

住宅ストックの蓄積が進み不動産業の重点は量的拡大から質の向上、新築住宅から既存住宅重視へとシフトしつつある。ストック時代の到来とともに、不動産業の周辺分野として密接な関係を持つリフォーム業界の重要性はますます高まっている。

既存住宅の資産価値の向上に不可欠な住宅リフォームは、仲介業をサポートする戦略ビジネスとして役割が注目されている。今回は、リフォーム市場の現状を捉えるとともに、不動産仲介業との連携について探ることとする。

リフォーム市場の現状

全国の市場規模は5兆円

(財)住宅リフォーム・紛争処理支援センターの推計によると、我が国の住宅リフォームの市場規模は1999年時点で5兆1,300億円で、このうち4兆2,800億円(83.4%)は水回りの改善など比較的小規模な設備等の修繕維持費となっている。残りの8,500億円は増改築工事費とされ、近年は縮小の傾向にある。全体の市場規模も景気の悪化を受け、工事の小型化や価格競争が進み97年以降縮小しており、業界に対する期待に反して市場は低迷を続けている(図表1)。

しかし、10年を超える長期的なスパンで見ると年率5%程度の成長が期待されており、人口がピークを迎える2007年には7兆円、世帯数のピークである2014年には10兆円規模になると予測されている。

また、電化製品等の耐久消費財やインテリア商品の

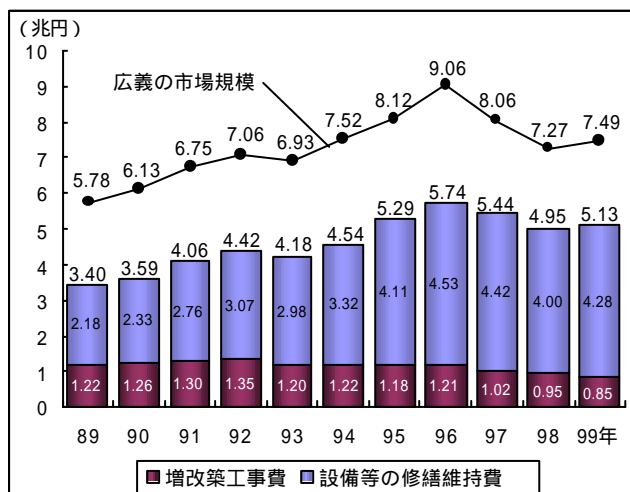
購入費を加えた広義の市場規模は、99年時点で7兆4,900億円と直接の工事費の1.46倍に達し、周辺分野への経済波及効果が大きいことがわかる。

近畿圏の市場規模は1兆円を超えるとされ、最大の大阪府がこのうちの4割、兵庫県が3割を占め、次いで京都府が15%程度を占めるとされている。

マンションリフォームは9千億円規模

一方、マンションリフォームの市場規模は、2000年時点で約9,100億円と推計され、分譲マンションが5,300億円で6割近くを占め、賃貸マンションは3,800億円とみられている(図表2)。分譲マンションは専用部分が金額の61.7%を占めるのに対し、賃貸は共用部分が大きいといった特徴を持つ。将来は2010年に1兆4,500億円となり、ストックの増加に伴って現状の1.6倍まで拡大する。近畿圏の市場規模は1,700億円で全国の約19%のシェアで、このうち分譲が6割を占める。

図表1 住宅リフォーム全体の市場規模



資料: (財)住宅リフォームセンター・紛争処理センター

図表2 マンションリフォームの市場規模

〔全国の市場規模の推計値〕

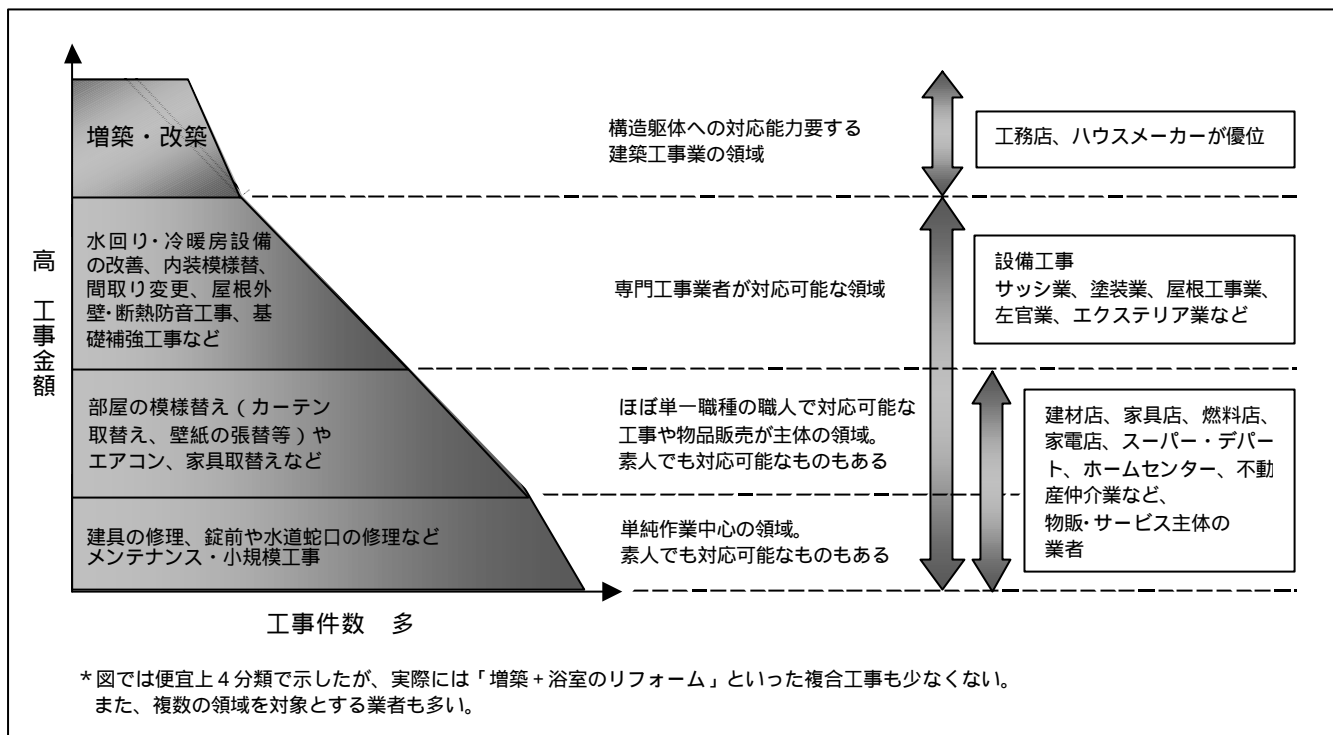
	2000年	2005年	2010年
全体	9,117.3	12,444.0	14,519.8
専用部分	5,039.0	6,901.9	8,631.5
共用部分	4,078.3	5,542.1	5,888.3
分譲マンション	5,332.9	7,571.4	9,137.9
専用部分	3,290.3	4,638.8	5,906.4
共用部分	2,042.6	2,932.6	3,231.5
賃貸マンション	3,784.4	4,872.5	5,381.9
専用部分	1,748.7	2,263.1	2,725.1
共用部分	2,035.7	2,609.4	2,656.8

