

既存住宅流通に関する買取再販事業者の視点



カチタスは数多く存在する「**地方の**」「**戸建て**」「**空き家**」を再生し、品質の良い住宅を新築の半額程度の価格で販売することで、お客様により良い住まい方を提供する会社です

1.	ビジネスモデルのご説明	
2.	既存住宅流通に向けた当事者の論点に対する当社の取り組み	
3.	まとめ（既存住宅流通において重要なポイント）	

カチタスのビジネスモデルの説明 ビジネスモデル全体像

■ 創業	1978年（旧社名やすらぎ。2013年に現社名に社名変更）
■ 本社	群馬県桐生市
東京本部	中央区新川
■ 従業員数	803名（グループ計：994名）
■ 店舗数	134店（グループ計：148拠点）
■ 販売棟数	5355戸 （グループ計 7169戸 ）※2023年度実績 累計8万棟
■ 変遷	1998年 中古再生事業のモデルを確立
	2004年 名証セントレックスに上場
	2012年 アドバンテッジパートナーズ（AP）社が全株式を取得。 上場廃止して経営刷新。
	2013年 カチタスに社名変更
	2016年 同業の株式会社リプライスを買収
	2017年 東証一部（現：プライム）市場に上場
■ 主要株主	ニトリホールディングス（34%）

- 地方・築古・戸建の物件を買取仕入。現代の生活に合わせたリフォームで住宅を再生し、新築の半額程度で販売
- 買い取る住宅の8割程度は空き家。「空き家問題の解決」と「手ごろな価格の住宅の提供」などの社会的価値を創出

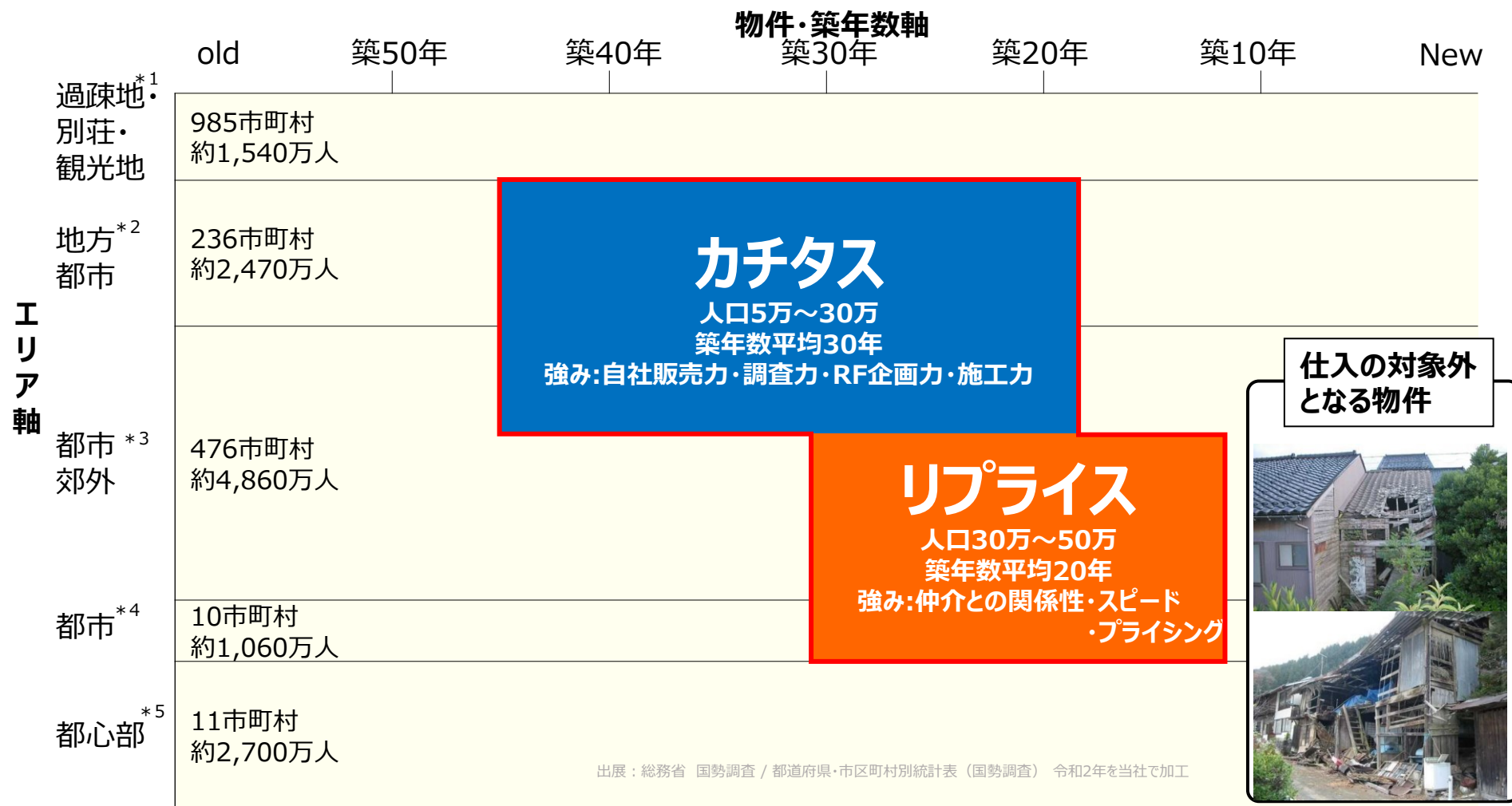


1.

