
今月のテーマ—— 「 リフォーム市場への対応 」

来年2007年から団塊の世代の定年退職により、第2の人生をスタートさせる人々が出てきます。

このように大きな転換点に入りますが、団塊の世代のリタイアにより、住宅市場へどのようなインパクトがあるかを考察します。

1. 団塊の世代のボリューム

団塊の世代という言葉は、皆様も既にご存知のように通産省（当時）を退官した堺屋太一氏が、昭和51（1976）年、「団塊の世代」（講談社）を刊行したときから使われるようになりました。

「団塊の世代」（講談社）の表紙の帯の文章をみますと、

『1960年代の「若者の反乱」は、戦争直後に生れた人口の膨みが通り過ぎる風であった。

かつてハイティーンと呼ばれ、ヤングといわれたこの「団塊の世代」は、過去においてそうであったように、将来においても数々の流行と需要を作り、過当競争と過剰施設とを残しつつ、年老いて行くことであろう。』

と記されており、人口の大きな塊であるが為に、行動そのものが様々な流行と需要を創出しているとされています。

「団塊の世代」という戦後のベビーブームをどのようにみるかですが、大きくは2つの層に分かれます。

●**団塊の世代 フェーズ1** =S22年～24年生まれ 680万人

●**団塊の世代 フェーズ2** =S25年～27年生まれ 590万人

となっており、来年から昭和22年生まれに始まる団塊の世代の退職となります。このフェーズ1層（=680万人）のサラリーマン正社員は280万人とされており、来年から毎年約90万人の正社員が定年退職を迎えることとなります。

尚、団塊の世代フェーズ1層（S22～24生まれ）の退職金総額は、280万人として約50兆円と推定されており、この退職金の使途に対し、様々な業界が動き出しています。

2. 団塊の世代の定年後の消費

約50兆円と推定される団塊の世代の退職金ですが、団塊の世代が退職後、大きなお金の使い道としてどのような計画を持っているかという調査結果をいくつかご紹介します。

1) 日経新聞調査

日経新聞社が2003年に実施した調査。

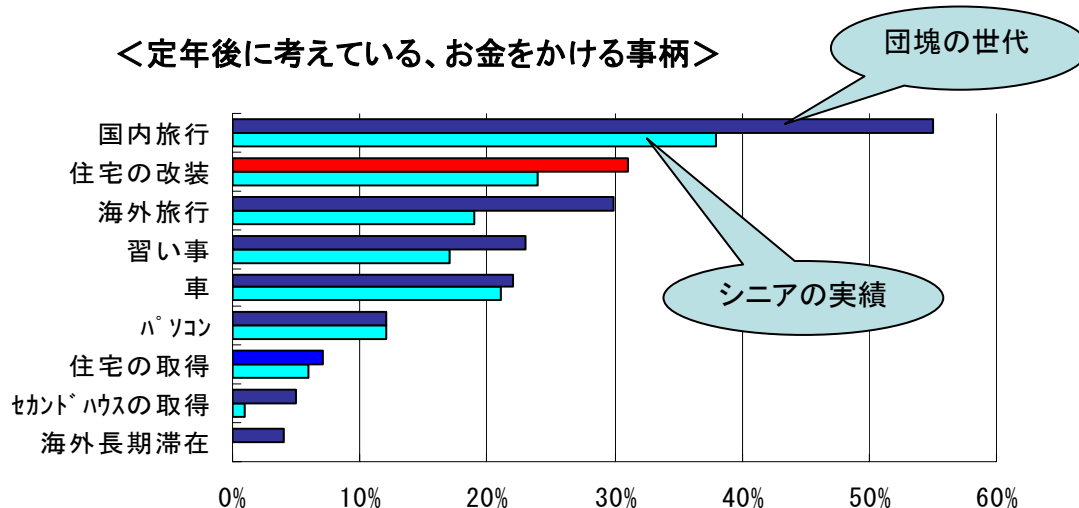
1947～49年生まれの団塊の世代層を対象とし、「定年退職後にまとまったお金をかけたいと考えている事柄」について確認した調査です。

旅行に行きたいとする願望が上位にきており、次ページのグラフのように

1位：国内旅行 3位：海外旅行

を占めていますが、**2位は住宅改装**です。

<定年後に考えている、お金をかける事柄>



すでに退職後の生活をしているシニア層（65歳以上）に、退職後、何にお金をかけたかという実績を確認しましても団塊の世代と同様、「国内旅行」に次いで住宅の改装が2位となっており、実際にリフォーム工事が行なわれています。

