

中古住宅・リフォームトータルプラン検討会（第2回）

議事録

中古住宅・リフォームトータルプラン検討会（第2回）

平成23年5月30日

【事務局】 お待たせいたしました。ただいまから第2回中古住宅・リフォームトータルプラン検討会を開催させていただきます。

本来でありますれば3月に開催する予定でございました。去る3月11日に発生いたしました東日本大震災の影響を踏まえまして、本日まで延期をさせていただきまして、大変ご迷惑をおかけいたしました。

本日は、委員の皆様方におかれましてはご多忙のところご出席をいただきまして、まことにありがとうございます。私、事務局を務めております〇〇と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

この検討会、マスコミの方に対して公開としておりますので、よろしくお願いいたします。また、カメラ撮りは冒頭から議事に入るまでとなっておりますので、マスコミの皆様方におかれましてはよろしくお願いいたします。

それでは、第2回の検討会の開催に当たりまして、市村国土交通大臣政務官よりごあいさつを申し上げます。よろしくお願いいたします。

【市村国土交通大臣政務官】 ただいまご紹介賜りました国土交通大臣政務官の市村でございます。本日は、座長をはじめ委員の皆様におかれましては、ご多用中にもかかわらず貴重なお時間を賜りましたことを心から感謝を申し上げます。第2回のこの中古住宅・リフォームトータルプラン検討会でございますが、この中古・リフォーム市場を2020年までに倍増させたいという思いであります。そのためにトータルプランをつくりたい。そのためにこの委員会でご検討を賜りまして、しかも時間を長くかけるのではなくて、ほんとうにインセンティブな、非常に集中した議論を賜りまして、そして迅速にこのプランをつくり、2020年につなげてまいりたいと思っております。

ただ、私がお聞きしましたところによりますと、倍増どころではないというお話もあるようでありまして、経済成長に資する意味でも、この中古・リフォーム市場を形成していくということが極めて注目されておりますし、大切なことだととらえられております。それに向けて、座長をはじめとしましてお力を賜りますことを心からお願いいたしまして、冒頭のごあいさつとさせていただきます。よろしくお願い申し上げます。ありがとうございます

います。

【事務局】 市村政務官におかれましては、この後、公務のため途中退席の予定となっておりますので、よろしくお願いいたします。

次に、前回ご都合によりご欠席されまして、今回初めてご参加をいただきます委員の方をご紹介します。

(委員紹介)

【〇〇委員】 よろしくお願ひします。

【事務局】 また本日は、中古住宅・リフォーム市場の調査結果をご報告いただくため、民間の調査機関の方にもご出席をいただいております。ご紹介をさせていただきます。

(外部有識者紹介)

【〇〇】 〇〇でございます。よろしくお願いいたします。

【事務局】 もうお一方、

(外部有識者紹介)

【〇〇】 〇〇でございます。よろしくお願いいたします。

【事務局】 次に、資料の確認をさせていただきます。お手元でございます議事次第の配付資料のところをごらんください。資料には、きょうは通し番号でページをつけてございます。資料は1から14までとなっております。ページで申しますと1ページから90ページまでとなっております。それに参考資料1、2、3が加わりまして、すべてで94ページの資料になってございます。欠落等がございましたら事務局までお申し出いただきたいと思ひます。よろしくお願いいたします。

次に、お手元の資料2にございます規約にございますが、本検討会では、資料及び議事内容については原則として国土交通省ホームページ上で公開することといたしております。あらかじめご了承くださいと思ひます。

それでは、以後の議事進行につきましては座長にお願いをしたいと思います。よろしくお願いいたします。

【座長】 〇〇でございます。それでは、ただいまから第2回の中古住宅・リフォームトータルプラン検討会を進めていきたいと存じます。

委員の皆様には、大変お忙しいところ本検討会にご出席いただきまして、ありがとうございます。まずは、震災の影響で全体的なスケジュールに変更があるようでございますので、事務局より説明をお願いいたします。

【事務局】 それでは、参考資料3、最後のページになります。

政務官が退席をいたします。

【市村国土交通大臣政務官】 申しわけございません。冒頭だけで失礼いたします。

【事務局】 それでは改めまして、参考資料3をごらんください。最後のページについております94ページ目でございます。全体のスケジュールでございます。前回2月9日の資料では、6月まで月1回ペース、計5回の検討会を予定しておりました。震災の影響で約2カ月予定がずれ込んだこと、それから中古・リフォームの全般的な議論を行おうと思っていること、こういったことによりまして、9月までの計6回でもう一度スケジュールを組み直しております。これでよろしくお願ひしたいと思っております。

本日は第2回ということで、リフォーム市場の活性化について集中的にご議論をいただく予定でございます。前回の検討会でいただいた宿題、それから新しく行った調査結果、それに民間の調査機関で行いました市場規模調査などなどの結果をご説明いたしました後、5名の委員の皆様方から資料を提出していただいております。ご説明いただきまして、その後で、リフォーム市場の活性化に向けた方策について集中的にご議論をいただきたいと思っております。どうぞよろしくお願ひいたします。

【座長】 ありがとうございます。

続きまして、資料の説明を、事務局と民間の調査機関の方よりお願ひいたします。どうぞよろしくお願ひします。

【事務局】 事務局の〇〇でございます。私のほうから、資料3から資料7につきまして、全体で20分程度でご説明をさせていただきたいと思ひます。座って失礼いたします。

まず資料3でございますが、通し番号は赤い字で書かせていただいております。資料3、通し番号として3ページ目でございますが、リフォーム工事における瑕疵担保期間についてのデータでございます。これは本検討会のためにアンケートをとったものでございます。

資料3を1ページお開きいただきまして、通し番号の4ページ目をごらんください。赤い色の4ページ目でございます。この調査結果をここに書かせていただいておりますが、躯体や雨水防水工事を含む場合をAとしまして、Bにそれ以外の場合、いわゆる設備や内装のケースという場合に分けてございます。さらに、棒グラフの青色は戸建て住宅でございまして、赤色はマンション、特にマンションの専有部分のリフォームの工事についてあらわしてございます。

Aの部分、上の段をごらんいただきますと、5年、10年のところで1つの山がござい

ますが、一番多い、特にマンションの内装リフォームにつきましては、「なし」というものが44.1%と非常に多くなってございます。ここで「なし」となっておりますのは、契約書等で「なし」と書いているわけではございませんで、ほとんどの場合が瑕疵担保期間の定めをしていないというものでございます。なお、ここでご説明申し上げております瑕疵担保期間につきましては、一番下の※に書いてございますが、「瑕疵担保期間」と書いてあるもののほか、「保証」と言ったり、あるいは「無料アフターサービス」といったようなものも含めて瑕疵担保期間ということでここに記させていただいております。

下の段をごらんください。Bでございます。いわゆる設備・内装のケースでございますけれども、一般的に設備・内装の場合は上の躯体の工事に比べまして期間が短くなってございまして、大体7カ月から1年、あるいは2年のところに山がございまして。さらに「なし」というものにつきましても、特にマンションにつきましても34.5%となっております。

こういう場合、契約書等で瑕疵担保期間の定めがない場合にどうなるかということと、なぜこれほどばらつきがあるのかという原因が、1つ民法にございまして、次のページ、通し番号、赤色の5ページをお開きください。ここに、瑕疵担保責任期間につきまして、下の段に民法の抜粋を書かせていただいております。これは請負部分の瑕疵担保期間でございますが、原則規定はこの第637条の1項にございまして、ここに、「仕事の目的物を引き渡したときから一年以内にしなければいけない」ということで、民法上、瑕疵担保期間は、請負の場合、1年であるというのが大原則となっております。

ところが、特例といたしまして638条がございまして。ここには、建物その他の土地の工作物につきましては、引き渡しの後5年間となっております。ただし書きは、石づくりやコンクリートづくりの場合は10年となっております。ここで問題になりますのは、先ほどの設備や内装の場合は637条1項であるということはほぼ争いがないものでございますが、例えば耐震改修工事をしたり、もしくは建物の躯体、柱をいじるような工事の場合には、638条の5年間が適用されるのか、そうではなくして、あくまで638条は新築であって、637条の1年間が適用されるのではないかということの争いがございまして、ここについては文献もほとんどございませぬし、判例も探したところ見当たりませんでした。

その結果、上にございます標準契約書を一部の協議会で作っておりますが、ここも、「民法に定める責任を負う」ということで、そもそも民法で何年ということが定まってお

りませんので、実はリフォームの瑕疵担保責任期間について民法上も明確になっていないということも、先ほどのばらつきが多いということの理由かと思われます。

資料3は以上でございます。

次に、資料4をお開きください。通し番号の7ページでございます。これは世帯類型別の住宅の状況でございます、1ページをお開きください。通し番号の8ページでございます、前回、世帯数の推移についてご説明申し上げた際に、委員から、この世帯数の推移だけではなくして、家族構成と住宅の種別についてのデータも出してほしいというご指摘がありましたので、今回追加して説明させていただくものでございます。

次のページ、通し番号9ページをお開きください。ここでは家計を主に支える者の年齢の分類でございますが、一番右側をごらんください。これは全体でございますが、青色が夫婦のみ世帯、赤が夫婦と子供世帯、一人親世帯と子供世帯、単独世帯が紫色でございます、その他の親族世帯となっておりますが、これは例えば3世帯住宅、夫婦プラスお父様、さらにお祖父様・お祖母様が住んでおられるというような場合に、このその他の親族世帯に入っております。このグラフでございますように、20代以下と70代以上で単独世帯が多くなってございまして、従来、標準世帯あるいはファミリー世帯と言われました夫婦と子供世帯は、全世帯にわたりまして半数以下となっているのが現状でございます。

次のページ、10ページ目をごらんください。ここでは住宅の所有関係・建て方による分類をお示しさせていただいております。ここでは家族類型別に、住宅の所有関係、持ち家・借家、あるいは戸建て・共同の別を分析したものでございますが、真ん中に全体がございすけれども、ごらんいただいておりますように、夫婦のみや夫婦と子世帯などでは持ち家住宅、一戸建てが多くなってございすますが、単独世帯、これは1,473万世帯で最も多い世帯でございますが、ここでは借家が過半数を占めてございす。

次に、赤の11ページをお開きください。ここでは世帯主の年齢別の住宅類型を示させていただいております。世帯主の年齢が上がるにつれて持ち家割合が高くなるのが見てとれるかと思ひます。ここにございすように、オレンジ色の持ち家が増えていく様子がおわかりいただけると思ひます。

