

リノベーション市場拡大のための方策

江口 亨



今回の担当講師

江口 亨 横浜国立大学大学院都市イノベーション研究院・准教授。

1978年埼玉県生まれ。2008年東京大学大学院博士課程修了。博士（工学）。専門は建築構法、建築生産。研究テーマは、コンバージョンやインフィル改修などのストック活用に関する方法論、工業化住宅の構法史など。2009年4月より英国・ラフバラ大学（Loughborough University）にてResearch Associateとして勤務の後、2010年10月より横浜国立大学大学院助教、2013年4月より現職。

住宅産業が新築主体からストック活用への移行が始まっている今、事業者は何をしていけばいいのか。まず、経済産業省の取組からリノベーション産業の現状と課題を整理した上で、事業者に求められる3つの条件を提案します。第一にリノベーションは「サービス産業」であること、第二に異業種連携が重要であること、第三に豊かなくらしとは何かについて考えることです。

はじめに

新しく建てることで発展してきた住宅産業は、リノベーションなど、いまある建物の使い方を考えるストック型へと移行し始めています。そこには産業構造や法律制度などさまざまな課題があり、民間企業、行政、大学が連携して解決策を模索しています。そのなかで、国は既存住宅ストックの質を向上すべく、耐震改修だけでなく省エネ改修を促進させようとしています。一方、リノベーションを事業として成功させるには、これまでの仕事のやり方を大きく見直す必要があるため、事業者には多くの点で努力が求められることになります。

そこでまず、筆者が参加した経済産業省での勉強会（注1）の内容をかいつまんでご紹介し、リノベーション市場の現状と課題を整理します。その上で、リノベーション市場拡大に向けて事業者に求められることを提案します。

（注1） 勉強会の報告書は経済産業省のウェブサイトからダウンロードできます（「リフォームビジネス拡大に向けた勉強会報告書」、2014年5月）。

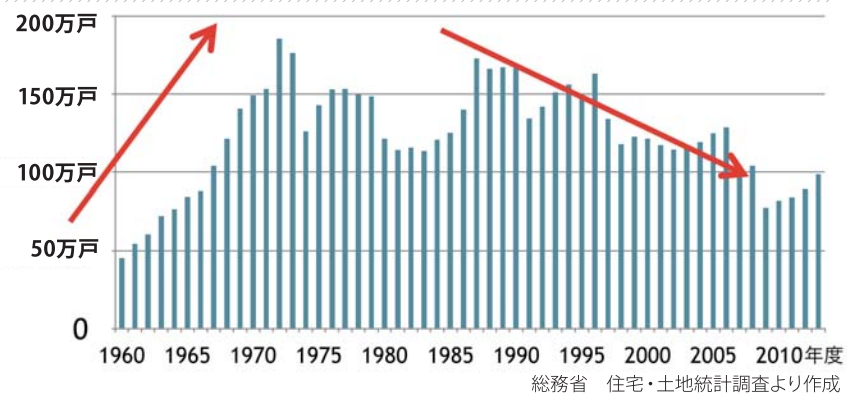
リノベーション産業の現状と課題

勉強会にて市場拡大に向けての課題として挙げられたのが、中古住宅の評価基準がなくローンを組みづらること、大工などの技術者の不足、消費者がどの事業者に頼めばよいか分からないので不安であることなどでした。また、市場拡大のため中長期的な方向性として、省エネ化や耐震化、高齢化社会への対応だけでなく、魅力的なまちづくり、地域に根ざした企業の異業種連携による新ビジネス創出の必要性が示されました。

そして、市場のプレーヤーに期待することとして次のことが挙げられました。まず、工務店やリフォーム専門事業者には、これまでの地域とのつながりを活かし、住宅に関連する様々なサービスを提供する役割を担ってほしい。大手住宅メーカーには、新築中心の企業活動からストック活用へとリソースシフトしてほしい。そして自治体には単なる空き家対策ではなく地域の雇用創出を含めて住みたいまちとなるような総合的な施策を打ち出してほしい。一方では、これまでは法律で保護されることが多かった消費者に対しても、これからはそれぞれが所有する住宅を社会全体の資産と認識してその性能維持に責任を持つことが求めています。

