

高齢者市場の活性化に関する調査研究報告書

～シルバーマーケットにおける住宅産業の在り方～

(財)岐阜県産業経済振興センター

目 次

第1章	調査研究の概要	
1-1	調査研究の背景	1
1-2	調査研究の目的	1
1-3	調査研究の対象	2
第2章	「住宅産業」の少子高齢化への対応	
2-1	少子高齢化時代における住まいのビジョン	3
2-2	高齢者市場における「住宅産業」の動向	5
2-3	産直住宅業界の動向	8
2-4	先駆的対応事例	10
	事例：(有) ツキデ工務店	
	事例：(有) リハウジング名古屋	
	事例：(株) 連空間都市設計事務所	
	事例：(株) ベネッセケア	
	事例：ヒルズガーデンあずま((株) ミサワホーム茨城)	
第3章	高齢者市場における「住宅産業」への提言	
3-1	高齢者市場における「住宅産業」の現状認識	25
3-2	高齢者市場における「住宅産業」への期待	30
3-3	高齢者市場における「住宅産業」の課題	34
3-4	高齢者市場における「産直住宅」の展望	39
第4章	資料編	
	参考資料1 アンケート調査結果概要書	42
	参考資料2 アンケート調査結果自由回答	65

研究会の構成員名簿

<座長>

道家 駿太郎 (岐阜女子大学 家政学部 住居学科 教授)

<委員>

池畑 彰 (池畑幸夢店(株) 代表取締役)

尾関 利勝 ((株)地域計画建築研究所 取締役副社長)

落合 明美 ((財)高齢者住宅財団 開発調査部 開発情報課 課長代理)

<事務局>

白坂 真哉 ((財)岐阜県産業経済振興センター 企画研究部 主任研究員)

(50音順 敬称略)

研究会開催経緯

- ・第1回研究会 平成14年8月29日(木) 県民ふれあい会館 408会議室
シルバーマーケットにおける「住宅産業」の動向について
「産直住宅」業界の動向について
研究会のスケジュールについて
- ・第2回研究会 平成14年10月3日(木) 県民ふれあい会館 408会議室
ヒアリング調査について
アンケート調査について
- ・第3回研究会 平成14年12月12日(木) 県民ふれあい会館 408会議室
ヒアリング調査速報について
アンケート調査速報について
報告書骨子について

第1章 調査研究の概要

1-1 調査研究の背景

厚生労働省の国立社会保障人口問題研究所が、2002（平成14）年1月に公表した「日本の将来人口推計・平成14年1月」によると、我が国の65才以上の人口は2,200万人を突破し（対総人口比20%弱）、2025（平成37）年には約3,400万人（対総人口比29%弱）に達すると予想されている。しかし、同年9月に総務省が発表した統計調査結果では、同人口はすでに2,362万人に達している事が明らかになり、さらに同年10月に、日本大学人口研究所が発表した人口推計では、我が国の高齢化は予想以上に進んでいる事が指摘されている。そのスピードは、国立社会保障人口問題研究所が公表した人口推計をさらに上回っており、同推計によれば、我が国の65才以上の人口は、2025（平成37）年に約3,700万人（対総人口比31%強）を突破すると予想されている。また、女性1人当たりの出生人数は年々減少する傾向にあり、同推計では2000（平成12）年に1.36人まで落ち込んだ出生人数が、さらに2017（平成29）年には1.24人まで低下を続けた後、同じ水準を続けると予想している。しかも、世界保健機関（WHO）の2002年版年次報告によれば、2001（平成13）年度の日本の「平均寿命」は81.4才と世界一の長寿国であるばかりか、障害や寝たきりの期間を差し引いた「健康寿命」でも73.6才でトップとなっている。このように、我が国の人口構造は急速に“少子高齢化”への道を辿っており、今後、社会構造そのものが、大きく変化することが予想されている。

一方、岐阜県の年齢別人口（平成14年10月1日現在）を見ると、総人口は211万3,611人のうち、年齢3区分別人口における65才以上の人口は40万8,168人（対総人口比19.3%）と、前年と比較しても0.6ポイント上昇しており、同時期の全国平均（18.5%）と比較しても高齢人口の割合が高い。また、平成13年度の県内人口動態調査結果では、女性1人当たりの出生人数は1.37人と、過去最低を記録しているなど、本県においても出生率の低下及び若年層の転出超過等の影響によって少子高齢化が加速していると言える。

1-2 調査研究の目的

こうした中、21世紀の高齢者市場においては、豊かで快適な社会に育ち、消費生活の楽しみ方を心得た高齢者層（いわゆる団塊の世代）が増加し、これまでに無い新たな消費ニーズを生みだすことが予測されている。

一般に、高齢者人口の8割から9割は「元気で健康な高齢者」と言われているが、日本大学人口研究所の高齢化予測の中でも、「寝たきりの高齢者」は約125万人、「痴呆性高齢者」は約137万人であるのに対し、「労働ができる元気な高齢者」は約1,170万人にも上ると指摘されており、従来の「高齢者＝要介護」というイメージは時代遅れであり、「高齢者＝アクティブシニア」として捉える必要がある事を裏付けている。

そのため、既に医療・介護・食品・住宅・旅行等あらゆる分野において「シルバーマーケット＝成長市場」として注目を浴びており、企業においては、これからの事業展開を検討する上で、いわゆる「シルバーマーケット」の拡大・変化に対応した経営戦略を検討する事が、重要な課題の一つとなっている。

そこで本調査研究では、極めて幅広く多岐にわたる「シルバーマーケット」を4つの分野「衣・食・住・余暇」に分類した上で、本年度については、昨年度テーマの「食品産業」に続き、岐阜県の主要産業の一つでもある「住宅産業」の分野に焦点をあて、調査研究をすることとした。

1-3 調査研究の対象

平成 13 年岐阜県統計書によると、岐阜県内の総住宅数は、74 万 1,100 戸であり、5 年前に比べ 6 万 9,200 戸増加している。また、居住世帯における持ち家率は 73.5% (全国 8 位) と、全国平均 (60.3%) を上回る高い数値を示している。さらに、岐阜県内の住宅産業は、産直住宅だけでも年間 660 億円の売上高を計上する重要な産業の一つとなっている。

しかしながら、少子高齢化に伴い、我が国の住宅着工件数は、1996 (平成 8) 年の 164 万戸をピークに、それ以降は下降を続け、2001 (平成 13) 年には 117 万戸にまで落ち込んでいる。この傾向は、岐阜県内においても同様で、県内の新設住宅着工戸数は、1996 (平成 8) 年の 2 万 3,551 戸をピークに、ここ数年減少傾向にある。県基盤整備部建築指導課のまとめによれば、2002 (平成 14) 年度の岐阜県内の新設住宅着工戸数は、1 万 5,434 戸となり、前年に比べて 7.1% の大幅減となっている。このように、「住宅産業」を取り巻く環境は、依然として厳しい状況が続いており、住宅リフォーム市場への参入や高品質分野の開拓等の対応が急がれている。

そこで本調査研究では、県内外の「住宅産業」における高齢者をターゲットにした先進事例分析を行い、さらに岐阜市だけではなく、社会的文化的にも本県に強い影響があるとされる名古屋市在住の高齢者層に対して、住宅に関する意識調査を行うことで、その消費性向を明らかにしたい。

特に、今後の健康で自立した高齢者の増加を踏まえ、従来シルバービジネスの中核とされていた「在宅介護・寝たきり老人サービス」といった要介護高齢者を対象としたものではなく、あくまでも高齢者全体の約 8 割を占めるといわれる「健常高齢者」を対象とするシルバービジネスの動向に着目する事で、現在あるいは近い将来、県内において「シルバーマーケット」への参入を検討している企業に対して、「住宅産業」の今後の展望と対応・方策について具体的な提言を行いたい。

第2章 「住宅産業」の少子高齢化への対応

2-1 少子高齢化時代における住まいのビジョン

(1) 高齢世代の住まいのイメージ

急速な高齢化の進展により、年金・医療などの社会保障やバリアフリーを主軸としたインフラ整備及び雇用創出など、様々な面での変革が求められている。こうした中、政府の経済審議会（現経済財政諮問会議）の「豊かで安心できる暮らし部会」では、今後の経済社会の動向を踏まえながら、「豊かで安心できる暮らし」を実現するための施策の方向性が検討されており、この中では、21世紀に実現しようとする望ましい暮らしについて、各世代ごとの暮らしぶりのイメージが、分かりやすく提示されている。当然、このビジョンを実現するには、行政だけでなく一般の国民・企業が、それぞれの立場で最大限の努力と貢献をすることが必要であり、そのための様々な規制緩和や構造改革といった施策の遂行が期待されている。

この中では、「高齢世代（60歳代以上）のくらしのビジョン」における「21世紀の住まいのビジョン」が、以下の通りに提示されており、進展する少子高齢化時代における、在るべき高齢者層の住まいのイメージとして、ひとつの方向性を示しているとも言えよう。

- ・リフォーム市場が整備され、住み慣れた住宅においても生涯を送れるよう、住宅内部のバリアフリー化が進められる。また、短時間でアクセスできる圏内（徒歩圏内等）に介護サービスなど、在宅生活サービス支援を受けることのできる、公的又は民間の保健福祉関連施設が整備される。
- ・中古住宅の流通市場が整備され、高齢者向けの住宅への円滑な住み替えが可能になる。また、公共賃貸住宅においてもケア付き住宅等の整備が進められることにより、高齢者が適正な負担で安定的に賃貸居住を行うことができる。
- ・バリアフリー - のまちづくりの進展等により、高齢者も安全かつ円滑に日常生活を送ることができるようになる。

【高齢世代の住まいの具体的なイメージ】

- ・子どもが独立してから移り住んだ、今の住まいの環境が気に入っているのも、今後も住み続けられるようにバリアフリー化してある。身体に不自由のない今でも、出入口のスロープ、段差のない室内、風呂場やお手洗いの手すり等には重宝しており、家庭内での事故防止にもなっている

(2) 高齢者の住まいに対する意識調査

21世紀の高齢者市場では、健康的で経済的にも恵まれ、エネルギーで若さを失わない生活スタイルを満喫する「団塊世代」の増加で、かつてない新たな消費ニーズが生まれつつある。そのため、高齢者市場の最新動向を探るための様々な機関による調査が行われている。

その中でも、東京都社会福祉局が、今後の高齢者の福祉施策推進のための基礎資料を得ることを目的として、平成12年12月1日～28日の期間に、65歳以上の在宅高齢者6,000人を対象に実施した「高齢者の生活実態調査」は、在宅高齢者の最新の生活実態を明らかにしたものであり興味深い。これによると、高齢者全体の住居の状況は、「持家」76.9%、「借家・賃貸住宅等」21.2%と、「持家」の割合が高く、「高齢者向け住宅」

は、わずか0.4%となっている。また「ひとり暮らし高齢者」では、「持家」53.6%、「借家・賃貸住宅等」42.2%となっている。また、高齢者全体の12.5%が、現在住んでいる住宅からの住み替えを希望しており、特に一人暮らしの高齢者においては約20%が、さらに借家（一戸建て）や民間アパートに居住している高齢者では、50%近い高齢者が住み替えを考えている。これを年齢階層別にみると、75歳以上の後期高齢者は、「現在の住宅にそのまま住み続けたい」とする割合が高く、逆に年齢が低くなるほど「現在の住宅を改造し住みやすくする」の割合が高いという結果が出ている。

一方、希望する住み替え先としては、「高齢者向け住宅（いわゆる軽費老人ホーム・痴呆性高齢者グループホーム・有料老人ホーム・高齢者生活福祉センター・シルバーピア・シルバーハウジング・高齢者向け優良賃貸住宅等の事）」が27.1%、「公営住宅」20.9%、「1戸建ての購入や新築」16.5%となっている。住み替えの理由としては、「構造等が高齢者向きではない」が30%を超えており、特に寝たきり高齢者、寝たきりに近い高齢者においては50%を超えている。対象となる具体的な構造では、「段差がある」「車いすが使えない」「階段が急である」「てすりが無い」で30%を超える内容となっている。

急速に進展する少子高齢化社会の中で、社会と産業構造は大きく変化しつつある。その中で、高齢者が現在の住まいに対して、様々な不満や不安を抱えていることがこの調査で明らかになっている。さらに、すでに絶対量で不足していると言われる高齢者向け住宅の供給に、どう対応していくかという問題も発生している。よって、高齢者向け住宅の分野でも、多様化する高齢者の住宅ニーズに対応できる商品開発を進めるなど、行政・民間を問わず、より一層きめ細かい対応が求められているのである。

2-2 高齢者市場における「住宅産業」の動向

(1) 少子高齢化と高齢者向け住宅

21世紀の本格的な少子高齢化社会の到来を迎え、高齢者が出来る限り、住み慣れた地域社会で安心して生活できるような環境の整備が求められている。そのためには、生活の基盤となる住宅が、身体的に健常な高齢者にとって住みやすいだけでなく、加齢等による一定の身体機能の低下や障害が生じた場合においても、基本的にそのまま住み続けることが可能であり、出来る限り自立した日常生活を送れるように建築当初から配慮することが必要である。一方、社会福祉施策面においても在宅介護の充実が重要な課題となっており、その円滑な推進を図るためには、住宅の設計に当たり、介助のしやすさに配慮する必要がある。

このため、旧建設省によって、今後建設される高齢者向け住宅の指針として、「長寿社会対応住宅設計指針」が策定され、平成7年6月23日付けで都道府県等に通知されている。

また、平成12年4月の介護保険制度の施行によって、従来、公的セクターや非営利法人の独占状態だった高齢者市場が、民間企業やNPOにも広く開放されるようになり、福祉系の居宅サービス分野及び施設の枠外にある高齢者住宅分野については、民間企業やNPOの注目を浴びている。

しかし、時代や社会構造の変化とともに、高齢者と言われる人たちの生活状況や価値観は、従来とは大きく変化しており、そうした変化を理解しないまま、過去の高齢者に対するイメージに引きずられて、高齢者像を画一的に捉えてしまうのは極めて危険であり、多様な事業創出の機会を逃すことにもなりかねない。よって、高齢者向け住宅市場への参入については、まず現在の高齢者の身体状況、経済状況、世帯構造などの実態を正確に把握することが先決で、その上で、対象となる高齢者像そのものを、あらためて見直すことが必要である。

(2) 高齢者向け住宅へのニーズ

一般的に、高齢者向け住宅とは、軽費老人ホーム・痴呆性高齢者グループホーム・有料老人ホーム・高齢者生活福祉センター・シルバーピア・シルバーハウジング・高齢者向け優良賃貸住宅などの事を指しているが、少子高齢化の進展によって、高齢者が自立した日常生活をおくることのできる、あるいは介護を受けながら住み続けることのできる高齢者向け住宅の必要性が、ますます高まっている。

平成10年には、旧建設省が「高齢者向け優良賃貸住宅」制度が創設されており、さらに平成13年8月からは、同年4月に公布された「高齢者の居住の安定確保に関する法律」（高齢者居住法）によって、高齢者向け住宅事業が法定事業として位置付けられている。

この制度の目的は、高齢者向けに優良な賃貸住宅を建設する、民間の土地所有者の方々に対して、国・地方自治体が、建設に要する費用の補助、家賃の減額に要する費用の補助等を行い、高齢者の安全で安定した住宅を確保しようとするものである。このため、高齢者向けの賃貸住宅の建設及び管理をする事業者は、知事による供給計画の認定が必要であり、詳細な認定基準が設けられている。

また、平成12年4月の介護保険の施行により、特別養護老人ホーム等の「自立」「要支援」高齢者が、逆に退所を求められる事態が予想されている。この事は、介護保険制度によって「施設ではない高齢者住宅」の必要性が導き出される事を意味しており、こういった施設退所者の受け皿となる高齢者住宅の整備も課題となると思われる。

一方、高齢者全体の住居状況の分析からは、持家率が高く、基本的にはそのまま現在の住宅に住み続ける希望の高い傾向があると指摘されている。このため、現在の単身世

帯や夫婦のみの高齢者世帯の急増という世帯構造全体が変化する流れの中で、今後は、既存の住宅を自立あるいは生活支援の場としての高齢者向け住宅へリフォームするというニーズの高まることが、予想されている。このように、高齢者向け住宅は様々な方面・分野で注目を浴びつつあると言えよう。

(3) リフォーム市場におけるバリアフリー

住宅業界では、進展する少子高齢化によって、先細り予測が強くなった新築分譲分野からリフォーム分野への重点の移行が始まっており、住宅リフォーム市場規模は 2000（平成 12）年の 6 兆 7 千億円から 2015（平成 27）年には 10 兆 6 千億円と、約 6 割も増加すると言われている。このリフォームサービスの利用者を年代別に見ると、築 20 年前後の家に住んでいる 40～50 代が圧倒的に多い。このため、これらの中高齢者層をいち早く取り込んでいく事が、今後の重要な企業戦略の鍵となる。

また最近では、築 20～30 年経った一戸建てを、建築家と組んで、施主の暮らし方にふさわしく、新築同様に大規模な再生を行う「超リフォーム」を行う人も増えている。これは新築に比べて安く、環境に優しい理想の空間が手に入るという点が理由となっているが、同じ様に、既存住宅の高齢者向け住宅へのリフォームについても、「高齢者に対する良質な居住環境の提供」という観点から、住宅業界では関心度の高い分野である。

ただし、高齢者向け住宅へのリフォームについては、手すりの設置や床段差解消などの基本的なバリアフリー化は、今や当たり前となっており、今後は、リフォームに当たり、さらに何を付加して提案していけるのが課題である。一方、医療や介護に関する専門知識を持っている人材は、大手ハウスメーカーにも少なく、一般的なバリアフリー住宅へのリフォーム対応のケースでは問題ないものの、特殊な医療や介護といった専門的な知識を必要とするケースになると、通常の営業・設計スタッフでは対応が難しく、その点では高齢者向け住宅に対するノウハウは、まだ充分とは言えない。よって、ますます需要が進むと予想される高齢者向け住宅へのリフォーム事業の展開については、介護福祉士やケアマネージャーの有資格者、さらに必要な場合には、かかりつけの医師などと提携する事を検討する必要もあろう。

(4) 岐阜県内の高齢者向け住宅を巡る動き

岐阜市内では、2002（平成 14）年に市街地型としては県内初の生活支援ハウス（自立した生活はできるものの、自分の身に何かあると心配な、独り暮らしや高齢者夫婦に「安心の住まい」を提供するもの）や、市内初のグループケアユニット型特養ホームが開設したのを始めとして、様々なケアハウスが相次いで開設されている。

また、県産材を積極的に使った産直住宅業界においても、「飛騨小坂匠の家協会」が、高齢者が老後も自立・安心して生活をするための「安心ハウス」を提案し、家作りのサポート体制に力を入れるなど、少子高齢化時代における高齢者向け住宅に対しての取り組みが活発化している。

さらに、岐阜県では平成 10 年 4 月施行の岐阜県福祉のまちづくり条例において、高齢者、障害者等を含むすべての県民が、自らの意思で自由に行動し、安全かつ快適に生活できる福祉のまちづくりを推進するため、県、事業者及び県民の責務を明確にし、建築物などのバリアフリー化について整備基準を設けた他、やさしい心と思いやりの気持ちをはぐむ様々なソフト施策を規定している。

中でも、「森の中の駅」岐阜ステーションヴィレッジ構想においては、公園高層マンション下層階にデイケアセンター等を備えるなど、高齢者世帯の安心生活の確保とバリアフリーが重要なポイントの一つとして打ち出されており、都市の再開発を兼ねたケア付き共同住宅の提供といったプロジェクトに対しては、前向きに取り組む姿勢を示している。尚、岐阜県の高齢者向け住宅に係る具体的な支援措置及び活動は、以下の通り

である。

岐阜県住宅建設等資金利子補給制度

高齢者、障害者等に配慮した住宅を新築、購入あるいはリフォームされる方が、金融機関の住宅ローンや住宅金融公庫の割増融資等を利用される場合に、融資返済残額について、当初5年間に渡り一定の限度を設けて利子補給を行っている。

加齢対応型住宅リフォームローン利子補給事業

在宅介護が容易にできるための住宅設備の改造リフォームローンに対して利子補給を行う。

健康福祉支援資金

高齢者や障害者等に配慮した施設整備を講じようとする中小企業者に事業資金を融資する。

高齢者・障害者住宅整備資金貸付事業

高齢者、身体障害者の住環境を改善するため、専用居室等を新築・増改築、又は改造する場合に、その資金を貸付ける。

高齢者・障害者いきいき住宅改善助成事業

在宅の高齢者及び重度身体障害者、またはその同居する世帯が行う住宅の改善に対して、その経費の一部を助成する。

個人住宅建築資金助成事業

高齢者や障害者に配慮した住宅建設資金に対して利子補給を行う。

人と自然にやさしい住まいづくり相談所を常設

加齢等による身体機能の低下に対応できる住まいづくりや障害が生じた場合の適切な住宅改造工事等についてご相談に応じる。

福祉住宅技術者講習会の開催

建築設計事務所や工務店の技術者を対象に、住宅リフォームにおけるバリアフリー化工事の留意事項等についての講習会を開催している。

GIFUバリアフリー賞の表彰

段差解消（スロープ）、障害者用トイレ、障害者用エレベーターの設置など高齢者や障害者などハンディのある方々の利用に配慮した建築物等の設置者及び、福祉のまちづくりに貢献する活動をしている個人・団体等を表彰している。

2-3 産直住宅業界の動向

(1) 産直住宅業界の現況

産直住宅とは、通常、国内の木材産地で加工された製材等の建築資材を、消費地である都市部へ直接供給し、木材生産地の大工等によって建設される住宅の事を指している。その住宅供給の方式は、産地が主導となるもの、あるいは消費地が主導となるケースなど様々であるが、基本的には事業主体が材料を供給するだけでなく、施工も同時に行うケースがほとんどで、資材の大部分は、地場産材を利用している。また、一事業主体当たりの年間供給戸数は少なく、一般に高級指向の住宅建設も多い傾向が見られる。この産直住宅の事業主体は、昭和 60 年頃から増加し、現在は全国で 100 近くに達していると言われる。

岐阜県では、産直住宅を「木質部分のうち県産材を 60%以上使用し建設した住宅で、産直住宅建設団体または、その構成員が直接建設したもの」と定義している。その中心となる県産直住宅協会は、現在 28 団体で構成されており、飛騨の檜や杉などの素材と飛騨の匠をセットとして、岐阜や名古屋は言うに及ばず、大阪・東京などの遠隔地にまで営業を広げ、設立以来 22 都道府県に 3 万戸近い建築実績と約 660 億円の売上を誇り、2006（平成 18）年には、年間建築戸数 3,500 戸、売上高 1,050 億円を達成しようと各種重点施策目標を策定し、都市部や県外に向けて積極的な活動を展開している。岐阜県においても、県産材をふんだんに使い、「飛騨の匠」に象徴される、優れた技術と真心をもった大工が、直接県内外の現場に出向き建築する産直住宅の建設は、木材産業はもとより電気工事・水道工事など多くの業種が関わる総合産業であると位置付けており、「産直住宅日本一推進事業の実施」をスローガンに、産直住宅建設団体と関係市町村が連携して実施する PR イベントや住宅相談会等への支援を行っている。

(2) 産直住宅業界の動向

我が国の住宅着工件数は、消費税率アップによる直前の駆け込み需要があった 1996（平成 8）年には 164 万戸を記録したものの、それ以降は住宅ストックが充足したことに不景気が重なって、120 万戸前後で推移し、2001（平成 13）年には約 117 万戸にまで落ち込んでいる。このように、住宅市場そのものが縮小傾向にある中、大手ハウスメーカーは、そのシェアを着実に拡大しつつある一方、中小・零細工務店等の在来工法住宅業者を中心とする産直住宅業者による住宅供給は、低価格の外材の大量輸入による国産材の価格・需要の低下の影響を受け、苦戦を強いられている。

一般に、大手ハウスメーカーが供給している住宅の多くは、いわゆる工業化住宅と呼ばれるもので、鉄骨やパネルなどが多用され、木材そのものの使用量は少ない。逆に、2×4（ツバイフォー）や木造在来軸組工法の住宅で木材が使用されるケースでは、必要とされる木材使用量は莫大なものとなり、かつ常時安定的な供給と高い均質性を求められる。しかし、国産材を供給している事業者の多くは中小・零細事業者であるため、安定かつ均質な質・量の木材供給が困難であり、そのため大手ハウスメーカーは、独自の流通経路を確保し、海外から住宅部材を直接輸入する方法を取らざるを得ない。つまり、国産材供給業者が大手ハウスメーカーのニーズに対応できず、その結果、大手ハウスメーカーへの木材供給は輸入材の独壇場となり、ますます国産材の木材流通経路への参入を困難にさせるという悪循環に陥っているのである。

しかし、国産材の利用という面から見ると、国内で使用される木材需要全体の中で、住宅に使用される製材用材の需要は約 4 割を占め、しかも国産材の木材需要全体の約 7 割は住宅用材であるなど、依然、住宅市場が重要な位置を占めている事には間違いがない。よって、産直住宅による国産材の利用の推進を図る事は、国産材の需要拡大にとって極めて効果的であると同時に、ユーザーと住宅供給業者との距離を縮め、引いては森林・

林業に対する意識を向上させる効果があるとして期待されている。このため、国産材の需要拡大を図るために、地元国産材を活用した産直住宅供給の取り組みを、積極的に消費者へアピールする動きが、各自治体を中心として活発化している。

一方、近年の住宅着工件数の減少に伴い、住宅市場は量から質が重視される時代となっており、住宅供給の目標も、従来の居住空間を確保するというものから、多種多様なコンセプトを盛り込んだ、多機能性を重視するというものに変化している。

この点、大手ハウスメーカーは住宅の多機能性について、テレビや新聞・雑誌への広告やCM、あるいは住宅展示場を利用した積極な展開を行っており、例えば「人と環境に優しい住宅」「自然の恵み溢れる天然素材の住宅」「高齢者も安心して生活できるバリアフリー住宅」「高気密・高断熱・高耐久な住宅」など、様々なコンセプトを提案している。しかし、大手ハウスメーカーの住宅は、住宅設計における本来の主役であるユーザーが、そのコンセプトや情報に対して、どちらかと言うと受け身になりがちであり、ユーザーの様々な要望が取り入れられにくいという面がある事は否定できない。さらに、大手ハウスメーカーの規格住宅や分譲住宅においては、住宅価格における販売促進等の間接経費の割合が、一般的に1.5～4割を占めているとされ、住宅の本来の部分に充てる部分が少ないとも言われている。また、どうしても効率的かつ生産性を重視しているため、この点でも、個々のユーザーのライフスタイルに合った、個性的な住まい作りへの対応は難しいと言われている。

また、我が国の近代化の流れは、社会生活全体を通して、いわゆる「洋風」志向にあり、これまでは住宅においても「洋風」が住まいの主要部を装う傾向が強かった。しかし近年になって、日本人の生活感覚の中には、依然として「和風」への根強いこだわりがあるという事が指摘されており、「和風」と「洋風」を折衷した、あるいは「和風」をベースにした「洋風」的空間づくりが一種のトレンドになっている。特に、近年の循環型社会構築の流れと国際的な環境問題への高まりの中で、木材の良さが見直されつつあり、全国各地で地元の木材を活用した産直住宅を建築する動きが活発化しており、岐阜県近辺においても、日本三大美林の一つと言われる「木曽檜」や「東濃檜」・「長良杉」を利用した木材産業が活性化しつつある。しかも、産直住宅による住宅建築は、地元国産材を利用して構造材・造作材・特殊寸法材等の生産加工を行う家づくりである事はもちろん、日本が産んだ伝統職人の技の継承に繋がるという点でも注目を浴びている。

このように、産直住宅は、国産材の需要拡大効果や住宅設計におけるトレンドとの共通点、そして環境問題や伝統技術の継承など、多方面に亘って注目を浴びており、今後さらにその活動が活発化していく事が期待されている。

2-4 先駆的対応事例

(1)事例 : 株式会社 ツキデ工務店

企業概要

本 社 京都府宇治市神明宮東 59-3
代表者 代表取締役 築出 恭伸
設 立 1977 (平成 52) 年 4 月 (法人化 1989 (平成元) 年 10 月)
資本金 1,000 万円
従業員 21 名
事業内容 住宅建築の設計・施工、リフォーム工事 (年間完工棟数約 20 棟)

沿革

1977 (昭和 52) 年に現社長が工務店を設立し、主に地域周辺の住宅を中心に、地域に根ざした建築造りを行ってきた。その後、1990 (平成 2) 年頃より、屋根を集熱板とする太陽熱利用の O M ソーラーハウスの導入により、自然素材の活用やエネルギー消費の少ない環境重視型住宅建設に力を入れ、受注を大きく伸ばすと共に、安定した受注体制を築いている。

さらに 1995 (平成 7) 年に O M ソーラー協会の会員で、気の合う仲間 4 社と共に企業組合「木陽倶楽部」を設立し、吉野の山の林業家と手を組んで産直方式の木の家造りネットワークに取り組んでいる。

事業概要 (事業展開のポイント)

1) O M ソーラーの家を吉野杉でつくる

設計事務所経由の住宅・建築と、設計施工が中心。主な仕様・特徴は以下の通りである。

- ・ O M ソーラを導入する。(屋根を太陽熱の集熱板とし、温風をダクトで床下に導入する暖房方式)
- ・ 吉野杉を中心に用い、工事費 60 万円 / 坪程度に抑える。
- ・ 構造材として吉野杉・檜などで、4 寸角柱を使用する。
- ・ 仕上げ材は、吉野杉板材、珪藻土、和紙など自然素材を用いる。
- ・ ペアガラスや木製建具を用いた高断熱の開口部、一部に特注家具を設置。
- ・ 年間 20 棟程度の建設。工期は 6 ヶ月程度で大工の回転は年間 2? 3 回転程度。

産直住宅の母体とするために設立した企業組合「木陽倶楽部」の趣旨には、「木陽倶楽部は、古来からの良材、奈良吉野杉を中心に、原木から製材、暮らし方までをトータルに考える、木の家づくりネットワークです。森を知り、木材生産のシステムに参加することで、独自の安定供給、安定価格の道確立するとともに、高品質の追求を目的にしています。また、住まう人の健康や自然環境との共生をはかるために、建物の構造や意匠、自然素材の利用に関する共同研究や開発も行っています。」と述べられている。

このように、同社は、建物を建設するだけでなく、暮らしのあり方についても含めたトータルな木の家造りを、顧客 (消費者) と木材生産者をネットワーク化しながら進めている。

2) 産直の取組「町から山へのアプローチ」

産直の方式については、林業家や山林に近い場所で活動している大工・工務店が都市の顧客に材工一式を提供する、どちらかと言えば供給側からの方式と、都市の

工務店などが、林業家や山の製材所から直接素材を導入する、消費者側の要求に基づく方式があり、同社は後者の方式により、取り組んでいる。

ツキデ工務店が産直に取り組始めた動機は、OM協会に加盟し環境問題や自然素材の活用、木に対する学習を通じ、山林やムクの木材利用に関心を持ったことである。日本の山林が豊富な資源を持っているにも係わらず、流通の問題や因習にとらわれ、消費者にうまく届いていないことに対する問題意識や、当社自身の活動エリアが宇治市という京都と奈良の中間に位置し、古くからの木造建築文化の圏域にあり、建築家などの人脈を通じ林業経営者とも知己を得たことなどを契機としている。具体的取組状況は以下の通りである。

