

平成 26 年新春レポート

< 2014 年の展望と課題 >

はじめに	1
1. 2013 年住宅業界のトピックス	
2014 年 4 月、消費増税が決定 住宅取得支援策が強化される	2
改正省エネ法が施行された	3
木材利用ポイント制度がはじまる 大手住宅会社も対応商品を発売	4
再生可能エネルギー全量買い取り制度で非住宅・発電事業者用拡大	5
海外事業強化、ビルダー・建材商社も参入	6
2013 年 3 月、タマホーム念願の上場	7
パワービルダー飯田グループ 6 社の統合で年間 3 万棟に	8
2. 順調に伸びた大手住宅会社の業績	9
3. 新設住宅着工戸数、2014 年度は 89.7 万戸に	10
4. 2014 年の展望と課題	12
(1) 2014 年度もプラス成長 新たな投資への期待が広がる	12
(2) 5.5 兆円の経済対策を活かす	14
(3) 相続税対策の提案	14
おわりに	15

はじめに

あけましておめでとうございます。

昨年は、長いデフレ経済から脱却し、日経平均株価が9,940円(2012年12月)から15,891円(2013年12月20日)と1.5倍になった。安倍政権の大胆な金融政策と、財政出動と切れ目のない経済対策が市場の期待となって表れている。住宅業界では消費増税の駆け込みもあったが、住宅取得支援策の拡充によって人々は、前向きな投資行動を見せるようになり市場も活性化した。また、住宅会社各社は将来に向けた事業開発にも取り組みはじめた。

更に、2020年の東京オリンピックパラリンピックの開催が決定した。直接的な経済効果は3兆円、雇用の誘発効果は15万人といわれる。観光業やスポーツ関連を含めると100兆円、150兆円にもなるという。消費税10%以降、日本の経済がどうなるか不安感や閉塞感があったが、日本再生に向けた大きな転機になる。

2015年以降の住宅着工は、70万戸割れとされていたが7年間の猶予期間ができるかもしれない。工務店ビルダーは、2020年までの黄金の7年間に、新しい成長戦略を描く時間がある。次代の工務店ビルダーのあるべき姿を追求すべきだろう。

恒例の2014年展望と課題をお届けします。

1. 2013年、住宅業界のトピックス

2013年の住宅市場は、消費増税を控えた駆け込み需要に、安倍政権の景気回復期待が加わり好調を維持した。また、事業者は、ポスト消費増税対策に向けた需要開拓、新事業への取り組みを加速している。一年間のトピックスを整理した。

トピックス 2014年4月、消費増税が決定 住宅取得支援策が強化される

4月から消費税は8%へ税率がアップする。政府は消費増税後の景気を下支えするため、5兆円規模の景気対策を決めた。住宅支援策として、住宅ローン減税の拡充に加え、その負担軽減効果が十分に及ばない収入層に対する現金給付「すまい給付金制度」もはじめて導入される。

すまい給付金制度の導入

ローンを組んで住宅を購入する人の場合、年収425万円以下で30万円、同10%にする15年10月以降は年収450万円以下で50万円を給付する。住宅ローン減税の恩恵が小さい人の負担をより軽くする狙いだ。

今回は現金で住宅を買う人も給付対象に加えた。中高年層が退職金などを取り崩して現金で家を新築するケースも多く、こうした層の負担軽減も必要と判断したためだ。現金購入者への給付は「金持ち優遇」との批判もあるため、年齢が50歳以上で消費税8%時に年収510万円以下、10%時に年収650万円以下に限定。さらに省エネ性能などに優れた住宅を買う人に対象を絞る。

住宅ローン減税の拡充

居住後10年間にわたって、住宅ローン残高の1%を所得税や住民税から控除できる住宅ローン減税は、平成25年末で終了の予定だったが、平成29年度末までの4年間の延長を決めた。控除対象額の上限を、現行制度の2倍にまで拡大。

居住年	借入限度額	控除率	各年の控除限度額	最大控除額 (10年間で)
平成26年3月まで	2,000万円 (3,000万円)	1%	20万円 (30万円)	200万円 (300万円)
平成26年4月～29 年12月	4,000万円 (5,000万円)	1%	40万円 (50万円)	400万円 (500万円)

()内は、長期優良住宅や低炭素住宅

さらに、特定の増改築等に係る住宅借入金等を有する場合の所得税額の特別控除限度額も増額されている。

長期優良住宅の所得税特別控除（住宅ローンを使わない場合）

認定長期優良住宅、認定低炭素住宅を建築した場合、標準的なかかり増し工事額（3.3万円/m²）の10%を所得税額から控除する。控除対象費用の限度額を500万円から650万円に増額し、平成29年12月末まで延長した。

トピックス 改正省エネ法が施行された

国交省、経産省は、1月31日、省エネ法に基づく新しい省エネ基準を公布した。当初の計画より6ヶ月遅れて、10月1日から施行された。

省エネ新基準は、外皮性能と一次エネルギー消費量を指標として、建物全体の省エネ性能を評価するものとなる。住宅の評価指標は、熱損失係数から外皮平均熱貫流率に、また夏期日射取得係数から冷房期の平均日射取得率に変更される。

新たな評価指標となる外皮熱還流率は、床、壁、天井と外気に接するすべての面積を算出するため、より適正な数値で評価されることになる。更に、暖房や冷房、換気システム、照明設備などの機器の消費するエネルギー量を算出し評価する。

住宅の省エネ化に関わる施策は、改正省エネ基準にとどまらず、低炭素まちづくり法に基づく「低炭素住宅」の認定基準、住宅性能表示制度（品確法）の評価に連動する。これらの基準等に関わる一連の告示が施行されて住宅の省エネ化施策は一区切りとなる。

