

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/

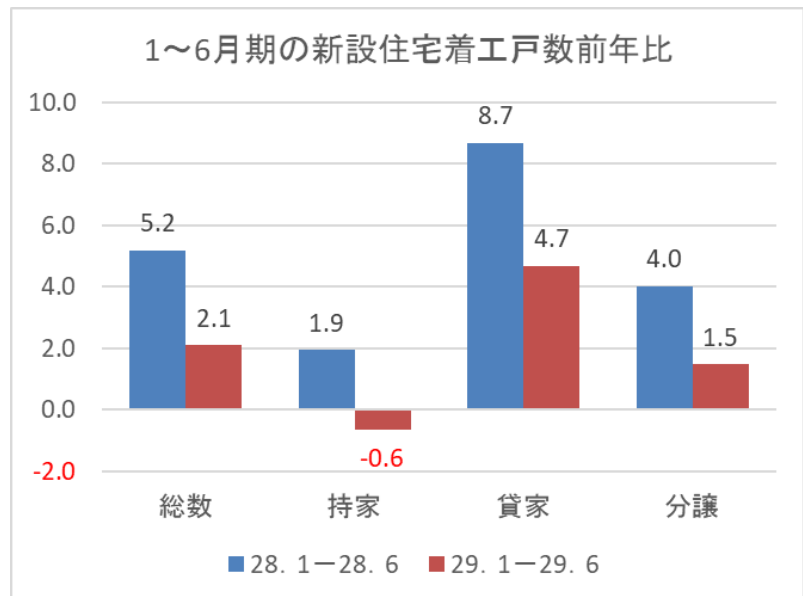
## テーマ：2017年上期1～6月期の新設住宅着工動向

最近の景況感は総じて緩やかに持ち直していると言われている。しかし、足元の住宅着工戸数は前年比プラスを維持しているとはいえ、上期累計では厳しい結果になっている。(一社)住宅生産者団体連合会の経営者景況判断指数を見ても今後の見通しは厳しい。今後の業務展開に向けた住宅事業者の意識を分析した報告では、「リフォーム」、「リノベーション」、「ZEH(ネット・ゼロ・エネルギーハウス)」が重要な鍵を握っている。

### 1. 新設住宅着工戸数の動向

今年度4～6月期の四半期別実質GDPは、前期比+1.0%と6四半期連続のプラス成長、2014年1～3月期以来の高い伸びとなった。わが国の景気は、総じて緩やかに持ち直している。家計部門では、堅調な企業収益や人手不足を背景に、雇用所得環境が良好ななか、「個人消費には回復の動きがみられる。」とされている。しかし、国土交通省の住宅着工統計6月分が公表され、1月から6月の上期累計では、473,026戸と前年同期プラスにはなっているものの、前年に比べて厳しい結果になった。

前年の1～6月期の累計で見た前年比は、総数で5.2%、持ち家で1.9%、貸家で8.7%、分譲で4.0%であったが、今年1～6月期の前年比は、総数で2.1%にとどまり、持ち家、貸家、分譲といった各需要分野すべてが大幅に後退し、最大需要の持ち家はマイナスに転落した。



◆新設住宅着工戸数と前年比								※前年比単位:%	
	総数		持家		貸家		分譲		
	戸数	前年比	戸数	前年比	戸数	前年比	戸数	前年比	
28.1-28.6	463,469	5.2	137,534	1.9	192,572	8.7	130,291	4.0	
29.1-29.6	473,206	2.1	136,652	-0.6	201,580	4.7	132,217	1.5	

## 2. 下がり続ける「経営者の住宅景況感調査」

(一社)住宅生産者団体連合会は、会員企業の経営者を対象に年4回「住宅景況感調査」を実施しているが、この中で、低層住宅の受注状況、今後の見通しについて調査し「住宅景況判断指数」を公表している。今年度第1四半期(4月から6月)の結果が公表されており、下のグラフは、「戸建注文住宅の受注戸数」について実績と見通しを表したものである。

2017年度第1四半期(平成29年4~6月)実績の景況判断指数は、対前年同期比で、前4月度予測(受注戸数+13ポイント受注金額+27ポイント)に対し、受注戸数△38ポイント受注金額△18ポイントとなり、戸数においては5四半期連続のマイナスとなっている。金額においても、2016年第1四半期以来、1年ぶりのマイナスとなった。