〔近畿圏のリフォーム市場の内訳(1995年)〕

計	専用部分	共用部分	分譲マンション	賃貸マンション
1731.2	850.1	863.1	987.2	726.0

資料: マンションリフォーム推進協議会

図表3 住宅リフォーム業界の構図



リフォーム業界の実情と仲介業の連携

棲み分け進むリフォーム業界

リフォーム業界は、極めてすそ野の広いピラミッド構造を持つ。需要の大半は30万円以下の小規模工事で、設計・施工力が問われる200万円以上の増改築件数は全体の13%に過ぎない。一店あたりの売上高でも3億円未満の業者が大部分を占め、10億円規模で中堅とされる。自社物件の増改築が得意なハウスメーカーでは100~200億円規模になるが、地域の専門工務店は専門分野に特化するなど、業界内での分業化が進んでいる(図表3)。

また、リフォーム業は仲介業と並んで地域密着型ビジネスの典型とされ、

きめ細かな営業展開で徒歩20分圏に8,000世帯が居住する商圈を想定すると、年間約13億円の需要があるといわれている。リフォーム発生率は世帯の約15%で、工事金額は1件105万円とされる。これは地域の持借率や人口密度により変わるが、約25%のシェアを取り売上高3億円なら地域一番店といわれる。

業界の売上高は平均2.6億円だが規模のばらつきも大きく、粗利益率は3~10億円で最も高い。広告宣伝費は売上高に応じて高額になるが、販促手法としては折込チラシが最も多いようだ(図表4)。

図表4 リフォーム事業者の平均像

	売上高 (億円)	従業員数 (人)	従業員1人 あたりの 売上高 (万円)	管理顧客 世帯数 (世帯)	受注件数 (件)	粗利益率 (%)	従業員1人 あたりの 粗利益額 (万円)	広告宣伝 費 (万円)
全体	2.6	7.2	3,598	3,435	261	27	971	731
5000万円未満	0.3	1.9	1,545	1,118	33	28	433	49
5000~1億円	0.7	2.3	3,044	930	68	27	822	107
1~2億円未満	1.3	3.7	3,561	1,875	143	26	926	235
2~3億円未満	2.3	5.9	3,884	2,879	288	27	1,049	525
3~5億円未満	3.7	7.6	4,880	1,775	472	30	1,464	1,111
5~10億円未満	6.6	16.0	4,119	16,571	641	31	1,277	1,889
10億円以上	12.8	48.5	2,640	4,936	256	22	581	2,494

* 上記は回答各社(2社)のリフォーム部門の平均値

資料: 日本増改築産業協議会員 実態調査(2001年1月)より

大手が展開する新しい商品

ハウスメーカー以外の建設系大手は、一般の住宅に対する総合的なリフォームを展開し、最近ではいわゆるパック商品が注目されている。ユーザーは、リフォームに関して工事の見積り根拠や仕様変更に対する不満が高い。大手はこうした点に着目し、工事内容や工期、部材のグレードにより数種類のプランをあらかじめ用意。一戸建・マンションごとに㎡単価や床面積単位で基準価格を設定し、自由な組み合わせを選べるレディーメイド商品で、顧客のニーズを取り込みやすくしている（図表5）。

また、系列の仲介会社と連携し中古住宅取引時の受注拡大も狙っている。パック商品を系列仲介店で紹介し、成約後のリフォームコーディネートを無料にする特典もあるようだ。仲介物件の瑕疵検査に応じて、有償で修繕を行うサービスもあり、仲介業務と連動した取り組みとして注目される。

仲介業におけるリフォームの取り組み

一方、個人以外に不動産業者や賃貸オーナーが行うリフォームも見逃せない。地場の仲介業者が多能

工を養成し自社の工事部門を充実させたり、賃貸物件の入居率向上に向けて原状回復を迅速化するといった動きがみられる。

最近、賃貸住宅で公団公社の原状回復時の清算問題がクローズアップされているが、敷引の慣習がある近畿では関心が薄かった。しかし、空室率の高い一部地域では関東並に敷金をとらないケースもあり、退去時の原状回復問題の発生が懸念されている。近畿でも賃貸業務の通常消耗に関する修繕費はオーナー負担である点を認識する必要がありそうだ。

売買では、仲介時にリフォームを行うケースが多いが、近年は買主の意識も高まり購入後のリフォームが盛んになってきた。お仕着せの改装より自分のライフスタイルに合ったリフォームが好まれており、改装後のイメージを訴え資産価値をアピールする提案営業が求められているといえそうだ。

国は、修繕履歴の情報を整備し中古住宅の査定評価に活かすことを検討している。適正な修繕が行われれば査定も上がる米国のような実質築年数の普及が待たれる。そうなれば、リフォームは仲介業務にとってまさに不可欠なものとなるだろう。

図表5 最近の大手リフォーム業者の商品構成

社名・商品名	対象住宅	内容	価格の目安	備考
三井デザインテック 『まるまる快装パック』	一戸建て	屋根などの外壁塗り替え、各部屋の床、壁、天井などの改修	116㎡の場合805万円	「部屋別改装パック」もあり 洋室で10㎡128,000円など
	マンション	外装を除き同上	60㎡で270万円 80㎡で297万円	水回り設備のクリーニングサービスもあり
住友不動産 『新築そっくりさん』	一戸建て	玄関、屋根や壁など外装、台所、居間などの全面改装 間取り変更もあり	3.3㎡あたり20万円 132㎡で800万円	必要な場合は耐震除補強工事も実施
	マンション	外装を除き同上	1㎡あたり15,000円。 間取り変更などすべて一新する場合は同65,000円	改装中は同社保有のマンションを月額家賃10万円で提供
東急アメニックス 『アメニックス・ユー』	一戸建て	洋室、和室、浴室、台所などの全面改装、屋根、外壁塗装	120㎡で676万円 (3.3㎡あたり185,900円)	部屋ごとの改装の場合、洋室で10㎡173,000円から
	マンション	外装を除き同上	1㎡あたり36,400円	一戸建てと同様、部屋ごとの選択可能
前田建設工業 『なおしや又兵衛』	一戸建て・マンション	工事作業を対象にした時間単位の定額制	1時間あたり3,000円	部分的な資材込みのパッケージ商品あり 壁塗装10㎡29,000円など