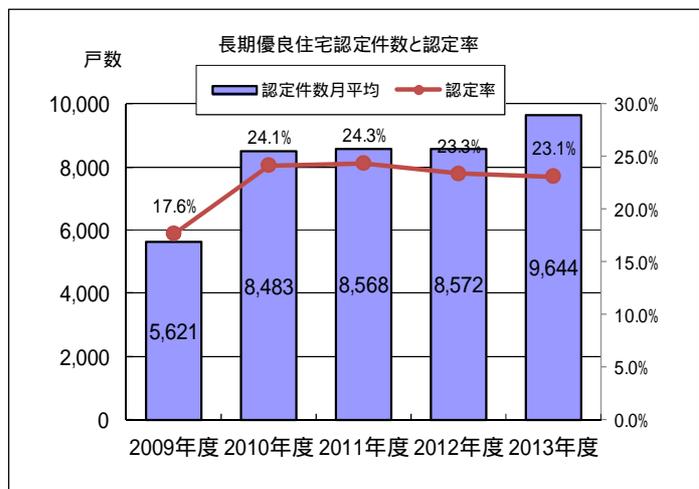
どのように対応するかは、工務店のビジネス戦略によって異なる。

現行、任意の制度である省エネ基準は、2020年度までに義務化が予定されており、新築住宅を手掛ける工務店ビルダーも省エネ基準への対応が不可欠になってくる。自社のポジションを明確にし、中長期のビジネス戦略を構築するいい機会となる。

認定長期優良住宅の件数は、2013年度9月までの動向をみると、認定件数は9,644件まで増加しているが、認定率は23%と伸び悩んでいる。

また、2013年1月から始まった低炭素建築物の認定件数は9月末現在1,212戸(戸建)にとどまっている。

高品質な住宅を作って長く使う長期優良住宅や低炭素住宅はこれからの住宅づくりの基本となる。培った技術力を生かし、資産価値の劣化しない家づくりは大手住宅会社との差別化の一つといえる。勝ち残る工務店としてぜひ取り組みたいものだ。



2013年度は、9月までの実績から月平均を算出

省エネ基準のスケジュール

		2012年12月4日	2013年1月31日	2013年10月1日	2014年4月1日	2015年3月31日
住宅省エネ基準	現行	→			→ (経過措置)	→
	新基準		公布	施行	→	
低炭素住宅認定基準		公布・施行	→			
住宅性能表示制度・長期優良住宅の基準		2013年度中に改正検討			→	

トピックス 木材利用ポイント制度がはじまる 大手住宅会社も対応商品を発売

地域材を利用した木造住宅の新築やリフォーム、購入に対してポイントを付与する制度が4月から始まった。地域材の利用促進だけでなく、木造住宅の担い手である地域工務店を支援する狙いもある。

工業化住宅や大手FCでは取り組みにくい制度であり、地域工務店としては、顧客に対して積極的に提案することで受注拡大が期待された。

対象樹種は、スギ、ヒノキ、カラマツなど特定の樹種に限定され、付与されるポイント数は、木造住宅（新築・増築または購入）において1棟当たり一律30万ポイント。内装・外装木質化（リフォーム・新築・購入）については、30万ポイントを上限に使用量によって加算される。

着工期間は2014年3月末まで、ポイントの申請期間は2014年7月末となっているが、2013年度補正予算により6カ月から1年間の延長が見込まれる。

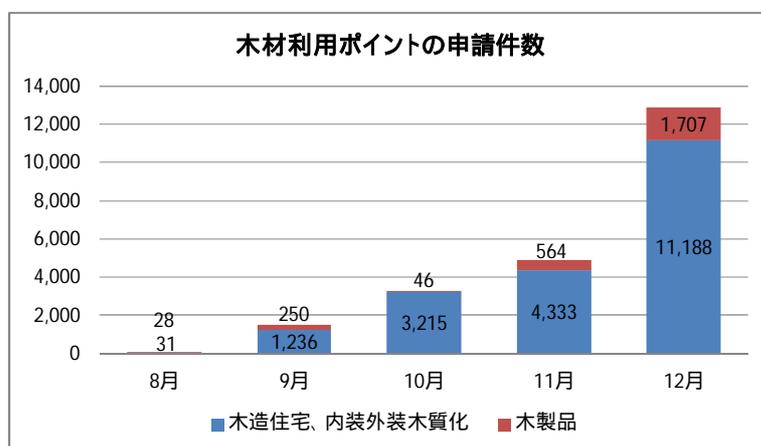
2013年7月の申請受け付けの開始から12月10日現在までの申請実績は、累計 木造住宅、内装外装の木質化部門で20,000件を超え、木製品部門は2,500件となっている。

住宅メーカーにとっても需要を喚起する好材料となっており、すでにこの木材利用ポイントを積極的に活用できる商品を展開している。

もともと国産材を売りにしている住友林業だけでなく、大和ハウス工業では、ポイント制度導入直前の3月に新発売した木造住宅「ジューヴォ グランウッド」は、同社では初めて、柱や梁などの構造軸組材を100%地域材仕様にした商品だ。また、積水ハウスも4月から、これまで北欧材を標準仕様に展開してきた人気の木造住宅「シャーウッド」のラインナップに、柱と梁をまるごと地域材仕様にした「シャーウッド 純国産材プレミアムモデル」を加えて発売した。

タマホームやアキュラホームなども木材利用ポイント対応商品を展開している。

日本全体の森林資源は49億 m^3 、毎年建築用材として適齢期を迎える用材は8,000 m^3 増加している。反面、木材の自給率は26%にとどまっている。政府は地域材の利用促進を図るため、住宅だけでなく、学校や公共施設等大規模木造建築物における木材利用促進事業を推進し、木材自給率を50%まで高める取り組みをしている。



