

米国におけるモバイルホーム市場の 収縮と業界再編

豊 福 裕 二

米国の住宅産業及び住宅市場を他の先進諸国と比較したとき、他国にはみられない特徴の1つとしてモバイルホーム（mobile homeあるいはmanufactured housing）という住宅形態の発達があげられる。ほぼ完成品に近い状態まで工場内で生産され、大型トレーラーによって設置現場まで牽引されるモバイルホームは、大型ユニットの輸送を可能とする道幅の広い幹線道路とハイウェイ網の発達、市場としての広大な郊外住宅地及び農村地域の存在など、米国に特有の条件によって支えられており、その意味で米国に独自の住宅形態である。

90年代半ば以降、米国の戸建住宅市場がかつてない持続的なブーム的活況を呈するも、モバイルホーム市場もまたまれにみる活況を示した。しかし、戸建住宅のブームが世紀を越えてなお持続しているのに対し、モバイルホームのブームは比較的短命に終わり、2000年に市場が反転すると、以後工場出荷数は減少の一途をたどり、上位企業の倒産やM & Aを伴う業界再編に帰結した。2005年には出荷数が若干回復したものの、その主因は8月末にメキシコ湾岸を襲ったハリケーン・カトリーナの被害復旧に伴う特需によるものであり、本格的な市場の回復には至っていない⁽⁴⁾。

近年の米国の住宅ブームを巡っては、ブームに伴う住宅価格の高騰が消費者信用の拡大を通じて個人消費を下支えし、世界経済を牽引する役割を果たしてきたことから、いまやその動向に世界中の注目が集まって

いる。しかし一方で、米国の住宅市場の一角を占めるモービルホーム市場が半ば崩壊状態に至ったにも関わらず、その事実は米国内を除いてほとんど注目されていないのが実状である。

本稿の課題は、このような90年代におけるモービルホーム市場の活況と2000年以降の市場収縮の背景について、戸建住宅及びその供給主体である一般の住宅建設業とモービルホーム産業との異同に注目しつつ明らかにすることにある。両者の異同に着目するのは、一般の住宅建設業とは異なるモービルホーム産業の独自の発展過程と、その出自に規定された産業構造上の特性こそ、モービルホーム・ブームが短命に終わった最大の要因であると考えられること、しかし一方で、ブームの拡大と収縮に対して金融・資本市場の動向が及ぼした影響は、一般の戸建住宅市場と一定の共通性を有していると考ええるからである。

以下では、まずモービルホーム産業の発展過程とその現状について概括したうえで、次にモービルホーム産業の産業構造の特徴とその近年の変化について述べ、最後にモービルホーム金融の展開に注目しながら、90年代後半におけるブームとその崩壊の背景について考察したい。なお、「モービルホーム」という呼称は、米国では70年代後半以降「工場生産住宅 (manufactured housing)」という呼称へと改められているが、米国におけるプレハブ工法であるモジュラー住宅、パネル化住宅といった他の工場生産手法と区別するため、本稿では70年代後半以降のものも含めて、一貫して「モービルホーム」という呼称を用いている。

1. モービルホーム産業の成立と展開

1) モービルホーム産業の成立

米国におけるモービルホーム産業の前身は、1930年代に登場したトレーラーハウスの製造企業である。トレーラーハウスとは、簡易な宿泊

設備を備えた車輪付きのユニットのことで、当時は幅8フィート、広さ300平方フィート以下で自家用車での牽引が可能な小型のものであった。トレーラーハウスはもともとレジャー用途に開発され、製造企業を中心に自動車メーカーであったが、大恐慌後の失業者の急増に伴い、住宅難に陥った人々によって次第に恒久的な居住目的で利用されるようになっていった。1937年には、販売されたトレーラーハウスのうち、本来のレジャー目的での取得は半分程度にすぎなくなっていた⁽²⁾。

第2次大戦への米国の参戦により、軍事用の建設需要が増大すると、米国内では深刻な住宅不足が発生した。住宅の大量供給の必要性に迫られた連邦政府は、居住用途でのトレーラーハウスの利用可能性に注目し、軍用住宅及び軍需部門の労働者向け住宅としてトレーラーハウスを大量に購入した。第2次大戦の末期には連邦政府による購入も削減され、製造企業数の減少を招く結果となったが、居住用途でのトレーラーハウスが普及したことは、レジャー用途という従来のトレーラーハウスのイメージを変え、戦後のモービルホームの普及を準備する役割を果たした。

第2次大戦が終結すると、戦時中に抑えられていた需要と帰還者の増加に伴う新規需要とで住宅需要が急増し、トレーラーハウスの需要もまた拡大した。トレーラーハウスの製造企業は、従来の製品に染みついていた一時的な住居というイメージを払拭するため、自らの製品を「モービルホーム」と呼び、住宅という成長市場の取り込みを図った。こうしたトレーラーハウスからモービルホームへの移行は、トレーラーハウス製造企業の業界団体が、1952年に「モービルホーム製造業者協会」と「レジャー用車両 (recreational vehicle) 協会」に分割されたことによって決定的となった⁽³⁾。

「モービルホーム」としての恒久的な住宅用途への対応は、1950年代以降、ユニット自体の大型化をもたらした。1956年に10フィート幅の製品が開発されたのを皮切りに、1962年には12フィート、1969年には

14 フィートの製品が相次いで登場し、居室面積も 480 平方フィート、720 平方フィート、950 平方フィートへと飛躍的に拡大した。また、1968 年にはダブルワイド（ダブルセクション）と呼ばれる、従来のユニットを並列的に連結して 2 倍の居室面積を確保できる製品が登場し、その広さは 1,200 平方フィートに達した。1974 年までに、モービルホームの出荷数のうち半数以上は 14 フィート幅かダブルワイドのユニットで占められるようになった。住宅としての質の向上と、通常の住宅よりも格安であったことなどから、モービルホームは主に通常の住宅を購入する余裕のない低所得者層に普及し、60 年代後半からの住宅ブームと相まって、出荷数は 1962 年の 11 万 8,000 戸から 1972 年の 57 万 6,000 戸へと 4 倍近くの増加を示した⁽⁴⁾。

もっとも、モービルホームの大型化に伴い、その本来の特徴であった「移動性」は急速に後退した。8 フィート幅から 10 フィート幅への移行は、自家用車によるユニットの牽引を不可能にし、モービルホームの運搬には専門の運送業者が不可欠となった。製品の大型化に伴って、モービルホームは工場から購入者の土地まで搬送された後、車輪を取り外され、簡易な基礎の上に設置されるようになり、一度設置されたモービルホームが再び「移動」することはまれになった。

こうして、居室面積の拡大と固定性の高まりにより、モービルホームと通常の住宅との質的な格差は縮小した。しかし、依然として当時のモービルホームは一般的な住宅とはみなされなかった。住宅としての質が改善されたとはいえ、外観、デザインは一見してそれとわかる簡素なものであったことや、入居者の中心が低所得者層であったことなどから、モービルホームには貧しい者が住む仮住まいといったイメージが定着した。また、法制上の扱いにおいて、そもそもモービルホームは一般の住宅と区別されていた。建築基準の面では、一般の住宅が各地方ごとの建築基準によって規制されていたのに対し、モービルホームはその対象と