カチタスのビジネスモデルの説明

当社グループが取り扱うのは都市郊外・地方都市の築古物件

- カチタスは地方都市(人口5万人~30万)、築年数(平均30年)の物件がメインターゲット
- 子会社リプライスは都市・都市郊外(人口30万~50万)、築年数(平均20年)の物件が主な取り扱い対象



^{*1} 過疎地・別荘・観光地は、三大都市圏以外の人口5万人未満の都市 ^{*2} 地方都市は、三大都市圏以外の人口5万人~30万人の市町村

^{*3} 都市郊外は、三大都市圏のうち東京23区及び政令指定都市（同上）以外の市町村、及び、人口30万人~50万人の市町村

^{*4} 都市は、東京23区及び三大都市圏以外の政令指定都市（札幌市、福岡市、広島市、仙台市、北九州市、新潟市、浜松市、熊本市、岡山市、静岡市）

^{*5} 都心部は、東京23区及び三大都市圏の政令指定都市（大阪市、名古屋市、京都市、横浜市、神戸市、川崎市、千葉市、さいたま市、堺市、相模原市）

カチタスのビジネスモデルの説明

当社グループが取り扱うのは都市郊外・地方都市の築古物件

全国店舗一覧(2023年3月31日時点)



暮らしに価値タス

⇒ 中小規模都市も含め、全国を細かくカバー

北海道 札幌店 小樽店 旭川店 岩見沢店 北見店 函館店 釧路店 帯広店 室蘭店 東北 弘前店 十和田店 八戸店 青森店 盛岡店 一関店 花巻店 *1 仙台店 大崎店 名取店 石巻店 秋田店 横手店 大館店 山形店 酒田店 米沢店 郡山店 いわき店 会津店 福島店	関東 水戸店 つくば店 下妻店 日立店 宇都宮店 小山店 那須店 栃木店 太田店 みどり店 沼田店 高崎店 前橋店 熊谷店 越谷店 川越店 入間店 東松山店 本庄店 *1 茂原店 佐倉店 木更津店 千葉店 *1 八王子店 本厚木店	甲信越・北陸 長岡店 新潟店 上越店 新発田店 燕三条店 富山店 高岡店 金沢店 七尾店 福井店 甲府店 上田店 長野店 松本店 伊那店 諏訪店 *1 東海 岐阜店 多治見店 大垣店 静岡店 沼津店 磐田店 富士店 名古屋店 豊橋店 豊田店 *1 松阪店 名張店 四日市店 *1	関西 彦根店 草津店 福知山店 伏見店 神戸店 姫路店 宝塚店 赤穂店 *1 奈良店 中国 鳥取店 米子店 出雲店 岡山店 津山店 広島店 福山店 三次店 東広島店 山口店 下関店 岩国店	四国 徳島店 高松店 丸亀店 松山店 西条店 宇和島店 高知店 九州 福岡店 北九州店 久留米店 飯塚店 大牟田店 福岡東店 佐賀店 佐世保店 諫早店 長崎店 *1 熊本店 八代店 宇城店 大分店 中津店 宮崎店 都城店 延岡店 霧島店 鹿児島中央店 薩摩川内店 沖縄店
---	---	---	--	---

