

# 新時代を生き延びる! 第2本業構築のご案内

今話題の  
新しい住宅展示場を  
手がけてみませんか!

## 売却型住宅展示場 パートナー募集のご案内

2021年 栃木県宇都宮市「リアルサイズ住宅展示場 宇都宮市鶴田2期」

安定した  
集客実績

■お問い合わせ

Marketing House  
Business Station21 株ビジネスステーション21

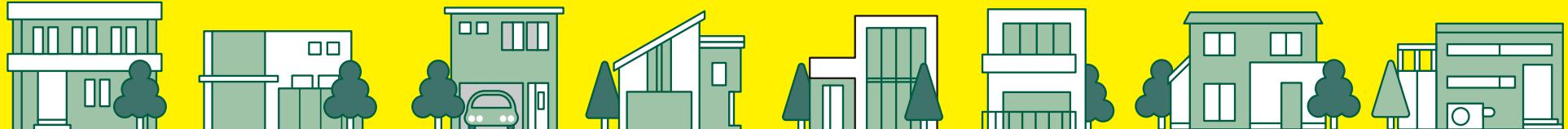
〒320-0058 栃木県宇都宮市上戸祭2丁目1-30 TEL.028(678)8075 FAX.028(623)5545

# 目次

1. 不動産事業運営の懸念と課題	1 p
2. 今、なぜ売却型住宅展示場なのか	6 p
3. 期間限定 売却型住宅展示場とは	9 p
4. 運営収支とスケジュールのモデル	13 p
5. 出展いただいた建築会社様の声	16 p
6. パッケージプラン	18 p

