

2015年2月17日

株式会社 富士経済
 〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町
 12-5 小伝馬町YSビル
 TEL.03-3664-5811 FAX.03-3661-0165
<http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>
<https://www.fuji-keizai.co.jp/>
 広報部 03-3664-5697

国内住宅リフォーム市場を調査

2017年度住宅リフォーム市場(予測)・・・駆け込み需要の反動減で縮小も、8兆円規模は維持

総合マーケティングビジネスの株式会社富士経済(東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 清口 正夫 03-3664-5811)は、国内の住宅リフォーム市場を調査した。この調査では、元請業態別のリフォーム市場とリフォーム部材市場を分析し今後を予測するとともに、リフォーム参入事業者40社の事例分析を行った。

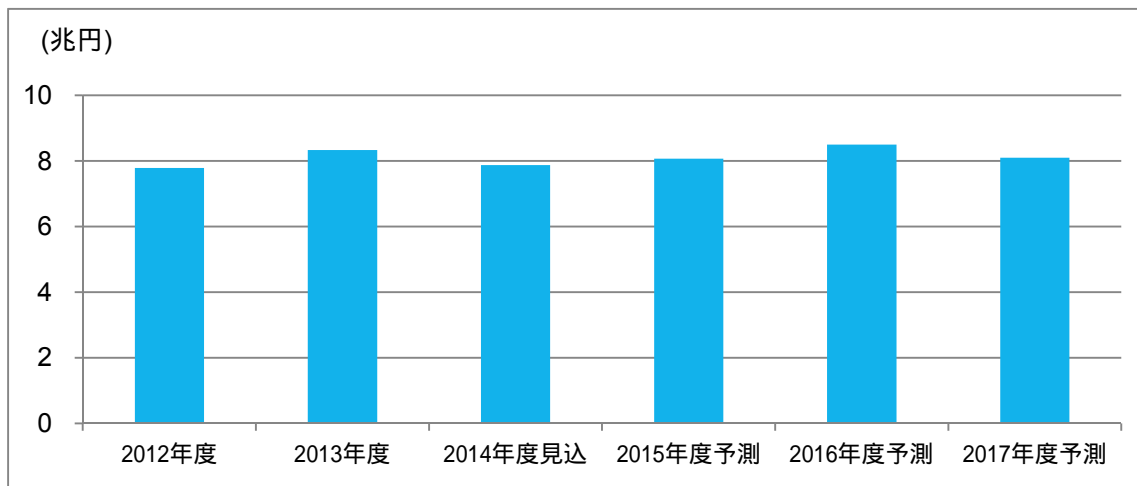
その結果を「2015年版 新・住宅リフォーム市場の全貌とビジネス戦略分析」にまとめた。

<調査結果の概要>

住宅業界は変革期を迎えている。新築主体で展開してきた事業者もリフォームを事業の軸とし、人員拡充や拠点の増設などに取り組んでいるほか、新築住宅や不動産などを担当する異なる部門のノウハウやネットワークを活用し、リフォーム事業への注力を強めている。

参入事業者が増え市場が拡大する中で、ショールームやインターネットなどを使用した広告宣伝や販売戦略が重要となっている。ショールーム、相談会や現場見学会などのイベントは、リフォーム後の仕上がりや実際の設備などを見せることで、顧客のイメージを具現化させ受注につなげるステップアップ手段として展開される。また、自社ホームページ、チラシやCMなどの広告は、基本的な情報提供とともに既存顧客の囲い込みを目的としても活用される。

住宅リフォーム市場(元請金額ベース)



2013年度は、増税前の駆け込み需要により前年度比7.0%増の8兆3,365億円となった。すべての業態が実績を伸ばし、特にハウスメーカー系事業者、ゼネコン/デベロッパー系事業者、リノベーション系事業者、小売系事業者、住設建材系事業者は二桁増となった。

2014年度は、駆け込み需要の反動減により、市場は7兆8,735億円と縮小に転じると見込まれる。実績を落とす業態も多いが、ハウスメーカー系事業者と小売系事業者は続伸するとみられる。

2015年度には前年度比プラスとなり、2016年度は増税前の駆け込み需要により拡大が続くものの、2017年度には駆け込み需要の反動減で縮小が予想される。2017年度に2013年度と比較して実績を伸ばしているのは、ハウスメーカー系事業者、小売系事業者、リノベーション系事業者、住設建材系事業者の4業態にとどまるとみられる。

しかし、住宅ストックの増加や国の施策拡充もあり、参入事業者によるリフォーム事業への人的・金銭的投資は活発に行われ、2017年度は8兆円を維持すると予測される。

注目業態別リフォーム市場（元請金額ベース）

| | 2013年度 | 2017年度予測 | 13年度比 |
|----------|---------|----------|--------|
| ハウスメーカー系 | 6,050億円 | 7,700億円 | 127.3% |
| 小売系 | 1,940億円 | 2,520億円 | 129.9% |
| リノベーション系 | 1,320億円 | 1,460億円 | 110.6% |

