

# リノベーション市場 拡大のための方策

横浜国?大学  
江口亨

# エコリノベーションとは？

---

**エコ** + **リノベーション**  
?エネ 建物の改修  
断熱性の向上

- でも本当は、**生活を?直すこと**
  - 自分が実現したい暮らしは何か？
- **事業者**には、**消費者が豊かな暮らしを実現するサポート**をして欲しい

# 事業者の皆様にお願い

---

これを機会に、**新しい事業にチャレンジ**して下さい

## (1) リノベーションは、サービス産業

— 顧客の満足度を高めるため、コミュニケーションを重視

## (2) 事業者間の連携

- 自らの強みを活かしつつ、他業種と連携し受注増を目指す
- 様々な事業者をつなぐ会社・組織が必要

## (3) これからの住まいについて、考える

- 豊かなくらしとは？

**豊かな生活とは？**

# おしゃれな空間をつくる



リノア日本橋ショールーム, (株) リビタHPより

# 自分の家は、自分でつくる

---



写真提供 小?久美子

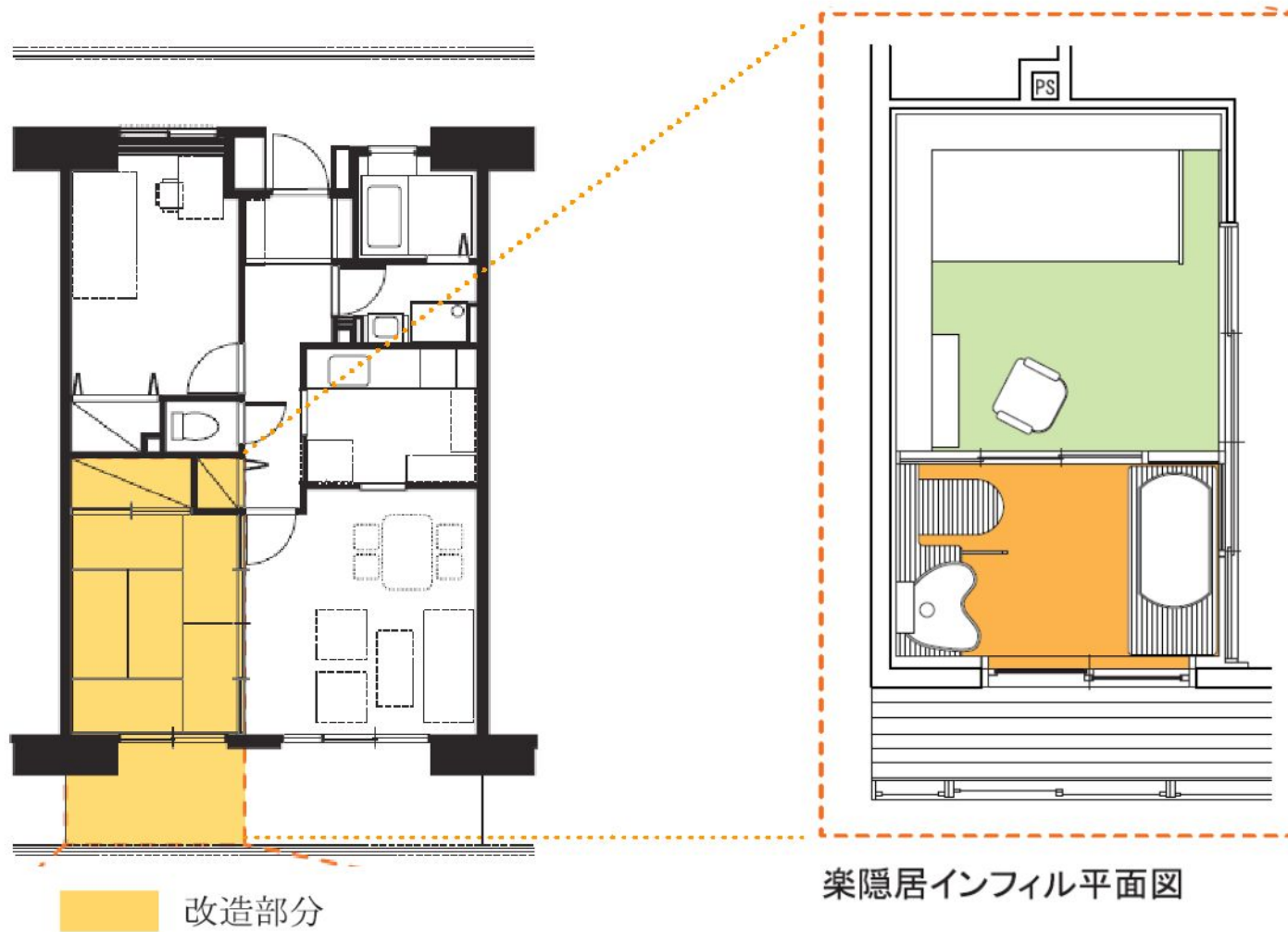


# 好きなものに囲まれる



Atelierhaus Zeppelin (ドイツ)

