

# リフォーム・中古住宅市場倍増プロジェクト 調査報告書概要版(中古・リフォームの潜在需要)

2011年5月

発表者 日経BP社 プロデューサー 安達功

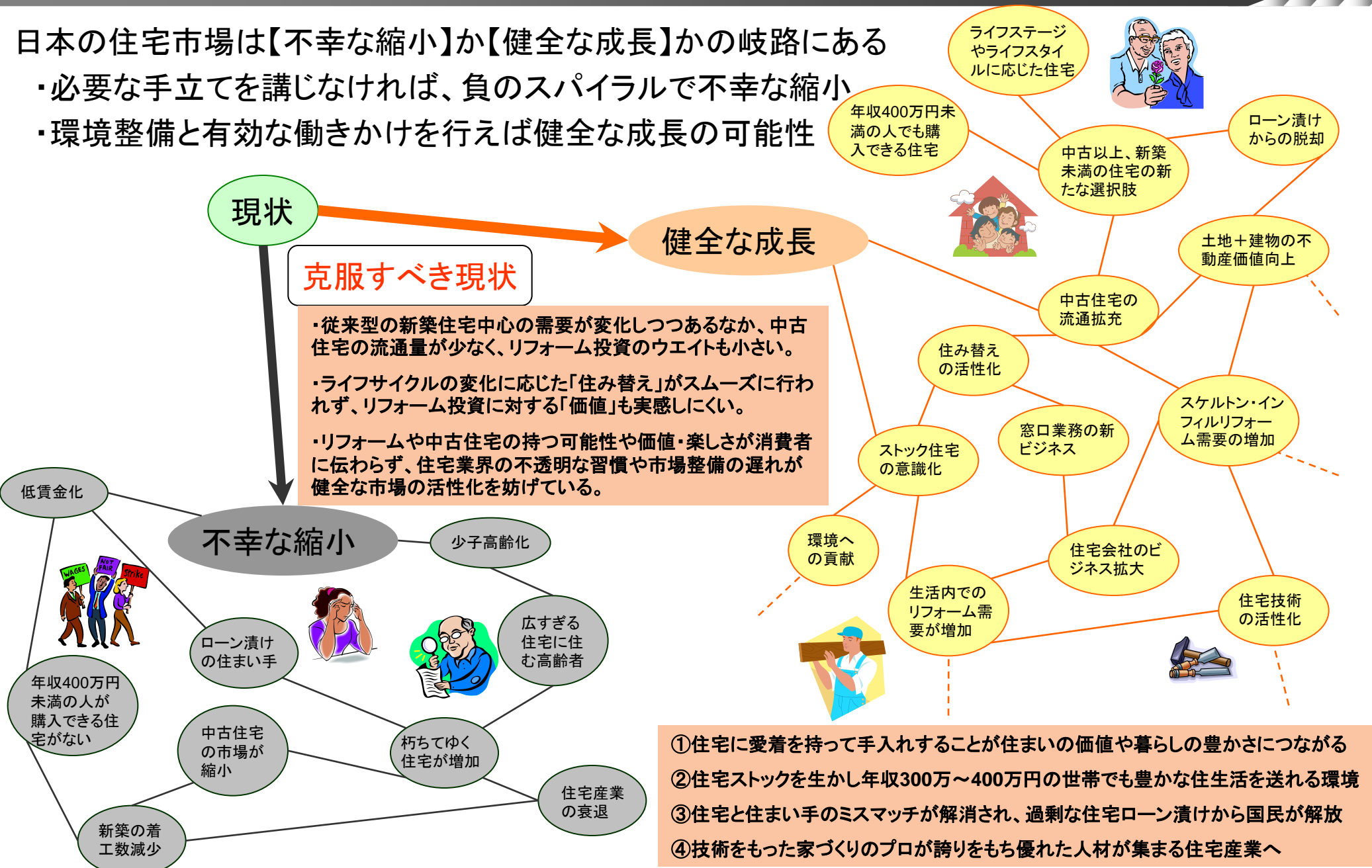
日経BP社 日経BPコンサルティング

1. **なぜ中古住宅・リフォーム市場の整備・拡大が必要なのか**
2. **日本の住宅をめぐる市場環境**
3. **リフォームの課題と必要とされる環境整備**
4. **環境整備による効果と優先順位【リフォーム】**
5. **中古住宅流通の課題と必要とされる環境整備**
6. **環境整備による効果と優先順位【中古住宅流通】**
7. **環境整備による市場拡大のインパクト**
8. **新たに登場する有望な市場**
9. **有望市場への働きかけによる市場拡大のインパクト**
10. **潜在需要に基づく市場拡大の試算**

# 1. なぜ中古住宅・リフォーム市場の整備・拡大が必要なのか

日本の住宅市場は【不幸な縮小】か【健全な成長】かの岐路にある

- ・必要な手立てを講じなければ、負のスパイラルで不幸な縮小
- ・環境整備と有効な働きかけを行えば健全な成長の可能性

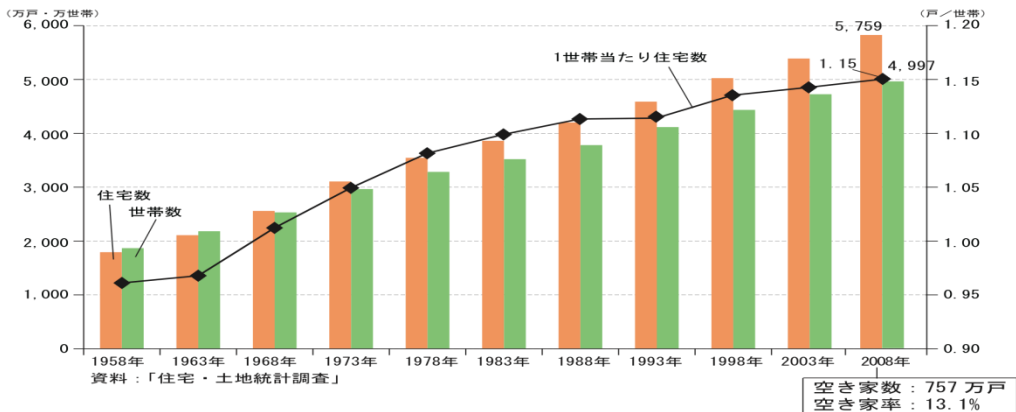


- ①住宅に愛着を持って手入れすることが住まいの価値や暮らしの豊かさにつながる
- ②住宅ストックを生かし年収300万～400万円の世帯でも豊かな住生活を送れる環境
- ③住宅と住まい手のミスマッチが解消され、過剰な住宅ローン漬けから国民が解放
- ④技術をもった家づくりのプロが誇りを持ち優れた人材が集まる住宅産業へ

