

発行：北恵株式会社 〒541-0054 大阪市中央区南本町3-6-14 TEL. 06-6251-6701
http://www.kitakei.jp/

テーマ：期待される二世帯同居提案で需要喚起

最近、建替え需要の減少傾向が下げ止まったことを示す調査結果が相次いでいる。昨年から大手住宅会社でも二世帯同居をテーマとした新商品を投入し、二世帯住宅の需要喚起を促している。震災後「家族のきずな」を意識する層も増加、消費増税を控えエネルギーをシェアする提案など新しい切り口も注目を集めている。

1. 再建築率調査 15 年ぶりに下げ止まった。

国土交通省は、「2011 年度の住宅着工統計による再建築状況」を公表した。

持家の除却戸数は 54,774 戸、持家として再建築された住宅は 48,369 戸となった。再建築された持家の持家着工戸数に占める割合（再建築率）は、15.9%となり前年より 0.5%上昇した。再建築率は、1996 年以降連続して減少傾向にあったが、15 年ぶりに下げ止まった。（図 1.）

除却前と除却後の利用関係を見ると、

持家⇒持家 65.6%
持家⇒貸家 25.8%
持家⇒分譲 8.4%
持家⇒社宅 0.2%

持家から貸家や分譲住宅への再建築も少ない。相続した住宅や老朽化した住宅を貸家として活用、売却するケースと考えられる。

また、（社）住宅生産者団体連合が毎年公表している「注文住宅顧客実態調査」を見ると、2011 年の建替え率は 30.7%と再び 30%台をクリアした。（図 2.）

高齢者だけで住む老朽木造住宅の建替えが進まないことが、耐震化の遅れている大きな要因のひとつにもなっている。

国は、住宅取得促進税制だけではなく、除却・建替え促進税制を組み入れて、建替え増加の流れも作り出すべきだろう。

住宅事業者にも「1 戸除却が 100 万円」というような積極的な提案を期待したい。

※ 再建築の意味

住宅を除却して、同じ敷地に建築すること。但し除却前の用地が工場倉庫など非住宅は除く。再建築率＝再建築戸数÷新設着工戸数

図 1.持家住宅の再建築率の推移

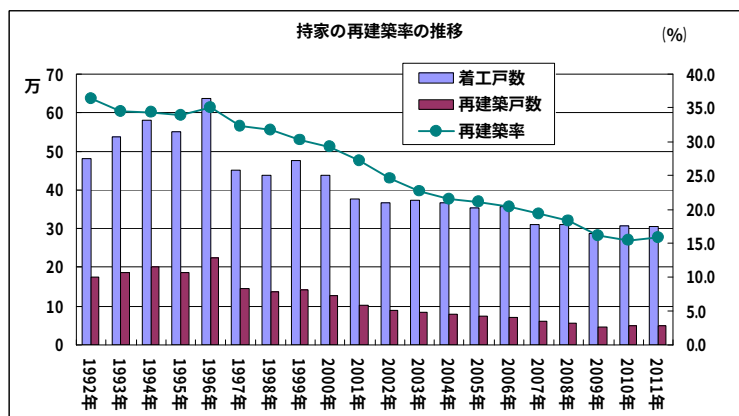
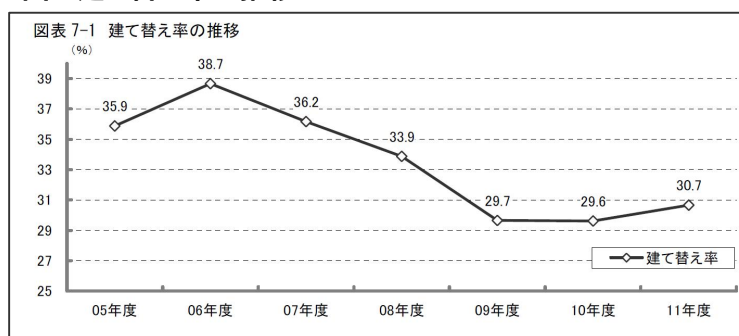


