

第4回不動産流通市場活性化フォーラム・議事要旨

1. 日時：平成24年3月1日（木）15:00-17:00
2. 場所：国土交通省4階幹部会議室
3. 出席者：＜委員＞中川雅之座長、青木宏之委員、市川宜克委員、今泉太爾委員、臼杵克久委員、臼谷紀久雄委員、大石佳知委員、大久保恭子委員、籠橋正美委員、黒田一稔委員、小島規和委員、清水英雄委員、庄司利浩委員、大類雄司氏（住田直伸委員代理）、田島穰委員、酒匂勝一郎氏（長川洋久委員代理）、中城康彦委員、中野谷昌司委員、服部毅委員、林直清委員、深田晶恵委員、宮田勇委員、矢部智仁委員、渡辺和雄委員
＜国土交通省＞奥田国土交通副大臣、内田土地・建設産業局長、佐々木建設流通政策審議官、渡延住宅局審議官、首藤住宅政策課長ほか
4. 主な議題：意見発表、意見交換等
5. 議事概要
 - 市川委員から「一般従業者向け教育制度の構築について、不動産流通活性化のための市場の構築について」、今泉委員から「良質な住宅ストックの増大に向けて」、小島委員から「宅建業者の総合コンサルティング機能の向上をどう進めていくか」、清水委員から「円滑な不動産取引に必要な情報を消費者に分かりやすくどう提供するか」について意見発表が行われた。
 - 各委員から意見等をいただいた。
 - 中古住宅・トータルプランの最終案の報告が行われた。
 - 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＞

- ・ 現在の宅建業者向けの研修制度は、実務の技能向上に繋がる研修プログラムが少ない、受講者の能力に応じて選択できる研修プログラムが少ない、一般従業者の基礎能力の向上に繋がる研修プログラムが少ない等、教育のニーズに対応できていない場合が多い。このため、宅建主任者の資格の有無を問わず、一般従業者・現場の営業マンに向けた研修制度を構築することが喫緊の課題。
- ・ 私案となるが、宅建業者全般の教育研修制度の位置付けについて明確化

するとともに、研修受講に対する評価制度を設けるべきである。なお、研修については基礎的な法令関係の教育と実務的研修を併せて行う必要があり、この評価制度を普及させることで、宅建業者における一定の資質の維持・向上といった底辺のスキルアップに繋がるものとする。また、研修受講者に対して、有効期間を5年以内とした登録書を発行し、更新にあたっては再度研修を行う等、スキルの維持が保てるような措置が必要。

- ・ 不動産流通を活性化させるためには、公正・オープンな場で取引した物件に税制優遇などのインセンティブ付けを行うこと等が必要。宅建業者が瑕疵担保保険やリフォーム等とセットにした物件情報提供を行い、各専門業者と宅建業者との役割分担、責任範囲を明確化することが、情報の非対称性の解消に繋がるものと期待している。
- ・ ドイツでは人口増加の収束に合わせて、新築中心からリフォーム中心へ住宅政策がシフトしており、断熱改修に対する補助金の積増し等を行うことで、住宅の省エネ化を推進している。
- ・ 省エネ性能について、一次エネルギー換算値やギガジュールといった単位は一般消費者から見ると分かりにくい。一般消費者にとって分かりやすい省エネ性能の表し方を検討することが必要。
- ・ 欧州では、家の燃費を表す指標としてエネルギーパスがあり、既存住宅の売買時には、エネルギーパスを備えておくことが義務づけられている。日本でも導入を検討すべき。
- ・ 耐震性や維持管理を築年数で判断し、住宅の寿命を30年と考える不動産評価のあり方を見直して、耐震性、省エネ性能といった品質を重視したものとすべきである。また、木材は構造材となるまでは60年を要することからも、住宅の寿命を30年ではなく60年と再定義するべきである。
- ・ 不動産購入時に消費者が事業者から提供を望む情報としては、建物の劣化、土地・地盤、リフォーム、インスペクションなどのハード的な情報が多く、これらの情報を提供するコンサルティング機能が求められている。
- ・ 各専門会社には、個別コンサルティング機能があり、専門性も高いが、消費者に対しワンストップで情報を提供できるスキームが構築されておらず、この解決が今後の課題となる。
- ・ インスペクションの評価基準制定と検査員資格制度の創設、優良リフォーム業者の格付け制度の検討や不動産流通業者との連携強化、土地・地盤情報の提供事業者の育成等を通じた資産価値、査定基準の見直しを行うことが、今後必要。
- ・ 築年数は古いが立地条件の良い空き家等を再生・有効活用することによる中古流通市場の活性化についても検討すべき。

- ・ 中古住宅の売買にあたっては、消費者向けの情報発信基準が統一されていないため、住宅基準、性能、保証、各種設備等について分かりづらい状況となっている。消費者にとって分かりやすい住宅の開示・表示制度が必要。
- ・ 不動産取引業者に対する安全・安心・省エネ・環境等について、住宅政策と連携した研修が必要。
- ・ 住宅産業界全体でのワーキンググループの設立、研修の実施と言った協同体制を通じて、消費者へ適切な情報提供を行えるアドバイザーの育成を進めていくことが必要。
- ・ 価格査定、インスペクション等、流通におけるデューデリジェンスの中で、売主、買い主の間に立つ各専門家がどの段階で関与するのかについての議論が必要。
- ・ 情報提供について、アメリカのMLSのように成約価格情報をどこまで出すのか、どこまで制度的に充実できるのか、電子的な環境が整備された状況の中で、開示の程度はどの程度が妥当か等について検討が必要。
- ・ 流通市場の活性化のためには、関係者が少ない方がコスト的にもメリットがあるように思われる。業者による買い取り再販物件については、内装、アフターサービス、保証など、消費者からかなりの評価を受けている。しっかりリフォームがされている不動産については、買い取り再販・流通の際の税制上の支援があるとより流通するのではないか。
- ・ 現在の環境性能に係る表示は、業者側の目線を前提として作られている。二重サッシなどの省エネ改修を行った場合の省エネ効果について、消費者が理解できる表示方法・基準を定めるべきではないか。
- ・ 仲介業者が、消費者に対して、ワンストップ・パッケージで様々な情報提供・対応を行えるようにするためには、従業者をどのように教育・育成するか、どうすれば従業者の関心を高めることができるのかを検討することが課題。
- ・ アメリカの不動産流通システムは、買い主にとってストレスのかからない仕組みとなっている。周辺物件も含めた成約価格情報、インスペクションの結果が分かり、瑕疵も含め売り主の知っている物件に関する情報の開示が州法で義務付けられており、素人でも多角的な視点から物件の内容が分かる。また契約締結後も買い主にはキャンセルできる機会が複数ある。国内市場が縮小する今後、海外からの投資を促進するためにも、グローバルスタンダードの視点で、我が国の不動産流通システムを考えるべきではないか。
- ・ 消費者が今後宅建業者に求めるコアスキルは、消費者が自分にとってふさわしい不動産とは何かを考えさせ、それをマッチングさせる能力ではないか。適切な住宅をマッチングする能力は、生活理解力のある年長者及び女性

の方がっており、これらの能力の活用を不動産流通市場でも考えて欲しい。

- ・ 賢い消費者の賢い消費活動を確保するには、安心して判断できる環境を整える必要がある。冷静さと客観性のバランスを確保するために、クーリングオフという空間を保証した制度の他、時間の冷静さを保証するシステムの構築を検討することが必要ではないか。

(以 上)