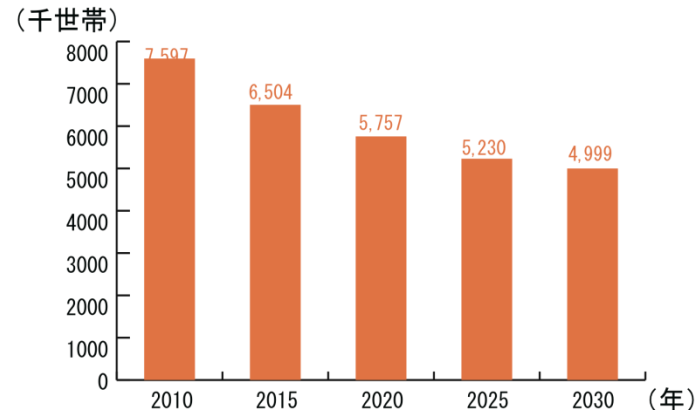
# 2. 日本の住宅をめぐる市場環境

- 新築10年分の住宅が余り、ファミリー世帯は中長期的に減少し続け、年収は下がる
- 住宅ストックをうまく生かしリーズナブルで豊かな住まいを提供する必要がある

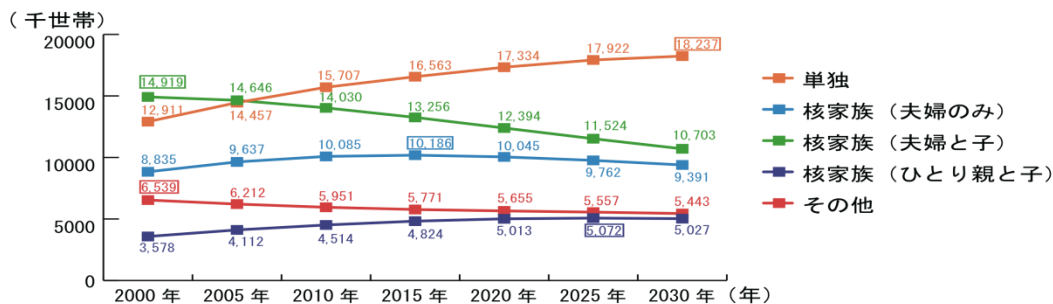
【住宅ストックの推移】



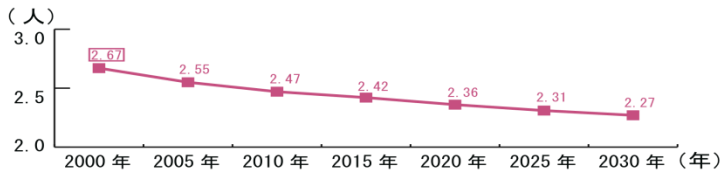
【世帯主が30代の世帯数の推計】



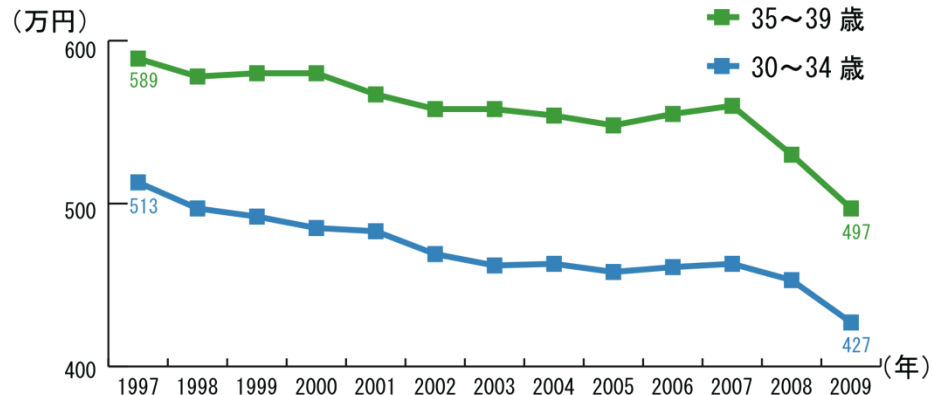
【家族類型別世帯数の推移および将来推計】



【平均世帯人員の推移】

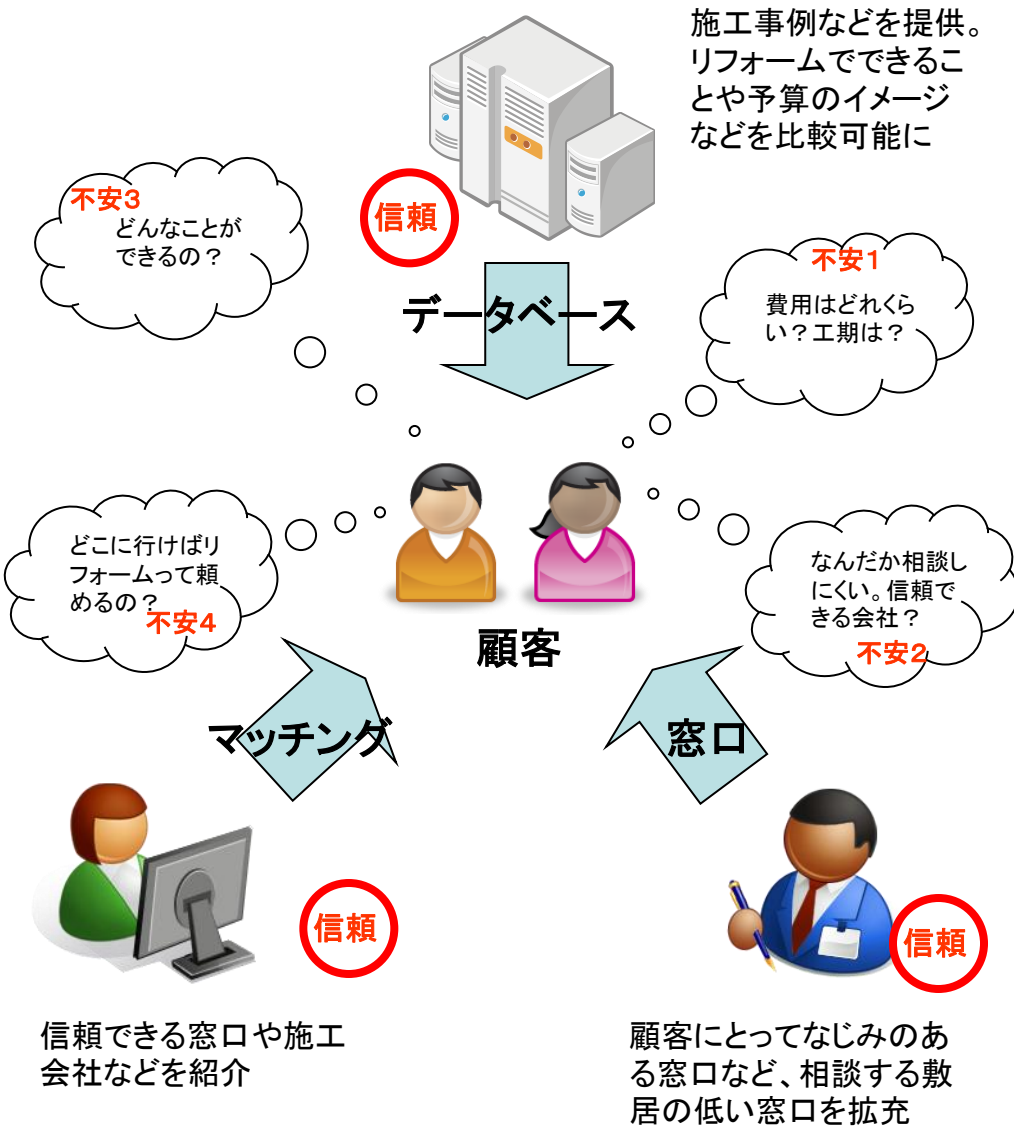


【30代の平均年収の推移】

