

コロナ下における埼玉県の住宅市場

ぶぎん地域経済研究所 専務取締役／チーフエコノミスト 土田 浩

日本の新設住宅市場を振り返ると、高度成長期に急激に増加したが、バブル崩壊後は減少基調にある。埼玉県も全国同様の動きを辿ったが、全国よりも増加・減少の振幅が大きい。

埼玉県における昨年来の動きをみると、新設住宅着工戸数は、昨年後半以降、持家の好調などから持ち直しに転じている。住宅の需要面をみると、昨年5月頃からネットサイトへのアクセスが急増し、夏場以降は契約数も増加している。地価については、県南部では上昇しているが、その他の地域では動意はみられない。この間、木材、原油、金属などの原材料価格や運送費が国際的に上昇したほか、労務単価や委託料にも一部で上昇の気配が窺われる。これを受けて、住宅の販売価格にも上昇圧力が加わっている。

埼玉県内の住宅市場が堅調な理由の第一は、コロナを契機とした住環境の見直しである。広い家を求めて郊外に家を求める流れがみられている。ただし、その受け皿は県南部に限られている。第二は、長期に及ぶ異次元金融緩和と東京への海外投資マネーの流入である。住宅ローン金利が過去最低水準にあるほか、海外主要都市よりも割安な東京の不動産に投資マネーが流入しており、これが周辺各県への住み替えを後押ししている。

今後の住宅需要については、当分堅調な状況が続くとの見方が多い。そうした中でハウスメーカーは、各社それぞれの強みを活かしつつ、顧客ニーズの取り込みや、将来を先読みした企画開発に取り組んでいる。

1. 長期的に見た住宅市場の推移

(1) 日本全国の推移

■ 1980年代まで増加基調

はじめに、長期的に見た住宅市場の推移を確認しておこう。(図1) 日本全体の新設住宅着工戸数を振り返ってみると、高度成長期に急激な増加を続け、1973年には既往ピークの191万戸を記録した。その後は一旦減少したものの、1980年代後半のバブル期には160万戸台が続いた。

■ その後は減少基調

平成入り後は、人口増加テンポの鈍化と新設住宅の耐用年数延長から減少に転じ、リーマンショック後の2009年(79万戸)以降は100万戸割れの時代に突入した。近年の動きをみると、いわゆるアベ

ノミクス景気に沸いた2013年(98万戸)、相続税見直しを受けて貸家建設が活発化した2016年(97万戸)など、活況を呈した年もあったが、概ね90万戸程度で推移している。

(2) 埼玉県内の推移

■ 埼玉は増加・減少の振幅が大きい

埼玉県の新設住宅着工戸数を振り返ると、達観すれば日本全国と同様の推移を辿ったが、首都圏への急激な人口流入が続いた高度成長期や、東京の地価高騰が著しかったバブル期には、全国を上回るペースで増加が続いた。

もっとも、バブルの余韻が残る1993年(104千戸)を最後に、10万戸割れの時代に突入し、その後は、首都圏における東京都心回帰の動きなども加わって、日本全国よりも早いテンポで減少が続いた。コロナ直前の2019年には、51千戸にまで落ち込んだ。



