

既存住宅市場の価格形成に関する考察

情報の非対称性及びシグナリングに着目して

神戸夙川学院大学観光文化学部 特任教授 竹内正人

【目次】

1. はじめに
2. 日本の住宅市場構造と既存住宅市場の現状
3. 新築注文住宅市場と価格形成分析
4. コンセプトタウンの価格形成
5. 大阪府の初期の分譲地における価格形成
6. まとめと課題

1. はじめに

日本の住宅政策がスクラップアンドビルドからストック重視に舵を切ってからおよそ 10 年に及ぶ。その政策の第一歩として「住宅の品質確保の促進等に関する法律」（2000 年・以下品確法）を制定し、2006 年には「住生活基本法」を施行した。これにより政策的には本格的なストック重視政策に移行した。またそれに先立ち 2005 年「第 8 期五箇年計画」において、2005 年から既存住宅¹⁾の活用を促す仕組みをつくる「住宅市場整備行動計画（アクションプログラム）」が始動した。この計画では 10 年後の 2015 年には中古流通量の倍増、リフォーム市場の 3 倍増である 6 兆円規模の市場を見込んでいる。

しかし既存住宅市場の活性化は一向に進んでいない。その原因については市場評価の困難性や新築住宅の個別性などさまざまな指摘がある。

そこで第 2 章では、日本の住宅市場の構造的な特徴を解説し、さらに既存住宅の概況と一向に機能しない要因についても言及する。本論はその中でも情報の非対称性に着目し、筆者が行った既存住宅市場の調査をベースに議論を展開する。

第 3 章では、日本の住宅市場の大部分を形成している新築市場について言及する。その中でも、特に既存住宅市場の代替市場とも言われる戸建注文住宅に焦点を当てる。戸建注文住宅は同じく情報の非対称下でありながらも活性化している市場であり、その要因について、筆者が 2003 年に実施したアンケート結果を用いた価格形成分析結果の概要の中から解説する。

さらに第 4 章では、既存住宅市場においても優良なストックは価格に反映されるべきであるという主張に対して、景観にも配慮したコンセプトタウンの価格形成について解説する。

第 5 章では、筆者が 2011 年に行った大阪市近郊にある初期の分譲地 4 地区を調査し、その価格形成分析や不動産業者へのインタビュー結果を基に、既存住宅を活性化させる現象について言及する。

第 6 章ではそれらの分析結果を踏まえ、既存住宅市場における活性化の傾向と今後の研究への課題を述べることとする。

2. 日本の住宅市場構造と既存住宅市場の現状

1) 日本の住宅市場構造

日本の住宅市場は主に新築住宅の供給によって成立している。背景に日本の住宅政策が、第二次世界大戦によって都市を中心に壊滅的な打撃を受け、約 420 万戸の住宅不足解消を図ることが重要課題であったことに起因している。1960 年代には「住宅計画基本法」（1966 年）を制定し、以後住宅建設 5 ヶ年計画により大量に住宅供給がなされた。その後も旺盛な住宅需要に支えられ、また貿易摩擦時の内需拡大策²⁾ としても住宅投資を積極的に促進した。

新築住宅着工数は 1980 年代の後半から 1990 年代にかけて 160 万戸を超えていたが、バブル経済の崩壊やその後のリーマンショックを受けて現在は 80 万戸から 90 万戸の間を推移している（図 1）。一方で既存住宅の流通量は 17.1 万戸（2008 年）であり、また 1980 年頃から若干増加傾向を示しているものの 16~18 万戸台で推移しており、新築住宅市場に比べて圧倒的に小規模である。全住宅の流通量（既存流通+新築着工）に占める既存住宅の割合は 13.5% にしか過ぎない。国際比較すると、米国で

は既存住宅の流通量が 90%、同様にフランス、イギリスもそれぞれ 64%、85%であり、住宅の取引は既存住宅が中心であることがわかる（図 2）。欧米の住宅需要が既存住宅を中心として形成されているのに比して新築住宅主体の日本の住宅市場の特異性は際立っている。

2) 既存住宅市場の特性

日本では新築住宅が大量供給されているが、数字上では既に 1970 年代には住宅のストックは充足しており、2008 年段階での空き家率は 13.1%、居住者のいない住宅が実に 757 万戸も存在する。日本の既存住宅はもっと活性化してよい市場であることは容易に想像できる（図 3）。

既存住宅市場の不活性の理由について、松本（2000）は住宅の市場評価の困難性、購入代金調達のリスク、価格変動、高額な売買手続き費用を原因としている。また戸谷（1995）は日本住宅の個別性を挙げている。個別性について山崎福寿（1999）は既存住宅市場が不活性の中では住宅は新築で住みきるほうが合理的でありそのためにカスタマイズすることのほうが暮らしやすく、またそのことが返って既存住宅市場で評価されない理由にもなっているとしてい

