

日本におけるルームシェア普及の要因 —メディアと不動産業界の影響力—

板垣 友香

要 旨

第 1 章では、本論文におけるルームシェアの定義付けを行う。家族、親族、恋人ではない全くの他人と一軒家やマンション・アパートの一区画、一部屋を借りて、リビング・キッチン・トイレ・浴室等の設備を複数名で共有し生活することをルームシェアとする。その中でも、節約目的の人はゲストハウスでのルームシェア、物件目的の人はシェアハウスでのルームシェアを行うことが多いため、目的や生活スタイルの異なるこれら 2 つの形態に絞って研究を行う。

第 2 章では、海外で発祥したルームシェアの歴史をまとめる。日本では、2000 年前後に海外からの留学生や旅行者をターゲットとしたルームシェア物件が見られるようになり、2005 年以降はテレビドラマでルームシェアが取り上げられ、日本人向けのルームシェア物件が登場するなど広がりを見せた。そしてこの時期から、良い物件に手頃な価格で住むことでより良い暮らしを求めるために、ルームシェアを行う人々が目立つようになっている。

第 3 章では、ルームシェア関連の新聞記事数の推移とルームシェア普及に関する出来事の流れから、実際に 2000 年以降、日本でルームシェアが広まりつつある現状を述べる。

第 4 章では、日本人には受け入れがたい居住スタイルであるという特性があることを問題として提起する。筆者は、ルームシェア普及の陰に、メディアにおいて消費者にルームシェア自体の認知を促した要因と、ルームシェア物件を所有する不動産会社による変化があると考え、第 5 章からそれぞれの要因について考察していく。

第 5 章では、ルームシェアという言葉と意味の認知度を上げた大きな要因として考えられるテレビドラマ、漫画・小説、映画について述べる。これらは、ルームシェアがどのような生活なのかを想像させつつ、他人と暮らすことの難しさから、人との関わりが自分を成長させてくれるというルームシェアならではの人間関係や温かさを伝えている。

第 6 章では、不動産業界は、景気の悪化とワンルームマンション建設規制の強化の影響を受け、安い家賃でワンルームマンションを貸すことが難しくなり、空き物件をルームシェア物件とする動きが高まったと推測する。また、これをルームシェア物件を取り扱う不動産会社へのインタビューから確認する。

第 7 章では、ルームシェア普及の要因は、「ルームシェアを題材としたメディアの登場」と「景気の悪化とワンルームマンション建設規制の強化」であると結論付け、その後、ルームシェアの普及を後押しした不動産業界の動きにも注目する。そしてこれらが日本人のルームシェアを受け入れがたいとする意識を変えられたのかを考える。