図1 全国と埼玉県の新設住宅着工戸数の推移



図2 埼玉県の新設住宅着工戸数の動き

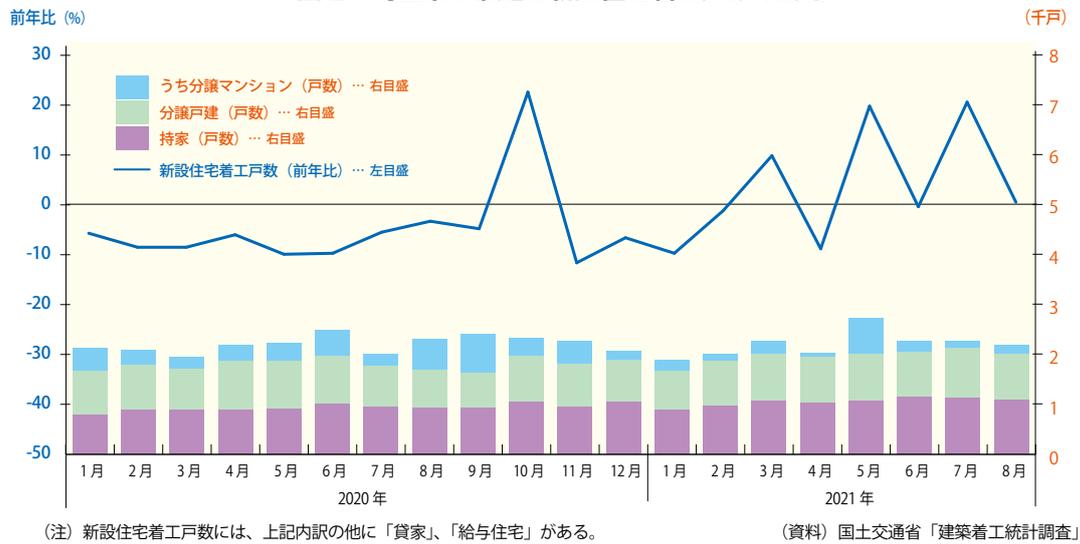
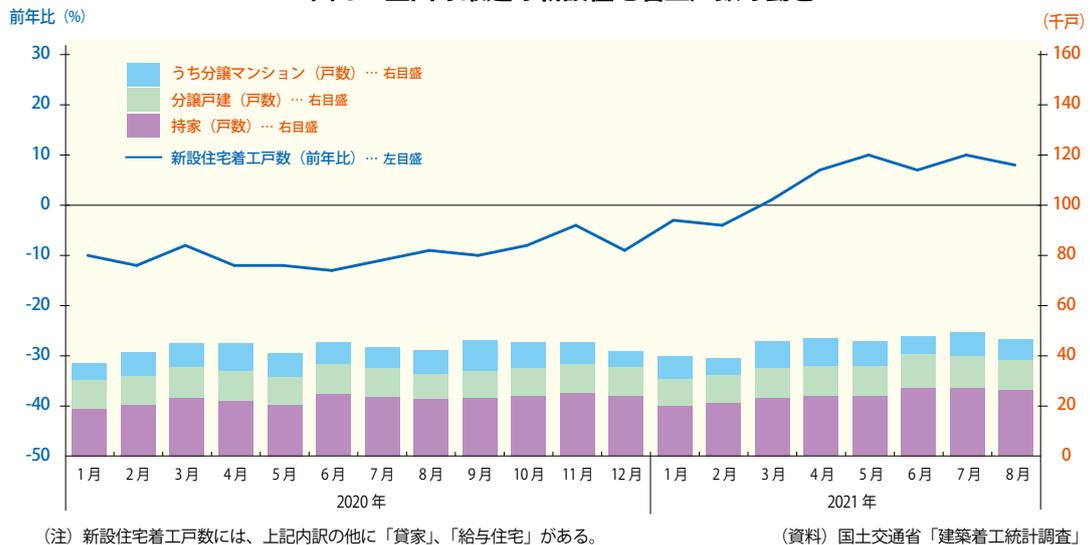


図3 全国の新設住宅着工戸数の動き



2. コロナ下の埼玉県内の住宅市場の動向

(1) 2020年以降の新設住宅着工戸数

■住宅着工統計では昨年後半から持ち直し傾向

まず、コロナ感染拡大が始まった昨年春以降の動きを、新設住宅着工戸数のデータで確認しておこう。

埼玉県の動きをみると(図2)、月々の振れを伴いつつも、昨年後半から持ち直しに転じ、本年入り後は増加基調を辿っていることが分かる。利用関係別にみると、持家(注文戸建住宅)が昨年秋以降増加に転じ、本年入り後は大幅な増加を続けている。

■全国対比好調な持家

これを全国(図3)と比べてみると、昨年中の落ち込みが小さいこと、持家の好調さが目立つこと、その一方で、特に本年入り後はマンションの減少が目立つことが分かる。

以下、本稿では、コロナ下における住宅取得者の指向の変化が早期に表れる持家(注文戸建住宅)と分譲戸建住宅に焦点を当てて、ハウスメーカーからの聞き取り調査を中心に、埼玉県内の状況を分析することとする。