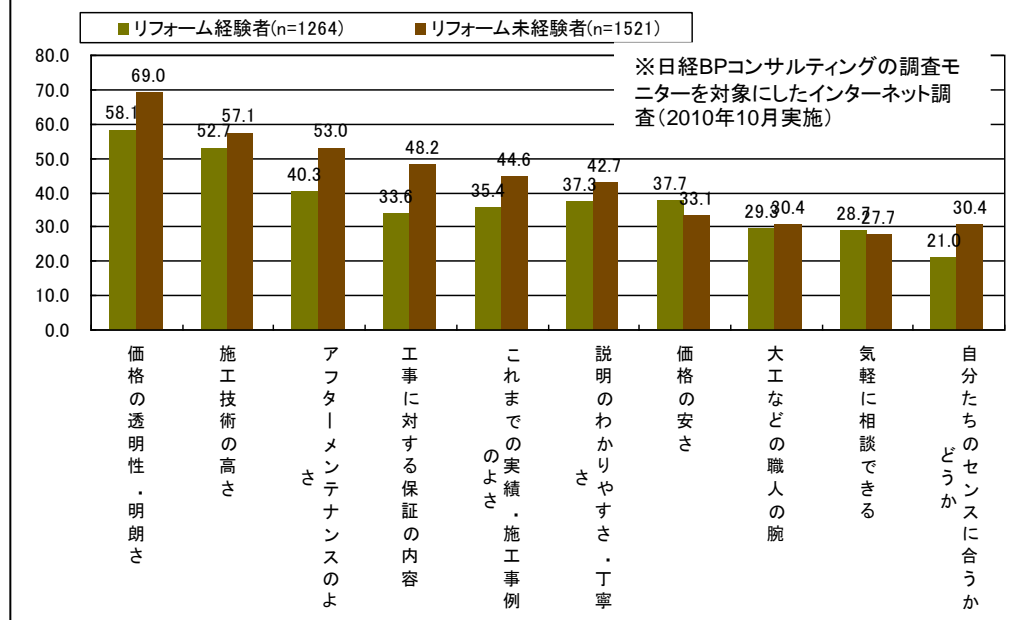


# 3. リフォームの課題と必要とされる環境整備

「データベース」「窓口」「マッチング環境」の整備が解決のカギ



【今後、リフォームをする際の重視点(上位10項目)】



- ・上のグラフはリフォームの際に消費者が重視する上位10項目。「リフォーム費用」や「事業者への信頼性」、「品質」などへの不安の裏返しととらえられる。
- ・これら顧客が抱く不安の障壁を取り除くカギとなるのは正しく信頼できる事業者やリフォーム事例を提供する情報源、その情報を元に住まい手が気軽に行動を起こせる窓口の整備、さらにその延長上としてプロと住まい手をスムーズに結びつけ、担保する仕組みだろう。
- ・「価格や事業者評価のデータベース」「気軽に相談できる窓口」「施工会社などを紹介するマッチング環境」などの環境整備によって不安を解消した場合の効果を消費者調査で探ってみた。