ならず、税制面では、多くの州でモービルホームは動産とみなされ、不動産に対して課される財産税の対象とならなかった。財産税の課税を免れることは、モービルホームの購入者にとってそれだけ住宅コストの低減を意味したが、一方で動産であるために通常のモーゲージ融資が利用できないことは、購入資金の金利負担をそれだけ高める要因となった。

しかしながら、60年代の後半になると、連邦政府は住宅の一形態としてモービルホームを認め、その供給を支援するようになる。当時、低所得者層向け住宅の供給目標を定めていた連邦政府にとって、目標達成のためにはモービルホームを住宅として位置づけることが不可欠であったからである⁶⁾。1969年には、モービルホームの購入融資と、モービルホームを設置する専用区画であるモービルホームパークの開発資金に対して連邦住宅庁（Federal Housing Association：FHA）の信用保証が開始され、また1970年には、1968年住宅・都市開発法（Housing and Urban Development Act of 1968）で設定された住宅建設目標にモービルホームの生産量が含まれることになった。

また、住宅としての質を確保するため、建築基準の面でも改善が図られた。1974年には全国工場生産住宅建築及び安全基準法（National Manufactured Housing Construction and Safety Standards Act）が制定され、1976年にモービルホームの統一的な建築基準である連邦工場生産住宅建築及び安全基準（Federal Manufactured Housing Construction and Safety Standards）が公表された。すでに1969年には、モービルホームに独自の建築基準を確立しようとする業界内部の取り組みにより、アメリカ全国基準協会（American National Standard Institute：ANSI）によって全国的な建築基準が公表されていた⁶⁾。連邦政府の建築基準はそれを取り込んで発展させたもので、住宅都市開発省（Department of Housing and Urban Development：HUD）の所管であることから一般にHUDコードと呼ばれた。以後、モービルホームの呼

称は工場生産住宅 (manufactured housing) へと改められ、米国内のモバイルホームの大半はこの HUD コードに従って製造されるようになった。

もっとも、連邦政府の積極姿勢とは対照的に、地方政府におけるモバイルホームの扱いは決して好意的なものではなかった。財産税の対象とならないばかりでなく、低所得者層の集中を招くモバイルホームは、近隣の不動産の価値を引き下げると考えられ、多くの自治体では、しばしばゾーニング規制によってモバイルホームの設置やモバイルホームパークの開発が排除されていた。こうした差別的なゾーニング規制は次第に減少したものの、モバイルホームに対する否定的なイメージは、長らくモバイルホームの普及を妨げる障害となった⁽⁷⁾。

また、HUD コードが定められた 70 年代半ば以降、モバイルホーム産業はむしろ長期に渡る低迷を余儀なくされた。図 1 はモバイルホームの出荷数の推移を示したものであるが、60 年代を通じて急速な伸びを示した出荷数が、1973 年から 75 年のわずか 2 年間に 58 万戸から 21 万 2,000 戸へと激減していることがわかる。これは第 1 次オイルショックを契機とする景気の悪化が、モバイルホームの中心的な購買層であったブルーカラー層を直撃した結果、モバイルホーム向け融資の債務不履行、抵当流れが急増したことで、60 年代を通じたモバイルホームの生産量の急増に伴い、業界全体として過剰となった生産設備や販売店の整理・淘汰を迫られたことによる。淘汰を免れた企業も、以後、新たな生産設備の積み増しには消極的になり、金融機関もまた、リスクの高いモバイルホーム向け融資に対してきわめて慎重な姿勢をとるようになった⁽⁸⁾。モバイルホームの出荷数はその後 80 年代まで小幅な増加にとどまり、本格的な需要の回復には 90 年代を待たなければならなかった。

(単位:千戸)

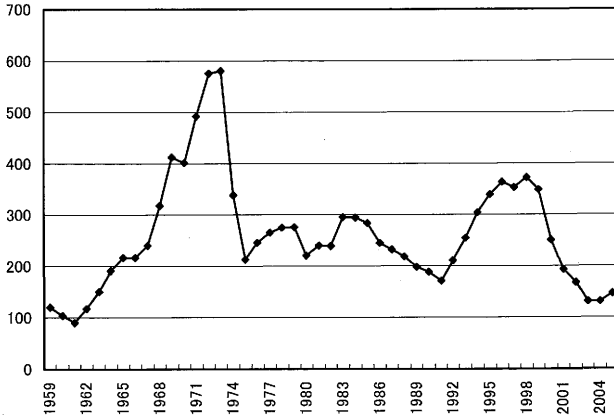


図1 モービルホームの工場出荷数の推移

出所：Manufactured Housing Institute

(<http://www.manufacturedhousing.org/admin/template/subbrochures/387temp.pdf>)

原資料：1959-69年はManufactured Housing Institute, 1970-76年はElkridge & Levidge, Inc. 1997-2002年はInstitute for Building Technology and Safety (IBTS).

2) 90年代におけるモービルホームの発展

1991年に17万戸と60年代初頭以来の低水準に落ち込んだ後、モービルホームの出荷数は増勢に転じ、以後1994年から99年まで毎年30万戸を上回る好況を維持した。持続的な好況の背景について詳しくは後述するが、モービルホームの需要が伸長した要因の1つには、90年代におけるモービルホームと一般の住宅との質的格差の縮小がある。

上述の通り、モービルホームのタイプには単一のユニットからなるシングルセクションの他に、2つのユニットを連結するダブルセクションがあり、後者は2つ以上のユニットを連結するタイプと合わせてマルチセクションと呼ばれる。図2は、80年代以降のモービルホーム設置数に

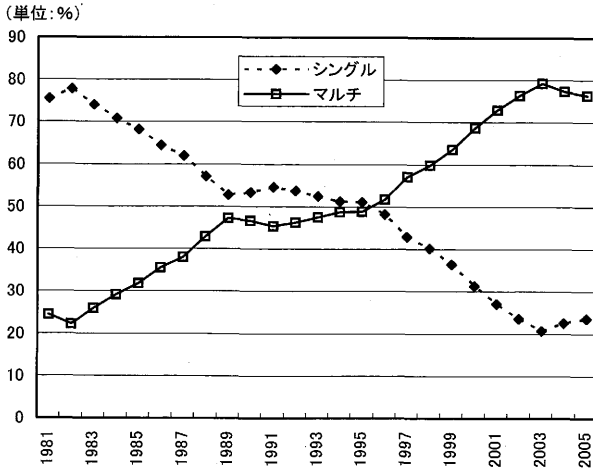


図2 モービルホームのタイプ別割合の推移

出所：U.S. Census Bureau, *Manufactured Homes Survey*. により作成。
 (<http://www.census.gov/const/mhs/selcharbyregion.html>)

占めるこれらタイプ別割合の推移を示したものである。それによると、1981年時点で7割以上を占めていたシングルセクションが80年代以降その比率を低下させ、代わってマルチセクションの割合が上昇していること、その結果、1996年にシングルセクションとマルチセクションの割合が逆転し、2003年には後者が7割以上を占めるに至ったことがわかる。マルチセクションのうち95%以上はダブルセクションであることから、以上の変化は、モービルホームの標準的なタイプがシングルセクションからダブルセクションへと移行したことを意味している。

このようなダブルセクションの標準化は、モービルホームの住宅としての質を一段と改善した。表1は、1983年から2003年までの20年間におけるモービルホームの特徴の変化をタイプ別に示したものである。住