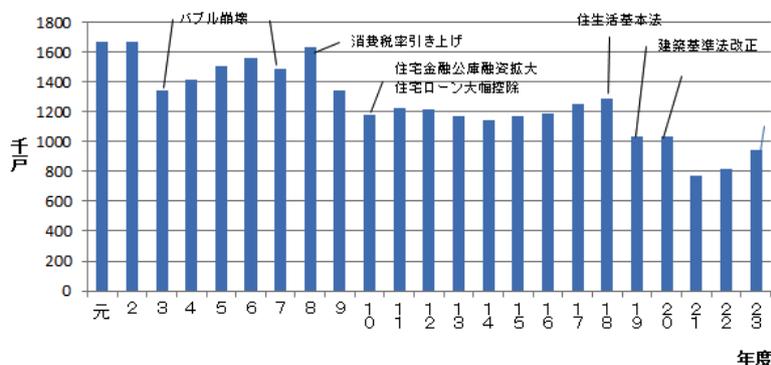


図 1 新築着工住宅の推移
住宅着工統計（国土交通省）

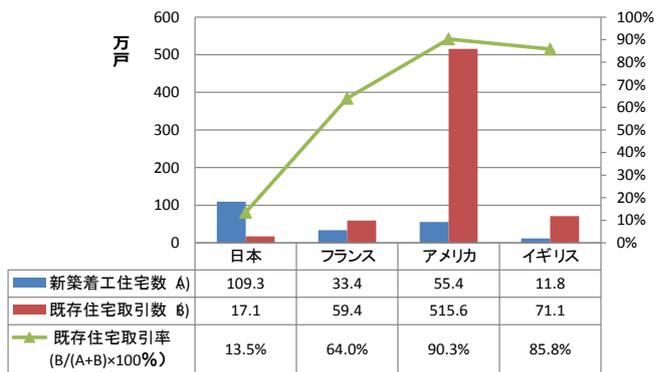


図2 既存住宅と流通シェアに関する国際比較

日本：住宅土地統計調査 平成 20 年（総務省），住宅着工統計 平成 20 年（国土交通省）（データは 2008 年）
 フランス：Insee 「enquete logement」（データは 2008 年）<http://www.insee.fr/> Ministère de l'Ecologie, de l'Environnement, du Développement durable et de la Mer 「Conseil général de l'environnement et de développement」（データは 2008 年）<http://www.cged.developpement-durable.gouv.fr>
 アメリカ：U.S.Census Bureau 「New Residential Construction」、「The 2011 Statistical Abstract」（データは 2009 年）<http://www.census.gov/>
 イギリス：Department for Communities and Local Government 「housing statistical」（データは 2009 年）<http://www.communities.gov.uk/>
 フランスは年間既存住宅流通量として、毎月の既存住宅流通量における年換算値の年間平均値を採用した。
 イギリスの住宅取引数には新築住宅の取引戸数も含まれるため、「住宅取引戸数」－「新築完工数」を既存住宅戸数として取り扱った。また、住宅取引戸数は取引金額 4 万ポンド以上のもの。なおデータ元である調査機関の HMRC は、このしきい値により全体のうちの 12% が調査対象からめれると推計している。

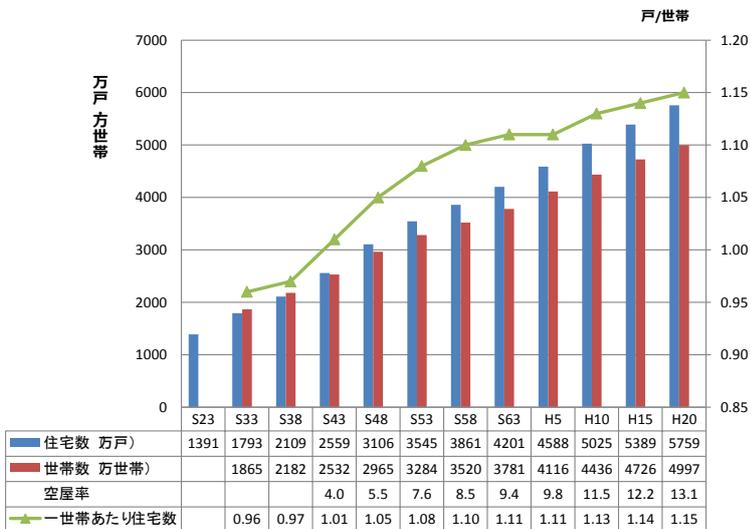


図3 住宅のストックと世帯数の推移

世帯数には、親の家に同居する子世帯等（2008 年＝37 万世帯）も含む 土地・統計調査（総務省）

る。山崎古都子（2012）は日本の住宅が短命であることを指摘している（図 4）。また住宅の耐久性は所有者の住宅管理への意識にゆだねられており、制度としての住宅管理の重要性を述べている。また、住宅が短命であり新築を主とした市場需要構造はスクラップアンドビルドにより大量の廃棄物を放出し環境負荷を高くすることも指摘

している。

さらに、住宅市場における情報の非対称性も議論の対象になることがしばしばである。山崎福寿（1999）は既存住宅市場が不活性な要因として「レモンの原理³⁾」が働いていることを指摘している。買い手にとって情報が不透明なままで購入することはリスクがあり、逆選択が生じやすくなる。

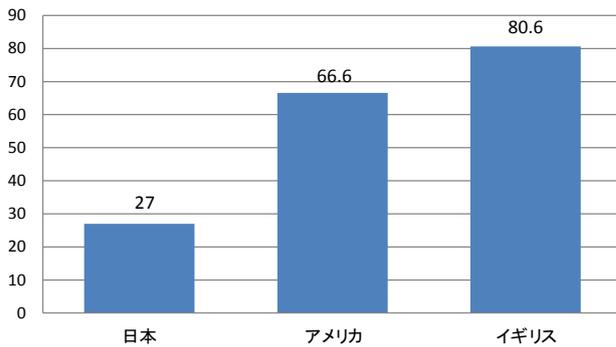


図4 5年間で減衰した建設経過年の
平均値

日本：総務省「平成15年度 平成20年度住宅・土地統計調査」（2003・2008年）
 アメリカ：American Housing Survey 2003・2009）
 イギリス（イングランド）：Communities and Local Government「2001/02, 2007/08 Survey of English Housing」（データ：2001年、2007年）
<http://www.communities.gov.uk>
 より国土交通省推計

