

INTERVIEW

神戸芸術工科大学学長 松村 秀一さん

減ったとは言え年間70～80万戸も新築住宅がつくられている国、日本。住宅産業もその現状に引きずられ続けている。一方で人々の生活はここ数年で大きく様変わりし、既存の産業を大きく超えるものになりつつある。“箱”の産業から“場”の産業への変遷を分析し続ける神戸芸術工科大学学長・松村秀一さんに話を伺った。

(聞き手=新建ハウジング発行人・三浦祐成)

三浦 “箱”の産業はどんどん縮小し、この3年で新築着工は3割も減りました。改めて、松村先生は住宅産業の今をどう捉えていますか。

松村 昔から改修や再生の話題もあったとはいえ、住宅産業はあくまで新築中心の産業でした。補助金や税制優遇も新築中心で、政府も政治家も、新築をつくる産業が日本経済にとって大変重要だと認識しているのでしょう。新築は絶対に減ると言われ続けているのに、マインドは相変わらず新築中心のままです。

しかし、同じ技術的な背景のもと、同じような消費者が常に現れ、同じように仕事を続けられる—このような産業のあり方には当然寿命がある、と考えるべきでしょう。“住宅産業は30年で終わる”という言説もありました。年間の新築着工はまだ70～80万戸を維持していますが、じわじわと減っている事実も確認できるわけです。

また、住宅産業に大きく影響する、今までにない事柄として、世帯の減少があります。ストックと世帯数の差が空き家とすると、今まではストックが増える一方で世帯数も増加したので、空き家が極端に増えたりはしませんでした。しかし、世帯数が減るのにストックが増える意味は一体どこにあるのでしょうか。皆が薄々感じているおかしさが、もっとはっきり認識された瞬間、“住宅産業が寿命を迎えた”という言説がリアリティを持つことになるでしょう。



新たな人生が始まる時 リノベーションが発生する

三浦 住宅産業の寿命が尽きかけている事実は着工数に現れているといます。実際のところ、新築以外の選択肢を選ぶ人は増えているのか、先生の実感はいかがですか。

松村 住宅リフォーム・紛争処理支援センター主催の「住まいのリフォームコンクール」で審査委員長を務めていますが、これまでの受賞作は、バリアフリー化や断熱改修など、いわば“箱”を改善する事例が中心でした。

しかし、今年の受賞作からは新しい現象も感じられました。例えば都市から地方に移り住む際、空き家を2棟手に入れてリノベーションし、ひとつは地域に開く場にする—。数多の空き家が存在することで、人は新しい人生を組み立てることができるようになり、それに伴ってリフォーム・リノベーションが行われるようになったのです。

これだけ住宅が余っていて、かつオンラインの発展で住む場所も自由になっている世の中、代々同じところに住んで、同じ企業に定年まで勤める生き方は、特に若い世代にとってはもう古いものです。中古住宅流通という陳腐で

すが、住むべき場所を発見する機会をつくったり、地域の中でそれを横展開することが、住生活産業として成立しつつあると考えます。

これまで住生活という、例えばキッチンでお母さんと子どもが会話するなど、住宅の中での具体的な生活を指すようなニュアンスがありました。しかしよいよ“どこにどう住んでどう生きるか”、つまり人生のレベルにまで、住生活の概念が拡大してきたのではないかと感じています。

大手とは違う人・センスとものづくりが工務店の強み

三浦 住宅の中の場だけではなく、生き方や住む場所が多様化した人生の中における場という概念に、住生活に関わる産業が寄り添っていかねばならないとも言えますね。

松村 かつて、セキスイハイムM1を開発された故・大野勝彦さんから「大企業に勤める人は大企業が好き。だから大手住宅メーカーのシェアは大きい」という意見を伺ったことがあります。この意見が正しかったとしても、例えば大企業に勤める人が必ず全国チェーンのレストランで食事するわけではありません。小さな町の飲食店を選ぶ人もいますよね。

住生活の分野も、食と同じような状況になるのではないかと予想します。

供給者としては、大企業にしかできないことも確かにあります。でも限界もあるでしょう。地域工務店は、大企業とは全く違う人材やセンスを持っているからこそ全く違う価値を生み出せる可能性が高いはず。住宅産業が箱の産業から、地域の住生活産業に変化すると、大企業にはできないことが、工務店ならたくさんできるはず。それに期待しています。

また「建築物を触る能力」は今後も不可欠です。空き家を活用するとき、DIYで対応できる部分はあるにしても専門家の力が必要になる場面は多々ある。ものづくりの力を確保している存在としての工務店が、大きな意味を持ってくるのではないのでしょうか。他産業からの参入ではそうはいきません。

建築にとらわれず 生活の質を考える場へ出よ

三浦 人生・生き方先行型の住生活産業はすでに動き出しつつあるように感じますが、これまで箱の産業を担ってきた工務店が、新しい住生活産業にしっかりコミットするには何が必要になるのでしょうか。

松村 まずは生活者としての経験と発想の豊かさが必要でしょう。生活のことを考えていくわけですからね。

ジャパンホームショー実行委員の山本想太郎さん(建築家)が昨年『超インテリアの思考』(晶文社)という本を出されたのですが、彼曰く「今はインテリアだ」と。

確かに、ジャパンホームショー内で毎年開催されているみらいのたね賞の受賞作を見ていると、照明が仕込まれたブックエンドとか、文房具のようなものが受賞するようになっています。生活の質を高めるのに、もはや建築の一部であることは重要ではありません。もっと広がりを持ち始めている。ジャパンホームショーでもインテリアの展示会が併催されていますが、これからはインテリアの分野、つまり住宅・建築以上に生活に近いものの中に、生活の質を明らかに変えるようなものが含まれているんです。

それから、小さな企業が意外とチャレンジングな建材を開発していたりもします。大手が開発しているものにはない斬新さがあって、実は展示会の会場でたくさんそれが見られたりもする。自社の経営に直結する視点はいったん置いておいて、面白いものを探して楽しむ、という気分になってみるのもいいと思いますよ。

家の場の場づくりから 人生の場をつくる産業へ