

2 米国の住宅・リフォーム市場の動向

米国では現在も住宅市場の活況が持続している。90年代後半から続くこのブームは2003～04年で終息するかに見えたが、低い住宅金利やベビーブーマー・移民を中心とした分厚い購入層に支えられながら、当分持続しそうな気配である。

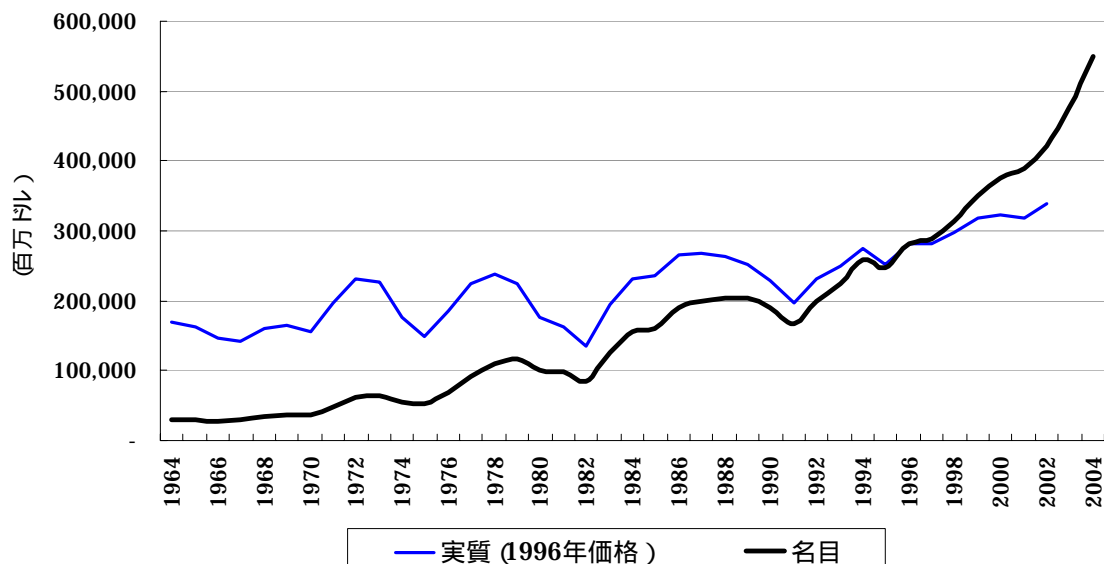
本稿ではそれらがいかに住宅市場に関わっているか、また巨大な市場規模を占める中古住宅市場、さらに我が国でも注目されて久しいリフォーム市場について、その動向と分析、将来予測を試みたい。

2.1 住宅

(1) 住宅投資・着工・販売実績

まずは住宅建設投資であるが、2004年の実績は5,443億ドルとなっており、過去最高水準で推移している。10年周期でも、1970年以降住宅投資の膨らみは1～2回発生しているが、1990年代後半から始まった今回のブームはなおも急成長を続けている。

図表1 住宅建設投資（過去40年）



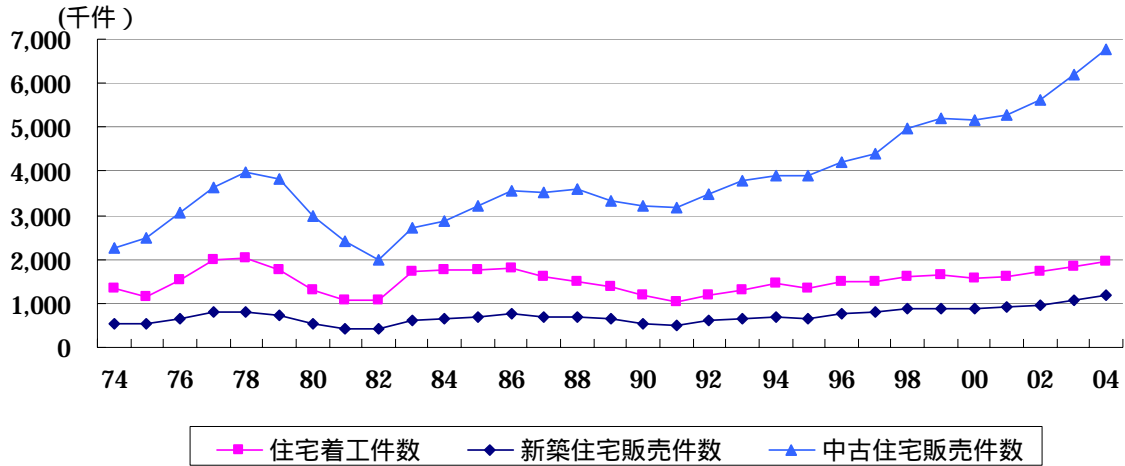
出典:U.S. Census Bureau

住宅着工、販売件数を見てみると、住宅着工件数は70～80年代のピーク時と比較しても高い水準ではなく、新築住宅販売件数も過去最高とはいえ全体を底上げするに至っていない。中古住宅販売件数のみがこの10年間で250万件以上の爆発的な伸びを示しており、しかも

南部、西部の伸びが著しい。今回の住宅ブームは中古住宅にあり、という図式が見えてくる。

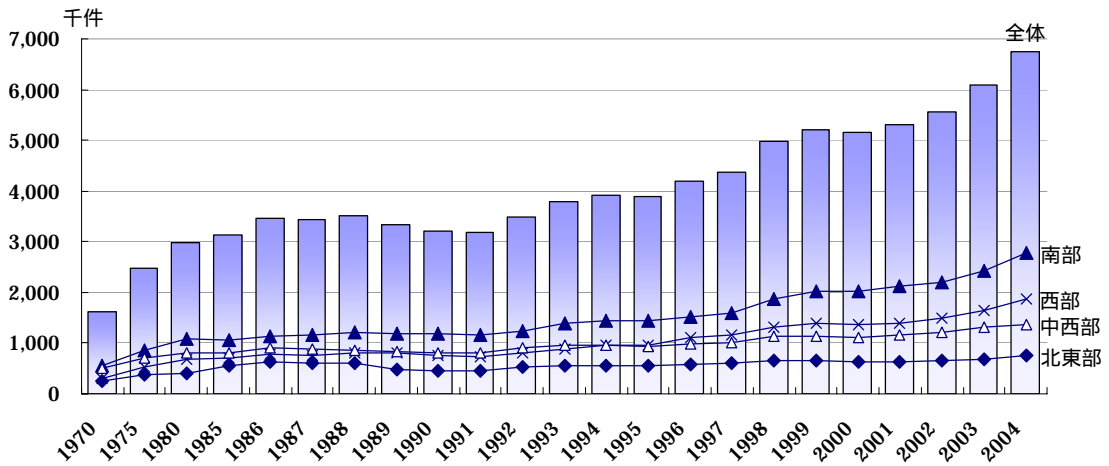
新築住宅は主に都心から離れた新興住宅地に建築されるのに対し、中古住宅のある地域は都心に近くすでに確立された住環境があるため、引越後の生活基盤確立が早く、そうした点も購入層を刺激しているのではないだろうか。

