

9月のフラット35融資金利、2カ月連続で低下

2015/9/1 住宅産業新聞社

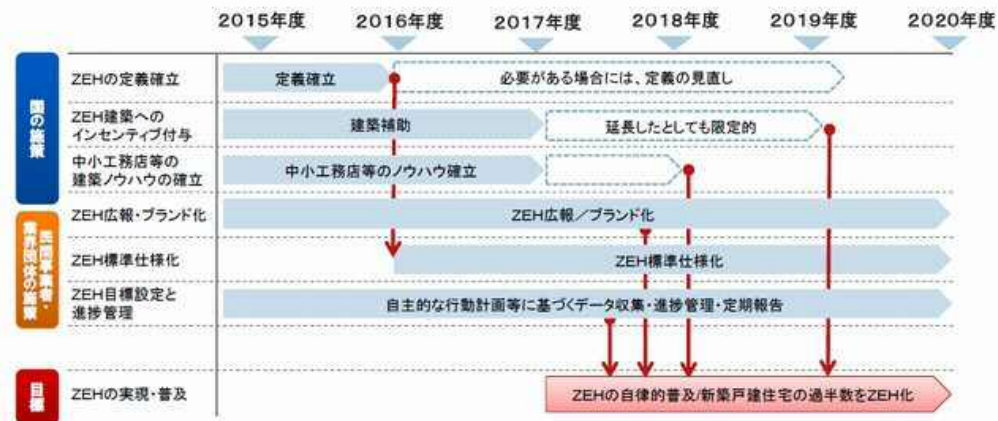
住宅金融支援機構は1日、長期固定型の民間提携住宅ローン「フラット35」における9月の金利水準を公表した。それによると、融資期間21年～35年の最低融資金利が年1.54%となり、2カ月連続で低下した。下落幅は0.04%。また、20年以下の最低融資金利も年1.31%と2カ月連続のダウン。金利水準を決める指標となる8月の長期金利が低下傾向となったことが主な要因だ。

経産省、ZEH普及ロードマップ案を提示

2015/9/4 新建ハウジング

経済産業省は9月4日、ゼロ・エネルギー住宅(ZEH)の普及に向けた具体的な施策・工程をまとめたロードマップの中間取りまとめ案を提示した。あいまいだったZEHの基準を今年度中に明確にするとともに、補助事業については、住宅会社がZEHの普及に向けた広報活動や自主目標の設定と公表を行い、その進捗管理と目標達成を支援する方針を提示した。9月17日まで意見を募集している。

ZEH普及に向けたロードマップ(案)



案では、協議のZEHとZEHに準ずる「Nearly ZEH」(仮称)を設定する考えを示した。どちらも同じレベルの強化外皮基準を設ける方向。具体的な水準は、1～8地域の「平成25年省エネルギー基準」を満たした上で、UA値を強化する。1、2地域はUA値0.4W/m²K相当以下、3地域は同0.5相当以下、4～7地域は同0.6相当以下とする。再生可能エネルギーの導入が必須で、再生可能エネルギー分を加えた一次エネルギー消費量削減量が100%以上を協議のZEHとし、同75%以上100%未満のものをNearly ZEHとする方針。目標設定については新築を対象とする。また、どちらも再生可能エネルギーを除き、基準一時エネルギー消費量から20%以上の一次エネルギー消費量の削減も条件。

ZEHの広報、ブランド化にも力を入れていく方針、生活者にわかりやすい表示の仕方なども検討していく。

4～6月木造3階建て、戸建は3カ月ぶり増

2015/9/11 住宅産業新聞社

国土交通省はこのほど、2015年4月～6月の木造3階建て住宅の建築確認統計を公表した。それによると、3階建て戸建の4月は前年同月比3.5%減の1952棟、5月は14.4%減の1799棟、6月は4.3%増の2165棟で3カ月ぶりにプラスに転じた。地域別で見ると、準防火地域の4月が0.8%減の1454棟、5月が14.1%減の1288棟、6月が2.2%増の1509棟となった。

省エネ住宅ポイント申請戸数 前月比1割減

2015/9/11 新建ハウジング

省エネ住宅ポイント事務局が9月11日発表した8月の省エネ住宅ポイントの申請戸数は、新築が2万5674戸、リフォームが2万9872戸だった。前月に比べ新築、リフォームとも減少し、合計で約1割減った。

