

社会資本整備審議会住宅宅地分科会  
(第26回)  
議事録

社会資本整備審議会住宅地分科会（第26回）

平成22年8月2日

【事務局】 10時、定刻になりました。分科会長、ちょっと都合により10分から15分程度遅れてお越しになるということでございます。それで、分科会長代理の一応ご了解を得まして、とりあえず本分科会を進めさせていただきたいと存じます。

本日は、委員の皆様方には、ご多忙のところご出席いただきましてまことにありがとうございます。

申し遅れましたが、私は、事務局を務めさせていただきます〇〇でございます。議事に入りますしばらくの間、進行を務めさせていただきますので、よろしくお願い申し上げます。

まず、本日もご出席いただきました専門委員の皆様を除く委員の皆様方、現在、お三方ということでございます。分科会長が合流されて4名という形で定足数に達する予定でございますので、一応成立を前提に会を進めさせていただきたいと存じます。

また、当分科会の公開につきましては、マスコミのみの公開となっております。

なお、議事録につきましては、内容について各委員のご確認を得た後、発言者氏名を除いて国交省のホームページにおいて一般に公開することとなっておりますので、よろしくお願い申し上げます。

引き続きまして、前回ご欠席のためご紹介が遅れておりました委員の皆様をご紹介申し上げます。

（委員紹介）

また、本日は、〇〇専門委員の代理で、〇〇様にご出席されております。

なお、〇〇委員及び〇〇専門委員におかれましては、所用により途中ご退席されます。あらかじめご了承くださいと存じます。

次に、本日お手元にお配りしております資料のご確認をお願いしたいと存じます。配付資料一覧をご覧くださいませ。

資料1が委員名簿という形になってございます。

資料2が、本日のテーマ1に関するものでございまして、事務局の説明資料、既存住宅流通・リフォーム市場。

それから資料3が、それに関連いたしまして、〇〇専門委員の提出資料。

資料4が、今日ご説明いただきます〇〇様からのご提出資料。

資料5が、本日ご説明いただきます〇〇様からのご提出資料という形になってございます。

それから資料6が、本日のテーマの2つ目、環境分野に関する事務局の説明資料。

それから資料7が、〇〇専門委員からの提出資料となっております。

なお、参考資料といたしまして、本日のテーマに関連いたしまして、環境価値を重視した不動産市場形成に向けて平成21年度に土地・水資源局が開催いたしました「環境価値を重視した不動産市場のあり方研究会」の取りまとめ概要を配付させていただいております。環境価値の高い不動産の経済価値の分析や不動産の環境性能に関する投資家へのアンケート等が掲載されていますので、後ほどご覧いただければと存じます。

なお、環境価値を重視した不動産市場形成に役立つよう、今月から環境不動産のポータルサイトを開設しております。本調査の詳細はそちらに掲載されておりますので、ご興味ございましたらあわせてご覧いただければと存じます。

それでは、分科会長まだご到着されていないようでございますので、恐縮でございますが、分科会長代理より進行のほうをお願いしたいと存じます。よろしく願い申し上げます。

**【分科会長代理】** それでは、分科会長にかわりまして私のほうが進行させていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

今回は、2つのテーマに沿って事務局からのご説明及び関連する有識者からのヒアリングを実施いたします。まず、最初のテーマである「既存住宅流通・リフォーム市場」について、事務局から説明の後、〇〇専門委員、〇〇様、〇〇様の順番でヒアリングを実施し、まとめて質疑応答、意見交換を実施いたします。〇〇様及び〇〇様におかれましては、ご多忙の中、当分科会にご出席いただきまして、厚く御礼を申し上げます。

それでは、事務局から説明をお願いいたします。

**【事務局】** 〇〇でございます。よろしくお願いいたします。

お手元資料の2をご覧いただきたいと思います。既存住宅流通とリフォーム市場についての説明資料でございますが、まず1ページをご覧いただきたいと思います。既存住宅の流通量というのは、実は全住宅流通量の13.5%、平成20年でございますが、いろいろ過去少しずつ上がってきておりますけれども、13.5%でございます、これに対して、

右のグラフを見ていただきますと、例えばアメリカは77.6%、イギリスは88.8%ということで、欧米諸国に比べて日本の既存住宅流通量は大変低いという状況でございます。

2ページをご覧いただきたいと思います。既存住宅取得を検討したけれども買わなかったという方にその理由を伺ったんですが、まず一番多い理由は、やっぱり新築のほうが気持ちがいいという基本的な新築の志向ですが、その次に、価格は妥当なのかどうかわからない、それから、結局リフォームとかメンテナンスで割高になるんじゃないかというご心配がある。それから、物件に隠れた不具合があるんじゃないか、或いは耐震性、断熱性などで品質が低いのではないかというご懸念があって結局既存住宅をお買いにならなかったというご回答をいただいております。

次のページをご覧いただきたいと思います。住宅リフォームの現状でございますが、そもそも住宅リフォームの市場というのがどれだけかというのは、正確な数字は正直言ってまだ私どもも把握をしておりませんが、一応6兆1,000億円程度ではないかと推計をしております。ただし、民間シンクタンクの中には7兆円から8兆円という数字を出されているところもございます。

下の右のほうのグラフを見ていただきますと、我が国の住宅投資に占めるリフォームの割合は、今の推計値をもとにいたしますと27.3%程度でございます。これに対してイギリスは54.5、フランス50.4等、やはり諸外国は住宅投資全体の中でリフォームに対する投資が相対的に大きいという状況がございます。

4ページをご覧いただきたいと思います。リフォームの検討段階で消費者の方がどんな情報が不足しているかとお感じになったかということでございますが、まず1番、費用が適切であるかどうか。費用の目安や積算の基準がわからない。そういう情報が欲しい。それから、工事の依頼先をどう選んだらいいか、その目安や基準が欲しい。それから、リフォームの工期、手順、それからチェックポイントに関する、工事が適正に行われるかどうかということに関する情報が欲しいとお答えになっております。

こういうことを踏まえまして、次のページ、5ページでございますが、私どもは現在、リフォームに関する消費者支援策として大きく3つ取り組んでおります。1つがリフォームの瑕疵保険、2つ目がリフォームの見積もり相談制度、3つ目が住宅リフォームに関する弁護士や建築士による専門家相談制度でございます。また、住宅紛争処理支援センターのほうでは、住まいるダイヤルということで、ナビダイヤルでさまざまな苦情なり、リフォームのいろいろな相談を受けております。

まず、6 ページでございますが、リフォームの瑕疵保険についてご説明を申し上げます。現在、リフォームに関する瑕疵保険は、瑕疵担保法に基づいて国土交通大臣が指定をした保険法人6社が取り組んでおりますが、リフォームに関しては、マンションの大規模修繕を対象にした保険と、その他、設備・内装等のリフォーム工事を包括的にカバーする保険の2種類がございます。

右のほうの制度スキームで簡単にご説明をいたしますと、まず最初に、リフォームを行う事業者が保険法人に対して事業者登録の申請をいたします。保険法人のほうは事業者の内容を審査して、適正であれば事業者の登録をする。その登録をした情報をホームページ等で公開することで、まず消費者の方々にどういう事業者がいるかということを提供する。さらに④番、右のほうでございますけれども、実際にリフォームが行われた場合には、保険法人が現場で検査をする。保険を掛けるわけでございますから、当然ちゃんと工事が適正に行われているかどうかチェックをする。そういうことで、消費者の方々は第三者のチェックが入るということで安心できると。

さらに、一番右でございます。万が一瑕疵等が生じた場合には保険金が支払われるわけですが、業者が倒産をしている場合には10割、全額が保険法人から消費者のほうに支払われるということで、万が一のときにも安心できる、こういう保険制度を設けております。

さらに、下のほうに保険の支払い範囲等を示しておりますけれども、構造耐力上主要な部分と、いわゆる雨漏りというような雨水の浸入に関する部分以外に、一般、それ以外のリフォーム工事部分に関しても、1年、或いは左のほう、マンション大規模修繕は2年でございますけれども、一般的なそれ以外の部分についても保証をしているということで、そういう意味では非常に画期的な制度ではないかと思っております。

7 ページは、同じように既存住宅を売買する場合に、宅建業者が間に入る場合、それから個人間で売買する場合ともに同様の保険を付保いたしまして、消費者の方々が安心して既存住宅取引をしていただけるようにしております。

それから8 ページでございますが、リフォーム見積もりアドバイス制度ということで、リフォームに関する価格が適正であるかどうか、消費者の方は不安に思われますので、住宅リフォーム・紛争処理支援センターのほうで、電話、或いは場合によっては見積書をファクスで送っていただく等していただきましていろいろな相談に乗っております。モデル見積書の送付或いはチェックリストの送付等を行って消費者の方に情報提供に努めております。

次のページ、9ページをご覧いただきたいと思います。さらに、やはりどうしてもリフォームでトラブルが起きることも正直言って多ございます。そういう場合には、リフォームに関するトラブルについて、弁護士さん或いは建築士さんに無料で対面相談できる制度を現在各地の単位弁護士会で開始をしていただいております、8月1日現在で18弁護士会で実施をしていただいております。東京三会は非常に早い時期から取り組みいただきましたけれども、数カ月先まで予約でもういっばいだということで、非常に制度をご活用いただいておりますし、万が一このリフォーム相談でうまくいかない場合には、弁護士会の仲裁センターを紹介するというのもしております。

それから10ページ、ちょっと話は変わりますが、そもそもリフォームに関しても、或いは新築に関しても、住宅の履歴情報を残すということは非常に重要でございます。流通をする場合、適切な維持管理をする場合、災害や事故の際の迅速な対応を行う場合にこういう情報が残っておることは非常に重要でございます。平成19年から21年まで、私も国費を使いましてこの住宅履歴情報のデータベースの基本的な設計を終えております。今年度からそういう情報サービス事業者を公募いたしまして、中小の事業者さんも含めて履歴情報を蓄積していただけるようにこれから取り組みをしていくところでございます。

11ページをご覧いただきたいと思います。以上のようなさまざまな施策を通じまして、住生活基本計画の中では、成果指標といたしまして、まず一番上、リフォーム実施戸数が住宅ストック戸数に占める割合を2.4%から5%に引き上げるということを目標にしております。現在の達成状況は3.5%、道半ばでございます。それから、既存住宅の流通に関しましても、流通シェアを13%から23%に引き上げるといってしておりますが、残念ながらこれは13.5%ということで、あまりいい達成率ではございません。それから、住宅を長く利用するということでは、滅失住宅の平均築後年数というのを30年から40年に引き上げるといって掲げておりますが、残念ながら27年ということで、状況が改善をしておりません。住宅の滅失率についても8%から7%ということで、一応7%という数字は達成をしておりますけれども、全体的にまだまだ既存住宅の流通というのが十分に行われている状況ではございません。

一番最後でございます。12番でございますが、6月18日に閣議決定をいたしました政府の新成長戦略の中では、2020年までに中古住宅流通市場やリフォーム市場の規模を倍増させるということを目指しているところでございます。

事務局からの説明は以上でございます。

【分科会長】 どうもありがとうございました。

では、続きまして既存住宅流通市場について、〇〇専門委員にご説明をお願いしたいと思います。よろしくお願ひいたします。

【専門委員】 それでは、私のほうから、需要者の視点で見ました既存住宅市場の現状と展望についてお話をさせていただきます。

資料3 ページ目、グラフが入っておりますけれども、そちらをご覧ください。これは、結果的には新築マンションを買った人なんですけど、その人たちが検討の時点で中古マンションを併用検討したかどうかといったことを追いかけたデータでございます。前回の勉強会でもお示ししましたけれども、時系列で見えていきますと、中古マンションのところ、赤印で四角く囲ってありますけれども、2009年の新築マンション契約者から見ますと4割強ということで、徐々に新築だけではなく、中古もあわせて検討するという人たちが増えてまいっております。

