

第2回 建築物の販売・賃貸時の省エネ性能表示制度に関する検討会
議事概要

日 時：令和4年12月21日（水）10：00～12：00

場 所：WEB会議

出席者：委員名簿参照

議 事：

- (1) 表示ルール（素案）について
- (2) 環境整備の進め方等について
- (3) その他

議事概要：

○議事に係る説明・意見等については、次のとおり。

(1) 表示ルール（素案）について

○事務局より、資料3-1から3-3を説明

○これに対し、以下の質疑応答が行われた。

<全体>

- ・（堀江委員）基本的には今後表示の義務化をしていくという方向を打ち出してほしい。ある程度大規模な非住宅から始める形でも良いのでは。大企業のESG情報開示が義務化されている状況からも、特に大規模非住宅については義務化に抵抗感を持つ必要は無いと思う。
- ・（熊谷委員）省エネ性能自体はテクニカルな話。それをいかに賃貸人や販売業者、消費者側に対して分かりやすく表示するかという意味では、星の段階表示も含めて基本的にこのような方向性でよいと考えている。

<第1回検討会での意見>

- ・（中村委員）前回、再エネの扱いについては、情報を簡潔に示すため現行の表示（再エネ自家消費分含み）のままで良いのではないかと意見した。前はBELSとラベリングが統一されたものであると勘違いしていたが、今回のイメージ図によりラベリングでは外皮と設備の基本性能のみを掲載するということが分かり、この点については異論無い。

<表示ルール（素案）：表示の時期・場所>

- ・（堀江委員）前回意見のとおり、エンジニアリングレポートに省エネ性能を入れるべき。最終的に義務化となれば重要事項説明書に入れることになると思うが、非住宅、特に投資家が扱う取引では、審査・デューデリジェンスの段階から契約段階までのある程度長い期間を一体で「販売・賃貸時」として扱うべき。
- ・（事務局）前回、検討段階で情報が出るのが大事というご指摘があり「広告時」と記載したが、非住宅における検討段階の情報提供や表示が表現できているかということに

については検討する。

- ・（大森委員）予告広告には省エネ表示をしてもしなくてもいいと理解したが、まだ竣工前の未確定な建築物について省エネ性能を表示することは、消費者の判断に誤解を与えてしまう可能性があるため、未確定であることを分かりやすく表示すべきではないか。
- ・（池本委員）予告広告を行うのは主に分譲マンションかと想定。戸数が多く最初は販売順序が決まっていないため、予告広告の期間がとても長く、本広告は登録直前に一発打たれるのみ。つまり予告広告に載せなくていいということは新築分譲マンションにおいて載せなくていいと言っているに等しい。したがって予告広告においても、例えば販売戸数が未定の場合は総戸数に対して星の数をレンジで表示する、第1期の販売戸数が決まった場合はその対象住戸の中での幅を表示するようなルールとすべきではないか。少なくとも予告広告の規定については第3回に向けて事業者団体とも相談し、現実的に負荷のないような形で詰めるべき。
- ・（熊谷委員）予告広告については、予告の定義の問題は色々あると思うが、基本的に宅建業法上、建築確認を受けてからでないと広告できないこととの関係で、建築確認を受けた後の広告には当然載せる方向になるかと思う。事務局で整理していただければ。
- ・（岩崎委員）対象とする広告には不動産屋における店頭広告も入れるべき。表示には新聞やメディア、街頭広告等で広く周知するパターンと、まさに住宅を買おう・借りようとしている人にピンポイントに届けるパターンの2通りがある。店頭広告はその両者にマッチしており、町を歩いていても目に入るし、まさに不動産を入手しようとしている人もそれを狙っていくので、対象に入れた方がいい。
- ・（事務局）店頭広告については明示的に表現していなかったが、広告と同様の情報が掲載されているケースがあるとも聞いているので、検討する。