# 1

## 不動産事業運営の懸念と課題

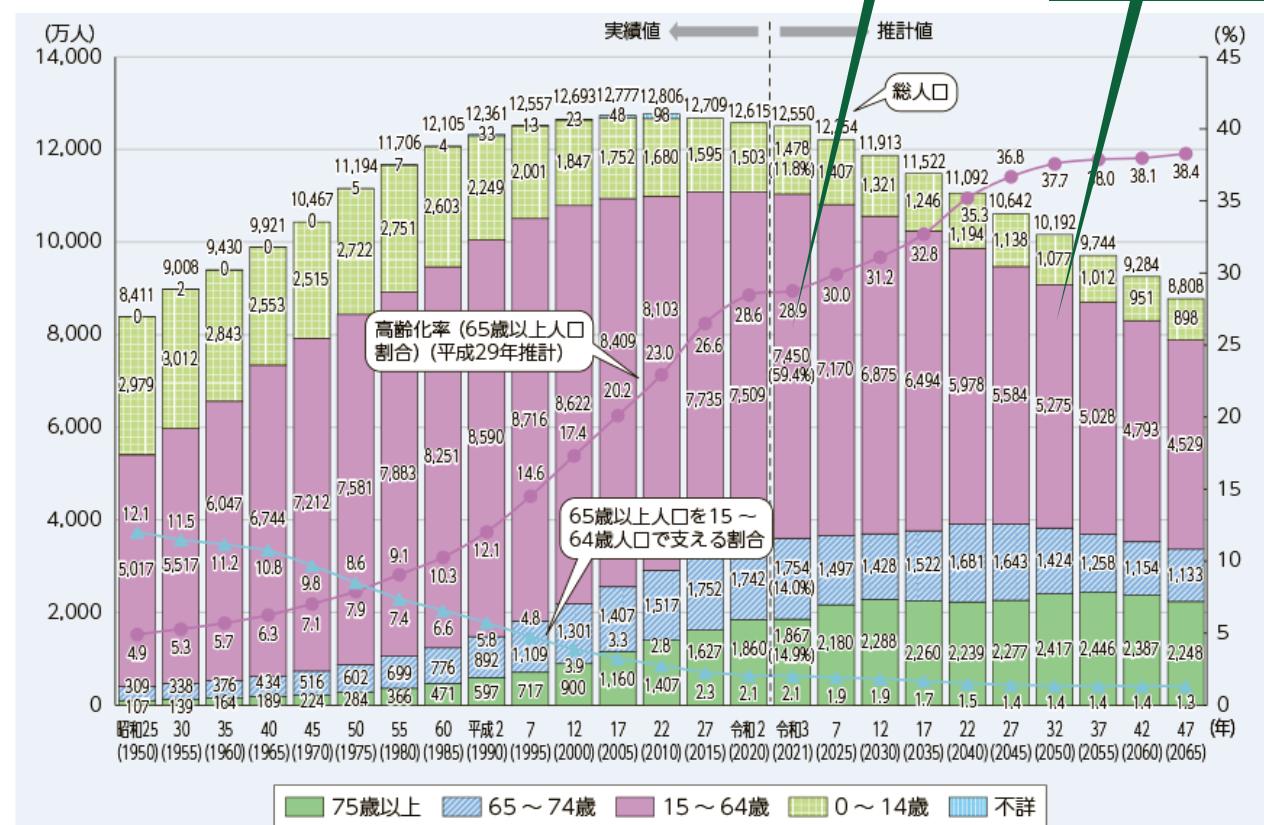


# 不動産業界の懸念①

住宅購入見込む客のメインボリュームである  
生産年齢人口の激減が懸念されています。

少子高齢化の進行により、生産年齢人口（15～64歳）は1995年をピークに減少しており、2050年には5,275万人（2021年7,450万人から29.2%減）に減少すると見込まれている（図）。生産年齢人口の減少により、労働力の不足、国内需要の減少による経済規模の縮小など様々な社会的・経済的課題の深刻化が懸念されています。

7450万人  
**29.2%減**  
(2021年度比)  
5275万人



出展) 内閣府 (2022)「令和4年版高齢社会白書」

## 不動産業界の懸念②

不動産業界の縮小が懸念されています。

総務省統計局によるサービス産業動向調査によると、不動産業界の売上高の市場規模の動向は以下の通りです。

不動産業界は 2013 年より堅調に市場規模が拡大してきましたが、市場規模全体として 2019 年をピークに減少傾向が見られます。



年次	不動産業・物品賃貸業全体		不動産取引業		不動産賃貸業・管理業	
	売上	前年比	売上	前年比	売上	前年比
2013年	44,944,176		14,616,696		19,173,768	
2014年	46,602,348	3.70%	15,725,784	7.60%	19,199,160	0.10%
2015年	47,190,468	1.30%	15,725,568	0.00%	19,577,292	2.00%
2016年	48,093,216	1.90%	15,535,392	-1.20%	20,456,328	4.50%
2017年	49,941,012	3.80%	16,516,584	6.30%	20,919,864	2.30%
2018年	50,989,656	2.10%	17,103,120	3.60%	21,255,876	1.60%
2019年	52,245,888	2.50%	16,764,912	-2.00%	22,048,728	3.70%
2020年	50,612,904	-3.10%	15,687,060	-6.40%	21,680,136	-1.70%
2021年	49,126,716	-2.90%	15,071,988	-3.90%	21,383,796	-1.40%