計 134店舗



⇒ 地方都市、大都市郊外を中心に展開



リプライス東海
 リプライス東京 芝離宮
 リプライス東京 大門
 リプライス北海道
 リプライス東北
 リプライス北関東
 リプライス信州
 リプライス静岡

 リプライス岐阜
 リプライス関西
 リプライス中国
 リプライス岡山
 リプライス四国
 リプライス九州

計 14店舗

主な住宅販売会社

- ✓ 地場工務店
- ✓ カチタス
- ✓ 仲介業者

主な住宅販売会社

- ✓ 総合住宅メーカー
- ✓ パワービルダー
- ✓ 買取再販(マンション中心)
- ✓ reprice
- ✓ 仲介業者



都心部

都市部

地方都市

地方農村部

*1 2024年3月期に新設した店舗

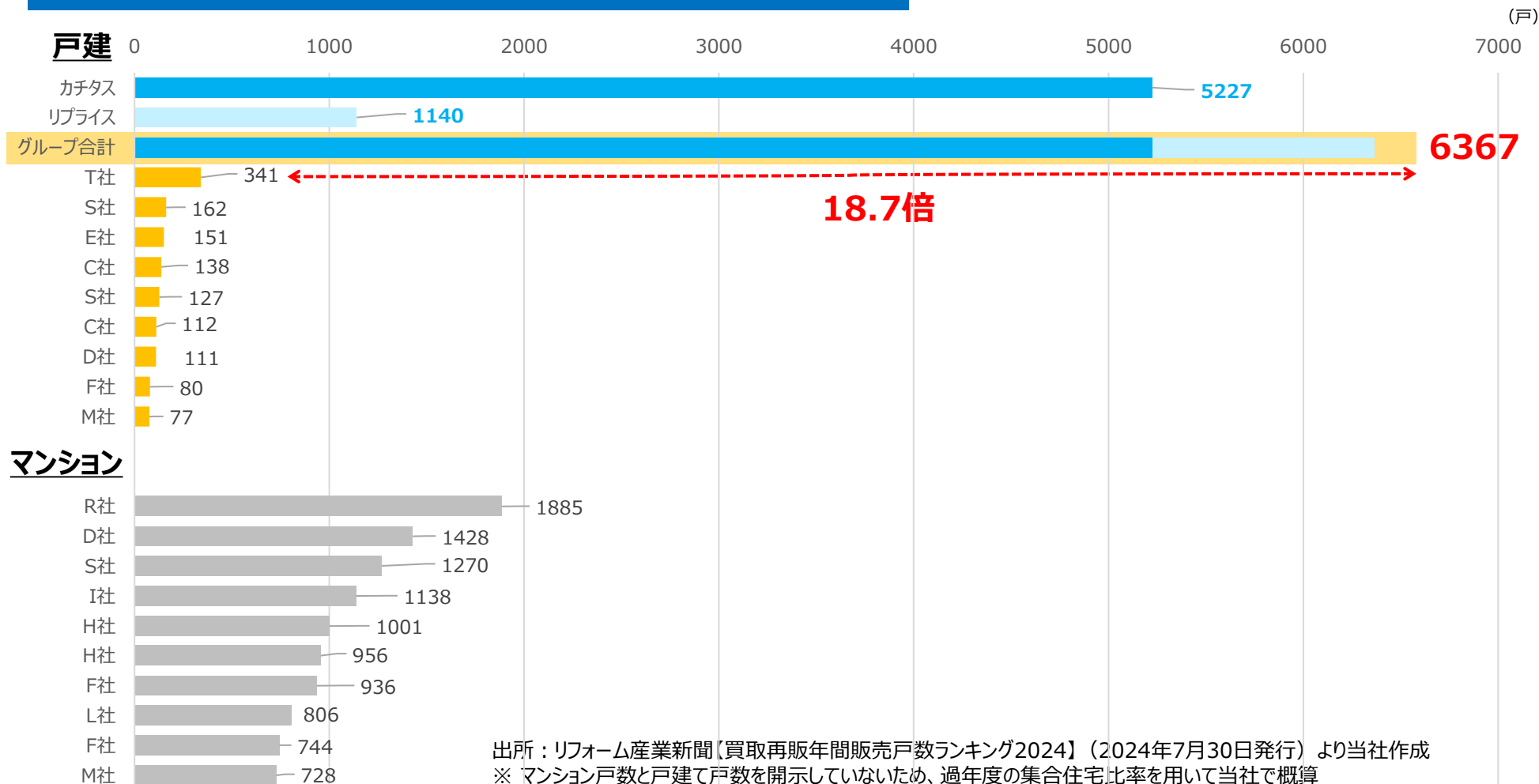
1.

カチタスのビジネスモデルの説明

当社グループの販売件数（多くが元々は空き家）は業界最多

- カチタス・リプライスグループは中古住宅買取再販*1事業における業界No.1企業
- 業界No.1の再生事例に基づくノウハウを活用し、地方都市部・郊外の戸建の築古物件を多数再生

中古住宅買取再販事業に関する販売戸数ランキング（2023年度実績）



*1 買取再販は、ノウハウを有する宅地建物取引業者が効率的・効果的にリフォームを行って住宅ストックの質の向上を図る事業形態（平成28年度税制改正（租税特別措置）要望事項）

カチタスのビジネスモデルの説明 当社の顧客プロフィール

	顧客プロフィール
ビジネスエリア	地方 (人口5万人～30万人の地域をターゲット)
取り扱う物件	主に相続等により 空き家 となった中古の 戸建住宅
平均販売価格	1,643万円 (税込)
買主のニーズ	実需 (買主が自ら居住用として住むことを目的に購入)
買主の年齢層	30歳代～50歳代 (当社販売実績の67.6%)
買主の年収層	200万円～500万円 (当社販売実績の62.2%) (住宅ローン年収倍率4.2倍) ※世帯年収200万円～500万円の層は、三大都市を除く地方で最も多いボリュームゾーン
買主のローン	住宅ローン
ローン付け取引金融機関	全国 の地方銀行や信用金庫、信用組合、労働金庫等
ローンの支払いの源泉	買主の フロー収入

