

KITAKEI-Report

No. 66
January 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/>

平成 27 年新春レポート

< 2015 年の展望と課題 >

はじめに	1
1. 2014 年、住宅業界のトピックス	
① 消費増税後の反動減 戸建住宅は大きい、集合住宅は堅調	2
② 大手住宅会社を中心にゼロ・エネ・ハウス新商品投入	3
③ メガソーラー増加で系統接続問題発生 全量買い取り制度の見直し	4
④ 9 月、家庭用燃料電池「エネファーム」設置累計 10 万台達成	5
⑤ 林野庁 C L T 木造建築物普及に向けたロードマップを公表	6
⑥ 木造住宅の高性能化に伴って木造枠組み構法が拡大	7
⑦ 2013 年住宅土地統計調査速報値公表 空き家率 13.5%に上昇	8
2. 大手住宅会社の業績はまだら模様	9
3. 新設住宅着工戸数、2014 年度は 90 万戸割れに	10
4. 2015 年の展望と課題	
(1) 2015 年度以降はプラス成長 新たな投資への期待が広がる	12
(2) 期待される経済対策	14
(3) 性能評価表示ラベルと高性能住宅で差別化を	15
おわりに	16

はじめに

あけましておめでとうございます。

今年は水素エネルギー元年といわれている。

昨年、トヨタは究極のエコカー燃料電池自動車「MIRAI（ミライ）」の国内販売を開始した。車両価格 723.6 万円（税込）、クリーンエネルギー自動車促進補助金 202 万円を利用すると約 500 万円で購入できる。すでに年間販売目標 400 台に対して 1000 台を超える受注となっている。

「未来」というネーミングに感心した。まだ来ていないが、必ずやってくる時代を予感させるわくわく感がある。

「ミライ」開発陣の合言葉は、「自動車の次の 100 年につなぐ」であつたらしい。人口減少社会を迎え、総需要は盛り上がらない、円安でコストは上がる。企業を取り巻く環境は厳しく、なかなか元気が出ない。国も企業も「未来」を胸に描き、
「常に時流に先んずる」経営でありたいものです。

恒例の 2015 年展望と課題をお届けします。



1. 2014 年、住宅業界のトピックス

2014 年の住宅市場は、「税」と「エネルギー」に振り回された 1 年だった。4 月には消費税が 5%から 8%へ増税され、年末には、10%への再増税が 2017 年 4 月まで先送りとなった。また、住宅会社は、省エネ基準の改正に対応したゼロ・エネ・ハウスを相次いで投入、地場ビルダーは高性能住宅にむけ 2×6 構法の導入が増えた。

トピックス① 消費増税後の反動減 戸建住宅は大きい、集合住宅は堅調

4 月に消費税率が 5%から 8%へアップした。

これまでの経緯を見ると、89 年の導入時には、まだバブル景気の余波が残っていたことや、導入決定が前年の 12 月と駆け込みの余裕もなく、新設住宅着工戸数はわずかながら増加している。

5%への増税の時は、増税が原因か判断が難しいが、住宅着工は 30 万戸減少し、第二次平成不況、金融危機へと突入していった。この時から請負の経過措置期限が設けられている。今回は、これまでと違って人口減少や団塊ジュニア世代の住宅取得が概ね終わっていることなど市場構造が変化してしまっているのも単純には比較できないが、5%への増税時と比較すると、大きな下振れにはなっていない。

1989 年 4 月に 3%で導入 住宅着工戸数 166 万戸⇒167 万戸 (+0.6%)

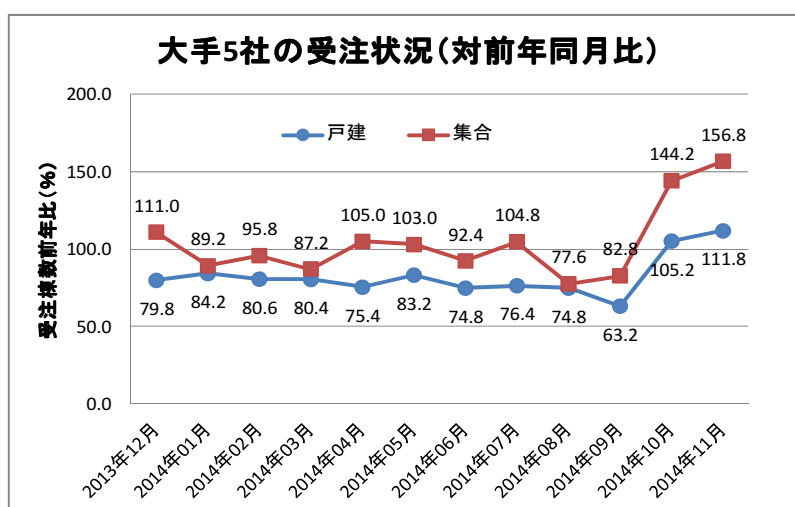
1997 年 4 月に 5%へ増税 住宅着工戸数 163 万戸⇒134 万戸 (▲17.8%)

2014 年 4 月に 8%へ増税 住宅着工戸数 98 万戸⇒ 88 万戸 (▲10.0%) ※予測

2017 年 4 月に 10%へ増税 (予定)

とは言うものの、2014 年の大手住宅各社の受注状況は前年比マイナスが続いており厳しい環境に置かれたといえる。但し、戸建住宅の受注が 20～25%の減少に対して、集合住宅の受注は前年比プラスの月もあり比較的堅調に推移した。

これは、2015 年からの相続税の増税を控えて、各社相続税対策セミナーなどを積極的に展開した結果だろう。



※大手 5 社：積水ハウス、大和ハウス工業、住友林業、ミサワホーム、パナホームの 5 社
出典：各社の HP 受注速報より単純平均した。

トピックス② 大手住宅会社を中心にゼロ・エネ・ハウス新商品投入

住宅のゼロエネルギー化や低炭素化への取り組みが、先進国を中心に加速している。イギリスでは 2016 年までに全ての新築住宅を、フランスでも 2020 年までに全ての新築住宅及び建築物をゼロエネルギー化するように規定されている。

経済産業省、環境省及び国土交通省が「低炭素社会に向けた住まいと住まい方推進会議」を共同で実施しており、中間取りまとめで「2020 年までに標準的な新築住宅でネット・ゼロ・エネルギーハウス(ZEH)を実現し、2030 年までに新築住宅の平均で ZEH を実現する」という目標が定められた。

