

国土交通政策研究 第46号

# 住宅リフォーム市場の実態把握と 市場活性化に関する研究

2005年3月

国土交通省国土交通政策研究所  
主任研究官 長野 幸司  
主任研究官 奥原 崇  
前研究官 池田 清忠

## はじめに

少子高齢化や地球環境問題といった社会情勢、雇用や賃金体系に代表される経済構造の変化等を背景として、わが国の住宅市場は大きな転換期を迎えている。住宅の新設着工戸数が将来的に拡大する必然性は乏しいと考えられ、端的に言えば、今後わが国の住宅市場では、量重視から質重視へ、スクラップアンドビルドからサスティナビリティ(持続可能性)といった方向性がキーワードとなり、既存ストックの有効活用や循環が求められている。

ストック重視の方向性は政策的にも明確化されており、ストックの質的向上、住宅のライフサイクルコスト低減、多様化・高度化する消費者ニーズへの対応、住宅関連産業の景気・雇用対策といった市場における多くの課題を内包しつつ、今後市場の重点はストックにシフトが進むことが見込まれる。

この既存ストックの有効活用・循環にあたって『リフォーム』の担う役割は非常に大きく、良質な住宅ストックの形成、維持・管理、円滑な循環の促進という一連のプロセスにおいて『リフォーム』は欠くことのできない重要な要素となる。

そこで本研究では、この『リフォーム』に特化して着目し、リフォーム市場やリフォーム産業をとりまく環境等について、その実態の整理を行い、主に消費者動向、消費者の潜在意識等の視点から市場活性化の方向性に関して検討を行ったものである。

研究に当たっては、東京ガス(株)都市生活研究所に関わっていただき、大変貴重なアドバイスをいただくとともに、様々な面でご支援をいただいた。ここに心より感謝申し上げたい。

2005年3月

国土交通省 国土交通政策研究所  
主任研究官 長野 幸司  
主任研究官 奥原 崇  
前研究官 池田 清忠

## 要旨

本研究では、住宅市場の現況を概観し、住宅リフォームの特性や市場構造等住宅リフォーム市場の実態を整理するとともに、我が国における住宅リフォーム市場活性化の方向性を考察・検討している。

わが国の住宅事情は、戦後の住宅不足を背景とした大量供給を経て数量的には一応の充足は果たしているものの、質的に十分に国民の欲求を満たしているとはいえない状況にある。

このため、国民が多様な選択肢の中から、安心して無理のない負担でニーズにあった住宅の選択を行うことができる住宅市場の条件整備や、良質な住宅が供給・管理・流通する循環型住宅市場の環境整備が重要であり、これを促すプロセスにおいて、住宅リフォームは重要かつ不可欠な要素となっている。しかしながら、住宅リフォーム市場は未だ小規模にとどまっている。

住宅リフォームは、その内容が非常に多様でリフォーム内容に応じてそれぞれ専門の工事業者が多数存在するとともに、参入規制の低さから様々な業種・業態が入り混じっている。このため、住宅リフォーム市場は消費者にとって非常にわかりにくく、不透明な面が多い。また、住宅リフォームと関係の深い中古住宅の品質を明示する制度として住宅品質確保法の住宅性能表示制度があるが、その利用は伸び悩んでいる。

住宅リフォーム市場の活性化のためには、潜在的なものも含めた消費者が求める多様な需要動向を把握することが重要である。一方、住宅リフォーム市場の中心的役割を担う住宅リフォーム事業者について見ると、受注生産形態であるといった他の商品とは異なる特性を有するため住宅リフォーム事業者に対する消費者の関心は必然的に高くなるものの、住宅リフォーム市場の不透明性などにより、消費者の信頼感を十分に得ていない。このため、施工品質や費用の透明性の向上等による住宅リフォーム事業者の信頼性向上を図る必要がある。また、住宅性能保証や瑕疵保証といった消費者の立場にたったリスク回避体制の整備強化、住宅リフォーム関連情報の浸透促進が今後さらに望まれる。

良質な住宅ストックの形成のためには住宅の基本性能の維持・向上に着目した政策的な支援をすることが重要である。

キーワード：住宅市場、住宅リフォーム、多様性、信頼性向上、適切な情報提供

# The Home Renovation Market and Ways to stimulate it

## Abstract

The purpose of the study is to summarize the housing market, to present a realistic picture of the home renovation business and the market structure and to discuss and examine ways to stimulate the home renovation market in Japan.

The housing shortage in postwar Japan was addressed by a massive supply of housing. The housing stock is now quantitatively sufficient, although many people are not satisfied with the quality of the houses.

The housing market should be improved so that people can have a choice of housing that is affordable without facing excessive risks. The housing market should be more cyclical to ensure the supply, management and distribution of good-quality housing. Home renovation is an important and indispensable component to this process, and the market for home renovation, although still small, should be developed.

The home renovation industry is wide-ranging and there are many specialized companies and workers offering a range of services. Market entry is easy, and players are entering from many industries and businesses. Unfortunately, this makes the home renovation market difficult for consumers to understand. The Housing Performance Indication System, established from the Housing Quality Assurance Law as an indicator of well-renovated good-quality second-hand housing, is not popular yet.

A survey of consumer needs should be conducted to stimulate the home renovation market. Home renovation is a built- or made-to-order business, so consumers are interested in service providers and the quality of their services. Consumers do not fully trust these service providers due to the unclear nature of the home renovation market. More information on the type, quality and costs of the services should be provided to increase their credibility. The assurance of housing performance and a homeowner's warranty to protect consumers from risks should be improved and strengthened, and more information on home renovation should be provided to increase consumers' understanding.

Government support, focused on the maintenance and improvement of the basic performance of housing, is important to create good-quality housing stock.

**Key Words:** housing market, home renovation, diversity, improved reliability, offer adequate information

# 目 次

## 第1章 わが国の住宅市場の現況

1. 社会・経済情勢の変化	1
2. 現在の住宅事情	1
3. 中古住宅(既存ストック)の有効活用の必要性	4
(1) 中古住宅の流通状況	4
(2) 住宅リフォーム市場活性化	6

## 第2章 住宅リフォーム市場の実態

1. 住宅リフォームの特性	7
2. 住宅リフォームの市場構造	8
(1) 住宅リフォーム事業者	8
(2) 住宅リフォームの市場規模・需要規模	12
3. 住宅リフォーム市場をとりまく環境	13
(1) 住宅リフォームに関わる資金調達・金融	13
(2) 住宅の品質確保に関わる制度	15
(3) 税制	17
(4) その他	19

## 第3章 住宅リフォーム市場の課題と市場活性化の方向性

1. 消費者の求める住宅リフォーム内容	21
(1) 潜在需要の拡大・需要の多様化	21
(2) 住宅リフォームと他の消費財・サービス	23
2. 住宅リフォーム事業者と市場活性化	25
(1) 住宅リフォーム事業者の信頼性向上	25
(2) 信頼性向上の要素	27
3. 住宅リフォームに係るリスク回避の体制強化	29
4. 住宅リフォーム関連情報の浸透促進	30
5. まとめ	32
(1) 良質なストックの形成における住宅リフォームの意義	32
(2) マンションの大規模修繕	36
参考文献	37
参考資料 「住宅のリフォームに関する調査」及び調査結果	39

## 第 1 章

### わが国の住宅市場の現況

# 第1章 わが国の住宅市場の現況

## 1. 社会・経済情勢の変化

わが国の社会・経済情勢の変化とこれらが住宅市場に及ぼす影響について、まず整理を行う。社会情勢では、少子高齢化、地球環境問題、安全性へのニーズ、情報化の進展といった問題が、住宅市場に大きな関わりをもつものとして挙げられる。

まず人口・世帯構成の面では、少子高齢化の傾向が進行しており、2003年の出生率(合計特殊出生率)は1.29人<sup>1</sup>と過去最低を更新している。また、高齢者世帯の割合が2015年には約35%<sup>2</sup>に達すると推計され、特に住宅におけるバリアフリー化は今後一層求められる。また、地球環境という側面では、住宅の建設、使用・維持管理、解体といった各段階において廃棄物の抑制や再利用、省エネルギー性の向上、エネルギー・資源の有効活用、自然エネルギーの活用促進など、環境負荷の軽減が求められている。さらに、阪神・淡路大震災等の教訓や東海地方他で懸念されている大地震への警戒から、住宅の耐震対策が巷間叫ばれており、加えて、近年の治安悪化に対する防犯対策等も含め「安全かつ安心な住宅・住環境」という観点もますます重要視されている。そして、主にインターネットの急速な普及に伴い、消費者の情報収集能力が格段に上がり、消費者の価値観やニーズの多様化・高度化がますます進み、これは消費者の住宅そのもの或いは住生活に対する意識においても、そのまま反映されているものと考えられる。

経済構造についていえば、完全失業率が依然高水準にある中、企業におけるリストラ、終身雇用制や年功序列の賃金体系等といった既存の雇用環境等に変化が進むなどし、それらが住宅の取得や改善に対する消費者の投資マインドに及ぼす影響は少なからざるものと考えられる。

## 2. 現在の住宅事情

わが国の住宅事情に目を移すと、住宅の総数が総世帯数を上回ってから久しく、(1998年 総世帯数4,722万世帯に対し住宅総数5,387万戸住宅：図表-1)となっており、いわゆる「家余り」の傾向が続いている。最新の推計では、世帯数は2010年代半ばに約5,048万世帯に達するものの、これをピークとしてその後は減少に転ずるとされていることなどから(図表-2)、概ね住宅の総数としては充足した状態が今後も続くものと考えられる。

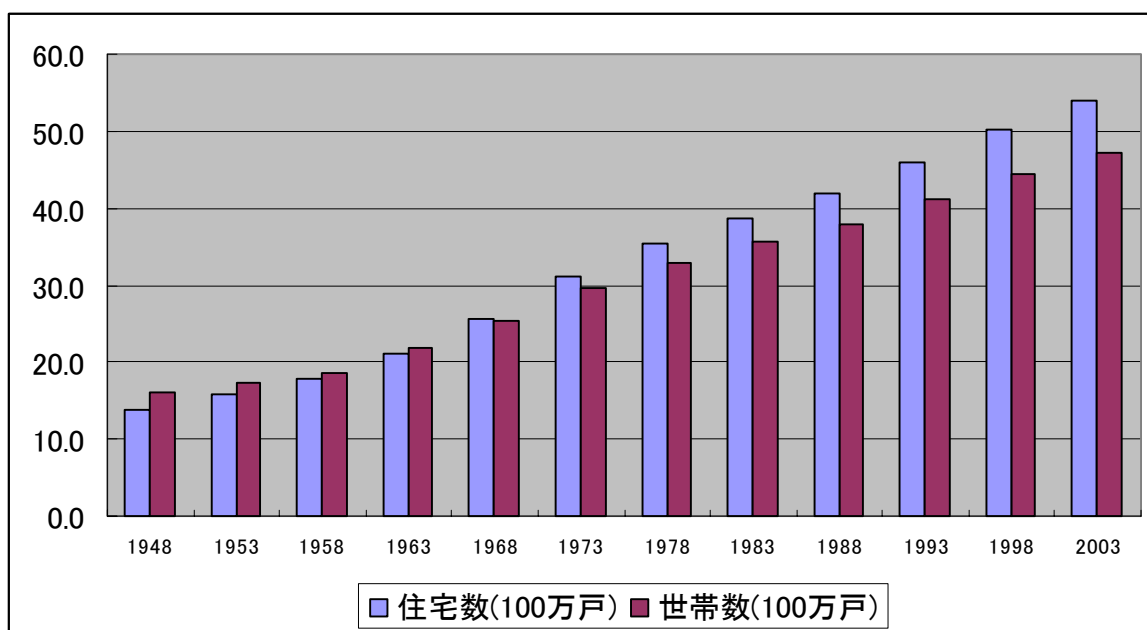
こうしてわが国の住宅は、戦後の住宅不足を背景とした住宅の大量供給を経て、現在数量的には一応の充足を果たしてきた。しかしながら、一方において個々の住宅事情を概観すると、これらの住宅ストックが質的に十分に国民の満足を得て、国民が全般的に豊かな住生活を送っているとは言えない状況がある。住宅そのものの老朽化はもとより、例えば高齢者の単身・夫婦世帯が比較的広い家に住んでいる一方で、子育て期の若いファミリー世帯が比較的狭い家に住んでいるといったように、個々の国民のニーズと住宅ストックとのミスマッチが生じている(図表-3)。

また、耐震性(図表-4)・バリアフリー(図表-5)・省エネルギー性といった性能・機能の面において多くの住宅ストックが未だ低いレベルにあることが分かる。

<sup>1</sup> 2004年6月 厚生労働省

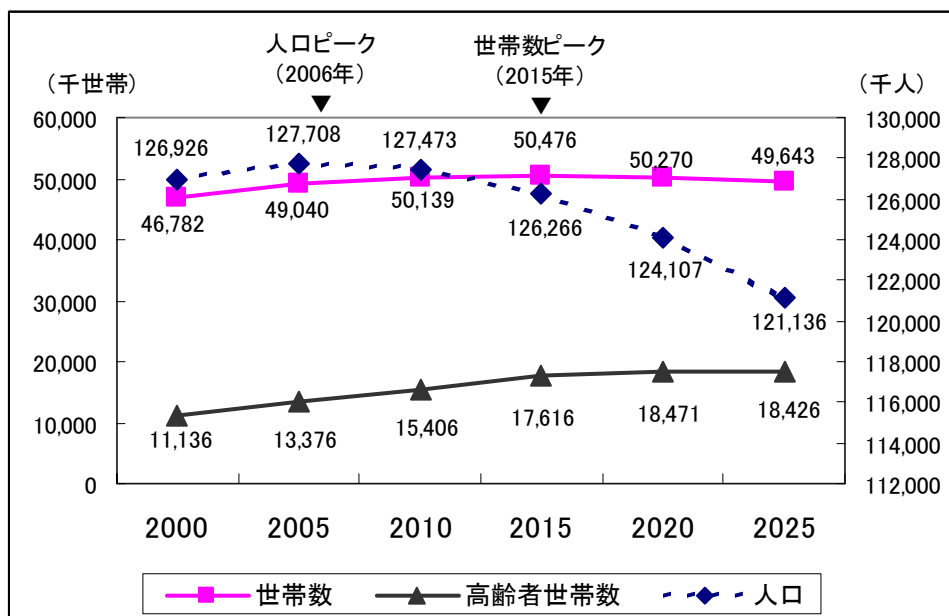
<sup>2</sup> 2003年10月 国立社会保障・人口問題研究所

図表-1 世帯数と住宅ストック



資料／住宅・土地統計調査(総務省)

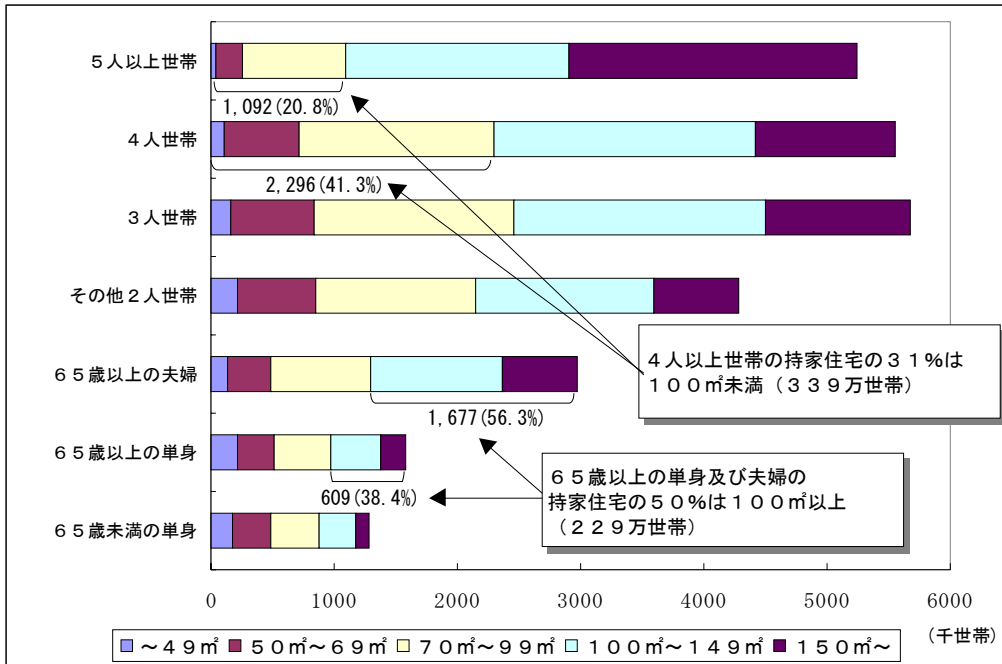
図表-2 世帯数の推移



資料／国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計人口(2003年10月推計)  
 ※高齢者世帯とは世帯主が65歳以上の世帯

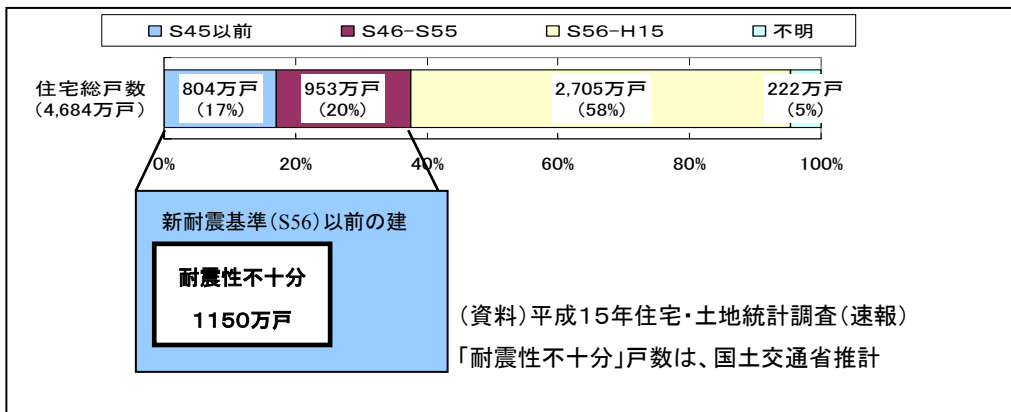


図表-3 住宅ストックとニーズのミスマッチ



資料/平成10年住宅・土地統計調査(総務省)

図表-4 ストックの耐震性



図表－5 バリアフリーの状況

		全て対応	どれか1つでも対応	高齢者のための設備等			どれも備えていない
				手すり(2カ所以上)	段差のない室内	廊下等が車椅子で通行可能な幅	
H15	全体	3.4%	27.9%	16.2%	15.0%	10.6%	72.1%
	持家	4.3%	34.1%	21.1%	17.6%	12.9%	65.9%
	借家	1.5%	14.3%	5.4%	9.3%	5.6%	85.7%

資料／平成10住宅需要実態調査(国土交通省)

### 3. 中古住宅(既存ストック)の有効活用の必要性

#### (1) 中古住宅の流通状況

新築を含めた全住宅の流通量に占める中古住宅の流通量の比率は、わが国はアメリカの1/7、イギリスの1/9程度(図表－6)となっている。これは、人口や世帯構成等<sup>3</sup>を考慮しても、わが国が欧米主要国に比べ中古住宅の流通量が極めて低いことを示しており、逆にわが国ではこれまで新設の着工割合が高く、スクラップアンドビルドの体質が非常に強いと言える。

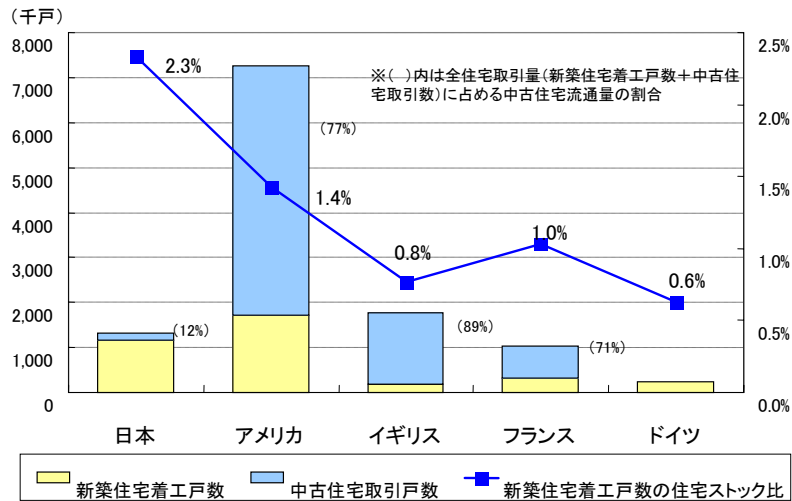
また、住宅投資に占める住宅リフォームの割合についても同様であり、一般的に住宅リフォーム市場が成熟していると言われるアメリカなどに比べ、わが国は低くなっている(図表－7)。

このようにわが国とアメリカやイギリスなどを比較してみると、こうした中古住宅が活発に流通する市場がベースとなって住宅リフォーム市場の活性化が促進されているとも、逆に住宅リフォーム市場が活性化されることが中古住宅の流通促進に寄与しているとも言えるであろう。

日本の中古住宅の流通量が相対的に少ないのは、例えば、中古住宅の流通が活発なアメリカにおいては、ライフステージやライフスタイルに合わせて積極的に住み替える(場所の移動を伴う)ことが一般的であるが、他方、わが国では土地への執着が強く、頻繁に住み替えを行っていないからだと言われているなど、こうした住宅そのものや住まい方に対する国民性や国民の意識、住宅の資産価値としての評価のされ方、躯体そのものの耐用度、中古住宅取得に関わる諸制度等の違い等がその要因として考えられる。もちろん、このような国によって様々な異なる面を単純に比較・言及はすることは困難ではあるが、少なくとも、これまでわが国においてストックの有効活用や循環(流通)が活発になされてきたとは言いがたい。

<sup>3</sup> 世帯数：日本 47,063 千人(2000年)[平成12年国勢調査報告(総務省)]、アメリカ 104,705 千世帯(2000年)[Census2000]、イギリス 24,375 千世帯(2002年)[Housing Statistics2002]、フランス(2002年)[INSEE ホームページ(<http://www.insee.fr/>)]、ドイツ 38456 千世帯(2001年)[STATISTISCHES JAHRBUCH2002]

図表一6 中古住宅取引量の国際比較



資料/日本:住宅着工統計、平成10年住宅土地統計調査

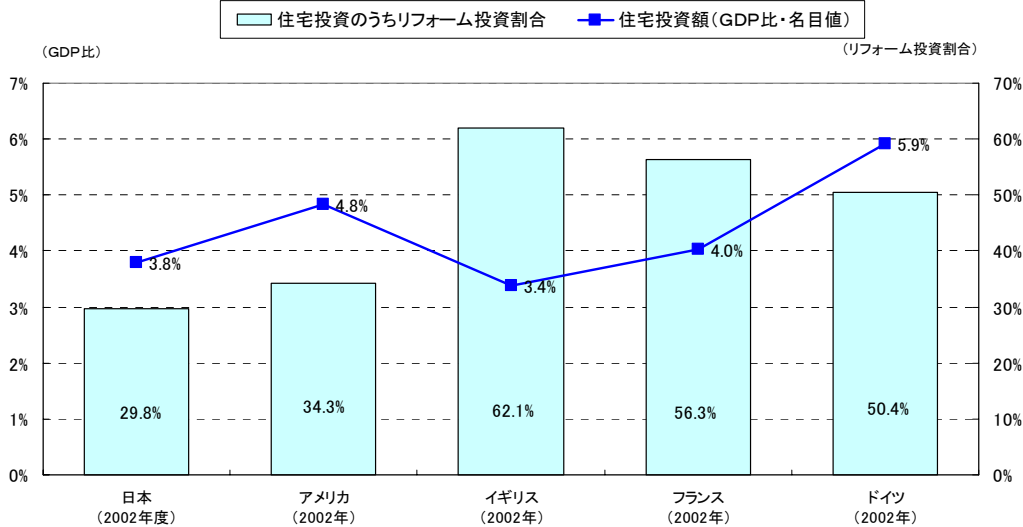
米国:Statistical Abstract of the U.S.2001

英国:Housing Statistics2002

仏国:Annuaire Statistique de la France edition 2002、  
公共事業・交通・住宅・海事省ホームページ  
(<http://www.equipement.gouv.fr/>)