エリアマーケティングでみた中古マンション市場

取引が活発なエリアは郊外の住宅都市が中心
取引と関係深い指標はファミリー・ホワイトカラー・持家

自社の商圈(エリアマーケティング)を意識した営業展開は不動産業の基本であり、地域内の世帯構成や住宅ストックがどのような状況については大きな関心事といえよう。日頃、その概要は知っていても、統計データによる詳細な分析は手間もかかり把握が難しい。そこで、比較的マクロな都市ごとの動きを各種統計資料から整理し、取引の水準を表わす「回転率」と対比させることで、取引の活発なエリアの特性の把握を試みた。地域の家族構成や職業構成、持家率等の指標から商圈を捉えるヒントを紹介する。

近畿圏の都市別取引状況

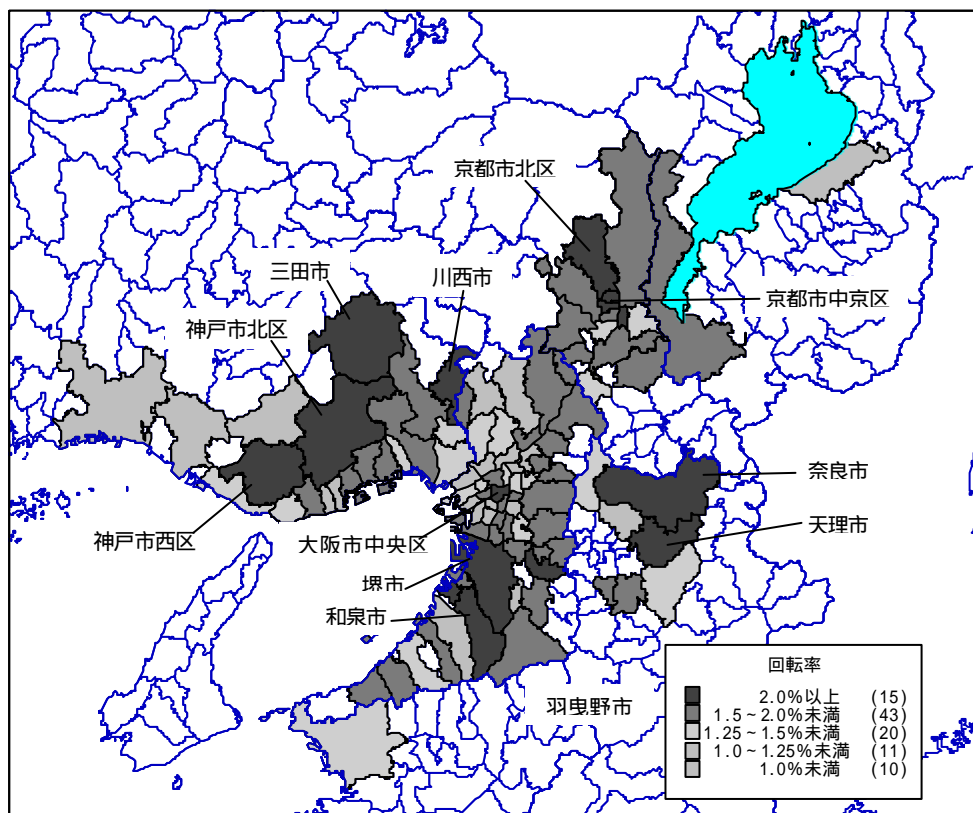
取引状況の捉え方

都市別の統計データを分析する前に、まず取引の発生状況を押えることにする。単純な都市別に比較すると人口の多い都市は成約件数も多くなるため、ここでは住宅ストックに対する成約件数の割合「回転率(=成約件数÷住宅ストック数)」といった概念を用いることにする。これにより一定のストックに対しどの程度、取引が顕在化するか(物件が回転しているか)が把握できる。今回は誌面の都合上、中古マンションに限るが、この場合の母数は各都市の分譲マンションストックとなる。

回転率を図表1に示したが、これは他の統計データと比較するため2000年時点のものである。その状況を見ると、回転率が最も高いのは京都市中京区の3.80%

で、東山区(3.68%)や北区(2.67%)、上京区(2.24%)など京都市の都心区が目立つ。一方、大阪府下では大阪市中央区(2.48%)のほか羽曳野市(3.09%)、泉大津市(2.84%)、和泉市(2.32%)、堺市(2.10%)などが高く、兵庫県下では神戸市北区(2.27%)、西区(2.08%)、川西市(2.68%)、三田市(2.58%)、奈良県では奈良市(2.20%)、天理市(2.09%)などが高い。

図表1 近畿圏の都市別回転率



取引の背景にある地域特性

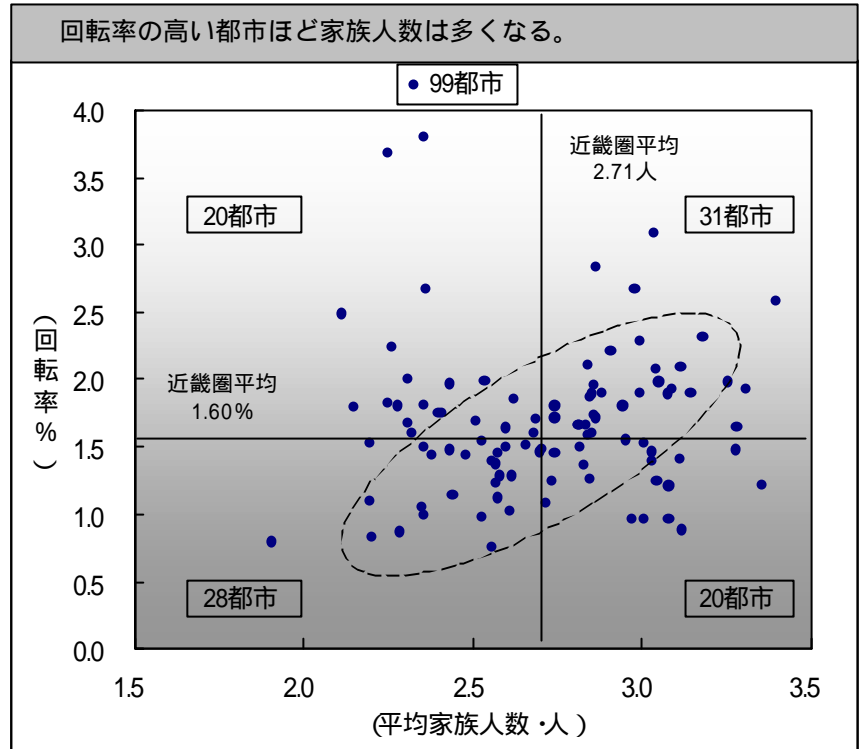
今回は、取引に関係が深いと考えられる家族人数、世帯主年齢、転出入人口、通勤時間、職業、住宅建設状況、住宅ストック状況等について国勢調査や住宅着工統計、住宅・土地統計調査等のデータから整理した。回転率の算出対象は 99 都市だが、その内訳は大阪市 24 区、大阪府下 31 市町、神戸市 9 区、兵庫県下 11 市、京都市 11 区、京都府下 3 市、滋賀県 2 市、奈良県 7 市、和歌山県 1 市である。この 99 都市の回転率と上記の各データを対比させ、一定の傾向がみられるかどうか図にプロットしてみた。その結果、特に傾向が現われたのは、家族人数、世帯主の職業、通勤時間、持家率であった。

