

長期優良住宅 戸建住宅の認定基準

耐久性

- ・劣化対策等級3
- ・床下および小屋裏の点検口を設置
- ・床下空間の高さを330mm以上

耐震性

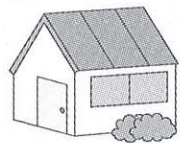
- ・耐震等級2

内装・設備の維持管理の容易性

- ・維持管理対策等級3

変化に対応できる空間の確保

- ・居住面積75m<sup>2</sup>以上
- ・基準階部分の床面積40m<sup>2</sup>以上



長期に利用される構造躯体に  
おいて対応しておくべき性能

- ・省エネルギー対策等級4
- ・基準法に定める高齢者等への配慮

計画的な維持保全

- ・建築時から将来を見据えて定期的な点検・補修等に関する計画が策定され、点検などの履歴が蓄積されていること

住環境への配慮

- ・住環境に関する地方公共団体が行う各種の規制・誘導規制に沿って優良な住環境が確保されていること

※ハウスプラス住宅保証の資料から



タマホームは全棟・全エリアで長期優良住宅仕様に

供給サイドは、長期優良住宅に最大の関心を向ける(写真：リファオムネット全国大会で)

「建売の長期優良仕様のほは皆無じゃないか」(業界関係者)の予測とは裏腹に、消費者サイドに目を移すと、関心はまだそれほど高くない。

「建売の長期優良仕様のほは皆無じゃないか」(業界関係者)の予測とは裏腹に、消費者サイドに目を移すと、関心はまだそれほど高くない。

「建売の長期優良仕様のほは皆無じゃないか」(業界関係者)の予測とは裏腹に、消費者サイドに目を移すと、関心はまだそれほど高くない。

「建売の長期優良仕様のほは皆無じゃないか」(業界関係者)の予測とは裏腹に、消費者サイドに目を移すと、関心はまだそれほど高くない。

「建売の長期優良仕様のほは皆無じゃないか」(業界関係者)の予測とは裏腹に、消費者サイドに目を移すと、関心はまだそれほど高くない。

「建売の長期優良仕様のほは皆無じゃないか」(業界関係者)の予測とは裏腹に、消費者サイドに目を移すと、関心はまだそれほど高くない。

長期優良住宅でマーケットが変わる

普及率、まず20%台か

産業  
インサイド

10年後の2019年、会社員Aさんは「マル長ワンオーナー、税制優遇」の貼紙に目を止め、不動産屋の店内に足を踏み入れた。国は長期優良住宅の中古売買促進を狙って優遇策を出していた。履歴情報には配管修理が3度あり少し不安に思ったが、建設時の写真からは基礎や筋交いの頑丈さ、断熱材の十分な厚みまで確認でき、「転勤時に高く売れることもできそう」と購入を前向きに検討した。

が、問題点も垣間見える。

中小工務店に  
危機感と諦念

まずは供給サイドのメイプルレーヤーで、戸建て住宅シェア48%を占める年50棟未満の地場工務店だ。複数の関係者が「多くが長期優良住宅制度に対応できない」という。業界事情に詳しい住宅産業研究所の平野秀一会長は「地場工務店における長期優良住宅採用率は当面、限りなくゼロではないか」と話す。

「商品として長期優良住宅を持つてないと今後は大きなハンデになる。ただ年50棟未満の中小工務店にとって

ビルダー → 標準対応、価格据え置きも

消費者 → 関心も、ニーズとは不一致?

長期優良住宅の認定は、おおよそ住宅性能表示基準に基づく。耐久性・省エネ性・維持管理で性能表示制度の最高等級、耐震性は性能表示制度の最高等級3に、2以上の仕様が条件だ。普及が遅れた住宅性能表示制度に比べ、長期優良住宅制度は優遇措置が多いぶん、市場に浸透するのは早い」とされるが、果たして性能表示制度に慣れた大手とそうでない中小には当初から差がある。

戦略打ち出す  
大手&ビルダー

一方で大手ハウスメーカーは「社の例外も無く、標準あるいは全棟で長期優良に

また、全棟対応とした点については「建て替えの文化が続いてきた日本で、中古市場の活性化も睨んだ長期優良住宅が今すぐ根付くかという点に疑問はあります。認知度もまだ低いようです。もちろん、お施主が申請されるかどうかは別問題です。一般的に言っても、新制度に即応できるほどの住宅は進化のスピードが早くなっているといえるでしょう。」

「平たく言えば、中古住宅を長期優良住宅にレベルアップさせるようなリファオム技術研究に取り組む。実際、長期優良住宅化の視点からのビジネスチャンスが増えつつある。来年度末までには研究成果を公表したい」(事務局)という。

「ハウスメーカーの採用率が7割、注文系ビルダーが3割、地場工務店はゼロとみて、これにシェアを掛け合わせると全体の採用率が21%と出る。一方、リクルートの消費者調査で非常に魅力的と回答し、かつ1割のコストアップを許容する割合を求めると約20%。これから当面の普及率はおよそ2割と見られるのではないか」。

氣勢あがる  
リファオム業界

リファオム業界も、長期優良住宅制度をキーワードにしたビジネスに熱い視線を注いでいるが、この種のアンケートでは肯定的な答えが多く、この結果をどうみるか、前出の住宅産業研究所・平野秀一会長が解説する。「魅力的とする割合が8割に達しているが、この種のアンケートでは肯定的な答えが多く、この結果をどうみるか、前出の住宅産業研究所・平野秀一会長が解説する。「魅力的とする割合が8割に達しているが、この種のアンケートでは肯定的な答えが多く、この結果をどうみるか、前出の住宅産業研究所・平野秀一会長が解説する。」