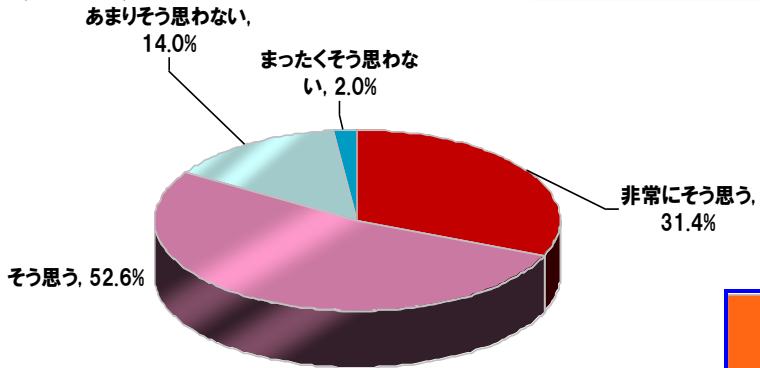
# 4.環境整備による効果と優先順位【リフォーム】

- ・リフォームへの不安を解消した場合の効果をそれぞれの【積極化率】として算出
- ・高い効果を期待できるのは「費用の目安」「評判や評価」「気軽な相談窓口」の順

【①リフォームを依頼する際にどれくらいの費用が掛るかわかりにくい】

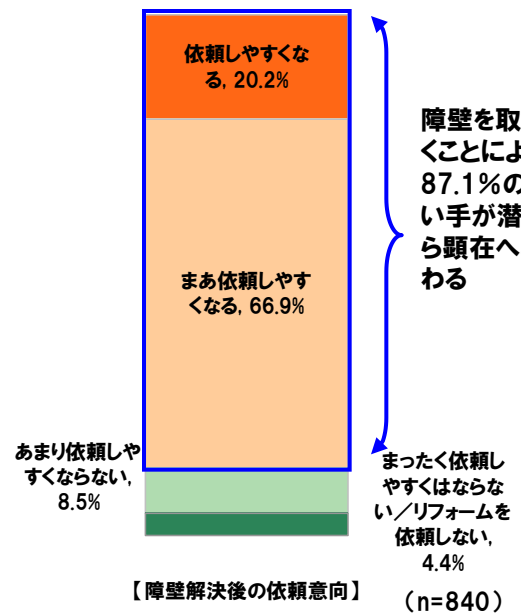
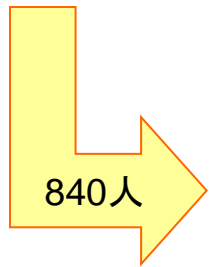
**積極化率 = 0.840 × 0.871 = 73.2%**

(n=1000)



積極化層の全体ベースでの比率  
 =(「非常にそう思う」+「そう思う」)  
 の比率×(「依頼しやすくなる」+「まあ依頼しやすくなる」)の比率

「非常にそう思う」「そう思う」と回答した人を対象に障壁が解消した場合に依頼しやすくなるかを尋ねた



障壁を取り除くことによって87.1%の住まい手が潜在から顕在へと変わる

調査名:  
 [A4-2] 持ち家消費者向け リフォーム意識調査  
 (N=1000)

消費者調査で浮かび上がった5つの障壁について、それぞれを取り除いた場合の【積極化率】に基づき、期待できる効果の高い順に並べた。

- ①リフォームを依頼する際にどのくらいの費用が掛かるかわかりにくい  
 ⇒積極化率 = 73.2%
- ②リフォームを依頼する施工業者の評判や評価がわからない  
 ⇒積極化率 = 64.0%
- ③リフォームを気軽に相談できる窓口がない  
 ⇒積極化率 = 53.2%
- ④リフォームでどんなことができるかわからない  
 ⇒積極化率 = 49.0%
- ⑤リフォームを依頼する施工業者をどうやって探せばよいかわからない  
 ⇒積極化率 = 47.4%

# 5.中古住宅流通の課題と必要とされる環境整備

## 中古住宅流通の障壁を取り除くための4つの環境整備

リフォームで中古住宅の価値が上がる事例などを紹介。誤解を払拭する



データベースで事例を紹介



プロの目で住宅を検査

中古住宅の状態をプロが検査。インスペクションや瑕疵担保保険、家歴などで心配要因を取り除く

心理的な抵抗感

構造や性能などの心配

障壁



顧客

需要の多様化

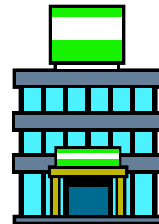
金銭的な問題

中古住宅の供給充実



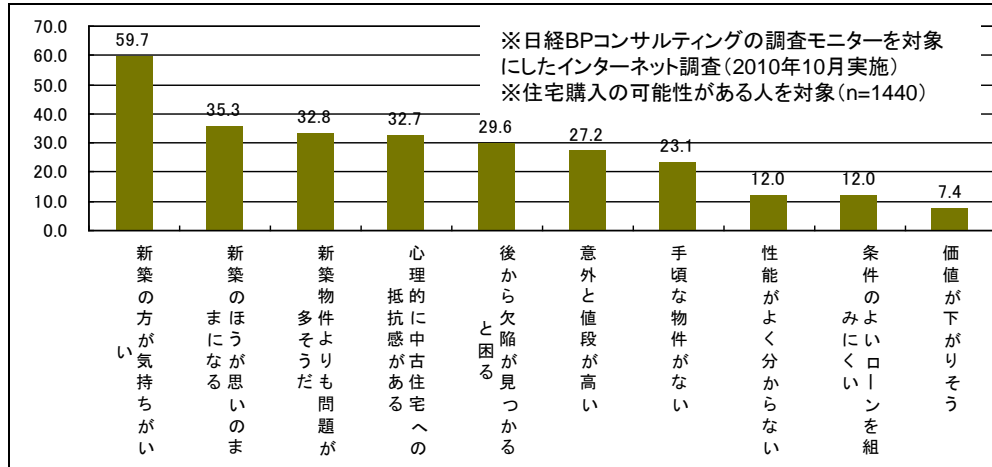
ポテンシャルを持ちながら活用されていなかった、価値ゼロ住宅や空き家、増加する競売・任売物件を中古市場で流通させる