表1 モービルホームの諸特徴の推移

	1983年			1993年			2003年		
	計	シングル	ダブル	計	シングル	ダブル	計	シングル	ダブル
設置総戸数(千戸)	278	206	71	242	127	112	138	29	104
構成比(%)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
寝室数									
2室以下	53.6	62.6	28.2	24.0	37.8	8.0	10.1	31.0	4.8
3室以上	46.4	37.4	71.8	76.4	62.2	92.0	89.1	69.0	95.2
平均床面積(平方フィート)	NA	NA	NA	1,295	1,065	1,525	1,615	1,095	1,735
平均価格(ドル)	21,000	17,600	30,500	30,500	21,900	39,600	54,900	31,700	59,800
立地									
MHコミュニティ内	51.4	53.9	43.7	32.6	39.4	25.0	30.4	37.9	27.9
MHコミュニティ外	48.6	45.6	56.3	67.8	60.6	75.0	69.6	62.1	72.1
権限設定									
動産	NA	NA	NA	90.5	95.3	84.8	62.3	79.3	58.7
不動産	NA	NA	NA	8.7	3.1	14.3	33.3	17.2	37.5
権限設定なし(not titled)	NA	NA	NA	1.2	1.6	0.9	4.3	3.4	4.8

注：数字は、平均床面積と平均価格を除き、設置総戸数を100とした各項目の内訳の構成比。

出所：U.S. Bureau of the Census, *Manufactured Homes Survey*. (<http://www.census.gov/const/mhs/selcharbyregion.html>)

宅の質に関する特徴をみると、寝室数が3室以上の物件の割合は、1983年にはシングルセクションで37.4%、ダブルセクションでも71.8%にすぎなかったが、2003年にはシングルセクションで69%、ダブルセクションでは95.2%へと上昇し、全体でも89.1%に達している。これは2003年における新築1世帯住宅の平均90%と同等の水準である⁹⁾。また、平均床面積をみると、シングルセクションでは2003年時点で1,095平方フィートにとどまっているが、ダブルセクションでは1,735平方フィートに達している。同年の新築1世帯住宅の平均は2,315平方フィートであるが、モービルホームの約半数が立地する大都市統計地域(Metropolitan Statistical Areas: MSA)外では1,975平方フィートであり、この点でもダブルセクションは一般の住宅と遜色のない水準と

なっている⁽¹⁰⁾。

モービルホームと一般の住宅との格差が縮小する一方で、モービルホームの立地や法的形態にも変化が生じた。同じ表1によると、モービルホームの専用区画であるモービルホーム・コミュニティ(モービルホーム・パーク)に立地する物件の割合は、1983年時点では全体で51.4%と半数を上回っていたのに対し、2003年では30.4%に低下し、代わってコミュニティ外、すなわち購入者が各自で調達した一般の住宅と同様の区画に立地する割合が上昇している。また、モービルホームの権限設定についてみると、1993年時点では全体で9割が動産として扱われていたのに対し、2003年には不動産として扱われる物件の割合が全体で33.3%、ダブルセクションでは37.5%に上昇した。従来、モービルホーム・パークという形態での集中的立地やモービルホームの動産としての扱いは、地方自治体におけるモービルホームの差別的扱いの根拠ともなってきたが、これらの変化は、実質的のみならず形式的にもモービルホームと一般の住宅との区別がなくなりつつあることを示している。

もっとも、入居世帯の所得階層についてモービルホームと一般の住宅

表2 モービルホーム入居世帯の中間所得の推移

(単位：ドル、%)

	1975年	1985年	1995年	2003年
所有者占有世帯				
モービルホーム (A)	9,500	17,257	24,010	29,841
全住宅平均 (B)	13,500	27,833	39,857	52,803
(A/B)	70.4	62.0	60.2	56.5
賃借人占有世帯				
モービルホーム (C)	6,500	11,642	18,099	21,934
全住宅平均 (D)	7,800	15,496	21,981	26,983
(C/D)	83.3	75.1	82.3	81.3

出所：U.S. Bureau of the Census, *American Housing Survey*, 各年版より作成。

とを比べると、両者には依然として格差がみられる。表2は、モバイルホームの入居世帯の中間所得の推移を、全住宅平均のそれと比較したものである。それによると、賃借人占有世帯（借家世帯）の場合、モバイルホーム入居世帯の所得水準は全住宅平均の約80%であり、1975年以降その割合にはほとんど変化がないのに対し、所有者占有世帯（持家世帯）では、同じ割合は1975年の70.4%から年を追うごとに低下し、2003年には56.5%にまで落ち込んでいる。新築物件のみではなく既存のストック全体の数字であるため、最近の物件の変化が必ずしも反映されていないが、所得格差がむしろ拡大傾向にあることは、モバイルホームの質の向上が必ずしも入居世帯の所得階層の上昇につながっていないことを示している。

以上のように、80年代から90年代を通じて、住宅としてのモバイルホームの品質は向上したが、モバイルホームの入居世帯の中心は依然として相対的低所得者層である。こうした特徴は、先の図1に示したように、1999年以降再びモバイルホームの出荷数が激減する一因ともなっているが、90年代ブームの形成と崩壊の背景には、より構造的な問題、すなわちモバイルホーム産業それ自体の構造と90年代の資本市場の動向が関係している。以下、章をあらためてみていくことにしたい。

2. モバイルホーム産業の構造

モバイルホーム産業がトレーラーハウスの製造企業に起源を持ち、戦後、レジャー用車両業界と枝分かれして成立したことはすでに述べた。その出自にもとづく産業構造の特徴は、HUDコードに規定される工場生産住宅へと発展した今日でも根強く残っており、モバイルホーム産業は製造手法、販売形態、融資手法等において建設業というよりもむしろ自動車産業に近似する特徴を有している⁽⁴¹⁾。すなわち、工場での組立ラ

インを用いた大量生産，専門のディーラーを通じた販売，ディーラーの仲介による動産融資などである。ここではまず，生産システムの特徴からみていくことにしたい。

1) 生産システム

モービルホームの生産過程が一般の住宅のそれと最も異なる点は，製品の工場生産比率の高さである。米国における住宅の工場生産化手法のうち，最も工場生産比率の高いモジュラー住宅の場合，その割合は一般に85～95%であるが，モービルホームはそれを上回る98%である⁽¹²⁾。モービルホームは内外装含めほぼ完成された状態で工場出荷され，残りの2%のみが現場で仕上げられる。この中には，輸送用の車台を外して基礎の上に設置する作業や，マルチセクションの場合，複数のユニットを接合する作業などが含まれる。

モービルホームの製造工場においては，一般に組立ラインが導入され，流れ作業によってユニットの生産が行われる。労働者は単純化された特定の作業のみを行えばよいため，現場生産住宅のような熟練工は必要なく，組立ラインは労働コストの低い未熟練または半熟練工によって担われている⁽¹³⁾。その結果，モービルホームでは現場生産住宅に比べて効率的な生産が可能であり，標準的な工場では，生産効率は1日あたり10～13ユニット，ダブルセクションの場合はこの半分となっている⁽¹⁴⁾。また，現場生産住宅のように天候に左右されずに作業を行うことも，生産効率を高める一因となっている。

こうした工場内での住宅ユニットの大量生産により，モービルホーム産業は住宅産業に特有の量産化の限界，すなわち，製造工程に必ず現場での施工行程を伴うため，工場内での大量生産が困難であるという問題をかなりの程度克服している。工場内での集中生産は，部材，資材の大量購入を可能にし，工場数が増加すればそれだけ大量購入によるコスト