このような背景から、大手住宅会社各社はゼロ・エネルギー・ハウスを新商品として投入し、ポスト消費増税後の需要拡大に取り組んだ。

■積水ハウス『Be mod+e gent』（ビー・モード・ジェント）』 緩勾配屋根仕様

全量買取制度を選択できる 10 キロワット以上の太陽光発電システムの搭載が可能で、ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス (ZEH) にも対応できる環境性能の高い商品を投入した。積水ハウスは、グリーンファースト企業として、高断熱、創エネの提案をしているが、今回、鉄骨系 2 階建主力商品「ビー・モード」にグリーンファーストプレミアム Z E R O 仕様を追加した形である。

○片流れ屋根を取り入れることで 10 キロワット以上の太陽光発電パネルを導入

○創エネ+高断熱仕様の省エネ技術による光熱費削減

○おおらかな「スローリビング」のある心地よい暮らし

軒下勾配ピロティの深い軒先を設けることで、夏の日差しを遮る、冬は取り入れる工夫や、棟違いを利用した小屋裏換気口から自然風を利用するパッシブデザインも特長。

■パナホーム『Blue Energy (ブルーエナジー)』 一次エネルギー自給率 300%

パナホームとパナソニックグループの先進技術を生かした設備・仕様を採用することで、ネット・ゼロ・エネルギーを超える優れた創エネ・省エネ・活エネ性能を実現する住まい。

「エコ・コルディス」をはじめとする「カサート」シリーズにおいて、Z E H パッケージ仕様の導入と新しいネーミングで展開する。

同社は 2013 年に屋根全面を太陽光発電パネルで構成する「エコ・コルディス」を業界で初めて投入、初年度 1000 棟以上の販売を達成している。

Z E H パッケージ

○屋根で発電⇒フル P V ルーフ 12.85 キロワット搭載 (エコ・コルディス)

○壁で省エネ (断熱) ⇒外装、内装パネルを合わせた壁パネルは
216 ミリの高断熱を実現

○地熱で活エネ⇒室内外の温度差を感知し
自動で換気する「エコナビ搭載換気システム」

○エネルギーのトータルマネジメントスマート
HEMS

写真は、大容量太陽光発電を搭載した

『B l u e E n e r g y』（エコ・コルディス）



トピックス③ メガソーラー増加で系統接続問題発生 全量買い取り制度の見直し

九州電力を始めとして北海道電力・東北電力・四国電力・沖縄電力の電力各社が、固定価格買い取り制度（F I T）に基づく再生可能エネルギー発電設備の電力系統への接続申し込みに対する回答を保留する方針を打ち出した。

2012 年度から導入された固定買い取り制度では太陽光発電が割高に設定されていることからメガソーラーが急増し、電力会社の必要量を上回る可能性が出てきたことが理由となっている。このため、経済産業省は導入量に応じた価格査定を検討し、2015 年度からは、20 円台に下がる見通しになっている。（現行 32 円＋税）

但し、発電出力が小さい住宅用については、電力会社も受け入れやすく、災害に強い利点もあり、引き続き導入を促す方向である。

大手住宅会社 10 社の単純平均で、2013 年度の平均太陽光採用率は 62.4%。中でも「夢発電システム」で初期投資ゼロの太陽光発電を推し進めてきた一条工務店では 90%、「おひさまハイム」の積水化学では 83%、「グリーンファースト」で省エネ・創エネ住宅のトップランナーを目指す積水ハウスでは 75%と高い採用率となっている。

住宅用太陽光発電システムはまだまだニーズが見込まれ、売電メリットで煽るような売り方ではなく、あくまでエネルギー消費を削減する観点での提案が求められる。

太陽電池の出荷統計をみると、2014 年度上期実績は、全体では 114.5%と伸びているが、住宅用電池は 91.9%と初めて前年比マイナスとなった。

■再生エネ固定価格 買い取り制度の実績				(万kwh)
	平成24年度	平成25年度	平成26年度 8月まで	累計
太陽光発電(10kW未満)	232,068	485,686	290,104	1,007,859
太陽光発電(10kW以上)	18,953	425,467	548,852	993,272
風力発電設備	274,171	489,638	151,229	915,039
水力発電設備	12,007	93,553	52,992	158,552
地熱発電設備	124	571	138	833
バイオマス発電	21,699	316,940	147,951	486,590
合計	559,022	1,811,855	1,191,267	3,562,143

■太陽電池国内出荷量 出典：一般社団法人太陽光発電協会							
	2013年4 ～6月	2013年7 ～9月	2013年10 ～12月	2014年1 ～3月	2014年4 ～6月	2014年7 ～9月	上期伸び 率
国内総数	1,653,873	2,074,637	2,042,703	2,774,519	1,882,028	2,386,429	114.5%
住宅用	572,337	539,977	585,842	668,881	493,478	528,604	91.9%
非住宅	628,560	786,700	685,669	1,177,922	731,161	1,027,116	124.2%
発電事業用	452,312	747,364	770,664	926,344	657,144	830,337	124.0%

トピックス④ 9月、家庭用燃料電池「エネファーム」累積10万台達成

太陽光売電価格減額で、エネファームが増えている？

家庭用燃料電池は2002年からの実証研究・実証事業を経て2009年度から本格販売が開始された。2009年度から2014年度まで概ね750億円の導入支援補助金を投入した結果、2014年9月時点で累計10万台を達成。単年度の設置台数は2014年度5.7万台となる。

家庭用燃料電池は、エネルギー基本計画や日本再興戦略（2013年閣議決定）において、普及促進すべき施策として位置付けられ、累計設置台数の目標は、2020年度140万台、2030年度530万台（総世帯数の10%）とされている。

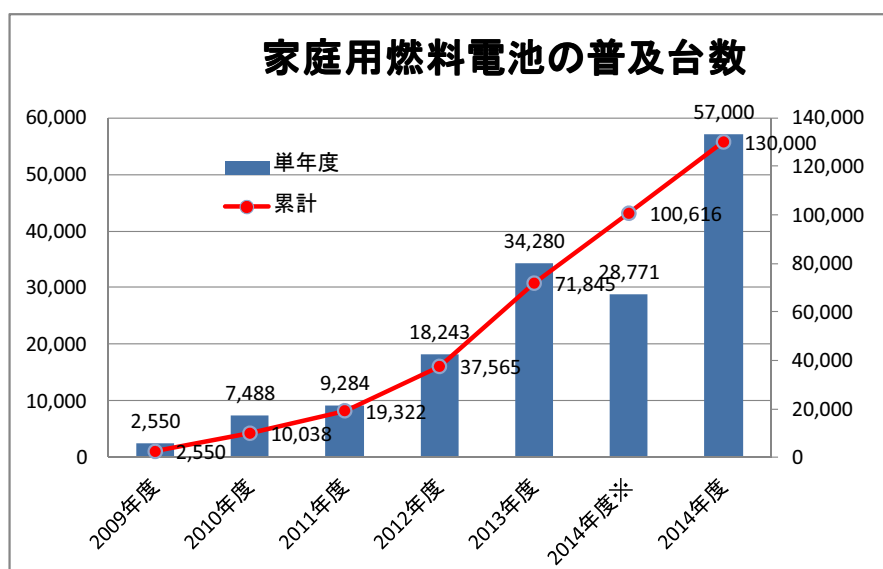
目標を達成するためには、2020年度までの6年間に127万台の新規設置が必要となる。日照時間など気象条件制限のある中で、家庭用太陽光発電の設置が、2004年度から2013年度の10年間に約200万世帯導入された実績もあり、十分目標達成は可能な数値と考えられる。