- ・吉野の林業家、製材所と提携し、約1年前から必要な材料の発注をし、乾燥を依頼する。吉野杉の木の家とOMソーラの魅力で、ほぼ年間20棟ほどの受注が安定している事や、4社の企業協同組合により発注量がまとまるため、製材所も安定供給が可能となっている。直接オーダーするため中間経路が短縮され、コストダウンが図れている。
- ・直接、林業家や製材所と取引するため、原木段階から木を確かめて買う事が出来る。また製材の仕方、乾燥の指示なども細かく出来、製材所も新しいニーズの把握が出来るなど、生産者と消費者のネットワークが作られている。
- ・古来から伝わる山の木材育成のシステムへの驚きや共感から、単に素材として安く利用するといった観点よりも、吉野杉や木を使い尽くすといった視点で、顧客に対する啓蒙活動をしたり、節が多く通常は吉野杉ブランドの商品として流通しない部分までも活用するなど、様々な工夫をしている。
- ・社長自身の吉野杉や木造文化に対する思いを消費者に直接伝えるため、また消費者と山との交流のために、年1回バスを仕立て吉野の山見学ツアーを行っている。林業家による木育ての解説や、木の活用の体験、古い醤油屋さんの見学など山村生活に触れることなど、消費者が直接山や木を知る機会を設け、山と町の情報交流を行っている。この交流会も、すでに5回を数え、それが確実に受注に結びついているため、営業活動の一つにもなっている。
- ・建物見学会を営業の中心に置き、完成した住宅の見学会を通じ、直接木の素材感や自然素材の良さを体験してもらっている。子供から高齢者まで幅広く見学に来訪し、一回の見学会で60~100組ほどの見学者がある。主として新聞の折り込みを利用しているが、環境問題や自然素材に対する意識の高い人が多く、受注につながるケースが多い。
- ・インターネットの活用を重要視しており、最近ではホームページに数多くの反応がある。但し、質の高いものを造らないと逆効果になるため、ホームページの作成はプロに任せている。

3)成功するためのポイント

現在の所、町側からのアプローチは成功している。しかし、様々な方法を試みた試行錯誤の経験で得た、成功するためのポイントは以下の通りである。

- ・徳島の林業家及び棟梁と組んで、山側で刻みと上棟まで行い、その後当社で仕上げる2段階方式なども行ったが、責任範囲や調整などうまくいかない面もあり、山側、町側の相互交流や共通理解など情報のやりとりが重要である。
- ・小さい単位で取り組むことが必要である。山の企業（製材所等）が小さいので、年間20棟程度に対応する企業と多く組む必要がある。
- ・活動好きのメンバーと組む。林業家など供給側に既成概念の強い人がいると事業は難しい。しかし実績が出来ると人は変わるものである。
- ・見学会やインターネットの活用など、体験型や意識の高い人を相手にする宣伝媒体の工夫が必要である。特にこれからはインターネットが重要視される。

高齢者対応の事例

当社は、高齢者だけにターゲットを絞った営業や建築活動を行っている訳ではない。しかし対象となる顧客の幅が広い為、いわゆるバリアフリーの概念は十分意識しながら、設計・建設を行なっている。加えて高齢者にとっては、自然素材やムクの木自体が魅力的なのである。また近年では、健康で自立した高齢者が多く、様々な個性的な暮らし方が求められており、事実、高齢者層からの住宅に対する新しい需要も少なくない。具体的な、高齢者からの住宅に対する需要事例をまとめると、次のようになる。

- 1) 高齢者は自然素材に対する愛着が強い。自然素材を通じて感性に訴えられ、木に対する感受性が高いようである。住宅見学会などでも高齢者と共に来訪する場合、高齢者の多くは戦前育ちで民家を知り尽くしており、自然素材を懐かしがって、即決で決まる場合がある。
- 2) 多様な住宅の要求がある。典型的なものは一つの敷地内に2世帯の住宅を造るケースである。2世帯の独立型が基本であるが、子供世帯が将来親の住まい(隠居棟)に移り住むことを想定した工夫や、仕事を持った独身女性と親の2世帯で、将来はグループホーム的な住まいに移行する事を想定したケースなど、老後の一時期の為だけでなく将来的展望を持った家づくりが求められている。
- 3) 退職後の自由時間と一定の資産を持つため、グループで別荘地に集団的に移転し、戸建てのコーポラティブ住宅(自主住宅団地建設方式)づくりをする例や、大工道具を購入し、骨組みまでは工務店に依頼するが後はセルフビルドでログハウスをつくるなど、精力的な高齢者の需要も見受けられる。

まとめ

当社の取り組みは、全てが高齢者の需要と直結するものではない。しかし、今後の産直住宅の在り方及び高齢者向け住宅の捉え方に、多くの示唆を含んでいる。

産直住宅の面では、様々な試行錯誤の結果、現在の様なスタイルに落ち着いているが、ベースとなっているのは、木や自然素材に対する愛情と傾倒であり、さらに、それらを活用する文化に対する信頼である。その姿勢が、顧客に伝えるための様々な活動、すなわち消費者と林業家や棟梁などの伝統的技術との出会いの場づくりや、顧客が実際に立っている木を確認して家づくりに参加するなど、消費者の安心感と住まいに対する愛情を生み出す元となっている。これらの活動により、現在でも受注が増えているが、木の自然乾燥など、木材産地における製材所の供給能力の範囲内での受注に注力するなど、特に量を求めない経営方針が、それを支えている。

一方、高齢者向け住宅の面では、単に身体的弱者としての高齢者という捉え方ではなく、アクティブで、時間とお金の余裕のある階層としての需要が存在していることを認識することが大切である。この層は加えて、自然素材に対する生活体験と、感性を持っている階層でもある。よって、地域の中で培われた住まいの知恵を、新しい技術と建築のアイデアで、地域の自然を生かしながら、建物の機密・断熱を高め、冬暖かく、夏涼しい、人も家も呼吸できる家づくりを目指している当社の木造の家が、多様化する高齢者層の住宅需要に応え、強いアピールと共感を呼び起こしている点は、大いに注目すべき点であると言える。

(2)事例 : 有限会社 リハウジング名古屋

企業概要

本社 名古屋市緑区滝ノ水 1-126
代表者 代表取締役 鷓飼 幸彦
設立 1983 (昭和 58) 年創業 (1992 (平成 4) 年 3 月商号変更)
資本金 300 万円
従業員 4 名
事業内容 木造鉄骨造りによる住宅・事務所・倉庫の新築及び増改築、
解体、建築施行一式
(松下電工快適リフォーム専門店 Refine 滝の水)

沿革

同社は、当初大手メーカー系の住宅設備機器工事を主業として住宅リフォームを行ってきたが、施主の依頼や社会的ニーズの増加により、1992 (平成 4) 年に、住宅リフォームを専門に取り組む「(有)リハウジング名古屋」を現地に立ち上げた。リフォームに取り組む会社は大工・工務店系もあるが、住宅設備業から参入した会社が多く、当社も後者に属する。

同社は、名古屋市を中心に積極的な営業活動をしており、ナイスプラザ (名古屋最大の住宅設備品展示場) を利用して、リフォームに関する講演会を開催する他、近年の環境や健康、本物志向の高い顧客ニーズの増加に答えるため、異業種を含む仲間と本物の建築を目指して学習活動にも取り組んでいる。

事業概要 (事業展開のポイント)

1) リフォームの概要

リフォームの動機は、主に子供の就職、結婚、世帯分離、定年など、施主の家族構成が変化する時期に当たる時が多く、年代層では 50 ~ 60 代が中心になっている。その意味で、リフォーム市場は元々高齢者市場と言っても良い。ちなみに、若年層の場合は、室内インテリアの改装など営繕的な内容が多く、本格的なリフォームは少ない。このように、リフォームは、主に高齢者層のための住宅改造が主軸となるため、段差解消などのバリアフリーは日常化しており、水回りの改造と合わせた間取りの改善、断熱・床暖房による温度差解消が中心的な内容となっている。改造費用は個々のライフステージにより差があるが、500 ~ 1,000 万円程度の価格帯が標準的である。

2) ユーザーのニーズ

リフォームは、お客様の暮らし方や家族構成などが個々によって違う事から、まずお客様の考え方や要望を聞き取りする事から始める。顧客と充分コミュニケーションを取る事が、なにより不可欠であり、電話での問い合わせのみでは、難しい面が多い。

リフォームに対するユーザーのニーズは、一口に言えば、現在居住している住まいの新築時には考えられなかった、高齢者としての使い安さを求める点である。また、最近ではシックハウスの問題が一般化し、エコやマイナスイオンなど、環境と健康への関心が高まっている。シックハウス問題に関しては、今はアレルギーにならない人でも接着剤について関心を示すようになってきている。高气密住宅が一般化している事もあり、環境と健康への配慮が必要になっている。

高齢化対応の事例

1) 高齢者に対応したリフォームのポイント

リフォームの現場では、バリアフリーとか段差解消は、今や常識化しており、特

別な事ではない。高齢者住宅で重要な事は、ユーザーの心のバリアフリーであり、高齢者自身が、1人で行動できるという気持ちを維持できるよう工夫する事である。

また、高齢者のライフスタイルにあった居室とする事が必要で、日当たりの良い場所に収納を兼ねた使いやすいベンチを置くなど、日々の暮らしの快適さを重視したい。具体的なリフォームのポイントは以下の通りである。

【段差の解消】階段の改造は、建物構造が限定されるリフォームでは難しいが、勾配の緩い階段は、高齢者の適度な運動のためによい。手すりは補助用具として有用だが、狭いスペースでは逆に危険で、設置の仕方や形状を注意する必要がある。

【水回り三点セットの改良】ユニットバス+トイレ+洗面+ミニキッチンの三点セットにしてワンフロアにする。間取りは、動きやすいフリースペースが最適である。但し、施主が方角にこだわる事があり、改造がままならない一面もある。

【温度差の解消】高齢者には温度差の無い暮らしが重要で、外断熱や床暖房の入った家にする事が望ましい。

【二世帯同居】親世代のプライドが、高齢化対応を受け入れにくくする傾向がある。また、滅多に使わない客間を重視するなど、過去の「家」への思い入れが強い。重要な事は、住み慣れた老人居室の景色を変えない事で、同居の場合はバリアフリーより、生活時間帯の違う若い世代と、居住空間を区切る事が必要である。

【収納】日本の住まいは、建物に付随した収納が少なく、このためタンスなどの家具を室内に置く事が多い。その際、天井との隙間が発生するため、震災時の家具転倒防止や隙間の有効活用のため、既成家具と天井高との差を埋める工夫が望ましい。既成家具+大工仕事のアジャストで家に合わせるシステムがあると便利だ。

木材の使用について

1) 地場材活用の現状

木材の使用はユーザーに人気が高いが、地場材の活用についてはコスト面が問題である。厳しい住宅市場のコスト競走に、地場材の供給価格が合わないといけない。

さらに、大工・工務店側に慣れたものを使用する傾向があり、「檜」への信仰的な高い評価の反面、「杉」の評価の低さなど、当地域独特の木の価値観が影響している。

2) ユーザーのニーズ

近年は、節の有無に関わらず、顧客が木材の使用を喜ぶ傾向が強い。ユーザーのニーズから、健康志向や環境対策、さらに木の持つ温度・湿度や血液が流れるような木の感触を活かすために、床、腰壁、天井に自然木を使う事例も少なくない。但し、木材はシックハウス対策に良いと言われているが、まれに、香りの強い木にアレルギーの出る人もあり、建材選択時にチェックが必要である。

3) 木材使用への期待

現場では、構造材に関して土台、柱、根太、梁など、部位によって、ほぼ決まった材料を使用する。杉は良い材料であるものの、使用例が少ないのは残念である。今後は、床は無垢の堅い木材を使用するようになっていくと考えている。合板と比べても、熱伝導率に違いがあり、また、集合住宅では従来懸念された音の問題もクッション材の改良により、無垢板の使用に問題はない。今後は、木材を建材として使用する他、家具、キッチン、建具など建材以外の応用分野での活用を考える必要がある。木の風呂も香りが良く使用したいが、現状ではコストが高いのが問題点である。

4) 地場材活用の課題

地場材を売り込むためには、汎用のメーカー品にはない、地場材独自の付加価値をつけ、ブランド化することが必要である。そのためには、木材産地と都市の建設現場との情報交換・商品開発が期待される。また、地場材を普及する方法の一つと

して、インターネットで注文システムや品質を確認できる見本の普及が考えられる。

リフォーム業界の課題

1) 廃棄物の処理

廃棄物の処理問題については、法的な位置づけで既存建物の取り壊し廃材処分の費用負担が施主の責任となったが、従来の建築物は、廃棄条件をクリアーするために多大なコストを要する建材が多々使われている。よって、今後は廃材のリユース・リサイクルを進めると同時に、基本は廃棄物を少なくする建材使用が課題であり、地場材使用はその有効な方策の一つとも言える。

2) 大工・工務店の勉強不足

リフォームの現場では、少子高齢化に対応する生活環境改善のために、個々のユーザーのニーズを価値観として受け止める必要がある。その点、現在の厳しい社会環境を勝ち残るには、大工・工務店の勉強不足も指摘されよう。本当の競争相手は、同業ではなく顧客であり、良いものは進んで取り込む姿勢が必要である。

まとめ

1) 高齢者市場と高まるリフォーム

住宅戸数が世帯数を上回り、量から質への住宅政策の転換が叫ばれて、既に10年以上が経つ。我が国の人口動向から見ると、今後の住宅供給はリフォームのウェイトが益々高くなる、新たな市場転換期にきていると言えよう。そのため、住宅産業の中では、従来、中小事業者が担ってきたリフォーム分野に、様々な分野の大手企業の参入が始まっている。都市公団など公的集合住宅供給に於いても、将来的なリフォームを前提としたスケルトン・インフィル方式が採用され、住宅供給の流れはストック活用時代に移行しつつあるとすることができる。

2) 高齢化対応の住まいづくり

リフォームは、本来高齢者層の住宅需要をマーケットとしているだけに、高齢化への対応は、特別なテーマではなく、日常的な基礎的テーマとなっている。このため、建物そのものの材料・技術での実績はもとより、施主との対応の仕方、受け止める工務店側の、施主に対する生活支援の考え方が重要視される時期にきている。技術的には、旧来産業に位置付けられるリフォーム分野は、高齢化対応のサービス提供という視点において、個々のユーザー・ニーズへの対応に挑戦し続ける生活支援型のニュービジネスと見ることもでき、その経験を十分に活用する必要がある。

3) 木材と地場材の活用

木材の使用に対しては、様々な面からニーズも人気も高い。しかし、良い商品をいかに安く供給するかというコスト面での課題がある。そのためには、木材産地における製造元と建設現場における工務店が連携した商品開発や産直などの流通の仕組みの開発をする事が求められていると言えよう。

(3)事例 : 株式会社 連空間都市設計事務所

企業概要

本社 愛知県名古屋市北区上飯田南町 5-15-1 サクミン7W
代表者 田中 英彦
設立 1979 (昭和 54) 年設立 (法人化 1987 (昭和 62) 年)
資本金 1,000 万円
従業員 2 名
事業内容 戸建住宅・コーポラティブハウス・高齢者住宅・店舗・病院・再開発ビル等の設計・監査

沿革

田中英彦氏は、大学卒業後に名古屋の設計事務所に就職、1979 (昭和 54) 年に独立して設計事務所を開設、1987 (昭和 62) 年には組織を改組し、(株)連空間都市設計事務所代表取締役就任した。同社は、主に住宅設計を軸に、戸建住宅だけでなく、集合住宅やコーポラティブハウス、病院、商業建築などを手がけ、近年は木造住宅を主題として取り組んでいる。尚、同氏の設計した作品は、1989 (平成元) 年の世界デザイン会議会長賞を始めとして、中部建築賞・愛知まちなみ建築賞他多数の賞を受賞している。

また、業務以外でも(社)日本建築家協会の会員活動として、医療・福祉関係の専門家と連携して取り組む「人にやさしいまちづくり」活動の中心的役割を担う他、テーマを共通する多数の建築設計者とともに「地元の木を使った住宅づくりの普及活動」にも関わり、2000 (平成 14) 年には共著で「人にやさしい住宅読本」を出版し、全国的にも注目されている。

事業概要 (事業展開のポイント)

1) 戸建住宅を中心とした設計の取り組み

同氏は、アトリエ型設計事務所として戸建住宅、中でも木造住宅を中心とした建築設計を行っている他、コミュニティ育成の立場から共同建築やコーポラティブハウスにも取り組んでいる。中でも、愛知県春日井市で取り組んだ木造連棟型戸建コーポラティブハウス「木附の里」は希少な木造接地型コーポラティブとして高い評価を受け、各種賞を受賞した。また、個人住宅を多数手がけ、木造住宅にも当初から取り組み、OMソーラーを積極的に取り入れている他、高齢化への対応についても多数の経験を有している。

2) ユーザーのニーズ

主なユーザー層は、大きく 30 代半ばと 50 代の 2 つに分かれ、30 代の傾向としては、親が資金援助並びに土地を提供する 2 世帯住居の割合が増え、50 代では老後を控え高齢化対応が一般化している。また、30 代の特徴は、この世代が育ったビニールクロス貼りの白い洋風住宅から脱皮し、木を使った本物志向への転換が見られる。

木へのニーズの要因としてはシックハウスやアレルギーへの関心、木のインテリア志向の高まりがある。これには、ハウスメーカーの、テレビ・新聞広告や雑誌等による木を使った住宅情報の影響があると思われる。これによって興味を持つことにとどまる顧客と、それ以上に本物志向を持つ場合の二つに傾向が分化している。

高齢者対応の事例

1) 高齢者住宅を考えるポイント

高齢化対応は他世代の居住にも共通するユニバーサル・デザインでもあり、個々のユーザーの生活に応じたストレスの解消が高齢者住宅設計のポイントである。住

み慣れた住いの建替は、高齢者に大きなストレスを与えがちであり、そのため、ストレスの解消のため、昔から馴染んだ木をふんだんに取り入れる工夫が有効である。

2) 高齢化対応の設計

【例-1】痴呆症が回復したケース

痴呆症気味であった 70 代の妻を持つ施主から建て替えを依頼されたが、既存住宅が妻の生家だったため、仮住まいへの移住と取り壊しは、妻にとって大きなストレスとなり、症状は悪化する一方であった。新築した住宅は鉄骨構造だが、内装に徹底して木を使用し、太陽熱を利用した O M ソーラー方式で床暖房を取り入れた。

その結果、住宅の完成間際までは痴呆症が進みつつあるかに見えた妻は、入居後、みるみる症状が回復した。

【例-2】寝たきり状態を脱却したケース

ほとんど寝たきりであった 90 代の母親を持つ 60 代半ばの施主から、バリアフリー化を依頼された。このため老人居室とトイレ、風呂を一体化、家族の居間まで手すり伝いに移動できるようにし、床、壁、天井には木、クロスには植物繊維を積極的に採用した。完成後、共稼ぎの夫婦が家に帰ると、寝たきり状態の母親に床を離れて活動している形跡があり、逆に外に出ていく事が危惧されるほどとなった。

【例-3】高齢夫婦世帯のケース

飛騨出身の施主から分譲住宅の建替を依頼され、施主が子供の頃から憧れていた大黒柱採用の要望に、木をふんだんに使って応えた。夫婦だけの住まいを考慮して大部屋の L D K 一体方式を提案、公的住宅の D K のようにキッチンと食卓を背あわせにして、使いやすさと夫婦の会話に配慮した。敷地の関係から水回りは 2 階となったが、将来を見越してホームエレベーターを設置できるように配慮した。

3) 高齢化対応の三原則

住宅内事故の死者数は年間約 8,000 人ほどあり、交通事故の約 5,000 人より多い。死因のトップは浴室での溺死で、二位は平滑面での転倒、ついで転落が三位となっている。よって同氏は、これまでの経験からも、住まいにおける高齢化対応の三原則は、段差解消、手すり(平滑面での転倒防止)、温度差の解消であり、そのため高齢者の生活行動データに基づく設計の工夫が重要と考えている。

【具体例】

- ・ 段差解消 段差は 10 c m 以上の差よりも、むしろリビングの絨毯厚のような蹴躓きやすい 5 ~ 10 m m の差が問題である。
- ・ 手すり 階段は転げないように、手すりやノンスリップを設置する。また、転倒防止のため、平滑面の床材は滑らない材料を使用すること。
- ・ 温度差解消 冬の寒い時期、風呂やトイレでの温度差が脳梗塞の原因にもなる。このためトイレとお風呂にも暖房を採用することが望ましい。

木の使用について

1) 木は人と環境に優しい

木をつかうことはメンタルな癒しの役割だけでなく、マイナスイオン効果など科学的に分析された、人の健康への効果がある。循環型環境再生の視点から言えば、本来、自然に還る自然の材料を使うことが一番望ましい。

2) 産直でローコストを実現

木をふんだんに使用すると、通常、高価になると思われがちだが、同氏は三河産地の木材供給業並びに製材業の若手グループと連携し、産直方式の独自流通網を開拓し、ローコスト化を実現している。こういった設計では、当然ながら通常の住宅より木材使用量が多くなるが、ユーザーの取得価格を一定とするようにしている。

例えば、杉の無垢材をふんだんに使用した住宅の場合、通常の木材立米数よりも

2~3割程度、使用量が増えている。それでも産直方式のローコスト化によって、ユーザーにとって普通の住宅取得価格と遜色ないよう価格設定している。

3) ユーザーを同行して山を見る

ユーザー自身が、木の住宅を理解して暮らすため、ユーザーを自らの住宅に使用する木材産地の山へ連れて行く事になっている。立木の伐採を見る機会は、年に1、2回しかチャンスが無いが、これまで7組ほど案内し、これにより、ユーザーも、設計者自身も木の生い立ちや林業への理解を深めることができた。

4) 地場材活用の課題

地場材は豊富であるにも関わらず、案外知られていない。例えば愛知の人工林保有量は全国で4位だが流通は不明であり、商品としても無名である。この地域で知名度の高い木材ブランドは東濃と吉野だが、それに匹敵する地場材のブランド化が必要である。そのためには、良いもの=木である事をユーザーに認識させ、需要を掘り起こす事が必要で、都市部から木材産地に働きかけていく努力をしている。都市部の設計者・ユーザーがどんどん木を使えば、木材産地の地場材供給者はより良い木材が出せるようになるのであり、このように都市部と木材産地が相互に理解し合い、連携していく事で、地場材活用の将来は期待できるものとなる。

まとめ

1) 高齢者市場と住宅設計

持家住宅需要が30代と50代の双こぶになっていることは、住宅産業の市場としてほぼ共通している。30代で親との2世帯住宅が増えている事と考え合わせると、新規住宅取得の過半数は、高齢者市場の対象と言う事ができる。この事は、衣料や家具、自動車など他の産業とは多少異なる、住宅産業の特徴であると見られる。

2) 普遍化する高齢化対応

「住宅設計において高齢化対応は特別な事ではない」との同氏の見解は、事例2のリフォームにおける鶴飼氏の見解と共通している。同様にバリアフリーへの取り組みは、近年建設される公営、公社、公団住宅においては普遍化しつつある。今回の高齢化対応事例から判明した点は、第一に「ユーザーの心のバリアフリーと暮らしのストレス解消」を設計者・供給事業者が志すこと、第二に「暮らし方の異なるユーザー個々のライフスタイル調査に基づいて、住宅に工夫を凝らすこと」である。その具体的手法の共通点は三つあり、第一に「段差解消、転倒防止と手すり、温度差解消」をはかること、第二に「水回り三点セットと一体のゆったりした老人居室」、第三に「木をふんだんに使った快適な住まい」が有効であるという点である。

3) 木を使った住宅づくり

木の住宅はここ5年ほど、いわば流行の様な状態を呈している。もちろん、大手ハウスメーカーの広告宣伝の影響も見逃せないが、環境、健康、快適を求める生活者の本物志向が確実に高まっていることは否定できず、こうした社会的なニーズの高まりに対する暮らし方の提案がますます重視される。

4) 地場材の普及

ユーザーに良いものを安く提供するのは住宅産業に共通するテーマであり、産直型流通システムは、そのローコスト化に大きく貢献している。現在の所、都市の設計者がユーザー参加によって、積極的に木材産地へ働きかけをしており、同氏に限らず、その取り組みをする設計者は増えている。都市部と木材産地といった立場の違いはあるが、相互の理解と連携、努力により、地場材としての木がより有効に活用されることが期待される。

(4)事例 : 株式会社 ベネッセケア

企業概要

本 社	東京都渋谷区笹塚 2-1-6 笹塚センタービル7階
代表者	代表取締役社長 国政 貴美子
営業開始	2000(平成12)年4月1日
資本金	1,000万円((株)ベネッセコーポレーションの100%子会社)
従業員数	1,231名(2002年1月現在)
事業内容	高齢者介護事業の運営 くらは事業(介護型有料老人ホーム)とホームヘルプサービス他事業
主な事業所	東京・札幌・仙台・名古屋・大阪・岡山・福岡・金沢・広島・高崎

沿革

(株)ベネッセケアは、(株)ベネッセコーポレーション(以下、ベネッセ)100%出資の子会社である。親会社であるベネッセは、1995(平成7)年に、教育事業で培ったノウハウを活かしてホームヘルパー養成講座を開講、翌年にはホームヘルプ事業をスタートし、高齢者介護事業へ本格参入した。この背景には、学生向けの教育事業が少子化のため縮小傾向にあり、成長の見込める高齢者向け事業に進出することで、長期的な経営安定を図る狙いがあった。さらに、有料老人ホームは、保険で介護報酬が決まってしまう訪問介護等と異なり、価格やサービスの内容を企業が自由に設定できるため、ライバル企業との差別化がはかりやすく、成長が見込めるとの判断から、97(平成9)年にグループホームを岡山にオープンし、さらに99(平成11)年には有料老人ホーム「ベネッセホームくらは」の第1号である「くらは鷺沼」を開業した。また、2000(平成12)年に介護保険制度が施行されると、有料老人ホーム事業を介護事業の中核にして事業拡大を図り、同年4月、新会社ベネッセケアを立ち上げ、施設介護事業の運営を移管した。次いで同年、神奈川県湘南地区を中心にケア付き高齢者住宅事業を展開する「伸こう会(株)(横浜市 片山ます江社長)」の経営権を取得。順調に施設数を伸ばし続け、2003(平成15)年3月にはベネッセケアの「ベネッセホームくらは」が30施設、伸こう会のホーム「グラニー&グラダ」が31施設と、全国で計61施設になる予定で、施設介護事業者の中では業界一位の実績を誇る。

事業概要(事業展開のポイント)

1)立地が最大のポイント

介護型有料老人ホーム事業の最大のポイントは、立地条件である。第一要件は、特養・老健不足が顕著で、介護施設の需給のバランスが崩れ、ある程度の経済的負担に耐えられる層の住む地域である。低負担で入居できる特養、老健が充分整備されている地域には民間は進出できない。第二に、入居者の生活圏内に設置すること。それまで暮らしてきた生活圏内で施設を探す傾向が非常に高いため、十分な市場規模をもった、住宅地として評価の高い地域に設置する事が、ポイントである。この点、「ベネッセホームくらは」は、「第二の自宅」というコンセプトを掲げており、生活基盤の整った住宅街で、交通アクセスの良い立地にある。同社では、東名阪エリアのこれらの条件を満たす地域の内側のエリアを狙って事業を展開している。

2)利用しやすい料金設定

介護型ホームは健常型ホームと違い、入居者の特性上、入居の意志決定が本人ではなく家族であり、転居ではなく自宅をそのまま残すことが多い。入居期間も比較的短い等の理由によって高額な一時金はそぐわず、利用しやすい料金設定であることが重要である。

同社では、月払い方式と、一時金・月払い併用方式のどちらかを選べる。一時金

なしの月払い方式の場合、月額 30 万円程度の時期負担金で事業設計している。(現実には、一時金型の利用を希望する入居者は少ない)

3)ユニットケアの導入

10 人程度で 1 ユニットの構成。家事などをユニットごと共同で行うことで、社会性と残存能力をひきだし、自立した生活をめざす。家庭的な雰囲気が、特に女性入居者に人気である。

4)手厚い職員配置

職員は、入所者 2 名に対し、介護職員 1 名を配置。介護保険の「特定施設入所者生活介護」基準が要介護者 3 名に対し介護職員 1 名であるから、その 1.5 倍の手厚い配置である。

5)事業スキーム

基本的には、土地・建物の一括借り上げ方式にして建設コストを抑えている。初期は改修で行っていたが、ケアの視点からユニット形式を採用し、スタッフ動線にも配慮したプランニング、各都道府県の有料老人ホーム設置運営指針や消防法への適合など、ハードの制約条件が厳しいため、新築で供給するケースが多い。

6)建物概要

1 物件あたり、5 ユニット 50 人規模とし、1 フロアを 2 ユニットで構成する。各フロアとも、ユニットごとに 1 つのリビング・ダイニングを設け、ユニット単位で生活が完結するように設計。居室は、全室個室で 15 m²程度(ウオッシュレット付トイレ、洗面、ナースコール、介護用ベッドを装備)。内装は、床や手すり、家具など木目調を主流とし、木の質感を大事にしたものとしている。

高齢者住宅業界の動向

欧米では、65 歳以上の人口の 10%程度が高齢者住宅に住んでいるが、日本では特別養護老人ホーム(以下、特養)・老人保健施設(以下、老健)をいれても高齢者住宅・施設に住むのは 5%程度でしかない。よって、同社では、わが国の高齢者住宅の市場規模は、今後も広がる可能性があると分析している。

また、高齢者住宅には、自立高齢者が住まう健常型と要介護高齢者を対象にした介護型の 2 つの市場があるが、いわゆる「有料老人ホーム」の典型とされる健常型の高齢者住宅は、高額な一時金を必要とし、元氣な富裕層が入居する傾向が高いため、ニーズも多様で、経年変化に伴って要求されるサービスの質も変わり、事業設計が難しい。このため、一時金の運用の失敗や、設定した償却期間以上に入居者が長生きするなどの理由で、バブル期に売り出された有老ホームには厳しい経営状況に陥っている所も見受けられる。それに比べ、入居者を要介護高齢者に限定する介護型高齢者住宅は、特養の絶対数の不足と在宅介護体制の未整備のため、ニーズが高い上、平均入居年数も約 4 年と短く、要求されるサービスも一定である。

このように、健常型よりも介護型のほうが事業設計しやすいため、ベネッセは、要介護高齢者にターゲットを絞りと、介護型有料老人ホームを「ベネッセホームくらら」というブランド名で大都市圏を中心に全国展開している。