ストック型産業への転換期

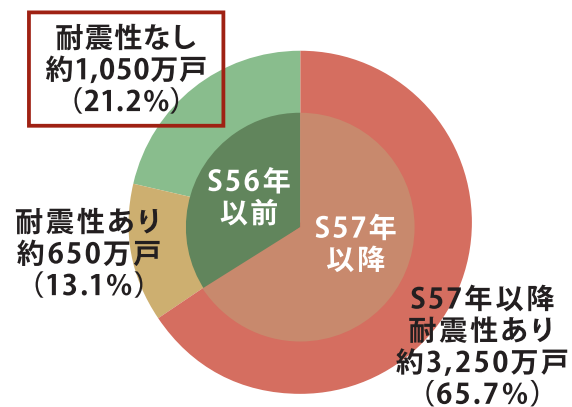
- 年間の新築住宅の着工数
- 1980年代より、右肩下がり
- 現在は、1960年代の水準



耐震化・省エネ化

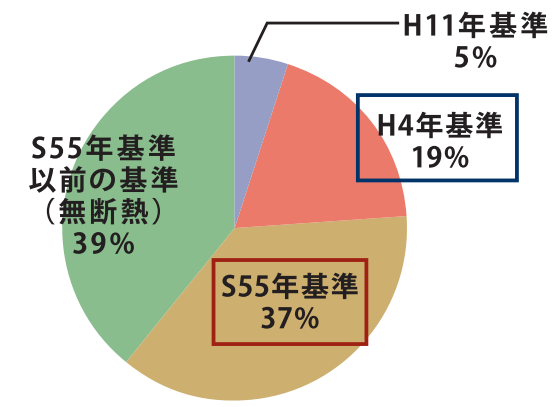
- 既存住宅ストックの性能を向上させたい

【耐震性の基準から見た既存住宅の割合】



出典：総務省「平成20年住宅・土地統計調査（一部特別集計）」

【省エネ基準から見た既存住宅の割合】



出典：総務省「平成20年住宅・土地統計調査」を元に、国土交通省推計

事業者求められること

以上のことを踏まえて、リノベーション市場の拡大において大きな役割を果たすことが期待されるリノベーション事業者に求められることを、筆者の意見を含めて、次の3つにまとめました。

第一に、リノベーションは「サービス産業」であることを強調しておきます。ここまで書いてきたように、消費者は価格や工事の安全性など、さまざまな不安を抱えています。また、新築よりも対応する工事の規模・内容に幅があり、さらに改修案件ごとの個別性が高いため、事業者には多様なニーズに柔軟に対応することが求められます。その際、消費者との丁寧なコミュニケーションが重要となることは間違いありません。

第二に、異業種連携が重要です。リノベーションは消費者にとって、物件探し、設計施工会社探し、金融機関（ローン）探しなど、多くの窓口で相談に行くことになり

ます。そのため、例えば工務店と不動産屋が連携し、消費者の相談窓口を一本化するワンストップサービスにより規模を拡大している事業者が出始めています。いままでの業界の慣習にとらわれず、消費者に対して新たなサービスを提供していくことにチャレンジしてほしいと思います。

第三に、豊かなくらしとは何かについて考えてください。これは事業者だけでなく、消費者を含めた当事者全員に求められることです。リノベーション市場が拡大した社会とはどのようなものになっているのでしょうか。私は、住宅が今よりも長く使い続けられる社会、そして、消費者ひとりひとりが豊かな生活を自分自身で手に入れられる社会であってほしいと願っています。そのような社会を実現するために、リノベーション市場の拡大はまたとないチャンスであり、住宅関連産業を中心に、新しい住まい方の提案や魅力的な住環境の創出が、消費者と力を合わせて実現していくことを期待します。



●不動産オーナー主催の地元の人たちの壁塗りワークショップ（撮影：小林久美子）



●欲しい住まいを手に入れたい素人が内装改修の技術を学ぶワークショップ（撮影：atamista）