2013年度の設置台数36,448台のうち新設需要（22,598台）の新設住宅着工戸数（987,254戸）における設置率を分析すると、新設住宅着工戸数の2.3%、戸建（持家＋戸建分譲）棟数の4.6%、大手住宅会社の実績棟数（持家＋戸建分譲）の24.6%となる。

また、既設需要（13,850台）は、戸建持家世帯数の0.05%となる。

推進に当たっては、住宅会社、機器メーカー、エネルギー会社などが業界横断的にエネファームパートナーズを結成し、プロモーション活動を積極化させている。

大手住宅会社では、積水ハウスが最も積極的に展開し、2013年度は9,100台を導入、導入率58%となっている。2014年度は60%を目標としている。また、ミサワホーム、パナホーム、大和ハウスなど各社のスマートハウスでは、太陽光発電と併用したW発電を標準採用している。



※2014年度は、4月から9月までの補助金交付決定件数、9月時点で累計10万台を達成している。

出典：エネファームパートナーズ家庭用燃料電池普及促進協会（F C A）

トピックス⑤ 林野庁ＣＬＴ木造建築物普及に向けたロードマップを公表

1990 年代、スイスやオーストリアで建築用資材として、ひき板を繊維方向が直交するように積層接着した重厚なパネルであるＣＬＴ（Cross Laminated Timber）が開発された。

欧米ではＣＬＴを用いた中高層住宅や商業施設が数多く建てられている。これは、ＣＬＴが寸法安定性・断熱性・遮音性・耐火性が高く、それを用いた建物が高い断熱性、施工の容易さ・速さ、そして鉄筋コンクリートと比較しての軽さという長所があるためである。ＣＬＴは耐震性にも優れており、2009 年 1 月から 4 月にかけて地震が頻発したイタリアでは、震災後 ＣＬＴ工法による建築物が増加した。

政府は、ＣＬＴが日本に豊富に存在するスギ材を用いて生産できることから、ＣＬＴを活用した中高層建築物の木造化等を進めることにより国産材の利用を大きく伸ばすことができるとして注目している。

林野庁・国土交通省は昨年 11 月、ＣＬＴ普及に向けたロードマップを公表した。2014 年度から 2016 年年度の 3 年間で実証実験、強度研究を重ね、実用化に向けた準備を進めるとしている。2015 年度にはＣＬＴの量産に乗り出す企業に対して補助金を準備している。

専門家からは、ＣＬＴとコンクリートとのコスト差は、生産体制の整備や環境貢献度に応じた容積緩和などで埋めることができるとして、我が国の非住宅建物の床をすべて木造化した場合、新築ベースで年間 960 万 m^3 （原木換算）の新たな需要が発生するとの予測が示されている。また、今後ＣＬＴの普及により中規模ビルの木造化が広がれば、日本の林業や製材をベースにした木材産業の新しい突破口になり、地域の活性化につながると期待されている。



※高知県で建設されているＣＬＴ工法による社員寮（3 階建 267 m^2 ）
出典：高知県林業振興課作成の政策提言資料

トピックス⑥ 木造住宅の高性能化に伴って木造枠組み構法が拡大

三井ホームは、自由設計型商品をプレミアムモノコック構造として2×6構法にした。住友不動産は、2014年7月からこれまで札幌エリアにおいて2×6構法を標準仕様としていたが、より高気密、より高断熱、さらなる耐震性の強化に対応し、2×6構法商品（Jレジデンス・Jアーバン）をラインナップに追加し全国展開した。

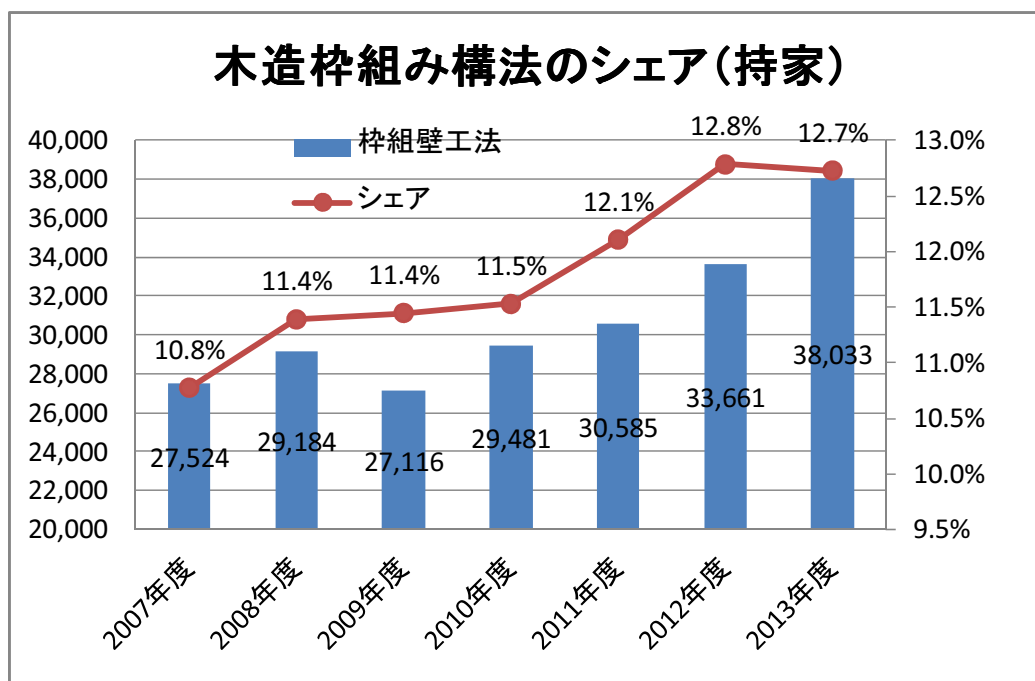
従来、木造軸組み工法だけを手掛けていた企業が2×6構法を手掛けるケースが目立っている。首都圏では、ウィザースホーム（新昭和）、ハスカーサ（ポラスグループの注文住宅）、天草産業（八王子）、ウエルダンノーブルハウス（ジューテックホーム）などが高断熱、高気密で住宅会社との差別化を目指している。

