

「不動産流通市場活性化フォーラム」 第1回 説明資料

不動産流通市場の現状と課題

平成23年10月

国土交通省

土地・建設産業局 住宅局

1. 不動産流通市場活性化の意義

☆ 「フローからストックへ」のうねり

ストック活用は成長戦略の鍵を握る重要分野

- 「個人金融資産(1,400兆円)や住宅・土地等実物資産(1,000兆円)を活かしつつ、アジア、地域を成長のフロンティアと位置づけて取り組めば、成長の機会は十分に存在する。」
- 「また、「住宅を作っては壊す」社会から「良いものを作って、きちんと手入れして、長く大切に使う」という観点に立ち、1,000兆円の住宅・土地等実物資産の有効利用を図る必要がある。」

(新成長戦略(H22.6.18)第3章『7つの戦略分野の基本方針と目標とする成果』より)

震災からの復興理念においても明確となった国土づくりの新たな視座

- 単なる災害復旧にとどまらず、活力ある日本の再生を視野に入れた抜本的対策を実施
- 「少子高齢化、人口の減少(中略)、エネルギー利用の制約、環境への負荷及び地球温暖化等の人類共通の課題の解決に資するための先導的な施策への取り組みが行われるべきこと」

(東日本大震災復興基本法第2条(基本理念)第4項より)

☆ 新しい国土交通行政の展開方向

持続可能な国土、持続可能な社会へ

- 循環型社会への移行、安全・安心な社会の実現、経済の活性化等の観点から、「持続可能で活力ある国土・地域づくり」を推進し、新たな政策フロンティアを築く必要

既存ストックの流通活性化の政策的意義

- 既存ストックの活用により環境負荷の低減に寄与するとともに、的確な情報提供により住宅選考を合理化
- 流通を契機としたリフォーム(省エネ、耐震など)の実施による既存ストックの質の向上
- 関連産業の有機的連携確保による多様な消費者ニーズへの的確な対応
- 宅地建物取引業のコンサルティング機能の向上と新たな事業分野への展開を促進

2. 不動産流通市場の課題

現在の流通市場の課題①

取引に当たって、消費者の求める情報が適時適確に提供されていない

- ・中古住宅などの物件の品質や劣化の状態に関する情報
- ・耐震性能や省エネ性能に関する情報
- ・震災を受けて関心の高まっている地盤や災害履歴等の安全性に関する情報
- ・価格に関する市場動向の情報
- ・売却以外の住み替え手段に関する情報 等

現在の流通市場の課題②

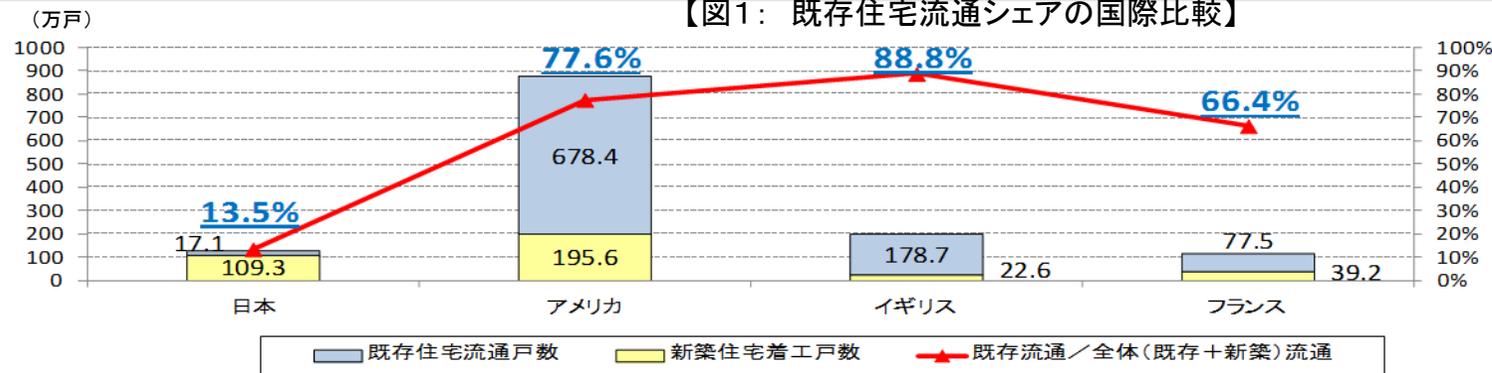
不動産事業者等が消費者のニーズに十分応えられていない

- ・取引を担う宅地建物取引業者が、顧客からの物件に係る問い合わせやインスペクション、省エネ・耐震等のリフォーム等に関する相談に十分応えられていない。
- ・リフォーム事業者・専門工事業者も、消費者のニーズの把握や顧客の開拓に十分対応できていない。
- ・中古物件の価格査定が透明性が十分でない。