図表 2 住宅着工と販売件数



出典:U.S. Census Bureau, NAR

図表 3 中古住宅販売件数



出典:NAR

中古住宅販売件数を州別に見てみると、件数ではフロリダ、カリフォルニア、テキサスの3州が際立っているが、伸び率で見るとカリフォルニア州が1900-2000年で88.5%、さらに2000年から2004年までで41.7%の伸びを示しており、3,000万人以上の人口を有しながらこうした伸びを示すのは驚異的である。また他州ではノースカロライナ、アリゾナ、テネシー、ワシントンの4州が2000年までに100%以上の増加率を出しているが、特にアリゾナ州ではその後4年で74.9%も伸びている。1990年比で約4倍もの中古住宅が販売さ

れており、先のカリフォルニア州と合わせて、メキシコに隣接する州での中古住宅販売が活発のようである。

図表 4 州別中古住宅販売件数 トップ 20

(単位:千件)

	州	1990	2000		2004.II			
			増減	伸び率	増減	伸び率	伸び率	
1	フロリダ州	281.1	529.9	248.8	88.5%	750.9	221.0	41.7%
2	カリフォルニア州	413.1	677.8	264.7	64.1%	718.7	40.9	6.0%
3	テキサス州	311.8	549.0	237.2	76.1%	701.6	152.6	27.8%
4	ノースカロライナ州	98.9	233.5	134.6	136.1%	337.4	103.9	44.5%
5	イリノイ州	163.3	241.1	77.8	47.6%	302.7	61.6	25.5%
6	アリゾナ州	71.8	167.0	95.2	132.6%	292.1	125.1	74.9%
7	オハイオ州	146.9	192.2	45.3	30.8%	247.8	55.6	28.9%
8	ジョージア州	91.2	152.2	61.0	66.9%	234.3	82.1	53.9%
9	テネシー州	66.2	148.4	82.2	124.2%	228.6	80.2	54.0%
10	ワシントン州	85.9	173.7	87.8	102.2%	211.0	37.3	21.5%
11	ペンシルバニア州	143.2	169.3	26.1	18.2%	209.1	39.8	23.5%
12	バージニア州	89.3	138.9	49.6	55.5%	200.4	61.5	44.3%
13	ニューヨーク州	135.9	179.8	43.9	32.3%	193.3	13.5	7.5%
14	ミガン州	137.6	153.3	15.7	11.4%	181.9	28.6	18.7%
15	コロラド州	77.7	147.0	69.3	89.2%	178.9	31.9	21.7%
16	ミネソタ州	68.1	108.0	39.9	58.6%	169.8	61.8	57.2%
17	サウスカロライナ州	54.3	107.6	53.3	98.2%	165.5	57.9	53.8%
18	ニュージャージー州	85.7	135.3	49.6	57.9%	162.5	27.2	20.1%
19	ミズーリ州	77.1	119.9	42.8	55.5%	157.4	37.5	31.3%
20	インディアナ州	83.6	129.5	45.9	54.9%	153.8	24.3	18.8%

出典: NATIONAL ASSOCIATION OF REALTORS, Washington, DC, Real Estate Outlook: Market Trends & Insights, monthly.

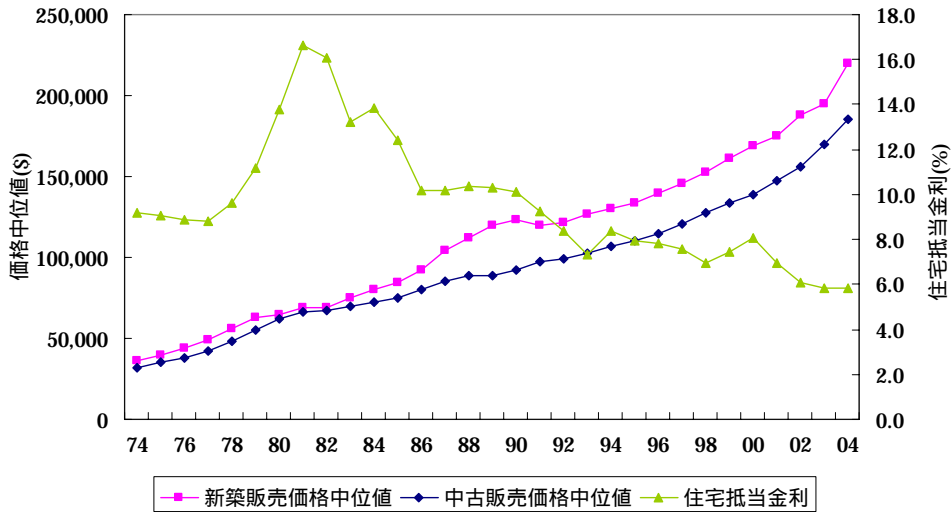
(2) 住宅販売価格

1990年以降に焦点を当ててみると、新築住宅は、90-91年はやや価格が下落しその後上昇を続けたが、04年はその伸びが鈍化している。州別では、最近1年ではネバダ州で急上昇しており、最近5年間ではワシントンDCでの上昇が突出している。ワシントンDCは面積わずか177平方キロ(東京都千代田区程度)の中に、連邦政府機関や各国大使館等の非住居区域が相当部分を占めており住宅用地が制限されるため、他州と比較するのはやや無理があるが、それにしても僅か5年で軒並み50%以上も住宅価格が上昇するというのは、バブル的にも見えるが、現在の価格上昇はむしろ実需に基づくものであり、これが建設着工を促し、またリファイナンス、ホームエクイティローン(不動産担保融資、住宅の資産価格からローン残高を差し引いた残資産価値分を担保にするローン)等を通じて消費の拡大の機能をも持ち景気の押し上げに役立っているという見方のほうが優勢である¹。

価格高騰の理由としては様々な要因が複雑に絡み合っており、単純化することは危険であるが一般的には上記住宅建設の好調の要因とダブるものもあるが(ア)金利の低水準(イ)住宅ローン借り入れ金利の所得控除等の促進税制(ウ)地域差はあるものの需要に対する供給の制約要因(地方政府の宅地開発の抑制政策)による需給ギャップの存在などがあげられる。価格上昇の要因は着工数の増加の説明に用いた人口増、移民要因等では説明できない。