独国:連邦統計局ホームページ  
(<http://www.destatis.de/>)

図表一7 住宅投資に占めるリフォームの割合



(資料)住宅投資のGDP比

日本:内閣府「国民経済計算年報平成16年版」

その他:National Accounts of OECD countries 2004

住宅投資のうちリフォーム投資割合

日本:(財)住宅リフォーム・紛争処理支援センターによる推計値

## (2)住宅リフォーム市場活性化

国民がそれぞれの価値観に基づき自らの努力に応じ良質な住宅を取得あるいは利用できるような環境を整えることや、地域の資産としての安全性の確保や美しい街並みなど良好な居住環境を形成することを通じて、国民の豊かな住生活を実現することは、住宅政策の基本理念として位置づけ得るものである。

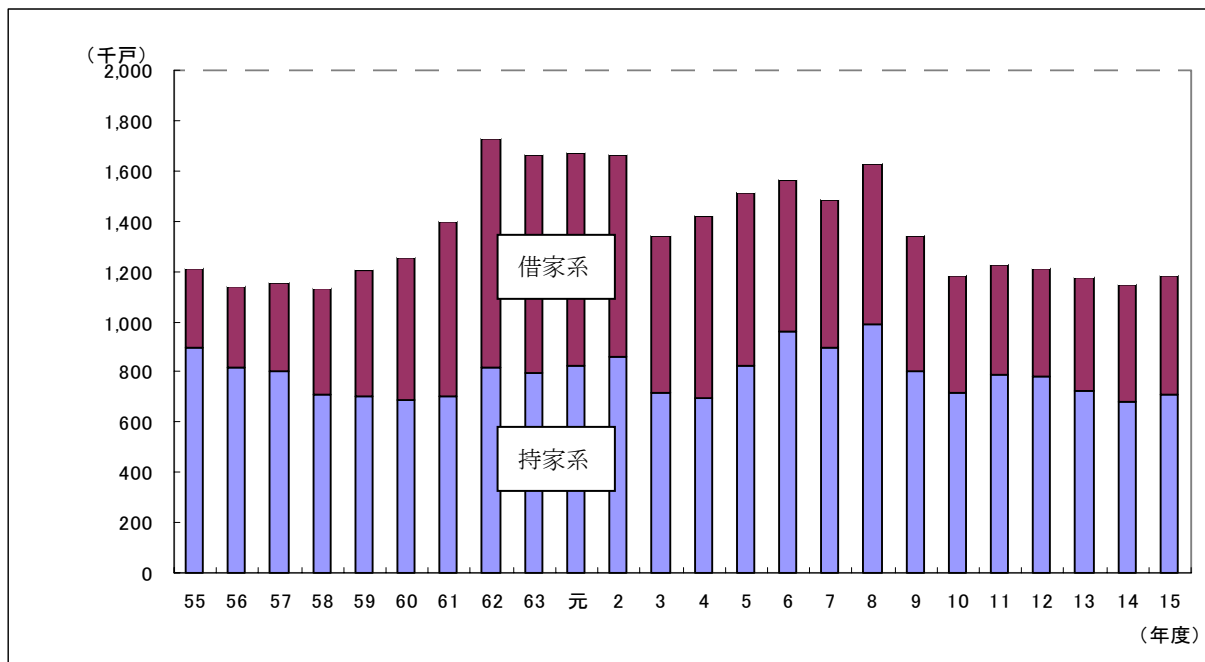
このような基本理念の下、国民の多様な選択枝の中から安心して無理のない負担でニーズに合った住宅の選択を行うことができる市場の条件整備、耐久性等に優れた良質な住宅が供給され、適切に管理され、円滑に流通する循環型住宅市場の環境整備等を目標として住宅政策を推進する必要がある。

社会・経済情勢の変化やわが国の住宅事情等、近年の新設住宅着工数の推移(図表-8)を併せて鑑みても、今後わが国で新設住宅着工が飛躍的に拡大する必然性は乏しいと考えられる。市場の注目もストックに集まってきており、大手の住宅会社や住宅建材・設備機器メーカーなどの動きも活発化しているように見うけられる。

こうした状況のもと、住宅ストックの質が維持・向上され、これが適切に評価され、円滑に売買されるよう、「住宅リフォーム」は重要かつ不可欠な要素であり、わが国で未だ小規模な住宅リフォーム市場の活性化の必要性・重要性があらためて認識される。

平成17年1月にとりまとめられた「住宅政策改革要綱～住宅政策の集中改革の道筋～」(国土交通省住宅局)においても、ストックの有効活用等の視点から、「中古住宅流通・住宅リフォームの推進」を主要課題の第一に掲げているところである。

図表-8 新設住宅着工戸数の推移



資料/住宅着工統計(国土交通省)

## 第 2 章

### 住宅リフォーム市場の実態

## 第2章 住宅リフォーム市場の実態

### 1. 住宅リフォームの特性

『住宅リフォーム』の概念は非常に幅広く、多岐にわたる。増改築や改装から、改修、補修、修繕、メンテナンス等まで、その大きな概念の中に包含され、これらを明確に定義づけてカテゴリー分けすることは非常に困難である。

規模の面而言えば、例えば、昨今テレビ番組や雑誌等マスコミで取り上げられて目にするような、まるで建替えたかと思えるほどのもの、「古民家の再生」などからイメージされるものなどから、新聞に折り込みされてくる住宅リフォーム事業者のチラシなどに掲載されている「網戸の張替え」や「水栓金具の取り替え」といった小規模なものまで多種多様なものが包含される。またリフォームする箇所は、当然住宅を構成する全ての部位が対象となり、便宜上、ここでは一般的な言葉で内容をカテゴリー分けするとすれば、内装・設備・屋根・外壁・構造(基礎)など、こちらも様々である。

さらに、住宅リフォームを行う場合、住宅の従前の老朽化の度合いや、個々の住宅そのものの仕様等が、当該リフォームに採用できる部材や施工の手に影響を与えるなど、同じような規模・内容のリフォームであっても、費用や施工品質は、決して一様なものとはならない。

図表-9 は、「住宅需要実態調査」においてカテゴライズされた工事内容である。ここにはいわゆる主要な住宅リフォームの内容はほとんどが網羅されていると思われるが、実際のリフォーム実施にあたっては、ここにある各工事内容の中でさらに内容が細分化されたり、規模が様々であったり、さらに一度のリフォームにおいて、この中の個々の内容が組み合わせられることも多い。

このように、住宅リフォームの特性としてその「多様性」が挙げられ、この多様性は、消費者に直接住宅リフォームを供給する住宅リフォーム事業者の業務の標準化・定型化を、総じて困難にしている。そして、これが価格や工期を消費者に対して予め明確に提示することを難しくしている面が大きく、事前に住宅リフォーム事業者が現場を調査してみなければ、最終的な見積りも明確にならない等、消費者にとっての住宅リフォームの不透明さ、曖昧さにつながっている。

図表-9 住宅リフォームの内容

台所・トイレ・浴室等の設備の改善、建具の取り替えを行った	46.2%
内装の模様替えをした(壁紙、天井、床の張り替えなど)	34.7%
屋根のふき替え、屋根・外壁の塗り替え等を行った	33.0%
間取りの変更、収納スペースの改善・増加を行った	19.5%
高齢者に配慮し、段差をとる、手すりをつけるなどした	9.4%
冷暖房設備を改善・設置した	4.5%
断熱工事、結露防止工事等を行った	2.8%
基礎・構造の補強を行った(耐震改修工事)	2.4%
防音、遮音工事を行った	0.9%
その他	4.5%

資料/平成15年住宅需要実態調査結果(速報)を基に作成

\* 最近の5年間に実施したリフォーム(増改築、模様替え、修繕など)の内容  
(複数回答)

## 2. 住宅リフォームの市場構造

### (1) 住宅リフォーム事業者

#### ① 住宅リフォーム事業者の種類

住宅リフォーム市場において、消費者に対する住宅リフォームの直接の供給者となる住宅リフォーム事業者についても、住宅リフォームの概念と同様、多種多様となっている。

仮に、消費者から直接住宅リフォームを請負う(元請する)業者を『住宅リフォーム事業者』と呼ぶとしても、はっきりとオーソライズされた定義はなく、業態として明確に確立されているとは言えない。ただし、住宅リフォームは多かれ少なかれ必ず建築・設備等の施工が伴うことから、その担い手としては、一般的な業種の呼称で言えば、工務店・住宅リフォーム専門会社(業者)<sup>1</sup>・ハウスメーカー・設備業や内装業等の各種専門工事業者等、何かしら住宅の建設・建築関連する業種が割合として多くを占めているのは間違いない。

また、市場には、図表-9(本章6P)の項目にあるような住宅リフォームの内容について、それぞれ専門に行う専門工事業者が多数存在している。それらの専門工事業者が直接消費者から住宅リフォームを請負った場合は、すなわちその事業者が『住宅リフォーム事業者』となる。要は消費者に対して住宅リフォームを直接請負うかどうかということが(消費者に対しての元請となるかが)『住宅リフォーム事業者』となるかどうかのメルクマールとなる。したがって、こうした住宅建設・建築関連業界の構造からすれば『住宅リフォーム事業者』の業種や業態が多岐に渡るのは当然のことと言える。

#### ② 住宅リフォーム事業者の業種構造

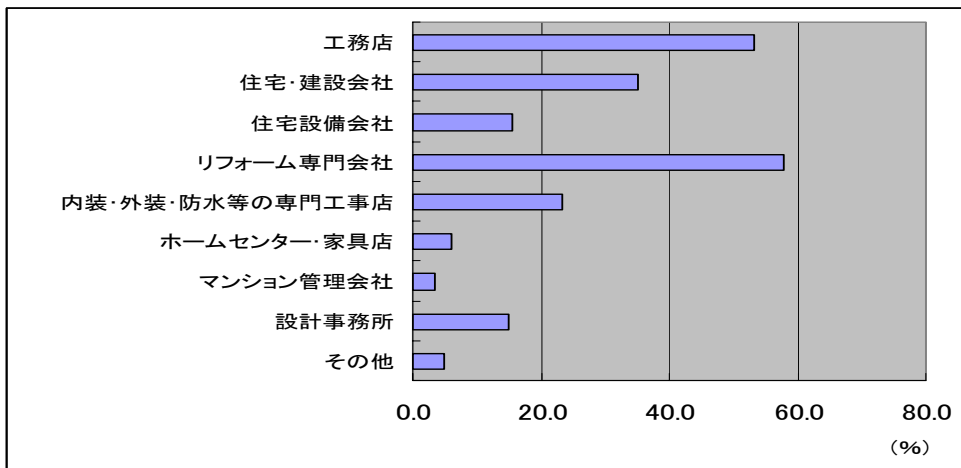
こうした市場構造の中で、近年では、住宅リフォームの需要やその成長性を見込んで、異業種からの参入も多く見られる。例えば、ホームセンターや百貨店といった大型小売業は店舗の圧倒的な集客力、また燃料販売業はプロパン等の燃料販売で繋がりをもつ多くの既存顧客、といったように、それぞれ元来の業種・業態としての既存の強みを活かしてこの住宅リフォームの需要を取り込もうとしているケースが多く見られる。

図表-10は、住宅リフォームを検討している消費者が実際にその依頼先として検討している住宅リフォーム事業者であり、消費者から見た一般的な住宅リフォーム事業者の種類が見てとれるが、イメージの上でも多様となっている。

---

<sup>1</sup>業種としての明確な基準、資格等はない。

図表－10 住宅リフォーム工事を依頼する業者



資料／住宅リフォーム潜在需要者の意識と行動に関する第2回調査報告書  
 (住宅リフォーム推進協議会)  
 ※調査対象:これから住宅リフォームを行おうと考えている需要者  
 ※3つ程度以内で回答

また図表－11 は、住宅リフォーム推進協議会が住宅リフォームの市場規模推計<sup>2</sup>を行うにあたって、実態調査のサンプリングを行った対象先とした「事業所・企業統計調査(総務省)」の日本標準産業分類における建設事業所である。市場における住宅リフォーム事業者の業種構成を示すひとつの目安として参考になるものとする。

図表－11 住宅リフォームに携わっている事業者の種類

「平成13年 事業所・企業統計調査」における産業分類(小分類)	構成比*
091 一般土木建築業	5.0%
095 建築工事業(木造建築工事業を除く)	8.5%
096 木造建築業	22.8%
101 大工工事業	7.0%
102 とび・大工・コンクリート工事業	3.0%
103 鉄骨・鉄筋工事業	2.2%
104 石工・れんが・タイル・ブロック工事業	1.4%
105 左官工事業	3.4%
106 屋根工事業	1.8%
107 板金・金物工事業	3.3%
108 塗装工事業	4.5%
10A 内装工事業	6.3%
11B その他の職別工事業	4.4%
111 電気工事業	10.7%
112 電気通信・信号装置工事業	1.4%
113 管工事業(さく井工事業を除く)	12.2%
119 その他の設備工事業	2.0%

資料／「住宅リフォーム市場規模の推計結果の概要」  
 (財)住宅リフォーム・紛争処理支援センター、住宅リフォーム推進協議会)

<sup>2</sup> 市場推計結果については本項でも後述。詳細は <http://www.j-reform.com/>参照。



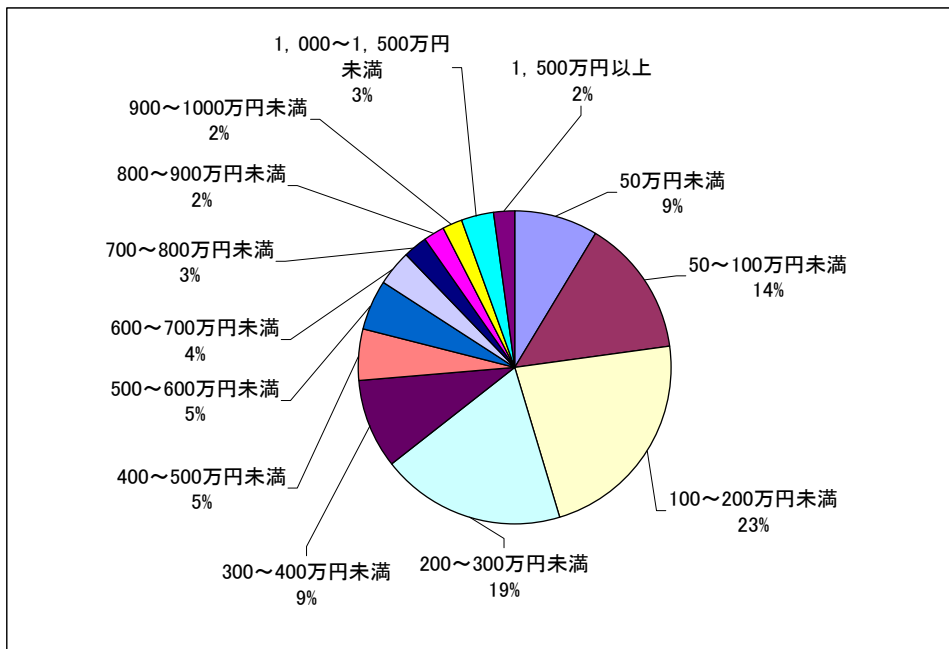
### ③ 参入障壁の低さ

以上のような住宅リフォーム事業者の業種構造の多様さは、住宅リフォーム事業の参入障壁が低く、様々な業種・業態の参入が比較的容易であることに起因している部分が大いなものと考えられる。

住宅リフォームを実施するにあたっては、よほど規模の大きな工事以外は特別な資格や許可が必要とされず、住宅リフォームの元請には必ずしも「建設業法」の許可を受けなくても参入可能となっている。これは建設業法で建設業許可が免除されている工事範囲が、建築一式工事では1500万円未満(または延べ床面積が150㎡未満の木造住宅)、それ以外の工事の場合は500万円未満となっている<sup>3</sup>ためであり、一般的な住宅リフォームの多くはこの1500万円、500万円という金額の範囲内に納まってしまうことになる(図表-12)。

このように建設業許可の取得は、住宅リフォーム事業への参入条件としては絶対不可欠なものではなく、このため建設業法許可を取得する際に必要な技術者のいない会社であっても、住宅リフォーム事業に参入しているケースも多々見られる。

図表-12 住宅リフォームの費用



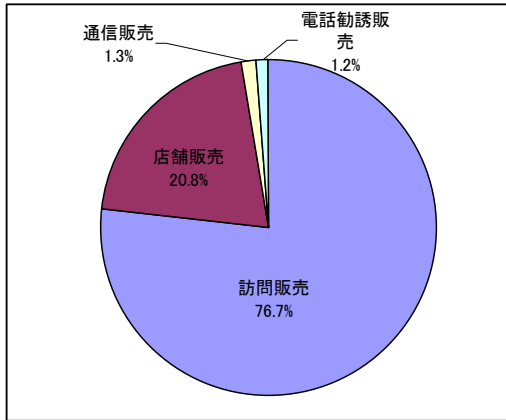
資料/住宅リフォームに関するモニターアンケート調査  
(国土交通省 国土交通政策研究所)

なお近年巷間では、いわゆる悪質な業者によるトラブルが一部社会問題化している。これは、一部の心無い悪質な業者の、主に訪問販売によるものが多く、強引な勧誘、法外な費用、劣悪な施工品質などがクレームの対象になっている(図表-13・14)。参入障壁の低さが、このひとつの要因になっている可能性も考えられる。別途後述するように、消費者が住宅リフォームを思い立った際に、消費者にとっては「どこの業者に依頼すべきか」ということが最も大きな懸念のひとつとなっており、消費者の立場からすれば、この悪質業者の

<sup>3</sup> 建設業法3条、同法施行令1条の2

問題は住宅リフォーム市場活性化を促す上での大きな障壁になってしまっているものと考えられる。

図表－13 悪質業者の種類



図表－14 訪問販売リフォームの苦情の内容

項目	内訳	構成比 (マルチカウント)
契約・解除	契約・約束の不履行、クーリングオフの回避、書面の交付がされない等	73.9%
販売方法	強引な勧誘、点検商法、虚偽説明等	55.7%
価格・料金	大半は高すぎるという苦情	25.5%
工事の質	雨漏り・塗装不良等が比較的多い	14.7%
クレーム処理	苦情を申し出たがその対応が納得できない等	9.4%

資料／「訪問販売によるリフォーム工事」に係る消費者トラブルの現状と被害防止のための方策(概要)  
(国民生活センター:2002年)

#### ④ 住宅リフォーム事業者の事業形態

この多種多様な住宅リフォーム事業者において、総売上に占める住宅リフォームの売上の割合も各々異なる。もちろん、専ら住宅リフォームに特化している事業者(一般的にリフォーム専門会社(業者)と呼ばれる事業者)もあるものの、一方で、例えば住宅リフォームの主な担い手である工務店について言えば、68%がいわゆる新築工事もリフォーム工事も請負っているという調査結果<sup>4</sup>があるように、元来の本業とリフォームを兼業しているケースが非常に多い。これは、工務店に限ったことではなく、例えば、前掲図表－10にある住宅リフォーム事業者の中で、いわゆるリフォーム専門会社(業者)以外は、多かれ少なかれ、いわゆる他に兼業している業務があると考えられる。

なお、ここでいう「兼業」には、前述の工務店の場合のように、元請としてリフォームと新築を兼業するというケースや、直接住宅建築には関係のない業務(例えばホームセンター等の流通業における物販業務)と住宅リフォームを兼業するといったケースの他に、請負形態として一つの事業者が元請と下請を兼業するというケースもある。これは、例えばリフォームは消費者から直接請負う一方で、新築工事は大手住宅会社や地場ビルダーといわれる事業者の下請に入って工事を請負ったり、或いは、現場によって、いわゆる協力業者間で、元請・下請の役割を分担したりするといった場合もあり、ひとつの住宅リフォーム事業者における元請と下請の比率も決して一様ではない。

ただし、事業者の元々の経営体質からして、一般的にはハウスメーカー、工務店、ゼネコンなどは元請の比率が高く、逆に専門工事業業者などは相対的に下請もやっている比率が高いと思われるが、これもあくまで個々の住宅リフォーム事業者によってケースバイケースである。

<sup>4</sup> 平成13年工務店経営実態調査(財団法人 住宅保証機構)

特に専門工事業者については、その元来の事業として、工務店や住宅会社等の下請として事業を行ってきているのが一般的であり、近年、新設住宅着工数の拡大が期待できず、工務店等の元請先からの発注量そのものや下請への発注コストの圧縮傾向等、厳しい状況に置かれつつある中で、企業としての生き残りを賭け、下請から脱却し、自らの技術力を活かして直接消費者から元請となる住宅リフォーム事業に進出するという動きにつながってきている。

これら専門工事業者に対し商材を供給してきた住宅建材メーカーや住宅設備機器メーカーにおいても、新設着工数に左右されない体質を築きたいという考えは同様である。彼らもメーカーブランドを前面に出した住宅リフォーム事業者のネットワーク等を組織し、こういった専門工事業者の住宅リフォーム事業の支援を行いながら、住宅リフォーム市場への商材供給の拡大を図ろうとする動きに繋がっている。

以上のように、主に多様性、曖昧性といった住宅リフォームの特性を背景に、住宅リフォーム市場には様々な業種・業態が入り混じり、複雑な構造を呈している。また、現状において非常に流動的な要素も多く、消費者にとって非常に分かりにくい面が多くなっている。

こうした状況において、住宅リフォーム事業者が、大手住宅会社や住宅設備メーカーなどが組織するネットワークに加わったり、自社の広告媒体等に取得した関連資格や肩書き等を羅列するといった動きは、消費者の認知度の高いブランドや客観的な資格等をバックボーンとして、消費者に対し信用や安心感を提供しようとする表れである。一方、住宅リフォーム事業者が自ら参集し、この業態の確立のため任意で全国的なネットワークを組織し<sup>5</sup>、憲章・倫理規定等を設けるなど、真摯に健全な業界の確立を目指して活動するという動きも既に見られている。

## (2)住宅リフォームの市場規模・需要規模

このように多様であり、構造も複雑な住宅リフォーム市場ではあるが、(財)住宅リフォーム・紛争処理支援センター<sup>6</sup>ではその市場規模を、狭義で約 5.4 兆円、広義で約 7.0 兆円(2003 年)と推計している(図表-15)。

また、これとは別途のアプローチにより、住宅リフォーム推進協議会<sup>7</sup>では、住宅リフォーム事業者に対するアンケート調査をもとに市場規模の推計を行っており、こちらの推計結果(2003 年)は、約 6.8 兆円<sup>8</sup>となっている。

