

5) - 4 わが国のユニバーサルデザイン住宅に係る関連技術等の 海外展開のための基礎的調査【基盤】

Fundamental study for overseas deployment of the pertinent art concerning the universal design

(研究期間 平成 25～25 年度)

建築生産研究グループ

左海冬彦

小野久美子

角倉英明

Dept. of Production Engineering

Fuyuhiko Sakai

Kumiko Ono

Hideaki Sumikura

We cannot expect a domestic housing market of our country, but it should take notice of the numerical expansion as a "spending market" of the housing industry not only as a "production base" from now on at the possibility as a frontier paying attention to newly emerging countries, such as Southeast Asia. Our country is a "subject advanced nation" which entered the decrease-in-population age and the advanced age decrease-in-the-birthrate age early from the world. It is an opportunity to utilize and contribute various technology and know-how of the housing field which I have so far cultivated at development of the domestic demand type industry of a newly emerging country. In this research, we performed point-of-argument arrangement for the embodiment.

【研究目的及び経過】

わが国の国内住宅市場においては、成熟期を迎え量的拡大は望めず、今後は、東南アジア等の新興国に着目し、「生産拠点」としてだけでなく、住宅産業の「消費市場」としてフロンティアとしての可能性に注目する(図 2 参照)。

世界に先駆けて人口減少、高齢少子化時代を迎え、さまざまな「課題先進国」であるわが国において、これまで培ってきた住宅分野のさまざまな技術・ノウハウを新興国の内需型産業の発展に活用・貢献する機会であり、本研究ではその具体化のための論点整理を行った。

【研究内容】

1) わが国の住宅産業の国際化の現状等の分析

①プレハブ住宅の輸出入の現状

現状では大幅な輸入超過である。

②企業進出の動向

主要な住宅メーカーの多くが経営の柱に国際戦略を掲げ、わが国の住宅メーカー・建材メーカーの多くの拠点が、東南アジア等にすでに形成されつつある(図 3 参照)。

③その他の動向

カナダウッドの長年にわたる取り組み、日本木材輸出振興協会、経済産業省を中心としたクール・ジャパンの取り組みがある。

2) 東南アジア等の住宅市場等の動向

①東南アジア等の住宅市場の動向

大都市圏を中心に 1 人あたり GNP が 1.5 万ドルを超える富裕層・アッパーミドルが成長し、旺盛な住宅

需要が生じつつある状況である。

②市場開拓にあたって想定される課題

今後、東南アジア等各国で、各層の人たちがどのような動機で、どのような住宅を買うのか等の把握が必要である。

③わが国のプレハブ住宅産業の歴史等

住宅建設の短工期化、天然材料の枯渇、熟練労働者の不足、建設主体の前近代性といった諸課題の解決は、わが国と共通の課題である。

3) 住宅産業の国際化に向けて

①基本的考え方

新興国の住宅市場に係る基本データは、現在だけでなく、過去の歴史を遡ることにより未来の展望を得ることが必要である(図 1 参照)。

1. どのような人が、どのような住宅を、どうやって手に入れるのか？
2. その住宅に足りないものは何か？
3. 現地で調達できる資源(モノ・ヒト)はどのようなものか？
4. 以上の中期的な動向はどう捉えられるか？
5. 日本の住宅にあつて、彼の地の住宅にないものは何か？
6. 彼の地の住宅にあつて、日本の住宅にないものは何か？
7. 彼の地における「日本ブランド」の位置付けはどのようなものか？
8. 誰に向けて、どのような機会に、どうプレゼンテーションするのが有効か？
9. 以上のことをできるだけ正確に教えてくれるキーパーソンはいるか？
10. またキーパーソンをどう探せるか？

図 1 新興国の住宅市場を探る

②リバース・イノベーションの推進

先進国の既存品からスタートしない新興国向けのイノベーションが先進国に向かい逆流し、新興国ではじめて採用される場合、これをリバース・イノベーションという(図4参照)。

③必要な意識改革・組織改革等

先入観の変革、資源配分の見直し、人材の国際化、学習とリスクに対する態度、環境に優しいソリューション等が必要。

【研究結果】

上記の検討を、「わが国の住宅産業の国際化に向けて(論点整理)ー海外住宅市場フロンティアに向けたリバース・イノベーションの可能性」としてとりまとめた。また、今後の研究課題としては、以下をとりまとめた。

