飯田太郎（ＴＡＬＯ都市企画）

マンション事業　進化への展望　１
これまでのマンションの問題点

経済成長と地価上昇を期待

マンションは高度成長とともに普及
需要側も供給側も
庭付き一戸建住宅を取得するまでの＜仮住まい＞
と考える傾向があった

建物の価値を軽視

だから

供給サイド

＜モノづくり＞
＜ストック形成＞
の発想が乏しい

需要側も供給側も
購入時のイメージを重視
長期的な品質・性能を軽視してきた

需要サイド

入居後の居住性
向上・維持管理
意識が育ちにくい

そして

事業者とユーザーとの持続的なコミュニケーションが形成されない
（売りっ放し。買いっ放し）

このため

マンションは自動車・家電
と共に日本人の
ライフスタイルを変えた
生活基幹産業
だが・・・
両者の違いも大きい

商品・サービスの品質・性能向上に不可欠な需要側と供給側の＜共進関係＞が成立しにくい。
このため自動車・家電のような生活基幹産業として発展しなかった。
生活者は良質な住宅を確保できなかった。

自動車・家電等には
＜システム産業＞
社会的な共通認識と
メーカーとユーザーの
＜共進関係＞があるが
マンションでは乏しい

しかも

低層建物中心の地域に中高層マンションが建つことへの反発が多く、居住者も地域社会への関心が希薄。
行政の施策対象になりにくいまま、地域社会のなかでマンションが増加
いつのまにか、都市居住の中心になった。

その結果

ＲＣ造の堅牢・不燃で安全性の高いマンションの普及という肯定的な側面と
地域社会の空洞化・人間関係の希薄化という否定的な側面が併存している。
高経年マンションの増加と高齢・少子・人口減少が進むなかで
総合的な視点による対応策が必要になっている。