---

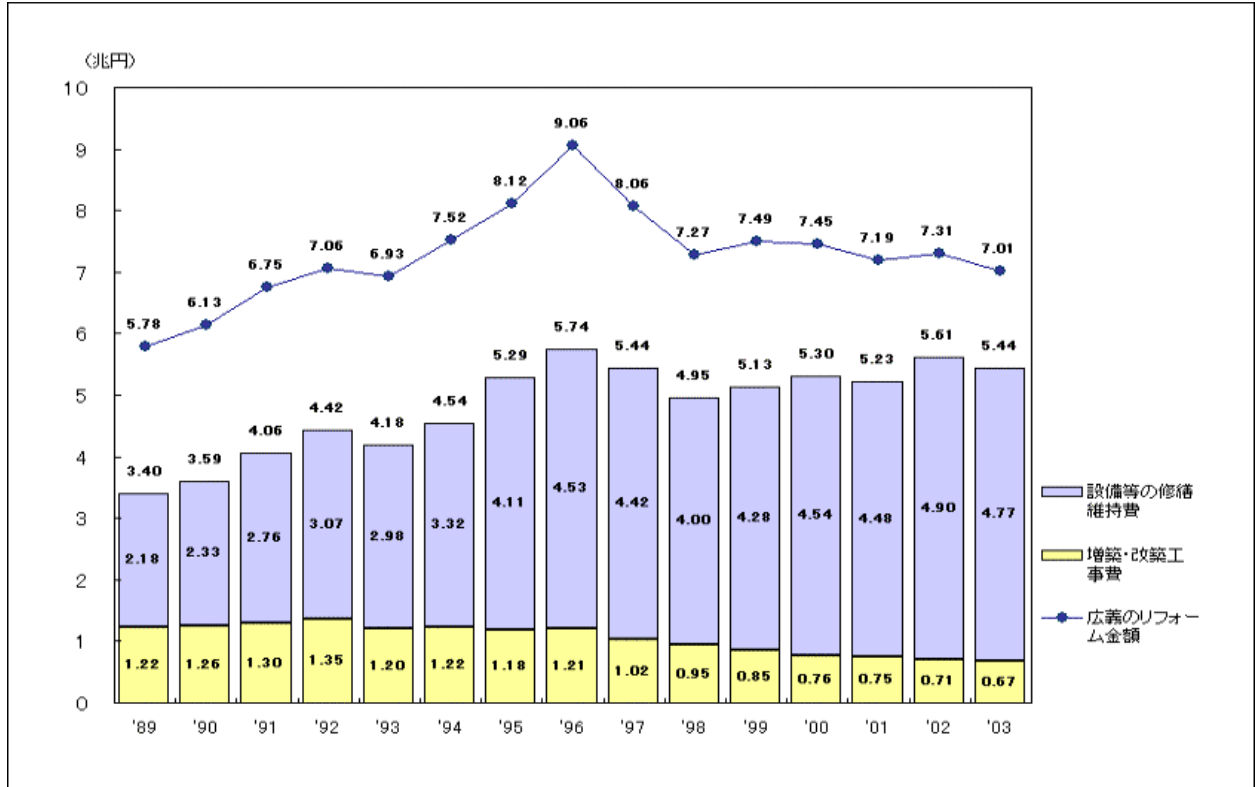
<sup>5</sup> 参照：有限責任中間法人 日本増改築産業協会 <http://www.jerco.gr.jp/info.html>

<sup>6</sup> 参照：(財)住宅リフォーム・紛争処理支援センター ホームページ <http://www.chord.or.jp/>

<sup>7</sup> 参照：住宅リフォーム推進協議会 ホームページ <http://www.j-reform.com/>

<sup>8</sup> 平成 15 年度住宅リフォーム統計調査 ((財)住宅リフォーム・紛争処理支援センター、住宅リフォーム推進協議会)

図表－15 住宅リフォームの市場規模推計



- \*①推計した市場規模には、分譲マンションの大規模修繕等、共用部分のリフォーム、賃貸住宅所有者による賃貸住宅の外構等のエクステリア工事は含まれていない。
- ②「広義の市場規模」とは、住宅着工統計上「新設住宅」に計上される増築、改築工事と、エアコンや家具等のリフォームに関連する家庭用耐久消費財、インテリア商品等の購入費を含めた金額を言う。
- ③棒グラフは「狭義のリフォーム市場規模」、折れ線グラフは「広義のリフォーム市場規模」を表す。
- ④本市場規模は、「建築着工統計」(国土交通省)、「家計調査年報」(総務省)、「全国人口・世帯数・人口動態表」(総務省)等により、(財)住宅リフォーム・紛争処理支援センターが推計したものである。

なお繰り返し述べてきたように、住宅リフォームの概念や市場構造等の多様性、構造の複雑さといった特性から、住宅リフォーム市場や需要の実態や動向について明確にオンラインライズし、数量的に厳密に網羅的に把握できるといった性質のものではない。従ってこれらの市場や需要については、上記の市場規模推計も含め、各々対象となる住宅リフォームの定義づけすることで、現状では様々な捉え方がなされている。

### 3. 住宅リフォーム市場をとりまく環境

#### (1) 住宅リフォームに関わる資金調達・金融

消費者にとって、通常住宅は人生において最も高額な買い物であり、規模の違いはあるとはいえ、一般的に住宅リフォームも高額な買い物であることには違いなく、その資金調達は重要な要素となる。

住宅リフォームに関する金融商品として、公的なものでは住宅金融公庫のリフォームローンが代表的な融資制度としてあり、民間においても、銀行や信販会社などがこの住宅リフォーム市場を狙い、融資やクレジット等の商品化を行っている。(図表－18)

しかし実態としては、住宅リフォームが住宅の新築や購入の場合と比べて相対的に単価が低いこともあってか、自己資金にて賄う比率が非常に高い(図表-16・17)。現状においては手持ちの資金で可能な範囲のリフォームを行うというケースが多いようであり、現在のところ、これら融資等の資金調達手段の充実は、住宅リフォーム実施を促すインセンティブとしてそれほど大きいとはいえないようである。

ただし少なくとも消費者の潜在意識において、資金調達に対する関心の大きさは根強い面も見うけられる(図表-19)。また次章にて言及しているとおり、今後住宅ストックの充実を図る上で、耐震や省エネルギーなど、特に政策的に誘導すべき社会的有益性の高い住宅リフォームの促進が必要とされるという観点からすれば、これからの住宅リフォームは、現状の市場で一般的に行われている住宅リフォームと比べて規模や費用が相対的に大きくなることを見込まれる。よって、住宅リフォームの供給拡大を図るにあたっては、このような資金調達の手段の重要性が高まる可能性が十分に考えられる。

図表-16 自己資金率(平均)

	平成5年	平成10年
新築	47.8%	43.5%
分譲購入	42.1%	30.5%
中古購入	45.4%	45.1%
増改築	86.1%	88.8%
建替え	55.0%	53.7%

資料／住宅需要実態調査(国土交通省)を基に作成  
\*ここでは増改築を「リフォーム」とみなす

図表-17 借入金がない人の割合

	平成5年	平成10年
新築	24.2%	13.4%
分譲購入	19.4%	5.0%
中古購入	26.3%	18.1%
増改築	70.3%	72.7%
建替え	29.8%	21.8%

資料／住宅需要実態調査(国土交通省)を基に作成  
\*ここでは増改築を「リフォーム」とみなす

図表－18 住宅リフォームに関する融資等の概要

融資の種類		主な特徴
公的融資	住宅金融公庫融資	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 融資額＝基本融資額(最高 1000 万円)＋特別加算額(最高 200 万円)＋債権加算額(最高 480 万円)＋郵貯加算額(100 万円)</li> <li>・ 融資額の限度は工事費の 80%。</li> <li>※基本融資額は工事の内容によって違う。</li> <li>・ バリアフリー、省エネルギー、耐震改修の各工事に優遇金利優遇あり。</li> </ul>
	年金住宅融資	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 厚生年金・国民年金に通算 3 年以上加入している人が利用可。</li> <li>・ 各年金の加入期間により融資額は異なる。</li> </ul>
	財形融資	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 一般財形貯蓄・財形年金貯蓄・財形住宅貯蓄のいずれかを 1 年以上続け、その残高が 50 万円以上ある人。</li> <li>・ 融資限度額は財形貯蓄残高の 10 倍(4000 万円が限度)で、工事費の 80% が限度。</li> </ul>
民間	銀行融資	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 融資限度額や融資条件は各銀行によって個別に設定されている。</li> <li>・ 消費者個人と銀行との取引状況によって金利が優遇されるケースも多い。</li> </ul>
	ノンバンク	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 一般的に、信販会社などが提携(代理店化)する住宅リフォーム事業者を通じて行う分割払い。</li> <li>・ 手続き・審査等が簡易なケースが多い。</li> </ul>

\* 上記公的融資に関する融資の条件、最新の金利等については、<http://www.jyukou.go.jp/>等参照。

図表－19 リフォームを検討する条件

自己資金のみ、又は借入できる程の預貯金がたまれば	46.2%
現在の住宅ローンの返済が概ね終われば	30.6%
税制・融資・補助等の行政による支援があれば	14.6%
住宅の資産価値に適切に反映されるようになれば	10.3%
相談に乗ってくれる専門家がいれば	4.0%
信頼できる良い業者が見つければ	8.4%
リフォームを検討するのに必要な情報提供があれば	9.8%
工事に欠陥があった場合のトラブル解決方法があれば	5.8%
その他	1.6%

資料／住宅リフォームに関するモニターアンケート調査より  
(国土交通省 国土交通政策研究所)

\* 住宅改善について、現状は「さしあたり何も考えていない」と回答した人

## (2)住宅の品質確保に関わる制度

### ① 住宅性能表示制度

住宅の品質に対する消費者の安心を担保する制度として、平成 12 年に施行された品確法(住宅の品質確保の促進等に関する法律)に基づき、住宅の様々な性能を消費者にとって分かりやすく表示する「性能表示制度」が制定された。当初この制度は新築住宅のみ対象となっていたが、平成 14 年から住宅リフォームと深く関係する既存(中古)住宅を対象とした制度もスタートしている。

これは、住宅の適切な維持管理・リフォームの促進を図るため、住まいの痛み具合など住宅の現況を適時・適切に把握することを目的としており、具体的には、例えば、リフォームする前に、第三者である指定の住宅性能評価機関に住宅の痛み具合を検査してもらい、

適切な住宅リフォームを可能にする、或いはこれによって、住宅リフォーム後の状況を確認するといった活用が考えられている。

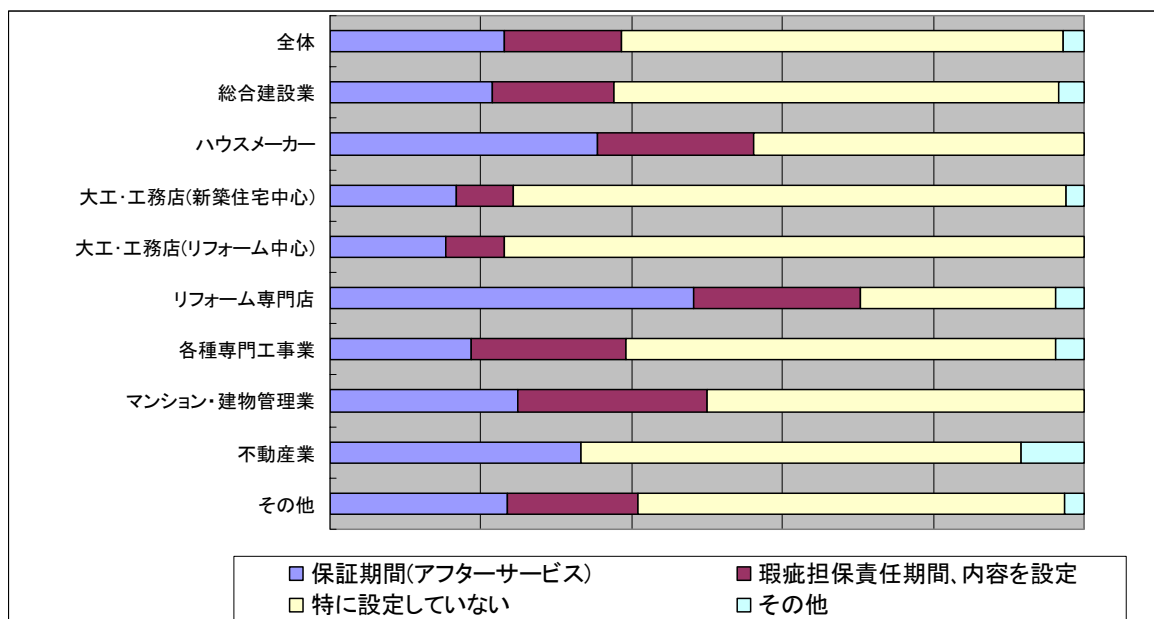
しかし、新築の場合は着実に本制度の利用実績が伸びている一方で、既存(中古)住宅では利用が伸び悩んでいる<sup>9</sup>。一層の利用促進策が必要であろう。

## ② 瑕疵担保責任・住宅性能保証制度

設計施工上の不備により物件に不具合が生じた場合に、売り主が買い主に対して負う責任が瑕疵担保責任である。新築住宅においては、上記の品確法に基づいて10年間の瑕疵担保(基本構造部分のみ)が法的に明確に義務付けられたものの、中古住宅や住宅リフォームについては適用外となっている。消費者の品質に対する意識が高まる中、住宅リフォームにおいても、事業者が独自でアフターサービスの一環として、保証基準や瑕疵担保責任期間等の設定等を行っているケースもある。しかし全体的には決して多くなく、その保証内容や保証期間は事業者によって様々である。(図表-20・21)

また、公的機関の保証としては、(財)住宅保証機構の住宅性能保証制度があり、その中に、一定の条件<sup>10</sup>を満たした場合の住宅リフォームも含まれているが、この条件は現状の住宅リフォームの実態に必ずしもマッチしているとは言えない面が見うけられる。ちなみに同制度では、中古住宅そのものを対象とした保証も行っているが、中古住宅の性質上、保証期間は5年となっている。

図表-20 保証基準(アフターサービス基準)や瑕疵担保責任期間等の設定状況

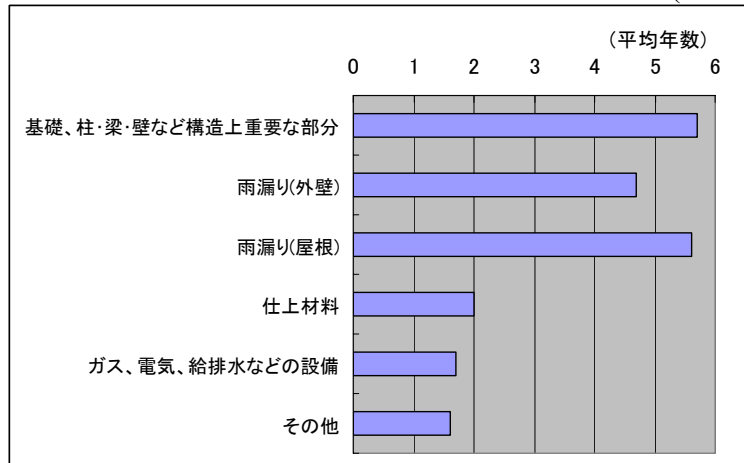


資料/住宅リフォーム工事保証に関する実態調査(平成14年)  
((財)住宅保証機構・(財)ベターリビング)

<sup>9</sup>既存住宅の交付367戸(平成14年12月から16年11月までの累計)。一方、新築の場合は、設計住宅性能評価の交付412,034戸、建設住宅性能評価の交付200,830戸。(平成12年10月から平成16年11月までの累計)

<sup>10</sup>規模の条件…面積が10㎡以上・工事費500万円以上、工事内容の条件…基礎の新設・居住の用途を含む。

図表－21 保証基準又は瑕疵担保責任期間の平均期間(部位別)



資料／住宅リフォーム工事保証に関する実態調査(平成 14 年)  
((財)住宅保証機構・(財)ベターリビング)

### (3) 税制

住宅ローン減税や住宅取得資金の贈与に関わる特例措置などにおいては、一定の基準を満たす住宅リフォーム(増改築)がその対象となっている(図表－22)。

これについても融資等の場合と同様、住宅リフォームに費やされる実質的な費用の問題を考えると、新築に比べた場合の相対的な費用の低さや自己資金比率の高さ等から、現状ではそれほど大きなインセンティブにはなっていないように思われる(図表－23)ものの、「今後住宅リフォームを検討している人」が、行政に期待する支援策として税制を挙げる割合が多いなど(図表－24)、潜在的なニーズとして見うけられる面もある。

融資の場合と同様、今後の社会的有益性の高い住宅リフォームの促進を考えた場合には、主要な政策的誘導手段として、大きな意味をもつものと考えられる。

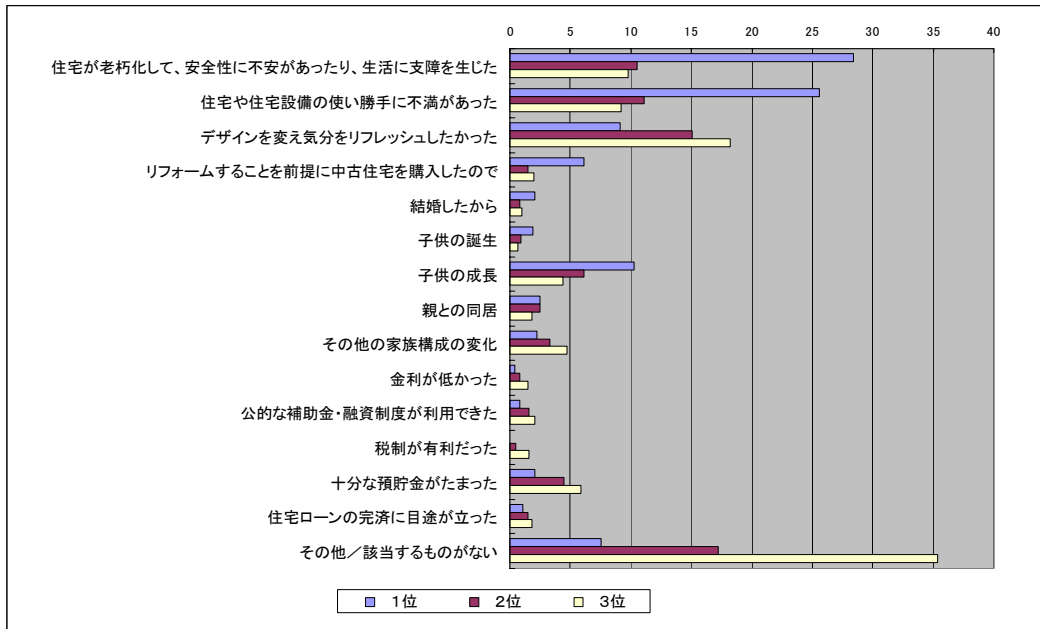


図表-22 住宅リフォーム関連税制

関連税制	概要
住宅ローン減税	<ul style="list-style-type: none"> <li>返済期間10年以上の住宅ローンを組んで新築・取得・増改築(リフォーム)をした場合、居住の年から10年間にわたり、ローン残高の0.5~1%(*)を所得税額から控除。</li> <li>※平成17年度の場合 控除率 1~8年目:1.0% 9,10年目:0.5%</li> <li>控除対象限度額 4,000万円 最大控除額 360万円</li> <li>対象となる住宅リフォーム:工事費用100万円以上・工事後の床面積50㎡以上・一定の耐震改修工事,大規模修繕等</li> </ul>
住宅取得資金の特例	<ul style="list-style-type: none"> <li>親又は祖父母から住宅取得資金の贈与を受けた場合、1500万円までの部分について特例の税額計算を行い、贈与額が550万円までは非課税となる。(平成17年12月31日まで)</li> <li>対象となるリフォーム:工事費1000万円以上又は床面積の増加が50㎡以上の工事</li> </ul>
相続時精算課税制度	<ul style="list-style-type: none"> <li>相続税・贈与税の一体化措置として創設された制度であり、生前贈与した額を申告し相続時に精算するもので、住宅取得資金贈与には特例が設けられ、通常非課税枠2500万円に住宅取得特別控除額1000万円を上乗せ。(3500万円まで非課税:平成17年12月31日まで)</li> <li>対象となるリフォーム:工事費100万円以上・工事後の床面積50㎡以上</li> </ul>

(平成17年2月現在)

図表-23 リフォームに踏み切った要因



資料/住宅リフォームに関するモニターアンケート調査  
 (国土交通省 国土交通政策研究所)  
 ※現在の住まいのリフォームを実施したことがある人

図表－24 行政に期待する支援策

リフォーム工事に対する税制による支援	42.6%
リフォーム工事に対する補助金制度	45.9%
長期・低利の公的な融資制度	22.5%
リフォーム工事を検査・評価する仕組みの整備	20.7%
リフォーム工事の内容・種類に関する情報提供	17.1%
リフォーム工事業者に関する情報提供	25.9%
リフォーム工事に対する保証制度の整備	26.7%
リフォーム業者とのトラブル発生時の紛争処理機関	25.8%
悪質業者の取締り	36.1%
その他	0.4%
特になし	22.4%

資料／住宅リフォームに関するモニターアンケート調査  
(国土交通省 国土交通政策研究所)

※リフォームについて「具体的に計画」或いは「具体的ではないが考えている」と回答した人

#### (4)その他

上記のほか、住宅リフォームに関わる資金面の公的な制度としては、介護保険<sup>11</sup>における住宅改修費用の給付制度や自治体独自の補助・助成等がある。内容としては、介護保険はもちろんのこと、耐震、高齢者配慮、環境配慮といった社会的有益性に資することを目的としている。

しかしこうした制度がありながら、消費者に十分に活用されていない状況も見うけられ、特に昨今大きな問題として捉えられている耐震性能についても、多くの自治体はその診断や改修に補助等を設けているものの<sup>12</sup>、その利用が低迷しており、まずもって、これらの消費者への啓蒙・浸透が今後さらに望まれる。

以上、いくつかの角度から住宅リフォーム業界の実態を整理してきたが、住宅リフォーム市場は、成長が見込まれ注目が集まっている市場だと言われ既に久しいものの、依然として混沌とした部分が未だ多く見うけられる。特に、住まい手(消費者)の立場から見た時に、曖昧であったり不透明であったりする要素がまだまだ多い。

<sup>11</sup> 手すりの取付け、段差解消などの住宅改修費が保険給付の対象となっており、支給限度額(20万円)であれば改修費用のうち1割自己負担となり、9割が還付される。

<sup>12</sup> 耐震診断の補助 338 市区町村、耐震改修の補助 169 市区町村 (平成 15 年 12 月 1 日現在：(財)日本建築防災協会)、また、都道府県レベルで耐震改修の補助制度があるのは 11 府県(平成 15 年 12 月時点)



## 第 3 章

### 住宅リフォーム市場の課題と市場活性化の方向性

### 第3章 住宅リフォーム市場の課題と市場活性化の方向性

これまで、1章ではわが国の住宅市場の現況について、2章では住宅リフォーム市場をとりまく環境等の実態について整理を行ってきた。本章では、これら住宅リフォーム市場に関わる現況や実態を踏まえた上で、主に消費者の視点に立って、今後の住宅リフォーム市場の活性化の方向性及び課題について考察を行う。

一般的に住宅リフォームに対する消費者の潜在ニーズが高まりつつあると言われるが、一方で、前章でも言及したように、消費者にとって未だ住宅リフォームそのものや住宅リフォーム事業者が色々な意味で分かりにくく、その有益性や効果について消費者に的確にイメージされず、住宅リフォームの検討や実施の阻害要因となっているように見られる部分も多い。

住宅リフォームの需要をさらに促し、市場を活性化させるために重要と考えられる以下の論点について検討する。

1. 消費者の求める住宅リフォーム内容
2. 住宅リフォーム事業者の信頼性向上
3. リスク回避の体制強化
4. 住宅リフォーム関連情報の浸透促進

#### 1. 消費者の求める住宅リフォーム内容

##### (1) 潜在需要の拡大・需要の多様化

住宅需要実態調査によれば、住宅リフォームの検討者は5年前に比べて、他の住宅改善の検討には見られない大きな伸びを見せている(図表-25)。また、対象を持ち家居住者に限ったモニター調査においても、消費者の住宅リフォームに対する意識の高さが目立っており、昨今の各種マスコミの取扱いや、インターネットによる情報量の拡大等を背景として、潜在的な需要が拡大していることが伺われる(図表-26)。

しかし前章にあるように住宅リフォームの市場規模の推計値が、必ずしも大きな伸びを示していないことを見ると、こうした消費者の住宅リフォームに対する意識がそのまま需要として顕在化されていない部分が少なからずある可能性が考えられる。

図表-25 リフォームの内容

住み替え・改善意向の内容	H15年	前回(H10年)比
リフォーム(増改築・模様替え・修繕など)を行う	37.0%	+13.1%
家を購入する	23.2%	+2.9%
家を借りる	15.8%	+5.7%
家を新築する	10.3%	-3.3%
家を建替える	8.6%	-5.0%

資料/平成15年住宅需要実態調査結果(速報)を基に作成

\* 最近の5年間に実施したリフォーム(増改築、模様替え、修繕など)の内容(複数回答)

図表－26 住宅改善の意向 (%)

現在の住宅を建替える	10.5
現在の住宅をリフォームする	61.5
別の場所に住宅を新築する	11.2
新築分譲住宅(一戸建)を購入する	5.3
新築分譲住宅(マンション)を購入する	5.1
中古住宅(一戸建)を購入する	1.8
中古住宅(マンション)を購入する	1.9
賃貸住宅に移り住む	0.9

資料／住宅リフォームに関するモニターアンケート調査  
(国土交通省 国土交通政策研究所)

