

住宅リフォーム市場の活性化に向けて ～「変えたくなる未来」へのパラダイムシフト～

2014年11月26日
株式会社野村総合研究所
水石 仁

I. 住宅・建材業界を取り巻く外部環境の変化

○ 人口・世帯の変化

- 日本の人口は2008年をピークに減少に転じており、世帯数も2019年にピークアウトする見込み。少子高齢化の進展により、2030年には約3人に1人が65歳上。特に高齢者が増えるのはこの10年
- 全国の世帯構成は、単独世帯が核家族世帯の比率を逆転しており、今後も非婚化、晩婚化の影響で中高年の単独世帯が増加。離別や死別、未婚により配偶者がいない女性は50歳代以上になると将来に対する不安から消費より貯蓄を重視
- 団塊ジュニアの結婚・世帯形成に合わせて、自分の親の住まいに近居・隣居する家族形態（＝インビジブル・ファミリー）が増加。共働き世帯も増加傾向にあり、働き方も多様化

○ 価値観の変化

- 震災から2年が経ち、つながりや協力意識は風化傾向にある一方、自身の生活の安定への意識は継続。節電意識も定着
- たいがいのモノには満たされている現在、体験・経験に価値を見出す消費者が増加（モノ消費からコト消費へ）。商品やサービスのスペックではなく、そこから得られる思い出や感動、つながりを重視
- 35歳未満の若者は、安定した生活を求めている、生活に困らないよう早期から準備することを好む傾向。持ち家志向が弱まり、一生借家住まいでもかまわないと考える人が以前より増加（所有から共有へ）

○ 経済・社会の変化

- 諸外国と比較して低い日本の労働生産性。グローバル化、技術革新、需要不足により、仕事が消える？
- Gの世界（グローバル経済圏）とLの世界（ローカル経済圏）

II. 新設住宅着工戸数と住宅リフォーム市場の将来予測

- 新設住宅着工戸数
 - 新設住宅着工戸数は、今後数年間は 90 万戸前後で推移するが、漸減し、2025 年には 60 万戸程度になる見通し。新設住宅着工戸数に大きく影響を与えるのは、移動人口、名目 GDP 成長率、住宅ストックの平均築年数の 3 点
- 住宅リフォーム市場
 - リフォーム市場の規模は、2025 年でも現状から微減の 6 兆円程度に留まる見通し。リフォーム市場規模に影響を与えるのは、新設住宅着工戸数（8 年前）、名目 GDP 成長率、住宅ストックの平均築年数の 3 点
- 空き家
 - 現在の空き家数は約 820 万戸、空き家率は 13.5%で、過去最高の水準。2025 年頃に向けて、世帯数の減少に伴い住宅の除却・減築が進み、空き家率の増加が収束していく場合には空き家率は 13.7%程度で留まるが、住宅の除却・減築が進まない場合は 20%強に拡大する可能性

III. 住宅リフォームに関する施策動向と先進・萌芽事例

- 施策動向
 - 政府はリフォーム・中古流通市場を 2020 年までに 20 兆円規模に育成する方針
 - 具体的な施策（税制優遇、補助（住宅エコポイント等））と実現に向けた課題
- 先進・萌芽事例
 - まちづくりや教育・福祉施策と一体となった取組
 - トータルサービスとニッチ市場をターゲットとした事業展開

IV. 住宅リフォーム市場の活性化に向けて

- 「住み続けるためのリフォーム」と「価値を上げるためのリフォーム」は分けて考える。特に、「価値を上げるリフォーム」がポイント
- 住宅・建材産業は日本の縮図。リフォーム市場はサービス産業へ

(以 上)