次のページをお願いします。そうした動きなんですけれども、これはどういう理由かということで見ますと、1番目に挙げられますのは「希望のエリアの物件だったから」と。立地ですね。それから、「手頃な価格」、「良質な物件だと思ったから」といったことで既存住宅を購入していつているということですが、やはり価格が安いというのが近年既存住宅の需要が増えてきたことの大きなポイントになっているかと思ひます。ご承知のように、30代、1次取得者の収入減というのがございますが、そうした人たちでも生活防衛のためにはどうしてもマイホームが欲しいという方たちもおられます。そうした方たちが中古を買っているということでしょう。あわせて、フラット35、こちらは頭金なしでも住宅に融資してくれますので、フラット35の件数が増えているということからも安いということが言えると思ひます。

5 ページ目お願ひいたします。結果なんですけど、これはちょっと違う角度の流通量のグラフなんですけど、不動産流通経営協会が毎年調査しているものです。これを見ましても、徐々に流通量のシェアというのは増えてきているということが言えます。

ただ、先ほどのご説明でもありますように、まだまだ既存住宅流通市場というのは発展途上と。まだまだ拡大の余地があるだろうということで、どういったところが現状その阻害要因になっているかといったことを調べていますのが7 ページです。

まず一番のポイントになりますのが、既存住宅を購入しなかった理由の大きなところに品質の不安というのがあります。品質というのは、構造の劣化ですとか性能に対する不安

なわけですけれども、なかなか情報が開示されないでわからないということですが、これがあるために「中古住宅を買わない決め手となりました」、それから「とても大きな理由となりました」、「まあ大きな理由になりました」と。これ全部合わせると75%を超えています。品質面での不安といったところが大きいかと思います。これは2008年の調査であります、2009年、2010年におきましても、消費者の不安というのはこういうところに大きいかなと思います。

次のページをご覧ください。品質・性能の中でも一番消費者がこだわりますのが耐震なんです、これは、既存住宅を買った人が、耐震性への意識、どう思って買ったかというところなんです、左側の枠囲みのところですが、買ったんですが、「かなり不安があった」、「多少不安があった」、こういう不安を抱えつつ、目をつぶって買ったというところかと思えます。

そういうふうにな不安を持ちながら買った人なんです、9ページ目を見ていただきまして、例えば、耐震性がわからないと。わからないときにその不安を払拭するためにどんなことをやったかというところなんです、赤囲みのところを見ていただきますと、大体、これは施工会社が〇〇社だからいいだろうというふうな施工会社を信じて買った、もしくは、築年数が浅いので大丈夫だろうという築年数で買った、もしくは、予算との兼ね合いもあり、いろいろ調査もしたかったけれども何もしなかったということで、どちらかというところ何か清水の舞台から飛びおり、もしくはばくちに近い形で買っておられる方もおありかと思えます。

次のページなんです、これは一戸建てとマンションのそれぞれ成約件数と新規登録件数を出してみたんですけれども、本来ですと着工件数から見ても圧倒的に一戸建ての件数のほうがストック数も含めて多いはずなんです、流通量、新規で登録されてくる流通量、それから成約量ともにマンションのほうがまさっております。多分、一戸建ては売り主さん、個人の方でありますし、定期的な管理もメンテナンスもやっておられない方も多かろうと思えますし、図面がないというお家もたくさんありますので、そういう意味では不安をたくさん抱えているのは一戸建てのほうが大きかろうと思えますが、そういったこともあり、一戸建ての流通がストックに比べると低いということがあります。一戸建ての流通促進の一つの課題ではなかろうかと思えます。

次のページですが、品質が不安というのが一つの大きな理由でございますが、もう一つは、やっぱりどうしても新しくてきれいなお家、設備もびかぴかのお家が欲しいというの



は本心かと思えます。ですので、中古マンションを買うにしても、やはりリフォームをしてからきれいに住みたいという需要者のニーズというのは高いと思うんですけども、この上のグラフは、新築のマンションを最終的には買ってしまいましたと。ですが、中古も検討したんですが、中古を検討したにもかかわらず新築にしてしまったのは、1つは、ちょうどその一番上のほうのグラフの2番目に、新築購入ー併行検討というところを見ていただきますと、「不動産会社からリフォームの案内や提案があったでしょうか」ということを聞きましたところ、中古を買わずに新築に移っていった方々は、「提案があまりなかった」と答えています。つまり、もっと具体的に、この古いマンションでもこうすればきれいに住めますよというふうな提案があれば、場合によっては新築から中古に移ったかもしれないということかろうと思えます。

下のほう、同じように新築購入ー併行検討というところを見ていただきますと、この人たちがリフォームに対してどのように思っていたかということ、左から3番目の「予算内でどの程度リフォームできるかどうかわからない」とか、その右側、「ちゃんとリフォームしたら結局新築のほうが高くなりそう」とか、ちょっと飛びまして、赤丸がついているところ、真ん中よりやや左側にありますけれども、「建物構造上どの程度リフォームが可能かわからなかった」といったあたりが、やはりわからずに、どうもリフォームはちょっと難しそうだからということで新築のほうに移っていったといったことがあるのではないかと思います。リフォームが一つしにくいというのが理由の大きなところと思われます。

そして、実際に中古物件を買ってリフォームをした人たちに「どんな情報が欲しかったですか」というふうなことを尋ねますと、一戸建てのほうもマンションのほうも、「購入物件がどの程度リフォームできるのか、事前の情報が知りたかった」ということと、それから、「購入物件の傷みぐあいかわからなかった」といったことを指摘しています。12ページのグラフですけども。

そういうことを見ましても、欲しい情報として、先ほどの説明とも重複いたしますけれども、どの程度リフォームできるか、傷みがどうなのかといったことを知りたいということなんですが、この情報を不動産の売買に携わっておられる仲介業者さんに求めようとしてもなかなかこれはわからない。要するに専門外のことですので、求めても現状としては無理。さらには、「リフォームしたいんですが」と尋ねましても、大体の仲介業者さんは、「契約が終わってからリフォームについてはお話ししましょう」というふうなことで、まずは契約を先に先行させるというふうな売りの流れになっているといったところもあり

まして、なかなか事前にリフォームというところでの情報提供は難しかりょうと思います。

次のページ、13ページですが、単に、リフォームする方たちは、古くなった、劣化したところを補修するだけではなくて、新築並みとはいきませんけれども、自分の好みに合ったデザイン、それからインテリアにしたいという夢もございます。そういったところも実は中古を買ってリフォームしたいときの動機にはなろうかと思いますが、先ほど申し上げましたように、なかなか専門性、ここまで来ますと、インテリアとかですので、仲業者さんにその情報や提案を求めるのは難しかりょうと思います。

次、14ページなんですけど、そういう品質、性能がわからないとか、リフォームの情報をもっと欲しいというふうな消費者に対して仲業者さんはどう対応しているかということなんですけど、まず15ページ目のフローを見ていただきたいんですけど、これは買いの例です。買いの仲業者さんがどのような仕事をして契約して、最後フォローしていくかというようなことなんですけど、1項目から始まりまして、下段、20項目あります。売りのほうはもっとフローが長くて、29項目ぐらい実はあります。1つの成約を決めていくためにかなりの種類の仕事をこなさなければならないというところがございます。

矢羽根のところすみ網がかかっています。ここが契約をしていくのに重要なポイントになっているところなんですけど、こういったところを押さえつつ、それ以外のところの需要者のニーズも踏まえながら対応していこうとすると広く浅くならざるを得ないというところになります。比較で、例えばアメリカの場合というのが出ていますけれども、重要なポイントのところには、例えばモーゲージブローカーとか、いろいろな専門の人たちが協業しているというふうな実態もありますけど、仲業者さんは1人でほぼ全部やっちゃうというふうなことになってきております。

次のページを見ていただきますと、その専門的なニーズに対応できるかどうかというところで、これは全宅連という中小の業者さんの団体で、加盟者数としては日本全国の大規模な団体なんですけど、この業態調査で、専門資格を持っているのはどのくらいかというのを調べたものがありますけれども、ここにありますように2万800社ほどに調査をいたしましたけど、一級・二級建築士から始まりまして税理士まで、専門的な資格を持っている人というのはこの程度でありますということになります。多岐にわたる業務をこなす一方で、消費者ニーズにこたえるために専門性が高くないといけませんけど、なかなか資格取得も含めてそこまで対応できていないというところがございます。ちなみに、こういう業態のところは、1社当たり平均従業員は大体4人程度です。宅建資格者というのは2人ぐら

いというふうなことでありますので、なかなか対応は難しかろうと思われま

ちょっとグラフでの説明が飛びましたので、14ページに戻っていただきまして、そういうことで、仲介の業務が広過ぎて、消費者ニーズに対応しようとするれば、なかなか専門的でクリアできないといったところがあります。課題、阻害要因の1番、品質・性能情報については、現在、調査・説明の義務とか責任が不明確ですので、情報提供には消極的です。売りのお客さんのマイナス情報を買いのお客さんに積極的に伝える売りサイドに立った仲介業者さんはいませんし、売り、買い両方やっている場合は、お互いの利益が相反するところで、また割き状態になりながら仲介をするというふうなこともありまして、なかなか難しかろうと思います。さらには、建築の知識がないと、古いマンションの性能・品質というのはなかなか調べてもわからないところがあります。リフォームについてもわかりです。そういう意味では、専門の協業とどう組んでやっていくかというようなところが一つ課題になってくるだろうと思われま

そういう阻害要因も踏まえまして、3番目なんですけれども、もう少し流通促進に向けてどんなことをやっていったらいいかというようなことについて、これまで、現住生活基本計画で指標として上げて実践をしておられる部分ですとか、成長戦略に対応した政策以外のところでどんなことが考えられるかというのをちょっと出してみたものです。

実はこれ、重要事項説明書のポイントを整理したのですが、ここにありますように、物件に関する確認、それからマンションの項目を見ていただきますと、意外に性能・品質に関しての情報というのは重要事項説明には盛り込まれておりません。それから、マンションのところの計画修繕積立金、管理費の定めとか管理業者とかありますが、修繕の履歴等について特にポイントになりそうなことが重要事項で述べられるというところまでは義務づけられておりません。

今後、告知書ですとかインスペクション、住宅履歴書というようなのが積極的にやっていかれることだろうと思いますが、さらに踏み込むと、重要事項説明にどれだけ記載項目を設けるかというところまで行くことが、実際にはそうした情報がきちんと消費者のもとに届くということになるだろうかと思います。

それ以外に、19ページ見ていただきまして、そうちゃんと重要事項説明にまで性能や品質の情報をきちんと盛り込む、管理履歴等の情報もマイナス面であっても盛り込むということになりましたらば、今、日本は仲介、売りも買いも1つの会社、1人で売りも買いもやっていいというようなことになるわけですからけれども、多分両者の利害は相反するところ

ろがあります、売りと買いでは。という意味では、なかなか両手仲介というのが実際両立するということは難しいだろうなど。ここは何度も消えてはあられ消えてはあられする問題ですが、ほんとうに品質不安ですとかを追求していこうとすれば、ここまで踏み込まざるを得ないのではないかなとは思いますが。

