

今あるものづくりを その先の未来へ

e 建具

TATEGU

2012

夏期特別号



リフォーム時における建具産業

新築からリフォームへの本格的な市場転換

製造者と施工者との視点の違いが必要

平成18年に住生活基本法が施行された。この法律は住宅政策の根本的な指針であり、そこには住宅政策の「量から質」への転換が謳われている。従来の住宅政策は戦後の住宅不足の解消に重点が置かれていた。即ち、戸数の充足を第一に考えた方針だった。景気の底上げに住宅投資が有効だったこともあり、住宅金融公庫は積極的な貸付を行い、戸数の拡大に力を注いできた。だが、人口構造や

世帯の変化に伴い、戸数の充足という目的は達せられた。そして現在、人口と世帯数が減少に転じる状態になり、これまで供給した住宅ストックを活用する方向への転換を余儀なくされている。

住宅業界では10年以上前から現在の状況は予測されており、業界関係者は「これからは新築ではなくリフォームだ」と声を揃えて語っていた。しかし、現実にはスクラップ・アンド・ビルドによる新築物件の供給が主流となり、中古住宅市場は業界人や政府が思い描くほどには熟成しなかった。

だが、環境負荷の軽減という考えが強まる社会において、これまでのスクラップ・アンド・ビルドの建築は限界を迎えた。政府が瑕疵担保責任や住宅履歴制度を導入してきた背景には資産価値のある中古住宅市場の創出という目的がある。新築からリフォームへ本格的な転換が図られ

ている中、新たな需要の発生と、その需要を取り込む体制の確立が住宅産業全体に求められている。

では、建具業界にとってリフォームはどう映るだろうか。リフォームと言えば、1件に入る建具の本数が少ない、工期が限定される、工事内容によって余計な雑工事が発生するなど、あまり良いイメージはないだろう。新築物件で数十本のドアを一斉に施工する方が効率も良いし、手間もかからない。

こうした考えが間違っている訳ではない。実際、建具工事に限らず新築物件の方が施工の効率は良い。しかし、新築物件は年間100万戸以上建てられる時代は過ぎ去ってしまった。平成8年に年間165万戸建設されていた新築物件は16年後の現在、年間80万戸しか建てられていない。実に半減という実態なのだ。新築市場は少ないパイの奪い合いになっている。そこでは熾烈な価格競争



工事部位別 建築物リフォーム・リニューアル工事受注件数

	住宅に係る工事				非住宅建築物に係る工事			
	件数		内、主たるもの とした件数		件数		内、主たるもの とした件数	
		前年同期比		前年同期比		前年同期比		前年同期比
合計	2,636,176	▲ 9.9	822,604	▲ 8.4	1,161,991	34.6	357,143	22.3
建築	1,760,873	▲ 8.7	577,903	▲ 9.3	585,753	29.8	196,755	18.1
基礎躯体	83,466	2.9	20,250	11.6	39,506	28.4	16,687	▲ 0.4
屋根屋上	314,500	1.6	112,224	24.3	85,389	30.7	29,761	19.6
外壁	377,535	▲ 5.5	160,722	▲ 6.8	95,453	33.0	32,056	37.7
内装	548,870	▲ 10.5	207,399	▲ 19.9	209,909	22.7	89,151	10.2
建具	289,216	▲ 13.6	47,188	▲ 17.8	100,314	37.7	17,902	75.8
その他建築	147,287	▲ 22.4	30,120	▲ 23.9	55,182	39.6	11,198	5.0
設備	776,473	▲ 10.6	216,659	▲ 3.4	534,239	38.6	149,828	30.1
防災関連設備	25,898	23.2	1,879	▲ 47.1	42,327	50.1	5,840	18.0
空気調和換気設備	80,180	▲ 16.2	7,542	▲ 25.1	160,957	40.2	60,154	36.0
給水給湯排水衛生機器設備	427,316	▲ 5.0	170,278	3.3	121,903	28.6	34,756	32.1
廃棄物処理設備	23,033	56.5	1,907	▲ 26.7	5,494	▲ 6.5	1,755	▲ 46.1
電気設備	155,361	▲ 28.3	8,337	▲ 62.5	155,011	37.5	36,262	34.9
昇降機設備	3,194	▲ 13.8	1,030	26.4	6,778	70.9	2,207	56.9
太陽光発電設備	18,990	4.2	12,794	42.1	2,108	▲ 32.3	886	▲ 41.7
中央監視設備	243	▲ 70.1	243	—	4,519	118.1	781	▲ 24.6
その他設備	42,257	▲ 11.9	12,649	13.5	35,141	76.1	7,186	28.6
外構	63,814	▲ 20.8	18,026	21.6	15,625	37.7	3,510	26.8
その他	24,581	▲ 18.6	3,545	▲ 54.6	16,609	102.1	3,293	44.0
不明	10,435	▲ 44.3	6,471	▲ 54.8	9,764	36.8	3,756	▲ 27.7

平成23年年度上半期 建築物リフォーム・リニューアル調査より

が展開され大手企業の寡占化の流れに拍車がかかっている。地場の建具事業所にとって過度な価格競争は企業体力を削ぐだけであり、決して旨みのある話ではない。

では、リフォームの場合はどうだろうか。リフォームは前出のように雑工事などの見えない経費も多い。やり方を間違えれば赤字になることもある。では何が必要なのか。そこには製造者としての発想と施工者としての発想の違いがある。製造者として見るならば、1件の現場に何本の建具が入ったかで金額を計算する。だが、施工者は1件の工賃から計算する。即ち「手間」というものを厳密に計算するという姿勢であり、リフォーム工事は建具の施工技術に価値が発生する。

1本いくらの建具を納めるという発想から、1件の工事で確実な収益を挙げるという発想への転換が求められる。「モノを売るのではなく技術を売る」という考え方が必要だ。それが建具業界でのリフォームに対する姿勢となる。そのためには工事金額の明確化、出張や運搬に関わる経費の算出と、その金額を依頼者に請求する行為をしなければならない。

【詳細は e-建具 2012年8月号】