図 2.建て替え率の推移



2. 二世帯住宅需要の喚起で建替え促進

もともと建替え需要は、持家需要の35%を超えて住宅会社需要を支えてきた。97年の消費増税以降大きく建替え率は下がっている。

この要因は、

- ① 大都市圏を中心とした土地価格の下落⇒若年層でもマンションや戸建住宅の取得が可能
- ② 現役親世代(50代から60代)の所得下落⇒消費増税の駆け込み需要後の反動減。
- ③ 「同居より気ままに別居・隣居」意識や価値観の変化

などが考えられる。また、建替えにともなう解体や仮住まいなどのコストも負担になってきた。

今後の予測は、

- ① 若年層の所得の下落は続き、自前の資金調達力は減少、親世代との連結会計で自己防衛
- ② 親世代の中には、介護を必要とする親の存在(引きとり同居)の需要拡大
- ③ 震災後の家族意識の変化(大家族の安心感)

「同居より気ままに別居」という意識は、依然、強いが、同居によってお互い気を使い衝突する中で、相手を思いやる心が育まれ、考える力がついてくる。バリアフリーよりバリアーがある中で初めて、克服する知恵と力がついてくる。こうした考えもひとつの道理として受け入れられるのではないだろうか。

震災以降、大手住宅会社の商品に、新しい二世帯住宅提案により建替え需要を喚起する動きがある。二世帯住宅＝建替え需要とは限らないが、二世帯同居が建替えの大きな動機になっているのは、間違いない。

住宅会社の二世帯商品を紹介する。

(1) 住友林業 こちよい距離感が家族の絆をつくる住まい 二世帯住宅「ikiki(イキキ)」

二世帯同居への建替えを考えている共働きの若夫婦世代と、夫婦ともに元気な親世帯をターゲット。二つの世帯をつなぐキーパーソンであるママを中心とし、プライベートな時間を重視しながら、世帯間のコミュニケーションが図れ、無理なく自立と共有を両立できるプラン提案を行っている。

夫方両親同居と妻方両親同居の二つの想定家族で具体的に提案し、こちよい距離感が保てる工夫を随所に取り入れている。

■「きづかい」がこちよい距離感をつくり、家族の絆を育むキーワード

- ・「きごころ」 いつでも身近に家族を感じていたい
- ・「きらく」 気分・状況次第で関わりたい
- ・「きまま」 個々の時間をのんびり楽しみたい

■夫方との二世帯住宅

上下階で完全に分離したスタイル。普段はそれぞれの暮らしを重視したライフスタイルとしながらも、週末などは親世帯に集まり程よく両親とのコミュニケーションを楽しむ暮らしを提案。

■妻方の二世帯住宅

左右分離し、独立性をもたせながらもお互いの世帯を行き来できる通路や共有で使用するランドリースペースを設けることで、世帯間で家事や子育てを気軽に協力しあえる空間提案。

従来の二世帯住宅のテーマでは、間取りや設備を完全分離型、融合型という議論が主流であったが、「家族の距離感」をテーマとした新しい切り口となっている点が特長で、お客さまに対するヒアリングのきっかけにもなる。二世帯住宅提案は、聞く力、質問力がポイントになる。

(写真:左右分離型提案の外観事例)

(住友林業ニュースリリース 2011年10月14日参照)



(2) 家族の繋がりを深め、エネルギーを世帯間でシェアする二世帯住宅&NiCO (アンド ニコ)

旭化成ホームズは、1975 年に「二世帯住宅」を初めて商品化、その後も時代の変化を反映した二世帯住宅商品を投入。近年では 2010 年 4 月に共働き家族の増加や待機児童問題などの社会的背景から「孫共育」をキーワードに積極的な同居を提案する、二世帯住宅「i_co」を発売。

今回の商品「アンド ニコ」は、東日本大震災以降、エネルギー問題をはじめとする将来への不安を、家族が積極的に連携することで解消し、2 つの家族が集まることで可能となる、燃料電池 (エネファーム) と太陽光発電を効果的に活用して年間光熱費ゼロと年間 CO2 排出量ネットゼロを実現できる独自の設備システムを開発・搭載した。

