

受注拡大へ 住宅メーカーの新戦略



積水ハウスの4階建て複合型多目的マンション「ベレオ プラス」

「顧客の住宅の購入期間が長くなってきた。」たる70万円から。年間240棟の販売を目指す。中核である省エネルギー型住宅の販売も引き続き強化する。住宅内の正味エネルギー使用量をゼロに抑制できるネット・ゼロ・エネルギー・ハウス(ZEH)、「グリーンファーストゼロ」の採用が実現。年は60%に高める。太陽光発電設備などの機器類が、高断熱のサッシなどの建材、風や光を取り入れやすいパッケージデザインを設計に生かし、ゼロ工法で住宅を実現。環境意識の高まりを受け、受注修正するメーカーも出きた。

こうした中、業界各社では手を打つて新商品を投入してきた。積水ハウスは4階建て複合型多目的マンション「ベレオ プラス」を発売した。「ボストン消費税」の戦略商品の位置づけで、屋根に設置する太陽光発電の発電容量について、一般的な住宅の2倍以上となる10坪(約33平方メートル)当

積水ハウスの阿部俊則社長は、足元の住宅販売の状況をこう実感する。引き渡しが4月以降でも5%

の率で

例措置の効果で住宅販売が絶好調だった13年9月未までとは一変し、同年10月以降住宅販売では前年同期ベースで減少傾向が続くからだ。

当初2~3ヶ月で収束すると見られていた反動減は年明け以降も持続している。受注計画も下方修正するメーカーも出きた。

積水化学工業も省エネ化するスマートハウス

をテーマにした商品を開発した。スマートハウス

を実現。環境意識の高まりを受け、受注修正する

企業も出

きた。

業界で供給数減少の同社も対応に追われている。受注計画も下方修正する

企業も出

きた。

積水化学工業も省エネ化するスマートハウス

を実現。環境意識の高まりを受け、受注修正する

企業も出

きた。

業界で供給数減少の同社も対応に追われている。受注計画も下方修正する

企業も出

きた。