それからもう一つ、流通促進ということ言えば、一戸建ての流通をどれだけ増やし、成約をどれだけ増やしていくかということですが、既に成長戦略等では、マンションについては、長期修繕計画の策定ですとか修繕積立金等のマニュアルが作成されるというようなことが挙げられておりますけれども、一戸建て版についてもそういったものをつくって、個人の売り主、一戸建てのオーナーに対しても、メンテナンス、もう少し積極的にきちんとやっていくといったことを支援していく必要があるかと思えます。特に、大手のメーカーさんですとそういったものはちゃんとやっておられますけれども、中小の工務店さんに建ててもらっているような方々、こっちの数のほうが多いと思えますけれども、そういう人たち向けにマニュアルが必要だろうと思えます。

次に、20ページ目ですけれども、リフォームがしにくいというふうなことに関してなんですが、先ほどご説明がありましたような見積書を、見積もりがちゃんと消費者からわかるようにしたりとか、リフォームトラブルの相談に対応するとかということも必要なことだろうと思えますが、業態自体が消費者の不安を払拭するようなサービスを組み込んだ業態というのが、一つ消費者からすればワンストップで、中古を買って、リフォームもできて、デザインもすてきな家が手に入るというようなことになっていきますので、既に取り取りという形で古いマンションをリノベーションして売りに出すというリノベーションという業態は、推進協議会もできて、どんどん広まっておりますけれども、あくまでもマンション中心のような気がいたします。

ですので、一戸建てで、取り取りではなくて、いわゆる仲介の中にリフォームのサービス、それからインスペクションサービスも組み込んだ、こういう業態というのが最近1つ出現してまいりましたので、こういった業態を育成していくのも一つの手だてではないかと思えます。

左側に、リフォーム仲介の流れということで、ブルーのところが今までの仲介とは違う部分でありますけれども、リフォーム仲介ネットワーク不動産会社にまず買いたい物件があったら申し込みまして、買いたいなと思っている物件についてまずインスペクションを簡単にやって、フラット35が使えるかどうかという、その適合要件を満たしているかど

うかを簡単にインスペクションしましたら、その後にリフォームプランを立てて、見積もりも立てて購入物件を決定して、リフォームの代金も含めた物件価格代金で融資を織り込んだ手続をします。

さらに詳細な有料のインスペクションを実施しまして、ふぐあいがどうなのかというのをつぶさに調査いたしまして、その建物に合った修復の内容とインテリアプランを立てて詳細なリフォームプランを立て、工事契約を締結し、リフォームを実施し、住宅ローンの契約がおりたら引き渡し・入居、住宅履歴書の登録というふうに進む、こういう業態の流れになっているんですけれども、リフォーム仲介のネットワークというのは、単純に仲介会社さんだけではなくて、リフォームを実施する工務店さんとかインスペクションの会社とかがチームワークを組んで消費者にこたえようとするようなものであります。それを束ねる仲介ホームみたいなのがありまして、そこが全国の仲介業者さんやリフォーム業者さん、インスペクションの会社を束ねると、そういう形で運用しようとしているところです。

消費者のメリット、右側書いてありますが、インスペクションありますので、構造性能がチェックできて、現在の基準に合わせて改修してもらえて安心ですし、リフォームのプランも相談しやすいと。それから、完成保証、瑕疵保証、購入後の定期点検、住宅履歴もありますので安心というふうなことがあります。それから、物件購入代金にあらかじめリフォーム代金も含まれた形で動きますので、一括してフラット35が使えるというふうなメリットもあるというふうなことで、消費者から見ると非常に便利な、ワンストップで中古住宅を安心して自分好みにリフォームして住めるといった業態だろうと思われま

す。次のページなんですけれども、そういう業態もさることながら、リフォームにかかわる商品情報とか、それから施工情報とかというのが、地元の中小のリフォームを扱う工務店さんなどでは、商品の情報はどんどん変わりますし、それに合わせてリフォームの施工技術もどんどん変えていかなきゃいけないので追いつきません。さっき言いました4人ぐらいしか中小業者はいないわけですから。仲介業者さんもそうです。工務店さんもそうですけれども、そんなに追いつきませんので、もう少しリフォームそのものが簡単にできるようなことが求められているのではないかということで、内装設備のモジュール化というのがあろうかと思います。もちろん、日本の住宅の様式を引っ張っていかれる大手の、それから先鋭的な企業とは別に、対象としてはすそ野の大きい、かつなかなか技術力等が難しいと言われている中小工務店さんを対象に、普及型の木造住宅などを対象にしてなんですけれども、例えば天井高とか柱とかサッシの枠のサイズとか、外部の建具、室内建具、間

仕切り壁とか収納とか、こういったところのモジュールを、例えば尺モジュールについては統一をするというふうなことを通して、リフォームの商品情報とか、それから技術というのが非常に標準化されてシンプルになってまいります。

それが中小工務店技術向上ですとか消費者の商品知識の向上とか、それから、器用な人ですとDIYをやるので、それによってさらに身近になってくるというふうなことがあろうかと思えます。身近になればなるほどリフォームの頻度は確実に上がるはずですので、こういうモジュール化された部材がホームセンター等にずらっと並んでいると、これとこれとこれを入れかえると大体幾らねと。これに工賃がつくわけだからこんなものでしょうといったことが消費者でもわかってくれば、かなりリフォームに対しての垣根は低くなるだろうと思われまます。地域の工務店さんと一緒に消費者も賢くする、そこからすそ野を拡大していくという意味では、モジュール化というのは非常にブレイクするポイントになるのではないかなと思われまます。

以上、既存住宅の現状と展望です。

**【分科会長】** どうもありがとうございました。

続きまして、リフォームの事業者から見たリフォーム市場について、〇〇様にご説明をお願いいたします。よろしく願いいたします。

**【説明者】** ご紹介いただきました〇〇でございます。

せっかく事務局でパワーポイントを用意していただいたんですが、どうもお手元の資料でやったほうが会場の運営上よろしいかと思えますので、座らせていただいて進めさせていただきます。

私は、住宅設備機器メーカーに40年を超えて実務経験を持っております。そういう面で、住宅リフォームに対する市場に対して、事業者の視点で意見を述べさせていただきたいと思えます。

まず、前提でございますが、今幾つかご紹介ありましたように、リフォームにつきましては、消費者の意識に対するいろいろな調査は比較的あるわけでございますが、供給側の事業者のデータがなかなかございません。そういう面でいきますと、私自身の現場の肌感覚とか、そういう視点でお話しさせていただくことをご了解いただきたいと思います。

2ページでございますが、まず、今日の発表の構成でございますが、まず現状を確認するというのが1点、大きな2点目は、現在、では事業者はどのような取り組みをしているのかということが2点、3点目は、今後、もう少し住宅リフォーム全体に対する取り組

みについて、事業者の取り組みと行政のご支援というようなもので整理させていただきたいと思っております。

次、3ページ目でございますが、まず大項目の1点目として「住宅リフォーム市場の現状」というところでございますが、先ほどからご説明ございましたが、リフォームの時代、ストックの時代と言われて大変久しいわけでございますが、事業者が、業としての確立は現在できておりません。なおかつ市場の規模は、ご説明ありましたように、横ばいの状態にあるというのが現状かと思えます。しかし、その中でも、ご説明がたくさんありましたように、住宅リフォームに対する行政のいろいろな施策、制度については大変充実していると思っております。

片や、今回の成長戦略の倍増計画のように、事業者の立場から見てもリフォーム市場への期待は大変大きいものがございます。直近では、住宅エコポイントについて、特にエコリフォームというイメージが大変大きく関心を持たれているというようなこともございます。

しかし、一方で、専門的な知識を持たない消費者、お客様がいらっしゃるというのが実態でございます。また、お客様のニーズと申しますか、要求が大変多様化しておりますので、先ほども出ましたが、これにこたえ切れない中小の事業者がいるということも業界の実態でございます。

なお、先ほどの説明にもございましたリフォーム向けの製品の開発というものについて、或いはその工法の開発についても決して進んでいるという状況ではないということで、これには何か要因があるだろうということで、その辺を整理してみたいと思っております。

4ページでございますが、これはもう皆様よくご存じ、先ほどの国交省の資料にもございましたが、リフォームの規模でございます。まず、この規模を確認する前に、リフォームというのは非常に幅が広くて、機器の取りかえ、修繕レベルから大規模改修までであるということで、この規模別の区分というのが一つは必要ではないかと思っております。そういう面で、この資料にもございますように、ブルーのところでございますが、これは主に設備等の修繕維持ということで書いてございますが、現状では圧倒的にこの部分が多いということでございまして、こういうものについて今日はお話し申し上げたいと思っております。

また一方、リフォームのもう一つの区分では、先ほどのお話にございました、住み続けるために自分の家をリフォームするのか、或いは住宅の価値を高めるためにリフォームを

するのかと、事業者側の立場で。こういう2つの区分がございまして、住み続けるためにリフォームをするためということを前提に話を進めてまいりたいと思います。

次のページでございます。5ページ、これは、現行の、ご案内のとおりでございますが、事業者の分布でございます。多種多様な事業者が参入している業界でございますが、多くは左側のピンクの部分、地場工務店、そして右側のグリーンの部分、設備機器メーカーと、こういうところが取り組むリフォーム事業が大変多うございます。これがこのリフォームの事業の特性を示していると思います。

簡単に整理しますと、地域密着の中小事業者が多いということ、それから、事業として、現場単位の規模が非常に小さいと。小規模な事業であるというようなことが整理できると思います。一方、設備等を中心とした水回り、メーカーが自社製品を販売促進するために水回りを中心としたリフォームの構成が多いというのが現状だと思います。

次のページ、6ページでございますが、これは、直近の工務店さんのリフォームに対する意識の変化を整理してみました。この資料は、住宅資材の流通、日本の最大手、ジャパン建材というところが毎四半期に1回ごと、3,000社の工務店さんの意識調査をしているものでございます。簡単に申し上げますと、まず1点目は、エコポイント制度の導入以降、リフォーム事業者のリフォームに対する増減、簡単に言うと増えましたという面では、これは非常に大きな効果があったということが言えるかと思えます。

一方、右の円グラフでございますが、1物件の売り上げの規模とか、こういうものは直近でもほとんど変わっておりません。150万程度で全体の85%を占めるということで、小規模ということが確認できます。また、リフォーム事業者の構成でございますが、左の下のグラフでございますが、全体で、いわゆるリフォーム事業を専業にしているということは少なく、75%以上の方は、リフォームもやるという兼業型の工務店であるということがここから読み取れると思います。

このような状況の中で、次の7ページでございますが、今度は消費者の意識をちょっと視点を変えて整理してみました。先ほどから出ておりますように、リフォームを計画した、或いは実行した方のリフォームに対する不満は、左の上のとおり、業者の選定とか価格、品質ということになるわけでございますが、この皆様はほとんどが、何か壊れたと。古くなった、汚れた、これをどうにか直したいという気持ちでリフォームをされています。

ですから、これが顕在需要ということで、これが6兆円とか7兆円ということだと思いますが、実は、本来そうではなくて、先ほどからお話しでございますように、何かリフォ



ームをしたいと思っているのですが、具体的なイメージができないということで、ちゅうちょをされているお客様がいらっしゃる。そこに書いてございますが、将来への暮らしの投資だとか、暮らしを楽しむというようなこと、或いは省エネ、省CO<sub>2</sub>というような環境意識を持っていくためにも何かをしたいんですが、具体的な知識を持っていないということがございます。こういうお客様に対する気づきを与えるということが大きなポイントになるかと思えます。