次のページ、12ページをお開きください。今の各いろいろな世帯に比べまして、単独世帯に絞った形での住宅類型、年齢別の住宅類型を分析したものがこのページでございまして、ここにございすように、年齢とともに持ち家住宅が増えていくのは先ほどの他の

世帯と同じでございますが、50代を過ぎても持ち家比率が上昇しているのが特徴的でございます。前のページ、11ページのほうでは、30代、40代と持ち家住宅が一気に増えていくのに比べまして、単独世帯の場合は、40代、50代を過ぎてから持ち家の比率が上がっていくという特徴がございます。

資料4は以上でございます。

次に資料5、赤色の通し番号13ページをごらんください。ここでは、やはり前回委員のほうから、リフォームの内容と価格についてイメージがわかるものを提示してほしいというご指摘がありましたので、今回ご提示させていただいたものでございます。これは、工務店やリフォーム会社、量販店等40社に対しましてのアンケート及びヒアリング調査に基づいて作成したものでございまして、費用はあくまで参考値でございます。工事の内容によって異なる場合もございますので、あくまでこの幅でなければいけないというものでないことだけはご了解いただきたいと思います。ちなみにこの費用は、設備・本体の費用込みでございます。

左からご紹介いたしますと、太陽光発電システムは200万円から300万円、タンクレストイレへの交換は30万円から50万円、システムバスは60万円から150万円、耐震補強、これは下の基礎の部分をしめた場合でございますが、100万円から200万円程度、そして右側でございますけれども、スレート屋根の塗りかえが20万円から80万円、内窓の設置、これは1つの窓の場合でございますが、6万円から12万円、例えば1部屋の壁クロスを珪藻土にかえた場合、おしゃれにするために珪藻土にする場合に18万円から30万円、さらにシステムキッチンが40万円から80万円、畳からフローリング、これは1部屋分でございますが、15万円から60万円程度となっております。

次のページをお開きください。14ページでございます。詳細は省略させていただきますが、ここではさらにもう少し細かく、縦軸に価格帯、横軸に工事の種類を示させていただきました。これをごらんいただきますと、例えば一番左側の水回り系でございますが、大部分の工事、システムバスの交換やシステムキッチンの交換も含めまして、大体100万円以下の工事が多いということがここで見てとれます。また、右側から2つ目ぐらいに構造・外装・防水系、いわゆる躯体をしめる工事の部分でございますが、ここは100万円以上の工事、例えば100万円から300万円のところですと屋根をしめる工事、もしくは300万円から500万円のところで増築になりますと300万円から2,000万円ということで、よく言われますけれども、100万円以下の工事はリフォーム工事が多

いという場合には一般的に水回り系をおっしやっている、もしくは100万円を超えるではないかという場合には構造や外装をいじっているような工事が多いというのが見てとれるかと思えます。

資料5については以上でございます。

続きまして、資料6についてご紹介をさせていただきます。資料6はリフォーム事業者検索サイトについてでございます。これは、前回、第1回目、もう時間がたってしまいましたのでお忘れかもしれませんが、消費者からしてみますと一番問題が多いのは価格帯でございますが、リフォーム事業者をどうやって探したらいいのかわからないということが問題ということもございましたので、ここでリフォーム事業者検索サイトについてご紹介させていただきます。

左側でございますのが基本的なリフォーム事業者検索サイトでございます。リフォーム瑕疵保険制度というのがございますが、そのリフォーム瑕疵保険に登録した事業者を、このサイトを使って検索・閲覧できるような制度でございます。

大変恐縮でございますが、1ページお開きください。赤色の16ページでございます。今、申しあげましたサイトが実際にはこれでございます。ここから、工事別にクリックをいたしまして、県別もしくは地域別に、いい事業者がないかなということで、ここで具体的なリフォーム事業者の名前、連絡先などが検索できるようになってございます。

大変恐縮でございます。15ページ、一番最初のページにお戻りください。これだけですと単にリフォーム事業者の名前だけしかわかりませんので、そのリフォーム事業者がどんな工事をしているのか、どんな業者なのかということを知りたい、さらには具体的な工事の申し込みをしたいというニーズがございましたので、そのニーズにこたえた検索サイトにつきまして、一定の要件を備えたものにつきまして、その仕組みの整備などに国庫補助を、今、行っているところでございます。

要件でございます。一番下の段、右側でございますが、先ほどリフォーム瑕疵保険登録事業者ということが左側の要件になってございますが、この右側のサイトの場合には、その要件に加えまして、請負金額100万円以上のリフォーム工事を請け負う場合には必ずリフォーム瑕疵保険に加入すること。これは、リフォーム瑕疵保険登録事業者であっても、個々の工事ごとについてリフォーム瑕疵保険を使うかどうかは任意となっておりますけれども、右側のサイトでは、100万円以上では必ずリフォーム瑕疵保険に入ることが義務づけられております。

さらに、リフォーム事業者が何か問題を起こした場合に、それを監視するための監視委員会の設置、さらに苦情があった場合に苦情処理をしまして、場合によっては登録の抹消などをする仕組みがつけられたものについて、補助事業として採択をしています。

特徴の①にございますように口コミ情報、②にございますリフォーム工事の申し込みが可能ということで、現在、2社採択しておりますが、17ページをお開きください。この資料の最後のページでございますが、17ページに具体的なホームページを示しています。右側をごらんください。ここにございますように、真ん中に「口コミ評価地域平均」、もしくは下のほうに評価点を書いてありますが、これは、実際に注文した方が、この業者がどうだったかというものの口コミをここに客観的に載せることによって、ほかの消費者の方が選ぶ際の参考にしていただくというものでございます。

資料6は以上でございます。

資料7をごらんください。通し番号18ページでございます。耐震改修リフォームについてご説明させていただきます。今回の地震にございましたように、リフォームにつきましては、特に耐震改修の必要性は言うまでもございませんが、この検討会のために2回アンケートを行いました。18ページにございますように、地震直後の3月25日前後、それから第2回としまして、地震から2カ月たった5月10日、2回アンケートを行ったものでございます。

1ページお開きいただきまして、19ページをごらんください。耐震改修工事の内容イメージでございますが、ここには、消費者の方々に耐震改修のイメージを書いていただいておりますが、基本的に実態とのミスマッチはないというのが見てとれるかと思えます。筋交いを入れたり、壁を補強するというところでございます。

次のページ、赤の20ページをお開きください。耐震改修工事のメリットとデメリットを聞いてございます。左から4つの箱までがメリット、点線の右側にデメリットと書いてございますが、メリットとしまして一番大きいもの、青で囲ってございますが、約90%の方々が「安全性が増す」、さらに、左から4つ目でございますが、「資産価値が上がる」という方も45%いらっしゃいました。

他方、デメリットとしまして圧倒的に多いのが、右から2つ目でございまして、93%の方々が「工事費用がかかる」ということをデメリットとして挙げてございます。さらにそれ以外のデメリットとしまして、「家の見ばえが悪くなる」など、居住性が悪くなるというデメリットを挙げていらっしゃいます。

次のページ、21ページをお開きください。耐震改修リフォームの意向を居住地別にとり、なおかつ1回目と2回目で比較したものでございます。先ほど申し上げましたように、1回目のアンケートは地震直後にとったものでございまして、2回目は5月10日、地震から2カ月ぐらいしてからとったものでございます。まず左側でございますが、耐震改修の必要性につきまして、特に北海道と関東、北陸、甲信越、いわゆる今回の地震で影響を受けた地域をごらんいただきますと、青が実施したいという方々でございますが、震災直後には、関東では55.9%の方までが「必要性がある」と答えられましたが、1カ月半たって5月10日前後に質問させていただきますと、北海道、東北、関東などのほとんどの地域におきまして平均的に戻ってしまったというものでございます。

さらに、右側のグラフでございますけれども、耐震改修を実施したいという方の内訳で、補助金を利用できれば実施したいという方が非常に増えているということで、やはり地震直後に比べて実施したいという人が減っているのと、さらに、実施したい人の中でも補助金があれば実施したいという方が増えたという結果でございます。

次に、22ページをごらんください。耐震改修工事費用についてでございます。今、申し上げたように、消費者にしてみますとやはり費用というのが非常に大きいポイントになってございます。左側には消費者の想定している耐震改修費用、どれぐらいかかるんだというものでございますが、実際には100万円以上かかるという想定をされている方が大部分でございます。じゃあ、実際に安ければ実施したいと考えている人が先ほどいらっしゃいましたが、どれぐらいの金額であれば実施してもいいかという自己負担をお聞きしたところ、過半数が50万円未満を希望しておりまして、実際には自己負担が50万円未満でないとなかなか耐震改修工事をしたいという気にはなれないという結果になってございます。

次のページ、23ページをごらんください。今度は男女別の耐震改修への認識でございます。耐震改修の必要性を男女別にさらに分けたものでございますが、左側、まず耐震改修の必要性に対するイメージでございます。左側から2つ目、3つ目でございますが、「実施したい」という中でも、「補助金等が利用できれば」とか、「費用がもっと安ければ」ということで、条件付きの実施の方が多いというのが見てとれます。さらに、○でくくってございますが、「よくわからない」というところを見ますと、紺と青が男性、ピンクと赤が女性でございますが、女性のほうが耐震改修のイメージを実感しにくいという結果になってございます。

さらに、この左のグラフのうち「費用がもっと安ければ実施したい」という方をピックアップしまして、具体的にどれぐらいの費用だったら実施してもいいかというものが右側のグラフでございます。ここでも……、すみません、カラーでつけさせていただいていますが、印刷の粗いものが一部入っているようでございますので、もし印刷の粗いものがございましたら、言っていただいて、交換をさせていただきます。大変申しわけございません。失礼いたしました。23ページ、右側でございますが、ピンク・赤のほうは青色より多くなっております、女性は男性に比べて、より安価な費用を望む、要は30万円以下ぐらいでないとやらないという結果でございました。

次のページ、赤の24ページをお開きください。それでは、先ほどのリフォームのデメリットに一部ございましたが、居住性が悪くなるというイメージもございましたので、耐震改修工事をするを仮定して、同時に実現したいことを皆様方に聞いたところ、水回り、内装リフォームをご希望なさっておりました。推測になってしまいますが、これからは、こういった水回りや内装のリフォームを同時提案することによって、居住性もよくなるということによって耐震改修工事も進めることができるのではないかと考えております。