取引と関係深いファミリー層の多さ

図表 2 は、各都市の回転率と平均家族人数との関係だが、多少のばらつきはあるものの概ね回転率が高い都市ほど家族数も多くなる傾向が現われた。つまり、ファミリー層の多いエリアで中古マンション取引は活発だということがわかる。特に、近畿圏平均より回転率・家族数とも高い 31 都市の内訳をみると、堺市や羽曳野市、和泉市などの大阪府南部の各都市や、神戸市北区や西区、川西市、三田市など阪神間以外の兵庫県下、奈良県下の奈良市、天理市、大和高田市、橿原市など郊外の新興住宅地を含むエリアが名を連ねており、比較的築年の新しいマンションストックが多いことも取引の高さにつながっているとみられる。

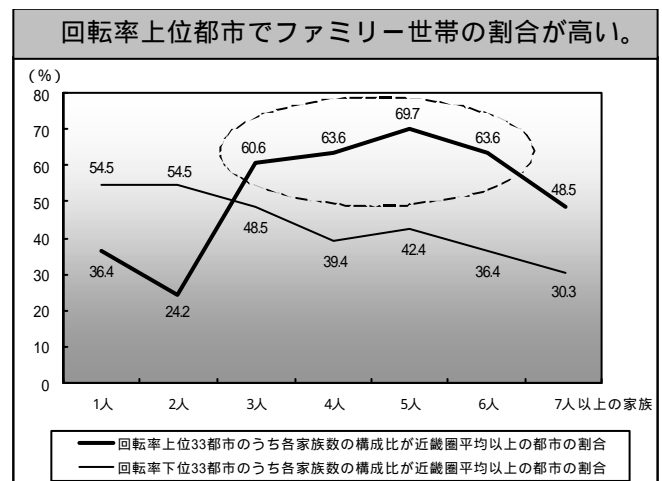
また、図表 3 は全 99 都市のうち回転率の上位と下位の 33 都市ごとに、家族人数別の近畿圏平均を

図表 2 回転率と家族人数の関係

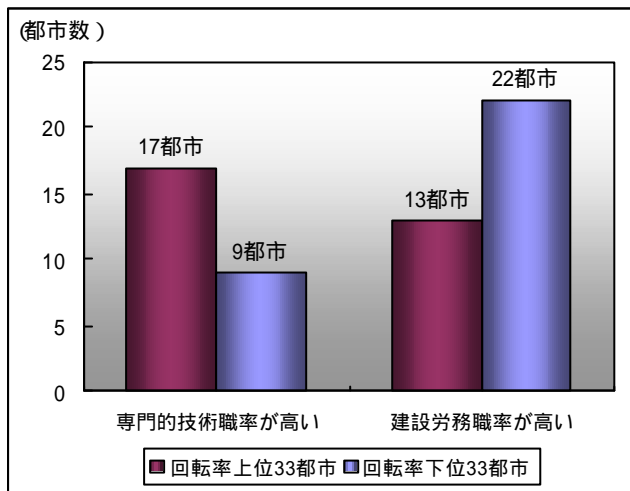


上回る都市数の割合をみたものだが、上位都市は 3 人家族以上の割合が高く、やはりファミリー層の多さが取引と関係していることがわかる。一方、回転率の下位都市は明らかに単身者や 2 人世帯の割合が高く、特に高齢化が進む大阪市では過半数の 13 区が該当するなど、高齢単身者等が多いエリアでは相対的に取引も顕在化しにくい傾向にある。

図表 3 回転率の上位・下位都市と家族人数の関係



図表4 回転率上位・下位都市の世帯の職業状況



*それぞれの職種が近畿圏平均以上の都市数を示す。

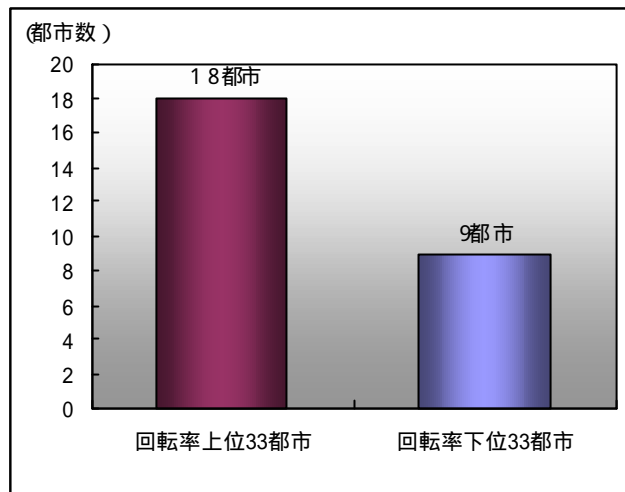
ただ、中には例外もあり、今回最も回転率が高かった京都市中京区と東山区は高齢化率が高いが、人口の転出入率も高くマンション供給が進んでいることから、住み替えに伴う中古マンション取引が活発に行われているものとみられる。

ホワイトカラー層の多さなども影響

次に、世帯主の職業との関係を見ると、回転率上位33都市のうち専門的技術職（事務系のサラリーマンで構成されるホワイトカラー層）の割合が高い都市は17あり、回転率の下位33都市のうち22都市は建設労務職に従事する世帯（ブルーカラー層）の割合が高い。こうした職種の違いが取引にも影響する傾向がみられた。（図表4）