実は、このお客様が悪いのではなくて、このお客様に気づきを与えていない事業者に責任があるわけで、その事業者の実態がどうなのかといいますと、次の8ページでございます。住宅リフォームに携わる事業者は、直接お客様に接点を持っている販売・工事店、リフォーム事業者だけではなくて、実線で囲ってございますが、グリーンのところ、それからオレンジのところでございますが、住宅資材の流通事業者、或いはメーカーとかエネルギーの事業者など、お客様に直接向かう販売・工事店をサポートする体制が大変重要でありまして、この人たちの役割でこの住宅リフォームというのは成り立っているということをご理解いただきたいと思えます。

次、9ページでございますが、もう一方、その住宅リフォームに携わるお客様に接点を持っている事業者でございますが、これはまさに肌感覚で申しわけございませんが、自立した事業者というのは工務店の中で全体で10%程度だと認識しています。それ以外は、非常に意欲があって、どうにかしたいという思いはあるんではあります、具体的に何をしたいかわからないというようなこと、先ほどありましたように、体制の不足等もあるかと思えます。

また一方、下のひし形でございますが、住宅リフォームは、小規模という観点からいきますと、建築系、大工・工務店さんが受注するだけではなくて、従来、新築段階では大工・工務店さんの請負をしておりました電気、ガス、水道等の設備事業者が直接請け負う、このようなことも増加しているというのが事業者の実態でございます。

最後でございますが、住宅リフォームに携わる事業者の実態としまして、今問題だと思っているのは2つございます。1点は、先ほどから出ておりますように、多様化するお客様の期待にこたえられない、こういう中小事業者がいると。

これは、お客様の期待にこたえるということは、大きく2つあるわけですが、技術力の中で施工の技術、これにつきましては大変レベルの高いものがあると思えます。お客さんの言われたことはできると。しかし、先ほどから申し上げておりますように、潜在需要を

掘り起こすということになりますと、お客様が何を言っているのか、何をしたいのか、こういうものをプランニングすることが大変重要かと思えます。先ほどのアンケートにもございましたが、従来ですと業者に対する信頼とか価格であったんですが、最近、別のアンケートをしますと、事業者のセンス、プラン力、こういうものに対する不安が非常に上位を占めるということで、この辺が今後のテーマだと思えます。

それから、その下でございますが、もう一つは、先ほどから出ております、中小事業者が、リフォームを専門化するための人的な投資、或いは情報の投資等、いろいろかかるために、なかなか積極的になれていないという現状がございます。

続きまして11ページでございますが、このような状況をちょっと整理いたしますと、リフォーム市場の特性といたしましては、地域密着で中小事業者が多い、そして、水回りを中心とした小規模な工事が多いのが現状でございます。また、お客様は専門知識を持たずにちゅうちょしているという状況にありますし、事業者側にとっては、この事業を専門にしていいかどうかという消極的な姿勢があると。

このような状況で、これを受けまして、内装とか設備を中心とした住宅インフィルの業界でいろいろな情報交換する懇談会を立ち上げて、平成20年2月から進めております。その取り組みについて、大きな4番目で簡単に申し上げます。

まず、これは大きなテーマは2つ、お客様に情報を提供することと、お客様の信頼を回復するというところでございまして、情報提供につきましては、住宅エコポイント制度の活用ということで、そこに幾つか列記してございますが、お客様に住宅エコポイントの制度を説明するのではなくて、住宅エコポイントを活用してどんなリフォームができるかということ、こういうことをお勧めするパンフレット等をつくった活動をしてございます。

続きまして13ページでございますが、もう一つの取り組み、この住宅インフィル業界、大変重要なテーマで、いわゆるお客様に対する業界の信頼回復ということでございます。この信頼回復には2つありまして、世で言う悪徳リフォームというもののイメージを業界全体で払拭するということが1点でありますし、もう一点は、悪意はないんですが、お客様とのコミュニケーション不足のために、でき上がったもののお客様の満足を得ていないというものに対するいわゆる悪意のないお客様の不満と申しますか、こういうものをクリアしていかなきゃいけないと。

この大きなポイントが、下にいろいろ書いてございますが、いわゆるお客様との接点を

持つ、簡単に言いますとCSとか、或いはコンプライアンスだとかコミュニケーション力とか、いわゆる技能以外の部分の強化が重要かと思っております。

これが現在の取り組みでございまして、3番目になります。最後に、これからの、今申し上げましたのは住宅のインフィルということで、狭い範囲でございまして、もう少し広げまして、住宅リフォーム市場全体の活性化にどう取り組むかということについて3点お話し申し上げたいと思います。14ページでございまして。

まず1点目は、お客様に、リフォームをしてくれる店がどこにあって、どういうことが得意なのかわかりやすくするという事とともに、そのネットワークといいますか、こういうものを整備していくことだと思っております。今までも行政の進めていることをより一層加速するという事になるかと思っておりますが、もう一点重要なことは、地域の特性が非常に大きいリフォームでございまして。先ほどありましたように、戸建てにおいては特に地域特性というのが非常に大きいということで、地方行政と連動した形でいろいろな施設だとか運営を進めていくということが今後の課題かと思っております。

続きまして15ページでございまして、活性化のためにもう一つ、業界全体で取り組むべきこととございまして。これは、先ほどから出ておりますように、今、いわゆる新耐震基準以降の大変良質な住宅のストックが多くあります。そうしますと、構造に目を向けることなく、お客様のライフスタイル、こういうものの変化に応じて内装とか設備のリフォームが増加すると思っております。

そのようなことを含めまして、いわゆるいい住宅を建てて、手入れをして長く使うという面では、この住宅維持管理のルール、特に設備に関するルールが必要かということで、現在住まれているものについて、さらに、登録だけではなくて、お客様自身の維持管理、それからプロの維持管理というようなことについて全体のルールをつくり、体制を強化していくということが今後の方向かと思っております。

続きまして16ページでございまして、もう一方、先ほども最後のほうにご説明ございましたように、住宅リフォーム市場を活性化するためには、製造事業者、メーカーの役割として取り組むべき方向、課題があるかと思っております。そちらに書いてございますように、1点目は、やはり住宅リフォームに合った商品、モジュールの統一とお話ございましたが、今回のエコポイント制度の内窓というようなものを含めて、後づけとか、簡単にできるような商品開発が必要かと思っております。

同時に、リフォームの工事は現場が非常に多様でございまして。そのために、いろいろな

従来の専門的な施工その他に対する能力だけでは対応できないところがございます。一つの例で申し上げますと、例えば太陽光発電、こういうもので既設の住宅に設置する場合の技能、基準、工法、そういうものが不可欠だと思います。また、今、高効率給湯器のエコジョーズでございますが、これはドレーンの処理が、新築の場合では簡単にできるんですが、リフォームの場合は、そういう工法についていろいろ検討するなど、こういう工事部材、工法についての検討も重要かと思えます。

次は、先ほど触れました維持管理ルールに向けた部品・部材の調達、供給の仕組みが重要になると思えます。また、事業者としての取り組みとしては、お客様が使ったときに、エコだけではなくて、開発、生産から最後の物流、廃棄まで、事業全体でいわゆる環境を配慮した事業モデルにしていくということが重要かと思えます。

最後になりますが、業界レベルのこの取り組みに対して行政でご支援いただきたいというのを列記してございます。国のレベルでやるということにつきましては、やはり消費者とか事業者が非常に消極的であるということでございますので、積極的になれるようなインセンティブというものを検討いただきたいと思えます。

また、何度も触れておりますが、地域特性ということでもありますので、国レベルではなくて、地方における支援というようなことで、事業者と連動した形で、中央レベルの施設或いはお客様に対するいろいろなイベントの開催ということが必要ではないかと思っております。

最後、まとめでございますが、このリフォーム市場が横ばいということ、ぜひ倍増ということを願うものでございますので、この住宅リフォームにおける現状を整理した上で具体的な課題を業界自身も整理してまいります。行政のほうの積極的なご支援もお願いしたところでございます。

以上でございます。

**【分科会長】** ありがとうございます。

続きまして、消費者の立場から見た既存住宅流通・リフォーム市場について、〇〇様にご説明をお願いいたします。よろしく願いいたします。

**【説明者】** 〇〇でございます。ご説明の機会を与えていただきましてありがとうございます。資料5に基づきまして、消費者相談の立場からご説明申し上げたいと思えます。それでは、資料の順番に従いまして説明申し上げます。

2ページをお開きいただきたいと思えます。2ページでは、支援センターが受けている

相談の種類、その構成比を示してございまして、図の1にございますように、相談の中ではリフォームの相談が最もウエートが高くなってございます。約33%というふうな大きな比率を占めてございます。そのほか、住宅そのものについて等の相談も受けているという現状がございます。

次に、3ページが、そうしたリフォーム相談の具体的な件数が最近どうなっているかを示したものでございます。表の2に18年度から最近までの件数を書きました。21年度、前年度に比べて大幅に増加いたしまして、今年度も同じようなペースで増えてございます。やはり住宅エコポイント等によるリフォームの相談がこちらのほうに反映していると思っております。今後ともこの傾向は続くと思っております。

次に、4ページに移ります。支援センターでは、相談と、もう一つの柱として、住宅紛争処理の支援業務を行ってございます。対象となる住宅は2つございまして、1つが①の評価住宅、もう一つが②の保険つき住宅になっております。この2つの住宅についてトラブルが起きたときに、その解決を全国52の弁護士会に設置されています指定住宅紛争処理機関でもって調停等によるいわゆるADRの解決手続を行ってございます。それに対しまして支援センターは、相談からそういう紛争までという一連の流れを円滑に行うように支援してございます。これについてはまた別な機会に申し上げます。

次に、5ページに移ります。もう少しリフォーム相談の内容を細かく申し上げますと、まず、図の2のところにありますように、リフォームの相談はいろいろな段階がありますが、契約の前、それから契約後、工事完了後というふうな相談に区別できます。最も多いのは工事完了後。せっかく楽しみにしていたリフォームが終わったら、どうも満足できないというふうな相談が最も多くなってございます。それから、契約前の相談も4分の1ほどございまして、どういう業者に頼んだらいいのか、或いは提示された見積もりがほんとうにいいのかどうかというふうな相談もございます。具体的には図の3のほうにそれを示してございますので、これはまた後ほど時間があればご説明を申し上げます。

次、6ページに移りますが、リフォームの相談、幾つか特徴がございまして、まず年代別の割合を見ますと、リフォームは住宅一般に比べて高齢者の方からの相談が高くなってございます。この表の上段のほうをご覧くださいますと、黄色い部分が60歳代の方、その右のオレンジが70歳以上の方ということで、この2つを合わせますと3割近くが60歳以上の方からの相談となっております。相談としては、60歳以上の方の割合が非常に高いという特徴が1つございます。

そして、③に書きましたが、高齢者の幾つの特徴がございます。3つ書きましたが、1つは、周りに相談する方が少ないということで、ひとり住まいの方はだれに相談していかかわからないというふうな現状がございます。

2つ目に、住みなれた家をリフォームしてこのまま住み続けたほうがいいのか、或いはこの際建て直してしまって、ついの住みかとして安心したほうがいいのかというふうな選択に迫られることもありまして、そうした相談もたくさん寄せられております。

3つ目に、年をとったということで、業者に見くびられたり、また、だまされないかというふうな不安がありまして、その方がほんとうに信頼できる業者か、見積もりも高額で、だまされているのではないかとさまざまな不安を抱えてございまして、結局そうした不安を解消してあげることが高齢者の安心居住につながっていくと。住宅の安心が生活の安心につながっていくということで、相談をしっかりとやっていきたいと思っております。

