

国土交通政策研究 第65号

## 住宅の資産価値に関する研究

2006年3月

国土交通省国土交通政策研究所

前主任研究官 長野 幸司

主任研究官 頼 あゆみ

前研究官 渡瀬 友博

研究官 宇杉 大介

## はじめに

住宅購入は人生の一大事である。マイホームを持つことを生涯の大きな目標にしている人も多いであろう。住宅は大切な生活基盤であるとともに、心からやすらぎを得られるかけがえのない空間である。ほとんどの人にとって人生で最も高価な買い物である以上、資産価値が維持されることが強く求められていると言えるだろう。ところが現状では、住宅の資産価値は入居後急速に失われていく。このことは、良質なストック形成の疎外要因になっていると思われる。本研究は、住宅の資産価値（市場価格）に焦点を当て、住宅の資産価値が適切に評価されるための方策を検討したものである。本研究が今後の住宅のあり方についての一助となれば幸いである。

本研究を進めるにあたっては、多くの方のご協力をいただいた。日米においてヒアリング調査に快くご協力いただいた住宅市場に関連する企業・団体・個人の皆様、特に数々の助言・ご示唆をいただいた株式会社さくら事務所の皆様にこの場を借りて感謝申し上げます。

共同研究会を通じて、多くのご指導・ご助言をいただいた財団法人日本不動産研究所研究部の皆様、特に西嶋淳氏に心より感謝申し上げます。研究会の実施によって、研究の質が大きく向上したと考えている。

東京大学空間情報科学研究センター浅見泰司教授、岐阜大学工学部高木朗義助教授から、大変有益かつ貴重なご指導をいただいた。ここに心より感謝を申し上げます。

本研究は業務委託先である三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社の瀬川祥子氏の献身的な協力と的確な助言のおかげで、報告書としてまとめることができたと考えている。心より感謝申し上げます。

その他、本当に多くの方にご協力いただけたことを心より感謝している。報告書の発行という形でその恩にわずかでも報いることができれば幸いである。

平成18年3月

国土交通省国土交通政策研究所

主任研究官 頼 あゆみ

研究官 宇杉 大介

## 要旨

住宅政策の重要課題の一つである良質な住宅ストックの整備を市場重視で行うためには、市場において住宅の質が適切に評価されることが必要不可欠である。しかし、現状では、住宅の質に関係なく一律に資産価値（市場価格）が減少しているといわれている。

本研究は、市場において住宅の質が適切に評価されるための住宅政策の立案に寄与することを目的とするものである。そこで、住宅（建物）の資産価値に影響を及ぼす要素を抽出し、その影響度を明らかにすることで、住宅の質が現状どのように評価されているか、関係者の意識はどうなっているかなどを把握し、その上で、住宅の質が資産価値に適切に反映されるための方策を考察した。

不動産業者等へのヒアリング調査では、木造住宅の査定価格が築 20 年でゼロとなるなど、住宅の資産価値が維持されていない現状が明らかになった。また、立地が重視され、住宅の質が価格にほとんど反映していないことが確認された。（第 2 章）

中古住宅市場における取引事例調査では、ヘドニック分析を用いて、中古マンションの取引価格に影響を及ぼす要素とその影響度を定量的に明らかにした。世田谷区南部の調査結果より、立地（交通利便性）が価格に及ぼす影響は分譲時より中古取引時の方が大きいこと、空間的ゆとりや施工会社が中古価格にプラスの影響を及ぼすこと等がわかった。施工会社は、住宅の質の判断基準として見られている可能性があると考えた。（第 3 章）

マンション購入者と購入意向者を対象とした消費者意識調査では、コンジョイント分析を用いて、住宅購入時にどのような質をどの程度重視するかを定量的に明らかにした。調査では住宅の質に関わる 8 つの要素を提示し、各要素を様々なレベルで組み合わせた複数のマンション候補から、購入したいものを選択してもらった。調査結果より、購入者も意向者も住宅の質にコストをかける意思があること、直感的に重視する要素は耐震性や遮音性であるが、購入時の判断基準として重視する要素は日照、断熱性、防犯性であること、購入経験によって重視する要素に変化があること等がわかった。（第 4 章）

米国の住宅関連協会や不動産業者等へのヒアリング調査では、米国での住宅の資産価値の現状を明らかにし、資産価値が維持されている理由を考察した。調査結果より、住宅の資産価値に影響を及ぼすものとして立地（学区、景観）、標準性、外観、メンテナンス履歴等があり、住宅の資産価値が維持されている理由として、インスペクションやリフォーム履歴等の購入者が住宅の質を判断するための情報が多いこと、リフォームやメンテナンスに対する居住者の意識が高く価値向上に努めていること、時代の変化に対して住宅の変化（トレンド、部材レベル）が少ないこと等があるとわかった。（第 5 章）

これらの結果を受けて、市場において住宅の質が適切に評価されるための課題として、

(1)住宅の質に関する情報の不足、(2)消費者のハウジングリテラシーの不足、(3)消費者支援の仕組みの不足を提示した。さらに、これらの課題について現状を整理した上で、住宅の質が資産価値に適切に反映される方策を考察し、住宅性能表示制度の普及推進や賃貸住宅を活用したリフォーム経験の支援等を提案した。(第6章)

キーワード： 住宅の質、資産価値、中古住宅、ヘドニック、コンジョイント、米国

## A Study of the Asset Value of Housing

### Summary

The market must properly assess the quality of housing to enable the market-driven accumulation of good-quality housing stock and the improvement of existing stock. This is a major issue to be addressed by housing policy. At present, however, the asset value (market price) of housing decreases over time, regardless of the quality of the building.

This study aims to help establish housing policy that will encourage the fair assessment of the quality of housing. Firstly, the factors that affect the asset value of housing (buildings) were selected. Secondly, there was analysis and discussion of how and to what extent these factors affect the assessment of housing quality, and what the people involved in the assessment think of the assessment methods and outcomes. Lastly, measures to adequately reflect the quality of housing on the asset value were examined and proposed.

