

# 戦後からの住宅産業とその未来

～若者への住宅需要アップを目指して～

1130512 山中 良佑

高知工科大学マネジメント学部

## 1. 概要

近年では、若い人々が標準的なライフコースを進むという人が減少している傾向にある。未婚率が上昇し、フリーターやニートなどが増加し、世帯形成が遅れている。原因の一つとして、政府の住宅政策や労働市場の規制緩和などが挙げられる。これらの問題を解決していかない限り、近年の新設住宅着工数は回復しないと言える。こうした状況の中、住宅メーカー各社はどのような経営状況で、今後住宅業界はどのように変化していく必要があるかを考える。

## 2. 背景

国土交通省の調べによると、2011年度の新設住宅着工数は84万1246戸と前期比微増に留まっている。(図1-

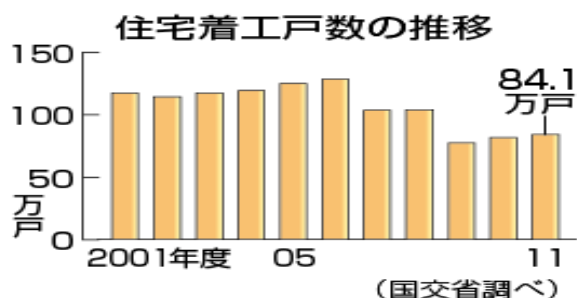


図 1-1 新設住宅着戸数

住宅エコポイント制度などが下支えしたものの、本格的な回復はまだまだの段階と言える。雇用や所得環境の悪化が続く中、先行きの見通しも厳しい。そして、顧客ニーズにも変化が見られる。まず一つ目は家族構成の変化に伴い、リフォームの需要が増加した。二つ目は雇用が安定せず、給料も順調に上昇していく保障もなくなった今、低価格住宅が中心に人気になってきている。最後に震災を機にエネルギーや環境配慮型住宅への関心が高まっている。そんな中、各社はどのような状況なのかを分析してみようと思う。

新設住宅着工数の低調であるにも関わらず、大手の業績の見通しは比較的順調である。大和ハウス工業では強みの商業施設が12年度は最高益を大幅に更新する公算である。積水ハウスもマンションの売上が急改善し、国際事業も利益貢献を

しだしている。国内住宅市場が成熟している中、多角化や国際化で優位に立つトップ2の強さが目立っている。

## 3. 目的

本研究は、住宅メーカーが今後目指すべき方向を考察し、対策を考える。また、ネットカフェ難民や若年者の非正規雇用の増大とともにその住宅の問題がクローズアップされている現状でどのように政府や企業が対策をすべきかを考察する。

## 4. 研究方法

まず、住宅業界についての知識を様々な文献を読み、この業界の歴史や問題点、さらには今後の動向を学習する。そして、若者の住宅に関する意識調査を周りの人にヒアリングし調査する。最後に今後の政府が行うべき政策や新設住宅着戸数を伸ばしていくための方策について検討する。

## 5. 結果

### 5.1 戦後の住宅と政府の住宅政策

終戦時、図5-1で示しているように日本の住宅は大幅に不足していた。その不足数は420万戸で、狭いところに多くの家族が同居しているという状態から住宅産業がスタートした。

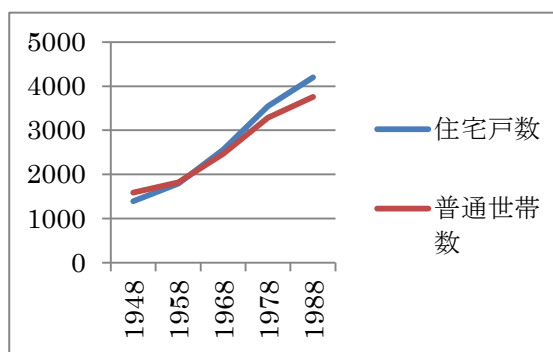


図 5-1 普通世帯数と住宅戸数の推移

政府はこの住宅難を解消していくために、1950年に個人に金銭的支援するため、「住宅金融公庫」を設立、1951年に「公営住宅法」を定め、大都市圏の住宅不足を解消するため、1955年に「公団住宅」の建設を進めた。結果、住宅戸数は充足した。しかし、近年は住宅が過剰に供給され、政府の住宅支援は中間層向けがメインである点が問題であると言える。