# 住み慣れた家に長く暮らす



S I 住?技術を用いた在?介護等対応インフィルの開発研究会  
代表：松村秀一、設計：村口峯子・野田和子

居住ブース 設備ブース



# 住み慣れた家に長く暮らす

---



S I 住?技術を用いた在?介護等対応インフィルの開発研究会  
代表：松村秀一、設計：村口峯子・野田和子

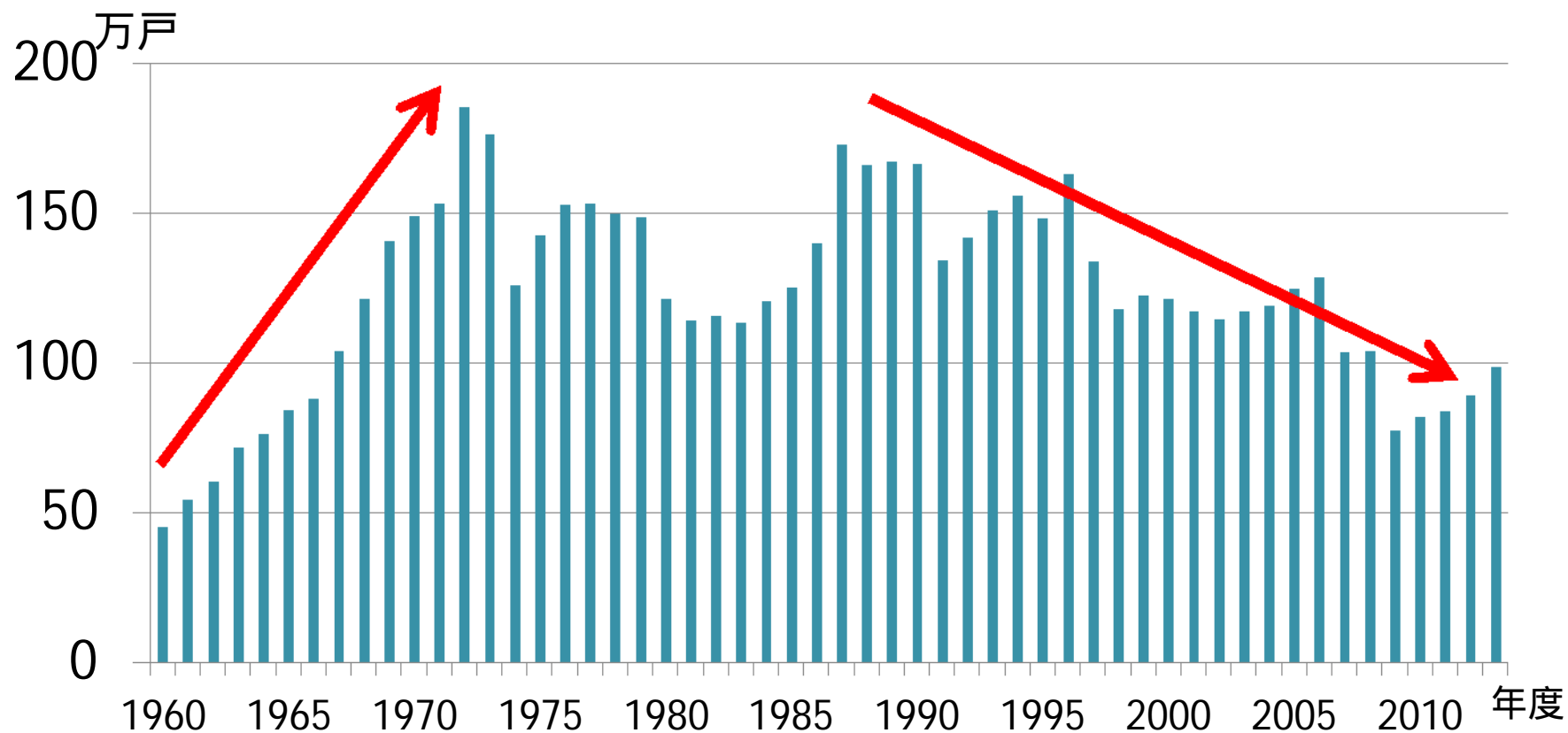
# リノベーションに関する社会の状況

# ストック型産業への転換期

- ?間の新築住?の着工数

- 1980 代より、右側 下がり

- 現在は、1960?代 の水準

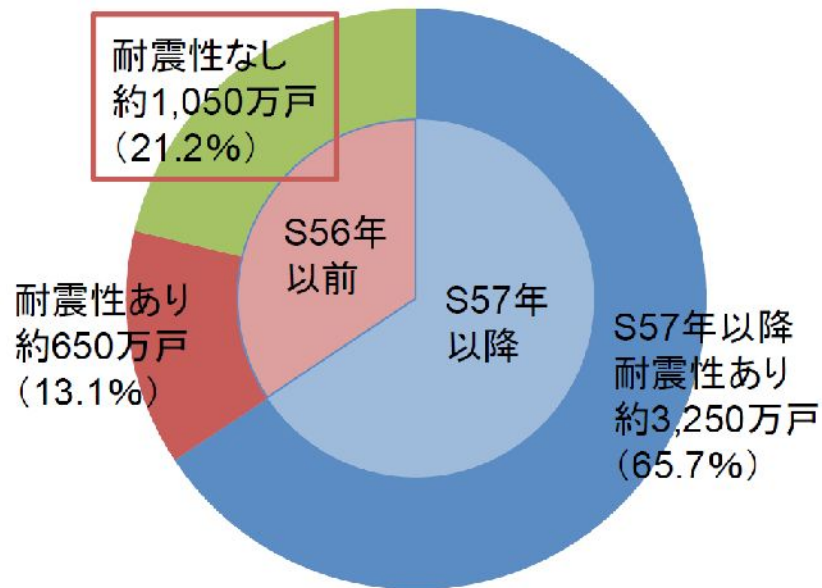


国土交通?、建築着工統計より作成

# 耐震化、?エネ化

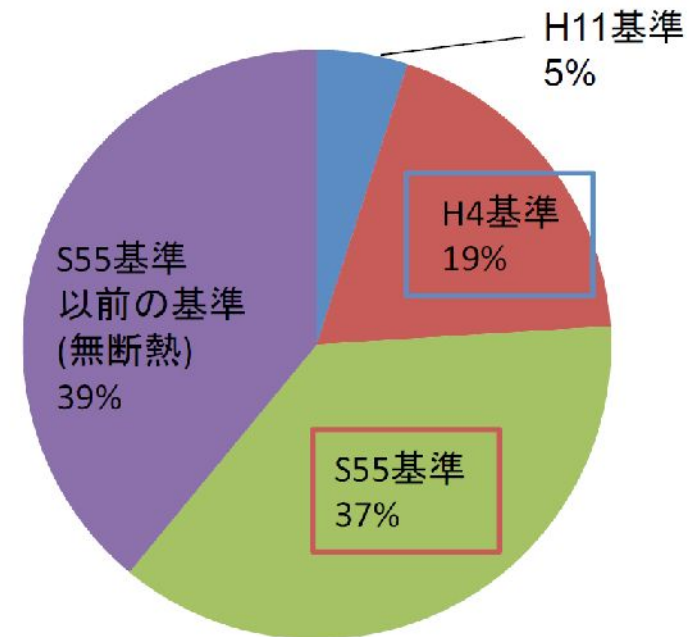
- 既存住?ストックの性能を向上させたい

【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」をもとに、国土交通省推計

バリアフリー:高齢者(65歳以上の者)の居住する住宅のバリアフリー化率(平成20年)