高齢化対応の課題と戦略

「ベネッセホームくらら」は、一時金ゼロ・月額 30 万円程度の利用料で開設・運営しているが、都心部では、より低額で入居できる有料老人ホームも増え、価格競争も激しくなっている。そこで、現在は、より低価格型の月額 20 万円程度で利用できるタイプを千葉県市川市で計画中である。今後は介護スタッフの詰め所を、各フロアの真中に配置して介護スタッフを減らし、居室面積も若干狭くするなど工夫をし、「まどか」というブランド名で展開する予定。

また、同社では、豊かに成熟した少子高齢社会においては、保育や介護などの福祉分野で、多様なニーズに応える多様なサービスが求められるとし、事業領域を「教育・語学・生活・福祉」を対象とする生活支援ビジネスとしている。一方、出産・育児から始まって、教育（子供の教育及び成人の自己教育）、暮らし、介護という流れをみると、女性のライフサイクルに応じてニーズが顕在化していることから、このビジネスの訴求対象を女性とし、その分野に対しての商品提案に注力している。

同社は、高齢者住宅の市場においても、今後は女性の志向・嗜好がリードすると分析している。事実、「ベネッセホームくらら」の入居者は7～8割が女性であり、入居を後押しする家族でも発言力が強いのは娘である。また、ベネッセケア、伸こう会ともに、社長は女性としていることなど、入居者の多数を占める女性の発想によって、何が必要かを追求することが、この事業の成功の鍵であると考えている。

まとめ

高齢化、特に後期高齢者が増加し、施設整備が追いつかない現状では、将来にわたって、介護型有料老人ホームのニーズは高いと思われる。ベネッセの場合、顧客満足度を重視しながらノウハウを積み上げて、同社ならではの介護型有料老人ホームの基準プラン（立地条件や環境、職員配置も含めて）をつくりあげ、低価格でありながら質の高さを確保した「くらら」ブランドを定着させた。また、地域密着で地域にも歓迎される施設づくりを心掛けることで、同種の施設に対する偏見をなくし、介護者が安心して（後ろめたさもなく）お年よりを預けられるイメージ作りにも貢献している。

岐阜県においても、今後は世帯分離が進み、また、介護の重度化が進んで在宅介護で支えきれない高齢者の行き場が早晚、求められよう。さらに岐阜県では、持ち家率・居住水準ともに全国平均より高いため、高齢化が進んだとき、広い住宅を持て余す、あるいは住み切れなくなり、住替え需要が発生する可能性もある。

このように、高齢者住宅市場の将来性は高いが、木造建築での展開を考えると、現状では、有料老人ホームとして届出した場合、耐火構造が義務づけられ、スプリンクラーの設置、避難経路の確保などハード基準のしびりが厳しくなるなど、難易点も指摘される。

しかし、小規模なグループホームでは、ベネッセケアの「くらら南大沢」など、木造の事例も少なくない。また、痴呆性高齢者の場合、木の香りのする懐かしい和の空間での落ち着いた暮らしが、痴呆の症状を緩和させる効果があることが知られている。さらに、特養をはじめとする高齢者施設も、大規模なものから地域に小規模分散化させる傾向があり、厚生労働省も、施策面での後押しを始めている。その際には、高齢者が長年住みなれた民家風の仕様が好まれているのも事実である。このため、施設の小規模化の動きと、規制緩和、あるいは耐火基準を満たす性能を備えた木製の素材の開発などで、今後、木造建築による高齢者住宅等も作りやすくなると思われる。

ベネッセケアによれば、介護型有料老人ホームの商圏は、半径2～3kmという。住宅地の中での立地が必要条件であり、その際、やはり周囲の住環境になじんだ外観が望まれる。同時に、高齢者の心身特性にふさわしい居住空間といった意味からも、木造であることが望ましく、そのための規制等をどうクリアするかが課題ともいえよう。

(5)事例 : ヒルズガーデンあずま(株式会社 ミサワホーム茨城 開発)

企業概要

本 社 茨城県水戸市城南 2-6-7
代表者 代表取締役 西尾 治
設 立 1976(昭和 51)年 6 月 1 日
資本金 3 億円
従業員数 220 名(平成 13 年 10 月 1 日現在)
事業内容 1. 工業化住宅ミサワホームの販売・設計・施工
2. 分譲住宅の企画・設計・施工・販売
3. 不動産の売買・仲介
4. インテリア・エクステリア・リフォームの企画販売
売上高 140 億 8,700 万円(平成 13 年 3 月期)
関連会社 ミサワホーム 株式会社

沿革

(株)ミサワホーム茨城が開発した「ヒルズガーデンあずま」は元々、バブル期に大手商社が東京圏への通勤需要を見込んで造成したが、バブル崩壊後、塩漬けになっていた住宅地で、それを同社が比較的安い値段で購入したものである。同社では、この土地の有効利用を検討する中、住宅業界全体の中で「家余り現象」があり、新築着工数の増加が見込めない状況下で、新しい市場として、高齢化市場に着目した。つまり、まもなく大量に定年を迎える団塊の世代が抱く理想の「アクティブな老後」を、具体的なまちづくりや住まいを通して提案しようと考えたのである。そして、通勤・子育て層にとって魅力の薄いこの住宅地を、ターゲットを高齢者世帯に変えることで、都市近郊の利便性と自然環境の中で、自己実現の両方が得られるアクティブシニア向けの住宅地としてに再生した。

このプロジェクトは、大きく二つの社会的意味をもつ事業である。すなわち、高齢世帯層の自分流のライフスタイルの実現を目指した、新しい型の都市田園開発プロジェクトという意味と、またバブル崩壊後の造成地の再生、有効活用を図った再生ビジネスのモデルという意味である。これらの先進的な取り組みは大きく評価され、同プロジェクトは(社)日本不動産学会 第 8 回業績賞を受賞し、高齢者向けの新しい住宅市場開拓および、再生ビジネスの成功事例として、脚光を浴びている。

事業概要(事業展開のポイント)

1)平屋建てバリアフリー住宅と庭について

元々、バブル期に該当宅地の造成を終了した大手商社は、1995(平成 7)年に、ファミリー向けとして建売分譲の販売を開始したが、バブル崩壊や都市部の地価下落の影響もあって約 4 年間で約 50 戸を販売完了した時点で、ミサワホーム茨城が 1998(平成 10)年 3 月に団地の大半を購入した。

そこで、これまでの利便性重視というコンセプトを覆すような新しい考え方(自然のなかでゆったりとしたわたし流の時間を過ごすこと)をコンセプトとして、試験的に平屋、それも定年後の夫婦二人用の平屋を売り出すこととした。庭を広く取り、まちの景観もゆったりとしたものにするため、2 区画を 1 区画に、あるいは 3 区画を 2 区画にし、全体で 565 区画だったのを 460 区画に割り直した。たとえば、南北道路には含まれた 2 区画を一つにして売り出した「道楽区画」は、約 150 坪の敷地に夫婦二人用の平屋住宅(約 80 m²)を配し、家庭菜園やガーデニングのスペースをたっぷり 100 坪程度とった。そして、ターゲットとして、従来のシニアと違った価値観をもつ団塊の世代を想定し、アクティブに自分流のライフスタイルを実現しよう

とする人たちにアピールするため、コンセプト・フレーズを「わたし流を生きよう」とした。また街そのものも、時間とともに、居住者によって生まれ、成長することをイメージし、「いい年輪を重ねる ふたりの街」というキャッチコピーを採用して売り出したのである。

消費者の反応が読めなかった当初、南側道路宅地で敷地面積約 70 坪、バリアフリー設計の平屋戸建（24 坪）に外構造園プラス消費税合計で 1,900 万円程度で販売をはじめたが、大好評で、平成 14 年 10 月末現在の 4 年 6 ヶ月で 253 世帯が入居済み。入居世帯の年齢層は、定年退職者層（60～69 歳:48%）と定年を間近に控えた層（50～59 歳:37%）をあわせて 85%を占める。また、首都圏（東京・千葉・神奈川）からの住替えが 91%で、茨城県内はわずか 7%だった。利用の仕方は、定住 67%、セカンドハウス 33%。ただし、セカンドハウス利用者の多くは定年を数年後に控えた方で、将来的には定住希望という。現在は、少し広めの敷地（90～100 坪）に平屋戸建（26 坪）に外構造園、消費税で 2,300～2,500 万円にて販売中である。

また、多様なライフスタイルに対応できるよう「道楽区画」のほかに、「ふたりの家」(夫婦のみ世帯)、「ゆとりの家」(ファミリー世帯)、「はじめての家」(新婚世帯)と、4 タイプの住まいを用意している。

同社は、住宅の中で一番大きな段差は階段であるとし、「平屋住宅こそ究極のバリアフリー」という。「ヒルズガーデンあずま」の夫婦世帯用の平屋（約 80 m²）の標準の間取りは、センターリビング形式で、水廻りの動線を集中させ、二間続の和室をもつ。広くて明るい開口部をとり、建物と庭を一体的にみせ、住戸内は段差なしのバリアフリー。子供たちが独立して夫婦だけになり、広い家の掃除や階段の昇降が苦痛になる世代にとって、シンプルな住まいが暮らしよいと好評である。そして、実はこの平屋の優しいたたずまいが、まち並みの美しさにも貢献するという。

また、シンプルな住まいと対照的に贅沢なのが各戸の「庭」。この庭は居住者自らの自己実現や楽しみだけが目的ではなく、「庭」が住まいの資産価値を高め、まちの景観を美しいものとし、まち全体の資産価値を高めるのである。さらに、庭の作物や植栽を通して、外を行き来する人とのコミュニケーションが生まれることで、「庭づきあいの街」として、まち全体の良好なコミュニティ形成をめざしたのである。

2)街並みについて

住む人が「やさしさ、おだやかさ、ゆとり」を感じられるような仕掛けを、まちを構成するディテールに落としこんでいる。宅地を広くとり、道路もうねらせ法面を芝貼りにしてカーポートも曲線を描く。2 階建ての「ゆとりの家」は宅地の北側に置き、空が広くみえる平屋を基調にして建物が一直線に並ばないように少しずつ配置し、全住戸の日当たりや景観に配慮。小鳥が来るような雑木林も生かす。このように屋根・外観・外構など、街全体の共通の美しさを追求し平屋が作り出すまちなみは、空間的に豊かでゆったりとし、高級感のある邸宅の雰囲気を出している。

高齢化対応の課題と戦略

今後の課題は、経年変化で、今のアクティブなお年寄りが弱化した時に、広い庭の手入れができなくなったりすれば、現在の景観を保つのも難しくなる事である。しかし、10 年後、15 年後には、その子供世帯が移住してくるのではないかと期待する。

ここでは、休日に子供たちや近隣の人たちを呼んでガーデンパーティを開く世帯も多いが、同社はバーベキューセットを貸し出すなどして、人間関係の維持・構築を側面支援している。住民同士でも、運転できない方を車で同乗し、買い物に行くなど、助け合って暮らす関係が築かれつつある。何より、自分達で育てていく街であるから、高齢化が進んでも、サポートしあう共助の仕組みを創り上げるのではないかと。

また、販売価格も重要な課題である。2,000万円程度なら、資産をすべて取り崩さなくても、老後の余裕資金を残せて住替えができるからである。同じコンセプトで開発した「ヒルズガーデン美野里」は総額が2,350万円～3,670万円と、ヒルズガーデンあずまより、少し高めの価格設定であり、こちらの結果がどうであるか、真価が問われる。

まとめ

このプロジェクトから学ぶ点が多い。その一つは、勝機の見えない事業においてこそ、負の要因とプラスの要因を冷静に分析し、時代の趨勢を読み、発想を転換し、新しい魅力を付加することで、新たな市場が掘り起こされ、古くなったもの、価値がなくなったものの再生という社会貢献にもつながるといえる事である。

本プロジェクトも、当初から高齢者を意識していた訳ではない。元々、この地域は、最寄の駅から都心まで電車で90分かかり、駅までバスの便もない。生活支援施設は、徒歩10分のところにコンビニと地方銀行、郵便局などはあるが、まとまった買物をするためには郊外の大型スーパーへ車で買い出しに行くしかない。また学校は小学校が1.7km、中学校が3.7km離れていて、東京など都会の暮らしに馴染んだ人達にとっては、やはり便利とは言いがたい環境である。そのため、バブルがはじけると、都心の土地余り現象の中で、通勤ファミリー層に対する魅力を失い、宙に浮いた状態になってしまっていた。

しかし、プラスの要因に目を転じてみると、団地入口に総合病院があり、そこでは特別養護老人ホームを併設し、デイサービスも行っている。近辺にゴルフ場やテニスコートなどの娯楽施設もあれば、利根川や霞ヶ浦など自然の中でのレジャーも楽しむこともできる。つまり、ターゲットを定年退職後の夫婦世帯に転じれば、学校は遠くても、自然も、医療や福祉施設もある。車で買物すれば、バスがなくても郊外の大型店を利用すればよい。電気・ガス・水道も都会と同じレベルで整っており、インフラの面でも心配がない。そこで、都市の利便性と郊外の自然にめぐまれた暮らしの両方を享受できる、単なる田舎暮らしではない、「わたし流の生活」というコンセプトを提案したのである。つまり、豊かな庭をもつ平屋の住まいが、高齢者の新しいステータスになると考えられ、都会のアクティブな生き方を志向するシニアに受けたのである。

また、「平屋戸建て住宅」の魅力の再発見もユニークである。住む人にも、見た目にも優しい「平屋戸建て住宅」は、世帯人員が減り続け、またエコロジカルな住まい方を志向する消費者が増える中で、将来の私たちのライフスタイルの方向性すら予感させるものである。よって「平屋戸建て住宅」が、今後は、高齢者層だけでなく、消費者層全体のニーズを満たすものになる可能性を秘めていると言っても過言ではない。

同社では、これからは、もはや新たに住宅地を造成する時代ではなく、日本中にある利用されていない土地について、魅力を見出し、新しい価値を付加して、再生するビジネスが、地域にも貢献し、重要であると分析する。さらに、従来の「生活を縮ませる高齢者」のイメージにとらわれずに、積極的に「生活を広げる」高齢者像を描いて、新たなライフスタイルを提案したことが成功を呼び込んだものである事を、この事例は示している。その際、広がる暮らしがどういうものであるかを、街の細部まで落とし込み、作りこむ緻密さが求められよう。

第3章 高齢者市場における「住宅産業」への提言

3-1 高齢者市場における「住宅産業」の現状認識

(1) 高齢者向け住宅への対応

高齢者に対応する住まいづくりは、今や住宅供給に関わる専門家の技術的研究課題に止まらず、むしろ高齢化に直面する生活者にとっての深い関心事項となり、安全、健康、環境と共に、快適な住まいづくりのテーマの4本柱となっている。

住宅産業を巡っては、新規住宅供給戸数が、ピーク時の年間160万戸ほどから、近年では年間100万戸近くまで減少する中で、高齢者市場を対象とする住まいづくりの需要が、新築、改装共に今後も増加し続けるものと見られている。

今回の調査研究では、その対象とする「住宅産業」を「消費者に向けた住宅及びその関連部材や設備の供給に関わり、あるいは修理・改善を営業対象とする民間産業」として位置づけ、また「高齢者市場」については、特養や老人ホームなどの福祉施策型の居住施設を除いた、一般世帯型住宅供給を対象とし、本調査研究で行われたヒアリング調査をもとに、住宅設計・工務店住宅・住宅リフォーム・ハウスメーカー住宅・民間賃貸住宅のジャンル別に現状を取りまとめ、さらにヒアリング調査の対象外とした公的住宅についても若干の補足を行いたい。

本調査結果を見ると、総じて高齢化対応は住宅産業のあらゆる分野で意識されつつある状況であると指摘できるが、高齢化対応が普遍的テーマであると同時に、高齢化に伴う身体能力的な変化や住まいの価値観は、個人差が強いことから、住宅産業の中でも、その対応の仕方には少なからず差異が見られる。普遍的かつ大量供給を旨とするハウスメーカー住宅、あるいは普遍的と言う意味で共通する公的賃貸住宅などでは、高齢者の中でも圧倒的多数を占める「元気な高齢者＝アクティブ・シニア」を対象とする供給が中心である。また、工務店住宅においても、これに近い発想が強い。一方、個別対応を前提とする住宅設計者、あるいはリフォーム市場では、個々の高齢生活者の注文に対する個別性の高い対応が行われており、その技術的蓄積は普遍化に近い水準に達している。以下、各住宅供給ジャンルの概況をまとめてみたい。

住宅設計

他の住宅供給ジャンルにも共通しているが、今や高齢化対応は特別な事ではなく、住宅供給において常識的なテーマの一つとして取り組まれている。とりわけ、持ち家住宅においては、需要者の年齢構成が30代と50代に特化する傾向があり、具体的には、老後を控えた50代では将来への準備として高齢化対応が求められ、30代では親との2世帯住宅のケースも多く、その際に高齢化対応が求められている。

特に顕著な事例として、80～90代の高齢者や痴呆性が進行する高齢者を抱えた世帯における住宅では、住まいの機能・間取り・設備・建材など、全ての面で典型的な高齢化への対応が進められており、その対応の手法や技術、設計の水準は、ほぼ定式化されていると言って過言ではない(詳細は後述)。また、最近の傾向では、木造住宅あるいは木を多用した住宅が高齢化への対応として好まれるようになっている。木の持つ柔らかな感触が生活者への癒しの役割を果たし、痴呆症が快復に向かった例も挙げられ、こうした場合に産直方式を採用し、流通経費を節約し、価格の安定を保つ取り組みが見られる。

さらに、高齢者や障害を持つ人の住まいづくりを医療・福祉関係者と共に学習しながら積極的に進める設計者グループもあり、その取り組みをインターネットのホームページで見た消費者から、直接相談を受けるといった例が出てきているのは情報化時代らしい

特徴である。

工務店住宅

上記の傾向は、設計施工方式による工務店の住宅供給にも共通しており、バリアフリーには必然的に取り組んでいるが、高齢化対応を特別に意識していないとの意見がある。なぜなら、高齢化によって身体能力が低下しても、まだまだ元気なアクティブ・シニアが多く、新規住宅供給に際しては、むしろ快適な居住や趣味、園芸などの自己実現が求められる事が多い。この場合にも、木造住宅への人気は高く、関西でOMソーラーシステムに取り組む工務店の例では、流通ロットを確保するため、複数の工務店が協同して産直方式に取り組み、供給価格の安定化を確保するとともに、消費者を組織して木材産地の山を見学し、木への理解を深める事を通して住宅供給を進めている。この点は、住宅設計分野で産直方式に取り組む設計者の例でも、共通している。但し、これらの例は、特に先駆的な取り組みの例であり、その数は住宅供給全体の中では、まだ少数だと見なされるが、消費者の木造住宅志向の高さやインターネットを通じた情報取得の広がりから、今後、普遍化していくことは否めない。

住宅リフォーム

住宅をリフォームする世帯の特徴は、子供の結婚や就職、本人の定年退職など家族形態や生活環境の変化する時期にあたる消費者が大半であるため、この市場は元々が高齢者市場であると言って過言ではない。とりわけ、住宅戸数が世帯数を超える住宅余剰の時代においては、新規住宅取得よりもリフォームの市場が拡大する傾向が強まる事は間違いない。また、この分野は事業単位が小規模であり、従来から町の小さな工務店や住宅設備の工事業者による取り組みが盛んな分野であるが、最近では大手企業が、この分野の成長に着目し、進出を始めている。

このように、高齢者市場を主要なターゲットとするリフォーム分野でも、高齢化対応は特別の事ではなく、いわば日常的テーマとなっており、その内容は「高齢者の住まいのための水回り三点セット・ワンルーム型居室、段差解消、床暖房」と言い切れるほど一般化している(詳細は後述)。なお、リフォーム分野においても木の人気は高く、極端に言えば、節があろうが無かろうが、木の多様こそが消費者の満足につながるという状況である。

メーカー住宅

全国展開を行う大手ハウスメーカーの場合、高齢者の中でも、圧倒的に多いアクティブ・シニアに対応した住まいの提供を基本に、一般的な範囲内で高齢化への対応を行っているため、他の住宅供給分野に比べても、特別な配慮を行う余地は決して多いとは言えない。これは、介護など個別の需要対応と言うよりは、汎用性の高い住宅を全国レベルで供給しているハウスメーカーの立場としては当然と言えよう。

一方、この大手ハウスメーカーが高齢化に対応して取り組んだ関東での新しい団地開発のケースでは、今後大量に定年等のリタイアの時期を迎える首都圏の団塊の世代をターゲットとして、そのライフスタイルや価値観に合わせた住まい・まちづくりを狙っている。そして、究極のバリアフリーは平屋と言う考え方のもとに、生活行動のしやすいシンプルな間取りを考案し、屋外でのガーデンライフやオープンなランドスケープを楽しむ街づくりを提案している。

民間賃貸住宅

現状では、住宅産業を構成する市場の中で占める割合は小さいものの、将来的には需要の増大が予想される取り組みとして、介護事業を行う企業等が、サービス付きの高齢

者向け賃貸住宅を供給する例がある。これは、単身あるいは夫婦だけの世帯になり、介護の必要性がなくても身体能力が低下し、家事作業に支障が出てくる高齢者にとって、集住することによって、食事などの日常生活サービスを受けられる暮らし方であり、潜在需要は高いと考えられる。今の所、賃料レベルが有料老人ホームに比べれば遙かに安価であるものの、まだ割高感があって、そのローコスト化が検討課題となっている。試行的段階の事業ではあるが、少子高齢化の進展と共に、世帯人員の減少及び高齢夫婦のみ、あるいは単身世帯が増加する傾向から見ると、サービス付きの高齢者賃貸は高齢者の住まい方の一つのバリエーションとして将来性が高いと考えられる。

同様のケースとしては、気のあった高齢者が一緒に住んで生活サービスを共有し、合理化するグループ・ホームやコレクティブ・ハウスなどの試みが進んでいる。これらは公的住宅供給等と連動した試行的段階にあるものが多く、住宅産業としての市場性から見れば、まだ市場が小さな分野である。しかし、一般的な集合住宅の受給バランスが変動してくると、目的性を限定した住宅供給が訴求されてくる事も予想されるだけに、今後は民間住宅産業においても、その取り組みが増えてくる事が考えられる。ただし、集合住宅にあっては耐火性が求められる事から、低層住宅以外では木造住宅の可能性は低く、木の使用は内装材に限定されるであろう。

公的住宅

本調査研究は主として住宅産業を視点においた民間住宅供給を主な対象としており、公的住宅供給については調査研究の対象としていない。しかし、公的住宅も高齢者の住まいとしては重要な位置を占めており、公的住宅の傾向について簡単にふれておきたい。

公的住宅については、住宅余剰と言われるような住宅需給バランスの関係から、近年は新規建設が減少し、主としてストック再生の位置付けのもと、既存団地等の建て替えが公営住宅、公団住宅ともに主力となっている。一方、同世代が集中しやすいニュータウンにおいて顕著な高齢化が指摘されているように、公的住宅団地の多くは、当初の入居世帯の住み替えによる世代交代の期待に反して定住率が高くなっており、その結果、居住者の高齢化が急速に進んでいる。このため公的住宅団地の建て替えでは、高齢化への対応がほぼ共通するテーマとなっている。集住が特徴である住宅団地としてシルバーハウジング、コレクティブハウス、グループホームなどの試みやデイケアセンターなどを設ける例も見られるが、まだ一般的とは言えない。また、公営にしる公団にしる、普遍的な入居者を対象とした住宅供給としては、建設や運営管理に関する制度的な枠組みがあることから、住宅の高齢化対応は、世帯型住宅にバリアフリーを付加して取り込むものが一般的であり、介護を可能とするような住宅への特別な対応は難しいと考えられるが、将来的に内装、設備、建具などの部材での高齢化対応は、まだ余地を残している。

近年、自治体財政事情から公的住宅の民活やPFI導入が話題となっているが、賃料徴収や運営管理のリスクが大きく、当面、建設あるいは分譲の場合に限られている。しかし、今後、公的住宅分野への民間参入が広がると、その高齢化対応にも幅が出てくる余地がある。

(2) 高齢者向け住宅の特徴

今回の調査で、高齢化に対応する住まいづくりとして二つの傾向がある事がわかる。その一つは、普遍的な住宅供給を前提として、まだ元気なアクティブ・シニアを対象に、世帯型住宅にバリアフリーを取り込むもので、主としてハウスメーカー住宅や工務店住宅が取り組むケースや公的賃貸住宅などに見られるものである。もう一つは、高齢者個々の身体能力の変化や生活価値観の違いに対応した個別性の高い住まいづくりを行うもので、住宅設計者やリフォーム業者によって取り込まれるケースにおいて見受けられるものである。以下に、その高齢者向け住宅の特徴について、要点をまとめてみたい。

バリアフリー

通常、バリアフリーとは、身体能力の低下した高齢者のための段差解消と受け止められている。しかし、多数の高齢化対応の実績を持つ住宅設計者やリフォーム業者が唱える「高齢者の心のバリアフリー、暮らしのストレス解消」という発想が、高齢者の住まいをつくる基本的な考え方として強い印象を残している。つまり、大手ハウスメーカー住宅の場合、究極のバリアフリーを「平屋」であるとし、住宅設計者やリフォーム業者の場合、「高齢者の生活行動のバリアーをなくす」と言うように、「同一フロアでの移動し易さを確保する」という点において、両者の発想は共通である。但し、やむを得ず2階建てとなる場合には、できるだけ緩い階段や住宅用エレベーターを設置している。また、段差は10cm以上の大きな段差よりも、絨毯の厚さなど10mm以下の段差が問題と指摘されており、高齢者が水平移動しやすい動線設定、転倒を防ぐ滑りにくい床材の採用や、移動を補助する手すりの設置などが行われている。

間取りと動線

バリアフリーの具体的展開は、間取りにおいて顕著となる。住宅設計者、リフォーム業者が「高齢者の居室は水回り三点セットのワンフロア」と言うことに示されるように日常生活の行動のし易さが重視されている。日当たりの良い広めのダイニングに直結し、個々の空間が介護や車椅子にも対応できる広さを持ったバス、トイレ、洗面、台所を設置する。また、夫婦のみの世帯の場合には、キッチンカウンターで対峙する方式よりも、従来の公的住宅のDK方式のように、キッチンから振り返って食卓を置く方式の方が行動しやすく、夫婦のコミュニケーションが取りやすい。さらに、日本の住宅は収納スペースが狭く、家具を室内に置くことが多いため、震災等の場合、転倒の危険につながるなどの指摘もある。このため、高齢者住宅では、できるだけ収納スペースを多くとって室内に設置する家具を少なくすることや、家具と住宅をうまくかみ合わせ、転倒などの無いような据え付けにする事が必要となっている。

設備

高齢者向け住宅で注意が必要なのは、冬期における部屋ごとの温度差であり、浴室やトイレの寒さが脳梗塞の原因の一つとも指摘されている。ちなみに住宅内での事故死は交通事故よりも多く、中でも浴室での事故が最大と言われている。このため、通常の世帯住宅では採用されることが少ない浴室やトイレへの暖房が進められ、OMソーラー方式の採用など床暖房の効果が高いと指摘されている。また火災等危険性防止の点からキッチンの調理器を電磁式にする例も見られる。この他、セキュリティの確認やスイッチの着脱の確認のためにセンサーを設置したり、音声を出すブリーカーなどが設備メーカーで開発され、採用される例が見られる。

建材

高齢者の住宅内での事故は、浴室に次いで転倒が多いと言われ、転倒しにくく、滑りにくい床材の使用が重視されており、これと併せて階段の手すりやノンスリップの設置が行われている。バリアフリーにおける高齢者への配慮は段差解消だけでなく、こういった高齢者の行動に対するきめ細かい工夫が必要である。また、総じて内装に木を多用することが高齢者に喜ばれる傾向が強く、床、腰壁、天井などに木材が多く使われている。この他、シックハウス対策や健康への配慮として自然材料が使用され、クロスの場合でも自然系繊維や接着剤として糊の使用などがなされている。

屋外

住宅の敷地規模や庭の有無にもよるが、アクティブ・シニアには園芸などの趣味活動が求められる事も多い。ちょっとした庭先でのガーデニングや家庭菜園の設置が、高齢者の日常生活における自己実現に有効だと指摘されている。また、バリアフリーは屋内だけでなく、屋外でも求められる必要があり、屋内をバリアフリーにすれば良いという固定観念が、住宅供給側とユーザーの意識のギャップを産み、入居後にクレームが発生するといったケースがヒアリング調査で示されている。屋内だけでなく屋外を含めた、しっかりした施工管理が求められる。

3-2 高齢者市場における「住宅産業」への期待

(1) 高齢者向け住宅の市場動向

需要が増加する高齢化対応

近年、新規住宅供給戸数は長く低迷が続いている。その原因は、我が国の人口における年齢構成の変化に加えて低迷する経済事情の影響が考えられる。特に、生活者市場の中心的リードターゲットであるはずの団塊の世代は、既に定年期を迎える時期が到来しており、その大半は新規住宅取得の時期を過ぎている。一方、現在の新規住宅取得層は人口構成のピークを過ぎた次の世代となっており、この層を主力とする市場構成では、当然ながら、かつてのような新規住宅供給量は見込めない。

しかしながら、現在の住宅市場が、主として50代と30代にユーザーが集中しているという視点から考えると、住宅産業全体の市場は狭くなっているものの、逆に高齢者市場としての幅は広がっていると考えられる。ちなみに、今回の調査研究で行われた高齢者を対象としたアンケート調査（第4章 資料編参照）は50代以上を対象としているため、その年代層以下との検証はできないが、今後の購入・買い換えを希望する割合が、回答者全体では13.6%を占めているが、50代の割合に絞ってみると25%と他の年代を大きく上回っており、この事からも50代にユーザー層のピークがあることが確認できる。新規住宅取得の場合、50代は近い将来の高齢化への準備期の世代であり、もう一方の主力ユーザー層である30代の新規住宅取得の場合も、親の世代との二世帯住宅の割合が高いとの指摘から考えると、高齢化対応の住宅需要は、新規住宅供給の過半を占める主流であるとも言え、今後の少子高齢化の進展と共に、その傾向は一層高まるものと推定される。

また同時に、既にその大半が住宅取得を済ませていると見なされる団塊の世代が、定年期を迎える時期にあるという事は、その家族構成や世帯環境の変化に伴う住宅リフォームの需要層が増大することを示している。このように住宅産業全体の市場性が狭まる中で、高齢者市場としての「住宅産業」は、今大きく成長する余地を残していると言える。

高齢化対応の多様性

前述したように、高齢化対応は住まいづくりの普遍的テーマである。と同時に、身体能力の変化や生活価値観は個人に属するため個性が強く、結果として高齢化対応は多様にならざるを得ない。

