

1月のフラット35金利、最頻金利は1.54%

2016/1/4 新建ハウジング

住宅金融支援機構(東京都文京区)は1月4日、取扱金融機関が提供するフラット35の1月適用金利を発表した。融資率9割以下、借入期間21年以上35年以下の主力タイプの金利幅は、最高金利が前月より0.01ポイント低い年2.09%、最低金利が0.01ポイント低い年1.54%だった。最頻金利は年1.54%(▲0.01ポイント)で2ヶ月ぶりの下降となった。

また、融資率9割以下、借入期間20年以下の金利幅は、年1.27%(▲0.01ポイント)~1.89%(▲0.01ポイント)だった。最頻金利は1.27%(▲0.01ポイント)で2ヶ月ぶりに下降した。

再び駆け込み需要は台頭するか

2016/1/1 日刊木材

マンション杭偽装の影響が懸念

2017年4月に消費税は10%への引き上げが予定されており、住宅は経過措置として16年9月末までに契約したものは、引き渡しが17年4月以降になっても旧税率8%が適用になる。そのため、16年は再び住宅需要に駆け込みが起こる可能性がある。

消費税は1984年に導入され、97年4月に5%、2014年4月に8%に引き上げられた。

5%への引き上げ前年の1996年には住宅着工が164万3000戸に増加したが、翌97年には138万7000戸と、前年比で25万戸以上、15.6%も減少した。96年には、駆け込み需要で石膏ボード、グラスウール、窯業系サイディングが欠品。翌年には反動で急激に需要が縮小し、それが建材メーカーの再編にもつながった。

14年の8%への引き上げ時は、前年の13年に住宅着工は98万戸あったが、14年には89万2000戸まで減少。

約10万戸が駆け込みだったとも見られる。

消費税率の引き上げは住宅需要の大きな波をつくり、住宅資材や施工、物流と様々な分野に波及する。

次第にその波は低くなってきており、今回はその影響は少ないという見方が多い。本紙が住宅会社へのヒアリングでまとめた16年の着工予測は92万3000戸で、15年見通しの90万戸から微増にとどまるとの見通しだ。

ただ、駆け込み需要の波は低くなくても、関連資材業界や施工力の部分で弾力性が低下しているため、消費税率8%への引き上げ時には大工の施工力が住宅供給のネックになった。プレカットも生産力を拡大してきたが、施工力不足で遅延していた現場が一気に動き出した13年末にはプレカットの下降もパンク状態になった。

国産材は駆け込み需要に加えて、木材利用ポイントによる需要なども加わり、13年末には粘土台が暴騰、6万円から11万円へ値上がりした。

これは需要の大きさだけでなく、業界の構造変化が影響していることが要因ともいえる。

17年4月の消費税率10%の引き上げに向けては、駆け込み需要は少ないという見方が多い。また、マンションの地盤杭工事の偽装問題が広がりを見せていることもあり、マンション販売への影響が懸念される。

好調なのは相続税対策として都市部の賃貸併用住宅。3.4階建てなどで、賃貸住宅にすることで相続税を軽減でき、家賃収入で住宅ローン支払いを実質ゼロで建てられるような提案を行い、大手ハウスメーカーの受注を押し上げている。

需要の変化にどう対応していくかが問われている。

2015年7~9月の住宅ローン新規貸出額、前年同月比8.2%増

2016/1/15 新建ハウジング

住宅金融支援機構が1月15日発表した2015年7~9月の主な金融機関の住宅ローン新規貸出額は前年同月比8.2%増の5兆1541億円だった。上半期の集計では、前年同月比10.5%増の9兆5905億円だった。

補正予算でグリーン化事業など拡充/国交省

2016/1/21 日本住宅新聞

政府は1月20日、平成27年度の補正予算を閣議決定した。国土交通省は、「希望出生率1.8」「介護離職ゼロ」に向けた緊急対応として、地域型グリーン化事業で三世同居対応工事を同時に行う場合、補助限度額を130万円(ゼロエネは195万円)まで引き上げる。また、スマートウェルネス住宅等推進事業においても補助を拡充する。

「建築物省エネ法」、4月1日施行を閣議決定

2016/1/12 新建ハウジング

政府は1月12日、住宅・建築物の省エネルギー化を進めるための新しい法律「建築物省エネ法」を4月1日に施行することを閣議決定した。

同法は、省エネルギー基準への適合を認定・表示する制度や、基準よりも省エネ性能の高い建築物の認定制度の創設などが盛り込まれている。

2015年度の住宅向けエネマ市場が21.1%増 市場調査機関調べ

2016/1/7 新建ハウジング

市場調査機関のミック経済研究所(東京港区)が行った国内のエネルギー管理システム(EMS)市場に関する調査結果によると、2015年度は電力小売り全面自由化を控えHEMSなど住宅向け市場が21.1%増と大きく成長するという。

同社の推定では、2015年度の住宅向けEMSの市場規模は、戸建て住宅向けが約119億円、集合住宅向けは約44億円で、合計163億円。住宅用太陽光発電システムの導入をきっかけとする需要は一巡したものの、大手ハウスメーカーを中心にHEMSを積極的に導入するトレンドがあり、2016年以降も高成長が続くという。