トピックス 再生可能エネルギー全量買い取り制度で非住宅・発電事業者用拡大

2012年7月から始まった再生可能エネルギーの固定買い取り制度によって、非住宅用や発電事業者向けの出荷が大きく伸びている。

再生エネルギー設備認定状況を、太陽光発電の出力規模別で見ると、認定件数では一般住宅に設置される10kW未満が多くなっているが、20年間の固定買取の対象となる10kWを超えるものやメガソーラーと称される設備が15万件、認定出力は2,000万kWを超えている。

直近の事例でも、三井物産、ソフトバンク、大和ハウス工業、GSユアサ、ワタミ、ハウステンボスなどあらゆる業種から参入している。

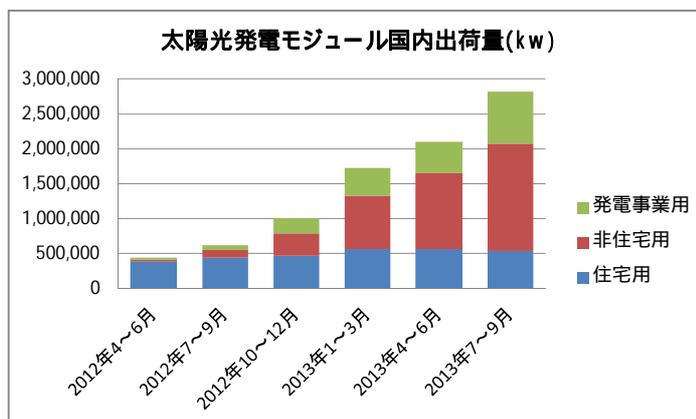
2013年7月時点の稼働率は、件数全体では69%、出力全体では17.7%にとどまっている。住宅用を主体とした10kW未満の設備で86.9%になっているが、メガソーラーの稼働が大きく遅れている。

再生エネルギー設備認定状況

		計	10kW未満	10kW以上	メガソーラー
認定件数	2013年7月(件)	553,878	401,764	149,268	2,846
	2012年10月(件)	146,858	133,554	12,964	340
認定出力	2013年7月(kw)	22,067,350	1,750,577	6,862,388	13,454,385
	2012年10月(kw)	2,212,855	585,998	618,419	1,008,439
稼働件数	2013年7月(件)	383,688	332,150	51,193	345
稼働出力	2013年7月(kw)	3,916,172	1,521,433	1,785,588	609,150

太陽電池の出荷量統計で見ると2013年度4月～9月で493万kW(前年比4.6倍)と急増しており、特に、非住宅用や発電事業者用が急増。住宅用だけに限っても前期比34%プラスとなっている。

毎年買い取り価格が減額されることになっているが電力料金の上昇が懸念される中で、太陽光発電に対するニーズは今後も高まってくると考えられる。



太陽電池国内出荷量 出展：一般社団法人太陽光発電協会

単位：kW

	2012年4～6月	2012年7～9月	2012年10～12月	2013年1～3月	2012年度計	2013年4～6月	2013年7～9月	上期伸び率
総計	444,512	626,290	1,002,411	1,733,427	3,806,640	2,105,521	2,821,405	460.1%
住宅用	383,329	446,360	476,322	562,958	1,868,969	572,337	539,977	134.1%
非住宅用	31,345	108,690	310,462	762,963	1,213,460	1,080,872	1,534,064	1867.3%
発電事業者用	29,838	71,240	215,627	407,506	724,211	452,312	747,364	1186.9%

トピックス 海外事業を強化、ビルダー・建材商社も参入

ドメスティック産業と呼ばれた住宅産業も国内の少子化人口減少による需要の縮小を背景として新しい市場を求めて海外事業の展開が目立った。従来から積水ハウス、大和ハウス工業など大手は、マンション分譲、都市開発、商業施設開発などデベロッパーとしての参入が中心であったが、戸建物件を商品として展開する事例や住宅でもクールジャパンとして輸出する商社も出てきた。

積水化学工業住宅カンパニー（セキスイハイム）国内で展開してきたユニット住宅「セキスイハイム」のノウハウを活かし、タイで住宅事業を本格展開。2013年3月、現地企業と合弁会社を設立し、年産1000棟の製造会社を設立し稼働した。2014年度の販売目標は500棟、2016年度には1000棟まで拡大する予定。タイは、年間30～40万戸の戸建住宅の新築需要があるという。



ホリウムゾーン向け新商品代表外観

住友林業 住宅事業

北米、豪州で早くから戸建分譲事業に取り組み、2012年度は2,038棟（387億円）の実績を上げている。2013年には米国のビルダーであるブルームフィールド社(テキサス州)に資本参加、今後、ブルームフィールド社が確保する約3,500区画の土地を背景に、既に事業を展開するシアトル地区と合わせて、年間1,500棟の販売体制を構築する。

ナイス 住宅でもクールジャパンを輸出

ナイスグループは、12月5～8日に韓国・ソウルで開催された木材産業博覧会「ウッド・フェア 2013」に初出展し、パワービルド工法による「SUTEKI HOME」のモデルハウスを展示した。日本産木材への関心が高い韓国での展示ということから、柱・梁・土台に日本産のヒノキを使用し、室内にも総ヒノキ造りの浴槽をはじめ、木質化した内装をふんだんに使用したモデルとしている。同社はすでに、ソウル市郊外の古基洞ノコギドンで「SUTEKI HOME」を建設し分譲事業を展開している。

完成した「SUTEKI HOME」



タマホーム 中長期戦略の柱として

今年上場を機に海外事業本部を立ち上げ、海外市場へ本格参入した。

ハワイにおけるコンドミニアム開発は、ホノルル市の中心地にあり、海岸にも近い土地の開発権を取得。2016年をメドに米不動産開発会社と共同で地上39階建て、計160戸程度のコンドミニアムを開発する方向で検討しており、開発費用は約100億円を見込む。