図表－27 は、現在居住している住宅を一度リフォームした人の動向を築年数(住宅の経年)別に見たものであるが、例えば築16年～20年が壁・床・天井など内装の模様替え等のピークとなり、その前後の期間がこれに準じており、かたや台所や浴室といった水まわりの設備等については、築21年～25年にリフォームを行っているケースが多いといった傾向がみてとれる。また、図表－28 は、現在住宅リフォームを具体的に計画したり検討したりしている人について、同じように見たものであるが、こちらは築年数に対し、実際にリフォームを行った人よりも、全般的に前倒しして考えている傾向がみられた。

図表－29 は、住宅リフォームを実施した人の「リフォームを検討するに至った動機」であるが、「住宅が老朽化して安全性に不安があったり生活に支障をきたした」「住宅やその設備の使い勝手に不満があった」「デザインを変え気分をリフレッシュしたかった」といった理由が上位を占めている。

これらは一つの例ではあるが、こうした消費者意識の変化や動向について今後さらに深く掘下げ、多様な消費者の価値観やニーズに即した情報の提供やコーディネート等の促進等が、供給者側のマーケティングや住宅政策の推進の際に求められる。

図表－27 リフォームの実施内容と築年数

	築年数												
	全体(N)	5年以内	6年～10年	11年～15年	16年～20年	21年～25年	26年～30年	31年～35年	36年～40年	41年～45年	46年～50年	51年以上	
全体	460	3.2	9.6	17.2	24.0	19.8	12.6	9.6	1.0	1.5	0.8	0.8	
増築(住宅の床面積を増加させる工事)	76	3.5	10.3	7.7	16.9	17.1	23.9	16.1	2.0	2.0	0.0	0.6	
改築(住宅の一部を取り壊して改めて住宅部分を建築する工事)	61	2.6	5.8	7.4	7.0	27.7	16.1	19.1	3.3	5.9	1.8	3.3	
壁、天井、床など内装の模様替え、張替え、デザイン変更	215	1.4	5.9	17.0	24.8	21.2	14.5	10.0	0.5	3.2	0.5	0.9	
壁の位置を変更するなど、間取りの変更	57	2.4	9.1	19.5	19.4	15.6	19.6	11.0	0.0	3.5	0.0	0.0	
収納スペースの改善、増加	52	4.3	6.4	23.4	12.3	21.9	17.0	9.0	1.7	3.8	0.0	0.0	
台所、浴室、洗面所、トイレ等の設備の改善	144	2.8	2.8	9.3	16.0	30.5	15.6	18.2	0.8	3.2	0.0	0.8	
冷暖房・給湯設備の改善、設置	50	0.9	4.8	18.1	16.7	24.5	20.8	7.0	0.0	7.0	0.0	0.0	
屋根の葺き替え、外壁などの塗り替え	143	0.0	8.1	19.9	29.0	16.9	14.1	5.6	0.0	2.9	2.5	1.1	
防音工事	13	3.5	0.0	24.2	24.0	12.1	12.1	24.2	0.0	0.0	0.0	0.0	
防犯工事	7	0.0	15.6	15.6	15.6	15.6	22.2	15.6	0.0	0.0	0.0	0.0	
断熱・省エネ工事(窓・サッシ等の改良、断熱材の設置)	25	8.1	17.1	6.2	16.9	6.2	18.7	20.5	0.0	6.2	0.0	0.0	
段差の解消や手すりの取り付けなどの高齢者への対応	12	0.0	21.3	12.5	19.8	8.8	25.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	
耐震性向上のための基礎補強	6	0.0	0.0	0.0	25.0	24.9	50.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	

資料／住宅リフォームに関するモニターアンケート調査  
(国土交通省 国土交通政策研究所)

※対象：現在の住居にて一度リフォーム実施したと回答した人

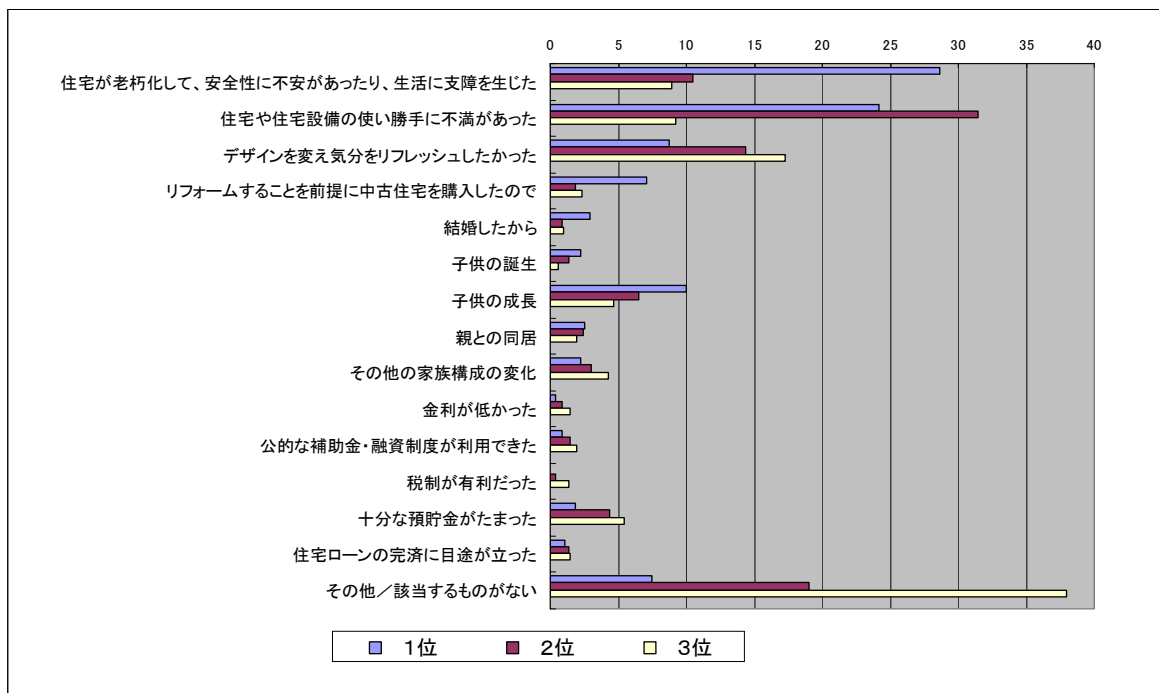
図表-28 リフォームの検討内容と築年数

	築年数											
	全体 (N)	5年以内	6年～10年	11年～15年	16年～20年	21年～25年	26年～30年	31年～35年	36年～40年	41年～45年	46年～50年	51年以上
全体	509	9.4	19.0	16.0	17.3	14.9	11.5	6.4	3.2	0.5	0.5	1.2
増築(住宅の床面積を増加させる工事)	45	11.5	26.9	20.3	6.9	20.6	7.9	0.0	3.4	0.0	0.0	2.4
改築(住宅の一部を取り壊して改めて住宅部分を建築する工事)	96	4.9	17.1	10.8	18.0	19.3	10.9	6.5	5.6	0.0	1.6	5.3
壁、天井、床など内装の模様替え、張替え、デザイン変更	248	7.0	16.6	14.9	21.1	16.3	12.4	5.5	4.5	0.4	0.6	0.6
壁の位置を変更するなど、間取りの変更	103	14.8	20.7	19.1	10.3	13.1	10.5	3.3	4.8	1.1	0.0	2.4
収納スペースの改善、増加	135	12.4	18.8	21.7	12.6	15.2	11.0	3.0	4.8	0.0	0.7	0.0
台所、浴室、洗面所、トイレの設備の改善	258	6.1	12.9	14.6	22.2	17.1	15.0	5.6	4.7	0.4	0.0	1.4
冷暖房・給湯設備の改善、設置	84	2.7	11.8	16.5	16.3	18.0	10.0	12.7	8.8	1.3	0.0	1.9
屋根の葺き替え、外壁などの塗り替え	121	1.8	16.6	21.6	14.6	14.9	14.2	7.1	7.0	1.3	0.0	0.9
防音工事	47	18.5	19.5	11.0	8.9	19.8	5.2	4.3	10.9	0.0	0.0	1.9
防犯工事	56	15.5	18.1	13.4	7.1	24.4	8.3	4.7	6.3	0.0	0.0	1.9
断熱・省エネ工事(窓・サッシ等の改良、断熱材の設置)	83	14.6	25.2	13.4	3.2	15.1	10.9	6.1	8.3	1.9	0.0	1.3
段差の解消やすりの取り付けなどの高齢者への対応	56	2.4	11.9	4.4	16.9	32.4	16.6	7.2	8.3	0.0	0.0	0.0
耐震性向上のための基礎補強	32	2.8	13.9	27.5	4.8	16.5	15.1	14.5	1.4	0.0	0.0	3.4

資料／住宅リフォームに関するモニターアンケート調査  
(国土交通省 国土交通政策研究所)

※「リフォームを具体的に計画している」「具体的ではないが考えている」と回答した人

図表-29 リフォームを行った動機



資料／住宅リフォームに関するモニターアンケート調査  
(国土交通省 国土交通政策研究所)

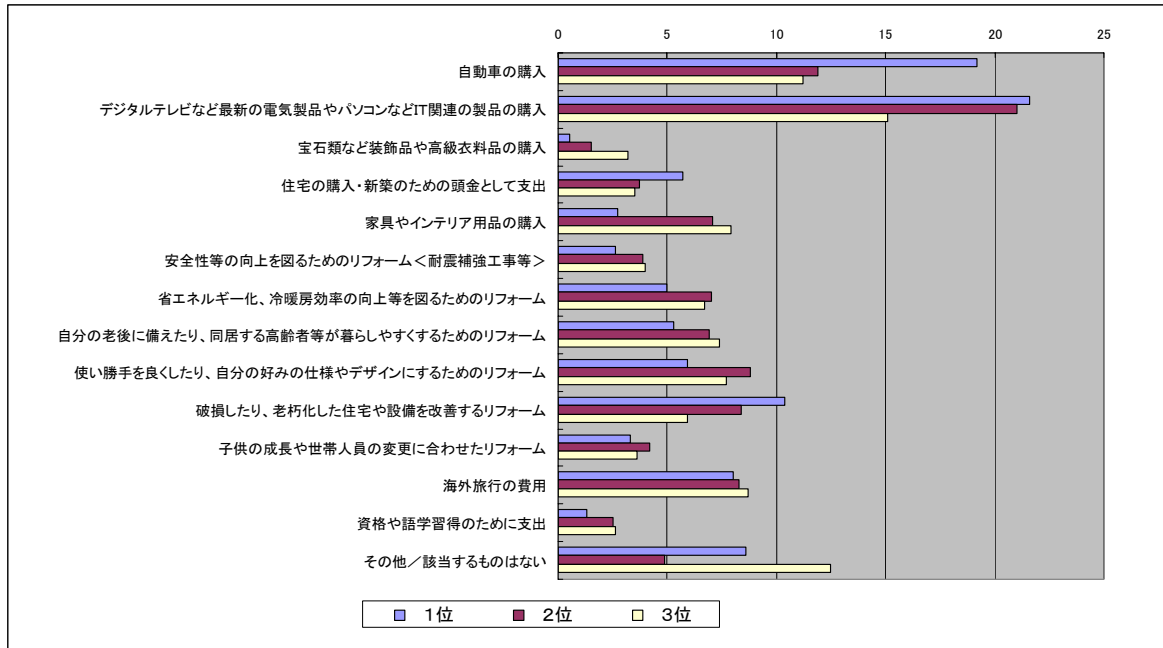
※対象:現在の住居にてリフォーム実施したと回答した人

## (2)住宅リフォームと他の消費財・サービス

次に、消費者意識や消費性向全般における、住宅リフォームと他の消費財・サービスの位置付けという側面について考察する。バブル崩壊後の景気の低迷が長引いているといわ

れる中で、一般に消費者の財布の紐は固くなり、個人消費が低水準にあると言われながら、その一方では海外の高級ブランド商品や自動車、デジタル家電等の販売は伸び、海外旅行者数も増えているといった状況もある。

図表－30 もし自由になる200万円があったら何に使うか



資料/住宅リフォームに関するモニターアンケート調査  
(国土交通省 国土交通政策研究所)

図表－30は、一般的な考えとして、「もし自由に使えるお金が200万円あった場合に何に使うか」<sup>15</sup>について聞いた結果である。各種のリフォームを合計すれば、リフォームに対する意欲が強いように見える。しかし前節で見たように、リフォームの内容は多岐にわたっており、本調査でリフォームを一括して他の消費財等と比較することは、適切ではない。図表－30を概観すると、各種のリフォームよりも、自動車や高額家電商品に対する意欲が強い。さらに5項目あげている住宅リフォームの内容を見た場合、優良な住宅ストック形成にもっとも必要と思われる「耐震」や「省エネ」といった社会的有益性の高い住宅リフォームについては、特にその意識の希薄さが目立っている。

こういった消費者の意識を踏まえれば、住宅リフォームになぜ支出が向いていないのか、その原因と対策を検討し、それを踏まえて、住宅リフォームを一般的な「消費」の一つと捉え、自動車や高額家電商品の購入等と対抗させるようなかたちで、支出の転換を促すということも、住宅リフォーム市場の活性化を図る上で、ひとつの方向性として考えられ、特に関連産業界においては、そのマーケティング手法における戦略のひとつの視点となるものと思われる。

なお、わが国の経済活動全体からすれば、他の消費が住宅リフォームに転換されること

<sup>15</sup> 200万円という金額については、諸調査の結果から一般的に消費者が検討・実施するリフォームの多い金額帯と見ることができ、また、他の消費財との比較がしやすい等のことから、200万円という金額が妥当と考えて調査を実施した



の意味が疑問視されるかもしれないが、住宅が国民生活の基盤であり、住生活の充実が国民個人に与える影響は大きく、ひいては地球環境問題への配慮に繋がるといったことを考慮すれば、非常に有意義なストック形成になるものと考えられる。

## **2. 住宅リフォーム事業者と市場活性化**

### **(1)住宅リフォーム事業者の信頼性向上**

住宅リフォームは、規模の大小はあるにしても、一般的には施工を伴う受注生産形態で取引されるため、例えば家電量販店で各メーカーの商品の価格・機能・デザイン等を横並びで比較することができるといった性質のものではなく、消費者が適切に判断することが非常に困難な場合が多い。また、新築や建替えほどではないにしても、消費者にとって実施(購入)頻度は少ない。

こういったことから、品質等住宅リフォームに関する様々な要素が住宅リフォーム事業者を集約される。しかし、消費者が住宅改善を検討する上での「不安に思ったこと・困ったこと」の内容として、全般的に「リフォーム事業者」に関するもののウエイトが極めて大きく(図表-31)、実際に住宅リフォームを実施した人においても、その際に「苦労したこと・困ったこと」として住宅リフォーム事業者に関連することを挙げている割合は少なくない(図表-32)。これらは前章で述べたように、現状の住宅リフォーム市場は、マーケットとして確実に存在してはいるものの、その概念や定義が未だ明確にオーソライズされているとは言い切れず、いわゆる「住宅リフォーム業」という業態が確立されているとは言えないことから、消費者に直接住宅リフォームを供給している住宅リフォーム事業者についても、その存在自体が、消費者から見て曖昧、あるいは不明瞭と捉えられるケースが多いといったことに起因しているものと思われる。

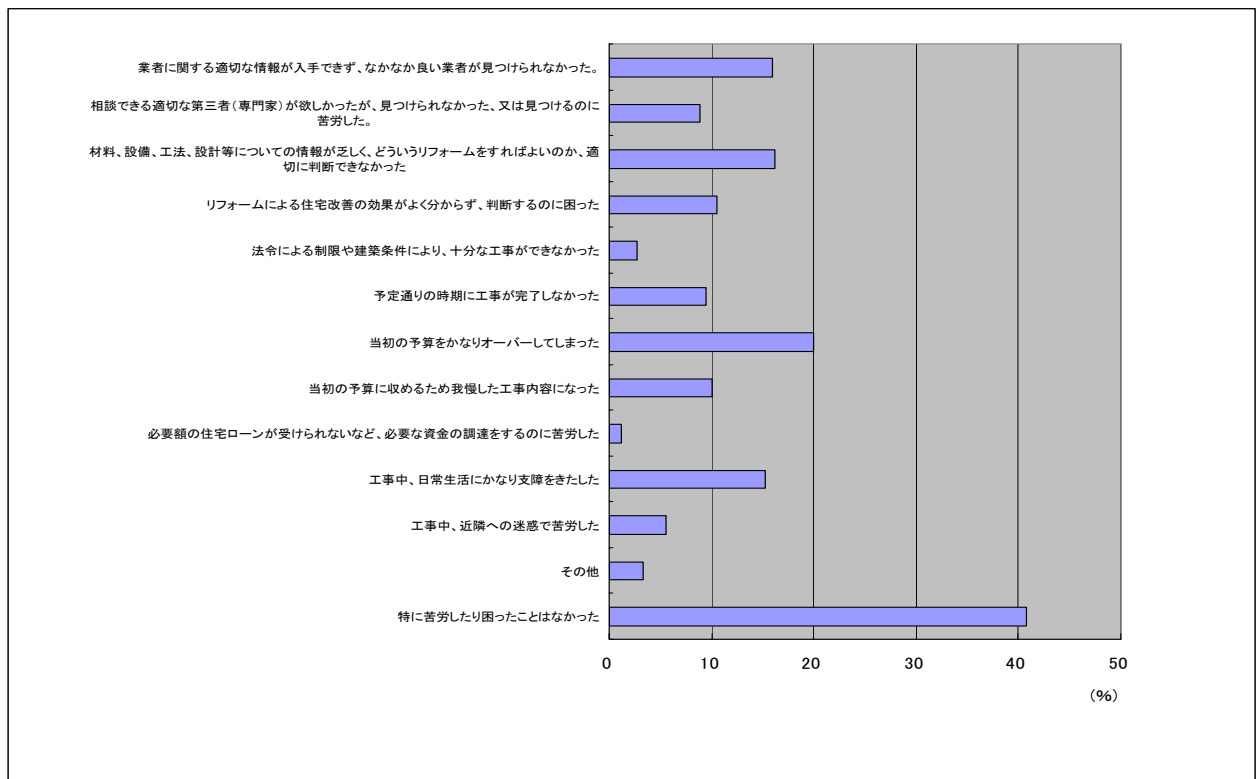
このため、住宅リフォーム市場の活性化のためには、住宅リフォーム事業者に対する消費者の信用・信頼感が向上することが非常に重要である。

図表-31 住宅改善の具体的な計画を進行する上での課題・不安(住宅改善の検討者)

	全体(N)	住宅の設計・工事内容に関する知識・情報が不足している	不動産取引や契約に関する知識・情報が不足している	適切な業者(工事・仲介・販売)の情報が得にくい	信頼出来る良い業者が少ない	物件・工事を検査したり、業者と交渉してくれる第三者(専門家)がほしいが見つかることが出来ない	リフォームにより本当に住宅が改善されるのか、効果に不安がある	法令による制限や建築条件などにより計画が困難である。あるいは思い通りの計画が実現出来ない	予定通りの時期に住宅の取得・工事の完了ができるか不安がある	工事中の生活が見通せない	近隣との調整・トラブルが心配	住み替え先の住環境(交通手段のアクセス、病院・学校・ショッピング・公園などの施設等)	費用がどの程度になるのかわからない	当初の予定より予算がかなりオーバーしそうで心配である	家計の将来に不安がある	預貯金が不足している	住宅ローンの残高があり、新たな借入の余裕がない	住宅ローンなど必要な資金の融資が受けられず、困っている	現在の住宅の売却がうまくいかない	今後の家族構成や転勤などのライフスタイルの変化が見通せない	その他	何も不安や課題はない
全体	828	30.9	16.2	37.4	34.0	12.3	24.4	4.3	6.1	14.5	7.8	8.8	33.6	16.0	20.7	21.3	11.8	1.1	6.0	5.3	2.1	11.6
現在の住宅を建替える	87	39.0	23.5	27.3	25.2	17.1	6.1	6.7	9.7	25.7	9.9	2.8	25.4	17.3	22.0	27.6	7.2	0.5	2.3	7.6	1.0	9.7
現在の住宅をリフォームする	509	30.0	8.8	40.1	34.7	10.0	32.7	3.0	5.0	15.3	6.6	1.5	37.4	16.5	14.5	17.6	10.7	0.4	0.3	3.9	1.0	13.5
別の場所に住宅を新築する	93	30.2	30.1	35.6	45.4	21.4	8.9	9.6	7.4	8.2	13.4	19.3	27.6	17.3	26.4	22.4	10.9	1.5	15.4	8.6	2.2	13.8
新築分譲住宅(一戸建)を購入する	44	37.6	45.6	47.1	30.2	19.4	13.4	3.1	4.2	6.2	16.4	39.8	34.4	16.3	41.5	38.4	33.6	7.3	21.5	0.0	3.6	2.1
新築分譲住宅(マンション)を購入する	42	25.3	24.7	31.5	26.8	13.1	12.7	3.7	11.0	6.9	2.1	37.3	16.3	11.0	44.0	22.1	5.3	3.6	30.3	13.1	2.1	4.7
中古住宅(一戸建)を購入する	15	13.6	33.4	25.9	19.8	9.2	19.8	10.6	21.1	27.3	7.4	33.3	39.6	18.0	37.7	43.9	27.7	0.0	16.7	0.0	7.4	0.0
中古住宅(マンション)を購入する	16	49.6	23.9	41.1	26.8	0.0	28.0	9.8	0.0	5.7	2.8	25.2	23.9	18.2	39.4	33.7	17.1	5.7	30.9	2.8	9.8	2.8
賃貸住宅に移り住む	8	20.4	14.5	26.4	47.0	0.0	6.0	0.0	0.0	0.0	12.0	41.0	61.5	0.0	26.4	26.4	12.0	0.0	35.0	6.0	20.6	0.0

資料/住宅リフォームに関するモニターアンケート調査(国土交通省 国土交通政策研究所)

図表-32 リフォームを行った際に苦労したこと・困ったこと



資料/住宅リフォームに関するモニターアンケート調査(国土交通省 国土交通政策研究所)

## (2)信頼性向上の要素

次に、住宅リフォーム事業者の信頼性向上のための方向性を次のように分類して考える。

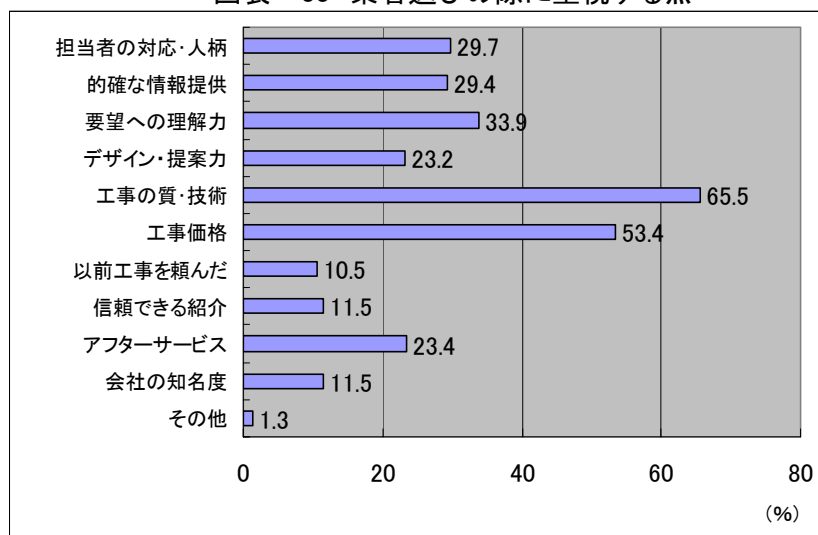
### ① 施工品質・費用

住宅リフォームに当たって消費者が重視する点として、「施工費用と品質」のウエイトは非常に高くなっている(図表-33)。品質へのこだわりが強いといわれる日本人には、最終的に施工が終わってみなければ仕上がりの具合が分からないことが住宅リフォームにおけるジレンマとなっていると思われる。さらに住宅リフォームでは、既存の住宅に手を加え施工を行うことから、新築の場合に比べ様々な不確定要素や制約が多く、これが費用の面にも反映されるなどして、これらが結果的に消費者にとっての不安要素となっているものと考えられる。したがって住宅リフォーム事業者には、前述の住宅リフォームの特性を踏まえた上で、消費者に対し、いかに施工(工事)品質の標準化や費用(価格)の透明性を訴えられるか、ということが求められている。