¹ 建設経済研究所米国事務所「米国景気を支える住宅建設」(2004年3月)参照

図表5 住宅販売価格と住宅抵当金利の推移



図表6 州別住宅価格上昇状況

(2004年6月現在)

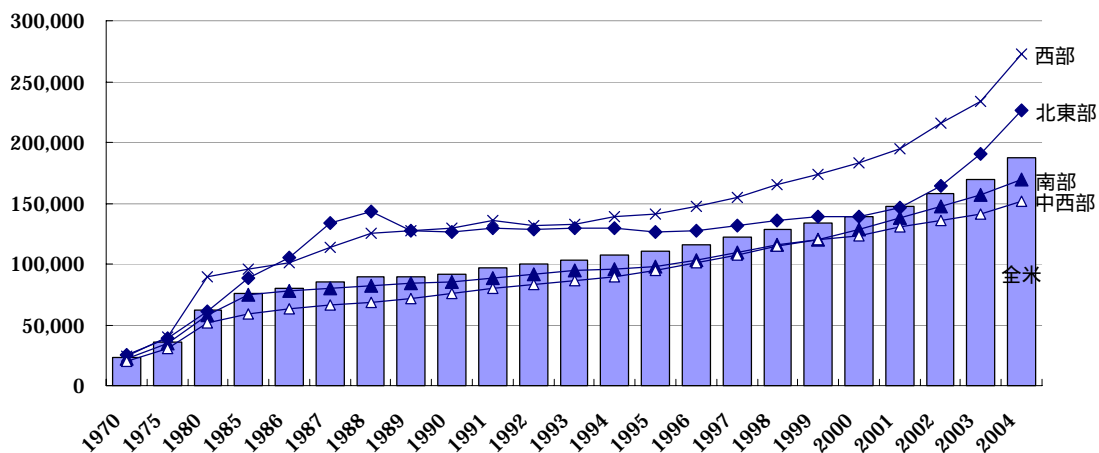
州	過去1年の 上昇ラ ンキング	過去1年間の 上昇率(%)	直近四半期 の上昇率	過去5年間の 上昇率	1980年から の上昇率
ネバダ州	1	22.9	7.5	53.1	183.4
ハワイ州	2	18.9	4.5	53.8	255.5
カリフォルニア州	3	18.4	4.9	84.1	338.7
ロードアイランド州	4	17.9	4.2	87.8	383.9
ワシントンDC	5	16.1	2.8	95.1	316.1
メリーランド州	6	15.4	3.7	58.1	260.5
フロリダ州	7	14.2	3.9	61.3	209.0
ニュージャージー州	8	12.8	2.2	65.0	329.4
バージニア州	9	12.2	2.7	52.0	234.4
メイン州	10	12.0	2.8	58.4	314.6
バーモント州	11	11.8	2.7	47.7	250.1
デラウェア州	12	11.5	1.9	47.3	276.1
ニューヨーク州	13	11.0	1.8	63.2	414.2
コネティカット州	14	10.7	2.6	53.4	284.5
ニューハンプシャー州	15	10.4	2.3	71.1	318.6
マサチューセッツ州	16	9.8	1.6	73.4	528.6
アリゾナ州	17	9.5	2.6	37.2	160.6
モンタナ州	18	9.4	2.0	34.0	176.0
ペンシルベニア州	19	9.4	2.3	36.4	217.3
ミネソタ州	20	9.3	1.9	54.9	223.1

出典：The Office of Federal Housing Enterprise Oversight (OFHEO)

中古住宅もここ数年価格が高騰しており、新築住宅との差は\$15,000程度まで縮んでいる。地域別にみると西部、北東部での価格上昇が激しいようであり、特にカリフォルニアを中心とした西部では1年間で約\$40,000も値上がりしている。主要都市も軒並み価格が上昇しており、中心部などでは住宅を購入すること自体困難になっているのではなかろうか。

また、現在の購入層の中心はベビーブーマー世代であり、新築住宅だけでは需要を賄いきれず、限られた中古住宅を求めて顧客が増加したがために価格が急騰しているという状況にある。

図表7 中古住宅販売価格(中位値)



出典：NAR

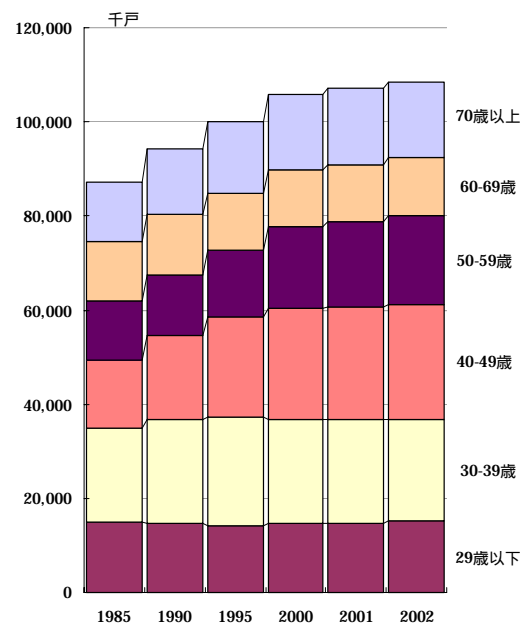
図表8 主要都市の中古住宅販売価格
(中位値)

(単位:千ドル)

	2000	2001	2002
サンフランシスコ	454.6	475.9	517.1
ボストン	314.2	356.6	395.9
ニューヨーク	230.2	258.2	309.8
ロサンゼルス	215.9	241.4	286.0
シアトル	230.1	245.4	254.0
ワシントン	182.6	213.9	250.2
デンバー	196.8	218.3	228.1
シカゴ	171.8	198.5	220.9
マイアミ	144.6	162.7	189.8
アトランタ	131.2	138.8	146.5
フィラデルフィア	125.2	134.8	146.1
フェニックス	134.4	139.4	143.8

