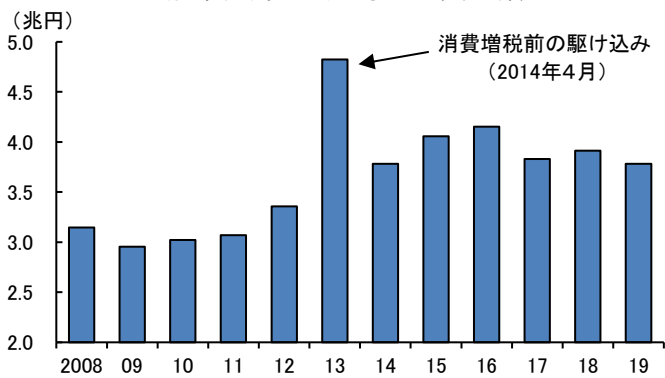


## わが国のリフォーム市場の現状と課題

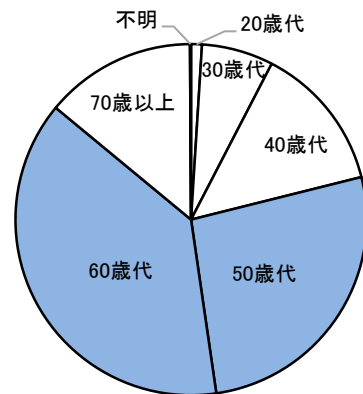
- (1) わが国では、新築住宅市場がさう勢的な縮小に向かうなか、既存住宅のリフォーム需要への期待が高まる状況。もっとも、2016年まで増加傾向だったリフォーム受注額は、その後、足許にかけて概ね横ばいで推移（図表1）。背景に、①省エネ住宅ポイントの終了や、太陽光発電の売電価格減額に伴い政策効果が剥落したこと、②住宅ローン完済や定年退職を契機にリフォームすることが多い50～60歳代の世帯数が、団塊世代の高齢化により減少したことが指摘可能（図表2）。
- (2) もっとも、リフォーム市場の先行きは、以下の2点を背景に再び拡大する見込み。第1に、リフォームの中心層である50～60歳代世帯数の増加。団塊ジュニア世代が2021年以降、順次50歳代を迎えることを主因に、50～60歳代の世帯数は2021年から再び拡大し、2030年には足許と比べて140万世帯増加すると見込まれ、リフォーム市場を下支え（図表3）。
- (3) 第2に、中古住宅市場の活性化。2019年の中古マンションの成約状況をみると、築年数の平均は21.7年。築20年前後のマンションは、築年数の経過に伴う単価の下落で新築と比べ割安感があるとともに、購入後の値下がりも小さいことから、売買の中心に（図表4）。今後10年間で築20年を迎えるマンションストック戸数は全体の3割を占めるため、中古マンション取引の拡大が期待。こうした動きが、マンション購入後のリフォームやリノベーションの追い風に。
- (4) 一方で、リフォーム検討者の9割が適正価格や施工の適切性の面で不安を抱えているとの調査結果も。欧米諸国の2分の1から3分の1の規模にとどまる日本のリフォーム市場を、大きく拡大させるためには、企業努力によるこうしたリフォーム工事の不透明性の解消が不可欠。

（図表1）住宅リフォーム受注額



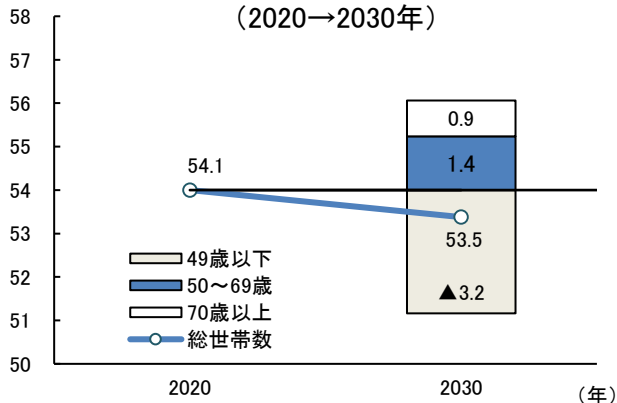
（資料）国土交通省  
（注）2019年度は2018年度1～3月期と2019年度4～12月期の合計。

（図表2）リフォームの施主の年代別シェア



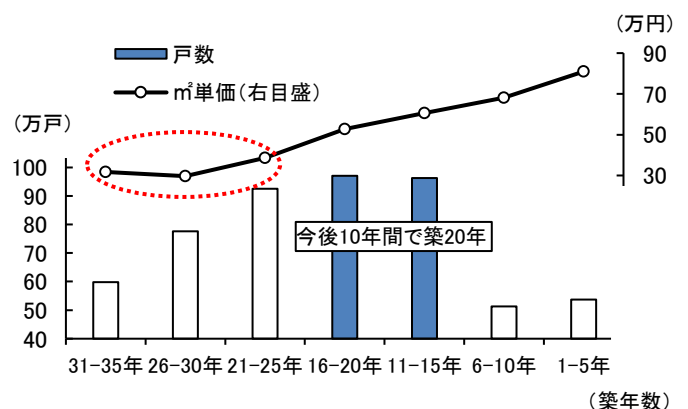
（資料）住宅リフォーム推進協議会

（図表3）年代別世帯数の変化 (2020→2030年)



（資料）国立社会保障・人口問題研究所

（図表4）マンションの築年数別戸数と㎡単価



（資料）国土交通省、東日本不動産流通機構

【ご照会先】 調査部 研究員 高川純一

主任研究員 下田裕介 (shimoda.yusuke@jri.co.jp , 03-6833-0914)