3. 不動産流通市場を取り巻く状況

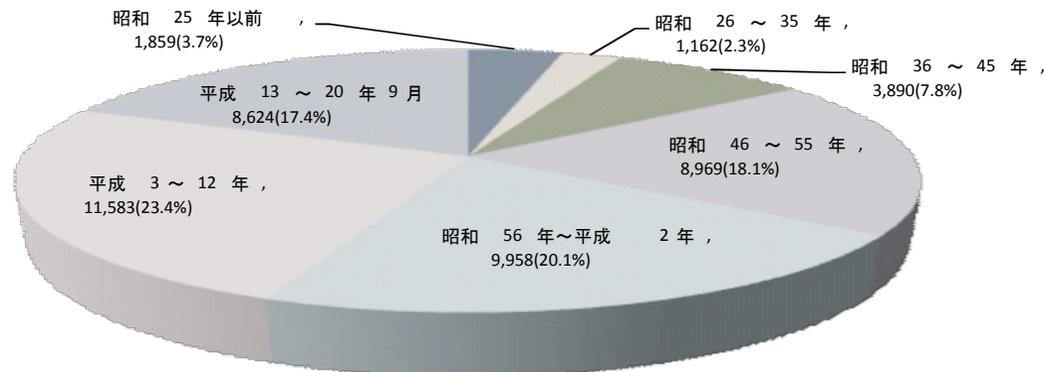
- ・人口減少・少子高齢社会において、住宅を含めた**既存ストックの有効活用が喫緊の課題**となっている。
- ・住宅の質の向上、環境負荷の低減、国民の住生活の向上を図り、将来的に市場の拡大を図っていくためにも、**既存住宅の質を高めるとともに、それを維持し、良質なストックを形成することが重要**（「ストックの時代」）となっている。
- ・一方で、**我が国の既存住宅流通シェアは、欧米諸国と比べて圧倒的に低い状況**にある。

【図1： 既存住宅流通シェアの国際比較】



(注) 1 新築住宅着工戸数は、日本は2008年、米国及び英国は2004年、フランスは2005年の値を使用
 2 既存住宅流通戸数は、日本は2008年、米国及び英国は2004年、フランスは2009年の値を使用
 資料) 日本: 国土交通省「住宅着工統計(平成20年)」, 総務省「住宅・土地統計調査(平成20年)」
 米国: 「Statistical Abstract of the U.S. 2006」
 英国: コミュニティ・地方自治省ホームページ(<http://www.communities.gov.uk/>)
 フランス: 運輸・設備・観光・海洋省ホームページ(<http://www.equipement.gouv.fr/>)