次が、7ページに移ります。最近のリフォームに関連した相談の特徴として太陽光発電に関する相談も急速に広がっておりまして、補助制度が整備されたり、太陽光発電の買い取り制度というのも拡充されておりますので、それに伴いまして、平成20年度は18件であった相談が、240件台までなっております。今年度もその勢いが続いてございまして、具体的には施工不良の相談があります。太陽光パネルをつけたら雨漏りがしたと。もう一つが、契約関係のトラブルということで、電気代がうんと安くなる、ただになるということでやってみたら、どうもそうならなかったというふうな相談もありまして、こういう相談にも対応してございます。

次が、8ページになりますが、以上のようなさまざまな消費者の相談を踏まえまして、新たな取り組みを4月から始めました。2つございます。1つがリフォームの見積もり相談、2つ目がリフォームについての専門家相談でございます。

まず、見積もり相談につきましては、9ページでご説明申し上げます。①、リフォーム見積もり相談とございますが、平成22年4月1日からリフォームの見積もり相談を始めまして、実際に見積書の見方がわからないとか、或いは一式の見積もりで心配だというふうな相談がたくさん寄せられてございます。そうしたものにきちんと対応しようということで、ベテランの相談員を配置して相談に当たってございます。

実際の相談の内容等は、図の5に示してございますけれども、見積書全体の金額について知りたい、或いは、単価が記載されていますけれども、それが適正かどうか知りたいというふうな相談もありますし、工事項目について、ほんとうにその項目が必要なのか、或

いは適切な内容になっているのかということを知りたいというふうな相談もたくさん寄せられてございます。

そして、相談を寄せるきっかけが、表の4にございますが、支援センターをどうして知ったかということで、一番多いのが、消費生活センターから紹介されたというふうなものが多く寄せられております。新聞等、支援センターのホームページもございますけれども、やはり市民に身近な相談機関であります消費生活センターさんと連携をしていく必要がここにあるかなと思ってございます。そうしたリフォーム見積もり相談、非常に今人気がございます、ずっと先まで今立て込んでいるというふうな状態になってございます。

続きまして10ページに移ります。もう一つの柱のリフォームについての専門家相談についてでございますけれども、これは弁護士会に委託しまして、弁護士会で、弁護士さんと建築士さんがセットになって無料の面談相談を行うという仕組みになってございます。この資料に、ちょっとデータが古いんですが、平成22年の7月現在で17弁護士会と記載してありますが、8月現在では18の弁護士会となっております。毎月弁護士会の数が増えて、相談体制が広がってございます。

その専門家相談、3種類の相談を受けております。表の5にありますように、評価住宅、保険つき住宅、リフォームということで、リフォームについての相談需要が最も多く、7割がリフォームについての相談となっております。

リフォームのどの段階の相談がどれほどかというのが表の6、右の表に示してございます。やはり一番多いのは工事が終わってからの相談が多いんですが、契約の前、それから工事中等の相談も入ってきてございまして、これは弁護士と建築士という2人の専門家がペアで立ち会っておりますので、どういう段階の相談でも即時にその場で対応できるというふうな強みがあって、大変好評を博しております。

次に11ページに移ります。相談が終わる都度、利用された相談者の方からアンケートをとってございまして、その結果が図の6と7に示してございます。まず、図の6のほうですが、どういうことからどういう理由でこの専門家相談を利用されたかということですが、一番多いのが「弁護士と建築士が同席して相談を聞いてくれるから」ということで、約6割になっております。次に多いのが「無料だから」ということで、1時間無料で相談が受けられますが、ただ、お金よりも、そういう専門的な知見が得られるということが高く評価されてございます。

それから、満足度が図の7にあります。終わった結果、「大いに満足」しているというも

のが52%、「満足」39%、9割以上の方からご満足いただいているということで、大変有効に機能していると考えてございます。

それでは、最後のページになりますが、12ページに移ります。こうした新しい仕組み、せっかく立ち上げて好評を得ておりますけれども、まだまだ知られていないということもありまして、広報をしようということで2つのことに取り組んでおります。1つが、消費生活センターへの説明、広報、連携協力ということで、消費生活センターさんに説明することによってさまざまな相談の紹介先が確保されるということもありますし、消費生活センターさんとの相談の相互補完というふうな意味もあります。それぞれの得手、不得手、得意分野についてより力を出す体制に持っていくことができます。

もう一つが、消費生活センターさんとの研修協力ということで、消費生活センターさん、どうもリフォーム、住宅についての知識が少ない。この際研修をしたいというふうな要望が寄せられますので、私どものほうで講師をそろえて、その研修に今全面的に協力しながら展開してございます。

最後、ホームセンターイベントを通じた広報ということを展開してございます。全国のホームセンターでリフォーム関連のイベントを実施してございまして、パンフレットを配布、或いは新聞等の媒体で告知を行って、消費者に対して直接リフォーム相談の利用を広げるような機会作りに現在取り組んでございます。

そして、この後、資料を添付いたしました、時間の関係で省略いたします。一番最後の添付資料の4をご覧くださいと思います。日本地図がありますが、これには、現在、専門家相談に対応して準備が整った18の弁護士会が青く表示されてございます。毎月これを拡大してございますので、早く52すべての弁護士会で相談ができるようにしたいと思っております、今私ども、毎月説明会やら研修会やらということで協力させていただいてございます。

以上のような形でリフォーム相談に取り組んでございます。ありがとうございました。

**【分科会長】** どうもありがとうございました。本日2つテーマがございましたけれども、1番目のテーマについて、3人の方から発表をありがとうございました。

それでは、早速ご意見、ご質問等をいただきたいと思いますと思うんですが、〇〇委員が途中退席とお聞きしています。もし、最初に何かあるようでしたらよろしく願いいたします。

**【委員】** どうもすみません、最初に発言の機会をいただきまして。

大きい点で2つお伺いしたいことと、それに付随してあと2点お伺いしたいことがあります。



ます。1つは、今回の大きな課題として、リフォーム市場を倍増していくということが課題になっていまして、私もそちらのほうが望ましいと思っております、短いながらアメリカに留学していたときに、アメリカだともっといわゆる中古市場もリフォームも盛んに行われていて、どうして日本はそうならないのかというのは常々疑問に思っています。

1つは、今回いろいろヒントはあったんですが、向こうで考えると、結局リフォームして資産価値を高くするというをよくやるんです。要するに、もともとリフォームして市場に出すと。ところが日本の場合は、今日もそうですけれども、リフォームしても市場で評価してくれないかもしれないという観点から、リフォームした分無駄になるという形でなかなかいかない。

何でアメリカの場合はリフォームすると市場価格が高くなって、日本だとリフォームしてから市場に売り出すということをするのと損をするのか。実際そういう傾向に市場ベースでなっているのかどうなのか。なっているとすればどういう理由があるかというのが1点です。

2点目は、新設市場かリフォームは既存住宅かというのがありますけれども、もう一つ向こうで感じたのは、本来なら賃貸で借りる人が、日本だと当然賃貸で3年ぐらい借りる人が、アメリカでは中古市場で買ってリフォームをして、3年住んで、それでまた自分が引っ越すときに売って帰ると。3年住んでも5年ぐらい住んでも、基本的には賃貸市場に流れるんじゃなくて、中古市場で買って、かつリフォームをしてやっていくと。これが日本の場合は多分新築に流れるというよりも賃貸市場に流れていくんじゃないかという実感があって、数字ベースでそういうことが言えるのかどうなのか。

それから、日本の場合というのは短期で、例えば3年とか4年住む場合は、中古で買ってリフォームするよりも賃貸市場で買ったほうが有利なのかどうなのかと。本来的な観点からするとどちらが健全な行動なのかということもありますけれども、その辺、現状のベースでわかることがあったら教えていただきたいと思うんです。

これに付随して、今回話を聞くと、当然現実問題として、リフォーム市場を倍増していくときに、いわゆるマンションの業界と戸建て市場という事実上市場が分離して、その分離した中でしかし現実的に市場を熟成していくという戦略をとるべきなのかとるべきじゃないのかということです。ここについて、市場がどう判断するかという問題もありますが、行政側でどう判断されているのかというのが1つお伺いしたい点。

もう一つ、リフォーム業者については非常に小さいメーカーが多いという話がありまし

た。これを考えたときに、今後リフォーム市場を育てていくときに、地元で、徒歩圏内でリフォーム相談できるところを整備していくということがほんとうに現実的なのかどうかということです。やっぱり名前とかブランドで、大手なら大手のメーカーがリフォームをやっていくというのも一方でももちろん路線としてであると。中小メーカーや地元工務店を基準としたリフォーム体制とその育成を現時点でどのぐらいの比重で考えておられるのかということをお伺いできればと思いました。長くなってすみません。

【分科会長】 ありがとうございます。2点プラスアルファのご質問、ご意見だったんですが、どういたしましょうか。

【事務局】 すみません、お答えになるかどうか。まず1点目ですが、アメリカの中古住宅市場というのは、今ご指摘あったとおり、リフォームをすると買った値段より高くなるという可能性が極めて高いので皆さん一生懸命リフォームをされていると。日本ではどんなにメンテナンスをしても結局値段は下がるしかないという状況があるというのは事実でございます。だから中古住宅市場や既存住宅の流通市場がうまく回らないと思います。

その理由はいろいろあると思います。もちろん新築を基本的に消費者が好まれるということもあると思いますが、まず一つは、性能面で既存ストックには不安があるということと、それから、何か価格がおかしいんじゃないか、或いはそもそも住宅の来歴が、履歴がはっきりしていないというようなことがあって、不安があるからやっぱり価格はどうしても下がってしまうんじゃないかと私どもは思っております、それで、さっき申し上げたように、住宅の履歴情報を残すとか、或いはインスペクションをやるとか、或いは保険で万が一のときには性能はちゃんと担保できますよということを使うということが大事ではないかと思っております。ただ、そういうことをした結果として、そういう履歴情報も残って、インスペクションもやった住宅が高く市場で取引されるかどうかはもう少し長い目で見なければいけないと思っておりますし、もう一つは、長期優良住宅という制度の中で、そもそもつくるときから長もちをするんだということを保証して、なおかつ履歴も残すというようなシステムも現に昨年6月から動かしております。この結果市場がどう反応していくかということについて、我々としては、できる限りそういう良質なストックが高く評価されるようにいろいろ取り組みをしていきたいと思っております。

それから、賃貸と持ち家という観点で、賃貸と既存ストックという観点で申し上げますと、確かにご指摘ありました、まだ、消費者の方々がどう判断をされるかというのは、ちょっと詳しいデータを持っておりませんので、これは引き続き精査をして、何らかのデー

タをお示ししたいと思っております。

それから、マンションと戸建ての市場が分離をしているということについてご指摘をいただきました。マンションに関しては、比較的既存ストックの流通もありますし、それから賃貸化に回る部分も結構ありますので、ここはそうはいつでも比較的いいんだと思えますけれども、先ほどご指摘もあったとおり、戸建てに関しては、賃貸にもなかなか回らないし中古も回らないということで、正直言って若干既存ストックの流通はうまくいっていない問題があると思えます。

ただ、一方で、一部ハウスメーカーなんか、既存のストックを買い取って、徹底的にリフォームをして、相当、新築の何割、結構半額以上でお売りになるという、そういうことをハウスメーカーが現にやられているということもあって、それが業として成り立ちつつありますので、戸建て住宅についてもそういう既存ストックの循環ということに目は十分あるんだと思っています。少しそのあたり研究したいと思えます。