出典 NAR

図表9 年齢層別世帯数



出典：US Census Bureau Housing Vacancies and Homeownership Annual Statistics: 2003

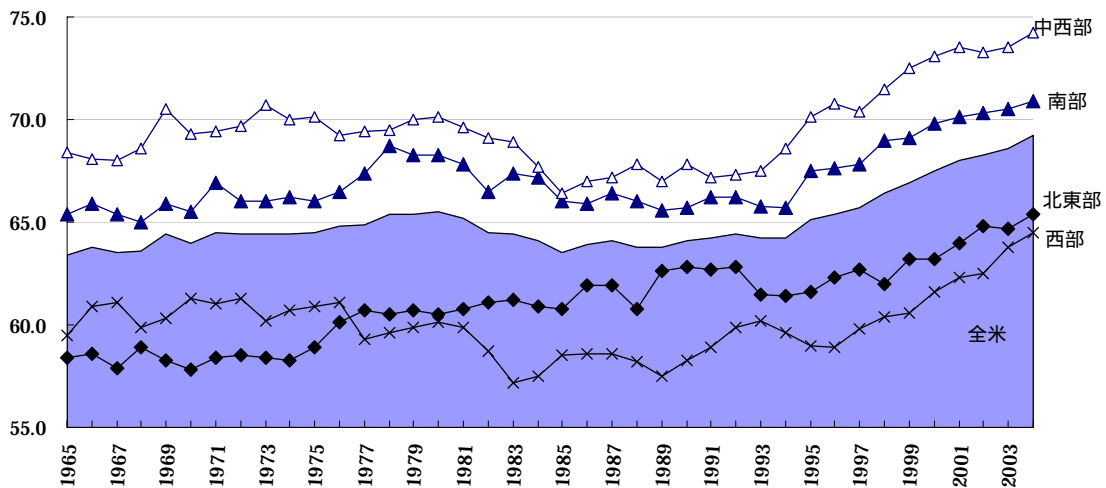
(3) 住宅所有率

所有率はここ10年間で5%程度(95年65.1% 04年69.2%(第2四半期))上昇している。過去と比較してもこれほどのペースで上昇した時期はない。地域別では中西部と南部が全米平均を上回り、近年では西部での伸びが大きいようである。年代別では35-44歳が伸びているのはベビーブーマー世代なので異論ないところであるが、35歳未満の住宅所有率が上昇しているのは若干注目すべきところである。もちろん各年齢層でも所有率は上昇し

てはいるものの、比較的若い層が全体の所有率を押し上げていることが分かる。

人種別で見た場合は、やはりヒスパニック系の伸びが著しい。ヒスパニック系を含むマイノリティ人種の所得が増加し経済状況が劇的に良くなったことを示す数字はないことから、それ以外の要因、つまりマイノリティや移民に対する法的保護強化や金融機関の融資姿勢および金利低下によるモーゲージローン市場に変化が見られたためと推測される。

図表 10 地域別住宅所有率

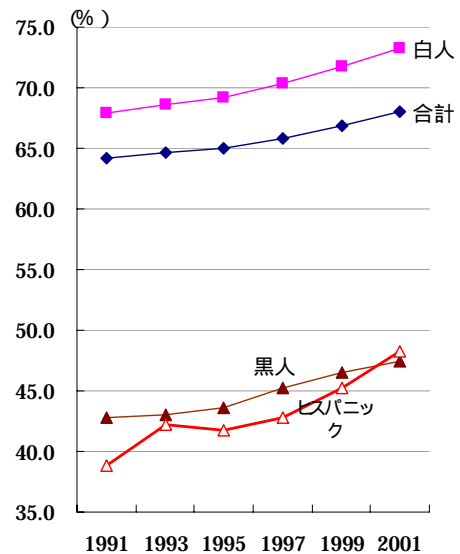


出典：US Census Bureau Housing Vacancies and Homeownership Annual Statistics: 2003

図表 11 年代別住宅所有率

	35歳未満	35-44歳	45-54歳	55-64歳	65歳以上
1982	41.2	70.0	77.4	80.0	74.4
1985	39.9	68.1	75.9	79.5	74.8
1990	38.5	66.3	75.2	79.3	76.3
1995	38.6	65.2	75.2	79.5	78.1
1996	39.1	65.5	75.6	80.0	78.9
1997	38.7	66.1	75.8	80.1	79.1
1998	39.3	66.9	75.7	80.9	79.3
1999	39.7	67.2	76.0	81.0	80.1
2000	40.8	67.9	76.5	80.3	80.4
2001	41.2	68.2	76.7	81.3	80.3
2002	41.3	68.6	76.3	81.1	80.6
2003	42.2	68.3	76.6	81.4	80.5

図表 12 人種別住宅所有率



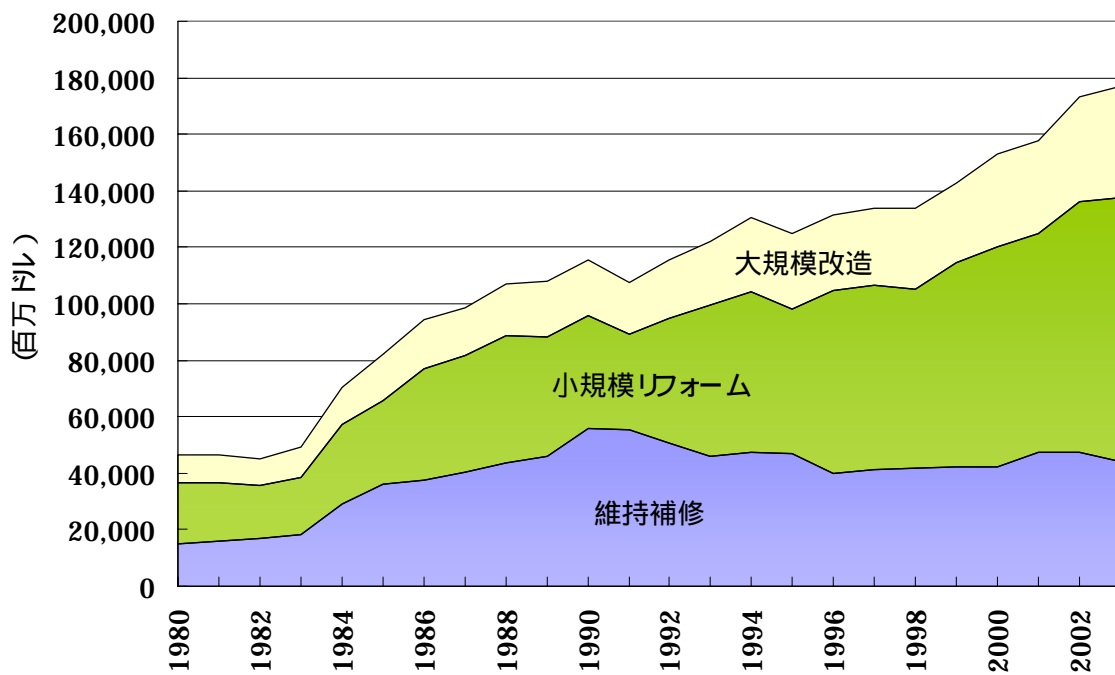
出典：US Census Bureau Housing Vacancies and Homeownership Annual Statistics: 2003