一定のバリアフリー:37% (平成32年目標:75%)、 高度のバリアフリー:9.5% (平成32年目標:25%)

一定のバリアフリー:①手すり(2カ所以上)又は②段差のない屋内の対応がなされている。

高度のバリアフリー:①手すり(2カ所以上)、②段差のない屋内、③廊下幅が車椅子通行可、3点全てに対応している。

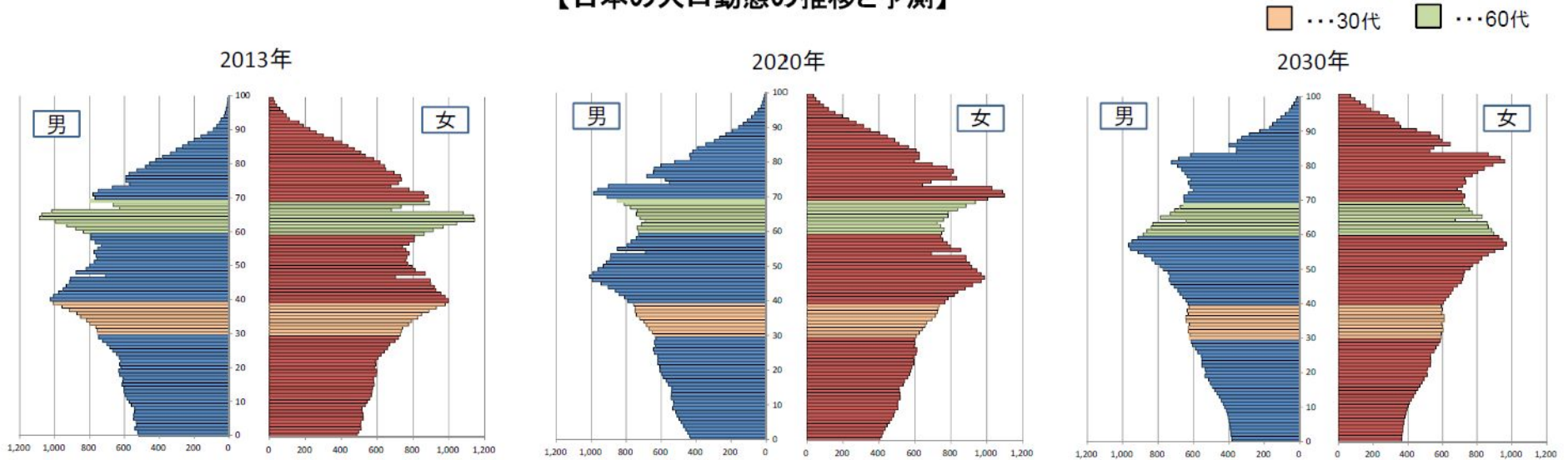
出典:総務省「平成20年住宅・土地統計調査(一部特別集計)」



# 人口減少、少子高齢化

- 30代（第一次取得者）が2020年には 2013年比で約 300万人減少

【日本の人口動態の推移と予測】



30代: 1,674万人 → 約300万人減少  
 60代: 1,837万人  
 総人口: 12,725万人

30代: 1,387万人  
 60代: 1,549万人  
 総人口: 12,410万人

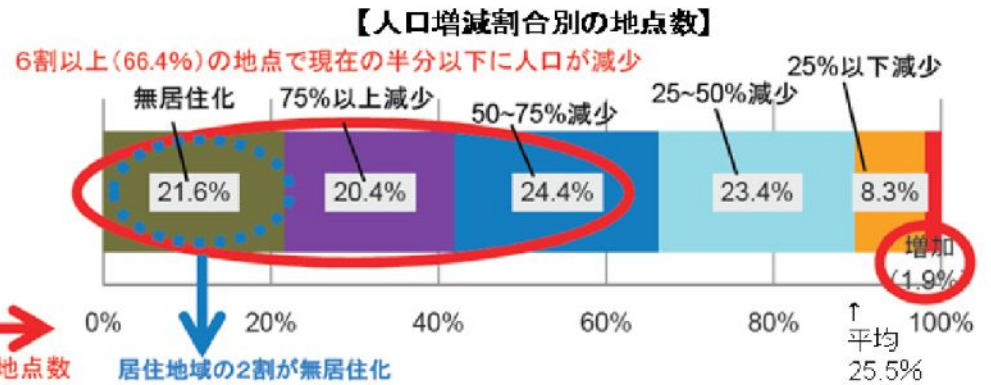
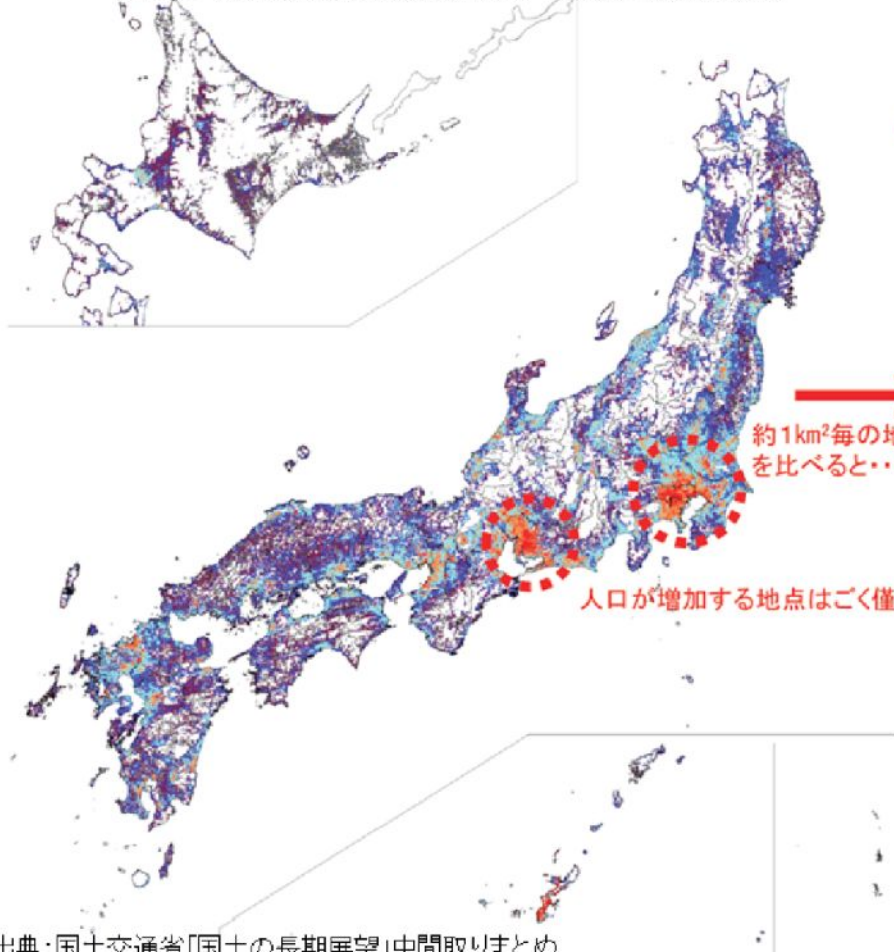
30代: 1,228万人  
 60代: 1,559万人  
 総人口: 11,662万人