中古住宅とリフォームローンの一体化



中古住宅のローンとリフォームのローンを一体化して貸し付けられる体制

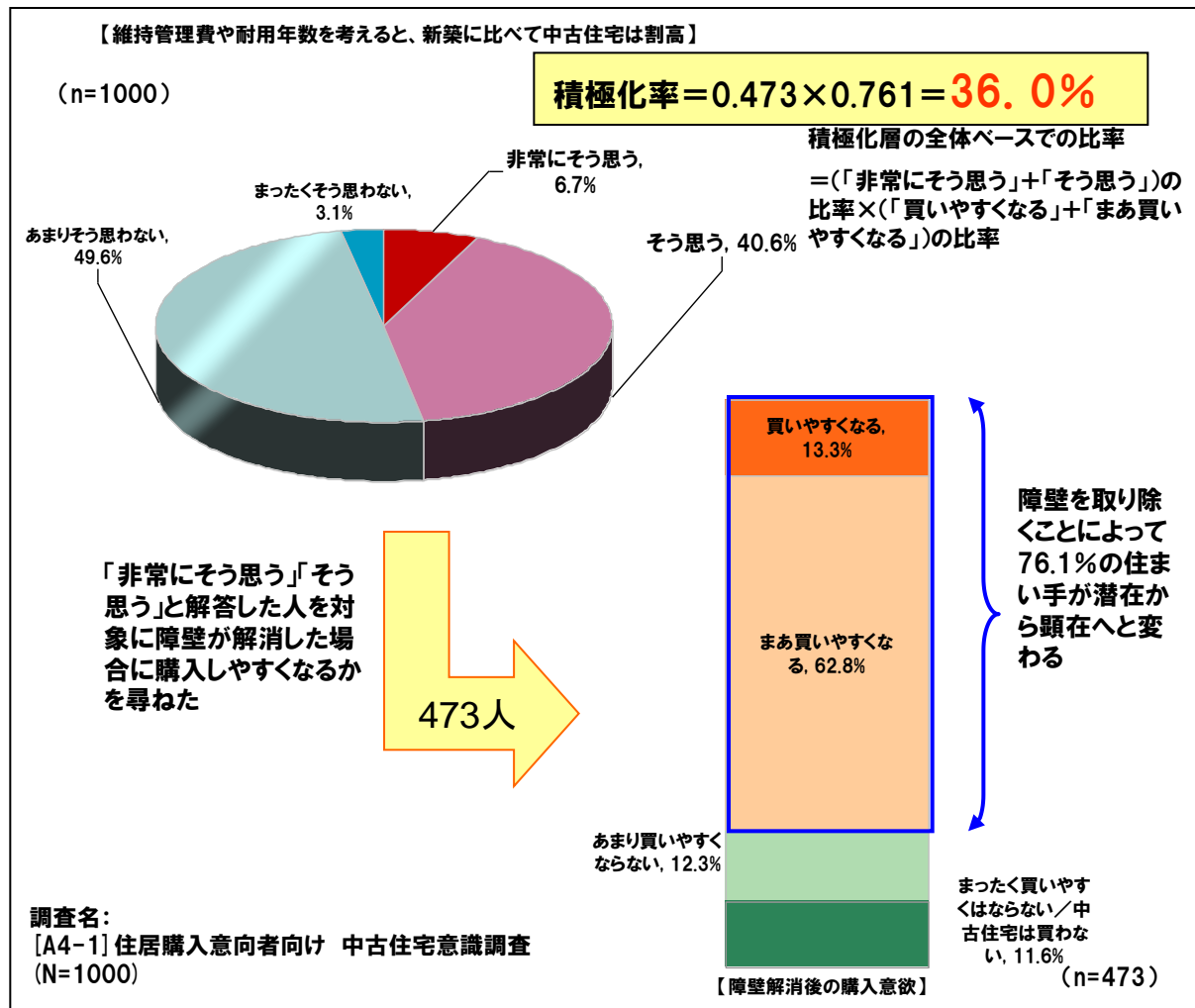
## 【中古住宅を購入しない理由(上位10項目)】



- 上は中古住宅を購入しない理由の上位10項目。阻害要因は「心理的な抵抗感」「構造や性能などの心配」「需要の多様化」「金銭的な問題」の4つに大別できる。
- これらを取り除くためには、例えばデータベースの整備による事例紹介、需要の多様化に対応する供給の充実、心理的な不安を取り除くためのプロの目による検査や保証、中古住宅とリフォームローンの一体化などの環境整備が有効と考えられる。
- これら環境整備の効果と優先順位をリフォームと同様に消費者への調査から探ってみた。

# 6.環境整備による効果と優先順位【中古住宅流通】

- ・中古住宅への不安を解消した場合の効果それぞれの【積極化率】として算出
- ・高い効果が期待できるのは「物件情報の提供」「品質・構造の不安解消」「資産価値」の順