2.2 住宅リフォーム市場

米国では住宅リフォーム²が盛んである。購入した住宅の資産価値を高めるため、所有者自らが小まめなメンテナンスを施し、週末ともなれば Home Depot や Lowe's といったホームセンターが賑わい、様々なリフォーム資材を買ってトラックに積み込む光景をよく目にする。最近では日本でも住宅リフォームを取り上げたテレビ番組が増えているが、米国のケーブルTVでは専用チャンネルで24時間リフォーム番組が放映されている。

2003年の住宅リフォーム関連投資額は1,769億ドルで、2004年をその勢いを持続している。日本における住宅リフォーム市場の規模は、エアコンや家具、インテリア商品購入費を含めた場合で7兆3,100億円(2002年)で、米国の約38%となっている。

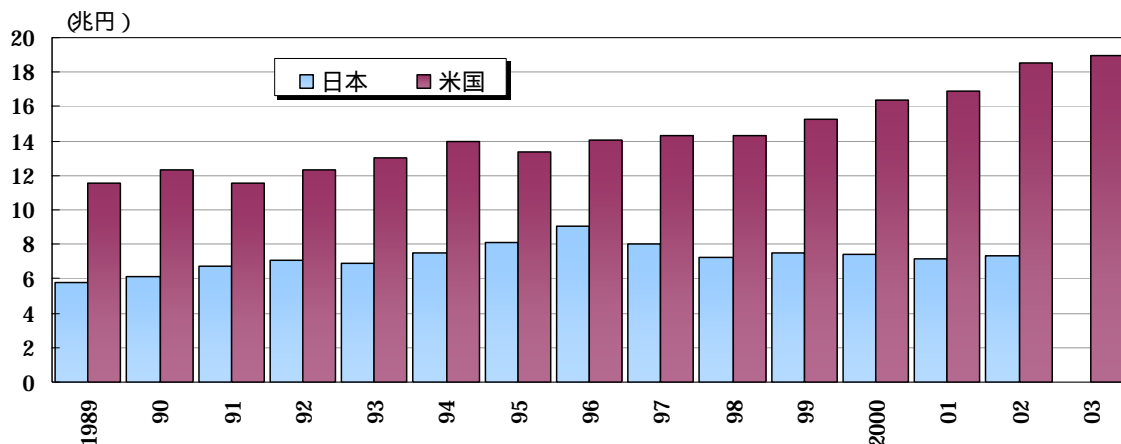
図表 13 全住宅リフォーム・維持補修投資額の推移



出典:U.S. Census Bureau

² 米国では Remodeling, Improvement と呼ばれる。

図表 14 リフォーム市場規模の日米比較



出典：(財)住宅リフォーム・紛争処理支援センター、U.S. Census Bureau

(注) 1. 日本のリフォーム市場規模は、住宅着工統計上、「新設住宅」に計上される増築・改築工事と、エアコンや家具等のリフォーム関連の家庭用耐久消費財、インテリア商品等の購入費を含めた金額である。推計した市場規模には、分譲マンションの大規模修繕等、共用部分のリフォーム、賃貸住宅所有者による賃貸住宅のリフォーム、外構等のエクステリア工事は含まれていない。

2. 米国分は、1ドル=107円(2004年10月現在)で換算

ニューヨークの Mediamark Research が 2002 年に行ったアンケートによると、リフォーム工種については「バスルーム改造」「キッチン改造」「屋根工事」といった部分の施工が多く、大半の工種において専門業者に依頼するのではなく所有者自らが施工しているケースが多い。専門業者に依頼すると費用が高くなり、一方ではホームセンターなどで個人に施工のノウハウを教えたりしているため、簡単なリフォームは迷わず自分で施すという人が多いようである。

図表 15 住宅リフォームの内訳（アンケート調査に基づく。2002 年）

プロジェクト名	リフォームを施した世帯数		誰が施工したか		費用		
	世帯数	総世帯数に対する割合 (%)	自ら施工	業者に依頼	\$1000未満	\$1000 ~ \$2999	\$3000以上
ガレージ・地下倉庫をリビングスペースに用途替え	3,729	1.8	2,550	753	883	992	1,138
バスルーム改造	14,776	7.2	9,619	3,292	7,182	2,830	1,831
キッチン改造	10,523	5.1	5,992	2,885	3,347	2,060	2,793
ベッドルーム改造	7,668	3.7	5,479	1,088	4,344	1,105	573
オフィスへの用途替え	2,075	1.0	1,648	58	1,006	248	154
他の部屋の改造	8,273	4.0	5,503	1,333	3,810	1,426	1,260
バスルーム追加	1,406	0.7	741	386	333	331	305
ガレージ拡張	1,663	0.8	792	691	255	117	1,027
その他部屋拡張	1,822	0.9	824	737	98	154	1,198
デッキ・ポーチの追加	5,171	2.5	3,072	1,614	1,693	1,450	1,150
屋根工事	10,673	5.2	2,354	6,462	2,305	2,456	3,858
側面仕上げ	3,407	1.7	958	1,770	550	586	1,496
アルミ窓	1,742	0.9	823	502	553	305	278
木製窓	1,216	0.6	412	499	266	315	369
ビニール窓	4,354	2.1	1,330	2,303	920	1,126	1,316
セラミックタイル床張り	7,419	3.6	3,689	2,635	3,634	1,490	873
硬材床張り	4,365	2.1	1,788	1,615	1,436	917	953
薄板床張り	3,003	1.5	1,572	932	1,277	838	285
ビニール製カーペット	4,474	2.2	2,011	1,539	2,628	562	100
カーペット	11,019	5.4	2,800	6,376	4,661	2,827	1,175
キッチンキャビネット	5,698	2.8	2,577	1,808	1,565	893	1,446
キッチンカウンター	5,696	2.8	1,954	2,547	2,368	866	1,077
天窓	980	0.5	278	512	443	241	87
エクステリアドア	6,642	3.2	3,015	2,600	3,852	966	466
インテリアドア	4,710	2.3	2,701	1,074	2,937	308	331
ガレージドア	4,234	2.1	875	2,258	2,134	930	171
コンクリートブロック工事	5,153	2.5	1,708	2,578	1,746	1,285	1,133
プール	711	0.4	78	534	59	58	467
ウォールパネル	1,314	0.6	855	216	880	121	13
セラミック壁タイル	2,343	1.1	1,298	571	1,400	183	45

出典：Mediamark Research Inc., Top-Line Reports
Internet site <http://www.mediamark.com/>

