

1. 県内事業者の動向

県内事業者の経営状況や取り組みの状況を把握するため、県内の住宅リフォームを行う事業者に対しアンケートおよびヒアリングを行った。以下はその結果の概要である。

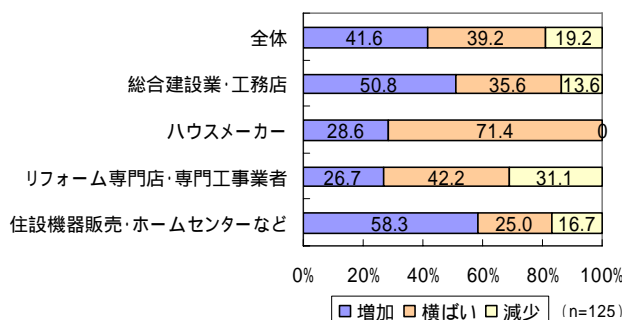
アンケート及びヒアリング実施内容	
1. 調査対象	タウンページ(愛媛県内)に掲載されているリフォーム事業者
2. 調査方法	郵送による配付および訪問によるヒアリング
3. 調査時期	2009年2月～5月
4. 回答状況	対象先数：507 有効回答数：127 有効回答率：25.0%

回答事業者の属性	
1. 会社所在地	東予 32.3% 中予 56.7% 南予 11.0%
2. リフォーム分野の売上規模	2,000万円未満 38.1% 2,000～5,000万円未満 22.2% 5,000～1億円未満 13.5% 1～2億円未満 12.7% 2～5億円未満 7.9% 5億円以上 5.6%
3. リフォーム分野の従事者数	1～4人 64.5% 5～10人 21.8% 11～20人 7.3% 21人以上 5.5% 不明 0.9%
4. リフォーム分野への参入時期	1980年以前 15.0% 1981～1990年 20.2% 1991～2000年 30.3% 2001～2005年 26.1% 2006年以降 8.4%

(1) リフォーム分野の売上の状況

5年前に比べリフォーム分野の売上が「増加」したとの回答は、約4割であった。なお、業態別にみると、売上増減の状況に違いがみられた。総合建設業や工務店は新築分野で培ったトータルの施工能力を生かし、また住設機器販売業者やホームセンターなどは、物販力を強みに売上を増加させている業者が多いようだ。一方、他業態からの参入に押されてか、リフォーム専門店や専門工事業者は、売上が「増加」よりも「減少」したとの回答が多かった。

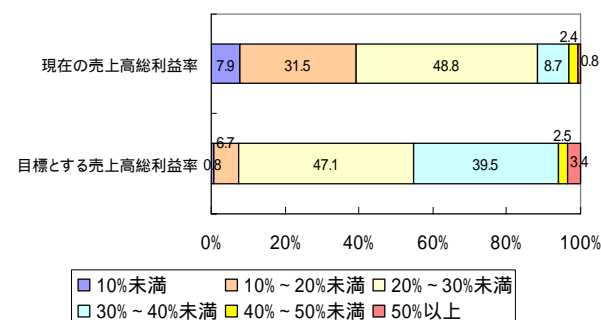
図表-1 業態別のリフォーム分野の売上増減(5年前比)



(2) リフォーム事業の収益性

リフォーム事業の売上高総利益率について尋ねたところ、現在の売上高総利益率は、20%未満が約4割、30%未満の事業者が約9割を占めた。また、目標とする売上高総利益率について尋ねたところ、47.1%の事業者が「20%～30%未満」、39.5%の事業者が「30%～40%未満」と回答した。

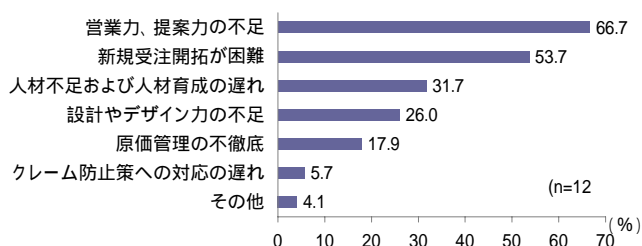
図表-2 リフォーム事業の収益性 (n=127)