直近で最も供給を増やしているのは一条工務店。2013年度は受注ベースで14,000棟（住宅産業研究所資料）を超え、戸建注文住宅部門で第2位となった。2×6構法商品（アイスマートやアイキューブ）はその内55%を占めるという。単純計算では7,700棟の受注実績となる訳で、枠組み壁工法では戸建ナンバーワンとなる。

2×4構法は、耐震性能や気密性能を上げやすいメリットがあり、2×6構法にすれば壁厚が増す分、更に断熱性能高めることができるメリットもある。

今後のネット・ゼロ・エネルギー住宅化に向け、高性能な木造住宅として2×6構法が注目される。

■最近の木造持家住宅に占める枠組み壁工法（2×4構法・2×6構法）のシェア



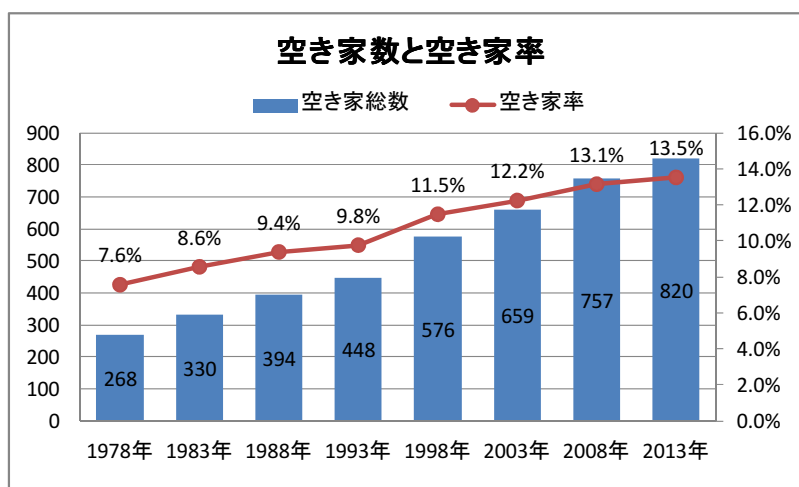
※住宅着工統計（国土交通省）

トピックス⑦ 2013年住宅土地統計調査速報値公表 空き家率 13.5%に上昇

住宅の国勢調査といわれる住宅・土地統計調査の速報値が公表されている。この調査は、国勢調査と同様に5年毎に実施され、今回は2013年10月1日現在の住宅の状況を表す。

我が国の住宅総数は、6,063万戸となり、前回調査の2008年に比べて5.3%、305万戸増加となった。住宅の種類別で見ると、民間貸家と持家が増加し給与住宅と公営公社貸家が減った。

空き家戸数は前回調査の757万戸から820万戸と63万戸増えた。総住宅戸数に占める空き家率は13.5%まで上昇した。この5年間の総世帯数の増加分249万世帯を上回る住宅が供給されていることや、増加分に見合った住宅が除却滅失されていないことが要因といえる。（この期間の新設住宅着工戸数は413万戸、除却滅失戸数60万戸）



空き家は、別荘やセカンドハウスなどの「二次的住宅」「賃貸用住宅」「売却用住宅」「その他の空き家」の4つに分類され、「賃貸用住宅」429万戸と「その他の空き家」318万戸が大半を占める。

賃貸住宅は一定の流通在庫が必要という側面もあるが、「その他の空き家」の増加は、防災や防犯面、街並みの景観、何よりも社会的財産の有効活用という観点でも問題になっている。国、自治体は、適切に管理されていない空き家に対して、法律や条例での対応や空き家バンク、町屋等再生活活用支援事業など助成制度によって政策誘導をすすめているが、空き家を大幅に減らすまでに至っていない。

■住宅ストック戸数の推移（単位：万戸）				
	2008年	2013年	増減	伸び率
住宅総数	5,759	6,063	305	5.3%
持家	3,032	3,224	192	6.3%
公営・公社貸家	301	279	-22	-7.3%
民間貸家	1,337	1,454	117	8.8%
給与住宅	140	112	-28	-20.0%
不詳	151	141	-10	-6.6%
居住世帯あり住宅総数	4,961	5,210	249	5.0%
空き家計	757	820	63	8.3%
二次的住宅	41	41	0	0.2%
賃貸用住宅	413	429	17	4.0%
売却用住宅	35	31	-4	-11.6%
その他の空き家	268	318	50	18.8%
一時現在者のみ※	33	24	-8	-25.6%
建築中※	9	9	-1	-5.6%

※一時現在者のみ（屋間のみ利用）、建築中は空き家に含まない。

今後、団塊世代の相続機会の増大などにより空き家がますます増加すると予測されており、滅失を促す、利活用を促進するための抜本的な取り組みが期待される。

2. 大手住宅会社の業績はまだら模様

■大手住宅会社の中間決算と通期見通しは、増収増益ながら利益率は圧縮

大手住宅会社 8 社の中間決算では、売上高は対前年比プラス 3.2%、営業利益は対前年比 8.8%にとどまった。消費増税後の受注環境が厳しい中、売上高では、三井ホーム、旭化成ホームズ、大和ハウス工業が平均以上の伸びを示した。

大和ハウス工業は、賃貸住宅や商業施設など、旭化成ホームズは都市型 3 階建て住宅の得意分野で実績を伸ばした。また、旭化成ホームズは、近年分譲マンション事業（旭化成不動産レジデンス）にも積極展開し売り上げ拡大に寄与している。

営業利益では、大和ハウス工業、積水ハウスの上位 2 社が大きく伸ばしている。集合住宅や商業施設、マンション事業分野で利益を生み出している。反面、三井ホームは、売上は伸ばしたが営業欠損が続いており、ミサワホーム、パナホームは前年比マイナスにとどまった。

