

不動産流通市場活性化フォーラム（第2回）

平成23年12月2日

【野村不動産課長】 それでは、定刻を若干過ぎましたので、ただいまより、第2回の不動産流通市場活性化フォーラムを開会したいと存じます。私どもの局長も所用のために若干遅参してしましてお詫言いますが、開会させていただきたいと思っております。

委員の皆様方には、ご多忙のところお集まりいただきまして、誠に有り難うございます。

まず冒頭、中川座長から一言ご挨拶をお願いしたいと思います。何とぞ宜しくお願いいたします。

【中川座長】 おはようございます。こんなに朝早くからご参集いただきまして、本当に有り難うございます。それぞれ体系ごとに、事務局のほうでどういう問題について議論していただければ流通市場の活性化ができるかということにつきまして、幾つかのテーマを設定していただきました。今回から有識者あるいは現場で本当に先進的な取り組みをされている方のヒアリングをさせていただいて、それで、皆様方からの活発なご議論をいただくというような、そういうシリーズが始まります。

後でまたご説明いたしますけれども、本日は、「円滑な不動産取引のために消費者にとってどんな情報が必要か」というテーマをめぐりまして、御三方の発表をいただきながら、それで、皆様方のほうから自由なご議論をいただくということをさせていただきたいと思っております。

本当に非常に最先端を担っていただいているような方々がこれだけ参集しておりますので、できるだけ皆様方から自由なご議論をいただくことが、国交省にとっても、今後の議論をまとめる財産となると思っておりますので、皆様方からそれぞれご議論いただく、そういうような議事の進行を心がけますので、是非ともご協力いただければと思います。以上でございます。

【野村不動産課長】 有り難うございました。

プレスの皆様は、以降は撮影をお控えいただき、傍聴のみでお願いしたいと思います。

なお、議事に先立ちまして、委員の交代がございました。従来、全国中小建築工事業団体連合会から専務理事の大槻委員にご参加いただきましたけれども、今回より、連合会会長の青木委員がご出席をされますので、ご案内申し上げます。

【青木委員】 青木です。宜しくお願いします。

【野村不動産課長】 また、今回は代理の方がご出席されました、ホームクリップの宮田委員が本日ご出席でいらっしゃいます。

【宮田委員】 ホームクリップの宮田でございます。宜しくお願いします。

【野村不動産課長】 また、本日は、今泉委員、長川委員、中城委員、野城委員がご欠席をされておりまして、今泉委員のご代理として中谷様、そして、長川委員のご代理として酒匂様をご出席されています。宜しくお願いいたします。

それから、資料を念のため、確認をさせていただきます。冒頭、議事次第の紙の下に、資料1、名簿、資料2は設置要綱、資料3、今後のスケジュール、これは前回と同じでございます。その後、本日、先ほどの中川座長のお話の通り、プレゼンをしていただきます大久保委員の資料が1冊、そして、長嶋委員には資料を2つご提出いただいております。そして、林委員のご提出の資料ということで、4種類あるかと思っております。それから、番外ではございますけれども、前回の議事録及び議事要旨が配られておりまして、それから、座席表、そして、これも前回と同じように、日程調整の様式が番外で配られているかと思っております。途中でも構いませんので、もしも欠落がございましたら、ご請求をいただきたいと思っております。

それでは、以降の進行を中川座長にお願いしたいと思っております。宜しくお願い申し上げます。

【中川座長】 それでは、議事に入りたいと思っております。先ほど申し上げましたように、事務局のほうで、今後のスケジュールという、資料3に書いてあるようなテーマを体系的に整理していただいておりますので、これに基づきまして、本日は、ここにごございますように、「円滑な不動産取引のために消費者にとってどのような情報が必要か」「必要な情報をどのように把握・蓄積するか」ということをテーマにして、意見交換を行っていきます。

それで、大久保委員、長嶋委員、林委員に発表をしていただくことになっております。御三方にそれぞれ15分ずつご発表いただいた後に、まとめて質疑応答、あるいは、御三方のご発表とは独立に、皆様方のご知見を生かしまして、不動産取引のために消費者にとってどんな情報が必要なのかということにつきまして、意見をご開陳いただくとか、ご議論いただくとか、そういう場を大体1時間ぐらい通りたいと思っておりますので、そういう形で進めさせていただきます。

それでは、先ほど申し上げましたように、大久保委員、長嶋委員、林委員の順番にご発

表いただきます。まずは、大久保委員のほうからご発表をお願いいたします。

【大久保委員】 それでは、私、大久保ですけれども、15分ほどお時間を頂戴して、お話をさせていただきたいと思います。

本日はお話をさせていただきますのは、私が日常運営しております「マンション評価ナビ」という、主に中古のマンションをピックアップいたしまして、特に誰に頼まれるわけではないんですが、勝手に調査をいたしまして、その情報を公開するというサイトでございます。それを運営することを通して日常的に思っていることについてお話をさせていただきたいと思います。

次、2ページをご覧くださいなんですけれども、これから、情報の提供をある程度向上させていきつつ、不動産流通を促進していくためにはどうしたらいいかという観点でお話をするわけです。日常的に評価を通して思いますのは、流通の活性化を果たしていくためには、中古といえども色々な中古のタイプがありますので、私といたしましては、築20年を過ぎたような、いわゆる古くて汚くて、でも、市場に出てくる価格は割安なので、所得の下がっている1次取得世代には比較的手が届きやすいと、そういったマンション、一戸建てもそうですけれども、そういったものの流通ができれば、現実的には流通のシェアは拡大していくのではないかなと考えております。そういう意味でこれからお話しいたしますのは、主に築20年を超えた中古の住宅の流通をどうしていったらいいかという観点でのお話とお考えいただければと思います。

築20年を超えた中古住宅を一般消費者が見たときには、大きな阻害要因が2つあります。これは下のほうにグラフがありますが、ここの中にいらっしゃる方の中には、何回も目にしていられる方もおられると思いますので、詳しいご説明はいたしません、1つは、古くて汚いので、構造や劣化の状況、品質について不安がありますということが1点。それからもう1つは、古くて汚いので、このまま住む気にはならない、このままで住むようであれば、夢がないので買いたくない、できればリフォームの負担をあわせて見たいという、この2つが、古い中古住宅の流通を促進していくためにはクリアしなければならないことではないかなと考えております。

次ですけれども、3ページの文章を見ていただく前に、4ページ、5ページの説明をしたいと思います。4ページにありますのが、私どもマンション評価ナビが中古のマンションを評価するときに、居住性がいいかどうかを測る物差しとして、大きな分類でいえば、拠点性と住環境と共用部分と専有、維持管理という5分類。それに対応した形で小さな評

価項目ということでは、「小分類」というところに書かれていますけれども、延べで101項目あります。

この101項目を調査しているわけですが、日常的に調査をしてみても、なかなか情報の提供なり、情報が不明だと思われるのが、大分類でいきますと共用部分、それから、専有部分の一部、そして、維持管理の特に劣化の状況のあたり、こういったところが非常に分かりにくいというのが実態でありますので、消費者が構造・性能に不安を持つというのは、実態として非常に分かるというところでもあります。

もう少し深く見ていきますと、5ページを見ていただきますと、これが、私どもが実際に港区のマンションを調査いたしまして、その結果、構造・性能にかかわるところで、どこが情報の入手がしにくくて、どこが情報の入手がしやすいかということを見つめていっていただきたいと思います。

一番気になりますのは、左側の項目でいくと、一番上の構造の長期使用度、つまり、長く住めるかどうかということに関係する項目でございます。築年数による基準の違いと、築年数によって多少見方を変えてはいるんですけれども、例えば昭和56年以前といえますと、旧耐震の物件ですから、1981年以前に建てられたものと解釈いただければいいと思いますけれども、こちらについては、現地の調査に行きましても、仲介会社の方に情報をお尋ねしても、構造とか、維持管理がしやすい構造になっているとか、耐久性とか、そういったことに関する情報の提供は基本的にはありません。

それから、新耐震になりましても、品確法が導入されて、性能表示ができる前までの物件についても基本的には分からないということで、情報入手ということでいきますと、現地見学の時点においてはほとんど情報が得られないというのが実態であります。

平成12年以降は、性能表示がスタートいたしましたので、性能表示を取得している物件については、性能取得の有無と、中には等級まで分かるということで、これは安心感があるんですけれども、分からない情報というのが、長く住めるかどうかという構造・性能についていうと、不明点が多いというところはございます。

3ページに戻っていただきたいんですけれども、そういうことを踏まえますと、検討段階、つまり、購入の検討段階というところ、広告を見て、物件見学をしに行く、現地見学の時点なんですけれども、この時点で性能や劣化の状況等が分からないと、一番下にブルーで囲みをしていますけれども、多分、物件見学時に分からない情報が多いものは、消費者から見るとリスクが確定できないということで、購入判断がつかないなというところで、検

討がここでストップしてしまう可能性がすごく高いのではないかなと思います。

もし構造や性能の劣化状況がわかって、かなり傷んでいる、かなり品質が悪いというふうにわかったとしても、その品質の悪さに見合った価格設定がなされていれば、要は、安ければ、それなりに悪かろうでも、流通は可能であるというのが実感値でありますので、不明というのが投資判断するにはリスク確定ができないので、どうもいかなというふうなところではなかろうかと思います。

我々マンション評価ナビの調査担当の人間は、現地見学で分からないものについては、売り出し物件の仲介を扱っておられる不動産会社さんに問い合わせをして色々聞くわけですが、すけれども、やっぱり中には、購入意思をはっきりいただいて、申込書を記入しなければ、これ以上のことをお教えできません。特に価値にかかわるようなものについてはなかなか教えていただけないような状況もありまして、不明のまま、「不明」という表示をして、マンション評価ナビ等では公開をしているというのが実態でございます。

次に、6ページを見ていただきたいんですけども、構造・性能の品質だけではなく、たとえ建てられたときには品質・性能がよかったとしても、それをきちんとメンテナンスをしながら劣化を阻止していかなければ、長く住み続けられないわけです。劣化に関する情報が、物件見学時の段階でどうなっているかというふうなところを、これもまた、マンション評価ナビの調査の実態で見えていきます。

ここでいきますと、96番、修繕計画（大規模）の実施状況と書かれておりますが、やっぱりこの入手率が低いのが目立ちます。おおむね築20年を超えた古いマンションの劣化状況というのは、大体、大規模修繕の直前に、劣化の調査を、わりとちゃんとした調査をやります。外壁の状態もそうですし、コンクリートの状態がどうなっているかというようなことも含めて詳しい調査を行った上で、それをベースに具体的な修繕の工事の計画を建てるわけです。

大体、その修繕計画前の劣化調査の情報が事前に提示されて、それを踏まえて、こういう修繕計画がなされ、実施されましたよというふうな説明があれば、ある程度古くても、ちゃんとメンテナンスもされていて、劣化の状態もこうだったから、こういう補修がなされたんだということが理解できますので、安心感があると思うのですが、この手の情報が、現地見学の時点ではなかなか提供されないというのが多くあります。

