

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：リフォーム需要の掘り起こし

住宅リフォームに関連する情報が相次いで公表されている。他方では、消費増税駆け込み需要に向けた取組みも重要な課題となっているが、増税後の需要減を含めて消費税をめぐる新築の先行きは不透明といわざるをえない。リフォームは、今後の需要増加を期待できる分野であり、地域工務店は、足元のリフォーム需要についてしっかり取り込む活動が重要であろう。最近のリフォームに係わる情報を整理した。

1. 国土交通省「建築物リフォーム・リニューアル受注統計」

リフォーム需要は、その定義や対象によって様々な捉え方があるが、国土交通省では2000年から、建設許可業者5000社を対象として1年に2回の調査を実施、全体需要の推計を行っている。今回、2011年度の結果を公表している。住宅だけでなく非住宅も対象としているが、このうち住宅に係わる受注動向をまとめてみた。(表1)

住宅に係わるリフォーム・リニューアル工事の受注高(元請工事のみ)は、3兆706億円、受注件数は293万件となっている。建設許可業者の業種別に見ると、建築工事業(主に工務店)が受注件数で53%、受注金額で63%を占めている。

建築工事業1社当りの受注件数は32.8件、受注額は4,028万円。前年比では、件数は減少しているものの、受注額は5%の増加になっている。2011年度の新設住宅着工戸数は全体ではプラス2.7%だが、持ち家住宅はマイナス1.2%にとどまっており、リフォーム需要が堅調に推移している結果となっている。

住宅エコポイント制度などの後押しが背景にあると考えられるが、来年度も、景気浮揚策として新たな制度(経産省:既築住宅における高性能建材導入促進事業100億円)も検討されており、今一度、リフォーム需要の掘り起こしについて検討すべきと思われる。

国土交通省の調査結果から単純推計すると、住宅に係わるリフォーム需要は、人口1000人当たり23件/年間の需要が顕在化することになる。自社の商圈、顧客数からリフォーム需要の獲得件数目標を設定し、新しい年の経営計画にいかしてはかがみかたであろう。

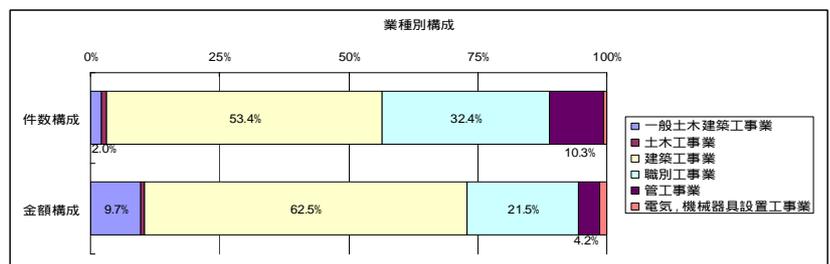


表1. 住宅に係わるリフォーム・リニューアル受注動向

業種別	業者数	受注件数(件数)			受注高(億円)			1社平均(年間)		前年比(%)	
		上期	下期	年度計	上期	下期	年度計	受注件数	受注高(万円)	受注件数	受注高
計	80,897	1,430,401	1,498,013	2,928,414	16,408	14,297	30,705	36.2	3,796	89.8	101.6
一般土木建築工事業	3,679	27,321	31,186	58,507	2,502	481	2,983	15.9	8,108	129.1	91.7
土木工事業	3,855	4,517	29,001	33,518	52	163	215	8.7	558	227.7	79.8
建築工事業	47,663	718,908	845,185	1,564,093	9,647	9,549	19,196	32.8	4,027	78.3	105.1
職別工事業	14,759	444,671	505,324	949,995	3,316	3,293	6,609	64.4	4,478	94.4	91.6
管工事業	4,996	226,908	76,048	302,956	753	539	1,292	60.6	2,586	211.9	154.7
電気、機械器具設置工事業	5,945	8,076	11,269	19,345	138	272	410	3.3	690	37.4	107.2

職別工事業:屋根工事・建具工事・内装工事・外装工事業など

2. 地方公共団体によるリフォーム助成制度を活用

2012年4月に策定された中古住宅・リフォームトータルプランにおいて、消費者に対して、リフォームに係わる情報を一元的に収集し、提供することが決められている。このたび、国土交通省は、地方公共団体が発行しているリフォーム助成制度等の支援制度について公表した。

