域密着型の不動産屋さん  
決まっていない → 大手不動産会社
- 張り出された広告から判断  
「宅地建物取引業法」（国土交通省）と「不当景品類及び不当表示防止法」（消費者庁）によって、誇大広告などの不当表示が禁止...  
(中略)こうした表現の広告を掲示している不動産屋の場合は、ルールを無視していると判断できるので避けた方が無難
- 宅建免許の認可番号から営業期間を確認

不動産・住宅情報サイトLIFULL HOME'Sより [https://www.homes.co.jp/cont/rent/rent\\_00055/](https://www.homes.co.jp/cont/rent/rent_00055/)

完全に住みたいエリアが決まっていないということは想定しづらく、  
想定エリアの不動産会社を個々の志向に合わせて選んでいるものと思われる。

## その他 不動産賃貸業界の主な動向

# 不祥事リスクとIT化が大きな流れ

### 主なニュース

- 札幌爆発事故の発生元の会社社長が謝罪【アパマンショップ】  
<https://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20181218-00000164-kyodonews-soci>
- レオパレス21問題、外部調査委員会の調査状況を公表  
<https://www.re-port.net/article/news/0000058543/>

### 代替品となるプロダクト

- Airbnb、スペースマーケット など  
短期で部屋を借りるニーズからIT化

適法かつ誠実な対応が必要になっていることと、IT化の波が押し寄せてること、2つのトレンドにスムーズに対応しなくてはならない

# 工務店業界

# 工務店業界の売上高と店舗数

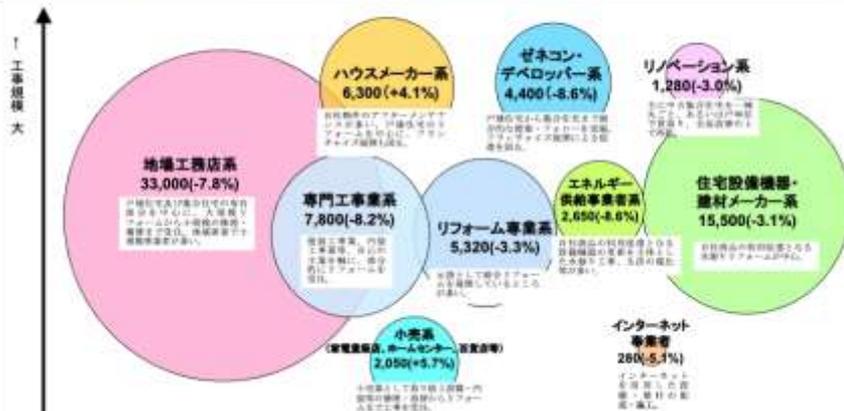
## 業界全体の売上・店舗数ともに減少傾向

### 売上高推移

#### 住宅リフォームの担い手

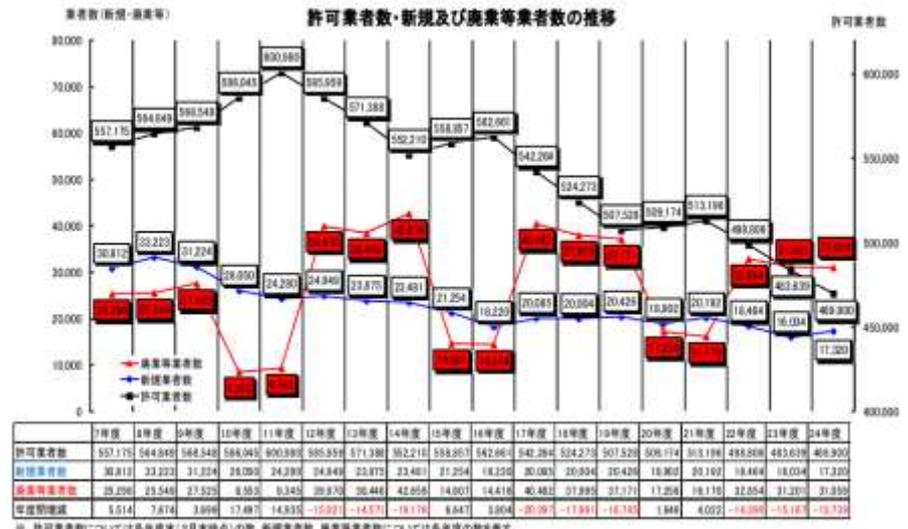
国土交通省

- 住宅リフォーム事業には、様々な種類の事業者が参入している。主な担い手は、「地場工務店系」及び「住宅設備機器・建材メーカー系」となっている。
- 新設住宅と比較して、小規模事業者のシェアが大きいと考えられる。



(資料) リフォーム事業による売上高[単位: 億円(対前年比)]は、株式会社富士経済「住宅リフォーム市場の動向とビジネス戦略分析2015」から引用。  
国土交通省 住宅関連産業について 2015年実績