さらには、たとえ計画があったとしても、修繕積立金の残高が実施可能な額に達していないと調査はできないわけですが、これが重要事項にかかわる項目に当たりますの

で、購入の意思をはっきりさせ、もう重要事項の説明を受けますよというところまで行かないと、なかなか情報として提供していただけないというのがあります。先ほども申しましたように、現地見学の購入の検討段階でこの手の情報がないと、そこでストップをしまして、それ以上前に進まないということになりますので、こちらもなるべく早い段階での情報提供が必要ではなかろうかと思います。

次、7ページです。リフォームについてなんですが、私自身も時々調査担当者に同行して、古いマンションの見学、調査に行くことが度々ございますけれども、古いマンションについて、リフォームにかかわることを現地見学の時点で説明を受けた経験はございません。基本的に、既にリフォームをしてしまったリフォーム済み物件とカリノバージョン物件については、こんなリフォームをしましたということを細かくご説明いただくことはありますけれども、古いままに売り出されるものについては、例えばこのマンションはスラブが18センチとか15センチしかないから、フローリングにしたいけれどもできませんよとか、配管そのものも取りかえないと相当老朽化していますよとか、そのマンションの住戸の状態に合わせたリフォームの制約条件とか、そういった情報の提供は基本的には現地見学時点ではなされません。

あわせて、もっと前向きなリフォームプランの提案というのは、これはもう皆無であります。と申しますのも、仲介会社の担当の方というのは、基本的に売買契約を結ぶのが最優先事項でございますので、見学の時点でリフォームのことを持ち出しますと、契約までに相当な時間がかかってしまいますし、非常にややこしいことになってしまいますので、なるべくそれを避けて、とりあえずは売買契約を結んだ後にリフォームをというふうな誘導がなされていくということがあろうかと思います。

ただ、築20年ぐらいの古いマンションを買う消費者は、住宅を買うということとリフォームはセットで考えますので、現地見学の検討段階で、どこをどう直せば新築のように夢のある住まいになるか、それについて幾らかかるのか、それと物件の代金と合わせて、自分は月々の収入から、これはローン返済も含めて、取得可能なかどうかというのを判断した上で前に進んでいくわけですから、このところも実は早目にリフォームプランの情報提供がないと、なかなか古いマンションの購入判断というのはつかないということになろうかと思います。

ちょっと話がそれますけれども、そういう意味では、住宅ローンとリフォームローンがセットで、いわば住宅ローンの中にリフォーム代金も含めた形でのローンの開発が1つな

されれば、それが流通市場を活性化していくことになると思いますので、フラット35としてどう商品開発をしていただけるかというのも課題かなと思います。

そういう実態を踏まえてなんですけれども、8ページです。今までお話ししたことの重複になるかと思いますが、8ページに移る前に、9ページをちょっとご覧いただきたいんですけれども、これはマンション評価ナビの評価情報の一部を抜粋したものです。実はこの表には、それぞれ右側に評価点がついています。3.5とか、4点幾つとかという点がついているんですけれども、それは除いた形です。

物件見学の段階で、構造とか性能、それから、劣化状況が分かるような項目についてはフォーマット化をしていただいて、見学者に対しては、「ここはこういうふうになっていますよ」というふうな情報を是非提供していただけるような情報の提供のあり方を考えていただけるといいのではないかなと思います。こういう情報にあわせて、図面や物件に関するデータがセットされていると、消費者としては、新築と比べても、情報提供の面では安心感があるのではないかなと思います。

ちなみに、今、新築のモデルルームに行きますと、入ってから出までの説明に3時間ぐらいかかります。3時間ぐらい徹底的に説明されます。中古の場合は、特に消費者が何を質問していいかわからずに漫然と物件を見る限りにおいては、30分あれば足りてしまうというぐらいの、情報の量の差が多分あるのではないかなと思います。

これはイメージですので、この通りということではないんですけれども、マンション評価ナビの評価情報については、幾つかの仲介会社の方とか、それから、管理会社のほうから、「消費者に説明するために、この物件の評価情報を使用させてもらえないか」というふうな引き合いも現実的には出てきていたりしますので、こういったものの延長線上で、各仲介会社の方々が情報を蓄積していかれるとよろしいのではないかなと思います。

ちなみに、こういう情報を蓄積するとき、ものすごいストックがあるわけですから、どれもこれもやると、非常に作業量だけが多くなるということになるろうかと思います。これもまた調査の実感値なんですけれども、売り出される住戸というのは、1棟につき3%程度です。これ、統計データはございませんが、実感値です。ですので、例えばかの有名な広尾ガーデンヒルズであるとすれば、1,000世帯ありますが、常時30物件ぐらい売りに出ていまして、それが1つ売れて、1つ入れかわるというような形で、年間で30とか40物件が成約をしていくというふうな、逆に言えば、その程度であるわけです。

ですので、30戸とか40戸の総戸数のマンションなどは、場合によっては、1年間の

間に流通する住戸が出てこない可能性もあつたりするぐらいのものであつたりしますので、例えば優先的に、築20年を超えるもので、総戸数が100戸、200戸の大規模なものから情報を集積していくというふうなやり方をすれば、かなり合理的に活用されながら、消費者の安心を買って、流通促進ができるのではないかなというふうな気がしております。

ただ、この情報は、例えば広告の表示規約とか、重要事項の説明の項目と同じように、何らかの義務づけとかルールづけを本当にしなければならないかどうかというのは、私にはまだ分かりません。場合によっては、仲介会社さんが、自分たちの事業というのは情報仲介業であると認識しておられるとすれば、そのサービスの一環としてこういう情報を蓄積していき、場合によっては競争優位性を高めていくというふうなやり方もあるのではないかなと考えております。

次に、10ページを見てください。今、言いましたのは、フォーマットを作って、劣化の情報とかを作って出していきたいと思いますということですが、どの段階で出していくかというようなことについては何度かもうこれまでのお話の中で出ていましたけれども、ちょうど真ん中の検討段階、この段階で、建物の構造・性能、劣化・リフォームの制約の情報、それから、プラン・予算、住宅ローン・リフォームローン、こういったものの情報を提供していただくのがいいのではないかなと思います。

それ以降、交渉段階とか、申し込み、契約、引き渡し、アフターサービスといったことがあるわけですが、重要事項説明関係の情報、告知書関係の情報、リフォームに関する情報などが交渉段階以降から徐々に出てくるわけですが、できれば、これも可能な限り、消費者が購入の判断に必要なと思われる情報だけは前倒しで、検討段階で提供していくというふうなところが必要かと思われまます。

時間が押してまいりましたが、次に11ページ目です。そういう情報を提供するためには、単純に情報を検討段階で提供してくださいというだけではなく、仲介としての取引の仕組みそのものが、少し改良といいますか、改革がなされなければならないのではないかなと思っております。

一番下に、仕組みというか、流れ図がありますけれども、オレンジ色の部分、この部分をちょっと見ていただきたいんです。仲介会社に依頼して、消費者が見学に行きます。見学に行った後、マンションなどで、データがかなりそろっているものについては、性能の状況とか劣化の状況はある程度分かるんだろうと思うんですけれども、分からないものについては、現地見学後にインスペクションを受ける。

それから、それを受けて、これは安心だと。安心じゃない場合は、こういうふうな改良をすればいいんだなというふうなことを踏まえて、購入物件を決定し、リフォームプランを検討し、リフォームプランをチェックして、工事契約をし、それから、売買契約をする。そうすると、ここで購入代金とリフォーム代金分かるし、リフォームすることでどんな新居が手に入るというのが分かりますので、これで物件の売買契約を締結して、実際にリフォームを実施して、入居していく。こういう流れになっていくと、消費者、特に築20年を超えたようなマンション、戸建てを買う人たちの行動がスムーズに流れていくんではないかなと思います。

そのためには、仲介会社さん、それから、インスペクション、リフォームの専門の会社さんがばらばらに消費者と対応していくということではなく、やっぱり消費者から見ますと、一番最初に接触するのは仲介会社さんでありますので、仲介会社さんを通してワンストップで、連携されたサービスが提供されると非常にありがたいというふうなことになってこようかと思います。仲介会社さんにとっては役割がまたどんどん重たくなっていき、3%の手数料でどうかといったところもあろうかと思いますが、消費者から都合のいい仕組みというふうに見た場合には、こういう取引の仕組みが一番望ましいのではないかなと思っていたりするわけでございます。

そういったところが、私、日常的に感じている情報提供の流れというところでございます。ちょっと飛ばしたところもありますが、一応時間となりましたので、この辺で失礼をいたします。

【中川座長】 大久保委員、有り難うございました。

それでは、引き続きまして、長嶋委員のほうからご発表をお願いいたします。

【長嶋委員】 おはようございます。宜しくお願いします。前回、副大臣から、忌憚のない、あと、座長から、ざっくばらんにというお話でしたので、本当にざっくばらんにお話をさせていただければと思います。

資料が2つあります。1つ目は、「ホームインスペクション 消費者のニーズはどこにあるか」ということです。私がやっているさくら事務所では、今まで依頼が2万件ぐらい、あとは、ホームインスペクターズ協会で行ってきたこと、そこでわかったことについてざっとお話しします。

まず、1枚目です。今、依頼がどんなふうにあるかということですが、買い主からのご依頼が8割、売り主から1割、または業者さんからの、ホームインスペクションつ

きでやりたいという、そういう依頼が1割という、そういう感じになっています。これは理想的には、やっぱり売却をする段階でインスペクションを既にやっていて、情報を開示して売りに出すというのが理想だと思って、私もそういう取り組みも別途でやっているんですけども、そこは事実上なかなかうまくいっていないです。意識がやっぱり買い主のほうが高いですね。現実的にこういうことになっています。

イギリスのHome Information Packも終わりになってしまいましたし、それなりに弊害があって、やはり買い手責任的な方向で今、進んでいるという、そういう事実もあります。

その次です。「ユーザーが求めるインスペクション」と、「業者が求めるインスペクション」は、違うというところなんですけれども、一般の買い主の方が求めているというのは、主にこの3つぐらいです。大きく、買ってはいけないというか、欠陥住宅ではないかということが1つ。もう1つは、あと大体何年ぐらいもちそうなのか。これは厳密にはもちろん言えないんですけども、ざっくり、あと10年でだめなのか、大事にやっていけば20年、30年住めるのかという、そういうイメージです。3つ目はコストの問題です。中古住宅になりますと、買った後にいつごろ、どこに、幾らぐらいお金がかかりそうなのかというのが急に心配になるわけなんですけれども、ここについて、大まかな目安ですけども、いつごろ、どこに、幾らぐらいお金がかかりそうですよということもアドバイスをするとということになります。

その次の紙です。ホームインスペクションの位置づけということですが。建物を検査、調査する場合には、深さは、やろうと思えば、切りがないので、どこまでも行けるわけですけども、ホームインスペクションで主にやっているのは、費用でいうと5万から7万ぐらい、町医者のようなイメージです。ちょっぴり機材を使いますが、主に目視でできる範囲の中で、住宅のコンディションを把握する、劣化状態を把握するという、そういうイメージでやっています。その他、機材を使って20万、30万の調査もあるんですけども、人間でいうと、健康診断の1次診断をまずやっているという、そういうイメージになります。

