



## 日本と海外の住宅産業の違い②

今回の日合商解説 (vol.104) では、前回 (vol.103) に引き続き、日本と海外の住宅産業の違いについて解説します。今後、住宅業界の大法改正により住宅性能の基準が上がることに加え、昨今の物価・人件費高騰により住宅価格上昇が予想されています。そんな中、住宅業界はどのような対応をしていく必要があるのか、海外の例に倣った対応について解説します。

### INDEX

- ① 住宅市場の未来予測
- ② 海外から倣う中古住宅流通市場と、ローンによる買い方の変化
- ③ 大手ハウスメーカーは海外展開、国内はリフォームの時代へ

#### ① 住宅市場の未来予測

2025年4月に施行される「4号特例の縮小」や「省エネ基準適合義務化」により、海外の住宅産業に追随して住宅性能が向上していくことは、前回 (vol.103) 解説しました。

海外と同程度まで住宅の性能が向上し、資産価値が担保されるようになることは、消費者にとってはメリットになるでしょう。しかし、性能が向上するという事は、それだけ住宅の価格も上昇することになります。昨今の物価・人件費の高騰も今後さらに進んでくると予想されている為、住宅の価格上昇に拍車をかける可能性があります。

住宅の価格は、性能向上により現在の平均から約2~3割程上昇すると予想されています。ただでさえ賃上げが進んでいない状況で、そこに追い打ちの様に住宅価格の上昇となると、消費者が住宅の購入を控える動きが出てきそうな状況であり、これは住宅業界全体の課題といえます。

こうした懸念を払拭するためには、海外、特に先進国の事例に目を向けることが重要になってきます。海外の住宅市場を参考にすると、今後、日本でも「住宅の買い方」が変化してくることが見えてきます。



## ② 海外から做う中古住宅流通市場と、ローンによる買い方の変化

海外、特に欧州や北米では、中古住宅市場が活発であり、高性能住宅は売りやすいとされています。高性能な住宅は資産としての価値を保ちやすく、価格の上昇があっても、資産効率の良い投資と見なされています。日本でも同様に、法改正に伴う住宅性能の向上により、住宅が長期的な資産として認識される未来が見込まれ、消費者の不安解消に繋がる可能性があり、海外と同様に中古流通市場の活性化が期待されます。

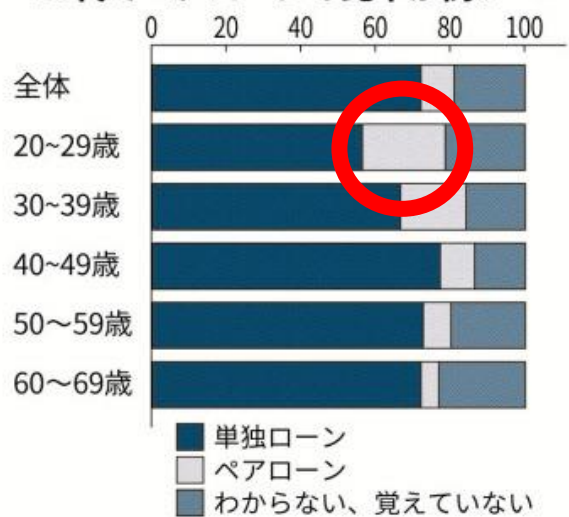
そうは言いつつも、住宅価格の高騰はやはり消費者にとっては大きな不安要素です。そこで、価格高騰に対応するための金融商品として、「フラット50」や「ペアローン」といった長期的な返済計画が役立ちます。

「フラット50」は、通常の住宅ローンに比べて返済期間が長い50年の固定金利住宅ローンです。フラット35と同様に長期固定金利型であるため、金利が変動しない点が特徴です。長期で支払うことで月々の返済額が抑えられるため、住宅価格が高騰しても購入者の負担が軽減されます。

「ペアローン」は、夫婦などがそれぞれ別々に住宅ローンを契約して、共同で住宅を購入する仕組みです。右図の通り、若い世代に利用者が多いのが特徴です。「価値の高い家」が重要視され住宅価格が高騰したことにより、ペアローンは若い世代が家を買う時の基準になってきていることがわかります。