これまで戸数の減少をカバーしてきた単価の増額傾向も今回はマイナスに転じ、新たな発想での需要創出策が期待されている。

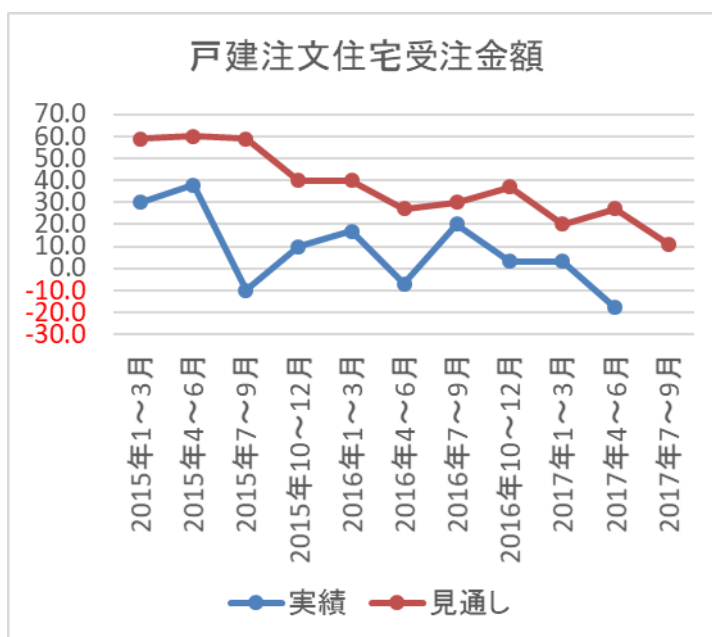
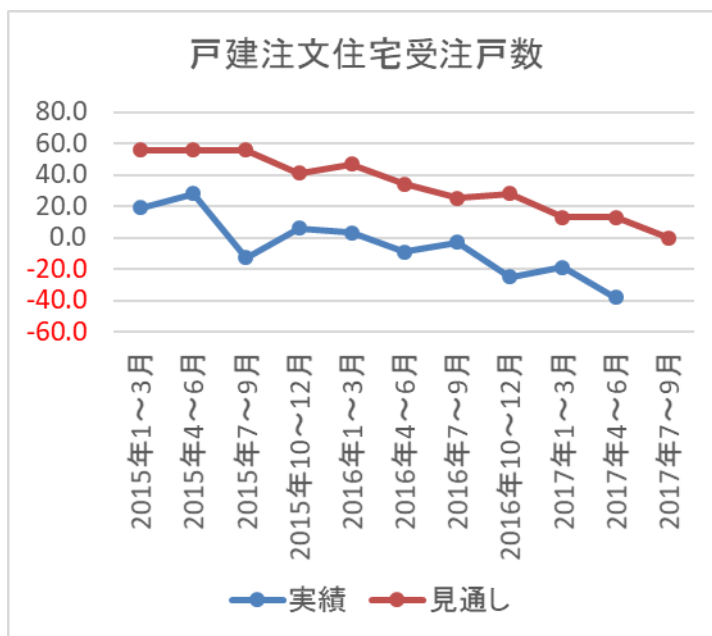
第2四半期7~9月期の見通しでは、プラスマイナス0という結果になっている。

経営者のコメントでは、「住宅取得の潜在需要は高く、個人消費の回復とともに緩やかに回復していく。」との楽観論もみられるが、一方では、「市場が好転せず厳しさが続く」と見ているが、ZEHの普及促進で巻き返しを図る。」など新市場への期待感を寄せている。いずれにしても今後の少子高齢化による市場の縮小の中でなかなか光明は見いだせない。

また、これまで売り上げを支えた賃貸住宅市場も金融機関や政府の貸し出し抑制の動きもあり限界が見えてきている。

※景況判断指数は、

直近3ヶ月間の実績並びに、むこう3ヶ月間の見通しを、対前年同期比「10%程度以上良い、5%程度良い、変わらず、5%程度悪い、10%程度以上悪い」の5段階でたずね、「良い」の割合から「悪い」の割合を差し引いた値を指数化したもの。



### 3. 2017 年度住宅市場動向調査テキストマイニング

テキストマイニングとは、文章からなるデータを単語や文節で区切り、それらの出現の頻度や同時に使われる単語の相関、出現傾向、時系列などを解析することで有用な情報を取り出す手法である。

アンケート調査の自由回答は、回答者の任意の意識等を記載させるものであり、回答結果を定量化し、定性的な分析を追加することにより、より詳細な調査分析が可能になることが期待される。

(一社)中央調査社が公表しているデータマイニングの結果を紹介する。

住宅金融支援機構が公表した「平成 29 年度住宅市場動向調査」の自由回答項目:「平成 29 年度の業務展開に向けた意識、取組方針等」に関する内容についてテキストマイニング分析を行い、今後の業務展開に向けた住宅事業者の意識の特徴点を浮き彫りにしている。