その次の紙は、診断方法とか、あるいは報告書の中身です。今日は報告書のサンプルは持ってきませんでしたけれども、このようなことをお知らせしているということです。肝になる部分は、ホームインスペクションをやるときに、なるべく買い主の方に、その中古住宅の現場に来ていただいて、そこで、言葉としてはおこがましいんですけども、建物

ってこんなふうに見るんですよとか、今、こういう状態になっていますけれども、これはこんなふうにするとか、今、こういうふうに変更するんですよとか、啓蒙、教育的なことを現場でやっていくという、そういうイメージです。

アメリカのホームインスペクターというのはわりとそういう感じです。アメリカのホームインスペクターは現場勝負。イギリスのビルディングサーベイヤーという、ホームインスペクターみたいな、あちらは報告書勝負です。わりとアメリカ的にやっているという、そういうことになります。そういうことが実際求められています。

その次は、ホームインスペクションに関するアンケート調査報告。これ、1カ月ぐらいだから、サンプル数は少ないんですけども、多くとっても、大体同じです。この辺はざっと流したいと思いますけれども、さくら事務所のアンケートです。これは後でゆっくりお読みいただくとして。

ホームインスペクションをやって、中古住宅をやっぱり買うのをやめましたという人はほとんどいないんです。1割とかそんなもの、多い月でも2割ぐらいです。この中には、住宅ローンが通りませんでしたとか、親が反対したというものも含まれているので、実際はほとんど皆買っていくと。みんな、気に入っているんだから、当然といえば当然ですよ。あとは、業界に望むこと、政治に望むこととかいうようなことが、量でも定性的にも入っていますので、後でご参照いただければと思います。

あと、後ろのほうに行きますと、日本ホームインスペクターズ協会と書いてある紙があります。さくら事務所という私の会社だけでインスペクションをやっていても仕方ありませんので、今、自然発生的にインスペクションというのがあちこちで生まれていますから、業界である程度品質を統一したほうがいいと思ひまして、こんな協会をつくったんです。

過去3回、試験をやっています。1回目が980人、660人、850人と受けていたでいて、合格者と合格率は大体ざっくりこんな感じです。一級建築士の方でも3割が落ちてしまうんですけども、落ちてしまうのは、劣化の判断に関することなんです。図面だけでやっている方はなかなか厳しいなど。トップの得点を取るのは、地方の工務店のおやじさんだったりするんです。45点とか取ってしまう人は、岐阜の工務店のおやじさんだったとか、そんな感じです。

それから、資格試験を受ける方ですけども、一番多いのは、42%でリフォーム業の方。また、工務店、設計事務所をやっている方、不動産業の方と、大体こんなイ

メッセージです。

その他のアンケートは、こんなふうになっています。

あと、アメリカのインスペクター協会、アメリカでは主要なインスペクターの協会が43つ、4つありますけれども、向こうはやっぱりすごいですね。北米だけでも2万5,000人ぐらいホームインスペクターがいて、このASHIというところで登録しているのは、今、6,000人ぐらいいるそうです。ということは、1人当たりのホームインスペクション数は年間250件です。フィーは、地域とか人によってばらばらなんですけれども、二、三万でやっている方もいれば、私がヒアリングした方は、日本円でいうと7万ぐらいでした。そこは当然自由競争ですからということでやっています。この紙はこのぐらいにさせていただきます。

その次の紙で、住宅市場改革（案）ということですが。今回のテーマとちょっと外れてしまうこともあるんですけども、でも、日本の住宅市場あるいはリフォーム市場を本当の意味で改革していかないと、今の制度をちょっといじるぐらいでは、流通数が100万戸、200万戸にはならないと思うんです。この業界も仕組みと考え方を思い切ってリフォーム、リノベーションすることが必要だなと思って、ざっくばらんに提案をさせていただくというものです。

まず1番目、申し込みから契約までのスパンが中古流通は短いものですから、物件を見に行って、極端な場合、今日契約、明日契約とかやっているんです。長くても1週間とか、そんな感じです。そうすると、「インスペクションをやりたいんですけど」と連絡があっても、事実上、契約前にインスペクションを入れられないものですから、「じゃあ、もういいです」というふうになって、話がつぶれてしまうことが非常に多いんです。

なので、ここはイギリス式でもアメリカ式でもどちらでもいいと思うんですけども、仮契約、本契約という、そういうスタイルにするのか、あるいは、ここに書いてあるように、契約をした後に万が一重大な瑕疵が発見された場合には白紙解約ができるという、そういう特約を慣行化するか、どちらかにすることが必要かなと思っています。

それから、2番目、ホームインスペクションの普及が課題なわけですけども、原則として、契約する前に、売り主も業者も建物については保証できないので、ホームインスペクションをお勧めしますよと、アメリカなんかではこんな書面に記名・押印させているんです。こういうことも必要かと思えます。

それから、3番目、売り主のホームインスペクション理解というところですが。こんなこ

とも、一般の消費者というか、売り主の方に知らせていただけますといいかなと。アメリカではこんなことはもちろんやっているんですね。これは中城先生のご研究を参照しています。

それから、4番目です。ホームインスペクターになりたい人はいっぱいいるんですけども、見落とししたときに怖いなど。実際問題そうなんです。イギリスもアメリカも、ホームインスペクターが見落とししたときの保険があります。今、ホームインスペクターズ協会では、建物を壊してしまったときの保険商品を開発して作っていただいたんですけども、見落とししたときの保険があると、より円滑に進むというか、仕事がやりやすくなります。

それから、5番目です。瑕疵保険が浸透せず、利用が少ないという、瑕疵保険が事実上、補助事業以外はほとんどうまくいっていないんですね。このままだと全然浸透しません。今は、検査会社であるさくら事務所と保険法人と、両方で現場に行っているという形になりますから、費用も2倍かかっていますし、両者の時間を調整するだけで大変なんです。そんなことをやっているうちに話がなくなってしまうんです。

「インスペクションと瑕疵保険とどっちにしますか」というような商品の提示の仕方をする、いきなり「保険をつけます」と言う人はあまりいないわけです。基本的な購入者の気持ち的な流れとしては、「まず大体問題ないかインスペクションをして、そこで、念のために保険をつけますよ。保険もあるけど、どうしますか」という、こういうようになるのが自然な流れだと思います。こんな仕組みになると、瑕疵保険の利用もうまく進むんじゃないかと考えています。

それから、6番目です。物件の囲い込みの話です。アメリカでいうポケットリスティングです。向こうでこれをやると罰則、何回もやったら免許取り消しなんですけれども、これがやっぱり流通を阻害している側面があります。ここもやっぱり何とかしないと。業界人的には、私は不動産流通の営業の時代が長かったんですけども、やっぱりこういうことをやっている会社とか、上司を尊敬できないんですよ。あと、やっている自分のことも尊重できないという弊害もあります。

それから、7番目です。今、宅建主任者を士業に格上げしようという、民主党さんが議連をつくったりして活動されているんですけども、士業に格上げという、そういう方向性もいいんだと思いますけれども、より大事なのは底上げだと思うんです。今は、お店当たり5人に1人の宅建主任者ということになっていますけれども、昔は10人に1人でしたよね。これを工程表でも作って段階的に、3人に1人、2人に1人、最終的には全員と

いうふうにしていくのがやっぱりいいんだと思うんです。

それから、宅建主任者の免許を更新するときも、ザッと講師の話の聞くと、簡単に更新ができてしまうようになっています。これだけ金融商品化して複雑化している不動産流通の世界で、その更新だけで追いつくとはとても思えませんから、ここも変える必要があると思います。そもそも試験内容も、かなり実践とかけ離れた内容、民法だけやけに難しくなっている状況になっていますから、わりと根本的な見直しが必要なんだろうと思っています。

8番です。囲い込みを禁止だなんていうことを言うと、仲介手数料が少ないのだから、それでは仕事はやっていられないよと、特に物件価格の低いものの取引をするときはそんな話になってしまうんです。今、仲介手数料の規定というのは40年前のものを使っていますから、200万で5%、400万まで4%、それを超えたら3%、それで、3%プラス6万と。そうすると、1,000万とか、3けたの物件の取引なんか、片手でやっていられないというのは、もちろんそうなんです。だから、囲い込みをして両手にするんだというのは筋が通じませんから、この上限を変えるのがもうそろそろ時代的にいいんじゃないかと。これは例えばですけれども、1,000万円まで5%、2,000万円まで4%というふうにしていくのがいいんじゃないでしょうか。

それから、9番目です。このことも昔から、20年前から色々な方が言っていることなんですけれども、宅建業者の責任負担、実務の負担がやっぱり重過ぎるんです。これはアメリカ式とイギリス式を組み合わせる適当に書いていますけれども、契約書は例えば弁護士とか、取引の安全性みたいなことについてはエスクロー機関が担当するとか、住宅ローンはモーゲージブローカー、今でいったらFPですよ。ローンを売れるようにすればいいんです、FPが。それから、建物についてはホームインスペクターというような、営業コンサルに不動産業者、エージェン트가徹する状況をつくる。それ以外のことについては、営業の方は差配、手配しているだけという状況をつくるのがいいんだと思うんです。

こういうお話をすると必ず、そうすると取引のコストが増えてしまうじゃないかという話になるんですけれども、日本は他の先進国に比べて、中古住宅が1戸売り買いされるときにトータルのコストがかなり低い方なんです。取引のコストが低く、そのかわり、仕組みが整備されていない日本というのは、中古住宅流通がおぼつかない状況です。取引のコストはある程度かかりますけれども、仕組みが整備されている他の国は、中古住宅流通が活発になっています。この中でどちらをとるかという、そういう話だと思います。このこ

とはもう10年、20年前から色々な方が言っていることなので、いつやるかということなんだろうと思っています。

10番目です。新築も中古も両方追っていくというのはちょっと無理ですね。中古住宅流通を活発化させたりとか、中古住宅の価値を維持するということを考える場合には、やっぱり安い新築が売れてしまうということがどうしてもあるんです。これは景気、経済のこともあるし、業界として、産業として成立するというものもあるので、悩ましい問題です。

日本以外のOECD諸国は、大体5年とか10年間で、世帯数がこのぐらいあるから、あるいは今後人口動態がどうなりそうだから、今、住宅数がどのぐらいあるので、5年とか10年間で新築を大体このぐらい作りましょうという、住宅供給総量目安みたいなものを作って、それに合わせて税制とか制度を作っていたりするんです。日本の場合は、去年80万戸で、今年は何戸いくだろうかという、それだけのことでやっちゃっているものですから、一方で、空き家問題をどうするかということが発生してしまう。全体を見ての政策に今のところまだなっていないということです。