(3) 単身の兄弟姉妹も共に暮らす二世帯住宅の進化型 ヘーベルハウス「2.5 世帯住宅」を発売

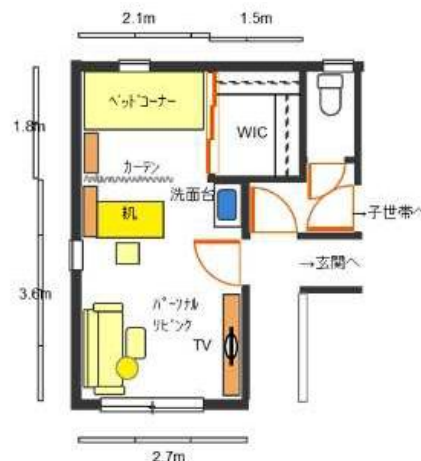
近年の晩婚化・非婚化・離婚率の上昇などから、親世帯に単身の子が同居しているケースが 2 割近く存在すること。更に、単身の子 (子世帯にとって兄弟姉妹) が共に暮らす両世帯の満足度は高く、同居する単身者本人も自立しながら家族と交流し豊かに暮らしている。

単身者の居心地の良さや家族同士の交流から生まれる新たな価値を追究し、また世代を越えて住み継がれやすい住まいとなる提案。

- 「充実マイルーム」で共に暮らす単身の兄弟姉妹が日常生活を居心地よく過ごせるよう工夫 (右図)
- 全員で食事ができる「ビッグテーブル」や、世代を越えたコミュニケーションを図る「シェアライブラリー」
- 兄弟姉妹の独立後には子世帯の子供部屋に転用しやすいよう、両世帯からアクセスできるプランニング

配偶者の兄弟・姉妹が同居する二世帯住宅の提案は、今までになかった提案の切り口。交流から生まれる新たな価値に期待したい。

(旭化成ホームズニュースリリース 2012 年 4 月 23 日・8 月 3 日参照)



(4) パナホーム 大家族を楽しめる空間や家事楽収納で、快適にらせる「つといえ (two・do・ie)」

3つのコンセプト(「大家族を楽しむ」「お互いを思いやる」「みんなで家事楽」)をベースに開発。

大家族を楽しむ“集いの間”やくらしにゆとりをもたらす“ストレスフリー空間”。

大家族でもすっきりときれいにらせる「家事楽スタイル」の収納提案。

2つの同居家族スタイル (奥さまのご両親と同居、ご主人のご両親と同居) を想定し、それぞれに最適なくらしを提案。中でも、家事楽スタイルの親世帯と子世帯が「シェアする収納」、「パパ(ママ) コーナー」、「思いやりキッチンスペース」、「独立脱衣室」などストレスフリー空間の提案が特長になっている。

(パナホームニュースリリース 2012 年 7 月 23 日参照)

パナホームや旭化成ホームズが取り組むこれらの提案は、新しい二世帯住宅のメリットを生み出す非常に意義のある試みと言えよう。「充実マイルーム」や「パパ・ママ空間」は、従来の概念では書斎空間だが、新しい意味づけの中でユーザーの価値を生みだしている。