産業・業務向けも含めた全体では約3812億円になるという。

東京電力、新料金プランを発表 中電・関電エリアでも販売

2016/1/7 新建ハウジング

東京電力(東京都千代田区)は1月7日、4月から提供する新しい料金プランを発表した。スマートメーターで計測した使用実績から基本料金を決めるプランやたくさん電気を使う世帯向けのプランなど、電力小売り自由化に向けライフスタイルに応じたメニューをそろえた。新プラン加入世帯向けにポイントサービスも導入する。提携などにより販売エリアも拡大し、4月時点で現在の関西電力と中部電力のサービスエリアでの販売を開始する。今後、全国展開を目指す。

新料金プランのうち、「スタンダードX」というプランはスマートメーターで計測した30分ごとの使用電力量をもとに、過去1年間の使用実績に応じて基本料金を決める。「ピーク電力」を抑えることで基本料金を下げることができる。ただし、たくさん電気を使うと逆に基本料金が高くなる場合もある。

「プレミアムプラン」は電気使用量が400kWhを超えると割安な料金が適用されるプラン。400kWhまでは定額。400kWhを超えると一般的なプランよりも1kWhあたり約1円割安になる。

オール電化住宅を想定した「スマートライフプラン」は、夜間の料金を3割程度安く設定。夜間蓄熱式機器1kVA以上の設置が条件。住宅設備故障修理サービスが付く。

新しい料金プラン加入世帯が対象のポイントサービスは、電気料金1000円ごとに5円相当のポイントを付与する。ポイントは電気料金に充当できる。

ガス会社や携帯電話会社、インターネットプロバイダーなどとの提携によるセット割引も多数始める。1月7日時点で21社と提携。例えば日本瓦斯とのセット割引では、LPガス料金を値引きする。一般的な家庭で年間6000円安くなるという。



2016年増税に向けた住宅業界の展望

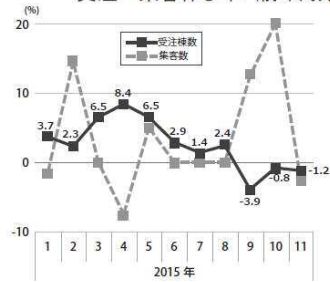
ハウジングニュース2016年1月号/パナソニックエコソリューションズ社発行

1. 住宅メーカー受注はマイナスに転落、新たな住宅取得支援策も必要

2015年の大手住宅メーカー10社の単月受注棟数の前年同月比推移を見ると、4月までは順調に回復していましたが、5月以降は伸び率が徐々に鈍化していき、ついには9月には前年割れとなりました。大方の期初予想は、下半期にかけて回復ペースが加速するという見通しであり、悪い方へ外れたという結果になりました。

新設住宅着工における利用関係別の動きを見ると、持ち家は勢いに欠けますが、貸家は以前として健闘、建売は若干減、マンションは順調という評価となります。つまり、貸家とマンションという集合住宅系が需要をけん引しているのが実態ですが、貸家は10月に前年割れに転落、マンションも傾斜問題等で今後の動きは不透明です。

持家と建売という戸建系の需要を喚起するには、住宅取得支援策の活用も重要ですが、消費税8%増税に合わせた各種支援策は次々に期限切れを迎えます。10%増税に向けた新たな支援策の拡充に期待しつつ、住宅政策の動向を注視する必要があります。

グラフ①. 大手住宅メーカー10社
受注・集客伸び率（前年同月比）

資料『住宅産業ニュース』（住宅産業研究所）

表②. 新設住宅着工戸数の前年伸び率

	2015年										累計
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月			
全体	0.4	5.8	16.3	7.4	8.8	2.6	▲2.5	5.5			
持家	▲2.1	1.1	7.2	8.0	4.1	2.4	2.4	3.3			
貸家	▲1.8	2.8	14.6	18.7	17.7	13.3	▲2.6	8.7			
給与	0.0	▲40.5	▲8.3	▲5.8	▲21.3	▲63.7	52.3	▲17.8			
分譲	7.2	18.1	31.3	▲9.0	2.6	▲10.1	▲9.5	3.9			
建売	▲7.9	▲8.8	▲2.9	▲2.7	4.6	1.0	▲1.1	▲2.6			
マンション	24.4	54.9	82.8	▲17.6	0.0	▲22.4	▲17.2	11.0			

資料『新設住宅着工戸数』（国土交通省）

2. 消費者の購買意欲は横ばい、アベノミクス第2弾の進展に期待

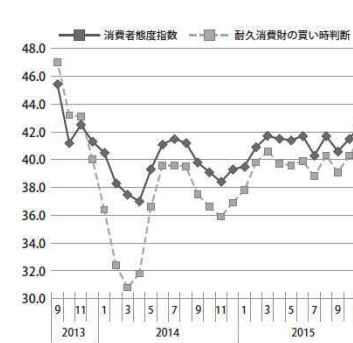
住宅需要が今一つ盛り上がり欠けるひとつの要因として、消費者の購買意欲の低迷が挙げられます。内閣府が発表する「消費動向調査」によると、暮らし向き、収入の増え方、雇用環境などの消費者意識に基づく消費者態度指数は、2014年4月に消費税が8%に増税されて以降、本格的な回復が遅れおり、長期低迷が続いています。つまり、消費者は買い時なのかを迷っている「様子見派」が大半を占めているということで、需要の減少だけでなく、消費者心理面の影響が大きいと考えられます。

