

消費増税前の駆け込み需要 前回より小山との見方

2016/2/10 日刊木材

2017年4月の消費増税に伴う駆け込み需要が予想される中、住宅の受注動向は、注文住宅と分譲住宅で異なっている。

注文住宅を中心とするハウスメーカーでは年明け以降、昨年同時期に比べ来場者は増加傾向だが、なかなか契約までに至らない。また前回増税時の駆け込みで需要をとりつくし、今回の駆け込み需要の山は前回より小山とする見方も多い。

現時点で注文住宅を考える層はある程度収入などに余裕があり、慎重に各社の商品を見比べながら選定している。また多世帯住宅や住宅の高層階対応、建て替えなどで慎重な設計を行う場合が多く、受注まで時間が掛かっている。

一方分譲住宅では、昨年まで問題となっていた住宅の在庫がはけるとともに、関東近郊の分譲地販売が活気づき始めている。街並み形成を含めた分譲住宅づくりが好評で、企業の大小問わず自治体などと協力して進めている。また何よりもマンション価格の上昇と、都心部の賃貸からの住み替えの動きが大きい。

経産省、エネファーム補助金の対象工事額条件を発表

2016/2/15 新建ハウジング

経済産業省は2月15日、2016年度の事業として予定されている「民生用燃料電池(エネファーム)導入支援事業費補助金」の補助の仕組みを発表した。エネファームの機器価格と工事費の合計価格に応じて補助額を設定する方針。価格低減を図るのが狙い。

PEFC(固体高分子系燃料電池)タイプでは、合計価格が127万円以下の場合15万円、142万円以下の場合に7万円を補助。142万円を上回る場合は補助対象外。

SOFEC(固体酸化燃料電池)タイプでは、合計価格が157万円以下の場合19万円、169万円以下の場合に9万円を補助。169万円を上回る場合は補助対象外。

自立運転機能付きや寒冷地仕様、既築住宅向けやLPガス対応機種に対する追加条件も設定する予定。

三井住友銀、10年固定0.9% 主要行、住宅ローン金利下げ

2016/2/16 日経

普通預金も下げ

日銀のマイナス金利政策を踏まえ、主要銀行で住宅ローン金利を下げる動きが広がってきた。三井住友銀行は16日から3メガバンクで先駆けて10年固定型金利などを引き下げ、ソニー銀行も3月適用の変動金利を下げる。三井住友銀行や静岡銀行は普通預金金利の引き下げにも動いている。

三井住友銀行は15日、主力の10年固定型の住宅ローン(最優遇金利)を16日から0.15%下げ、年0.9%にすると発表した。同行としては過去最低の金利水準。5年物の金利を0.85%にするなど、ほかの固定金利も下げる。変動金利は、0.625%で据え置く。他メガバンクも金利下げで追随する可能性が高い。

ソニー銀行も15日、3月から適用する変動金利を0.02%下げ、同行として最低の0.519%にすると発表。10年固定金利も0.1%下げて0.915%にする。住宅ローン金利が下がることで、住宅市場の一定の下支え効果が見込めそうだ。

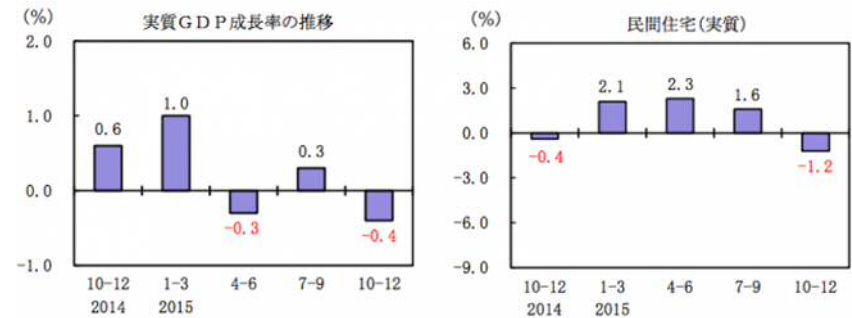
一方、三井住友銀行は普通預金金利も16日から下げ、0.02%から0.01%に変更する。引き下げは2010年9月以来約5年半ぶり、過去最低の金利水準に並ぶ。静岡銀行も16日から普通預金金利を同様の水準に下げる。1月末の日銀のマイナス金利発表後、すでに多くの銀行や定期預金の金利引き下げに動いてきたが、普通預金にも影響が広がってきた。