(3) 経営上の課題・問題点

経営上の課題・問題点について尋ねたところ、「営業力、提案力の不足」(66.7%)、「新規受注開拓が困難」(53.7%)、「人材不足および人材育成の遅れ」(31.7%)が上位を占めた。

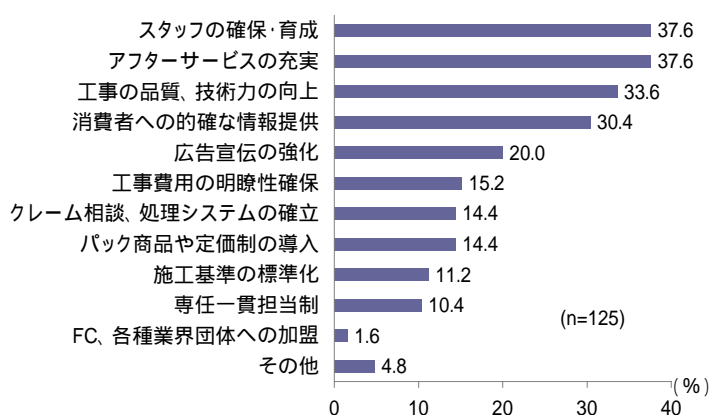
図表-3 経営上の課題・問題点(複数回答)



(4) 今後取り組みたいこと

今後力を入れて取り組みたいことで、最も多かったのは「スタッフの確保・育成」(37.6%)、「アフターサービスの充実」(37.6%)だった。アフターサービスに関してヒアリングでは、「施工部位について独自の保証基準を設ける予定」といった声もあった。次いで「工事の品質、技術力の向上」(33.6%)、「消費者への的確な情報提供」(30.4%)、「広告宣伝の強化」(20.0%)が続いた。

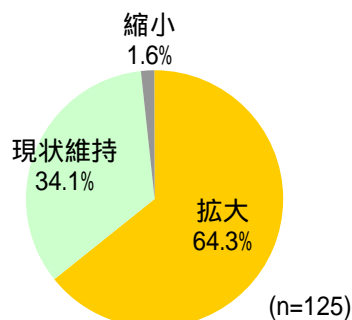
図表-4 今後取り組みたいこと(複数回答)



(5) リフォーム事業への今後の取り組み方針

リフォーム事業への今後の取り組み方針については、64.3%が「拡大」する方針であると回答した。「縮小」はわずか1.6%にとどまり、各社がリフォーム事業を今後の主要な柱として位置付けていることがわかる。拡大の理由として、「住宅ストックが増加し、今後有望な市場と見込まれるから」、「自社の新築部門等の売上を補完するため」、「施工実績のある顧客に対するサービス(アフターケア)のため」といった声が多かった。

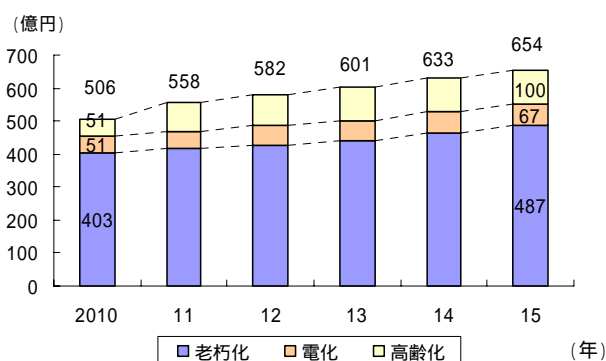
図表-5 リフォーム事業への今後の取り組み方針



2. 住宅リフォームの今後の市場見通し

近年、国の住宅政策の転換や、リフォームの主要なターゲットとみられる団塊世代の大量退職などもあって、住宅リフォーム市場は拡大が期待されている。具体的には主要なリフォームである老朽化対応関連のほか、電化リフォーム対応関連、高齢化対応関連などの分野で、リフォーム需要の増加が見込まれている。これらの県内住宅リフォームの市場規模をIRCで推計したところ、2010年は506億円、2015年には654億円となった。