削減効果も大きくなることから、モービルホーム製造においては、生産規模の拡大に伴って規模の経済性が働きやすい。さらに、現場生産住宅と異なり、建築基準すなわち HUD コードが全国統一基準であることは、モービルホーム産業による工場の全国展開を容易にし、規模拡大を促進する要因となっている。

生産部面における規模の経済性の実現は、モービルホーム製造企業における少数の大企業への集中傾向をもたらしている。図3は、モービルホーム製造業における売上高または販売戸数上位10社の市場シェアの推移をみたものである。それによると、1972年の時点ですでに上位10社が40%を占めており、以後着実にシェアが上昇して2002年には90%に達していることがわかる。上位10社のなかでもとりわけチャンピオン・エンタープライゼスおよびフリートウッド・エンタープライゼス2

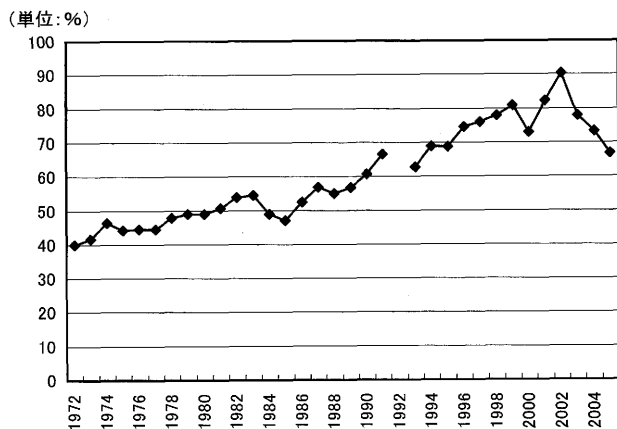


図3 上位10社の市場シェアの推移

注：上位10社は、1994年までは売上高上位10社、それ以降は出荷戸数上位10社。

出所：1972-1997年は *Professional Builder* 各年版、1998年以降は *Builder* 各年版。

社への集中度は高く、2000年には2社だけで51.8%のシェアを占めるに至っている。現場生産の住宅建設業においても90年代後半からは顕著なシェアの上昇傾向がみられるが、上位企業への集中度という点ではモービルホーム製造業にははるかに及ばない⁽¹⁵⁾。

しかしながら、工場内での住宅ユニットの量産は、一方で次のような限界性を抱えている。第1に、ユニットが非常に大型であり、一定の道路幅がなければ輸送できないことから、一般に道路幅の狭小な都市部への販売が困難であるということである。実際、2003年の米国住宅調査(American Housing Survey)によると、既存のモービルホームの占有物件685万4,000戸のうち、70.7%の484万4,000戸は農村(rural)地域に立地している⁽¹⁶⁾。第2に、同じくユニットが大型で重量物であるため、輸送コストが非常に高く、工場からの出荷先が一定の地理的範囲内に限定されることである⁽¹⁷⁾。このため、製造企業が新たな市場に進出するためには、その地域に工場を設立するか、他社の工場を買収するしかなく、いずれにせよモービルホームの製造工場は消費地立地とならざるをえない。これは裏返せば、工場の立地が困難な地域においては、新たな販路の開拓が困難であることを意味している。工場内での住宅ユニットの量産による規模の経済性の実現は、一方で市場の範囲を特定の地域に限定せざるをえないという限界性と不可分の関係にある。

2) 販売システム

モービルホーム産業の生産・販売システムの特徴は、生産部門と販売部門とが分離され、モービルホーム製造企業とは別組織の、専門のディーラーによってモービルホームの販売が担われていることである。ディーラーの中には製造企業の直営店もあるが、大半は独立系のディーラーであり、さらにその多くは単一の店舗のみを有する個人経営である⁽¹⁸⁾。2002年の経済センサスによると、モービルホームディーラーには全国で

5,553の事業所があり、うち従業員数が4名以下の事業所が全体の39.8%、10名未満の事業所では全体の71.7%を占める。また、売上高シェアでは、上位8社で23.8%、上位50社でも34.8%であり、上位企業への高度な集中がみられる製造企業とは対照的に、中小企業が大半を占める分散的な構造を特徴としている⁽¹⁹⁾。

モービルホームディーラーの役割は、自動車産業におけるディーラーのそれと近似している。ディーラーは、製造企業からモデルハウス及び在庫としてモービルホームを購入し、店舗において即売するか、あるいはモデルハウスを通じて顧客の注文を受け、製造企業に発注を行う。独立系ディーラーの場合、複数の製造企業の製品を取り扱うのが一般的である。また、ディーラーの店舗においては、店舗規模にもよるが、付属品やパーツの展示・販売、販売した物件の修繕、改装サービス、および物件を購入するための融資の仲介などが行われている⁽²⁰⁾。詳しくは後述するが、モービルホームを購入する場合、顧客はディーラーを通じて融資を取得するのが一般的である。

モービルホーム製造企業にとって、直営店のみならず多数の独立系ディーラーと取引を行うことは、生産規模を拡大し、また維持するうえで不可欠であり、従来、製造企業は製品の販売先の多くを独立系ディーラーに依存してきた。しかし、90年代における販売競争の激化に伴い、製造企業の販売戦略にも変化が生じている。すなわち、製造企業による既存ディーラーの買収を通じた直営店の拡大と、独立系ディーラーに対する特約店戦略の展開である。

製造企業による販売戦略の転換の画期は、業界第1位のチャンピオン・エンタープライゼスによる1997年以降の既存ディーラーの買収を通じた直営店戦略の展開である。同社は、1996年まで製品出荷先の大半を独立系ディーラーに依存していたが、1997年から1999年にかけて、合わせて179店舗を有する16のディーラー系列を買収し、2000年1月

時点で全米 28 州で 280 の店舗を保有するに至った。直営店における自社製品の取扱い比率は 1998 年には 49%，1999 年には 62%へと上昇し、同社の製品出荷先に占める直営店の割合は 2000 年 1 月時点で 14%に達した⁽²¹⁾。

チャンピオン・エンタープライゼスの動向は、業界第 2 位のフリートウッド・エンタープライゼスの危機意識を高め、対抗的な直営店戦略の採用を促した。同社によれば、1997 年後半から 1998 年前半にかけて買収されたディーラーは、当時同社のお荷先シェアの約 25%を占めていたことから、同社は 1998 年に当時最大の独立系ディーラーであったホーム USA を買収して対抗し、さらに 2000 年までに数社を買収した。その結果、同社が保有する店舗数は従来の直営店と合わせて 2000 年には 244 に達した⁽²²⁾。

このような直営店の増加と同時に、90 年代後半には製造企業各社による独立系ディーラーとの特約店契約が拡大した。特約店契約とは、例えば店舗在庫の半数以上を当該企業の製品とするといった条件で、マーケティング支援や各種サービスの優先的利用などのメリットを契約店に与えるもので、チャンピオン・エンタープライゼスでは「チャンピオン・ホームセンター小売プログラム」、フリートウッド・エンタープライゼスでは「ピナクル小売プログラム」などが展開され、他にもパーマハーバー・ホームズやキャバリエ・ホームズなどの大手企業において同様の特約店戦略が展開された。特約店プログラムの加盟店にはたいい直営店も含まれるが、それらを含めて特約店が製品出荷数に占める割合は、2003 年にはチャンピオン・エンタープライゼスで約 39%，フリートウッド・エンタープライゼスで約 45%に達している⁽²³⁾。