リフォームの対象としては持ち家一戸建住宅が圧倒的に多い。その内訳を過去 15 年の統計から金額ベースで見ると、1990 年以降に建設された住宅に対するリフォーム投資額が多い傍ら、築 30 年以上の住宅に対しても惜しみなく投資している。日本人の意識からすれば築 30 年を過ぎればリフォームよりむしろ全改築を選択しそうであるが、これは住宅そのものの耐用年数が短いことや、築後 15～20 年を経過した住宅は資産価値がゼロになること、注文住宅の割合が多く汎用性に劣ることなどがその背景にあるためである。米国は古い住宅にも相当の資産価値があり、(豪邸を除く)大半は建売で汎用性も高いことから全改築するケースは稀であり、リフォームするか別の住宅に引っ越すかである。中西部の田舎町では、築 80 年以上の住宅を購入して週末に少しずつリフォームをしながら生活するスタイルなど何ら珍しくない。

地域別では特に差は見られない。施工主体は(先の図表とは反対で)専門業者のほうが多いが、これは大規模改造だと個人施工では無理があることや、業者に依頼する場合材料費や人件費、その他経費を含めたトータルが計上されるものの、個人では実質材料費だけ計上されるため、そうした要因が数字として表われているに過ぎない。

図表 16 持ち家一戸建のリフォーム内訳 (金額ベース)

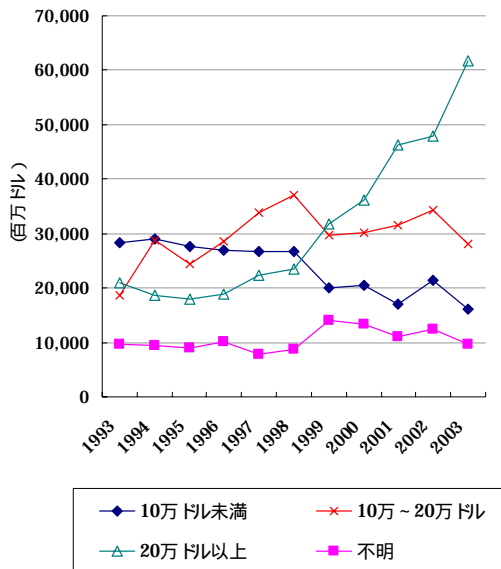
(単位:百万ドル)

年	合計	住宅建設年						地域				誰が施工したか	
		1990 to 2003	1980 to 1989	1970 to 1979	1960 to 1969	Before 1960	Not Reported	北東部	中西部	南部	西部	業者	オーナー
1989	62,866	N/A	8,623	11,163	10,946	27,640	4,495	16,107	15,721	17,159	13,880	48,490	14,377
1990	63,441	N/A	8,665	9,517	15,083	25,984	4,190	15,356	14,390	18,913	14,781	49,385	14,056
1991	62,608	N/A	10,027	12,151	11,213	25,377	3,838	15,345	14,778	19,250	13,235	47,720	14,888
1992	72,930	N/A	14,105	11,729	12,810	29,622	4,590	15,754	20,217	20,357	16,601	55,784	17,146
1993	77,626	3,550	9,428	15,918	13,633	29,152	5,944	18,584	17,489	24,542	17,010	60,728	16,898
1994	85,903	4,184	10,913	17,419	15,356	32,222	5,809	18,864	23,349	23,869	19,821	68,230	17,673
1995	79,003	5,075	9,643	17,044	11,113	30,080	6,049	16,052	23,978	23,801	15,173	63,017	15,987
1996	84,462	6,958	11,745	14,107	15,524	29,681	6,448	14,816	21,476	26,773	21,398	65,809	18,653
1997	90,677	10,921	12,653	17,657	12,393	28,286	8,767	16,903	24,881	26,883	22,010	70,440	20,236
1998	96,159	10,833	13,830	17,857	14,457	33,703	5,479	23,902	25,017	25,062	22,178	76,030	20,129
1999	95,778	11,376	12,778	12,731	10,290	36,754	11,848	17,725	23,696	24,755	29,600	79,941	15,838
2000	100,161	16,998	15,719	14,315	13,557	30,451	9,120	19,561	27,461	29,873	23,265	84,778	15,382
2001	105,997	28,221	11,651	14,278	11,436	35,133	5,279	19,039	24,330	27,828	34,800	88,220	17,777
2002	116,192	33,817	13,234	14,283	11,314	42,798	747	24,029	30,360	30,747	31,055	99,190	17,002
2003	115,876	33,521	12,360	15,519	13,979	40,497	0	27,735	30,656	31,146	26,340	97,803	14,669

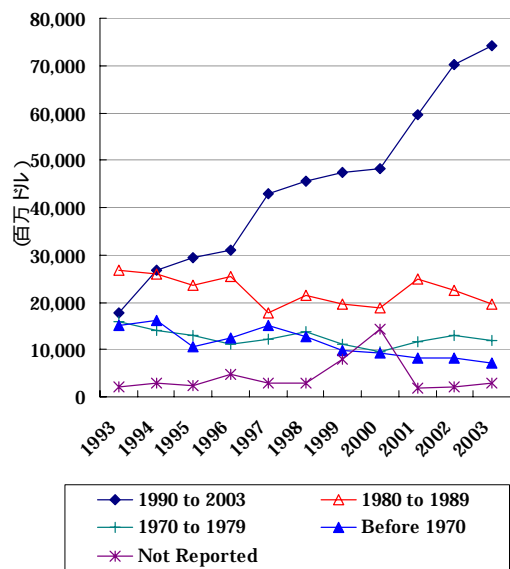
出典:U.S. Census Bureau

資産価値別では、20万ドル以上の住宅への投資が他を引き離している。価値のある住宅に対しては高価な資材を用いてリフォームする傾向にあるだろうし、機能面とともに豪華さを重視する傾向にあることや、また将来の売却を考慮してリフォームにより価値を高めたいという顧客心理も見え隠れする。また取得年別では概ね10年以内に取得した住宅への投資が多く、これは転売目的よりむしろ取得した住宅に対するカスタマイズが最大の理由だと推測する。その裏づけとして、取得年が古くなるにつれて投資金額は少なくなっており、長年住み慣れた家にあえてリフォームを施す必要はないということであろう。

図表 17 持家一戸建てのリフォーム内訳 (資産価値別)