(2) ハウスメーカーからみた需要面の動向

■昨年4月は全面ストップ

埼玉県内における、2020年以降の住宅需要の動きをみてみよう。

まず、2020年初は、2019年10月の消費税引き上げ(8%→10%)前の駆け込み需要の反動から、やや低調にスタートした。そして、コロナ感染拡大により1回目の緊急事態宣言(埼玉県は4月7日～5月25日)が発出され、不要不急の外出自粛などの強い行動制約がかかったことから、4月は住宅展示場や分譲販売現場への新規来店客が大幅に減少するなど、商談がほぼ全面的にストップした。

■ネット検索は5月頃から急増

もっとも、5月頃からは、ネットの販売サイトにおける閲覧件数や問い合わせが明確に増加し始め、

中には6月の問い合わせ件数が前年比倍増した先もあった。緊急事態宣言下における出勤停止、子どもの通園・通学の停止、不要不急の外出自粛要請などから、家族の在宅時間が大幅に増加したことをきっかけに、家族同士で居住環境の見直しを検討する機運が急速に高まった様子が窺われる。

■契約数も夏場以降増加

こうした動きを受けて、県内各地では、昨年夏場以降、戸建住宅の契約件数が持ち直しに転じ、今日に至るまで堅調を続けている。具体的には、各社・各地域によって若干の温度差はあるものの、「昨年5～6月以降、ずっと好調を続けている」、「昨年夏頃から、契約件数が明確に増加し始めた」、「昨年夏場以降、顧客の住宅取得意欲が明らかに高まった」、「本年入り後、コロナ前の19年の水準を上回っている」など、県内の戸建住宅市場が活気を帯びているとの声が一様に聞かれた。最近の新設住宅着工戸数の持ち直し・増加の裏側では、こうした動きが、数か月先行して生じていたことが確認された。

■中古住宅、マンション市場も回復基調

なお、今回は立ち入った調査を行っていないが、昨年中に一時停滞した中古の戸建住宅・マンションの売買や、新築マンションの販売についても、総じて本年入り後には回復しており、中には開発業者の予想を上回るスピードで完売となる物件もみられた。住宅業界では、顧客の手応えの強さを実感している先が多い。

■長期縮小基調下の最近の活発化

これらには、昨年前半の先送り需要の顕在化や、本年9月の「すまい給付金」(注1)終了前の駆け込みといった側面があることも事実であるが、そのような要因を差し引いても、最近の顧客の住宅取得意欲は高まっているように感じられる。本稿の冒頭でみた通り、新設住宅市場は長期トレンドとしては縮小基調にあり、また各種シェアリングエコノミーの浸透が住宅所有にも影を落としている可能性もある。そうした中で、昨今の住宅取得の活発化をどう読み解けばよいのだろうか？

(注1) 2019年10月の消費税引き上げ(8%→10%)



COLUMN

「住宅都心回帰の動きと埼玉県経済」 (ぶぎんレポート 2017年4月号掲載)

「続・住宅都心回帰の流れと埼玉県経済」 (同 10月号掲載)

- 埼玉県は、高度成長期からバブル期にかけて、急速な人口流入が続いたが、これはいわゆる「埼玉都民」(埼玉県に居住し、東京都に勤務する者)の増加に支えられた面が大きい。ところが、バブル崩壊後は、埼玉都民は減少している。
- 埼玉都民減少の要因としては、①都内における住宅供給の増加、②共働き世帯の増加と長時間通勤の回避、③晩婚化・少子化と広い家のニーズの低下、④ニュータウン高齢化問題の顕在化、が挙げられる。
- 県内を地域別にみると、県南部では、2010年以降、埼玉都民が増加に転じた。一方、県中央部では引き続