想定できる7つの障壁それぞれを取り除いた場合の【積極化率】に基づき、期待できる効果の高い順に並べた。

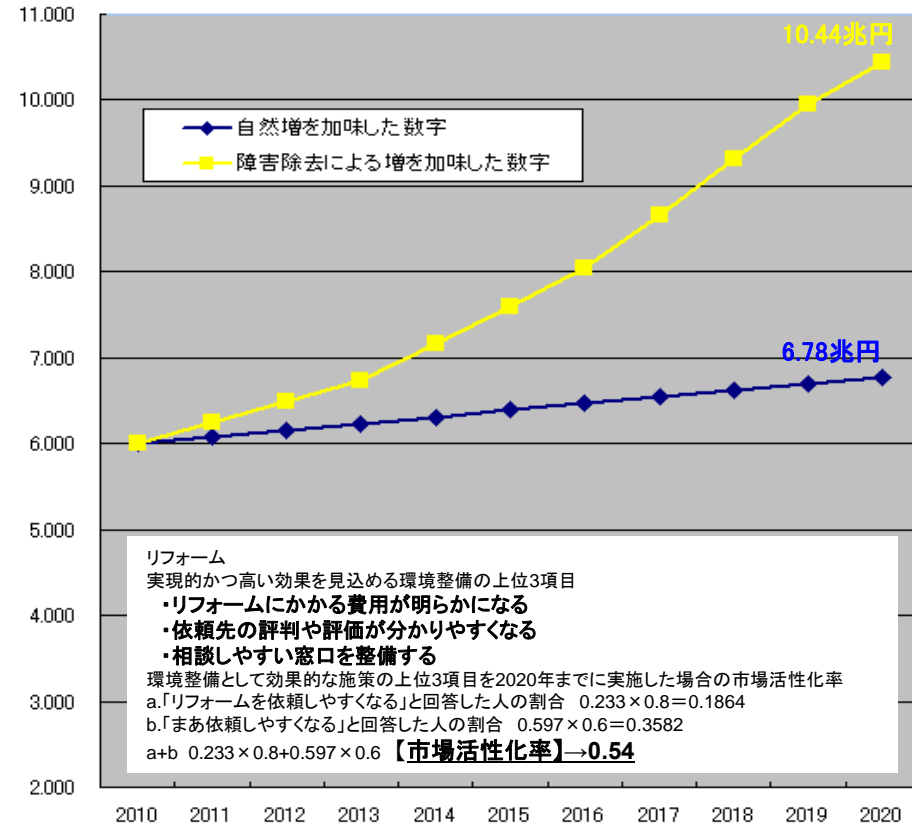
- ①中古住宅は条件に合う物件がなかなか見つからない  
⇒積極化率=52.4%
- ②中古住宅は品質や構造に不安がある  
⇒積極化率=50.4%
- ③中古住宅は資産価値が低く次に売却しにくい  
⇒積極化率=40.5%
- ④中古住宅は思うような間取りにならずリフォームの自由度が低い  
⇒積極化率=37.4%
- ⑤維持管理費や耐用年数を考えると新築に比べて中古住宅は割高  
⇒積極化率=36.0%
- ⑥中古住宅は新築に比べてローンや税制面などで不利  
⇒積極化率=35.9%
- ⑦中古住宅は誰が使っていたかわからず不安  
⇒積極化率=35.2%



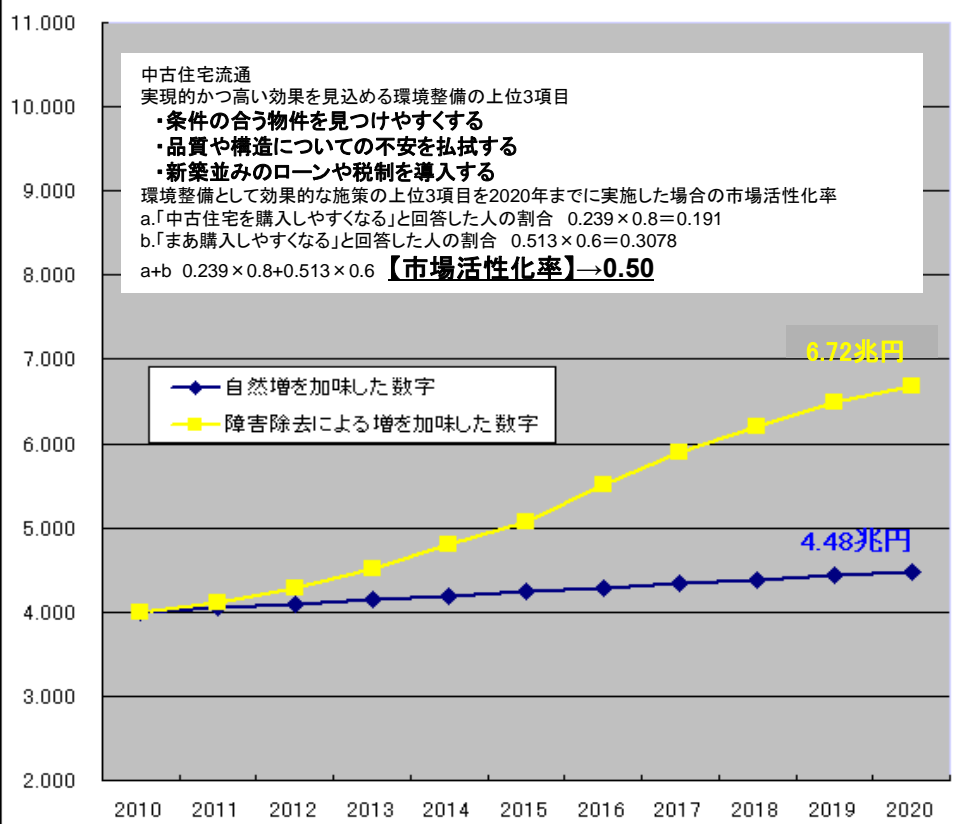
# 7.環境整備による市場拡大のインパクト

- ・複合的な環境整備で「障壁」を払拭した場合の効果を【市場活性化率】として試算
- ・リフォームでは最大54%増、中古住宅流通では最大50%増の効果を期待できる

●リフォーム市場の試算(単位:兆円)



●中古住宅流通市場の試算(単位:兆円)



【積極化率】をベースとして市場拡大の可能性を【市場活性化率】として算出した。具体的には実現可能かつ高い効果を見込める上位3項目の環境整備を2020年までに徹底的に実施した場合、どのくらいの割合の人がリフォームや中古住宅の購入に動くかを推定した。

・各項目間の重なりを排除したうえで、3つの環境整備を行った場合に「やりやすく(買いやすくなる)」と答えた人に係数0.8を、「まあやりやすく(買いやすくなる)」と答えた人に係数0.6を乗じて、市場活性化率を算出。2020年に向けての市場拡大の可能性を試算した。