<表示ルール（素案）：表示すべき事項>

- ・（秋元委員）住宅性能表示制度の等級3～5では再エネの自家消費分を削減量として評価するが、等級6、7では評価しないということが前提にあるので、「BEI*」が「BEI」とは異なることを丁寧に説明して誤解のないようにしていく必要がある。住宅性能表示制度と併せて運用していく上での注意事項や考えがあれば補足していただきたい。
- ・（事務局）現状も、BELS と住宅性能表示制度の一次エネ等級自体はずれが生じており、今後もずれが生じるのであれば、混乱のないように周知等を行う必要がある。
- ・（事務局）なお、住宅性能表示制度の一次エネルギー消費量等級では、等級4が再エネ含みの BEI=1.0、等級5が再エネ含みの 0.9、等級6が再エネ除きの 0.8、等級7は一次エネにはない。等級7があるのは断熱等性能等級である。
- ・（堀江委員）多段階評価で一番上のランクとなっている ZEB Oriented は 2030 年義務化水準なので、もう少し目線が高いランクを作るべき。ZEB ファミリーをそれぞれ別の水準で星を設けた方が、ZEB Oriented より上もあることがはっきりして良い。その前提としては当然、再エネを組み込んだ表示が必要で、ZEB に敷地外の再エネをどれだけ入れるかというエネ庁の議論も今後反映していければ。いずれにしても今後はゼロエネルギーというよりゼロエミッションが強調されていくことになる。

- ・ (大森委員) 同じ星3つでも数値には大分幅があるので、BEI*の数字を明示することは良いと思う。ただ、数字が大きいほうが省エネ性能が良いと誤解される可能性もあるため、矢印で高低を示すようなメーターの表示を取り入れても良いのでは。
- ・ (大森委員) 建物の竣工から年月の経過によって省エネ性能がどの程度落ちるのか、検討は必要だが、評価年月日と現在の省エネ性能に大きな齟齬がないようにしたほうが良いのではないかと。
- ・ (事務局) 10年、20年を経過すると、間取りの変更や設備交換などがあるかと思う。その辺りの取扱いについては引き続き検討していきたい。
- ・ (中村委員) 例えば住宅の場合、運用当初は最低水準となる省エネ基準の星1つ、2030年には次の最低水準となる星3つのところに多くの物件が張りついた状態になると考えられる。逆に BEI*0.6 以下の水準のものが多く出てくる可能性もある。実態調査等でどのような分布になっているかを確認し、必要があれば星の数と BEI を再設定すべき。
- ・ (事務局) 実態を踏まえた星の数の再設定の必要性については、御指摘のとおりと受け止めている。再設定の際に、星1個分当たりの間隔を都度見直す、あるいは間隔は変えずに上に星を付け足す、といった色々なやり方があるが、今回は一定間隔で星を振るシンプルな案をお示した。
- ・ (池本委員) 星のマークの基準を設定し直して上を目指していくことについては強く賛同。もちろん切り替えのタイミングにおける旧 BELS との星のマークとの誤認がないようにする等の配慮が必要かもしれないが、目指していく方向性が明確になって良い。
- ・ (熊谷委員) 多段階表示について、表示が分かりやすいことに加えて誤解がないことが必要。例えば星1つの表示が何か劣るのではないかと誤解があると若干問題がある。例えば0から5とは別に未評価という表示を入れることは考えられないか。
- ・ (事務局) 前回検討会において、性能が不明である旨の表示は、負担の割に意味がないのではないかと意見があった。一方で、ポータルサイトで省エネ性能の欄が空白になるのは避けたほうが良いというご意見もあり、運用上について検討させていただきたい。
- ・ (齋藤委員) BEI、UA 値、 η AC 値などの専門的な数値は第三者評価を受けたときに詳細なレポートの中で書く数字であって、自己評価の場合の表示すべき事項にはあえて入れなくても良いのでは。自己評価であるということに加え、BEI の数値の細かい違いによって体感に差が出るものでもないため、まずは消費者が分かりやすいことを優先すべき。また、現場の営業担当が BEI 等の性能を説明するのは非常に困難だと思うため、なるべく細かい数字ではなくイメージとして分かるようなレベルに留めるべき。その上で第三者評価を受けたエンジニアリングレポート等の中で解説も加えた上で細かな数字を入れた方が、現場としては運用しやすいのでは。
- ・ (一般社団法人不動産協会 竹内オブザーバー) ラベルの星に対応する性能値について、住宅・非住宅で揃える必要があるのかどうかは再検討いただきたい。理由としては住宅と非住宅の表示の受け手は大分異なり、同時の比較対照にはならないため。また、住宅は ZEH 水準であっても省エネだと5段階中3番目、断熱だと4段階中下から2番目という位置づけとなり、高性能住宅という印象を抱きづらいという懸念。ユーザーが ZEH 水準を選択しようという感度アップにつながらず、事業者にとっても ZEH 水準を目指