以上のような住宅ローンにより、購入時の経済的な負担が軽減され、消費者が住宅購入を控える動きが緩和されることが期待されます。

20代でペアローンの比率が高い %



出典：日本経済新聞

住宅業界としては消費者に対して、

- ・ 価格は高いが価値も高い住宅を建てる方が後々の資産効率が高いこと
- ・ 価格が高い住宅を建てる為のローンの提案

以上についての提案を強化していくことが、今後非常に重要になって来るでしょう。

また、資産価値の高い家は性能も高い（省エネ・創エネにも優れている）ため、住宅価格が高くなる代わりにランニングコストが下がる事も合わせて消費者へ伝えることができると、より消費者の不安軽減となります。

住宅業界の最新情報を常に発信

コンサルティング・WEB講演会  
ホームページまでお問い合わせください

**SHIMIZU HIDEO JIMUSHO**

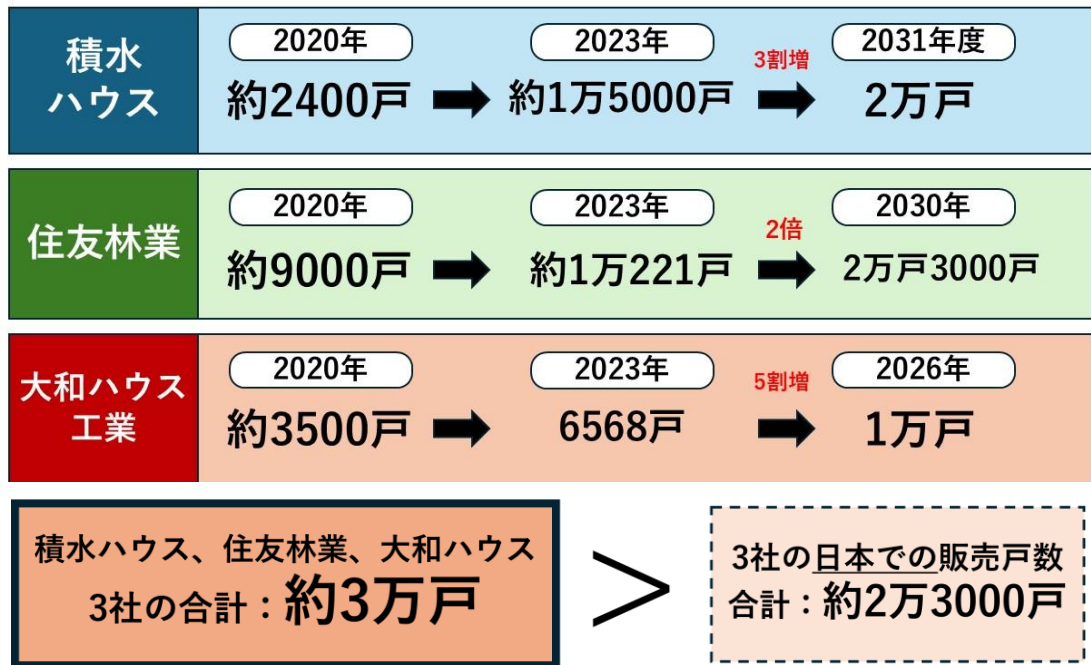
[https://au-shimizu.co.jp/seminar\\_colum](https://au-shimizu.co.jp/seminar_colum)

### ③ 大手ハウスメーカーは海外展開、国内はリフォームの時代へ

少子高齢化により日本の住宅需要は今後縮小していくと予想されています。そんな中、国内市場の縮小に対して、大手ハウスメーカーはどのような対策を取っているか、ご紹介します。

## 戸建て事業は米国に軸足

### 米国の戸建て住宅販売計画



作成：清水英雄事務所(株)

積水ハウス、住友林業、大和ハウス工業の3社は、戸建事業の軸足をアメリカに移しています。

大手ハウスメーカー3社の米国の年間販売戸数は2023年度には計約3万戸と日本の合計より3割上回りました。各社の住宅販売計画を見ると、海外での販売をさらに拡大していくことがわかります。

日本は人口減少による市場縮小が避けられません。そのため、米国で国内の建築ノウハウを展開するなど、各社独自色を打ち出しており、米国で存在感を高めようと奔走しています。

海外展開が難しい地域に根差した流通店や販売店としては、単なる流通業務にとどまらず、住まいのメンテナンスやリフォーム、エネルギー効率向上の提案や、先程解説した金融についての提案等も含め、消費者に直接的なメリットがあるサービスを提供し、地域密着型の価値を高めることが重要になってきそうです。