## 8. 新たに登場する有望な市場

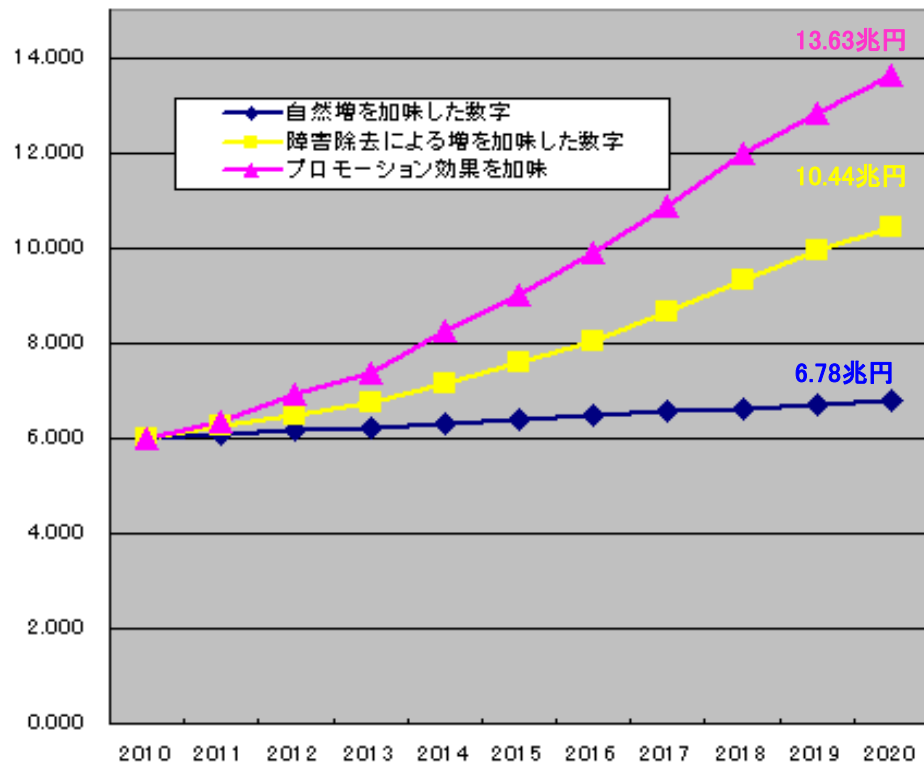
- ・価値観や世帯構成の変化に伴ってリフォーム・中古住宅の新しい需要が生まれつつある
- ・需要顕在化を後押しする技術開発と適切なプロモーションにより市場は大きく育つ

新たに登場する有望な市場	市場顕在化への課題と有効な働きかけ	働きかけによる2020年の期待市場規模	
		リフォーム	中古住宅流通
① マンションリフォームの新たな可能性(性能向上) 間取り変更や水まわりの移動、内窓に代表される開口部の性能向上などマンションの性能や居住性を大幅に高めるリフォーム	マンション居住者のニーズは高いが、できることを知らない居住者が多い。居住者の4割は水まわりの位置変更をしたいと考えているが、できると知っている人は26%にとどまる。内窓設置も半数以上が実施できることを知らない ⇒上記のような「あきらめ層」「認知不足層」にマンションでもここまでできるという可能性を効果的に伝えることにより新しい需要が顕在化する	2000億円	—
② 無管理住宅の解消によるリフォーム需要 住宅会社の倒産などで相談できるプロがいなくなっている無管理状態の住宅を解消し、本来、必要なリフォーム需要を顕在化させる	築10年以上の戸建て住宅の住まい手の約6割は相談できる専門家がいない 59.2%は日常的に相談できる住宅の専門家がおり、特にハウスメーカーの建売住宅では8割以上が「無管理」の状態となり計画的な手入れやリフォームなどのきっかけが欠落 ⇒気軽に相談できる窓口などを通じて無管理状態になっている住まい手とプロとを結びつける「愛着住宅キャンペーン」などを実施	2700億円	—
③ 住み替えを含む高齢化対応改修 現状の住宅からの住み替え支援と既存ストックの高齢化対応リノベーションをセットで実施。他用途からのコンバージョンも含む	高齢者の急増に対応住宅の供給が追いつかず、住み替えもスムーズに行えていない。さらに自宅に高齢化対応リフォームを実施する手持ち資金がない。 ⇒高齢者向け賃貸住宅の供給への助成と併せて、金融的な裏づけを含む持ち家住宅からの住み替え支援策を講じる	1000億円	4000億円
④ 団塊世代の新たなリフォーム需要 骨組みを生かして快適性(断熱性能)・安全性(耐震性能)を現行住宅並みに高めるスケルトンリフォーム	団塊世代のスケルトンリフォームへの認知度は高く、新築の5割のコストで実現できれば、過半がスケルトンリフォーム(耐震性・断熱性を新築並みに高める)を行いたいと考える ⇒1000万円で耐震性・省エネ性を新築並みに高めるスケルトンリフォームの合理化技術を開発、普及させる	1兆1200億円	—
⑤ 働く女性の中古+リノベーション 都市部のマンションを中心とした中古住宅のストックとリノベーション技術を生かして、スマートでリーズナブルな住まいを提供する	単身女性の35.5%が安心して住める場所の確保に関心を持ち、3割強は3000万円以上の購入予算を考えている。中古+リフォームによるコストパフォーマンスの高さや「中古こそリーズナブルでカッコいい」というコンセンサスが新しい需要を生む ⇒女性をターゲットに「中古+リノベーション」の魅力を効果的に訴求するプロモーションを展開することにより需要を喚起する	3500億円	6900億円
⑥ 中古売買に合わせた適切なリフォーム提案 増加する中古住宅売買のタイミングに合わせて、住宅や設備の専門知識を持ったプロが適切なリフォームを提案する	中古住宅の購入者の約7割が入居前後に平均300万円のリフォームを実施しており、さらに適切なリフォーム提案を望んでいる。中古住宅流通の増加と適切なタイミングのリフォーム提案により、中古売買時のリフォーム需要は増加する ⇒不動産事業者とリフォーム施工者の連携による効果的な提案	5500億円	—
⑦ 「建物価値0円住宅」の活性化 玉石混交となっている築20年以上の中古住宅を価値あるものとなしものに峻別して前者を検査・保証・履歴付き住宅として再供給	築20年以上という数字だけで「建物価値0円」と見なされる住宅がストックの約6割を占める。これらの中から住まい手とのミスマッチを起こしており、かつハードとしての耐用年数が十分にある住宅を峻別、廉価な保証・検査付きストック住宅として流通させる ⇒検査・保証制度の整備によるパッケージ化と消費者へのプロモーション	6000億円	2兆円
⑧ 資産価値向上リフォーム 価値の向上に結びつくメンテナンスとリフォームを実例とガイドラインから明らかにすることで、資産価値の残るリフォーム需要を喚起	現状ではリフォームに資産価値向上効果をあまり期待しない人が多い一方、リフォーム価格プラス100万円～200万円、価値が上がれば実施したいと考える人が過半を占める ⇒リフォームによって資産価値が上がった実例とその典型的なモデルを消費者に提示、不動産鑑定士の視点から資産価値向上のガイドラインなどを示す		