出典：総務省統計局「サービス産業動向調査 2022 年(令和 4 年)5 月分(速報)」より年平均を 12 倍して年額を表示

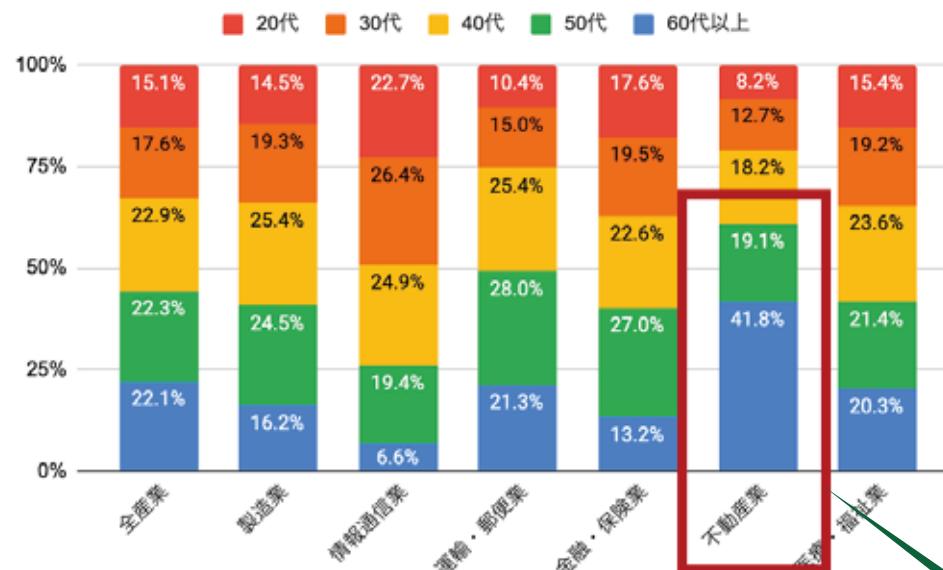
-2.90%

# 不動産業界の懸念③

今後労働力不足のインパクトが多いと予想されています。

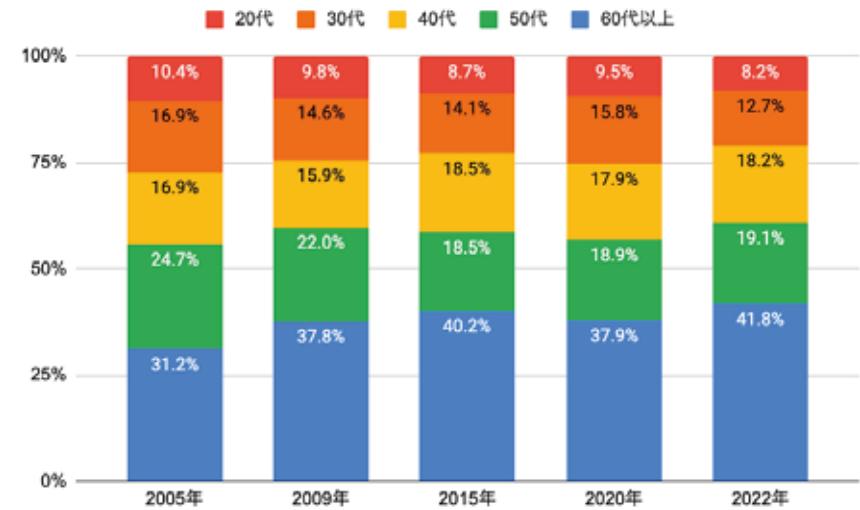
20~30代の労働力比率が低く年々微減傾向にあるため、労働力不足のインパクトが大きいと予測されています。不動産業界は、他業界と比べても、特徴的な人材の年齢構成比なのです。

産業別就業者年代別比率（2022年度）



出展：総務省「労働力調査」

不動産業就業者年代別比率



60.9%

50代以上

# 不動産業界の懸念のまとめ

懸念①

生産年齢人口の激減

懸念②

不動産業界の縮小

懸念③

労働力不足



---

不動産業界の課題は？

---

**市場の鈍化**

不動産市場全体が  
落ち込んできている

**新規ビジネスの  
必要性**

事業の柱を  
もう一つ構築して  
経営を安定させたい

**業界の  
イメージを払拭**

若者が魅力を感じる  
企業ブランディングが必要

# 2

今、なぜ売却型住宅展示場なのか



# 不動産事業運営の課題を解決する「3つの要素」

「売却型住宅展示場」が課題を解決いたします。

営業先

①今ある不動産業界の顧客リストの活用

→住宅業界とのマッチングなので営業先を確保できる！

相乗効果

②今あるノウハウの活用と応用

→土地開発のノウハウが活かせる住宅展示場開設で

本業との相乗効果を発揮できる！

ブランド力

③旧態然とした業態では新しい人材の確保が厳しい

→不動産事業と広告代理店事業のハイブリッド！

魅力的なビジネスです！

# このビジネスの3つの強み

## 数多い顧客ターゲット！

出展する住宅会社は、その出展のしやすさ（コスト、無駄が出ない）から、大手のハウスメーカーから地元密着の工務店まで幅広く募集できます。

## キャッシュポイントが豊富！

一時金に加え、開催期間中、定期収入が見込めます。

## 支持されるビジネス！

住宅会社様と住宅購入希望者の両方に支持されています。

# このビジネスのメリット

## 住宅会社

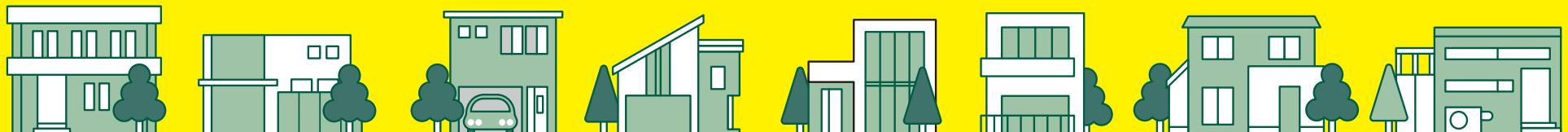
- ①一定期間活用後は売却するので無駄がない
- ②複数の住宅会社と共同販促することで1社ではかなわない集客ができる
- ③他社の建物、他社営業活動をみることで社内の士気が上がる

