



時代に先んじて新しい流通市場に挑戦を

西生建さん・エイム代表取締役

個人的な見解だが、日本の適正な新築市場規模は年20万〜30万戸程度だと思っている。今後の住宅市場は否応なくリフォームや中古住宅流通が中心となっていく。工務店は、時代に合わせて変わっていくのではなく、時代に先んじて新しい市場に挑戦していくべきだろう。

ただし、従来型の修繕タイプのリフォームは、大きな期待を持ちにくい。この市場は、高齢者が

中心で、年金支給の不安などから手控えなども予想される。注目したいのは、増加する若年層の中古・リフォーム需要だ。これが進めば住宅市場は、生涯に一度の買い物から、2、3回以上の取引が生まれる市場に変わっていく。工務店にとってはこれまでよりもチャンスが増えるはずだ。

その際に重要なのが不動産業者との連携だ。仲介するのは不動産業者だが、流通の際のインスペ

クション（建物検査）や、引き渡し後の維持管理など、建築の技術・知識が欠かせない。一方、資産価値を保つしくみとして、建物のハード的な内容はもちろんだが、リパースモーゲージや買い取り保証など工務店の苦手な分野の支援も求められる。不動産業者と建設業者が互いに補完し合い、生活者にとっての価値を追求していけば、そこには大きな市場が待っている。

（談）