この多様化する高齢化対応の中でも、住まいと街のバリアフリー化は、第一に挙げられる。そのため、普遍化された住まいづくりとして、バリアフリーの水準をレベルアップしていく事や、間取りなどの建築計画を始めとして、設備や建築材料の開発を進める事が必要である。次いで、個々の高齢者のニーズに対応するためには、本調査研究における先駆的事例に見られるように、個々のユーザーの生活価値観と行動をユーザーとのコミュニケーションを通して理解し、「心のバリアフリーから生活行動のバリアフリー」を実現する提案が求められる。これらの対応は、まさに多様性の極地と行うことができよう。すなわち、技術的な対応の選択は共通しているが、むしろ対応のプロセスが重要だという事なのかもしれない。

(2) 住まいづくりにおける高齢者のニーズ

今回の高齢者を対象としたアンケートでの結果を踏まえて、住まいづくりにおける高齢者のニーズをまとめ、先駆的対応事例でのヒアリング調査結果をあわせて検証してみたい。アンケート調査結果の詳細は「第4章 資料編」の項を参照されたい。

住宅の購入・買い換えの動機

住宅の購入・買い換えの希望があると回答した人は13.6%に上るが、その動機の内訳を見てみると、1位が「自宅の老朽化(39.2%)」、2位が「介護・老後(20.4%)」、3位が「子供との同居(12.0%)」となっている。この結果から、家屋の老朽化と同居を含めた高齢化対応とが重なる複合的な動機付けこそが、実際の需要に近いものであると考えられ、しかも、その多くは既存住宅の建て替えが多いものと推定される。実際の住居取得者や改装実施者を対象としたヒアリングの結果とニュアンスは異なるものの、その傾向は一致している。

住まいづくりの方法

住まいづくりの方法は1位が「リフォーム(20.8%)」、2位が「建て替え(17.2%)」、3位が「所有地に新築(15.2%)」、4位が「土地を購入して新築(10.4%)」の順になっており、1～3位を合計した現住地での改装・建て替え・新築が過半を占めているように、既に住宅を所有していると見られる層の回答である事が強く伺える。この傾向は、持ち家率が高いと言われる東海地域の特徴とも考えられる。一方、住まいの選択肢の一つとして高齢者向け住宅・施設が7.6%あることが着目される。これは、特に都心部における傾向が反映しているかもしれないが、今後の住まい方の需要を先取りするデータのように思われる。

住宅の構造・国産材の使用

住宅の構造については、圧倒的に木造志向が高く、岐阜市内で6割、名古屋でも5割弱の希望があり、この結果は、ヒアリング調査による木造志向の高さを裏付けるものでもある。なお、名古屋市内ではRCが2割ほどあり、マンション志向が現れている。

国産材を使用した住宅に関しては1位が「木の持つ感触が良い(64.8%)」、2位が「木の香りが心地よい(45.6%)」、3位が「地域の気候風土に適している(37.6%)」となっており、岐阜、名古屋に限らず圧倒的な支持を得ていると見なされ、現場での木の人気の高さをアンケート調査でも裏付けている。

住まいづくりで重視されること

住まいづくりで重視されることは1位が「日当たり・風通し(48.8%)」、2位が「耐火・耐震性(32.8%)」、3位が「間取り(26.4%)」、4位が「高齢時の住み易さ(25.6%)」の順になっている。住まいの条件として、日常的な快適さと安全性が基礎となり、使い勝手や住み易さと併せて、高齢化対応を意識しているようである。

高齢期の住まいの種類・配慮

高齢期の住まいの選択では1位の「現在の住宅を改造する(34.4%)」と2位の「現在の住宅に住み続ける(25.2%)」とを併せてほぼ6割を占め、次いで3位の「介護専門施設への入居(12.8%)」と5位の「ケア付き住宅に入居(4.8%)」とを併せて2割弱、4位の「子供との近居(5.2%)」と6位の「子供との同居(3.2%)」とを併せて1割弱となっている。この事から、高齢者は現在地での居住志向が高くなる傾向がある事が伺え、住宅設計者やリフォームの現場で「高齢者のストレスをなくすため、住み慣れた風景を大きく変えないことがポイント」であるとの指摘が頷ける。

また、介護が必要な時点では、子供の世話になるよりも専門施設に入居する希望が高いことがわかる。名古屋地域において、この傾向が岐阜地域よりわずかに高いものの、大差は見られない。

さらに、身体が衰えた時の配慮としては1位の「動きやすく使いやすい(58.0%)」と2位の「維持管理しやすい(44.8%)」への回答が高く、3位の「家庭菜園や園芸ができ

る(27.6%)」以下を大きく引き離している。このことから、高齢者の自立した生活への意欲が強く読みとれる。

購入価格

今回のアンケート調査においては、回答者に若年層を含んでいないため住宅購入予算を検討する層としては、比較的高額な層が多いように見受けられる。価格帯区分の回答では、2,000万円以上3,000万円未満と回答した人の割合が27.6%と最大になっているが、それ以上の額と応えた層の回答と合計で概ね半分程度を占めている。一方、2,000万円未満との回答の合計は約3割程度となっており、ヒアリング調査結果とあわせると、1,000万円以上2,000万円未満あたりの価格帯が、新築とリフォームの分かれ目になっているのではと想定される。

(3) 高齢者向け住宅に求められるもの

これまでの調査内容から、高齢者にとって快適な暮らしを実現するためには、高齢者市場において「住宅産業」の果たす役割が大きいことがわかる。それは、個々の高齢者のニーズに応じた確かな住まいを安定価格で供給する事であり、そのためには、個々のユーザーと密接なコミュニケーションを図ることによって、その住まい方のニーズと価値観を理解し、これを高齢者の住まいの中で適切に組み合わせ、さらに維持管理を含めて安定した価格で提案していく事が求められている。さらに、高齢者向け住宅を考える上では、一般世帯の住宅とは異なる視点からの対応を行う必要がある。それは第一に、家族形態の変化への対応であり、旧来のような大家族での同居、次世代との隣居・近居、高齢夫婦のみ、あるいは単身居住、高齢世帯や単身者の集住といったバリエーションの選択を検討しなければならない。第二に、身体能力の低下への対応であり、安全・安心・健康を基本に、前述のような間取り・設備・建材など、個々の高齢者の実状に対応した住み易さの工夫が必要となる。第三に、時間に余裕のある高齢者の生きがいと自己実現への対応であり、アクティブ・シニアに対しては、家庭菜園や園芸、趣味活動のできる環境づくりが求められる。このように、高齢者の住まいづくりとは、個々の高齢者の生活と価値観に即して、上記の視点による対応を適切に組み合わせることで実現されなければならない。

しかし、個々のユーザーが、自らのニーズを最も良く知っているとは言えるものの、自らの老後の住まい方に対する対応の方法は、仮に希望があったとしても、実際に起きる事態への予見性は持ちにくいのが常である。そこで以下に、これからの高齢者市場において「住宅産業」に対して期待されるべき対応とは具体的に何かを述べてみたい。

高齢者ニーズの多様性への対応

各事業者が、事業展開の上で得られた様々な情報や経験等を踏まえて、住まい方への予見性に基づく適切な提案とアドバイスを行うことが期待される。具体的には、まず高齢者が、自らの生活価値観に対応して住まいづくりを選択しやすいように、個別性の高い高齢者の住まいづくりにおける現場での経験を普遍化し、適切に情報化していく事が必要である。その際には、高齢者向け住宅を建設した時点での情報以上に、アフターケアによって得られる情報が貴重である。アフターケアの良さはアンケート調査結果でも高く求められており、「住宅産業」にとっても重要なキーワードの一つになる事と考えられる。

ユーザーへの先験的な提案、アドバイス

住宅供給で最も多いクレームは、ユーザーが予見できなかった事態の発生とその事態に対する「住宅産業」の対応である。ユーザーにとって、住宅への投資は生涯所得の相

当額をつぎ込む商品であり、とりわけ高齢者向け住宅は、一度着工・建設してしまうと、やり直すという再投資をしにくいケースだけに、住宅供給者側が、将来発生するであろう事態への対応を先験的に提案し、適切にアドバイスすることが必要である。そのため、単一企業内の情報に止まらず、業界、学会などを巻き込んだ情報の普遍化が必要である。

住宅供給価格の安定化

今回の先駆的対応事例におけるヒアリング調査では、都市側の設計者や工務店が資材の安定供給と価格安定のために産直方式を進める事例が見受けられた。「住宅産業」が、今後の高齢者市場での事業展開を視野に入れる上において、単に木の使用に限らず、このような製造者と消費者が近づき、価格を安定させる努力や仕組みづくりを積極的に検討することが期待されている。

3-3 高齢者市場における「住宅産業」の課題

(1) 「住宅産業」に対する全般的課題

これまでも述べたように、近年、「住宅産業」を巡る環境は大きく変化しつつある。ここでは、現在「住宅産業」が抱える住宅供給の全般的な主要課題について述べてみたい。

量的不足から質的充実への転換

住宅政策が大きな課題であった時期には、戦災による住宅不足、大都市圏への人口集中に伴う住宅不足、持家指向と一戸建て・土地神話など、一貫して量的充足が日本の「住宅産業」を支えてきたと言っても過言ではない。

同時に、住宅様式の面では、生活の近代化や生活改善の名の下に、動線や家事の軽減など機能一辺倒の家造り、健康に悪いとの理由による畳など床座の否定、プライバシーの絶対化によるふすまや障子による部屋区画の否定、防火や耐震のための木造在来住宅の否定など、伝統的住まいの様式がほぼ全否定されてきた経過がある。この為住まいの質が課題となる場面では、洋風化の度合いや機能性、機械設備の水準などが主要課題とされてきた。

従来、「住宅産業」にとって最大の顧客であった団塊の世代は、このような住宅需要の中心的な担い手であったが、日本の高度経済成長を一身に支えてきたこの世代が、ほぼ数年の後には60歳を超えて一線を退く時代に入り、住宅需要の在り方も大きく変わろうとしている。

人口の減少が現実のものとなり、世帯数のピークも間もなく訪れると予測されている今日において、すでに住宅ストックは世帯数を10数パーセント以上も上回っているといわれ、適正な空き家率とされている10パーセント前後を超過している状態にあり、量的不足の問題はすでに解決していると言えよう。これによっても、住宅供給問題は、量的充実から質的充実へ、課題の中心が移行している段階にあることは明らかである。それでは、住宅に求められている質的充実とは何であろうか。以下に述べてみたい。

第一に、基本的な事であるが、安全性や利便性、設備的快適性、耐久性の高さである。すなわち、地震に対する安全性、台所や風呂便所など水回りの利便性、日当たりや室内の温度を一定にする快適性などが、住まいにおける主要な快適性評価として求められる。また、高齢化に伴う身体能力の低下に対するバリアフリー対策は、すでに一般住宅においても常識化し、基本的には比較的若い世代向けの住宅に於いてすら取り入れられている。また暖房の快適さを求め、床暖房が取り入れられ、断熱材の使用や高气密化、太陽熱利用など様々な機械的装備が快適性装備として導入され、一般的には住宅の質的向上の一つとして評価されている。

第二に、単に居住面積の広さを追うより、暮らし易さを重視する事である。床面積が極端に狭かった時代には、各部屋の面積を少しでも広くする事が質の向上であり、床面積の広さが住みやすさの指標、目標であったが、核家族化や少人数家族の増加により、家の広さが達成すべき目標では無くなったのである。

その反面、住宅は自分の暮らしの質にあっていくかが問題とされる。各自のライフスタイルには多様性が有り、またその家族のあり方も様々であって、規格的かつ画一的な住まいでは満足出来なくなっている。そのため各部屋も居間、子供部屋などの固定化された役割を割り当てたものから、各家庭の必要とする多様で、且つフレキシブルな用途に対応するものが求められている。つまり、4LDKといった区画された部屋数を求めるより、かつての座敷や続き部屋の様な、広い部屋を多様な用途に使用できる間取りなどが再評価されている。

第三に、便利・機能に加え、楽しさ、気持ち良さが住まいに求められている事である。先に述べたように、ユーザーの関心は、従来の機能中心の住まいから、ゆとりや快適な時間を過ごすための空間へと向いている。

かつて、一般のサラリーマン世帯において、住まいとは主婦にとっての子育て家事空間であり、男性にとっては会社勤めから寝に帰る場所であった。しかし、団塊の世代では子育てが終わり、自らも社会の第一線から退く時期になっており、また若い世代にとっては、会社での生活より自分の家庭生活や生き甲斐を重視するライフスタイルへの変化が生じている事から、今日住まいとは、大半の時間を自分の生活のために過ごす空間となってきたと言える。そのため窓からの景色の良さや、ガーデニングのできる庭とベランダ、吹き抜けや光の演出、自然の素材を用いた壁や床の材料等々、生活を楽しむ環境を実現できる住まいが評価されている。

第四に、風土や伝統的住まいに回帰する傾向が見られる事である。近代化、合理化、機能性といった掛け声の元で高度経済成長を達成してきた60代、70代の人々が、一服して自分の時間を持つようになった現在、子供の頃に体験した日本の生活や地域の暮らし方に対して懐かしさと同時に、それが気持ちの休まる空間である事に、改めて気付き始めている。そのため、住まいだけでなく、田舎暮らしや高齢者の山歩きブームなど自然環境への関心が高まっている。

加えて、住宅建築の現場においても、シックハウスに対する関心も手伝い、土壁や無垢の木材の使用、モルタル塗りをさけて漆喰を使う、防腐剤の代わりに柿渋を塗るなどの伝統的素材の再評価や傾斜がみられる。これは単なるブームとも言えず、近年では国土交通省でも大口径木材の防火性能を評価する動きや、在来工法の耐震性、耐火性能評価などが進められている。こういった、日本の気候風土にあった住まいづくりの知恵を生かすことが、現在でも住宅づくりにおいては重要なのである。

住宅から居住環境へ

高度成長期に、ひたすら郊外へ広がっていった住宅も、大都市圏への人口集中が止まった事や、長時間の通勤を好まない生活像が定着し始めた事で、生活の利便性が高い都心へ回帰する動きが始まっている。これには、土地所有や一戸建て住宅に対する信仰が崩れ、高層共同住宅への心理的抵抗が薄れた事が背景にあると思われる。

一方で、宅地と田畑が虫食い状に混在し、生活サポート施設も身近にない郊外では、今後の高齢化の進行に伴い、生活が成り立たなくなる可能性もある。つまり、住宅が単体で評価される時代から、居住のための環境や施設が充実しているかを問われる時代となったのである。従って、今後は居住環境としての条件が整わない郊外住宅地の再編が必要となる。つまり密度の低い住宅地としての環境を生かしながら、郊外電車の駅周辺などに地域の核を形成し、医療・介護の高齢者サポート施設を設けることや、住宅立地の再編などを通じ地域の居住環境を整えていく事が、長期的には必要である。また、身体的障害が起きた高齢者をサポートする施設や、在宅での生活を地域で支える仕組みなどと共に、高齢者が自宅で居住を継続できるような住宅の改善も重要になるとと思われる。

よって、今後の住宅需要は、今日までのような、単なる住宅不足への対応から、居住環境改善や暮らしの文化を創り上げるための需要へと転換し、住宅に対して何を充足すべきかが、より一層消費者に問われる時代となる。

(2) 「住宅産業」における高齢者向け住宅の捉え方

住宅産業全般の需要動向の中で、高齢者向け住宅の捉え方について整理してみたい。

住宅需要のピークは30代と50代の二つにあると、先に述べているが、高齢者向け住宅においては、加齢を動機とする住宅需要の発生が指摘でき、この場合二つのケースが考

えられる。第一のケースは、ユーザー自身が50代に入り、将来的な生活を予想して準備を始めるケース、または、すでに高齢期に入り、それまでの生活パターンが変わるか、身体的能力の低下が予見・発生している場合である。第二のケースは、自分の両親などの加齢に伴い、現在すでに問題を抱えているか、または将来問題を抱える可能性に対して、あらかじめ対応をしようとする場合である。

第一のケースについては、将来の生活予想が、いまだ漠然としている段階であったり、身体的にはまだ問題を感じない段階であったとしても、将来の加齢に伴い発生する問題を、経済的余裕のある段階で対応しようとするものである。先に述べたような、多様で豊かな生活の価値観を住まいに求め、単に加齢に伴い発生する身体的障害に対応するための機能的解決のみを求めるだけでは無いと思われる。

また、住宅改善の具体的動機としては、建物の老朽化が前提としてあるが、子供が家から独立した事により空き部屋が出来るなど、生活空間が無駄になってきた場合や、通勤の制約が無くなり、自由に住む場所を選択する事が出来るようになった事などが考えられる。なお、本調査研究におけるアンケート調査結果によれば、高齢者の住宅改善はリフォームや現地での建て替えが主流となっている。しかし、この機会に住まいを買い換え、居住地の移転や高齢者向けの施設、住居を選択するなどの思い切った方法を考えるケースも少なくはない。

第二のケースについては、住まいを造る主体が親であるか子供であるかによって違いはあるものの、高齢になってからの生活行動の不安を、同居や近居といった家族のサポートによって対応しようとするものである。この場合は、サポートのしやすさなどの機能的な面や、家族関係への対応などが主な関心事となる。

具体的には、敷地や建物の規模に余裕のある場合、親の住宅を改造するか建て替えて子供世帯が移転してくるケースや、逆に子供世帯の家を改造・建て替え、親世帯と同居するケース、さらに新たな土地を購入し、2世帯同居の住宅を建設するケースも見られる。このような場合、完全に分離した2世帯住宅を求める場合や、親世代の住まいを、いわゆる隠居部屋のように付属させる場合がある。しかし、いずれにせよ親世代の住居部分は何年か後に不要になることが予想される。そこで、当初は簡便なものを想定して住宅建設計画を立てたものの、生活を楽しむ工夫をする過程で、子供世代が将来の生活をより楽しめる充実した空間として建設された事例も見受けられる。

なお、すでに親が障害を見せ始めた段階においては、緊急の対策としてバリアフリーのための各種対策を行うなどの居住空間の改善が優先的に行われ、この場合にはリフォームや小規模な改善で対応する事が多い。また、各種ヒヤリング調査の中では、このような緊急的な対策以外にも、様々なケースが見受けられる。例えば、地方に居住する両親を子供が呼び寄せ、2世帯で居住するための住宅づくりをした事例や、独身のキャリア女性姉妹が母親と同居し、将来的には親しい人と共同生活をするコレクティブハウスを目指すなどの事例が報告されている。

以上のように、高齢者の住宅需要としては、各種状況に応じた多様な住居形態の動機と可能性が存在し、単に高齢者向け住宅を身体的問題に対応するためのバリアフリー住宅と捉えることは問題があると思われる。

(3) 高齢者向け住宅における課題

以上のような背景から、「住宅産業」における高齢者向け住宅には、以下のような課題が指摘される。

第一に、身体能力の後退をカバーするための機能的配慮の必要性である。身体能力の低下に対する対策は、高齢者向け住宅を供給するに当たり必要不可欠の知識であり技術である。但し、一般的にバリアフリーといわれる各種の技術や対策は、その身体能力の程度、あるいはそれまでの住生活習慣と大きく変わる場合、かえって心理的違和感を引

き起こし、精神的なストレスをもたらす場合がある。

例えば将来の介護を考慮し、従来は畳で寝ていた生活をベッドに変更するなどのケースでは、それが理想的である事は理解していても、実際にベッドで生活してみると違和感を感じ、結局は畳の部屋で寝ることになるケースが散見される事や、バリアフリーに配慮した洋便器がなじまず、和便器を求めるなどのケースも見受けられる。また、家の造りや素材が大幅に変更されると、居住空間に違和感を感じたり、自分の家らしくないと言った感想が寄せられる場合もある。よって、高齢者の個別の生活環境状況を十分掌握して対応する能力が必要とされる。

第二に、世代の成熟化に伴う家族関係などの再編成に配慮する必要がある。現代の生活では、家族全員が同じ地域で生活する条件は少なくなっており、親世代と子供の家族との関係は様々な様相をみせている。このため住まいの形態も、同居、同居、呼び寄せ、別居、施設入居などの選択肢が考えられ、高齢者の住宅需要には何らかの形で家族関係が反映していると見るべきであろう。これらの需要に対しては、画一的な対応が困難である事から、個別的家庭事情を反映できる計画対応力や家族間の問題を調整する能力が求められる。

第三に、高齢者の時間的余裕を生かす余暇活動を充実する為の活動空間の確保が課題である。定年を迎え、職場を離れた後の生活スタイルについては、本人すら明確に想定できていない場合が多い。そのため、各種アンケート調査などでは高齢者向け住宅への要求については機能的要求が中心となりがちだが、潜在的には様々な要求があると考えられるべきであろう。余暇の時間が飛躍的に増える事は事実であり、充実した余暇の時間を過ごす事は、自分の住まいの在り方と必然的に関係するからである。特に、高齢者の多くを占めるアクティブシニアにとって、第二の人生とも言うべき退職後の生活は、様々な可能性を秘めた時間である。住宅改善の主要な動機の中で、このような自らの環境を創るといった潜在的な需要は見逃せない。具体的には、家庭菜園の出来る家や自然豊かな環境の中での生活空間へのニーズ、あるいは自らの手で家造りを楽しんだり、ボランティア活動の拠点として地域の人達が集まりやすい家へのニーズなど、多種多様なニーズが存在すると考えられる。高齢者の住宅需要に対応するためには、バリアフリーなどの機能的対応に加え、これらの潜在的ニーズに配慮した柔軟な対応が必要である。

第四に、機能的な快適さに加え、心理的な快適さを創りあげる素材や工法などの採用が課題である。一般的な住宅建設における課題としても述べたが、特に高齢者にとっては体力低下に伴い、シックハウス症候群など薬品被害に対しても影響を受けやすい事や、かつての生活の中で触れた原風景的環境が安らぎをもたらすなどの理由から、自然素材の活用や工法、伝統的建築様式による環境づくりが特に必要である。

(4) 高齢者市場における「住宅産業」への提言

これまで述べたように、21世紀の本格的な少子高齢化社会を迎えて、「住宅産業」においては、大手ハウスメーカーだけではなく、工務店・住宅設計事務所・リフォーム業者など、多くの分野で高齢者向け住宅に対する取組みが進んでいる。しかし、高齢者の住宅需要については、機能的対策のみでは解決しえない数多くの課題が含まれているという特徴がある。よって、「住宅産業」が高齢者向け住宅の市場へ多種多様な事業展開を図るためには、克服すべき課題も少なくない。以下に、高齢者市場に対する「住宅産業」への提言をまとめてみたい。

住まい方の情報を中心とする産業への転換

「住宅産業」の中心が、すでに高齢者対応の需要に移行している事は述べたが、住宅需要全体が量的に低下する中で、逆に高齢者対応の需要は、その比率を上げていく事は間違いない。そういった状況の中、高齢者市場での優位性を保つためには、住まい方の

情報を中心とする産業への転換が必要である。それは、豊かな人生を送る環境づくりをサポートする産業への転換を意味している。つまり、高齢者需要に対応する企業としての基本的スタンスとして、建設技術を売るだけでなく、地域の生活やコミュニティーに詳しく、人生充実の為の環境づくり、「安心・安らぎ」への価値観を提供できる素材や技術の情報を提供できる企業への転換が求められている。

個別性の重視と対応能力の強化

高齢者向け住宅の需要の動機は様々であり、個別的対応が欠かせない。また、高齢者対応には、新築からリフォームまで幅広く柔軟な技術的対応が必要であり、大手ハウスメーカーに見られる標準的で規格化された住宅づくりではなく、顧客の潜在的要求や家族関係の変化にも十分配慮出来る能力を付ける必要がある。と同時に、その対応策について、様々な経験や手法が地域自体に蓄積されている事を忘れてはならず、地域に密着した営業や建設活動、きめ細かい計画・設計対応が求められる。

積極的な自然素材の活用

大手ハウスメーカーを始めとして、戦後の住宅供給のほとんどは、価格の安さや施工の容易さ、低い技術力であっても施工が可能で、一定の機能保証が得られるなどのメリットによって、工業化製品の多用が特徴となっていた。しかし、「住宅産業」を巡る環境は、住宅保証制度の発足や、資材からの揮発性物質などによる健康被害の防止義務など、消費者の健康と安全確保に向けて大きく転換している。高齢者向け住宅においても、「健康問題」「環境問題」といったコンセプトは重要視されており、積極的に自然素材を活用する事が、今後の高齢者向け住宅の市場において、優位性を保つための重要なポイントである事は間違いない。この点、岐阜県には、豊かな林業資源が身近に有り、産地直送型の住宅供給経験も極めて豊富である。よって、身近な自然素材や、地場工務店に残されている優れた技術を積極的に活用する事も必要である。

地場工務店の優位性

以上のように、「住宅産業」が、高齢者向け住宅の市場で積極的な事業展開を図るためには、住まい方の情報を中心とする産業への転換、個別性の重視と対応能力の強化、積極的な自然素材の活用がポイントとなる。そして、これらは本来、在来の技術を基礎とする地域の地場工務店が持っていた技術や情報であり、かつ顧客と接してきたスタイルに近い。規格化された住宅をマニュアルに従って供給する事でシェアを大きく伸ばしてきた大手ハウスメーカー等に対して、地場工務店は設計・建設に係わる情報や技術水準において、少なからずハンディーを持っているかもしれない。しかし、高齢者向け住宅の市場においては、ユーザーに対してきめ細かい対応ができる技術や対応力を備えた地域の地場工務店の事業スタイルこそが求められているのである。

但し、住宅市場全体が縮小方向にある中、地域の地場工務店が高齢者向け住宅市場における事業者として、その優位性を充分生かした住宅供給を行っていくためには、ますます多種多様化していく高齢化対応へのニーズに対して、より一層積極的に取り組んでいかなければならない。そのためには、消費者のニーズに合わせた情報収集活動を展開し、地域でのきめ細かい営業やコミュニティーとの一体的な活動、かつての伝統的技術の再生などに注力し、地場工務店としての事業スタイルをより一層強化させる必要がある。

3-4 高齢者市場における「産直住宅」の展望

(1) 「産直住宅」の在り方と地場産材の活用

産直方式とは、消費者運動の中から生まれてきた流通の一形態である。当初は消費者側から、商品の中間経費を減らす目的で、生産者と消費者が直接取引する事を狙ったものである。しかし現在では、このような流通経費を減らす目的の他に、生産者と消費者が直接交流する事によって、商品の品質確保や安全な商品の供給を受ける事ができるなどのメリットがあり、それが産直方式を選択する動機の一つとなっている。

「産直住宅」についても、本来は林業を営む木材産地の供給側と、住宅を購入する都市部の消費者側とが直接取引しする事による経済的メリットと、木材に関する高い商品知識を生かす事のメリットを狙って行われたものである。しかし、現在の産直住宅の多くは、国外からの輸入材に市場を奪われた国産材の林業振興という目的のために、産地の供給側から都市部の消費者側への働きかけが中心となっており、当初の消費者運動的な側面が失われつつある。一般に、「産直住宅」の形態については、木材を直接都市部の消費者や工務店に供給する素材供給型のものと、素材供給に加え、建設する技術者が都市に行き、工事までを行う一括供給型のものがあるが、岐阜県における産直住宅も、後者の一括供給型に属していると言える。

しかし、このような供給形態は都市部の消費者側と木材産地の供給側との交流が薄れ、単に無垢の木材を使う建設業者としての機能しか果たし得ない可能性がある。そこで、近年になって都市部の工務店や消費者団体が木材産地の供給側との交流によって木材の提供を受け、さらに山や林業を学ぶための交流まで行うなどの取り組みをしている例が見受けられ、一部の産直業者の間でも「現場見学会」を催し、都市部の人達が「産直住宅」のできる工場を見学するツアーを組むといった動きが見られるようになりつつある。

消費者自らが木材の知識や、林業経営による森林資源の育成に関心を持つ事は、自然環境保全の取り組みを考える上でも重要な事である。高齢者向け住宅における市場では自然素材への関心が高い事から、無垢材を多用する「産直住宅」にとっては追い風となっているとも言えるが、都市部の消費者側との日常的交流が不足すると、消費者側に対するきめ細かな対応ができず、そのメリットを生かせない可能性も生じる。よって、岐阜県の産直住宅業者においても、このような都市部の消費者側と木材産地の供給側との対等で、かつ共同的な取り組みが、一層必要とされる時期に来ていると言えよう。

(2) 高齢者向け住宅と産直住宅市場の展望

岐阜県における産直体制は、素材の供給と建設が一体となったものであり、消費地である都市部から離れた木材産地の供給側に、建設の事業主体が置かれている。そのため、すでに述べたように、消費者側に対するきめ細かな相談や地域コミュニティとの連携などについては、一定の制約が生じかねないため、産直業者が、今後高齢者向け住宅の市場に大きく係わっていくための課題の一つとなっており、中でも、身体的障害がすでに予見されるような消費者への対応を想定すると、十分なサービスの提供が可能かどうか不安な点も少なくない。

このような場合、都市部の工務店などとの連携によって、きめ細かい消費者対応が可能であり、今後は都市部の工務店等との連携を強めた上で、素材提供型の産直体制に切り替えるなど検討の必要もあろう。と同時に、木材産地と都市部との直接的交流に対して、より一層力をいれる必要がある。

一方、アクティブシニアへの対応のケースでは、木材産地の供給側にとって有利な点が数多いと言えよう。例えば、都市部における住宅建設の場合であっても、大工など建築技術者による住宅建設の活動を通じて、山林や自然環境の情報提供、農山間地域での生活スタイル等様々な情報提供が可能である。また、林間地域での生活を希望するよう

なりタイアメントライフ志望の高齢者の場合には、林間地域での生活拠点づくりへの援助、土地などの情報提供、セルフビルド住宅など、地域での住まい建設援助、農村生活や林間生活の情報提供や生活指導援助など、単に建築供給に留まらない、きめ細かなサービスの提供が可能である。さらに、産直住宅による住宅建設が、より大きな活動となって広がりを見せた場合には、フォレストタウン等のような林間部において地場産材を活用した住宅団地を積極的に供給するなど、元気の良い高齢者をターゲットとした事業展開を視野に入れることが可能になる。

また、これまでの各種アンケート調査の結果や近年の住宅需要の動向から見ても、本物の木材や自然素材を活用した住宅づくりに対する高齢者の要望が大きいことは間違いない。しかも、こういった家造りが、高齢者の心理面に対してプラス方向に働きかけている事に加え、自然素材の持つ調湿機能や環境浄化作用などが、健康面に対しても良いことが知られている。このため、今後とも高齢者向け住宅における木材利用の関心は、益々高くなっていくと予想される。しかし、たとえ自然素材を利用していても、塗装に健康被害をもたらす化学薬品を用いるなど、供給側が自然素材の商品に対する知識が乏しかったり、ユーザーの側でも、自然素材に対して工業製品と同じような均質な性能を求めたりする場合には、クレームが発生するケースも考えられる。したがって、これまで述べてきたように、今後、高齢者向け住宅の市場への多種多様な事業展開を進めるためには、無垢の木や自然素材をふんだんに使う住宅づくりを全面に打ち出すことに加え、地場産材を生産している人達とユーザーとの日常的な直接交流を積極的に行わなければならない。それによって、木材に対する正確な商品知識が広まり、このような問題が解消され、ひいては高齢者向け住宅の市場における将来展望を、より確実なものにすると思われる。いずれにせよ、高齢者向け住宅においては、地域の木材を活用する「産直住宅」の今後の動向が、大いに注目されていると言えよう。