それから、11番です。住宅予算が偏り過ぎです。これも日本だけです。成熟国なんですから、過半が今、新築持ち家に向けられているので、せめてここをフラットにする。中古住宅に向ける、あるいは賃貸住宅もありですね。住宅予算をもう少しフラットにするということが必要だと思います。

12番目、これはフラット35も必要だし、あとは民間の金融機関に頑張ってもらいたいということも必要ですけども、結局、融資と結びつかないと話になりませんから、ここはもう早目にやりたいなというふうにお願いしたいと思います。

13番目、これ、話がちょっとはずれますけれども、これから人がいなくなってしまうところに長期優良住宅を作っても厳しいですよという話。

14番目です。相続対策でアパートを建ててしまう。これも厳しい。その後、空き家をどうするんだと。本当にアパート経営をする気のない人がアパートを建てるといって、こういう状況がつくられていること自体が問題なわけです。

それから、15番目です。空き家問題がこれから本当に深刻になってしまって、今、所沢市とか幾つかの基礎自治体は自分たちで頑張ったりしているんですけども、うまくいったり、いかなかったりしています。足立区では、建物を取り壊すのに50万円補助をするとかやっているんですけども、それでもなかなかうまくいかない。

この問題も昔からある程度研究されてわかっている、東西ドイツの冷戦が終わったときに、東ドイツは空き家だらけで大変になってしまっていて、そのときにどういうことが起きたとかって研究している人も沢山いらっしゃるんです。これは空き家課税という提案です。空き家に何でもかんでも課税したら大変なことになってしまうので、やる気のないということやを推定するために、5年以上空き家にした場合というようなことを決めて課税するのがいいんじゃないかと思えます。

それから、耐震化の促進です。今は重要事項説明書の中に、耐震診断の有無と、有ればその内容を示すことになっているんですけども、広告の段階でそれをやるのがいいんじゃないかと思っているんです。広告表示の段階で耐震診断の有無が表示されていると、一般消費者にはより明示的になって、より進みやすくなるんじゃないでしょうか。

最後です。17番、中古住宅の質向上、建物への再投資の促進ということですけども、土地なんて、何ぼ投資しても、当初の開発費用だけです。でも、建物は、維持、修繕、リフォーム、リノベーションを何度もやっていくことによって、建物の価値が維持されるんだと。

そういう仕組みをつくと同時に、ここでやっぱり経済を回していかなければいけないということもありますから、これを促すために、建物の維持修繕にかけた費用は税制的に何らかの優遇があってもいいんじゃないかと。特に賃貸の場合は、資本的支出扱いになってしまっているということがありますから、ここも改善してもいいんじゃないかと思えます。

結局、日本の住宅市場あるいはリフォーム・リノベーション市場の全体的、横断的な改革というのは、国交省だけではやっぱり難しく、税制の話にもなってくるし、厚労省の話にもなってくるしと、全体的に変えていかないといけないんですけども、今はもうそれをやる時期ではないかなという、そういう提言でした。

以上です。有り難うございました。

【中川座長】 長嶋委員、どうも有り難うございました。

それでは、引き続きまして、林委員のほうからご報告をお願いいたします。

【林委員】 おはようございます。社団法人全日本不動産協会の林でございます。今日は、「円滑な不動産取引のために消費者にとってどのような情報が必要か」というテーマを先般いただきまして、私も色々考えました。私どもは、業界の立場、そしてまた、私が不動産売買仲介業者の立場で、問題を考えてまとめました。ただ、私がいただいたテーマが、どちらかというと、総論的な体系があったんじゃないかなと考えております。

まず、私は、円滑な不動産取引のために消費者にとってどのような情報が必要か、消費者を買い主と考えまして、情報を提供するときに3つの分類をさせていただきました。その1つには、物件情報の開示、それから、2つ目には金銭に関する情報、3つ目が取引に関する情報というような形で分類をさせていただきました。

まず、2ページでございます。物件情報の開示、ここでは我々不動産業者にとって重要になるのは、当然、宅建業法の35条、重要事項の説明、及び47条等の告知義務であろうと思います。これは共通事項としましてグリーンの部分、これは不動産業者が通常守るというのでしょうか、重要事項に開示していることになるとと思います。埋め立て地と液状化、接道関係とか、土地測量図とか云々書いてございますが、これは通常、我々不動産業者が日常活動としてやっている業務の範疇に入ります。

赤の部分でございますが、その他、重要事項等の問題以外に、プラスアルファ、消費者にとってどのようなサービスができるかというような形で一応記載をさせていただきました。問題になるのは、やはり将来性と物件の価値ということであろうと思います。それから、敷地の高低、あるいは水害予測ですね。将来どうなるか、これはやっぱり消費者にとって重要な項目でございますから、そのアドバイスができるかできないか。それから、4番目には、担保評価とローンの借り入れ金額と年数。

それから、5番目には、周辺環境と交通利便性。これは当然見れば分かるんですけども、やはり学校1つにしても、どのような性格というのでしょうか、小学校、中学校あると思いますけれども、その内容、を地域に密着した不動産業者にとっては、消費者に対する提供、アドバイスができると、このように思っております。当然、幼稚園あるいは公園にしても、駅にしても、バス停、郵便局、銀行、警察、消防署、区役所、出張所、保健所、当たり前のことですけれども、やはりこういうことが消費者にとってきちっと説明できるかできないかということであろうかと思えます。

それから、最新の正確な物件情報、これは大変重要でございます。やはり正確でない物件情報が消費者にどうしても行き渡る、提供されるということが往々にしてあるようでありまして、これも避けなければいけない。

それから、7番目の安全のための各種情報です。近隣環境、セキュリティー、ファシリティ、住民環境、それから売り主情報、これも最後にあります。あるいは相場情報、適正価格かどうかということです。こういうことも物件情報の開示の1つであろうと思っております。

それから、3ページには、戸建てに関する項目でございますが、通常、築年数—例えば新築とか中古の場合は、やはり何年何月何日に建築した、確認がとれたと、こういうような項目があるわけでありましてけれども、それ以外のプラスアルファをやっぱり消費者は求めているのではないかと思います。

例えば、施工会社。例えばどんな建築はどのような会社が施工したのか。それから、建設業者の許可番号。あるいは、この建築に関する耐用年数あるいは耐震性ですね。それから、中古の場合は、当然、修繕履歴があるかないか。それから、中古の管理状況がどのようになっているのか。あるいは、建物リフォームと修繕費はどのようなかかわりになっているのか。それから、当然、建築確認書、中間検査済書、完了検査済書、構造計算書というのは一応添付する形でありますけれども、それがきちっと提供されて、消費者に説明できるか、できないかがやはり要求されるんじゃないかなと思っております。

それから、設計図・施工図が、これは全部あるとは限りませんので、きちっとした設計図・施工図をやはり将来の不動産流通、そして、長期的に建物を保全するためには、これは必ず必要であると。インスペクションの問題もありますけれども、インスペクションの以前の問題になるのかなと思っております。

それから、特に重要なのは、施工過程の写真。これ、意外に施工過程の写真がおざなりになっております。中間検査とか、あるいは基礎の段階の検査、色々ありますけれども、やはり日本の場合は検査が非常にまだ、諸外国に比べ、特にアメリカとか、あるいはカナダ等に比べますと、やはり施工のチェックが少ないようであります。ですから、そのための施工過程の写真等をどうしても保存する必要があると思っております。そうすれば、将来のインスペクションに対して建物の保全価値が当然上がりますから、そういう意味において、これを是非私は進めたいなと思っております。

それから、11番の省エネ基準適合あるいはLED照明。これも当然、説明するほうが消費者にとってベターであると思っております。

それから、地震や水害等の履歴、給排水管の状況、あるいは傾きやクラックの有無、基礎の状況、省エネ性、心理的瑕疵の有無、あるいは暴力団・宗教等に関する施設や住人、これは当然でありますけれども、これがやはりきちんと明確に消費者に伝わっているか、伝わっていないかというのは重要であろうと思います。

それから、4ページのマンション。これは先ほど大久保先生が説明されましたから、大体同じようなことでありますけれども、建物の構造あるいは管理、グリーンは現在、重要

事項等で説明されていることでもあります。

その他プラスアルファです。管理状態の程度が良いか悪いか、これは主観的あるいは客観的に大変色々あると思いますけれども、客観的にやはりきちっと判断をしてアドバイスをすることが、消費者にとって重要であろうと。これは建物の資産価値を上げることです。それから、管理会社といたしましても色々ございますけれども、管理会社の実績が意外に開示あるいは説明されていないということがあろうかと思えます。

それから、5ページは、土地でございますから、これはあんまり関係ないかも分かりませんが、一応、不動産売買仲介等においては、やはり土地を売却するだけではなくて、どのような建物を建てることができるか、そして、プランの提示、あるいは新築建物の概算見積もり等もやはり提供する必要があると思っております。

それから、2番目の分類の金銭に関する情報でございます。これは6ページであります。諸費用について、あるいはリフォーム費用について、重要なのは、やはり赤のリフォームの費用。どこまでリフォームするか、最小限リフォームの費用、あるいはプラスアルファリフォームの費用、費用の捻出方法、こういうアドバイスを消費者にできるかできないか。あるいは、引っ越し費用。簡単なことでありますけれども、こういうこともアドバイスする必要があると思えます。

それから、7ページに移ります。これもやはり赤の月々のローンの支払い額、あるいは節税方法、こういうことも説明する必要があるかと思えます。

それから、8ページに移りますけれども、これは3番目の項目の取引に関する情報でございます。これもやはり重要なのは、消費者にとってどんなことを知りたいか。売却理由について、どんな理由で売なのか、あるいは、売り主がどんな素性であるか、あるいは勤務先、あるいは年齢とか、仕事内容はどんなことを、これはやっぱり大事なことであろうと思っております。

それから、9ページになりますけれども、その他の赤でございます。取引業者情報というのは非常にシンプルになっておりますけれども、やっぱり消費者にとってどのような情報を提供できるかということは、例えば大手さんはほとんどホームページ等で公開されておりますけれども、やはり我々中小においても、財務内容、資本金、あるいは取引実績、あるいは従事者の勤務年数・取引実績件数とか、有資格者の有無とか、社員の定着数、あるいは過去の事故・違反等の有無。これはあんまりどうかと思えますが、地域密着、貢献度、あるいは従業者教育の有無、マナー・モラル教育、あるいはボランティア活動等、こ

ういもの提供がやっぱり必要になるかなと思います。

実は一番最後の11ページをちょっとお話しさせていただきますが、不動産業者・不動産業界の社会的な信頼性あるいは信用度の向上のために、私なりに私見を申し上げさせていただきます。

諸法令や宅建業法と公取協規約をまず遵守し、価値ある経営をする。それから、2番目には、インターネット、ホームページ、新聞折り込み等で、正しい情報の公開の義務、誇大広告・おとり広告は絶対しないというルールをつくる。そのためには、正しい広告の掲載方法の教育をする。そしてまた、違反した者は罰則の強化が必要になると思います。それから、特に重要なのは、倫理・モラルの教育がどうしてもなされていないと思います。ですから、上記の科目を宅建試験に是非加えていただきたいと思います。

