

戸建て分譲

飯田グループホールディングス代表取締役社長 西河洋一さん

10%以上の成長を目指す
恐れているのは金利上昇

一建設や飯田産業など6社が統合して「飯田グループホールディングス」(飯田GHD)が誕生した。昨年亡くなったグループ創業者の飯田一男さんの遺志をどう継ぐかを含め、社長の西河洋一さんに聞いた。

2013年の販売状況は?

売れ行きは例年通りで着実な成長を維持できている。注文住宅は9月にかけて消費税引き上げの駆け込み需要が生じたが、戸建て分譲はそれほどの変化は出ていない。

——人口減少や都市のコンパクト化が進めば郊外の分譲住宅は売りにくくなるのでは?

私が社長をしてきたアーネストワンが上場した10年前からアナリストなどから同じことを言われ続けてきたが、結果的に住宅市場で一番伸びたのはパワビルダーだった。顧客は自分の収入でローンを組んで住宅を買うかどうかという超現実的な世界で動いている。個人所得が実際

に上がらなければ、住宅の価格も上げられない。先に土地の値段が上がれば、買える価格の住宅を求めて顧客も郊外に向かわざるを得ない。

昨年11月1日にグループ6社が経営統合した狙いは?

グループ創業者の飯田一男会長には「みんな敵同士なんだから潰しあえばいい」と言われてきたので、まさか統合の話が出るとは思っていなかった。ただ内心では人口減少などによる市場縮小の不安を感じていたので統合はすんなりと決まった。

これまでは6社とも需要が見込める大都市に集中して出店し、土地を競り上げて購入したり、職人を奪い合ったりしたが、それが成長力を生み出してきた。しかし、今後は土地や資材の価格上昇や職人不足が見込まれる。まずは土地を競り上げないで買うことを6社で申し合わせた。

今後のグループ戦略は?

本格的に動き出したのは飯田GHD

D設立後から。11月に亡くなった飯田会長の葬儀もあり、具体的な戦略はこれからだ。統合後も6社が競争しながら業績を伸ばしていくことが基本だが、グループで調整すべきところは調整していく。最初にグループ約300店舗の業績ランキングの作成を進めている。供給過剰の地域をあぶり出し、店舗の効率的な配置などを助言する。これまで店舗がなかった地域にも出店を計画していく。

14年の戸建て分譲市場は?

最も恐れているのは金利上昇だ。パワビルダーが成長した理由は、住宅ローンの低金利に加えて、返済期間が35年に長期化したことだ。金

利水準が今後も維持されれば、地方でも賃貸市場がある地域であれば戸建て分譲の需要は期待できる。飯田GHDに工事業統括部を設置して6社の工事原価などを調査しているところだ。一般の工務店に比べてコストは1戸当たり40万~50万円は安いだろう。それぞれの地域の家賃相場から逆算した価格で土地を仕入れ、飯田GHDのコストで住宅を分譲すれば賃貸からの住み替えを促すことは可能だ。

国内もまだまだ面の展開をやりきっていないので、市場動向に関係なく、今後も6~7%、できれば10%以上の成長を目指していく。



一建設、飯田産業、アーネストワン、東栄住宅、タクトホーム、アイディホームの6社は、共同持株会社である飯田グループホールディングスを設立した。代表取締役社長に就任した西河洋一さんは、「今後も6~7%、できれば10%以上の成長を目指していく」と語る

耐震は工務店の得意分野 補助金の選択増やすべき

首都直下地震や南海トラフ地震の被害予測を国や自治体が発表するなど、大地震への警戒が高まる日本列島。工務店を支援する協会を設立するなど耐震改修に取り組んできた建材商社のナイスに現状を聞いた。

耐震改修リフォームの現状は？

阪神・淡路大震災で建物の倒壊による死者が8割を占めたことを教訓に国が耐震改修に乗り出し、当社も住まいの構造改革推進協会(住構協)を2003年に設立するなど住宅の耐震改修に取り組んできた。会員数は734社、認定した技術者は948人となっている。