施工品質に関しては、できるだけ多くの事例を事前に提供したり、工事の規模によっては、施工中や完工時の検査・管理体制の整備を徹底したりすることなどが求められる。また費用の面においては、消費者にとって分かりやすい見積り、解体費や追加工事等、付加的要素が発生した場合の的確かつ適切な説明が徹底されることが必要となる。例えば、(財)住宅リフォーム・紛争処理支援センターにおいて、工事請負契約書・工事請負契約約款・見積書等の標準書式の作成と普及を図っているが、今後さらにその存在を消費者に認知させること、及び住宅リフォーム業界への浸透が求められる。

なお住宅リフォーム市場においては、消費者に分かりやすいように面積単価を設定し仕様をパック化した商品が既にある。また、巷のチラシやホームページなどにおいても、こういった価格訴求や概算見積金額が謳われたものが増えてきている。しかし、消費者のコスト意識やリスク回避の意識が高まる中、こういった情報の信頼性がどう担保されるかということが、別途今後の課題として挙げられる。

図表-33 業者選びの際に重視する点



資料/住宅リフォーム潜在需要者の意識と行動に関する第2回調査報告書(住宅リフォーム推進協議会)

※調査対象:これからリフォームを行おうと考えている需要者

※3つ程度以内で回答

また施工品質でいえば、その品質担保、或いは消費者に対するアフターサービスという観点で、瑕疵保証が課題として挙げられる。この点の現状は前章にて説明したとおりであるが、昨今の消費者ニーズ、それに対応するための住宅リフォーム事業者のアフターサービス体制のあり方という観点からも、今後の市場活性化に向け、これら保証制度は重要であり、今後のさらなる整備が求められる。

## ② 認知度・ブランド性

施工(工事)を伴うという住宅リフォームの特性により、その営業効率の観点から、一般的に住宅リフォーム事業者は地域密着のビジネスだと言われる。

よって、住宅リフォーム事業者の経営形態は、ある程度限られた商圈の中で、いかにその商圈内の消費者から信頼を得て認知され、住宅リフォーム事業者としてのブランドの浸透・確立を図るかということがマーケティングの主眼となるのが一般的であり、「住宅リフォーム事業＝サービス業」であるという認識のもと、CS(顧客満足)に徹し、いかに地域の消費者から受け入れられやすい事業者となるかということが重要視されなければならない。この点、例えば元来が建設会社や工務店の下請工事のみを行っていた専門工事業者などが、住宅リフォーム事業に乗り出すといった場合などは、直接消費者から元請するという形態になかなか馴染みにくいということも考えられる。

また、住宅リフォーム事業者によって広告活動等、自社の認知度を向上させる方策は様々であるが、消費者に自社を認知させることは一般的に決して容易なことではない。このためいわゆる中小規模の事業者が、知名度の高い大手の住宅会社や住宅建材・設備機器メーカー等が組織するネットワークに加わるなどして、それら大手ブランドを活用して消費者の信頼性と認知を得ようとする動きが近年活発になっている。

また、消費者の信頼性・信用度を高めるという視点においては、公的な資格や肩書き等がひとつの材料となりえる。しかし前章で述べたように、現状では住宅リフォーム事業を元請するのに必須となる資格はない。ちなみに現行の住宅リフォームに関連する資格としては、「増改築相談員」<sup>1</sup>「マンションリフォームマネジャー」<sup>2</sup>があるが、住宅リフォーム事業者に対する消費者の信頼性・信用度のインセンティブとして十分に浸透しているとは言い難い。

しかし住宅リフォーム事業者が単に消費者の信頼を得るということだけではなく、健全なリフォーム事業者と、巷間問題となっているようないわゆる「悪質業者」との差別化を図るといった意味においても、いわゆる公的な『お墨付き』ニーズは強く、こうした住宅リフォーム事業者の消費者に対する信用付与は、今後具体的な検討が求められる課題であると考えられる。

## ③ 営業手法

営業手法においても、住宅リフォーム事業者によってその方法は様々である。チラシなど販促ツールの配布やイベントによる集客などが一般的な手法となっているが、これについても自社の認知促進と同様、消費者の信頼・信用を得るためには、住宅リフォーム事業は「サービス業」であるという認識のもとCSの観点が必要と思われる。

この営業手法については、前述のとおり特に「訪問販売」に起因した消費者トラブルが非

<sup>1</sup> (財)住宅リフォーム・紛争処理支援センターが企画したカリキュラムの研修会に参加し、審査に合格することによって、同財団に登録できる。登録者数：21,429人(平成16年3月末現在)。

<sup>2</sup> 学科と設計製図からなる試験(年1回)の合格を経て、(財)住宅リフォーム・紛争処理支援センターに登録する。登録者数：5,399人(平成16年3月末現在)。脚注16・17とも詳細は<http://www.chord.or.jp/>参照。

常に多く(図表-13・14)大きな社会問題にもなっている。これに対しては、消費者自身がクーリングオフや消費者契約法等の理解を深め、自己防衛に備える必要性と併せ、引き続きリフォーム事業者全体での取り組み及び行政の支援が望まれる。

以上、住宅リフォーム事業者の信頼性向上の方向性について、いくつかの面において考察を行った。概観すると、消費者は住宅リフォーム事業者に対して、他の産業と比べて特別に高度な付加価値を求めているという段階ではなく、端的に言えば、消費者は住宅リフォーム事業者に対し、現在の他の流通業やサービス業等と同等のサービスを求めていると思われる。今後、住宅リフォーム事業者が消費者の信頼や信用を高める上では、こういった「サービス業」としての基本要素を備えることが肝要であり、そういった視点にたって行政の支援も求められるものと思われる。

### 3. 住宅リフォームに係るリスク回避の体制強化

住宅リフォームの特性から鑑みて、万一の事故や将来の不安といったリスクの回避や担保は、消費者にとって非常に関心があり、市場活性化に向けた重要な方向性だと考えられる。

商品やサービスに対する消費者のニーズが多様化し、要望のレベルが高まってきていることに加え、不確実性や曖昧性といった住宅リフォームの特性や、他の消費財・サービスの購買等に比した場合にその頻度が相対的に低いこと、また、住宅リフォームは一般的に決して「安い買い物」ではないこと等からしても、消費者のリスク回避のニーズは極めて重要な視点となる。特に、バブル崩壊以降の経済構造の中で、自動車・食品・建設・金融など多くの産業界において、それまで一流ブランドといわれた大手上場企業の不祥事や経営危機といった問題が頻繁に起きていることが、消費者がリスクの回避や分散をしようとする意識に拍車をかけており、自身が信用して選択した商品・サービス事業者であっても、第三者の担保によって万一の場合に備えたいと考えるニーズは高まってきていると考えられる。

中でも、多様性・不確実性といった特性をもつこの住宅リフォーム市場においては、悪質業者の問題が取り沙汰されていることもあり、様々なリスクの回避体制が整備されることで消費者がより安心して住宅リフォームを実施できる環境が整い、市場のさらなる活性化に寄与するものと思われる。

住宅リフォームにおいて主にリスクが想定されるシーンには、契約、施工品質、瑕疵保証、紛争処理等がある。

契約や紛争処理といった点では、住宅リフォーム先進国といわれる米国においては、第三者が契約成立までを担保するエスクローと呼ばれる仕組みや、消費者にとって弁護士の存在が相対的に身近な存在になっているなど、環境が整っていると言われるが、これに比してわが国にそういった状況は見られない。

施工品質という点については、これも米国では、民間の第三者(住宅検査人：ホームインスペクター)の検査が日常的に行われているといわれるが、わが国では一般的にはなっていない。また現行の「住宅性能表示制度」も、住宅リフォームの施工品質の確保にも資すると考えられるが、これも新築住宅への適用に比べて既存(中古)住宅では極めて取扱いが少ない。

そして瑕疵保証については、前項で述べたように、既に住宅リフォーム事業者が自らサ

サービスの一環として備えている場合もあるが、未だ業界全体に浸透しているとは言い難い。また、第三者的な制度である住宅保証機構の性能保証制度についても、前述のように住宅リフォーム市場の実情に完全にマッチしているとはいえない部分も見うけられる。さらに住宅リフォーム事業の場合、その完工を担保する完成保証についても、現在のところ特に見うけられない。

以上のような実情を踏まえた上で、消費者の立場に立ったリスク回避体制の整備強化が今後さらに望まれ、例えば、民間の保険制度等の活用など、住宅リフォームに対して網羅的に適用できる仕組みづくりやサービスが検討されることが必要と考える。

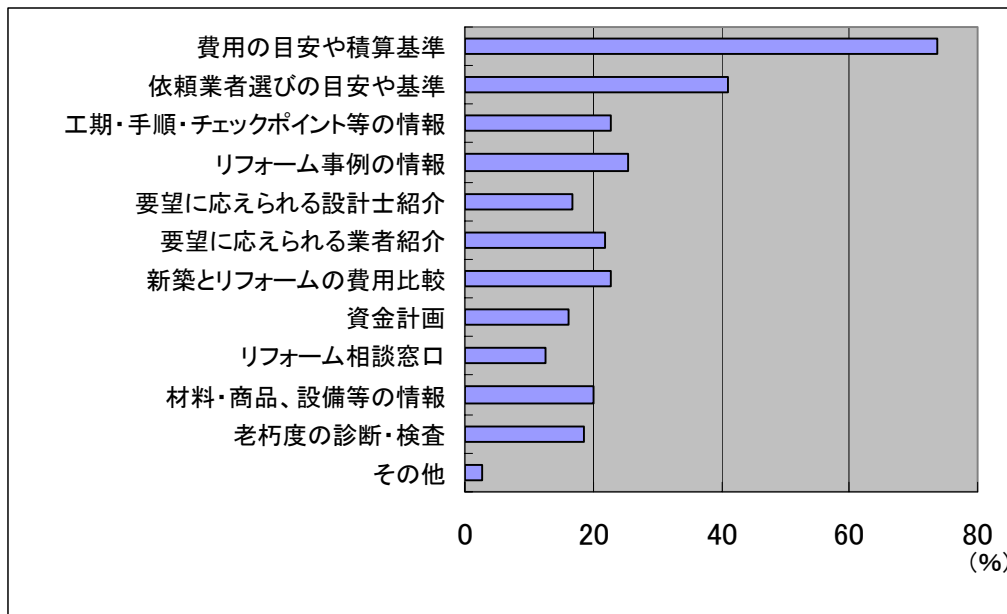
なお、消費者のリスク回避については、様々な情報を適切に取捨選択するなど消費者自身の自助努力も求められるが、一方で既存の性能表示制度や性能保証等の情報が消費者に十分に浸透していない部分も見うけられるため、今後こうした既存の仕組みや制度の浸透のさらなる促進を図ることが特に行政的な面で必要とされる方向性と思われる。

#### 4. 住宅リフォーム関連情報の浸透促進

住宅リフォーム市場活性化の方向性として、消費者にとっての住宅リフォームに関連した様々な情報のあり方が、今後の課題として重要視される。

住宅リフォームに関連する情報のあり方や情報入手の方法は、消費者が住宅リフォームの実施に至るプロセスにおいて、その入り口(きっかけ)であり、住宅リフォーム事業者の信頼性向上といった方向性にも大きく関わってくる。図表-34は、住宅リフォーム検討者にとって「不足している情報の種類や内容」であり、内容としては費用の目安や積算基準、依頼業者(住宅リフォーム事業者)選びの目安や基準が突出して大きく、ここにも前述してきた住宅リフォームや住宅リフォーム事業者の曖昧性や不確実性が如実に反映されている。

図表-34 不足している情報の種類・内容



資料／住宅リフォーム潜在需要者の意識と行動に関する第2回調査報告書  
(住宅リフォーム推進協議会)

※調査対象:これからリフォームを行おうと考えている需要者

※3つ程度以内で回答

消費者にとって、住宅リフォームに関する情報の入手先は様々あり(図表-35)、特にITの急速な進展によって、消費者が収集可能な情報量は格段に上がっている。しかしながら、逆に多くの情報が氾濫する状況も見られ、これに対して、消費者が商品・サービスについて評価・納得できるように、その情報の整理と情報の信頼性担保が一般的なニーズとして求められるようになってきている。

繰り返しになるが、特に住宅リフォームの場合は、住宅リフォームのイメージ、費用、住宅リフォーム事業者などその主要な要素において消費者にとって分かりにくい部分が多く、悪質業者排斥といった観点も含め、ことさら情報に対する信頼性が重要視されるウエイトが大きいものと考えられる。

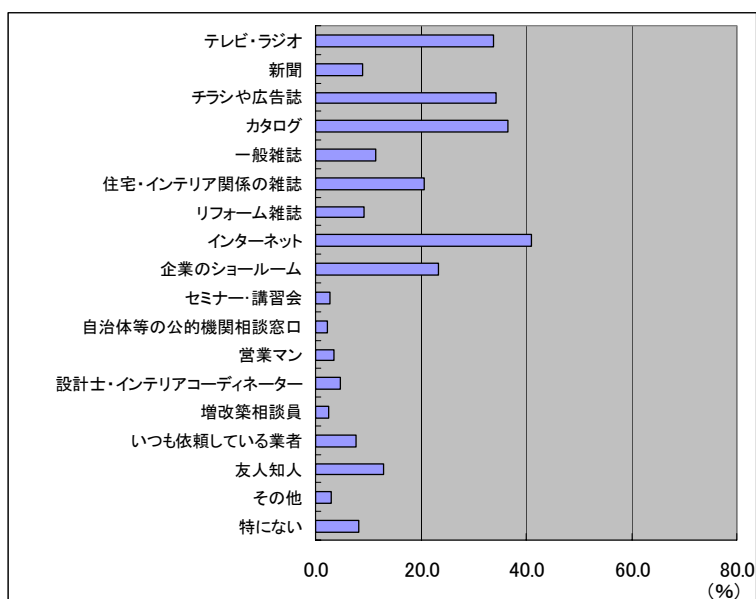
したがって、今後消費者に対する適切な情報提供をさらに促すには、住宅リフォーム事業者や住宅設備機器メーカーなどの主体的な体制づくりが必要とされる。また前述の通り、特に住宅リフォーム事業者は、消費者に対する直接の窓口となるだけに、この事業者を通じた適切な情報提供の重要性も高く、今後は消費者から信頼・信用を得られる情報提供のあり方について、住宅リフォーム事業者の自助努力はもちろん、併せて、住宅リフォーム事業者に対する啓蒙・教育、事業者の適切な情報提供の仕組み等、その体制整備の更なる充実が望まれる。

なお、情報の信頼性を担保するという意味においては、情報の客観性が重要であり、様々な媒体における第三者的な窓口の充実が求められる。インターネットが急速に普及する中、市場では第三者的なポータルサイトの運営等の動きがみられ、今後、民間及び公的機関や団体なども含め、客観的な情報提供の充実を図ることが望まれる。

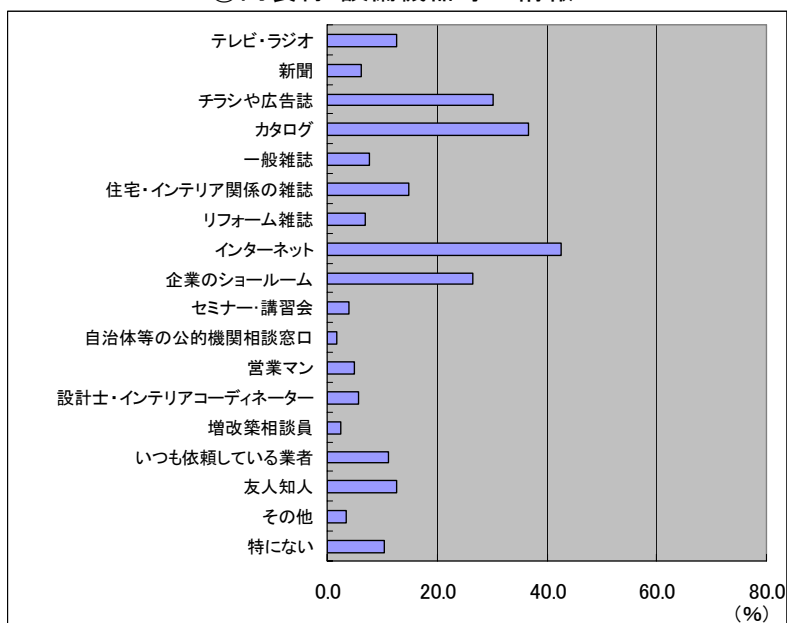
また住宅リフォームはどうしても個別性が高く、費用や仕様を完全にパッケージされた情報として提供することは困難なことから、ケースバイケースに対応できるような、マンツーマンで相談できる窓口の充実も今後さらに必要性をますものと考えられる。

図表-35 情報の入手先

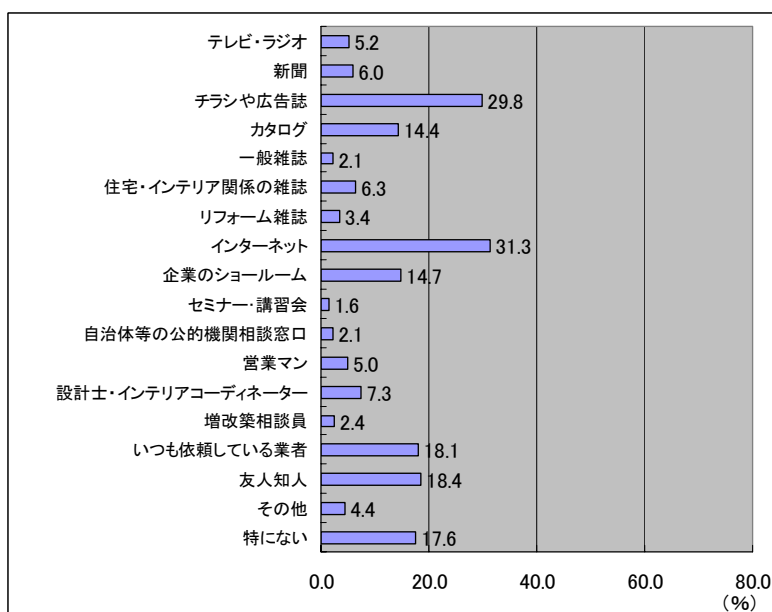
①イメージ情報



## ②内装材・設備機器等の情報



## ③業者情報



資料／住宅リフォーム潜在需要者の意識と行動に関する第2回調査報告書  
 (住宅リフォーム推進協議会 2004年)  
 ※調査対象:これからリフォームを行おうと考えている需要者  
 ※複数回答

## 5. まとめ

### (1)良質なストックの形成における住宅リフォームの意義

1章で述べたように、住宅リフォーム市場活性化の狙いとしては、社会的・経済的に様々考えられるが、最も重要であり、かつ不可分な関係にあるのが、既存ストック(中古住宅)の質の向上・維持であり、住宅リフォームによる良質なストックの形成にある。



これまで住宅リフォームの多様性や曖昧性について言及してきたが、ストックの形成という視点から見た場合に、住宅リフォームの意義として、

- ・ 社会的有益性の大きい住宅リフォーム
- ・ 個人的嗜好性のウエイトが大きい住宅リフォーム

という、大きく二つの概念に分類できるものと考えられる。

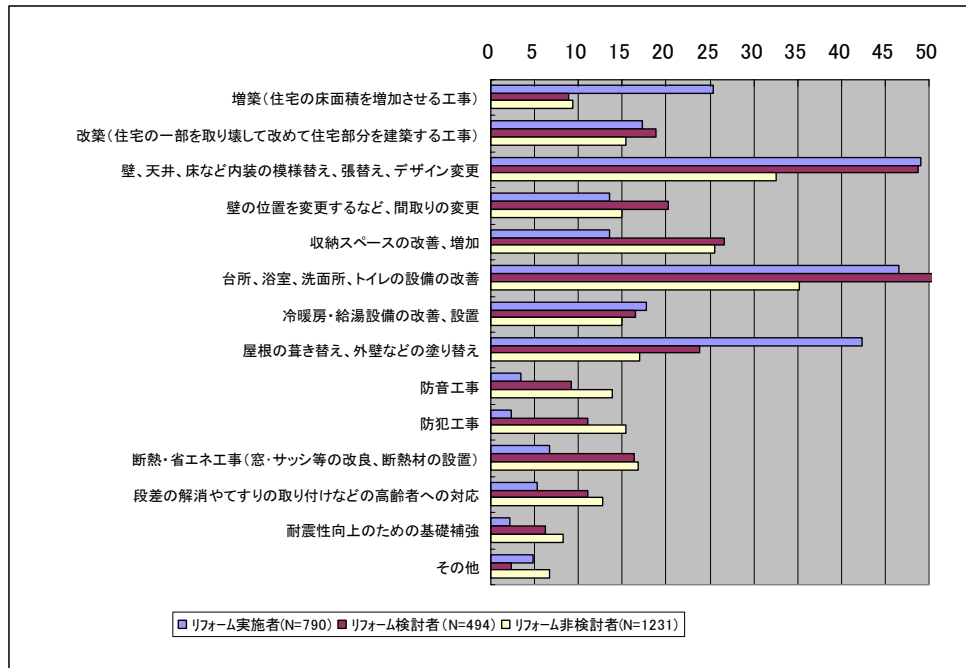
「社会的有益性の大きい住宅リフォーム」とは、住宅をひとつの社会資本（社会の共通資産）として考え、誰でも安心して快適に住生活を送ることができる住宅の基本的な性能の維持・向上に資する住宅リフォームであり、具体的には、耐震、省エネ、バリアフリー、防犯といった性能や機能がこれに当たるものとする。

また、「個人的嗜好性のウエイトが大きい住宅リフォーム」は、どちらかというところ、近年ますます多様化する消費者個人（世帯）の個別のニーズ、個別のライフスタイルやライフステージニーズに応じた住宅リフォームであり、具体的には間取りの変更や内装・外装デザイン変更などがこれにあたるものである。目先の使い勝手の悪さ、不便さの解消といったものも、こちらに含めて考えられる。

もちろん、個人の趣味・嗜好は千差万別であり、社会的有益性というニーズを持つ個人や世帯がないわけではなく、住宅リフォームの特性からその内容も厳密にカテゴライズするのは困難なものの、考え方を分かりやすくするために、ここでは便宜的この2種類に分類して考える。

住宅リフォームの意義をこのように分類した場合、良質なストック形成や循環（流通）に資するウエイトが相対的に高いのは、当然前者の「社会的有益性の大きい住宅リフォーム」となるが、現状、様々なデータ等を参照しても、これらの住宅リフォームに対する消費者の意識は総じて希薄となっており（図表-36）、特に住宅の最も基礎的な要素となる耐震性については、関心が低いというのが現状である。一方、個人的嗜好性のウエイトが大きい住宅リフォームについては、その言葉が意味するように、あくまで個人的事情が反映されるものであり、住宅の流通にあたって万人が求めるニーズに応えられるような基本性能や仕様とは食い違う可能性も大きいものと考えられる。

図表－36 リフォームの内容



図表－37 リフォームに対する一般的な考え方

	全くそう思う	まあそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	全くそう思わない
1 慣れ親しんだ住宅のリフォームの方が、買換え・建替えるより住みやすい	10.9	41.5	31.2	12.5	3.9
2 良いリフォームをすれば、中古住宅としての評価が上がる	6.1	45.6	30.7	14.4	3.1
3 費用対効果は、リフォームの方が買換え・建替えるより高い	5.1	27.6	49.3	15.4	2.7
4 資産の有効利用の面からも、安易な解体、建替えは避け、リフォームを活用すべきだ	5.1	38.3	44.0	10.6	2.0
5 リフォームに対する税制・融資・補助等の行政の支援が足りない	20.5	50.1	24.7	3.1	1.6
6 安全性の面からも、耐震性に疑問のある住宅はすぐにリフォームすべきだ	15.6	45.2	33.1	5.1	1.0
7 省エネ対応のリフォームをすれば、光熱費を削減することができ、結果的にコストを回収できる	8.0	42.6	37.8	10.1	1.5
8 地球温暖化などの環境問題の解決に貢献するため、個人の住宅であっても省エネ対応のリフォームを進めるべきだ	9.2	47.5	35.5	6.7	1.2
9 高齢などにより体の自由が利かなくなったときのために、早いうちに住宅のバリアフリー化しておくべきだ	14.1	56.0	25.0	4.2	0.8
10 リフォーム工事に習熟した施工業者が増えてきている	2.4	21.3	51.9	19.6	4.7