き減少しており、これが地域住民の減少要因の大半を占めている。なお、県北部では、埼玉都民はもともと少なく、影響は軽微である。

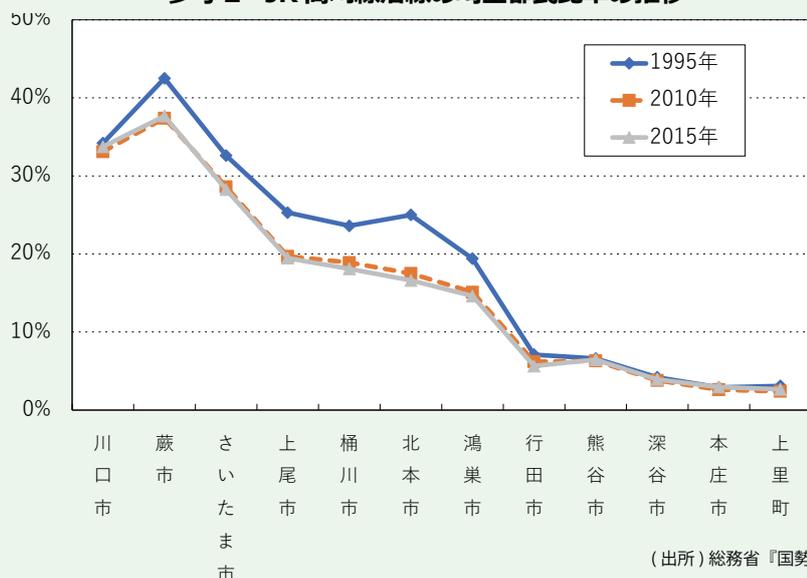
4. 「働く住民」の増加を通じて、地域経済の基礎体力を強化するためには、県南部においては、保育所待機児童の解消など子育て世代に選ばれるまちづくりが課題である。県中央部においては、圏央道開通効果を活かした企業立地など地元雇用機会の拡充が課題である。県北部においては、企業立地・産業振興とともに、観光客などの交流人口の増加による地域の活性化が課題である。

参考1 県内地域別にみた住宅都心回帰と住民増減の関係

	都内勤務者比率			都内勤務増減率	在住就業者増減率	
	2015年	5年前比	20年前比	2015年 / 2010年	2015年 / 2010年	うち都内勤務者の増減による要因
埼玉県合計	24.0	-0.2	-4.5	-0.7	0.1	-0.2
県南部	31.2	-0.1	-4.8	0.8	1.3	0.3
県中央部	17.3	-0.6	-6.3	-4.2	-0.9	-0.8
県北部	4.0	0.1	-0.1	0.6	-2.2	0.0

(注) 県南部=南部、南西部、東部、さいたま市 / 県中央部=県央、川越比企、西部、利根 / 県北部=北部、秩父
(出所) 総務省『国勢調査』

参考2 JR高崎線沿線の埼玉都民比率の推移



に際して講じられた、時限的な住宅取得支援策。最大給付額は50万円。当初は2020年10月契約分までとされていたが、コロナの影響を踏まえて2021年9月までに延長された。

(3) 供給面および価格面の動向

■ 県南部では住宅地価が上昇

ここで、住宅の供給面や価格面の動きを確認しておこう。

まず、住宅地の地価をみると、個別性はあるものの総じてみれば、県南部—とくに川口から大宮にかけての地域—では、上昇している。具体的には、「こ

れら地域では、分譲戸建住宅も、土地取得と同時の注文住宅も好調で、土地在庫が減少したため、買い値を引き上げてでも土地手当をせざるを得ない」、「駅徒歩20分でも新規物件にすぐ客が付くため、立地条件をやや緩和して土地取得を積極化した」、「分譲住宅に適した土地の売り情報をいち早く入手することが最大の課題である」、「売り主の値付けが強化化するなかで、少しでも値を下げるために、即決で購入する住宅会社が増えた」など、熱気を帯びている様子が窺われる。

■ 他地域では地価に動意みられず

一方で、県の東部、北部、西部など、それ以外の



COLUMN

「住みたい街として人気上昇中のさいたま市」(ぶぎんレポート2020年10月号掲載)

バブル崩壊以降の平成の時代、首都圏の住宅は、郊外から東京都心部へという流れが続いた。そうした中で、住宅地として、さいたま市の人気が急上昇していることは注目に値する。

1. 首都圏における住みたい街ランキングをみると、2020年には、さいたま市の大宮、浦和、さいたま新都心の3駅が、上位20駅にランクインした*1。市民の満足度も、趨勢的に上昇している。また、地域の人口も増加している。人口動態をみると、20代と30代で転入者の6割を占めているのが特徴である。