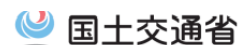
*1 平均販売価格、買主の年齢層、買主の年収層は2024年3月期の実績

*2 住宅ローン年収倍率=販売価格(税込)÷年収 年収はヒアリングベース。現金一括客、年収不明又は法人は除き算定

1.	ビジネスモデルのご説明	
2.	既存住宅流通に向けた当事者ごとの論点に対する当社の取り組み	
3.	まとめ（既存住宅流通において重要なポイント）	

既存住宅流通に向けた当事者ごとの論点に対する当社の取り組み 本日のプレゼンの論点について

懇談会における主な論点



(2) 既存住宅流通に向けた当事者（買主、売主、事業者、金融機関）ごとの論点

	当事者
○<u>漠然とした不安感（耐震性、住宅設備等）をなくすにはどうすればよいか。</u> 売主が個人の場合も多い既存住宅については、住宅の性能や設備の状態等の取引に直結するような情報が十分に明示されないまま取引を行うことが多いことから、漠然とした不安感があると考えられる。	買主 事業者（宅建業者）
○<u>他人が使用していたことに対する抵抗感をなくすにはどうすればよいか。</u> 特に戸建住宅では、住宅の形状や間取りに差異があることも要因となって、他人が使用していたことを想像させることから、買主が抵抗感を持ちやすいと考えられる。	買主
○<u>住宅の質（性能向上、リフォーム、維持管理）についての価値（取引価格）をどのように評価するべきか。</u> リフォームによる性能の向上・破損箇所の修理、適切な維持管理など、住宅の質に関わる要素を住宅の価値として適正に評価するための仕組みが必要であると考えられる。	買主 売主 事業者（宅建業者、買取再販業者、リフォーム業者）
○<u>所得・担保評価と住宅ローンの関係をどのように考えるべきか。</u> 購入したい既存住宅を見つけても、所得等の観点だけではなく、担保評価に住宅の質が十分に考慮されず、希望する借入額を借りられないケースがあると考えられる。	買主 金融機関
○<u>住み替えのハードル（心理的・経済的負担）をどのように改善するか。</u> 現在の居住地と異なる地域に住み替えることへの不安等の心理的ハードルや、ローンを組むことなどに対する高齢等を理由とした経済的ハードルがあると考えられる。	買主 金融機関



買取再販事業者の立場から、主にこの3点について取組と意見を述べさせていただきます

2.

既存住宅流通に向けた当事者ごとの論点に対する当社の取り組み

漠然とした不安感払しょくと、清潔感を徹底したリフォーム工事を実施

- 買取再販事業を展開するカチタスでは「買主の視点での住み心地」を重要な起点として事業を展開している
- 外観工事は耐久性の確保と見栄えの向上を両立させることを意図
- 駐車スペース拡大は地方では必須。仕入時から拡大の可否を判断軸として、隣地買取や建物減築なども検討する



屋根の軒も曲がり、外構も荒れていた平屋の住宅だが、外壁も屋根もこの通りに再生(青森県)



ポーチのタイルを貼りかえ、玄関ドアも新品に交換し、外壁にアクセントタイルを貼付(高知県)



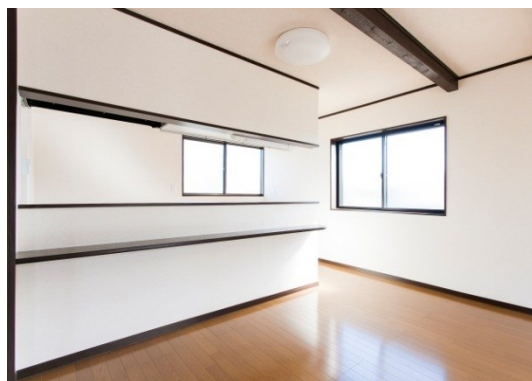
門と前庭の撤去で来客にも楽々対応できる並列4台の駐車スペースを創出(福島県)

既存住宅流通に向けた当事者ごとの論点に対する当社の取り組み

漠然とした不安感払しょくと、清潔感を徹底したリフォーム工事を実施

■ 床、壁の貼り替えはもちろん、間取り変更も積極的に行い「快適な空間づくり」を志向する

■ コスト(=販売価格)上昇を抑えるために残す部分を選定しつつ、前所有者の生活感は徹底的になくすように配慮



ダイニングとリビングが分離していた間取りを、キッチン位置を変更してLDKに一体化し、床や壁紙も一新して新築と見紛う空間に(埼玉県)



和室の続き間に壁を設け、畳をフローリングに貼り換えることで現代風の生活がしやすい洋間に変更。元のサッシを活かすことでコストは抑制(青森県)



カーペット敷きの床をフローリングに換え、玄関ポーチのタイルはテラコッタ調とし、新品のシューズボックスを設置して生まれ変わった玄関(高知県)

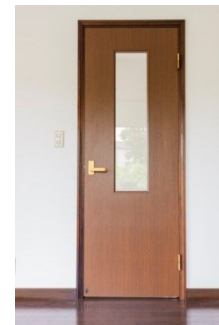
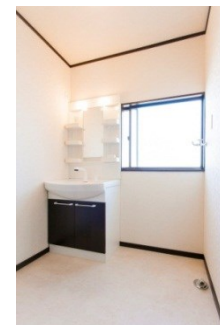
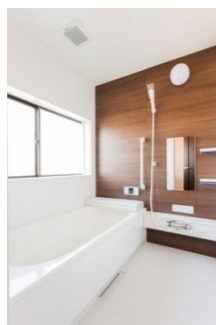
2.