資料／住宅リフォームに関するモニターアンケート調査(国土交通省 国土交通政策研究所)

しかしながら、今後の住宅リフォーム市場の活性化を考える場合には、社会的有益性の大きい住宅リフォームのこうした現況を改善していくことは大きな課題であり、良質なストックの形成という観点においては避けることのできない命題とも言える。

極論すれば、個人的嗜好性の高い住宅リフォームを実施し、見映えやデザイン的に素晴らしい住宅リフォームを行ったとしても、その基礎となる住宅の耐久性・耐震性等が低けれ

ば万一の際に住宅そのものが損壊・倒壊し、リフォームを行ったことが台無しになる可能性がある。ストックの流通という点において考えれば、こういった基本的な性能が担保されていないならば、中古住宅の購入者の基本的なニーズが満たされず、流動化が進まないというケースが考えられる。

したがって、現状の住宅リフォーム市場の状況や動向から、社会的有益性の高いストック形成・流通の促進の誘導を図るため、こうした住宅の基本性能の維持・向上に繋がる住宅リフォームについては、例えば、税制や、公庫融資の優遇措置等、既に一部なされているのと同じ意味合いとして、政策的な支援のウエイトを相対的に大きくし、個人的嗜好性の高いものについてはマーケットに任せるといった方向性は、今後さらに明確化されてしかるべきものと考えられる。

ただし、住宅リフォームはその特性として住宅内の同様部位のリフォームが複合して行われる例が極めて大きいこともあり(図表-37)、例えば、水まわりのリフォームを行う際に、併せてバリアフリー対応のリフォームを行う、或いは、間取りの変更を行う際に、基礎の補強を併せて行うといったように、そもそもきっかけが個人嗜好的な考えのもと検討された場合であっても、これが同時に社会的に有益な住宅リフォームの実施を牽引する可能性も非常に大きく、今後消費者に対し、個人的嗜好性のものも含めた住宅リフォーム全般についてインセンティブを高めていくことで、結果的にこうした社会的有益性を包含した住宅リフォームの実施を促すということも一つの方向性であると考えられる。

なお、社会的有益性ということ言えば、例えば、京都の町屋などの古民家の再生は、厳密に用途が住宅に転用するものではない、いわゆる住宅リフォームの一種と言うことができ、これらは、単に良質なストックの形成という概念に留まらず、都市や町並み、地域の景観形成といった社会的意義が非常に大きな側面も出てきており、そうした意味においても、住宅リフォームの重要性は、社会的な重要性が今後さらに拡大するものと思われる。

図表-37 リフォームの複合状況

	全体	増築(住宅の床面積を増加させる工事)	改築(住宅の一部を取り壊して改めて住宅部分を建築する工事)	壁、天井、床など内装の模様替え、張替え、デザイン変更	壁の位置を変更するなど、間取りの変更	収納スペースの改善、増加	台所、浴室、洗面所、トイレ等の設備の改善	冷暖房・給湯設備の改善、設置	屋根の葺き替え、外壁などの塗り替え	防音工事	防犯工事	断熱・省エネ工事(窓・サッシ等の改良、断熱材の設置)	段差の解消や手すりの取り付けなどの高齢者への対応	耐震性向上のための基礎補強	その他
全体	460 100.0	76 16.5	61 13.2	215 46.7	57 12.4	52 11.4	144 31.3	50 11.0	143 31.2	13 2.8	7 1.5	25 5.4	12 2.7	6 1.3	28 6.0
増築(住宅の床面積を増加させる工事)	76 100.0		22 28.9	26 33.8	14 18.9	12 15.4	23 29.8	6 8.5	10 13.1	5 6.1	3 3.5	8 10.8	5 6.1	2 2.0	4 4.7
改築(住宅の一部を取り壊して改めて住宅部分を建築する工事)	61 100.0	22 36.3		33 55.2	16 26.8	14 22.4	29 48.7	9 15.3	11 18.7	3 5.1	0 0.0	6 10.2	3 4.4	1 1.8	0 0.7
壁、天井、床など内装の模様替え、張替え、デザイン変更	215 100.0	26 12.0	33 15.6		39 18.0	36 16.8	88 40.8	35 16.4	53 24.6	11 5.1	5 2.2	14 6.4	5 2.4	6 2.7	7 3.1
壁の位置を変更するなど、間取りの変更	57 100.0	14 25.3	16 28.5	39 67.9		25 43.7	26 45.3	16 27.7	15 26.5	8 13.6	3 4.7	6 10.9	4 7.4	3 5.5	2 2.7
収納スペースの改善、増加	52 100.0	12 22.4	14 25.9	36 68.8	25 47.5		27 52.3	15 29.3	14 27.1	6 11.9	3 5.1	8 15.7	4 8.0	3 5.1	3 5.9
台所、浴室、洗面所、トイレ等の設備の改善	144 100.0	23 15.8	29 20.5	88 60.9	26 17.9	27 19.0		33 22.9	30 21.0	6 4.3	4 2.6	12 8.5	4 2.9	4 2.9	3 2.0
冷暖房・給湯設備の改善、設置	50 100.0	6 12.8	9 18.4	35 69.9	16 31.2	15 30.4	33 65.3		8 15.5	3 6.2	3 5.2	6 11.0	4 8.3	3 5.2	2 3.1
屋根の葺き替え、外壁などの塗り替え	143 100.0	10 6.9	11 7.9	53 36.9	15 10.5	14 9.9	30 21.0	8 5.5		3 2.2	0 0.0	10 7.3	6 3.9	2 1.1	4 2.9
防音工事	13 100.0	5 36.2	3 24.2	11 84.4	8 60.3	6 48.3	6 48.3	3 24.2	3 24.2		2 12.1	3 24.2	3 24.2	2 12.1	2 12.1
防犯工事	7 100.0	3 37.7	0 0.0	5 68.9	3 37.7	3 37.7	4 53.3	3 37.7	0 0.0	2 22.2		2 22.2	2 22.2	2 22.2	2 22.2
断熱・省エネ工事(窓・サッシ等の改良、断熱材の設置)	25 100.0	8 33.0	6 24.9	14 55.4	6 24.9	8 33.0	12 49.1	6 22.3	10 41.8	3 12.5	2 6.2		6 23.1	2 6.2	4 17.9
段差の解消や手すりの取り付けなどの高齢者への対応	12 100.0	5 37.6	3 21.3	5 41.1	4 33.8	4 33.8	4 33.8	4 33.8	6 44.8	3 25.0	2 12.5	6 46.4		2 12.5	3 21.3
耐震性向上のための基礎補強	6 100.0	2 25.0	1 17.6	6 92.7	3 50.1	3 42.6	4 67.7	3 42.6	2 25.0	2 25.0	2 25.0	2 25.0	2 25.0		2 25.0

※上段は実数、下段は%

資料/住宅リフォームに関するモニターアンケート調査(国土交通省 国土交通政策研究所)

## (2) マンションの大規模修繕

本研究においては主たる検討の対象としなかったが、今後の住宅リフォーム市場の活性化において大変大きな意味を持つてくると思われるものに、マンションの改修市場が考えられる。住宅リフォームという言葉は、どうしても「戸建て」「個室」をイメージするが、マンション全体の大規模修繕は、今後の住宅リフォーム市場に於いてきわめて重要な要素である。

まずマンションは区分所有であり、戸建てに比べて取り壊しは難しいことから、必然的に維持管理が重要になる。快適な生活の維持のためには10～15年周期での定期的な修繕が不可欠である。加えて超高層マンションがここ数年どんどん新築されているため、今後それらのマンションの維持修繕が必要になり、非常に大きな市場需要が見込まれる。さらに、市場としてはいわゆるマンション全体の現状維持のための修繕に留まらない可能性が高い。基本性能をアップさせる工事を行うことが考えられる。例えば防犯セキュリティは、犯罪手段の高度化に対応する改修が不可欠となる。また、設計の段階では想定できなかった快適生活上の不具合が住まうことによって顕在化した場合などは、現状維持のみでなく機能アップのリフォームが望まれる。同様に、IT設備や共用部のバリアフリー性能の向上、外壁補修の際に断熱性能を向上させることなども考えられる。さらに加えて、マンション住民の中でマンション全体の資産価値を向上させたいという気運が高まれば、エントランス部分の美化や、屋上修繕の際に屋上緑化を行うといった前向きな拡大需要も考えられる。

このような機会を踏まえ、社会的有益性の高い住宅リフォーム、換言すれば、より快適な生活のため、より資産価値が維持向上するための住宅リフォームを根付かせることが期待される。

なお、このマンションの大規模修繕にあたっては、その円満な実施のため、住民の合意形成、財源の確保等について、条件整備を進めることが求められよう。

## 参考文献

## 参考文献

- 有限責任中間法人 日本増改築産業協会（2003）「失敗からの離陸—お客様からのホンネ」
- 国土交通省（2001）「住宅市場整備行動計画(アクションプログラム)」
- 国土交通省（2001）「第八期住宅建設五箇年計画」
- 国土交通省住宅局（2003）「住宅事情と住宅・建築行政の展開」
- 国土交通省（2004）「建築統計年報 平成 15 年度計・15 年計」
- 国土交通省（2004）「平成 15 年(2003)度 住宅市場動向調査 報告書」
- 国土交通省（2004）「建設統計月報 2004 年 5 月号」
- 国立社会保障・人口問題研究所（2003）人口問題研究資料第 308 号「日本の世帯数の将来推計（全国推計）2003 年 10 月推計」
- 国民生活センター 特別調査事務局（2002）「[特別調査]『訪問販売によるリフォーム工事』に係る消費者トラブルの現状と被害防止のための方策」
- 財団法人 住宅産業情報サービス（2001）「住宅リフォームエキスパート」
- 財団法人 住宅リフォーム・紛争処理支援センター(2001)「住宅リフォーム年報」
- 財団法人 住宅リフォーム・紛争処理支援センター(2004)「住宅リフォームと住宅相談に関する Report」
- 社会資本整備審議会住宅宅地分科会（2003）「新たな住宅政策のあり方について(建議)」
- 社団法人 日本住宅協会（2004）「住宅需要の動向 平成 15 年住宅需要実態調査の結果」
- 住宅金融公庫（2001）「住宅金融月報 2001/7」
- 住宅リフォーム推進協議会（2000）「住宅リフォーム市場の活性化に向けた具体的方策について」
- 住宅リフォーム推進協議会（2004）「住宅リフォーム潜在需要者の意識と行動に関する第 2 回調査報告書」
- 戸谷英世（1999）「アメリカの家 日本の家 —住宅文化比較論—」

参照ホームページ

国土交通省 平成 15 年住宅需要実態調査結果（確報）

<http://www.mlit.go.jp/kisha/kisha04/07/070903.html>

住宅金融公庫HP

<http://www.jyukou.go.jp/>

住宅リフォーム推進協議会

<http://www.j-reform.com/>

(財)住宅リフォーム・紛争処理支援センターHP

<http://www.chord.or.jp/>

日本建築防災協会HP

<http://www.kenchiku-bosai.or.jp/>

## 参考資料

「住宅のリフォームに関する調査」

及び調査結果



## 住宅のリフォームに関する調査

下記アンケートにご協力お願いいたします。

Q 1 あなたが現在お住まいの住宅の形式を以下の中からお選び下さい。【必須入力】

- 1. 一戸建
- 2. 長屋建 (テラスハウス)
- 3. マンション

Q 2 現在の住宅に入居したのは何年前ですか。【必須入力】

- 1. 5年以内
- 2. 6年～10年前
- 3. 11年～15年前
- 4. 16年～20年前
- 5. 21年～25年前
- 6. 26年～30年前
- 7. 31年～35年前
- 8. 36年～40年前
- 9. 41年～45年前
- 10. 46年～50年前
- 11. 51年以上前

Q 3 現在の住宅の築年数は何年ですか。【必須入力】

- 1. 5年以内
- 2. 6年～10年
- 3. 11年～15年
- 4. 16年～20年
- 5. 21年～25年
- 6. 26年～30年
- 7. 31年～35年
- 8. 36年～40年
- 9. 41年～45年
- 10. 46年～50年

○11. 51年以上

Q 4 現在お住まいの住宅の取得方法を以下の中からお選びください。【必須入力】

- 1. 注文住宅を新築（建替えを含む）
- 2. 新築分譲住宅の購入
- 3. 中古住宅の購入
- 4. その他親からの相続など

Q 5 現在お住まいの住宅の評価と住宅改善の意向をお尋ねします。

現在の住宅に対する評価をお伺いします。次の各項目ごとに、該当するものをひとつお選びください。【必須入力】

非常に満足している	まあ満足している	どちらともいえない	多少不満がある	非常に不満がある
-----------	----------	-----------	---------	----------

- |                         |                       |                       |                       |                       |                       |
|-------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1. 遮音性                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 2. 断熱性・省エネ性・防湿性         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 3. 地震に対する安全性            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 4. 火災に対する安全性            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 5. 防犯性                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 6. 耐久性（傷み具合）            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 7. 高齢者・障害者・子供に対する配慮     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 8. シックハウス対策（有害物質からの安全性） | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 9. 住宅の広さ                | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 10. 間取りや部屋数             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 11. 内装・インテリアのデザイン       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 12. 収納スペース              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 13. 台所、浴室、洗面室、トイレの設備    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 14. 冷暖房・給湯設備            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

15. 外観の見栄え・デザイン ○ ○ ○ ○ ○
16. 総合的な住み心地 ○ ○ ○ ○ ○

Q 5 の各項目で、選択肢「4. 多少不満がある」、「5. 非常に不満がある」と答えた項目がある方にお尋ねします。「4. 多少不満がある」、「5. 非常に不満がある」と答えた項目がない方は、Q 7 へお進みください。

Q 6 Q 5 で「多少不満がある」「非常に不満がある」と答えた項目のうち、実際に困っていて改善したいものを3つまで選んでください。(3個まで選択)

- 1. 遮音性
- 2. 断熱性・省エネ性・防湿性
- 3. 地震に対する安全性
- 4. 火災に対する安全性
- 5. 防犯性
- 6. 耐久性（傷み具合）
- 7. 高齢者・障害者・子供に対する配慮
- 8. シックハウス対策（有害物質からの安全性）
- 9. 住宅の広さ
- 10. 間取りや部屋数
- 11. 内装・インテリアのデザイン
- 12. 収納スペース
- 13. 台所、浴室、洗面室、トイレの設備
- 14. 冷暖房・給湯設備
- 15. 外観の見栄え・デザイン
- 16. 総合的な住み心地

Q 7 より良く住むために「家を建てる、買う、直す」など住宅改善の意向や計画をお持ちですか。【必須入力】

- 1. 具体的な計画がある
- 2. 具体的な計画はないが考えてはいる
- 3. さしあたり何も考えていない

Q 7 で「1. 具体的な計画がある方」、「2. 具体的な計画はないが考えてはいる

る」と答えた方にお尋ねします。「3. さしあたり何も考えていない」と答えた方はQ 2 1へお進みください。

【この質問は Q7 で 1, 2 と答えた方のみお答えください】

Q 8 「家を建てる、買う、直す」など住宅改善の具体的な計画、または現在考えている中で最も優先順位の高いものを以下の中からお選びください。【必須入力】

- 1. 現在の住宅を建替える
- 2. 現在の住宅をリフォームする
- 3. 別の場所に住宅を新築する
- 4. 新築分譲住宅（一戸建）を購入する
- 5. 新築分譲住宅（マンション）を購入する
- 6. 中古住宅（一戸建）を購入する
- 7. 中古住宅（マンション）を購入する
- 8. 賃貸住宅に移り住む
- 9. その他（ ）

【この質問は Q7 で 1, 2 と答えた方のみお答えください】

Q 9 住宅改善を計画したり、考えるようになった要因はどういったことですか？該当するものをいくつでもお答えください。【必須入力】

- 1. 住宅が老朽化して、安全性に不安があったり、生活に支障が生じている
- 2. 住宅や住宅設備の使い勝手に我慢できないほどの不満がある
- 3. デザイン等を変え気分をリフレッシュしたい
- 4. リフォームすることを前提に中古住宅を購入した
- 5. 結婚
- 6. 子供の誕生
- 7. 子供の成長
- 8. 親との同居
- 9. その他の家族構成の変化
- 10. 金利が低い
- 11. 公的な補助金・融資制度が利用できる
- 12. 税制が有利
- 13. 十分な預貯金がたまった
- 14. 住宅ローンの完済に目途が立った
- 15. その他（ ）

以下、Q10 から Q15 までは、「家を建てる、買う、直す」などの住宅改善を行う際の工事費又は購入費について、その資金調達のお考えをお聞きいたします。

【この質問は Q7 で 1, 2 と答えた方のみお答えください】

Q10 「家を建てる、買う、直す」など住宅改善を行う際の工費又は購入費について、概算の総額はどのようにお考えですか。以下の中からお選びください。【必須入力】

- 1. 50万円未満
- 2. 50～100万円未満
- 3. 100～200万円未満
- 4. 200～300万円未満
- 5. 300～400万円未満
- 6. 400～500万円未満
- 7. 500～600万円未満
- 8. 600～700万円未満
- 9. 700～800万円未満
- 10. 800～900万円未満
- 11. 900～1,000万円未満
- 12. 1,000～1,500万円未満
- 13. 1,500～2,000万円未満
- 14. 2,000～2,500万円未満
- 15. 2,500～3,000万円未満
- 16. 3,000～3,500万円未満
- 17. 3,500～4,000万円未満
- 18. 4,000～4,500万円未満
- 19. 4,500～5,000万円未満
- 20. 5,000万円以上
- 21. 未定

【この質問は Q7 で 1, 2 と答えた方のみお答えください】

Q11 Q10 でお答えの総額金額のうち自己資金（預貯金、不動産の売却代金、親族からの贈与等）の概算を以下の中からお選びください。【必須入力】

- 1. 50万円未満

- 2. 50～100万円未満
- 3. 100～200万円未満
- 4. 200～300万円未満
- 5. 300～400万円未満
- 6. 400～500万円未満
- 7. 500～600万円未満
- 8. 600～700万円未満
- 9. 700～800万円未満
- 10. 800～900万円未満
- 11. 900～1,000万円未満
- 12. 1,000～1,500万円未満
- 13. 1,500～2,000万円未満
- 14. 2,000～2,500万円未満
- 15. 2,500～3,000万円未満
- 16. 3,000～3,500万円未満
- 17. 3,500～4,000万円未満
- 18. 4,000～4,500万円未満
- 19. 4,500～5,000万円未満
- 20. 5,000万円以上
- 21. 未定

【この質問は Q7 で 1, 2 と答えた方のみお答えください】

Q12 Q10 でお答えの総額金額のうち住宅金融公庫からの借入金額の概算を以下の中からお選びください。【必須入力】

- 1. ～500万円未満
- 2. 500～1,000万円未満
- 3. 1,000～1,500万円未満
- 4. 1,500～2,000万円未満
- 5. 2,000～2,500万円未満
- 6. 2,500～3,000万円未満
- 7. 3,000～3,500万円未満
- 8. 3,500～4,000万円未満
- 9. 4,000～4,500万円未満
- 10. 4,500～5,000万円未満
- 11. 5,000万円以上

- 12. 未定
- 13. 住宅金融公庫での借入は予定していない

【この質問は Q12 で 1～12 と答えた方のみお答えください】

Q 1 3 Q 1 2 でお答えの住宅金融公庫からの借入の償還期間について以下の中からお選びください。【必須入力】

- 1. ～5年未満
- 2. 5～10年未満
- 3. 10～15年未満
- 4. 15～20年未満
- 5. 20～25年未満
- 6. 25～30年未満
- 7. 30～35年未満
- 8. 未定

【この質問は Q7 で 1, 2 と答えた方のみお答えください】

Q 1 4 Q 1 0 でお答えの総額金額のうち民間金融機関・その他（勤務先、労働金庫等政府系金融機関、親族及び知人からの借入等）からの借入をお考えの場合は、その概算金額を以下の中からお選びください。【必須入力】

- 1. ～500万円未満
- 2. 500～1,000万円未満
- 3. 1,000～1,500万円未満
- 4. 1,500～2,000万円未満
- 5. 2,000～2,500万円未満
- 6. 2,500～3,000万円未満
- 7. 3,000～3,500万円未満
- 8. 3,500～4,000万円未満
- 9. 4,000～4,500万円未満
- 10. 4,500～5,000万円未満
- 11. 5,000万円以上
- 12. 未定
- 13. 民間金融機関・その他での借入は予定していない

【この質問は Q14 で 1～12 と答えた方のみお答えください】

Q 1 5 Q 1 4 でお答えの民間金融機関・その他（勤務先、労働金庫等政府系金融機関、親族及び知人からの借入等）からの借入金の償還期間について以下の中からお選びください。【必須入力】

- 1. ～5年未満
- 2. 5～10年未満
- 3. 10～15年未満
- 4. 15～20年未満
- 5. 20～25年未満
- 6. 25～30年未満
- 7. 30～35年未満
- 8. 未定

【この質問は Q7 で 1, 2 と答えた方のみお答えください】

Q 1 6 「家を建てる、買う、直す」などの住宅改善の具体的な計画を進行する上での課題・不安、あるいは、考えを具体化する上での障害・お困りなことがありますか。該当する項目をいくつでもお選びください。（いくつでも可）【必須入力】

- 1. 住宅の設計・工事内容に関する知識・情報が不足している
- 2. 不動産取引や契約に関する知識・情報が不足している
- 3. 適切な業者（工事・仲介・販売）の情報が得にくい
- 4. 信頼出来る良い業者が少ない
- 5. 物件・工事を検査したり、業者と交渉してくれる第三者（専門家）がほしいが、見つけることが出来ない
- 6. リフォームにより本当に住宅が改善されるのか、効果に不安がある
- 7. 法令による制限や建築条件などにより計画が困難である。あるいは思い通りの計画が実現出来ない
- 8. 予定通りの時期に住宅の取得・工事の完了ができるか不安がある
- 9. 工事中の生活が見通せない
- 10. 近隣との調整・トラブルが心配
- 11. 住み替え先の住環境（交通手段のアクセス、病院・学校・ショッピング・公園などの施設等）
- 12. 費用がどの程度になるのかわからない
- 13. 当初の予定より予算がかなりオーバーしそうで心配である
- 14. 家計の将来に不安がある



- 15. 預貯金が不足している
- 16. 住宅ローンの残高があり、新たな借入の余裕がない
- 17. 住宅ローンなど必要な資金の融資が受けられず、困っている
- 18. 現在の住宅の売却がうまくいかない
- 19. 今後の家族構成や転勤などのライフスタイルの変化が見通せない
- 20. その他（            ）
- 21. 何も不安や課題はない

Q 8で「2. 現在の住宅をリフォームする」と答えた方にお尋ねします。Q 8で「1」または「3～9」と答えた方はQ 20へお進みください。

【この質問はQ8で「2. 現在の住宅をリフォームする」と答えた方のみお答えください】

Q 17 住宅改善の具体的な計画を進める、あるいは、住宅改善を検討するにあたって、「現在の住宅をリフォームする」方法を選択した理由は何ですか。該当するものを1つだけ選んでください。【必須入力】

- 1. リフォームをすればまだ十分住めるから
- 2. 買換え・建替えは資金的に困難だから
- 3. 今の住宅に愛着があるから
- 4. 別の地域への引越しをしたくないから
- 5. リフォームにより住宅の資産価値が高まるから（高めようと思うから）
- 6. 買替えや建替えに比べ、発注や契約等の諸手続きが手軽そうだから
- 7. その他（            ）