それから、結論的に申し上げますと、私は、これは赤の4番になりますけれども、売買取引ごとの物件に関する情報をファイル化して、永久保存するにしたらいいんじゃないかと。それから、売買や新築・リフォームごとの設計図書・工程写真をこれも永久保存するようにしたほうが、将来の建物に対する流通につながるのではないかと、このように思っております。

それから、1件3万から4万円のインスペクション制度、これは是非するべきであろうと思っております。中古住宅流通市場の活性化は是非お願いしたいと思っております。

それから、私は業界人として痛切に考えておりますけれども、どうしてもやっぱり不動産業者の経営者は、従事者教育の徹底が、我々協会の責務であると思っております。それから、提案営業できる従事者の育成。特に不動産コンサルティングとかFP等のそういう有資格者の養成が挙げられていると思います。

最後になりますけれども、これはお願いといいましょうか、私は不動産業界全体のレベルの向上を図って、消費者に対して社会的な信頼を確立するために、全営業マンが持つ資格制度を作るべきと考えております。例えば、初級宅建資格試験制度などであります。現在の宅建取引主任者は大変難しい試験になっておりますけれども、やはりどちらかというと、実務をちょっと逸脱したような内容になっております。ですから、やはり宅建取引主任者も継続しなければいけないんですが、宅建取引主任者ではなくて、取引士を是非お願いしたい。

それから、不動産コンサル技能登録者、これは今、非常に注目されておりますが、不動産コンサルティング士、これも士にするようにお願いする。そしてまた、特に不動産従事

者のレベルアップを図ることが不動産流通市場の活性化になると確信をいたしております。以上でございます。有り難うございました。

【中川座長】 有り難うございました。3人の委員の先生方、本当に有り難うございます。御三方ともバックグラウンドが違う形の方々が発表いただいているわけですが、私の印象としては、非常に共通部分が多かったのではなかったかなと思いました。

大久保先生のほうから、やはり契約時に情報をやりとりするというよりは、もっと前段階で非常に大量な情報を提供できるような体制が必要だろうということで、色々な足りない情報の例としまして、長期使用度とか劣化情報とか、そういうお話をしていただいた。それを担保するためには、情報のフォーマット化とか、あるいは取引の仕組みをもう少し考えたほうがいいと。取引の仕組みを、インスペクションとかそういったものを織り込んだものにして、ワンストップ化するためには、仲介業者、宅建業者がワンストップのコーディネートを担うようなそういうことを前提にして、色々制度を変えていく必要があるんじゃないかというお話だったと思います。

これは長嶋委員も非常に共通する部分だったと思います。例えばインスペクションが入らないような時間的なプロセスの中で今の取引が進んでいるというようなことは、大久保委員とかなり共通する部分があって、どちらかという、契約時に着目したような制度をとるというよりは、その事前の中でどれだけ意味のある情報のやりとりできるのかということをもう少し整備してほしいというお話だと思えます。

例えば瑕疵保険とインスペクションの代替関係といいますか、選択肢を明示的にできるようなものにするというのは、やはり決定のプロセス、検討の段階でそういう代替的な選択ができるような、そういう時間的な余裕と情報提供ができたほうがいいと。これは大久保委員と非常に共通する部分があった。しかも、宅建業者はどちらかという、コーディネートを特化するような形で、ただ、その質の向上もしていけないといけないという方向性もかなり共通していたように思います。

その中でも、大久保委員のほうからは、こういう仕組みをつくるに当たって、本当にルール化が必要なのか、法規制とかそういうもので進むのかちょっと分らないという話とか、長嶋委員のほうから、情報を大量にやりとりさせるためには、どちらに情報提供義務を負わせるのかという部分で、Home Information Packが今、失敗しているということで、売り主責任をルールの出発点とするのはなかなか難しいんじゃないかというご指摘も、非常に示唆に富むものだと思います。

私も非常に思ったのは、林委員のほうからさまざまな、現場感覚でこういった情報が必要なんじゃないかといって整理いただいたものが、やはり大久保委員とか長嶋委員が申し上げていたインスペクションとか、あるいは劣化情報とか、そういうものが重要なんじゃないかという部分で、かなりの部分が共通していた。例えばリフォーム提案ができるような宅建業者とか、あるいは全員に対してライセンスを将来的に普及することによって質を向上するとか、非常に共通する提案が私自身は多かったように思います。

それで、これから皆様方のほうからご意見を頂戴したいと思うんですけども、基本的には、あんまり論点を整理して何か議論を誘導していくということは何となく不可能な感じがしますので、今日のテーマ、消費者にどういう情報提供をしていくべきなのかということ若干意識していただいた上で、御三方に対する質問、ご意見でも結構ですし、皆様方が日頃やられている中で、消費者に対しての情報提供はどうあるべきなのか、そういった面からの皆様のご経験に基づく意見のご開陳でも結構ですから、ご自由に手を挙げていただいて、ご意見、ご質問を活発にいただければ大変ありがたく存じます。

それでは、いかがでしょうか。

【清水委員】 清水と申します。宜しく願いいたします。今、お話を聞かせていただいて、日本の消費者と、やっぱり世界の先進国の消費者が、今、中古流通とか、マンションとか住宅を買うときに、エネルギー表示をされているではないですか。先進国でエネルギー表示をして、パッシブ基準だとか色々な基準が民間基準はあると思うんですね。

ただ、ドイツもスイスもフランスもみんな、1次エネルギー表示をして、消費者には燃費の使い方の話なんか非常に多くなってきていると思います。長嶋委員からお話があったアメリカのインスペクションとかそういうところでは、エネルギー表示だとか、1平米当たりどのぐらい年間で使用されていくのかという、そういう表示みたいなものについてちょっとお聞きしたいなというのがございます。

それと、フランスが、今年の1月1日からエネルギー表示をスタートさせたんですね。不動産屋さんに9月にちょっと行って見てきたときにも、やっぱり環境表示とエネルギー表示、1平米当たり何キロワットアワーと出ていて、全部チェックしてある。こういう、消費者に非常に分かりやすい表示がされているんですね。その辺について、ちょっと長嶋委員から見解をお聞きしたいなと思いました。よろしいでしょうか。

【長嶋委員】 省エネ制度のことについては、今泉さんがいたので、これは省いてしまっていていいやと思って入れなかったんですけども、イギリスなんかは、電力消費量を表示

しないと売れないことになっていますし、EUは全般的にそういう感じですが。アメリカはその辺はまだみたいです。日本も今、環境省とか経産省とか国交省とかが連携して、以前は2020年までに同じような状況をつくろうと。2020年ではもう遅過ぎると思うんですけども、日本もそれを今やろうという方向にはなっています。

【今泉委員代理(中谷)】 日本エネルギーパス協会の今泉の代理で来ました中谷と申します。

今、お話がありましたように、ドイツを中心としたEUでは、エネルギーパス表示、家の燃費表示、この建物は1平米当たり何キロワットのエネルギーが必要となるのかということを表示する義務がスタートしておりまして、売るとき、貸すときに、売り主や貸し主が表示をしなければいけないと。

実際に先日、月曜日までドイツに視察に行ってきたんですけども、賃貸物件の物件情報誌にも、日本であつたら、エリアであつたり、最寄り駅とか賃料、そういったところの軸で表示をしているんですけども、ドイツの場合は、月々のお家賃とともに、この家は光熱費が幾らかかるのかという軸で実は分類されているような表示もあります。

非常に光熱費というのは、先ほど長嶋委員がおっしゃったように、中古住宅をインスペクションする理由として、中古住宅を買った後、どれだけのランニングコストが、リフォーム代金も含めてかかるのかということは、ユーザーはこれからエネルギーというところでは非常に情報を欲しがっていくんじゃないかと思っておりますので、これを、今、清水さんがおっしゃったような、極めて分かりやすい、車と同じような燃費という表示で、売るとき、貸すときに表示していくという方向性が1つあるのかなと思いました。以上です。

【中川座長】 どうも有り難うございました。本当に省エネ性能といいますか、燃費にかかわるような情報のやりとりも必要だと。それで、一連のやりとりがありました。

他にいかがでしょうか。はい、どうぞ。

【渡辺委員】 不動産流通経営協会から参っております、渡辺と申します。東急リバブルという不動産会社に勤めております。大久保委員、長嶋委員、林委員、有り難うございました。その中で、感想といいますか、我々、一番現場でお客様と接している立場でお話しさせていただきたいと思えます。

今回、円滑な不動産取引のための情報ということですが、これを拡大させるための情報ということになるんだろうと思います。我々仲介業者からすると、消費者というのは、買い主さんだけでなく、売り主様も消費者。我々は両方の間に立って、取引を安

全に進めていくということをごさいますて、お話をお伺いしている中では、売り主視点みたいなものがもう少しあってもいいのかなと。ここをどう考えるというのは考察する必要はあるんだろうなと思っております。

例えば、大久保委員が11ページのところで、消費者にとって都合のよい仕組みについてのお話がありましたけれども、買い主さんにとっては都合がいい仕組みなんだろうと思うんです。ただ、売り主は、例えばここでインスペクションみたいなものが入ると、ここでやってしまうと、何か出てくると、値段を下げられるんじゃないかとか、むしろ自分が売ることによってデメリットになるんじゃないかというようなことをおそらく考えることになるんだろうと。我々やっている中では、そんなことが往々にして出てまいります。長嶋委員から、そんな意味で、売り主さんにこういうことを求めるというのはなかなか難しい部分があって、それも契約後じゃないと難しいのかなみたいなお話がありましたけれども、まさにその通りだろうなという気がいたします。

したがって、売り主視点に立って、例えば売り主さんにどういうメリットが与えられるのか、インセンティブはどんなことを考えたらいいのか、税制なのか、あるいは金融的なのか、そんなことも含めて、売り主視点をどこかで入れていかないと、本当に取引量を拡大させる、流通させるというところが……。もちろん、仲介業者としてサービスする、競争優位を持つという意味では、お話の通りのことは必要だろうと思いますが、我々は売り主のところもどうしても考えていかなければいけないとすると、その視点をもう少しどうとらえていくのかということが、やっている現場、立場からすると、是非そのところをご議論したいなという気はいたします。以上です。

【市川委員】 御三方の色々な視点から、色々な提案を今していただいたということになるんですが、基本的には、ストックをどういうふうに活用するかという、この原点なんですね。住宅のストックというのは、持っている間は資産であるはずなんです。その資産を流通に乗せようといったときに、初めてそれが流通の価格として計上されていく。

これを厳密に査定する、それがインスペクションであるとするれば、当然のごとく、劣化というものが出てきます。それと同時に、インスペクションの基本的なものとして考えれば、構造の検査ですから、スケルトン以外のところの劣化、これがどのように価値として、価格として反映していくのか、そして資産として対価に見合うものであるのか。

