

## 11月新設着工、5カ月連続増加 貸家15.3%増でなお好調

2016/12/27 新建ハウジング

国土交通省が12月27日発表した11月の新設住宅着工戸数は8万5051戸だった。前年同月比6.7%増で5カ月連続の増加となった。季節の影響を考慮した季節調整済年率換算値では前月比4.2%減の93.7万戸で2カ月連続の減少。

利用関係別にみると、実数ベースで持家は前年同月比2.7%増の2万5993戸で10カ月連続の増加となった。貸家も同15.3%増の3万8617戸で、相続税対策の影響が依然大きく13カ月連続の増加。一方、分譲住宅は同1.8%減の2万127戸だった。マンションの減少が響き分譲住宅全体としては3カ月ぶりにマイナスに転じた。一戸建て住宅は同1.8%増で13カ月連続の増加となった。

## フラット35、主力商品金利が2カ月連続上昇

2017/1/5 新建ハウジング

住宅金融支援機構(東京都文京区)が1月4日に公表した、民間金融機関が提供する「フラット35」の2017年1月適用金利は、主力商品の金利が2カ月連続で上昇した。

融資率9割以下で返済期間21年以上35年以下の主力タイプの金利幅は1.12%(前月比△0.02%)~1.69%(同△0.04%)。最頻金利は1.12%(同△0.02%)で2カ月連続の上昇となった。

融資率9割以下で返済期間20年以下の金利幅は1.02%(同▲0.01%)~1.59%(同△0.01%)。最頻金利は1.02%(同▲0.01%)で2カ月ぶりの下降となった。

## ZEH補助は17年度予算も同程度確保、賃貸の低炭素は35億円に拡大

2017/1/13 住宅産業新聞

政府が12月22日に閣議決定した2017年度当初予算案で、経済産業省の「ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス(ZEH)支援」事業といった住宅関連施策の予算が盛り込まれた。ZEH支援では、ZEB(ネット・ゼロ・エネルギー・ビル)を含めて110億円だった16年度予算額の規模を確保した。また、環境省の「賃貸住宅における省CO2促進モデル」事業も計上されている。予算額は前年度予算の1.5倍となる35億円となった。新規住宅着工戸数の中でも大幅に伸びている賃貸住宅の低炭素化に注力する。

## 同居・近居の新築に補助、17年度国交省予算案で新事業

2017/1/5 住宅産業新聞

政府は12月22日、2017年度予算案を閣議決定した。国土交通省予算案の一般会計総額は前年並みの5兆7956億円となっている。住宅局の予算は、他局計上分を含む住宅市場整備予算(167億5600万円)を含めると1754億3700万円を計上している。スマートウェルネス住宅等推進事業に320億円、耐震対策緊急促進事業に120億円、長期優良住宅化リフォーム推進事業は41億円を計上している。

## 太陽光買取19年度24円へ、エネ庁の調達価格 価格算定

2017/1/11 住宅産業新聞

太陽光発電など再生可能エネルギーの固定価格買取価格を決める経済産業省資源エネルギー庁の調達価格算定委員会が12月13日に開催され、来年度から2019年度分までの買取価格となる調達価格案を公表した。太陽光発電については住宅用となる10キロワット未満(出力制御対応機器設置義務なし)の買取価格は、17年度は1キロワット当たり28円、18年度は26円、19年度は24円と、16年度の31円から漸減させる案が示された。調達期間は、16年度の10年間を据え置く。

## 建築物リフォーム・リニューアル調査 2016年度上半期受注を公表

2016/12/27 新建ハウジング

国土交通省が12月27日発表した建築物リフォーム・リニューアル調査報告によると、2016年度上半期(2016年4月1日~9月30日)の工事受注高は前年同期比27.1%増の7兆6137億円だった。うち、住宅は同50.5%増の3兆1291億円。非住宅は同14.7%増の4兆4846億円だった。2008年度の調査開始以来、過去最高となった。

同調査は建設業許可業者から5000社を抽出して実施したもので、回答結果について復元集計(全数推定)などを行った。なお、今回の調査から調査精度の向上、調査事項の拡充などのため調査基準の変更を行っている。

## ミサワホーム、5日付でトヨタホーム子会社へ

2017/1/17 住宅産業新聞

ミサワホームは5日、トヨタホームに対する同社株式の第三者割当による新株発行と自己株式処分の払い込みを完了し、トヨタホームの子会社になったと発表した。2016年12月27日にミサワ株式の公開買い付け(TOB)が完了し、トヨタホームによる同社株式の持ち株比率は28.87%から43.49%に上昇していた。トヨタホームは、今回の第三者割当と自己株式処分により、51.23%のミサワ株式を取得した。