す裾野拡大の動機づけにならない可能性がある。

- ・（事務局）住宅と非住宅では表示の受け手が違うのではないかというご意見も踏まえ、ラベル上の表現を検討していきたい。
- ・（一般社団法人不動産協会 竹内オブザーバー）ラベルの表示において、何の制度に基づくラベルなのかの表記が必要。しっかり制度に則ったラベル表示であるということを視覚的に理解いただく必要がある。
- ・（不動産情報サイト事業者連絡協議会 松浦オブザーバー）BEI などの用語やその数値について、一般消費者のみならず広告主となる仲介会社がしっかり理解できるかという観点が必要。一般消費者の問い合わせを受けるのは仲介会社なので、この辺りが分かりづらい・理解しづらいと表示の普及を妨げる要因になる。イメージとして捉えていただけるような分かりやすさが必要。

<表示ルール（素案）：表示の方法>

- ・（堀江委員）CASBEE 等の環境性能表示制度による表示をしている場合について、例えば CASBEE は総合評価でありエネルギー性能に関する内容は一部だが、総合評価ではなくエネルギー性能の箇所の表示をもって代替できるという趣旨か。
- ・（事務局）総合評価の結果とは別途、評価書に性能値が詳しく書いてあるものもある。各制度での省エネ性能の表現と、建築物省エネ法に基づいて表示する省エネ性能との対応関係を確認の上で具体の運用を検討していく。

<表示ルール（素案）：その他>

- ・（池本委員）既存住宅について、賃貸では新築で出たものが2年後に再募集がかかるようなことがよくある。ポータルサイトでは新築と中古の賃貸が同じ画面上で表示されるので、一度評価を受けたものが再度出る際の基準は少なくとも決めておかないと、現場の混乱が起きるのではないか。既に計測されたものは、年だけでも評価年月日が明示されていれば一定は認めるなど、まずは制度を普及させるために多くの物件が表示に資するような方向で検討いただきたい。
- ・（事務局）前回検討会の論点として提示していたが、都度再評価となると当然負担があるため、性能が下がらない場合には引き続き過去に取ったラベルを使えば、負担感としては小さいのではないかと考えており、その点も踏まえて検討する。

<ラベル等のイメージ>

- ・（中村委員）再エネに関する表示は評価書でカバーされるとのことで理解。ただ、イメージを見ると、ラベルが複数あることに対して消費者がどこまで違いを理解できるかは懸念。情報の重複は前回も課題として挙がっており、運用する中で色々な課題も見えてくると思うので、いずれ整理して分かりやすく見やすいものに統一してほしい。
- ・（岩崎委員）星表示は非常に分かりやすくて良い。もう少し字を小さくして星の方を目立たせてもいいのでは。断熱性能の数値は一般消費者にとってはなかなかパッと分からないので、例えば大きな1つの家の絵の中で、どのくらい達成しているのかを色分け等で表示するのも良いのでは。アクセシビリティの問題もあると思うが、デザイン、文