【図2： 建築の時期別住宅数(全国)】

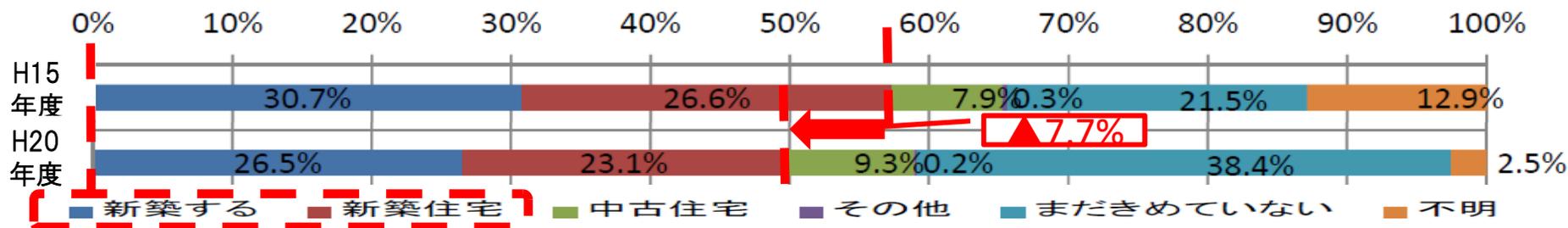


(資料) 総務省
 「住宅・土地統計
 調査(平成20年)」

4-1. 消費者の既存住宅に対するニーズ①

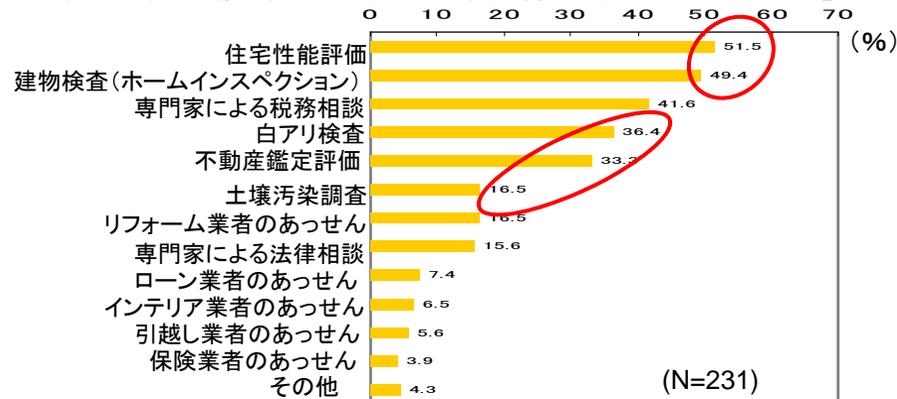
- ・消費者の住宅購入時に、「新築住宅を建てる」「新築住宅を購入する」ことを希望する層は5年前よりも7.7%減少しており、新築にこだわらない層が増えている。
- ・また、中古住宅購入者が、売買に際して、性能評価、建物検査、不動産鑑定評価等のサービスを求める割合が高くなっている。

【図3：消費者住宅購入意識調査(H20年・H15年比較)】



出典：平成15年度住生活総合調査(国土交通省)、平成20年度住生活総合調査(国土交通省)