ハウスメーカー系は、新築OB顧客（新築住宅オーナー）へのリフォーム提案が中心で、会員専門サイトの展開や新築部門との連携による定期点検やメンテナンスを通じてのリフォーム需要の開拓が行われる。安定した受注により、今後も拡大を続けると予想される。

事業戦略の軸をリフォームに移行させる事業者が多く、リフォーム部門への人員拡充や支店・営業所の増設など拠点の強化が進んでいる。相談会などのイベント開催は営業所や住設メーカーのショールームを会場として行っていることが多いが、新築住宅の展示場での展開もみられる。

小売系は、家電量販店やホームセンターを展開する事業者が多い。太陽光発電システムに加えて、水まわり設備を中心にリフォームメニューや商材を拡充させている。リフォームコーナーを設置する店舗の増加や営業人員の拡充に取り組む事業者が増えており、今後も拡大が予想される。

リフォームを目的としない来店客も多いことから、ショールームを店舗内に設置することで潜在需要の掘り起こしや顧客の囲い込みを図っている。また、店舗で販売する家電や家具と組み合わせたリフォーム提案など独自の商材も多い。

リノベーション系は、消費税率引き上げの影響で、2014年度は縮小が見込まれるが、立地・価格面などから一次取得者層（住宅を初めて購入する層）を中心に中古住宅への需要が高まっていることと、参入事業者の増加により2015年度以降は拡大が予想される。

メインターゲットである一次取得者層はインターネットの利用頻度が高い若年層が多く、取扱い物件や施工事例の掲載など自社ホームページのコンテンツを拡充させている。また、中古住宅の購入には専門的な知識が必要になることも多く、購入時の注意点などリノベーションに関するセミナーを開催している。

<調査対象>

| | | |
|------------|---|--|
| 業態別リフォーム市場 | ハウスメーカー系事業者、ゼネコン/デベロッパー系事業者、エネルギー系事業者、リフォーム専門業者、リノベーション系事業者、小売系事業者、住設建材系事業者、独立系工務店、専門工事業業者、インターネット事業者、その他 | |
| リフォーム参入事業者 | ハウスメーカー系 | 積水ハウス、セキスイファミエス、大和ハウス工業、ミサワホームイング、住友林業ホームテック、パナホームリフォーム、旭化成リフォーム |
| | ゼネコン/デベロッパー系 | 住友不動産、三井不動産リフォーム、大京エル・デザイン、長谷工リフォーム |
| | エネルギー系 | 東京ガス、大阪ガス、東京ガスリモデリング |
| | リフォーム専門業者 | ナカヤマ、ニッカホーム、ゆとりリフォーム |
| | リノベーション系 | インテリックス、リビタ、三菱地所レジデンス |
| | 小売系 | エディオン、上新電機、ニトリ |
| 事例分析 | 住設建材系 | LIXIL、TOTO、パナソニック エコソリューションズ社、クリナップ、三協立山 三協アルミ社、トクラス |
| | ポータルサイト運営事業者 | ホームプロ、オウチャー、SuMiKa、マッチングジャパン、グリーユナイテッドライフ |
| | 住宅メーカー | 積水化学工業、ミサワホーム、住友林業、パナホーム、三井不動産、長谷工コーポレーション |
| リフォーム部材市場 | <住宅設備> キッチン、浴室ユニット、温水洗浄便座/一体型温水洗浄便器、ビルトインコンロ、給湯機、住宅用太陽光発電システム、ガスコージェネレーションシステム <建材> フローリング材、壁クロス、住宅用断熱材、複層ガラス、サッシ、玄関ドア、外壁材 | |

<調査方法> 富士経済専門調査員による参入企業及び関連企業・団体などへのヒアリング及び関連文献調査、社内データベースを併用

<調査期間> 2014年10月～12月

以上

資料タイトル：「2015年版 新・住宅リフォーム市場の全貌とビジネス戦略分析」

体 裁：A4判 228頁

価 格：書籍版 120,000円+税

PDF版 120,000円+税

書籍版・PDF版セット 140,000円+税

調査・編集：株式会社 富士経済 大阪マーケティング本部 第三事業部

TEL：06-6228-2020 FAX：06-6228-2030

発行所：株式会社 富士経済

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町12-5 小伝馬町YSビル

TEL：03-3664-5811(代) FAX：03-3661-0165

e-mail：info@fuji-keizai.co.jp

この情報はホームページでもご覧いただけます。

URL：<http://www.group.fuji-keizai.co.jp/> <https://www.fuji-keizai.co.jp/>