## 消費者

- ①リアルサイズの建物を見ることができる
- ②一度に複数の住宅会社の建物を見ることができる
- ③魅力的な土地付きの建売住宅として購入することができる

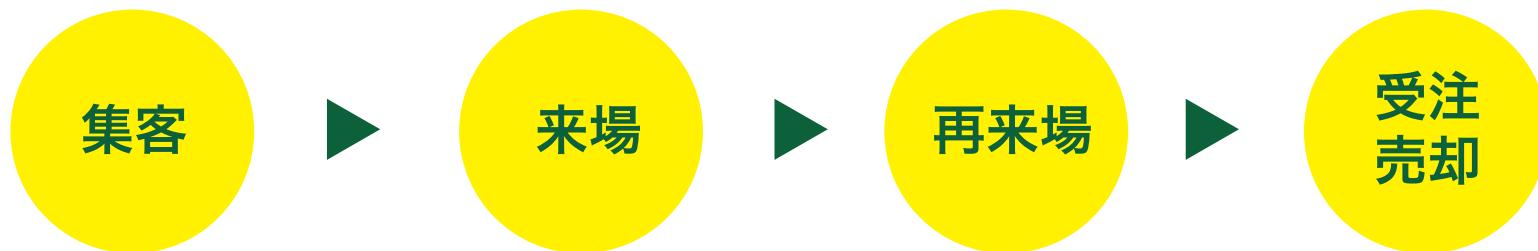
# 3

## 期間限定 売却型住宅展示場とは



# 期間限定、終了後は販売できる住宅展示場です。

- ①分譲地に複数の会社のモデルハウスが立ち並ぶ住宅展示場です
- ②6ヶ月程度の期間限定の住宅展示場です
- ③見学終了後は建売住宅として販売できる住宅展示場です
- ④複数の建築会社が共同販促で集客する住宅展示場です
- ⑤来場者がリアルサイズを体感できる住宅展示場です



# 開催実績



宇都宮市鶴田町第1期

## 【栃木県】

2007年	さくら市「きぬの里」	6区画
2008年	「きぬの里」第2弾	4区画
2010年	宇都宮市上戸祭	4区画
2012年	宇都宮市インターパーク	5区画
2014年	宇都宮テクノポリスセンター「ゆいの杜」	5区画
2015年	宇都宮市江曽島	5区画
2016年	栃木市「四季の森とちぎ」	8区画
2017年	宇都宮市下岡本	7区画
2018年	宇都宮市平出	8区画
2019年	小山市犬塚第1期	5区画
2019年	大田原市浅香	5区画
2020年	宇都宮市鶴田町第1期	9区画
2021年	小山市犬塚第2期	7区画
	鹿沼市上野町	4区画
	宇都宮市鶴田町第2期	8区画
2023年	宇都宮市双葉	6区画

## 【茨城県】

2022年	ひたちなか市東石川	6区画
2023年	阿見町荒川本郷	6区画

## 【兵庫県】

2019年	姫路市土山	5区画
-------	-------	-----

## 【広島県】

※企画サポート（現地別法人主催）

2017年	福山市駅家町万能倉	6区画
2018年	福山市御幸町	8区画
2018年	福山市神辺町湯野	6区画
2020年	福山市御幸町下岩成	7区画
2021年	福山市神辺町十九軒屋	9区画
2023年	福山市御幸町	7区画

## 来場者属性実績

**32.2%**

感度の高いお客様が集まります

※イベント時アンケート結果より（アンケート回答者に対しての割合）

来場されるお客様のなかで、  
1～2年以内に住宅の購入を予定されている割合はなんと 32.2%※  
等身大で暮らしをイメージしやすい展示場だから、感度の高いお客様に多く来場いただいている。