次に25ページでございます。先ほど費用の点についてやはり大きな壁になっていると申し上げましたが、既に地方公共団体においては、1棟全部の耐震改修ではなくして部分改修や小規模の改修についても助成を行い始めております。例えば一番上の大阪市でございますけれども、①、②、③にございますように、1部屋だけを補強する工事、それから評点1.0以上というのがいわゆるしっかりした耐震改修と言われるものでございますが、それが0.7以上でもオーケーとする、あるいは1階のみを評点1.0以上とするというような、簡易な耐震改修工事に対しても助成を始めている公共団体が増えてございます。

最後、26ページでございます。そうなりますと、消費者の許容する負担額にどうやって近づけていくかというのが耐震改修工事を広げる上では大事なポイントになってきますが、まず左側の①でございます。平均的な補助による場合、1棟全体をしっかりとした耐震改修工事をしようとする、平均的な工事費200万円かかります。それに対しまして、平均的な補助額としまして現在50万円から60万円ですと、自己負担額が140から150万円ということで、負担してもいいという額には届きません。

ところが②でございますが、最も手厚い補助をしていますのは、我々が把握している限り横浜市でございまして、150万円の補助金をしておりますが、この場合は自己負担が50万円となります。

さらに③でございますが、簡易な耐震改修、1部屋のみとか、部分的な補強をした場合には、平均的な工事費を75万円としますと、補助金が25万円から37.5万円だとしても、自己負担は50万円を割るという結果になるものでございます。

私のほうからは以上でございます。

【座長】 それでは、続いて〇〇さん、お願いします。

【〇〇】 〇〇でございます。座ったままでご説明させていただきます。お手元の資料8に沿って、中古住宅流通・リフォームの潜在需要についてご報告いたします。

1ページめくっていただいたものは目次みたいなものです。シートは全体で10枚になっております。各シートに、ページ数とは別に左肩のところに1から10まで番号を振っております。それに沿ってご説明いたします。

もう一枚めくっていただいて、1は我々の現状認識です。日本の住宅市場は、不幸な縮小か健全な成長かの岐路にあるというのが基本的な認識です。それは、真ん中の「克服すべき現状」というところに書いてあるように、国民のニーズと市場の現状にややミスマッチが生じていると認識しております。ここで、環境整備等、有効な働きかけを行えば、これから健全な成長を描いていく可能性が大きい。一方で、手をこまねいて必要な手だてを講じなければ、負のスパイラルに陥って不幸な縮小になってしまうのではないかと、そういう認識を持って調査に当たっております。イメージはこちらの図にかいてあるとおりです。

次、めくっていただいて、2は、市場の環境の現状の認識と、近い将来を数字で見たものです。この中に4つのグラフがありますが、この中で言いたいことは3つです。1つは、現状で新築10年分くらいの住宅が余っている。これは、実質の空き家というもので見てもそういう状況になっていると。左上のグラフに示すとおりです。

2つ目は、先ほども話が出ましたけれども、ファミリー世帯が中長期的に減少して、世帯構成がかなり変わっているということですね。右上のグラフは30代が世帯主の数の推計ですけれども、どんどん減っていると。左下のグラフは先ほどもデータがあった世帯構成別の比率ですけれども、単身世帯、単身世帯だけ伸びていきますが、それ以外は減っていくという状態になって、世帯構成が変化していくと。

3つ目は、年収が下がっている。右下のグラフは30代の平均年収の推移ですけれども、一次取得者のパワーが非常に落ちていると。

そういう中で豊かな住生活をきちんと国民に届けるには、住宅ストックをきちんとうま

く生かして、リーズナブルで豊かな住まいを提供する必要があると位置づけております。そしてそのために有力な手段というのが、住宅を維持し、価値を上げるリフォームであり、中古住宅流通ですけれども、その両方が、現状、いろいろな課題を抱えていると認識しております。次の3から6までが、そのリフォーム・中古が抱える課題と、それを解消したらどのぐらいの効果が見込めるかというものをみたものです。

3は、リフォームの課題と必要とされる環境整備というものを、今回いろいろ行いました消費者の調査の結果からまとめたものです。左側の絵がその概要です。大きくは不安1から4とありますけれども、費用はどのぐらいかかるかわからないとか、会社が信頼できないのではないかとか、そもそもリフォームでどこまでできるかわからないとか、あるいはどこに頼めばいいかというような不安を抱えている状況で、市場がなかなか顕在化しないような状況になっていると。これに対してデータベースの整備ですとか、窓口の整備ですとか、マッチングというようなものを行ったら効果があるのではないかと我々は考えております。

具体的にそういった環境整備による効果がどのくらい期待できるのかというのを今回測定したものが4のプリントです。これは、今回、効果を測定するために積極化率という指標を考案して適用しました。具体的には、ある課題に対して、潜在需要者のうちどのぐらいの割合が、その事柄を障害、バリアとして認識しているかというのを聞いて、その上で、そのバリアがなくなった場合に、どのぐらいの割合の人たちが潜在から顕在に動くかというのを調査から推定したものです。

具体的にはこちらの絵で説明したいと思うんですけども、これは1,000人に対して、リフォームを依頼する際にどのくらい費用がかかるかわかりにくいですかと聞いたところ、840人がイエスと答えていると。今度はこの840人に対して、次は、じゃあ、そのバリアがなくなったらリフォームを依頼しやすいですかと聞いたところ、87%強に当たる732人がイエスと答えている。これをもって積極化率73.2%としております。

このような方法でそれぞれの課題について聞いて、その積極化率、要は課題を解消した場合の市場が動く率というのを高い順に並べたものが右側の①から⑤です。価格の目安を示す、業者の評判や評価をきちんと示す、気軽な相談窓口を設けるというのが高い順になっております。

めくっていただいて、5と6が、同じようなことを中古住宅流通について調べたものです。5は中古住宅流通の障害を、現状と課題、必要な環境整備、大きくは心理的な抵抗感

であるとか、構造や性能などの心配、新築に比べて本来安いはずなのに割安感がないという金銭的な問題、それから需要の多様化に対応できていない、供給側の問題があると考えています。

めくっていただいて、6が、リフォームと同じように、環境整備を行った場合にどのくらいの効果が期待できるかというのをそれぞれ積極化率として算出したものです。こちらは、右側にやはり高い順に並べたものがあるんですけども、条件に合う物件がなかなか見つからないということと、品質や構造に不安があるという2つを解消したものが、効果として50%を超えて高くなっているのではないかと思います。

リフォームと中古についてこういうことを調べて、2つぐらいのことがわかったと我々は認識しております。1つは、こういった障害除去の効果というのは、当初は我々は感覚的にもう少し低いと思ったんですけども、効果はどうやらかなり大きそうだなということがわかりました。逆に言うと、心理的なバリアが高いということですね。特にこれは、2つ目、相対的に中古住宅に比べるとリフォームのほうがバリアがいろいろ高いと。悪徳リフォームという言葉がありますけれども、そのあたりがまだ障害になっているのかということを感じました。

めくっていただいて、7ですけれども、今、出したようなバリアを取り除いた場合に、需要が顕在化するような効果が、市場に落とし込んだ場合にどのくらいのインパクトがあるかということを推定したものです。複合的な環境整備で3つほどの障害を2020年までに完全になくしたと想定した場合にどのくらい人が動くかというのを、市場活性化率という形で試算しております。詳細な説明は省きますけれども、こちらで言いますと、リフォームでは現状の市場に比べまして最大で54%ぐらい増える、中古流通では50%ぐらい増えるのではないかと、これはあくまで試算ですけれども、試算結果をしております。

続きまして8は視点をかえたものです。③から⑥までは、ネガティブファクターを取り除くことによってどのぐらい市場が大きくなるかということのを試算したものですけれども、⑧では新しい需要、ポジティブファクターを伸ばすことによってどのくらいの効果が見込めるかということを見たものです。

「新たに登場する有望な市場」と書いてありますけれども、先ほど説明したような価値観ですとか世代構成の変化に伴って、リフォームとか中古住宅流通に対しては新しい需要が生まれつつある。ただこれは、ニーズに合った技術開発ですとか的確なプロモーションというものをきっちり行わないと健全化しない。では、そういうことを行った場合にどの

くらいの市場が生まれるかというのを試算したものです。

小さくて見にくくて申しわけないんですけども、左側に①から⑧まで、新たに登場する有望な市場というものを挙げています。マンションの性能リフォームですとか、これまで管理者がいなかった住宅に対するメンテナンスをきちんとやる。あるいは住みかえを軸にした高齢化対応、団塊世代に向けた、これはコストダウンを伴うものですが、スケルトンリフォームというようなものを挙げています。

中段の赤い文字で書いているところが、その想定している有効な働きかけです。そういったことをやった場合に、右の欄にあるように、2020年までにこれくらいの市場が生まれるのではないですかというのをそれぞれについて試算しております。

次にめくっていただいて、9は、その有望市場への働きかけによる市場拡大のインパクトということで、ストックの増加などに伴う自然増、それから先ほど3から6でご説明した障壁除去による環境整備の効果、そして、今、8で説明した、新しい市場が育つような技術開発、プロモーションということをやった場合にどのくらい市場が大きくなるかというのを試算したものです。左側がリフォーム市場の試算、右側が中古住宅流通市場の試算です。これは、不安を解消させて、かつ魅力が高まるようなことをきちんとやっていくということを両方組み合わせると、市場拡大の可能性がかなり大きくなるのではないかと見ております。

ここでも2つほど特出すべきこととして、1つは、小さな文字で申しわけないんですけども、下の説明の2行目から3行目に書いてある「スムーズな住み替えによる中古住宅の流通量が増えれば、比例してリフォーム市場も拡大し住宅ストック市場全体に好循環をもたらす」ということで、中古住宅の流通が増えるとリフォーム需要も増えて好循環が生まれるということが1つわかりました。

それから2つ目としては、これも総体的に、リフォームについてはどちらかというと障壁除去、いわゆる不安解消ですね、こちらの効果が大きい。一方中古流通については、不安解消というよりはプロモーション効果、こんなに魅力的なことができますよということ伝える効果が大きいと見ています。

めくっていただいて、10はまとめです。これは、現状の市場を10兆円と推定して、そこに、トレンドによる自然増、市場環境整備による不安解消、それから技術開発とプロモーションによる新市場の創出ということを行っていけば、先ほどの数字であるように、今、新成長戦略で掲げている20兆円という金額を超えることも不可能ではないのではな

