

人口減少時代の不動産

日本の人口の大きな変動とともに、これまでの建築・不動産のあり方は大きく変わっていきます

日本の人口減少や環境問題の観点からも、今後は中古住宅流通市場・リフォーム市場が倍増していくでしょう

■ 人口問題による不動産のゆくえ

先月発足した菅内閣では、強い経済、強い財政、強い社会保障実現のための新成長戦略が策定され、建築、不動産業の戦略として、中古住宅・リフォーム市場の倍増計画が盛り込まれました。これまでの新築重視の住宅政策からストック重視の住宅政策への転換を促進するため、建物検査・保証、住宅履歴情報の普及促進等の市場環境整備・規制改革、マンション再生を盛り込んだ中古・リフォーム市場整備のためのトータルプランの策定をしました。

また、中古住宅流通市場・リフォーム市場を20兆円まで倍増し、ネット・ゼロ・エネルギー住宅を標準的な新築住宅とすることを目指します。これを受けて、国土交通省では中古住宅に評価指標を決め、売買を即すため、来年4月から物件評価の目安となる指標を公表すると発表しました。人口の減少や世帯の変化を見ると、これから建築、特に居住用の不動産については、わが国の抱える人口・世帯等の社会構造的な問題と、建物における環境、耐

震等の問題がかわってきます。

日本の人口が減少傾向にあるのは誰もが知る事実です。急激な少子高齢化は社会的大問題であり、これから政治や経済のあり方にも大きく影響します。ここで、少し慎重に数字を見ておきましょう。2010年の人口ピラミッド（国立社会保障・人口問題研究所）は図1となります。45年先の2055年の予想の図2と見比べて頂ければ解りますが、全体の面積（＝総人口）は減り、頭でっかちな高齢社会になる事が伺えます。人口の総数で言えば2008年が、1億2千7百万人だったのが、たった45年で8千9百万人になってしまふのです。これは今から55年前の1955年と同レベルであり、僅か100年の間で日本の人口には大きな変動がおこります。現在の65歳以上の老人人口は21%になります。また、0歳～14歳までの年少人口は8%、15歳～64歳の労働人口は51%となり、働く人は実に2人に1人となります。このような時代が来る事を考え

れば、今までの建築・不動産のあり方が大きく変わることは予想できると思います。また、日本の世帯数はしばらくは増加するのです。2010年の総世帯数は5万2百世帯、平均世帯人員は2・47人です。2015年では、5万6百世帯、平均人員は2・42人に減少します。推計ではここで世帯数は頭打ちになります。平均人員は減少し、さらに単身世帯は増加が加速します。つまり、不動産投資を考えるには、直近での世帯数増加、将来の人口減少、世帯数減少及び単身世帯の増加を考慮する必要があります。これらの人口問題を切り口に考えて、近い将来ストックマーケットである

流通が中心となり、それを修理して使うことが読み解けます。さらに、拍車をかけるのが環境問題です。日本の住宅の耐用年数は30年であり、米国55年、英国77年に比べかなり短いため、今後の新築住宅には高い省エネ基準や耐震基準が設けられ、長期に居住でき、環境に優しいエコ住宅である事が求められます。長期に住宅を使用するので、この切り口でも中古マーケット、リフォームマーケットは活性化すると予想されます。新政権による成長戦略に挙げられている、建物検査・保証、環境整備・規制改革は、今までの建築・不動産マーケットの大きく見えることになると思われます。

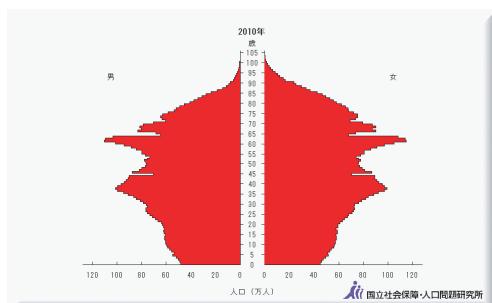


図1 2010年人口ピラミッド

流通が中心となり、それを修理して使うことが読み解けます。さらに、拍車をかけるのが環境問題です。日本の住宅の耐用年数は30年であり、米国55年、英國77年に比べかなり短いため、今後の新築住宅には高い省エネ基準や耐震基準が設けられ、長期に居住でき、環境に優しいエコ住宅である事が求められます。長期に住宅を使用するので、この切り口でも中古マーケット、リフォームマーケットは活性化すると予想されます。新政権による成長戦略に挙げられている、建物検査・保証、環境整備・規制改革は、今までの建築・不動産マーケットの大きく見えることになると思われます。

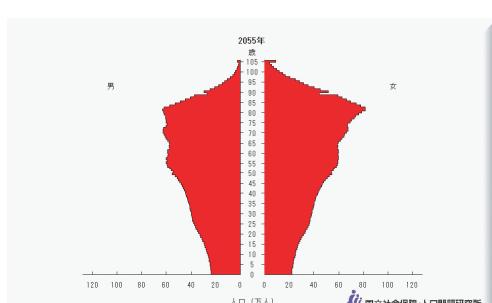


図2 2055年人口ピラミッド

7

2010 July

社会問題・環境問題に目を向けよう!