## 見学棟数実績

平均 **3.4 棟**

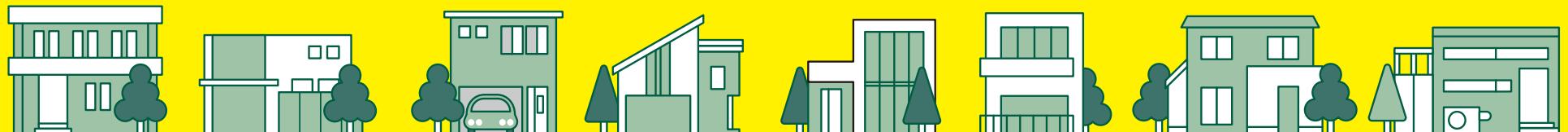
一回の来場で 1 組のお客様が見学する棟数

※過去 9 会場平均

30坪台中心のモデルハウスなので、  
じっくり見学いただいても 1 日に 3～4 棟、無理なく見学が可能です。  
同日に同じ条件で見比べ検討することができるので、自分に合った一社を選びやすい展示場です。

# 4

## 運営収支とスケジュールのモデル



## 運営収支モデル

付加価値の高いビジネスなので安定的な粗利益の確保が可能です

開設期間6ヶ月想定

① 出展会社	5社
② 出展費用／1社	4,000,000円
③ 収入	20,000,000円
④ 支出	10,000,000円
⑤ 粗利益	10,000,000円
⑥ 粗利益率	50.0%

※上記はモデルケースです。開催するエリア、期間、販促手法などで増減があります。

※支出には6ヶ月間の運営に必要なホームページ改修費用、WEB販促費用、チラシ印刷配布費用、イベント設営費用  
駐車場賃借費用、その他の予備費用などが含まれています

# 開設準備から会期終了までのモデルスケジュール

街角分譲地区画を使用するので総合住宅展示場と比べて短期間で仕上げが可能です

## 平均的なスケジュール（1年4ヶ月）のケース

※下記項目の他、宅地造成が発生する場合もございます

① 営業期間	3ヶ月
② 出展契約・区画調整・土地契約	1ヶ月
③ モデルハウス工事期間	6ヶ月
④ 公開期間	6ヶ月

## オープンまでのスケジュール例

項目	スケジュール
■出展者募集	7月～9月
■出展契約・区画調整・土地売買契約	～10月
■出展者説明会	～10月
■モデルハウス工事期間	10月～翌3月

## 公開実施スケジュール例

項目	スケジュール
■モデルハウス公開フェア 1弾	翌4月
■モデルハウス公開フェア 2弾	5月
■モデルハウス公開フェア 3弾	6月
■モデルハウス公開フェア 4弾	7月
■モデルハウス公開フェア 5弾	8月
■モデルハウス公開フェア 6弾	9月

# 5

出展いただいた建築会社様の声



## 顧客満足度が高いので場所を変え何度も開設が可能です

期間限定の鮮度を保った住宅展示場ならではの反響が数多く寄せられています。

質の高いお客様が数多く来場してくれた

2023 年宇都宮市双葉会場出展 A 社

別エリアでの新規顧客が増えた

2021 年宇都宮市鶴田会場出展 B 社

広告費用のスケールメリットが図れた

2021 年宇都宮市双葉会場出展 C 社

着座させることができ営業に有利だった

2021 年鹿沼市上野町会場出展 D 社

etc

# 6

## パッケージプラン



## 3種類のパッケージプラン

ニーズに合わせて3種類からサービスメニューをお選びいただけます。

	フルパッケージ	ミディアムパッケージ	ミニマムパッケージ
① 開発＆運営マニュアル	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
② 営業企画書	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
③ 営業用 DM (FAX DM)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
④ 初回チラシサンプルデータ提供	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
⑤ OPEN 告知 LP 制作	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
⑥ 年間販促事例＆アンケート実績	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
⑦ 出展契約書	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
⑧ 出展申込書	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
⑨ 出展社募集説明会資料	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
⑩ 出展社説明会資料	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
⑪ 顧客管理活用指導	<input type="radio"/>		
⑫ SNS 導入支援	<input type="radio"/>		
⑬ アンケート回答用紙	<input type="radio"/>		
⑭ 各社提出用アンケート雛形	<input type="radio"/>		
⑮ 導入メール相談	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
⑯ 本部研修（2日間）	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>