

新事業創造が求められる住宅市場



榊原 渉

人口・世帯数減少の影響が直撃する新設住宅着工戸数

日本は今、人口は減少局面に入っているものの世帯数は増加しているという、いささか特殊な状態にある。国立社会保障・人口問題研究所によると、総世帯数は2019年にピークアウトすると推計されており、ほとんどの先進国が経験したことのない人口・世帯数減少時代が、いよいよ目前に迫ってきた。

とりわけ2020年は、東京オリンピック・パラリンピック競技大会開催という節目の年であるが、人口・世帯数という切り口で見ても大きなターニングポイントになる。世帯数減少時代の幕開けであるとともに、団塊の世代が後期高齢者（75歳以上）に突入するタイミングでもあるのだ。

人口・世帯数減少は、国内のさまざまな市場に影響を及ぼすと見込まれるが、特にその影響が大きいと考えられるのが住宅市場である。住宅は耐久消費財の中で最も買い替えのサイクルが長く、日本人が一生のうちに購入する平均戸数は2戸未満といわれている。

国内住宅市場はこれまで、気候・風土や文化の影響を強く受け、新設住宅に依存した構

造をとってきた。昔から怖いモノの代表として「地震・雷・火事・親父（大山風＝台風）」が挙げられるが、いずれも住宅を崩壊させる要因になるものである。たとえば、江戸時代の「火消し（消防団）」は、火事そのものを消すだけでなく、延焼を食い止めるために周辺の住宅や建物を取り壊していた。つまり、日本における住宅は恒久のモノではなく、有事に倒壊することが当たり前のモノであり、そのたびに新設されてきたのだ。

本格的に人口・世帯数が減少していく中で、この新設住宅着工戸数がどうなっていくのかを、われわれなりの分析を加えた上で予測した。その結果、2030年度には約53万戸にまで減少すると見込まれる。これは、バブル崩壊後のピークであった1996年度の約163万戸と比較すると、ほぼ3分の1に相当する。新設住宅に依存してきた住宅業界は、抜本的な事業構造転換が必要となるであろう。

伸び悩むリフォーム市場と増大する空き家数・空き家率

恒久のモノではないとはいえ、新耐震基準が導入された1981年以降、日本の住宅の長寿

命化も徐々に進展してきた。そのため、期待されているのが、リフォーム市場である。しかしながらこちらも、われわれなりの予測をしてみると、現状の趨勢が続いた場合には、大きく市場拡大することは難しく、広義のリフォーム市場規模は2030年まで、年間6兆円台で横ばいに推移すると見込まれる。

もちろん、ポテンシャルが高いことは間違いないので、行政主導の支援（リフォームローン組成しやすい環境の整備など）や、民間事業者の創意工夫（工事品質の向上や価格の透明性確保など）、および生活者への啓発を積極的に進めていくことが求められる。

新設住宅着工戸数が減少しても、それを上回るペースで世帯数が減少すると懸念されるのが、空き家数および空き家率の増大である。総務省「平成25年住宅・土地統計調査」によれば、2013年の空き家数は820万戸、空き家率（総住宅数に占める空き家の割合）は13.5%と、いずれも過去最高となった。このままでは、2033年の空き家数は約2150万戸、空き家率は30.2%にいずれも上昇すると見込まれる。

空き家率が20%を超えてくると、住環境悪化や行政コスト増大などの問題が生じる可能性がある。人口減少対策はもちろん、活用価値が低下した住宅の除却、中古住宅流通市場の整備、複数戸の住宅を1戸の住宅にリフォームやリノベーションする減築、コンパクトシティの実現などを積極的に進めていく必要がある。

グローバル競争力の強化に向けた 新事業創造

本特集では、新設住宅着工戸数の減少、伸び悩みリフォーム市場、空き家数および空き

家率の増大など、2030年までの国内住宅市場をできるだけ客観的に予測することを試みた。その結果はいずれも、かなり厳しいものではある。とりわけ、国内住宅市場を主戦場としてきたハウスメーカーやハウビルダー、デベロッパー、住宅設備・建築資材メーカーなどは、事業構造転換が求められる。むしろ、これらプレイヤーの事業構造転換そのものが、リフォーム市場や中古住宅流通市場の創造・拡大を牽引する可能性もある。

一方、日本の経済・社会の成熟化が進む中で、「住宅」を新たなビジネスプラットフォームとして捉え、家具・家電・エネルギー・通信・流通小売・各種サービスといった周辺業界・関連業界からのアプローチも活発化している。住宅市場における新事業創造を周辺業界・関連業界とも連携しながら進めることができれば、住宅市場における事業機会は、まだまだ拡大の可能性があるといえる。

日本は世界でいち早く超高齢化社会を迎え、経済・社会の成熟化はますます進展するものと見込まれる。この成熟化社会において、どのように住宅市場を育成し、持続的な発展を維持していくのかということは、世界の先進課題になり得る。日本企業がいち早くこの課題に対するソリューションを構築することができれば、グローバルな競争力強化の一助にもなる。本特集が、今後の政策立案や新たな市場創造のきっかけになれば幸いである。

著者

榊原 渉（さかきばらわたる）

経営革新コンサルティング部グループマネージャー
専門は建設・不動産・住宅関連業界の事業戦略立案・
実行支援