製造企業による下流部門の垂直的統合ともいえるこうした動きは、モービルホームの販売部門における非価格競争の強まりを示唆している。すなわち、上述のように 90 年代においてモービルホームの品質が

向上した結果、顧客のニーズが多様化し、顧客の注文に応じた製品仕様の変更やアフターサービスの充実、さらにはブランドイメージといった要素の重要性が高まり、製造企業としても自社のマーケティング戦略をディーラーにまで浸透させる必要が生じていることが、一連の積極的販売戦略の背景にあると考えられる。

しかしながら、製造企業による下流部門の統合は、ディーラーの業界再編と販売競争の熾烈化をもたらすと同時に、従来の生産部門と販売部門の分業関係にも変化をもたらさざるをえない。従来、製造企業は基本的にディーラーからの注文に応じて生産を行うため、自ら製品在庫を抱えることはなく、在庫リスクはディーラーに転嫁することが可能であった。しかし、直営店の増加は、事実上製造企業自身が製品在庫を抱えることを意味する。実際、フリートウッド・エンタープライゼスは、小売事業への参入に伴い、顧客への展示及び即売を目的として完成品在庫を維持する必要から、完成品在庫を持たないという従来の製造方針の転換を迫られたと述懐している⁽²⁴⁾。

こうして90年代後半には、製造企業自身を巻き込んだ販売競争の激化により、ディーラーにおけるモービルホーム在庫の過剰傾向が生じた。それは次にみるように、90年代におけるモービルホーム向け融資の拡大に支えられていたが、融資システム自体の脆弱性及び業界特有の融資慣行と相まって、今世紀以降のモービルホーム生産の急激な落ち込みと、製造企業による工場の休止および直営店の相次ぐ閉鎖を招くことになる。

3. モービルホーム金融の展開と90年代ブーム

1) モービルホーム金融の特徴とその展開

モービルホームに対する融資には、消費者がモービルホームを購入す

る際の小売金融と、ディーラーが製造企業からモービルホームを購入する際の卸売金融とがあり、それぞれ一般の住宅に対する融資とは異なる特徴を有している。まずこれらの特徴からみていくことにしたい。

消費者がモービルホームを購入する際に利用できる融資には、大別して2つの形態がある。すなわち、モービルホームの法的形態が不動産の場合に利用されるモーゲージ融資と、動産の場合に利用される動産融資であり、両者の比率はモービルホームの形態の割合に規定される。先の表1で示した通り、近年、不動産として扱われるモービルホームが増加傾向にあるが、1993年時点では9割、2003年でも約3分の2が動産であり、依然としてモービルホーム融資の中心は動産融資であるといえる。

モーゲージ融資と動産融資とを比較した時、貸し手にとってのモーゲージ融資の利点は、不動産という担保物件の流通市場が発達し、担保価値が比較的安定していることと、モーゲージの流通市場すなわち第2次市場が発達し、債権の流動性が高いことから、比較的長期で低金利の融資が可能であるということである。逆に言えば、動産融資の場合、融資物件の減価は避けられず、また債権の流動性に乏しいため、貸し手にとってのリスクは高い。一方、借り手にとっては、信用調査も限られ、担保不動産の権限調査など煩雑な手続きが不要な動産融資は、モーゲージ融資に比べて手軽に利用できるという利点もある。しかし、調達コストは割高であり、モーゲージ融資が最長30年間の借入が可能であるのに対し、動産融資は通常15年、金利もモーゲージ融資に比べて3から5%ポイント高くなっている⁽²⁵⁾。

こうしたモービルホーム向け動産融資のリスクの高さから、従来、動産融資においては次のような形態がとられるのが一般的であった。すなわち、顧客が金融機関と直接融資契約を結ぶのではなく、あらかじめ金融機関の了解のもとにディーラーと融資契約を結び、続いてディーラーが金融機関に対して債権を売却するというものである。なお、ここで重

要な点は、借り手が支払不能に陥った場合、ディーラーが債務の全額または一部を支払うという保証がしばしばなされる点である⁽²⁶⁾。これはディーラーが場合によっては貸し手のリスクを負担することにより、モービルホームの販売を促進しようとする方策であるといえる。

同様の動産融資におけるリスク分散の仕組みは卸売金融にも存在する。ディーラーが製造企業からモービルホームを購入する際の融資は売場計画 (floor plan) 融資と呼ばれるが、金融機関が売場計画融資を行う場合、製造企業との間で融資対象物件の再購入協定 (repurchase agreement) を結ぶのが一般的である。これはディーラーが契約期間内 (通常24ヶ月以内) に債務不履行に陥った場合、製造企業が債権を買い取るか、あるいは未払い残高に相当する価格に手数料分を加え、そこから住宅や装飾品の欠損分を差し引いた価格で物件を買い取る義務を負うというものである⁽²⁷⁾。ここでは製造企業が貸し手のリスクの分担者となっている。

以上のように、ディーラーや製造企業がリスクを分担する慣行が存在していることがモービルホーム向け動産融資の特徴であり、そのリスクの高さを象徴している。しかし、90年代には、動産融資でも小売金融の部面において債権の流動性が高まり、金融機関による融資額が飛躍的に拡大した。その背景となったのが、動産融資を担保とした資産担保証券 (asset backed securities, 以下 ABS と略す) の発行による債権の流動化と資金調達の一環の発展である。ABS とは、一般に金融機関が債権を特別目的会社に売却し、特別目的会社が債権のプールを担保とした証券を投資家に販売するというものである。米国の債券市場協会 (The Bond Market Association) によると、モービルホーム向け動産融資を担保とした証券の発行残高は、1995年から2000年にかけて年率30%以上の伸びをみせ、112億ドルから369億ドルへと増加した⁽²⁸⁾。

ABS市場の発展は、証券化を前提としてモービルホーム向け融資を

行う金融会社、すなわち、融資の組成（origination）後すぐに債権を売却して証券化し、自らは組成や債権の回収業務に関わる手数料収入のみを得る金融サービス会社の台頭を促した。金融会社によるモービルホーム融資の全体像は明らかではないが、ここではその最大手の1つであるコンセコ・ファイナンスの事例をもとにその融資の特徴をみておきたい。

コンセコ・ファイナンスは、1998年に総合金融サービスの持株会社であるコンセコによって買収されたグリーン・ツリー・ファイナンシャル・コーポレーションが社名を変更して誕生した企業である。モービルホーム向け動産融資（小売融資）の他に、卸売融資である売場計画融資、住宅資産を担保とした消費者信用であるホームエクイティローン、住宅リフォーム融資、クレジットカード信用など主に住宅関連の消費者信用を総合的に扱う金融会社である。なかでもモービルホーム向け融資は同社の主力商品であり、2000年時点での全組成額に占める割合をみると、動産融資が26%、売場計画融資が23%と合わせてほぼ半数を占めている。同社の組成するモービルホーム向け動産融資は、大半がモービルホームディーラーから購入したものであり、2000年末時点では86%がディーラー経由、残りの14%が顧客への直接融資である。なお、組成された融資の大半は証券化されており、モービルホーム向け動産融資の場合、組成額に対する証券化された債権の割合は1998年で91.4%、1999年では84.7%である⁽²⁹⁾。