(3) 高齢者向市場における「産直住宅」への提言

これまで述べたように、「産直住宅」が多方面で注目を浴びる中、「産直住宅」の持つコンセプトそのものが、少子高齢化時代における高齢者向け住宅に必要とされる多種多様なニーズに合致しているとして、「産直住宅」を見直す動きが強まっている。そもそも日本の風土条件は、地方によって多彩であり、そのため、旧来の日本の住宅には各地方の風土に適した様々なタイプが見られた。この点でも、本来地域に最も適合した住宅とは、その地域で育った地場産材を活用した在来木造住宅であるという事ができる。中でも「産直住宅」は、居住者の満足度が高いという点や、高齢者世帯ほど在来木造住宅への志向が強いという事から、「産直住宅」が高齢者向け住宅に対するニーズに、極めて高い適合性を持ち得ていると言えよう。しかし、高齢者向け住宅市場において産直住宅業者が積極的に事業展開を図るためには、克服すべき課題も少なくない。

まず第一に、産直住宅業界自体の弱点とされている、事業主体が中小・零細規模の事業者が多く、年間の建設戸数も決して多いとは言えない。木材産地の事業者による施工が主体となっており、事業活動の範囲が狭い。都市部の大工・工務店等と連携するためのノウハウが少ない。といった課題を克服する必要がある。一方、消費地である都市部の在来型工務店等には、国産材や地元産材の使用にこだわりを持って、その使用を積極的にアピールしている事業者も少なくはない。よって、産直住宅業者は、従来の営業形態に固執することなく、大手ハウスメーカーが持っている、安定かつ均質な質・量の木材の供給や積極的な販売方法、納期の短縮化や完成モデルの明確化といったノウハウを積極的に導入し、従来から住宅供給の主要部分を占めてきた、都市部の在来型工務店等と連携して地場産材を活用した住宅供給にあたるなど、産直住宅業界全体で、その弱点をカバーする“システムづくり”を検討する事が必要である。

第二に、これからの高齢者向け住宅において、重要なキーワードとなる、「人に優しく

健康的で自然にも優しい環境住宅」というコンセプトを積極的に前面に打ち出した事業展開を図る必要がある。具体的には、居住性（湿度・温度管理等の住みやすさ）健康問題（シックハウス症候群に代表される化学物質アレルギー）自然環境問題（自然素材を多用する）などが挙げられる。特に近年になって、新建材を使わない自然素材の住宅において、使用されている木材等の出す香りが、人にやすらぎを与え、健康をもたらす効果があるとされ注目を浴びている。さらに言えば、日本の住宅の平均寿命は約 26 年といわれ、米国 50 年、英国 75 年の約半分以下でしかなく、戦後建設された日本の住宅は、スクラップアンドビルド（建てては壊す）とも言われている。しかし、旧来の在来木造住宅に目を向けると、何世代にも亘って、今なお頑丈なものも少なくない。つまり住宅建築において、重要なポイントの一つは、確かな材料を選び、確かな技術でそれを生かす施工であり、この点においても「産直住宅」は「100 年住める家」を可能にする要素を充分持ち合わせている。よって、産直住宅業者は「100 年住めるこだわりの健康住宅」「木や土のぬくもりのある自然の恵みあふれる住宅」「建築廃材等で自然環境を壊さない住宅」といったコンセプトを、高齢者向け住宅市場において、より一層積極的にアピールしていかなければならない。

第三に、高齢者向け住宅に求められる多種多様なニーズに対し、きめ細かい対応を図る必要がある。現在の高齢者は元気なアクティブシニアが大半を占めており、たとえ身体に不自由な部位があったとしても、それは手足だったり、目・耳であったり、個々人によって様々である。よって産直住宅業者は、大手ハウスメーカーに代表されるような、均一で規格化されたバリアフリーの住宅をつくるのではなく、どこをどうしたいのか、ユーザーである高齢者と綿密にコミュニケーションを図り、多様化している高齢者のニーズを把握し、本当に高齢者に喜ばれる家づくりを目指す姿勢が必要である。具体的には、ユーザーの強い信頼を獲得するためにも、個々の高齢者の持つ多様性・特殊性に適合した、適切な計画・設計・施工・メンテナンスを心掛け、将来のリフォームのビジネスチャンスである、建築後の定期的な点検・アフターサービス等に注力する必要がある。さらに、高齢者向け住宅市場への参入にあたっては、基本的なバリアフリー化に対して付加価値を高めるため、様々なサービスや工夫を凝らしていかなければならない。それは、すでに一般的であると言われている「バリアフリー」から一歩進んだ「ユニバーサルデザイン」的認識による家づくりである。具体的には、「段差がない」から「段差を生かした」へ、「充分な広さ」から「適度な狭さ」といった、住宅に求められる意識の変化に注目し、高齢者に対する多種多様で豊かな空間を提供する事である。そのために、医療・介護に関する専門知識のある人材の採用や、介護福祉士やケアマネジャーの有資格者・医師等と連携して、高齢者向け住宅のノウハウを充足させる事も必要となる。

第四に、従来の「高齢者＝要介護」といった連想をすることが、高齢者向け住宅市場での事業展開を図る上で、極めて危険であるという点に注意しなければならない。従来から高齢者市場での事業展開の難しさに、高齢者自身が「高齢者」扱いをされることを好まない傾向があるという点が指摘されている。そのため、ユーザーである高齢者に対して、個々の身体機能に適合した空間や設備等を提供していく中で、ことさらに「高齢」「老人」「シルバー」等のフレーズを強調するような商品やサービスを提供する事は避けた方が無難である。ユーザーである高齢者に対しては、むしろ高齢者の、健康で充実した時間を長く維持したいというニーズに沿った、「介護予防」「自立した生活」「生きがいの追求」「自己の実現」といったようなコンセプトを前面に打ち出した事業展開を図る必要がある。

第4章 資料編

参考資料 1: アンケート調査結果概要書

4-1 調査概要

(1) 調査の目的

急速な少子高齢化という世代構造の変化の中、県民への理想の住まいを提供するために「住宅産業」が期待される役割や課題を把握し、今後の展望等を検討することを目的とする。

(2) 調査方法

調査時期

平成 14 年 12 月に調査を実施した。

調査対象

岐阜市及び名古屋市在住の 50 歳以上の住民各 500 名を住民票から無作為に抽出した。

調査票の配布・回収方法

郵送による調査票の配布・回収とした。

調査主体

(財)岐阜県産業経済振興センター。

(3) 回収結果

	発送数	回収数	回収率(%)
岐阜市	500	177	35.4
名古屋市	500	73	14.6
合計	1,000	250	25.0

(4) 調査結果の表記等

回答比率の算出方法

回答比率は、原則としてその設問の回答者数(無回答を含む)を基数として算出した。クロス集計の場合は、区分別の回答者数を基数として算出した。

小数点以下の表記

回答比率は小数第 2 位を四捨五入し、百分率で表記した。そのため、百分率の合計が 100%にならないことがある。

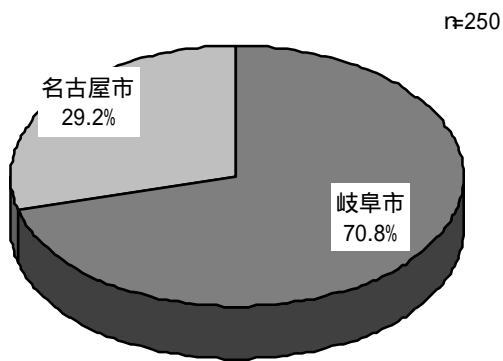
コメント、図表などにおける表記

- 1)分析コメントを読みやすく、またグラフ・表などを見やすくするために、選択肢を適宜短くして表現している場合がある。設問文ならびに選択肢の内容については、巻末の調査票を参照されたい。
- 2)図表の「n」は該当サンプル数を意味する。
- 3)「年齢区分」、「居住年数」、「居住形態」、「建築時期」、「部屋数」、「広さ」については次の通り統合化した。

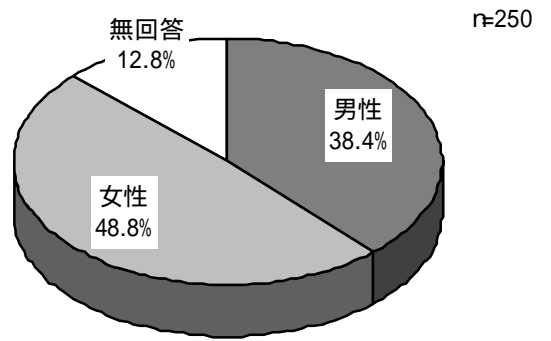
年齢		居住年数		居住形態		建築時期		部屋数		広さ	
50～54歳	50歳代	5年以内	20年以内	持ち家（一戸建て）	持ち家	5年以内	20年以内	1部屋	1部屋以上3部屋以内	10坪以下	30坪以下
55～59歳		10年以内		持ち家（マンション）		10年以内		2部屋		10坪超20坪以下	
60～64歳	60歳代	15年以内		民間賃貸住宅	15年以内	3部屋		20坪超30坪以下			
65～69歳		20年以内	公営賃貸住宅	20年以内	4部屋	30坪超40坪以下					
70～74歳	70歳代	20年以上	20年超	給与住宅	持ち家以外	20年以上	20年超	5部屋	4部屋または5部屋	40坪超50坪以下	30坪超
75～79歳		生まれた時から		その他		わからない		わからない		6部屋以上	
80～84歳	80歳以上	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
85～89歳		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
90歳以上		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

(5) 回答者のプロフィール

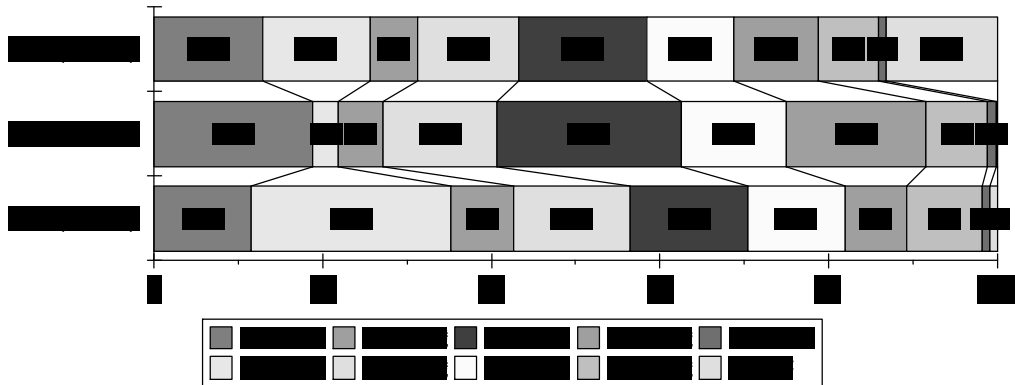
居住地



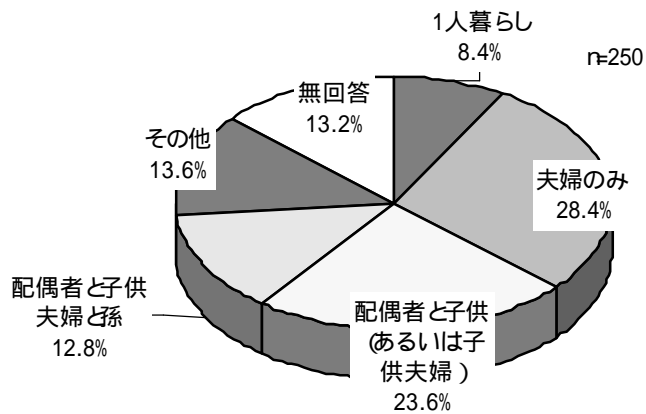
性別



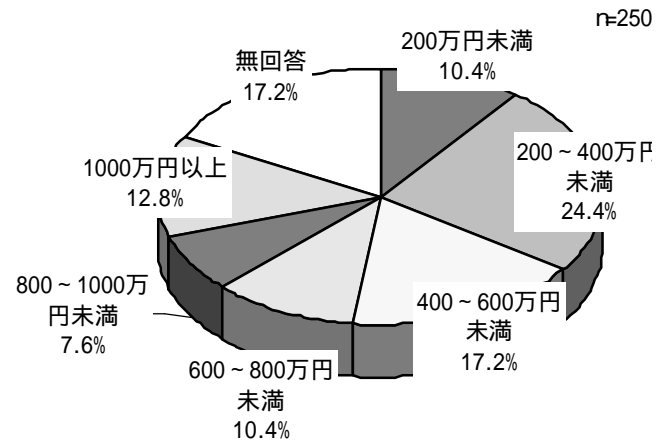
年齢



同居家族



世帯年収



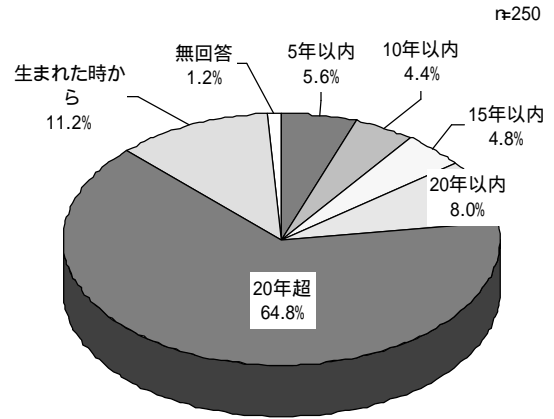
4-2 調査結果

4-2-1 住まいの現状

(1) 居住年数（問1）

「20年超」が最も多く64.8%、ついで「生まれた時から」が11.2%となっている。両者をあわせると76.0%で、全体の3/4以上が20年以上現在の居住地に住んでいることになる。（図1-1）

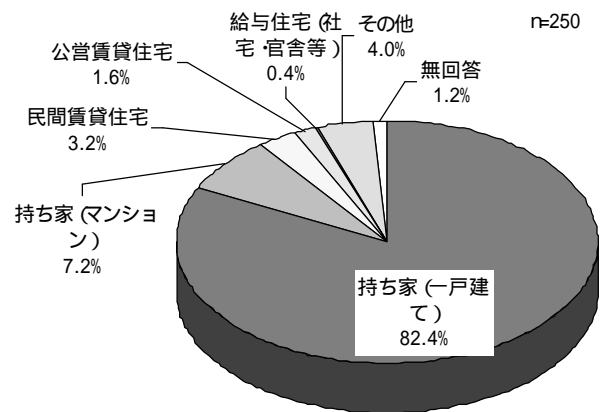
図1-1 居住年数 (単位：%)



(2) 住まいの形態（問2）

「持ち家（一戸建て）」が最も多く82.4%、「持ち家（マンション）」が7.2%で、合わせて89.6%が持ち家となっている。「民間賃貸住宅」は3.2%、「公営賃貸住宅」は1.6%、「給与住宅（社宅・官舎等）」は0.4%、「その他」は4.0%で、合わせて9.2%が持ち家以外となっている。（図1-2）

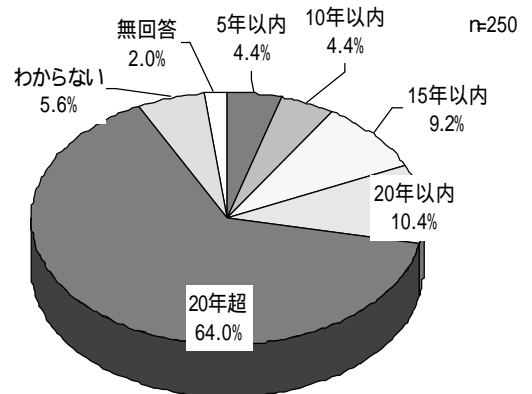
図1-2 居住形態 (単位：%)



(3) 建築時期（問3）

「20年超」が最も多く64.0%、ついで、「20年以内」が10.4%、「15年以内」が9.2%となっている。（図1-3）

図1-3 建築時期 (単位：%)

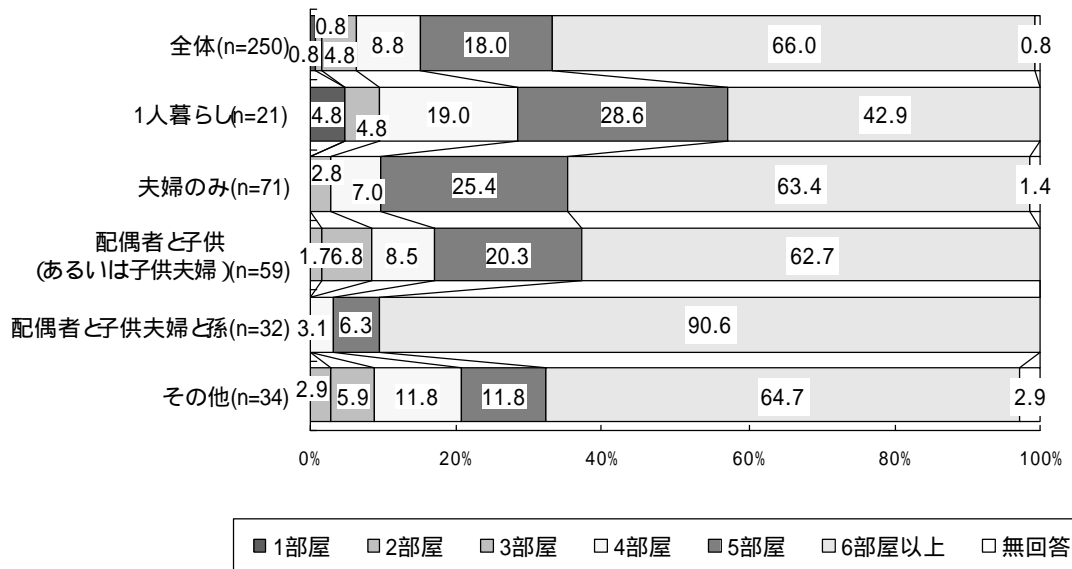


(4) 部屋数 (問4)

「6部屋」が最も多く66.0%、ついで「5部屋」が18.0%、「4部屋」が8.8%となっている。同居家族別でみると、「一人暮らし」あるいは「夫婦のみ」においても、「6部屋」「5部屋」といった住宅に住んでいる人が多いことがわかる。「配偶者と子ども夫婦と孫」については「6部屋以上」が9割以上を占めている。(図1-4)

図1-4 部屋数(同居家族別)

(単位: %)

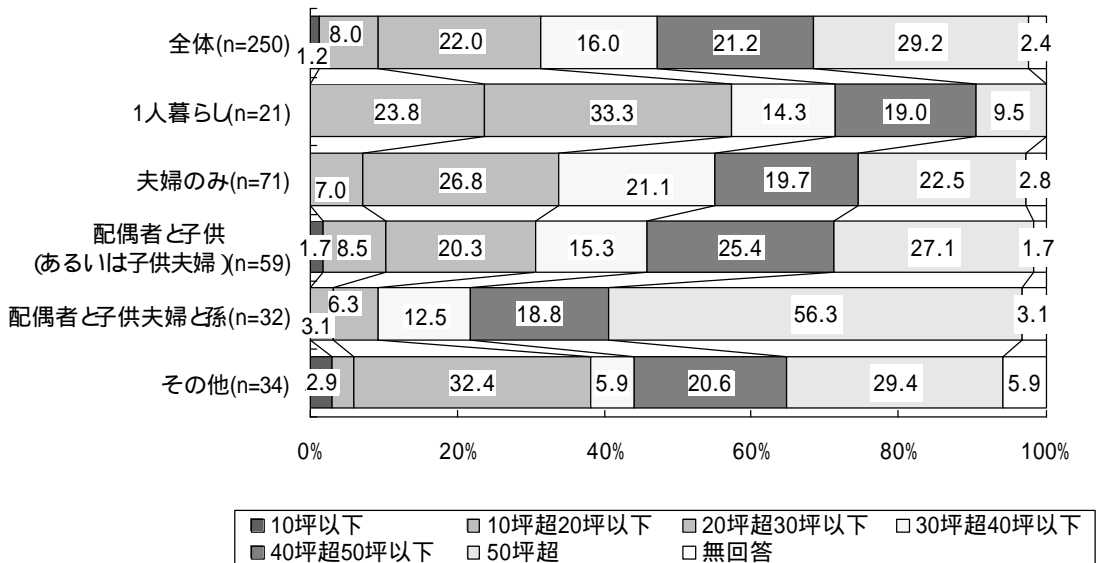


(5) 広さ (問5)

20坪以下は少数であり、20坪から50坪超については、ほぼ均等に分散している。同居家族別でみると、「一人暮らし」は20坪以下の割合が高く、「配偶者と子ども夫婦と孫」については「50坪超」が半数以上を占めている。(図1-5)

図1-5 広さ(同居家族別)

(単位: %)



4-2-2 住まいへの満足度

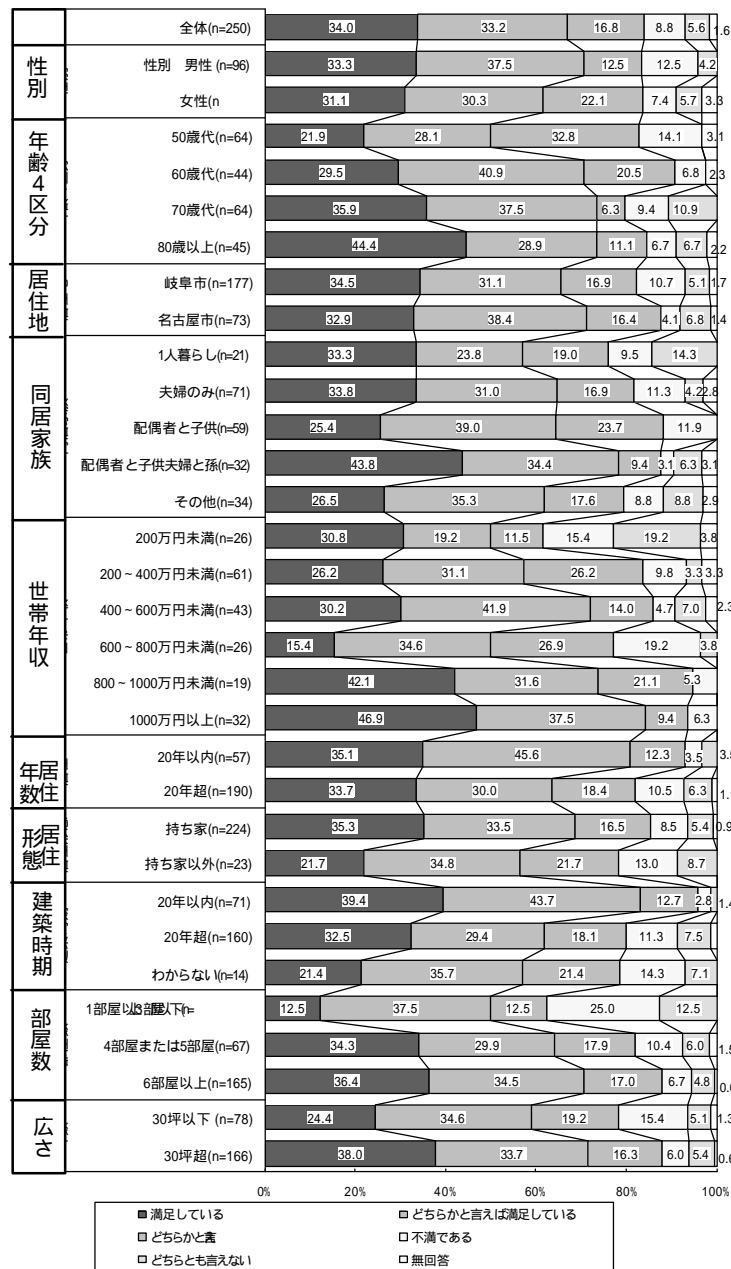
(1) 現在の住まいに対する満足度（問6）

全体では、「満足している」34.0%、「どちらかと言えば満足している」33.2%であわせると、7割弱の人が満足している。

区分別に「満足している」の割合に着目すると、年齢「80歳以上」、同居家族「配偶者と子供夫婦と孫」、世帯年収「1,000万円以上」は4割を上回っており高い。一方、「不満である」に着目すると、部屋数「1部屋以上3部屋以下」は25.0%であり、他と比較して高くなっている。（図2-1-1）

図2-1-1 住まいに対する満足度

(単位：%)



満足度の比較を容易にするため「満足している」= + 2、「どちらかと言えば満足している」= + 1、「どちらかと言えば不満である」= - 1、「不満である」= - 2、「どちらとも言えない」= ± 0として平均点を算出した。(小数点以下第3位を四捨五入)

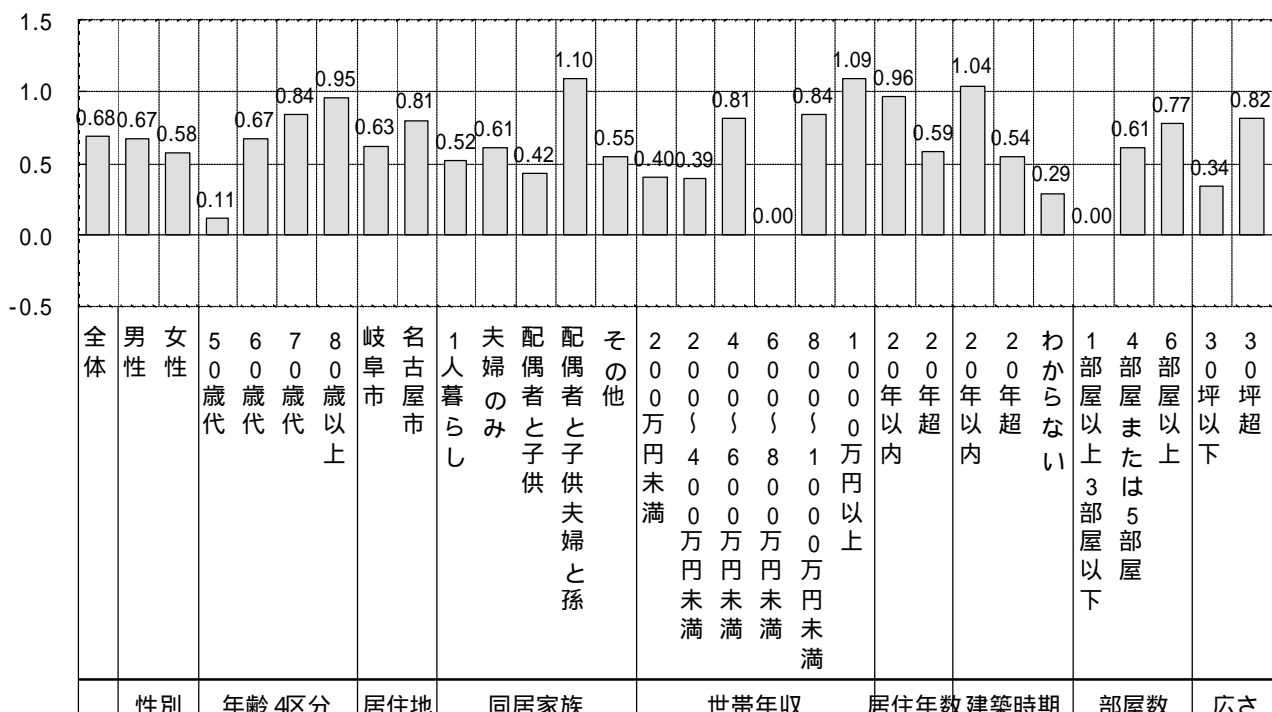
全体の満足度は0.68ポイントである。年齢別では「50歳代」が0.11ポイントで特に低く、年齢層があがるにつれてポイントが高くなっていることが特徴としてあげられる。

ほかの区分で、ポイントが高いのは、同居家族が「配偶者と子ども夫婦と孫」、世帯年収「1,000万円以上」、建築時期および居住年数が「20年以内」である。一方、ポイントが低いのは、同居家族が「配偶者と子供」、世帯年収が「100万円未満」、「200~400万円未満」、「600~800万円未満」、部屋数が「1部屋以上3部屋以下」、広さが「10坪以下」の区分である。(図2-1-2)

図2-1-2 住まいに対する満足度の点数化

(単位：指数)

ポイント

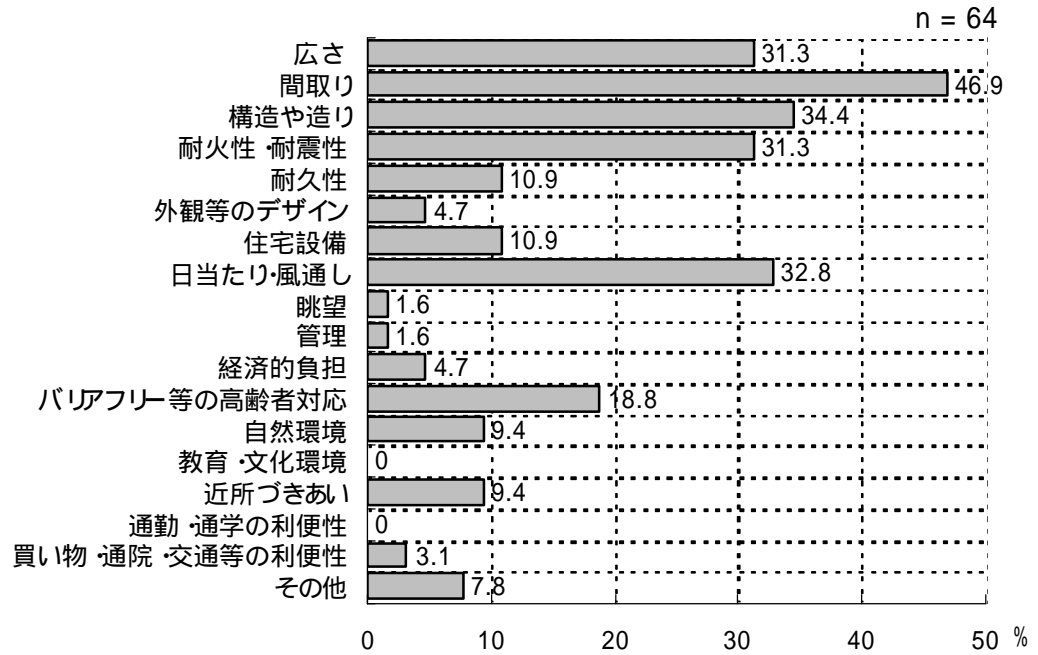


(2) 不満である理由(問7)【複数回答可】

前問で「どちらかと言えば不満である」もしくは「不満である」と回答した64名に、具体的に何が不満か尋ねたところ、「間取り」が46.9%で最も多く、ついで「構造や造り」「日当たり・風通し」「広さ」「耐火性、耐震性」が30%台でつづいている。「バリアフリー等の高齢者対応」については18.8%となっている。(図2-2)

図2-2 住まいに対し不満である理由

(単位：%)