## 5.2 若者の現状

若年層は結婚し、独立した世帯を形成し、雇用と所得を安定させた上で住まいを確保するという流れが昔からの一般的な一連の流れであった。しかし、近年はそのようないわば標準的な人生の道を歩む人は減少する一方である。現在結婚しない人や世帯形成の遅い人が増加した。

### 5.2.1 住宅に対する意識調査

学生にマイホームに関してのヒアリング調査を20人に対して行った。まず、「将来、マイホームを手に入れたい」と答えた人は11人であった。次に、「考えていない、どちらでもない」と答えた人は6人であった。最後に「購入しない」と答えた人は3人であった。この結果から「絶対に欲しい！」など他の世代に比べて住宅取得に関する「渴望感」は少ないものの、現代の若者の本音は、むしろマイホームを所有したいと考えていることが分かった。

そこで、マイホームに関して「将来、マイホームを手に入れたい」と思った理由を聞いてみると、「自分の色を出した家に住みたい」というものが一番多い理由であった。この結果から現代の若者はファッションや携帯一つにしても様々な個性を出したいという傾向があり、家も同様の考えのようである。また、「考えてない、どちらでもない」と答えた人の理由の多くは「今後安定した職に就いているか分からない上、給料が安定しているかも分からないから」という結果となった。この結果から日本経済や政府の住宅政策に根本的な問題があると考えられる。最後に、「購入しない」と答えた人に理由を聞くと、「地震や災害などの不足の事態に陥ったとき、財産をなくしてしまうことになりかねないので不安だから」というものがアンケートをとった人全員の意見であった。これは近年、東北大震災を経験し、悲惨な事態を日本人全員が経験したことが主な原因と考えられる。結論、多くの若者にとって住宅は買いたくないものではなく、出来れば手に入れたいものである。政府や住宅メーカーの今後の対策、努力だけで安定した住宅供給も可能となってくるものであると私は考える。

### 5.3 各企業の動向

新設住宅戸数が伸び悩んでいる現在、各社は様々な対策をとっている。まず一つ目は、リフォーム事業と仲介事業である。この二つの事業は新築請負工事と比較すると受注金額は相対的に小さいので、多くの住宅メーカーは積極的には拡大して

いなかったが、近年では良質な住宅が増大している点と政策・制度面でも資産としての活用が後押しされ、積極的に拡大されている。二つ目は、ノウハウや技術をエンドユーザー以外である地場工務店などに展開している企業も出てきている。三つ目、海外への事業展開である。この動きは大企業に見られるもので、20代、30代の住宅購入者層向けの低・中価格帯の住宅が圧倒的に不足している新興国への参入を行っている。最後に、数社が本格的に若い世代向けの住宅を販売しているものの、業界全体の動きとしてはまだ大きくは動いていないのが現状である。今後低価格で少量生産の上、オリジナル性の高い住宅供給をしなければならない状況になってくるであろうと考えられる。

## 6. 課題

まず、住宅メーカーの課題として①国内の需要だけにとどまらず海外を視野に入れる。②家族構成の変化に対応できる住宅の供給を行う。③事業領域を拡大する。④若い世代にも対応できるような個性を出せる住宅を供給する。次に、政府の課題は①低家賃かつ若者にとって住みやすい住宅を増やすことが出来る環境を作る。②家賃補助によって居住費負担を軽減する施策の立案③住宅政策を中間層向けに重点をおくのではなく偏りをなくす。④固定資産税や不動産取得税などの住宅にかかる税金の低減を図る。これらの課題を解決していくことで、新築住宅着工数の増加に繋がると共に若者への需要も伸ばすことが出来る一つの手段ではないだろうかという結論に至った。

## 引用文献

「1」2013年業界地図 p166-167

「2」若者たちに「住まい」を！ 著者 平山洋介 p30-31

「3」現代社会とハウジング 著者 玉置伸吾

「4」2015年の住宅市場と住宅メーカーの目指すべき針路 筆者 馬場功一 p12-13