預金金利の低下で、個人の運用難に拍車がかかることになる。三井住友銀行は住宅ローン金利引き下げも同時に打ち出すことで、顧客サービスの低下を防ぐ考えだ。

2015年10-12月期GDP速報、住宅投資は1.2%減

2016/2/15 新建ハウジング

内閣府が2月15日に発表した2015年10~12月期の実質GDP(国内総生産)の成長率(季節調整済前期比、一時速報値)は0.4%減だった。年率換算では1.4%減となった。民間住宅投資の成長率は、実質1.2%減で4四半期ぶりのマイナスとなった。年率換算では4.8%減だった。



大手住宅メーカー、戸建受注回復鈍く、15年度第3四半期の受注実績

2016/2/17 住宅産業新聞

大手ハウスメーカーの2015年度第3四半期における受注金額の実績がまとまった。全体的には前年度が消費増税による反動減の影響から回復しているが、その足取りは鈍いと言わざるを得ない状況だ。期初の受注残が少なかったことで上半期は苦戦した社もあったが、受注の回復傾向は続いていた。一方、住団連の調査によると、住宅展示場来場者の契約長期化傾向がみられ、受注の本格的な回復につながっていないのが現状だ。

中高級住宅に参入 タマホーム

2016/2/14 日経

高所得者層にらみ新会社

低価格の注文住宅を手掛けるタマホームは中高価格住宅に参入する。子会社を通じ、建物の金額が従来の約2倍の商品を販売する。地方工務店とも提携し、供給網を広げる。同社の主力顧客は消費増税後、買い控えを続けている。再増税を控え、賃上げや資産効果などで住宅購入者が戻ってきている所得の高い層を取り込める体制を築き、新たな収益源を育てる。

今春、全額出資子会社「日本の森と家」を設立し、夏以降本格的に営業を始める。新住宅は寺社などで用いる伝統工法を応用した「板倉構法」を採用する。

価格は延べ床面積130平方メートルの標準的な建物で3千万~4千万円(土地代をのぞくと)、約1700万円のタマホームの建物に比べ約2倍になる。

使う木材のほぼ全量を国産材で賄う。一方、これまで培った工程管理のノウハウを用いて短い工期での施工を目指す。いくつかの間取りの他、屋根を急こう配や平面にするといった仕様の選択肢をあらかじめ用意し、費用を抑えながら高級感を出す。同じような仕様の他社商品に比べると、1割程度割安になるという。

販売では子会社を通じ首都圏をはじめ大都市圏にモデル住宅をまず3~4カ所設けて、受注を目指す。あわせて年5~10社のペースで地方工務店とフランチャイズ(FC)契約を締結。建築ノウハウや資材を工務店に提供し、地方でも売り上げを伸ばす考えだ。5年以内に500棟の販売と、50億円の売上高を目指す。

低価格住宅は2014年の消費増税の駆け込み需要の反動減の影響が続いている。15年度の戸建注文住宅の累計受注額を見ると、高価格帯を扱う大和ハウス工業や住友林業などが前年を上回る半面、タマホーム(15年6月~16年1月)は5%減と落ち込んだ。