この質問はQ8で「2. 現在の住宅をリフォームする」と答えた方のみお答えください】

Q 18 計画している又は考えている「リフォーム」の内容はどのようなものですか。下記の中から該当するものをいくつでもお選び下さい。【必須入力】

- 1. 増築（住宅の床面積を増加させる工事）
- 2. 改築（住宅の一部を取り壊して改めて住宅部分を建築する工事）
- 3. 壁、天井、床など内装の模様替え、張替え、デザイン変更
- 4. 壁の位置を変更するなど、間取りの変更
- 5. 収納スペースの改善、増加
- 6. 台所、浴室、洗面所、トイレの設備の改善
- 7. 冷暖房・給湯設備の改善、設置

- 8. 屋根の葺き替え、外壁などの塗り替え
- 9. 防音工事
- 10. 防犯工事
- 11. 断熱・省エネ工事（窓・サッシ等の改良、断熱材の設置）
- 12. 段差の解消やてすりの取り付けなどの高齢者への対応
- 13. 耐震性向上のための基礎補強
- 14. その他（            ）

【この質問は Q8 で「2. 現在の住宅をリフォームする」と答えた方のみお答えください】

Q 1 9 行政に期待する支援策はありますか。該当する項目をいくつでもお選びください。【必須入力】

- 1. リフォーム工事に対する税制による支援
- 2. リフォーム工事に対する補助金制度
- 3. 長期・低利の公的な融資制度
- 4. リフォーム工事を検査・評価する仕組みの整備
- 5. リフォーム工事の内容・種類に関する情報提供
- 6. リフォーム工事業者に関する情報提供
- 7. リフォーム工事に対する保証制度の整備
- 8. リフォーム業者との間でトラブルが発生したときの紛争処理機関
- 9. 悪質業者の取締り
- 10. その他（            ）
- 11. 特になし

【この質問は Q8 で「1」または「3～9」と答えた方のみお答えください】

Q 2 0 「リフォーム」という選択肢を選ばない理由は何ですか。該当する項目をいくつでもお選びください。【必須入力】

- 1. リフォームでは必要な住宅改善が十分にできないから
- 2. どうせお金を使うなら、新しい家に住みたいから
- 3. 現在の住宅が老朽化しており、部分的にリフォームしても長くは住み続けられるとは思えないから
- 4. リフォームでは性能や出来栄に不安があるから
- 5. リフォームをしても住宅の不動産価値が上がらないから
- 6. 基礎など主要な構造部に問題があり、リフォームは費用が割高になる

から

- 7. 現在の建築基準に適合していないため、増改築ができないから
- 8. リフォームについて相談できる知人や専門家がないから
- 9. リフォームを安心して任せられる業者を知らないから
- 10. どこにどのようなリフォームを行えばいいのかイメージが沸かないから
- 11. リフォームは業者選びや費用がいくらかかるのかを考えることなどが面倒だから
- 12. 別の場所に住みたいので
- 13. その他（ ）

Q 7で「3. さしあたり何も考えていない」と答えた方にお尋ねします。「1. 具体的な計画がある方」、「2. 具体的な計画はないが考えてはいる」と答えた方はQ 2 5へお進みください。

【この質問は Q7 で「3. さしあたり何も考えていない」と答えた方のみお答えください】

Q 2 1 住宅を改善しようと思わないのは何故ですか。該当する項目をいくつでもお選びください。【必須入力】

- 1. 新築又はリフォームを最近したばかりだから
- 2. 預貯金が不足しているから
- 3. 住宅ローン残高があり、新たな借入の余裕がないから
- 4. どのように改善したらいいのか分からないから
- 5. 不満はあっても許容できる範囲だから
- 6. 家族の意見がまとまらないから
- 7. 将来的に改善しようと考えており、今は我慢するつもりだから
- 8. 今後の家族構成やライフスタイルの変化が見通せないから
- 9. その他（ ）
- 10. 現在の住宅に特に不満はないから

【この質問は Q7 で「3. さしあたり何も考えていない」と答えた方のみお答えください】

Q 2 2 どのような条件が揃えば、リフォームを具体的に考えてみようと思えますか。該当する項目をいくつでもお選びください。【必須入力】

- 1. 自己資金のみ、又は少額の借入でできる程の預貯金がたまれば

- 2. 現在の住宅ローンの返済が概ね終われば
- 3. 税制・融資・補助等の行政による支援があれば
- 4. リフォームが住宅の資産価値に適切に反映されるようになれば
- 5. 相談に乗ってくれる専門家がいれば
- 6. 信頼できる良い業者が見つければ
- 7. リフォームを検討するのに必要な情報提供があれば
- 8. リフォーム工事に欠陥があった場合に保障制度や紛争処理など、トラブルの解決の方法があれば
- 9. その他（            ）

【この質問は Q7 で「3. さしあたり何も考えていない」と答えた方のみお答えください】

Q 2 3 もしあなたがリフォームをするとすれば、どのようなリフォームをしてみたいですか。以下の項目からいくつでもお選びください。【必須入力】

- 1. 増築（住宅の床面積を増加させる工事）
- 2. 改築（住宅の一部を取り壊して改めて住宅部分を建築する工事）
- 3. 壁、天井、床など内装の模様替え、張替え、デザイン変更
- 4. 壁の位置を変更するなど、間取りの変更
- 5. 収納スペースの改善、増加
- 6. 台所、浴室、洗面所、トイレの設備の改善
- 7. 冷暖房・給湯設備の改善、設置
- 8. 屋根の葺き替え、外壁などの塗り替え
- 9. 防音工事
- 10. 防犯工事
- 11. 断熱・省エネ工事（窓・サッシ等の改良、断熱材の設置）
- 12. 段差の解消やてすりの取り付けなどの高齢者への対応
- 13. 耐震性向上のための基礎補強
- 14. その他（            ）

【この質問は Q7 で 3. 「さしあたり何も考えていない」と答えた方のみお答えください】

Q 2 4 Q 2 3 でお答えのリフォームの総工事費としてはどの程度が妥当と思われませんか。以下のからお選びください。【必須入力】

- 1. 50万円未満

- 2. 50～100万円未満
- 3. 100～200万円未満
- 4. 200～300万円未満
- 5. 300～400万円未満
- 6. 400～500万円未満
- 7. 500～600万円未満
- 8. 600～700万円未満
- 9. 700～800万円未満
- 10. 800～900万円未満
- 11. 900～1,000万円未満
- 12. 1,000～1,500万円未満
- 13. 1,500万円以上

Q 2 5 もし仮に自由に使えるお金が200万円あるとした場合、使い途として以下の中からどれをお選びになりますか。以下の中から該当するものを3つまで順位をつけてお選びください。【必須入力】

	1 位	2 位	3 位
1. 自動車の購入	○	○	○
2. デジタルテレビなど最新の電気製品やパソコン	○	○	○
3. 宝石類など装飾品や高級衣料品の購入	○	○	○
4. 住宅の購入・新築のための頭金として支出	○	○	○
5. 家具やインテリア用品の購入	○	○	○
6. 安全性等の向上を図るためのリフォームand/or耐震補強工事等	○	○	○
7. 省エネルギー化，冷暖房効率の向上等を図るためのリフォーム	○	○	○
8. 自分の老後に備えたり，同居する高齢者等が暮らしやすくするためのリフォーム	○	○	○
9. 使い勝手を良くしたり，自分の好みの仕様やデザインにするためのリフォーム	○	○	○
10. 破損したり，老朽化した住宅や設備を改善するリフォーム	○	○	○
11. 子供の成長や世帯人員の変更に合わせたリフォーム	○	○	○
12. 海外旅行の費用	○	○	○
13. 資格や語学習得のために支出	○	○	○
14. その他／該当するものはない	○	○	○

住宅のリフォームについてお尋ねします。

Q 2 6 現在お住まいの住宅について、これまでにリフォームをしたことがありますか。【必須入力】

- 1. したことがない
- 2. 1回行った
- 3. 2回行った
- 4. 3回行った
- 5. 4回行った
- 6. 5回以上行った

Q 2 6 で「1. したことがない」と答えた方はQ 3 3 へお進みください。

【この質問は Q26 で 2～6 と答えた方のみお答えください】

Q 2 7 住宅のリフォームに踏み切ることとした要因は何ですか。優先順位を付けて3つまで選んでください。※過去に2回以上リフォーム経験がある方は、最も工事費の高いリフォームについてお答えください。【必須入力】

1 2 3  
位 位 位

- |                                   |   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|---|
| 1. 住宅が老朽化して、安全性に不安があったり、生活に支障を生じた | ○ | ○ | ○ |
| 2. 住宅や住宅設備の使い勝手に不満があった            | ○ | ○ | ○ |
| 3. デザインを変え気分をリフレッシュしたかった          | ○ | ○ | ○ |
| 4. リフォームすることを前提に中古住宅を購入したので       | ○ | ○ | ○ |
| 5. 結婚したから                         | ○ | ○ | ○ |
| 6. 子供の誕生                          | ○ | ○ | ○ |
| 7. 子供の成長                          | ○ | ○ | ○ |
| 8. 親との同居                          | ○ | ○ | ○ |
| 9. その他の家族構成の変化                    | ○ | ○ | ○ |
| 10. 金利が低かった                       | ○ | ○ | ○ |
| 11. 公的な補助金・融資制度が利用できた             | ○ | ○ | ○ |
| 12. 税制が有利だった                      | ○ | ○ | ○ |
| 13. 十分な預貯金がたまった                   | ○ | ○ | ○ |
| 14. 住宅ローンの完済に目途が立った               | ○ | ○ | ○ |
| 15. その他／該当するものがない                 | ○ | ○ | ○ |

【この質問は Q26 で 2～6 と答えた方のみお答えください】

Q 2 8 あなたが行った、リフォームの主な内容はどのようなものですか。該当するものをいくつでもお答えください。 ※2回以上のリフォーム体験のある方は、もっとも工事費の高かったリフォームについてお答え下さい。【必須入力】

- 1. 増築（住宅の床面積を増加させる工事）
- 2. 改築（住宅の一部を取り壊して改めて住宅部分を建築する工事）
- 3. 壁、天井、床など内装の模様替え、張替え、デザイン変更
- 4. 壁の位置を変更するなど、間取りの変更
- 5. 収納スペースの改善、増加
- 6. 台所、浴室、洗面所、トイレ等の設備の改善
- 7. 冷暖房・給湯設備の改善、設置
- 8. 屋根の葺き替え、外壁などの塗り替え
- 9. 防音工事
- 10. 防犯工事
- 11. 断熱・省エネ工事（窓・サッシ等の改良、断熱材の設置）
- 12. 段差の解消や手すりの取り付けなどの高齢者への対応
- 13. 耐震性向上のための基礎補強
- 14. その他（            ）

【この質問は Q26 で 2～6 と答えた方のみお答えください】

Q 2 9 Q 2 8 でお答えになった「リフォーム」の費用についてお答えください。 ※2回以上のリフォーム体験のある方は、もっとも工事費の高かったリフォームについてお答え下さい。【必須入力】

- 1. 50万円未満
- 2. 50～100万円未満
- 3. 100～200万円未満
- 4. 200～300万円未満
- 5. 300～400万円未満
- 6. 400～500万円未満
- 7. 500～600万円未満
- 8. 600～700万円未満
- 9. 700～800万円未満
- 10. 800～900万円未満

- 11. 900～1,000万円未満
- 12. 1,000～1,500万円未満
- 13. 1,500万円以上

【この質問は Q26 で 2～6 と答えた方のみお答えください】

Q30 リフォームを行った際、苦勞したり困ったことがあれば、該当するものにいくつでもチェックしてください。【必須入力】

- 1. 業者に関する適切な情報が入手できず、なかなか良い業者が見つけれなかった。
- 2. 相談できる適切な第三者（専門家）が欲しかったが、見つけれなかった、又は見つけるのに苦勞した。
- 3. 材料、設備、工法、設計等についての情報が乏しく、どういうリフォームをすればよいのか、適切に判断できなかった
- 4. リフォームによる住宅改善の効果がよく分からず、判断するのに困った
- 5. 法令による制限や建築条件により、十分な工事ができなかった
- 6. 予定通りの時期に工事が完了しなかった
- 7. 当初の予算をかなりオーバーしてしまった
- 8. 当初の予算に収めるため我慢した工事内容になった
- 9. 必要額の住宅ローンが受けられないなど、必要な資金の調達をするのに苦勞した
- 10. 工事中、日常生活にかなり支障をきたした
- 11. 工事中、近隣への迷惑で苦勞した
- 12. その他
- 13. 特に苦勞したり困ったことはなかった

【この質問は Q26 で 2～6 と答えた方のみお答えください】

Q31 リフォームの結果としての出来栄はいかがでしたか。【必須入力】

- 1. 結果に非常に満足
- 2. 結果にほぼ満足
- 3. どちらともいえない
- 4. 結果に多少不満
- 5. 結果に非常に不満



【この質問は Q31 で 4, 5 と答えた方のみお答えください】

Q 3 2 「リフォーム」の結果を不満に思った理由は何ですか。【必須入力】

- 1. 当初の設計（プラン）と出来上がりが違った
- 2. 施行が粗雑で、引渡し後にトラブルが生じた
- 3. 十分な改善効果がなかった
- 4. 当初の予算を大幅に上回った
- 5. その他（            ）

Q 3 3 住宅リフォームに関しての、次のような意見をどう思いますか。次の各項目ごとに、該当するものをひとつお選びください。【必須入力】

1.	2.	3.	4.	5.
全く そう 思う	まあ そう 思う	ど ちら とも いえ ない	あ ま り そ う 思 わ な い	全 く そ う 思 わ な い

- |  |   |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|---|
| 1. 慣れ親しんだ住宅のリフォームの方が、買換え・建替えるより住みやすい                   | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 2. 良いリフォームをすれば、中古住宅としての評価が上がる                          | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 3. 費用対効果は、リフォームの方が買換え・建替えるより高い                         | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 4. 資産の有効利用の面からも、安易な解体、建替えは避け、リフォームを活用すべきだ              | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 5. リフォームに対する税制・融資・補助等の行政の支援が足りない                       | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 6. 安全性の面からも、耐震性に疑問のある住宅はすぐにリフォームすべきだ                   | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 7. 省エネ対応のリフォームをすれば、光熱費を削減することができ、結果的にコストを回収できた         | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 8. 地球温暖化などの環境問題の解決に貢献するため、個人の住宅であっても省エネ対応のリフォームを進めるべきだ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 9. 高齢などにより体の自由が利かなくなったときのため                            |   |   |   |   |   |

- に、早いうちに住宅のバリアフリー化をしておくべきだ ○ ○ ○ ○ ○  
10. リフォーム工事に習熟した施工業者が増えてきている ○ ○ ○ ○ ○

Q 3 4 現在の住宅に住んでいる家族の人数（あなたご自身を含む）と一緒に住んでいる家族の構成について、以下の中から該当するものをお選びください。【必須入力】

- 1. 1人：独身（単身）
- 2. 2人：配偶者
- 3. 2人：父母いずれか1人
- 4. 2人：子供1人
- 5. 3人：配偶者＋子供1人
- 6. 3人：配偶者＋父母いずれか1人
- 7. 3人：子供2人
- 8. 3人：選択肢5～7以外
- 9. 4人：配偶者＋子供2人
- 10. 4人：配偶者＋子供1人＋父母いずれか1人
- 11. 4人：配偶者＋父母2人
- 12. 4人：子供2人＋孫1人
- 13. 4人：選択肢9～12以外
- 14. 5人：配偶者＋子供3人
- 15. 5人：配偶者＋子供2人＋父母いずれか1人
- 16. 5人：配偶者＋子供1人＋父母2人
- 17. 5人：子供2人＋孫2人
- 18. 5人：選択肢14～17以外
- 19. その他

Q 3 5 あなたの世帯の年収（税込み）をお答えください。【必須入力】

- 1. 200万円以下
- 2. 200万円超～400万円以下
- 3. 400万円超～600万円以下
- 4. 600万円超～800万円以下
- 5. 800万円超～1000万円以下
- 6. 1000万円超～1200万円以下
- 7. 1200万円超

○ 8. 分からない

アンケートは以上で終わりです。ご協力ありがとうございました。

アンケート結果

性別	度数	%
男性	1934	93.5
女性	134	6.5
全体	2068	100.0

年齢	度数	%
12才未満	0	0.0
12才～19才	0	0.0
20才～24才	10	0.5
25才～29才	61	2.9
30才～34才	169	8.2
35才～39才	271	13.1
40才～44才	294	14.2
45才～49才	226	10.9
50才～54才	342	16.5
55才～59才	178	8.6
60才以上	517	25.0
全体	2068	100.0

地域	度数	%
北海道	96	4.6
東北地方	65	3.1
関東地方	906	43.8
中部地方	254	12.3
近畿地方	493	23.8
中国地方	93	4.5
四国地方	36	1.7
九州地方	125	6.0
全体	2068	100.0

職業	度数	%
公務員	176	8.5
経営者・役員	96	4.6
会社員(事務系)	319	15.4
会社員(技術系)	479	23.2
会社員(その他)	185	8.9
自営業	282	13.6
自由業	61	2.9
専業主婦	32	1.5
パート・アルバイト	46	2.2
学生	3	0.1
その他	389	18.8
全体	2068	100.0

年代	度数	%
[20-39才／持ち家世帯主]	515	24.9
[40-49才／持ち家世帯主]	518	25.0
[50-59才／持ち家世帯主]	519	25.1
[60才以上／持ち家世帯主]	516	25.0
全体	2068	100.0

Q1 現在お住まいの住宅の形式

	度数	%
一戸建	1522	73.6
長屋建(テラスハウス)	8	0.4
マンション	538	26.0
無回答	0	0.0
全体	2068	100.0

Q2 現在の住宅に入居した時期

	度数	%
5年以内	551	26.6
6年～10年前	549	26.5
11年～15年前	258	12.5
16年～20年前	211	10.2
21年～25年前	184	8.9
26年～30年前	136	6.6
31年～35年前	75	3.6
36年～40年前	45	2.2
41年～45年前	19	0.9
46年～50年前	10	0.5
51年以上前	30	1.5
無回答	0	0.0
全体	2068	100.0

Q3 現在の住宅の築年数

(単一回)	度数	%
5年以内	437	21.1
6年～10年	467	22.6
11年～15年	282	13.6
16年～20年	261	12.6
21年～25年	222	10.7
26年～30年	182	8.8
31年～35年	108	5.2
36年～40年	43	2.1
41年～45年	17	0.8
46年～50年	12	0.6
51年以	37	1.8
無回答	0	0.0
全体	2068	100.0

Q4 現在の住宅の取得方法

(単一回)	度数	%
注文住宅を新築(建替えを含む)	955	46.2
新築分譲住宅の購入	723	35.0
中古住宅の購入	262	12.7
その他親からの相続など	128	6.2
無回答	0	0.0
全体	2068	100.0

Q5 現在の住宅に対する評価

	全体		非常に満足している		まあ満足している	
	度数	%	度数	%	度数	%
遮音性	2068	100.0	174	8.4	836	40.4
断熱性・省エネ性・防湿性	2068	100.0	174	8.4	733	35.4
地震に対する安全性	2068	100.0	184	8.9	682	33.0
火災に対する安全性	2068	100.0	114	5.5	674	32.6
防犯性	2068	100.0	65	3.1	576	27.9
耐久性(傷み具合)	2068	100.0	126	6.1	732	35.4
高齢者・障害者・子供に対する配慮	2068	100.0	81	3.9	441	21.3
シックハウス対策(有害物質からの安全性)	2068	100.0	213	10.3	822	39.7
住宅の広	2068	100.0	236	11.4	859	41.5
間取りや部屋数	2068	100.0	202	9.8	813	39.3
内装・インテリアのデザイン	2068	100.0	89	4.3	783	37.9
収納スペース	2068	100.0	109	5.3	640	30.9
台所、浴室、洗面室、トイレの設備	2068	100.0	130	6.3	721	34.9
冷暖房・給湯設備	2068	100.0	129	6.2	800	38.7
外観の見栄え・デザイン	2068	100.0	168	8.1	860	41.6
総合的な住み心地	2068	100.0	130	6.3	1091	52.8

	どちらともいえない		多少不満がある		非常に不満がある	
	度数	%	度数	%	度数	%
遮音性	428	20.7	467	22.6	163	7.9
断熱性・省エネ性・防湿性	497	24.0	485	23.5	179	8.7
地震に対する安全性	708	34.2	345	16.7	149	7.2
火災に対する安全性	861	41.6	319	15.4	100	4.8
防犯性	780	37.7	522	25.2	125	6.0
耐久性(傷み具合)	609	29.4	452	21.9	149	7.2
高齢者・障害者・子供に対する配慮	757	36.6	610	29.5	179	8.7
シックハウス対策(有害物質からの安全性)	807	39.0	187	9.0	39	1.9
住宅の広	418	20.2	435	21.0	120	5.8
間取りや部屋数	436	21.1	504	24.4	113	5.5
内装・インテリアのデザイン	676	32.7	437	21.1	83	4.0
収納スペース	469	22.7	663	32.1	187	9.0
台所、浴室、洗面室、トイレの設備	513	24.8	577	27.9	127	6.1
冷暖房・給湯設備	608	29.4	444	21.5	87	4.2
外観の見栄え・デザイン	645	31.2	318	15.4	77	3.7
総合的な住み心地	528	25.5	261	12.6	58	2.8

Q6 Q5で「多少不満がある」「非常に不満がある」と答えた項目のうち、実際に困っていて改善したいもの(3つまで)

(複数回)	度数	%
遮音性	334	16.2
断熱性・省エネ性・防湿性	306	14.8
地震に対する安全性	227	11.0
火災に対する安全性	69	3.3
防犯性	267	12.9
耐久性(傷み具合)	248	12.0
高齢者・障害者・子供に対する配慮	185	8.9
シックハウス対策(有害物質からの安全性)	30	1.5
住宅の広	205	9.9
間取りや部屋数	309	14.9
内装・インテリアのデザイン	127	6.1
収納スペース	458	22.1
台所、浴室、洗面室、トイレの設備	415	20.1
冷暖房・給湯設備	151	7.3
外観の見栄え・デザイン	59	2.9
総合的な住み心地	82	4.0
無回答	563	27.2
全体	2068	100.0

Q7 より良く住むための「家を建てる、買う、直す」など住宅改善の意向や計画

(単一回)	度数	%
具体的な計画がある	97	4.7
具体的な計画はないが考えてはいる	740	35.8
さしあたり何も考えていない	1231	59.5
無回答	0	0.0
全体	2068	100.0

【Q7で1, 2】

Q8 住宅改善の具体的な計画、または現在考えている中で最も優先順位の高いもの

	度数	%
現在の住宅を建替える	84	10.0
現在の住宅をリフォームする	494	59.0
別の場所に住宅を新築する	101	12.1
新築分譲住宅(一戸建)を購入する	54	6.5
新築分譲住宅(マンション)を購入する	47	5.6
中古住宅(一戸建)を購入する	15	1.8
中古住宅(マンション)を購入する	18	2.2
賃貸住宅に移り住む	9	1.1
その他	15	1.8
無回答	0	0.0
全体	837	100.0

【Q7で1, 2】

Q9 住宅改善を計画したり、考えるようになった要因

(複数回)	度数	%
住宅が老朽化して、安全性に不安があったり、生活に支障が生じている	245	29.3
住宅や住宅設備の使い勝手に我慢できないほどの不満がある	168	20.1
デザイン等を変え気分をリフレッシュしたい	234	28.0
リフォームすることを前提に中古住宅を購入した	26	3.1
結婚	10	1.2
子供の誕生	33	3.9
子供の成長	191	22.8
親との同	46	5.5
その他の家族構成の変化	97	11.6
金利が低い	37	4.4
公的な補助金・融資制度が利用できる	17	2.0
税制が有利	15	1.8
十分な預貯金がたまった	32	3.8
住宅ローンの完済に目途が立った	36	4.3
その他	96	11.5
無回答	0	0.0
全体	837	100.0

【Q7で1, 2】

Q10 住宅改善を行う際の工費又は購入費(概算総額)

	度数	%
50万円未満	29	3.5
50～100万円未満	65	7.8
100～200万円未満	99	11.8
200～300万円未満	91	10.9
300～400万円未満	52	6.2
400～500万円未満	64	7.6
500～600万円未満	23	2.7
600～700万円未満	9	1.1
700～800万円未満	9	1.1
800～900万円未満	3	0.4
900～1,000万円未満	28	3.3
1,000～1,500万円未満	31	3.7
1,500～2,000万円未満	40	4.8
2,000～2,500万円未満	38	4.5
2,500～3,000万円未満	43	5.1
3,000～3,500万円未満	36	4.3
3,500～4,000万円未満	23	2.7
4,000～4,500万円未満	13	1.6
4,500～5,000万円未満	17	2.0
5,000万円以上	29	3.5
未定	95	11.4
無回答	0	0.0
全体	837	100.0