*1 2021年の同調査でも、大宮(4位)、浦和(8位)、さいたま新都心(15位)がランクインし、順位の上昇トレンドが続いている。

2. 人気上昇の背景としては、①東京都心部への交通便利性が向上したこと、②都内の地価・住宅価格が大幅に上昇する中で、割安感が鮮明化したこと、③居住地の選定に際し、子供の教育環境を重視するようになったこと、④個人の情報収集力の飛躍の向上を背景に、脱ブランド志向が進んでいること、が挙げられる。

3. 人気の特徴点をみると、利便性、施設、防犯・防災、医療・教育といった生活環境の面が評価されている。一方で、ブランドや文化といったプラスアルファの魅力の面では評価が低い。

4. 今後さらに人気が高まる可能性としては、①大宮での再開発事業、②新陳代謝が活発な埼玉県の土地柄、③コロナ禍を契機とした郊外住宅の見直し、などが考えられる。また、魅力を高めるための課題としては、①元々ある地域の優位性を活かす、②市民発の地域活動を盛り上げる、③地元の日常生活の中で非日常を楽しむ、④転入増で高まる行政ニーズに応える、などが挙げられる。

5. コロナ禍を契機として、住み替えを検討する人が増えている。そのニーズの特徴は、通勤利便性よりも、家の広さ、遮音性、密の回避である。米国の大都市では既に都心部から郊外への住居移転が顕在化しているが、日本でも、テレワークの定着度次第では、さいたま市はもとより、埼玉県中央部(圏央道周辺地域)などの郊外物件についても、人気が高まることが期待される。

日本が人口減少時代に突入した中で、地域の人口が増加することは、以前にも増して地域経済の活力の維持・向上のために重要となる。とりわけ、子育て世代の流入は、日本の少子高齢化の進行に鑑みれば、将来への期待を膨らませる貴重なトレンドである。

*また、川口市は、「本当に住みやすい街大賞2021」*2で史上初の2年連続1位を受賞した。

*2 国内最大手の住宅ローン専門金融機関選定

地域では、住宅地の地価に動意はみられない。なお、9月に公表された都道府県地価では、県南以外に、東松山市や滑川町など都心から離れた地域での地価上昇が注目された。しかし、詳細にみると、上昇したのは、大手住宅メーカーが区画整理やショッピングモールの新設などを行った新しい住宅街のみであり、町全体として地価が上向きに転じた訳ではない点は指摘しておきたい。

■世界的なウッドショック

次に、建築資材の調達および価格をみてみよう。今年前半には、世界的な木材需給の逼迫から「ウッドショック」と言われるほどの調達難と価格急騰が生じた。これは、コロナ下での米国における急激な住宅新設需要の増加、カナダ・欧州での害虫被害、コンテナ船の手当難などが要因とされる。最近の国際市場では概ね落ち着きを取り戻した観があるが、国内では、世界的な物流網の混乱や為替円安傾向などを背景に、調達難や価格高止まりが続いている模様である。この点については、ハウスメーカー各社間で、既往の在庫持ち高や調達先との関係次第で影響度の違いがみられた。

■その他国際商品市況も高騰

この他、足もとでは、原油、金属、半導体などの国際商品市況が世界的な需要回復に増産が追いつかないことから近年稀なほどに上昇している。これを受けて、国内でも原材料価格や運送費の上昇が目立っている。また、新設住宅戸数の回復を受けて、建築現場の職人や設計士などの繁忙度も高まっており、労務単価や委託料にも一部で上昇の気配がみられる。今回インタビューした先では、各社とも住宅資材や人員の確保に支障は生じていなかったが、住宅業界全体を見渡すと、調達面の支障から着工遅延や工期延長が生じている先もみられるとのことであった。

■住宅販売価格にも転嫁の動き

以上のような住宅建築コストの上昇を受けて、住宅の販売価格には、近年になかった程の上昇圧力が加わっている。個別の案件次第ではあるが、総じてみれば、先にみたような旺盛な住宅取得需要を反映

して、徐々に調達コスト上昇の住宅価格への転嫁が浸透しているようにみられる。

3. 埼玉県内の住宅市場が堅調な背景

それでは、埼玉県内における最近の住宅取得需要が堅調な理由は、どこにあるのだろうか？ これについては、第一に、コロナを契機とした住環境の見直し、第二に、長期に及ぶ異次元金融緩和と東京への海外投資マネーの流入、の2点を指摘したい。