## 注文住宅の購入検討者、9割が省エネ性能を意識-ハياس調べ

2016/12/8 新建ハウジング

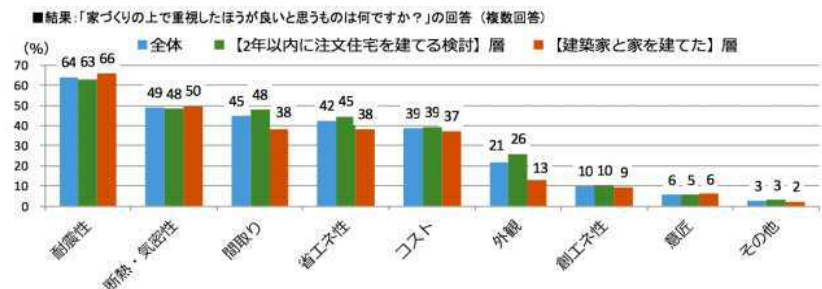
高性能デザイン住宅「R+house」を展開するハياس・アンド・カンパニー(東京都品川区)はこのほど、「2年以内に注文住宅の購入を検討」している消費者と「建築家と家を建てた」経験を持つ消費者の合計531名を対象に「建築家と建てる家に関する意識調査2016」を実施した。

「ゼロ・エネルギー・ハウス(ZEH)はどのような家か分かりますか」との質問では、「分からない」が63%(「分からない」30%、「あまり分からない」33%)となり、ZEHの認知度はあまり高くないことが分かった。

一方、省エネ性能について、【建築家と家を建てた】層に対し、「家づくりの上で省エネ性能を意識したほうが良いと思いますか」と質問したところ、「思う」が9割(「思う」52%・「まあ思う」38%)となった。また、【2年以内に注文住宅を建てる検討】層に「家づくりの上で省エネ性能は意識しますか」と質問をしたところ、「する」が9割(「する」49%・「ある程度する」41%)だった。「ZEH」の認知度は高くはないものの、「省エネ性能」を意識している割合は高いことが分かった。

さらに断熱・気密性能について、【建築家と家を建てた】層に対し、「家づくりの上で断熱・気密性能を意識したほうが良いと思いますか」と質問したところ、「思う」が9割以上(「思う」56%・「まあ思う」35%)だった。また、【2年以内に注文住宅を建てる検討】層にも、「家づくりの上で断熱・気密性能は意識しますか」と聞いたところ、「する」が9割(「する」45%・「ある程度する」45%)だった。

家づくりの上で重視したほうが良いと思うものでは、【建築家と家を建てた】層、【2年以内に注文住宅を建てる検討】層ともに「耐震性」が最も高く、次いで「断熱・気密性」、「間取り」となった。



## 2017年 住宅業界の展望

ハウジングニュース2017. 1月号/Panasonicエコソリューションズ社 より

2016年の住宅業界最大のポイントは、消費税10%への引上げを再延期したことでしょう。駆け込み需要がなくなっただけでなく、消費者の様子見意識も広がり、住宅需要は膠着状態に陥っています。2017年、この状態の打破には何をすべきでしょうか。

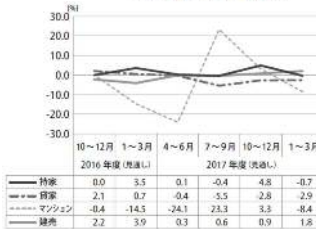
### 1. 2017年度の住宅着工戸数は若干減の見通しも

2016年度の住宅着工戸数については、持ち家と建売は安定した需要を維持し、貸家も2015年1月に相続税が増税されて以降も着工増が続いており、分譲マンションについては価格高騰の影響から減少していますが、全体では前年度を上回ると予測されます。

2017年度の予測としては、持ち家と建売はおおむね横ばいで推移する一方、分譲マンションは価格止まりと供給戸数の減少により2年連続で減少すると見られます。注目すべきは、好調を続けてきた貸家の着工戸数が減少するという予測であり、相続税の節税対策による需要もそろそろ減少に向かうと見られます。

結果として、2017年度の着工戸数は、全体で約2%の減少と予測しており、今年度以上に厳しい状況に備えた対策が必要と思われる。

グラフ①. 住宅着工戸数の見通し (四半期・前年同期比)



### 2. 価格戦略～住宅価格は適正水準を超えたか？

住宅メーカーの戸建平均単価の推移を見ると、2009年度にリーマンショックの影響でいったん落ち込みましたが、それ以降は6年連続で上昇を続けています。特に、直近3年の価格は急上昇しており、2015年度には3,336万円となり、2009年度と比べると384万円・13%も高くなっています。価格上昇の要因としては、ZEH等の対応による仕様向上もありますが、住宅メーカー側が富裕層をはじめとした高層層を戦略的に狙ったことも大きいと見られます。つまり、単価上昇で棟数減少をカバーするという、収益性を優先した戦略です。

しかし、ここきて単価上昇戦略の限界も見え始めました。2016年度上半期の平均単価は3,371万円と2015年度より35万円上昇しましたが、伸び率は1%に低下しています。また、単価減少に転じた住宅メーカーも出始める等、リーマンショック以降の価格戦略は転換点を迎えつつあります。

