

KITAKEI-Report

No. 69
April 2015

発行：北恵株式会社 〒541-0054大阪市中央区南本町3-6-14 TEL. 06-6251-6701
http://www.kitakei.jp/

テーマ：平成 26 年度リフォーム実例調査結果公表

一般社団法人リフォーム推進協議会は、平成 26 年度リフォーム実例調査結果を公表した。平成 15 年から継続して実施され、リフォーム市場の趨勢を知る上で数少ない調査である。リフォームの顧客層は、シニア世代という常識的イメージのある中で、若年層を中心とした中古住宅を購入してのリフォームが目目される。

1. 若年層の主流は、中古住宅を購入してリフォーム

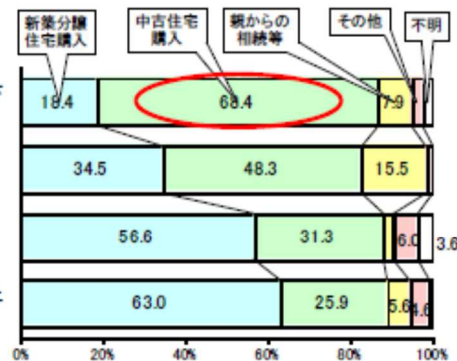
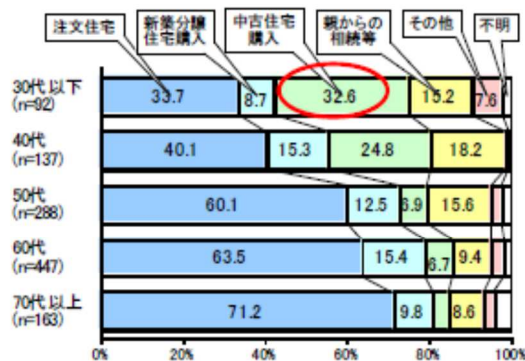
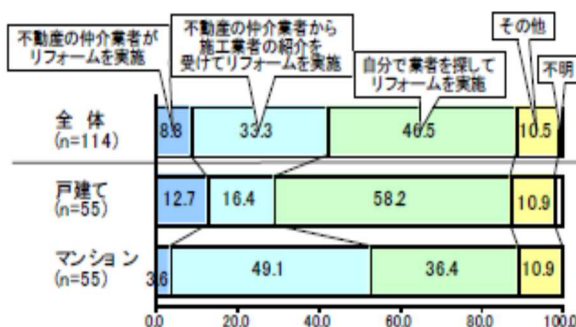
この調査は、リフォーム推進協議会に参加する業界 16 団体を通して、リフォーム業者がリフォーム工事ごとに回答する事例調査(A調査)、リフォーム支援策の取り組みなどに対するアンケート調査(B調査)で構成されている。回答事業者は、519 事業者、1426 事例となっている。

調査結果から特徴的な点を紹介する。

リフォームを行った住宅の取得方法を見ると、中古住宅として購入した層は、マンションの 37.6%、戸建の 10.6%となっているが、30 歳代以下の年代層では、マンションの 68.4%、戸建の 32.6%が中古住宅購入後リフォームを実施している。(図 1-1-1)リフォーム業者の認知は、マンションは「仲介業者からの紹介」、戸建は「自分で探して…」が多くなっている。

マンション、戸建ともに半数は、購入前後(居住年数 0 年)でリフォームを実施している。

工務店として、不動産仲介業者との提携により、新しいリフォーム顧客層の掘り起こしが期待される。



【 戸建て 】

【 マンション 】

図 1-1-1 リフォームを行った住宅の取得方法 (B-5) [施主の年齢別]

2. 若年層ほど高いリフォーム契約金額

リフォーム工事の平均契約金額は、マンション663.5万円(前年597.1万円)、戸建782.0万円(前年838.5万円)となっている。分布で見ると、戸建リフォームは「500万円以上」が58%から48%と10ポイント減少し、「300万円以下」が22.4%から34.6%と12.2ポイント増えている。一方、マンションリフォームは「1000万円以上」は若干減っているが、「500万円～1000万円以下」が28.2%から35.9%と大きく増えている。(図2-3-2)

年代別に見ると、「1000万円を超える」のリフォームは、若年層ほど高く、戸建で35.9%を占め、マンションでは「500万円から1000万円」のリフォームは44.7%を占める。(図2-3-3)