また、東南アジアでは、すでにシンガポールに現地法人を設立し、東南アジア市場開拓の拠点としている。9月にはカンボジアでアパートが竣工する予定である。



トピックス 2013年3月、タマホーム念願の上場

平成10年6月に設立して14年目、タマホームが東証1部に上場を果たした。当初は10年目で上場を目指したが、リーマンショックなどで延期した経緯がある。

全国のロードサイドに複合型の住宅展示場（156店）を展開、高性能、ローコスト（24.8万円/坪）、大量集客により受注を拡大してきた。昨年全国47都道府県すべてに進出を果たした。

同社は「効率営業」「効率施工」「資材標準化」により、高品質低価格を実現している（坪単価は業界大手8社平均の半分程度）。

営業マンは設計、インテリアコーディネート、ローン設計まで1人で手掛ける。見積もりルールの簡素化などによって、1棟当たりの間接人件費が抑えられ、設計や見積もりを素早く行えることから、顧客の決断も早い。

来場から成約までにかかる期間は1カ月以内が39%、2カ月以内は25%、3カ月以内9%と、全体の4分の3が3カ月以内で決めている。

この結果、同社営業マンの年間受注棟数は8.2戸と高水準（業界大手では住友林業、旭化成の6.2戸が最高）。

タマホームの初値は、公開価格980円を約1.7倍上回る1700円。玉木社長は、上場で調達した資金を首都圏の店舗網の拡大や総合展示場への出展に充てたいとし、大都市圏での総合展示場への出店を加速している。

また、リフォーム新業態の取り組み、海外事業への布石など積極的な成長戦略を描く。玉木社長はIPO会見で「1兆円企業を目指す」としている。

タマホームの部門別業績推移

単位：百万円

		2012年5月	2013年5月	2014年5月 計画	増減
全社	売上	169,651	152,323	177,200	116.3%
	営業利益	4,075	5,286	6,100	115.4%
住宅事業	売上	160,420	139,000	166,300	119.6%
	営業利益	4,937	4,489	4,800	106.9%
不動産事業	売上	2,676	7,599	9,400	123.7%
	営業利益	-1,514	600	1,000	166.7%
金融事業	売上	1,065	925	1,200	129.7%
	営業利益	596	489	500	102.2%
その他事業	売上	10,663	10,842	12,200	112.5%
	営業利益	21	-337	-300	89.0%

トピックス パワービルダー飯田グループ6社の統合で年間3万棟に

2013年11月、戸建分譲を中心とする飯田グループ6社が経営統合した。

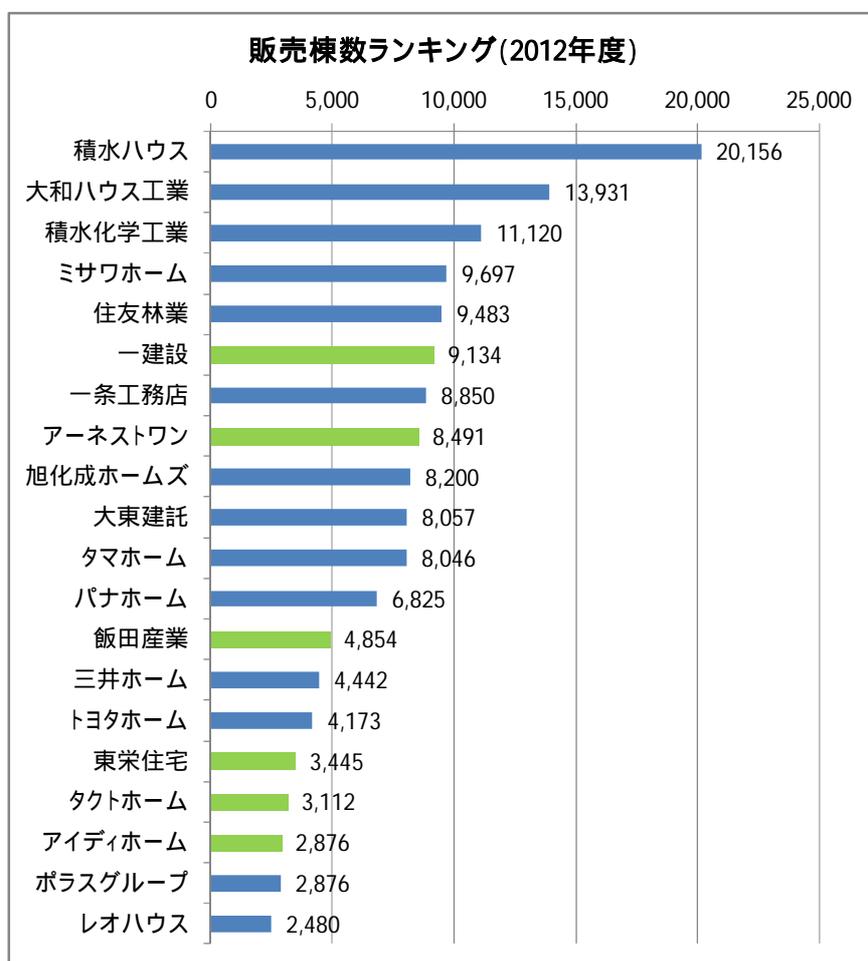
一建設、アーネストワン、飯田産業、東栄住宅、タクトホーム、アイディホームの6社で2012年度の販売棟数は31,912棟になる。

住宅産業研究所の資料から2012年度の販売棟数ランキングをみると、トップの積水ハウスは2万棟を超え断トツトップ、次いで大和ハウス工業の13,900棟となっているがいずれもアパートも含む実績である。戸建住宅だけで見ると、積水ハウスは14,000棟、大和ハウス工業は8,000棟前後であり、飯田グループ6社の3万棟は断然トップということになる。

飯田グループは、現在は首都圏を中心に東名阪に展開しているが、もともと東京都多摩地区を地盤とする建て売り業者でありルーツは同じ。統合の理由としてグループ間の競争を減らし、顧客の信頼確保、スケールメリットを生かした資金調達、資材調達コストの低減化、社員のモチベーション向上などが考えられる。