4-2-3 購入・買い換えの予定

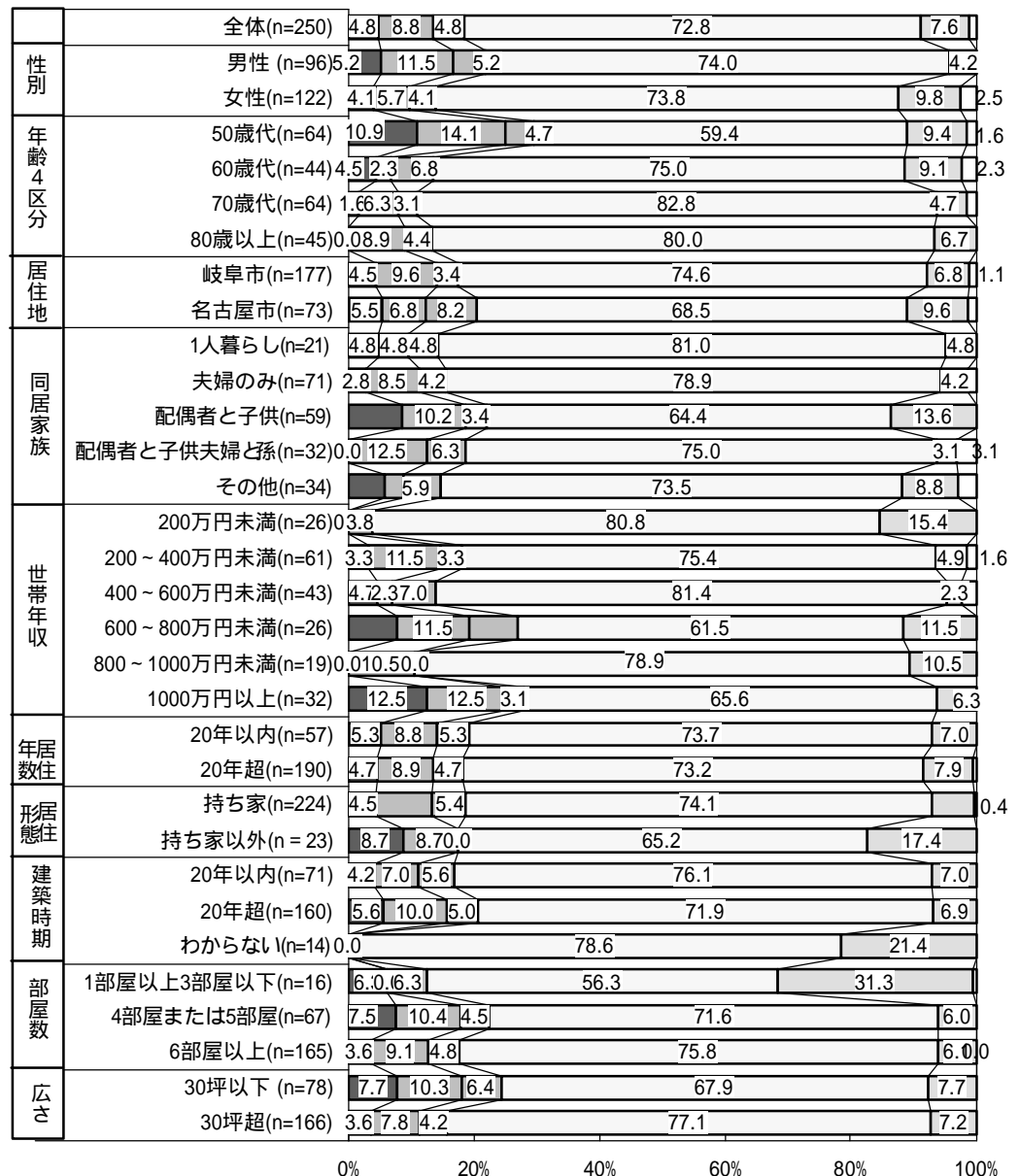
(1) 購入・買い換えの希望（問8）

購入・買い換えの希望が「ある」は4.8%、「どちらかと言えばある」は8.8%であり、両者をあわせると希望がある人は13.6%である。一方「どちらかと言えない」は4.8%、「ない」は72.8%である。

全ての区分においても「ない」と回答する人の割合が最も高い。年齢別の「50歳代」は「ある」10.9%、「どちらかと言えばある」14.1%で他と比較して高いこと、部屋数の「1部屋以上3部屋以下」は「ない」が56.3%で他より低く、「どちらとも言えない」が31.3%で高いことが特徴としてあげられる。（図3-1）

図3-1 購入・買い換えの希望

(単位：%)

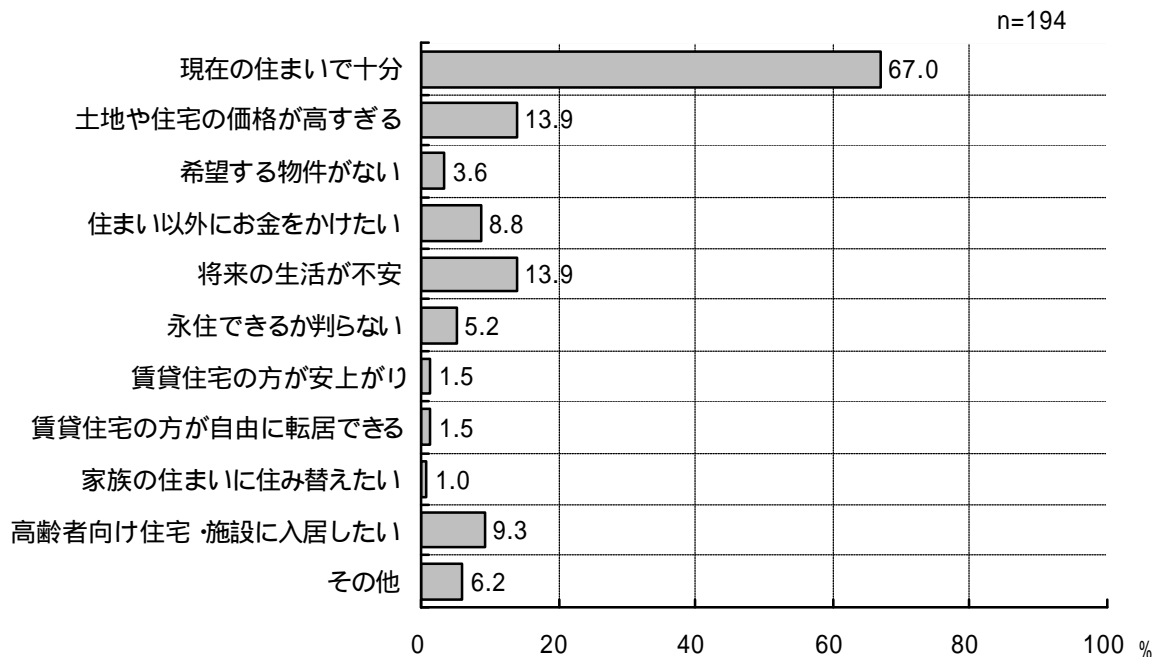


■あり □どちらかと言えばあり □どちらかと言えない □ない □どちらとも言えない □無回答

(2) 購入・買い換えの希望がない理由（問9）【複数回答可】

購入・買い換えの希望が「どちらかと言えない」あるいは「ない」と回答した194人にその理由を尋ねたところ、「現在の住まいで十分」が67.0と際だって高くなっている。なお、「高齢者向け住宅・施設に入居したい」は9.3%である。（図3-2）

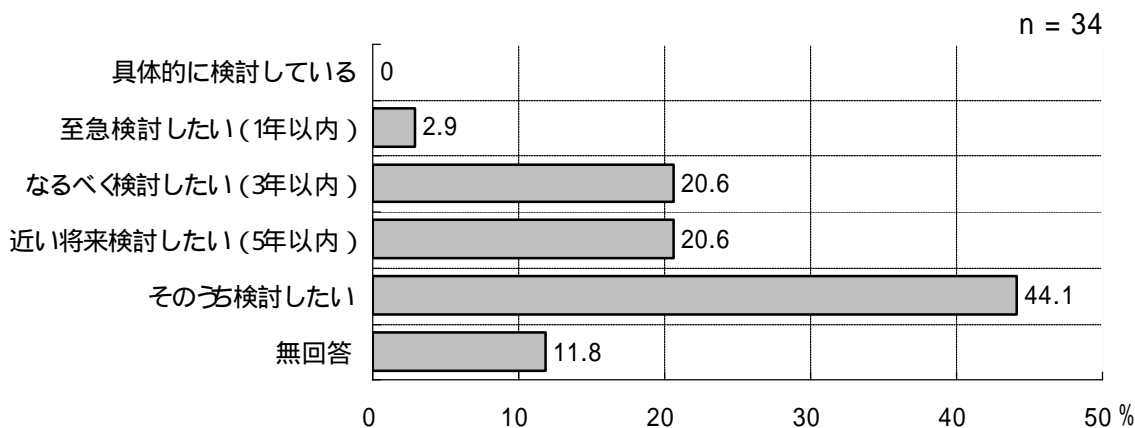
図3-2 購入・買い換えの希望がない理由 (単位：%)



(3) 購入・買い換えの予定（問10）

購入・買い換えの希望が「どちらかと言えばある」あるいは「ある」と回答した34人に検討の度合いを尋ねたところ、具体的に検討している人はいなかった。「至急検討したい」が2.9%（1人）、「なるべく検討したい（3年以内）」、「近い将来検討したい（5年以内）」がそれぞれ20.6%（9人）、「そのうち検討したい」が44.1%（15人）である。（図3-3）

図3-3 購入・買い換えの予定 (単位：%)



4-2-4 住まいづくりの計画にあたって

(1) 計画のきっかけ(問11)

住まいづくりを計画する場合のきっかけは、「自宅の老朽化のため」が39.2%で最も多く、ついで「介護・老後のため」子供との同居のため」が高くなっている。

(図4-1-1)

上記の3項目について区別に調べたところ、「自宅の老朽化のため」の割合は世帯年収が高くなる程、同居家族が多くなるほど、回答の割合が高くなっている。

(図4-1-2)

図4-1-1 計画のきっかけ (単位：%)

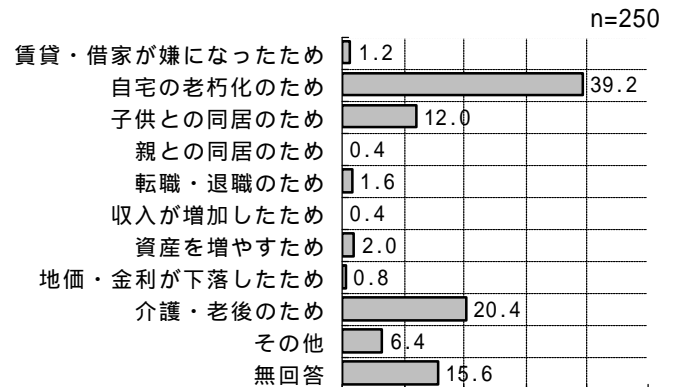
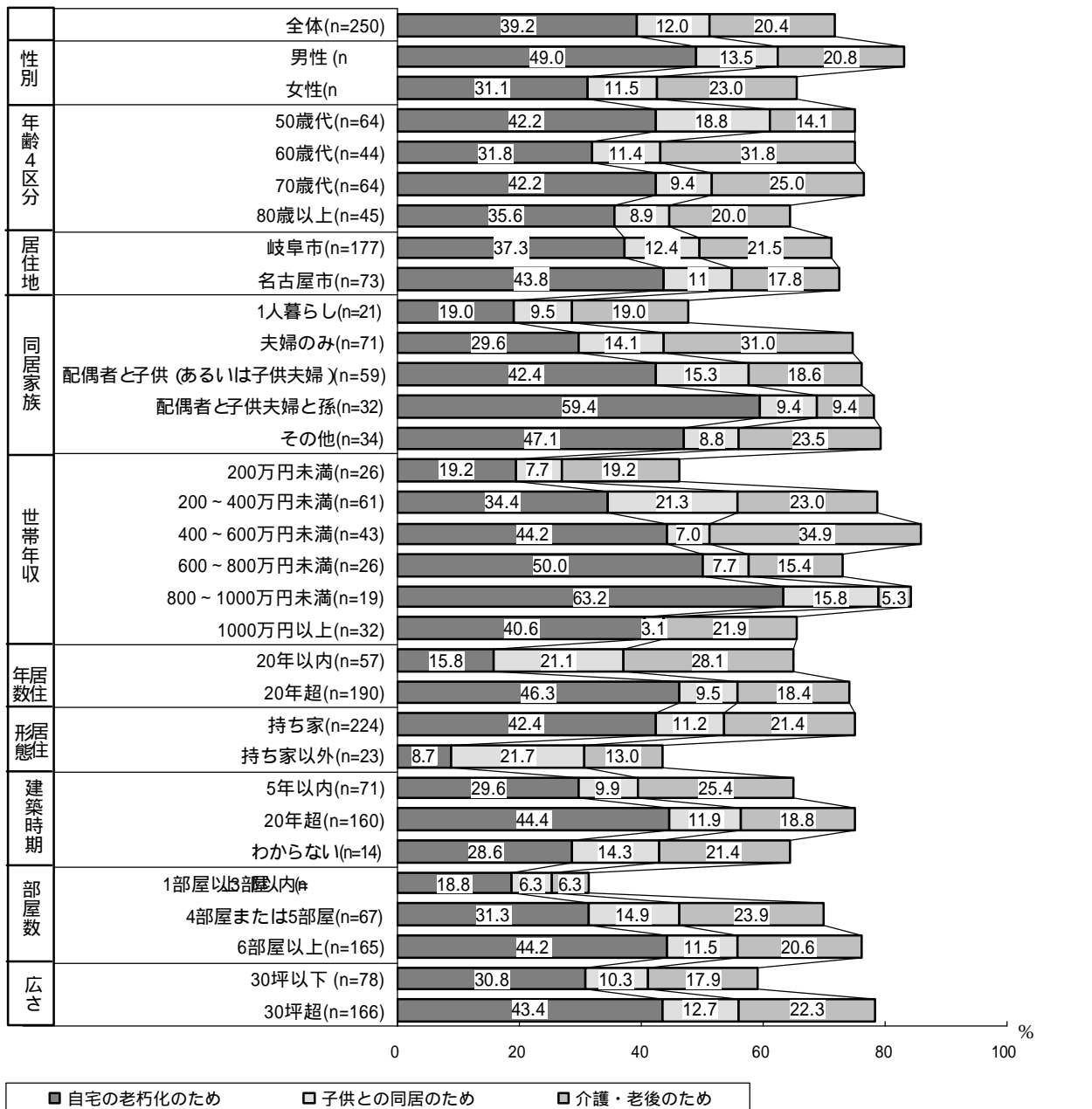


図4-1-2 計画のきっかけ(区分別)(単位：%)



(2) 住まいづくりの方法 (問12)

「現在の住まいのリフォーム」が20.8%で最も高く、ついで「現在の住まいを建て替え」17.2%、「所有する土地に新築」15.2%となっている。(図4-2)

区分別で、上記3項目以外が1位になっているのは、世帯年収「200万円未満」の「高齢者向けの住宅・施設に住み替え」23.1%と、「1,000万円以上」の「新しく土地を購入して新築」18.1%の二つである。(表4-2)

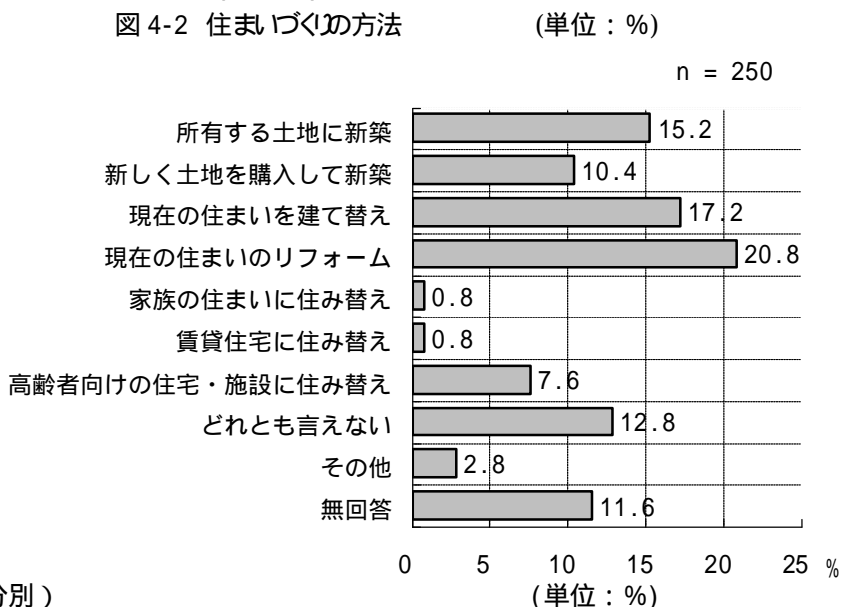


表4-2 住まいづくりの方法 (区分別)

		に所有する土地	購新入して土地新築を	を現在の住まい	リフォーム現在の住まいのリ	に家族の住まい	み賃貸住宅に住	住住宅高齢者向けにの	などいれとも言え	その他	無回答
	全体 (n=250)	15.2	10.4	17.2	20.8	0.8	0.8	7.6	12.8	2.8	11.6
性別	男性 (n=96)	19.8	12.5	19.8	17.7	-	1.0	7.3	11.5	3.1	7.3
	女性 (n=122)	14.8	9.8	12.3	24.6	0.8	0.8	8.2	13.9	3.3	11.5
年齢 4区分	50歳代 (n=64)	15.6	18.8	10.9	32.8	1.6	3.1	3.1	9.4	3.1	1.6
	60歳代 (n=44)	9.1	15.9	25.0	27.3	-	-	11.4	4.5	2.3	4.5
	70歳代 (n=64)	15.6	3.1	15.6	17.2	-	-	10.9	20.3	3.1	14.1
	80歳以上 (n=45)	26.7	6.7	13.3	6.7	-	-	6.7	15.6	4.4	20.0
居住地	岐阜市 (n=177)	16.4	9.6	16.9	20.9	0.6	1.1	6.8	11.3	3.4	13.0
	名古屋市 (n=73)	12.3	12.3	17.8	20.5	1.4	-	9.6	16.4	1.4	8.2
同居家族	1人暮らし (n=21)	9.5	4.8	9.5	14.3	-	4.8	9.5	4.8	4.8	38.1
	夫婦のみ (n=71)	14.1	8.5	11.3	23.9	-	-	14.1	18.3	1.4	8.5
	配偶者と子供 (n=59)	20.3	16.9	22.0	20.3	1.7	-	3.4	8.5	3.4	3.4
	配偶者と子供夫婦と孫 (n=32)	25.0	9.4	18.8	18.8	-	-	3.1	12.5	6.3	6.3
世帯年収	その他 (n=34)	11.8	11.8	14.7	26.5	-	2.9	5.9	14.7	2.9	8.8
	200万円未満 (n=26)	11.5	-	7.7	15.4	-	3.8	23.1	11.5	3.8	23.1
	200～400万円未満 (n=61)	13.1	11.5	19.7	19.7	-	1.6	6.6	14.8	1.6	11.5
	400～600万円未満 (n=43)	23.3	16.3	4.7	32.6	-	-	7.0	14.0	-	2.3
	600～800万円未満 (n=26)	15.4	15.4	30.8	23.1	-	-	-	7.7	7.7	-
居住年数	800～1000万円未満 (n=19)	21.1	-	26.3	31.6	-	-	-	5.3	15.8	-
	1000万円以上 (n=32)	18.8	18.8	9.4	12.5	3.1	-	12.5	15.6	-	9.4
居住形態	20年以内 (n=57)	5.3	12.3	8.8	21.1	1.8	1.8	10.5	21.1	7.0	10.5
	20年超 (n=190)	18.4	10.0	20.0	20.5	0.5	0.5	6.8	10.5	1.6	11.1
建築時期	持ち家 (n=224)	15.2	9.8	18.8	22.3	0.9	0.4	7.1	12.1	2.2	11.2
	持ち家以外 (n=23)	17.4	17.4	4.3	4.3	-	4.3	13.0	21.7	8.7	8.7
部屋数	20年以内 (n=71)	9.9	14.1	14.1	23.9	2.8	-	7.0	14.1	4.2	9.9
	20年超 (n=160)	18.1	9.4	20.0	18.8	-	0.6	7.5	11.3	1.9	12.5
	わからない (n=14)	14.3	-	-	21.4	-	7.1	14.3	28.6	7.1	7.1
広さ	1部屋以上3部屋以内 (n=16)	18.8	6.3	6.3	12.5	-	6.3	6.3	18.8	6.3	18.8
	4部屋または5部屋 (n=67)	16.4	14.9	7.5	17.9	-	-	13.4	13.4	3.0	13.4
	6部屋以上 (n=165)	14.5	9.1	22.4	22.4	1.2	0.6	5.5	12.1	2.4	9.7
広さ	30坪以下 (n=78)	10.3	14.1	14.1	12.8	-	1.3	9.0	17.9	3.8	16.7
	30坪超 (n=166)	17.5	9.0	19.3	24.7	1.2	0.6	7.2	9.6	2.4	8.4

.....各区分において最も高い項目

(3) 購入予算 (問 1 3)

「2,000万円以上3,000万円未満」と考えている人が最も多い。(図4-3)

区分別にみても、全ての区分において、「2,000万円以上3,000万円未満」が最も多くなっている。その上下の価格帯についてみると、同居家族別では家族が多いほど、世帯年収別では年収が高いほど高価格帯を挙げている人の割合が高いといった傾向がみられる。(表4-3)

図4-3 購入予算

(単位：%)

n = 250

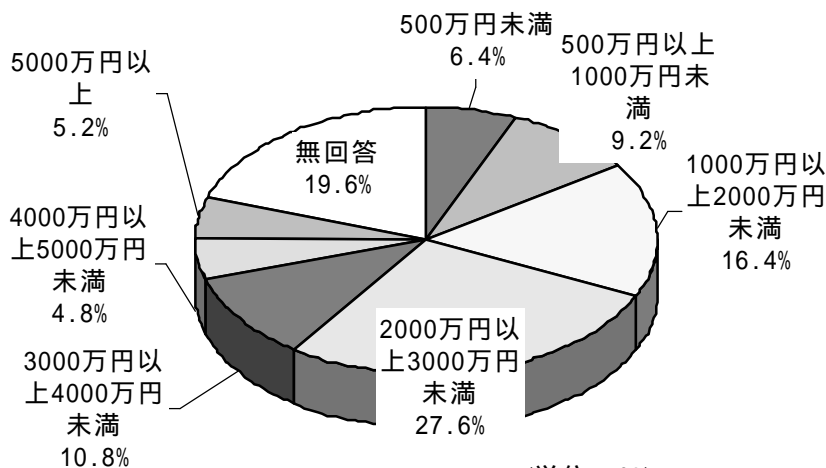


表4-3 購入予算 (区分別)

(単位：%)

		500万円未満	500万円以上1000万円未満	1000万円以上2000万円未満	2000万円以上3000万円未満	3000万円以上4000万円未満	4000万円以上5000万円未満	5000万円以上	無回答
	全体 (n=250)	6.4	9.2	16.4	27.6	10.8	4.8	5.2	19.6
性別	男性 (n=96)	5.2	10.4	21.9	28.1	12.5	5.2	5.2	11.5
	女性 (n=122)	7.4	7.4	13.1	31.1	8.2	4.9	4.9	23.0
年齢4区分	50歳代 (n=64)	10.9	15.6	15.6	35.9	10.9	4.7	1.6	4.7
	60歳代 (n=44)	11.4	9.1	20.5	29.5	4.5	6.8	6.8	11.4
	70歳代 (n=64)	1.6	6.3	15.6	23.4	10.9	3.1	7.8	31.3
	80歳以上 (n=45)	2.2	2.2	17.8	28.9	13.3	6.7	4.4	24.4
居住地	岐阜市 (n=177)	7.3	9.0	16.4	27.7	8.5	4.5	3.4	23.2
	名古屋市 (n=73)	4.1	9.6	16.4	27.4	16.4	5.5	9.6	11.0
同居家族	1人暮らし (n=21)	4.8	14.3	9.5	14.3	9.5	-	-	47.6
	夫婦のみ (n=71)	5.6	8.5	26.8	29.6	5.6	2.8	7.0	14.1
	配偶者と子供 (n=59)	5.1	5.1	13.6	33.9	16.9	8.5	5.1	11.9
	配偶者と子供夫婦と孫 (n=32)	-	9.4	6.3	31.3	9.4	12.5	9.4	21.9
	その他 (n=34)	17.6	11.8	14.7	32.4	8.8	-	-	14.7
世帯年収	200万円未満 (n=26)	15.4	7.7	15.4	19.2	3.8	-	-	38.5
	200～400万円未満 (n=61)	8.2	6.6	26.2	29.5	4.9	1.6	1.6	21.3
	400～600万円未満 (n=43)	9.3	14.0	18.6	34.9	16.3	2.3	2.3	2.3
	600～800万円未満 (n=26)	3.8	11.5	19.2	34.6	7.7	7.7	11.5	3.8
	800～1000万円未満 (n=19)	-	5.3	10.5	36.8	21.1	10.5	-	15.8
	1000万円以上 (n=32)	-	6.3	6.3	25.0	12.5	15.6	18.8	15.6
居住年数	20年以内 (n=57)	7.0	8.8	21.1	22.8	12.3	3.5	1.8	22.8
	20年超 (n=190)	5.8	8.9	15.3	29.5	10.5	5.3	6.3	18.4
居住形態	持ち家 (n=224)	6.3	8.0	16.5	28.6	11.6	4.5	5.4	19.2
	持ち家以外 (n=23)	4.3	17.4	17.4	21.7	4.3	8.7	4.3	21.7
建築時期	20年以内 (n=71)	5.6	8.5	19.7	21.1	19.7	5.6	2.8	16.9
	20年超 (n=160)	6.3	8.1	16.3	30.6	7.5	5.0	6.9	19.4
	わからない (n=14)	7.1	21.4	7.1	21.4	-	-	-	42.9
部屋数	1部屋以上3部屋以内 (n=16)	6.3	18.8	12.5	25.0	12.5	-	-	25.0
	4部屋または5部屋 (n=67)	4.5	3.0	26.9	37.3	7.5	1.5	3.0	16.4
	6部屋以上 (n=165)	6.7	10.3	12.7	24.2	12.1	6.7	6.7	20.6
広さ	30坪以下 (n=78)	2.6	7.7	20.5	28.2	12.8	1.3	2.6	24.4
	30坪超 (n=166)	7.8	9.0	14.5	28.3	10.2	6.6	6.6	16.9

■■■■ 各区分において最も高い項目

(4) 相談先 (問14)

「個人事業者(大工)」が20.4%で最も多く、ついで「工務店」16.8%、「設計事務所」14.4%、「大手ハウスメーカー」13.6%となっている。(図4-4)

分類別の特徴は以下の通りである。

居住地の「岐阜市」が「個人事業者(大工)」が22.6%で一位であるのに対し、「名古屋市」は「大手ハウスメーカー」が20.5%で一位となっている。

同居家族の「配偶者と子供夫婦と孫」は「大手ハウスメーカー」と「工務店」の割合が高く、「個人事業者(大工)」が低くなっている。

世帯年収の「1,000万円以上」

は「設計事務所」が特に高くなっている。

(表4-4)

図4-4 相談先

(単位：%)

n = 250

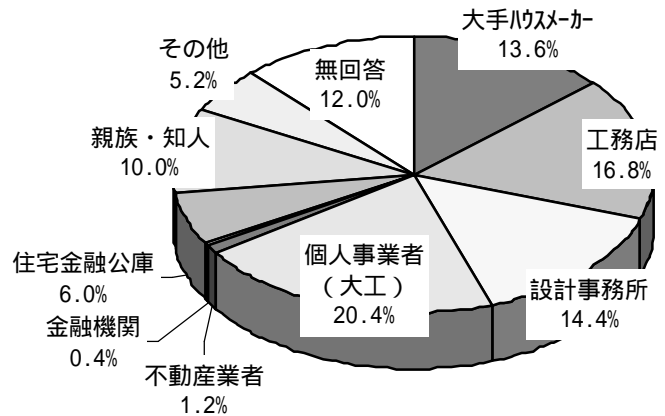


表4-4 相談先 (単位：%)

		大手ハウスメーカー	工務店	設計事務所	個人事業者(大工)	不動産業者	金融機関	住宅金融公庫	親族・知人	その他	無回答
	全体(n=250)	13.6	16.8	14.4	20.4	1.2	0.4	6.0	10.0	5.2	12.0
性別	男性(n=96)	16.7	21.9	14.6	20.8	3.1	-	6.3	6.3	3.1	7.3
	女性(n=122)	11.5	13.1	13.9	21.3	-	0.8	4.1	14.8	8.2	12.3
年齢4区分	50歳代(n=64)	7.8	18.8	21.9	17.2	1.6	1.6	6.3	18.8	4.7	1.6
	60歳代(n=44)	18.2	9.1	11.4	31.8	-	-	11.4	6.8	6.8	4.5
	70歳代(n=64)	18.8	23.4	9.4	18.8	1.6	-	1.6	3.1	7.8	15.6
	80歳以上(n=45)	8.9	13.3	13.3	20.0	2.2	-	2.2	15.6	4.4	20.0
居住地	岐阜市(n=177)	10.7	16.4	11.9	22.6	0.6	0.6	6.2	11.9	5.1	14.1
	名古屋市(n=73)	20.5	17.8	20.5	15.1	2.7	-	5.5	5.5	5.5	6.8
同居家族	1人暮らし(n=21)	4.8	-	14.3	-	-	-	9.5	19.0	9.5	42.9
	夫婦のみ(n=71)	14.1	15.5	9.9	28.2	1.4	-	7.0	7.0	8.5	8.5
	配偶者と子供(n=59)	11.9	20.3	20.3	22.0	1.7	1.7	5.1	13.6	1.7	1.7
	配偶者と子供夫婦と孫(n=32)	28.1	28.1	6.3	12.5	3.1	-	-	6.3	6.3	9.4
	その他(n=34)	8.8	14.7	20.6	23.5	-	-	2.9	14.7	5.9	8.8
世帯年収	200万円未満(n=26)	3.8	3.8	7.7	19.2	-	-	11.5	15.4	7.7	30.8
	200～400万円未満(n=61)	16.4	19.7	6.6	26.2	-	-	4.9	8.2	8.2	9.8
	400～600万円未満(n=43)	14.0	23.3	9.3	25.6	4.7	-	2.3	11.6	4.7	4.7
	600～800万円未満(n=26)	11.5	15.4	11.5	23.1	-	3.8	11.5	11.5	3.8	7.7
	800～1000万円未満(n=19)	10.5	31.6	21.1	10.5	5.3	-	-	15.8	-	5.3
	1000万円以上(n=32)	21.9	12.5	40.6	9.4	-	-	-	3.1	6.3	6.3
居住年数	20年以内(n=57)	15.8	14.0	12.3	17.5	1.8	-	7.0	8.8	8.8	14.0
	20年超(n=190)	12.6	17.9	15.3	21.1	1.1	0.5	5.8	10.5	3.7	11.6
居住形態	持ち家(n=224)	13.8	18.8	13.8	22.3	1.3	0.4	5.4	8.5	4.0	11.6
	持ち家以外(n=23)	8.7	-	21.7	-	-	-	13.0	26.1	13.0	17.4
建築時期	20年以内(n=71)	14.1	21.1	16.9	19.7	1.4	-	5.6	7.0	2.8	11.3
	20年超(n=160)	15.0	15.6	13.1	20.0	1.3	0.6	5.0	11.3	5.6	12.5
	わからない(n=14)	-	7.1	14.3	21.4	-	-	21.4	14.3	7.1	14.3
部屋数	1部屋以上3部屋以内(n=16)	12.5	-	18.8	6.3	-	-	25.0	12.5	-	25.0
	4部屋または5部屋(n=67)	14.9	9.0	11.9	20.9	3.0	1.5	6.0	11.9	7.5	13.4
	6部屋以上(n=165)	13.3	21.8	15.2	21.2	0.6	-	4.2	9.1	4.2	10.3
広さ	30坪以下(n=78)	15.4	14.1	5.1	21.8	1.3	-	9.0	14.1	3.8	15.4
	30坪超(n=166)	12.7	18.7	18.7	19.3	1.2	0.6	4.8	8.4	5.4	10.2