2) 博報堂調査

昨年、博報堂が実施した団塊の世代のお金の使い方についての調査結果です。

- ・前頁の日経新聞の結果と同様、行為としては「旅行・住宅リフォーム・園芸」などが登場します
- ・また趣味への興味から、パソコン関連・学習なども上位に見られます。

<定年退職後、お金をかけたかったもの>

順位	男性	%	女性	%
1位	国内旅行	56.6	国内旅行	59.8
2位	海外旅行	46.1	海外旅行	53.9
3位	PC・インターネット	39.1	音楽・映画鑑賞	43.1
4位	外食・グルメ	27.5	外食・グルメ	42.2
5位	金融商品購入	25.2	パーティー・行事	38.2
6位	音響・映像機器	25.2	PC・インターネット	37.3
7位	住宅リフォーム	24.4	生涯学習・勉強	33.3
8位	パーティー・行事	22.5	家庭用電化製品	32.4
9位	音楽・映画鑑賞	20.9	園芸・ガーデニング	28.4
10位	スポーツ関連	20.5	住宅リフォーム	27.5
11位	園芸・ガーデニング	17.8	病院・医療	25.5
12位	病院・医療	15.5	健康食品	24.5
13位	家庭用電化製品	15.5	金融商品購入	20.6
14位	健康食品	15.1	音響・映像機器	18.6
15位	生涯学習・勉強	13.2	スポーツ関連	15.7

2005年7月上旬 博報堂調べ

対象：1946-1951年生まれの男性258名、女性102名

3) 団塊世代の退職による消費押し上げ効果

電通では、団塊の世代が退職後に行う行為についての経済波及効果を推計しています。

大量定年退職は、消費に大きなインパクトを与えますが、特に住宅・不動産・旅行・金融など、世帯単位の消費は比較的高額な消費となりますし、上記の日経新聞や博報堂などの調査結果でご紹介しましたように、退職後の大きな消費として住宅関連が上位にランクされていますように、活発な投資（消費）が行われるといえます。

住宅関連は高額なため経済波及効果も大きくなりますが、別荘の購入やリフォームへの直接投資を見ますと、（下記の表を参照ください。）

- 1位 別荘の購入 2兆7千億円
- 2位 住み替えやリフォーム 1兆3千億円

また、行ってみたい行為として最も参加人数が多いとされる「旅行」関連（国内・海外）の経済波及効果は1兆1千億円となっています。

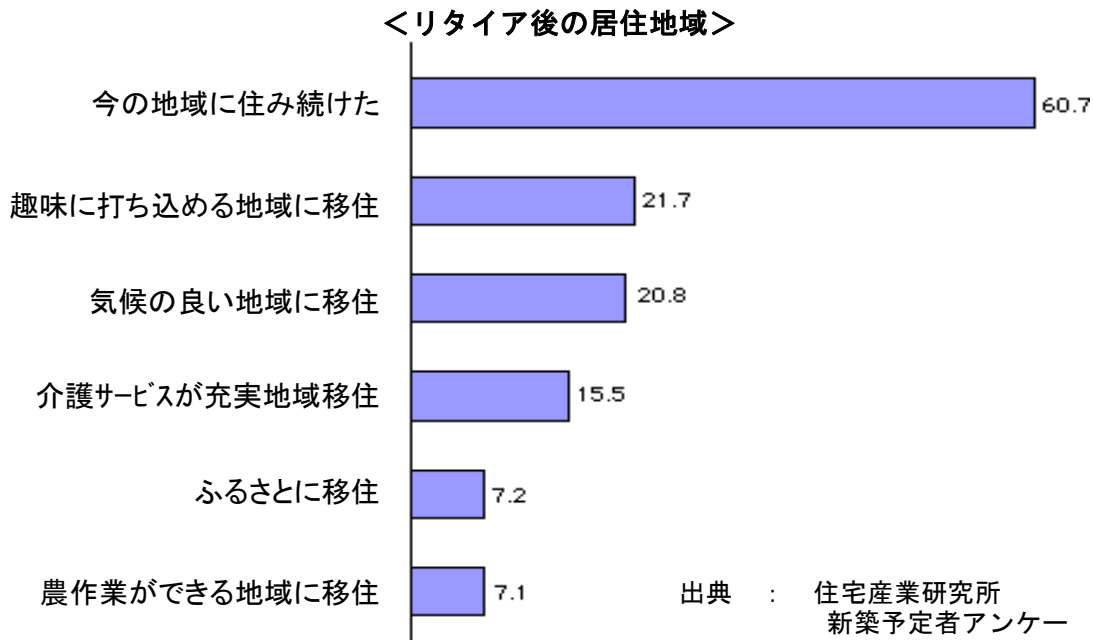
ただし、これらの推計値は直接投資分であり、部品生産や物流・建設などへも波及効果が生まれますので、電通では『中期的には約2倍の経済押し上げ効果を誘発する』と予測しています。

