

第1回不動産流通市場における情報整備のあり方研究会・議事要旨

1. 日時：平成24年7月26日（木）10:00-12:00
2. 場所：中央合同庁舎3号館1階共用会議室1
3. 出席者：＜委員＞中川雅之座長、齊藤広子委員、清水郁夫委員、高橋広幸委員、谷澤淳一委員、中北均委員、濱田繁敏委員、林直清委員、野城智也委員、和氣猛仁委員
＜オブザーバー＞（公財）東日本不動産流通機構 大矢事務局長
＜国土交通省＞日原建設流通政策審議官、野村不動産業課長、小林不動産業政策調整官
4. 主な議題
意見発表、意見交換等
5. 議事概要
 - 事務局から「資料3 不動産に係る情報の整備・提供に関する現状と課題」について説明が行われた。
 - 各委員から意見等をいただいた。
 - 今後のスケジュールについて確認が行われた。

＜各委員の主なご意見＞

- ・不動産流通における情報整備のあり方というテーマは、業界にとって長年のテーマ。住宅政策との連携のあり方も含め、思い切って大胆な見直しを検討する研究会としたい。
- ・「不動産流通市場活性化フォーラム」のとりまとめを踏まえ、「不動産に係る情報ストックの一元的整備の必要性」、「レインズ機能の充実の必要性」の2点が課題提起されているが、それにとどまらず、情報流通のあり方に関して大きな方向性を議論したい。
- ・流通市場の透明化を図るためには、情報の蓄積・透明化を進めるという話の前に、「物件情報の正確性・信頼性」が重要。業界全体の信頼性の低下に直結している捨て看や電ビラ、誇大広告、おとり広告の取り締まりの強化も含め

て、不動産行政、不動産業界の信頼の確保が重要。

- ・規制に関しては、業界としてのルール作りなど、まだまだ努力してマーケットを拡大していく余地がある。一方で、インターネットサイトでの広告が増えていく中で、スピードへの対応が困難になっているのも確か。どこまでの水準を取り締まる必要があるかを考えていくことが重要。
- ・新築マンションの性能評価等の情報整理については、ある程度進んできたが、中古住宅に関する情報は、売り主である個人が有する情報の整備であり、インセンティブがない。まずはマンション管理情報の開示等から着手して、開示することが価値向上につながるという下地を作る必要がある。
- ・これまで不動産業者は、情報を独占することで優位性を確保していた。優れた業者というのは、情報をオープンにしても、その情報の真の意味を消費者に説明出来るであるとか、極めてテクニカルな情報を他の業者、専門家と協働して提供するなど、地場ならではの対応を行うことの出来る業者なのであって、そこに差別化のポイントがある。
- ・情報を開示するというとき、すべての情報を揃えなくては流通できないと考えては話が進まない。「N/A (Not Available)」、不確実、情報が古い、出たくないといったことも十分価値のある情報と言える。
- ・「一元化」とは、唯一のデータベースを国が作ることではない。「いえかるて」のように物件に固有の認識番号で、必要に応じてデータをつなぐ。情報はそれぞれの蓄積機関が集めているが消費者から見れば一つのデータに見えるというのが、本当の一元化だと考える。
- ・情報内容の公開性については、「物件情報はよくても、個人情報は大敵」という消費者もおり、情報の切り分けというのが問題になっている。また将来的に売ることを想定していない人にどう登録をさせるのかも問題。市場において、開示出来ている住宅、いえかるて ID のある住宅こそ信頼できるという素地を作りたい。将来的には不動産流通時の情報に ID が載るようにしたい。
- ・開示した情報の責任を誰が持つのかも重要。そこに不動産業者や専門家を入れることも方法の一つ。カリフォルニアでは売り主自身にも責任を持たせているが、だからこそ業者のサポートにフィーを支払うという構造が成り立つ

