

失われる街 (Shrinking city*) と 生き残る街

日本大学スポーツ科学部教授・マサチューセッツ工科大学不動産研究センター研究員 清水 千弘

人口減少や産業構造の変化によって都市が縮退しているのは、日本の地方都市だけではありません。米国でトランプ政権の誕生を支えたのは、デトロイトなどの産業が衰退し、都市そのものが荒廃している地域からの票でした。人口の減少と高齢化の進展は、不動産市場にどのような影響をもたらすのでしょうか。または、そのような中でどのような街が生き残ることができるのでしょうか。まず、第一の問いから考えてみましょう。

住宅価格は2040年に1/2～1/3に暴落？

人口の減少が住宅市場に与える影響を最初に科学的に分析したのが、米国のブッシュ政権の経済顧問を務めたハーバード大学のグレゴリー・マンキュー教授でした。マンキュー教授は、年齢別に必要とされる住宅需要を計算し、その需要の低下によって米国の住宅価格が半分まで下落してしまうという予測を1980年代後半にしました。

日本においては、すでに人口減少が始まっており、そして、どの先進諸国が経験したこともない速度で高齢化が進んでいきます。筆者らの研究によれば、2015年を100とすれば、2040年には多くの地域で半分から三分の一程度まで住宅価格が暴落してしまうという結果が出されました。しかし、このような予測は、すべての街・家で暴落が起こるというものではありません。人口減少と高齢化が、日本全体の平均として価格を押し下げようように作用してしまうということを意味しているのです。

つまり、価格が変わらない街・家もあれば、価格がゼロになってしまう街・家があるということです。さらには、今までと同じように、私たちが地域や家と向き合っているということを前提としています。それでは、そのような住宅価格の暴落(アセット・メルトダウンと言われています)を起ささないためには、私たち不動産の専門家は何をすればいいのでしょうか。これが第二の問いに対する答えとなります。

たくさんの消費機会を創造する街づくり

荒廃が著しい街の多くは、産業に依存して成長してきました。自動車産業、鉄鋼業、繊維業、造船業など、そのような産業の集積と併せて成長し、働く場を求めてきた人々によって街

が栄えてきました。そのような街では、モノを生産することを優先し、そのような視点から街がつくられてきました。

しかし、シカゴ大学のテリー・クラーク教授を中心とする私たちの共同研究では、これからは魅力のあるモノや自然環境など、消費機会が多い地域ほど、人が集積し、持続的な成長をもたらすことがわかってきました。人々を魅了する優れた自然資源や歴史的な遺産が保全され、おしゃれなカフェ、気の利いたレストラン、その場でしか買うことができない名産などの消費機会をたくさん創造することを目標として地域づくりをしているところは、これから生き残っていくのではないかとということがわかってきました。

また、高齢化が進むということは、働きに行かないわけですから、地域または家にいる時間が長くなるということです。今まで寝るためにしか戻ってこなかった地域、家にいる時間が長くなるわけですから、時間もモノもサービスも消費をする機会が多くなることを意味しています。そうすると、地域や家をしっかりと守り、そこで消費機会を創出していくことが重要になってくるのです。

いよいよ地域に根差した中小不動産業者の出番がやってきたといっていいいでしょう。

今までの仕事の仕方
や目標を少しだけ変
えるだけで、生き残る
街、家をたくさん作り
上げていくことがで
きるのです。



用語解説ピックアップ

【 Shrinking city 】

シュリンキング・シティ。縮退都市、縮小都市と訳されることが多い。人口減少を経た都市のことで、主として人々が外部へ移住することによって起こる。空き家問題は、シュリンキング・シティの典型的な事象の一つと言える。