図表-6 県内の住宅リフォーム市場規模



(注)住宅・土地統計調査、H18年増改築・改装等実態調査結果など各種資料を基にIRC推計

(1) 老朽化対応リフォーム

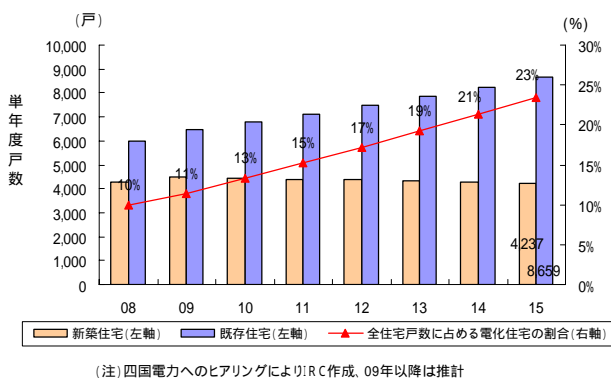
国土交通省が作成した住生活基本計画では、住宅総数に対するリフォームの実施率を2.4%(1999~2003年の平均)から2015年には5%に引き上げることを目標としている。これは、

リフォームを行う回数を、およそ 40 年に 1 回から 20 年に 1 回の頻度まで上げることを意味している。これらを参考に 2015 年までの需要を推計したところ、毎年 400 億円を超えるリフォーム需要が発生するという結果となった（1 件当たりの平均工事金額を 200 万円と仮定）。

（2）電化リフォーム

四国電力へのヒアリングなどをもとに、電化リフォーム（エコキュートと IH キッキングヒーターの設置を基本とし施工費も含む）の需要を推計した。今後、電化住宅戸数が 08 年度比 3% 増で推移し、全住宅に占める電化住宅の割合が 2015 年には 23% に達するとした場合、県内では 2010 年から 2015 年まで毎年 50～70 億円の需要が見込まれる（1 件当たりの平均工事金額を 80 万円と仮定）。なお、太陽光発電システムの設置もかなりのペースで増加していることから、これらも含めると省エネに関連したリフォームの潜在需要はさらに大きいとみられる。

図表-7 電化住宅普及戸数の推移（愛媛）

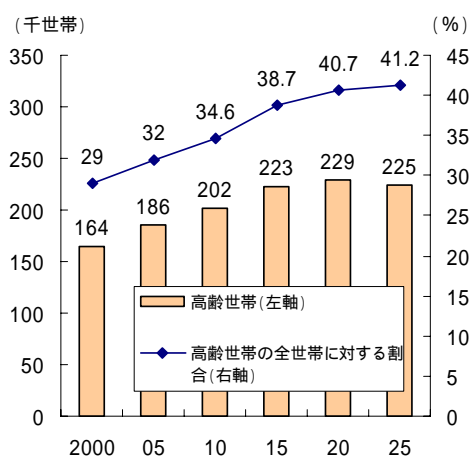


（3）高齢化対応リフォーム

国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、愛媛では 65 歳以上の高齢者がいる高齢世帯数は、05 年の 18 万 6 千世帯から 2025 年には 22 万 5 千世帯へと約 20% 増加すると推計されている。また、今後は在宅介護を受ける高齢者が増加していくため、バリアフリー改修工事のリフォーム需要も拡大が予想される。

2003 年時点で、持ち家に居住する世帯のうち、高齢者が居住する世帯において、屋内の段差の解消や浴室工事などの設備工事を行った世帯の割合は 16.1% であった。IRC では、今後このような高齢化対応リフォームを行う世帯の割合が徐々に上昇、2015 年には累計で 40% に達すると予測、また 1 件当たりの平均工事金額を 100 万円と仮定すると、2010 年から 2015 年までの間に毎年 50～100 億円の潜在需要が見込まれる。

図表-8 高齢世帯数の推移（愛媛）



(注) 国立社会保障・人口問題研究所推計

3. まとめ

以上みてきたように、住宅リフォーム事業は、既存業者も新たな柱と位置付けているほか、新たな参入業者も多く、今後の受注獲得競争はますます激しくなると思われる。しかしながら、住宅リフォーム業は住宅の長寿命化や中古市場の流通活性化などの動きとともに、市場拡大が予想される有望な産業である。リフォームの潜在需要を掘り起こしながら、多様化する顧客ニーズにどう対応していくか、今後の各社の攻めの取り組みに期待したい。

(山本 育矢)