注文住宅予定者の約8割にZEH意向

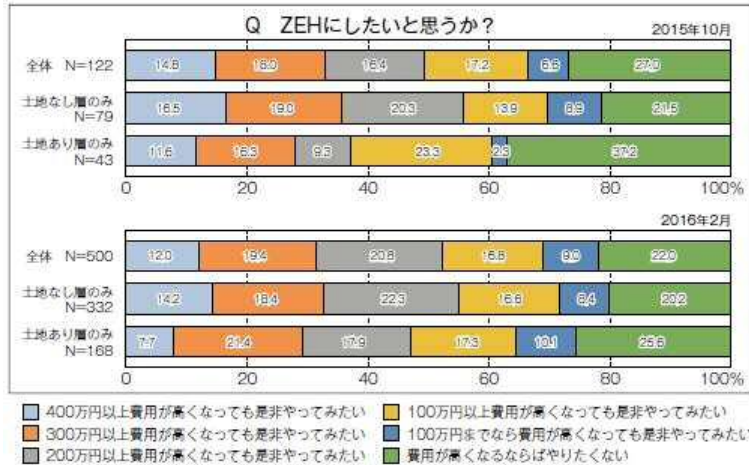
2016/2/17 新建ハウジング

国を挙げたゼロエネルギー住宅 (ZEH) 普及の取り組みが進むなか、自宅をZEH仕様しようと考えている人は増えているようだ。

新建ハウジングが実施した注文住宅予定者を対象に実施した意識調査では、全体で8割弱がZEH化を前向きに検討していた。前回調査時から5ポイント上昇した。

若い人が多い「土地なし層」のほうが前向きな人の割合が多い傾向は今回も変わらないが、前回、37%がZEH化に否定的だった「土地あり層」でも、今回は否定派が26%と、ZEH意向は10ポイント超上昇した。

ZEHによるコストアップの受容度をみると、300万円以上でも実施するという層は、前回よりも減っていたが、200万円以上300万円未満のコストアップを受け入れる層は増えていた。市場の実態も踏まえると、200円前後の費用アップでのZEH提案には市場性がありそうだ。



2016年 住宅会社の新春集客速報

ハウジングニュース1016年2月号/パナソニックエコソリューションズ発行

1. 2016年新春集客～集客数は増加基調、前年より期待できる

住宅産業研究所が2016年1月に実施した、大手住宅メーカーへのアンケート及びヒアリングによると、2016年の新春集客速報の全体傾向としては、

- 来場前年比 : 集客数は若干増
- 来場者意識 : 三世帯同居、女性等テーマにより手応えあり
- 総合評価 : 前年より期待できる

という結果になりました。

来場者数については、前年比マイナス～プラスまで幅がありますが、日並びの関係で集計期間が前年より1日少ない会社も多く、1日あたりの集計では前年より増加した会社が目立ちました。また、昨年は北日本や東日本を中心に大雪の影響で客足が鈍かったのに対して、今年は全国的に暖冬で正月も好天に恵まれた地域が多かったようです。販促イベントとしては、旭化成ホームズの三世帯同居住宅(二世帯住宅)や、パナホームのトキメキフェア(女性向け提案)などの反応が良く、ミサワホームが1月2日にオープンした5階建てモデルハウスの集客も予想を上回ったようです。総合評価としては、「B:前年より少し期待できる」が平均的で、年度末に向けて成果が期待されます。

表⑨. 2016年大手住宅メーカーの新春集客の状況

会社名	来場前年比 (%)	集計期間 16年/15年	総合評価	具体的内容
積水ハウス	-	-	B	・「新春ハウジングフェア」等でグリーンファーストゼロ、3・4階建等を訴求 ・集客数の大きな伸びはないが来場者の中身は良くなっている
積水化学工業	▲12	1～3 / 1～4	C	・「あったかハイムキャンペーン」、「スター・ウォーズコラボ」をアピール ・来場2桁減だが、1日当たりでは新規客 33%増、再来場客 29%増と伸ばす
ミサワホーム	5	9～11 / 10～12	B	・「新春オールミサワ!住まいフェア」の前半3連休の集計で5%増 ・1/2 オープンの総合展示場「板橋高島平」は2～4日の新規記名が200組超
住友林業	▲1	2～11 / 2～12	B	・「新春!家づくりフェア」にて、消費税増税前、低金利などメリットを訴求 ・来場構成比:新規75%、管理25%、来場伸率:新規0%、管理▲2%
パナホーム	0	2～4, 9～11 / 2～4, 10～12	B	・「パナホームくらし体感トキメキフェア」にて、女性向けの新提案を訴求 ・30代の土地なし層の他、親子連れの二世帯住宅検討客も見られた
旭化成ホームズ	10	2～11 / 2～12	B	・来場構成比:新規70%、管理30%、来場伸率:新規9%、管理11% ・消費税は指定日までじっくり検討という来場者が目立つ
三井ホーム	▲2	2, 3, 9～11 / 2, 3, 4, 10～12	B	・集客はマイナスだが、1日当たりでは18%増と伸ばす ・来場構成比:新築75%、建替25%/土地なし50%
ヤマダ・S×L	12	2～3 / 2～3	C	・「ハッピードリームフェア2016」にて、注文住宅の本質、ZEHなどを訴求 ・来場構成比:新築75%、建替25%/土地なし40%