Interview surveys of real estate companies, developers and financial institutions have revealed that in Japan the value of a wooden house becomes essentially zero 20 years after construction, and thus the asset value of housing is not maintained. The location or the site is the most important factor affecting the housing prices; the quality of the building is virtually ignored (Chapter 2).

In a survey on sales of existing homes, the factors affecting the sales prices of condominiums and the extent of effect were quantitatively examined through a hedonic analysis. A survey conducted in the southern part of Setagaya Ward (Tokyo) has shown that: firstly, the impact of the site (traffic convenience) on the price is greater in the sales of existing condominiums than newly-built ones; and secondly, the spaciousness of the condominium and the identity of the developer have positive effects on the prices of existing condominiums. It was assumed that the identity of the developer of the housing was used as a criterion in evaluating the quality of housing (Chapter 3).

In a consumer awareness survey targeted at people who have purchased condominiums and those planning to purchase one, a conjoint analysis was used to quantitatively measure which aspects of quality were emphasized and to what extent when purchasing a home. In the survey, eight factors related to the quality of housing were shown, and interviewees were asked to choose from several condominiums each combining the factors in varying degrees. The results indicate that both those “who purchased” and those “who wish to purchase” are willing to spend money for good-quality housing, and they showed preference to earthquake resistance and sound

insulation. When they are asked to make a purchase decision, they emphasize factors such as exposure to sunlight, heat-insulation and security. The researchers found that the factors emphasized vary depending on the experience of the purchaser (Chapter 4).

Interview surveys were then conducted on housing associations and real estate companies in the United States to examine how the asset value of housing is evaluated and how the value is maintained. Surveys indicate that the location (e.g. school district, landscape), standardness (unusual houses are difficult to sell), the external appearance of the house, and the maintenance records were the major factors affecting the asset value. The reasons why the asset value is maintained included: a) ease of gathering ample information (e.g., inspection and repair records) to judge the quality of housing; b) residents are aware of the need to maintain and repair the house and try to increase its value; and c) houses are unlike “trendy” goods; the fundamental styles and materials used in their construction changes little over time (Chapter 5).

The results of these surveys suggest that the following issues need to be addressed to ensure the proper assessment of housing quality by the market: a) the lack of information about the quality of housing, b) the lack of consumer knowledge about housing (housing literacy); and c) the lack of systems supporting consumers. After examining the current situation in Japan, measures to ensure that the quality of housing is reflected in the real estate asset value were examined. Lastly, eight concrete proposals were made, including: a) the diffusion and widespread adoption of housing performance indicator system and; b) support for people repairing rental housing (Chapter 6).

Keywords: Quality of housing, asset value, existing home, hedonic, conjoint, United States

# 目次

第1章 研究の概要	1
1. 研究の背景と目的	1
2. 研究の流れ	1
3. 研究の進め方	2
4. 報告書の概要	3
(1) 住宅市場に関わる業者等へのヒアリング調査（第2章）	3
(2) 中古住宅市場における取引事例調査（第3章）	4
(3) 住宅購入時に重視する性能等に関する消費者意識調査（第4章）	5
(4) 米国住宅資産価値の実態調査（第5章）	7
(5) まとめ（第6章）	8
第2章 住宅市場に関わる業者等へのヒアリング調査	11
1. 調査概要	11
2. 住宅市場動向	11
3. ヒアリング調査対象、調査方法	13
(1) 調査対象	13
(2) 調査方法	13
4. 住宅の資産価値の現状と課題	14
(1) 現状	14
(2) 課題と今後の展望	20
5. まとめ	22
第3章 中古住宅市場における取引事例調査	23
1. 調査概要	23
(1) 調査対象	23
(2) 調査手法	23
(3) データ項目	23
2. 物件基本情報	24
(1) 物件分布図	24
(2) 駅からの距離とマンションの規模	27
(3) 分譲時価格、中古売り価格と専有面積	30
3. ヘドニック分析	34

(1) ヘドニック分析(Hedonic Analysis)について.....	34
(2) 説明変数の検討.....	34
(3) 現地調査 .....	35
(4) 説明変数の設定.....	37
(5) 評価指標 .....	39
<b>4. ヘドニック分析結果(世田谷区南部).....</b>	<b>39</b>
(1) 分譲坪単価 .....	39
(2) 中古坪単価 .....	40
(3) 中古坪単価(差分) .....	41
<b>5. ヘドニック分析結果(その他の地域).....</b>	<b>42</b>
(1) 港区 .....	42
(2) 横浜市港北区北部.....	44
(3) 江東区 .....	45
(4) 船橋市中部 .....	46
(5) 西宮市南部 .....	48
<b>6. まとめ.....</b>	<b>49</b>
(1) 世田谷区南部に関する事例分析より.....	49
(2) (参考) その他の地域の結果より.....	50
(3) 課題 .....	50
<b>第4章 住宅購入時に重視する性能等に関する消費者意識調査.....</b>	<b>51</b>
<b>1. 調査概要.....</b>	<b>51</b>
(1) 調査対象 .....	51
(2) 調査方法 .....	51
(3) 調査時期およびサンプル数.....	52
<b>2. 本調査方法.....</b>	<b>53</b>
(1) 各要素の説明及び認識度の確認.....	53
(2) 重視する要素を5つ選択 .....	53
(3) 購入したいマンションの選択.....	53
(4) マンション・住宅の購入についての不安・不満等を回答.....	55
<b>3. アンケート調査結果.....</b>	<b>55</b>
(1) 回答者の概要.....	55
(2) 住宅状況 .....	57
(3) 要素の認識度・重視度.....	59
(4) 選択されたマンション.....	61
(5) コンジョイント分析.....	65