それから、地元の中小的事業者さんの話なんですけど、これは地元だからいい場面もあり、また悪い場面もあるということで、例えば地域の大工・工務店さんに相談すると後で何となく断りにくいみたいな話も一方であるようでございます。それから、今、地域の大工・工務店さん、だんだん技術力が落ちているというご指摘もある一方で、リフォームは、新築と違いまして、設備、それから構造、全部わかっていないと基本的にできないんです。今、新築だとプレカットで、要は組み立てればいいという。それから、専門工事業、管は管工事業者さんに頼めばいいということで、結構施工が簡素化されているところがあります。リフォームは逆に、既にあるものを一度全部チェックをしてやらなければいけないということで、かえってリフォームのほうがむしろ技術的には高いことを求められることが多いんだと思えます。こういう点については、私ども、技能者育成とかそういう観点からさまざまな支援をして、技能者の育成、或いはリフォームの振興に取り組みたいと思っております。

【分科会長】 よろしいですか。ではほかに。はい。では、よろしく申し上げます。

【分科会長代理】 まず、〇〇専門委員の資料について、必ずしも〇〇専門委員にお答えいただきたいということではなくて、少し一般的にもしかしたらお答えいただいたほうがいいのかと思うんですが、1つは、重要事項説明に関して、こういうのを記載したほうがいいのかというお話がありました。実は私もそう思っていたんですけども、実は問題なのは、重要事項説明に書くと、結局仲介業者がその情報について責任を持たなければいけないと

という問題が発生しまして。そのためには、かなりコストをかけてインスペクション、業者のほうがしなければいけない。その結果として、おそらく仲介におけるコストというのはもっと上がるんだと思うんです。たしかアメリカの場合は、そういった性能については最終的には消費者責任ということになっていきますので、消費者が基本的には必要だと思えば払うという形になっていると思うんです。

そういった意味で考えると、責任の所在というのを明確にしないとなかなかその記載というのは難しいかもしれない。場合によっては売り手の責任とか、いろいろあり得ると思うので、そのあたりどうなのかなというような感じがいたしました。

それからもう一つ、「両手の禁止」というのが次の19ページに書いてありまして、これも私、そう思ったんですが、実際にアメリカと日本との最終的な仲介のコストというのを調べてみますと、最終的にやっぱりアメリカのほうが高いんです。これは両手になっているからこそということもありますし、いろいろなインスペクションだとかそういうのいろいろと分業されているので、それぞれの業社に払わなければいけないという部分もあると思うんですが、そういったコストと、それから、ただ、逆に、専門家がやってくれますから、ある種、情報としてはより確かなものがアメリカの場合は得られるという部分もあると思うんですが、この部分のバランスが実は重要なのかなという感じがいたしました。

それから3つ目に、〇〇委員の資料で、17ページに行政支援ということでいろいろなメニューが載っておりますけれども、その中でインセンティブという言葉が入っております。今非常に財政的に厳しい中でインセンティブといっても、なかなか財政的にいろいろな支援をするというのは難しいと思うんですが、その場合に、そうではない有効な手だてとしてどういうものがありそうかということを知りたいと思います。

それから最後に、実際にこういったことを進めていくと、最終的には、例えばローンなんかを借りるときの審査の体制として実際にちゃんと評価できる仕組みというのが実は重要なのかなということで、日本ではなかなかノンリコースローンみたいなのはないんですけれども、実はそういうのがあることによって多分中古住宅などもより評価されやすくなるか、ないしは購入しやすくなるということがあると思うんです。今それがないために、リスクが高いと思って、なかなか実際にはローンが組めないだとかそういうことになっているのかなと思います。まさにこれはどなたにお聞きしたらいいかわかりませんが。

以上です。

**【分科会長】** ありがとうございます。どうですか。ちょっとやや難しいですかね。

では、ほかの方もちょっとご意見伺って。はい。では、よろしく願いいたします。

【委員】 ○○専門委員のご発言のところで、非常に興味深かったんですが、やはりポイントは仲介業者とリフォーム業者が連携することということだと思ひまして、それを必ずしも一緒くたに統合させる形で重要事項説明書に書くのは、先ほど○○先生がおっしゃったように、ちょっと無理、現実的に無理だなと思ひています。

私の経験とかいろいろなヒアリングからも、やはり大手の場合には、その仲介業者が連携している、提携関係にあるリフォーム業者、ハウスメーカーと連携して、ここはどういったリフォームプランがあるので、どのぐらい、お幾らですよということで仲介を促進させているという事例がもう既にたくさんありますし、中古住宅の場合でも、既に建っている場合の、大手メーカーが建てたものであれば履歴がありますので、それに対していろいろ性能の評価からプランニングをしていただいて、そこを仲介業者と連携をとることによって実際に販売をしているという方も出てきていて、大手のレベルではかなりそういったところは進んでいると思ひんです。ですから、○○先生がおっしゃいましたし、○○先生の資料にもありましたように、結構問題は、中小の事業者をどう業態を改善して支援していくのかということだと思ひました。

それで、特に○○先生のほうのところで、先ほど適切な支援の具体的な例というのがありましたけれども、○○先生でも○○先生でも非常に強調されていたのは、標準工法ですとか標準部材の確立というお話と、あと登録制ということがあったと思ひます。こちらは直接的な、行政が何か補助金を出して支援するということの要素は非常に少ないと思ひますし、消費者にとってもどちらも非常にメリットがあるので、業者支援にもつながるし消費者支援にもつながるといふことで、これはぜひ積極的に私もやっていただきたいと思ひています。

あともう一つ、違うところが1つあるんですが、事務局にお伺ひしたいんですが、最初の資料2のところで、リフォームにかかわる保険のところなんです。それで、保険のところなんです、現在普及率はどの程度かということをお伺ひしたいんです。

といいますのは、最近私と、私の回りでもリフォームをされた方に何人かお伺ひしましたが、リフォーム保険に関しては全く説明を受けておりません。その制度スキームという説明がありましたが、①が事業者が登録して、それで保険を申し込むということなんです、これはすなわち、1度申し込めばこのリフォーム事業者がやるすべてのリフォームに関して適用されるものなのか、或いは特定の要請があったときのみにその保険が掛かるも

のなのかということがよくわからないということと、教えていただきたいんですが、あと、消費者である発注者はどのようにしてこの保険が実際に、自分が申請するのか、或いはこの工事が保険でカバーされているのかということはどういうふうな手続で知ることができて、また、選択できるのかという仕組みがわからないので、そこを教えていただきたいので、普及率もあわせてお願いいたします。

【分科会長】 では、まず事務局からお話しいただいて、それとあと、〇〇専門委員、〇〇さんから、もし何か補足あるようでしたらちょっとご発言いただき、なければ結構ですので、その場合には次に、テーマの2に移りたいと思います。では、よろしくお願いたします。

【事務局】 では、〇〇先生のご指摘のところから。まず普及率なんですが、まだ、これは本格的には4月からスタートしたばかりなので、月間100件ぐらいの今契約状況でございます。

それから、この契約は、1つのリフォーム工事について、基本的に消費者の方が保険料をお支払いになるということですから、事業者が登録したら包括的に保険が掛かるというものではございません。ちなみに検査料と保険料込みで、リフォームのもちろん程度にもよりますけれども、四、五万から五、六万円ぐらいの保険料をお支払いいただくということでございます。これは、発注者である消費者が、自分のやるリフォーム工事について保険を掛けたいと思われたときに、有資格であるリフォーム事業者であれば使えるというものでございます。よろしいでしょうか。

【委員】 ぜひ包括契約にしていきたいということで、保険はスケールメリットがきかないと有効に機能しませんので、お願いいたします。

【分科会長】 もし、何か補足のご発言ございますか、〇〇さん。いいですか。されますか。〇〇さん、されますか。

【説明者】 じゃあ、ちょっと簡単に。

【分科会長】 ではどうぞ。

【説明者】 2点ありましたんですが、いわゆる補助金とか今のああいいう財政の限定される中でのインセンティブ、お客様にどうするかということですが、これは、先ほど出ておりました、今後、お客様に、登録して、わかりやすい、それで信頼される工事店がやった工事につきましては、定期的な点検、或いはその後の保証期間の延長とか、やはり品質を維持するためのお客様のメリットをいわゆる購買段階の補助金以外にしていくというよ

うなことを進めていくと。それをするためには事業者側の負担も出てまいりますので、この事業者に対するいろいろなご支援を、例えば登録だとかいろいろな資格を取るための制度とかがあると思いますので、このあたりについてのサポートしていただけたらと思います。

それから、中小事業者の育成については、まさに中小事業者全部ということより、非常に意欲を持っている方がいらっしゃるわけですので、今いろいろ実験をしておりますが、地域を特定して、その地域ごとにいろいろなリフォームにかかわる事業者が連携した形で実験をしております。特に登録とかこういうものにつきましては、入り口はちょっと低くして、全員で育成していくというようなスタイルで、期間を設けて、ある期間には世の中に期待されるレベルの事業者の連合体にしていきたいというようなことを考えています。

**【分科会長】** ありがとうございます。

では続きまして、本日2番目のテーマがございますので、まず事務局からご説明いただいた後、〇〇専門委員からお話を伺って、それからまた質疑応答ということにしたいと思いますので、よろしくお願ひしたいと思います。では、よろしくお願ひいたします。

**【事務局】** それでは、資料の6をご覧くださいと思います。2つ目のテーマ、環境問題でございます。

1ページをお開きいただきたいと思います。ご承知のとおり、現在政府では、2020年の温室効果ガス排出量を1990年比で25%減らすということでさまざまな取り組みをしております。

2ページをご覧くださいと思います。その中で部門別で見ますと、産業部門につきましては1990年から2008年まで1割減らしております。それに対して民生部門、内訳が右にございます。家庭部門と業務部門両方合わせて34%排出量が増えております。家庭部門が24%、業務部門が44%増えました。

次のページをご覧くださいと思います。CO<sub>2</sub>の排出、省エネルギー対策について今までさまざまな取り組みをしております。省エネ法も今まで何度か改正をいたしまして、直近の20年改正におきましては、届け出の対象を300平米まで引き下げるとか、或いはトップランナー基準を設けて、分譲住宅の事業者さんに一定の努力を求める等を行っております。また、2番でございます予算につきましては、モデル事業或いはエコポイント等を使いましてCO<sub>2</sub>排出量の削減に関するさまざまな後押しをしております。また、税制についてもさまざまな取り組みをしております。

4ページをご覧いただきたいと思います。規制でございます。規制の内容につきましては、20年改正で、まず、従来から届け出の対象になっておりました大規模住宅・建築物（2,000平米以上）に関しては、省エネ措置が不十分な場合に、命令・罰則まで導入をすることにいたしております。また、中小規模のものにつきましては、300平米以上を届け出の対象にいたしました。それから、③番、トップランナー基準ということで、150戸以上年間建て売り一戸建て住宅を供給される方には、5年間で、標準的な供給する住宅の平均値が平成11年基準の一般的な住宅に比べて1割以上省エネルギーを達成していただくという目標を掲げております。その他、省エネルギーのラベリング制度も設けたところでございます。

5ページをご覧いただきたいと思います。その結果でございますが、まず5ページは、住宅に関して床面積で示しております。床面積で言いますと、300平米以上を対象にいたしますと、戸数で約半分が捕捉をされます。

また、6ページをご覧いただきます。これは非住宅の建築物でございますが、非住宅建築物に関しては、300平米以上を対象にいたしますと床面積で約9割が対象にされるということで、現在の省エネの取り組みに関しては新築で約9割なり5割が捕捉をできるような状況でございますが、7ページをご覧いただきたいと思います。実際に今までの実績でどうかということを申し上げます。