<団塊世代の退職による消費押し上げ効果の推計>

順位	項目	金額 (億円)	%
1位	別荘購入	27,422	35.3
2位	住み替えやリフォーム	13,378	17.2
3位	海外旅行	9,804	12.6
4位	株式・投資信託など資産運用	5,963	7.7
5位	車・バイクなどの買い替え	3,230	4.2
6位	国内旅行	1,357	1.7
7位	海外留学	1,037	1.3
8位	会員権購入	792	1.0
9位	大学・大学院などでの勉学	725	0.9
10位	外食	667	0.9
11位	その他高額商品の購入	617	0.8
12位	その他学習	292	0.4
13位	英会話などの外国語の学習	202	0.3
14位	資格取得	186	0.2
15位	その他不動産関連	124	0.2
16位	宝石・時計・ブランド品など高額品の購入	85	0.1
17位	パソコン購入	49	0.1
18位	大型家電・AV機器の購入	37	0.0
19位	スポーツ用品や楽器などの趣味用品	23	0.0

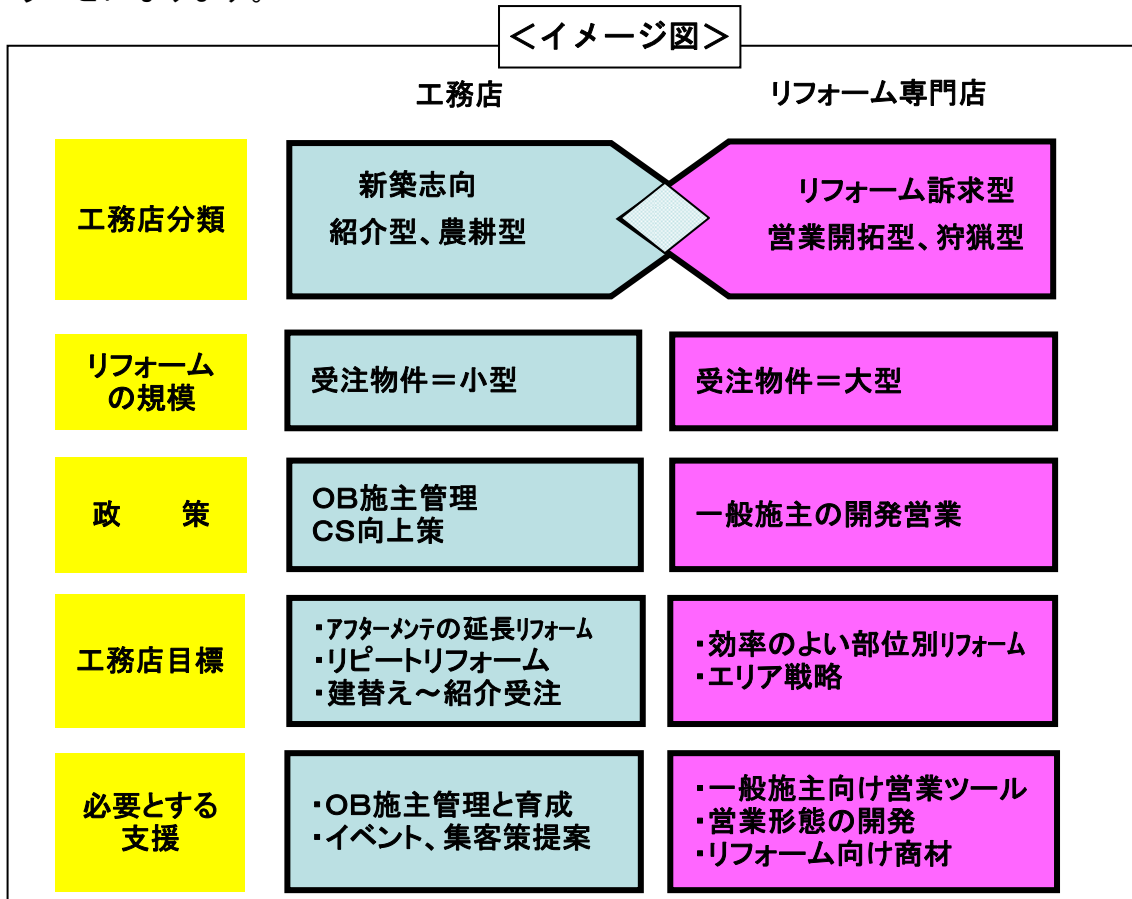
出典：2006年2月 電通調べ 対象：1都3県に在住の団塊世代（1947～51年生まれ）
男性200名、団塊世代男性を夫に持つ女性200名 計400名