住宅価格の高騰で注目すべき動きは、建売需要の好調です。住宅着工統計の2016年度上半期累計戸数を見ると、全国で持ち家は前年比3.0%なのに対し、建売は前年比9.1%増と約3倍の伸びを示しています。地域別では、北関東、首都圏、東海、近畿という大都市圏は1桁増にとどまるのに対し、それ以外の地方圏は2桁増となっており、相対的に価格が低めの地方圏での価格対応として、建売シフトの動きが進んでいると考えられます。2017年度は、住宅メーカーの建売強化の動きも加速しそうで、地域ビルダーとしても、一次取得層の需要を確実にとらえるためには、建売に注目すべきでしょう。

グラフ②. 住宅メーカー大手8社 戸建平均単価の推移



表③. 地域別 持家・建売の着工戸数と前年同期比伸び率

区	着工全体 (%)	2016年度上半期累計戸数			
		持家	建売		
北海道	21,413	152,836	4.6	1,042	24.0
東北	33,895	6,779	▲0.6	3,447	20.9
北関東	26,009	16,002	0.9	3,664	4.7
首都圏	175,187	11,575	1.2	32,560	8.9
甲信越	26,183	31,405	3.7	1,879	13.9
東海	54,783	14,638	2.1	8,356	8.4
近畿	72,456	22,321	8.6	11,498	2.1
中国	23,621	18,725	5.7	2,308	15.2
四国	11,337	9,030	8.5	703	10.5
九州	55,267	5,450	2.7	4,340	18.9
全国	500,151	16,911	3.0	69,797	9.1

### 3. 性能戦略～お客様の関心は高耐久、耐震、省エネの順

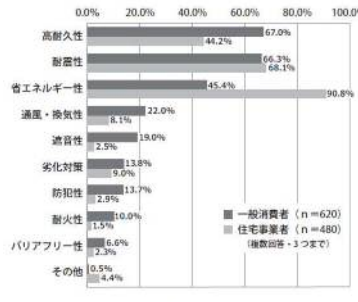
住宅性能については、どのような点に力を入れてお客様にアピールすべきでしょうか。住宅金融支援機構が2016年10月に公表したアンケート調査によると、「建物の性能で重視する事項は？」という問いに対して、回答の多い順にまとめると、

- 住宅事業者：省エネルギー性90.8%、耐震性68.1%、高耐久性44.2%
- 一般消費者：高耐久性67.0%、耐震性66.3%、省エネルギー性45.4%

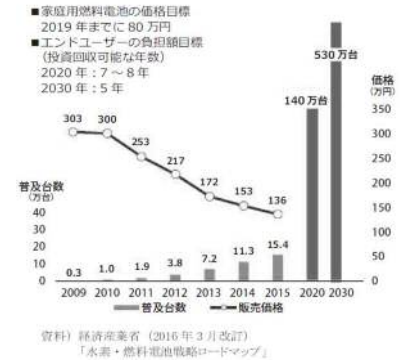
住宅事業者では、圧倒的に省エネルギー性の関心が高く、90%を超える割合となりました。国が力を入れているZEHへの対応を意識したものと考えられ、競合他社対策としても取り組まざるを得ないテーマです。省エネ機器についても、太陽光発電だけでなく、エネファームの普及促進も掲げられており、省エネルギー性が重要テーマであることは確かです。次いで、耐震性、高耐久性が続いており、耐震性は前回の調査結果と比べて大幅に増加し、熊本地震により改めて耐震性に注目が集まったと見られます

一方、一般消費者では、高耐久性と耐震性が60%台で並んでおり、やや開いて省エネルギー性が3番手につけています。耐震性は、住宅事業者・一般消費者ともに60%台で重視割合が近く、最も効果的にアピールできるテーマと言えます。省エネルギー性は、住宅事業者と一般消費者の重視割合に開きがあり、提案手法等の工夫が必要でしょう。一般消費者の関心を最も集めた高耐久性についても、何らかの提案が求められます。

グラフ③. 建物の性能で重視する事項は？



グラフ④. エネファームの普及状況と価格



### 4. 顧客戦略、WEB・ICT戦略～若年層「ロスジェネ・ゆとり」世代向けの提案を

住宅を購入する顧客層については、若年・一次取得層への対策が重要です。年齢的には20～30歳代が中心となりますが、この年齢層は総称して「ロスジェネ世代」、「ゆとり世代」と呼ばれています。若年・一次取得層と言っても、10年前、20年前とは生活環境も志向も異なり、現在の世代特徴を踏まえて、住宅提案にも工夫を凝らすことが必要です。

20～30歳の世代は、上の世代となる「団塊ジュニア世代」と比べると、ブランドにこだわらず、自分の価値観を重視する傾向があります。バブル崩壊後の低迷した日本経済しか経験していないことから節約志向が強いというのも若年層の特徴です。

また、住宅を検討する場合の情報収集手段として、分譲住宅や賃貸住宅ではインターネットが約1/3を占めるまでに重要度が高まっています。注文住宅においてもインターネットの重要性は急速に高まっており、新聞折り込みや住宅情報誌を抜いています。住宅業界でも、本格的なICT戦略が必要になっています。

ナカモクニューズペーパーに関して何かご要望・ご意見ございましたら事務局まで！