住宅購入に関して、消費者心理の実態をあらわすデータとして、野村不動産アーバンネットが実施した「住宅購入に関する意識調査アンケート」を見ると、「今、不動産は買い時だと思いますか」という問いに対して、買い時だという回答は46.2%を占めています。ポイントは、買い時だという回答が減少していることで、最新調査では前回から7.3ポイント減少し、過半数を割り込みました。買い時だと思う理由としては、低金利、消費税10%への増税予定、不動産価格の上昇などがあり、このあたりの周知徹底も重要です。

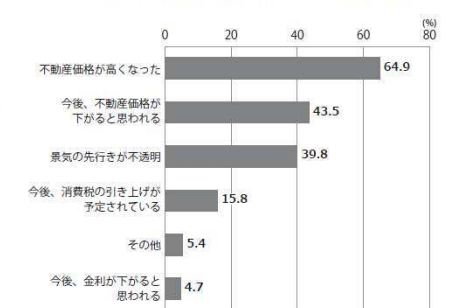
問題は買い時だと思う理由であり、不動産価格の上昇、景気の先行き不透明、消費税10%への増税予定などが上位をしめています。既に不動産価格が高くなりすぎた、消費税10%増税なら購入派あきらめると解釈すると、これは大いに懸念される結果です。注目したいのは、景気の先行き不透明という回答で、様子見派の背中を押すにはこの点に着目すべきでしょう。

アベノミクスは現在までの所、おおむね順調に推移していると言えますが、収入増加や株価2万円突破が、消費者心理を動かすきっかけとなることに期待されます。

グラフ②. 消費者態度指数の推移



資料『消費動向調査』（内閣府）

グラフ③. 不動産の買い時感について
「買い時だと思わない理由は何ですか。」

資料『住宅購入に関する意識調査』（野村不動産アーバンネット）

3. 建物特性も大きく変化、的を外さない正確な狙いを

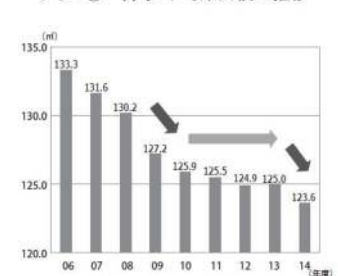
8%の消費増税の影響で、住宅需要は乱高下を続けており、2014年度は駆け込み需要の反動減から大きく落ち込みました。棟数の減少とともに、建物特性も大きく変化している項目が目立ち、従来のボリュームゾーンからずれるつつあることも留意する必要があります。受注を確保するためには、単なる販促強化だけでなく、正確に狙いを定めた矢を射ることも重要となります。

例えば、持ち家の平均床面積の推移を見ると、一貫して狭小地の方向に進んでいます。2009年にその流れが一気に加速しましたが、これはリーマンショックに伴う住宅市場の混乱が背景にあると考えられます。つまり、需要が大きく減少するときには、中長期的な建物特性の動きを加速させる副作用があるということです。

その後、推移年間狭小化の進展は緩やかに推移しましたが、2014年度、反動減による需要減少に伴い再び狭小化が加速し、平均床面積は123㎡台まで落ち込みました。これは10年前と比べると約10㎡、3坪もの狭小化であり、地域特性に関わらない全国的な傾向です。面積別では、70~130㎡が増加しており、中でも100~120㎡が大きくシェアを伸ばしています。

平均床面積の狭小化に関連して、階層別でも建物特性に変化が見られます。2階建てでシェア8割超を占めて主力なのは変わりませんが、平屋建てのシェアが増加している点に注目です。平屋建てはこの10年でシェア5%台から7%台へと伸びており、2014年度には3階建てにほぼ並びました。全国的に需要が存在するのも特徴で、平屋建需要の獲得でプラスαを狙うことも一考する余地があります。

グラフ⑤. 持家 平均床面積の推移



資料『住宅着工統計』（国土交通省）

4. イノベーションによる新市場創出にも積極的な備えを

アベノミクスの狙いとしては、民間企業による経済好循環の達成もポイントです。企業業績の拡大には、イノベーションによる抜本的な経済構造の転換が不可欠です。具体的なイノベーションの方向性としては「グリーン、ライフ、セキュリティ」という3つのポイントが示されており、これらは住宅会社のイノベーションにとっても重要テーマと言えます。

2016年について考えると、グリーンイノベーションに関連した「電力の小売全面自由化」に注目です。ガス会社や石油会社などでは、4月の実施に向けてかなり積極的な動きが広がっており、住宅会社でも大和ハウス工業など小売電気事業者に登録する事例も出始めています。