次に、コンセコ・ファイナンスによる融資の動向をみてみよう。図4は、同社によるモービルホーム向け動産融資の組成額と平均貸付金利の推移をみたものである。それによると、平均貸付金利が10%程度に低下した1993年以降、貸付額が顕著な増加傾向を示していることがわかる。同時期には、連邦政府の低金利政策によって市場金利が低下し、一般の住宅向けモーゲージ融資においても実効金利が8%を下回るなど、借り手の金利負担は歴史的な低水準となった。このような資金需要者にとっ

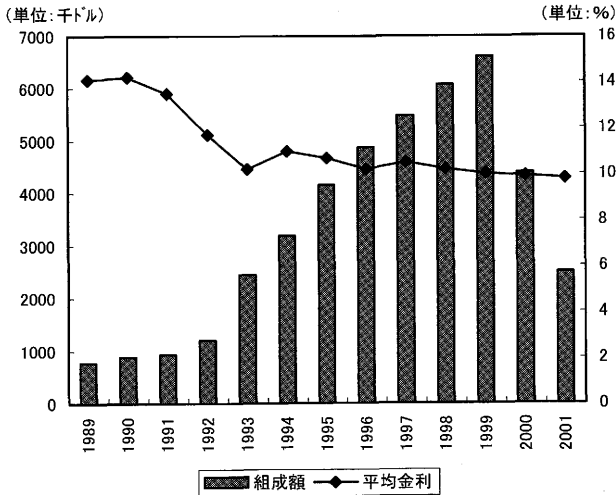


図4 Consecro Finance によるモービルホーム融資及び貸付金利の推移

出所：Consecro Finance Corp. Annual Report 各年版より作成。

での良好な市場条件と、ABS 市場という資金供給者にとってのリスク分散及び資金調達手段の発展が、90年代におけるモービルホーム向け融資の増加をもたらしたといえる。

しかしながら、同じ図4に示されているように、コンセコ・ファイナンスによる融資組成額は2000年以降急激な減少に転じる。この減少は低金利が持続するなかで生じていることから明らかのように、一般的な金融市場の動向によるものではなく、モービルホーム向け融資に特有の問題から生じている。この点については節をあらためてみていくことにしたい。

2) 90年代ブームの終焉とモービルホーム産業の再編

コンセコ・ファイナンスに限らず、2000年以降、金融機関によるモー

ビルホーム向け融資は軒並み減少に転じ、先述の通りモービルホームの出荷数も大幅な減少を示した。その直接的な契機は、モービルホーム向け融資における債務不履行及びその結果としての物件回収 (repossession) の増加である。同融資の物件回収を含む債務不履行比率は、1995年までは3%前後で推移していたが、1996年以降4%を超え、1999年には一時5%を上回った⁽³⁰⁾。同年の一般住宅向けモーゲージ融資の債務不履行比率が3.17%であり、また80年代後半以降一度も4%を超えていないことと比べると、モービルホーム向け貸付債権の質の低下は明らかである⁽³¹⁾。その背景としては以下の2点を指摘することができる。

第1は、90年代におけるモービルホーム向け融資の与信条件の緩和である。モービルホーム向け動産融資には、FHA及びVA (Veteran's Administration: 退役軍人庁) の信用保証が付くFHA・VA融資と、保証の付かないコンベンショナル融資とがあるが、90年代にはコンベンショナル融資の割合が拡大した。FHA・VA融資は政府系の証券化機関である政府抵当金庫 (Government National Mortgage Association: GNMA) を通じて証券化することが可能であり、貸し手にとっての流動性は高いが、借り手にとっては、FHAでは頭金の割合が融資額の10%であるなど、融資条件が厳しいという難点がある。一方、コンベンショナル融資の場合、頭金割合は5%と借り手にとってのメリットは大きい。しかし、貸し手にとっては流動性が低いというデメリットがあった。しかし、90年代におけるABS市場の発達によって債権の流動性が高まると、融資条件の緩やかなコンベンショナル融資に対する選好が強まり、動産融資の大半はコンベンショナル融資で占められるようになった⁽³²⁾。また、融資期間も長期化し、90年代後半には条件によってはモーゲージ融資と同様30年満期の融資も可能となった。90年代における融資機関の増加と貸し手間競争の激化によって促進されたこのような与信条件の緩和は、歴史的な低金利と相まって、従来融資が困難であった所得階層まで

も融資対象に引き入れる結果となった。

第2は、モービルホーム向け融資の借り手における低所得者層及びマイノリティ比率の高さである。モービルホーム向け融資全体について借り手の特徴を示すデータは存在しないが、1975年住宅モーゲージ情報開示法（Home Mortgage Disclosure Act of 1975：HMDA）に基づく開示データによってその一端を伺い知ることができる。HMDAは、金融機関による融資差別の是正を目的として、MSA内に事務所を有する金融機関に対し、住宅ローンの貸付先の所得、人種、居住地域等に関するデータの開示を定めたものである。データ自体からは住宅ローンの種類は特定できないが、貸し手を類型化することによってその融資を区分することは可能である。例えば、コンセコ・ファイナンスは住宅購入融資に関してはモービルホーム向け専門であるから、同社の開示したデータはモービルホーム向け融資に関するものとみなすことができる。

表3は、1998年のHMDAデータに基づき、貸し手の類型別に融資先の特徴をみたものである。モービルホーム向け融資と通常の住宅モーゲージ融資とを比べると、借り手の所得水準では、前者では低位階層が6割弱を占めるのに対し、後者では2割強にすぎないこと、また借り手の人種及び民族構成では、前者において黒人やヒスパニック等のマイノリティの比率が高くなっていることがわかる。同様の傾向は融資先地域の特徴にも表れており、前者では後者に比べて所得階層が低く、またマイノリティ比率が高い地域における融資の割合が高い。HMDAデータはMSA内に限られており、MSA外に多く立地するモービルホーム全体の特徴を代表しているとはいえないが、少なくともMSA内に関する限り、モービルホーム向け融資が低所得者層及びマイノリティに集中していることは明らかである。

以上のようなモービルホーム融資の特徴に加えて、貸し手の側の金融機関の特徴も、融資の焦げ付きの影響を大きくした。90年代には金融機

表3 貸し手の類型別にみた住宅ローンの融資世帯及び融資先地域の特徴 (1998年)

	モービルホーム融資		通常モーゲージ融資	
	融資件数	構成比 (%)	融資件数	構成比 (%)
<借り手の特徴>				
世帯の所得水準 ¹⁾				
低位	97,845	58.4	566,134	22.0
中位	44,171	26.4	662,614	25.7
高位	25,475	15.2	1,349,930	52.3
計	167,491	100.0	2,578,682	100.0

人種及び民族				
アメリカ及びアラスカ先住民	2,773	1.1	9,326	0.3
アジア人	1,283	0.5	109,216	3.9
黒人	27,750	10.5	105,827	3.8
ヒスパニック	16,931	6.4	128,541	4.6
白人	215,230	81.5	2,417,617	87.3
計	263,967	100.0	2,770,527	100.0

<融資先地域の特徴>				
所得水準 ²⁾				
低位	37,121	22.9	247,866	9.5
中位	102,609	63.2	1,223,007	46.8
高位	22,644	13.9	1,143,066	43.7
計	162,374	100.0	2,613,939	100.0

人種及び民族構成 ³⁾				
10%未満	73,095	45.0	1,451,780	55.7
10-49	71,620	44.1	997,974	38.3
50-100	17,756	10.9	158,259	6.1
計	162,471	100.0	2,608,013	100.0