そのことが市場を縮小に向かわせるとしている。

3) 既存住宅市場の情報の非対称性

既存住宅市場の情報の非対称性について山崎古都子（2003）は「中古住宅の不安要因は需要の阻害要因になる」とし、その原因について、日米の比較研究の中から日本人の方が米国人よりも中古住宅に対し不安を感じているとしながら、その不安要因は米国が「不動産業者への信頼」であるのに対し、日本では「建物そのものへの不安」であると指摘している。

竹内（2005）は阪神間における既存住宅の価格形成要因調査にて、建物構造の差違やメーカー住宅であることが決して有利に働かないことを実証している。調査地は阪神・淡路大震災で大きく被害を受けた地域であり、耐震性能のなかった木造住宅が数多く倒壊したこともあり、メーカー住宅や非木造住宅の構造計算された安心・安全性が流通価格にも反映されると予想していたが、分析結果はそうならなかった。当時は「住生活基本法」施行前でもあり、住宅市場はストック優先という発想は浸透していなかったこと、「性能表示制度」を利用した住宅が既存住宅市場に出回っていなかつ

たことも影響していると判断していた。価格的に有意だったのは、建物としては、延床面積や築年数であった。また、芦屋とか西宮といった地域ブランドや、阪急沿線といった沿線ブランド取引価格にも大きく影響していることが分かった。またリフォームも価格に影響されず、リフォームによって価値をアップさせるよりも粗隠し傾向を示した。

3. 新築注文住宅市場と価格形成分析

1) 新築住宅市場の概要

同じ情報の非対称性下でありながら新築住宅市場は2011年度で84.1万戸の市場規模を有している。新築住宅の着工数はバブル経済崩壊以前の1989年～1990年にかけては約160万戸の規模であった。その後減少傾向がみられるものの依然として大きな規模である。新築住宅市場の内訳を見ると、持家住宅が36.2%を占め最も多い（図5）。欧米では新築住宅は分譲が一般的であることを考えると、この持家市場は日本だけの特異な市場であるといえる。また新築戸建住宅だけに限ってみると、実にその72%を占めている。持家とは所有している土地に

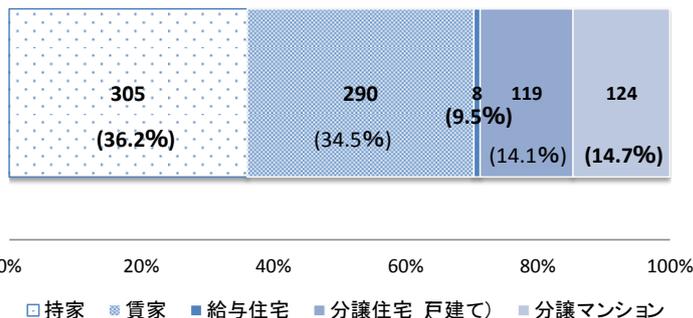


図5 利用別新築着工数
平成23年度(千戸)
住宅着工統計(国土交通省)

新しく建てる家のことであり、注文住宅とも呼ばれる。この注文住宅は購入の機会ごとに一邸一邸設計し、家ごとに間取りや設備・仕様・品質が異なる。購入者は実際には現物を見ないまま契約に至る。従って注文住宅の取引にも情報の非対称性が存在する。しかし、戸建注文住宅市場は現に日本の住宅市場の主流を占めており、「レモンの原理」が働いている状況にはない。

2) 戸建注文住宅購入者へのアンケート調査の概要

「レモンの原理」が働くには、良い住宅と悪い住宅の区別がつかないまま市場に混在しているからであるが、竹内(2007)は戸建注文住宅を建築した施主アンケート結果の価格形成分析の中で、戸建注文住宅はその市場が分離的傾向にあり、「レモンの原理」が働きにくい状況にあると述べてい

る。具体的には2002年7月～2003年5月の間に大阪府で建築確認申請をした住宅購入者に対して実施したアンケートで、その回答者1027人の属性や購買行動の分析結果から導き出された。アンケートの調査項目としては、購入者の属性や資金計画、住宅の概況、敷地の概況、購入の経緯、建築業者への希望、購入住宅の満足度である。

そして、それらを用いた注文住宅の価格形成分析では、購入価格を被説明変数とし、説明変数には購入者の属性である年齢、年収、家族数、世帯数、資金計画など、あるいは敷地面積、延床面積、階数などの建物や敷地に関する項目、また契約業者の規模等を用いて回帰させている。以下、情報の非対称性の視点でその分析結果を要約する。