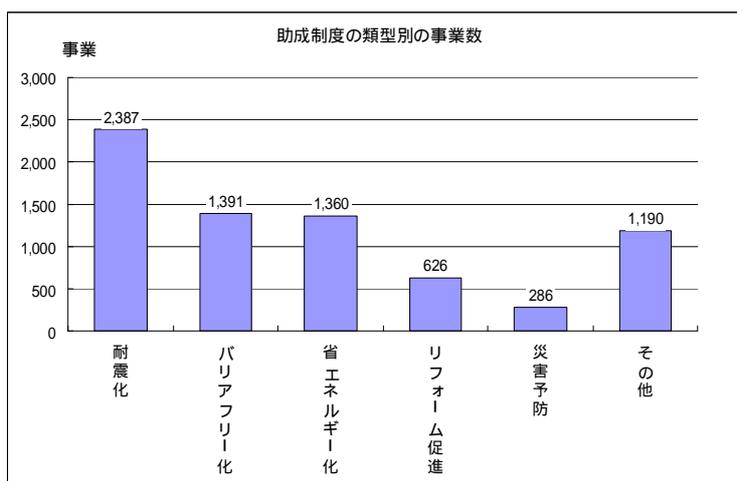
公表された内容を見ると、全国1,742市区町村の87%に当たる1,519市区町村でリフォームに係わる助成制度が導入されている。

1,519市区町村で導入されているリフォーム助成制度は、全部で7,240事業になり、その内容は、「耐震化」「バリアフリー化」「省エネルギー」に対する助成制度が主流になっている。「リフォーム促進」は工務店など事業者向け制度である。(図1)

助成の内容は、7,240事業のうち86%の6,235事業は、補助金給付による助成となっている。

また、リフォームする事業者は、「地域内の事業者」「中小事業者に限定」している事業も多く、地域に根ざした工務店等を支援するものとなっている。(図2)

図1. 助成制度の類型別の事業数



具体例としては、耐震診断や耐震改修に関する費用補助のほか、省エネ改修に対する補助や雨水タンクや生ごみ処理機の設置費用、火災警報器の設置、障害者のための住宅改修費用など多様なメニューが用意されている。

地域の工務店は、担当商圏の市町村で導入されている助成策をチェックし、地元で「補助金セミナー」を開催したり、ニュースリリースに掲載して、顧客に情報提供するなど、リフォーム需要の掘り起こしに活用したいものだ。

自治体の補助は、数十万円単位で大きくはないが、テーマを絞って「ちょっとリフォーム、プチリフォーム」といった提案が、大上段に「リフォームしませんか？」より、顧客にとっても取り組みやすいのではないだろうか。

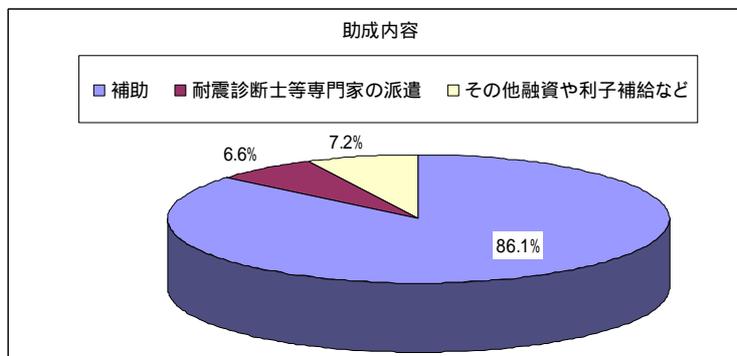
日常的に、顧客に情報発信していくことが、顧客との接点を深めるきっかけになり、工務店ならではの提案営業になるとも考えられる。

新築需要が伸び悩む中で、身近なリフォーム需要への取り組みが今後益々重要になってくると思われる。

各自治体の助成事業の情報は、国土交通省「すまいの安心総合支援サイト」に掲載されている。

<http://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/jutaku-kentiku.files/kashitanpocorner/index.html>

図2. 助成内容のタイプ



3.二世帯リフォームのメリット

2012年10月号において二世帯同居提案で需要喚起を促す動きを紹介したが、リフォーム需要でも二世帯リフォームが大きなウエイトを占めていることが分かった。リクルート住まいカンパニーが公表した「2012年リフォーム実施者調査」の結果では、リフォーム実施者の23.3%は二世帯同居リフォームとなっている。