(6) 今回のマンション選択の際に最も重視した要素.....	73
(7) 選択したマンションの想定価格・購入意向.....	74
(8) マンション・住宅の購入についての不安・不満等.....	76
4. まとめ.....	77
<b>第5章 米国住宅資産価値の実態調査.....</b>	<b>79</b>
1. 調査概要.....	79
(1) 調査対象.....	79
(2) 調査方法.....	80
2. 米国住宅事情.....	81
(1) 住宅販売戸数推移.....	81
(2) 新築着工戸数推移.....	81
(3) 住宅価格推移.....	82
(4) 持ち家比率.....	82
(5) リフォーム市場規模.....	83
(6) 空き家率.....	83
(7) 建築時期別住宅ストックの状況.....	84
3. 調査結果.....	85
(1) 米国における住宅売買の流れ.....	85
(2) インスペクター (ASHI).....	86
(3) リフォーム業者 (NARI).....	91
(4) 住宅保証団体 (HBW).....	97
(5) リアルター (NAR).....	99
(6) アプレイザー (NAR).....	101
(7) 不動産業者 (シカゴ).....	103
(8) 不動産業者 (NY).....	104
(9) 金融機関.....	111
(10) 住宅購入経験者.....	114
(11) 日本の住宅価格向上についてのアドバイス.....	117
4. まとめ.....	123
<b>第6章 まとめ.....</b>	<b>125</b>
1. 住宅の資産価値に影響を及ぼす要素と課題.....	125
(1) 住宅の資産価値に影響を及ぼす要素とその背景・要因.....	125
(2) 住宅の質が適切に評価されるための課題.....	128
2. 住宅の質が適切に評価されるために必要なこと.....	130

(1) 住宅の質に関する情報の提供.....	130
(2) 消費者のハウジングリテラシー(住宅に対する知識・教養)の向上.....	132
(3) 消費者支援の仕組みの提供.....	134
3. 住宅の質が資産価値に適切に反映されるための方策.....	135
(1) 住宅の質に関する情報提供の方策.....	135
(2) 消費者のハウジングリテラシー向上支援の方策.....	136
(3) 消費者支援の仕組み提供の方策.....	138
4. 終わりに.....	138

#### 参考資料

Ⅲ-1. 事例分析データについて.....	参-1
Ⅲ-2. 世田谷区南部 重回帰分析データ.....	参-2
Ⅲ-3. 港区 重回帰分析データ.....	参-6
Ⅲ-4. 横浜市港北区北部 重回帰分析データ.....	参-8
Ⅲ-5. 江東区 重回帰分析データ.....	参-10
Ⅲ-6. 船橋市中部 重回帰分析データ.....	参-12
Ⅲ-7. 西宮市南部 重回帰分析データ.....	参-14
Ⅳ-1. 各要素 説明文一覧.....	参-17
Ⅳ-2. 各要素のレベル・コスト.....	参-21
Ⅳ-3. アンケート調査票.....	参-22
Ⅳ-4. 重回帰分析結果.....	参-44
V-1. インスペクション・シート見本(ASHI 会員企業).....	参-49
V-2. MLS.....	参-59
V-3. 米国の住宅市場に関する主なデータ.....	参-70
V-4. 参考物件.....	参-74
V-5. 米国の住宅関連税制.....	参-76

#### 参考文献

# 第 1 章

## 研究の概要

# 第1章 研究の概要

## 1. 研究の背景と目的

良質な住宅ストックの形成は住宅政策における重要な課題の一つとなっている。良質な住宅ストックの整備を市場重視で行うためには、住宅の資産価値が適切に評価されること、つまり市場において住宅の質<sup>1</sup>が適切に評価されることが必要不可欠だと思われる。即ち、「良質な住宅を建築し、維持管理する」ことが「住宅（建物）の資産価値の向上（維持）」につながるということが認識されれば、良質なストック形成への自立的な推進力が生まれるはずである。

日本では、住宅の資産価値が維持されていないといわれている。住宅の資産価値は、中古になった途端に大幅に下落するといわれているほか、住宅の質は反映されず、築年数のみで一律に下落するといわれている。その結果として、中古住宅市場は依然、活性化していないほか、住宅の寿命（新築から滅失までの期間）も短く、住宅のスクラップ&ビルドが行われている（詳細は第2章参照）。

その理由として、「日本の文化である」という説明が良く用いられる。新しいもの好きの日本人は新築を好み、中古に価値を認めないという説明であるが、自動車市場では中古車販売台数が新車販売台数を上回っており、この説明は適切とは考えにくい。スクラップ&ビルド（壊して建て直すこと）が可能だった理由は、戦争による住宅不足と、戦後の恒常的な地価上昇、好景気による所得の著しい上昇という要因が重なり合ったためと思われる。また、「一所懸命」（土地にこだわる）という説明も良く聞かれる。しかし近年における持家と分譲住宅の着工戸数は均衡しており、住宅取得時はかなりの割合で別の土地に移っている状況が考えられる。特に首都圏ではここ数年マンション建設ラッシュであり、その傾向は顕著と言える。さらに、欧米と比べて住宅価格が高く<sup>2</sup>、なかなか買換えをすることができないという説明もある。しかし価格が高ければなおさら新築と比較して割安な中古住宅市場が活性化してもおかしくないはずである。また、京都議定書発効による環境問題への取組み等を考えると、ストックに対する評価が高まってもおかしくないように思われる。

本研究は、住宅の資産価値が適切に評価されるための住宅政策の在り方について寄与することを目的とする。住宅の資産価値に影響を及ぼす要素を抽出し、その影響度を明らかにすることで、住宅の質が現状どのように評価されているかを把握する。その上で、住宅の質が資産価値に適切に反映されるための方策を考察するものである。

## 2. 研究の流れ

本研究では、平成16～17年度の2ヵ年で図1-1に示す4つの調査を実施した。まず、住宅市場に関わる業者の立場からみた住宅の資産価値の現状を把握するために、（1）「住宅市場に関わる業者等へのヒアリング調査」（第2章）を実施した。次に住宅の資産価値に

<sup>1</sup> 良質な住宅とは、良質な性能、住環境及び居住サービスを備えたものとする。また良質な性能とは、耐震性、耐久性、防火性、防犯性、保健性、維持管理への配慮、省エネ性、遮音性、高齢者等への配慮、ニーズに応じた広さ、間取り、整備等を示すものとする。（出典）社会資本整備審議会（2005）「新たな住宅政策に対応した制度的枠組みについて」