「平たく言えば、中古住宅を長期優良住宅にレベルアップさせるようなリファオム技術研究に取り組む。実際、長期優良住宅化の視点からのビジネスチャンスが増えつつある。来年度末までには研究成果を公表したい」(事務局)という。

「ハウスメーカーの採用率が7割、注文系ビルダーが3割、地場工務店はゼロとみて、これにシェアを掛け合わせると全体の採用率が21%と出る。一方、リクルートの消費者調査で非常に魅力的と回答し、かつ1割のコストアップを許容する割合を求めると約20%。これから当面の普及率はおよそ2割と見られるのではないか」。

「ハウスメーカーの採用率が7割、注文系ビルダーが3割、地場工務店はゼロとみて、これにシェアを掛け合わせると全体の採用率が21%と出る。一方、リクルートの消費者調査で非常に魅力的と回答し、かつ1割のコストアップを許容する割合を求めると約20%。これから当面の普及率はおよそ2割と見られるのではないか」。

「ハウスメーカーの採用率が7割、注文系ビルダーが3割、地場工務店はゼロとみて、これにシェアを掛け合わせると全体の採用率が21%と出る。一方、リクルートの消費者調査で非常に魅力的と回答し、かつ1割のコストアップを許容する割合を求めると約20%。これから当面の普及率はおよそ2割と見られるのではないか」。

「ハウスメーカーの採用率が7割、注文系ビルダーが3割、地場工務店はゼロとみて、これにシェアを掛け合わせると全体の採用率が21%と出る。一方、リクルートの消費者調査で非常に魅力的と回答し、かつ1割のコストアップを許容する割合を求めると約20%。これから当面の普及率はおよそ2割と見られるのではないか」。

「ハウスメーカーの採用率が7割、注文系ビルダーが3割、地場工務店はゼロとみて、これにシェアを掛け合わせると全体の採用率が21%と出る。一方、リクルートの消費者調査で非常に魅力的と回答し、かつ1割のコストアップを許容する割合を求めると約20%。これから当面の普及率はおよそ2割と見られるのではないか」。

「ハウスメーカーの採用率が7割、注文系ビルダーが3割、地場工務店はゼロとみて、これにシェアを掛け合わせると全体の採用率が21%と出る。一方、リクルートの消費者調査で非常に魅力的と回答し、かつ1割のコストアップを許容する割合を求めると約20%。これから当面の普及率はおよそ2割と見られるのではないか」。

「ハウスメーカーの採用率が7割、注文系ビルダーが3割、地場工務店はゼロとみて、これにシェアを掛け合わせると全体の採用率が21%と出る。一方、リクルートの消費者調査で非常に魅力的と回答し、かつ1割のコストアップを許容する割合を求めると約20%。これから当面の普及率はおよそ2割と見られるのではないか」。



戸まで落ち込むことが考えられる。いや住宅市場が必ずしもシユリンクということではない、住宅産業はリファオムに軸足が移る。DIYリファオムを提唱されている貴協会には強いフォローの風が吹く」と。激励の挨拶であることを差し引くべきだろうが、長期優良住宅が、その制度思想からいっても、やがてはリファオム市場を押し上げることは間違いない。

施主の  
ニーズとは不一致?

長期優良住宅に絡む供給サイドの動向を追ってきた

大手住宅会社を中心とした活発な取組みとは裏腹に、消費者サイドに目を移すと、関心はまだそれほど高くない。

住宅取得予定者を対象としたリクルート住宅総研の調査では、長期優良住宅制度の認知度は35%にとどまった。ただ長期優良住宅に関心がある割合は「非常に魅力的」「まあ魅力的」の回答が合わせて8割を超えたほか、コスト高は1割高で約60%、2割高で約20%が許容した。

この結果をどうみるか、前出の住宅産業研究所・平野秀一会長が解説する。「魅力的とする割合が8割に達しているが、この種のアンケートでは肯定的な答えが多く、この結果をどうみるか、前出の住宅産業研究所・平野秀一会長が解説する。」

「ハウスメーカーの採用率が7割、注文系ビルダーが3割、地場工務店はゼロとみて、これにシェアを掛け合わせると全体の採用率が21%と出る。一方、リクルートの消費者調査で非常に魅力的と回答し、かつ1割のコストアップを許容する割合を求めると約20%。これから当面の普及率はおよそ2割と見られるのではないか」。

「ハウスメーカーの採用率が7割、注文系ビルダーが3割、地場工務店はゼロとみて、これにシェアを掛け合わせると全体の採用率が21%と出る。一方、リクルートの消費者調査で非常に魅力的と回答し、かつ1割のコストアップを許容する割合を求めると約20%。これから当面の普及率はおよそ2割と見られるのではないか」。

「ハウスメーカーの採用率が7割、注文系ビルダーが3割、地場工務店はゼロとみて、これにシェアを掛け合わせると全体の採用率が21%と出る。一方、リクルートの消費者調査で非常に魅力的と回答し、かつ1割のコストアップを許容する割合を求めると約20%。これから当面の普及率はおよそ2割と見られるのではないか」。

「ハウスメーカーの採用率が7割、注文系ビルダーが3割、地場工務店はゼロとみて、これにシェアを掛け合わせると全体の採用率が21%と出る。一方、リクルートの消費者調査で非常に魅力的と回答し、かつ1割のコストアップを許容する割合を求めると約20%。これから当面の普及率はおよそ2割と見られるのではないか」。

「ハウスメーカーの採用率が7割、注文系ビルダーが3割、地場工務店はゼロとみて、これにシェアを掛け合わせると全体の採用率が21%と出る。一方、リクルートの消費者調査で非常に魅力的と回答し、かつ1割のコストアップを許容する割合を求めると約20%。これから当面の普及率はおよそ2割と見られるのではないか」。