■大手住宅会社主要8社の業績比較

■主要住宅会社の連結業績(中間決算より作成) 単位:億円							
		売上			営業利益		
		2014年度	前年比	2013年度	2014年度	前年比	2013年度
積水ハウス	2-10月	13,041	3.7	12,580	908	12.9	805
	通期	19,100	5.8	18,051	1,450	9.9	1,319
大和ハウス工業	中間	13,248	6.6	12,426	801	14.4	700
	通期	28,000	3.7	27,003	1,730	5.8	1,635
積水化学工業※	中間	2,492	2.2	2,439	206	1.5	203
	通期	5,060	1.9	4,968	415	1.0	411
旭化成ホームズ	中間	2,560	7.4	2,384	270	1.9	265
	通期	5,510	3.1	5,344	580	▲ 7.9	630
住友林業※	中間	2,128	4.1	2,045	108	6.9	101
	通期	4,550	▲ 2.2	4,654	275	▲ 14.6	322
ミサワホーム	中間	2,017	▲ 2.4	2,066	24	▲ 62.3	63
	通期	4,230	▲ 0.7	4,260	65	▲ 50.7	132
パナホーム	中間	1,524	3.3	1,475	44	▲ 18.5	54
	通期	3,300	1.7	3,245	146	2.8	142
三井ホーム	中間	1,078	10.3	977	-27		-44
	通期	2,500	1.1	2,472	38	▲ 9.5	42
主要8社計	中間*	38,088	4.7	36,392	2,335	8.8	2,147
	通期	72,250	3.2	69,997	4,699	1.4	4,633
※積水ハウスは1月決算、積水化学は住宅カンパニー、住友林業は新区分住宅事業のみ							
※住友林業の営業利益は経常利益							
※千万円の位で四捨五入							

* 各社の決算情報より作成

3. 新設住宅着工戸数、2014 年度は 90 万戸割れに

■着工戸数推移⇒2 月以降前年比マイナスに転じる

新設住宅着工戸数の前年比は、3 月以降前年比マイナスに転じ、比較的好調だった貸家も 7 月以降マイナスに転落した。(図 1)

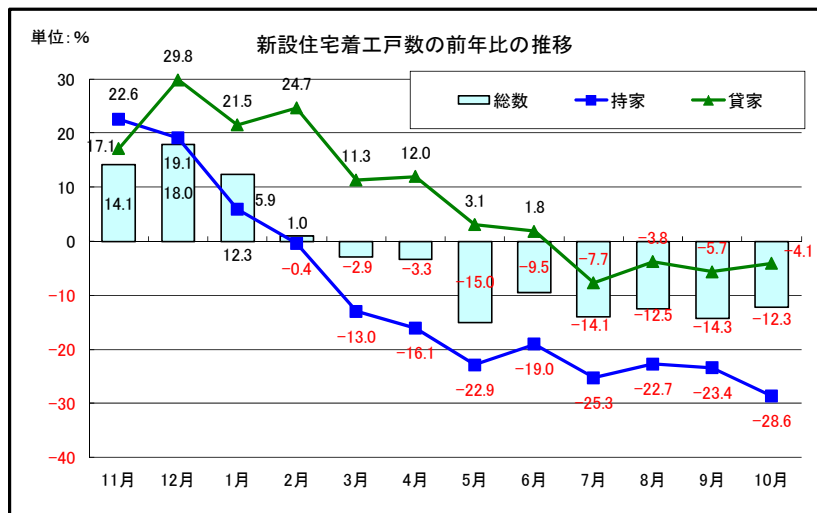
4 月～10 月までの累計では

総数：前年比▲11.7%

持家：前年比▲22.7%

貸家：前年比▲1.0%

図1. 月別の新設着工戸数対前年比の推移

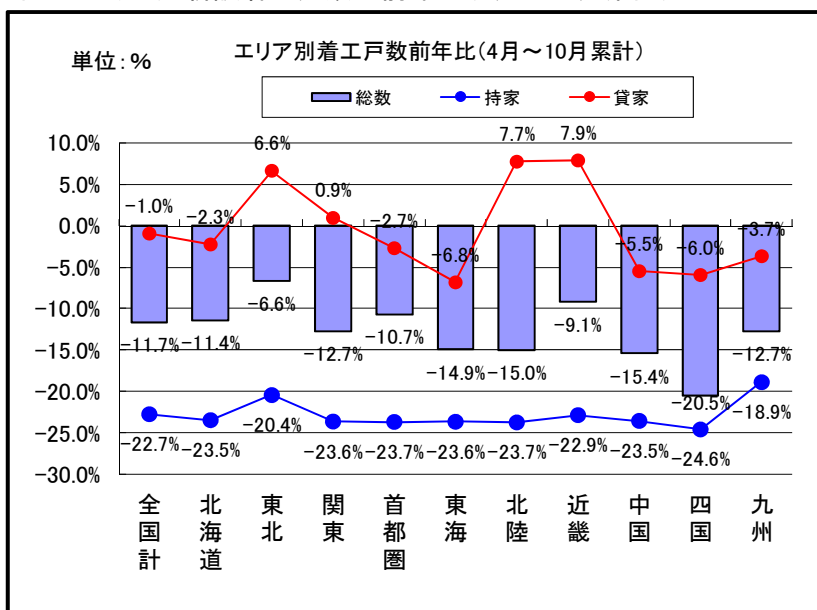


■地域別動向⇒都市部、地方含めて全エリアで厳しい状況

エリア別に見ると、北海道から九州まで全エリアで前年比マイナスになっており、特に、四国、北陸、東海エリアで厳しい状況になっている。特に、北陸、四国など消費増税駆け込みによる伸びが大きかったエリアで大きく落ち込んでいる。(図 2)

また、貸家需要は、近畿、北陸、東北、関東エリアで伸びている。

図2. エリア別新設着工戸数の前年比(4月～10月累計)



* 住宅着工統計(国土交通省)

■ 2014 年度・2015 年度の新設住宅着工戸数の見通し

財団法人建設経済研究所は、2014 年度第三四半期（10 月～12 月）を底として回復基調に転じるとしており、2014 年度は 88.8 万戸（前年度比マイナス 10.0%）、2015 年度は 90.8 万戸（前年度比プラス 2.2%）と予測している。※推計時点では 2015 年度については 10 月からの消費税増税を前提としている。

プラス要因 >

持家需要については、経済対策としての住宅ポイント制度の復活や、住宅取得にかかわる優遇制度の拡充と再延長、贈与税の非課税枠の拡大、省エネ住宅に対する優遇策などの政策効果が期待できる。貸家需要については、2015 年度からの相続税の税率アップを見越した二世帯住宅や親世代から子世代への資産移転による先行需要が増える。