住構協は、建材メーカーに推進会員になってもらい、正会員になった工務店に耐震改修の技術を習得してもらうことで、付加価値の高いリフォーム提案ができる事業者を育成してきた。自信を持って耐震改修を提案できる工務店は増えてきたが、既存住宅の耐震改修は進んでいないの

が現実だ。

耐震改修が進まない理由は？

工務店にとって耐震改修が事業性から見てプライオリティが低いからだ。新築とリフォームであれば新築。同じリフォームでも、キッチンやトイレなどのリフォームと耐震改修なら、キッチンのリフォームを選んでしまう。耐震改修は技術的に難しく責任が重いにもかかわらず売上・利益につながりにくい。

ただ、11年の東日本大震災を機に意識を変えようという工務店も増えてきた。住構協では工務店の要望に応じて全国で技術研修会を開催している。12年は48回だったが、13年は59回に増え、14年は現時点で約80回を持って研修会に参加する工務店が増えている。

国土交通省でも長期優良リフォーム制度を導入する計画だ。

住構協でも性能向上リフォームの

ナイス事業開発本部設計部部長の鈴木芳郎さんは「耐震・断熱改修こそ工務店が積極的に取り組むべき分野だ」と提案する。鈴木さんはNPO法人・住まいの構造改革推進協会の理事を務める



普及を目指し、耐震改修技術をベールに会員には断熱改修、バリアフリーと研修メニューを増やしてきた。

一般的なりフォーム工事には水道や塗装などの専門工事会社に加えて最近では家電量販店などの異業種まで参入して、今後は価格競争が激しくなるだろう。しかし、耐震・断熱改修は、仕様を含めて過去にどのような家づくりが行われたのかを熟知している工務店が得意とする分野

だ。ドイツでは断熱改修の普及で工務店が生き残ったそう。日本でも耐震・断熱改修こそ工務店が積極的に取り組むべき分野だ。

需要見通しは？

自力で耐震改修できる人であれば、工事はほとんど済んでいるのではない。工事に踏み切れないのは、改修費用や権利関係など何らかの理由を抱えているからだろう。そう考

えると、従来の取り組みでは限界があり、何らかの思い切った対策を打つ必要がある。重要なのは、耐震性能が不足する住宅をいかに減らすかということだ。耐震補強は建物が古いほど難しくなる。無理に耐震改修するよりも、規模を縮小して建て替える方が経済的なケースも少なくない。旧耐震基準の古い住宅には、空き家のまま放置されている場合も多いだろう。南海トラフ、首都直下地震への備えを強化する観点から、耐震改修、建て替え、解体撤去など、補助金の選択肢を増やして耐震化率の向上を図ることが重要だ。

クルマと住宅

トヨタホーム取締役社長 森岡仙太さん

エネルギーだけじゃない
スマートハウスで勝負

クルマとの連携など、スマートハウスの先駆者であるトヨタホーム。

これからのクルマと住宅の関係、そしてスマートハウスの未来について、取締役社長の森岡仙太さんと、専務取締役の磯貝匡志さんに聞いた。

——住宅市場をどう見ているか?

駆け込み需要の影響で、2013年10月、11月はともに対前年同月比で約77%と落ち込んだ。だが、12月はだいぶ持ち直している。市場環境は決して悪くないため、14年1〜3月は前年を上回ると期待している。市場全体は棟数が伸び悩む可能性があるが、スマートハウスを前面に出



社長の森岡さん。スマートハウスの神髄は「家とセンターと住人の連携」(写真:本誌)

してシェアを確保したい。

——スマートハウス普及の課題は?

省エネ・蓄エネ・創エネはスマートハウスづくりの過程に出てくるテーマに過ぎない。住まい手はエネルギーだけでなく、玄関ドアの鍵の遠隔操作や子供・高齢者の見守りといった安全・安心に対して関心が強い。

これからは、トヨタスマートセンターのような住宅の情報とつながる仕組みを活用した新たな住まいの提供が重要になる。ただし、連携にはパソコンを使った設定などがネックになりがち。設定の自動化や支援サービスなどでの改善も必要だ。

——クルマとはどう連携するか?