出典:「日本の統計2013(総務省)」、「日本の将来推計人口(平成24年1月推計)(国立社会保障・人口問題研究所)」

# 人口減少

- 2050年には、**居住地の6割以上**の地点で現在の**半分以下**に人口が減少（推計）

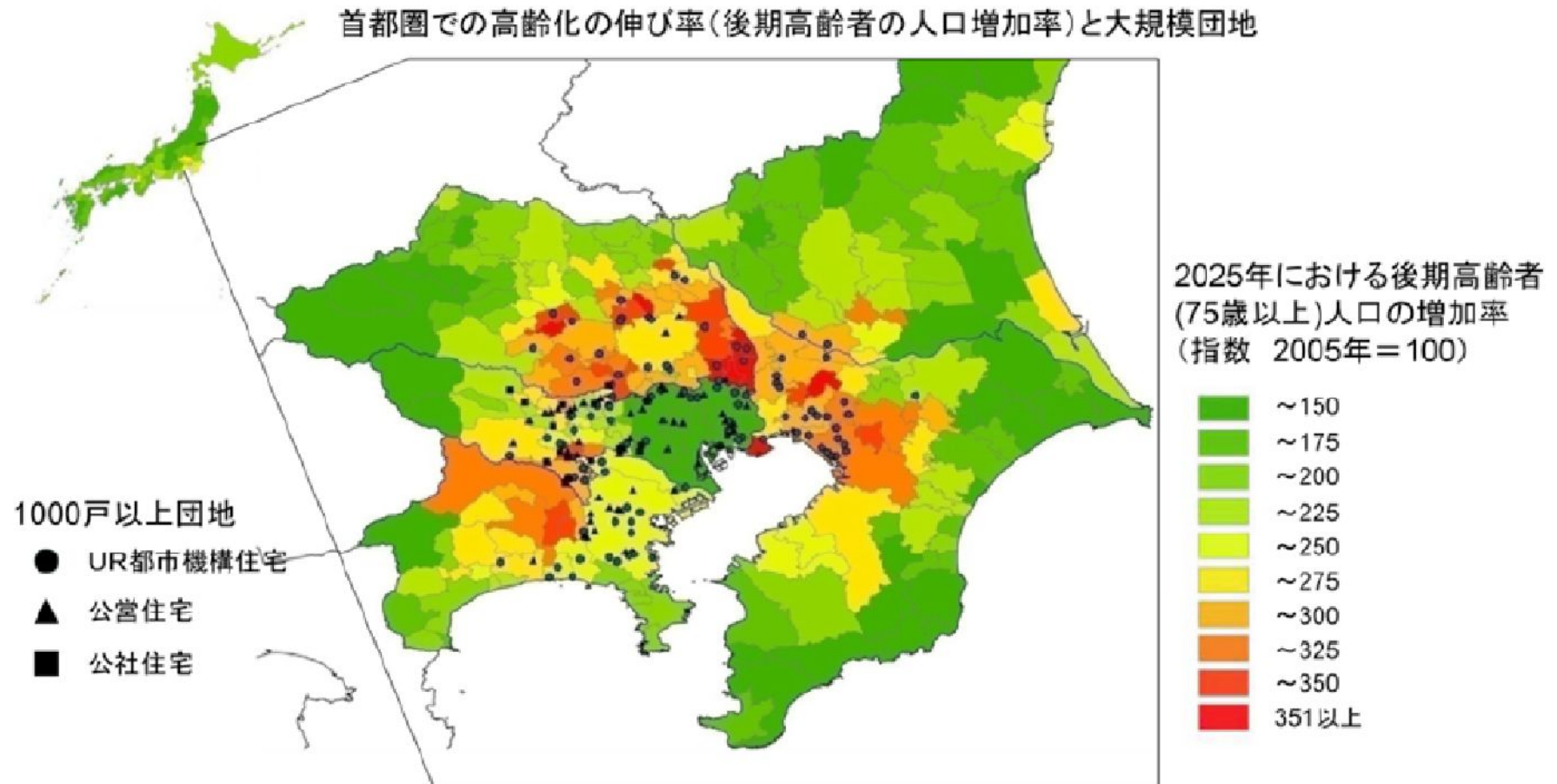
【2005年を100とした場合の2050年の人口増減状況】



- 無居住化(100%減少)
- 75%以上100%未満減少
- 50%以上75%未満減少
- 25%以上50%未満減少
- 0%以上25%未満減少
- 増加

(出典) 総務省「国勢調査報告」、国土交通省国土計画局推計値(メッシュ別将来人口)をもとに、同局作成

# ベッドタウンでの高齢化



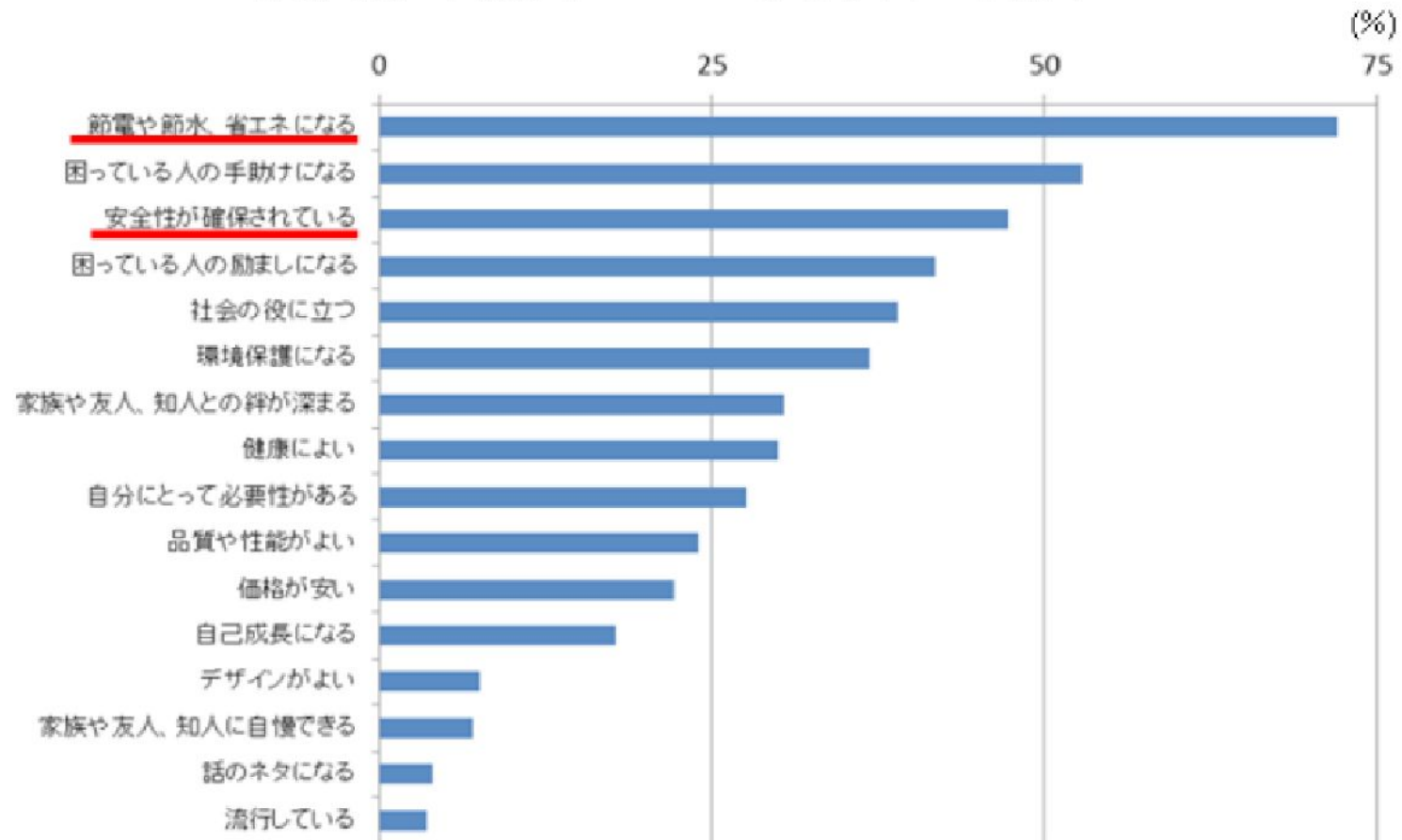
出典: 国土交通省「社会資本整備審議会住宅宅地分科会」資料

# 消費者の動向



# ?エネ、安全・安心を重視する層が増加

【震災後の商品・サービスの選択基準の変化】



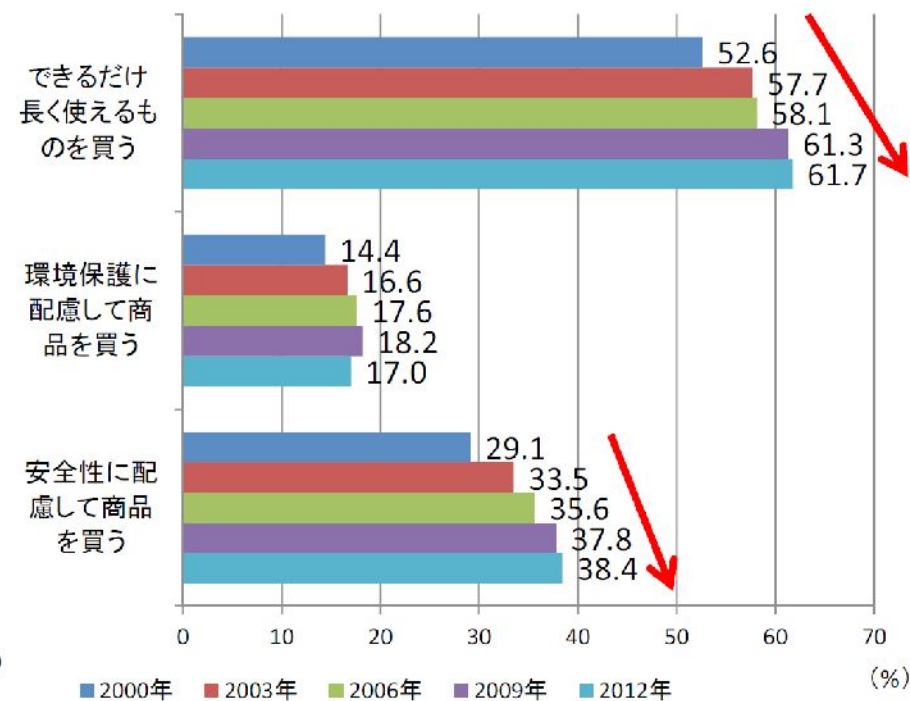
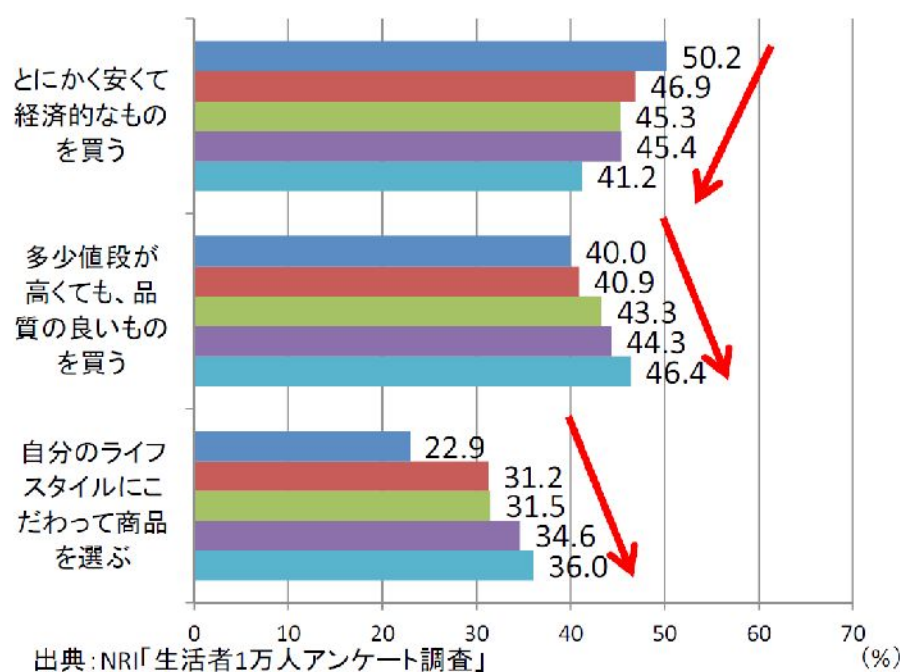
※調査実施時期:2011年6月