当然ながら、中古購入リフォームは、増築や大規模改修工事が主流になり付加価値の高い工事となっている。また、事業者取り組みの調査でも、比較的事業規模の少ない工務店の一件当たりの平均工事金額は高くなっている。(図2-4-6(2))

この点でも躯体も含めて対応できる工務店の強みの発揮できる領域であり、積極的な取り組みが求められる。

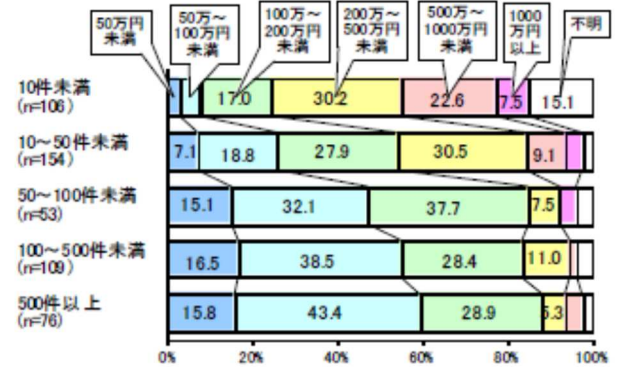
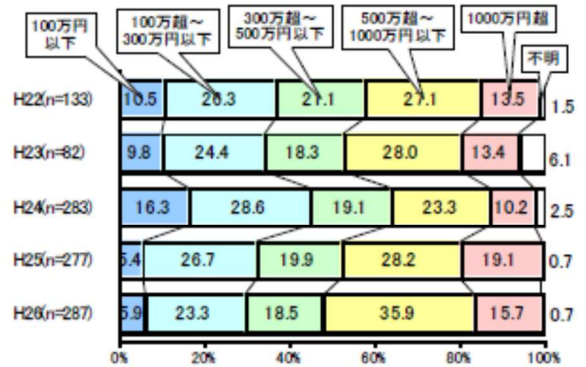
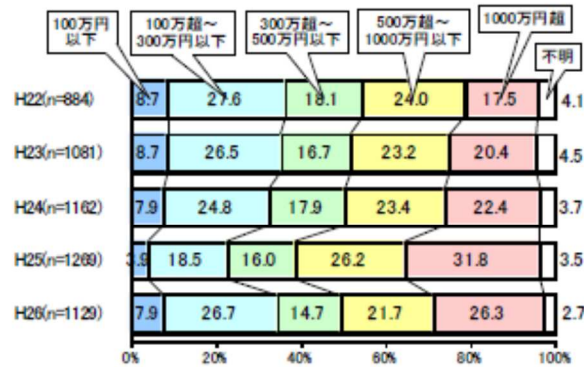
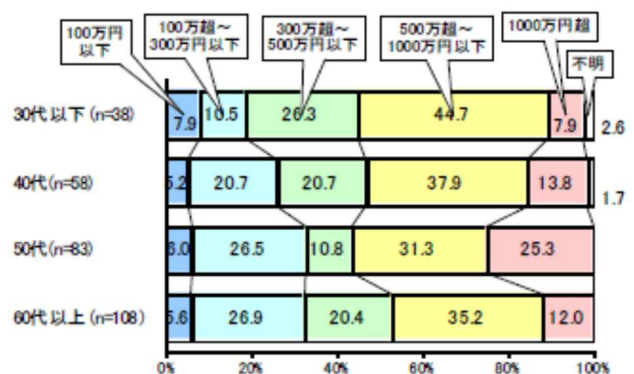
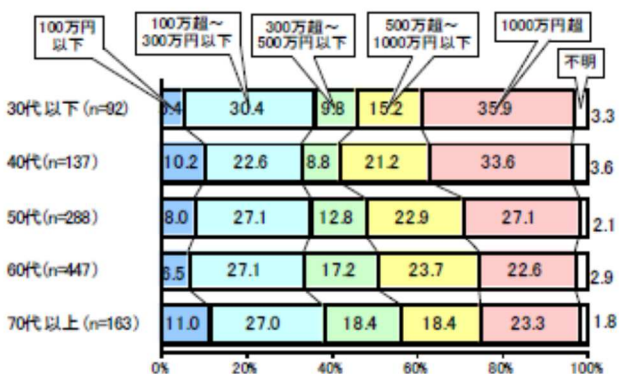


図2-4-6(2) 各事業者の平均工事金額 (E-2) [事業規模(年間リフォーム実施件数)別]



【戸建て】 【マンション】

図2-3-2 リフォーム契約金額(D-1) [時系列比較]