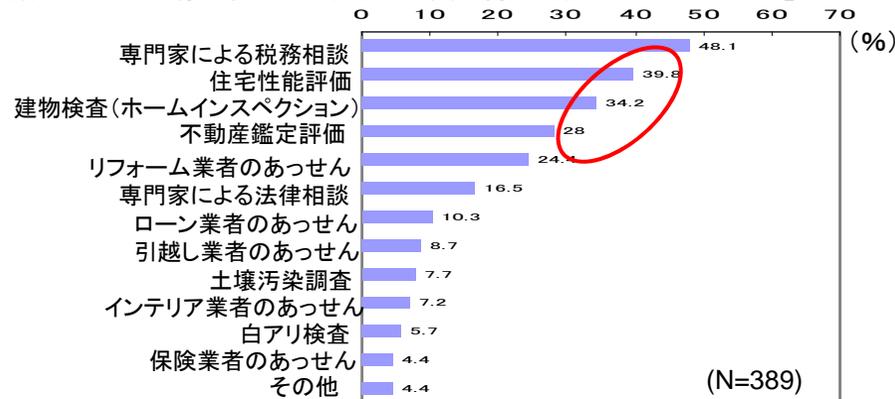
【図4：既存一戸建て購入者が不動産の売買に際して受けたサービス】



※複数回答

出典：(社)不動産流通経営協会「不動産流通業に関する消費者動向調査<第13回(2008年度)>」

【図5：既存マンション購入者が不動産の売買に際して受けたサービス】



※複数回答

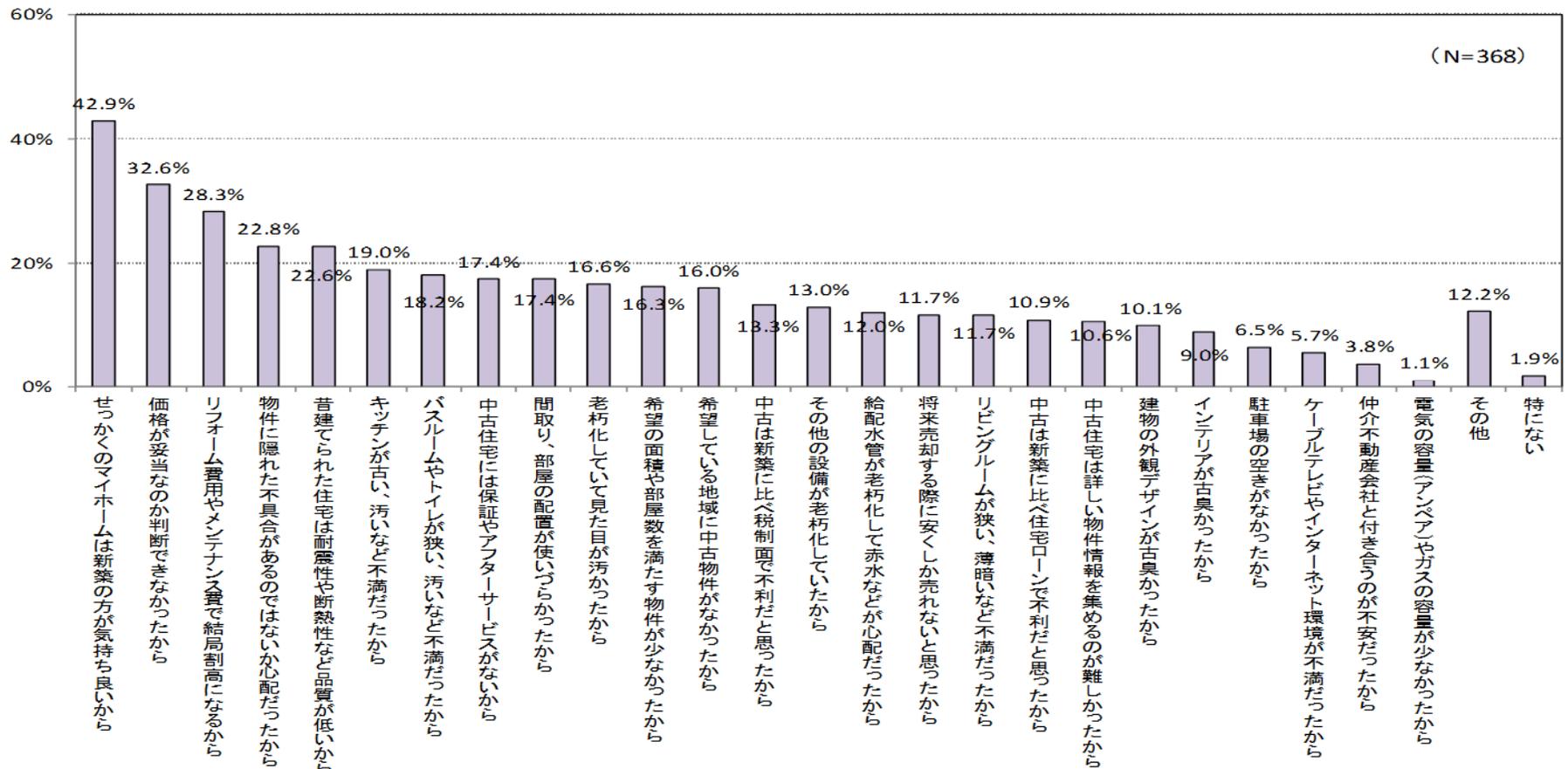
4-2. 消費者の既存住宅に対するニーズ②

中古住宅を検討したにもかかわらず購入しなかった理由として、

- ・価格が妥当なのか判断できなかった ・リフォーム費用やメンテナンス費で割高になる
- ・隠れた不具合があるか不安である ・耐震性や断熱性など品質が低い

のほか、見た目の古さ、汚さといったリフォームにより解消される点を挙げる消費者が多い。

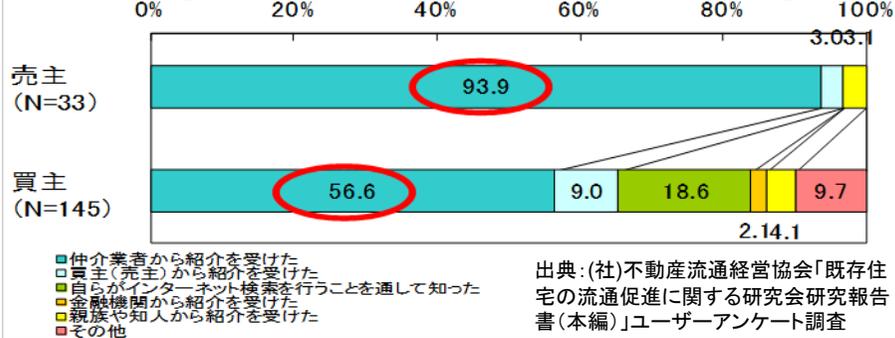
【図6: 中古住宅を検討したにもかかわらず買わなかった理由(中古住宅検討者のうち新築物件購入者/複数回答)】



5. 消費者ニーズと不動産事業者の役割

- ・仲介業者からの紹介により住宅の評価・検査を活用した売主(約9割)・買主(約6割)が多い。
- ・中古住宅購入検討者のうち、不動産会社からリフォームの案内や提案を受けた約8割が中古を購入。
- ・既存住宅流通促進のために、仲介業者・不動産会社の役割の重要性が大きいと考えられる。
- ・一方、中古住宅購入者の物件の欠点の説明、物件・構造に関する知識、情報公開等への期待と満足度とのギャップが大きく、仲介業者と各分野の専門家が適切に役割を分担して連携することが今後重要。

【図7:住宅の評価・検査の活用に至った経緯】



【図8:不動産会社からのリフォームの案内や提案の有無と購入動向(対中古住宅購入検討者)】

	案内・提案あり	案内・提案なし	計
新築を購入	61 (16.6%)	307 (83.4%)	368
中古を購入	304 (38.5%)	485 (61.5%)	789
計	365	792	1,157