【Q7で1, 2】

Q11 総額金額のうち自己資金(預貯金、不動産の売却代金、親族からの贈与等)の概算

	度数	%
50万円未満	55	6.6
50～100万円未満	75	9.0
100～200万円未満	111	13.3
200～300万円未満	104	12.4
300～400万円未満	42	5.0
400～500万円未満	68	8.1
500～600万円未満	33	3.9
600～700万円未満	11	1.3
700～800万円未満	8	1.0
800～900万円未満	4	0.5
900～1,000万円未満	38	4.5
1,000～1,500万円未満	47	5.6
1,500～2,000万円未満	27	3.2
2,000～2,500万円未満	26	3.1
2,500～3,000万円未満	20	2.4
3,000～3,500万円未満	13	1.6
3,500～4,000万円未満	4	0.5
4,000～4,500万円未満	6	0.7
4,500～5,000万円未満	2	0.2
5,000万円以上	15	1.8
未定	128	15.3
無回答	0	0.0
全体	837	100.0

【Q7で1, 2】

Q12 総額金額のうち住宅金融公庫からの借入金額の概算

	度数	%
～500万円未満	66	7.9
500～1,000万円未満	37	4.4
1,000～1,500万円未満	44	5.3
1,500～2,000万円未満	38	4.5
2,000～2,500万円未満	24	2.9
2,500～3,000万円未満	7	0.8
3,000～3,500万円未満	8	1.0
3,500～4,000万円未満	3	0.4
4,000～4,500万円未満	1	0.1
4,500～5,000万円未満	1	0.1
5,000万円以上	1	0.1
未定	163	19.5
住宅金融公庫での借入は予定していない	444	53.0
無回答	0	0.0
全体	837	100.0

【Q12で住宅金融公庫での借入を予定している】

Q13 住宅金融公庫からの借入の償還期間

	度数	%
～5年未満	27	6.9
5～10年未満	57	14.5
10～15年未満	38	9.7
15～20年未満	34	8.7
20～25年未満	35	8.9
25～30年未満	23	5.9
30～35年未満	24	6.1
未定	155	39.4
無回答	0	0.0
全体	393	100.0



【Q7で1, 2】

Q14 総額金額のうち民間金融機関・その他からの借入の概算金額

	度数	%
～500万円未満	114	13.6
500～1,000万円未満	32	3.8
1,000～1,500万円未満	31	3.7
1,500～2,000万円未満	18	2.2
2,000～2,500万円未満	9	1.1
2,500～3,000万円未満	9	1.1
3,000～3,500万円未満	8	1.0
3,500～4,000万円未満	1	0.1
4,000～4,500万円未満	3	0.4
4,500～5,000万円未満	3	0.4
5,000万円以上	2	0.2
未定	211	25.2
民間金融機関等での借入は予定していない	396	47.3
無回答	0	0.0
全体	837	100.0

【Q14で民間金融機関等からの借入を予定している】

Q15 民間金融機関・その他からの借入金の償還期間

	度数	%
～5年未満	55	12.5
5～10年未満	66	15.0
10～15年未満	47	10.7
15～20年未満	33	7.5
20～25年未満	22	5.0
25～30年未満	21	4.8
30～35年未満	12	2.7
未定	185	42.0
無回答	0	0.0
全体	441	100.0

【Q7で1, 2】

Q16 住宅改善の具体的な計画を進行する上での課題、不安、障害など

(複数回)	度数	%
住宅の設計・工事内容に関する知識・情報が不足している	271	32.4
不動産取引や契約に関する知識・情報が不足している	148	17.7
適切な業者(工事・仲介・販売)の情報が得にくい	314	37.5
信頼出来る良い業者が少ない	285	34.1
物件・工事を検査したり、業者と交渉してくれる第三者(専門家)がほりリフォームにより本当に住宅が改善されるのか、効果に不安がある	109	13.0
法令による制限や建築条件などにより計画が困難。思い通りの計画が実現出来ない	206	24.6
法令による制限や建築条件などにより計画が困難。思い通りの計画が実現出来ない	39	4.7
予定通りの時期に住宅の取得・工事の完了ができるか不安がある	52	6.2
工事中の生活が見通せない	120	14.3
近隣との調整・トラブルが心配	72	8.6
住み替え先の住環境(交通手段、病院、学校、ショッピングなどの施設等)	82	9.8
費用がどの程度になるのかわからない	287	34.3
当初の予定より予算がかなりオーバーしそうで心配である	135	16.1
家計の将来に不安がある	179	21.4
預貯金が不足している	199	23.8
住宅ローンの残高があり、新たな借入の余裕がない	127	15.2
住宅ローンなど必要な資金の融資が受けられず、困って	14	1.7
現在の住宅の売却がうまくいかない	51	6.1
今後の家族構成や転勤などのライフスタイルの変化が見通せない	42	5.0
その他	15	1.8
何も不安や課題はない	89	10.6
無回答	0	0.0
全体	837	100.0

【Q8で2.「現在の住宅をリフォームする」と答えた】  
Q17 「現在の住宅をリフォームする」方法を選択した理由

	度数	%
リフォームをすればまだ十分住めるから	271	54.9
買換え・建替えは資金的に困難だから	92	18.6
今の住宅に愛着があるから	59	11.9
別の地域への引越しをしたくないから	42	8.5
リフォームにより住宅の資産価値が高まるから(高めようと思うから)	11	2.2
買替えや建替えに比べ、発注や契約等の諸手続きが手軽そうだから	8	1.6
その他	11	2.2
無回答	0	0.0
全体	494	100.0

【Q8で2.「現在の住宅をリフォームする」と答えた】  
Q18 計画している又は考えている「リフォーム」の内容

(複数回)	度数	%
増築(住宅の床面積を増加させる工事)	51	10.3
改築(住宅の一部を取り壊して改めて住宅部分を建築する工事)	96	19.4
壁、天井、床など内装の模様替え、張替え、デザイン変更	230	46.6
壁の位置を変更するなど、間取りの変更	102	20.6
収納スペースの改善、増加	133	26.9
台所、浴室、洗面所、トイレの設備の改善	238	48.2
冷暖房・給湯設備の改善、設置	78	15.8
屋根の葺き替え、外壁などの塗り替え	109	22.1
防音工事	50	10.1
防犯工事	52	10.5
断熱・省エネ工事(窓・サッシ等の改良、断熱材の設置)	85	17.2
段差の解消やてすりの取り付けなどの高齢者への対応	45	9.1
耐震性向上のための基礎補強	29	5.9
その他	13	2.6
無回答	0	0.0
全体	494	100.0

【Q8で2.「現在の住宅をリフォームする」と答えた】  
Q19 行政に期待する支援策

(複数回)	度数	%
リフォーム工事に対する税制による支援	211	42.7
リフォーム工事に対する補助金制度	227	46.0
長期・低利の公的な融資制度	116	23.5
リフォーム工事を検査・評価する仕組みの整備	102	20.6
リフォーム工事の内容・種類に関する情報提供	83	16.8
リフォーム工事業者に関する情報提供	121	24.5
リフォーム工事に対する保証制度の整備	130	26.3
リフォーム業者との間でトラブルが発生したときの紛争処理機関	126	25.5
悪質業者の取締り	183	37.0
その他	2	0.4
特になし	109	22.1
無回答	0	0.0
全体	494	100.0

【Q8で2.「現在の住宅をリフォームする」以外を答えた】  
Q20 「リフォーム」を選ばない理由

(複数回)	度数	%
リフォームでは必要な住宅改善が十分にできないから	131	38.2
どうせお金を使うなら、新しい家に住みたいから	158	46.1
現在の住宅が老朽化しており、部分的にリフォームしても長くは住み	83	24.2
リフォームでは性能や出来栄えに不安があるから	42	12.2
リフォームをしても住宅の不動産価値が上がらないから	28	8.2
基礎など主要な構造部に問題があり、リフォームは費用が割高にな	38	11.1
現在の建築基準に適合していないため、増改築ができないから	14	4.1
リフォームについて相談できる知人や専門家がいらないから	23	6.7
リフォームを安心して任せられる業者を知らないから	30	8.7
どこにどのようなリフォームを行えばいいのかイメージが沸かないか	28	8.2
リフォームは業者選びや費用がいくらかかるのかを考えることなどが面倒だから	20	5.8
別の場所に住みたいので	85	24.8
その他	26	7.6
無回答	0	0.0
全体	343	100.0

【Q7で3.「さしあたり何も考えていない」と答えた】

Q21 住宅を改善しようと思わない理由

(複数回)	度数	%
新築又はリフォームを最近したばかりだから	368	29.9
預貯金が不足しているから	438	35.6
住宅ローン残高があり、新たな借入の余裕がないから	369	30.0
どのように改善したらいいのか分からないから	53	4.3
不満はあっても許容できる範囲だから	435	35.3
家族の意見がまとまらないから	14	1.1
将来的に改善しようと考えており、今は我慢するつもりだから	240	19.5
今後の家族構成やライフスタイルの変化が見通せないから	142	11.5
その他	26	2.1
現在の住宅に特に不満はないから	120	9.7
無回答	0	0.0
全体	1231	100.0

【Q7で3.「さしあたり何も考えていない」と答えた】

Q22 どのような条件が揃えば、リフォームを具体的に考えてみようと思うか

(複数回)	度数	%
自己資金のみ、又は少額の借入でできる程の預貯金がたまれば	596	48.4
現在の住宅ローンの返済が概ね終われば	445	36.1
税制・融資・補助等の行政による支援があれば	180	14.6
リフォームが住宅の資産価値に適切に反映されるようになれば	123	10.0
相談に乗ってくれる専門家がいれば	52	4.2
信頼できる良い業者が見つければ	112	9.1
リフォームを検討するのに必要な情報提供があれば	113	9.2
リフォーム工事に欠陥があった場合に保障制度や紛争処理など、トラブルの解決の方法があれば	72	5.8
その他	170	13.8
無回答	0	0.0
全体	1231	100.0

【Q7で3.「さしあたり何も考えていない」と答えた】

Q23 もしリフォームをするとすれば、どのようなリフォームをしてみたいか

(複数回)	度数	%
増築(住宅の床面積を増加させる工事)	138	11.2
改築(住宅の一部を取り壊して改めて住宅部分を建築する工事)	195	15.8
壁、天井、床など内装の模様替え、張替え、デザイン変更	396	32.2
壁の位置を変更するなど、間取りの変更	205	16.7
収納スペースの改善、増加	334	27.1
台所、浴室、洗面所、トイレの設備の改善	413	33.5
冷暖房・給湯設備の改善、設置	181	14.7
屋根の葺き替え、外壁などの塗り替え	194	15.8
防音工事	187	15.2
防犯工事	196	15.9
断熱・省エネ工事(窓・サッシ等の改良、断熱材の設置)	209	17.0
段差の解消やてすりの取り付けなどの高齢者への対応	128	10.4
耐震性向上のための基礎補強	94	7.6
その他	76	6.2
無回答	0	0.0
全体	1231	100.0

【Q7で3.「さしあたり何も考えていない」と答えた】  
Q24 リフォームの総工事費としてはどの程度が妥当か

	度数	%
50万円未満	150	12.2
50～100万円未満	203	16.5
100～200万円未満	248	20.1
200～300万円未満	251	20.4
300～400万円未満	80	6.5
400～500万円未満	112	9.1
500～600万円未満	82	6.7
600～700万円未満	17	1.4
700～800万円未満	12	1.0
800～900万円未満	9	0.7
900～1,000万円未満	19	1.5
1,000～1,500万円未満	20	1.6
1,500万円以上	28	2.3
無回答	0	0.0
全体	1231	100.0

Q25 もし仮に自由に使えるお金が200万円あるとした場合の使いみち(3つまで)

(マトリクス・単一回答)	全体		自動車の購入		デジタルテレビなど最新の電気製品やパソコンなどIT関連の製品の購入		宝石類など装飾品や高級衣料品の購入	
	N	%	N	%	N	%	N	%
1位	2068	100.0	397	19.2	446	21.6	10	0.5
2位	2068	100.0	247	11.9	434	21.0	30	1.5
3位	2068	100.0	232	11.2	312	15.1	66	3.2
全体(積み上げ)	6204	100.0	876	14.1	1192	19.2	106	1.7

(マトリクス・単一回答)	住宅の購入・新築のための頭金として支出		家具やインテリア用品の購入		安全性等の向上を図るためのリフォーム<耐震補強工事等>		省エネルギー化、冷暖房効率の向上等を図るためのリフォーム	
	N	%	N	%	N	%	N	%
1位	118	5.7	56	2.7	54	2.6	103	5.0
2位	77	3.7	147	7.1	80	3.9	144	7.0
3位	73	3.5	164	7.9	82	4.0	138	6.7
全体(積み上げ)	268	4.3	367	5.9	216	3.5	385	6.2

(マトリクス・単一回答)	自分の老後に備えたり、同居する高齢者等が暮らしやすくするためのリフォーム		使い勝手を良くしたり、自分の好みの仕様やデザインにするためのリフォーム		破損したり、老朽化した住宅や設備を改善するリフォーム		子供の成長や世帯人員の変更に合わせたリフォーム	
	N	%	N	%	N	%	N	%
1位	109	5.3	123	5.9	215	10.4	69	3.3
2位	143	6.9	181	8.8	173	8.4	87	4.2
3位	154	7.4	159	7.7	122	5.9	74	3.6
全体(積み上げ)	406	6.5	463	7.5	510	8.2	230	3.7

(マトリクス・単一回答)	海外旅行の費用		資格や語学習得のために支出		その他/該当するものはない		その他/該当するものがない	
	N	%	N	%	N	%	度数	%
1位	165	8.0	26	1.3	177	8.6	59	7.5
2位	172	8.3	51	2.5	102	4.9	150	19.0
3位	179	8.7	54	2.6	259	12.5	300	38.0
全体(積み上げ)	516	8.3	131	2.1	538	8.7	509	21.5

Q26 現在の住宅のリフォーム経験

(単一回)	度数	%
したことがない	1278	61.8
1回行った	421	20.4
2回行った	232	11.2
3回行った	85	4.1
4回行った	23	1.1
5回以上行った	29	1.4
無回答	0	0.0
全体	2068	100.0

【Q26でリフォーム経験有りと答えた】

Q27 住宅のリフォームに踏み切ることとした要因(3つまで)

(マトリクス・単一回答)	全体		住宅が老朽化して、安全性に不安があったり、生活に支障を生じた		住宅や住宅設備の使い勝手に不満があった		デザインを変え気分をリフレッシュしたかった	
	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%
1位	790	100.0	226	28.6	191	24.2	69	8.7
2位	790	100.0	83	10.5	249	31.5	114	14.4
3位	790	100.0	70	8.9	73	9.2	137	17.3
全体(積み上げ)	2370	100.0	379	16.0	513	21.6	320	13.5

(マトリクス・単一回答)	リフォームすることを前提に中古住宅を購入したので		結婚したから		子供の誕生		子供の成長	
	N	%	N	%	N	%	N	%
1位	56	7.1	23	2.9	17	2.2	79	10.0
2位	14	1.8	7	0.9	11	1.4	51	6.5
3位	18	2.3	8	1.0	5	0.6	37	4.7
全体(積み上げ)	88	3.7	38	1.6	33	1.4	167	7.0

(マトリクス・単一回答)	親との同居		その他の家族構成の変化		金利が低かった		公的な補助金・融資制度が利用できた	
	N	%	N	%	N	%	N	%
1位	20	2.5	17	2.2	3	0.4	7	0.9
2位	19	2.4	24	3.0	7	0.9	12	1.5
3位	15	1.9	34	4.3	12	1.5	15	1.9
全体(積み上げ)	54	2.3	75	3.2	22	0.9	34	1.4

(マトリクス・単一回答)	税制が有利だった		十分な預貯金があった		住宅ローンの完済に目途が立った		その他/該当するものがない	
	N	%	N	%	N	%	N	%
1位	0	0.0	14	1.8	9	1.1	59	7.5
2位	3	0.4	35	4.4	11	1.4	150	19.0
3位	11	1.4	43	5.4	12	1.5	300	38.0
全体(積み上げ)	14	0.6	92	3.9	32	1.4	509	21.5

【Q26でリフォーム経験有りと答えた】

Q28 行ったリフォームの主な内容

(複数回)	度数	%
増築(住宅の床面積を増加させる工事)	184	23.3
改築(住宅の一部を取り壊して改めて住宅部分を建築する工事)	134	17.0
壁、天井、床など内装の模様替え、張替え、デザイン変更	379	48.0
壁の位置を変更するなど、間取りの変更	111	14.1
収納スペースの改善、増加	111	14.1
台所、浴室、洗面所、トイレ等の設備の改善	354	44.8
冷暖房・給湯設備の改善、設置	134	17.0
屋根の葺き替え、外壁などの塗り替え	305	38.6
防音工事	25	3.2
防犯工事	17	2.2
断熱・省エネ工事(窓・サッシ等の改良、断熱材の設置)	48	6.1
段差の解消や手すりの取り付けなどの高齢者への対応	38	4.8
耐震性向上のための基礎補強	15	1.9
その他	40	5.1
無回答	0	0.0
全体	790	100.0

【Q26でリフォーム経験有りと答えた】

Q29 Q28の「リフォーム」の費用

	度数	%
50万円未満	80	10.1
50～100万円未満	118	14.9
100～200万円未満	180	22.8
200～300万円未満	147	18.6
300～400万円未満	69	8.7
400～500万円未満	39	4.9
500～600万円未満	40	5.1
600～700万円未満	27	3.4
700～800万円未満	18	2.3
800～900万円未満	14	1.8
900～1000万円未満	16	2.0
1,000～1,500万円未満	24	3.0
1,500万円以上	18	2.3
無回答	0	0.0
全体	790	100.0

【Q26でリフォーム経験有りと答えた】

Q30 リフォームを行った際、苦労したり困ったこと

(複数回)	度数	%
業者に関する適切な情報が入手できず、なかなか良い業者が見つけれなかった。	124	15.7
相談できる適切な第三者(専門家)が欲しかったが、見つけれなかった、又は見つけるのに苦労した	69	8.7
材料、設備、工法、設計等についての情報が乏しく、どういリフォームをすればよいか、適切に判断できなかった	127	16.1
リフォームによる住宅改善の効果がよく分からず、判断するのに困った	79	10.0
法令による制限や建築条件により、十分な工事ができなかった	23	2.9
予定通りの時期に工事が完了しなかった	73	9.2
当初の予算をかなりオーバーしてしまった	151	19.1
当初の予算に収めるため我慢した工事内容になった	78	9.9
必要額の住宅ローンが受けられないなど、必要な資金の調達をするのに苦労した	11	1.4
工事中、日常生活にかなり支障をきたした	112	14.2
工事中、近隣への迷惑で苦労した	40	5.1
その他	28	3.5
特に苦労したり困ったことはなかった	324	41.0
無回答	0	0.0
全体	790	100.0

【Q26でリフォーム経験有りと答えた】

Q31 リフォームの出来栄

	度数	%
結果に非常に満足	51	6.5
結果にほぼ満足	502	63.5
どちらともいえない	150	19.0
結果に多少不満	69	8.7
結果に非常に不満	18	2.3
無回答	0	0.0
全体	790	100.0

【Q31で4, 5(リフォームの出来栄に不満)と答えた】

Q32 「リフォーム」の結果を不満に思った理由

(複数回)	度数	%
当初の設計(プラン)と出来上がりが違った	18	20.7
施工が粗雑で、引渡し後にトラブルが生じた	44	50.6
十分な改善効果がなかった	26	29.9
当初の予算を大幅に上回った	16	18.4
その他	12	13.8
無回答	0	0.0
全体	87	100.0

Q33 住宅リフォームに関する意見についてどう思うか

(マトリクス・単一回答)	全体		全くそう思う		まあそう思う	
	度数	%	度数	%	度数	%
慣れ親しんだ住宅のリフォームの方が、買換え・建替えるより住みやすい	2068	100.0	204	9.9	860	41.6
良いリフォームをすれば、中古住宅としての評価が上がる	2068	100.0	132	6.4	947	45.8
費用対効果は、リフォームの方が買換え・建替えるより高い	2068	100.0	102	4.9	552	26.7
資産の有効利用の面からも、安易な解体、建替えは避け、リフォームを活用すべき	2068	100.0	104	5.0	759	36.7
リフォームに対する税制・融資・補助等の行政の支援が足りない	2068	100.0	417	20.2	1021	49.4
安全性の面からも、耐震性に疑問のある住宅はすぐにリフォームすべきだ	2068	100.0	304	14.7	917	44.3
省エネ対応のリフォームをすれば、光熱費を削減することができ、コストを回収できる	2068	100.0	168	8.1	861	41.6
地球温暖化などの環境問題の解決に貢献するリフォームを進めるべきだ	2068	100.0	192	9.3	939	45.4
早いうちに住宅のバリアフリー化をしておくべきだ	2068	100.0	271	13.1	1116	54.0
リフォーム工事に習熟した施工業者が増えてきている	2068	100.0	46	2.2	399	19.3
全体(積み上げ)	20680	100.0	1940	9.4	8371	40.5

(マトリクス・単一回答)	どちらともいえない		あまりそう思わない		全くそう思わない	
	度数	%	度数	%	度数	%
慣れ親しんだ住宅のリフォームの方が、買換え・建替えるより住みやすい	657	31.8	265	12.8	82	4.0
良いリフォームをすれば、中古住宅としての評価が上がる	631	30.5	293	14.2	65	3.1
費用対効果は、リフォームの方が買換え・建替えるより高い	1039	50.2	318	15.4	57	2.8
資産の有効利用の面からも、安易な解体、建替えは避け、リフォームを活用すべき	949	45.9	211	10.2	45	2.2
リフォームに対する税制・融資・補助等の行政の支援が足りない	532	25.7	67	3.2	31	1.5
安全性の面からも、耐震性に疑問のある住宅はすぐにリフォームすべきだ	709	34.3	117	5.7	21	1.0
省エネ対応のリフォームをすれば、光熱費を削減することができ、コストを回収できる	792	38.3	210	10.2	37	1.8
地球温暖化などの環境問題の解決に貢献するリフォームを進めるべきだ	764	36.9	146	7.1	27	1.3
早いうちに住宅のバリアフリー化をしておくべきだ	568	27.5	94	4.5	19	0.9
リフォーム工事に習熟した施工業者が増えてきている	1084	52.4	423	20.5	116	5.6
全体(積み上げ)	7725	37.4	2144	10.4	500	2.4

Q34 現在の住宅に住んでいる家族の人数と一緒に住んでいる家族の構成

	度数	%
1人:独身(単身)	126	6.1
2人:配偶者	421	20.4
2人:父母いずれか1人	44	2.1
2人:子供1人	59	2.9
3人:配偶者+子供1人	419	20.3
3人:配偶者+父母いずれか1人	40	1.9
3人:子供2人	20	1.0
3人:選択肢5~7以外	24	1.2
4人:配偶者+子供2人	461	22.3
4人:配偶者+子供1人+父母いずれか1人	50	2.4
4人:配偶者+父母2人	13	0.6
4人:子供2人+孫1人	2	0.1
4人:選択肢9~12以外	12	0.6
5人:配偶者+子供3人	148	7.2
5人:配偶者+子供2人+父母いずれか1人	68	3.3
5人:配偶者+子供1人+父母2人	22	1.1
5人:子供2人+孫2人	1	0.0
5人:選択肢14~17以外	25	1.2
その他	113	5.5
無回答	0	0.0
全体	2068	100.0

Q35 世帯の年収(税込み)

(単一回)	度数	%
200万円以下	74	3.6
200万円超~400万円以下	331	16.0
400万円超~600万円以下	576	27.9
600万円超~800万円以下	446	21.6
800万円超~1000万円以下	300	14.5
1000万円超~1200万円以下	166	8.0
1200万円超	143	6.9
分からない	32	1.5
無回答	0	0.0
全体	2068	100.0