(1) コロナを契機とした住環境の見直し

■広い家を求めて郊外へ

周知の通り、昨年来の新型コロナウイルス感染拡大は、リモートワークの普及や在宅時間の増加などを通じて、人々のライフスタイルを大きく変化させた。自宅での仕事スペースの確保が喫緊の課題となり（注2）、自宅周辺のリラックスできる環境にも関心が高まった。一方で、出勤頻度の減少から、都内への通勤時間の重要度が低下した。このため、都内の狭い家よりも郊外で広い家を求める流れが生じている。この点は、コロナ発生後、東京都の人口流出と埼玉県を含めた周辺3県の人口流入—とくに本年入り後の東京都から埼玉県への転入超過数の大幅増加—という現象からも確認できる。

（注2）既に住宅を取得済みの家庭からは、仕事スペースの確保を目的としたリフォーム需要が大幅に増加したことも、こうしたニーズの強さを表している。

■県南部人気はコロナ以前から

ただし、埼玉県内を仔細にみると、先に述べた通り、受け皿となっているのは県南部に限られており、その他の地域への広がりを感じられない。県南部と例えば、コロナ発生前から首都圏における住みたい街としての人気度が上昇していた地域である（コラム2）。手狭な都内のマンション・貸家から、広い郊外の住宅へという流れは確かに生じているものの、その効果が県内全体に広がっている訳ではないことは確認しておきたい。

(2) 長期に及ぶ異次元金融緩和と 東京への海外投資マネーの流入

■低位の住宅ローン金利

日本では、平成初期のバブル崩壊後、長期にわたって金利低下が続いてきたが、とくに2013年以降のいわゆる「異次元の金融緩和」の下で、長期金利までもがほぼゼロ金利で定着している。これを受けて、住宅ローン金利が過去最低水準で安定していることは、住宅取得を下支えする重要な要因である。

■東京への海外マネー流入が住み替えを後押し

加えて、異次元金融緩和の長期化が、株式や不動産などの資産価格上昇をもたらしている点も見逃せない。とくに、東京の不動産価格については、海外主要都市との比較において割安であるとの認識が世界の投資家の間で広まり、海外主要国の金融緩和政策持続とも相まって、大量の海外投資マネーが流入したとみられている。こうしたことから、都内では、築10年程度のマンションを中心に、新築分譲時を大幅に上回る価格で売却可能な状況とも言われており、これが周辺各県への住み替えを後押しする一因ともなっている。

4. 今後の見通しとハウスメーカーの事業戦略

(1) 今後の見通し

■当分は住宅需要堅調か

さて、それでは今後の住宅需要の見通しはどうか？ この点については、確たることは言えないと前置きしつつも、足もとの顧客の積極姿勢をみてみると、しばらくは堅調な状況が続くのではないかとの見方が多かった。具体的には、「狭い貸家では我慢できなくなったので、この際家を持ちたいというトレンドが生じた」、「住宅価格の先高観が、買い手の動きを積極化させている」、「これ以上増えないとしても、あと半年くらいは大丈夫」、「調整期は必ず訪れるものだが、現状そうした予兆はみられない」といった声が幅広く聞かれた。

■住宅各社は積極的な土地取得を継続

そうした中で、各社から共通に聞かれたのは、「地価は上昇基調にあるが、土地の手当では引き続き積極的」というスタンスであった。ただし、「強気な姿勢を崩さない売り手とは商談を取り止めた」、「高額物件の買い物には、従来以上に慎重を期す」など、相場観を警戒する声も聞かれた。

(2) 住宅メーカーが目指す方向性

こうした中で、ハウスメーカー各社はどのような取り組みで顧客ニーズの取り込みを図っているのだろうか？ 以下、今後の方向性を示唆する話題を、具体例を交えながら紹介することとしたい。



▶株式会社ファイブイズホーム

——中堅都市での地域ドミナント戦略

株式会社ファイブイズホーム（本社・行田市）は、県北部を中心に事業展開しており、行田市、鴻巣市、北本市、熊谷市、深谷市、羽生市、加須市などでは、新築戸建住宅着工棟数ナンバーワンを誇る。地域における実績と評判を積み重ねることで、地域からの信用を獲得する。また、経営資源を集中することで、素早い緊急保守対応などの安心も提供する。