電気自動車対応の充電設備やセンサーを通じた連携など、今後広がっていくだろう。自動車産業の技術住宅に応用した、例えば「クルマのエアフィルター技術からPM2.5対応の外気フィルターを開発」といった連携も進める。

省エネ・低炭素

パッシブハウスジャパン理事 松尾和也さん

高性能な窓が
住宅の省エネ性能を高める

低炭素住宅の認定制度が本格化し、新しい省エネ基準も施行された2013年。住宅の省エネ化や低炭素化の必要性はますます高まっている。パッシブハウス・ジャパンの松尾和也さんが14年を予測する。

——13年は環境分野にとってどのような年だったか?

13年に限らず、東日本大震災以降、「エネルギー消費量を減らさなければならぬ」という意識が社会全般に切実になった。工務店としても、エコや省エネが前提という雰囲気になっている。このことは、パッシブハウス・ジャパンや日本エネルギーパス協会などの新しい団体には追い風だった。どこも活動が目目され、会員が集まっている。

——14年、環境関連で注目している話題は何か?

個人的に注目しているのは、住宅の窓だ。大手の建材メーカーが、一般的な普及帯の製品として、超高性能

な窓の新製品を発売するとの情報があり期待している。日本の窓の性能は、諸外国に比べて低い。ドイツやスイスをはじめ、韓国や中国も最低基準を設けているが、日本には最低基準がないので、なかなか性能の高い窓が使われない。

——新たに登場する超高性能の窓を用いれば、壁や屋根の仕様はそのままでも住宅の省エネ性能をかなり高められる。高性能な窓は、費用対効果が高い建材だ。加えて、結露も解決できる。

14年は「窓」革命元年になることを期待している。



松尾和也さんは、「14年は“窓”革命元年になる」という(写真:本誌)

省エネ

住宅流通

リフォーム

経営戦略

技術・法制度

トラブル

顧客対応

サービスの進化が 流通市場に評価された

不動産の個人間売買に独自の瑕疵保証やリフォーム保証を付けるなど、積極的に新サービスを提案した東急リパブル。同社取締役の三木克志さんに2013年の実績と、14年の予測を聞いた。

13年の中古住宅市場は？

業界全体として好調な1年だった。レインズの成約件数からも裏付けられる。当社の首都圏の仲介金額を見ても、今年度に入って4〜6月に大きく伸びて7月から若干減速したものの、4〜9月の上半期で前年比25%増を記録。とくにマンションは32%増と好調だった。ここ数年でもても高い伸びと言える。

市場が好調な要因は？

経済環境によるところが大きい。12年暮れに安倍政権が誕生してアベノミクスを打ち出し、資産価格が上昇していくという期待感がマーケットに生まれてきている。

当社の伸びは、市場環境に加えて

積極的に社員を採用して出店したことが寄与している。仲介会社としてのサービスを進化させていく考えから、12年10月に「リパブルあんしん仲介保証」、昨年7月に「相続診断と相続税立替払サービス」、「リパブルあんしんリフォーム保証」の提供を開始。そうした活動も顧客に評価されている。

——あんしん仲介保証の取り扱い状況は？

仲介保証はまず首都圏で取り扱いを始め、13年1月から全国に拡大したが、累計の取扱件数は首都圏で約5300件、その他の地域で1000件に達した。一般的な中古住宅の個人間売買で、売り主が負う引き渡してから3カ月間の瑕疵担保責任をカバーし、その後9カ月間に生じた不具合の補修費用も保証する仕組みで、売り主だけでなく買い主にも安心感を与えたようだ。

