

少子高齢化へ「次の一手」

近年、国内のマンション供給数は年間約3万戸。この20年で3分の1まで減少した。急激な少子高齢化による人口・世帯数の減少期に入り、分譲マンション市場も縮小がさらに加速すると予想される。こうした中、デベロッパーが他業種とのコラボレーションによって不動産ビジネスの領域拡大を模索したり、自社の開発商品に付加価値を追求するなど、新しい事業領域へのチャレンジを試みている。マンション市場を取り巻く環境の変化と、デベロッパー各社の取り組み状況を見ていく。

トータルブレインの

邸点観測

デベロッパーの新たな取り組み
〈全3回の①〉

コロナ禍までのデベロッパー各社の取り組み
2019年当時、主に大手デベロッパーは圧倒的な資金力と超低金利を背景として「投資・ストック・ロングスパン系の事業領域」に、中堅デベロッパーは「回転重視の事業領域」に取り組んでいた(表参照)。
このうち、賃貸マンション開発や再開発事業、地方開発、シニア向け事業、海外事業に関し

◎コロナ禍前、分譲マンション事業以外で、デベロッパーが取り組んでいた新事業領域

【大手デベロッパー】 ストック重視の事業ポートフォリオ
①賃貸マンション事業②オフィスビル・商業店舗ビル事業③ホテル開発事業④学生マンション事業⑤物流・倉庫開発事業⑥再開発・建て替え事業⑦シニア向け事業⑧海外開発事業

【中堅デベロッパー】 回転重視の事業ポートフォリオ
①ワンルームマンション・アパート等、1棟・ユニット収益開発事業②オフィスビル・商業店舗ビル開発事業③ホテル開発事業④部心収益不動産の小口化事業⑤地方都市での再開発・分譲マンション事業⑥シニア向け事業⑦リノベーション事業⑧トランクルーム事業など

ては、現在も積極的に取り組む一方、ホテル、オフィス・商業ビル開発はスローダウンし、物流・倉庫開発もやや一服感、中古の買い取り再販も仕入れ価格の高騰により難しくなっている。

■人口動態
1980年代、団塊世代が30

かつてのポートフォリオは取捨選択され、SDGｓ関連事業など、新たな取り組みが始まっている。
マンション市場を取り巻く環境の変化

代となり住宅マーケットをけん引した。2000年代になると団塊世代は50歳代に突入、30歳代となった団塊ジュニア層にマーケットが引き継がれた。しかし、20年代中盤になると団塊ジュニアも50歳代に突入し、その下の世代から急激に人口とマーケットが縮小。22年現在、マンション市場のメインターゲットとなる30〜40歳代の構成比率は25%程度しかない。日本社会は、全産業が高齢化と向き合っており、マーケットを開発する必要が生じている。

別の構成比率は、2025年には50歳以上が過半数となる予想だ。
また、10年ごろから65歳以上の一人暮らしが急激に増加。20年には670万人が65歳以上の一人暮らし世帯となっている。ポリウムは今後も増え続け、高齢単身世帯への生活サポートニーズが急速に拡大していく。
メインターゲットは少人数家族
■マーケット状況の変化
近年、50歳代の未婚率は男性が28.3%、女性が17.8%。また、出生率は50年前には2.13人だったが近年は1.39人まで低下している。
女性の社会進出は他国より低い水準にあるものの、今後加速していくだろう。当面、シンクル・DINKSなど少家族世帯の増加が続くと考えられる。

(つづく)