出典:リクルート住宅総研「住宅購入者調査」を基に作成

【図9: 中古住宅の購入前期待順位→購入後満足順位のギャップ】

物件の欠点も伝えてくれること	3位→16位 (-13)
物件に関する知識が豊富	1位→12位 (-11)
構造に関する知識が豊富	9位→18位 (-9)
契約を急いだりしつこく対応しない	2位→11位 (-9)
情報を包み隠さず全部公開	5位→13位 (-8)

(H22年リクルート住宅総研調べ)

【図10: 中古住宅の購入前期待順位→購入後満足順位のギャップ】

言葉遣いが丁寧であること	20位→4位 (+16)
身だしなみがよいこと	23位→8位 (+15)
営業スタッフの人柄がよいこと	13位→5位 (+8)
こまめに報告や連絡を入れてくれること	18位→10位 (+8)
安全に事故なく取引を遂行してくれること	8位→1位 (+7)

(H22年リクルート住宅総研調べ)

6. 建設業者の新事業展開における意向と課題

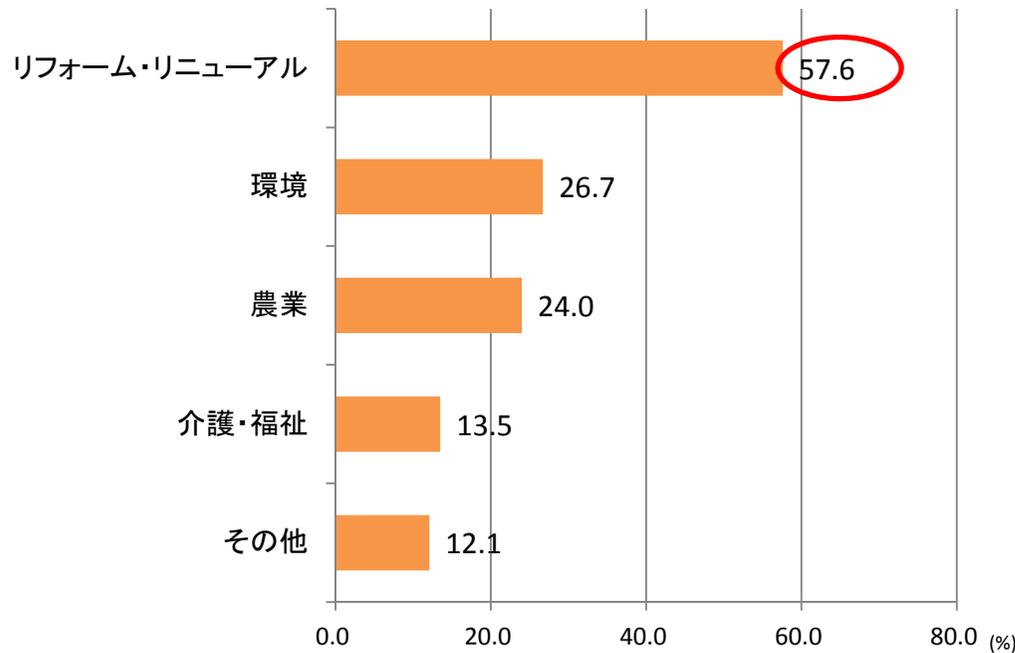
建設業者はリフォーム・リニューアル分野への進出志向が強いが、情報提供、提携先、販路開拓等を求めている。