また、顧客ストックを活かしたりリフォーム等の新事業への展開を有利にする点も考えられる。

いずれにしても、飯田グループにしる、タマホームにしる、この10年新しいビジネスモデルを作りだし、住宅業界に新風を吹き込んできた企業が、今、大きな時代の転換点に立って、さらに新しく脱皮しようとする動きは、非常に興味深いところである。



2. 順調に伸びた大手住宅会社の業績

大手住宅会社は、中間前年比プラス 20%。

大手住宅会社 8 社の中間決算では、売上高前年比プラス 15.6%、営業利益前年比プラス 35.7%と増収増益を達成した。売上高では、大和ハウス工業が突出して伸び、旭化成ホームズ、三井ホーム、積水ハウス、ミサワホームも二ケタ成長になった。

また、営業利益はパナホーム、積水ハウス、旭化成ホームズ、住友林業が大きく伸ばした。大和ハウス工業は、住宅事業より流通店舗事業など周辺事業が好調。積水ハウスは、「グリーンファーストゼロ」のよる高額商品の拡大、都市部における 3 階 4 階建て商品の投入が寄与した。

2013 年度通期の見通しは、売上高で前年比プラス 20.1%、営業利益は前年比プラス 30.0%と見通している。

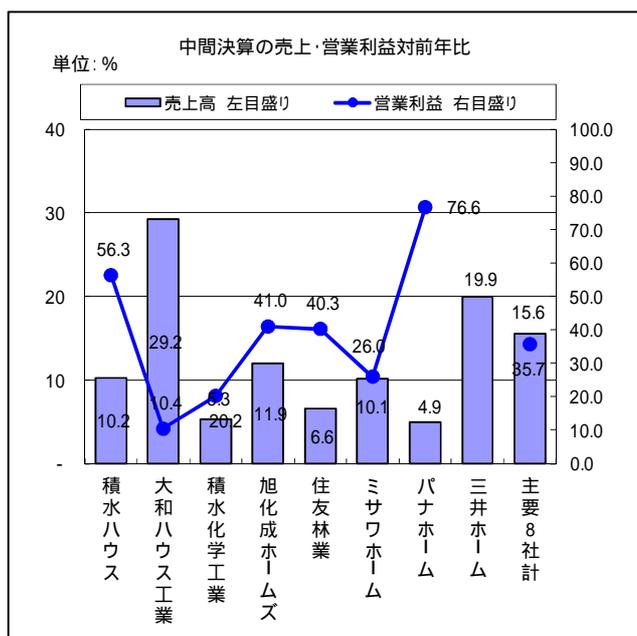
大手住宅会社は、各社ともに消費増税の経過措置期限である 9 月の受注は、積水ハウスで 74%増、住友林業で 64%増、旭化成ホームズで 48%増、大和ハウス工業で 35%増と好調で下期の販売を支える。

分譲系パワービルダーは、全国展開で増収増益を確保。

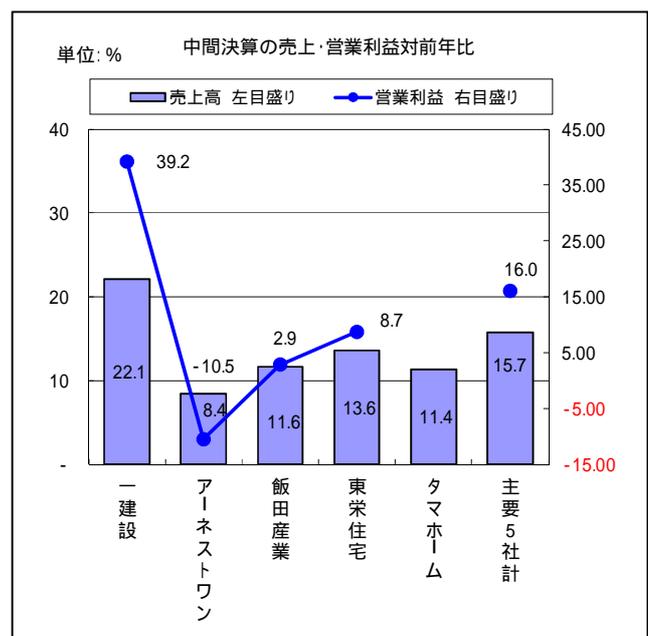
分譲系パワービルダーと注文系のタマホームの主要 5 社の業績は、2013 年中間期、売上高は、前年比プラス 15.7%、営業利益は前年比プラス 16.0%と大手住宅会社と同様に好調。中でも一建設の好調が目立っている。

2013 年度通期の見通しは、売上高前年比プラス 19.2%、営業利益前年比プラス 24.0%を見込んでいる。

大手住宅会社主要8社の業績比較



分譲系パワービルダー主要5社の業績比較



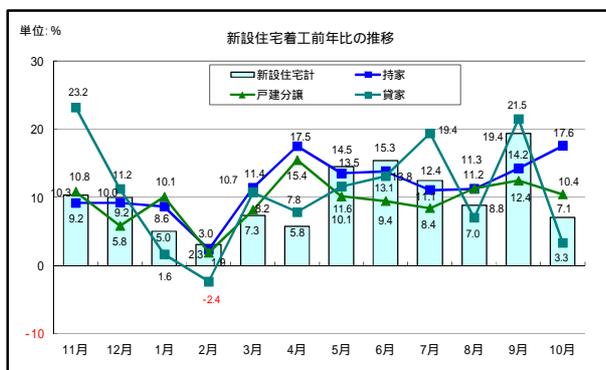
各社の中間決算より作成 積水化学工業は住宅カンパニー 住友林業は新区分住宅事業
営業利益の前年比三井ホーム、タマホームいずれもマイナス業績