いかと感じております。

最後に、これはシートにない個人的な感想ですけれども、今回の調査、いろいろマイクロ・マクロ、数字や形成調査をやって、今回、リフォームの平均金額が、我々の調査ではいろいろ含めて大体300万円くらいだったんですね。市場規模を6兆円とすると、年間のリフォームの件数は約200万件という推定ができます。仮に200万件ずつ毎年リフォームをやっていくと、現在、世帯が実際に住んでいる住宅というのは5,000万ありますので、一巡するのに25年かかる。逆にこれをモデルで試算してみると、標準的なモデルとしては、25年間に一遍、300万円ぐらいのリフォームをしているという推定が成り立つんですけれども、これは、住宅の維持向上とか設備の更新、あるいはライフスタイルというものが10年に一度ぐらい住宅とミスマッチしますので、その辺から考えると、この頻度はあまりに少ないのではないかという実感を持ちました。

かつ金額ベースで落とし込んでみると、6兆円というのを5,000万世帯で割ると年間12万円という金額になります。これは月割りすると月に1万円という金額になって、これも、非常に肌感覚ですけれども、住宅投資とか、価値の大きさを考えると、あまりに小さい金額ではないかなと思います。

極端な例ですが、例えば2,000万円の住宅に、金利3%で2,000万円のローンを組むと、当初の利子負担だけで60万円という金額になるわけで、そのあたりと比較しても、建てた後に対する行動があまりスマートではないというか、何となくバランスを欠いているのではないかという感覚を強く持ちました。

そのあたりのことも、これは消費者教育ですとか普及啓蒙になるのかもしれないんですけれども、トータルプランを考えていく上では盛り込まれると、より国民が幸せに、我々も幸せになるのではないかなと感じました。

以上、報告を終わります。

【〇〇】 続きまして、マーケティング担当をしております〇〇でございます。

消費者には、こうしたいとか、ああしたいという思いがあります。今回は、そういった意識の中から中古・リフォームの潜在需要ということにフォーカスを当てまして、消費者ニーズの視点から2つのご報告をしたいと思います。1つは、その消費者ニーズから10年後の市場予測をしてみました。2つ目は、住宅流通とかリフォームの経済波及効果も計算いたしましたので、ご報告いたします。

ページをめくっていただきまして、まず1つ目が消費者ニーズからの市場予測というこ

とですが、通し番号41ページ、2020年の顕在化市場は39.1兆円となりました。ここで予測している市場規模は、これからの年月の中で、さまざまな施策、創意工夫によって顕在化し得る場合の数字でございますけれども、従来型の住宅の品質維持とか向上による現状延長上の市場、あるいは今後、制度・政策などによって着実に普及すると思われる耐震化とかエコ化による市場拡大部分というのは除外しても、リフォームで27兆円、中古で12兆円という顕在化し得る数字が出てまいります。

この39.1兆円、もう少し詳しくご説明します。42ページ、この算出方法でございますけれども、まず、我々、消費者の方々をグループインタビューいたしまして、その方々のいろいろな分析を経た後、全国消費者意識調査をいたしました。その意識調査の中には、いろいろなニーズはもとより、あわせて幾らまでだったら出せるだろうかという拠出金額も十分聞き取ってございます。ここを踏まえながら、一番左でございますけれども、21の住宅関連の消費者のニーズというものを導き出しました。それをさらに、潜在している住宅ニーズということで7つの方向性に整理をして、その整理をしたものと、先ほど話しましたグループインタビューの結果から、ライフステージの特徴を踏まえた10の世帯カテゴリーというものをセグメントいたしまして、こちらと7つの潜在住宅ニーズというものをあわせて、各種統計手法を使いながら市場規模を推計したと。将来の人口統計なども加味しました。

その結果をもう少し詳しく見てみますと、43ページでございます。7つの方向性とその市場規模ということで整理いたしますと、相談したい、コストパフォーマンスをよくしたい、資金繰りを楽にしたい、手軽に情報収集したい、自分らしさを取り入れたい、趣味を生かしたい、自慢したいという7つでございますが、1、3、4が不便とか不満をもたらす要因を改善したいというニーズでございます。その他の4つが理想の生活を充実したいというポジティブな消費者のニーズです。2と3が特に7.5兆円、18.8兆円ということで、資金に関する要件が非常に多い規模を形成いたします。

ページをめくっていただきまして44ページ、今の7つの潜在需要ニーズと、それから10のターゲット世帯ごとに、どれぐらい需要されるかということプロットいたしました。高齢单身、単独世帯等々、このようにターゲットを10のセグメントで、7.3兆円が高齢单身、次に若者世帯、高齢夫婦のみ7.6兆円と、このように縦に見ていただいて、大きく金額を導き出しました5つに関して、その理由及びキーワードを45ページからご紹介いたします。

今、縦に見ていただいた中で一番大きいターゲット世帯、これは高齢夫婦のみの世帯であります。2020年には712万世帯になるわけですが、内訳はリフォームが6.51兆円、中古が1.06兆円ということです。この世帯においては、今の住まいをリフォームで活用するという意向が強くて、今後の生活の力点を余暇、生活、レジャーといったことに置こうと考えておられ、家は娯楽を楽しむ拠点ととらえている。いかにエンジョイしたシニアライフを実現し得るかということと、コストパフォーマンスの高いプランを多面的に提供するというのがこの層へのポイントだと思います。キーワードは「娯楽を楽しむための拠点」ということです。

続きまして高齢単身世帯、この世帯は748万世帯と予想されます。この世帯は、今後の生活に対して不安感がありつつも、ひとり暮らしの維持、またクオリティ・オブ・ライフといったものを住環境でも求めておりまして、明確な価格体系とか情報提供を非常に望んでいる層です。キーワードは「不安感の除去」ということだと思います。この実現のために不安感の除去ということを実現すると、この層で7.3兆円が生まれると。

続きまして47ページ、子育て世帯です。この世帯は、2020年には1,021万世帯というふうに世帯数が非常に多く、市場規模も6.8兆円ということで、内訳はリフォーム3.73兆円、中古3.01兆円です。子供の入学とか家族構成の変化も視野に入れながら、今、住んでいる住宅を柔軟にアレンジする、またライフステージに対応しながら暮らしていけることを望んでいる層です。この層は、リフォームで資産価値を高めたいという意識も高うございます。子育て世帯を積極的に進めるということで行くと、「フレキシブル・合理性」ということがキーワードになってきます。

続きまして48ページ、夫婦と未婚の成人子供世帯でございます。これは719万世帯と予想されます。市場は6.4兆円です。これからの老後生活とか子供の独立などを抱えている世帯ですので、こうしたライフステージの節目で、「変化する生活への対応」というあたりがキーワードで、そこに対応する商品とかサービスをいかに提供するかが6.3兆円のかぎです。

続きまして49ページ、若年単身世帯、5つ目の最後ですが、この世帯は2.49兆円、まあ、2.5兆円という規模でございますけれども、今後10年でさまざまなライフステージの変化が想定される世帯でございますので、中古住宅ニーズが最も高いターゲットであろうと思います。彼らの需要をとらまえることで、アレンジ志向とか、自分で手を加えたいとか、そういう「自分らしい空間」というものがこの世帯の特徴でございますの

で、このキーワードにのっとりながら商品サービスを提供していくということです。

今、5つの世帯例をご紹介いたしましたけれども、50ページ目に、7つの潜在ニーズ、青の部分からのアプローチをご紹介します。②のコストパフォーマンスをよくしたいとか、資金繰りを楽にしたいという、いずれも金銭面が高いことがニーズとして伺えるわけです。こういった意味では、新たなリフォームコンセプトとして、ファストリフォームの普及でありますとか、新たな流通チャネルの開発でありますとか、事業者向けの金融スキームの整備、こういったところが潜在ニーズ顕在化のかぎであろうと思います。

51ページに、その他のリフォーム阻害要因というものも調査でとってございますのでご紹介します。先ほど前のページで言いましたコストパフォーマンス、資金繰りといったお金に関する要因のほかにも、さまざまなリフォーム阻害要因があります。この潜在ニーズの顕在化のためには、リフォームの魅力を打ち出す一方で、こうした阻害要因をいかに払拭するかというのが重要なかぎだと考えております。

52ページにまとめをいたしました。2020年、39.1兆円の市場が顕在化し得るであろうと。これは、ほかの潜在ニーズが爆発した事例がございます。下に掲出いたしました。例えばミニバン、1991年の時点では、7人乗り、8人乗りが市場をつくるだろうかと業界すべてが言いました。しかし8年後には1.2倍。携帯電話は1995年から1.5倍。もろもろ、この潜在ニーズというものが爆発していく例は非常に多うございます。住宅の中古・リフォームも、この顕在化の可能性を秘めていると思います。

では最後に、次のページ、53ページ、中古住宅流通とリフォームの経済波及効果ということ算出いたしました。54ページ、経済波及効果に関してですが、総需要増加額39.1兆円の1.75倍に当たります68兆円というのが2020年での経済波及効果です。付加価値誘発額は32兆円、この32兆円はGDPの約6.8%に相当します。

最後、55ページでございますけれども、経済波及が行われますと、当然雇用が生まれます。雇用誘発数は432万人と。第二次産業だけではなく第三次産業にも、雇用の部分で大きな効果を創出するということと言えます。

以下、いろいろな算出過程及びアンケートの詳細を3ページほど資料として掲出いたしました。

以上でございます。

【座長】 どうもありがとうございました。

それでは次に、委員の皆様方から資料のご説明をいただきます。プレゼンテーションを

予定されている方が、資料によりますと10から14で5名いらっしゃいますので、お一人10分以内でお願いできればと存じます。

まず最初に、〇〇委員からお願いいたします。

【〇〇委員】 〇〇さん、それから〇〇さん、ご説明ありがとうございました。私のほうから、いわゆる住宅生産者の立場から簡単にご説明したいと思います。

申し上げるまでもなく、資料の59ページ、我々としては、いわゆる住宅は個人資産であるとともに社会的資産でもあり、適切な維持管理、リフォーム等によって、長く住み継がれるべきものであると考えていると。住宅業界では、ゆとりある豊かな住生活を実現する国民推進会議を立ち上げ、さまざまな問題解決に向けて、ごらんのような大会宣言を、ちょっと小さくて申しわけないですけども、そういう宣言も含んで、今、取り組んでおります。

その一部をご紹介しますと、住まいは私たちの生活の基盤であり、地球環境とのかかわりも深く、社会的資産としての側面もあります。そのためには、我々は建築していただいたお客様との末長いお付き合い、いわゆる出入り大工の心で接していくということで、こういった良質な住宅ストックの価値が市場で適切に評価されるような環境を、関係者が協力して構築していきたいというのが我々の基本的な考えです。