注：1) 借り手の居住するMSAの中間所得に対する借り手の所得の割合。

2) 借り手の居住するセンサス区域の中間所得のMSA中間所得に対する割合。

低位：MSA中間所得の80%未満，中位：80%以上120%未満，高位：120%以上

3) 借り手の居住するセンサス区域の人口に占めるマイノリティの割合。

出所：Canner, G. B., Passmore, W. and Laderman, E. [1999], p. 712より作成。

関全体の特徴として低所得者層向け融資が拡大したが、商業銀行など大手金融機関は中・高所得者向け融資も広範に扱っており、一部の債権が

不良化してもその影響は比較的軽微である。しかし、コンセコ・ファイナンスのようにモバイルホーム融資を主業とする金融機関ではそうではない。このため、90年代末に債務不履行の増加に直面すると、モバイルホーム融資を専門的に担ってきた金融機関は一転して与信条件を引き締めると同時に、新規融資を抑制する姿勢へと転じた。とりわけ資金調達先をABS市場に依存する金融会社は、担保となる債権の劣化によってABSの発行が滞ったことにより、新規融資の大幅な切り詰めを余儀なくされた。モバイルホーム向け融資を担保とするABSの発行残高は、2000年以降にわかに伸び率を鈍化させ、2002年から2003年にかけては減少を記録するに至った⁽³³⁾。また、2002年1月には、モバイルホームの最大の市場であるテキサス州において動産融資の代わりにモーゲージ融資を義務づける法律が施行されるなど、モバイルホーム向け融資を巡る環境は急速に悪化した。

小売融資の縮小は、ディーラーにおけるモバイルホームの販売数の減少をもたらしたが、一方で債務不履行による対象物件の回収が増加し、それが再び店頭にあふれたことにより、競合する新築物件の販売は苦戦を強いられた。その結果、ディーラーに対する売場計画融資においても債務不履行が増加し、金融機関との再購入協定に基づいて製造企業が取得した物件が再び店頭に流れ込むという悪循環が生じた。2000年以降のモバイルホームの出荷数の激減は、以上のような金融機関、ディーラー及び製造企業間の相互補完的な関係の脆弱性を背景としている。

こうして2000年以降、モバイルホームの製造企業、ディーラー及び金融機関においては事業の縮小に加え、企業そのものの淘汰が進んだ。製造企業最大手のチャンピオン・エンタープライゼスは、1999年の半ばから2003年にかけて38の工場を閉鎖ないし統合し、2000年半ば以降、276の直営店を閉鎖した⁽³⁴⁾。また、フリーウッド・エンタープライゼスもピーク時に244あった直営店を129に削減した⁽³⁵⁾。さらに、2002年

11月15日には、上記2社に次ぐ大手企業であるオークウッド・ホームズが連邦破産法第11条のもとでの経営再建を申請し、2003年11月に当時業界第3位のクレイトン・ホームズによって買収されるなど、製造企業間での業界再編が進行した⁽³⁶⁾。図5はモービルホームの製造企業数及び工場数の推移を示したものであるが、1999年以降、製造企業数が減少に転じていること、また工場数が大幅に減少し、2004年には210へとブーム以前の水準に逆戻りしたことがみてとれる。

一方、モービルホーム金融においては、主要金融会社が相次いで小売融資業務からの撤退を宣言し、また卸売融資では最大手のコンセコ・ファイナンスが2002年10月に撤退を宣言するなど、金融機関による業務の縮小が続いた。コンセコ・ファイナンスはクレジットカード信用など住

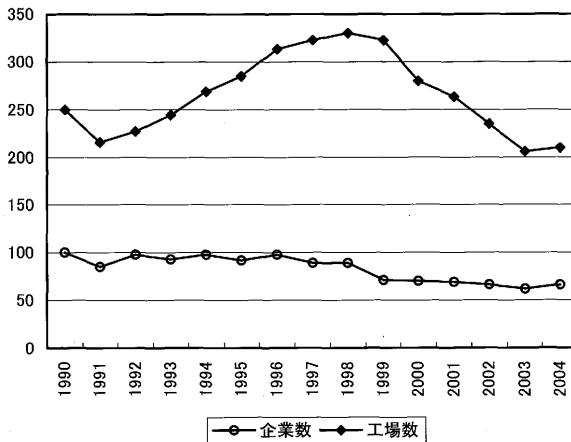


図5 モービルホーム製造企業数及び工場数の推移

注：数字は各年12月時点。

子会社は親会社と合わせて1社とカウントしている。

出所：Manufactured Housing Institute

(<http://www.manufacturedhousing.org/admin/template/subbrochures/395temp.pdf>)

原資料：Institute for Building Technology and Safety (IBTS).

宅関連以外の消費者信用から撤退し、また業務のアウトソーシングを進めるなど経営の効率化を進めたものの、結局2002年11月に親会社のコンセコとともに連邦破産法の適用を申請し、その業務はグリーン・ツリー・インベストメント・ホールディングス LLC に引き継がれた。近年、一部の金融機関が小売融資を再開するなど、回復の兆しは見られるものの、依然として停滞局面の打開にはほど遠い状態にある。

おわりに

以上のように、モバイルホーム産業の成長を支えたのは、その出自である自動車産業に近似した、工場での組立ラインを用いた大量生産と専門ディーラーを通じた大量販売による低価格の住宅供給の実現である。しかし一方で、モバイルホームの動産としての扱いと購買層の低所得者層への偏りは、モバイルホーム金融を絶えず不安定なものとした。90年代における証券化の進展は、こうした制約を軽減し、金融会社を中心とするモバイルホーム融資の拡大によってモバイルホーム市場に活況をもたらしたが、それは製造企業による垂直的統合の動きと相まってモバイルホームの過剰生産、過剰店舗傾向を生み出すと同時に、返済余力の乏しい債務者の拡大をもたらし、債務不履行の増加を契機とする融資の縮小によってブームの終焉とモバイルホーム産業の再編へと帰結した。

もっとも、このようなモバイルホーム市場及びモバイルホーム金融市場の収縮は、一般の戸建住宅市場及びモーゲージ金融市場とは相対的に独立して進行した。歴史的に低金利の持続や証券化の進展が低所得者層の融資取得を容易にし、ブームが促進された点では両市場は共通の背景を有している。しかし、モバイルホームの大半が動産であり、戸建住宅のような不動産の資産価値を担保とする二次的な消費者信用の拡大を伴っていない点では大きく相違しており、結果として、ブームの崩壊が担保

価値の下落を通じて信用の収縮をもたらし、個人消費の減少を招くことはなかった。米国住宅市場の一角を占めつつも、通常の戸建住宅とは異なる独自の市場を形成していることが、モービルホーム・プームの終焉を早めると同時に、その影響が住宅市場全体には波及せず、モービルホーム業界内部の問題にとどまっていることの背景にあるといえよう。