保証対象となる専属専任や専任の



東急リパブル取締役常務執行役員流通事業本部長の三木克志さんは「売り受付件数は上半期で9.9%増」と独自の「あんしん仲介保証」に手ごたえ

媒介契約の売り受付件数は上半期で9.9%増だった。同時期のレインズの受付件数は34%減。店舗増加もあって単純に比較できないが、効果はあるのではないか。仲介会社にとっても瑕疵があってもトラブルにならず、補償内容に基づいて事務的に処理できるので、自信を持って営業しやすくなった。

——国の瑕疵保険制度もあるが、独自保証を導入した理由は？

瑕疵保険制度は適合基準のハードルが高い。改良して1年型も登場したが、適合基準は変えていない。当社の仲介保証は、不適合判定が出た場合でも、その部分を除いて保証で

き、検査・保証にかかる費用も当社で負担するので利用しやすい。

14年の市場見通しは？

ハウスメーカーの新築受注は、消費税引き上げの反動減で昨年10月に大きく落ち込んだが、当社の仲介実績は戸建て用の土地取引は鈍ったものの、10月も前年比20%増と影響は出ていない。新築需要が落ち込むと、消費税がかからない個人間売買でも影響が避けられない。事前の想定では新築需要が1割ぐらい下がると覚悟していたが、新築マンションをみてあまり影響が出ていない。樂觀してはいけないが、中古も大きな変動は起きないのではないか。

ストック活用

優良ストック住宅推進協議会(スムストック)代表幹事 中林昌人さん

価格査定を変えた
国や金融機関に期待

大手ハウスメーカー10社が自社の既存住宅の流通を活性化し、独自の市場形成を目指して運営する優良ストック住宅推進協議会。代表幹事の中林昌人さんに、国の施策や2014年への展望を聞いた。

取り扱い件数の現状は?

13年度は800〜900棟を見込んでおり、08年の設立以来、右肩上がりだ。当協議会では、劣化する部材をきちんとメンテナンスしていればスケルトンの価値は保たれるという考えに基づき、価格査定をしている。累積で約1800棟の売買実績があり、築25年の住宅で平均500万円程度の値段



優良ストック住宅推進協議会(スムストック)代表幹事の中林昌人さん

がついている。きちんとつくったスケルトンを維持管理すれば一定の価値は保たれることを、理論ではなく実績として示せたと自負している。

13年は、ストック活用を巡る議論が盛り上がった。6月に国土交通省が「中古住宅の流通促進・活用に関する研究会」の報告書をまとめた。

さらに、国交省と金融庁が協力して「中古住宅市場活性化ラウンドテーブル」を開催。中古住宅の担保価値が認められない現状をどうにかしようと、金融関係者と住宅関係者がいっしょに議論している。こうした動きが始まったことに意義がある。

14年はどんな年になるか?

4月に消費税率が上がるが、個人間売買の場合、消費税がかからないことに気付いて中古住宅を購入する人が増えるのではないかと。建材や人件費の値上がりも懸念されているが、中古住宅では影響がない。中古住宅の売買は、ますます増えるだろう。

大規模木造

JBN大型木造建築研究委員会委員 松本照夫さん

発注者が木造を希望
鉄骨値上がりで競争力高まる

工務店の全国組織JBNが大規模木造に対応するため組織したJBN大型木造建築研究委員会。委員を務める松本照夫さんに大規模木造の市場動向を尋ねた。「2013年は設計依頼が驚くほど増えた」という。

13年、大規模木造建築の市場に変化はあったか?

老人福祉施設を中心に「木造にしたい」という発注者の意識が高まっており、13年は大規模木造の設計依頼が驚くほど増えた。木造は、CO₂削減に貢献するなど環境にいいということや、居住空間としても快適だとの認識が広がっている。加えて後押しになっているのが、鉄骨の値上がりだ。鋼材の値段が上がり、職人不足も起きている。その結果、木造のコスト競争力が高まっている。

JBNの委員会は、どのような役割を果たしているのか?