こうした傾向は、一般に中古マンション購入世帯がサラリーマン層中心であるとされる点にも一致している。ちなみに、ホワイトカラーの比率が高い都市は、川西市や三田市、奈良市、橿原市などで、先にみた郊外のファミリー層が多い都市と重なる。一方、ブルーカラーの多いエリアは、大阪市西淀川区や此花区、西成区、大正区など大阪市内の9区のほか神戸市長田区、尼崎市などである。

図表5 近畿圏平均を上回る通勤時間の都市数



* 上位・下位で平均通勤時間が近畿圏平均以上の都市数を示す。

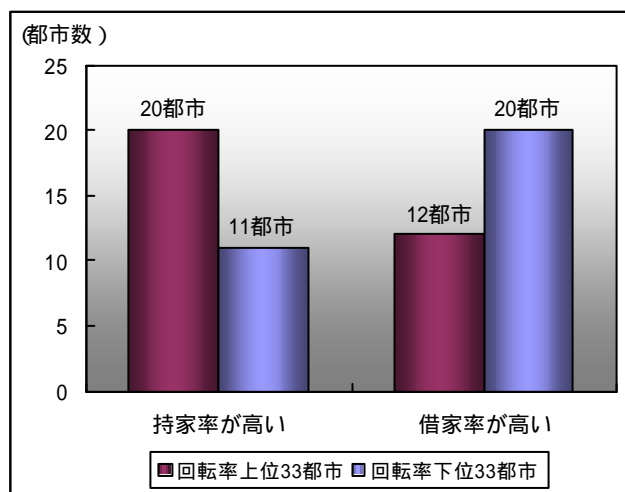
通勤時間が長い回転率上位の都市

また、取引が活発な都市の立地条件を世帯主の通勤時間からみると、回転率の高い都市は通勤時間が長く、その内訳は先にみた三田市や川西市、神戸市北区、奈良市、橿原市、羽曳野市など郊外の都市が多く含まれる（図表5）。

持家率の高い都市で取引が活発

住宅の属性で関係が深い指標としては、持家率が挙げられる。回転率上位33都市のうち20都市は

図表6 回転率上位・下位都市の持家・借家の状況



*それぞれ持家率・借家率が近畿圏平均以上の都市数を示す。

持家率が高く、逆に借家率の高い都市は回転率の低位都市が多くを占めた（図表6）。

持家率の高さが関係する理由として、持家同士の住み替えの中で中古マンションが選択されていると考えられ、買い換え先・買い換え元としての持家の豊富さが、取引にも影響を与えているといえる。

取引の活発なエリアを示す4指標

以上から、中古マンション取引と関係の深いエリアのプロフィールをまとめると、

- 3人家族以上のファミリー世帯の多さ
- ホワイトカラー層の多さ
- 通勤時間の長い郊外
- 持家率の高さ

といった4つのポイントが挙げられる。

より細かく自社の商圈を検討する際は、これ以外に関係の深い指標が抽出される可能性もある。ただ、こうしたマクロな都市単位の傾向が各社の商圈に当てはまるかどうか検証してみるのも一考だろう。

最後に、今回捉えた回転率上位33都市のプロフィールから区分した市場タイプを示しておく（図表7）。左記の4指標すべてに該当する「典型タイプ」は12都市と最も多く、これまで取り上げてきた持家居住の多いホワイトカラー・ファミリー層が卓越する郊外都市といった特徴を持つ。一方、いずれの指標にも特化しない都心タイプもみられるが、それ以外は典型タイプに近いファミリーやホワイトカラー層中心のエリアという結果となった。

図表7 回転率上位33都市のプロフィール

順位	市区町村	回転率	ファミリー世帯の状況		ホワイトカラーの状況		通勤時間の状況		持家率の状況		市場タイプ	
			平均家族人数(人)		専門的技術職率		通勤時間(分)		持家率	点	名称	
1	京都市 中京区	3.80	x	2.36	x	12.2%	x	29.9	x	48.8%	0	都心タイプ
2	京都市 東山区	3.68	x	2.25	x	12.2%	x	38.1	x	46.6%	0	都心タイプ
3	羽曳野市	3.09		3.03		13.3%		61.5		68.2%	4	典型タイプ
4	泉大津市	2.84		2.87	x	10.1%	x	46.5	x	49.9%	1	ファミリー特化タイプ
5	川西市	2.68		2.98		15.2%		66.9		73.3%	4	典型タイプ
6	京都市 北区	2.67	x	2.36		14.3%	x	39.0	x	47.6%	1	ホワイトカラー特化タイプ
7	三田市	2.58		3.40		18.0%		74.4		75.9%	4	典型タイプ
8	大阪市 中央区	2.48	x	2.11	x	11.4%	x	33.4	x	36.0%	0	都心タイプ
9	和泉市	2.32		3.18		13.2%		55.6		61.9%	4	典型タイプ
10	神戸市 北区	2.27		2.99		14.6%		65.4		57.9%	4	典型タイプ
11	京都市 上京区	2.24	x	2.26		14.3%	x	35.2	x	45.9%	1	ホワイトカラー特化タイプ
12	奈良市	2.20		2.91		17.1%		66.6		58.6%	4	典型タイプ
13	堺市	2.10		2.84	x	12.3%		56.7	x	49.1%	2	ファミリー・郊外タイプ
14	天理市	2.09		3.12		16.3%	x	40.9	x	49.5%	2	ファミリー・ホワイトカラータイプ
15	神戸市 西区	2.08		3.04		16.0%		61.5		58.7%	4	典型タイプ
16	京都市 下京区	2.00	x	2.31	x	11.3%	x	31.3	x	43.8%	0	都心タイプ
17	京都市 右京区	1.99	x	2.54	x	12.7%	x	37.5		52.3%	1	持家特化タイプ
18	河内長野市	1.98		3.26		16.6%		70.4		77.0%	4	典型タイプ
19	大和高田市	1.97		3.05	x	11.8%		57.1		67.8%	3	ファミリー・郊外・持家タイプ
20	大阪市 東住吉区	1.96	x	2.43	x	11.7%	x	45.4	x	41.4%	0	都心タイプ
21	高槻市	1.94		2.86		14.9%		61.6		55.7%	4	典型タイプ
22	橿原市	1.93		3.09		15.5%		61.6		65.9%	4	典型タイプ
23	泉南市	1.93		3.31	x	11.3%		63.3		65.4%	3	ファミリー・郊外・持家タイプ
24	大津市	1.90		3.00		16.4%		50.7		66.4%	4	典型タイプ
25	貝塚市	1.89		3.15	x	11.3%		51.6		56.1%	3	ファミリー・郊外・持家タイプ
26	京都市 西京区	1.89		2.88		16.0%	x	46.3		52.0%	3	ファミリー・ホワイトカラー・持家タイプ
27	八尾市	1.89		2.86	x	10.4%	x	47.7		54.7%	2	ファミリー・持家タイプ
28	富田林市	1.89		3.08		15.1%		63.4		55.4%	4	典型タイプ
29	松原市	1.86		2.85	x	10.6%		51.3		61.5%	3	ファミリー・郊外・持家タイプ
30	門真市	1.85	x	2.62	x	8.5%	x	44.0	x	42.0%	0	都心タイプ
31	大阪市 西区	1.83	x	2.25	x	11.2%	x	32.4	x	41.0%	0	都心タイプ
32	大阪市 天王寺区	1.80	x	2.36		16.2%	x	33.7	x	39.2%	1	ホワイトカラー特化タイプ
33	寝屋川市	1.80		2.75	x	11.8%		52.0		52.9%	3	ファミリー・郊外・持家タイプ
	近畿圏平均	2.12		2.82		13.0%		48.9		54.9%		