ている。

- ・ どこまでの情報を開示するのも問題。一般消費者が見ても分かるレベルの情報にするのか、プロ同士で理解できる情報を開示するのか。多くの情報を開示しても結局何も分からないのでは意味がない。
- ・ 不動産流通の過程を、売り手と買い手をマッチングさせる段階とバーゲニング段階（仲介業者を介した詳細な条件交渉を行う段階）に分けて考え、それぞれの段階に応じて開示の内容を分けていくということが必要。中古住宅流通はリフォームの提案を含めて他業種をコーディネートしていく必要がある。つまり、マッチング段階でもバーゲニング段階でも宅建業者はチームで対応することが必要。マッチング段階でもある程度の情報が開示され、誰からもアクセスしやすい公共財のようにしていくことが必要。
- ・ 「いえかるて」等、個人財産に関する情報開示の透明性が必要なのは当たり前だが、売る気がない人、公開したくない人もいる中で、住宅履歴について法的に収集・整備するということはある程度強制的にやらないと開示は進まないのではないか。
- ・ 例えば築 25 年、30 年の物件の価値を上げようとしても、そうした物件は建築確認や検査済証が無いケースも多く、インスペクションが困難である等の問題がある。加えて金融機関も担保価値を見てくれない。一方で価値が上がれば固定資産税も上がる。難しい問題だ。
- ・ 情報収集についても出口である売買を見据えたものでなくてはならない。いくら情報が集まっても、結局金融のあり方一つで全て決まってしまう。蓄積のスタート段階である新築時に、売買までに必要な情報を、消費者に対して啓蒙していくことが重要。
- ・ 情報の蓄積がアフターサービス、瑕疵保険をつけるためにも必要な要素であるという視点も重要。但し、リフォームが増えたとしてもそれがそのままトラブルのもとにならないか、誰が責任を持つのか、といったことを考えることなく中古住宅流通を進めることには慎重な対応が必要。
- ・ 情報に関する検討は重要だと思うが、広告段階の情報と交渉段階の情報は分けて考える必要がある。また、あまりレイنزに対する規制を強化（流通を

阻害するようなケースの防止策等)すると、ここまで伸びてきたレイنزの登録やあり方が失われるのではないか、という危惧もある。

- ・ システムが立派になればなるほど、システムの責任も問われ始めると推測される。システムを作ることによる責任やトラブルを防ぐということも考えなければならない。
- ・ 情報は誰のものなのかを整理しないとイケない。例えば、「いえかるて」は流通時の利用が目的ではない。情報を公開する段階で誰に何を公開するかの検討が必要。情報を積み上げる部分と流通させる部分を両方検討していかなければならない。
- ・ 新築住宅にはアフターサービスがあるという点が、新築住宅と中古住宅の一つの違い。中古住宅では瑕疵担保があるが、中古住宅の瑕疵担保も新築住宅のアフターサービスに近付けていく必要がある。
- ・ 例えばMLSは地域独占的なシステムで、自主的に厳しいルールを設けている。レイنزはそうしたものではないので、ルール作りが難しい。
- ・ 開示情報、蓄積情報の区別が重要。情報開示がうまくいかないのは、全て開示されるのではないかという危惧、誤解があるからだというのが実感。開示する情報の選択が必要。
- ・ マンション管理に関する情報提供システムである「マンションみらいネット」は、マンションの維持管理、売買時の情報提供、住人の情報共有の3つを目的にマンション管理情報を蓄積しているが、全部公開されるのではないかという消費者の誤解からくる不安が、普及を押しとどめている側面がある。
- ・ 基礎の重要性というものが阪神淡路大震災以降認識されており、住宅はより長期的に使えるものになっているのは確か。不動産流通市場活性化フォーラム提言も住宅の耐久性を30年から60年と再定義することにしている。
- ・ 一方、中古住宅には融資の問題がある。築30年以上の建物を評価しないとか、違反建築には融資がつかないとかの現状があり、融資の問題を根本的な問題として取り上げるべき。

以 上