出典:NTTアド「東日本大震災による生活意識の変化に関する調査」

「値段が高くても、?いものが欲しい！」

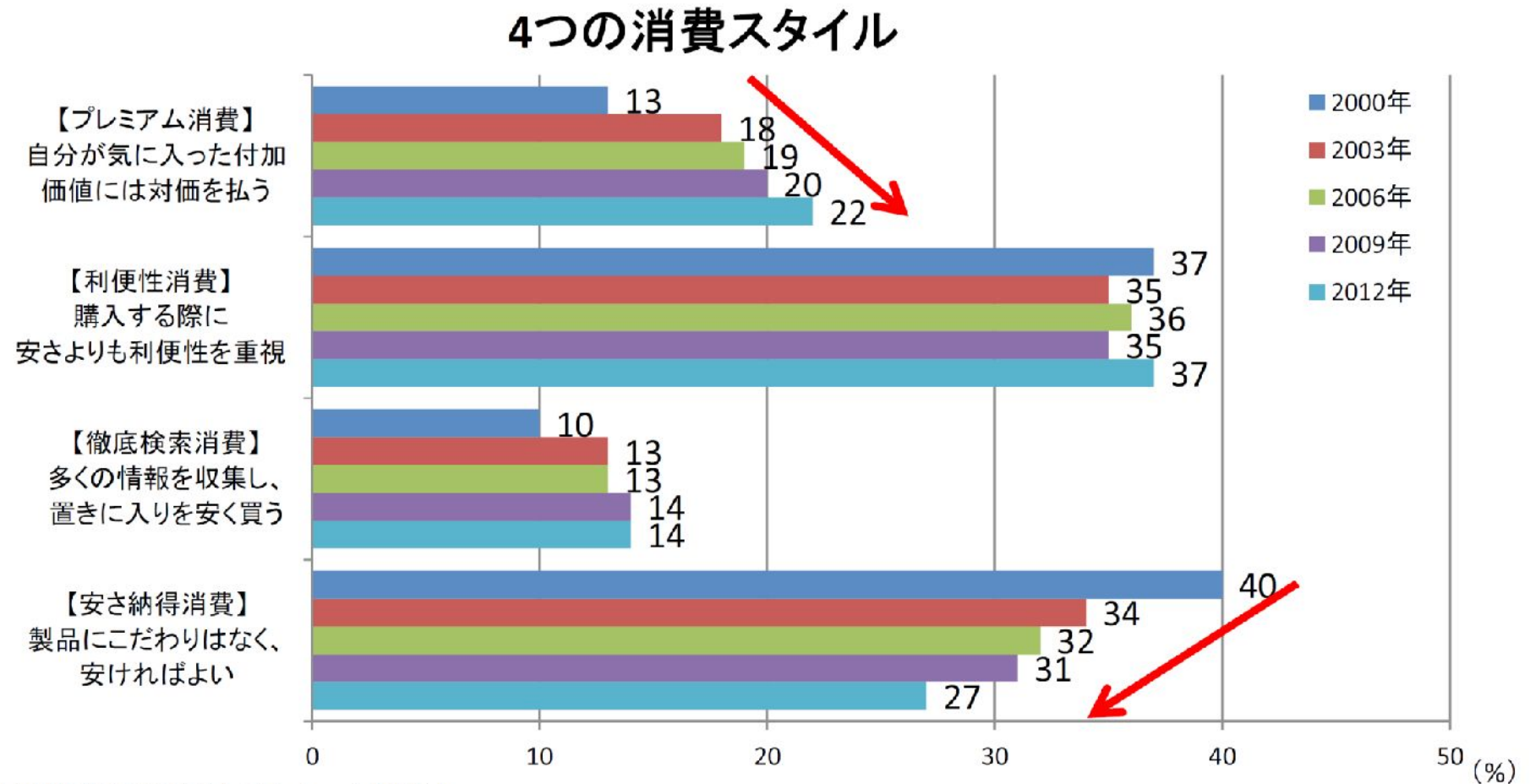
- 消費者のニーズの変化

基本的な消費価値観の推移



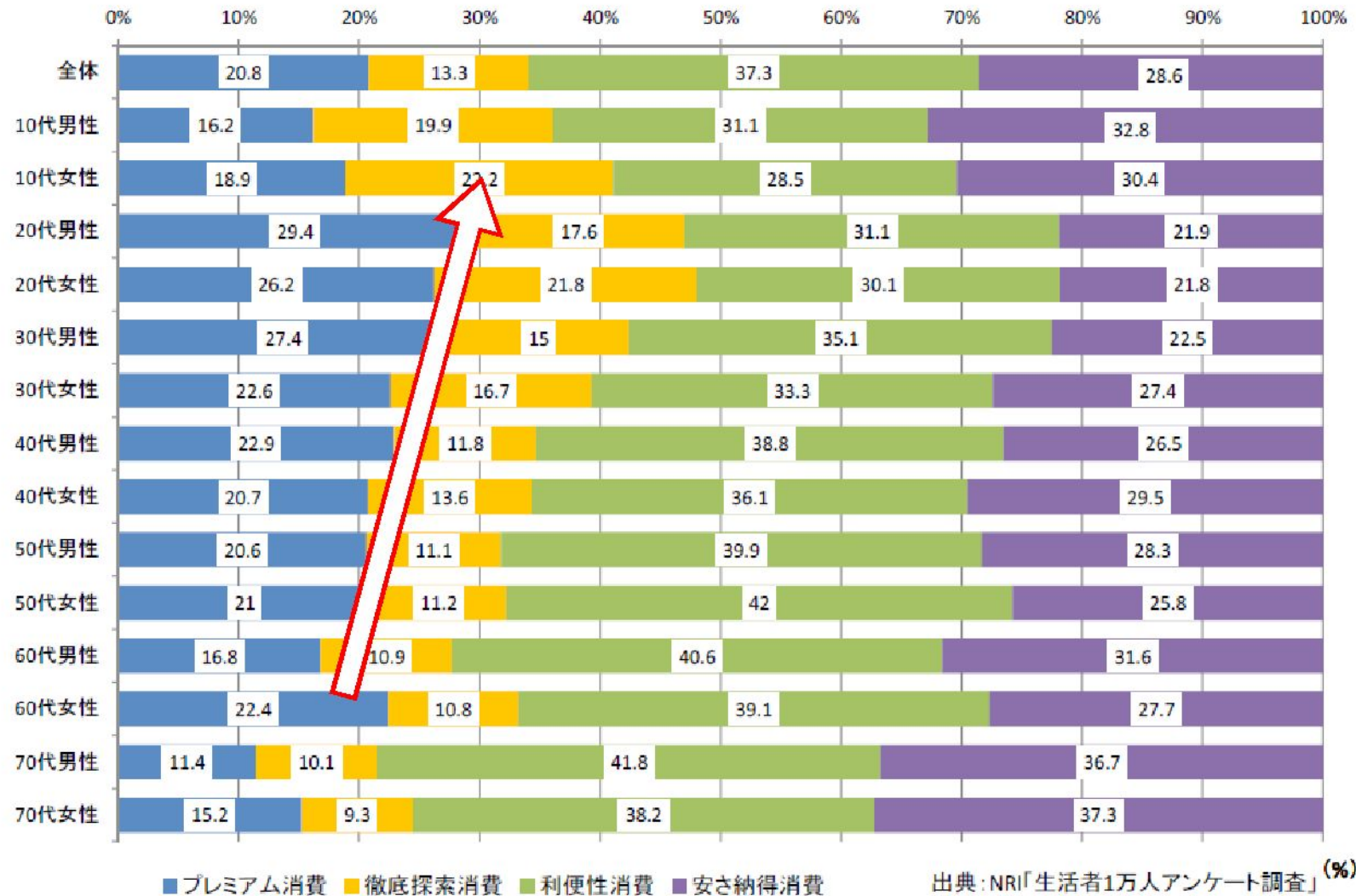
# 自分が気に入った付加価値には対価を払う

- 「こだわり」を持つ消費者が増える



# ?いほど、こだわりが強い

## 4つの消費スタイル(年代別 2012年)

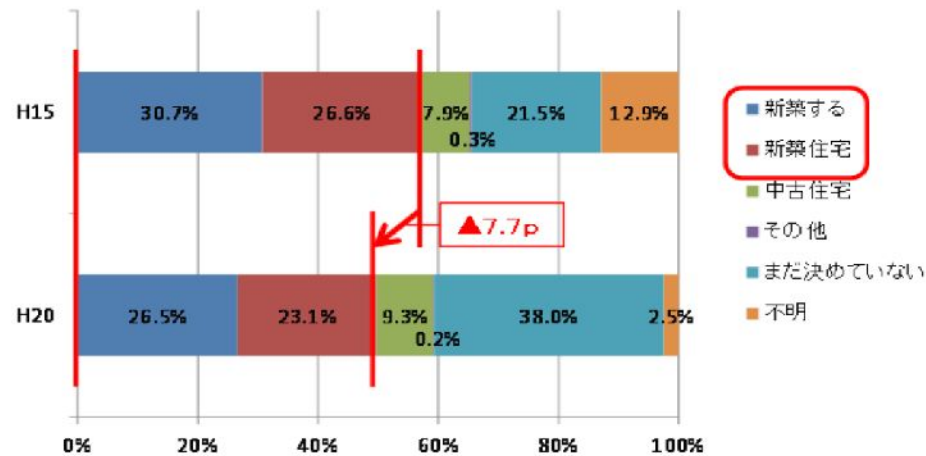




# 中古に対する意?の変化

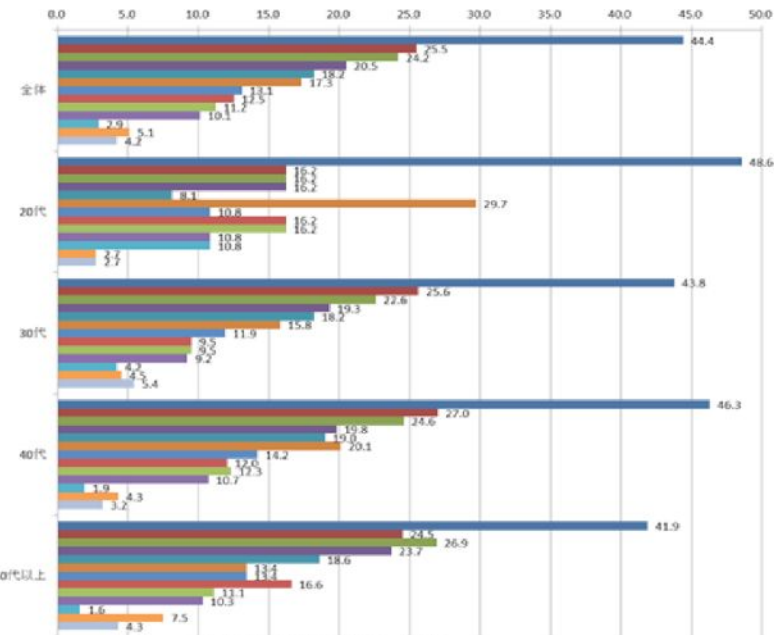
- 新築は予算的に手が出ない
- 築?数より、**広さや間取り**を重視して、中古を選択

【消費者住宅購入意識調査(H15年・H20年比較)】



出典:国土交通省「平成15年度住宅需要実態調査」、「平成20年度住生活総合調査」  
 ※今後5年間程度の間、「家を新築する」「家を購入する」計画がある人が対象。

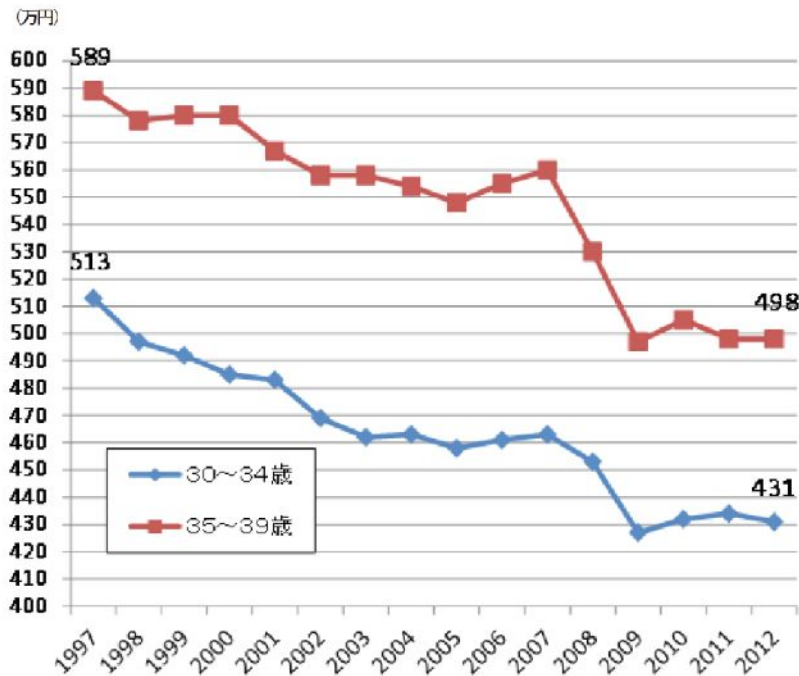
【中古物件を選択した理由】 ※中古住宅の購入者が回答



- 新築は予算的に手が出なかったから
- 同じくらいの予算で新築より良い物件を購入することができたから
- 築年数よりもスペック(住まいの広さや間取りなど)を重視したから
- もともと新築は検討しなかったから
- 希望しているエリアに新築物件がなかったから
- 長い目で見ると新築よりも金銭的に得だと思ったから
- 新築物件よりも周辺情報や建物の様子が分かって安心だったから
- 特定の物件を希望していたから
- 自分で好きなようにリフォームやリノベーションをしたかったから
- 新築物件よりも近隣住民の様子が分かって安心だったから
- いずれ新築物件を買うためのつなぎとして購入したから
- その他
- 特になし