近畿圏平均値を上回る x : 近畿圏平均値以下

14年度第 四半期の近畿圏市場

中古マンション取引再び拡大、新築は発売戸数増加 戸建住宅も取引増に転ずるも価格は依然弱含み

7～9月期の中古マンション取引は、3期連続の減少から増加に転じた。新規登録件数も減少傾向が弱まり、市況は再び回復へのベクトルを示しはじめた。一方、戸建住宅も4～6月期の減少から増加に転じたが、新規登録の動きは鈍く軟調に推移している。改善傾向にあった購入マインドは悪化しており、10月以降の株価9,000円割れを受けて企業収益の低迷や雇用や所得の不安が高まってきた。近畿の新設着工数の落ち込みも目立っており、中古市場だけが堅調さを維持できるかどうか不透明な状況にある。

中古マンション市場の動き

成約件数4期ぶりの増加へ

14年度第 四半期（7～9月期）の中古マンション成約件数は2,200件、前年比では5.8%増加し4四半期ぶりの増加に転じた（図表1）。昨年10～12月期以降、停滞感が高まっていた中古マンション市場だが、7～9月期の傾向が今後も維持されれば14年度は昨年度以上の取引量を確保する可能性がある。新規登録件数も前年比3.1%減と減少傾向がやや収まり、成約

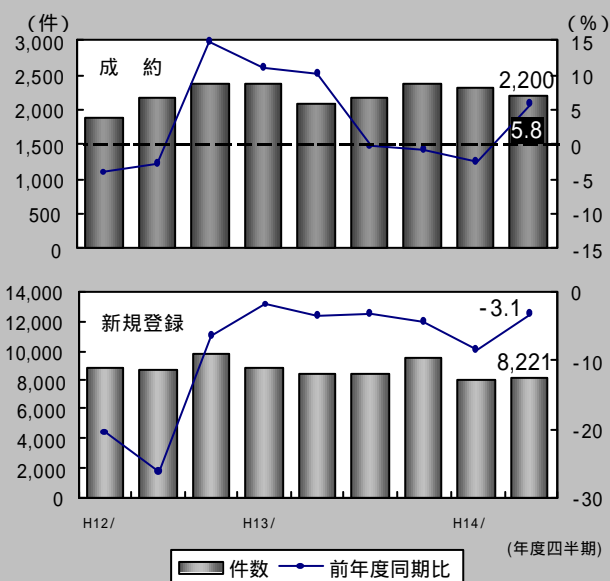
件数に対する新規登録件数は3.7倍と4～6月期の3.4倍に比べ売り出し物件の数が拡大してきた。

しかし、近畿圏の景況感は依然として改善しておらず、このところの株価の大幅な下落が住宅購入意欲を大きく減退させる恐れがあり、前期までの需要の低迷が再び顕在化する懸念が残されている。

成約価格は6%台の下落続く

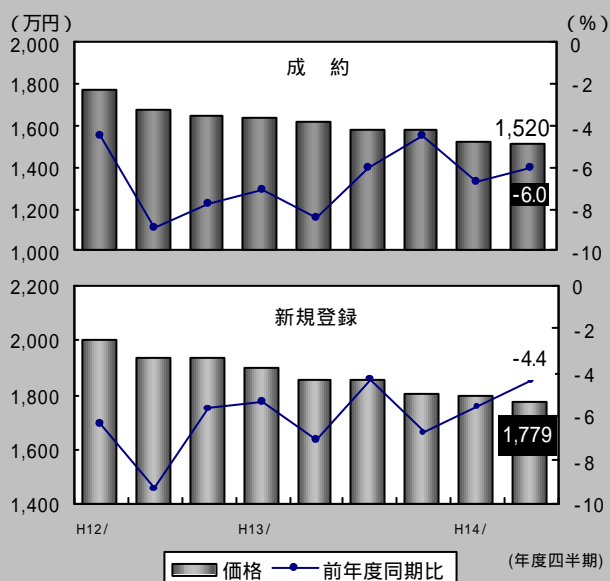
一方、7～9月期の成約価格は1,520万円で、前年

図表1 中古マンションの成約・新規登録件数の推移



*年度第 四半期：4～6月、第 1：7～9月、第 2：10～12月、第 3：1～3月を指す

図表2 中古マンションの成約・新規登録価格の推移



*年度第 四半期：4～6月、第 1：7～9月、第 2：10～12月、第 3：1～3月を指す

比で6.0%下落した(図表2)。このところ下落率は拡大・縮小を繰り返しており、中長期的な価格低下のトレンドは歯止めがかかっていない。おおむね1年単位で成約価格は100万円ずつ低下しており、来期以降は平均で1,500万円割れの可能性も出てきた。

新規登録価格は下落率の縮小が続いており、前年比4.4%下落の1,779万円となった。売り出し価格と取引価格の差を示す値引率(成約平均価格÷新規登録平均価格-1)は14.5%となり、前の期に比べて0.5ポイント縮小。差額は258万円で12万円縮小し、わずかながら価格調整が進んだことが取引拡大につながったものとみられる。

