

2LDK—その商品性を考察

首都圏のマンション市場は長い間、「郊外の子育てファミリー層が求める3LDK」がその中核をなしてきた。こうした中であって「2LDK」は従来、大手デベロッパーがあまり積極的に展開してこなかった分野だ。しかし、「コンパクトマンション」が登場して

以降、共働きで子どものない世帯、いわゆるDINKS狙いの2LDKタイプの住戸が急増している。不動産関連の市場調査やコンサルティングを手掛けるトータルブレイン(港区)は、この2LDKの「商品性」を検証、今後のトレンドについて分析

した。

「重要な商品」へと変化の兆し

全国と東 京都の人口・世帯数の推移を見ると、全国では2010年の1億2800万人をピークに人口は減少に転じ、35年には1億1200万人と12・4%の減少が予測されている。一方、東京都の人口は20年の1351万人がピークとなる。ただ、その後の減少ペースは緩やかに、世帯数のピークアウト

も全国に比べると緩やかに進む。

一方、家族類型(世帯人数)も20年以上前から10年後では大きく変わるといふ。全国ベースで見た世帯人数は、1995年時点で「一人世帯」が全体の25%、「二人世帯」は17%で、「三人世帯」の割合は34%程度だった。これが203

5年になるとそれぞれ37%、21%、23%となり、「全体の約4割が一人世帯」になる。この数値は東京都ではさらに激変する。35年の予測では、「一人世帯」の割合は実に46%となり、単身・二人世帯といった「世帯の少人数化」が進むというのだ。 同社はまた、婚姻と離婚

の件数にも着目した。50歳の時点で一度も結婚しないいわゆる「生涯未婚率」は、90年当時は男性が5・6%、女性は4・3%と低水準だった。これが15年以降は男性24・2%(推計値)となり、約4分の1は生涯未婚となる。女性の未婚化も進み、未婚の男女の単身世帯は今後も増加が続くと

いう。加えて、70年には婚姻件数の約9%に過ぎなかった離婚件数が急増、15年の実績では婚姻件数の約35%に当たる22万6200件の離婚があった。 こうしたデータは、マンション購入の主要な客層が今後大きく変化することを示唆している。つまり、首都圏でマンションの供給が

始まって以来、「ずっとメインターゲットだった子育てファミリー層」そのものが今後、激減することになるのだ。郊外一次取得の子育てファミリー層の減少に伴い、代わって「シングルやDINKSまたはDEWKS(共働き子育て夫婦)、パワーカップル(収入の多い二人世帯)、アクティブ

シニアなど、マンション購入のターゲットは一人か二人で構成する小家族世帯中心に変化する」と同社は予測する。 さらに、共働き夫婦の増加に伴い、購入のポイントとなる要素は「交通利便性」や「都心までの通勤時間」が絶対条件となり、広さや間取りを妥協しても都心立

地にこだわる層が増加する。そうすると、「これまでのように3LDKは絶対的な間取りとはなり得ない」という。特に、都内都心の高利便・高単価エリアでは、前述のようにターゲットも多岐にわたるため、2LDKという商品は、「価格的な買いやすさという面からも今後、非常に重要な役割を果たす」と同社は分析した。

この十数年で、シングル向けの1LDK商品がマーケットの中で重要な間取りとして定着してきたように、これからは2LDKという間取りが決して中途半端ではなく、小家族世帯の多様なニーズに柔軟に対応できる間取りというポジションとして確立されていく可能性が高いと予測した。

トータルブレインの

邸点観測

6