

住宅メーカーのZEH目標は2020年度に50~90%

— 各社で開き —

2016年度ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス支援事業（ZEH）において、新たに導入されたZEHビルダー登録の要件である、ZEH普及目標が公表された。

住宅メーカーのZEH普及目標を見ると、2016年度の普及率は、積水ハウス71%、サンヨーホームズ65%となり、この2社は初年度で50%の目標を達成する見込みだ。

次いで、住友不動産35%、セキスイハイム30%、三菱地所ホーム30%、パナホーム26%と続き、普及率目標には各社で開きが見られる。

最終年度の2020年度では、必須条件である50%を目標とする住宅メーカーが約半分ある一方、ミサワホーム90%、ヤマダ・エスバイエルホーム85%、サンヨーホームズ85%など、50%を大きく上回る目標を掲げる積極的な住宅メーカーもある。

建設業死傷者過去最小に

— 厚生労働省 —

平成27年の労働災害発生状況の速報値によると、建設業の死傷者数（休業4日以上）が、14,259人で、前年比9.7%減となった。

2年連続の減少で、確定値も15,000人台後半に止まる見通しだ。過去最小だった22年の16,143人を下回る可能性が高い。

中古市場 / 拡大基調続く

— 3ヶ月連続前年増 —

11月の首都圏における中古マンションの成約件数は、2,574件（前年比3.1%増）で3ヶ月連続前年を上回った。

戸建て中古も3ヶ月連続の前年比増となる3,985件（前年比8.2%増）となり増加基調が続いている。成約価格は中古マンションが2,506万円で、中古戸建ては2,939万円であった。

紙製の家具でイメージ 大東建託

— 部屋で暮らす感覚を —

入居者を募集する賃貸物件の室内に、紙製の家具を置いて具体的な生活のイメージを持ってもらう取組みを始めた。

部屋で暮らす感覚をつかんでもらい、成約につなげるテーブルやベッドの他、冷蔵庫やテレビなどの家電の実物大立体模型をボール紙で製作、室内に置く事で部屋の広さや、雰囲気をつかみやすくする。

リフォーム平均金額は391万円

— 実施割合は14カ国中最下位 —

日本人ユーザーの約2500人にリフォームを実施したかについて調査したところ、実施したのは15%だった。

この割合は調査対象国14カ国中最下位だった。

最も高いのはアメリカとカナダで61%となった。

2016年にはリフォームを実施するという割合は21%と2015年度比6ポイント増だった。

リフォームの平均金額は日本は約391万円だった。

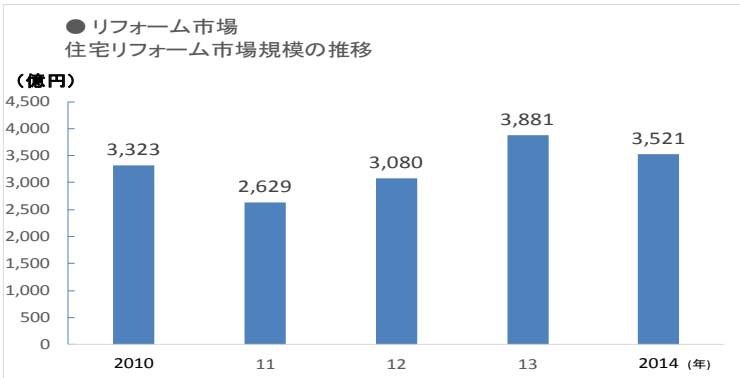
14カ国中9番目だった。

埼玉県リフォーム市場

— 有力マーケット —

2014年の住宅リフォーム市場規模は3,521億円で全国で5位。

空き家率は10.9%で全国44位、持ち家率は66.1%で全国31位。



〔関連データ〕

- ・人口 7,304,896人 全国5位
- ・住宅投資額 909,871 (百万円) 全国5位
- ・世帯貯蓄額 2,077 (万円) 平均 全国5位
- ・住宅着工数 58,416戸 全国4位

空き家サポートを全国で

— ミサワホーム 相談受付を設置 —

ミサワホームは、空き家の管理ニーズの増大に対応するため、10月より相談受付窓口を設置した。

空き家サポート業務の全国展開となる。

これまで行ってきた空き家の定期巡回サービスを通じ、空き家ビジネスの可能性を検証、空き家の賃貸や売却、相談やそれに伴う家財の整理・引き取りなど多様なニーズがあることが分かったという。

さらに、同グループが運営する高齢者施設で調査した結果、自宅をそのままにして入居する人が半数を占めていたため、窓口を設置し、全国展開を開始した。