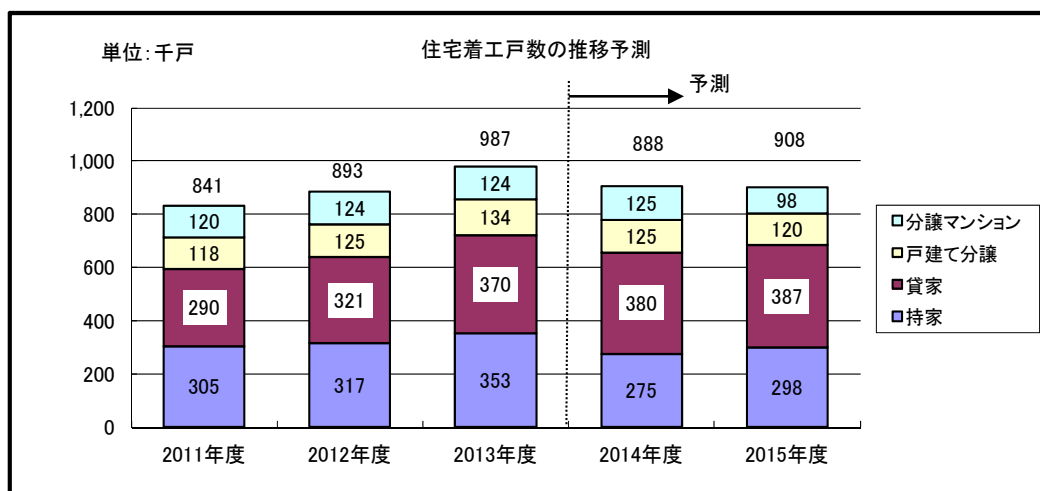
また、円安継続により海外からの不動産投資の増加も期待される。

マイナス要因 >

政労使会議における賃金アップの要請や政策誘導の努力がなされるが、賃金上昇以上に社会保障料や電気料金など家計負担が増大した場合、国民の閉塞感の拡大が危惧される。株高などによる資産所得も一部の富裕層に限定される。

消費税の 10%への増率アップによる駆け込み需要は、2015 年度前半から動きが出てくると考えられ、この推計より若干の上乗せが期待できる。

出典：財団法人建設経済研究所 建設経済モデルによる建設投資の見通し 2014 年 10 月予測



◆新設住宅着工戸数の実績と予測						(単位:戸数)(投資額 億円)		
	実績			2014年度 (4-10月) 前年比%	予測			
	2011年度	2012年度	2013年度		2014年度	前年比	2015年度	前年比
新設着工戸数	841,246	893,002	987,254	-11.7%	888,300	-10.0%	908,100	2.2%
持家	304,822	316,532	352,841	-22.7%	275,200	-22.0%	297,700	8.2%
貸家	289,762	320,891	369,993	-1.0%	379,600	2.6%	387,200	2.0%
戸建て分譲	117,979	124,536	133,906	-7.2%	124,500	-7.0%	119,600	-3.9%
分譲マンション	120,092	124,027	123,818	-16.5%	125,100	1.0%	97,700	-21.9%
名目民間住宅投資額	133,750	140,900	157,400	-	147,500	-6.3%	152,500	3.4%

4. 2015 年の展望と課題

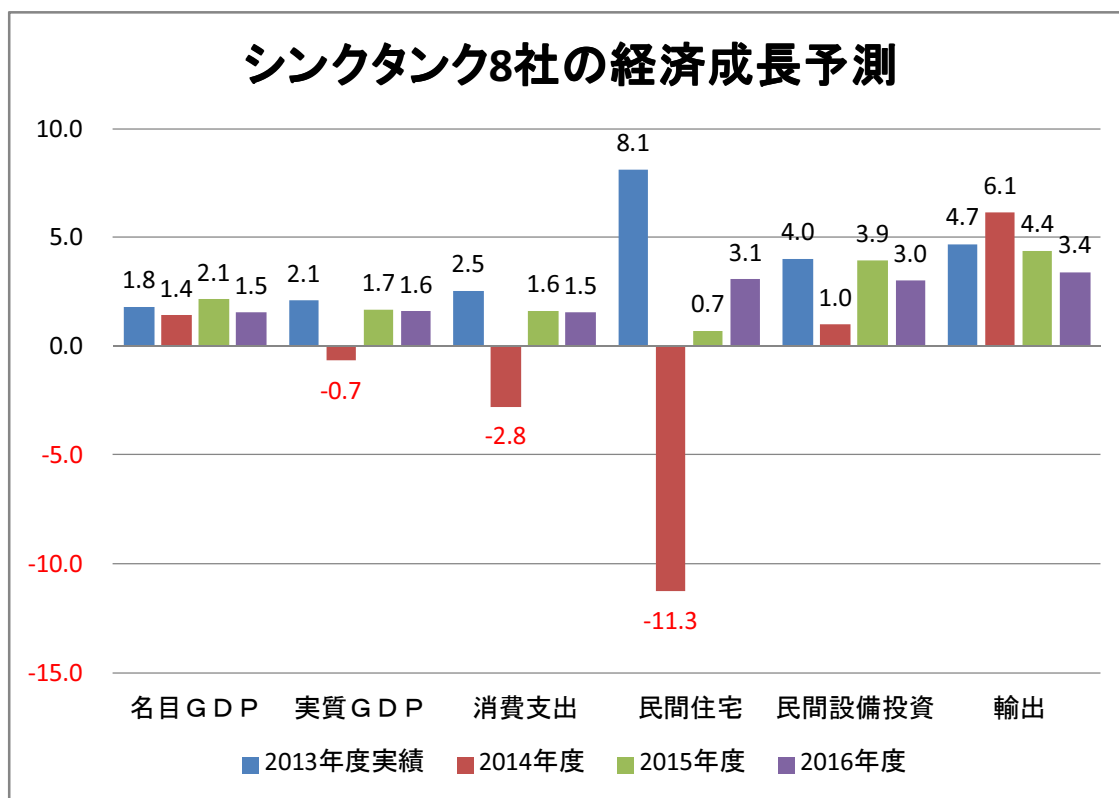
(1) 2015 年度以降はプラス成長 新たな投資への期待が広がる

7～9 月期の国内総生産（GDP）改定値をふまえ主要シンクタンク各社は、日本経済の見通しを公表した。主要 8 社の平均は、2014 年度の国内総生産（GDP）の実質成長率を-0.7%とし、消費増税後の民間住宅投資、個人消費の下振れが大きく響くとしている。