まず、右のほうをご覧いただきたいと思いますが、新築の建築物、これは非住宅の建築物でございますが、2,000平米以上の届け出されたものについて達成率、平成11年基準という最新の省エネ基準の達成率は85%行っております。それに対して、左のほうでございますが、住宅に関しては、住宅の性能評価を受けた建築物に関して36%の達成率でございます。現在、性能評価を受けるのが新築の大体2割でございます。こういうのを勘案いたしますと、実際に、下の青い線で囲っておるところに書いておりますが、実際の新築住宅全体の適合率で見ますと1割から2割程度しかまだ省エネ基準は達成できていないと考えております。

省エネ基準、或いは省エネの推進に関しましてさまざまな取り組みをしておりますが、例えば8ページをご覧いただきたいと思います。昨年の12月8日の経済対策でエコポイント制度を設けております。エコ住宅の新築やエコリフォームに関して、本年12月31日までに着工するものについて、新築であると一律30万ポイント等のポイントを付与することにしております。このポイントはさまざまな、商品券とか商品にかわる、或いは



同時に行われる追加的な工事に充当できるということにしております。右の下に実績を載せておりますが、6月末までに新築、リフォーム合わせて約8万2,000戸の申請が既に上がっております。

それから、9ページをご覧いただきたいと思います。やはり国民の皆様に省エネ性能がどのようなものであるか、省エネ、或いは建築物の性能がどのようなものであるかをわかりやすく見ていただく必要があると思っております。私も国土交通省と大学と、それから産業界と連携をいたしましてCASBEEという建築環境総合性能評価システムというのを現在開発して、推進、普及をしております。これは単に環境負荷、いわゆるCO<sub>2</sub>の削減とか、それだけではなくて、環境品質、環境に貢献する項目はどのようなものがあるかということを考えて上で、左の下にございますけれども、具体的にはランクで、S、A、B<sup>+</sup>、B<sup>-</sup>、Cということで建物の性能を評価するものでございます。

以上のような取り組みを今までしてまいりましたけれども、10ページ以降でございますように、やはり省エネ基準を義務化すべきだというご議論がございます。結論から申しますと、10ページの一番下に書いておりますけれども、住宅・建築物は民生部門の温暖化対策の柱であって、支援策とパッケージとなった新たな規制のアプローチが必要であると考えております。

ただし、次のページをご覧ください。11ページでございますが、仮に省エネ基準を義務化する、適合を義務化するという場合に、例えば伝統的な日本の工法の住宅では、断熱材を壁に100ミリ巻くとか屋根裏に180ミリのグラスウールを置くということは実質的に不可能でございまして、そもそも義務化をする場合には省エネの基準自体を見直さなければいけないんだと考えております。

また、12ページをご覧いただきたいと思いますが、やはり省エネ性能を高いものにするためにはコストも上がります。例えば新築住宅で平成4年基準、1つ前の基準から現在の11年基準にするために戸当たり五、六十万のコストもかかりますし、さらに11年基準から1割消費エネルギーをカットするトップランナー基準に変えようと思えば、さらに10万から20万のコストがかかるということでございます。

ちょっと飛ばしまして14ページをご覧いただきたいと思いますが、そのような中で、しかしながら、地球環境問題、政府として全体、大きな政策課題でございます。7月16日に前原国土交通大臣と直嶋経済産業大臣が今後の取り組みの方向性を発表いたしました。14ページがその骨子でございますが、新築住宅に省エネ基準への適合を義務づけること

がやはり今後必要であると。しかしながら、義務化の前段階として適合率を50%以上までに引き上げることが課題だと。同時に、断熱性能だけではなくて、建築設備の効率性の向上等も必要であるし、既存ストック対策も必要であるということを発表しております。

具体的には、次のページでございますけれども、現在3つの大きな取り組みをしております。1つが、低炭素社会に向けた住まいと住まい方推進会議という会議を設けまして、22年度中に政策の基本的な方向性をお取りまとめいただくことにしております。それから2番目といたしまして、先ほどもちょっと申し上げましたが、省エネ基準について、やはり義務化を前提に根本的な見直しが必要であるということで、現在検討中でございます。また、3番でございますが、経済産業省と私ども協力をいたしまして、今後3年程度を目途に、特に既存ストック対策について共同プロジェクトを立ち上げたいと思っております。

16ページをご覧くださいと思います。特に推進会議で今後ご議論いただく論点でございますけれども、1つ目は、義務化が必要であると。2つ目でございますが、断熱性に加えて、建築設備の効率性、再生可能エネルギーの活用等の総合的な評価が必要である。それから、ライフサイクルを通じた総合的な視点でのCO<sub>2</sub>排出削減が必要である。それから、住宅・建築物の性能評価及び表示を進めるべきである。それから、ソフト面、住まい方等についての観点が必要である、中小事業者対策が必要である、それから、新たなビジネスチャンスを生み出すような方向で取り組むべきである等々のご議論がなされる予定でございます。

17ページを飛ばしまして18ページでございますけれども、既に住生活基本計画におきましても成果指標を定めております。省エネルギー対策を講じた住宅ストックの比率を40%まで引き上げるという目標を掲げております。達成が今現在21%ということで、少しペースが悪うございます。それから、性能表示を行う新築住宅における次世代省エネ基準の達成率を66%まで引き上げるということにしております。現在39%ということで、これももう少しペースアップをすべきではないかと思っております。

最後でございます。19ページですが、新成長戦略におきましても、グリーン・イノベーションによる環境・エネルギー大国戦略ということで、住宅の省エネ化等を今後積極的に進めるということをご位置づけておるところでございます。

ちょっとはしょって申しわけございませんが、以上でございます。

**【分科会長】** どうもありがとうございました。

では、続きまして〇〇専門委員からご説明よろしくお願いたします。

【専門委員】 資料7について説明いたします。「住宅・住環境の環境対策の現状と課題」ということでございます。表紙にあります3つの視点について、順を追ってご説明をいたします。

2ページをご覧くださいませでしょうか。2ページ目は、環境省が今年の3月に発表しました「低炭素社会構築に向けたロードマップ」の中の資料からの引用でございます。2020年25%減、2050年80%減を国全体として達成するためには、住宅・建築物の分野ではさらに踏み込んだ削減ということが求められるという、そういうグラフでございまして、グラフの中央、赤文字で、「1990年比削減率、家庭部門37%、業務部門27%」ということで、25よりも大きな削減ということが前提での議論が進んでおります。グラフの中央部分、住宅・建築物のこれは省エネ基準の100%、現行水準達成とかに始まるようなメニューといたしますか、対策、項目が議論されております。

3ページに参りまして、その削減目標を達成するために、今後、2050年に向けていつまでにどんな施策を打っていかねばいけないかというようなことが昨年度議論されました。例えば、一番上のほうでは、総合的環境性能基準の設定、性能表示、規制導入、トップランナー制度等々のことが議論されておりますし、4ページに参りますと、その対策を推進するためには経済的支援ということが必要であったり、或いは先ほど来議論になっておりますリフォーム推進支援であるとか中小工務店の技術力向上支援とかいったようなことをどう進めていくかというまずは問題提起が昨年度されたわけでございます。

スライド、5ページに参りますが、例えばそれに関連する1つの動きとしては、先ほど事務局からCASBEEのご紹介がございましたが、現在、全国21の自治体でCASBEEを、建築確認申請前の届け出義務化というのが既に行われておりますが、マンションに関しましては、例えば川崎市は4年前から分譲マンションの広告にCASBEE川崎の表示を義務づけております。それに連動して低利の住宅ローンが借りられるとか、或いは横浜市は今年からそういう同様の制度を開始したりということで、先ほどのロードマップに登場したようなことも先導的な自治体では徐々に今動き始めているということでございます。

6ページに参ります。6ページは、すみません、これは時間がないので省略をさせていただきます。7ページをご覧ください。イギリスの住宅エネルギー性能証書のサンプルでございます。欧州委員会が指令を出しまして、2006年以降、欧州委員会加盟各国は、住宅及び建築物の新築、それから大規模リフォーム、それから売買、賃貸借契約のときにこ

ういう性能証書を示さなければいけないということを各国が法律を定めて、国内法を定めて動いております。

4年前にその各国の調査に行っていましたけれども、例えばこのイギリスの例ですと、例えば住宅1軒ごとに、エネルギー効率の格付、AからGまであります。それから、CO<sub>2</sub>排出量をどれだけ出す住宅かというようなことでの格付でやはりAからGまでございまして、それにさらに、ちょうど中央部分、「現状」というのと「潜在的可能性」とありますが、例えば既存住宅で、現在の断熱性能とか設備の法律ですとランクが例えばEランクですよ、それに対して、ある一定のお金をかけてリフォームをすればその次の上のランクまで上がる余地のある住宅であるというようなことまでこの証書の中に書き込むことを求めているということで、この後、この欧州指令、より一段と強化されて、さらに、欧州ではこういうエネルギー性能の表示というのが随分普及してきているということでございます。

8ページに参ります。8ページは、今度はイギリスのゼロカーボン化へのロードマップということで、イギリス政府は、実は日本とほぼ同様、2050年80%減というのを定めておりますけれども、そのために、例えばこの年表、一番下を見ていただくと、2007年から2019年という数字が書いてございますが、下から2番目、オレンジ色のところに建築基準(CSH)、Code for Sustainable Homesというのがありますが、例えば2016年、すべての新築住宅をゼロカーボン化すると。要は、住宅を新築するんであれば、エネルギーを使って出すCO<sub>2</sub>を太陽光発電とか太陽熱或いはバイオマスの利用で帳消しにするような住宅でなければいけないというようなことを定めております。

それから、非住宅の建築物については、その下のところで、2016年以降、まず新築の学校をゼロカーボン、2018年、新築の公共建築をゼロカーボン、2019年以降、すべての新築建築をゼロカーボンというようなことで、低炭素化の数値目標を守るためにこういう目標を定め、それに対応する税制優遇等々のさまざまな施策をイギリスは着々と打っている状況であります。

9ページは、その一環として、例えばこの写真にあるようなゼロカーボン住宅のモデル事業ということで、2020年までに300万戸のこういった住宅を建てるべく施策が進んでいたりします。

10ページに参ります。それでは、そういう世界の動きに対して日本国内で現在先導的に取り組まれている、研究開発レベルで取り組まれているものとしてライフサイクルカー

ボンマイナス住宅というのがございます。右下に注釈がございますが、国土交通省住宅局の研究開発事業で、昨年度から3カ年でスタートしたものでございまして、建築資材の製造、建設から、運用から解体までのライフサイクル全体で出るCO<sub>2</sub>を居住時の太陽光発電等々で最終的に帳消しにするような住宅の開発ということで、今年度実はつくばにその本格的なモデル住宅が建設されるということと、11ページには、それを先行するモデルとして、高知県にCO<sub>2</sub>を出さない家という、写真にあります2軒が既に完成をしている状況です。

12ページは、その詳細な説明ということでありまして。

13ページに参ります。低炭素化、省エネ化を推進するそういういわゆる環境負荷の削減という意味での環境の側面のほかに、居住環境とか、或いは町の全体の環境の質の向上と申しますか、そういうことも実は両方チェックする必要があるということで、「住まいとまちづくりが住民の健康に与える影響の調査」というタイトルになってございまして、これも右下を見ていただきますと、国土交通省健康維持増進住宅研究委員会、4年前に発足をいたしました、3カ年の研究を進めているうちの、その成果の一部であります。

日本地図があつて、①都市圏都心部から⑤の地方都市郊外・農山村というのは、住宅局が平成18年に示した「豊かな住生活の実現に向けて」に示された5つの都市類型に対してこの健康に与える影響の調査をいたしました。