この一連の考え方を統一していかない限りにおいては、やはり資産を譲渡して、売り主から買い主、要は、資産の所有権の移転ということに関しては、ミスマッチが起きるので

は……。これはやっぱり持っている情報の量ということを的確に、先ほど大久保さんが言われましたように、我々は宅建業法でいうところの35条、47条、これは林さんが先ほどご説明をされた通りであります、これは義務的にやらなければいけない。

だけど、その義務的に行うものの以前に、販売者、営業に携わる者が、いかにして売買に結びつけるための情報提供を的確、確実に行うか。そのためには、営業従事者に対する教育的な問題が発生する。

先ほど来ありました、全ての者に取引主任者の資格を付与するべきだと、これは長嶋委員から提案がありました。今すぐというのは、現実的でないと思いますが、先ほど、ある程度の期間をもってというふうに言われましたので、必ずしもこれを否定するものではないんですが、何十万という営業者に対する1つの期間としては、やはり販売の部分での教育期間をきちんとしてある一定資格を与えるということが、公的な資格であるのかないのかは別として、こういうものによって底辺の教育のスケールアップを図っていかなければならない。

それから、今、渡辺委員からご発言がありました、売り主側の視点が少し欠落しているんじゃないかということ。これは資産として考えたときに、その資産が価格に反映されていくという中で流通が行われているということを基本に置きさえすれば、インスペクションはだれがやるんだと。売り主がやるんですか、買い主が価格交渉のためにやるんですかと。

今まで、西欧各国がインスペクションを取り入れた。私の認識が少しまた甘ければ、また長嶋委員から指摘をいただきたいんですが、買う側の価格構成上、要は、その価格が適正なのか、適正でないのかということに対して、その建物の資産、土地の資産に見合った価格でなければ、これは減額交渉をしなければならない。これは買い側の視点から立ったインスペクションをやる1つの理由づけがある。

けども、今後、日本でこのインスペクションを普及させていくためには、本来はというところで、先ほどありましたが、売り主の責任としてインスペクションを行っていかなければならない。そこに存在するのは、資産減少なんですね。要するに、ネガティブなものが与えられてしまう。だから、売り主側がインスペクションをやらないんだと。要は、自分は2,000万で売りたいけれども、インスペクションをやったら、1,500万にしか売れないよと。しかし、その資産はそれが同等な資産であるということの認識がまだ日本の中に熟成されていないという上においてどうするか。ここの議論をした上でインスペ

クッションというものはきちんと定義づけていくべきだと思うのであります。

【矢部委員】 矢部です。今の市川委員のところに少しかぶってくるかもしれませんが、先日、つい直前にアメリカに取引を取材に行かれた方とお話をされていて、まさに今の話で。米国において、売り主側、実際に売るということを決めたときに、価格をアプレイザーが決めるわけなんですけれども、その後に売り主も物件調査を入れます。TDSという告知書の形でアピールするんですけれども、ちょっと概念的な話で恐縮なんですけど、売り主がTDSを発行するのは、自分の物件がいかにかこの価格に正当性がある、あるいは自分は何年前にどういう箇所を幾らで追加投資をしている、だから、こういう価値が示せるんだというようなことを示すために入れる。

買う側のインスペクションは、それが売り主と売り主のエージェントが示してきたものが正当であるかどうか、要するに、その対価は見合っているかどうかという、その取引の中で、売りたいほうは高く売りたい、買いたいほうは安く買いたいというところをつなぐ1つのキーファクターとして告知がされ、それを確認すると。

先ほどの渡辺委員の話もあつたんですが、インスペクションが、単なる劣化コンディションを示すという、そういうテーマをクローズアップしてしまうとちょっと混乱してしまうので、売り側に求めるとすれば、自分の価値の正当性を主張しなさいという話だと思いますし、買う側は、それが本当に妥当かどうかを確認しなさいという、何かテーマを1個絞っていったほうがいいかなというような話を思いました。

それと、その発展形で、今、売り主個人の瑕疵担保責任の期間みたいな話と、あるいは、その情報を間に立って伝えていくという不動産仲介会社の告知責任、告知瑕疵みたいなところについて、言わなかったことは、言わなかった人の責任みたいなことになってしまうんですが、何を伝えていくかとか、どう伝えていくかというのを決めたその先には、多分、買い主側の、「いや、聞いていなかったから、全部、言わなかった人の責任」みたいなことをどこかで線引きをしないといけないという問題が出てくると思います。何を伝えるべきかという話を議論するときは、それを受け取る側の責任も求めていくという問題が多分二次的に絶対発生してくると思いますので、そういうところも、答えがあるわけではないのですが、関心事としては持っておかなければいけないかなと思いました。

【中川座長】 有り難うございます。じゃあ。

【臼杵委員】 日本不動産鑑定協会の臼杵でございます。今日のテーマで、今、各委員の方から色々なお話がありましたけれども、やはり現状で価格査定の透明性が不十分だと

いう点につきまして、価格に関する情報はどうかと、この点について色々なお話が出たと思います。

今、渡辺さんが、売り主視点の情報が必要ではないか、売り主にどんなメリットがあるかというようなお話も出ました。インスペクションによる弊害もあるというようなお話もありましたが、まずはインスペクションをやること自体が即、弊害があるということでもないのかと思います。価格に関しては、要するに、売り主さんも納得する価格で売却ができることが何よりも大事なことでありますし、まず、中古物件をより詳細に評価することが何よりも大事だと考えております。

隠れた瑕疵などの不安を払拭するために、我々不動産鑑定業界につきましても、インスペクション業者さん等の他の専門家の方と連携して、より精緻な建物評価を行う。また買い主側は、瑕疵があるかもしれないから買値を提示しづらいということもあるでしょうし、そこを十分に把握せずには不本意な取引を行うということは、市場全体にとっては好ましくないことだと思いますので、そういった専門家の方と連携して、より精緻な物件の評価を行うということが重要になってくるのではないかと考えております。

この点に関して、我々の業界では、既に証券化不動産などにつきまして、エンジニアリングレポートの業者さんと連携して価格評価を行うというようなこともやっておりますし、また、老朽化の程度に応じた適正な価格を把握するという点につきましては、専門の委員会を設置して、今、研究に取り組んでいる状況でございます。

あと、価格に関する情報の中で、売り主、買い主、両方にとって一番メリットがあるという点でいきますと、やはり公正かつ中立な立場で情報を提供すること、それが一番大事ではないかなと考えております。中立的な立場で、第三者によるセカンドオピニオンとしての価格情報を提供することが消費者に安心を与えるのではないかと考えております。

法律によって認められた、不動産の経済価値を判定するという役割である不動産鑑定士による鑑定評価を是非取引に当たっては活用していただくことによりまして、市場透明性を高めることに少しでも貢献できればと考えております。

あともう1点、住宅ローンの拡充にも貢献できるような情報を提供できればということで、不動産鑑定評価を活用して、適正な担保評価を行っていければ、ローンの出し手と借り手双方にメリットがあると考えております。いずれそれが中古住宅産業、リフォーム産業などを含めた、不動産業関連の産業の拡大にもつながっていくと考えております。

【田島委員】 不動産協会から来ております、田島でございます。色々ご意見を伺って、あるいは最初のプレゼンをお伺いして、非常に有益なことが多いなと思っております。やはり買い主さんにとっては、情報は多ければ多いほどよろしいし、それができるだけ信頼できる情報であってほしいということは間違いないことだと思いますので、そういうものを提供できるお仕事をなさる方、これをやっぱり育てていくというところが非常に大切なのかなと。

ただ、途中で売り主とそもそも利害が相反するんだからというご意見もありましたし、それはもう全くその通りでございます。そういう観点で、例えば売り主に、売るときにこういう情報を出さなければいけないと求めるとか、あるいは、宅建業者、仲介業者に、情報として、その正しさも含めてそこに責任を押しつけるということになると、やっぱり非常に物事が動かなくなるといいますか、長嶋委員がおっしゃいましたように、宅建業者の責任負担が重過ぎるということになっていくと、かえってよくないことになるんだろうなと。

やっぱり基本は、欧米でも色々な情報が手に入るようになってはいますが、それはあくまで自己責任の原則があるからだと思うんです。売り主はできるだけ高く売するために、私はこういうことをやってきましたという情報をできるだけ出すし、それを第三者に評価してもらおう。買い主は、やっぱりだまされたくない、適正な価格で買いたいということで、それぞれ専門家を頼んで、仲介業者だけの情報をうのみにしないで、色々な他の業者、専門家にも頼んで、その情報を総合的に判断して、これで買おうということで納得して買うということになりますので、そこらあたりのところはやっぱり間違えるべきじゃないと思っております。

したがって、やっぱり行政として、あるいは業界としてやるべきことというのは、そういった専門家、あるいはみずからが担っている業務に対しての倫理的な問題とか、色々出てはいたけれども、そういう教育というのは非常に重要だと思います。悪質なことやったことに対してはそれなりの処罰は必要だと思いますけれども、やはりあまり1つの業者さんに責任を押しつけるということにならないような、自己責任の大原則というのはやっぱりあるべきじゃないかと思っております。

それから、その話とはちょっと違ってきてしまうんですけども、プレゼンの中で、政策自体が新築偏重じゃないかというご意見もあったので、不動産協会から来ている者としては一言お話ししたいと思います。新築に対する税制面での色々な優遇があるのは事実で

ありますけれども、それは一方で、今色々議論になっています消費税が、新築でデベロッパーから売るとかかってくるわけです。中古で個人間でやっている場合にはそれはかからない。同じ住宅で、新しいものは消費税がかかって、あるいは新しくなくても、リフォーム再販業者がやると消費税がかかるみたいな、同じものでかかる、かからないというのがある、新築でかけることの見返りとして、色々な他の面での優遇ができてきたという面があると思います。

今、5%の消費税が今後10%になることは、かなり近い将来ありそうな感じになってきていますし、いずれはそれが15%、20%になっていくと。こうなると、新築住宅、あるいは業者が売るものに対してそれだけの消費税がかかってくるとなると、そういった取引自体を阻害する要因になるということもあります。そういう面では、非常にいびつな住宅政策になっていくんじゃないかなと思っておりまので、その点もひとつ意見としてお聞きいただければと思っております。以上でございます。

【服部委員】 青山リアルティ・アドバイザーズの服部でございます。今日の冒頭の御三方の各委員のご説明を聞かせていただいて感じたところをお話しさせていただきたいと思っております。

まず、今回、不動産の流通市場を活性化させていかなければならず、流通市場というところで一番重要な役割を担っているのは宅建業者であるという、ここは間違いのないところだと私も思っております。ただ、閣議決定等でもされているように、中古住宅の流通市場及びリフォーム市場について、今後10年を目指して10兆円市場から20兆円市場まで伸ばしていかなければいけないという大きな題目の中で、先ほど林委員のほうでご説明いただいた物件情報の開示という中で、35条、47条に関連してこれまでも相当のボリュームを色々調査して進めてきていただいているわけですが、今後流通件数を大きく伸ばしていこうとすると、仲介業者の方々が全てを担っていくというのは、これは負担が大きいのではないかと考えています。

