

## 第2回不動産流通市場活性化フォーラム・議事要旨

1. 日時：平成23年12月2日（金）10:00-12:05
2. 場所：国土交通省4階幹部会議室
3. 出席者：＜委員＞中川雅之座長、青木宏之委員、市川宜克委員、中谷哲郎氏（今泉太爾委員代理）、臼杵克久委員、臼谷紀久雄委員、大石佳知委員、大久保恭子委員、籠橋正美委員、黒田一稔委員、小島規和委員、清水英雄委員、庄司利浩委員、住田直伸委員、田島穰委員、酒匂勝一郎氏（長川洋久委員代理）、長嶋修委員、中野谷昌司委員、服部毅委員、林直清委員、深田晶恵委員、三田俊彦委員、宮田勇委員、矢部智仁委員、渡辺和雄委員＜国土交通省＞内田土地・建設産業局長、佐々木建設流通政策審議官、渡延住宅局審議官、野村不動産課長、首藤住宅政策課長ほか
4. 主な議題  
意見発表、意見交換等
5. 議事概要
  - 大久保委員から「消費者の不安を解消するための情報提供のあり方」、長嶋委員から「ホームインスペクション（住宅診断）の消費者ニーズはどこにあるか、不動産流通市場の「課題」とその「解決策」・住宅市場改革（案）」、林委員から「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」について意見発表が行われた。
  - 各委員から意見等をいただいた。
  - 今後のスケジュールについて確認が行われた。

### ＜各委員の主なご意見＞

- ・ ドイツ、スイス、フランスでは、消費者に住宅のエネルギー・燃費基準の表示を行っている。
- ・ 米国では燃費基準表示はまだだが、中古住宅のランニングコストは消費者がほしがる情報項目である。一時間当たりのエネルギー消費量、燃費基準をクルマと同様に消費者に分かりやすく表示する必要があるのではないか。
- ・ 取引に当たって必要な情報を検討する際には、売り主も消費者であり、売り主の視点も議論の中にあっているのではないか。買い主にとってのみ都合

のいい仕組みでは、売り主は価格面等において不安や売ることによりデメリットを感じ、流通を阻害する結果にもなる。売り主視点を取り入れて、税制・金融面でのインセンティブを導入していかないと、結果として中古住宅流通量を拡大させることになっていかないのでは。

- ・ ストックをどう活用するかが原点である。既存ストックを資産として流通させていくには、建物検査（インスペクション）をどのように価値・価格に反映していくか、資産としての対価に見合うものかどうかの評価をどう行っていくかが重要。そのためには、義務的に収集・開示する項目以外の情報をどのように提供していくか、営業従事者に対する教育が今後の課題。
- ・ 米国の取引においては、取引価格の正当性を主張するために売り主がインスペクションを実施している（TDS）。インスペクションは、売り主にとっては、価格の妥当性を立証するための根拠やキーファクターとして、買い主にとっては、その価格情報を確認するための裏付けとして、活用されていくのではないかと。
- ・ インスペクションそのものに弊害はないが、その結果や隠れた瑕疵を精緻に価格評価に反映していくことが重要で、専門家同士の連携により精緻な評価を行えるようにすることが必要。不動産鑑定士等の公正・中立的な第三者的立場からのセカンドオピニオンを活用することが考えられる。
- ・ 買い主には情報が多いほどいいが、情報提供ができる存在を育てることが大事。売り主と買い主の利益が相反するのは当然のことで、その責任を売主や一事業者のみに負わせるのではなく、ある程度、買主の自己責任の原則を維持するべきではないかと。
- ・ 中古住宅流通促進のために宅建業者が重要なのは事実だが、20兆円規模の市場に拡大させていくためには、仲介業者のみがその役割を担うのは負担が大きすぎるのではないかと。米国では、宅建業者に相当するリアルター、エージェントはコーディネーター役で、それぞれの専門家・プロが問題点をクリアにし、契約に至るまでの間の調整機能を果たしている。消費者が必要としている情報項目を仲介業者だけで収集・把握するのは困難であり、それぞれの専門家・プロとの役割分担について制度化していくことが必要。国交省の不動産の取引価格情報提供制度など取引価格に関する情報のPR・活用も重要。価格面の情報提供の仕方について、今後検討が必要。
- ・ 地域の工務店の二代目・三代目の社長の3分の1は宅建免許を取得している。多くの工務店が住宅履歴情報「いえかるて」に施工状況を登録しているが、それを評価していく仕組みが今後必要。1級・2級建築士や、木造建築士がインスペクションの資格を取得する傾向があるが、人材の育成・確保のほか、建築施工管理者マニュアルの整備、移住住みかえ支援機構との連携

による既存ストックの活用や住み替えの促進支援等にも取り組みたい。

- ・ 劣化と修繕履歴の情報提供がキーワード。エンドユーザーに分かりやすく説明できていないのが現状。施工業者性悪説があり、どうしても隠れた不具合があるのではないかという不信感が消費者にはある。しかし、マンションの施工を行っていて、2000物件のうち基本構造に問題がある物件はほとんどないのが事実で、問題があるのはそのうち2件程度。大規模修繕計画に関する情報も瑕疵保険制度とセットで説明すれば消費者の不安も解消される。
- ・ 躯体部分や維持管理などに関する情報はできる限り詳細に提供をしたいが、なかなか情報がないのが実態だ。事前検査制度などを活用して、なるべく収集できるような仕組みが必要。ただし、戸建てとマンションとを分けて考える必要がある。その際に、情報の把握・提供に係るコストを誰がどの程度負担するのかといった観点での議論を進めるべきではないか。
- ・ 消費者が必要としている流通に関わる方々の評価に関する情報も消費者に提供することが必要。
- ・ リフォームに関するローンについては新たな商品開発が必要。大企業従事者等に対するローンの設定ではなく、建物の評価をきちんとしたローンの提供を行っていくことが大事。
- ・ 個人が中古不動産を取得することによる間接的な経済効果も含めてどのような効果があるのかを試算してほしい。また、建物の寿命も、統計調査によると27年と言っているが、実際はそれよりも長く、40～50年は長持ちしている。また、今後の検討においては、買い手責任の発想でいくのか、消費者保護の発想でいくのか議論が必要だが、ある程度は買い手責任の制度にしていくのが良いのではないか。
- ・ インスペクションと保険とを連携させ、二重に調査することをなくすべき。リフォーム瑕疵保険は、リフォーム時の検査と保証がセットになった保険制度だが、これが活用されればよりスムーズになる。建築士も工事着工前の現状の把握等に積極的に参画してまいりたい。

以 上