2015 年度の見通しは、実質 1.7%、名目 2.1%とみている。消費需要や民間住宅投資がプラスに転じるが力強さに欠ける。法人税減税をはじめとした追加の経済対策に期待するところが多い。

また、2016 年度についても、2017 年度 4 月からの消費再増税を控えて、住宅投資に対する伸びは期待されているが、個人消費や設備投資は伸び悩むとみているシンクタンクが多い。

今後、T P P など更なるグローバル経済の枠組みの中で資材の高騰、競争激化が予想され、事業者は次世代の事業戦略を構築しなければならない。



■主要シンクタンクの経済見通し一覧（各社のホームページから編集）

◆主要シンクタンクの経済見通し 7月～9月のGDP統計を受けての推計 12月10日公表						2014年度	
	予測	名目GDP	実質GDP	消費支出	民間住宅	民間設備投資	輸出
シンクタンク 8社の平均	2013年度実績	1.8	2.1	2.5	8.1	4.0	4.7
	2014年度	1.4	-0.7	-2.8	-11.3	1.0	6.1
	2015年度	2.1	1.7	1.6	0.7	3.9	4.4
	2016年度	1.5	1.6	1.5	3.1	3.0	3.4
第一生命経済 研究所	2013年度実績	1.8	2.1	2.5	9.3	4.0	4.7
	2014年度	1.6	-0.7	-2.7	-11.7	0.8	6.5
	2015年度	2.7	1.8	2.1	2.1	4.5	4.1
	2016年度	2.3	1.6	1.8	3.9	3.5	3.5
日本経済研究センター	2013年度実績	1.8	2.1	2.5	9.3	4.0	4.7
	2014年度	1.2	-0.6	-2.8	-11.3	0.4	6.6
	2015年度	1.3	2.4	1.3	1.2	2.8	5.2
	2016年度	1.1	1.5	1.3	-2.0	3.5	4.4
みずほ総研	2013年度実績	1.8	2.1	2.5	9.3	4.0	4.7
	2014年度	1.8	-0.8	-2.7	-11.4	1.9	6.0
	2015年度	3.5	1.5	2.2	3.1	4.7	5.6
	2016年度	-0.1	1.6	0.3	0.0	0.8	1.6
三菱UFJリサーチコ ンサルティング	2013年度実績	1.8	2.1	2.7	9.3	4.0	4.7
	2014年度	1.8	-0.7	-2.7	-11.7	1.0	5.8
	2015年度	2.3	1.6	1.5	2.7	3.6	2.4
	2016年度	1.8	1.8	1.8	9.7	3.1	2.3
ニッセイ基礎経済 研究所	2013年度実績	1.8	2.1	2.5	9.3	4.0	4.7
	2014年度	1.5	-0.7	-2.8	-10.9	0.6	6.0
	2015年度	2.1	1.6	1.7	-1.5	2.9	4.5
	2016年度	2.0	1.8	1.9	4.5	3.4	4.1
三菱総合研究所	2013年度実績	1.8	2.1	2.5	-0.3	4.0	4.7
	2014年度	1.2	-0.7	-2.7	-11.2	1.7	5.4
	2015年度	2.0	1.6	1.5	-1.0	5.0	4.2
	2016年度						
日本総合研究所	2013年度実績	1.8	2.1	2.5	9.3	4.0	4.7
	2014年度	1.1	-0.7	-3.0	-11.0	0.5	6.4
	2015年度	1.7	1.5	1.2	0.9	3.3	4.7
	2016年度	1.7	1.4	1.1	3.0	3.1	4.4
農林中金総合 研究所	2013年度実績	1.8	2.1	2.5	9.3	4.0	4.7
	2014年度	1.1	-0.5	-2.8	-11.0	0.9	6.2
	2015年度	1.5	1.5	1.6	-1.9	4.5	4.3
	2016年度	2.0	1.5	2.5	2.3	3.8	3.5

(2) 期待される経済対策

政府は、年内にまとめる経済対策に、住宅ローンの金利優遇や住宅エコポイント、親や祖父母からの住宅取得のための資金に対する贈与税の非課税枠拡大を盛り込む。消費増税の影響で落ち込んでいる住宅市場を活性化させ、家具や家電など住宅関連の消費拡大にもつなげる狙いだ。また、一般社団法人住宅生産団体連合会の樋口会長は、消費税 10%への増税には住宅の軽減税率の導入を主張している。

■フラット 35 S の金利優遇

省エネや耐震性などの基準を満たした住宅が利用できる「フラット 35 S」の金利を借り始めからの 10 年間、今より 0.3 ポイント低くする。2015 年に借りた人が対象で、12 月の金利水準なら 0.96%で借りられる計算になる。今年度の補正予算に 1,100 億円を盛り込む。

■住宅エコポイント

省エネ性能の高い住宅を建てたり、リフォームをしたりすると工事内容に応じて最大で 30 万ポイントがもらえる。1 ポイントは 1 円相当で工事費の支払いに使えるほか、商品券などにも交換できる。2015 年 3 月までに契約した分が対象で、補正予算に 900 億円を盛り込む。

■住宅取得のための贈与税の非課税枠拡大

住宅取得資金を親や祖父母からもらう際にかかる贈与税は、1,000 万円までとなっている非課税枠を消費増税が予定される 2017 年に向けて 3,000 万円への拡大を目指す。

政府与党の段階的に引き上げる案 >

2015 年 1 月から 12 月まで 1,500 万円

2016 年 1 月から 9 月まで 1,000 万円から 1,200 万円へ一旦引き下げ

2016 年 10 月から 2017 年 12 月まで 3,000 万円

一方、国土交通省案は 2015 年から 3,000 万円への引き上げを提案している。

■住宅ローン減税制度の延長

2017 年 12 月に期限が切れる住宅ローン減税を 2019 年 6 月まで延長する。所得税を 10 年間で最大 500 万円控除する現行の仕組みはそのまま適用する見込み。