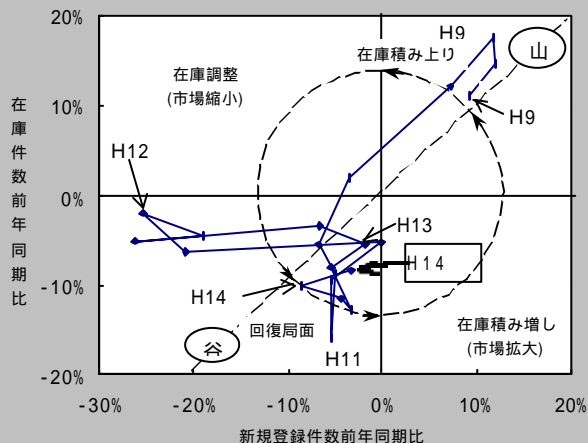
在庫循環にみる市況の見通し

回復局面で好転する中古マンション市場

新規登録件数の減少が収まり市場での物件量が増加しつつあるなか、7～9月期は市況の回復局面から拡大局面へと方向を変えた(図表3)。取引量の拡大で在庫件数は依然として減少しているが、成約件数の伸びを売り出し件数が上回れば、市場における物件ストックも拡大し、取引材料となる選択肢が豊富になることが期待される。

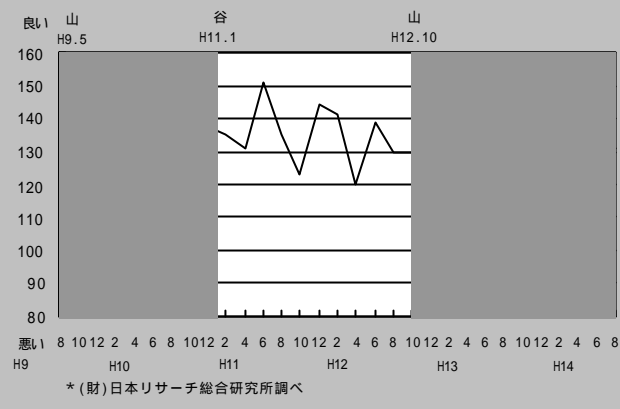
図表3 中古マンションの在庫循環

(平成9年度第 四半期～平成14年度第 四半期)



*年度第 四半期：4～6月、第 三半期：7～9月、第 二半期：10～12月、第 一半期：1～3月を指す

図表4 不動産購買態度指数(近畿圏)



しかし、年初より急速に改善していた不動産購買態度指数(今後1年間、不動産が買い時かどうか)をみると、14年8月は131と6月より7ポイント低下し、購入マインドは8ヶ月ぶりに悪化した。近畿の7月の完全失業率も6.6%(原数値)と、依然として全国平均を大きく上回る。近畿財務局の景気予測調査(8月)では、業種・企業規模を問わず雇用の過剰感は強く、10～12月期の景気の先行き見通しも下降が続くとされている。しかもこれらは9月以降の株価の急落を織り込んでおらず、現状では景況感はさらに悪化し、個人の住宅購入意欲を冷やす要素が大きく膨らんでいるとみられる。

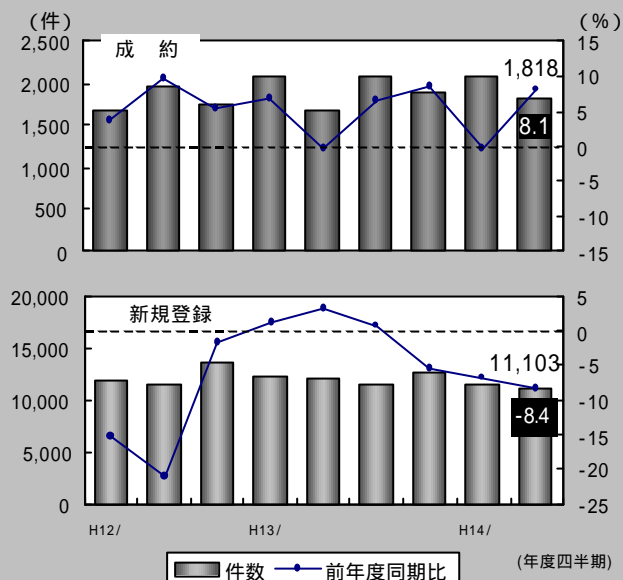
戸建住宅市場の動き

成約件数は再び増加

4～6月期に0.5%減となった戸建住宅の成約件数は、7～9月期に1,818件と8.1%の増加となり、1～3月期に並ぶ8%台の増加を示した(図表4)。中古マンション市場と同様7～9月期は堅調に推移したが、ここ2年ほどは各期ともおおむね増加基調で推移している。

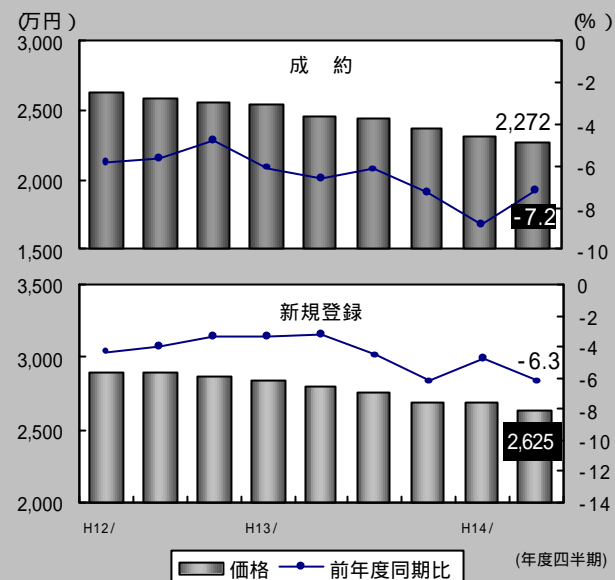
一方、新規登録件数は11,103件で前年比8.4%減と、3期続けて減少率が拡大。成約件数に対する新

図表5 戸建住宅の成約・新規登録件数の推移



* 年度第 四半期：4～6月、第 一：7～9月、第 二：10～12月、第 三：1～3月を指す

図表6 戸建住宅の成約・新規登録価格の推移



* 年度第 四半期：4～6月、第 一：7～9月、第 二：10～12月、第 三：1～3月を指す

規登録件数は6.1倍と中古マンションと比較して市場の物件量にゆとりはあるが、売り出し物件の減少傾向が気になる材料だ。

成約価格は依然として7%台の下落

7～9月期の戸建住宅の成約価格は、2,272万円と前年比で7.2%下落し4～6月期より1.7ポイント改善したものの、依然として下落は大きい(図表5)。取引は増勢に戻ったが、価格の下落に歯止めがかからず、低価格帯が需要の中心となっている。戸建住宅は中古マンションよりも下落のスピードが速く、約半年で100万円単位の低下がみられ、今年度末には2,100万円台まで落ち込むことは確実だ。