<sup>2</sup> 住宅金融公庫「公庫融資利用者調査報告・優良分譲住宅購入資金編」他

影響を及ぼす要素を分析するために、(2)「中古住宅市場における取引事例調査」(第3章)、(3)「住宅購入時に重視する性能等に関する消費者意識調査」(第4章)を実施した。また、住宅の資産価値維持(向上)の手法を検討する上での示唆を得るために、住宅の資産価値が維持・向上されていると言われている米国について、(4)「米国住宅資産価値の実態調査」(第5章)を実施し、資産価値の実態とその土壌となっている制度を把握した。

最後に調査結果を元に、住宅の資産価値に影響を及ぼす要素と、その背景・要因について整理した。これを受けて、市場において住宅の質が適切に評価されるための課題をまとめた。さらに、住宅の質が資産価値に適切に反映されるための方策について考察した(第6章)。

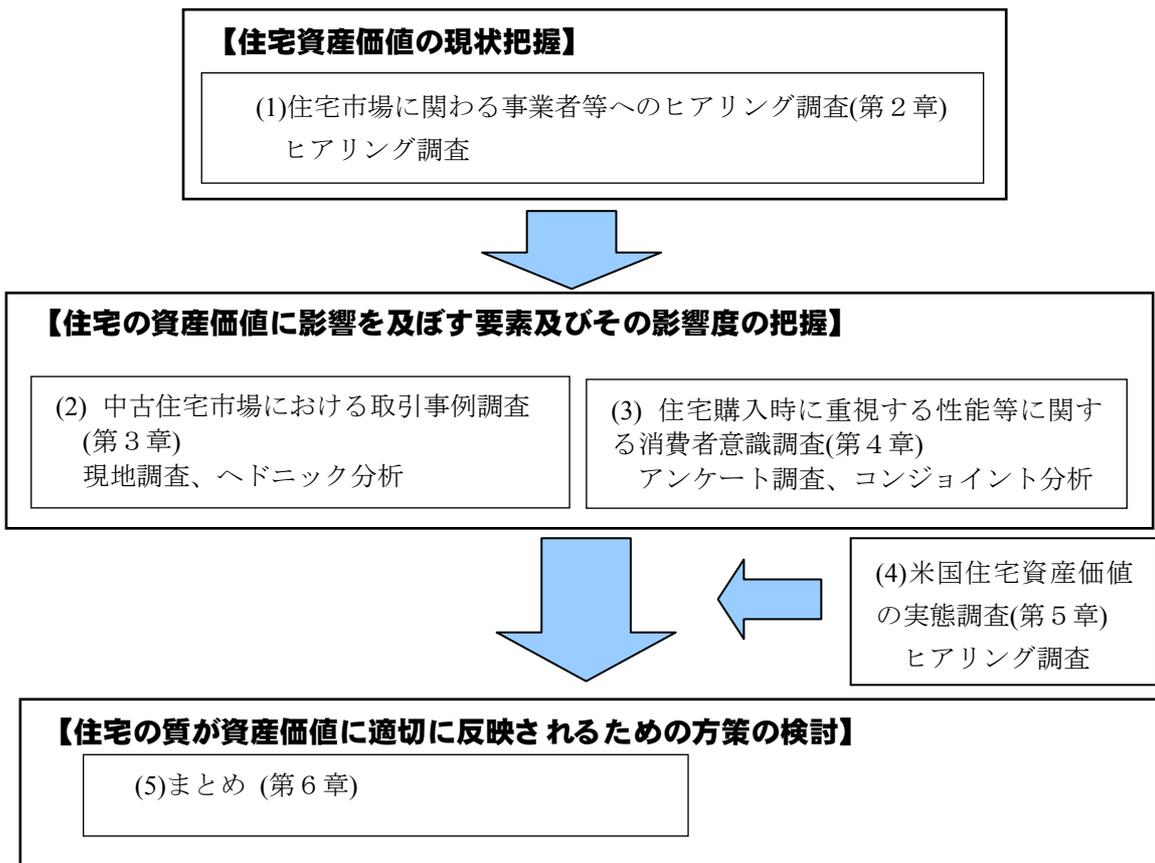


図 1-1：住宅の資産価値に関する研究 調査フロー

### 3. 研究の進め方

本研究は住宅の資産価値を様々な角度から取り上げ、住宅の資産価値の本質を探ろうとするものである。研究はともすれば机上論に陥りがちなため、研究会を定期的に行い、有識者による的確なフィードバックを随時いただくことで、研究の方向性を確認しつつ進めていった。研究会には財団法人日本不動産研究所の研究部の方々にご参加いただき、的確なアドバイスをいただいた。また、コンジョイント分析(第4章)の実施方法について検討する回では岐阜大学工学部の高木助教授にご参加いただき、貴重なアドバイスをいただいた。

#### 4. 報告書の概要

以降に報告書の概要を示す。本稿は時系列で章立てを行っているが、各調査は基本的に独立した調査であり、関心のある調査からご覧いただければ幸いである。

##### (1)住宅市場に関わる業者等へのヒアリング調査(第2章)

###### ①調査方法

###### (a)調査対象

不動産業界のプレイヤーとして、表 1- 1に示す企業・団体・個人にヒアリングを実施した。

表 1- 1:ヒアリング対象とヒアリング内容

業種	主なヒアリング内容
不動産業者	中古住宅市場における価格査定の実状や消費者ニーズ、課題等について
ディベロッパー	自社物件の資産価値向上（取引価格上昇）への取組み等について
金融機関	住宅ローン査定時に行う担保価値査定の内容、現状等について
不動産コンサルタント	資産価値についての売り手・買い手双方の意識等について
インスペクター (住宅検査会社)	インスペクションの実状や売り手・買い手の意識等について
住宅性能評価機関	住宅性能評価の実状等について
関連団体	「不動産価格査定マニュアル」作成時の検討事項や住宅保証等について
有識者	住宅市場の課題や今後の展望等について

###### (b)調査方法

- ・手法：訪問面接調査。
- ・実施期間：2004年9月～2005年11月

###### ②調査結果概要

ヒアリングの結果、中古住宅の価格は、「不動産価格査定マニュアル」等を使用するとされてはいるものの、実際には経験や相場観を元に査定額を調整することが多く、建物価値は中古になった時点で一気に2割程度下落、木造戸建は築20年、RC造でも築30年でゼロ査定となることがわかった。その要因として日本人の新築に対するこだわりや、法定耐用年数が指摘された。また、マンションは一律に築年数では決まらないという意見もみられた。