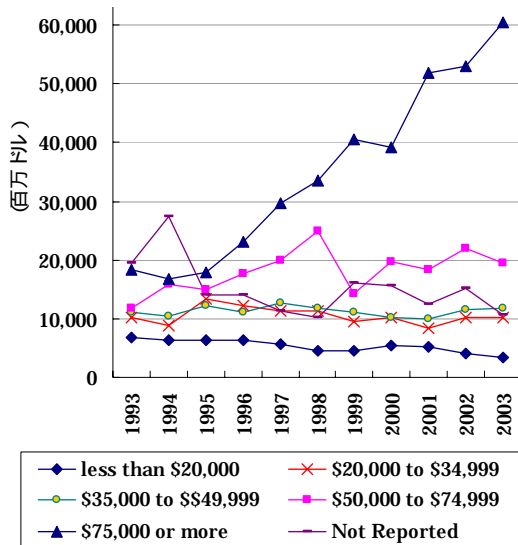
図表 18 持家一戸建てのリフォーム内訳 (住宅取得年別)



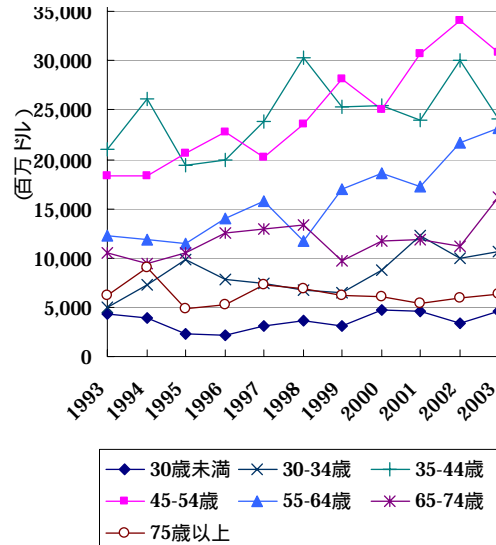
出典:U.S. Census Bureau

年間所得別では、当然のことながら所得の多さに比例してリフォーム投資額も増加する。世帯主の年代別では、35～54歳の世代による投資額が最も多く、逆に30歳未満の投資は少ない。35～54歳世代は家族の数も増え、面積が広く部屋数のある住宅に住むため、また子供の成長とともにライフスタイルも変化することからリフォーム需要がそれだけ高くなる。30歳未満は小家族で数年後の住み替えを睨んでいる傾向があり、リフォームに対する意識は低いようである。

図表 19 持家一戸建てのリフォーム内訳
(家計年間所得別)

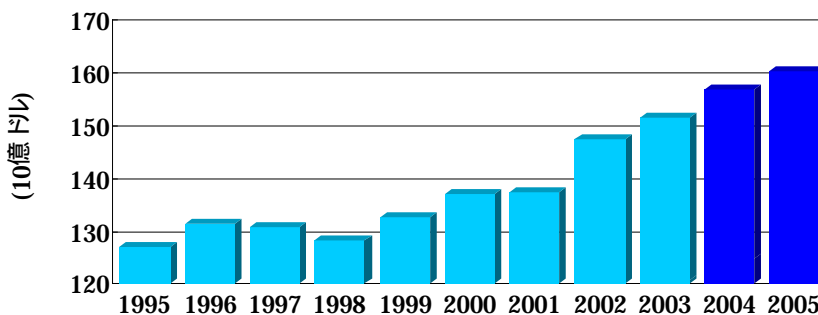


図表 20 持家一戸建てのリフォーム内訳
(世帯主年代別)



2004年10月に行われた「米国建設市場予測セミナー」(North American Construction Forecast Conference)において、全米ホームビルダー協会(NAHB)チーフエコノミストのDavid Seiders氏は2005年の住宅リフォーム市場について、「持ち家率の上昇やホームエクイティローンの寄与、また住宅供給不足で住み替えが難しく、リフォームを選択する顧客も増えるため、市場規模は引き続き増加するだろう」と分析している。

図表 21 リフォーム市場予測(1996年価格)



出典: National Association of Home Builders (NAHB) Construction Forecast Conference

2.3 2004～05年の住宅市場

全米不動産協会(National Association of Realtors)は2004年の中古住宅販売について、7月までの販売実績を踏まえて、年間トータルでは過去最高の650万戸、前年比約6.5%の増加になるとの見通しを示している。また、新築住宅販売も同7.1%増の116万戸、住宅着工件数も4.8%増の194万戸になると予想している。これは1978年以来のハイレベルであり、ベビーブーマーが需要を底上げしたのが主要因と分析している。

NARチーフエコノミストのDavid Lereah氏は「住宅抵当金利の低下が持続と世帯数の増加がマッチして市場を活発にしている」と述べている。03年には住宅着工、販売ともに大幅な伸びを示したことから04年の抵当金利は上昇すると思われたものの、予想に反して(第2四半期を除いて)金利が低下したことから、ブームが続く結果となった。第4四半期には抵当金利が緩やかに上昇するものの、年間平均レートでは30年物で5.9%と、1960年代以降、昨年に次いで2番目に低金利になるとNARでは予想している。「2005年は住宅供給が需要によりやく追いつくため、価格の値上げは近年みられた急騰がなくなり、平年よりやや高い伸びを示すにとどまるだろう。我々不動産業界としては売り手市場が持続することを期待しているが、状況は変わっていくだろう。」と同氏はコメントしている。

その住宅販売価格であるが、2004年の中古住宅販売価格(中位値)は前年比7.5%増の182,700ドル、新築住宅価格(同)は8.9%上昇して212,300ドルになるものと見込んでいいる。価格についてLereah氏は「売り出し物件の在庫が不足するしばらくの間は、価格は平年以上に上昇し続けるだろう」と予想している。また同氏は、(住宅に関連するものとして)消費者物価指数が2.7%、GDPは4.5%それぞれ上昇すると予想し、失業率は第4四半期には5.2パーセントまで落ちると見ている³。

また、全米ホームビルダー協会(NAHB)ならびに米国抵当銀行協会(MBA)は、それぞれ下表のとおり予想している。

図表22 NAHB、MBAの住宅市場予想

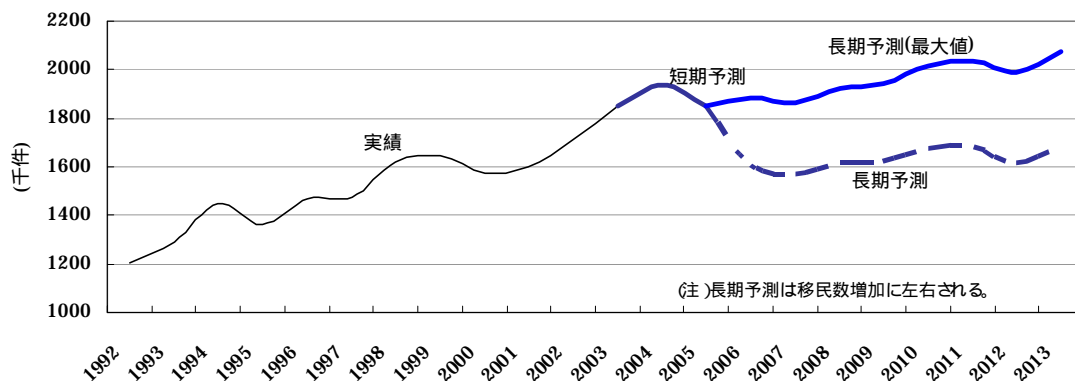
(単位:千件)