この点、先ほど長嶋委員のところのご説明の資料の中でもありました、課題と解決策9番で書いていただいていたところは、まさに私としては同感でございます。もともとアメリカ等においても、リアルターないしはエージェントについては、いわゆるコーディネーターという役割になっています。売り主が売りたいという気持ちを惹起してから最終的なクロージングに至るまで、売り手側、買い手側の仲介業者が中心となって、それぞれの調査分野のプロに発注し、それを差配するという形で、一つ一つの問題点等を明らかにして

いきます。このようなデューデリ等を進めて、最終的にはクロージングに至るというわけ
です。

今後、日本においても流通件数を大きく伸ばしていこうということを考えた場合、これ
だけの調査項目を仲介業者だけで担っていただくというよりは、それぞれのプロで調査を
分担し、持ち場持ち場というところで活躍していく、仲介業者はそれらの結果を総合的に
チェックして取引をまとめるという役割を担うというのが大事ではないかと思っております。

もともとこのフォーラムの1回目の資料の中で、戸建て住宅及びマンションの中でも、
買い手として知りたい情報という中で、インスペクションという情報もあったかと思いま
す。また、評価という点でいきますと、定型的な評価というより価値が幾らという、そこ
の評価の面も重要です。先ほど臼杵委員からもお話がありましたけれども、価格査定面と
いうところでも、プロとしての役割分担といったところを制度化させていくというところ
が今後大事ではないかと考えております。

あとは、円滑な不動産取引情報のために、必要な情報の整備、把握というところも大事
な部分と個人的には考えているところです。もともと国交省のホームページ上でも、不動
産取引価格情報制度というところで情報が開示されております。ここでは、市場の透明化
及び取引の円滑化、活性化を目的とするものとして、平成18年以降で既に123万5,
000件もの不動産取引情報が開示されております。詳細情報についてまで書かれている
わけではないですが、どこの地区で、どういった属性の物件が、いつ、幾らぐらいで取引
されたかというところは把握ができます。

ただ、中古住宅の場合、残念ながらマンション、戸建てにかかわらず、それがリフォーム
をされている、いないとか、どのような状態のもとで取引されたのかという詳細な
情報まではまだ開示がされていないという状況なので、今後、価格面というところについ
て、もう少し消費者が納得感を持ってというところで、少しでも先んじて情報を得ること
を目指すのであれば、せつかくここまで国交省のほうで色々情報を整備していただしてい
るので、その情報開示の内容と方法を検討した方が良いと思います。また、既にこうい
う情報があるというアピールを是非国交省でしていただくのも1つ有用な策ではないかな
と考えております。

【青木委員】 全建連という、中小の工務店の代表として、今日は出ささせていただいて
います。1回目のペーパーを入手した若い二代目、三代目の連中が、是非会長が出て、こ

このところをもう少し我々に流してくれということで、実は無理を言いまして、今日から私が出させていただいています。

地域の工務店といっても、二代目、三代目の今、最前線でやっている連中は、3分の1は宅建免許を持ってやっております。それで、今まで私ども全建連では、ハードの部分で、建防協と組んで耐震の診断・リフォーム、それから、I B E Cと組んで省エネルギーをやる。それから、高齢者財団と組んでバリアフリー。

それで、それを、今日はいらっしゃらないんですけども、野城先生の家カルテに全部登録することを義務にしています。ですから、我々の若手がやったやつについては家カルテに全部登録されて、先ほど言っていたような情報は全部入っております。工事中の写真から、壁をむいたところ。それを評価するという方法は、残念ながら、我々の業界にはない。ですから、情報は提供できるような仕組みを作りましたので、是非ともこれは流通のプロの方に。

これを入れる資格を、我々の業界でインスペクターという資格を作って、その制度を作って、この資格の条件は、1級・2級木造建築士、それから、増改築相談員を持っている、これを義務づけています。それと、管理者のマニュアルを作って、これを勉強して、資格としてやります。

これらを入れた住宅履歴を蓄積することによって、お客さんが資産として自信を持って売れる、それから、貸せる。貸せるというほうでは、移住・住みかえ機構と組んで、今、真正面にやっております。そういうことで、今後色々な話に出てくるんですが、我々工務店というのは今まで流通には参加していなかったんですが、ソフトの部分で参加させていただいて、その部分をしっかりとやるような業界にする。

去年、アメリカに若手を連れて、30名ほどで、インスペクターだとか、エスクローだとか、色々視察をしました。やっぱりアメリカの資格は、売る側が責任を持ってインスペクションし、売る側が手数料もきちっと払ってという仕組みを今まで彼らは体験していませんので、そんな仕組みで、あまりオブラートというか、ブラックボックスにしてやるというのは、買う側の人たちにはこれから受けられないような感じがしますので、私は、全建連としてはそんなスタンスで今後も業界に参入していかなければいけないのかなと思っています。

【中野谷委員】 マンション計画修繕施工協会の中野谷です。先ほど御三方のご意見を聞いていまして、施工する側からお話を伺わせていただきまして、御三方の発表の中で、

劣化、それから、修繕履歴という言葉が、情報開示の中で1つのキーワードになるというふうに感じております。

この劣化、修繕履歴ということ自体も、施工した側からしますと、この部分を掘り下げ本当に書き込みますと『広辞苑』ぐらいの厚みになるぐらいの劣化、それから、修繕履歴が出てくるんですが、施工者側も口下手なものですから、どうしてもエンドユーザーに分かりやすい言葉で伝えていないんですね。

実際にお出ししているのは、大規模修繕工事が終わったときに、竣工報告書というものを出しているんですが、専門用語が羅列されているものですから、どうしてもエンドユーザーの方がその中身を見てご理解できるかということ、ちょっとブラックボックス的なところがありまして、その辺でご理解をいただいているのかなと。また、仲介、インスペクターの方についても、それを見ても、分かりやすい体系になっていないというところがあると思います。

特にエンドユーザーの方は、建設業者といいますか、私ども施工者も含めて、性悪説的な、疑心暗鬼的なところがあるものですから、どうしても何か工事をやると、手抜きじゃないかとか、何か不具合があるんじゃないかというようなことを思われている方が非常に多い。

実際に、私どもはマンションですので、RC建築物でいうと、財務省令でも、耐用年数は47年と言われているんですが、とてもそんなことはないんですね。メンテナンス次第で100年でももつというふうには常々語っているんです。ただ、どうしても47年という標準耐用年数がひとり歩きすること、それと、コンクリートの障害と言われるもの、アルカリ骨材反応とか中性化であるとか、その辺の話がひとり歩きしてしまいますと、管理組合さん側、エンドユーザー側からしてみますと、基本構造が心配だということは確かにあると思います。

ただ、この基本構造については、建築確認という仕組みの中で国交省さんが担保しているわけですから、基本構造について問題になるマンションというのはほとんどないんです。私も個人的に2,000物件ぐらいの調査診断をしておりますが、基本構造の問題があったマンションというのは、そのうちの2件だけなんです。その2件というのは、昔、海砂が使われていたマンションというのは確かにありました。そういった部分で、基本構造がどうなのかと言われると、ほとんど問題がないマンション、RC建築物がほとんどであるということがまず大前提にあると思います。

その中で、実際に劣化という言葉でいきますと、劣化って何なの？ということ突き詰めていきますと、経年によるコンクリートの変化だけですから、実際に中の鉄筋が中性化によって錆びてくるという劣化現象はあるんですが、ただ、それはメンテナンスで直すことができる話です。ひび割れにしても、新築時から最初の10年ぐらいで乾燥収縮によるひび割れなんていうのはできますから、要は、それをいかに直すかということになるんです。要は、そういう情報をきちんと開示してあげる。

それから、エンドユーザーが持っている不安感を、例えば第1回目の大規模修繕が新築時から10年から12年ぐらいで行われていますので、その時点で、私どもの協会の会員社、施工する側がやることによって、例えばセカンドオピニオンになれるという部分もあると思うんです。新築のゼネコンさんを疑心暗鬼の目で見ていたものが、1回目の大規模修繕で、基本構造はしっかりしていますよ、劣化はこういうふうに直せますよ、直しましたよということが両方開示できれば、エンドユーザーの安心感にもつながると思います。

なおかつ、この大規模修繕工事は、今、国土交通省さんの大規模修繕瑕疵保険もありますので、そこで、インスペクションが入った検査をした工事です、5年、10年の保証がついていますということになりますと、エンドユーザーも安心して買えるのではないかと思います。

ただ、その情報が、先ほど言いましたように、どうしても専門用語的な難しい話、それから、体系が整備されていない書類の形式になっておりますので、この辺については、フォーマットをしっかりと作って、このフォーラムの皆様方と連携をとるような形で、仲介業者さん、それから、インスペクターさんに施工した側からうまく引き継げるようなフォーマット、それから、評価手法、そういうふうなものを私どもの施工者側でも検討して、連携をとりながら、流通、インスペクター、仲介業者というふうにつなげられればなど、今日のお話を伺いまして感じたところでございます。以上でございます。

【中川座長】 有り難うございます。

【籠橋委員】 インテリックスの籠橋と申します。今日のテーマの円滑な不動産取引に対して消費者にとってどんな情報が必要かという中では、皆さんがお話しになっているように、できるだけの情報開示ができればいいなと思っております。特に、躯体、共用部、あと、維持管理に関しての情報がやはり必要だとは思いますが。

ただ実際に、大久保さんがお話しになったように、なかなかその情報がとれなかったり、もしくはなかったり。なければ、とればいいじゃないかと。例えばインスペクションであ

れ、もしくは瑕疵保険の、最近では事前検査というものもありますので、そういうものを使いながら、とってあげたいと思います。

議論の中で戸建てとマンションがごっちゃになっている部分があるので、私どもは中古のマンションの流通にかかわっておりますので、マンションについての話。戸建ての場合は、どちらかという、売り主さんと買い主さん、関係者、仲介さんはありますけれども、少ない関係者である。マンションの場合は、売り主さん、買い主さんはもちろん、仲介さんの他に、そこに住んでいらっしゃる、他の居住者さんという、違う関係者の方たちが含まれてくる。

実際に私どもが経験したのは、国交省さんの既存住宅流通リフォーム推進事業で、瑕疵保険に入るために色々な動きをしたんですけれども、そのときに、幸い、断られた管理組合さんはありませんでしたけれども、例えば検査をすることによって、何か自分たちに不利益な情報が出てこないかと。先ほど市川さんがお話になったように、資産としての価値が下がってしまうような情報が出たときにどうするのか。

あとは、仮に築年数が古いもので、耐震の問題があった、あとは、3.11の東日本大震災がありましたので、先ほどの修繕履歴がちゃんとしていても、その後に問題が起こっているケースもありますので、そのようなケースで、何か起こったときにどうするか。耐震診断で問題ありと出た場合には、耐震補強をしなければいけないか。じゃあ、それは費用が出せないね、高齢者の方が住んでいて、年金生活者の人はお金を出せないねというような話が出てくる可能性もありますので、マンションについていえば、そういう、他の関係者の方たちのことも考えなければいけない。

