

不動産市場異聞-52
駅徒歩文化は首都圏と関西の一部だけ

大東建託賃貸未来研究所・AIDX ラボ所長・麗澤大学客員教授 宗健

コロナ禍によるテレワーク拡大の影響で、地方や郊外の人気が高まっているという見方もあるようだが、都心の駅徒歩文化になじんだ人々は、郊外や地方のクルマ社会に適応できるのだろうか。今回は「いい部屋ネット街の住みこちランキング」のデータを分析し、駅徒歩文化について考えてみたい。

◎駅徒歩文化はむしろ特殊

首都圏等の大都市圏に住んでいるホワイトカラーの多くの通勤手段は鉄道だろう。実際、有職者の通勤手段の鉄道比率を集計してみると、東京都は36.4%であり、クルマ通勤比率は6.6%に過ぎない。残りの約半数はバス・徒歩・自転車か、自宅で仕事をしていることになる。

有職者の鉄道通勤比率が20%を超えるのは、東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県・京都府・大阪府・兵庫県・奈良県のみで、10%を超えるのは北海道・宮城県・愛知県・滋賀県・広島県・福岡県となっている。最も鉄道通勤比率が低いのは島根県で、わずか0.8%しかいない。一方で最もクルマ通勤比率が高いのは山形県の76.0%で、70%を超えるのは山形県・福島県・群馬県・富山県・福井県・山梨県・鳥取県・島根県・徳島県・宮崎県となっている。

◎鉄道通勤は少数派

そして、全国で見れば、鉄道通勤率は20.7%で、クルマ通勤率は43.5%である。

つまり、日本全体で見れば、鉄道で通勤している人は少数派であり、駅徒歩文化は首都圏と関西圏の一部だけであることが分かる。しかし、情報発信の多くは首都圏在住者からなされるため、電車通勤を前提とした駅徒歩文化を前提とした内容であることも多い。地方ではどんなに「歩こう!」と言われても、歩ける範囲には何もない場所もある、という現実がある。

◎駅徒歩物件は差別化しにくい

地方でも空き家対策への関心は高いが、都市部の駅徒歩文化の浸透した場所よりも工夫の余地は大きい。都市部の駅徒歩文化地域では、駅からの距離が非常に重視されるため、リフォームして設備を更新したりしても、その効果が限定的になる。そのため設備投資よりも家賃の値下げによって入居者を確保しようという傾向が強くなる。

一方、地方ではそもそも駅からの距離を気にしない人が多数いるため、物件そのものの魅力で差別化できる余地が多くなる。

同じような場所にある物件なら、駐車場の有無や台数、クルマの出し入れのしやすさ、宅配ボックス等の設備といった家主がコントロールできる要素が入居率を左右するようになる。しかも都市部と違い、家賃相場自体が比較的安いいため、家賃の安さよりも住みやすさを優先する入居者も多い。

このように都市部と地方では、空室対策自体も大きく違ってくるが、基本にあるのは仲介

会社を含む不動産会社との人間関係であることは変わらない。

◎都市と地方で市場分化

これは別に最近始まった話ではないが、元々都市部と地方・郊外では市場が異なる状況に置かれている。

生活スタイルも違う。都市中心部ではクルマの必要がないことも多いが、地方や郊外ではクルマがなければ生活できない場所も多い。都市部では仕事終わりに飲んで帰ることも多いが、地方や郊外でクルマ通勤の場合には、そうもいかない。都市では繁華街に遊びに行くことも多いが、地方ではイオンモールのような大型のショッピングセンターが、昔の商店街のような役割を果たしている。

オピニオンを発信する有識者も、投資家も不動産関連事業者もそうした違いをきちんと認識する必要があるだろう。

(2021年9月29日掲載)

■プロフィール

そうたけし・87年九州工業大学卒後リクルート入社。リクルートフォレントインシュア代表取締役社長、リクルート住まい研究所長を経て現職。博士(社会工学)筑波大学・ITストラテジスト