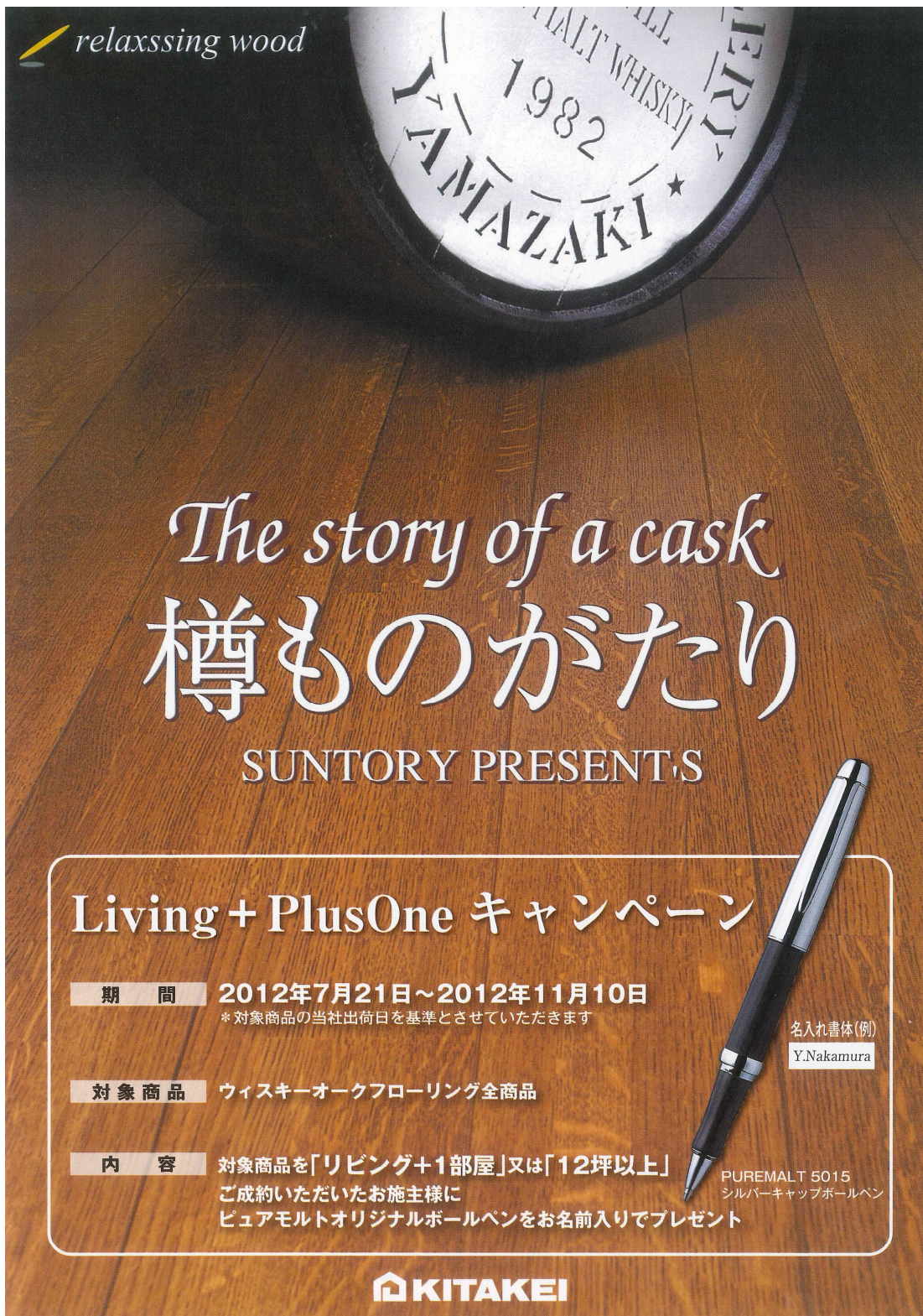
キタケイの提供するプライベートブランド

天然木にこだわったフローリングや壁材 “ リラクシングウッド ”

企画・製造から販売までトータルにプロデュースし、心からご満足いただける住まいづくりをバックアップします

 relaxssing wood

www.relaxssingwood.com



 relaxssing wood

The story of a cask
樽ものがたり
SUNTORY PRESENTS

Living + PlusOne キャンペーン

期 間 2012年7月21日～2012年11月10日
* 対象商品の当社出荷日を基準とさせていただきます

対 象 商 品 ウィスキーオークフローリング全商品

内 容 対象商品を「リビング+1部屋」又は「12坪以上」
ご成約いただいたお施主様に
ピュアモルトオリジナルボールペンをお名前入りでプレゼント

名入れ書体(例)
Y.Nakamura

PUREMALT 5015
シルバーキャップボールペン

 **KITAKEI**