我々は、建築いただいたお客様のリフォームや資産活用・住宅流通は、ストック型社会の重要なビジネスモデルとして位置づけています。そのための取り組みとして、建築からアフターサービス、リフォームといった一貫した組織体制をつくり、ストック型社会に対応していきます。一方で、これまで蓄積してきたノウハウや技術力、顧客対応力などの総合力を生かして、住宅生産者と結びつきの少なくなったお客様にも安心してリフォームのご依頼をいただけるように取り組みを行ってまいります。

それで、いわゆるテーマであるリフォーム市場の活性化ということについて、考え方を説明させていただきたいと思います。②を見ていただきたいと思います。中古住宅・リフォームを取り巻く環境は、世帯数や世帯構成、説明があったとおりでございまして、新耐震以降の戸建て住宅はストックの6割を超えたこと、また活用されていない空き家も増加していると、大きく変化してきております。これに伴ってビジネスモデルも多様化してきており、住宅のリフォームから性能向上リフォーム、リノベーションといった大規模なりフォームや、シェアハウス、住みかえといった住宅流通を伴ったものなど、多様化してきております。

真ん中ですけれども、リフォーム市場の活性化というところで、また異業種からの参入も多く見られる分野であります。異業種からの参入は、新たな魅力づけや事業者間のコラボレーションなどの期待感がある一方で、消費者問題の増加といったさまざまな問題が入り交じっております。こういったことから、消費者が安心して依頼できる仕組みづくりといったことも重要になってくると考えています。

このような状況の中で、リフォーム市場の活性化には、性能向上リフォームや大規模リフォームの誘導策と、中古住宅流通を含めた新たな需要環境が大きなかぎをにぎると考えます。そのためには活性化に向けたインフラ整備が必要であり、次の7つのテーマについてまとめました。

まず第一に、優良なリフォームが建物価値に反映されることが非常に重要と考えます。これは、次回のテーマの中古住宅市場の活性化にも通じることです。ここは国として大きくかかわっていただき、住宅業界だけでなく、不動産、宅建業界や金融業界等々の市場形成に向けた活動をしていきたいと考えております。時間軸で考えれば、住宅ストックにとって、住宅履歴情報の整備やリフォーム瑕疵保険制度などは重要なインフラであり、これらを普及・推進する支援策を強力に展開する必要があると考えます。

2番目に、優良リフォームのための金融支援、税制優遇策等の充実です。リフォーム市場の活性化には、優良住宅ストックに対するさまざまな金融支援策が必要であり、大規模リフォームや中古住宅流通には不可欠の関係であると考えます。大規模リフォームに対する金額や金利・期間等の優遇拡大は、特に新築住宅の最大需要化でもある30歳代を中心とした若年層を中古市場流通・リフォーム市場に掘り起こしていくことの期待感もあります。また、高齢者層の資産は不動産が過半を占めているわけですが、これらを有効に活用して豊かな老後を過ごすために流動化させることが市場の活性化につながると。こういったことから、リバースモーゲージ等々の普及・拡充も望まれます。また、性能向上リフォームなどに、今ある税制上の支援策の拡充や、新たな消費者にわかりやすい制度の創設も検討いただきたいと考えております。

3番目には、安心リフォームのための品質保証の仕組み整備です。リフォーム市場の活性化には、消費者が安心してリフォームを依頼できるような社会的なルールが必要と考えます。施工品質、保証基準や、アフターサービスの基準といった制度上の仕組みと、事業者の組織体制整備は、トラブル防止のためにも重要であります。特に構造耐力性能や防水性能に係る工事に関しては、請負金額の大小にかかわらず、一定のルールや要件の整備を

する必要がありますと考えます。

4番目に、技術者・技能者養成です。リフォームは、他への影響が少ない比較的容易なものから、非常に複雑な取り扱いを考慮しながら、いわゆる高度な判断力を要する施工まで、要求される技術とか技能は幅広くあります。とりわけ住宅本体、構造躯体や防水性能等に係るリフォームについては一定の設計・施工・工事管理に当たって一定の技術・技能資格要件が必要と考えます。

また、〇〇委員もかねてより指摘されているように、技能者の高齢化など、建築にかかわる技能者問題は喫緊の課題であり、特に複雑な取り扱いの施工には、多能工の技能者の育成が必要であります。この点は中小・大手を問わず、住宅産業全体の課題と考えています。

5番目に、増改築等の規制緩和です。2009年の建築基準法改正により、木造四号建物については、実質的には新耐震基準で設計された建物であれば一定要件の増改築が許容されました。しかし、鉄骨造など木造四号建物以外の建造物はこの対象から外れています。既存ストックの有効活用の観点から、木造四号建築物と同様にすべての住宅に適用の検討をいただきたいと考えます。

6番目に、診断技術、性能向上・蘇生技術等の開発です。非破壊検査等の診断技術の開発、インスペクション制度や既存住宅性能制度における評価基準の整合などは、性能評価の精度を上げることに寄与すると考えられます。また、住宅の基本性能を上げる、または劣化した性能を蘇生するためのローコストな部材・素材や施工方法等の技術開発は、リフォームの活性化につながると考えます。

最後に、消費者に向けた情報提供が重要と考えます。リノベーションや性能向上リフォームは潜在的に大きなニーズがあり、そこから得られるベネフィットを消費者にわかりやすく伝えていくことは重要であります。特に性能向上リフォームなど目的を持ったリフォームの事例紹介や、テーマ別のきめ細かい講座を開くことで認知度が高まれば、活性化が進むものと考えます。また、地域に密着した優良な事業者や高い技術力を持った事業者を紹介する情報発信は有効であると考えます。

以上、多くの問題はございますが、リフォーム市場活性化について意見を述べさせていただきました。この検討会を通じて、国民の住生活の向上につながるリフォームが推進されるような政策が進められることを期待しております。

簡単ですがご説明を終わります。ご清聴ありがとうございました。

【座長】 どうもありがとうございました。

続きまして、〇〇委員からお願いいたします。

【〇〇委員】 〇〇です。私のほうの提供資料といたしましては資料11、通し番号64ページ以下ということで、この資料につきましては、この検討委員会の委員の皆様には〇〇のほうから直接配付されているものと同じものです。私のほうは、〇〇で〇〇委員会、また〇〇委員会というものに属していて、これらは平成7年1月に生じた阪神淡路大震災をきっかけに、それまで消費者問題ととらえられていなかった土地・住宅問題について、欠陥住宅が大きな社会問題、消費者問題であるという観点から、この間ずっと取り組んできたわけです。

今、ずっと、いろいろとご意見を拝聴しておりましたけれども、基本的に〇〇の立場から、こうしたら活性化するよとか、こうすればいいのではないかというような意見はなかなか言いにくい立場で、むしろ紛争に携わってきて、またこの間、阪神淡路大震災以降、欠陥住宅問題に取り組んできた立場からしますと、どういったときに問題が起こるのか、何が問題なのか、それを払拭すれば、そういう問題をクリアしていけば、むしろ障壁がなくなっていく、いいものができていくのではないかというところから、要望というものを outsizing させていただきました。

通し番号65ページ、意見書をそのまま出させていただいていますので、それをかいつまんで説明させていただきます。意見の趣旨、これが結論になります。近年、再び増加傾向にあるリフォーム被害について予防・救済を図るため、以下の施策を求めたいということで、1つとして、500万円未満の工事のみを行うリフォーム業者に対しても営業許可制度を適用できるように建設業法を改正していただきたい。

2項目、リフォーム工事を請け負う者に対して、工事内容・代金額等の重要な事項を記載した契約書を作成・交付すべき義務を課し、この義務を実効あらしめるための担保的制度、例えば書面交付義務違反のときの無条件解除権、いわゆるクーリング・オフですね、などを盛りこむこと。

3、リフォーム工事についても、建築士による設計・監理及び建築確認・検査制度を厳格に要求すること。

4、リフォーム被害の救済を図るため、①リフォーム業者に営業実態に応じた営業保証金を供託させる制度、または、被害発生時に備えた強制加入の賠償責任保険制度を設けること。

5、リフォーム被害防止のための、不招請勧誘、招かれざる勧誘の禁止や、特定商取引法上のクーリング・オフの期間長期化など、消費者保護の観点からの法制度の整備ないし強化をすることを提言しております。

第2以下は意見の理由を書かせていただいておりますが、住宅リフォーム被害の実態というところでは、リフォームの要望、ニーズが高まってきているということをまず書かせていただいた上で、ご記憶に新しいかと思うんですけども、2005年ごろをピークにリフォーム被害というのがマスコミの間ですごく騒がれたわけですね。2005年11月に耐震偽装が発覚して、あれによって、がらっとあちばかり問題になっちゃいましたけれども、それまで実は次々に被害が、認知症の方などをターゲットにして次々にリフォームをさせていくという、しかもそのリフォーム業者というのは実は工務店でもリフォームを専門にやっている人でもなくて、他業種から参入してきた、これまで先物商品を取り扱ってきたりとか、訪問販売とかで悪質なことをやってきたりというような業態の業種の人が入ってきて被害を生じさせていたということがありました。

もちろん耐震偽装問題への取り組みがその後行われていたんですけども、そればかり注目を受けていましたが、実はリフォーム被害に対しても、建設業、建築業界、また建築士各団体、警察も含めて自治体も、リフォーム被害の予防・救済に向けてすごく取り組んできたんですね。そのかいもあって、その後二、三年にかけてずっと減少傾向だったんですけども、この2009年以降、また増加傾向にあるという、ちょっと嫌な傾向が見られています。

今後、甚大な被害をもたらした東日本大震災後、これに便乗したリフォームをめぐるトラブルとかも増加することが見込まれるので、やはりこれからリフォームまた中古住宅の市場を活性化するに当たっては、これらに対する配慮も必要なのではないかということです。

我々が問題視しているリフォームの問題で、これは、リフォームと呼ぶと皆さんが怒るかも知りませんが、最も典型的被害の1つが詐欺的リフォーム、高齢者や判断能力不十分者をターゲットにした訪問勧誘、特に不招請勧誘による無料点検やモニター工事などを口実にした次々リフォームというようなもの、無駄な工事をさせるという被害が1つあります。

