利用拡大の余地があるリフォーム向けローン

研究員　宮田夏希

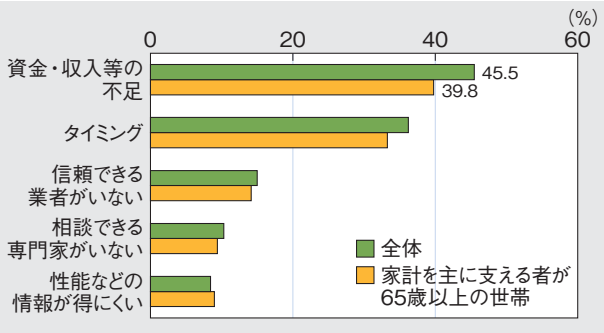
金融機関の個人向け貸出の中心は住宅ローンだが、今後の人口減少に伴って貸出が伸び悩む懸念がある。一方、住宅ストックの有効活用などの観点からリフォームが注目されており、リフォーム向けローンは伸長の余地があると考えられる。

1　現状では、リフォームでのローン利用は低調

国土交通省の「住宅市場動向調査」によると、2016～19年度に実施されたリフォーム１件当たりの平均所要額は、一戸建てが218万円、集合住宅が168万円となっている(注1)。リフォームにはまとまった資金が必要であることから、資金需要があることが想定される。実際に、住宅の改善意向を持つ世帯にリフォームの課題を聞いたアンケート調査では、半数近くの人が「資金・収入等の不足」と回答している（第１図）。

このように、リフォームでのローンの利用ニーズは小さくないと考えられるが、現状ではリフォーム時にローンを利用する人はあまり多くない。前述の国土交通省の調査によると、19年度にリフォームを実施した人のうちローンを利用している人の割合は、5.3％にとどまる。これは、リフォームと同程度の資金が必要になる、新車購入でのローン利用率が33％(注2)であることと比較すると、非常に低いと言える。

第１図　今後５年以内に住宅の改善意向がある世帯の、リフォーム上の課題（複数回答）



資料　国土交通省「平成30年住生活総合調査」
（注）「その他」「特に問題はない」は表示を省略。

2　リバースモーゲージの潜在的需要が見込まれる

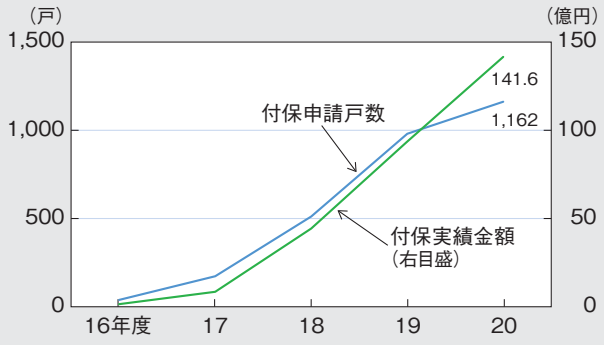
リフォームでローンの利用が少ない一因として、リフォーム利用者の年齢層が高いことが挙げられる。住宅リフォーム推進協議会の「平成29年度第15回住宅リフォーム実例調査」では、リフォーム施主（n=1,430）のうち半数以上が60歳以上となっている。しかし、高齢者においてもリフォームの課題として「資金・収入等の不足」を挙げる人は多くいる（前掲第１図）。高齢者は、年齢や収入の条件からローンを利用できない場合も多いと考えられる。

このような高齢者の資金需要に応えるものとして注目されるのが、リバースモーゲージである。リバースモーゲージは高齢者向けの金融商品で、土地・建物を担保として資金を貸し付けるものである。利用者は、所有する住宅に住み続けながら融資を受け、死亡時に住宅の処分などによって借入金を一括返済する。

この数年で、リバースモーゲージを取り扱う金融機関は増加している。特に、資金使途が住宅関連（リフォームや住み替え等）に限定されたリバースモーゲージである「リ・バース