変数	非標準化係数	標準化係数	値	有意確率		
定数項	263.90		2.45	0.014		
購入者の属性に関する項目	年収(万円)	0.51	0.15	6.53	0.000	
	自己資金額(万円)	0.28	0.42	16.34	0.000	
	二世帯	157.42	0.06	2.86	0.013	
	年代	50才代	-253.38	-0.09	-3.64	0.000
		60才代	-213.50	-0.06	-2.60	0.009
建物の属性に関する項目	延床面積(m ²)	9.00	0.37	14.03	0.000	
	工法	重量鉄骨	299.18	0.06	2.52	0.012
		RC	595.02	0.06	2.72	0.007
	階数	平屋	-487.01	-0.05	-2.11	0.036
		3階	241.02	0.08	2.95	0.003
敷地に関する項目	敷地面積(m ²)	0.73	0.11	4.19	0.000	
	敷地購入	-179.79	-0.07	-3.11	0.002	
企業規模	大手	380.25	0.15	6.29	0.000	
	中堅	214.34	0.06	2.73	0.006	

表1 戸建注文住宅購入者アンケートからの価格形成項目と係数

非説明変数：取引価格 有意水準5%
竹内(2007)戸建注文住宅アンケート分析より作成

3) 価格形成分析

購入価格への回帰分析の結果、購入者の属性や建物、敷地に関して有意な項目が多かったが、着目したのは企業規模に関する項目で、「大手」「中堅」に関する項目が有意であることを示している（表1）。この分析結果では大手住宅メーカー⁴⁾の住宅を購入すると約380万円アップすることを示している。一般に大手住宅メーカーの建物は地場工務店よりも高いと言われている。しかし既存住宅市場においては大手メーカー住宅といえども価格差が有意でないことから、将来資産を減じるかもしれない購買行動がはたして合理的かどうかを検証している。

大手メーカー住宅購入者は年収が高く自己資金額が大きいから金額が高い住宅が購入可能であるという視点に対して、確かに平均年収や自己資金は大手メーカー住宅購入者の方が高かったが、その偏差は大きく、必ずしも年収額の大小だけでは業者選択の要因とはなっていないことが判明した。

一方で契約に至った購入過程でどの規模の業者を検討したかについては、大手住宅メーカー購入者の64%が初めから大手住宅メーカーの中からしか検討していない。また、地場工務店も含めて検討したの

はわずか8.7%である。逆に地場工務店購入者はその66%が検討段階で地場工務店しか検討していない。地場工務店以外も検討したのは29%であった（図6、図7）。以上のことから新築注文住宅市場は大手住宅購入者層と地場工務店購入者層とが分離的傾向にあり、レモンの原理が働きにくい市場であると言える。

4) リスク回避とシグナリング効果

さらにそれぞれの層の購入に至る決定要因を比較すると、地場工務店住宅購入者は「価格」「紹介」を示している。一方、大手住宅メーカー購入者は「会社の総合力」「会社のイメージ」「住宅の構造・性能」など、「価格」よりも「会社の信用」や「建物の品質や安心・安全」への希求である項目に主眼を置いている（図8）。建物の性能や品質は実際の建物が建ってみないと分からない。つまり本来の品質差のコスト負担ではなく、推定品質差で判断している。すなわち「コストによる品質の判定」が行われていることになる。さらに言うならば大手住宅メーカー購入者と地場工務店購入者の価格差はリスクに対する態度の差であると言える。

リスクを回避する行動の一つとして情報収集行動があるが、マス媒体に関しては両

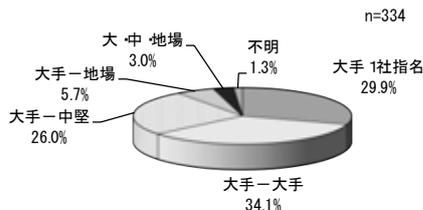


図6 大手メーカー住宅購入者の検討業者の内訳
竹内（2007）戸建注文住宅購入者アンケートより作成

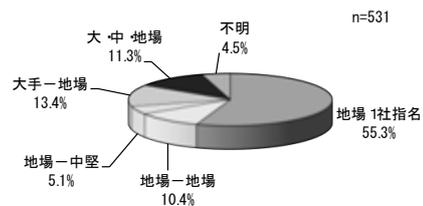


図7 地場工務店住宅購入者の検討業者の内訳
竹内（2007）戸建注文住宅購入者アンケートより作成

者の差は小さい。マス媒体は情報の提供が限られており、企業イメージの構築には効果的かもしれないが、購買の直接的な要因にはなりにくいことを示している。地場工務店住宅購入者が重視したのは「チラシ」「口コミ」などの地域またはパーソナル情報で、契約要因の中で「紹介」が多いことも頷ける。一方大手住宅メーカー購入者は「住宅展示場」「ショールーム」「営業マン」

「現地見学会」などを評価しているが、大手メーカーは様々な情報提供手段（図9）により情報提供の機会を創出していることである。

結局、住宅の安全性は消費者自身では確認できないが、一部の購入者はリスク回避行動として、住宅メーカー側から発せられる会社の信用や住宅の性能や品質に関する情報に納得させられ、大手住宅メーカーを