9月7日受付時点でのポイント申請の実施率は60%で、8月31日時点の56%から1週間増えた。

申請戸数の推移



再エネ固定価格買取制度改革 本格検討がスタート

2015/9/11 新建ハウジング

経済産業省は再生可能エネルギーの最大限導入に向け、固定価格買取制度を含めた制度改革の検討を始めた。9月11日、総合エネルギー調査会基本対策分科会の下に新たに設けられた再生可能エネルギー導入促進関連制度改革小委員会の初会合が開かれた。

再生可能エネルギーの導入については、7月に公表されている長期エネルギー需給見通しで、電源構成の再生可能エネルギーの割合を22～24%にするという方向性が示されている。同省委員会では、エネルギーごとの特性や導入の実態を踏まえて、その実現にむけた仕組みの構築を目指す。その際、国民負担の抑制という観点や電力システム改革と併せて効率的な電力取引・流通の実現についても関連して仕組みを構築していく。

初回の議論では、国民などの受給者の負担への配慮に関する発言が多く出された。産業界からは、震災後、電力コストが4割上昇したというデータを紹介しながら、コスト上昇が事業継続に深刻な影響を与えていると報告した。震災前のレベルに下げしてほしいとの要望もあがった。

一方、自由化されたエネルギー市場で、需要家が求めるエネルギーを伸ばしていくような仕組みにしていくべきという意見が出された。

住団連が戸建注文住宅顧客の実態調査、消費税アップの圧迫感増す

2015/9/2 住宅産業新聞社

一般社団法人住宅生産団体連合会は20日、「2014年度戸建注文住宅の顧客実態調査」をまとめた。それによると、世帯主の平均年齢は昨年度より下がった。建築費は前年度より増加し、土地代を加えた住宅取得費も増加した。住宅取得費の世帯年収倍率は6.12倍で0.25ポイントアップ。また、消費税引き上げによる圧迫感の割合が37.9%と9.4ポイントアップし大きく増加した。

調査は、三大都市圏及び地方都市圏(札幌、仙台、広島、福岡、静岡)の戸建注文住宅を建築した顧客を対象に行ったもので、今回15回目。有効回答数は4345件だった。

増税後伸びている富裕層需要

ハウジングニュース9月号

2015年度第1四半期(4~6月)の住宅着工戸数の前年同期比は、7.6%増の23.5万戸となりました。2014年度は消費税増税の影響で市場が低迷しましたが、今年度は緩やかな回復が見られるといった状況です。4~6月の大手住宅メーカー10社の受注は、アパートを含む全体棟数の伸び率で5.6%増となり、プラス受注にはなっていますが、前年同期は▲19.5%とハードルが低く回復感に乏しい結果となりました。

このような状況の中、好調なのは富裕層の需要だと言えます。株価の上昇により資産運用をしている富裕層の投資意欲が高まっています。また、相続税増税に備えるためにマンションを購入したり、賃貸住宅を建てたりという需要が増えていると見られます。都心部で発売される高級マンションは、価格の高騰が叫ばれる中で好調が続いており、投資目的や相続対策のための物件が売れています。

住宅メーカーでも、持ち家戸建について富裕層向けの戦略を強化する動きが目立っています。大和ハウスでは主力商品よりも4割程度高い最上位商品「ジーヴォ」が月間200棟超の販売ペースで、生産能力を3倍に増強すると発表しました。また、積水ハウスでは8月に鉄骨系高級商品「イズ・シリーズ」の外壁に新柄を追加。木造シャーウッドでも、1階の天井高3.7mを実現する高級商品を投入しています。これにより3,000万円を超える高価格住宅の割合を現状の5割から、2017年1月期には8割に高める目標を掲げています。高級商品による富裕層攻略が住宅メーカーの主な戦略となっています。