新事業展開時のリフォーム・リニューアル指向

新事業を展開する際、**リフォーム・リニューアル分野**への進出を目指す建設業者が多い。

【図11： 建設業者が進出を考えている分野】

建築業種の回答



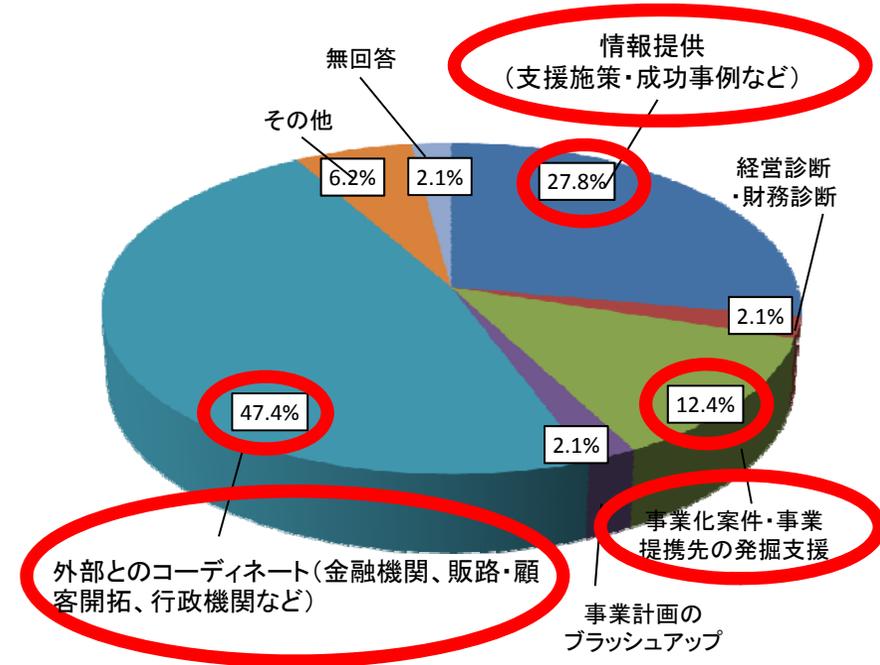
建築業種：建築工事業、木造建築工事業

※複数回答のため、合計は100%とならない。 出所：国土交通省「建設業構造基本調査」(平成20年度調査)

新事業展開を継続している97社の状況

金融機関や顧客・販路開拓等の**外部とのコーディネート**と、支援施策・成功事例に関する**情報提供**、事業化**案件・事業提携先の発掘支援**のニーズが大きい。

【図12： 新事業展開を継続している97社が必要とするサービス】



出所：国土交通省「建設企業の新たな挑戦 ～展開事例・支援施策集2010～」
 ※都道府県から推薦された新事業展開に継続的に取り組んでいる建設企業97社
 に対し実施したアンケート結果

【参考1】不動産業・建設業の概況と宅建業者の推移

不動産業の概況

売上高	41兆円	(全産業の3.0%)	[平成21年度]
法人数	30.0万社	(全産業の10.8%)	[平成21年度]
従業者数	69.9万人	(全産業の1.7%)	[平成21年度]
宅地建物取引業者数	12.7万社	(大臣免許2,153社 知事免許124,429社)	[平成21年度末]

建設業の概況

売上高	121兆円	(全産業の8.9%)	[平成21年度]
法人数	48.0万社	(全産業の17.3%)	[平成21年度]
従業者数	380.4万人	(全産業の9.3%)	[平成21年度]
建設業許可業者数	49.8万社	(大臣許可1万社 知事許可48.8万社)	[平成21年度末]