字のフォントや配置等で工夫をしてもらえると良い。

- ・（一般社団法人不動産協会 竹内オブザーバー）ラベルの色は緑縛りなのか。東京都などの自治体の表示と極めて似た見え方になっており、併存すると受け手側に混乱を来すのではないかと。かつ、この表示自体が効果を発揮しないという可能性もある。
- ・（事務局）家電の表示制度等も踏まえて緑色にしていた。白黒印刷でも内容を理解できるしつつ、カラーだと訴求する見え方が望ましいと考えるが、全て国で決めるのか、デザインの余地を第三者認証制度に残すのかも含め、今後検討していきたい。
- ・（一般社団法人住宅生産団体連合会 田村オブザーバー）ZEHの普及促進の観点から、ラベル表示にZEHも併せて表記できるようにしたほうがいいのではないかと。また、評価書への記載でもいいかもしれないが、売電を含むエネルギーの総量評価をした表示もあった方がよい。
- ・（事務局）現状、BELSを取っている場合のラベルには、ZEH・ZEBマークが載っているので、その運用については継続されることを想定している。

（２）環境整備の進め方等について

○事務局より、資料４を説明

○これに対し、以下の質疑応答が行われた。

<全体>

- ・（堀江委員）資料の全体的に住宅を念頭にした書きぶりになっている。非住宅の大規模物件の売買の場合には相対取引ということで一般向けの広告は行われず、買い手としてふさわしい数社にのみ、エンジニアリングレポートや不動産鑑定評価書を含む情報が提供され、投資の判断をすることになる。住宅とは全く違ったプロセスになるので、その辺りもカバーされるような補足をしてほしい。情報伝達ルートの図についても、大規模非住宅の売買には仲介事業者というものは存在しない。
- ・（堀江委員）ステークホルダーの中に、BELCAやエンジニアリングレポートの作成企業、場合によっては不動産鑑定も含め、いわゆる機関投資家間の取引に関係するようなステークホルダーも加えていただければ。
- ・（堀江委員）全体的に「消費者」という言葉が多くなっているので、ふさわしいところには「不動産投資家」等、非住宅の取引も念頭に置いた文言を追加いただきたい。

<販売・賃貸事業者における、具体的な対応>

- ・（池本委員）法的には努力義務対象外の仲介業者がきちんと表示できるような体制作りはそう簡単ではない。仲介事業者としては、情報が届いていないのに表示せよと言われても困るし、それで表示をしていないからといって公取規約による罰則を受けるようなことになれば間違いなく反発があるだろう。ただ、仲介事業者が表示して現場で説明しない限り、多くの物件の情報は消費者に伝達されないことも事実。中期的にはやはり、公取規約に位置づけるべき。ただ、情報伝達がなされるかどうかは仲介事業者の努力だけではなく必ず不可抗力もあり、間に入るコンバーターや、売主がレイズ等に載せているかどうかなど色々な要素が影響する。したがって、数年かけてシステムが回ること

を確認できたときには公取規約上に位置づけるというように、時間軸をずらして慎重に運用すべき。

- ・（岩崎委員）消費者に表示が確実に届くことが必要。販売事業者等が直接消費者に届ける場合はいいが、仲介事業者等が入るときは流れのどこかで表示が省略されたり、間違えられたりする可能性がある。それを防止するようなルール作りと共に、仲介事業者の協力を得ることがとても大切。同時に、きちんとシステムが稼働しているかモニタリングを継続することが必要。

<ラベルの取得>

- ・（中村委員）第三者認証を取得しない場合のラベル取得フロー図の中で、必要に応じて計画変更手続と書かれているが、途中、計画変更が生じた場合は、ラベリングの情報は再取得することになるのか。
- ・（事務局）法律上、適合性判定を取った後に計画に大きな変更があれば再度適合性判定が必要となっており、竣工後の建築物については最終的な内容の適合性判定通知書が存在する。その内容に基づいて表示することを想定している。