リフォーム工事が行われると判断される根拠は、下記のようにリタイア後の居住地域についての確認に起きましても『現在の地域に住み続けたい』とする層が多いことからわかります。



3. 工務店のリフォームの実態

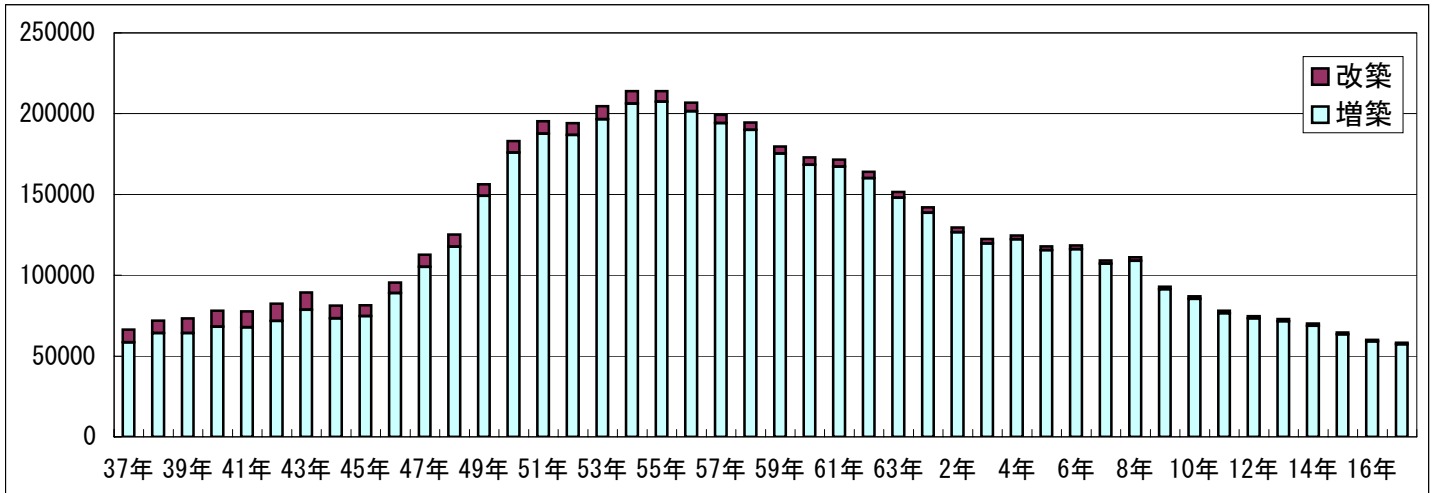
工務店様のリフォーム受注の理想は、「OB施主管理を通じて発生する生活スタイルの変化・使用劣化などに対応した増改築の受注」ということであり、リフォーム専門店の受注は、一定エリアを深耕し他のエリアに移動するということになります。



そのため、リフォーム専門店は1施主当りの受注金額をできるだけ大きくし、工務店様のように1施主からの継続したリピート受注ではなく、近隣を含め面での受注を展開しています。