- ①新興国の住宅市場の理解を進める取り組みの推進するため、国際住宅研究ネットワークを構築していくこと
- ②企業や業界の垣根を越えた国際化のための情報交換・意見交換の場を設定すること
- ③東南アジア等の新興国で、住宅市場の課題・ニーズについて意見・情報交換を目的とした「国際住宅セミナー」の開催を企画すること
- ④住宅産業においてリバース・イノベーションを推進するために、東南アジア等の新興国で求められている必要な研究技術開発の個別的な課題を明らかにすること。

東南アジア等における住宅メーカー等の拠点数

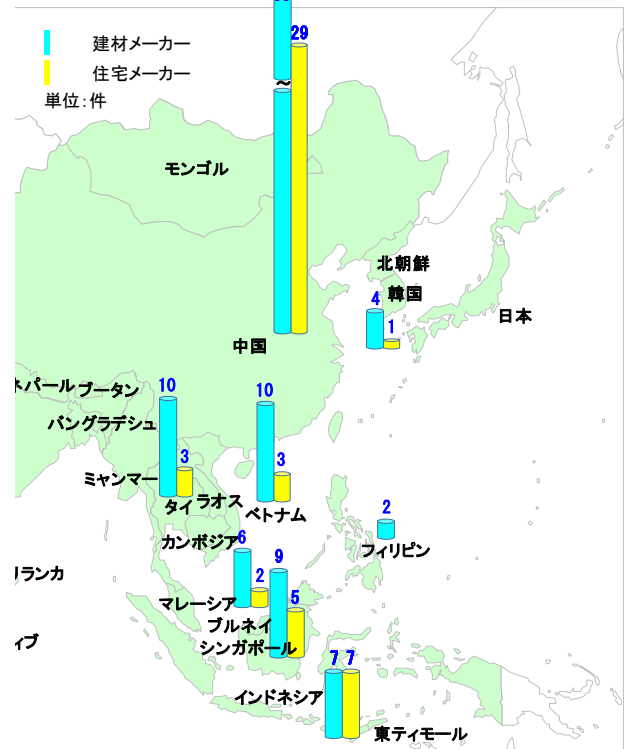


図3 住宅メーカー・建材メーカーの進出状況

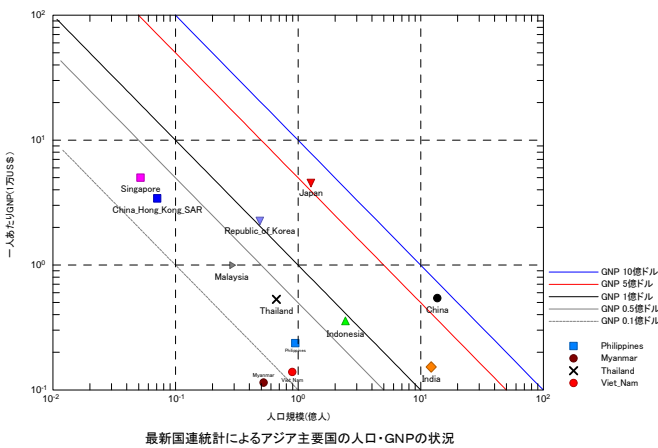


図2 東南アジアの新興国の人口・G N P

リバース・イノベーションの方向性

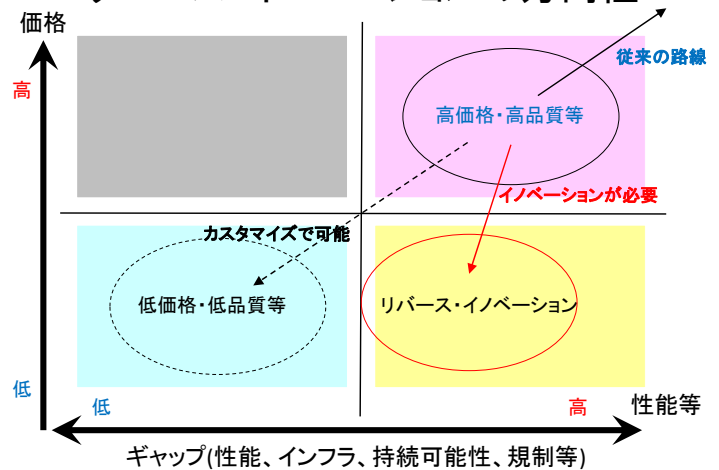


図4 リバース・イノベーションとは何か