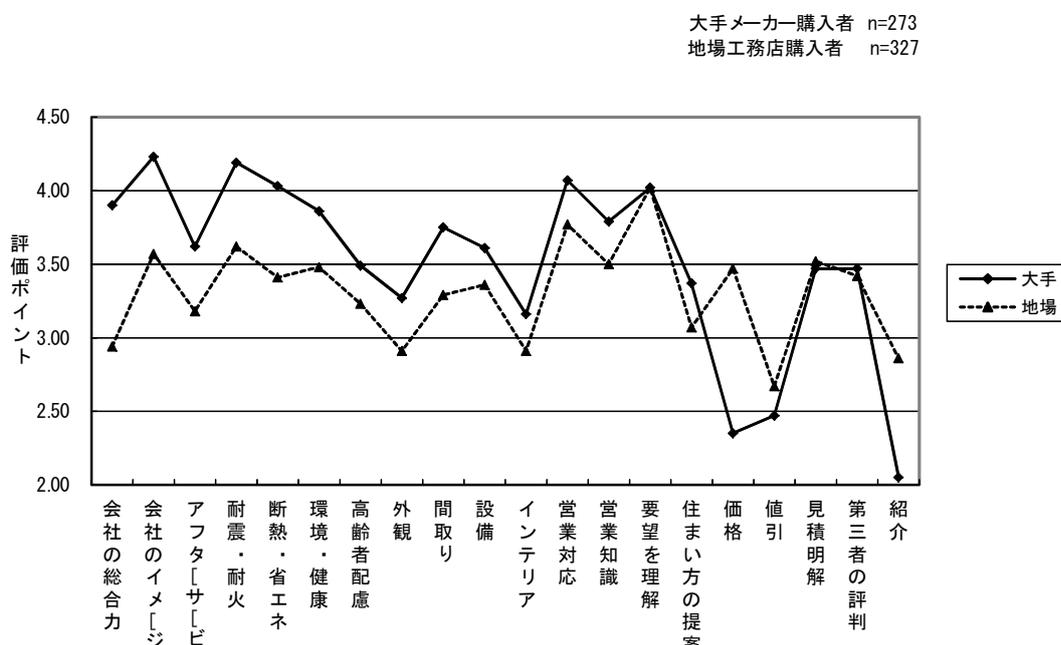


図8 住宅メーカー規模による業者決定要因

竹内（2007）戸建注文住宅購入者アンケートより作成

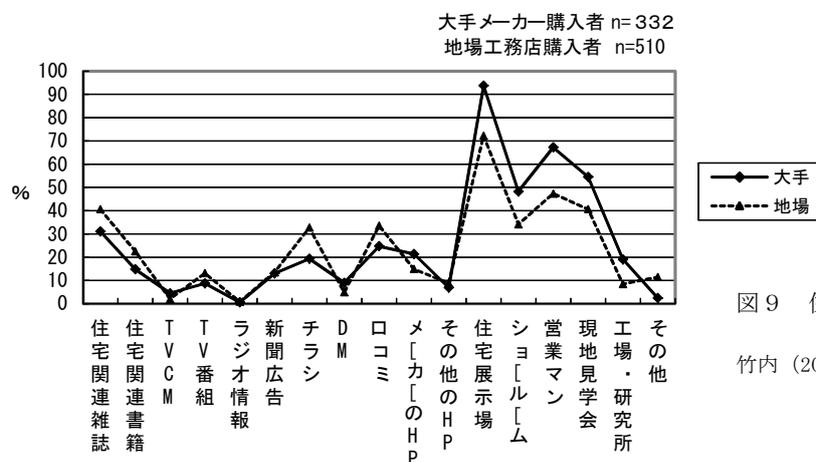


図9 住宅メーカー規模による役に立った情報源

竹内（2007）戸建注文住宅購入者アンケートより作成

選択したと判断できる。いわゆるシグナリング効果⁵⁾である。

4. コンセプトタウンの価格形成

たとえ優良な建物であっても既存住宅市場では価格に反映される市場環境にない現状を実証してきたが。既存住宅の流通が活発でない理由の一つに優良なストックが少ないこともあげられている。一定のコンセプトに基づき景観に配慮された区画はどうだろうか。竹内（2009）は神戸市にある西神にニュータウンのコンセプト街区を調査した結果、路線価においても価格形成分析においても他の街区との間に価格の有意差はなかったと述べている。また新築では有意差が認められたメーカー住宅も有意差は認められなかった（表2）。一方で西神ニュータウンにある不動産業社への聞き取り調査の中で、「メーカー住宅の分譲地は景観にも配慮されているが、流通市場に出にくい傾向がある」「メーカー住宅は流通市場に出ると、比較的早く売買契約ができる」との証言を得ている。これは前述した新築住宅は住みきる方が合理的であることを示している。またメーカー住宅の優位性は価格に取引価格に反映されないが、取引コストの削減には寄与していると推察できる。

説明変数	非標準化係数	t 値	有意確率
定数	1292.3	2.57	0.012
敷地面積	3.8	2.25	0.027
建物面積	22.1	7.44	0
築年数	-48.1	-3.62	0
取引	-294	-2.5	0.014
テラスハウス	-824.6	-3.8	0

5. 大阪府の初期の分譲地における価格形成

1) 調査の目的

昭和 50 年代頃から盛んに開発された郊外の分譲地では、その購入者は既にリタイアする時期となっており、現在どう住み継ぐかが大きな課題となっている。住み継ぐためには、相続と売却、賃貸などの方法があるが、いずれにしてもその価値が正当に評価されることが必要である。特に開発時に人気の高かった分譲地は、およそ 30 年を経て、その現在価値が市場でどのように評価されているかを調査した。

本論では、それらの分譲団地を含めて関連する既存住宅市場についてレモンの原理が働かない状況があるかもしれないということも考慮して、住宅メーカーの価格への評価が有意かどうかにも着目する。