既存住宅流通に向けた当事者ごとの論点に対する当社の取り組み

漠然とした不安感払しょくと、清潔感を徹底したリフォーム工事を実施

■ 水回り設備は基本的に新品に交換し、使い勝手の向上と清潔感の向上に努めている

- 設備の大量購入による廉価な仕入れを実現。個人が行う場合に比べて半額程度で大規模リフォームを実現している
- リフォームして住み心地が向上した住宅は、買取時にも、販売時にも価格で評価。



築30年以上のキッチンはとても使い物にならないが、吊戸棚の付いた新品のシステムキッチンに変更することで利便性も見た目も劇的に改善(埼玉県)

約9割の物件で新品のユニットバスに交換する(埼玉県)

トイレも約9割の物件で新品の多機能タイプに交換(埼玉県)

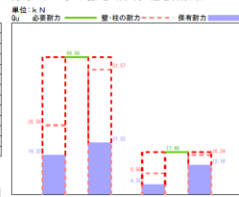
洗面台も約9割で新品に交換。位置変更も多い(埼玉県)

室内ドアなどの建具は状況に応じて交換・補修で対応(栃木県)

漠然とした不安感払しょくと、清潔感を徹底したリフォーム工事を実施

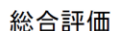
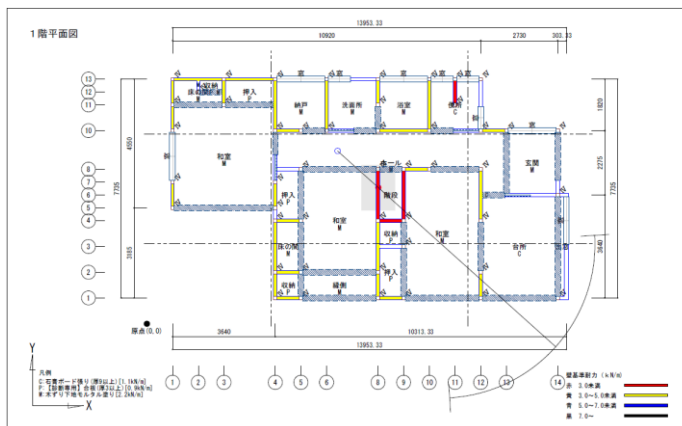
- ## 総合評価

あなたの家の強さ(保有・必要耐力)

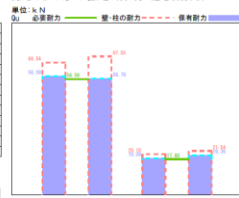


上部構造評点のうち最低の値	評点	判定
0.24	1.5以上	◎ 倒塌しない
	1.0以上～1.5未満	○ 一応倒塌しない
	0.7以上～1.0未満	△ 倒塌する可能性がある
	0.7未満	× 倒塌する可能性が高い

注意事項：地盤・基礎		注意事項
地盤・地形・基礎	対策	
地盤：よい、普通		
地形：平坦		
基礎：無筋コンクリート	経年なひび割れが生じている	

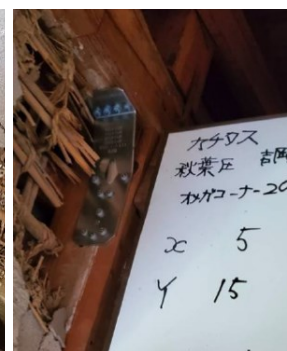
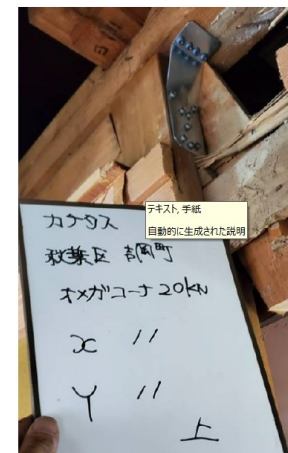
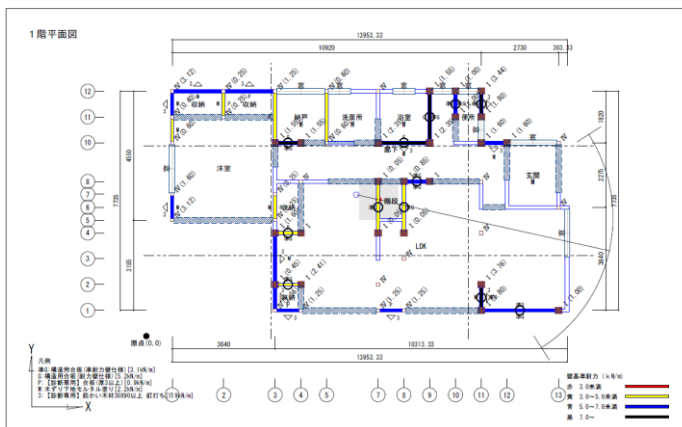


あなたの家の強さ（保有・必要耐力）



上部構造評価 のうち最低の値	評点	判定
1.00	1.5以上	◎ 倒壊しない
	1.0以上～1.5未満	○ 一応倒壊しない
	0.7以上～1.0未満	△ 倒壊する可能性がある
	0.7未満	× 倒壊する可能性が高い

注意事項・地盤・基礎		
地盤・地質・基礎	対策	注意事項
地盤：よい・普通		
地質：平坦		
基礎：無筋コンクリート	鉄筋が足りていない	



現況図面を起こし、不足している耐力壁を新設する案を図面化

14

既存住宅流通に向けた当事者ごとの論点に対する当社の取り組み

漠然とした不安感払しょくと、清潔感を徹底したリフォーム工事を実施

- シロアリ・雨漏り・権利関係といった中古戸建て特有のリスクが存在するため、個人の売主が戸建ての空き家を買取・リフォームするのはリスクが高い。再生ノウハウの持つ買取再販業者が関与するのが空き家問題解決に効果的。
- 当社は累計7万戸超の買取・販売実績から、築古戸建て仕入れ時の確認ミスに起因することが多い「失敗事例」を蓄積
- 仕入前には、隣地との境界を明確にすることに加えて、当社・リフォーム協力会社・防蟻業者による「三者立会い」を実施し、建物の躯体劣化状況や雨漏り履歴の有無、リフォームの可否等を床下から屋根裏まで入念に確認。またリフォーム途中・完了時には徹底した検査を実施
- 2年間の契約不適合責任（売主保証）