新規登録価格も下落は止まらず、前年比6.3%下落の2,625万円となった。値引率は13.4%と前の期より0.8ポイント縮小し、安価な物件を求める需要に供給側が応じている状況がうかがえる。

在庫循環にみる市況の見通し

後退局面続く戸建市場

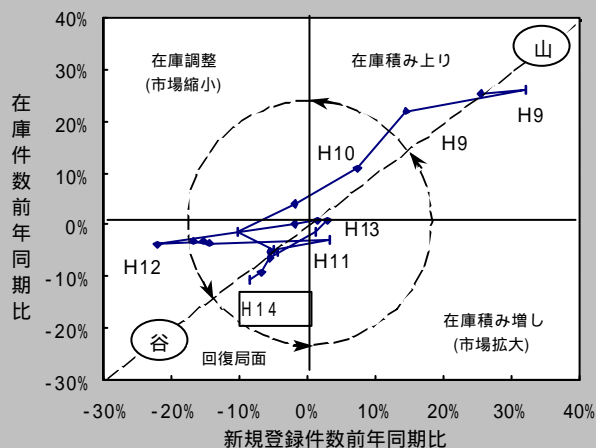
戸建住宅市場は回復局面のままどまってお

7～9月期にかけた市況のベクトルは谷に向かい、中古マンション市場に比べて回復の遅れが目立つ(図表6)。取引が増加する一方で、市場に供給される売り出し物件の減少が続いたことがこうした停滞につながっている。

成約価格の下落が進んでいる近畿圏の戸建住宅市場はデフレ圧力が強く、景況感の悪化の影響を受けやすいことから、今後の需要の萎縮が大きな懸念材料だ。

図表7 戸建住宅の在庫循環

(平成9年度第 四半期～平成14年度第 四半期)



* 年度第 四半期：4～6月、第 一：7～9月、第 二：10～12月、第 三：1～3月を指す

関連不動産市場の動き

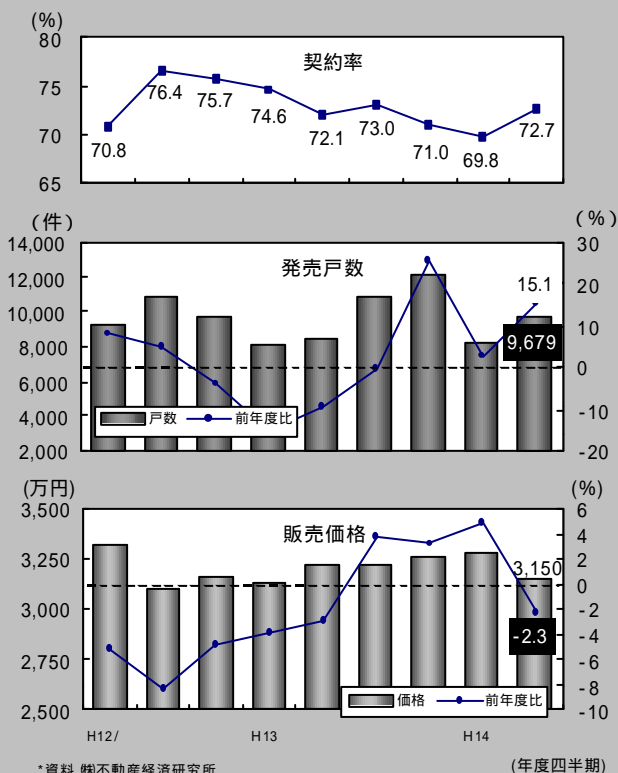
新築マンションの販売価格低下

7～9月期の新築マンション販売は中古市場同様、好転する結果となった。販売戸数は9,679戸で前年比15.1%増と、減速感が現れた4～6月期から一転して2ケタ増となった(図表8)。

契約率も72.7%と、4～6月期で下回った好不調の目安となる7割を回復した。しかし、物件や地域による販売格差はますます広がっており、いわゆる大規模・超高層マンションが全体の売れ行きを押し上げたことが背景となっている。

また、販売価格は3,034万円で前年比マイナス2.3%と4期ぶりに下落し、低価格物件の供給が拡大している。北摂や京阪方面をはじめ高い契約率を示すエリアでも、販売価格は軒並み低下傾向にあり、販売競争が激化する中で価格破壊が進んでいる。

図表8 新築マンションの供給状況



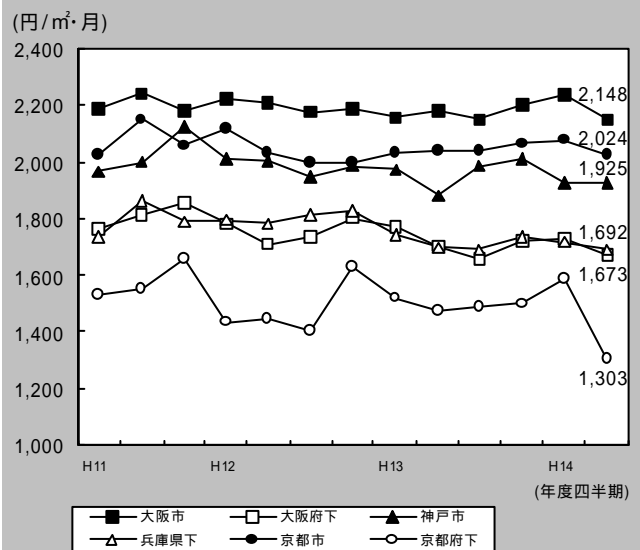
人気の超高層マンションは供給ラッシュが続く見通しだが、その売れ行きは都心と郊外、商品企画の違いなどで大きく格差が広がることが見込まれる。

弱含み傾向強まる賃料単価

新築マンション価格が低下するなかで、相対的に家賃の割高感が高まっており、需要の減退により各都市の賃料単価は総じて軟調に推移している。最も賃料水準が高い大阪市でも7～9月期は月額㎡あたり2,148円で、前期比は4.0%の下落。前年比でも1.7%の下落を示し、弱含みの傾向が収まらない(図表9)。

他の京阪神エリアもすべて前期比で下落し、最も下落率が小さい神戸市で月額㎡あたり1,925円でマイナス0.2%。大阪市に次ぐ賃料水準の京都市でも同2,024円・マイナス2.5%で、最も賃料の低い京都府下では同1,303円で17.8%と大幅な下落がみられた。

図表9 賃貸住宅の賃料単価の水準



*年度第 四半期: 4～6月、第 一: 7～9月、第 二: 10～12月、第 三: 1～3月を指す
*大阪府下・京都府下・兵庫県下は大阪市・京都市・神戸市を除く各府県内