	全米ホームビルダー協会(NAHB)予想					米国抵当銀行協会(MBA)予想			
	2002	2003	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2007
住宅着工	1,710	1,853	1,935	1,853	1,800	1,934	1,830	1,660	1,655
一戸建て住宅	1,363	1,505	1,593	1,523	1,470	1,590	1,485	1,323	1,319
集合住宅	347	348	342	330	330	345	345	337	337
新築住宅販売	976	1,089	1,164	1,103	1,073	1,167	1,038	953	961
中古住宅販売	5,593	6,098	6,582	6,241	6,079	6,495	5,909	5,561	5,672
住宅金利	6.5%	5.8%	5.9%	6.5%	7.1%	5.9%	6.3%	6.7%	6.9%

出典: National Association of Home Builders (NAHB)、Mortgage Bankers Association (MBA)

³ “NAR Expects Record Existing-Home Sales This Year” (2004年9月) <http://www.realtor.org>

図表 23 NAHB の長期予想



出典: National Association of Home Builders (NAHB) Construction Forecast Conference

カリフォルニア州は、米国の約 9 分の 1 の人口が集中し、かつ他州を上回る人口増加を遂げている。最も空家率が低いのと同時に、住宅所有率が低い州でもある。そのためこの 4 年間、住宅市場は 2 桁成長を続けている。しかしながらここ数年住宅供給は需要に追いつかず、IT バブル崩壊による不況も重なったことから、住宅ブームの中心はカリフォルニアからラスベガスへとシフトしていった。その結果、ラスベガスは 2003 年までの 5 年間に住宅価格が 52% も上昇、史上最大の住宅ブームを記録している。つまり、カリフォルニアでの事象は他州に波及するということであり、そのため、カリフォルニアにおける住宅市場動向は全米に影響する主要指標として、関係者も注目している。

カリフォルニア不動産協会の住宅市場予測によれば、住宅価格（中位値）は 2004 年で \$ 454,720、05 年は 15% 増の \$ 522,930 になるだろうと見ている。逆に 05 年の販売件数は 2.5% 減の 603,700 件と予想している。住宅の供給不足が深刻化し、価格が再び 2 桁増になるという図式である。同協会チーフエコノミストの Leslie Appleton-Young 氏は「住宅金利の上昇は住宅販売抑制の大きな要因であるが、人口及び世帯数の増加が価格にプレッシャーを与え続けることから、結果としてカリフォルニアでは他州を上回る住宅価格上昇をもたらすだろう。」との見方を示している。地域的には、南カリフォルニアのセントラル・バレーとインランド・エンパイア地方の住宅販売の伸びが顕著で、両地方は人口増加率が高く、郊外で住宅新築ラッシュが続いている。2005 年はやや落ち着く見通しである⁴。

（顧客は何を望んでいるか）

NAHB は 2003 年に「21 世紀の住宅購入者が望むもの」と題したアンケートを実施した⁵。以下、その概要結果を紹介する。

⁴ “Why Housing In California Matters To The Rest Of The Nation” (2004 年 10 月) by Blanche Evans. http://realitytimes.com/rtapages/20041012_califhousing.htm

⁵ NAHB “What 21st Century Home Buyers Want”

- ◆ 新築住宅の購入者はより大きな家を求めている。特にリビングルームに隣接した大きなキッチンとそれら2部屋がハーフウォールで仕切られていること。
- ◆ 高い天井とアイランドキッチン。
- ◆ エクステリア、特にフロントポーチ、デッキ、パティオ、エクステリア照明に関心あり。
- ◆ ランドリールームとダイニングルームは不可欠。
- ◆ 過去豪邸にしかなかった装備のいくつかを平均購入層は求めている。
- ◆ 多くの購入者は「独立したリビングルーム」を必要としていない。
- ◆ 回答者の現所有住宅の平均面積は1,770スクエアフィートで、新しい家は平均2,071スクエアフィートの面積を望んでいる。
- ◆ 購入者が望んでいるのは、現在売り出し中の物件がより広い面積を持たないことである。
- ◆ 3分の2の回答者が9フィート以上の高さのある天井を望んでいる。また約40%の回答者が2階の天井も9フィート以上であることを望んでいる。
- ◆ 「最低4つのベッドルームがいい」と回答したのは全体の40%。49%は「3つでも我慢できる」と回答。商務省によれば「2002年に完成した一戸建て住宅の3分の1以上が4以上のベッドルームがある」とのこと。
- ◆ 4分の1の回答者が「追加コストがかかってもいいからクルマが3台収容できるガレージが欲しい」とのこと。54%は「2台収容で十分」。
- ◆ 18のキッチン設備のうち、78%の回答者が「ウォークインパントリー（食品庫）」を第1希望としている。アイランドキッチンは71%、木製キャビネットは59%がそれぞれ望んでいる。
- ◆ バスルームの設備のうち、「リネン・クローゼット」が必要不可欠と回答したのは88%。以下、換気扇（86%）、専用シャワー室（69%）、湯温コントローラー（67%）、ジャグジー風呂（58%）、化粧スペース（52%）と続く。
- ◆ 92%の回答者がランドリールームを希望。以下、ダイニングルーム（79%）、ホームオフィス（58%）、書斎（54%）、サンルーム（46%）、メディアルーム（映画や音楽を楽しむ部屋）やエクササイズルームを希望する回答者もあったが、割合は低い。
- ◆ 「設備が少ないが大きな家」と「家は小さいが設備は充実した家」のどちらがいいかとの問いに対しては、前者が15%、後者が49%、それぞれ支持があった。
- ◆ 「主寝室は1階と2階のどちらにあったほうがいいのか」については、1階（25%）、2階（48%）との回答であった。
- ◆ 「洗濯機 + 乾燥機の設置場所については、寝室の横（26%）」、「キッチンの横（26%）」、「地下室（23%）」、「ガレージ（10%）」との回答。
- ◆ 新築時に購入したいアメニティ設備の合計コストは平均\$5,000。
- ◆ 22の近隣コミュニティ設備のうち、「駐車エリア（62%）」、「遊歩道・ジョギングスペース（58%）」がトップにランク。住宅周辺にそのようなスペースがあるかどうかは購入の際の重要なポイントとなる。

（担当：仁部祐二）