それと、例えばその物件を売るために、だれが費用、コストを負担するのかといったときに、じゃあ、次に売る方たちは、その情報をただで利用できるのか、コスト負担をどうするのかとか、そういう問題もあるということも認識をした上で議論を進めたほうがいいと思います。以上です。

【中川座長】 他にございますか。はい、どうぞ。

【宮田委員】 リフォームのポータルサイトを運営しています、ホームクリップの宮田でございます。お話をお聞かせいただいて、非常に流通の業界のことがよくわかって、有り難うございました。

弊社、リフォーム業者を消費者にご紹介するというポータルサイトをやっておりますが、結局、リフォームの場合には、どういう事業者が信頼できるか、一生のお付き合いができ

るかというところが非常に消費者の方が欲しがっている情報だというふうにリフォーム業界は見ております。

一方で今お話を聞かせていただいたところ、物件に関する情報がかなり多かったと思うんですが、あわせて、流通にかかわる事業者、例えば宅建業で相当守られているとは思いますが、流通にかかわる方の評価、利用された売り主、買い主の方の評価なんかは、情報提供されることがやっぱり消費者にとってもいいんじゃないかと考えています。

そういう意味で、林委員のご説明の中でありました、9ページに取引に関する情報の取引業者情報ということで、宅建業で決められている以外の色々な情報を開示することが、消費者が安心してこういう中古流通に入ってこられる環境づくりに貢献するんじゃないかと感じております。以上です。

【深田委員】 ファイナンシャルプランナーをやっております深田と申します。今日は有り難うございます。

不動産物件に関して私はちょっと専門外なので、住宅ローンの視点で見方でお話をさせていただきます。中古住宅に関して、情報提供をきちんとしたり、インスペクション等やることは、もちろん消費者にとってもすごくいいことだと思うんですが、何より銀行がお金を貸してくれるというメリットがあると思うんです。現状だとリフォームローンというのは、抵当権を設定しないと金利がすごく高くなるので、いわゆる金利の低い住宅ローンは借りられないという問題があります。大久保さんがおっしゃっていた通り、新しい住宅ローンの開発は求められているものだと思います。

皆さんに参考までの情報提供ですが、今のところ、私が知っている限りすでにみずほ銀行が、住宅ローンと同じ金利でリノベーションとリフォーム費用を購入のときに一緒に融資をしています。

例えば若い夫婦がとても古い中古物件を買って、リノベーションしようと思うと、その費用だけで1,000万ぐらいかかってしまうがそのお金がない。でも、やっぱりすごくそこに住みたいとなったときに、通常、銀行は貸さない。特に土地が狭いと、資産価値は低くしか見られないし、収入が低かったり、勤務先の規模が小さいところとなったら、まず借りられません。今のところ、銀行が好んで貸すのが、大企業に勤務している人と公務員と、あと、土地の評価が高いところ。結局、建物に対する評価はしていないので、きちんと流通市場が活性化して建物の評価がついてくると、きちんと若い人がローンづけをされて、借りられるというメリットがあると思います。

例えばみずほの住宅ローンで、今、メガバンクはどこもそうですけれども、10年固定だと2%弱で借りられる状況で、それが物件価格プラスリノベーション費用も合わせて購入価格というふうに見てくれるのはいいと思うので、皆さんのお仕事にすぐ使えると思いますので、ご参考までに申しあげました。以上です。

【中川座長】 有り難うございます。

【長嶋委員】 すみません、国交省さんにお願いが2点あります。1つは、中古住宅流通が回りますとか、リフォームが伸びて10兆、20兆になるとかいっても、昨日今日でやっぱり50兆、100兆には当然、リフォームがならないというのと、あとは、個人の中古住宅は、どんなに回ってもGDPそのものには反映されないみたいなことになってしまうので、数字としてあんまり大きく見えないんですけども、そこでの生産誘発効果だけじゃなくて、個人が中古住宅を買って、それがまさに貯蓄としてなっていることでの間接的な年金がわりになるんだとか、それを土台にして消費がしやすくなるんだということが絶対にあると思うんです。いつも私はこの試算をやろうとして、お金と時間がなくてできないんですけども、こんなことも試算に入れていただけたらうれしいと思います。

それともう1つ、建物の寿命のアナウンスなんですけれども、今までは滅失したのを数えて27年とか37年とかいって、私もそれを言ってきてしまって、ちょっとショッキングに見せたくてという部分もあって言っていたんですけども、実際にはもっと長持ちしているんですね。例えば早稲田の小松先生なんかは、厚生労働省の平均寿命を出すのと同じようなやり方で建物の寿命を出していて、RCでも木造でも40何年から50何年もつという推計を出していらっしゃったりするので、そういうものを使われたりすると、中古住宅って意外ともつんだと。実際にもちますよね、40年、50年。築40年ぐらいまでは実際は価値はついていきますから、少しそこは事実上、実際に合わせたほうがいいんじゃないかなと思います。

最後に、今回の、消費者にとってどのような情報が必要なのかということを検討するか、3、4、5、6回目も全部そうなんですけれども、結局、法とか哲学のところかというと、大陸法的にいくのか、英米法的にいくのかというか、消費者保護的にいくのか、あるいは買い主責任的なところでいくのかということのせめぎ合いのところだと思うんです。なので、この6回ぐらいの話を通じて、私はあんまり消費者保護的に行き過ぎてしまうと、かえって首を絞めるというか、隘路に陥ってしまう可能性があるんじゃないかと思っているので、ある程度、買い主責任的なところを少し温度的に強めながらやるのがいいんだと

思います。

私、以前に新築建売を売る会社にいたんですけれども、売った後どういうふうになっているのかと思って、アフターメンテナンス課に出向したんです。そうしたら、もう大変なことになっていまして、1日中お客さんから呼び出されるんです。壁紙がちょっとはがれたとか、建具がちょっとずれるんですけどとか、「そんなの、ねじ1本でこうやってやればいいんだよ」と内心思いながら、みんな、先輩がそうやって売ってしまっているんですよ。

というようなことを、リフォームとかリノベーションの世界でもやってしまうと、余計大変なことになっていくということがありますから、今の新築のこれまでの私たちの売り方といういきさつもあるので、そこはバランスをとっていかざるを得ないんですけれども、やや買い手責任的にいったほうが私はいいんだろうと思っております。以上です。

【大石委員】 終了間際に恐れ入ります。日本建築士会連合会の大石でございます。今日の御三方のお話を伺いまして、購入時に、リフォームの提案であったりとか、幾らかかるのかということがある程度情報として必要で、今までの状況として、不動産の流通と、いわゆる建築、リフォームの業界が少し離れていた現状が改めてよく分かりました。

今日もインスペクションという言葉が盛んに出ておりましたけれども、今日のインスペクションというのは、売買を前提としたインスペクションということになっていますが、現状を把握するということで、我々建築サイドからいきますと、流通を促すには、悪いところは直して、よくしていけばいいと考えます。そういう意味からすると、リフォームを前提としたインスペクションも、今の中古住宅の売買の中に少し盛り込んでいく必要があると感じております。

それから、保険との連携という形の中でいきますと、売買時もしくはリフォームの前の調査と、最終的な保険の調査調査が二つ存在することになるので、長嶋さんがおっしゃったように、二重に調査をするというような現状があると理解しております。その辺、専門家が事前に調査するというので、リフォーム瑕疵保険の運用がもう少しスムーズになるとよろしいのではないかと感じております。

それから、ここまでインスペクションという言葉が出てきますと、その調査方法とか診断方法をしっかりと確立しまして、制度として運用していく必要があると考えております。その中で、現状の把握とか、またあとは、都市計画法や建築基準法といった、いわゆる法令的などころの調査等について、我々建築士としても積極的に参画していく必要がある感

じております。以上でございます。

【中川座長】 有り難うございました。まだ多分ご意見を述べられたい方がいらっしゃると思うんですが、時間も少しオーバーしましたので、大変申しわけございませんが、次回にご意見をいただければと思います。本当に活発なご議論をいただきまして、有り難うございます。

特に、どちらかという、どうやって情報を提供するかという部分で、売り主にその責任を負わせるのか、買い主というようなお話があって、それ自身は理論的にはコースの定理と言われているやつで、いずれにしても、どっちかが提供義務を持ったほうが交渉費用が安くなるということはあるんですけども、長嶋さんからご提供いただいた、HIPがうまくいっていないということを考えて場合には、一方的にどちらかに提供義務を負わせるというよりは、情報提供のコストを安くする、できるだけ正確なものを安価に提供できるようにするというやり方のほうが現実的なのかなという印象を若干持ちました。

基本的には、矢部委員とか市川委員が言っていただいた、資産価格にどうやって情報が反映するのかということですので、交渉の取引費用、情報の取引費用を安くするという方向性でいけばいいのかなと。原理的にどちらかじゃないといけないということではないので、それは政策的に解決できるものだと思います。

ということで、非常に実のあるご議論を沢山いただきまして、本当に有り難うございました。

それでは、最後に、今後のスケジュールにつきまして、事務局のほうからさらにご説明いただきたいと思います。宜しくお願いします。

【野村不動産業課長】 それでは、資料3に今後のスケジュールということで、これは前回もお示ししました通り、今のところ、6回ほどの刻みでいきたいと思います。次回3回までは、広い意味での、どのような情報が必要で、それをどうやって提供していくかという情報のくくりで議論したいということで、第3回。ただ、相互にオーバーラップする部分もございますし、その第3回のところを書いてございます「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」というテーマを軸としながら、当然、周辺も含めた議論を次回お願いしたいと思っております、1月下旬に予定をさせていただきます。

お手元にスケジュールの調整の紙がございますけれども、本日お時間のある場合は、これにご予定を書いておいていただければ、回収いたします。それから、本日お時間のない

場合につきましては、また別途、メールのやりとりで日程調整をさせていただいた上で、1月下旬ごろを目途に開催を考えておりますので、宜しくお願い申し上げます。

それから、本日の議事概要及び議事録でございますけれども、第1回と同様に、後日インターネット上で公開させていただくことにしております。この内容確認につきましては、委員の皆様へメールで送付しまして確認をいただいた後の公開とさせていただきますけれども、沢山の皆さんに委員をお願いしている関係もあって、1週間ほどの確認期間を統一して設けさせていただきまして、その期間内にお申し出があった場合のみ議事録の修正をさせていただくという形で、ちょっと時間を確定的に運営していきたいと思っておりますので、何とぞご理解のほどお願いいたします。事務局からは以上でございます。

【中川座長】 有り難うございました。

次回の検討テーマは、今もご説明がありましたように、必要な情報をどうやって提供するかということです。庄司委員、矢部委員、渡辺委員、三田委員の4名の方に10分程度のプレゼンをお願いしたいと思いますので、ご準備のほどお願いいたします。

若干時間がオーバーしましたがけれども、これにて、第2回不動産流通市場活性化フォーラムを終了させていただきます。本日は、皆様お忙しい中ご出席いただきまして、有り難うございました。有り難うございます。

— 了 —