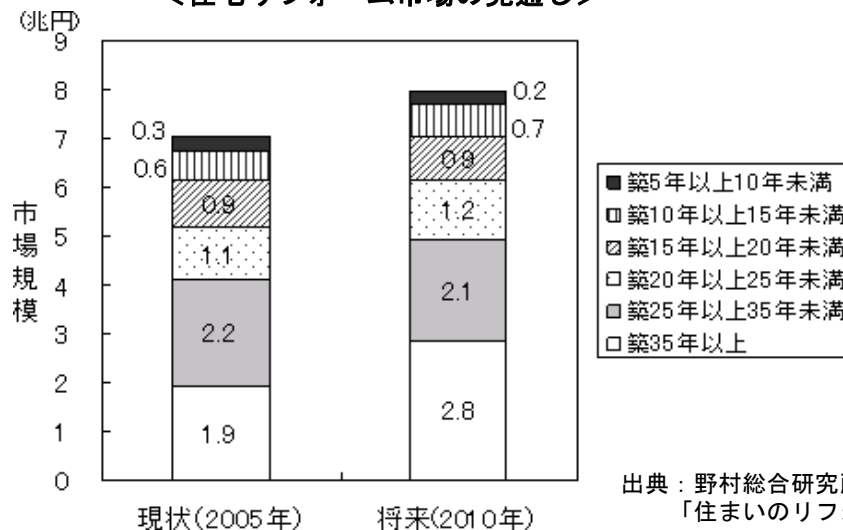
しかし、確認申請を必要とする10㎡以上の大型の増改築工事は、グラフのように昭和55年をピークとして年々減少しており、リフォーム市場は2010年には8兆円に達する見通しという調査結果も発表（野村総合研究所）されていますが、このように統計に表れない、確認申請が出されていない小規模増改築や設備の取替えなどの工事が拡大している為といえます。

＜着工統計の増改築工事件数 全国＞



出典：国土交通省 建築統計年報

＜住宅リフォーム市場の見通し＞



出典：野村総合研究所
「住まいのリフォームに関するアンケート調査」

今後拡大するリフォーム市場を獲得していくためには、営業、商品提案、施工体制の見直しが必要となります。

具体的には

- ①施主ニーズに即したソリューション型の提案ができる営業
 - ②複数箇所のリフォーム部位に対応可能な幅広い商品提案
 - ③多能工型の施工機能を備えた施工体制の再構築
- の3つがポイントになるといえます。

- ①リフォーム市場をソリューション提案型の市場ととらえた場合、住設建材商品というハード面の提案だけでなく、高齢者福祉企業との連携や資格の取得といった異業種間のコラボレーションや専門知識が重要になります。野村総研の調査では、住宅リフォームを行う理由として、当然ですが「家の老朽化」が48.9%と約半数の人々が回答していますが、次いで「住環境のグレードアップを図りたい」というニーズが29.7%となっています。このような「住環境のグレードアップ」のためには、従来の住まい方とは異なった住まい方を提案する必要がありますので、様々な専門知識が必要ということになります。参考までに、リフォーム需要に活用できる様々な専門知識としては、以下のような資格があります。