14ページに参りますが、住民に対してどういうアンケートをお願いしたかといいますと、住宅の性能に関するもの7項目、それから、地域、いわゆるまちづくりに関するものを19項目、それから住民の健康そのもの、自体に対する項目の42項目ということでございます。

15ページにその分析の結果がございます。非常にややこしい図になっておりますが、まず右下のところを見ていただきますと、これは北九州市920世帯、埴原町977世帯、長野県の小布施町596世帯の壮青年期から高齢期までの住民の方にアンケートに答えていただいた結果を統計分析したものでありまして、左側にまず「室内環境」というのがございます。いわゆる住まいそのものの性能のよさ、例えば通風だとか音、温熱、空気質。それから、その下に「屋外環境」、それから「施設整備」、「社会支援」、「医療施設」とありますけれども、これがいわゆる町の性能と申しますか、そういうものが集まって、オレンジ色のところに健康という、右肩に「健康の決定係数0.29」と書いてございまして、その住まいの性能、それからまちづくりのハード・ソフトの性能のよしあしがそこに住む住

人の29%の健康を決定しているというような結果が出てきておりまして、その結果、例えば住宅の性能をどれだけよくすると住民の健康がどうよくなるかとか、或いはまちづくりをどうよくするとどのぐらいよくなるかということを示す結果が出つつございます。今年度、さらに都市圏都心部とかいうことを続けていますので、もっとちゃんとした答えが出るかと思えます。ちょっと先を急ぎます。

16ページに参ります。16ページは、先ほど来出ています住宅の断熱性強化という省エネ或いは省CO<sub>2</sub>側面だけでとらえていますとなかなか対策が進まないのではないかといいですか、断熱性能というのは、単に省エネ、省CO<sub>2</sub>につながるだけではなくて、そこに住む住民の健康をよくする方向に働くであろうということで、これも国土交通省の委員会の活動の一環として行いました。

アンケート調査の結果で、例えば断熱のいい住宅にここ数年に住んだ方に対して、それ以前に比べて風邪がどのぐらい引きにくくなったかというようなアンケート、それからあと、ほかの病気にどのぐらいかかりにくくなったかということでもあります。有効回答数117とありますが、この後、実は全国5,000件、1万人規模の調査も住宅局、この国土交通省の委員会の中で行われておりまして、ほぼ同様の結果を得ております。

17ページは、風邪以外のいろいろな住宅にまつわる疾病のかかりやすさがどう低下したかというようなことで、最後のページ、18ページですけれども、その結果を総合したグラフでございます。ちょっとややこしいのですけれども、右側の縦軸に断熱性能向上のための工事費用、住民1人当たり幾らとありまして、38万円とありますが、これは、新築の住宅で、ほとんど断熱していないようなレベルの住宅を現在の省エネ基準、平成11年基準にするためには、平均2.6人の住人が住んでいるという意味で100万円お金をかけて次世代基準で新築した場合のことをあらわしています。

今度横軸方向、投資回収年数とありますけれども、まず青いグラフ、光熱費削減の便益積算値とございます。断熱をよくすることで電気代、ガス代が安くなるわけですけれども、それでカウントすると、実は25年かかってようやくペイするというオーダーでしかないということでもあります。そうしますと、それだけの先行投資をどれだけの方がやりたいと思うかということになってしまうということで、先ほど、そのアンケートの結果からわかった病気になりにくさをお金に置きかえる。医療費、医療支出とか、或いは欠勤して減る部分というのをやりますと年間9,400円という数字が出てまいりまして、それを上乗せして考えると、赤い線で、25年かかっていたものが16年で投資回収が可能になるオー

ダーにはなるというようなことをございます。

これはすべての病気をまだ扱っておりませんので、例えばこういった省エネ、省CO<sub>2</sub>対策は、実は光熱費の削減だけではなくて、住む人の健康に大きく影響する、さらに町全体で考えてみますと、まちづくり施策も含めると、住民の健康をよくして、それが結局はその自治体全体の経済活動という視点でいくともうちょっと説明がしやすくなるんじゃないかというような、そんな研究が先導的に進んでいるということをございます。

ちょっと駆け足になりましたけれども、説明は以上をございます。

【分科会長】      ありがとうございます。

少し順番に押してきましたので、残る時間がわずかになってきましたが、質疑応答したいと思いますので、ぜひご発言、また、今日まだご発言ない方も含めてよろしくお願ひしたいと思いますが。では、よろしくお願ひします。

【専門委員】      環境じゃないところでもいいですか。

【分科会長】      はい。どうぞ。

【専門委員】      先ほどの中古リフォームのところで思っていたことをちょっと1つだけ。

資産価値が上がればみんながリフォームするようになる、或いは資産価値が上がるのが認められないからなかなかリフォームに踏み切れないという議論は何となくやっぱりかなり消費者の実感からかけ離れているんじゃないのかなというのは随分前から思っています。

もちろん鶏と卵の議論で、そういうことが認められるならばそうなると思うんですけども、それを今エンドユーザーに強いていくのはなかなか難しいかなと。日本の場合というのは、アメリカとの比較の中でいろいろ議論されますけれども、やっぱりもともと住宅というのは永遠でないものという気候風土、文化的なものから脈々と続くものがあつたわけで、例えば、日本というのは古来より地震というのがありますから、地震でいつつぶれるかわからないという議論もありますし、江戸時代は火事になると家を壊すことで延焼をとめていたというのが文化ですから、それが根づいた中でというのはなかなか難しいんだろうなということは1点あります。

そういう意味で言うと、どこから今のその悪循環というか、言い方が悪いかわかりませんが、鶏と卵の議論を解いていくかということ、先ほど〇〇先生がおっしゃいましたけれども、ある程度やっぱり消費者責任、消費者保護の考え方も大事ですが、同時に消費者責任という中での有料でのインスペクションというものをきちっと根づかせてい

くということもまず突破口の一つとしてはあるんじゃないかなと思います。

私がいろいろヒアリングしているところだと、大体今、これはインスペクションも完璧ではないんですが、ある程度必要最低限なことをやろうとすると、戸当たり10万円、戸建て住宅の場合はやっぱりかかるという言い方、逆に言えば10万円あればできるということなので、2,000万の住宅を買おうとする人が安心のために10万円を払うという意味でいうと、私はあり得る水準じゃないかなと思っているので、このあたりの環境をどう整備していくのかというのはやっぱり一つ、インスペクションというのは必ずしも売り手のサービスじゃなくて、買い手側が求めるサービスとしても根づかせることを考えるべきかなと考えております。

**【分科会長】** ありがとうございます。今のご発言に何かございますか。よろしいですか。せっかくですので自治体の委員の方々も、テーマ1、2あわせてもしご発言あれば、よろしく願いいたします。

**【専門委員】** すみません、では1、2あわせてなんですけれども、私のほうで流通について言いますと、安心して戸建て住宅、安心して住宅を売買するためのガイドブック等をつくっております。それから、マンション編もつくっているということで、何とか流通を促進しようとしているんですけれども、なかなかそれがうまくいっていないというのが実態です。これ、ちょっとお話ししますので、もし見ていただければと思います。

それから、リフォームにつきましても、リフォームのガイドということを都民向けにつくったり、事業者向けに、行動基準、リフォーム10というのをつくったりしています。それから、環境については、省エネリフォームガイドブックということで、幾つかの事例を紹介しながら都民に参考になるようにというようなことをやっていますので、ご参考にいただければと思います。

それから、今の〇〇先生のお話の中でちょっと1つだけご質問なんですけれども、15ページなんですけれども、この「住まいとまちづくりが住民の健康に与える影響」ということで、例えば一番下の歯科医院ですとか医療機関、医療施設が直接健康にという矢印がないんですけれども、例えば、こういう施設が多ければ、健康診断を受ける人たちが多ければ健康にいい影響があるというような観点もあるんじゃないかと思うんですけれども、その辺はどういう評価になっているのか教えていただければと思うんですけれども。

**【分科会長】** では、よろしく願いいたします。

**【専門委員】** ご指摘のとおりでございます。ここにありますのは、左側にあるものが、



一回いろいろな因子が住まい、まちづくりという説明変数を介してどう影響するかという部分だけを示していきまして、それが29%。その残りの7割近くの中におそらくそういう直接的な住民への健康というのが含まれているということです。ですから、住まい、まちづくりを介在して影響するのが3割で、例えば歯科医院とか医療機関が直接住民の健康というのはその7割の中の一部であると見ていただければと思います。

【専門委員】 わかりました。ありがとうございます。

【分科会長】 ありがとうございます。それで、東京都の冊子のほうは、欠席されている委員の方への資料送付もありますので、もし後日、部数があるようでしたら、その際によりしくお願いしたいと思います。

【専門委員】 そうですね。では、ちょっとご用意させて。はい、承知しました。では、その辺手配するようにいたします。

【分科会長】 先に〇〇委員さんの代理の方、ではよろしくお願いします。

【専門委員代理】 それでは、福岡市でございますが、本日のテーマの関連する制度を少しご紹介いたします。

1つ目は、住宅省エネ改修助成事業というのを本年度からやり始めております。これは、国のエコポイント制度を活用しまして、既存の住宅のリフォームの中で特に市内の事業者が発注したものを、環境問題及び景気対策ということで上乘せした制度をつくっております。1戸当たり10万円という上限でございますが、実績としましては、最近ようやくちょっとピッチが上がってきております。今年いっぱいということで、せつかくの予算、1億円かけておりますけれども、内窓とかガラス交換という、単価がちょっと安うございますので、助成制度を一生懸命PRをしておるところでございます。

それから、住宅用の太陽光発電システムの補助につきましては、細々やっておりましたけれども、国の制度にあわせまして昨年からは制度を拡充しまして、これはかなり伸びておるところでございます。それから、今年度から、家庭用燃料電池の設置に対する補助、住宅省エネ改修に対する補助を始めたところでございます。

それから最後に、CO<sub>2</sub>ゼロ街区のまちです。これは国交省の住宅局に大変お世話になっておる事業でございます、アイランドシティ事業という人工島の400ヘクタールのまちづくり、港づくりをしておりますけれども、その中の6ヘクタールに、178戸でございますけれども、先ほど出ておりましたように、省エネの徹底、それから太陽光発電、燃料電池の積極的な導入、エネルギー創出ということで、理論上CO<sub>2</sub>ゼロというところ

を目指しまして事業を始めております。今年度から造成等を始めまして、実際に建ちますのが24年度ぐらいになろうかと思えます。まち開きを24年度に予定しているような状況でございます。

以上でございます。

**【分科会長】** ありがとうございます。

では、残り時間わずかとなりましたが、さらに何かご発言あるようでしたらよろしくお願いたしますが、いかがでしょうか。事務局よろしいですか。

では、そろそろ予定の時間参っておりますので、本日の予定した審議はこれで終了ということで、私、出だしちょっと遅れまして大変ご迷惑かけまして、どうもすいませんでした。分科会長代理を含めて、どうもありがとうございました。

では、最後に事務局から事務連絡等あればよろしくお願したいと思えます。

**【事務局】** 長時間にわたるご審議ありがとうございました。次回の分科会でございますが、8月30日、月曜日の10時から2号館の共用会議室2A・2Bで開催いたします。テーマは高齢化問題、これはさまざまございます。福祉の問題ですとか資産活用等の問題がございますので、そういうことを考えてございます。

以上をもちまして本日の住宅宅地分科会を終了させていただきます。長時間にわたりありがとうございました。

— 了 —