新設住宅需要の長期低下トレンドが見込まれる中で、大手ハウスメーカーが軒並み拠点を構える大都市での競合は厳しい。このため、群馬県、栃木県も含めた人口20万人クラスの中堅都市をターゲットに新規出店し、地域でのシェア拡大戦略を展開することで業容確保を図りたい。



▶住宅情報館株式会社 埼玉営業部・川口店

(旧・城南建設株式会社、現・飯田グループ)

——住宅情報の充実、スケールメリットの活用

住宅情報館株式会社では、新築・中古、売買・賃貸借を含めた総合的な住宅情報について、各営業エリアごとに圧倒的に多い物件数を紹介できるなど、住まいを検討するお客様に幅広い選択肢を提供しながら、ご相談を承ることができている。

また、全国シェア1位のグループ・ネットワーク



を活かして、建築資材の規格化と一括購入、自社工場での大量一括加工・品質管理が可能である。こうした取り組みを通じて、「好立地、高品質、好価格」を実現している。

さらに、住宅取得済みの家庭へのリフォームにも注力している。注文住宅の豊富な経験を活かして、お客様のニーズに応じた最適プランを提案するほか、水回り改修、屋根外壁再塗装などをパッケージ商品化することで、リフォームの低価格を図っている。



▶株式会社中央住宅（ポラスグループ）

—— 地域密着、個性的な宅地開発

株式会社中央住宅（本社・越谷市）は、県南東部を中心に、地域密着型経営の事業展開をしている。J1浦和レッズや南越谷阿波踊りの支援をはじめ、様々な地域活動に積極的に取り組み、地域に根を張ることで信頼を獲得している。全国展開などの規模拡大は指向せず、創業以来の理念である新しい暮らし、地域価値の創造により安全・安心で豊かな街づくりに取り組んでいる。全国各地の住宅会社からも注目されている。

また、グループ全体でグッドデザイン賞を19年連続通算63点受賞するなど、建物のデザインやコミュニティづくりの研究・開発の成果が高い評価を得ている。分譲住宅の企画では、分譲地に隣接した農地の借用と地元農家の指導を組み込む物件や、歴史的建造物である蔵と一体とした街づくりといった強いテーマ性が唯一無二の魅力として人気を得ている。景観法の景観協定を多用するなどして、将来的な近隣環境の維持にも配慮している。



▶積水ハウス株式会社 埼玉栃木営業本部

—— お客様の先に行く企画提案

積水ハウスは、日本を代表する大手住宅メーカー。自由な設計・デザイン力や、鉄骨・木造など豊富なラインナップを活かし、お客様の希望に合わせた高品質の家づくりに定評がある。

郊外の分譲宅地では、街並み全体の美しさを追求して、思い切ってコーディネートを優先するなど、

お客様自身では要望し難い魅力を先んじて実現する。一般的な分譲物件よりも大きい家、環境に配慮した5本の植樹、高齢者向けを意識した仕様や空気環境配慮、といったコロナ以前から描いた企画が、最近お客様から人気を得ている。

今後も、将来を見越したビジョンをもって、次世代へと受け継がれる街並みづくりに取り組む。

5. おわりに

ここまで、埼玉県内における住宅市場の現状と見通しをみてきた。

最後に一言、私の雑感を述べさせていただきたい。

コロナ禍という深刻な事態に直面し、突然、自宅で過ごす時間が増え、部屋の使い方も変わった。家族と一緒に、本当はどんな暮らしをしたいのかを考え、住まいのあり方を真剣に話し合うようになった。ワーケーションや二拠点生活という贅沢な話も出てきた。

少し視野を広げてみると、「働き方改革」に象徴されるように、仕事一辺倒だった生活スタイルは過去のものとなった。社会の成熟化とともに、個性的で自由な発想が価値を持ち、実現可能な時代となりつつある。

アフターコロナの日本社会はどう変わるのか？ 住まい選びはどう変わるのか？ まだよく見えない底流を、これからも目を凝らして探っていきたいと感じた次第である。