現時点で分かっている経済対策では目新しいものは少ない。

事業者は、国や業界に依存することなく、自らの変革によって、新しい需要を開拓する気概が求められる。

※以上の内容は、2014 年 12 月 21 日現在の報道情報を基に記載。

(3) 性能評価表示ラベルと高性能住宅で差別化を

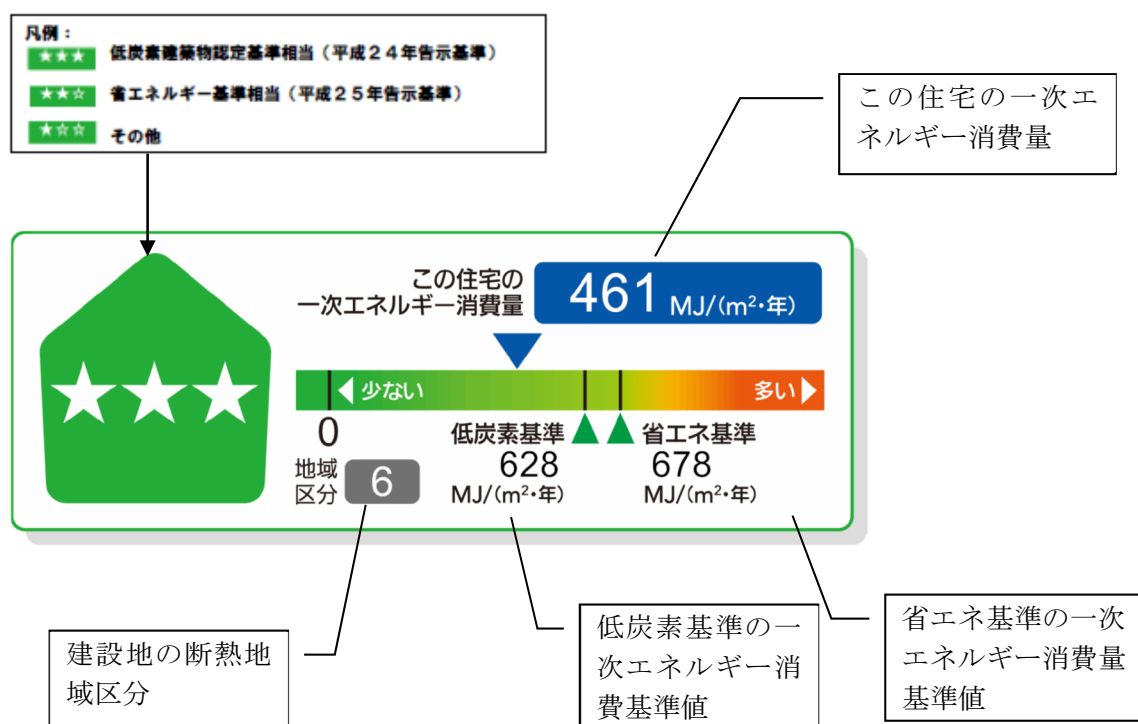
住宅性能表示制度は、「住宅の品質確保の促進等に関する法律」に基づき、「構造の安定」、「火災時の安全性」、「高齢者等への配慮」等の、住宅の性能に関する表示の適正化を図るための共通ルール（表示の基準、評価の方法の基準）を設け、消費者による住宅の性能の相互比較を可能にするものとして、2001 年からはじまった。

消費者への情報提供の観点から第三者機関による性能評価を利用することにより、自分の取得する住宅の、信頼性の確保された「性能評価書」を受け取ることができる。

現状は、消費者が利用を選択することができる任意の制度だが、2020 年度の省エネ基準の義務化を踏まえて、同時に住宅性能評価制度を義務化する動きもある。（環境省：地球温暖化対策中長期ロードマップ）

昨年 10 月から改正省エネ基準がスタートしたが、旧表示との併用期間が今年 3 月で終了する。住宅の外皮性能と一次エネルギー消費量を指標に住宅エネルギー性能を評価して表示するため、住団連は、消費者に分かりやすい住宅の一次エネルギーの消費量を表示するラベルを検討している。

断熱性能等級や一次エネルギー消費量等級で最高等級を取得した建物については、数値の併記が可能となり自動車が燃費で比較されるのと同様に、家も一次エネルギー消費量で比較される時代が来る。住宅が会社の規模やイメージではなく、性能やその会社の家づくりの理念や哲学で選択されるようになれば住宅業界のレベルアップにもつながる。



おわりに

昨年、「富士山」（山梨、静岡両県）に続き「富岡製糸場と絹産業遺産群」が世界文化遺産に登録された。また、自然を尊ぶという日本人の気質に基づいた「伝統的な和食文化」が、ユネスコ無形文化遺産に登録された。

海外からの観光客も 1,300 万人を超える勢いで増加している。観光客の多くは、豊かな自然、清潔な街、勤勉で親切な日本人のこまやかさや気配りに感動し、まるで春風に吹かれたような心地よさだという。日本人にはおそらくこれが「日常」なのだろうが、外国人観光客にとって日本の接客はそれ自体が感動的な体験なのかもしれない。

今年は、ほんの少し、日本人であることに自信を持って生きていこう。

最後まで、新春レポートを読んでいただきありがとうございました。

以 上

キタケイの提供する2つの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 ”

天然木にこだわったフローリングや壁材 “ リラクシングウッド ”

企画・製造から販売までトータルにプロデュース、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



プライベートブランド「スプロート」

KITAKEIでは、今の時代に求められるコンセプトとして「環境」「ぬくもり」「素材」という切り口を提示。この3つのコンセプトに沿ったオリジナル商品「SPROUT」を開発いたしました。ぜひ、新しい魅力に満ちた住まいづくりにご活用ください。

住まいづくりのプロを支える、プロフェッショナルサプライヤー。

ライフスタイルの多様化に伴い、住まいづくりには、より高度な機能性・デザイン性・独自性が求められています。また、環境問題に対する意識の高まりとともに、「エコであること」も、スタンダードなニーズになってきました。このような時代において、北恵では、住宅資材・設備機器商社として、よりニーズにマッチした商品を提供。さらに、付加価値ある住まいづくりを実現するための商品開発や提案にも取り組み、「プロを支えるプロフェッショナル」として、住まいづくりをバックアップいたします。

KITAKEIを支える、4つの力
総合力で住まいづくりをバックアップ

- ・幅広い商品群
- ・プライベートブランド
- ・施工仕販売

環境



環境をテーマとしたシリーズ。24時間換気システムや乾燥暖房機、輻射断熱商品など、住空間や自然に優しい商品をご提案します。

ぬくもり



ぬくもりをテーマとしたシリーズ。木製連続手すりや飾り収納など、住まう人に優しさをご提案します。

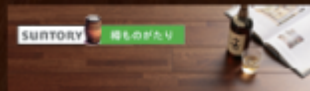
素材



www.relaxssingwood.com



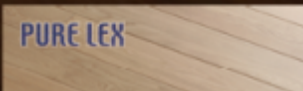
それは、自然の創った
けがれなき繊巧美。



ウイスキーオーク



フローリング・パネル



ピュアレックス



ウォームソリッド