具体的には人気の高かった分譲地は、既存住宅市場でも価格的に有意かどうか。またメーカー住宅はその地域の市場にとって有意かどうかである。

2) 調査地区の特徴

調査地は以下の 4 地区で、いずれも大阪府北東部の衛星都市での分譲地である。まず調査当時の各地区の特徴を整理してお

表 2 コンセプトタウンの価格形成分析

非説明変数：価格（取引価格・売却価格、ダミー変数「取引の有＝1」で判別）
有意確率：5%
竹内（2009）より作成

く。

①茨木市 山手台

通称茨木サニータウン。1970年代から公団が開発。計画人口1万2000人、現在7000人。2400世帯。JR京都線茨木駅からバス30分の郊外にある。街内までバスが巡回している。戸建て、マンション、賃貸住宅ゾーンがある。高齢化率は22～27%。なだらかな高台。建築協定あり。

②高槻市 高見台

1985年大手住宅メーカーの開発した分譲地、現在人口680人。230世帯。JR京都線高槻駅よりバス15分。バス停からは距離がある。景観をコンセプトに売り出し、現在も景観がコントロールされている戸建てゾーン。高齢化率17%。分譲地は高台にあり入口に急な坂あり。建築協定あり。

③枚方市 山の上西町・北町

西町は京阪電鉄の開発した分譲地。北町は大手デベロッパーが開発。1970年に分譲。現在人口3400人。1590世帯。京阪本線枚方駅よりバス5分。坂道が多い。西町は大区画で高級住宅ゾーン。北町は比較的小区画ゾーン。高齢化率は西町29%、北町14%。坂のある高台の街。西町は建築協定あり。

④交野市 星田西

通称コモンシティ星田、公団と大手住宅メーカーが開発・分譲した。1990年に分譲開始。現在人口2600人、810世帯、JR学研都市線星田駅よりバス12分。バスの本数は少ない。計画的にデザインコントロールされて供給された戸建てゾーンである。なだらかな丘陵地。高齢化率15%。建築協定

あり。

3) 調査概要

①調査方法

大阪宅地建物取引協議会の協力を得て、各調査地における不動産業者⁶⁾をインタビューし、価格やその属性については近畿不動産流通機構のレイNZ⁷⁾を用いた。

②調査期間

2011年5月～7月

③調査項目

i) 価格に関する調査

i-1 被説明変数

- ・取引価格 ・売出価格
(両項目を区別するために説明変数に
売出価格=1のダミー変数を用いた)

i-2 説明変数

- ・敷地面積 ・前面道路幅
- ・隣接道路向き
- ・2台駐車スペースの有無
- ・建物の延床面積 ・新築・既存
- ・建物の築年数
- ・構造(木造・非木造)
- ・リフォームの有無
- ・最寄り駅からの時間・バス利用の有無
- ・用途地域
- ・大手住宅の建物
- ・調査該当地区であること

ii) 市場環境調査

不動産業者へのヒアリング

- ・調査地のある周辺地域の住宅市場概況
- ・調査地の売出物件の特徴

- ・ 売り出し理由
- ・ 売り主の特徴
- ・ 買主の特徴と購買理由
- ・ 調査地の物件のセールスポイント
- ・ 調査地購入の阻害要因
- ・ 既存住宅地の価値をアップする要因に関して
- ・ その他

③収集データ

茨木市：JR 茨木駅を起点とした商圈（駅北側）サンプル数 102（茨木サニータウン 7）。

高槻市：JR 高槻駅を起点として商圈（駅北側）サンプル数 317（高見台 17）。

枚方市：京阪枚方駅を起点とした商圈（駅東側）サンプル数 150（山の上地区 3）。

交野市：JR 東寝屋川・星田駅を起点として（駅東側）サンプル数 111（星田西 9）。

④調査地の住宅の概要

各調査地とその商圈の住宅の延床面積と価格を整理しておく（表 3）。

総額は建物価格と敷地価格の合計、坪単価も総額を敷地面積、建物の延床面積で除したものである。いずれも周辺の商圈よりも調査地の方が高い。

4) 分析結果

それぞれの調査地商圈の取引価格を被説明変数とし、立地条件や敷地条件、建物条件や調査地であること、大手メーカー住宅であることなどを説明変数として回帰分析を行った。その結果、各地区において以下のような結果を得た。本論ではその 2 つの視点で分析をしておく。

①茨木市 山手台（茨木サニータウン）

茨木駅を中心とした既存住宅流通市場では、茨木サニータウンは他の地区との価格差が有意でなく、特別な存在ではない。またメーカー住宅いえども、価格差は有意でなかった。

しかし、非木造であることは価格差につながっている。さらにリフォームすることで住宅の価格がアップする傾向を示している。（表 4）

②高槻市 高見台

JR 高槻駅を中心とした商圈では、高見台も他の地域との価格的な有意差はなかった。

また、メーカー住宅は有意ではなかった。しかし構造が非木造であることは価格差につながっている。リフォームも価格のアップに有意である。（表 5）

③枚方市 山の上西町・北町

山の上町は枚方市を代表する高級住宅地のイメージがあるが、サンプル数が少なかったため、この地区の価格的な有意差はなかった。

一方、枚方では既存住宅であってもメーカー住宅であることが価格的に有意であるという結果であった。また、構造が非木造でも有意であることを示している。（表 6）

④交野市 星田

星田の調査地は住宅メーカーの分譲地であり一定のコンセプトのもとに街並みも統一されている。この地区が周辺に比べてその価格差が有意であった。（表 7）

⑤分析結果のまとめ

既存住宅の価格に関して、敷地面積、建物面積（延床面積）、築年数、駅からの距離に関してはほぼ共通的に有意である。このことは過去の調査結果からも証明されており、不動産の査定もこの項目に大きく依存してきた。本論で特に注視してきた情報の非対称下における状態で活性化を示す項目で、メーカー住宅であることが有意であ