実際に価格に反映される要素としては、立地が最も価格に影響し、見栄えも評価されるということがわかった。また、築年数、構造、広さ、標準性が価格に影響する要素として指摘されたほか、マンションでは管理会社や施工会社も影響するという意見があった。

一方、メンテナンスは必ずしも評価されるとは限らないほか、耐震性、防犯性は関心が高まってきてはいるものの、価格にはほとんど反映していないということであった。遮音性、断熱性等の住宅性能は評価が低く、消費者の関心も低いということであった。しかし、今後は、可変性や耐久性が評価されていくといった意見がみられた。

課題として、中古住宅市場が活性化しておらず、適正な資産価値評価を妨げる要因となっていること、中古住宅市場の質の違いが伝わりにくく、市場での評価項目になっていないこと、消費者自身が、住宅の質をきちんと評価して選択する「賢い消費者」になる必要性が指摘された。

今後の展望としては、環境問題などを背景に中古市場は活性化する可能性があること、将来的な住宅の質としては、耐久性、可変性、省エネなどが重要になるのではないかと、住宅性能表示について、より消費者にわかりやすい工夫をした上で認知度向上を図ることで良質な住宅選別に貢献することが期待できるといった意見がだされた。

## (2)中古住宅市場における取引事例調査(第3章)

### ①調査方法

#### (a)分析手法:ヘドニック分析

#### (b)調査対象

- 分析対象物件：1994～1995年に新規供給された分譲マンションで、2003～2004年に中古として売り事例が発生（築9～10年）した<sup>3</sup>ファミリー向けマンション（ワンルームマンションは除外。一部の高額物件も除外）
- 調査対象地域：
  - ・古くからの住宅地（世田谷区南部）・・・74件
  - ・都心部（港区）・・・63件
  - ・ニュータウン（横浜市港北区北部）・・・70件
  - ・人口流入地域（江東区）・・・75件
  - ・人口流出地域（船橋市中部）・・・90件
  - ・近畿圏（西宮市南部）・・・130件

表 1-2：主な分析対象指標

安全性	自然条件・災害に対する安全性	構造	施工会社	分譲会社	建蔽率	階数
	日常生活安全性	管理費	交通量	防犯		
保健性	衛生に関する保健性	採光	通風			
	公害に関する保健性	嫌悪施設	騒音			
利便性	交通利便性	駅	沿線	徒歩	勾配	
	商業利便性	用途地域	利便施設			
	生活利便性	総戸数	ゴミ置き場	宅配BOX	段差	
快適性	開放性に関する快適性	角部屋	容積率	バルコニー面積	空間	
	住宅に関する快適性	専有面積	間取り	駐車場率	入居者	
	街並・景観に関する快適性	事例階数 <sup>4</sup>	用途地域	眺望		
持続可能性		管理会社	修繕維持積立金	管理状況	将来変化	新しさ

下線付きの指標は現地調査によるデータ（世田谷区南部のみ）

### ②調査結果概要

中古住宅市場で価格に影響を与える要素について導出するため、分譲坪単価と中古坪単価で、それぞれヘドニック分析をすることで、新築時と中古時の価格構成要素の差を考察したほか、中古坪単価に対して説明変数に分譲時単価を入れた分析を行った。

<sup>3</sup> 事例は株式会社東京カンテイのデータを使用。データ取得方法、定義については参考資料Ⅲ-1「事例分析データについて」参照。

<sup>4</sup> 「事例階数」は売り事例が発生した住居の階数を示す。「階数」はマンションが何階建てであるかを示す。

世田谷区南部の調査の結果として以下が得られた。

- \* 中古坪単価の有意な価格形成要因が分譲坪単価と比較して減少している（13→10）。
- \* 分譲坪単価が中古坪単価に影響を与える割合は3割程度（0.31）である。
- \* 立地（交通利便性）条件を分譲時よりシビアに評価している  
連絡駅DM（28万円）、徒歩（-1.9万円/分）、勾配（-16.3万円）  
特に連絡駅は全変数中で最大の値をとり、住宅の資産価値に最も影響を及ぼす。
- \* ゆとりのある空間が高い評価になる（価格を上昇させる）  
建蔽率（-1.0万円/%）、バルコニー面積（0.5万円/㎡）、空間DM（12.0万円）。  
仮に建蔽率が20%高くなれば19.2万円の坪単価下落となる。
- \* 施工会社によって取引価格が1割変わり、住宅の質を判断する際のよりどころとして施工会社を見ていると考えられる。  
施工会社DM（23.7万円）

住宅の質は取引価格に影響をほとんど及ぼしていないという結果となった。しかし施工会社が取引価格に影響を及ぼしたことから、「住宅の質を評価したくても、中古売買時で得られる情報では判断ができず、施工会社によってある程度判断している」という可能性が考えられる。

また、分譲時と中古時の分析の比較から、分譲時はある程度住宅の質が反映された価格になっているが、中古になるとほとんど反映されていないことがわかった。

### (3) 住宅購入時に重視する性能等に関する消費者意識調査（第4章）

#### ①調査方法

##### (a)調査手法:コンジョイント分析

##### (b)調査対象

###### ■2001年以降のマンション購入者

- \* 家族構成：同居する子どもがいる世帯人数3人以上の世帯
- \* 居住地：東京都、神奈川県

###### ■今後5年以内にマンション購入を予定する者（購入意向者）

- \* 家族構成：既婚世帯
- \* 購入希望地：東京都、神奈川県

##### (c)調査方法

インターネット調査会社のモニターを使用した web 調査。

テスト調査と本調査という2段階調査を実施。

##### (d)調査時期およびサンプル数

■テスト調査：2005年11月7日（月）～9日（水）実施 回答数41件

■スクリーニング調査：実施日：2005年11月16日（水）～21日（月）  
配信数：34,987件、回収数：19,777件

■本調査：2005年11月24日（木）～28日（月）

配信数：2,717件、回収数：2,318件、回答時間中央値：9分45秒

購入者サンプル数：1,175件、購入意向者サンプル数：871件

（サンプル除外件数：272件）

## (e)本調査の実施方法概要

### ■本調査の流れ

- \*各要素の説明及び認識度の確認：マンション購入時に重要と思われる8要素の説明を提示。(8要素：耐震性、遮音性、断熱性、可変性、耐久性、防犯性、日照、設備)  
→8要素の中からマンション購入時に重視する要素を5つ選択
- \*購入したいマンションの選択：選択した5要素について、異なる水準を組み合わせた条件の異なるマンションを12例提示  
→購入したいマンションを最大4つ選択
- \*マンション購入についての不安・不満点を回答：マンションを選ぶ際に重視したこと、物件の購入意思度などを質問