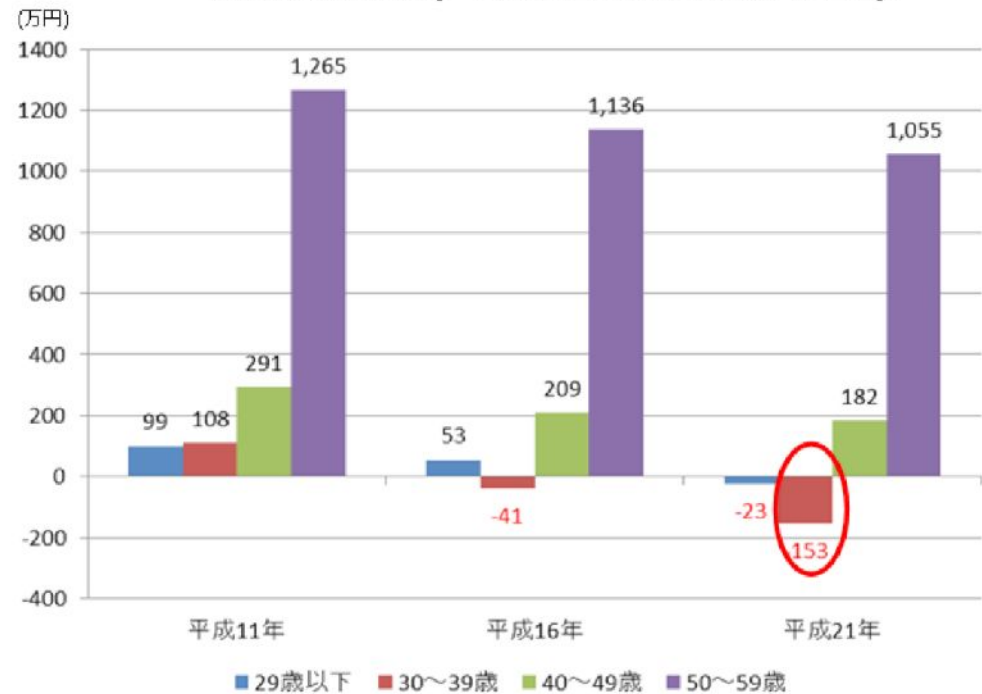
出典:(株)ネクスト「中古住宅売買を活性化させる『建物検査』や『既存住宅売買瑕疵保険』についての、認知度や理解、希望や不安に関する調査」(2013年3月)

### 【30歳代男性の平均年収推移】



出典: 国税庁「民間給与実態統計調査」

### 【金融資産の推移(二人以上世帯のうち、勤労者世帯)】



(出典)

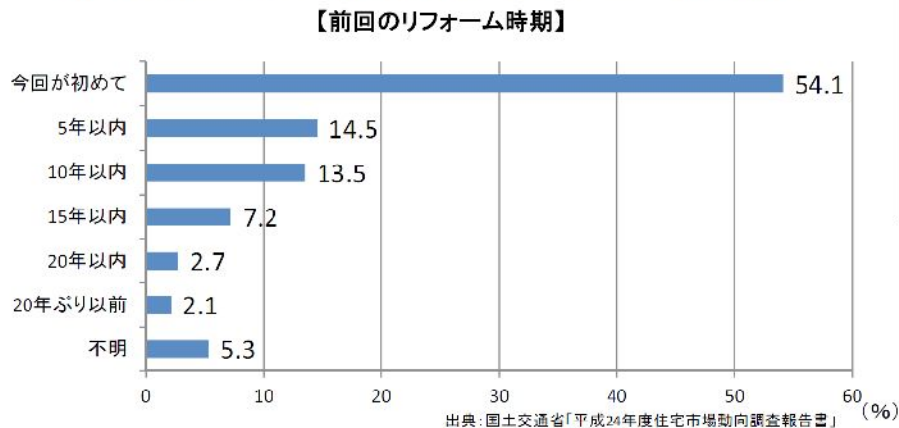
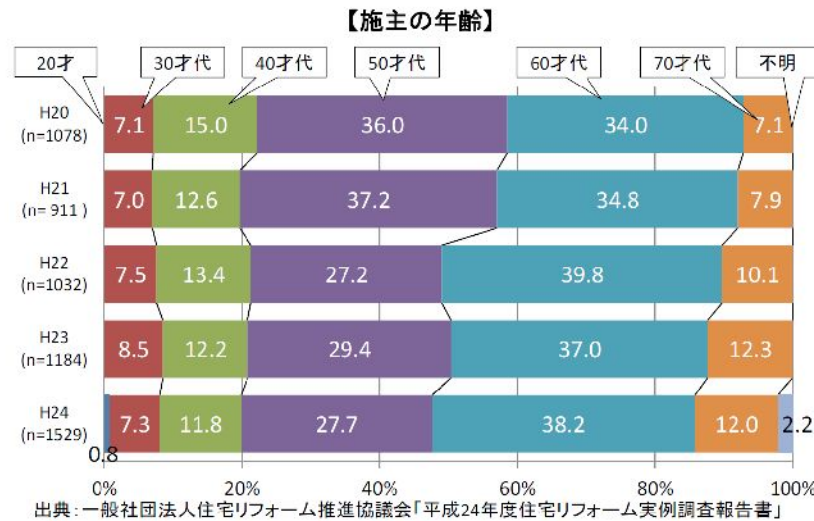
総務省「貯蓄動向調査」(平成11年)、総務省「家計調査」(平成16年、平成21年)

(注) 貯蓄動向調査と家計調査では、年齢階級の集計方法が異なる(貯蓄動向調査:5年ごと、家計調査:10年ごと)ため、平成11年においては、年代ごとの加重平均を算出

出典: 国土交通省「中古住宅・リフォームトータルプラン」参考データ集

# 施主の4割は60代以上

- 約半数は初めてのリフォーム
- 受注が多い部位はキッチン、トイレ、浴室といった水廻り



【リフォームの部位】

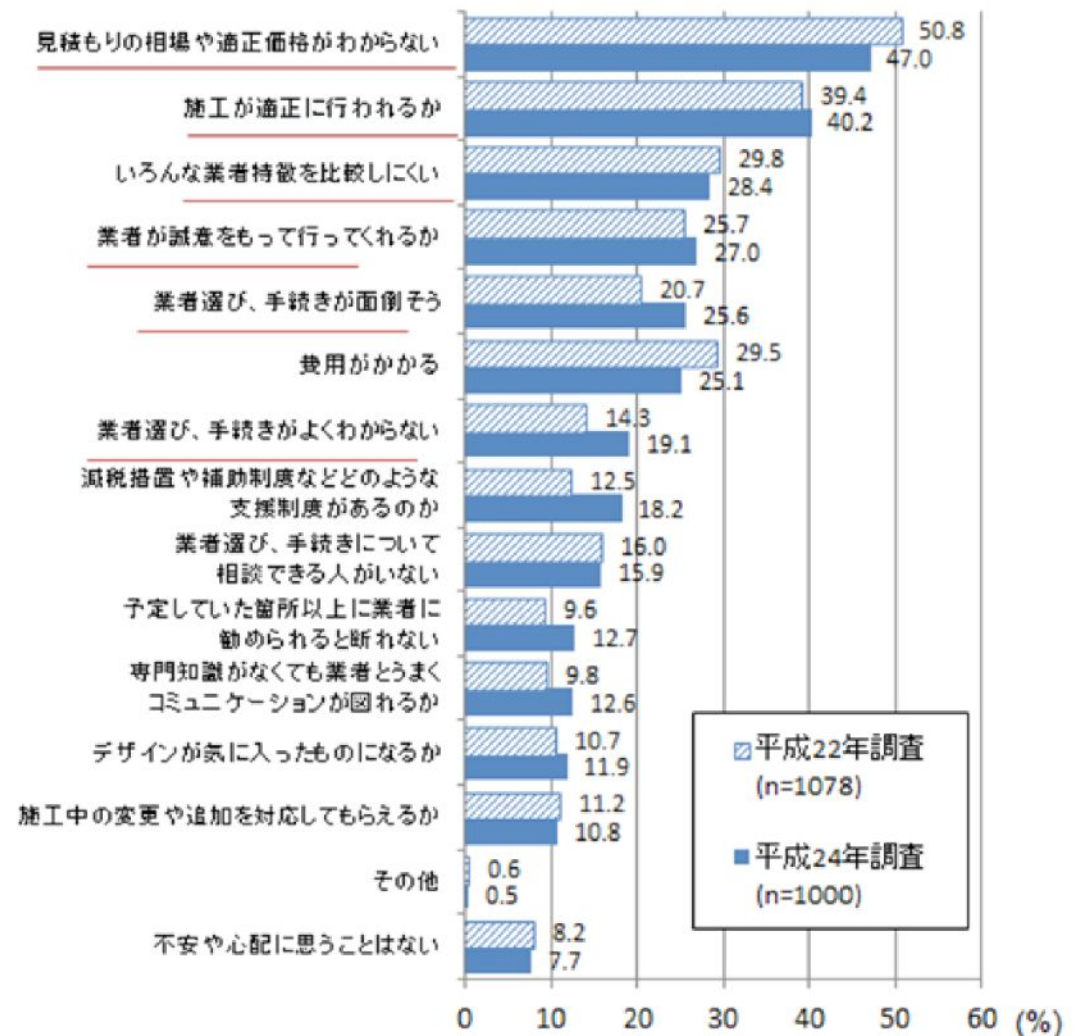
| 順位 | 部位     | 全体    | 住宅の建て方別 |       |
|----|--------|-------|---------|-------|
|    |        |       | 戸建て     | 集合住宅  |
| 1  | キッチン   | 39.8% | 35.4%   | 54.4% |
| 2  | トイレ    | 28.5% | 25.2%   | 40.8% |
| 3  | 浴室     | 27.5% | 27.2%   | 35.9% |
| 4  | 居間     | 27.5% | 25.7%   | 30.1% |
| 5  | ダイニング  | 23.2% | 18.7%   | 36.9% |
| 6  | 外壁     | 22.3% | 27.7%   | 0.0%  |
| 7  | 屋根     | 16.8% | 20.7%   | 1.9%  |
| 8  | すべての部屋 | 14.6% | 11.0%   | 27.2% |
| 9  | 玄関     | 13.3% | 13.5%   | 12.6% |
| 10 | 和室     | 11.5% | 11.5%   | 11.7% |
| 11 | 給湯器    | 10.9% | 11.2%   | 10.7% |
| 12 | 子供部屋   | 8.8%  | 7.2%    | 14.6% |
| 13 | 主寝室    | 8.0%  | 6.2%    | 14.6% |
| 14 | 収納     | 7.2%  | 6.0%    | 12.6% |
| 15 | その他    | 7.2%  | 7.2%    | 7.8%  |
| 16 | 門・へい   | 7.0%  | 9.0%    | 0.0%  |
| 17 | 車庫・物置  | 5.1%  | 6.2%    | 1.0%  |
| 18 | 高齢者居室  | 1.4%  | 1.2%    | 1.9%  |

