

住宅市場の展望

明海大学 不動産学部 教授 周藤 利一

1. 新築市場の縮小をどのように考えるか

我が国は、既に人口減少時代に入っており、間もなく世帯数も減少に転じる。ということは、東京も含め、我が国の全ての地域で住宅需要がストックベースで減少するということを意味する。そして、空き家ストック数が右肩上がり増加しており、これら既存ストックの有効活用の必要性が広く認識されつつある以上、新築市場は縮小せざるを得ないわけではあるが、現実の市場はどのように推移するであろうか。

数値的な根拠があるわけではなく、筆者の直観に過ぎないが、次のように考えられる。まず、持家のうち戸建て住宅の新築市場は、純粋な新築よりも建替えが支配的になっていくと思われるが、建替え需要は粘着性があり、短期的に増減するものではない。そこで、建替え以外の新築需要の見通し如何ということになるが、これまで新規需要の主要な要因であった新規世帯形成が減少する以上、期待することはできない。

これに対し、貸家市場は、相続税の増税を受けて、消費税の 5%→8%引き上げに伴う、駆け込み需要→反動減という乱高下状況の中でも底堅い動きを示している。この相続税増税効果は案外大きく、長続きするのではないだろうか。

こうしたことを踏まえ、当面は新規住宅着工戸数は年間 85 万戸から 90 万戸の間で推移するものと見込まれる。

2. 既存住宅流通市場はどれだけ拡大するか

この市場の拡大の見通しは、これまでの流通阻害要因の解消効果がどれだけ見込まれるかにかかっている。読者諸氏ご案内のように、インスペクション、履歴など制度的対応は着実に進んでいるが、取引当事者の意識が着いて行っていない面も大きい。

国土交通省のアンケートによれば、「中古住宅の購入に抵抗がある」理由は、次のとおりである。

- ① 中古より新築住宅の方が気持ちが良い (55.2%)
- ② 中古住宅の間取りや仕様を自由に選べない (32.9%)
- ③ 中古住宅の耐震性や断熱性等の性能が低い (20.5%)
- ④ 中古住宅のリフォーム費用やメンテナンス費用がわからない (18.4%)
- ⑤ 中古住宅の品質に関する情報が少ない (14.6%)
- ⑥ 中古住宅の方が保証やアフターサービスが充実していない (11.7%)
- ⑦ 中古住宅の方が価格の妥当性の判断が難しい (9.8%)
- ⑧ 中古住宅の方が住宅ローンや税制面で不利である (4.1%)

純粋な制度的要因よりも、市場要因が多いと言えるが、第一位と第二位は消費者の主観要因である。こうした消費者心理を如何に転換するかが鍵となる。3月24日に(一社)住宅リフォーム推進協議会が公表した調査結果によれば、昨年、リフォームを行った人のうち30歳代の人たちの3分の

2 以上は、既存住宅を買ってリフォームをしたという。これまで、リフォームと言えば、退職金をもった人が老後の暮らしに備えて行うというのが主流であったが、ここに来て新しい動きが生じたのである。このように、若年世代が既存住宅を手頃な価格で購入して、自分のニーズと好みに合わせてリフォームを施して、快適に住もうというスタイルが拡大すれば、既存住宅流通市場の一層の成長が期待できる。

3. リフォーム市場はどこまで拡大するか

前述した新しい動きも見られるものの、いわば業者任せの現在のモデルでは限界があると思う。その背景には、一部の悪質リフォーム業者の存在など、供給側の要因もあるが、需要側の要因もある。すなわち、日本人は住宅に関しては面倒くさがりやであり、米国に代表される諸外国のような D I Y 文化が根付かないと、リフォームや既存住宅流通の画期的な拡大は実現しないと考えられる。

それでは、どうしたら良いか。筆者は、「大掃除の復活」を提唱したい。「汚物掃除法」（明治 33 年法律 31 号）は家屋の大掃除を国民に義務付けた。同法は 1954（昭和 29）7 月 1 日まで施行され、その後 1971（昭和 46）年 9 月 24 日までは「清掃法」（昭和 29 年法律 72 号）が施行された。同法 16 条は「建物の占有者は、建物内を全般にわたって清潔にするため、毎年一回以上、市町村長が定める計画に従い、大掃除を実施しなければならない。」と規定していた。同法は「廃棄物の処理及び清掃に関する法律」（昭和 45 年 12 月 25 日法律 137 号）の施行に伴い廃止され、現行法には大掃除に関する規定はない。自宅の大掃除をしなくなったことが日本人の住宅に対する意識を変え、D I Y の盛んな米国などと比べて住宅の維持管理やリフォーム、さらには既存住宅流通に対する消極的な傾向の一因にもなっていると考えている。

4. 高齢者住宅の将来像

二つの点を指摘しておきたい。第一点は、「団塊の世代の後期高齢者化ショック」である。これにはさらに、量的な問題と質的な問題とが存在する。すなわち、前者は、団塊の世代が（当たり前のことであるが）一斉に後期高齢者化することにより、彼らのニーズを充足できる住宅（厳密には施設を含む）に対する需要が急激に増加することに如何に対応するかという問題である。後者は、こうしたニーズに対し高齢者専用住宅を大量に供給したとしても、その後は日本全体としては高齢化が進展し続けるとしても、高齢者の絶対数は減少するので、高齢者専用住宅ストックの余剰問題が生じるおそれもある。したがって、高齢者向け住宅を供給するにしても、高齢者専用住宅を、しかも新築するのではなく、既存住宅を活用してユニバーサル住宅を供給する仕組みが主流になるべきである。

第二点は、「超高齢社会の住宅すごろく」である。かつての住宅すごろくは、退職金で（郊外に）一戸建て住宅を建てて「上がり」だった。定年退職した後の期間はそれほど長くなかったからである。しかし、これからは、定年退職後も 30 年近くの人生を生きるという「人生 2 トラック時代」である。さすれば、住宅すごろくも 2 トラックでなければならない。第 1 トラックは、子育てが終了するまでであり、第 2 トラックは、二地域居住、熟年 I ターンなど高齢者の新しい生き方に対応したパターンが求められよう。

5. 将来の市場プレイヤー

デベロッパー、ハウスメーカー、ハウズビルダーといった既存のプレイヤーに加えて、住宅と各種生活サービスをトータルに提供できるサプライヤーが求められるようになると思う。すなわち、「住生活のトータルソリューション」を提供できるプレイヤーが今後の住宅市場のメジャーな存在になる可能性がある。

この場合、不動産の証券化において経験したように、市場の既存プレイヤーが新たな技法・ビジネスモデルを開発・習得して新しい商品・サービスを提供するのではなく、異業種からの参入により「住生活のトータルソリューション」が提供されることになるかもしれない。既存プレイヤーの創意工夫を期待したいところである。

6. 空き家問題

「空き家にはストーリーがある」すなわち、空き家にはそれぞれの事情があり、それをしっかり踏まえた対応をしなければ、問題は解決しない。

また、空き家には「市場内空き家」と「市場外空き家」とがある。前者は市場メカニズムにより解決可能であり、また、そうすべきであるが、後者は一筋縄ではいかない。非居住用への用途転換も含め、柔軟かつ臨機応変な対応が求められる。

さらに、空き家は個人資産ではあるが、それにこだわってはならないだろう。地域資源・地域資産としての活用も積極的に考えるべきである。

詳細は、拙稿「住宅政策と空き家問題」プロGRESS「都市の空閑地・空き家を考える」2014年を参照されたい。