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

第2図　リ・バース60の利用状況



資料　住宅金融支援機構「【リ・バース60】の利用実績等について」
（注）　付保申請は、取扱金融機関から機構に申請があったもの。付保実績は、融資が実行され、住宅融資保険が付保されたもの。

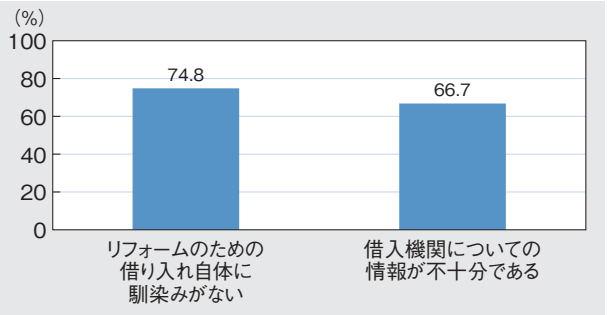
60」を取り扱う金融機関が増えており、21年６月末時点で73機関が取り扱っている。リ・バース60は、満60歳以上を対象とした商品で、住宅金融支援機構が民間金融機関の融資の保険者となり、融資のリスクを負担するものである。リ・バース60の利用実績は徐々に伸びてきており（第２図）、リバースモーゲージの潜在的需要があることがうかがわれる。金融機関は、リバースモーゲージの取扱いや推進を検討する余地があると考えられる。

3　ローンに関する情報提供が重要

そのほかに、リフォーム向けローンの情報があまり知られていないことも、ローン利用者が少ない要因となっている可能性がある。住宅リフォームを検討している人を対象とした調査では、「リフォームのための借り入れ自体に馴染みがない」人や「借入機関についての情報が不十分である」と考える人が多いという結果がある（第３図）。

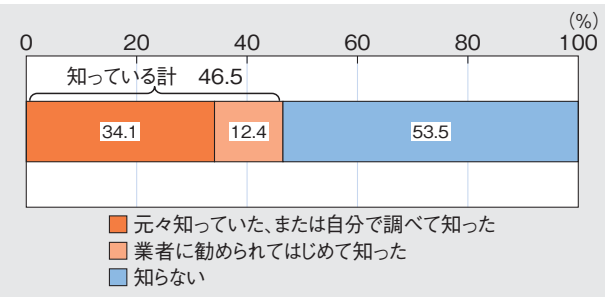
また、リフォームでのローン利用には減税

第3図　金融機関からのリフォーム資金借入に対する考え（「そう思う」「まあそう思う」の割合の合計、n=995）



資料　住宅リフォーム推進協議会「住宅リフォーム潜在需要者の意識と行動に関する調査　第11回調査報告書」
（注）　調査対象は、持ち家に居住する全国の30歳以上の人で、リフォーム意向がある人。調査時期は18年9月。

第4図　リフォームに関する所得税の住宅ローン減税の認知状況（n=1,032）



資料　住宅リフォーム推進協議会「2020年度住宅リフォームに関する消費者実態調査」

制度が用意されているが、制度が十分に知られていないという調査結果もある。リフォーム実施者への調査では、リフォームの住宅ローン減税を知っている人は半数以下となっている（第４図）。減税制度を知っている人が増えれば、ローンの利用を検討する人も増えると考えられる。

このように、現状ではリフォーム時のローンに関する情報提供が不足しており、利用ニーズはあるもののローンの利用に結び付いていない場合も少なくないと考えられる。金融機関は、リフォーム検討者との接点を増やし、ローンの情報を提供できるように工夫する必要があるだろう。

（みやた　なつき）

（注１）調査対象は、三大都市圏（首都圏・中京圏・近畿圏）。
（注２）日本自動車工業会「2019年度乗用車市場動向調査」による（n=2,389）。利用率は、一般のローンと残価設定ローンの合計。