出典：国土交通省「平成24年度住宅市場動向調査報告書」

# 消費者は「?透明さに?安」

- 価格がわからない
- 施工は適?か?
- 業者選びが?安

【リフォームの際の不安や心配事】



出典：一般社団法人住宅リフォーム推進協議会「インターネットによる住宅リフォーム潜在需要者の意識と行動に関する第8回調査報告書」

# ここまでのまとめ

---

- 建物をつくる時代 → いまある**建物を使う時代**
  - 既存ストックの**性能向上**
  - **少子高齢化**への対応
- 価値観の変化
  - 震災後、**? エネ、安全・安心を重視**する層が増加
  - 一次取得者層は「**こだわり**」を持つ層の増加
  - リフォームの施主の4割は60代以上
- 消費者の**?安**
  - **? 透明**な価格
  - **業者選びの?安**

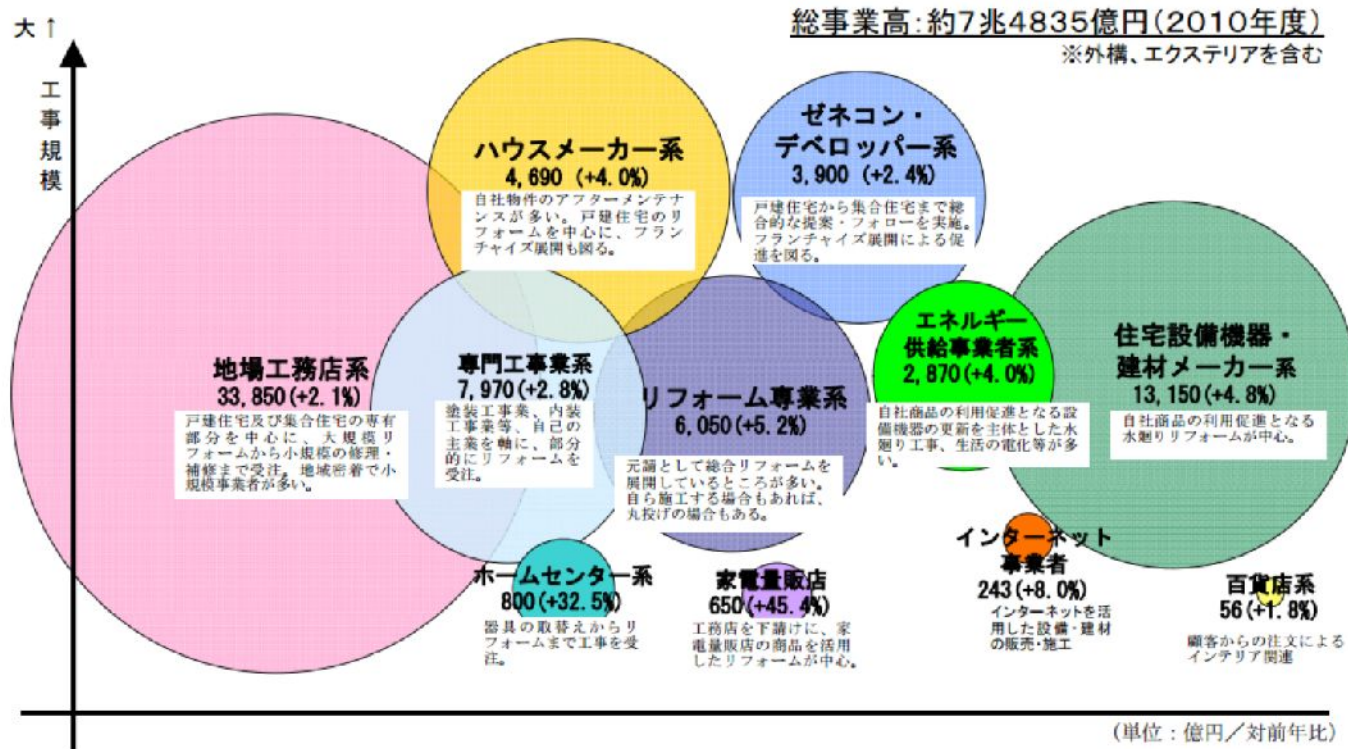


**事業者に求められること**

# 市場の担い手は、**地場工務店**が最も多い

- 受注単価が低い
- 手?れの悪い事業

【主要な住宅リフォーム業者】

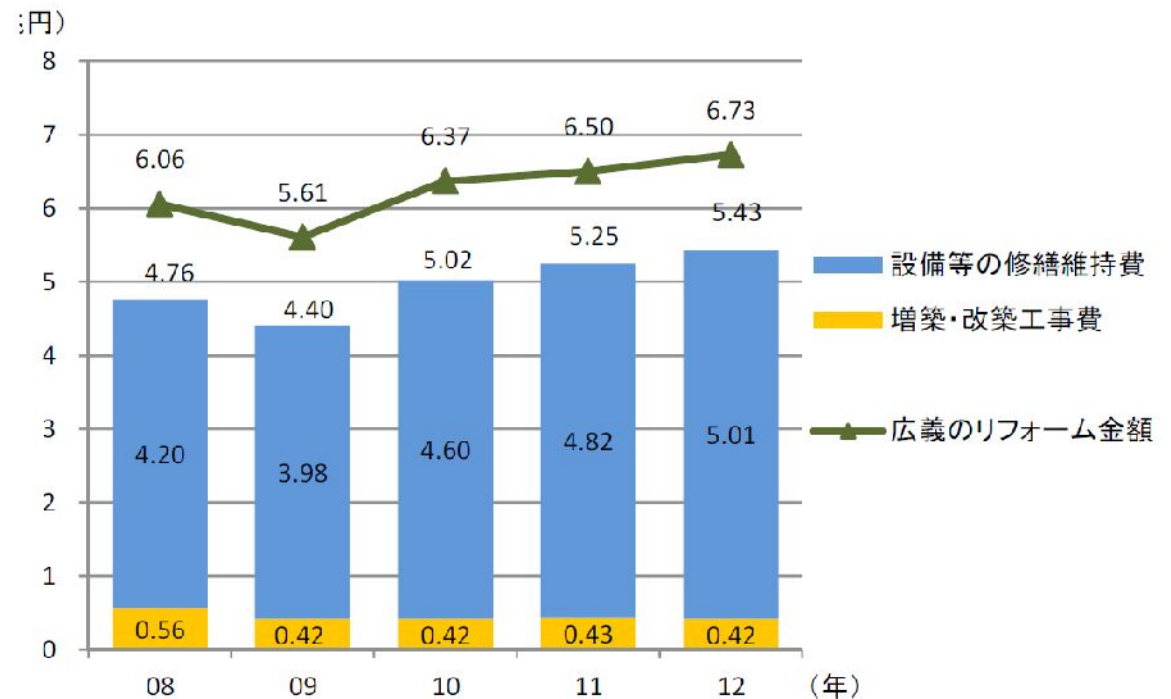


(資料) リフォーム事業高は、株式会社富士経済「2011年版住宅リフォーム市場の現状と将来展望」から引用。

# リフォーム市場は徐々に拡大

- 市場は約6.7兆円  
(2012?) と 微増
- 設備等の修繕維持  
が過半
- 民間調査では、  
2016 の市場規模  
を8.7兆円と予測

## 【住宅リフォームの市場規模】



※推計には、分譲マンションの大規模修繕等共用部分のリフォーム、賃貸住宅所有者による賃貸住宅のリフォーム、外構等のエクステリア工事は含まれない

※「広義のリフォーム」は、戸数増を伴う増築・改築工事費と、リフォーム関連の家庭用耐久消費財、インテリア商品等の購入費を加えた金額

出典：国土交通省「建築着工統計年報」、総務省「家計調査年報」、総務省「全国人口・世帯数・人口動態表」等により、公益財団法人 住宅リフォーム・紛争処理支援センターが推計

# 経産? 「リフォームビジネス拡大に向けた勉強会」

---

## <方針>

1. 中古住宅の価値
  - 中古住?の価値を測るインスペクション
  - 第三者による評価に基づく、?融支援
2. 人材育成
  - 大学との連携、事業者とのマッチング
3. **優? 事業者の?える化**
  - 「どの事業者に頼んだらいいか、わからない」
  - 事業者へのインセンティブ
4. 普及・広報
  - ベストプラクティスの表彰、「リフォーム週間」
5. 地域に根ざした
6. **地域に根ざした事業者による新ビジネス**
7. エネルギー、安全安心、バリアフリー改修

# 経産? 「先進的なリフォーム事業者表彰」

応募対象事業の?