旧暦7月を「文月」と呼びます。由来は七夕に詩歌を献じたり、書物を夜風に曝したりする習慣があった事が定説になっているそうです。夏の土用入りは7月20日。子供たちは一番の楽しみである「夏休み」に入ります。大暑を過ぎれば夏も本格的となり、刺すような日差しから逃げる様に日傘や帽子で溢れます。一年も折り返し地点を通過して後半戦に突入です。

2010年7月発行
発行:前田由紀夫
編集:(株)パビルス
株式会社円昭HP
<http://www.enshow.com>



知識の泉

今号のテーマ “住宅履歴情報”

住宅履歴情報整備検討委員会では、住宅の供給・維持管理・流通等に関わる様々な主体において、住宅履歴情報の蓄積・活用に係る取組が展開されることを想定し、住宅市場における標準として、住宅履歴情報の蓄積・活用のあり方や基本的に蓄積すべき情報項目の内容、情報サービス機関に関する共通の仕組み等について検討しています。

【理念】

住宅は、個人資産であると同時に、世代を超えて継承されるべき社会的資産でもある。住宅の質を維持し、豊かな住生活を実現していくためには、良好に維持管理された住宅と、その住宅履歴情報をしっかりと次の所有者へ引き継ぎ、住み継がれるようにすることが重要である。

◎これからは「住宅履歴情報」のある家があたりまえになるって本当?

ご自分の住む家に愛着を持って長く住み続けていくためには、どのように建てられたのか、その後どんなリフォームをしたのか、どんな維持管理をしているのかなどの記録を「住宅履歴情報」として、きちんと保存しておくことが大切です。住宅の図面や写真などの記録をしっかりと

ためておいて、維持管理やリフォーム、売買時等に有効に活用することができます。

1. 住宅履歴情報って何?

住宅履歴情報とは、住宅の設計、施工、維持管理、権利及び資産等に関する情報をいいます。

住宅所有者であるあなたが、蓄積、活用していくためのものです。

一つ、だれか、どのように新築や修繕、改修・リフォーム等を行ったかを記録したあなたの住まいの「履歴書」といってもいいでしょう。

2. なぜ住宅履歴情報が必要なの?

これからは住宅を長持ちさせることが求められる!

日本の住宅が新築されてから壊されるまでの年数は平均約30年と、欧米に比較して短いことが指摘されています。まだ使える住宅を次々と建て替えてしまうことは、地球環境への負荷が大きいだけでなく、長い目で見ると住まい手の居住費の負担も大きくなります。

これからは、「いいものをつくって、きちんと手入れして、長く大切に使う」ストック型社会への転換が必要です。

<住宅を長持ちさせるには維持管理が必要!>

住宅を世代にわたって住み継いでいくには、最初に丈夫な住宅をつくるだけでなく、点検や修繕等の維持管理がきちんと行われることが必要です。

<住宅の維持管理には履歴情報が不可欠>

住宅の維持管理を適切に行うには、住宅がどのように設計、施工され、どのように修繕、改修・リフォームされたかという「住宅履歴情報」が不可欠です。

住宅履歴情報の愛称
「いえかるて」のロゴマーク



【ロゴマークのコンセプト】

「家」と「カルテ」に焦点を絞り、目的を端的に表しています。ラインで家を、面でカルテを、点で情報の蓄積を表現し、「いえかるて」の世界観が創られていくイメージをシンボリックに表現しました。カラーについては、ブルー系とグリーン系で信頼・誠実・平和・親愛・公平と安らぎを表現し、オレンジ系で陽気で快活なイメージと情報・伝達・人ととのコミュニケーションを表現しています。

<http://www.jutaku-rireki.jp>
住宅履歴情報整備検討委員会

コ・ラ・ム 使用貸借

借主が貸主から目的物を無償で借りて使用収益し、後にその目的物を貸主に返還する契約をいいます(民法593条以下)。借主は契約に返還時期の定めがあるときはその時に、その定めがないときは契約に定めた目的に従い使用収益を終えたとき等に、目的物を返還しなければなりません。使用収益の対価を支払わない、無償である点において賃貸借と異なります。使用貸借には、その目的物が住宅やその敷地であっても、借地借家法(平成4年7月31日までの契約の場合は、旧借地法、旧借家法、旧建物保護法)は適用されません。親族や雇用等特殊な人的関係のある者の間で約束(契約)されますが、そういう人的関係の崩壊したときに法的紛争を生ずることが少なくありません。

お勧めの一冊

もし高校野球の女子マネージャーが ドラッカーの『マネジメント』を読んだら

著者:岩崎 夏海

出版社:ダイヤモンド社 ¥1,680円(税込)



表紙を見るとコミック本のようであり、とてもビジネス書とは思えません。発刊から既に80万部を突破し、電子書籍部門でも首位を独走しています。内容は、野球部にマネージャーとして入部した主人公「みなみ」が、あのピーター・ドラッカーの著書「マネジメント」と出会い、それを実践し、公立高校の弱小野球部を甲子園に導くストーリーとなっています。この企画はまさに出版業界の常識を破ったビジネスモデルです。ドラッカーの原典を読むのは大変ですが、少しだけドラッカーに触れたい人、新たなビジネスモデルを体験したい人にお勧めの一冊です。



チャレンジ25キャンペーン <http://www.challenge25.go.jp/>

株式会社円昭のスタッフは6つのチャレンジを実行します。

Challenge1
エコな生活スタイルを選択しよう

Challenge2
省エネ製品を選択しよう

Challenge3
自然を利用したエネルギーを選択しよう

Challenge4
ビル・住宅のエコ化を選択しよう

Challenge5
CO₂削減につながる取り組みを応援しよう

Challenge6
地域で取り組む温暖化防止活動に参加しよう

株式会社 円 昭

〒466-0031
名古屋市昭和区紅梅町3-4-2
TEL: 052-841-2701
FAX: 052-841-4301
mail@enshow.com
<http://www.enshow.com>