仕入前調査の一例：築古戸建て特有の3大リスクを調査

シロアリのリスク



防蟻業者による床下調査の様子。シロアリ被害の有無を入念に調査することで、想定外のリフォーム費用発生を防ぎ、修復困難な物件を仕入れてしまう可能性を抑止している

雨漏りのリスク



リフォーム協力会社には屋根裏まで含めた躯体調査を依頼。雨漏りの状況や害虫の有無を確認することでリフォーム費用の見積もり精度を高めている

権利関係のリスク



中古マンションでは必要ない、中古戸建住宅に固有の「隣地との境界明確化」も全物件で実施。販売後に購入者に気持ちよく住んでいただくことを意図している

仕入後、または販売後に不具合が見つかり、大規模な修繕工事が発生した事例



仕入後に改めて不安定な基礎が発見された事例。補修してからの販売となりコスト増となった



仕入後に床下沈下が発見された事例。大規模に基礎を作らねばならぬ必要が生じた



販売後に発生した雨漏りの事例。瑕疵担保責任（当時）により全面補修した



販売後に発覚した屋根材の劣化事例。一部補修が出来ず全面的に葺き替えた

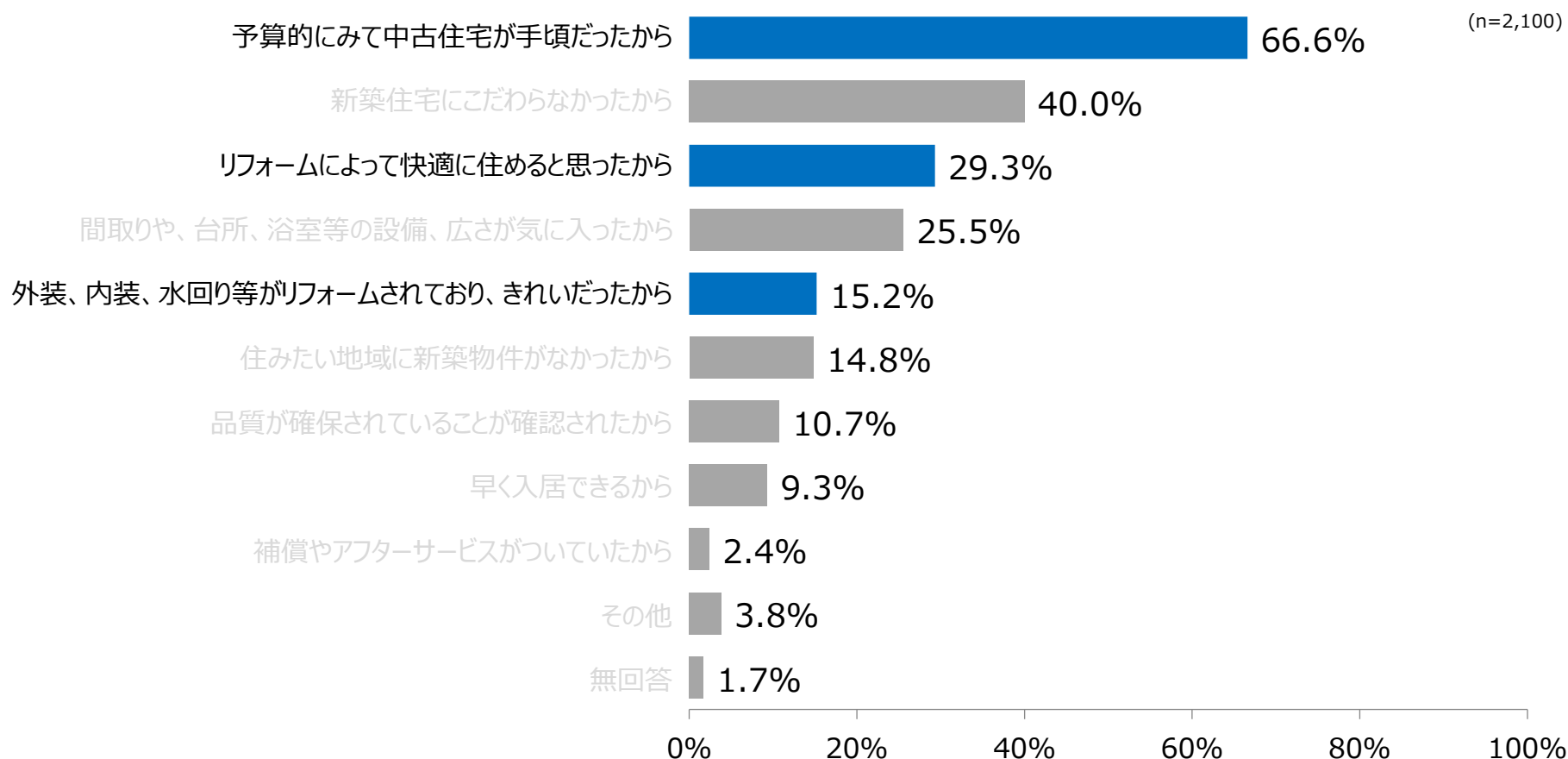
- これら失敗事例を「会社の財産」ととらえ、週次で全社共有し再発を防ぐ（＝リスクを最小化する）仕組みを構築している
- それでも想定外の不具合が発生し、修復不能と判断して販売対象外とせざるを得ない場合もある