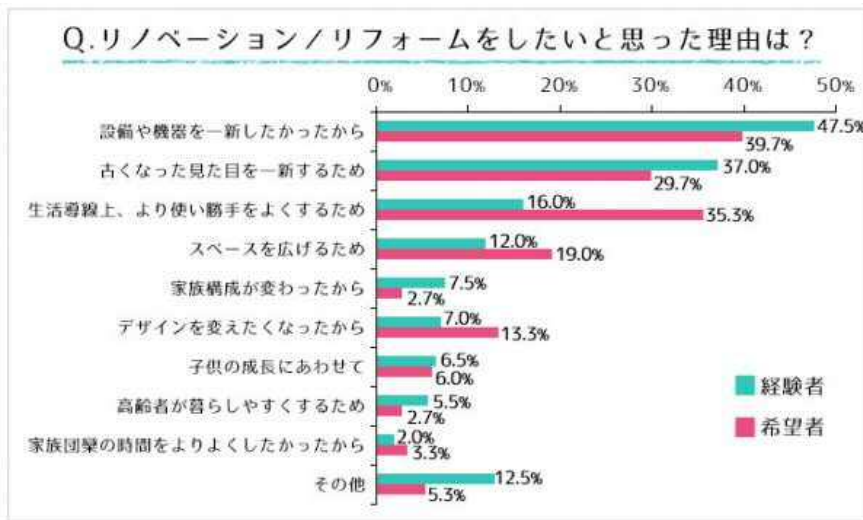
リフォームの理由、「設備や機器の一審」が1位に

2015/9/4 新建ハウジング

「ORICON STYLE」を運営するOricon Me(東京都港区)は、20代~40代の持ち家に住む既婚者を対象に、リノベーションやリフォームを実施したことがある経験者200名と、現在検討中の希望者300名を対象に「住宅リノベーション/リフォームに関する意識実態調査」を実施した。

リノベーションやリフォームをしたいと思った理由は、「設備や機器を一新したかったから」が1位となり、機能面の重視することが今のトレンドということがうかがえた。

また、リフォームしたい場所の1位はキッチンで、時短や効率性といった使い勝手のよさを求める姿勢が鮮明となった。リノベーションやリフォームの経験者の95.5%が「リフォームやリノベーションをしてよかった」と回答している。



ホームセンターにも反動減の影響／矢野経済

2015/9/9 日本住宅新聞

矢野経済研究所は9月9日、ホームセンター小売市場に関する調査結果2015を公表した。2014年度の国内ホームセンター小売市場の規模は3兆9260億円(前年度比98.7%、日本ドゥ・イット・ユアセルフ協会調べ)で、駆け込み需要の反動から住宅リフォームなどの需要が4月以降急激に冷え込んだことなどが影響していると見られる。15年度は3兆9650億円を予測。

タマホームと大東建託が協業 相互で顧客の紹介開始

2015/9/3 日刊木材

タマホーム(東京都、玉木康裕社長)と大東建託(同、熊切直美社長)は、住宅産業における事業機会の拡大を図るため、相互の顧客紹介を中心に協業を開始することで合意した。

両社は、「両社のリソースを活用することで、入居者の生活価値を向上させる」をテーマに、事業の協業を図る。タマホームは1998年に設立後、全国に店舗網を広げ、これまでに9万棟超の住宅を提供してきた。一方の大東建託は、賃貸住宅管理戸数91万戸(2015年6月末時点)を所有する賃貸住宅会社の大手。両社の協業で、相互の顧客の住宅に関するニーズに応えるサービスの提供を進めることが可能となる。

協業によって、戸建住宅の建築を強みとするタマホームと賃貸住宅管理を強みとする大東建託が、希望する顧客向けに相互の商品やサービスを紹介していく。例えば戸建住宅の購入、住み替えを希望する大東建託の管理物件入居者向けにタマホームを紹介するなど、効率的・効果的な顧客へのアプローチが可能となり、タマホーム展示場への来場者数の増加が見込まれる。

また、大東建託が発行する入居者向け会報誌及び、同社が運営するウェブサイト「リハップ暮らしサービス」等でタマホームの商品を紹介して戸建て住宅の購入を検討する顧客との日常的なつながりを構築し、かつキャンペーン情報等をスピードで提供することで、入居者の住み替えをサポートする。

両社は今後も、両社が保有するリソースを相互に活用し、住まいに関するあらゆる情報とサービスを提供していく。

積水ハウス、2015年度の営業利益、経常利益予測を上方修正

2015/9/14 住宅産業新聞

積水ハウスは10日、2015年度の通期見通しを修正し、売上高では期初より100億円少ない1兆9200億円としたが、営業利益、経常利益でそれぞれ上方修正した。営業利益で1600億円、経常利益で1670億円を見込んでいる。前期の消費税増税の反動減による受注落ち込みの影響により戸建住宅事業と、都市開発事業で売上高を下方修正したものの、生産・施工現場の利益体質強化や全社的なコストダウンが奏効して全事業区分で利益率がアップしたため、営業利益、経常利益とも改善すると予想している。

8月戸建て受注、5社が増加 大手住宅メーカー6社

2015/9/10 日経

住宅大手各社6社の8月の戸建て注文住宅の受注状況(金額ベース、速報値)が10日出そろい、5社が前年実績を上回った。大和ハウス工業が前年同月比12%増、住友林業は同13%増、三井ホームは同10%増となり、積水ハウスは同7%増、ミサワホームは同1%増だった。パナホームは同10%減だった。

前年同月は消費税増税前の駆け込み契約の反動で受注が低調だったことが受注が総じて伸びた一因とみられる。