.....各区分において最も高い項目

(5) 住宅業者選定にあたって重視する事(問15)【複数回答可】

「耐震・耐火・耐久性などの性能」の41.6%と「過去の経験・実績など」の41.2%が高くなっている。ついで、「建築後のアフターケア」「打ち合わせなどの進め方」「健康・安全に配慮した設計能力」が30%前後で高い。(図4-5)

分類別では、「200万円未満は「価格の安さ」が34.6%と高くなっていることが特徴として挙げられる。(表4-5)

図4-5 業者選定における重視点 (単位：%)

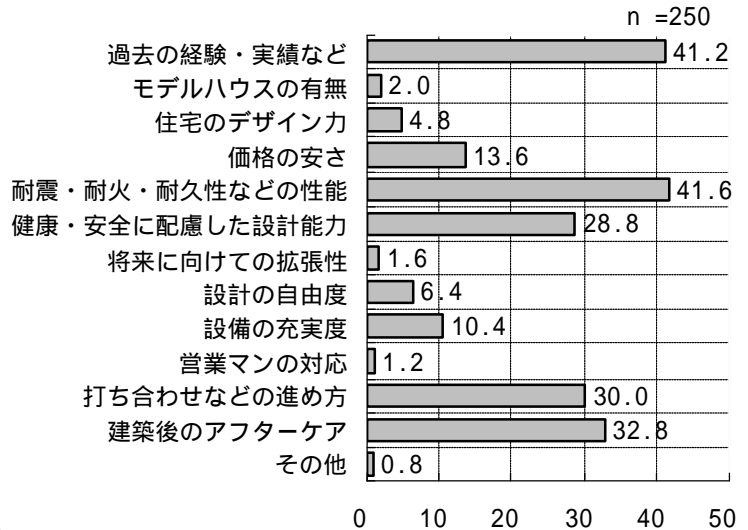


表4-5 業者選定における重視点 (単位：%)

	・過去の経験など	モデルハウスの有無	住宅のデザイン力	価格の安さ	・耐震・耐火・耐久性などの性能	健康・安全に配慮した設計能力	将来に向けての拡張性	設計の自由度	設備の充実度	営業マンの対応	の打ち合わせなど、納得	建築後のアフターケア	その他	無回答
全体(n=250)	41.2	2.0	4.8	13.6	41.6	28.8	1.6	6.4	10.4	1.2	30.0	32.8	0.8	16.0
性別														
男性(n=96)	52.1	1.0	6.3	15.6	43.8	32.3	3.1	5.2	12.5	2.1	33.3	22.9	-	12.5
女性(n=122)	36.9	0.8	3.3	13.9	38.5	26.2	0.8	5.7	8.2	0.8	32.0	39.3	1.6	18.0
年齢4区分														
50歳代(n=64)	40.6	-	7.8	15.6	31.3	26.6	3.1	12.5	12.5	3.1	46.9	40.6	1.6	7.8
60歳代(n=44)	50.0	4.5	6.8	15.9	54.5	34.1	-	-	9.1	2.3	36.4	36.4	-	6.8
70歳代(n=64)	42.2	-	3.1	10.9	42.2	25.0	1.6	1.6	4.7	-	23.4	29.7	-	26.6
80歳以上(n=45)	42.2	-	-	17.8	37.8	33.3	2.2	6.7	15.6	-	20.0	20.0	2.2	20.0
居住地														
岐阜市(n=177)	42.4	1.7	3.4	16.9	36.7	27.7	1.7	7.3	9.0	0.6	29.9	32.2	1.1	18.1
名古屋市(n=73)	38.4	2.7	8.2	5.5	53.4	31.5	1.4	4.1	13.7	2.7	30.1	34.2	-	11.0
同居家族														
1人暮らし(n=21)	19.0	-	4.8	14.3	19.0	19.0	-	9.5	4.8	-	9.5	23.8	-	47.6
夫婦のみ(n=71)	52.1	2.8	4.2	8.5	45.1	28.2	1.4	5.6	8.5	-	32.4	26.8	1.4	12.7
配偶者と子供(n=59)	39.0	-	6.8	23.7	44.1	28.8	1.7	6.8	15.3	3.4	35.6	39.0	1.7	10.2
配偶者と子供夫婦と孫(n=32)	50.0	-	3.1	6.3	46.9	28.1	3.1	3.1	6.3	-	34.4	31.3	-	21.9
その他(n=34)	41.2	-	-	20.6	32.4	38.2	2.9	2.9	11.8	2.9	41.2	38.2	-	5.9
世帯年収														
200万円未満(n=26)	15.4	-	-	34.6	34.6	26.9	-	3.8	3.8	-	19.2	34.6	3.8	30.8
200～400万円未満(n=61)	47.5	3.3	4.9	13.1	45.9	27.9	3.3	6.6	13.1	-	32.8	31.1	1.6	13.1
400～600万円未満(n=43)	51.2	-	7.0	11.6	37.2	32.6	2.3	2.3	4.7	-	34.9	39.5	-	9.3
600～800万円未満(n=26)	57.7	-	7.7	11.5	46.2	26.9	3.8	-	15.4	-	50.0	23.1	-	11.5
800～1000万円未満(n=19)	47.4	-	5.3	26.3	21.1	10.5	-	21.1	5.3	5.3	36.8	36.8	-	10.5
1000万円以上(n=32)	34.4	-	3.1	6.3	53.1	40.6	-	6.3	12.5	3.1	28.1	28.1	-	15.6
居住年数														
20年以内(n=57)	31.6	5.3	5.3	24.6	47.4	33.3	1.8	10.5	14.0	1.8	26.3	26.3	1.8	14.0
20年超(n=190)	44.7	1.1	4.7	10.5	40.0	27.9	1.6	5.3	9.5	1.1	31.6	35.3	0.5	15.8
居住形態														
持ち家(n=224)	42.4	2.2	4.9	13.4	42.4	29.9	1.8	6.3	10.7	0.9	29.9	33.5	0.9	14.3
持ち家以外(n=23)	34.8	-	4.3	17.4	34.8	21.7	-	8.7	8.7	4.3	34.8	30.4	-	26.1
建築時期														
20年以内(n=71)	36.6	4.2	8.5	14.1	46.5	33.8	1.4	8.5	8.5	2.8	28.2	39.4	2.8	12.7
20年超(n=160)	46.3	1.3	3.8	10.6	38.1	25.0	1.3	5.0	10.6	0.6	32.5	30.6	-	16.9
わからない(n=14)	21.4	-	-	42.9	57.1	50.0	7.1	14.3	14.3	-	14.3	28.6	-	14.3
部屋数														
1部屋以上3部屋以内(n=16)	18.8	-	-	18.8	25.0	31.3	6.3	6.3	6.3	-	37.5	37.5	-	31.3
4部屋または5部屋(n=67)	38.8	4.5	10.4	14.9	40.3	28.4	-	9.0	6.0	3.0	32.8	32.8	1.5	14.9
6部屋以上(n=165)	44.8	1.2	3.0	12.7	43.6	29.1	1.8	5.5	12.7	0.6	28.5	32.7	0.6	14.5
広さ														
30坪以下(n=78)	37.2	2.6	5.1	17.9	43.6	29.5	-	10.3	6.4	2.6	28.2	23.1	1.3	21.8
30坪超(n=166)	43.4	1.8	4.8	12.0	41.0	28.9	2.4	4.8	12.7	0.6	30.1	37.3	0.6	12.7

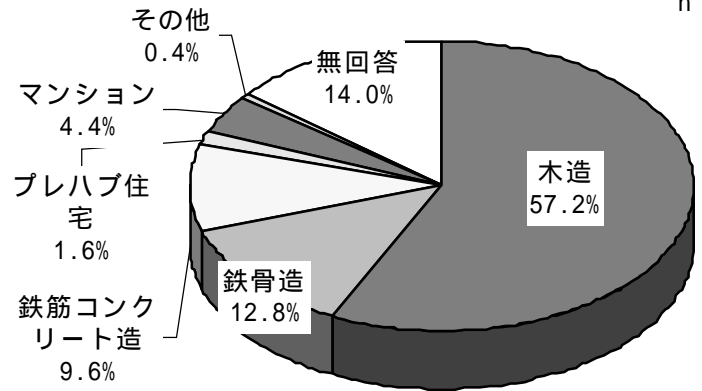
・・・各区分において最も高い項目

(6) 希望する建て方 (問16)

「木造」が57.2%で最も高い。ついで、「鉄骨造」の12.8%、「鉄筋コンクリート造」9.6%となっている。(図4-6)

区分別にみてもすべての区分において、「木造」の割合が最も高い。ただし、居住年数「20年以内」については、比較的「木造」の割合が低く、他の建て方に回答が分散していることが特徴としてあげられる。(表4-6)

図4-6 希望する建て方 (単位：%)



n = 250

表4-6 希望する建て方 (区分別) (単位：%)

	木造	鉄骨造	鉄筋コンクリート造	プレハブ住宅	マンション	その他	無回答
全体 (n=250)	57.2	12.8	9.6	1.6	4.4	0.4	14.0
性別	男性 (n=96)	51.0	16.7	12.5	2.1	6.3	10.4
	女性 (n=122)	63.9	10.7	6.6	1.6	1.6	15.6
年齢4区分	50歳代 (n=64)	65.6	12.5	7.8	-	6.3	7.8
	60歳代 (n=44)	59.1	13.6	9.1	4.5	4.5	9.1
	70歳代 (n=64)	53.1	14.1	7.8	3.1	-	21.9
	80歳以上 (n=45)	55.6	13.3	11.1	-	4.4	13.3
居住地	岐阜市 (n=177)	60.5	13.6	5.6	1.7	3.4	15.3
	名古屋市 (n=73)	49.3	11.0	19.2	1.4	6.8	11.0
同居家族	1人暮らし (n=21)	52.4	-	4.8	-	9.5	33.3
	夫婦のみ (n=71)	53.5	12.7	9.9	4.2	7.0	11.3
	配偶者と子供 (n=59)	57.6	16.9	13.6	1.7	1.7	8.5
	配偶者と子供夫婦と孫 (n=32)	50.0	21.9	9.4	-	-	18.8
世帯年収	200万円未満 (n=26)	73.1	3.8	-	-	3.8	19.2
	200～400万円未満 (n=61)	60.7	16.4	8.2	3.3	1.6	9.8
	400～600万円未満 (n=43)	48.8	18.6	14.0	2.3	4.7	9.3
	600～800万円未満 (n=26)	65.4	11.5	7.7	-	3.8	11.5
	800～1000万円未満 (n=19)	42.1	21.1	15.8	5.3	5.3	10.5
居住年数	1000万円以上 (n=32)	56.3	9.4	12.5	-	6.3	15.6
	20年以内 (n=57)	42.1	14.0	10.5	3.5	10.5	17.5
居住形態	20年超 (n=190)	62.1	12.1	9.5	1.1	2.6	12.6
	持ち家 (n=224)	58.5	12.9	9.4	1.8	4.5	12.5
建築時期	持ち家以外 (n=23)	47.8	8.7	13.0	-	4.3	26.1
	20年以内 (n=71)	49.3	16.9	11.3	2.8	7.0	11.3
	20超 (n=14)	61.3	10.6	9.4	1.3	3.1	14.4
部屋数	わからない (n=14)	64.3	7.1	7.1	-	7.1	14.3
	1部屋以上3部屋以内 (n=16)	50.0	-	12.5	-	6.3	31.3
	4部屋または5部屋 (n=67)	59.7	9.0	9.0	-	9.0	11.9
広さ	6部屋以上 (n=165)	57.6	15.2	9.7	2.4	2.4	12.7
	30坪以下 (n=78)	57.7	11.5	7.7	-	6.4	15.4
	30坪超 (n=166)	57.8	12.7	10.8	2.4	3.6	12.7

■・・・各区分において最も高い項目

(7) 国産材を活用した住宅について（問17）【複数回答可】

「木の持つ柔らかい感触が良い」と感じている人は全体の64.8%である。ついで「杉や檜の香りが心地よい」、地域の気候や風土に適している」といった項目もあげられており、国産材に対する評価は高い。（図4-7）

全ての区分において「木の持つ柔らかい感触が良い」が最も高くなっている。（表4-7）

図4-7 国産材住宅について（単位：%）

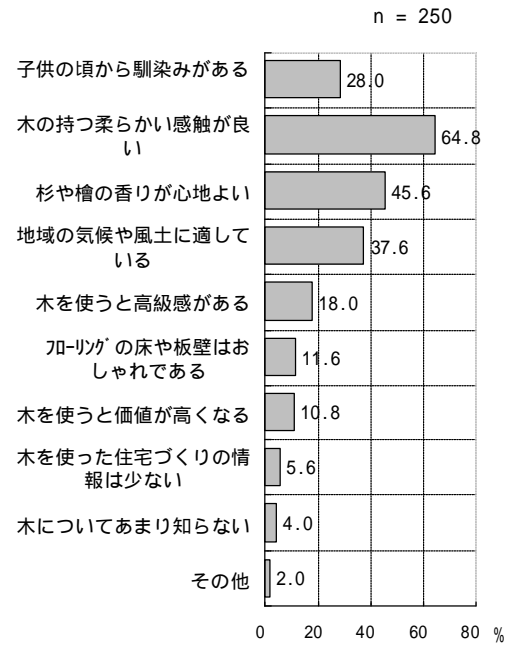


表4-7 国産材住宅について（区分別）

		染み付く頃か	木の感触が柔らかい	杉や檜の香り	土地に適した気候や風土	高級感がある	フローリングの床や板壁はおしゃれである	木を使うと価値が高くなる	木を使った住宅の情報は少ない	木について知らない	その他	無回答
全体 (n=250)		28.0	64.8	45.6	37.6	18.0	11.6	10.8	5.6	4.0	2.0	12.4
性別	男性 (n=96)	35.4	71.9	43.8	43.8	17.7	8.3	9.4	3.1	3.1	1.0	10.4
	女性 (n=122)	25.4	59.0	44.3	36.9	19.7	13.9	11.5	6.6	5.7	3.3	13.1
年齢4区分	50歳代 (n=64)	28.1	68.8	43.8	37.5	23.4	15.6	10.9	6.3	7.8	1.6	9.4
	60歳代 (n=44)	36.4	72.7	43.2	45.5	15.9	9.1	13.6	9.1	4.5	2.3	6.8
	70歳代 (n=64)	29.7	59.4	42.2	40.6	12.5	7.8	9.4	1.6	1.6	4.7	18.8
	80歳以上 (n=45)	26.7	57.8	48.9	37.8	24.4	11.1	8.9	2.2	4.4	-	11.1
居住地	岐阜市 (n=177)	29.4	65.5	45.8	37.9	19.2	7.9	9.0	4.5	3.4	1.7	13.6
	名古屋市 (n=73)	24.7	63.0	45.2	37.0	15.1	20.5	15.1	8.2	5.5	2.7	9.6
同居家族	1人暮らし (n=21)	9.5	66.7	47.6	33.3	14.3	19.0	4.8	-	4.8	-	23.8
	夫婦のみ (n=71)	33.8	66.2	40.8	42.3	19.7	5.6	9.9	4.2	5.6	5.6	8.5
	配偶者と子供 (n=59)	30.5	66.1	47.5	39.0	27.1	11.9	15.3	6.8	6.8	-	8.5
	配偶者と子供夫婦と孫 (n=32)	28.1	53.1	43.8	43.8	6.3	15.6	3.1	3.1	-	3.1	21.9
世帯年収	その他 (n=34)	35.3	67.6	44.1	38.2	17.6	14.7	11.8	5.9	2.9	-	8.8
	200万円未満 (n=26)	34.6	57.7	50.0	30.8	11.5	15.4	3.8	7.7	3.8	-	15.4
	200～400万円未満 (n=61)	41.0	68.9	41.0	36.1	19.7	9.8	9.8	6.6	6.6	1.6	9.8
	400～600万円未満 (n=43)	18.6	62.8	39.5	48.8	23.3	11.6	20.9	7.0	2.3	4.7	9.3
	600～800万円未満 (n=26)	30.8	69.2	50.0	46.2	23.1	11.5	15.4	3.8	3.8	-	7.7
居住年数	800～1000万円未満 (n=19)	36.8	68.4	47.4	31.6	10.5	15.8	5.3	-	5.3	-	15.8
	1000万円以上 (n=32)	15.6	65.6	43.8	50.0	18.8	12.5	6.3	3.1	6.3	6.3	9.4
	20年以内 (n=57)	29.8	61.4	47.4	42.1	21.1	15.8	8.8	5.3	3.5	1.8	14.0
居住形態	20年超 (n=190)	27.9	66.8	45.8	36.8	17.4	10.5	11.6	5.3	3.7	2.1	11.6
	持ち家 (n=224)	29.9	65.6	45.5	38.4	19.2	12.1	9.8	5.8	4.0	1.8	11.2
建築時期	持ち家以外 (n=23)	13.0	65.2	52.2	34.8	8.7	8.7	21.7	-	-	4.3	21.7
	20年以内 (n=71)	26.8	62.0	50.7	45.1	12.7	14.1	12.7	7.0	4.2	2.8	11.3
	20年超 (n=160)	28.1	66.9	43.8	35.0	18.8	10.6	10.6	4.4	3.8	1.9	12.5
部屋数	わからない (n=14)	35.7	64.3	50.0	42.9	35.7	7.1	7.1	14.3	-	-	7.1
	1部屋以上3部屋以内 (n=16)	12.5	62.5	37.5	18.8	12.5	12.5	25.0	12.5	-	-	25.0
	4部屋または5部屋 (n=67)	26.9	71.6	41.8	38.8	19.4	14.9	11.9	9.0	6.0	-	13.4
広さ	6部屋以上 (n=165)	30.3	63.0	48.5	39.4	18.2	10.3	9.1	3.6	3.0	3.0	10.3
	30坪以下 (n=78)	25.6	66.7	43.6	34.6	19.2	10.3	10.3	7.7	5.1	1.3	16.7
	30坪超 (n=166)	28.9	64.5	47.6	39.8	18.1	12.0	10.8	4.8	3.0	2.4	9.6

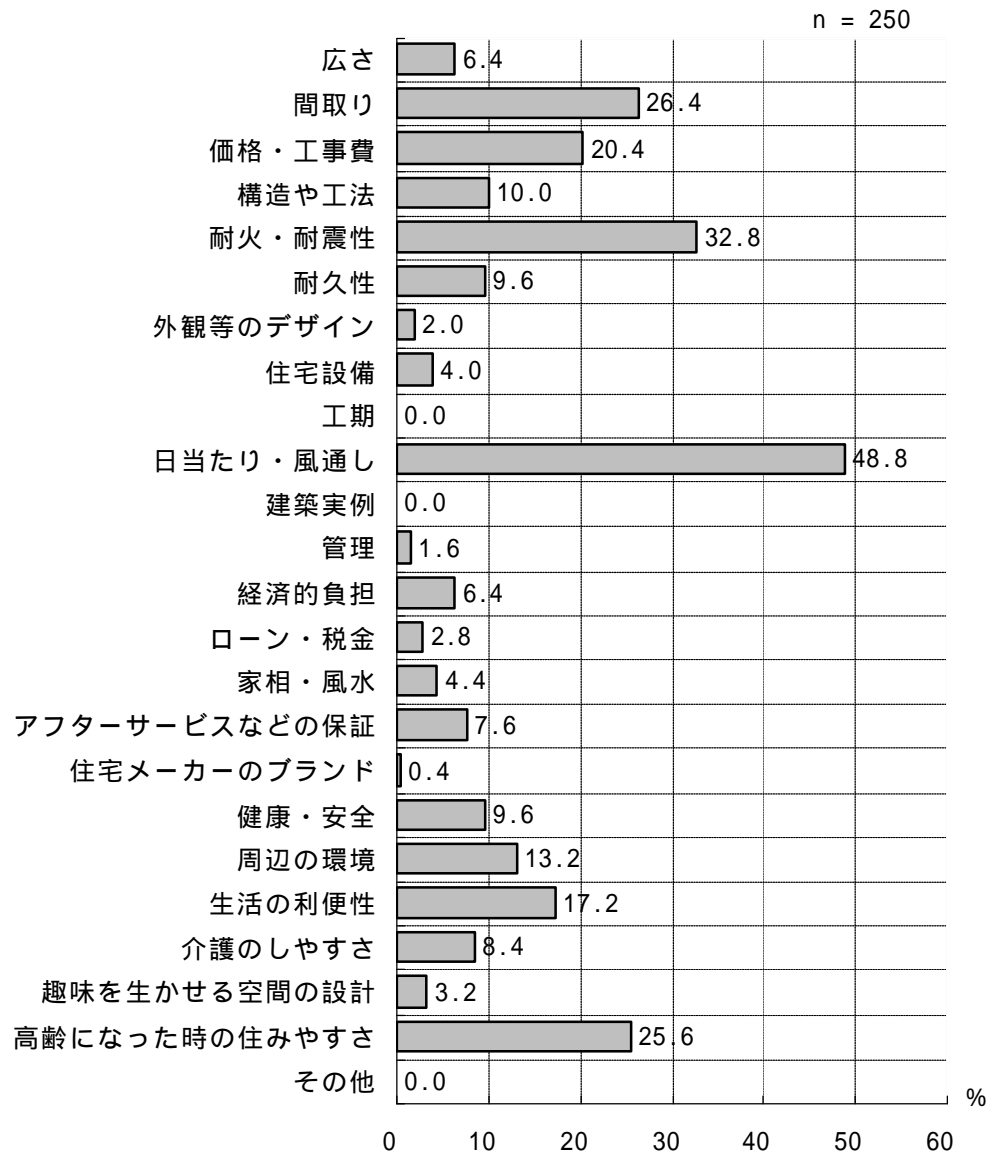
■ ……各区分において最も高い項目

(8) 計画にあたって重視する事(問18)【複数回答可】

「日当たり・風通し」が最も高く48.8%と半数弱の人が重視することとしてあげている。ついで「耐火・耐震性の」32.8%、「間取り」の26.4%、「高齢になった時の住みやすさ」25.6%となっている。(図4-8)

図4-8 計画にあたって重視すること

(単位：%)



区分別にみると、ほとんどの区分で「日当たり・風通し」を挙げる人の割合が最も高く、特に部屋数別の「6部屋以上」では89.0%と突出している。また、居住形態別の「持ち家以外」で「高齢になったときの住みやすさ」が最も高くなっているのも特徴として挙げられる。(表4-8)

表4-8 計画にあたって重視すること(区分別)

(単位: %)

		広さ	間取り	価格・工事費	構造や工法	耐火・耐震性	耐久性	外観等のデザイン	住宅設備	工期	日当たり・風通し	建築実例	管理	経済的負担	ローン・税金	家相・風水	アフターサービスなどの保証	住宅メーカーのブランド	健康・安全	周辺の環境	生活の利便性	介護のしやすさ	趣味を生活させる空間の設計	高齢になった時の住みやすさ
	全体 (n=250)	6.4	26.4	20.4	10.0	32.8	9.6	2.0	4.0	-	48.8	-	1.6	6.4	2.8	4.4	7.6	0.4	9.6	13.2	17.2	8.4	3.2	25.6
性別	男性 (n=96)	8.3	31.3	24.0	12.5	34.4	6.3	4.2	2.1	-	50.0	-	2.1	8.3	1.0	1.0	8.3	1.0	11.5	14.6	16.7	11.5	2.1	15.6
	女性 (n=122)	2.5	23.8	19.7	9.8	29.5	9.8	0.8	4.1	-	47.5	-	1.6	5.7	4.1	5.7	8.2	-	9.0	10.7	20.5	7.4	4.1	33.6
年齢 4区分	50歳代 (n=64)	6.3	34.4	29.7	9.4	23.4	9.4	-	1.6	-	50.0	-	1.6	7.8	4.7	1.6	9.4	-	10.9	17.2	21.9	6.3	4.7	23.4
	60歳代 (n=44)	9.1	18.2	15.9	9.1	34.1	6.8	2.3	6.8	-	52.3	-	2.3	6.8	4.5	6.8	11.4	-	20.5	9.1	18.2	11.4	4.5	29.5
	70歳代 (n=64)	1.6	25.0	17.2	14.1	31.3	12.5	4.7	3.1	-	46.9	-	3.1	6.3	-	4.7	6.3	1.6	1.6	12.5	17.2	7.8	1.6	26.6
	80歳以上 (n=45)	4.4	28.9	22.2	11.1	42.2	2.2	2.2	2.2	-	44.4	-	-	6.7	2.2	2.2	6.7	-	8.9	8.9	17.8	13.3	2.2	22.2
居住地	岐阜市 (n=177)	5.1	25.4	23.7	9.0	31.6	8.5	1.7	2.8	-	49.7	-	1.7	5.6	2.8	5.6	6.8	0.6	7.9	9.6	18.6	9.0	3.4	27.7
	名古屋市 (n=73)	9.6	28.8	12.3	12.3	35.6	12.3	2.7	6.8	-	46.6	-	1.4	8.2	2.7	1.4	9.6	-	13.7	21.9	13.7	6.8	2.7	20.5
同居家族	1人暮らし (n=21)	4.8	4.8	19.0	19.0	23.8	9.5	4.8	-	-	38.1	-	4.8	4.8	-	-	4.8	-	4.8	9.5	28.6	4.8	-	28.6
	夫婦のみ (n=71)	4.2	29.6	18.3	7.0	36.6	7.0	2.8	-	-	50.7	-	1.4	8.5	1.4	4.2	8.5	1.4	15.5	14.1	11.3	8.5	4.2	31.0
	配偶者と子供 (n=59)	8.5	20.3	22.0	11.9	32.2	8.5	-	10.2	-	59.3	-	1.7	5.1	1.7	3.4	11.9	-	8.5	11.9	23.7	10.2	5.1	20.3
	配偶者と子供夫婦と孫 (n=32)	6.3	34.4	21.9	12.5	37.5	6.3	6.3	3.1	-	31.3	-	3.1	3.1	3.1	3.1	6.3	-	3.1	12.5	15.6	9.4	3.1	18.8
	その他 (n=34)	-	38.2	29.4	11.8	20.6	11.8	-	-	-	50.0	-	-	8.8	8.8	5.9	5.9	-	8.8	11.8	23.5	11.8	-	29.4
世帯年収	200万円未満 (n=26)	-	7.7	23.1	3.8	23.1	19.2	-	3.8	-	53.8	-	3.8	7.7	11.5	11.5	11.5	-	-	11.5	19.2	11.5	-	30.8
	200～400万円未満 (n=61)	1.6	21.3	23.0	13.1	39.3	8.2	3.3	-	-	49.2	-	3.3	6.6	-	1.6	8.2	-	11.5	9.8	18.0	9.8	6.6	27.9
	400～600万円未満 (n=43)	4.7	27.9	20.9	7.0	27.9	7.0	2.3	4.7	-	51.2	-	-	11.6	-	-	11.6	-	11.6	14.0	14.0	7.0	2.3	34.9
	600～800万円未満 (n=26)	7.7	53.8	26.9	19.2	38.5	3.8	3.8	-	-	38.5	-	-	3.8	7.7	3.8	3.8	-	15.4	3.8	23.1	15.4	3.8	15.4
	800～1000万円未満 (n=19)	10.5	36.8	36.8	10.5	21.1	5.3	-	5.3	-	36.8	-	-	10.5	5.3	5.3	10.5	5.3	5.3	15.8	15.8	10.5	5.3	15.8
	1000万円以上 (n=32)	12.5	28.1	12.5	12.5	31.3	9.4	3.1	9.4	-	50.0	-	3.1	3.1	-	3.1	3.1	-	12.5	21.9	28.1	6.3	-	21.9
居住年数	20年以内 (n=57)	8.8	22.8	22.8	10.5	33.3	12.3	-	5.3	-	45.6	-	1.8	5.3	0.0	1.8	7.0	1.8	7.0	17.5	14.0	7.0	3.5	33.3
	20年超 (n=190)	5.8	27.9	20.0	10.0	32.6	8.9	2.6	3.7	-	50.5	-	1.6	6.8	3.7	5.3	7.9	0.0	10.5	12.1	17.9	8.9	3.2	22.6
居住形態	持ち家 (n=224)	6.3	26.8	22.3	10.7	33.9	10.3	2.2	4.0	-	50.9	-	1.3	5.4	2.7	4.5	7.6	0.4	9.8	12.9	17.0	7.6	3.6	23.7
	持ち家以外 (n=23)	8.7	26.1	4.3	4.3	21.7	4.3	-	4.3	-	34.8	-	4.3	17.4	4.3	4.3	8.7	0.0	8.7	17.4	17.4	0.0	0.0	39.1
建築時期	20年以内 (n=71)	9.9	21.1	21.1	11.3	28.2	14.1	2.8	4.2	-	47.9	-	2.8	5.6	1.4	5.6	7.0	1.4	5.6	15.5	16.9	5.6	2.8	29.6
	20年超 (n=160)	5.0	30.6	20.0	9.4	34.4	6.9	1.9	3.8	-	48.1	-	0.6	6.9	3.1	3.8	8.1	-	11.3	12.5	18.1	10.0	3.1	24.4
	わからない (n=14)	7.1	14.3	21.4	-	42.9	21.4	-	7.1	-	64.3	-	7.1	7.1	7.1	7.1	7.1	-	14.3	14.3	-	7.1	7.1	21.4
部屋数	1部屋以上3部屋以内 (n=16)	0.0	18.8	12.5	6.3	18.8	6.3	-	6.3	-	31.3	-	6.3	18.8	12.5	6.3	12.5	0.0	12.5	12.5	12.5	18.8	0.0	31.3
	4部屋または5部屋 (n=67)	11.9	20.9	23.9	6.0	32.8	10.4	3.0	3.0	-	41.8	-	0.0	7.5	1.5	3.0	7.5	0.0	16.4	16.4	11.9	7.5	4.5	28.4
	6部屋以上 (n=165)	8.0	49.0	33.0	20.0	56.0	16.0	3.0	7.0	-	89.0	-	3.0	8.0	4.0	8.0	12.0	1.0	11.0	20.0	32.0	13.0	5.0	39.0
広さ	30坪以下 (n=78)	6.4	25.6	25.6	10.3	29.5	12.8	1.3	1.3	-	41.0	-	2.6	9.0	3.8	5.1	7.7	0.0	12.8	11.5	9.0	9.0	3.8	26.9
	30坪超 (n=166)	6.6	27.7	18.7	10.2	34.3	8.4	2.4	5.4	-	53.0	-	1.2	5.4	2.4	3.6	7.2	0.6	8.4	14.5	19.9	7.8	3.0	24.7