## ②調査結果概要

### ■住宅購入者

- \*購入者が直感的に重視する要素は「耐震性」「遮音性」  
ただし一定以上の性能があれば十分である
- \*マンション選択時の判断基準として重視する要素は、「日照」「断熱性」「防犯性」  
その中でも「日照」を特に重視
- \*全般的にバランスの取れた選好  
最高レベルを求めるよりも、最低レベルを極力なくすという意識がある

### ■住宅購入意向者

- \*意向者は購入者よりも選好が分かれた
- \*直感的に重視する要素は「耐震性」「日照」「耐久性」  
購入者と比較して「遮音性」の順位が低い(購入者：2位→意向者：4位)
- \*マンション選択時の判断基準として重視する要素は、「日照」「面積」「断熱性」  
購入者と比較して「面積」の順位が高い(購入者：5位→意向者：2位)

購入経験を経て住宅の質に対する「おとしどころ」が見えてきている購入者と、夢を求める意向者との意識の差が出ており興味深い結果となった。

また、購入者・意向者ともに、コスト(面積)をかけてでも住宅の質を良くしようとしており、今回の調査結果は、本研究のこれまでの調査で得られていた「消費者は住宅の質にあまり価値をみていない」という常識とは異なる結果となった。これは、「消費者は住宅の価値を評価したいが、評価できるだけの情報が提供されていない」という本調査の仮説を裏付けする結果と言える。実際にアンケートの自由回答において住宅の質をわかりやすく伝えて欲しいという意見が複数みられた。客観的に性能を比較できるようになれば、良質な住宅が高く評価されるという状況に変わっていくことが十分に考えられる。

#### (4) 米国住宅資産価値の実態調査（第5章）

##### ① 調査方法

##### (a) 調査対象

表 1-3：調査対象と出席者の立場

ヒアリング対象団体・企業	組織概要	出席者所属・立場
American Society of Home Inspectors (ASHI)	全米住宅検査官協会	・団体職員(インスペクター)
National Association of the Remodeling Industry (NARI)	全国リモデリング事業者協会	・団体職員 ・リモデリング会社経営者
Home Buyers Warranty (HBW)	住宅保証(会社)	・団体職員
National Association of Realtors (NAR)	全米リアルター協会	・団体職員 ・不動産業者 ・アプレンティス
不動産業者	マンハッタンを中心に住宅開発、販売、仲介、管理を実施。 日本のデベロッパーから独立。	・不動産業者
金融機関	日系金融機関。直接モーゲージの取り扱いはない	・バンカー
住宅購入経験者	日系人。米国系金融機関、日系金融機関(米国支店)勤務経験有。	・住宅購入経験者

##### (b) 調査方法

- ・手法：訪問面接調査。
- ・実施期間：2005年11月～12月

##### (c) 主なヒアリング項目

- ・業界の市況
- ・中古市場に関わる各業界の実務の概要
- ・各業界の取り組みと中古住宅の資産価値との関係について
- ・住宅価格の構成要素
- ・日本における住宅価格維持へのアドバイス

##### ② 調査結果概要

日本と比較して最も大きく異なっていたのは住環境に関する意識と、住宅に対する資産意識であった。

住宅価格に最も大きな影響を与えるのは、日本と同様に米国でも立地であった。しかし日本の場合の都市からの距離や駅からの距離を示す立地ではなく、教育（学区）とのことであった。教育と治安に高い相関があり、住宅地としての価値に直結してくるということであろう。よって地域一帯の住環境を維持・向上させることは個々の住宅の資産価値に反映してくるということである。また、住宅は最も安全な投資だという考え方も根強い。維持管理を適切に行えば住宅の資産価値が下がることはないという意識が根底にあることを感じた。

##### ■ 米国における住宅の資産価値に影響を及ぼすもの

- ・立地（学区、景観）
- ・標準性
- ・外観（外壁、庭）
- ・設備（特に台所やバスルーム）
- ・メンテナンス履歴

これらの意識を支える仕組みとして、徹底的な情報開示が挙げられる。売買事例（当該物件と類似の物件の売買事例、当該物件の過去の売買情報）はもちろん、維持管理履歴情報、業者情報、リフォーム価格情報など多くの面で情報開示が進んでいる。また、既存住宅取引時にはインスペクション（住宅検査）を行うことが一般的で、買い手にとって住宅の情報を十分に与えられてから購入するという流れができています。また、不動産業者が買い手と売り手で分かれることが基本（両手の取扱は一般的ではない）であることやエスクロー会社など、消費者の住宅購入を支援する業種が発達している。

住宅の資産価値に対する意識が日本と大きく異なる理由はいろいろ考えられるが、地震がほとんどないためよほどのことがない限り住宅が倒壊することがないということが理由の1つとして考えられる。また、住替えやローン（住宅ローンだけでなく、住宅を担保としたエクイティローンでも適用）に対する税制優遇があることも理由の1つとして考えられる。

#### (5)まとめ（第6章）

第2章から第4章の結果から、日本における住宅の資産価値の現状と住宅の質への考え方として以下のことがわかった。

まず、中古住宅の市場規模は新築住宅の1/8に過ぎず、住宅は中古になった時点で価格が2割下落し、木造戸建の場合は築20年でゼロ査定となる。

住宅の資産価値に影響を及ぼすものとしては、立地（交通利便性）が最大要素であることがわかった。また、見栄え（見た目のきれいさ、設備の新しさ）や日照、空間的なゆとりも影響を与えている。