これは耐震改修などという名目のもとでなされているわけですけども、無知に乗じて、無駄な金物、特に床束とか、あんなどころをつけてもほとんど意味がないのに、1個5万

円、10万円というものを何十も何百もつけたり、床下換気扇を山ほどつけさせるというふうな、リフォームと名を打った詐欺業者がいる。そういうものを何とか規制できないかということです。

2つ目の典型的被害は破壊的リフォームです。これは、住宅リフォーム工事に当たって必要とされる既存の耐震壁や柱・はりなどの構造躯体を無配慮に撤去したり、下部階への構造補強もせずに上部階を増築したり、網入りガラスとすべき準防火地域なのに、断熱改修と称して網なしのペアガラスに取りかえてしまったりするなど、構造安全性や防火安全性などを無視、軽視した不適切な施工を行って、いわばリフォーム工事によって欠陥住宅を生み出すと。

これは1番目と違って、きちんとしたという言葉はおかしいですけれども、単なる訪問販売業者ではなくて施工業者がしているわけですが、ただ、その部分的な補修を、いわば大工さんなんか訪問販売で、職人さんなんかアルバイトがてらやって、こういう結果を生み出しているという結果があります。

例えば阪神淡路大震災の後、〇〇大学の〇〇研究室というところがずっと追跡調査をやって、被災建物の間取りをずっと再現していったというすごく膨大な研究があるんですけども、それをヒアリングさせていただいたところ、リフォームして被災している建物が非常に多いという結果があらわれております。しかも2階の増築ですね、総2階ではなくて、1階より2階のほうが小さかったのに、子供が増えて、2階を増やして、その結果、構造的に弱いものになったと、そういうふうな建物が多いということが見られていました。

3つ目の典型的な被害としては、工事内容や代金の相当性をめぐるトラブルです。リフォーム工事契約の場合、新築工事契約よりも相対的に少額であることなどもあって、本来、請負工事において作成されるべき見積書や契約書の記載が不十分なことや、場合によってはリフォーム業者がこれらの見積書や契約書を作成・交付しないことも往々にして見られます。契約内容たる工事の詳細や代金の明細などを当事者間で明示的に決められていないことがトラブルの大きな要因になっているということが考えられます。

このような被害が生じる背景としては、リフォーム工事の難しさというものもあると思います。新築よりもむしろリフォームのほうが技術のより高いものが必要なのではなかろうかと思うわけですね。高度の技量が必要とされるにもかかわらず、リフォーム業者に対する法規制はほとんどなされていないに等しいという状態にあります。

そして、建設業を許可制としておりますけれども、500万円未満の工事を業とする者

には適用されていないために、制度的な担保が存在しない。その結果、詐欺的業者や悪質業者の参入規制が皆無であるという状態にあります。

また、建築基準法による建築確認や検査制度が新築または大規模修繕・模様替えの場合においては要請される反面、大規模修繕などに至らない軽微なリフォーム工事に対してはチェックが機能しておりませんので、新築時には確保されていたはずの安全性を損なうような破壊的リフォームを防ぐことができないということになっております。

また、こういう建築確認を要しないことも影響しているんですけども、建築士が関与していないという工事が非常に多い。リフォームで建築士が関与しているのはむしろ少ないと見てもいいのではなかろうかと。むしろ建築確認検査手続を厳格に適用することによって、建築士の関与によって不良な工事を排除するようなことをしていく必要があるのではないだろうかということですね。

施主の意識も、リフォーム工事の場合、予算が少額なこともあって、施主としても、一生に一度の高額な契約と言われる新築工事の場合に比べ、業者選定における比較検討や設計図書・契約書などの確認がおろそかなまま契約に至ることも多いということが指摘されると思います。

それから、我々、事件を取り扱っていて、事後的な被害救済の困難性、事前予防の必要性ということを非常に感じます。そういうところから、やはり制度的な担保が必要なのではなかろうかと思えます。

通しページの69ページですけども、そのような住宅リフォーム被害の予防・救済のための法的対策を強く必要であると感じている次第です。まずはリフォーム業者全般に対する営業許可制度を導入していただきたいということで、建設業法による建設業許可制度を改正して、500万円未満の工事のみを行う業者にも許可制の適用を及ぼすべきであると考えます。技術的担保のない業者について、そういう技術力のない業者がリフォーム工事を行うことを排除するためには、営業許可制などで許可を得ている業者か否かという最低限の指標が必要なのではなかろうかと感じます。具体的な法改正としては、建設業の許可制を定めた建設業法3条1項ただし書きを削除すれば済むことですので、ぜひともしていただきたいなと思えます。

それから、リフォーム工事における行為規制として、リフォーム工事を請け負う者に対して、不招請勧誘の禁止や、契約締結前の見積書の作成・交付、契約締結時の契約書の作成・交付、契約内容変更時の変更内容記載書面の作成・交付を義務づけるということを提

唱したいと思います。えてしてトラブルになっているものに限ってこういうものがないわけですね。それで、技術力があったりとか、きちとした営業をやっている業者であるならば、面倒くさいかもわかりませんが、見積書をつくったり、図面をつくったり、契約書をつくるということはきちんとできると考えますので、むしろそういうものをやることによって信頼性を勝ち得て、きちとした取引になっていくのではなかろうかと。

今、建設業法では、行政取締法規として契約書作成・交付義務が定められていますけれども、これを単なる行政取締法規のみならず、義務違反に対してはクーリング・オフができるとか、そういう消費者保護のための片面的な民事効規定を設ける、このぐらやって初めて、いわば不良な取引が排除できるのではなかろうかと考えます。

ちなみにイギリスなどでは、訪販リフォームに関する被害実態に照らして、不招請勧誘ではなくて招請勧誘、みずから招いて、来てくださいと言って勧誘に来てもらった場合であってもクーリング・オフが認められるべきだという提言がなされていることも参考になると思われます。

【座長】 10分を超えていますので、そろそろおまとめください。

【〇〇委員】 わかりました。失礼いたしました。

最後ですが、行政及び建築士による監視体制の強化を図っていただきたいと思います。

それから、被害救済の制度について、リフォーム業者に営業保証金制度、ないしは瑕疵担保保険制度を設けるべきであると考えております。

長くなりましたが以上です。

【座長】 どうもありがとうございました。丁寧なご説明はありがたいんですが、10分程度というのは厳格にお守りいただきたいと思います。

それでは、次に〇〇委員でしょうか。

【〇〇委員】 それでは私のほうから、座ってご説明申し上げます。お手元の資料12をお開きいただきたいと思います。3点の項目に絞ってご説明申し上げます。

まず、通しページの72ページを開いていただきますと、「住まいるダイヤル」におけるリフォームの相談の状況について書いてございます。左側の棒グラフをごらんいただきますと、棒グラフの赤い部分がリフォームの相談でございまして、去年、大幅に増えました。そして特徴的なのは、年々、60歳以上の方からの相談が増えているということでして、これは、右側の上のグラフの一番上の赤い部分が60歳以上の方からの相談となっております。大変大きな割合になってきてございます。こうした中で、昨年、2010年4月か

ら、リフォームの見積もりチェックということも始めました。

次に、73ページをお開きいただきまして、そこでリフォーム見積もりチェックについてご説明申し上げます。まず最初に、四角い枠で囲ってありますが、その2番目にありますように、リフォーム見積もりチェックというのは相談者の希望に応じて行っておりますが、実際の見積書、図面、これをファクスで送っていただきます。それをチェックして助言をお返しするというをやっております。

そこで実際にどういう相談が入ってきているのか、それが左のグラフに示してあります。全体の工事費は適正なのかというのが一番多い相談になってございまして、これに対してどういう回答をしたかというのが真ん中のグラフになってございます。単純に安いとか高いという回答よりは、むしろ見積もりの前提となっているいろいろな事柄、例えば工事の範囲、工事の内容、これについて不十分ですからよく確認して、その上でまたお話ししましょうというふうな回答になってございます。

送っていただいた見積書、注意を要するものもありました。右端のものが例になっておりまして、上は、見積書にサインしたつものところ、そこに小さい文字で「施工承認欄」と書かれていた例です。それからその下が、数量、内訳が一切書かれていない、一式見積もりという例でございます。

そうした中で、具体的な相談の事例を1件、一番下に書きました。訪問販売で次々と700万円のリフォームを契約させられたと。これに対してクーリング・オフをお勧めしたという例がございます。

次に74ページに移ります。こちらはリフォームの専門家相談についてご説明申し上げます。専門家相談とはどういうものかと申しますと、四角い枠の一番上に書きましたが、各弁護士会さんをお願いいたしまして、専門家である弁護士・建築士がペアになって行っている無料の専門家面談相談のことでございます。

そして左の日本地図を見ていただきますと、既にこれを実施している弁護士会は青で、未実施の会は白くなっておりますが、今、3つの会が準備を進めておりますので、近々、全部の会で実施ができるということでございます。

真ん中の円グラフは専門家相談の分野別割合を示しておりますが、リフォームの相談が54%ということで最もニーズが高くなってございます。

次に、専門家相談を受けた方の感想、右下の円グラフにあります。大いに満足、満足ということで9割を超えてございます。

一番下に実際の相談事例を1件書きました。リフォームを頼んだら、浴室の筋交いを全部切ってしまったという相談がありまして、これに対して弁護士のほうからは、筋交いの復旧を法律的には要求できると。建築士さんのほうからは、復旧したと言っている、その筋交い、これはもう全く機能していないという建築的な回答を差し上げました。

こうした相談を日々弁護士会で行っていただいております。1時間の相談ですけれども、それぞれの専門家から専門的な回答を直接いただけるということで、大変有益に、また満足度の高い形で実施してございます。

以上がリフォーム関係の相談の実態でございます。ありがとうございました。

【座長】 どうもありがとうございました。時間につきましてもご協力いただき、感謝申し上げます。

それでは次に、〇〇委員から。

【〇〇委員】 こんにちは。〇〇と申します。〇〇は、現在、組織数が約66万人いまして、うち約2割弱が大工工務店でございます。そういう角度、つまり現場からの状況や、あるいは見方からものを申していくということになりますので、ひとつよろしくお願ひしたいと思ひます。

今現在、東日本大震災を受けて資材不足でもって、せつかくある仕事も工期が延長する、あるいは中断する、また資材の高騰によって、新たな再見積り等々で施主とのトラブルも若干起こるといった状況がありまして、全体としては非常に仕事不足というのが実態でございます。そういうところから、私ども全国的に53の組合がございまして、各県に2つのところもございまして、そういう各組合全体として、各市町村あるいは県に対して、リフォームの助成制度をぜひ創設・拡充していただきたいという運動を展開しております。