出典：
財務省「平成21年度法人企業統計」
国土交通省
不動産業課・建設業課調べ

宅地建物取引業者数の推移

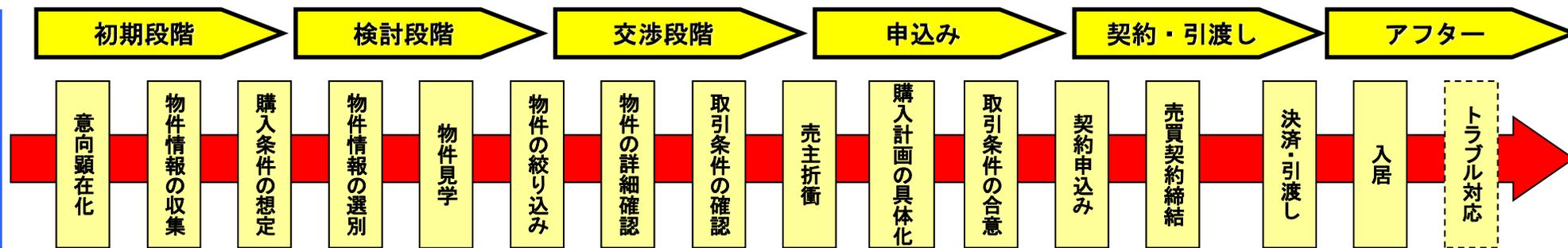


注:取引主任者証交付者数は各年度末時点の人数

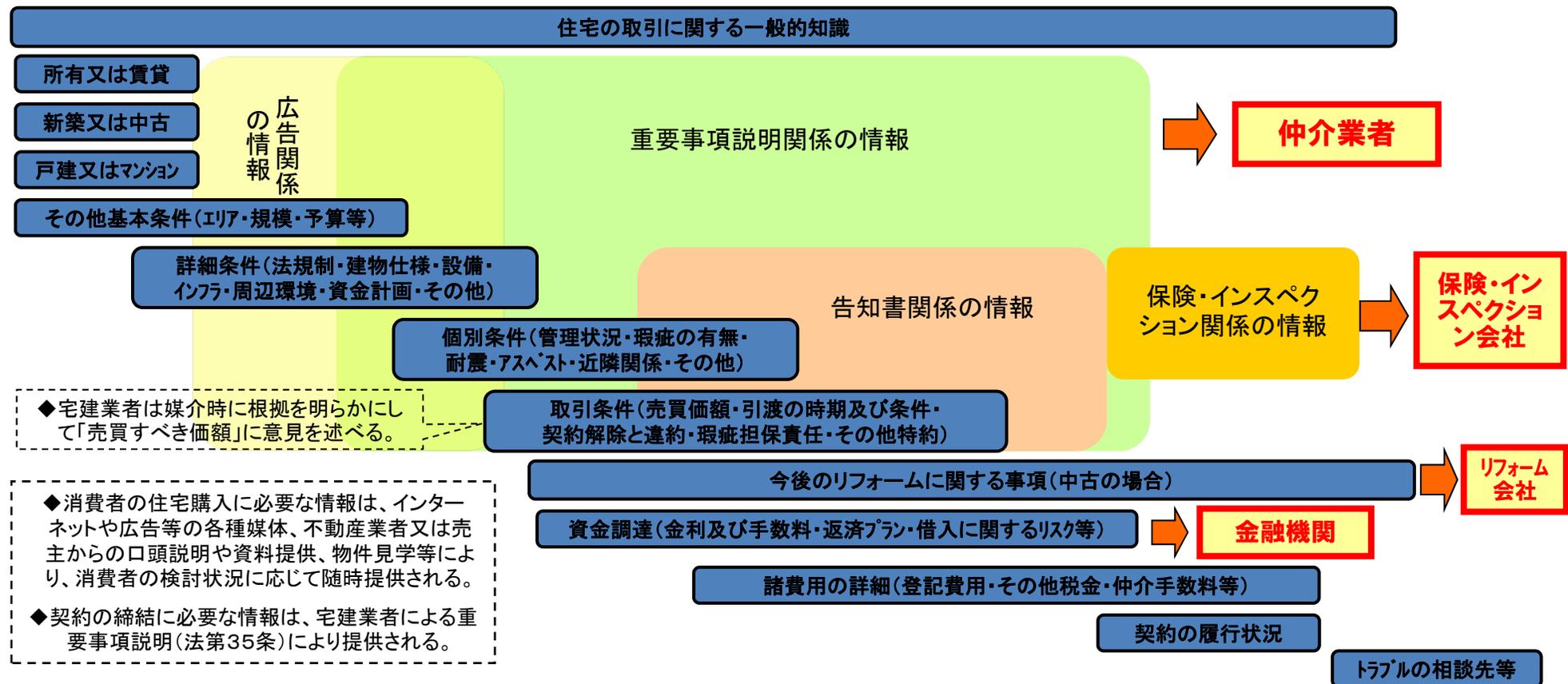
出典:不動産適正取引推進機構「宅建業者と取引主任者の統計概要」

国土交通省不動産業課調べ

購入プロセス



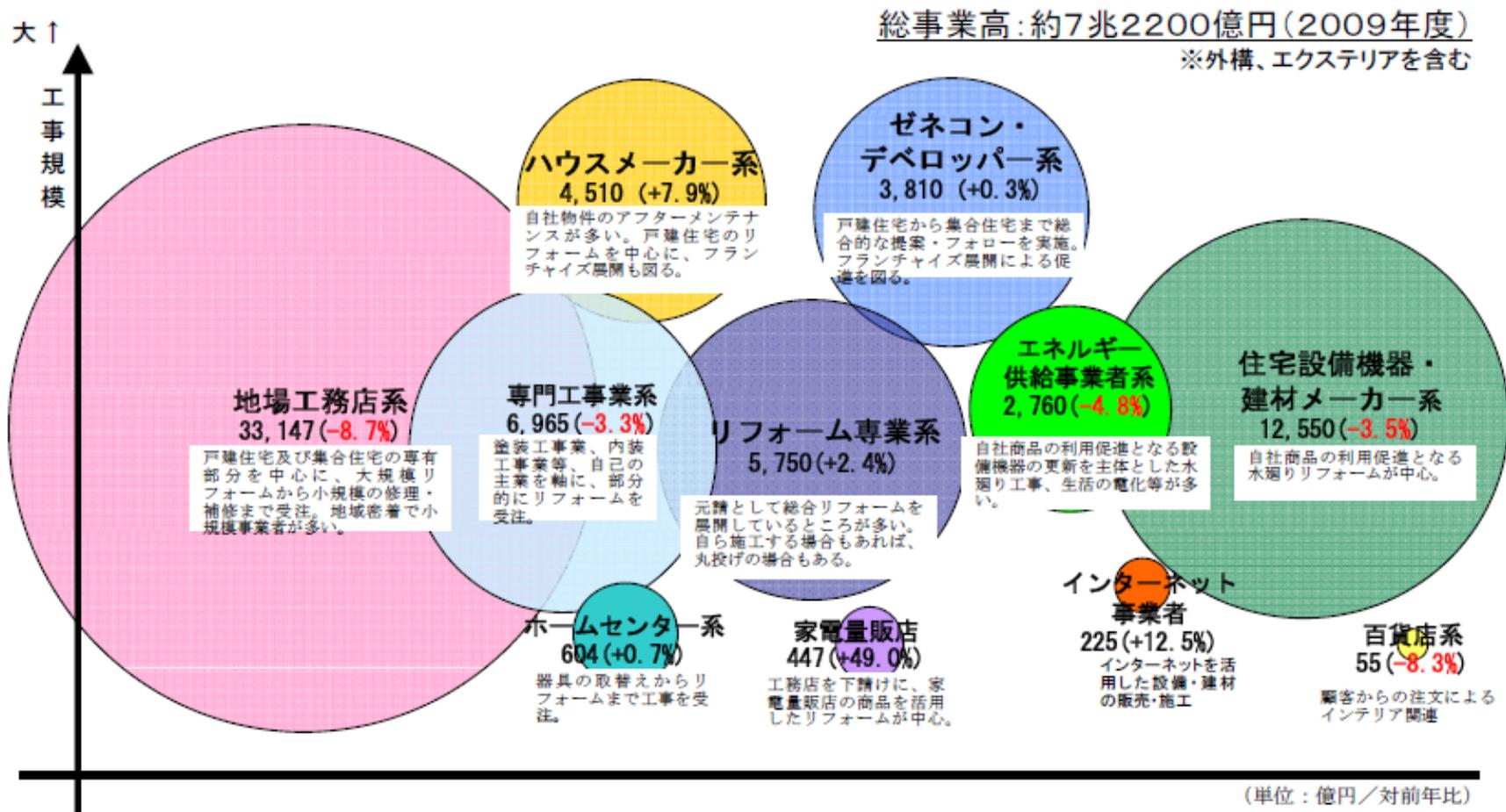
情報内容



情報入手

インターネット・広告・知人等 不動産業者・売主・保険・インスペクション会社・金融機関等

【参考3】主要な住宅リフォーム事業者



(資料) リフォーム事業高は、株式会社富士経済「2010年版住宅リフォーム市場の現状と将来展望」から引用。

2. 7つの戦略分野の基本方針と目標とする成果

(4) 観光立国・地域活性化戦略

～ストック重視の住宅政策への転換～

(中古住宅の流通市場、リフォーム市場等の環境整備)

「住宅を作っては壊す」社会から「良いものを作って、きちんと手入れして、長く大切に使う」という観点に立ち、1,000兆円の住宅・土地等実物資産の有効利用を図る必要がある。

このため、数世代にわたり利用できる長期優良住宅の建設、適切な維持管理、流通に至るシステムを構築するとともに、消費者が安心して適切なリフォームを行える市場環境の整備を図る。

<参考> 国土交通省成長戦略（平成22年5月17日）

1. 質の高い新築住宅の供給と中古住宅流通・リフォームの促進を両輪とする住宅市場の活性化

1) 将来目指す姿・あるべき姿