消費者の住宅の質への意識をみると、耐震性について、事業者の認識は、消費者の関心は高いものの、実際の価格には建築年程度しか関係しないというものであったが、消費者の意識調査では直感的に非常に重視する要素となった。その他の要素について、事業者は消費者の関心は低いという認識であったが、消費者の意識調査結果としては、遮音性、耐久性については、関心が高いほか、防犯性についても関心が高まってきている。事業者は価格に反映できるほどではないとしているが、特に遮音性について、住宅購入経験者は重視する傾向がみられたほか自由意見でも関心が高かった。断熱性については、関心は中程度であるが、関心を持つ消費者を中心に、コストを払う比較検討の指標となり得ている。可変性については、現状、関心は低い。

住宅の質について、現状では、見えるもの、イメージできるもののみが価格に反映している傾向がみられるほか、事業者が考える消費者の住宅の質への意識と、実際の消費者の住宅の質への意識にはギャップがあることが指摘できる。

次に、第2章から第5章を受けて、市場において住宅の質を適切に評価するための課題として、3項目を提示した。一つめは、「住宅の質に関する情報の不足」であり、消費者が、住宅の質を判断できる情報が少ないこと、あったとしても比較検討できる形で提示されていないことである。二つめは、「消費者のハウジングリテラシー（住宅に対する知識・教養）の不足」であり、消費者は住宅に対する知識、経験が豊富であるわけではないことである。三つめは、「消費者支援の仕組みの不足」である、消費者の住宅購入を支援する仕組みも充実しているとはいええないため、住宅の質を適切に判断して購入することが困難であることである。

上述した3つの課題について、市場において住宅の質を適切に評価するために必要なことを整理した上で、住宅の質が資産価値に適切に反映されるための方策を提案した。

●住宅の質に関する情報提供の方策

「①物件の売買履歴情報、安全情報の整備」として、登記簿謄本と連動した物件情報の整備や安全情報の整備、「②住宅性能表示制度の推進」として、住宅性能評価書の交付を受けた物件情報の検索システムや表示指標の改善、「③ライフサイクルコスト及び性能情報の開示」として、必要なメンテナンス内容とコストの提示、統一フォーマットによる性能（スペック）開示を提案した。

●消費者のハウジングリテラシーの向上支援

「①賃貸住宅を活用したリフォーム経験の支援」として、入居者が住宅の質の向上につながるリフォームを実施することの促進、「②住宅設備の規格の統一」として、DIYを容易にするためにサッシ、ドア、システムキッチン等の規格の統一化、「③メンテブル住宅の提供」として、居住者が容易にメンテナンスを行える住宅を提供することで住宅に消費者が積極的に関わる仕掛けづくりを提案した。

●消費者支援の仕組みの提供

「①業者情報の提供」として、業者毎の検査済証の交付率や住宅性能評価書の交付率等の情報提供のほか、消費者の業者に対する満足度情報の提供、「②インスペクション制度の推進」として、住宅情報やインスペクターを通じた消費者教育について提案した。

表 1- 4 : 住宅の資産価値の現状と課題と  
住宅の質が資産価値に適切に評価されるための方策（考察）

①住宅の資産価値の現状	② ①の背景・要因
<p>◆現状</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中古になった時点で価格が2割下落し、木造戸建の場合は築20年でゼロ査定となる</li> <li>・中古住宅市場は新築住宅市場の1/8</li> </ul> <p>◆資産価値に影響を及ぼすもの</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・立地(交通利便性)</li> <li>・見栄え(見た目のきれいさ、設備の新しさ)</li> <li>・日照</li> <li>・空間的なゆとり</li> </ul> <p>◆住宅の質への意識</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・耐震性:関心高いが価格への反映は建築年程度</li> <li>・遮音性、耐久性:関心高い(ただし価格への反映なし)</li> <li>・防犯性:関心高まる(価格への反映なし)</li> <li>・断熱性:関心中程度(情報があれば比較検討の指標になり得る)</li> <li>・可変性:関心低い</li> <li>・購入経験により重視する住宅の質が変わる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・見えるもの、イメージできるもののみが価格に反映している。</li> <li>・事業者と消費者の間に「住宅の質への意識」に対するギャップがある。</li> </ul> <div style="text-align: center;">  </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>・住宅の質を判断できる情報が少ない。あったとしても比較検討できる形で提示されていない。</li> <li>・消費者は住宅に対する知識・経験が豊富ではない。</li> </ul>
<p>◆課題</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①住宅の質に関する情報の不足</li> <li>②消費者のハウジングリテラシーの不足</li> <li>③消費者支援の仕組みの不足</li> </ul>	



<p>◆市場において住宅の質を適切に評価するための方策</p> <p>(1) 住宅の質に関する情報の提供</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①物件の売買履歴情報、安全情報の整備</li> <li>②住宅性能表示制度の推進</li> <li>③ライフサイクルコスト及び性能情報の開示</li> </ul> <p>(2) 消費者のハウジングリテラシーの向上支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①賃貸住宅を活用したリフォーム経験の支援</li> <li>②住宅設備の規格の統一</li> <li>③メンテブル住宅の提供</li> </ul> <p>(3) 消費者支援の仕組みの提供</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①インスペクション制度の推進</li> <li>②業者情報の提供</li> </ul>
--

## 第 2 章

### 住宅市場に関わる業者等へのヒアリング調査

## 第2章 住宅市場に関わる業者等へのヒアリング調査

### 1. 調査概要

住宅の資産価値について、その現状と課題を把握するため、まず、我が国の住宅市場の動向について概観した。その上で、不動産業者をはじめとする住宅市場に関わる様々な立場の企業・団体・有識者に協力を得て、ヒアリング調査を実施した。ヒアリング調査から、中古住宅価格や担保価格における価格査定方法や、住宅の資産価値に影響を及ぼす要素について把握した。現在の住宅市場が抱えている課題や今後の展望についても意見をまとめている。

### 2. 住宅市場動向

第2次世界大戦により多くの住宅が消失し、終戦直後は420万戸の住宅が不足していたと推計されている<sup>1</sup>。従って「一世帯一住宅」の実現が住宅政策の柱<sup>2</sup>となった。