【戸建て】 【マンション】

図2-3-3 リフォーム契約金額(D-1) [施主の年齢別]

3. 税制優遇措置に期待

リフォーム工事に対しては、住宅ローン減税はじめ、耐震改修、バリアフリー改修、省エネ改修工事に係わる優遇税制についての認知状況を見ると、64.6%の事業者は「よく知っている」「大体知っている」としており、大きな変化は見られない。(図 2-4-7)

税制優遇措置の活用については、74.6%の事業者が「活用している。今後活用したい」としており、事業規模の大きな事業者ほど積極的である。(図 2-4-10)

また、税制優遇措置の効果については、51.4%の事業者は「効果がある、ある程度効果がある」としている。特に、事業規模の大きな事業者や制度を良く知っている事業者で「効果がある」との回答が多くなっている。(図 2-4-14)

消費増税後、事業者の 67.1%は、リフォーム工事需要の落ち込みや価格競争の面で影響があったとしており、今後、住宅エコポイント制度のような刺激策に大きな期待を寄せている。

※3月10日、省エネ住宅ポイント制度のポイント発行の申請受け付けが始まっている。

ポイントの申請対象期間

■工事契約

2014年12月27日以降

■工事の着工・着手

2014年12月27日～2016年3月31日

■工事の完了

2015年2月3日以降

■ポイントの発行申請

2015年3月10日から2015年11月30日

※予算の執行状況に応じて変わる

いずれにしても、新築需要が大きく落ち込み、見通しが不透明な中であって、地域の工務店は、新分野への開拓、新業態への転換が不可欠の課題になっている。新年度のスタートに当たって、リフォームへの取り組みについて検討してはいかがだろうか。

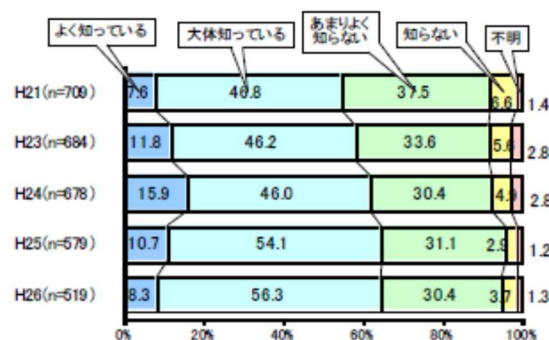


図 2-4-7 税制優遇措置の認知状況 (E-3①)

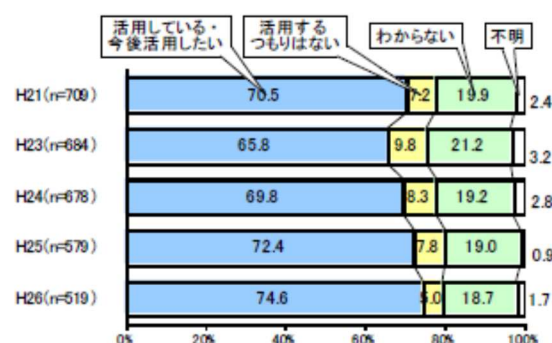


図 2-4-10 税制優遇措置の活用状況・意向 (E-3②)

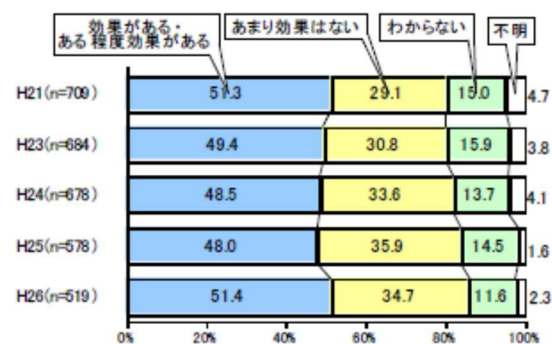


図 2-4-14 税制優遇措置の効果 (E-3③)

キタケイの提供するプライベートブランド

環境・ぬくもり・素材をテーマとした各種住宅資材 “ スプロートユニバーサル ”

企画・製造から販売までトータルにプロデュースし、心からご満足いただける住まいづくりをバックアップします



www. sprout-univ. com

永く親しまれる理由は、その優れた機能性にあります。

DRY・WAVE
ドライ・ウェーブ

雨の日 花粉 セキュリティ 肌着

TG1209/TG1609 昇降式 室内物干し
KF30/KG30 ランドリーフック

GOOD DESIGN
TG1209/TG1609

室内物干し

KF30

GOOD DESIGN
KG30