そういう中でもって、昨年、秋田県が県として住宅リフォーム助成制度をつくられてまして、その効果は、先ほど経済効果にかかわる資料の説明がございましたけれども、秋田県において、ここでは76ページ、1万3,921件の利用件数、19億7,190万円云々と書いております。そうした中で、東北地方、ほんとうに仕事がないというもとの、1件あたりの工事費が平均で214万円という非常に高い工事高になっております。これは、先ほど耐震改修で200万円程度というご説明がありましたけれども、それをも上回る、つまり214万円が平均ですから当然低いものも高いものもございましてけれども、そういう意味では大変大きな工事高が、非常に冷え切った東北地方でも、十分潜在的なリフォームの需要が1つの波及効果としてあらわれているだけではなくて、その制度をつくること

によって、その潜在的な需要を引き出してきている水先案内人になっているという効果と言えるのではないかと。

もう一つは、先ほど言われましたけれども、この制度の特徴は、市町村内、地域業者に限定していることが要件としてございます。そうすると、先ほど言われたような悪質業者が入り込みにくい。周りの隣近所の工務店や、あるいは大工さん、専門業者が仕事をするものですから、悪質業者が入りにくいということなんですね。つまり、規制しなくても、そういう意味での規制によって十分排除することも可能になる、そういう制度につながると思っています。

もう一方で、今現在、大工工務店が全体として、技術力の問題、後継者の問題、あるいはものの見方の問題等々が課題になっています。そうした中で、ほんとうに大工をしっかりと育てていくことが将来の住宅・リフォーム市場をしっかりと支えていくことになっていく。つまり、例えば私どもの委員長は大工の棟梁です。そこでは、新築・リフォームにかかわらず、木は同じ樹種であっても、一本一本が違った個性や曲がり・反りがあり、それらを生かし、手でさわって、目で見てわかるのが大工にとって最も大事な能力の1つだと言っているわけですね。つまり企画だけ、机上論だけ、あるいは図面だけでものを推しはかれない、そういう営々と引き継がれた先代の技術や、あるいは考え方によって、しっかりと、そういう方が今現在もいらっしゃると。そういった人たちを社会的にどう支えていくかということが非常に重要な課題なのかなと思っています。

つまり、次の77ページでありますけれども、その資料にありますように、年齢層別大工就業者数が、1970年では85万人が、2005年の国勢調査では53万9,000と激減しております。30万人減っているわけですね。ところが95年と2005年の比較で言うと、22万2,000人が減少している。一気に加速的に減少していると。今度の2010年の国勢調査でもっと先行きの詳細が出ると思うんですけども、そういう意味では非常に危惧される、将来にとってそういう技術が担保できる大工がほんとうに保証されない、こういうことになってくると大変なので、そういう意味では人材育成、あるいはまた社会的なそうした支えが、今、非常に求められているのではないかと思います。

78ページです。リフォームにかかわって、異業種参入の問題です。1つは、この間、幾つか言われてきている異業種の参入についての考え方が示されました。しかしながら、私どもは全体として、彼らが入ってくる際に、私たち自身の反省、あるいは改善・努力というのは、ある意味では警鐘として受けとめる必要があるのではないかなと。つまり、見

積もりのあいまいさや提案力の低さ、営業能力の希薄さ、こういったものを克服しないといけないと受けとめています。

同時に、仮に異業種が進められていくとするなら、やはりしっかりと適正な単価、適正な賃金がルールとして確立していかないと、ある例で言いますと、例えばクーラーの設置を家電量販店がやる。そうすると、最初は一定の金額を工事費として示す。ところが、だんだん過当競争になってきますから、消費者のときは工事費がゼロだと、そういうふうなことを言いながら、結果的にはこの3分の1の単価に下げられる。しかもこれは専門料として入り込んでいるわけですから、なかなかそのところが抜け切れない、やむを得ずそういう低い単価でやらざるを得ないということが図式としてあるだけに、異業種の参入の際は、そういう意味での規制とルールが確立されないといけないのではないかと思っています。

最後に、リフォームに関するローン制度の確立をぜひしていく必要があるのではないかと。新築よりも当然リフォームのほうが金利が高いわけでありまして、また金額も随分低いところになっています。そういったものを、低利で一定のローン額を引き上げることを通じて、そういう意味では中古住宅の再生も含めて、しっかりとそういうことを支えられるのではないかなと私どもは考えておりますので、ぜひそういったことも皆さん方にもご検討いただけたらありがたいなど。

以上で終わります。

【座長】 どうもありがとうございました。

もうお一人、資料14で〇〇委員から資料が出ておりますけれども、きょうは所用で欠席のようでございますので、事務局より説明をお願いいたします。

【事務局】 資料14、通し番号として82ページ、〇〇委員より意見をいただいておりますので、読み上げさせていただきます。

まず82ページです。〇〇です。本日、所用により会議を欠席させていただきますが、今後リフォーム市場を倍増し、国民の住生活を向上する観点から意見を述べさせていただきます。

83ページです。国民の住生活を向上するためには、まずリフォームが国民の住生活を向上させるすばらしいものであることを国民に認識していただく必要があると考えます。当社がかねてよりリフォームのすばらしさを伝えるように努めていますが、国民にとってメーカーからの広報は物を売るための広告ととらえられやすいこともあり、認識の浸透は

なかなか難しいと感じています。今後は国と民間が一体となってリフォームのすばらしさを広く国民に広報することを検討していくべきと考えます。

添付資料には、リフォームによって住まい手の日々の生活が大きく変わり、すばらしい住生活を実現された2つの事例を挙げておりますが、このような例は枚挙にいとまがありません。

また、住宅エコポイント等で国民のリフォーム意識は徐々に高まっていますが、政策の認知、需要拡大には時間がかかりますので、短期の政策に加えて、国が継続的にリフォームを後押しする政策を実施していただきたいと考えます。

84ページです。次に、リフォーム需要を拡大・加速するためには、市場の育成や安心・安全への取り組みが欠かせません。豊かで多様なリフォーム市場を育成していくためには、大手ハウスメーカーやホームセンターなどの集客力のある大手資本リフォーム業者とリフォーム専門店などの地元密着の中小リフォーム業者がネットワークを構築していくことも必要と考えます。

また、国民が安心・安全なリフォームを行えるように、メーカーや流通が推薦する優良施工業者を国が指定するホームページ上に掲載するなど、国として業者を認定する制度の検討も必要と考えます。

次、85ページです。住宅のリフォームは複数回に分けて継続的に実施されることが多く、一度の工事ですべて完了するわけではありません。そのため、住まい手のことをよく理解した上でさまざまなニーズにこたえている地元密着のリフォーム専門店や工務店などの中小企業がリフォーム業界を支えています。リフォーム業界全体のレベルを底上げするためには、これらの中小企業に対して、個々の企業努力だけではカバーできないところを国の政策で後押しすることが肝要です。例えば、駆体・水回りを含めた施工技術の講習会や、施主とのコミュニケーションに関する講習会を国の補助で実施したり、地方自治体が地元の優良工事店を継続的に補助する制度などは、リフォーム業界全体のレベルアップに大いに寄与すると考えます。

次、86ページです。リフォーム需要を拡大・加速するためには、施主・工事店がリフォームをすることで直接メリットを受けられる支援策を実施する必要があると考えます。支援策は、国民のだれもが理解しやすく、手続が簡単であることが重要です。例えば住宅エコポイントは国民が理解・利用しやすい仕組みですが、リフォーム減税は理解も難しく、利用されにくい側面があります。施主・工事店に対する支援案を幾つか挙げていますので

ご参照ください。

次、87ページです。最後に、需要を拡大して景気を浮揚させるとともに、国民の住生活を向上することを目的として、施主・工事店への支援案を組み合わせたリフォームポイント制度の創設と、その早期実施を提案いたします。国民にわかりやすい制度にするために、ポイント制度を採用して、リフォームの工事金額に応じて施主にポイントを発行することを基本とします。工事金額に応じて付与する基本ポイントに加えて、省エネ、バリアフリー、耐震工事をする場合にはポイントを加算します。また、一層の需要拡大を図るため、住宅の所有者が親または子で、居住者が親または子であれば補助対象にします。安心・安全のリフォームを担保するために、100万円以上の工事にはリフォーム瑕疵保険への加入を義務づけます。

次、88ページです。具体的な制度案としては、リフォーム工事金額の10%を基本ポイント数として付与し、加算ポイントを表の内容で付与します。ただし、どのような組み合わせでも合計のポイント数は30万ポイントを上限とします。ポイント発行の仕組みは住宅エコポイントと同様ですが、リフォーム瑕疵保険の流れを追加しています。

リフォーム瑕疵保険については、ポイント制度にかかわらず、普及促進のため保険料を半額に割引します。例えば、親や子供の住む住宅の浴室とトイレをリフォームする場合の試算では、改修費用の150万円に対して、基本ポイントと加算ポイントを加えて、計22.5万ポイント、工事費用の15%相当の補助になります。

リフォーム需要の活性化にはこの程度の補助率が望ましいと考えます。住宅エコポイントは7月で終了しますので、できるだけ切れ目がなく本制度を実施することが重要と考えます。

以上で私からの意見提示とさせていただきます。

以上です。

【座長】 どうもありがとうございました。

それでは、ここで委員の皆様からご意見を賜りたいと存じます。どなたからでも結構です。

どうぞ、〇〇委員さん。

【〇〇委員】 それでは〇〇のほうからお話し申し上げます。手短かに申し上げます。

リフォーム工事の問題に関しましては、私は4つの点から考えるべきではないかと思えます。それは、業者という問題、契約という問題、家という問題、消費者という問題です。

業者という問題に関しまして、〇〇のほうから指摘がありましたように、リフォーム詐欺の非常に甚大な被害がありました。そういう現場の被害救済に当たられた弁護士さんからは、全部許可制度にするという意見、これも切実なご意見としてだと思いますが、既に50万事業主体と言われる建設業者に新たにリフォーム業者が加わってきて、果たして監督が可能なのかという問題と、それから先ほど出ましたけれども、リフォーム工事というのは多分に物販の部分もございますので、設備なんかも十分ありますので、建設業法の問題としてとらえられるのか。それからすべてのリフォーム業者を強制にした場合に、リフォームというのは小規模な修繕も入ってきますので、消費者にとっての利便性が図れるのかという検証は今後必要かと思えます。