- ? 業種(?動産仲介、中古住?買取再販、インテリア、インターネット、介護等) との連携等を通じて、新たなビジネスモデルを構築
- 独自の提案により、消費者の潜在的ニーズを掘り起こす取組
- 消費者又は事業者に対するリフォームのための相談・支援に対する取組
- 地域に根ざした家守的な役割を担うなど、魅? 的なまちづくりへの貢献、地域コミュニティの活性化を促すような取組
- 安心・安全、? エネ・創エネ、暮らしやすさの改善等の社会的ニーズを先取りした独自のリフォームの取組



# 企業グループの人材育成支援

## 職場外訓練、新技術開発促す

### 国交省 地域活性化へ新事業

国土交通省は、地域建設企業の担い手確保・育成や生産性向上の取り組みに対し、専門家によるアドバイスや活動経費助成などの包括的な支援を実施する検討に入った。中小・中堅クラスの複数の建設会社や建設業団体、地域教育訓練施設などにグループを結成してもらい、モデル性の高い試みを重点支援し、その成果を全国に水平展開する。2015年度予算概算要求に「地域建設産業活性化支援事業」として、新規に1億9000万円を求めた。

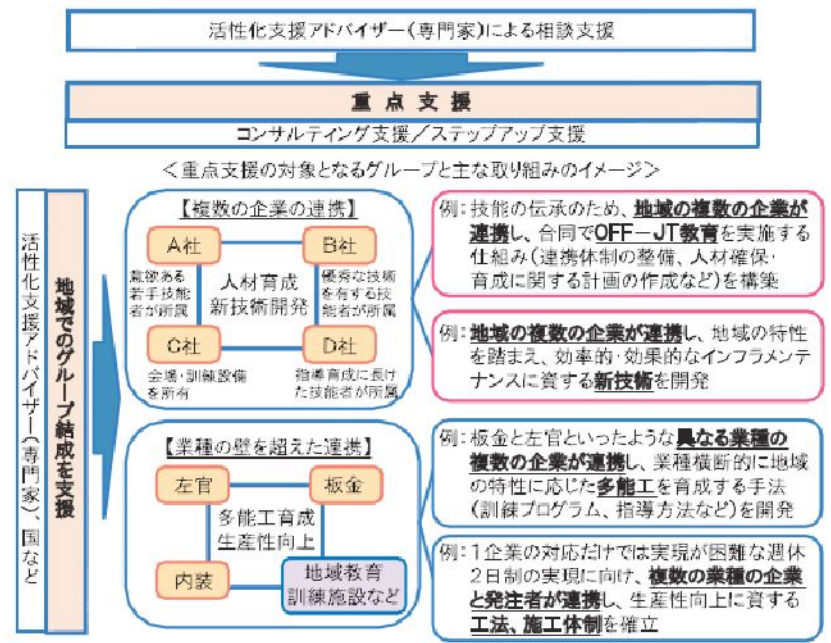
同事業は、6月の行政事業「事業」の中身を見直して創設レビューで「抜本的改善」をする。求められた「建設企業等のための経営戦略アドバイザー」の中で実施されてきたアドバイザー

イザリー事業は、地域建設企業の生き残りをかけた一手として、農業や林業など新分野への進出促進を1つの主眼に置いていた。

イザリーは、個別の相談者をマッチングするなどし、地域でのグループ結成のコーディネートも行う。

重点支援では、地域グループが考えている連携方策を実現するための継続的なコンサルティング支援を始め、実際

#### 地域建設産業活性化支援事業のスキームイメージ



しかし現在、建設業界を取り巻く経営環境は一変し、人材の確保・育成が大きな課題になっている。国交省は、従来のように経営の多角化を促すことは、建設業界からの離脱を促すことにもなり、企業側のいまのニーズにも合致していないと判断。事業内容を刷新し、担い手確保や生産性向上など業界内で事業継続していくための取り組みを後押しすることにした。

新事業では中小企業診断士や公認会計士、技術士といった従来からの専門家に加え、人材開発の専門家や建設マスター、登録基幹技能者といった指導に長けた人による相談支援を実施。国交省やアドバ

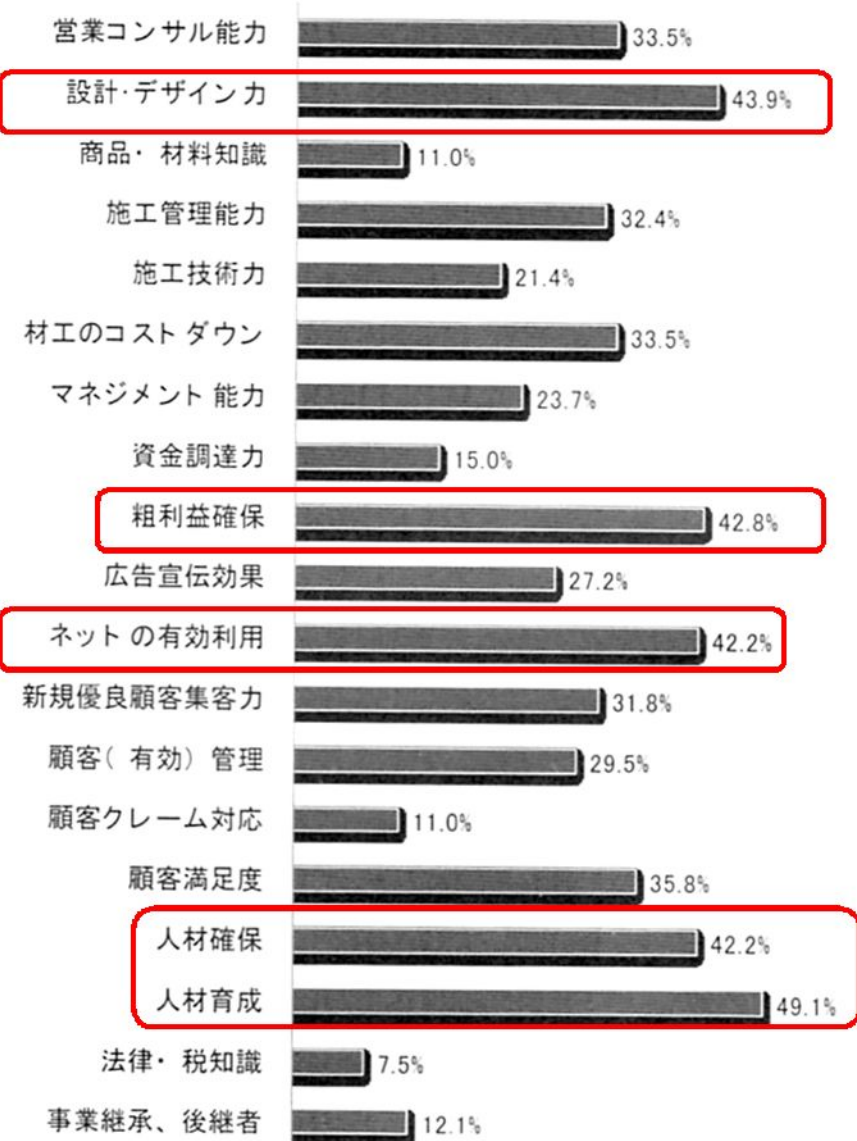
# 経営上の悩み

- 設計・デザイン?
- 粗?の確保
- ネットの有効活用
- 人材確保・育成



なんとか解決したい!

リフォームハンドブック12-13<sup>7版</sup>、  
JECROより



# 事業者の皆様にお願い

---

これを機会に、**新しい事業にチャレンジ**して下さい

## (1) リノベーションは、サービス産業

— 顧客の満足度を高めるため、コミュニケーションを重視

## (2) 事業者間の連携

- 自らの強みを活かしつつ、他業種と連携し受注増を目指す
- 様々な事業者をつなぐ会社・組織が必要

## (3) これからの住まいについて、考える

- 豊かなくらしとは？