既存住宅流通に向けた当事者ごとの論点に対する当社の取り組み

既存住宅の流通において、重要なのは「価格」

- 中古住宅の購入者が中古住宅を購入した最大の要因は「**価格**」
- また「リフォームによって快適に住めると思ったから」「外装、内装、水回り等がリフォームされており、きれいだったから」という回答も一定に存在し、「**清潔さ**」も重要なポイントであることが示唆される

中古住宅購入者が中古住宅を選択した理由



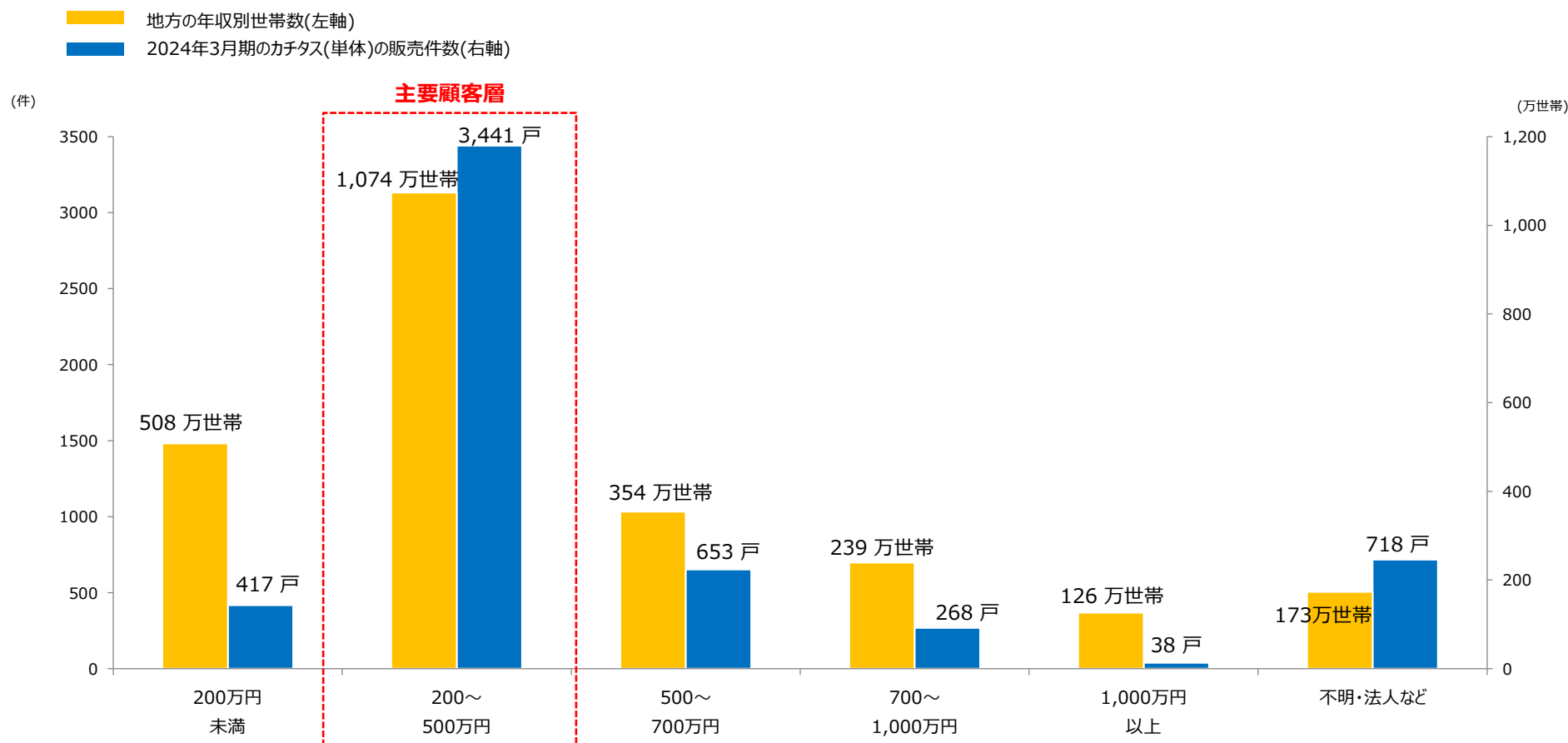
2.