注

- (1) ハリケーン・カトリナの被災地の復旧のために連邦緊急事態管理庁 (Federal Emergency Management Agency : FEMA) が発注したモービルホームの戸数は約 2 万戸に及ぶという。こうした特需の影響により、2005 年の工場出荷数は 146,735 戸と前年度に比べて 12.2% の増加となった。Builder, May 2006, p. 230.
- (2) Bernhardt [1980], p. 30.
- (3) Ibid., p. 30.
- (4) HUD [1975], pp. 7-8.
- (5) 「貧困戦争」及び「偉大な社会」の実現をスローガンに掲げたジョンソン政権は、1968 年の住宅・都市開発法において 10 年間で 2600 万戸という住宅建設目標を設定するなかで、うち 600 万戸を低所得者層向けに充当するとした。以上の点について詳しくは、豊福 [2000a] 及び豊福 [2000b] を参照されたい。
- (6) モービルホームの製造を規定する全国基準は、トレーラーハウスに対する耐火及び防火基準が全国防火協会によって採用されたことに始まる。1963 年までモービルホームとトレーラーハウスは同じ基準によって規制されていたが、同年に ANSI が両者それぞれに対する 2 つの基準を採用した。ただし、この時点でのモービルホームに対する基準は暖房と配管および配線だけのもので、建築基準は 1969 年になって採用された。HUD [1975], pp. 9-10.
- (7) Vermeer and Louie [1997], p. 40.
- (8) Bernhardt [1980], p. 31, p. 38.
- (9) 新築 1 世帯住宅の数字は、U.S. Census Bureau, "Characteristics of New One-Family Houses Sold", *Characteristics of New Housing*, (<http://www.census.gov/const/www/charindex.html>) による。
- (10) 米国住宅調査 (American Housing Survey) によると、2003 年のモービルホー

- ムのストックのうち、46.4%はMSA外に立地している。HUD and U.S. Census Bureau [2004], p. 1.
- (11) こうしたモバイルホーム産業の出自は、現在、業界最大手のフリートウッド・エンタープライゼスが、同時にレジャー用車両 (RV) 製造の最大手であることにも表れている。
- (12) 米国における主な工場生産化手法としては、モバイルホームの他に以下の3つがある。①プレカット住宅 (pre-cut house) —事前加工をほどこしてあるが、組み立てられていない住宅部材の販売用パッケージ。②パネル化住宅 (panelized house) —壁パネルや屋根、床などの平面コンポーネントの他、さまざまな建築部材、設備などがセットとなった住宅部材の販売用パッケージ。③モジュラー住宅 (modular house) —工場で生産され、最小限の現場労働で組み立てるように設計された、立体型の住宅ユニット。なお、モジュラー住宅及びモバイルホームの工場生産比率については、NAHB Research Center, Inc. [1997], p. 100を参照。
- (13) Nutt-Powell [1982], pp. 9-10.
- (14) Vermeer and Louie [1997], p. 5.
- (15) 90年代における住宅建設業での上位企業への集中傾向については、豊福[2005]を参照されたい。
- (16) HUD and U.S. Census Bureau [2004], p. 43.
- (17) 70年代初頭にモバイルホーム産業の特徴について論じた住宅都市開発省の報告書においては、工場からの配達先の限界は300から500マイルと述べられている。HUD [1973], pp. 28-29 (Chapter 7). また、モバイルホーム製造最大手Champion Enterprisesの2003年版年次報告書においても、工場から出荷先までは大半が半径500マイル以内であると述べられている。Champion Enterprises, Inc. [2004], p. 3.
- (18) Fleetwood Enterprises, Inc. [2004], p. 8.
- (19) 従業員規模別事業所数については、U.S. Census Bureau [2005], p. 72, 売上高シェアについては、U.S. Census Bureau [2004], p. 10を参照。
- (20) Nutt-Powell [1982], p. 45.
- (21) Champion Enterprises, Inc. *Annual Report* 各年版.
- (22) Fleetwood Enterprises, Inc. [2004], p. 9.
- (23) Champion Enterprises, Inc. [2004], p. 3 及び Fleetwood Enterprises, Inc. [2004], p. 11.

論 説

- (24) Fleetwood Enterprises, Inc. [2004], p. 12.
- (25) NAHB Research Center, Inc. [2000], p. 41.
- (26) *Ibid.*, p. 41 及び, Oakwood Homes Corporation [2002], p. 7.
- (27) Champion Enterprises, Inc. [2004], p. 10.
- (28) The Bond Market Association, *Asset Backed Securities Outstanding By Major Types of Credit*, (<http://www.bondmarkets.com/story.asp?id=84>).
- (29) Conseco Finance Corp. [2000].
- (30) Manufactured Housing Institute [2001], p. 4, p. 27.
- (31) モーゲージ融資の債務不履行比率は、一般住宅向けのコンベンショナル融資の数字。HUD [2004], p. 82.
- (32) HMDA のデータによると、1998 年のモービルホーム専門の金融機関による融資のうち、コンベンショナル融資の占める割合は 99.7% である。Canner, Passmore and Laderman [1999], p. 711.
- (33) The Bond Market Association, *op. cit.*
- (34) Champion Enterprises, Inc. [2004], p. 1.
- (35) Fleetwood Enterprises, Inc. [2004], p. 9.
- (36) Oakwood Homes Corporation [2002], p. 1.

引用・参考文献

- ・Bernhardt, A. D. [1980], *Building Tomorrow: The Mobile/Manufactured Housing Industry*, The MIT Press.
- ・Canner, G. B., Passmore, W. and Laderman, E. [1999], "The Role of Specialized Lenders in Extending Mortgage to Lower-Income and Minority Homebuyers", *Federal Reserve Bulletin*, November 1999.
- ・Champion Enterprises, Inc. [2004], *Annual Report for the FY ended January 3, 2004*.
- ・Conseco Finance Corp. [2000], *Annual Report for the FY ended December 31, 2000*.
- ・Fleetwood Enterprises, Inc. [2004], *Annual Report for the FY ended April 25, 2004*.
- ・HUD [1973], *Housing in the Seventies*.

- ・ HUD [1975], *Report on Used Mobile Homes*.
- ・ HUD [2004], *U. S. Housing Market Conditions, 3rd Quarter 2004*.
- ・ HUD and U.S. Census Bureau [2004], *American Housing Survey for the United States : 2003*.
- ・ Manufactured Housing Institute [2001], *Quarterly Economic Report*, Vol 1, No. 2.
- ・ NAHB Research Center, Inc. [1998], *Factory and Site-Built Housing : A Comparison for the 21st Century*.
- ・ NAHB Research Center, Inc. [2000], *Home Builder's Guide to Manufactured Housing*.
- ・ Nutt-Powell, T. E. [1982], *Manufactured Homes : Making Sense of a Housing Opportunity*, Auburn House Publishing Company.
- ・ Oakwood Homes Corporation [2002], *Annual Report for the FY ended September 30, 2002*.
- ・ U.S. Census Bureau [2004], *Other miscellaneous Store Retailers, 2002 Economic Census, Retail Trade -Industry Series*.
- ・ U.S. Census Bureau [2005], *Establishment and Firm Size, 2002 Economic Census, Retail Trade -Subject Series*.
- ・ Vermeer, K. and Louie, J. [1997], *The Future of Manufactured Housing*, Joint Center for Housing Studies of Harvard University.
- ・ 豊福裕二 [2005], 「90年代住宅ブームと米国住宅建設業の再編」, 三重大学社会科学学会『法経論叢』第22巻第2号。
- ・ 豊福裕二 [2000a], 「『偉大な社会』期アメリカの住宅政策——低所得者層向け住宅助成を中心に——」, 京都大学経済学会『法経論叢』第165巻5・6号。
- ・ 豊福裕二 [2000b], 「アメリカの住宅市場と住宅政策の展開」, 足立基浩・大泉英次・橋本卓爾・山田良治編『住宅問題と市場・政策』日本経済評論社。