【取得できる資格名】

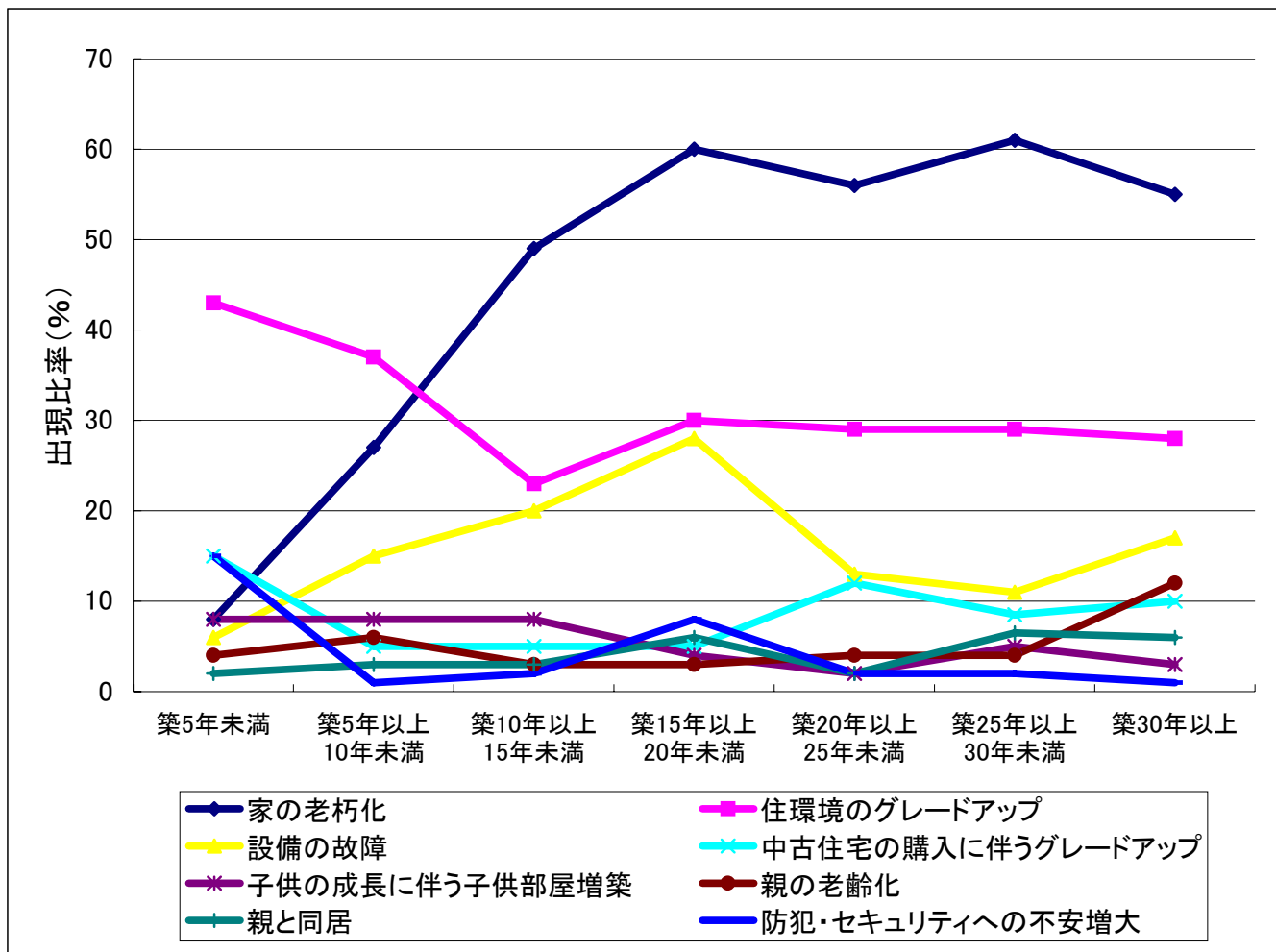
【認定先（講座開催団体）】

増改築相談員	財団法人 住宅リフォーム・紛争処理支援センター 千代田区紀尾井町6番26-3 上智紀尾井坂ビル 03-3261-4567
マンションリフォームマネジャー	マンションリフォーム推進協議会（REPCO） 千代田区麴町3-7-1（半蔵門村山ビル6階） 03-3265-4899
DIYアドバイザー	社団法人 日本DIY協会 千代田区鍛冶町1-8-5 新神田ビル5階 03-3256-4475
福祉住環境コーディネーター （1級・2級・3級）	福祉住環境コーディネーター協会 千代田区丸の内3-2-2 東京商工会議所ビル3F 03-3283-7480
防犯設備士	社団法人 日本防犯設備協会 港区浜松町1-12-4 第2長谷川ビル4F 03-3431-7301
キッチンスペシャリスト	社団法人 インテリア産業協会 新宿区新宿3-13-5 クリハシビル8F 03-5379-8600
インテリア設計士 （1級・2級）	社団法人 日本室内装備設計技術協会 大阪府中央区博労町1-6-14 06-6262-1488
ハウスクリーニング士 （1級・2級・3級）	NPO法人 日本ハウスクリーニング協会 新宿区百人町1-20-17 星野ビル103 03-3366-1943
グリーンアドバイザー	社団法人 日本家庭園芸普及協会 中央区日本橋小伝馬町17-12 堀ビル3 03-3249-0681
ガラス用フィルム施工技能者	日本ウィンド・フィルム工業会 墨田区両国4-35-1 タカシマ三共フラット104号 03-5624-2935

- ②築年数別のリフォームの状況を見ますと、築30年以上の住宅では「親の老齢化」をリフォームの理由に挙げる施主が12.7%と、30年未満の建物よりも目立って多くなっています。

今後さらに進む高齢化に伴って拡大するといわれる高齢者介護の需要に、リフォームで対応するためには、高齢者福祉のお店との提携や工務店様・流通の方々が、福祉住環境コーディネーターなどの資格を取得することによって、ソフト面を強化することが重要な課題となります。

＜リフォームを行う理由＞



出典：野村総合研究所
「住まいのリフォームに関するアンケート調査」

③住宅リフォームにあたってはエネルギーインフラの更新も大きなキーワードであり、オール電化や太陽光発電システムなどの導入では、電力会社の電気料金プランに精通している必要もありますし、補助金などの額・各自治体への申請方法も掌握しておく必要があります。

品質の高いリフォームを行うためには、「第三者による監査体制」「欠陥不具合の保証のための保険」「良質な中古住宅を流通させる為の中古市場の構築」など、国の政策としてのプラットフォームの構築が必要といえますが、何よりも、住設建材メーカー、流通、工務店といった関係者が協業化した政策の展開のための体制が急務といえます。