既存住宅流通に向けた当事者ごとの論点に対する当社の取り組み

既存住宅の流通において、重要なのは「価格」

- 地方で**最多の世帯年収層は200万円～500万円**の世帯。新築には手が届きにくい当世帯年収層が購入できる中古住宅に再生することで空き家問題は解決に近づく
- これらの年収層のお客様は住宅ローン審査に問題を抱えることも多いため、**リフォーム済み中古戸建てを買いやすくする制度**が有効（買取再販住宅における住宅ローン減税の拡充などが有効）
- ローンは支払い能力が評価されており、担保価値が不足して否決されるケースはあまり多くないという認識。

リフォーム済み中古住宅購買層の年収層とマクロ環境



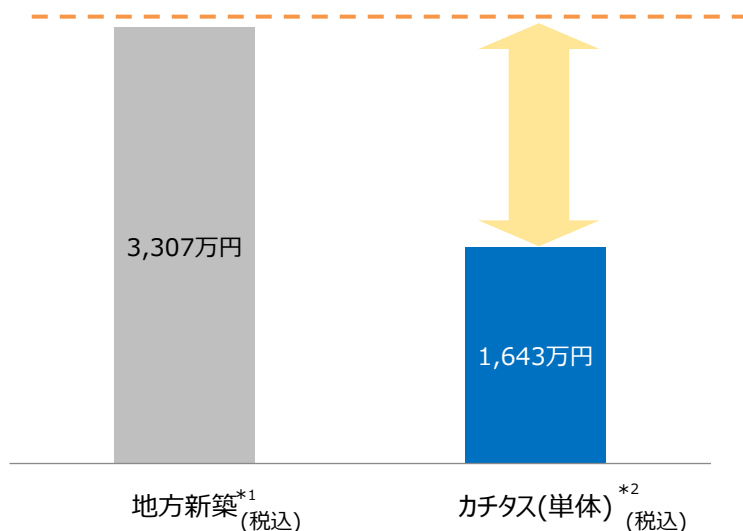
2.

既存住宅流通に向けた当事者ごとの論点に対する当社の取り組み 既存住宅の流通において、重要なのは「価格」

- 新築の半額程度、賃貸家賃よりも月々のローン支払いが安い価格設定が基本
- お客様はお子様の成長などのライフステージに合わせて、無理な支払なく住宅の購入が可能

新築戸建住宅の取引平均価格との比較

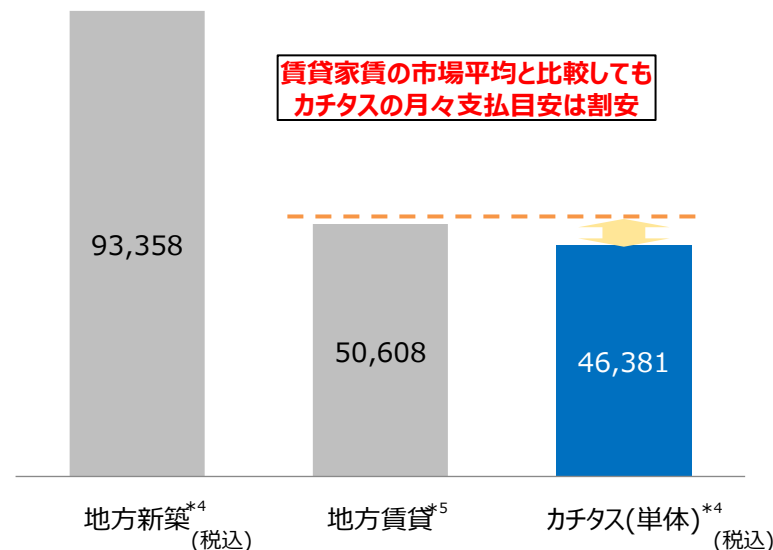
新築物件の市場平均と比較して
半額程度のカチタスの住宅価格



取引時期	2023年1月～2023年9月
建築時期	2023年1月以降
種類	宅地(土地と建物)
延床面積	50㎡以上200㎡以下
建物の用途	住宅

賃貸住宅家賃との比較^{*3}

賃貸家賃の市場平均と比較しても
カチタスの月々支払目安は割安



住宅ローン金利上昇時の毎月返済額

		地方新築	カチタス
金利	1.0%	93,358円	46,381円
	1.5%	101,261円	50,308円
	2.0%	109,555円	54,428円

^{*1} 国土交通省「土地総合情報システム」より、記載スクリーニング方法で物件を抽出。上記は抽出物件の平均価格
^{*2} カチタスは2023年4月～2024年3月の平均販売価格
^{*3} 家賃は月額。単身世帯は除く

^{*4} 地方新築とカチタス単体の金額は取引平均価格を全額借入・自己資金0円・35年返済・固定金利1.0%・ボーナス払い無しで計算した金額
^{*5} 出所：総務省「平成30年住宅・土地統計調査 確報集計」

1.	ビジネスモデルのご説明	
2.	既存住宅流通に向けた当事者の論点に対する当社の取り組み	
3.	まとめ（既存住宅流通において重要なポイント）	

3. まとめ 既存住宅流通において重要なポイント

- 買主の住み心地を起点として宅建業者が検査やリフォームをすることで、流通価値も向上するし、買主の不安も軽減される。
実際、当社は仕入れる前の事前調査でリスク回避し、事後の2年間の契約不適合責任（売主保証）で買主の不安感を払拭している
- 売主が宅建業者ではない個人間取引の場合には、契約適合責任の保証がないので、瑕疵保険制度の活用が有効と考えます。
- 既存住宅流通において、最大のポイントは「価格」
性能（質）と価格のバランスがカギであり、リフォームすべき箇所の見極めが非常に重要
- 所得・担保評価については、購入者のキャッシュフローでの評価となるため、担保評価に課題はあまり多くはない。