った地域は枚方市と交野市であった。交野市の星田西地区は住宅メーカーが開発した団地であり、メーカー住宅であることが有意であるとも言える。この地区は景観的にも統一されており、一定のコンセプトで開発されたまちへの評価ともとれる。メーカー住宅に関しては高槻、高槻、枚方の各不動産業者から概ね次のような証言を得ている。

地区	標本	標本数	平均価格 (万円)	平均敷地面積 (m^2)	平均延床面積 (m^2)	坪単価 (万円)	坪単価 (万円)	平均築年数
茨木	全数	102	2590	141	103	61	83	26
	山手台	7	2670	254	126	35	70	29
高槻	全数	317	2854	134	106	71	89	23
	高見台	17	3054	160	111	63	91	25
枚方	全数	150	2407	227	138	35	57	21
	山の上	3	5520	406	190	45	96	26
交野市	全数	111	2435	141	103	57	78	21
	星田西	9	2779	216	108	43	85	31

表3 調査地とその商圏の敷地面積と販売価格

レイズデータより筆者作成

	係数	標準化係数	値	有意確率
定数	1741.52		11.72	0.00
敷地面積	9.12	0.50	11.09	0.00
建物面積	10.92	0.31	7.59	0.00
駅からの総時間	-39.36	-0.16	-6.20	0.00
バス利用	-387.46	-0.16	-5.06	0.00
低層地域	158.53	0.07	2.09	0.04
南側道路	163.51	0.06	2.33	0.02
道路 5 m	244.76	0.10	3.92	0.00
非木造	173.23	0.05	1.73	0.08
2台駐車	230.73	0.07	2.75	0.01
築年数	-36.17	-0.41	-14.30	0.00
リフォーム	164.97	0.05	2.06	0.04

表5 高槻市高見台の価格形成分析結果

非説明変数 取引価格
有意水準 5%

	係数	標準化係数	値	有意確率
(定数)	1881.84		5.78	0.00
新築	573.08	0.24	2.04	0.04
敷地面積	8.41	0.45	6.67	0.00
バス利用	-515.68	-0.20	-3.21	0.00
駅からの総時間	-23.28	-0.29	-4.61	0.00
低層地域	891.53	0.36	4.95	0.00
非木造	-464.06	-0.12	-2.04	0.04
築年数	-24.05	-0.30	-2.74	0.01
リフォーム	689.09	0.12	2.31	0.02

表4 茨木サニータウンの価格形成分析結果

非説明変数 取引価格
有意水準 5%

	係数	標準化係数	値	有意確率
(定数)	1159.62		5.42	0.00
新築	419.95	0.12	2.60	0.01
敷地面積	8.66	0.64	11.83	0.00
建物面積	4.97	0.13	2.67	0.01
バス利用	-210.72	-0.08	-2.01	0.05
低層地域	410.52	0.12	3.11	0.00
道路南	-298.77	-0.09	-2.56	0.01
道路5m以上	388.27	0.15	4.28	0.00
非木造	315.35	0.07	2.06	0.04
築年	-38.09	-0.38	-8.47	0.00
大手メーカー	729.84	0.09	2.45	0.02

表6 枚方市山之上町の価格形成分析結果

非説明変数 取引価格
有意水準5%

	係数	標準化係数	t 値	有意確率
(定数)	1398.77		5.51	0.00
取引	-181.91	-0.09	-2.11	0.04
新築	323.17	0.14	2.08	0.04
敷地面積	7.85	0.79	14.96	0.00
建物面積	3.68	0.09	1.95	0.05
駅からの総時間	-15.46	-0.07	1.75	0.08
駐車2台以上	331.58	0.13	3.18	0.00
築年数	-46.75	-0.57	-7.16	0.00
調査地(分譲地)	386.64	0.10	2.15	0.03

表7 交野市星田町の価格形成分析結果

非説明変数 取引価格
有意水準5%

- ハウスメーカーの住宅は概ね価格が若干高くなる傾向がある。
- ハウスメーカーの分譲地は良好なので、その分高くなる傾向。
- ハウスメーカーの建物は信用される傾向がある。
- 古くても構造的には安心ということで顧客の評価が高い。
- 価格差がなくても、取引がスムーズであり、売買までの期間が短い。

不動産業者によるメーカー住宅の評価は概ね高く、地域によるがメーカーであることがシグナリング効果となって価格差を生み始めている。また、メーカー住宅であることが有意でなかった地域でも、非木造であることが価格に対して有意であることから、建物の価格設定に関して従来の築年数

だけに頼らない、購入者側の構造や性能に関する意識の高まりに呼応して変わりつつあると推察できる。

6. まとめと課題

人口減少問題や少子高齢化、さらには環境負荷などを考えると今後我が国の住宅市場はストック市場への速やかな転換は避けて通れない。良質な住宅や住環境を維持し、その価値を維持し、正當に評価されることが重要である。特に良質な住宅の問題に関して、阪神・淡路大震災以降に推進してきた住宅の耐震化について、これは最低限の住宅性能ではあるが、平成20年度で約79%の耐震化率⁸⁾となっており若干進展しているものの、まだ1000万戸を超える耐震性を有しない住宅が存在する。質の高い住