3. 新設住宅着工戸数、2014年度は89.7万戸に

着工推移 4月以降前年比急回復基調に

新設住宅着工戸数の前年比は、4月以降高水準で前年比を上回って推移し、持家需要がけん引した。2013年度4-10月累計は前年比プラス11.8%となった。(図1)

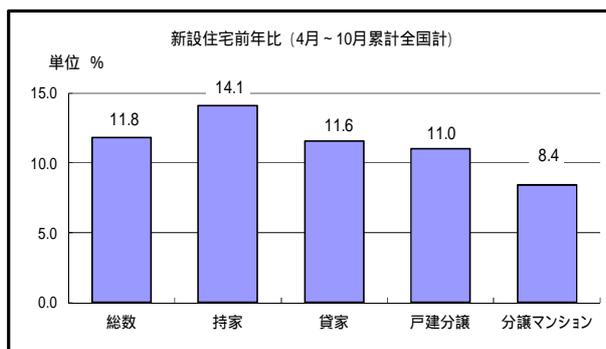
図1. 月別の新設着工戸数対前年比の推移



種類別着工動向 持家需要が牽引

持家が前年比プラス14.1%、次いで貸家と戸建分譲が前年比プラス二ケタ成長、分譲マンションも前年比プラス8.4%とすべての需要が伸びた。(図2)

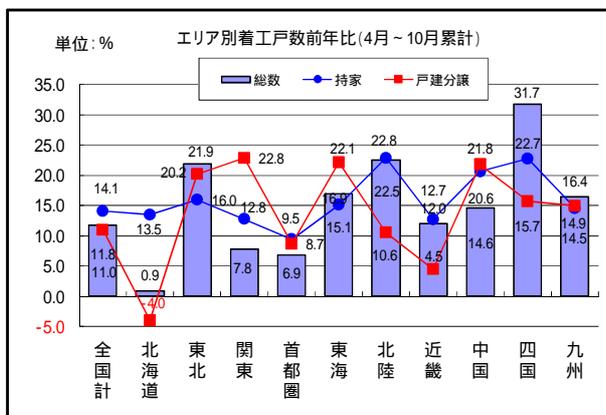
図2. 種類別新設着工戸数の前年比 (4月～10月累計)



地域別動向 東北圏と西日本で好調。

地域別に見ると、東北圏はじめ、北陸、東海、近畿、四国、中国、九州圏が全国平均を上回って好調。特に、北陸、四国など地方圏で持家の伸びが顕著で消費増税後の落ち込みが危惧される。(図3)

図3. エリア別新設着工戸数の前年比 (4月～10月累計)



エリア別新設着工戸数前年比

	総数	利用関係別対前年比(4月～10月)			
		持家	貸家	戸建分譲	分譲マンション
全国計	11.8	14.1	11.6	11.0	8.4
北海道	0.9	13.5	-7.7	-4.0	4.2
東北	21.9	16.0	40.1	20.2	-23.4
関東	7.8	12.8	-8.1	22.8	140.4
首都圏	6.9	9.5	9.8	8.7	-2.1
東海	16.9	15.1	19.9	22.1	9.3
北陸	22.5	22.8	7.6	10.6	892.3
近畿	12.0	12.7	17.9	4.5	10.0
中国	14.6	20.6	-1.1	21.8	51.6
四国	31.7	22.7	46.9	15.7	71.9
九州	16.4	14.5	13.2	14.9	45.0

出典: 住宅着工統計(国土交通省)

2013年度・2014年度の見通し

財団法人建設経済研究所による見通しでは、2013年度は、92.9万戸、2014年度は、89.7万戸と予測されている。

プラス要因として、昨年同様に木材利用ポイント制度、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一定期待できる。また、相続税や消費税の税率アップを見越した先行需要が増える。

マイナス要因としては、消費増税後の国内景気の後退や金利や土地価格の上昇などが考えられる。所得が上がらない中で社会保険料金や電気料金など家計負担の増大による国民の閉塞感の拡大が危惧される。

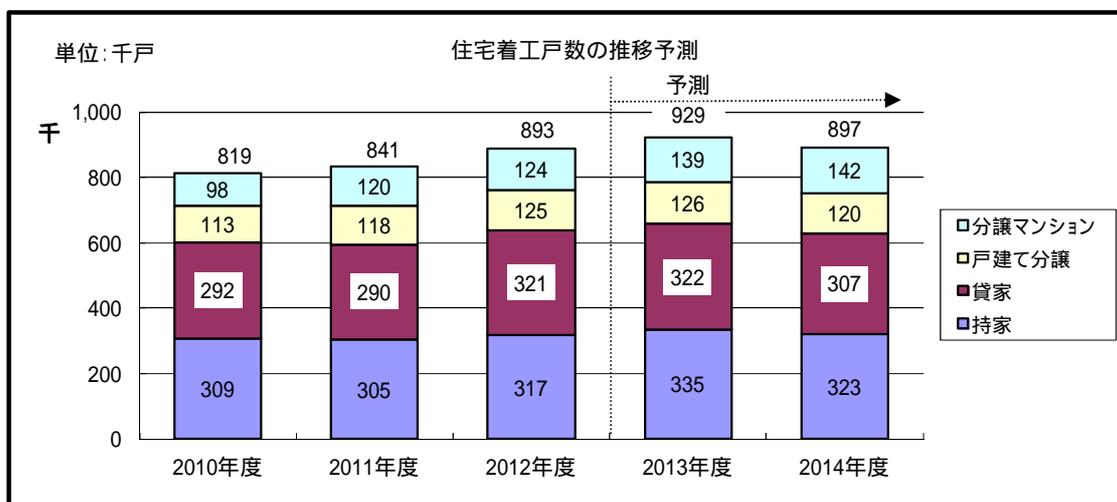
しかし、今回の消費増税の駆け込み需要は、すまい給付金や住宅ローン減税の拡充など平準化措置が寄与し大きな落ち込みはないと考えられる。