この調査は、全国で300万円以上のリフォームを実施した1,302世帯を対象にした調査であるが、全体の23.3%が二世帯住宅のリフォームとなっている。この層は、リフォームして同居したか、以前から同居したかは分からないが、リフォームの動機から見ると、「親(または子)との同居」(6.5%)、「高齢者との同居」(6.1%)から判断して、二世帯リフォームの半数は「同居がリフォームの要因」になっていると推測される。

二世帯リフォームのメリットは、親世代、子世代ともに、「いざというときの安心感」「生活費の節減」など経済的メリットが共通している。

親世代にとっては、「話し相手」や「孫との交流」によって生活に張り合いが出るなど、日常生活を豊かにしてくれるメリットがある、としている。(図3)

また、子世代にとっては、親世代が食事や掃除、子どもの世話をしてくれるなど、家事の軽減に加えて、「子どもがお年寄りに優しく接するようになった」など、子どものしつけや教育にも大きなメリットを感じている。(図4)

図3.二世帯住宅に同居してよかったこと・子世代がいて助かっていること

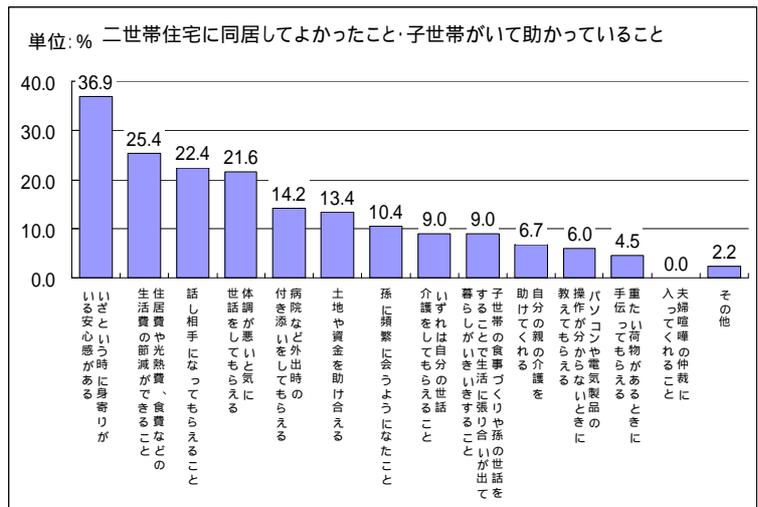
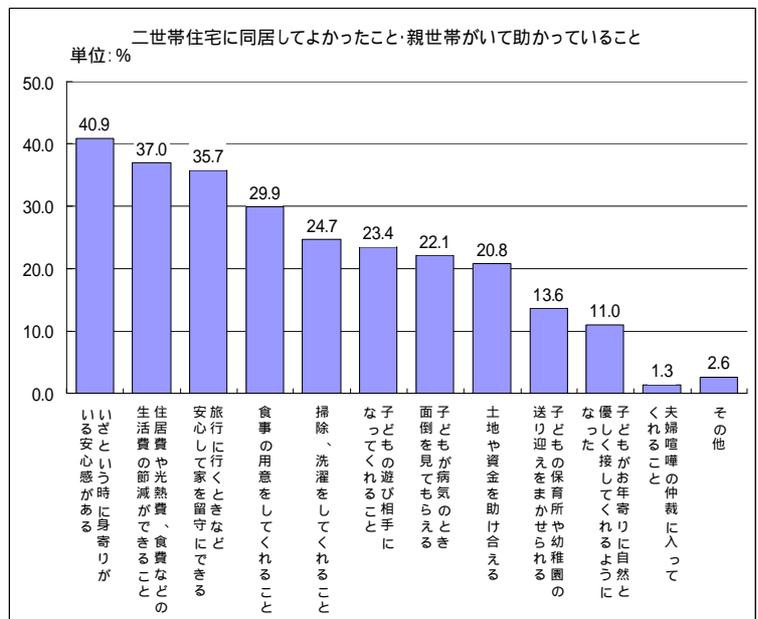


図4.二世帯住宅に同居してよかったこと・親世代がいて助かっていること



二世帯リフォームの提案において、経済的要因だけでなく、新しい家族のあり方といった思想的要因も加えることで、より多くの需要を喚起することに繋がると思われる。

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



サニタリー収納

壁埋込みタイプ