長期優良住宅、エコ住宅などの質の高い新築住宅の供給支援と中古住宅の流通促進・リフォーム市場の整備を両輪として住宅市場を活性化し、投資を促進する。これらにより、国民のライフステージやライフスタイルに応じた柔軟な住宅選択を可能とするとともに、良質なストックを蓄積する。

【参考5】社会資本整備審議会産業分科会不動産部会

中間とりまとめ（平成21年4月）

4. 既存住宅市場の活性化に向けて

(1) 告知書の活用等による売主から買主への情報の提供・引継

- 「告知書」の活用について、共通のルールを策定することが適当である。
- 実務上は、重要事項説明の時点より前に買主は当該物件の購入の判断を行っていることが多く、したがって告知書の提供は重要事項説明より事前に行われることが望ましい。
- 売主及び買主に分かりやすい告知書の様式や項目の標準化・統一化などについて、事業者団体を中心に実例を踏まえた検討を進めてはどうか。

(2) インスペクション（建物検査）の活用

- インスペクションの普及には、その実施主体に対してコストに見合うインセンティブを与えることが必要であり、インスペクションの結果が適切に既存住宅市場における価格に反映されることが重要である。

(3) 価格査定の実と根拠の明確化

- 物件価格に対する売主・買主双方の納得と信頼確保のため、告知書やインスペクションの結果を参考として価格査定をより充実させ根拠を明確にすることが必要である。このことは、告知書及びインスペクションを利用しようとするインセンティブとしても重要である。

(4) 市場のニーズに対応する情報提供等

- 宅地建物取引業者は、最も身近な既存住宅の取引に関する専門家であるので、宅地建物取引業の業務に併せて、新たに一般購入者に対して、わかりやすい情報提供の工夫や、関連する情報の提供、コンサルティング的な役割を果たすことが期待される。