<制度の円滑な施行>

- ・（大森委員）消費者への浸透の手段については、住居探しをするのは比較的若年～中年の方が多と思われるため、文字の記事だけではなく、彼らが簡易に接続できる YouTube 等の動画を作成して浸透させるのも良いと思う。YouTube は子供でも簡単に視聴できるので、将来、子供たちが大人になったときに、自然に省エネのことを意識できるような環境を整えていくことにもつながるのではないか。
- ・（熊谷委員）各関係者に周知をしなければいけないという点はそのとおり。周知の中身の問題として、本制度は販売・賃貸事業者それぞれに努力義務が課せられており、宅建業者としての販売業者や宅建業者としての仲介業者には義務付けがされていないが、いざその表示を報告するという形になると、例えば表示の内容如何によって宅建業法上の 31 条の信義誠実義務違反や誇大広告が問題になる余地がある。不動産業課とうまく交通整理をして、宅建業者としてはどこまでをやればいいのかを具体的に調整し、周知の中身に反映させてほしい。
- ・（秋元委員）仲介会社や販売・賃貸事業者、不動産鑑定事業者等への周知や理解度の向上が重要なので、何らかの形で講習を受講した、ルールを理解したということが分かるように、義務化のような仕組みを作っただけだと間違いがないのでは。目安光熱費表示制度の資料（参考資料 3）のようなものを教材として、しっかり目を通した上で制度を運用するプレイヤーとなるような仕組みを構築いただければ。
- ・（池本委員）できれば宅建事業者向けの法定研修などの中に表示制度の内容も位置づけて、制度施行に向け、動画を使うなどして分かりやすく理解するような場を積極的に作ってほしい。ポータルサイト事業者の営業担当が仲介事業者と話すときに使えるような、広告入稿のタイミングでどうしたらいいかといった共通の説明ツールをぜひ一緒に作らせていただきたい。
- ・（池本委員）プレスリリースを打って、WEB を含めた多くの住宅専門メディアで制度が始

まることを周知すべき。関心度の高いテーマなので、波及効果が出てくると思う。

- ・（岩崎委員）表示制度の浸透には、表示やラベルの信用性がとても大事。分かりやすさの観点から統一的な表示を行うこと、その上で表示の中身が同一のレベルが保たれていることも非常に重要。適合判定方法によってレベルにばらつきが出ては表示の信用性が無くなることにもつながりかねないので、ばらつきが出ないような制度作りを検討する必要がある。

<表示実態等の把握>

- ・（大森委員）表示の取組の把握については、事業者が取り扱っている物件のうち省エネの情報が載っている物件の割合によって、国からメリットがあるようなシステムがあっても良いのではないか。
- ・（熊谷委員）表示状況を情報発信できる共通プラットフォームの整備は非常によい取組。実際の作り込みが大変だとは思いますが、上手く活用できると一定の水準以上の対応をしている事業者は対応が進んでいることを周知・発信できるので、インセンティブにもつながる。
- ・（岩崎委員）不適切な表示を把握するための消費者等からの情報提供を受ける窓口の整備について、WEB上に置く形がおそらくメインになるかと思うが、電話窓口を設置すれば色々な年齢層・利用者層から幅広く情報が集められると思う。受けっぱなしではなく、受けた情報をどう改善につなげていくかという体制作りも重要。

<制度の実効性>

- ・（大森委員）勧告は社会的影響が大きい場合に行うことを想定しているとのことだが、結局大手事業者のみが対象になってしまうのではないかという印象を持った。大手だからこそやってほしいところもあるかと思うが、大手事業者だけが割を食うような印象を与えてしまわないよう、工夫が必要かもしれない。
- ・（秋元委員）仕組みが正しく使われることが重要。勧告の対象となるような違反のチェックについても、不適切表示の報告やプラットフォームで実態を把握することが大事。

(3) その他

○事務局より、資料5を説明

(4) 閉会

以上