宅供給を目的として制定された「品確法」の「住宅性能表示制度」の実施率も当初予定の半分である19%⁹⁾にしかすぎない。この制度の進まない理由として供給者側の負担が大きいことや、まだ既存住宅市場において正当の評価をされていないことが挙げられている。既存住宅市場においては、情報の非対称性の問題は依然大きな課題である。

一方で2011年に調査した大阪近郊の初期分譲地の調査結果の中で示されたように、地域にもよるがメーカー住宅の発するシグナリングが既存住宅活性化の兆しとなる可能性を示している。リフォーム市場の中でマンションリフォームでは開発業者による大規模なリフォームが行われた場合、価格差が有意になっているという報告(原野2012)もあり、情報の非対称下ではシグナリングが既存市場を活性化させる役割は大きいと考える。またメーカー主導ではあるが、コンセプトタウンも価格を差異化する要因となる可能性を持っていると言える。さらにリフォームすることで住宅の現在価値をアップさせる意識も働き始めている。

また同調査の中で、住宅地の抱える問題はさらに顕著になってきている。特に住民の高齢化と住み継ぎである。住民のほとんどが1980年代に購入し、リタイア層が分譲地の中核をなしている。しかも駅から比較的距離があり、坂道が多い。初期の分譲地は敷地面積が広く、建築協定により文筆不可となっているため、結果として流通性を阻害している。また敷地面積が広いことが既存住宅としては取引総額が上がる要因ともなっている。街区には空家も出始めてお

り、住宅そのものはもちろんではあるが、街としての効用について今後議論すべき課題も多い。

【注釈】

1) 中古住宅。近年国土交通省や業界団体などがイメージアップを図るために言い換えをしている。本論もそれに従う。アメリカで一般的に使われている「Exciting House」に相当する。アメリカでは「Second House」「Used House」という言葉は用いない。

2) 1986年：総合経済対策、1987年：緊急経済対策、1993年：新総合経済対策、1994年：総合経済対策、1995年：緊急円高・経済対策など。

3) レモンの原理はアメリカの経済学者アカロフが1970年にアメリカの季刊経済学雑誌「クォーターリー・ジャーナル・オブ・エコノミクス」に発表し、中古車市場で購入した中古車は故障しやすいと言われる社会現象のメカニズムを分析した際に用いた概念。整備不良の中古車(レモン)は外見から品質を見分けにくいことから、売り手は商品の品質をしっていていても情報をオープンにしなければ、買い手は市場で中身を確かめられないという情報の非対称性が存在する為、情報の非対称性が市場の質の低下させる場合に喩えられる。

4) 積水ハウス、大和ハウス、旭化成ホームズ、積水化学工業、ナショナル住宅、ミサワホーム、三井ホーム、住友林業

5) 情報の非対称下において情報を保有している者が情報を有しない側に情報を開示するような行動をとること。例えば将来働こうとする人が、自分が高い生産性を発揮することを雇い主に理解させるために大学の卒業証明書を得ようとする事など。

6) 高槻：(株)フルハウス 2011年5月9日、茨木市：FFハウジング 2011年5月10日、枚方市・交野市：枚方宅建協会 2011年10月6日

- 7) 不動産物件情報交換のためのコンピュータ・ネットワーク・システム「レインズ・Real Estate Information Network System」宅地建物取引業法に基づき、国土交通大臣の指定を受けた「指定流通機構」である全国で4つの社団／財団法人によって運営されている。
- 8) 総務省「住宅・土地統計調査」より国土交通省推計
- 9) 国土交通省調べ

東京大学出版

山田裕之編(2002)『地域経済学入門』有斐閣コンパクト

米山秀隆(2006)『制定・住生活基本法』B&T ブックス、日刊工業新聞

【参考文献】

- 国土交通省住宅局住宅政策課(2012)『住宅経済データ集』住宅産業新聞社
- 佐々木宏夫(1991)『情報の経済学—不確実性塗布完全情報』日本評論社
- 竹内正人(2005)「中古住宅の価格形成分析とその考察」『大阪府立大学経済研究』第50巻、pp299-330
- 竹内正人(2007)「大阪府戸建注文住宅における価格形成に関する研究」『都市研究』第7号、pp-27-41
- 竹内正人(2009)「コンセプトタウンにおける既存住宅の価格形成分析とその考察」『都市研究』第9号、pp-17-26
- 戸谷英世(1995)『アメリカの家・日本の家』井上書院
- 原野啓(2012)「中古住宅市場における情報の非対称性がリフォーム住宅価格に及ぼす影響」『日本経済研究』No.66、pp51-71
- 塩崎賢明(2006)『住宅政策の再生』日本経済評論社
- 松本光平(2001)「中古住宅市場の活性化に向けて」『住宅』Vol.50 No.8 pp6-10
- 山崎古都子(2003)「日米比較からみた日本の中古戸建住宅需要特性、住宅管理を促進する社会システムの整備に関する研究(その1)」都市住宅学41号 2003春号、pp54-65
- 山崎古都子(2012)『脱・住宅短命社会』サンライズ出版
- 山崎福寿(1999)『土地と住宅市場の経済分析』