(前回増税前の1996年4～6月の前年同期比は25.9%増に対して2013年度の4～10月の前年同期比14.1%増)

いずれにしても、安倍政権によるデフレ脱却、経済の再生が大企業から中小企業、大都市から地方へと広がるなかで、潜在化しているリフォームなどストック需要が顕在化してくる。

住宅を供給する主体者としては、地域や顧客に対して一層の情報発信を心がけ、受注獲得に拍車をかけることが急務となる。

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 2013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：億円)

	実績			2013年度 (4-10月) 前年比%	予測			
	2010年度	2011年度	2012年度		2013年度	前年比	2014年度	前年比
新設着工戸数	819,020	841,246	893,002	11.8	928,800	4.0%	897,000	-3.4%
持家	308,517	304,822	316,532	14.1	335,000	5.8%	322,500	-3.7%
貸家	291,840	289,762	320,891	11.6	322,400	0.5%	306,600	-4.9%
戸建て分譲	113,427	117,979	124,536	11.0	126,400	1.5%	120,200	-4.9%
分譲マンション	97,757	120,092	124,027	8.4	139,400	12.4%	141,700	1.6%
名目民間住宅投資	129,800	133,800	139,800	-	149,600	7.0%	147,300	-1.5%

4 . 2014 年の展望と課題

(1) 2014 年度以降もプラス成長 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、2013 年度の国内総生産（GDP）の実質成長率を 2.6%とし、2012 年度の 0.7%から上昇する。

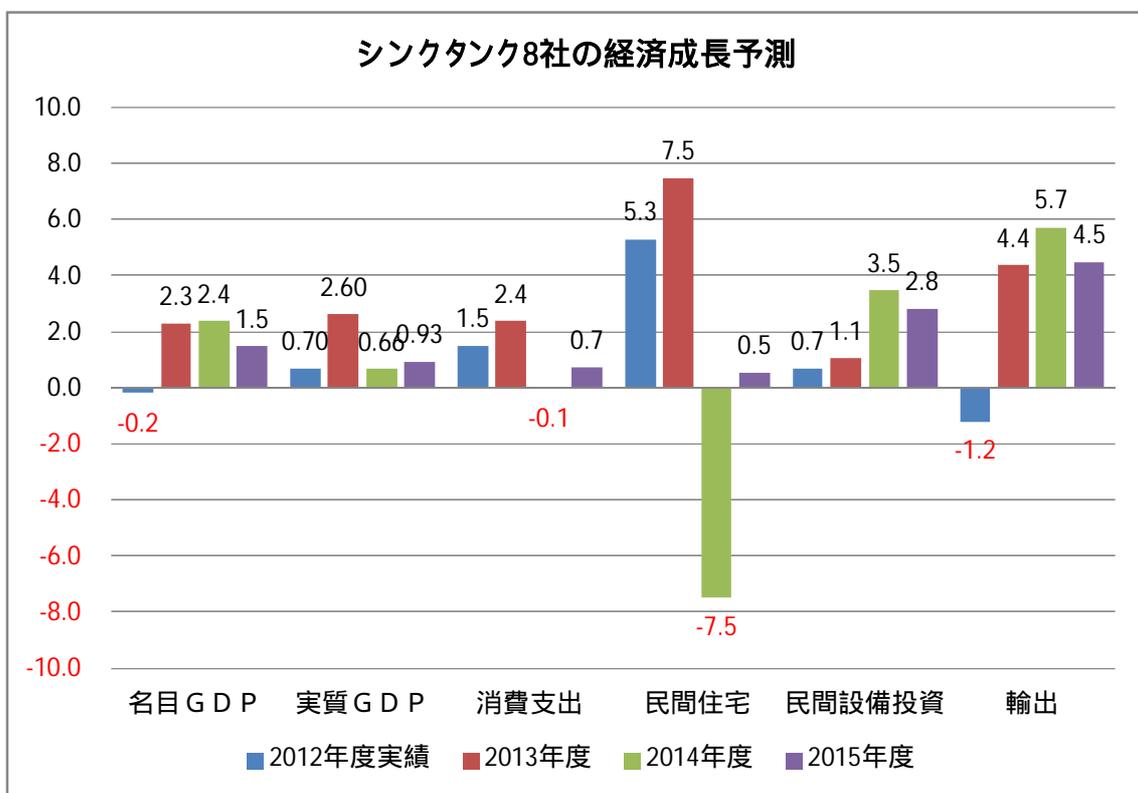
2014 年度の見通しは、実質 0.66%、名目 2.4%とみている

消費増税以降の消費需要や民間住宅投資の後退を予測するシンクタンクが多いが、設備投資減税や 5.5 兆円に上る経済対策、円安基調の継続からの輸出拡大により実質 0.66%の成長を予測している。