先ほど来、業者の方から、その技能というものを表示することは難しいというご意見もありまして、そのとおりだと思います。また消費者から何かわかりやすい目安はぜひともつくっていただきたい。技能の差別化と言いますと、私どもの業界も技能でございますので、できる弁護士とできない弁護士を分けるというシステムは普通は無理でございますけれども、何か消費者の側からわかりやすいそういうものができないかという感じはいたします。

また、私、全国いろいろなところでお話しさせていただきますと、一生懸命取り組んでおられる業者さんもおられるわけで、例えば研修制度の実施、ちゃんと完了しているとか、そういうレベルでも結構ですから、消費者にわかりやすい目安というものをつくっていただきたい。

それから業者個々に監督というのが難しければ、国交省の監督がされる保険法人を通じての監督ということができないのかどうかのご検討もいただきたいと思えます。

それからリフォーム契約についてでございますが、これも〇〇からお話しがありましたように、契約をどんどんきちっとさせてもらいたいことは言うまでもございません。ただ私、〇〇協議会で定型契約書式をつくった人間からいきますと、すべての事情を網羅した契約書式をつくったところ、恥ずかしながら20ページぐらいになりまして、これをすべてのリフォーム工事で実現させていいものかと問われると、なかなか「うん」と言い難い部分もございます。そこはある種のフレキシブルな部分があってもいいと思うんですが、契約をしたことによって非常にプラスアルファが生まれる。例えば保険加入の場合は必ず契約が必要だとか、そういうプラスアルファができれば、契約をするということについての強いモチベーションが生まれると思えます。

〇〇のほうから供託という形での担保制度の話がありました。キャッシュフローの問題がありますので供託そのものは無理であっても、今、既にスタートしていますリフォームの保険については、消費者のためにもどんどん浸透させてほしいと思っていますし、それに対して建築士の関与、または保険法人の関与というものを強めていただきたいというのは消費者の切実な意見であろうと思います。

そして家という問題ですが、これは次回の中古流通とも関係してきますが、住宅履歴の問題でございまして、リフォームの、要するに消費者にとってはどういう工事があったかの透明化というものが非常に強く求められる中で、もちろん契約書も1つの透明化であるわけですが、工事内容の透明化を住宅履歴の形であらわす制度をぜひともつくっていただき、履歴のあるものに対してはきちんとした融資制度とか評価がなされるようなシステムをつくっていただきたいと考えております。

最後に、消費者という目から見ますと、やはり先ほどの相談事例も報告がありましたし、私も担当いたしました。一般消費者が、法律面はもちろん流通面その他について、気軽に、また安く相談できる体制というものをぜひ構築していただければと思います。

一方で、業者の監督にありましたが、業者さんとの相談といいますか、研修といいますか、そういう制度もぜひとも充実させていただくことによって、マーケットをより透明的なものにしていただければと思っています。

以上でございます。

【座長】 どうもありがとうございました。

ほかにいらっしゃいますか。どうぞ。

【〇〇委員】 〇〇でございます。建築士会の中には、現在、実践的な検討委員会ということで、このリフォームに関する実質的検討機関としてタスクフォースを設けまして、建築士が主体的に取り組むリフォームのあり方について検討しているところでございます。

その中で、〇〇さん、〇〇さんの資料については、消費者の動向が大変わかりやすくまとめられていた資料だと思いました。特に〇〇さんの資料8の赤字で31ページ、「リフォームの課題と必要とされる環境整備」というところにこのような仮定がかかれてございますが、この中で、窓口とマッチングとデータベースという3つの方向から消費者をとらえている中に、どうしても我々建築技術者の姿が消費者から見えていないという現状があるということを確認いたしました。おそらくそのマッチングの先には、施工主体や工事のボリュームであったりとか、金額の明示であったりとか、また保証であったりとかというこ

とが当然表示されていくべきだろうと思いますけれども、特にリフォームに関しては設計と施工が一貫していることが多いものですから、そのあたりの責任の明確化と、保証を含めた対応策がとられるべきなのではないかと思っております。

一般的なリフォームの工事のあり方の中には、例えば住宅の調査、いわゆるインスペクションというものから始まって、設計があって、それから施工の見積もりが提出されて、施工というのが本来あるべき姿であると思うんですけども、この姿、流れがまだまだ、ちゃんと説明できていないということも、我々も認識しております。

またもう一方で、〇〇協議会と一緒に、リフォーム税制のハンドブックの作成のお手伝いをしておりますが、今回の会議資料の24ページの、耐震改修とあわせてどんな改修工事が多いかという中に、設備の改修、設備の更新が一番多いといということがございましたが、このような改修をやることで本来の住宅の資産価値が上がるということがなかなか消費者に対して理解されていない。本来ならば、その資産価値が上がるのが嬉しいことなのですが、固定資産評価にそのまま直結してくるということは消費者に理解されていないと思います。例えばリフォームをするにあたり、新築を建てた後にメンテナンスの費用を積み立てていくという中で、銀行との連携によって金利的な優遇制度であったり、融資や補助などの制度があったりなど、我々建築業界だけではない社会的なバックアップが必要なのではないかと感じました。

きょうの会議での意見でございます。ありがとうございました。

【座長】 どうもありがとうございました。

そのほかに、どうぞ、〇〇委員。

【〇〇委員】 恐れ入ります。ホームセンターのほうを担当しております〇〇と申します。

きょうご提出いただいた資料の中で、事務局からご提出されました、トータルページの14ページの「部位別リフォーム費用一覧」というのが、非常にまとまった市場の状態が伺えるのかなと理解しております。特に我々ホームセンターでやっている現状といいますのは、上部、「0—20万円」、「20—50万円」と書かれた価格帯の分野が非常に多い分野になっております。

こういった中で、お客様の立場からしますと、そういったものであっても、保証がされる、あるいは安全・安心が得られるという意味での責任が明確化されなければいけないことは当然ですが、その中で、今現在実際に行われている方法といいますのが、小さな工事

ですと、ほとんどがお客様からの工事発注、そして工事受注というふうな形で進んでいるのが実態かと思えます。すなわち、商品をお買い求めになって、自分で取りつけられないので、これを取りつけてくださいねという工事発注という形のものが多い。こういったところを同じようなナショナルスタンダード的な契約書というまとめになると、業務上難しい点もあるのかなと思えます。

大きな金額でのリフォームというとらえ方の中では、そういった瑕疵担保責任であったり、あるいはそういった保証というものが当然非常に大事な点であろうと思うんですが、利便性の問題と、それからきっちりやるという形のものとの組み合わせというものが、1つの大きな運用上の重要なポイントではなかろうかと思えます。

〇〇さんから意見書をちょうだいしまして、非常にいいなと思う反面、日常的にもう少し簡便な方法ができればなという点もごさいますので、ひとつその点についてはご配慮賜ればと思いました。

以上です。

【座長】 どうもありがとうございました。

ほかにございますか。どうぞ。

【〇〇委員】 消費者の立場から一言申し上げたいと思います。

消費者にとりまして家を持つということは、一生の一大事であり、経済的にも大変な負担を伴う大事業です。その手に入れた家に長く住み続け、将来、資産価値を高めるようなリフォームにどう取組んでいったらいいのかということは大きな課題です。

今、各界の皆さまのお話や情報を聞いていますと制度上の不備や関係業界のさまざまな取組みの在り方に新築以上の難しい諸問題が多くあることを実感いたしました。

地方の方から、地域社会がきちんと整備されているので、違法建築や詐欺などの悪徳商法の入ってくる余地はないというとてもうらやましいお話を伺いましたが、東京のように地域社会が崩壊しているような都会では、昔、お世話になった大工さんはもういませんし、その先のつながりも見つかりません。ハウスメーカーに頼むということは、どんな業者が来てくれるか解らないという不安があります。

リフォームすることで家の長寿命化を実現し中古住宅の流通市場を構築するためには制度の改革や技術者の教育、養成が緊急の課題です。消費者がどこでどう相談したらその道筋が開けていくのかということをごきちんと明示されることを心から期待したいと思います。

【座長】 どうもありがとうございました。

ほかにいらっしゃいますか。

【〇〇委員】 質問をよろしいでしょうか。〇〇でございますが、〇〇さんと〇〇さんのデータの中で、中古住宅流通市場の押さえとして、我々の感覚ですと、土地・建物の売買金額が前提になったマーケットのボリュームというふうに理解……。

【座長】 資料何？

【〇〇委員】 すみません、〇〇さんのほうでいきますと36ページでございますね。その中で流通市場を金額に換算していただいているんですが、一番下の「資産価値向上リフォーム」、「建物価値0住宅の活性化」等々で、中古住宅流通市場に2兆円という形で書いてございますが、これは、その建物の付加価値が上がることによって流通そのものの金額が2兆円になるという理解でいいのか、これは土地・建物を入れてという素朴な業務だと思んですが、それと同じように、〇〇さんのほうで41ページに図示していただいている中で言うと、「顕在化する住宅ニーズ（中古・リフォーム）」ということで、全体で39.1兆円という可能性をご指摘いただいているわけでございますが、その中で中古12兆円とございますが、これは建物で言う……、まあ、本日も、200万円、300万円かけたリフォームをすることによって建物の付加価値がついて、それが、我々が売買しているのは土地・建物なものですから、平均2,000万円とするとこのぐらいかなみたいな話で、お聞きしながら計算してみたときに、この辺はどんな前提というか、要件で数字をまとめていただいたのかというのがちょっと気になりましたので、ご質問したいと思った次第です。

【〇〇】 私のほうは、土地込みで、中古住宅が2,000万円、リフォームが500万円ということでこれを試算しております。

【〇〇委員】 土地込みですか。

【〇〇】 はい、土地込みですね。

【〇〇】 私どもでは、土地・建物ではなくて、商品サービスということで消費者調査をして意識から数字を作成し積み上げさせていただきました。

【座長】 よろしいですか。一応いいですね。

ほかにございますでしょうか。一応予定された時間は3時までなので、特になければ本日はこれで議事を終了したいと思いますと思いますが、よろしいでしょうか。

それでは、事務局のほうから次回の予定のご案内をお願いしたいと思います。

【事務局】 次回の検討会でございますが、6月27日月曜日の14時から約2時間を

予定しております。場所は追ってご連絡いたします。よろしくお願いいたします。

【座長】 どうもありがとうございました。

それでは、本日は長時間にわたりご議論いただきまして、どうもありがとうございました。以上をもちまして、第2回の中古住宅・リフォームトータルプラン検討会を終了させていただきます。どうもありがとうございました。

— 了 —