一般流通材で建設可能なオープン工法を開発し情報提供するとともに、

会員から上がってくるプロジェクトについて、木造でやるのが効率的かを精査している。必要に応じて設計業務を手伝うこともある。

14年、大規模木造建築の市場はどうなる予想するか?

老人福祉施設関連の発注者は木造の良さに気付き始めており、ますますニーズは高まっていきそうだ。鉄骨造や鉄筋コンクリート造の値段が下がる要因は見当たらないので、木造のコスト競争力はまだまだある。さらに、学校の校舎を木造でつくる動きも本格化する。大規模木造のニーズは一層、高まっていく。



JBN大型木造建築研究委員会委員の松本照夫さん(松本設計・代表取締役会長)

省エネ

住宅流通

リフォーム

経営戦略

技術・法制度

トラブル

顧客対応

人材不足

アキュラホーム代表取締役社長

宮沢俊哉さん

市場縮小は避けられない 「名棟梁」を育てる

工務店の全国ネットワーク「ジャーブネット」を展開するアキュラホーム。職人不足に対応しながら、優秀な経営者を育てることで、工務店の生き残り策を模索する。同社社長の宮沢俊哉さんに聞いた。

2013年の需要動向は？

9月に駆け込みはあったものの、前回の1997年に比べて波は大き

くなかったと感じている。当社が事務局を務める工務店のネットワーク「ジャーブネット」会員にもアンケート調査したが、淡々とやっているという印象だ。ジャーブネットは自主独立性を尊重するボランティアチーム（VC）組織だ。一般的なフ

ランチャイズと勘違いされて加盟数が600社を超えた時期もあったが、現

在は工務店270社、納材店など取引会社を含めると330社となっている。

アキュラホーム自体は、9月が前年比23%増、10月が45%減となった。ただ12年4月にテレビ番組で取り上げられ受注水準が高かったこともあり、10月の落ち込みも数字ほど大きくないと考えている。12年に判明した準耐火建築物の不適合問題は年明けに最後の1軒の改修工事で終えることができそうだ。

施工状況と職人不足対策は？

アキュラの16支店と1グループ会社の中でも着工制限して待つてもらっているところが出てきている。受注をどんどん伸ばしたあとで、職人をかき集めて何とかしようという考

え方は持っていない。昨年春ぐらいから職人が足りないとの声は出ていた。6月に横浜で200人ほど集めて優良協力会社募集のイベントを開いた。以前から本社の経営方針発表会などに協賛会社が参加して仲間の絆を深めつつ、新規の会社にも声をかけて勧誘しており、今後は支店でも同様の活動を展開していく。

今後の住宅市場の見通しは？

人口減少が進むなかで市場縮小は避けられない。いかに経営していくかが問われている。工務店は地域の

家づくりを担っているとされていてきたが、調査するとハウスメーカーよりもアフターサービスしていないことが判った。そこで「永代家守り」という考え方を打ち出した。

支店ごとに住まいのお手入れ講座を展開。3カ月点検では家具の耐震診断、OB顧客への軽トラックや高圧洗浄機などの無料貸し出しサービスなどを通じて顧客とのつながりを深めている。昨年暮れに広島県福山支店で開催したお客様感謝祭にはOB顧客だけでなく地域住民も含めて3000人以上が集まった。そうした活動がリフォーム需要や顧客紹介につながっていくはずだ。

さらに、永続的に家守りできる優れた工務店の経営者すなわち「名棟梁」を育てようと、3年前にビルダー塾を立ち上げた。研修期間は3年で、1期を9人で構成し、経営計画の立て方や地域に合った家づくりなどで研鑽している。地域8事業部と本社で現在進めているコスト削減アイデアを盛り込んだ戦略商品開発プロジェクトにも参加してもらってノウハウを共有している。市場縮小のなかでも価値あるビルダーは生き残る。経営理念を掲げ家づくりのプロとして最善を尽くすことが大切だ。



アキュラホーム代表取締役社長の宮沢俊哉さんは「前回の1997年に比べて波は大きくなかった」という