企業に対して、2013 年度の利益を新たな市場への投資に向けた取り組みが期待されている。

また、2015 年度についても、10 月以降の更なる消費増税を控えているが、消費支出、住宅投資も再びプラスに転じ、実質 0.93%の成長を予測している。

今後、TPP 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

	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	2012年度実績	-0.2	0.70	1.5	5.3	0.7	-1.2
	2013年度	2.3	2.60	2.4	7.5	1.1	4.4
	2014年度	2.4	0.66	-0.1	-7.5	3.5	5.7
	2015年度	1.5	0.93	0.7	0.5	2.8	4.5
第一生命経済 研究所	2012年度実績	-0.2	0.7	1.5	5.3	0.7	-1.2
	2013年度	2.2	2.5	2.6	6.4	0.7	4.1
	2014年度	2.9	0.9	-0.1	-8.1	5.5	4.6
	2015年度	2.1	1.1	0.7	-1.5	4.6	3.4
日本経済センター	2012年度実績	-0.2	0.7	1.5	5.3	0.7	-1.2
	2013年度	2.3	2.5	2.3	9.5	1.0	4.7
	2014年度	2.1	0.6	-0.5	-11.9	4.1	6.2
	2015年度	1.7	1.1	1.3	2.1	2.8	5.8
みずほ総研	2012年度実績	-0.2	0.7	1.5	5.3	0.7	-1.2
	2013年度	2.1	2.8	2.6	6.9	0.6	3.8
	2014年度	1.7	0.8	-1.2	-6.1	3.4	5.7
	2015年度	0.4	0.4	0.2	2.4	0.7	1.9
三菱UFJリサーチコ ンサルティング	2012年度実績	-0.2	0.7	1.5	5.3	0.7	-1.2
	2013年度	2.0	2.3	2.1	7.3	1.0	3.7
	2014年度	1.3	0.5	0.5	-3.3	0.9	7.4
	2015年度	1.4	1.2	1.2	1.1	2.9	6.4
ニッセイ基礎経済 研究所	2012年度実績	-0.2	0.7	1.5	5.3	0.7	-1.2
	2013年度	2.3	2.5	2.6	7.1	0.7	4.2
	2014年度	1.7	0.2	-1.2	-13.2	1.4	5.6
	2015年度	1.6	0.9	0.5	0.3	1.3	5.0
三菱総合研究所	2012年度実績	-0.2	0.7	1.5	5.3	0.7	-1.2
	2013年度	2.3	2.6	2.4	7.7	1.5	3.8
	2014年度	2.4	0.9	-0.4	-4.0	4.3	5.0
	2015年度						
日本総合研究所	2012年度実績	-0.2	0.7	1.5	5.3	0.7	-1.2
	2013年度	2.4	2.7	2.2	6.1	0.8	4.2
	2014年度	2.0	0.9	-1.1	-9.4	4.5	5.9
	2015年度	1.6	0.9	0.4	-1.2	4.5	4.4
商工中金	2012年度実績	-0.2	0.7	1.5	5.3	0.7	-1.2
	2013年度	2.7	2.9	2.1	8.8	2.1	6.4
	2014年度	4.8	0.5	3.6	-3.9	3.6	5.3
	2015年度						

(2) 5.5兆円の経済対策を活かす

安倍内閣は12月5日、5.5兆円規模の経済対策を閣議決定し公表した。

この経済対策は、消費税率引き上げの決定と同時に安倍総理から打ち出された、7項目からなる経済政策パッケージの柱の一つとなる。

今回公表された経済対策は消費税率引き上げによる景気下振れリスクの軽減と持続的な経済成長を狙いとしている。対策の中身は「消費増税前の駆け込み需要および反動減の緩和」「競争力強化策」「復興、防災・安全対策の加速」などからなる。

住宅に関連する分野では、「すまい給付金」と「住まいの復興給付金」が盛り込まれた。また、2014年度の国土交通省予算概算要求に含まれていた「長期優良化リフォームなどの推進」が優先的に実施される見込みである。

木材利用に関する項目では、地域材利用促進事業として、木材利用ポイント制度が継続される見込みとなった。また、「木材利用促進のための木造建築関連基準の見直し」が盛り込まれ、かねてより木造学校の実大火災実験などで検証されてきた、大規模木造建築物の防火基準の緩和が進められる。

耐震関連では、先の臨時国会で基本法が成立した国土強靱化（ナショナル・レジリエンス）防災・減災に向けた取り組みの加速や地域の老朽化対策が盛り込まれ、住宅や建築物などの耐震化率向上に向けた取り組みが推進される。

工務店はこのような政策の後押しをうまく利用し、自社のポスト消費税対策に取り組むことが求められる。なかでも、中古住宅流通とリフォームは、地域の事業者との連携によって新しい事業分野として取り組みやすい分野であり、新築に並ぶ事業の柱として成長させ、地域の顧客に対するワンストップソリューションとしての体制構築を目指したい。

(3) 相続税増税対策の提案

2015年1月からの相続税改正を控えて、相続対策セミナーが盛んだ。基礎控除額が大幅に引き下げられ、一部の富裕層だけでなく、一般家庭においても相続対策が求められる時代になった。従来の大型地主を対象にした土地活用だけでなく、新しい受注拡大に向けたヒントも見えてきた。

相続時に評価する資産のうち評価を減額できるのは不動産だけだ。不動産会社や住宅会社が相続世代の顧客に適切なアドバイスを提供することは、更なる信頼関係につながるし、また新しい顧客獲得のポイントにもなるはずだ。

特に、今回の改正は、納税者にとって有利な改正点もある。

相続財産の算定において土地の評価額が80%減額される小規模宅地等の特例について、

死亡時に有料老人ホーム等に入所していた場合「空家であったこと」を条件に対象となる。

特例の対象となる敷地面積は、240㎡から330㎡まで拡大された。

また、同じ敷地で分離型二世帯住宅（玄関が二つ）を建て住んでいた親族は改正で「同居」と見なされるようになったこと。

今後相続税に対する関心は高まると同時に、相続税対策に直面する人が多くなるのは間違いない。不満や不安のあるところには、必ず課題解決のニーズがあり、ビジネスチャンスがある。

おわりに

日本は十分豊かになり、失業率も低い。紛争が続く国に比べれば、社会は調和がとれ安定している。1人当たりのGDPは46,500ドル(2012年)、OECD加盟国中で10位となり伸びている。不況に見えるが幸せ。このため現状に安住することを選び、きつい改革を望まなくなっている。今年、私たちが問われるのは、この「幸せな不況」にどのように向き合っていくかではないでしょうか。

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

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共に、“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・付帯サービス

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

素材

プライベートブランド「スプロート」
SPROUT UNIVERSAL SERIES
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。

relaxssing wood

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
-----------------	-------------------	----------------	-----------------