■・・・各区分において最も高い項目

4-2-5 これからの住まいについて

(1) 身体に不自由さを感じた時の住まいについて (問19)

「現在の住宅に住み続けたい」が25.2%、「現在の住宅を改造して住みやすくしたい」が34.4%で約6割が現在の場所に住みたいと考えている。(図5-1)

区分別では、「1人暮らし」、「持ち家以外」、「部屋数1部屋以上3部屋以内」については「介護専門の施設に入居したい」が最も高くなっていることが特徴としてあげられる。(表5-1)

図 5-1 体に不自由さを感じた時の住まい (単位：%)

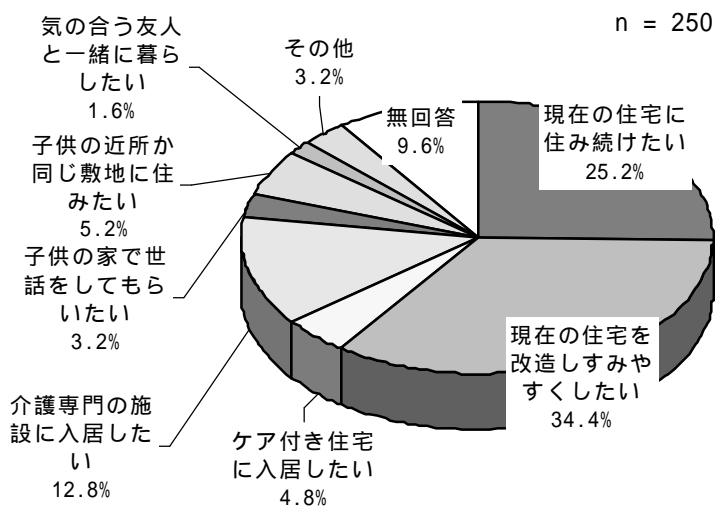


表 5-1 体に不自由さを感じた時の住まい (単位：%)

		み現在 続けた 住宅に 住	し造現 たし 在すの いすの み住 や宅 すを 改	入ケ 居ア し付 き住 宅に	に介 入 居専 門の 施設	いを 子 供の 家 で 世 話 を し て ら い た い	いじ 子 敷 地 の 近 所 か 同	い一 気 緒 の 合 う 友 人 と	そ の 他	無 回 答
	全体 (n=250)	25.2	34.4	4.8	12.8	3.2	5.2	1.6	3.2	9.6
性別	男性 (n=96)	33.3	34.4	3.1	11.5	2.1	4.2	-	2.1	9.4
	女性 (n=122)	20.5	34.4	6.6	10.7	4.9	6.6	3.3	4.9	8.2
年齢 4区分	50歳代 (n=64)	12.5	46.9	6.3	9.4	1.6	6.3	4.7	6.3	6.3
	60歳代 (n=44)	20.5	43.2	11.4	4.5	2.3	4.5	2.3	2.3	9.1
	70歳代 (n=64)	29.7	23.4	3.1	14.1	6.3	7.8	-	3.1	12.5
	80歳以上 (n=45)	46.7	22.2	-	15.6	4.4	2.2	-	2.2	6.7
居住地	岐阜市 (n=177)	25.4	34.5	4.5	12.4	3.4	5.6	2.3	2.3	9.6
	名古屋市 (n=73)	24.7	34.2	5.5	13.7	2.7	4.1	-	5.5	9.6
同居家族	1人暮らし (n=21)	23.8	23.8	-	28.6	9.5	9.5	-	-	4.8
	夫婦のみ (n=71)	25.4	28.2	8.5	5.6	4.2	2.8	2.8	11.3	11.3
	配偶者と子供 (n=59)	25.4	44.1	6.8	10.2	-	6.8	1.7	-	5.1
	配偶者と子供夫婦と孫 (n=32)	28.1	34.4	-	9.4	9.4	6.3	-	-	12.5
	その他 (n=34)	29.4	38.2	2.9	14.7	-	5.9	2.9	-	5.9
世帯年収	200万円未満 (n=26)	38.5	15.4	-	26.9	7.7	7.7	3.8	-	-
	200～400万円未満 (n=61)	27.9	34.4	6.6	8.2	1.6	3.3	3.3	4.9	9.8
	400～600万円未満 (n=43)	16.3	48.8	2.3	9.3	4.7	2.3	-	4.7	11.6
	600～800万円未満 (n=26)	19.2	50.0	3.8	11.5	-	7.7	-	3.8	3.8
	800～1000万円未満 (n=19)	26.3	31.6	10.5	10.5	10.5	-	-	5.3	5.3
	1000万円以上 (n=32)	28.1	28.1	6.3	9.4	-	12.5	3.1	3.1	9.4
居住年数	20年以内 (n=57)	17.5	26.3	5.3	19.3	5.3	7.0	-	7.0	12.3
	20年超 (n=190)	27.4	37.4	4.2	11.1	2.6	4.7	2.1	2.1	8.4
居住形態	持ち家 (n=224)	26.3	36.6	4.0	12.1	2.7	5.4	1.3	3.1	8.5
	持ち家以外 (n=23)	13.0	17.4	8.7	21.7	8.7	4.3	4.3	4.3	17.4
建築時期	20年以内 (n=71)	25.4	38.0	2.8	11.3	4.2	4.2	-	5.6	8.5
	20年超 (n=160)	25.6	34.4	4.4	12.5	3.1	6.3	1.9	2.5	9.4
	わからない (n=14)	21.4	21.4	14.3	28.6	-	-	7.1	-	7.1
部屋数	1部屋以上3部屋以内 (n=16)	25.0	18.8	6.3	25.0	6.3	6.3	-	-	12.5
	4部屋または5部屋 (n=67)	19.4	37.3	4.5	10.4	3.0	6.0	3.0	6.0	10.4
	6部屋以上 (n=165)	27.9	35.2	4.2	12.7	3.0	4.8	1.2	2.4	8.5
広さ	30坪以下 (n=78)	24.4	33.3	1.3	15.4	2.6	6.4	2.6	5.1	9.0
	30坪超 (n=166)	26.5	36.1	5.4	12.0	2.4	4.2	1.2	2.4	9.6

■・・・各区分において最も高い項目

(2) 少子高齢化時代の住まいについて(問20)【複数回答可】

「身体が衰えても使いやすい家」が最も高く58.0%、ついで「掃除や手入れなど維持管理のしやすい家」が44.8%となっている。それ以外の項目は、10~20%台で回答が分散している。(図5-2)

全ての区分においても、上記2項目が高いという傾向がみられる。(表5-2)

図5-2 少子高齢化時代の住まい (単位:%)

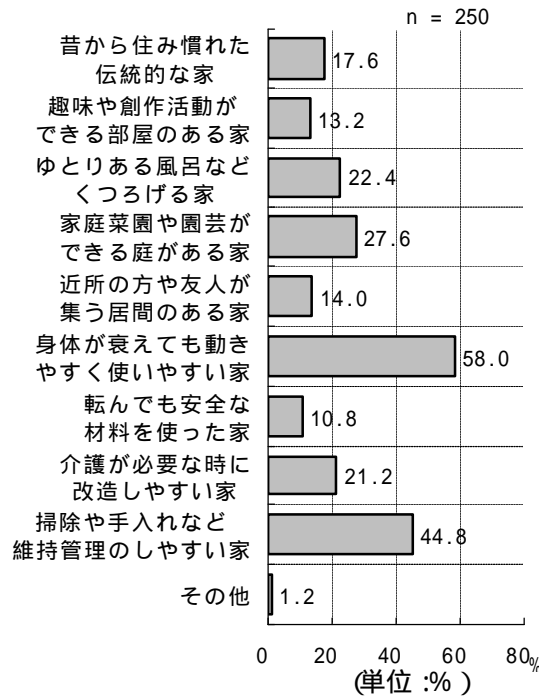


表5-2 少子高齢化時代の住まい(区分別)

	昔から住み慣れた伝統的な家	趣味や創作活動ができる家	くつろげる家	庭がある家	家集う居間のある家	身体が衰えても使いやすい家	安全な材料を使った家	家に介護が必要ない時	掃除や手入れがしやすい家	その他	無回答
全体(n=250)	17.6	13.2	22.4	27.6	14.0	58.0	10.8	21.2	44.8	1.2	15.6
男性(n=96)	19.8	17.7	34.4	30.2	13.5	63.5	11.5	25.0	45.8	2.1	4.2
女性(n=122)	20.5	13.1	18.0	32.0	18.0	68.9	13.1	23.0	55.7	0.8	3.3
50歳代(n=64)	12.5	18.8	20.3	40.6	15.6	75.0	9.4	17.2	62.5	-	1.6
60歳代(n=44)	15.9	25.0	29.5	34.1	15.9	63.6	6.8	34.1	36.4	2.3	2.3
70歳代(n=64)	25.0	9.4	21.9	25.0	9.4	62.5	15.6	25.0	53.1	1.6	6.3
80歳以上(n=45)	28.9	8.9	33.3	24.4	24.4	62.2	17.8	22.2	46.7	2.2	4.4
岐阜市(n=177)	16.4	13.0	22.0	31.1	15.8	60.5	11.3	23.7	44.6	0.6	13.0
名古屋市(n=73)	20.5	13.7	23.3	19.2	9.6	52.1	9.6	15.1	45.2	2.7	21.9
1人暮らし(n=21)	9.5	4.8	9.5	28.6	28.6	66.7	23.8	19.0	52.4	4.8	4.8
夫婦のみ(n=71)	21.1	12.7	28.2	31.0	14.1	64.8	9.9	32.4	47.9	1.4	4.2
配偶者と子供(n=59)	20.3	20.3	25.4	39.0	18.6	69.5	6.8	16.9	54.2	1.7	-
配偶者と子供夫婦と孫(n=32)	21.9	25.0	25.0	25.0	9.4	68.8	15.6	25.0	43.8	-	6.3
その他(n=34)	20.6	8.8	26.5	26.5	14.7	64.7	17.6	20.6	58.8	-	5.9
200万円未満(n=26)	26.9	3.8	15.4	23.1	15.4	69.2	30.8	30.8	57.7	-	-
200~400万円未満(n=61)	21.3	11.5	26.2	29.5	19.7	67.2	13.1	31.1	44.3	-	4.9
400~600万円未満(n=43)	14.0	18.6	32.6	41.9	16.3	65.1	4.7	25.6	55.8	2.3	-
600~800万円未満(n=26)	34.6	3.8	23.1	46.2	7.7	57.7	15.4	11.5	65.4	3.8	-
800~1000万円未満(n=19)	10.5	31.6	26.3	21.1	10.5	73.7	10.5	26.3	36.8	-	5.3
1000万円以上(n=32)	15.6	25.0	28.1	21.9	18.8	68.8	3.1	15.6	53.1	3.1	6.3
20年以内(n=57)	12.3	10.5	17.5	24.6	10.5	52.6	21.1	17.5	52.6	1.8	19.3
20年超(n=190)	19.5	13.7	23.7	28.4	15.3	60.0	7.9	22.1	42.6	1.1	14.2
持ち家(n=224)	17.0	13.4	22.8	27.7	13.4	58.9	10.7	21.0	44.2	0.9	15.6
持ち家以外(n=23)	26.1	8.7	17.4	26.1	21.7	52.2	13.0	21.7	52.2	4.3	13.0
20年以内(n=71)	12.5	12.5	6.3	18.8	12.5	50.0	-	12.5	43.8	6.3	31.3
20年超(n=160)	17.9	9.0	17.9	34.3	19.4	55.2	17.9	16.4	56.7	1.5	11.9
わからない(n=14)	18.2	14.5	25.5	25.5	12.1	60.0	9.1	23.6	40.0	0.6	15.8
1部屋以上3部屋以内(n=16)	14.1	16.9	18.3	26.8	9.9	53.5	16.9	16.9	49.3	1.4	18.3
4部屋または5部屋(n=67)	19.4	10.6	25.0	28.1	16.9	58.8	7.5	22.5	42.5	1.3	15.6
6部屋以上(n=165)	14.3	14.3	7.1	14.3	7.1	71.4	21.4	28.6	57.1	-	7.1
30坪以下(n=78)	20.5	12.8	17.9	28.2	16.7	55.1	12.8	20.5	50.0	2.6	14.1
30坪超(n=166)	16.3	13.3	24.7	27.7	12.7	59.6	9.6	21.1	42.2	0.6	16.3

■ ……各区分において最も高い項目

(3) 住まいについて知りたいこと(問21)【複数回答可】

「耐震性について」が42.4%で最も高く、ついで「防犯・安全について」が38.0%であり、安全に関する項目が上位2項目となっている。

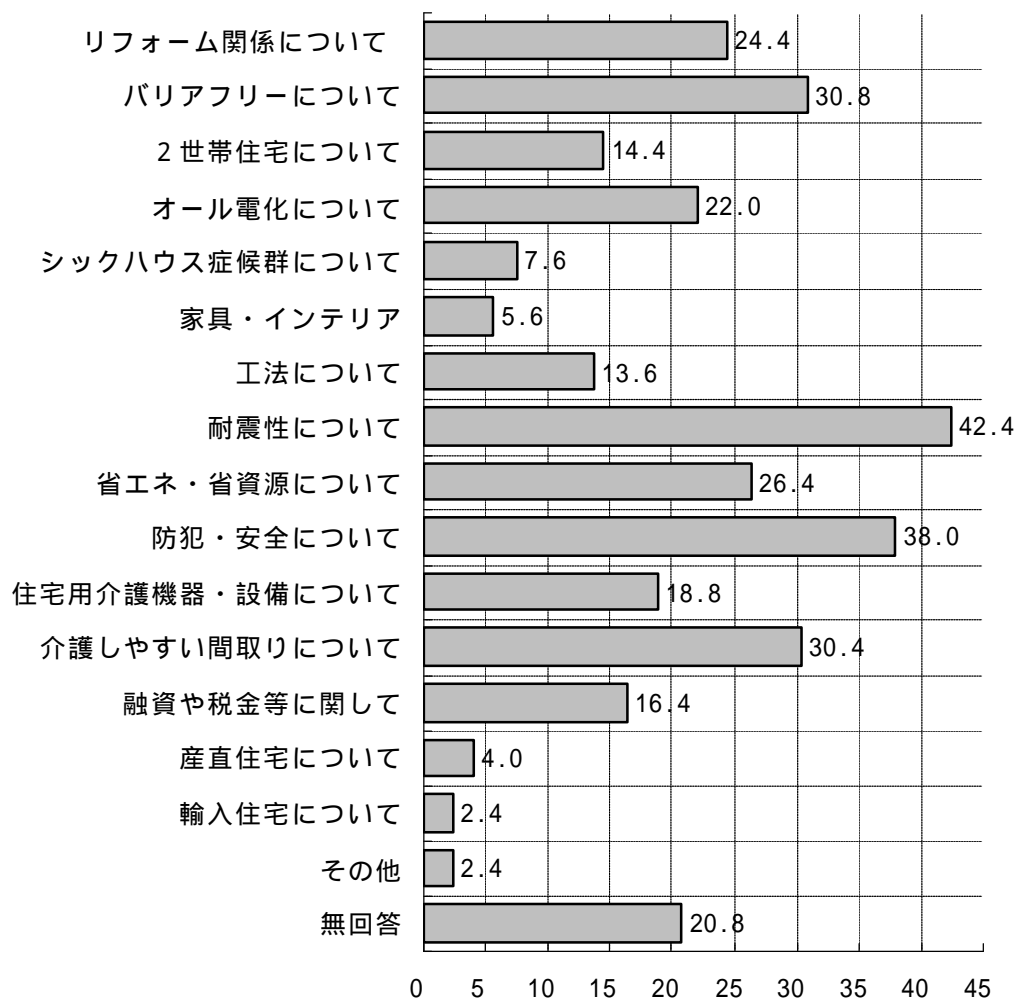
ついで、「バリアフリーについて」30.8%、「介護しやすい間取りについて」30.4%といった項目が高くなっている。

一方、「家具・インテリア」や「産直住宅」「輸入住宅」については関心を持つ人の割合が低くなっている。(図5-3)

図5-3 住まいについて知りたいこと

(単位:%)

n = 250



区別では、「介護しやすい間取りについて」に着目すると、60歳以上の各年代ではいずれも4割以上の人に関心を示しているのに対し、「50歳代」は18.8%と、半分以下の割合となっている。

表 5-3 住まいについて知りたいこと(項目別)

(単位:%)

		つり フ ォ ーム 関 係 に つ い て	い バ テ リ ア フ リ ー に つ い て	2 世 帯 住 宅 に つ い て	オ ー ル 電 化 に つ い て	シ ン ク ハ ウ ス 症 候 に つ い て	家 具 ・ イ ン テ リ ア	工 法 に つ い て	耐 震 性 に つ い て	つ 省 エ ネ ・ 省 資 源 に つ い て	防 犯 ・ 安 全 に つ い て	設 備 に つ い て 住 宅 に つ い て 介 護 機 器 ・ 機 器	介 護 に つ い て し や す い 間 取 り	融 資 や 税 金 等 に 関 心	産 直 住 宅 に つ い て	輸 入 住 宅 に つ い て
	全体(n=250)	24.4	30.8	14.4	22.0	7.6	5.6	13.6	42.4	26.4	38.0	18.8	30.4	16.4	4.0	2.4
性別	男性(n=96)	27.1	29.2	19.8	25.0	7.3	5.2	16.7	47.9	28.1	49.0	24.0	38.5	18.8	6.3	3.1
	女性(n=122)	28.7	40.2	13.9	24.6	9.8	7.4	14.8	48.4	32.0	39.3	19.7	32.0	18.9	3.3	2.5
年齢 4区分	50歳代(n=64)	29.7	39.1	10.9	18.8	14.1	9.4	17.2	42.2	42.2	32.8	15.6	18.8	18.8	6.3	3.1
	60歳代(n=44)	27.3	50.0	25.0	25.0	6.8	6.8	13.6	52.3	29.5	50.0	29.5	43.2	15.9	4.5	-
	70歳代(n=64)	31.3	31.3	14.1	25.0	4.7	1.6	15.6	51.6	25.0	42.2	20.3	40.6	20.3	6.3	6.3
	80歳以上(n=45)	20.0	22.2	20.0	33.3	6.7	8.9	13.3	46.7	22.2	55.6	24.4	42.2	20.0	-	-
居住地	岐阜市(n=177)	27.1	34.5	15.8	23.7	9.0	4.0	14.7	46.9	26.6	39.0	18.6	33.3	16.9	2.8	2.8
	名古屋市(n=73)	17.8	21.9	11.0	17.8	4.1	9.6	11.0	31.5	26.0	35.6	19.2	23.3	15.1	6.8	1.4
同居家族	1人暮らし(n=21)	19.0	23.8	4.8	14.3	4.8	-	9.5	47.6	-	28.6	9.5	28.6	9.5	-	4.8
	夫婦のみ(n=71)	28.2	39.4	12.7	26.8	9.9	4.2	15.5	50.7	23.9	54.9	25.4	42.3	14.1	4.2	1.4
	配偶者と子供(n=59)	25.4	37.3	18.6	25.4	6.8	13.6	13.6	45.8	39.0	40.7	16.9	28.8	20.3	6.8	5.1
	配偶者と子供夫婦と孫(n=32)	31.3	34.4	37.5	28.1	6.3	9.4	18.8	43.8	37.5	46.9	25.0	37.5	40.6	6.3	-
	その他(n=34)	35.3	32.4	8.8	23.5	14.7	-	20.6	50.0	38.2	29.4	26.5	32.4	11.8	2.9	2.9
世帯年収	200万円未満(n=26)	15.4	15.4	19.2	26.9	3.8	-	7.7	53.8	19.2	53.8	19.2	38.5	11.5	-	3.8
	200～400万円未満(n=61)	37.7	39.3	14.8	23.0	11.5	4.9	18.0	50.8	24.6	37.7	23.0	32.8	19.7	4.9	1.6
	400～600万円未満(n=43)	16.3	39.5	18.6	27.9	9.3	7.0	16.3	58.1	34.9	51.2	18.6	46.5	16.3	4.7	4.7
	600～800万円未満(n=26)	34.6	46.2	19.2	23.1	11.5	7.7	11.5	38.5	42.3	19.2	23.1	34.6	19.2	11.5	-
	800～1000万円未満(n=19)	36.8	42.1	15.8	31.6	5.3	5.3	21.1	42.1	31.6	47.4	26.3	31.6	36.8	-	-
	1000万円以上(n=32)	28.1	34.4	18.8	21.9	6.3	15.6	15.6	37.5	31.3	56.3	25.0	31.3	18.8	6.3	3.1
居住年数	20年以内(n=57)	21.1	26.3	14.0	17.5	5.3	8.8	10.5	43.9	29.8	38.6	21.1	28.1	12.3	1.8	0.0
	20年超(n=190)	25.3	32.1	14.7	23.7	7.9	4.7	14.7	42.6	25.8	37.9	18.4	31.1	17.9	4.7	3.2
居住形態	持ち家(n=224)	25.0	30.4	14.7	22.3	6.7	5.8	14.3	43.3	26.8	38.4	18.3	29.0	16.1	4.5	2.2
	持ち家以外(n=23)	17.4	34.8	13.0	21.7	13.0	4.3	8.7	39.1	26.1	34.8	26.1	43.5	21.7	0.0	4.3
建築時期	20年以内(n=71)	25.4	23.9	8.5	21.1	4.2	5.6	12.7	43.7	28.2	45.1	21.1	22.5	15.5	4.2	0.0
	20年超(n=160)	25.6	34.4	15.6	23.1	8.8	5.6	15.0	42.5	26.3	35.6	19.4	35.6	16.9	4.4	3.8
	わからない(n=14)	7.1	21.4	28.6	14.3	-	-	-	35.7	21.4	35.7	7.1	14.3	14.3	-	-
部屋数	1部屋以上3部屋以内(n=16)	12.5	12.5	6.3	12.5	12.5	6.3	6.3	43.8	25.0	25.0	12.5	25.0	12.5	6.3	12.5
	4部屋または5部屋(n=67)	17.9	23.9	11.9	17.9	9.0	4.5	13.4	46.3	32.8	44.8	16.4	20.9	16.4	4.5	1.5
	6部屋以上(n=165)	27.9	35.2	16.4	24.8	6.1	6.1	14.5	41.2	24.2	36.4	20.6	34.5	17.0	3.6	1.8
広さ	30坪以下(n=78)	14.1	20.5	12.8	23.1	7.7	2.6	11.5	50.0	23.1	34.6	19.2	26.9	9.0	2.6	1.3
	30坪超(n=166)	28.9	34.9	15.7	21.7	7.2	7.2	13.9	39.2	27.7	39.2	18.1	31.3	19.9	4.8	1.8

■ …各区分において最も高い項目

参考資料 2:アンケート調査結果自由回答

4-3 自由意見

住まいに関する意見や要望をフリーアンサー形式で聞いたところ、以下のような意見がみられたので列挙する。

- ・岐阜県なら住宅に転用する用地が多くあると思う。ぜひ環境を第一に考えた住宅の取り組みをお願いしたい。(名古屋市:男性:50～54歳)
- ・住まいのことは、重要なことなのに解らないことも多いので、適切なアドバイス、しっかりした業者が大事だと思う。県・市等でも御指導をお願いしたい。(岐阜市:男性:50～54歳)
- ・住まいの新規購入を検討しているが、老後の事や子の結婚費用等を考えると家に全部予算を使うわけにもいかない。親の面倒をみる事も頭に置き、理想の住まいについて夫と話し合っているところである。(岐阜市:女性:50～54歳)
- ・市中心部に住む私には、木の家は望めない。木の住まいと少しの土、高齢でも自立して住む小さい家、買い物・病院・交通の便がよい小館住宅があれば住み替えたい。しかし現実的には資金不足である。(名古屋市:女性:55～59歳)
- ・隣の家が引っ越していき土地が空いたので、即座に仲介業者に隣地の購入を申し入れた。自宅周辺は過密状態で、隣地取得は悲願だったのだ。ところが契約寸前になって、業者は突然他へ売却してしまった。リフォームなどでより儲かる客に売ったと思われる。しかも新しく越してきた人は素行が悪く、トラブルがしばしば起こるようになり、不安を抱えている。このような問題を行政で指導できないだろうか。(岐阜市:女性:55～59歳)
- ・最低100坪の宅地を持てることを目指し、政策を考えてほしい。こうすることで景気もよくなるのでは。(岐阜市:男性:60～64歳)
- ・近くにスーパーやコンビニがなく、車の運転ができない身には買い物が不便である。(岐阜市:女性:60～64歳)
- ・安心して暮らせる家に住みたい・・・衛生的で健康によい、緊急通報設備があり、医療環境が整っている、好ましい人間関係を維持することができる、インターネット、電話などによる連携・対話ができる環境と、独りで静かに考えたり、集中できる場所を持てること。(岐阜市:男性:65～69歳)
- ・一年前に家を新築したが、シックハウスにならぬように薬品レベルの低いものを使って設計・管理をお願いし、満足のゆくものができた。(名古屋市:女性:65～69歳)
- ・岐阜県は「木の国」だから、使えるところは木材を利用したらいいだろう。(岐阜市:女性:65～69歳)

・現住居は築30年で、当時は今ほどバリアフリーが考えられていなかった。今バリアフリー化を検討しているが、柱の関係で思うようにいかない。やはり当初から老後のことを考慮に入れておかなければならないと思う。また、地震の事を考えると、耐震・耐火性の強い者が望まれる。(岐阜市:女性:65~69歳)

・設問では「鉄骨造り」に をつけたが、木造も捨てがたい。(岐阜市:女性:65~69歳)

・広い家に住めば固定資産税が高くなる。年金だよりの者には、それがかなわない。(岐阜市:男性:65~69歳)

・15年ほど前、家を新築した。鉄骨造り3階建てとし、1階は車庫にした。200平米を超えたので、固定資産税はかなり高くなった。市の資産税課の知人に話すと、「1階部分は柱だけにしておけば税金は安くすむ。登記等すべてが終わってから壁をつければよかったものを」との事であった。このようなテクニックを知る者と知らない者で税負担に不公平が生まれるのは問題だと感じるとともに、建築に際しては税金関係の勉強を十分にしなければならないと思った。(岐阜市:男性:70~74歳)

・今冬、ログハウスに泊まり、暖かみを感じた。段差がないのがよかった(私宅は段差が多い)。(名古屋市:女性:70~74歳)

・借地のため思うように増改築ができず、修理もままならない。また、近所との折り合いが悪く、事件もしばしば起きている。不安なので今後の住まいを真剣に考えている。(岐阜市:女性:70~74歳)

・住居に必要な電気、ガス、上下水道、さらには道路などの整備がまず大切であると考え。それらがみたられば、辺鄙な田舎での住居も快適となる。(岐阜市:男性:70~74歳)

・住宅情報の内容を見ると、モダンさや美しさが多くを占めているように思う。従来からの日本建築は、風土に合った住み易さを工夫している。例えば木材や土を使って、湿気の調節や暖かさ、涼しさを建物そのものが調節してくれる。これらが今忘れられていることが残念でならない。(岐阜市:男性:70~74歳)

・耐用年数が短い割に価格が高い。一代のうちに何度も立て替えることなどできない。(岐阜市:女性:70~74歳)

・どんどん家が建ち、日当たりが悪くなってきているのが不満である。(岐阜市:女性:70~74歳)

・輸入材を使うことを極力避け、国産材をもっと活用するようにしたい。特に間伐材の利用ができないか、山村の農家の生活が成り立つようにならないかと思う。(名古屋市:男性:70~74歳)

・総合的行政指導により、2世帯住宅政策を是非実現してほしい。効果は大である。日本人本来の親子のコミュニケーション、経費節減(エネルギー、食費、その他)、孫の教育、不登校や非行の防止、人口減少の阻止問題等、国家的課題である。(岐阜市:男性:75~79歳)

・土地環境により建築に関する事情は様々であるので、近所との利便性についてもう少し役所が相談に乗ってほしいと思う。(岐阜市:女性:75～79歳)

・老夫婦2人で暮らしており、1人が介護2級であるため、出入り口のスロープ、室内の手すり等少しずつ暮らしやすいようにしているが、1人になったときの事は不安である。(岐阜市:女性:75～79歳)

・南側にてガラス張り故、冬の暖房費が安くつく。8階故四方解放すると夏でも風通しが良好。朝日が毎日拝める。(名古屋市:男性:80～84歳)

・最近、建築費がどんどん下降しているようで、昭和62年に建てたことを後悔している。(岐阜市:男性:80～84歳)

・住宅というものは、日照、風向き、通路・道路等の立地条件をまず検討しなければならないだろう。次に資金面で、無理なく借金を返済できることは勿論、持った時点から維持費や税金がかかることも念頭に置かねばならない。(岐阜市:男性:80～84歳)

・老人が住むところは静かな田舎がよい、と若い頃は考えがちだったが、今、年をとってみると、電車・バスの多い中心地がどんなによいかと思う。音楽会、芝居などもなかなか行けない。友人たちも同意見である。(岐阜市:女性:80～84歳)

・築45年の木造2階建てに住んでいるが、東海地震が起きた場合、それに耐えることは困難だと思う。現在地に鉄筋、鉄骨造の家を建て替えたいが、現実にそれだけの資金がない。(名古屋市:女性:85～89歳)

・屋上に家庭菜園を造り、この冷風を室内に通し、事前通気、採光を取り入れたい。(名古屋市:女性:)

・体によい木の香りのする家に住みたいが、土地は狭いし、日当たりもよくない。そんな中で少しでも毎日快適に暮らせる住まいに住みたいと思う。(名古屋市:女性:)

・住居は、自然の環境の良さ、交通の便利さが大切だと思う。(岐阜市:女性:)

・住宅については嫁、孫が考える事と思って、相談をしている現在である。(名古屋市:女性:)

・隣の家が境界ぎりぎりまで増築し、日当たりも悪くなり、建築法違反が疑われるほどである。(岐阜市:女性:)

・南向きで、明かりを一杯取り入れられる家がよいと思う。(名古屋市:女性:)

発行 **財団法人 岐阜県産業経済振興センター**

〒500-8384 岐阜市藪田南5丁目14番53号
岐阜県県民ふれあい会館10階
TEL : 058-277-1085 FAX : 058-277-1095
E-mail : center@gpc.pref.gifu.jp
URL : <http://www.gpc.pref.gifu.jp>

発行日 平成15(2003)年3月

無許可で複製することを禁じます