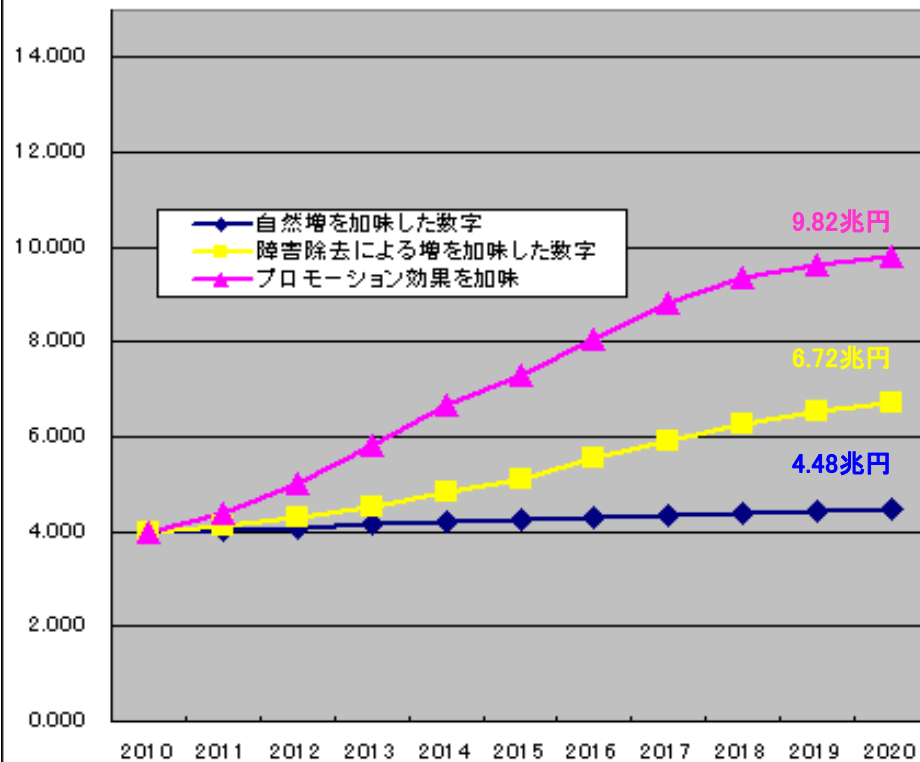
## 9. 有望市場への働きかけによる市場拡大のインパクト

- ・自然増、障壁除去による環境整備、新市場へのプロモーションの総合的な効果を試算
- ・不安解消と魅力向上の効果的な組み合わせで市場拡大の可能性は大きくなる

●リフォーム市場の試算(単位:兆円)



●中古住宅流通市場の試算(単位:兆円)



トレンドによる自然増、障壁除去を目的とした環境整備に加え、新しい需要の顕在化を後押しする技術開発と適切なプロモーションを最大限、実施した場合の市場拡大の可能性を試算した。スムーズな住み替えにより中古住宅の流通量が増えれば、比例してリフォーム市場も拡大し住宅ストック市場全体に好循環をもたらす。試算に際して加味した新しい需要は①マンションリフォーム②無管理住宅の解消リフォーム③住み替えを含む高齢化対応改修④団塊世代の新たなリフォーム需要⑤働く女性の中古+リノベーション⑥中古売買に合わせた適切なリフォーム提案⑦「建物0円住宅」の活性化⑧資産価値向上リフォーム

# 10. 潜在需要に基づく市場拡大の試算

## 1. トレンドによる自然増

団塊世代800万人の高齢化  
 ⇒リフォーム需要増加  
 修繕時期を迎えるマンションの増加  
 ⇒共用部リフォーム需要増加  
 単身の働く女性と親子2人世帯増加  
 ⇒リノベーション需要増  
 中古に抵抗を持たないポスト団塊ジュニア  
 ⇒新市場の出現 【0.8兆円 0.5兆円】

## 2. 環境整備による不安解消

リフォームに対しては  
 ①リフォーム費用の明確化②依頼先の評判や評価情報③相談しやすい窓口  
 中古住宅流通に対しては  
 ①中古物件の検索性向上②品質や構造の不安払拭③新築並みローンや税制 【3.7兆円 2.2兆円】

## 3. 新市場の促進による魅力向上

①マンションリフォームの新たな可能性②無管理住宅の解消によるリフォーム需要③住み替えを含む高齢者対応改修④団塊世代の新たなリフォーム需要⑤働く女性の中古+リノベーション⑥中古売買に合わせた適切なリフォーム提案⑦「建物価値0円住宅」の活性化ーーなど 【3.1兆円 3.1兆円】

【青色の数字】 = リフォーム市場へのインパクト (兆円)

【赤色の数字】 = 中古住宅流通へのインパクト (兆円)

### 2010年の市場規模 = 【10兆円】

10㎡以上の床面積の増加を伴う工事 【1.0兆円】

設備の維持修繕費(共同持ち家含む) 【3.6兆円】

マンション共用部の修繕工事 【0.4兆円】

賃貸住宅のリフォーム 【1.3兆円】

中古住宅流通(17.1万戸) 【4.0兆円】

### 2020年の市場規模⇒【20兆円超へ】

①マンションリフォームの新たな可能性 【0.2】

②無管理住宅の解消の解消によるリフォーム需要 【0.3】

③住み替えを含む高齢者対応改修 【0.1 0.4】

④団塊世代の新たなリフォーム需要 【1.1】

⑤働く女性の中古+リノベーション 【0.3 0.7】

⑥中古売買に合わせた適切なリフォーム提案 【0.6】

⑦「建物価値0円住宅」の活性化 【0.6 2.0】

トレンドによる自然増 【0.8 0.5】

リフォーム市場の環境整備による効果 【3.7】

中古住宅市場の環境整備による効果 【2.2】

※数字は現状における市場規模の推定