### 店舗数推移



建設業許可業者数調査の結果について (概要)  
平成25年国土交通省

平成11年をピークに事業所数が減少し続けている。  
地場工務店の売上は2014-15で約8%減。苦戦している業界と言える。

# 工務店 来店動機と探索手段

## 媒体(インターネット・情報誌)が強い

### 工務店の探し方・選び方

ポータルサイト

掲載型



資料請求型



住宅情報誌



ホームページ



紹介



ポータルサイトや情報誌からの集客はコストがかかるが、  
自社ホームページで集客するにもなかなか来訪されない

## その他 工務店業界の動向

### 規模の大きい企業が関連業に多い

#### 工務店と競合する業種

- ハウスメーカー
- ゼネコンディベロッパー
- 住宅設備メーカー
- 小売業
- インターネット事業者
- エネルギー供給事業者系

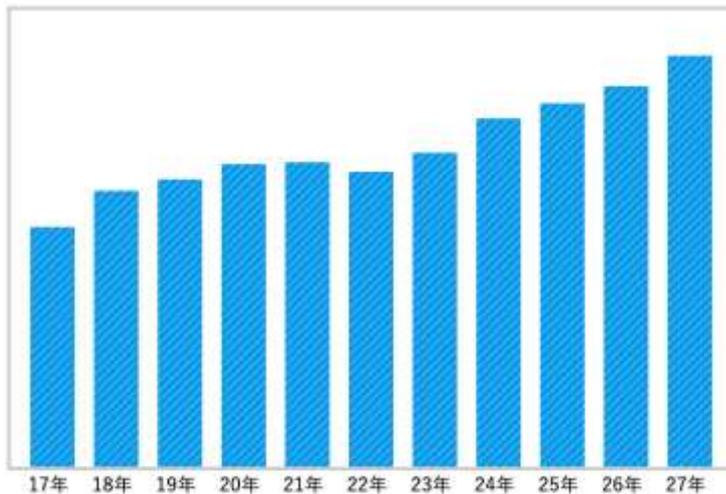
広告予算、営業人員を豊富に抱えられる体力があるプレイヤーが多く、  
純粋に広告や営業への投資を増やすだけでは勝てない状況にある。

# 居酒屋業界

# 居酒屋業界の売上高と店舗数

## 店舗数の多さと競合度の示唆

### 主要20社の売上合計推移



居酒屋業界の過去11年間の業界規模の推移

業界動向Search.comより

### 経済センサス 事業所数・売上

平成24年

全国事業所  
69,097件

売上(百万円)  
1,655,831

平成28年

全国事業所  
93,787件

売上(百万円)  
2,399,250

総務省 経済センサス(酒場、ビヤホール)より

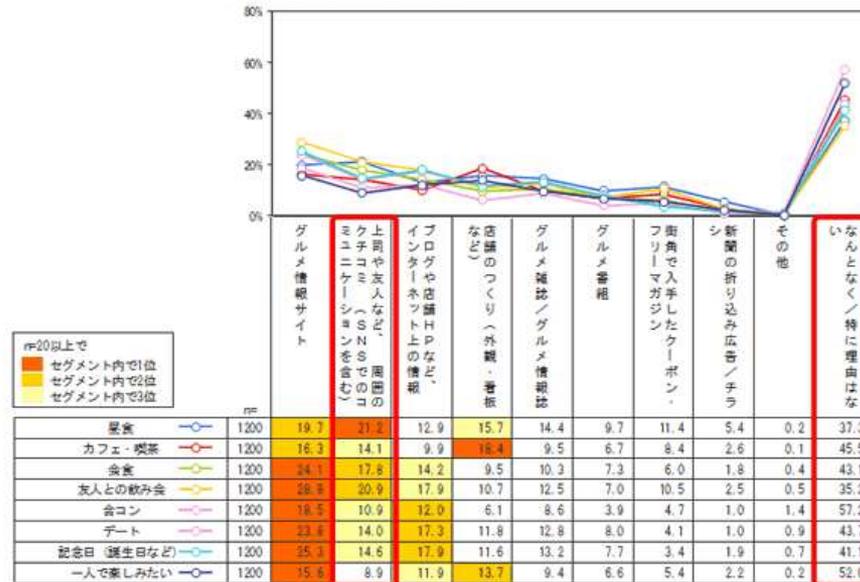
主要企業の売上・事業所数ともに成長している。  
店舗数も増えており、競合度が上がっているといえる。

# 居酒屋の探索手段

## ポータル・何となく・口コミの比率が高い

飲食店を選ぶ際に参考にした情報 2013年 クロス・マーケティング

<図1> 新しい飲食店を選ぶ際に参考にした情報(3つまで)



ポータルサイトも一般的に、検索エンジンでキーワード検索するパターンが多い。その場で手っ取り早い方法で探すケースが多いと推察される。

## その他 居酒屋業界の主な動向

### 地域ごとのニーズへ対応が必要に

#### 主な動向

- 「居酒屋、ビアレストラン」（雷雨→雨）は景気回復を背景に客単価が増加傾向にあるとして「改善」予測(帝国データバンク)  
<https://www.tdb.co.jp/report/industry/service.html>  
“人材コストの上昇などが大きな懸念 不採算店の閉鎖や業態転換が加速。”
- 串カツ田中他、“新潮流居酒屋”急成長のカギは一品突破(BLOGOS/NEWSポストセブン)  
<https://blogos.com/article/343223/>
- 東京のど真ん中では、（幅広いメニューをそろえた）総合居酒屋の時代は終わったと思っている。でも、地方では総合居酒屋が必要な地域はいっぱいある。(日本経済新聞・ワタミ渡辺氏「私は戻らない。つぶれるなら別だが」)  
<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO96234540Y6A110C1000000/>

都市部では一品突破型の新潮流居酒屋が、地方では引き続き総合居酒屋が、ニーズを一定に保っている。それぞれのニーズに対応する必要がある。