※住宅産業エクスプレス調べ(アンケート・ヒアリングを基に一部推定含む)
※評価: A:前年より期待できる、B:前年より少し期待できる、C:前年並み

2. 「消費税増税10%」は反応鈍い、ZEHや電気料金に関心

アンケートでは、消費税増税10%による住宅計画への影響や、省エネ住宅(ZEH)に対する来場者の反応も聞いています。

- 消費税増税10% : 一部で反応あり、大半はまだ急いでいない。
- 省エネ住宅(ZEH) : 電力の小売り自由化に絡めて関心が高まる

消費税増税10%については、「営業ツールで低金利・優遇税制とともに今が建て時をアピール」(住友林業)、「消費税増税まであと9カ月のDM作成」(旭化成ホームズ)など、住宅会社側のアピールは積極的に行ったようです。ただし、「具体的な反応はまだ多くない」(積水ハウス)、「請負住宅が10月から増税になることを知らない」(旭化成ホームズ)など、来場者の反応はまだ鈍いようです。消費税増税に向けて本格的に動き出すのは、2016年4月以降という見方が大勢を占めています。

省エネ住宅(ZEH)については、「2020年までにシェア80%を発表」(積水ハウス)、「独自のゼロエコ訴求を徹底」(パナホーム)など、住宅会社側の販促イベントなどを積極的に仕掛けています。来場者の反応でも「費用は掛かっても検討したい」(積水ハウス)という前向きな意見も増えており、今後、電力の自由化についての質問が出る可能性もあり、住宅会社としても対策が必要です。

新春集客を踏まえた1～3月受注の予想については、前年比0～5%増程度を見込む会社が多く、新商品投入等でお客様に積極的に働きかけていく計画です。

表⑩. 各テーマに対する来場者の反応

会社名	【消費税増税10%】に対する来場者の反応
積水ハウス	・消費税増税関連の具体的な反応はまだ多くない
住友林業	・一部の来場者で反応あるが、購入の決定的要因までは至っていない
パナホーム	・土地からの来場者を中心に消費税増税を意識するケースも出て始めている
旭化成ホームズ	・「じっくり検討したい」という来場者が増加、10月からの増税を知らない来場者も
三井ホーム	・全体的にはまだ目立たないが、高層層は徐々に意識し始めている
ヤマダ S×L	・消費税増税の期限に対する意識が低く、急いでいる感じはしない

会社名	【ZEH】に対する来場者の反応
積水ハウス	・費用は掛かっても採用したいという来場者が目立った、シェア80%訴求
住友林業	・費用に対する効果を見極め、採用を検討する来場者が目立った
パナホーム	・電力の自由化や電気料金などの質問が多い、「ゼロエコ」を訴求
旭化成ホームズ	・展示場に来場して初めて知ったという来場者が多い
三井ホーム	・関心はあるが必ずしも採用シェアは高くない
ヤマダ S×L	・初めて知ったという来場者が多く、認知度はまだ低い

資料)住宅産業エクスプレス調べ(2016年1月18日号)

ナカモクニュース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!