「業務展開に向けた意識、取組方針等」の自由記述回答を求めたところ、出現頻度が最も高い単語は「住宅」であった。次いで、「注力する」、「リフォーム」、「事業」、「商品」、「リノベーション」、「強化」、「ZEH」、「向上」、「土地仕入れ」、「販売」、「性能」、「値段」、「新築」、「顧客」であり、これらの単語は 30 件以上出現した。

出現率の上位のキーワードに、最近注目されつつある「リフォーム」、「リノベーション」、「ZEH」等があり、今後の住宅事業者の業務展開においては、「リフォーム」、「リノベーション」、「ZEH」が重要な鍵を握っているものと考えられる。

さらに、受注・販売等の戸数(企業規模)について、100 戸未満と 100 戸以上に分けて、それぞれの事業者が回答したキーワードの出現件数が上位のもの抽出を試みた。

その結果、「住宅、注力する、リフォーム、商品」のキーワードの出現率には大差ないが、「事業、強化」などは 100 戸以上の業者で出現率が高く、他方、「リノベーション、ZEH、性能」などは 100 戸未満の業者で出現率が高いことが示された。

このことから、受注・販売等の戸数が 100 戸未満の企業では、単なる事業強化のみならず、比較的、多角的な視点を持って、リノベーションのみならず、ZEH 推進や住宅性能の向上等にも手広く対応しようとする意識がみとれる。

さらに、単語の出現の結びつきの強さに基づく「マッピング分析」を行う。企業規模別に詳しくみると、受注・販売等戸数 100 戸未満の事業者では、「リフォーム」や「リノベーション」の提案強化に関する意識が高まっている(図 3)。

一方、受注・販売等戸数 100 戸以上の事業者では、さらに、「住宅性能強化」、「営業力強化」等についても関心が集まっている(図 4)。

	N	出現件数	構成比率
1	住宅	79	19.6%
2	注力する	51	12.6%
3	リフォーム	49	12.1%
4	事業	48	11.9%
5	商品	42	10.4%
6	リノベーション	40	9.9%
7	強化	38	9.4%
8	ZEH	36	8.9%
9	向上	36	8.9%
10	土地仕入れ	36	8.9%
11	販売	36	8.9%
12	性能	34	8.4%
13	値段	33	8.2%
14	新築	32	7.9%
15	顧客	31	7.7%
16	提案	25	6.2%
17	物件	25	6.2%
18	案件	24	5.9%
19	受注	24	5.9%
20	強化する	21	5.2%
21	建物	21	5.2%
22	提案力	21	5.2%
23	力	21	5.2%
24	差別化	20	5.0%
25	拡大	18	4.5%
26	戸建	18	4.5%

図3 受注・販売等戸数100戸未満の事業者のマッピング分析

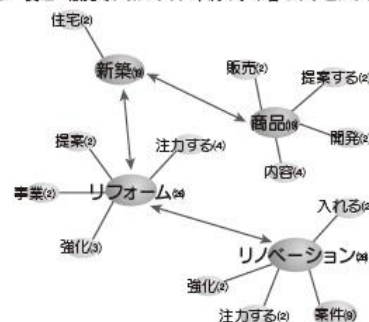
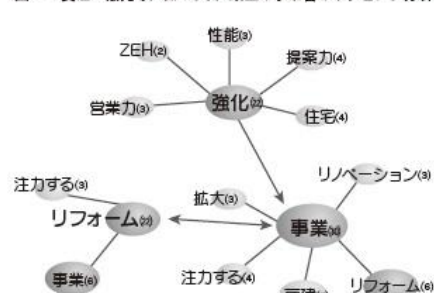


図4 受注・販売等戸数100戸以上の事業者のマッピング分析



- 大きな円で表示された語は、出現頻度が上位の単語を示す。
- 細線で紐づけられた語は、出現頻度が上位の単語の係り受けの単語を示す。
- 実線矢印は、同時出現の関連性(共起の関係)の強い単語を表す。

天然木にこだわったフローリングや壁材 “ リラッキングウッド ”  
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

 relaxssing wood

[www.relaxssingwood.com](http://www.relaxssingwood.com)



ブラックウォールナット

## *Cherforêt*

シェールフォレ  
天然木 複合フローリング

- 2mm無垢1枚板使用
- 床暖房対応
- JAS認定工場製品

■ 仕様

有効寸法: 15(2+13)x150x1820(mm)  
梱包: 1.638㎡/6枚入

■ ラインナップ/設計価格(ケース税抜)

ブラックウォールナット/¥29,000.-  
メープル/¥26,000.-  
オーク/¥26,000.-



メープル



オーク