この結果、昭和43年の時点で住宅総数が総世帯数を上回った(表2-1)。平成15年の時点では住宅数が世帯数を663万戸上回っており、住宅不足については解消したと言える。

表2-1:住宅の総数と世帯数の推移

	S33	S38	S43	S48	S53	S58	S63	H5	H10	H15
A. 住宅数(万戸)	1,793	2,109	2,559	3,106	3,545	3,861	4,201	4,588	5,025	5,389
B. 世帯数(万世帯)	1,865	2,182	2,532	2,965	3,284	3,520	3,781	4,116	4,436	4,726
C. 住宅数-世帯数(A-B)	-72	-73	27	141	261	341	420	472	589	663

【住宅・土地統計調査 総務省】

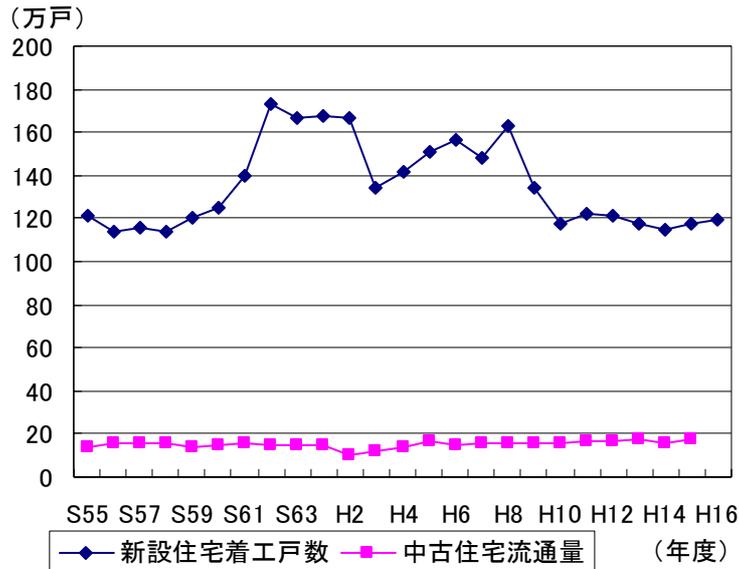
住宅建設はバブル時と比較して減少傾向にあるが、近年は110～120万戸で推移(図2-1)している。平成11年～平成15年の5年間の住宅着工戸数合計は593万戸である。その間住宅総数は364万戸増加(表2-2)していることから、滅失戸数は229万戸と考えられる。これは住宅着工戸数の4割に相当する。一方、中古住宅の流通量は近年若干増加傾向にあるとはいえ、平成11年～平成15年の5年間平均で17万戸(新築比1/7)となっており(図2-1)、住宅のスクラップ&ビルドという我が国独自の文化が表れている。図2-2より、欧米諸国と比較しても住宅の寿命(新築から滅失までの期間)が短いことは明らかであり、環境問題の大きな要因<sup>3</sup>となっている。

この原因として考えられるのが、土地神話(地価は長期的に必ず上昇する)である。住宅(建物)・土地を資産として考えた場合、住宅の価値を考慮しなくても地価上昇によってキャピタルゲインが得られた。その結果、金融機関の担保査定は土地に重点が置かれ、住宅の資産価値を適切に評価する土壌が育たなかった。このため、良質な住宅を建築し、維持管理するためのインセンティブが働かなかったと思われる。

<sup>1</sup> 国土交通省住宅局住宅政策課 (2005)「住宅経済データ集」

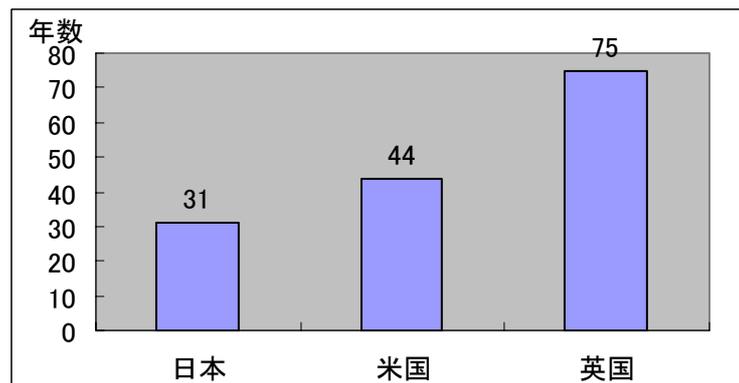
<sup>2</sup> 閣議決定(1966)「第一期住宅建設五箇年計画」

<sup>3</sup> 環境省(2004)「産業廃棄物排出・処理状況調査(平成13年度実績)」



【住宅着工統計（国土交通省）住宅・土地統計調査（総務省）】

図 2-1：新設住宅着工戸数・中古住宅流通量の推移



【日本：住宅・土地統計調査（1993年,1998年），米国：American Housing Survey（1987年,1993年），英国：Housing and Construction Statistics（1981年,1991年）】

図 2-2：住宅の平均寿命<sup>4</sup>の国際比較

しかし近年、長期化する地価下落の状況下において、住宅・土地資産に関する考え方が徐々に変化してきた兆しを感じられる。適切に管理されたマンションが近隣に比べ高値で取引されたり、大手住宅メーカーによる長期保証付き物件の査定額が上がるなど、住宅の資産価値が高まる動きが一部で出てきている。この現象を一般的な状況にするためには、住宅の質が適切に評価されるような仕組みづくりが必要だと思われる。

<sup>4</sup> 滅失住宅について、滅失までの期間を推計

### 3. ヒアリング調査対象、調査方法

#### (1)調査対象

不動産業界のプレイヤーとして、下記の企業・団体・個人にヒアリングを実施した。

表 2- 2:ヒアリング対象とヒアリング内容

業種	ヒアリング先	主なヒアリング内容
不動産業者	三井不動産販売(株) 東急リバブル(株) 日本住宅流通(株)	中古住宅市場における価格査定 の現状や消費者ニーズ、課題等 について
ディベロッパー	旭化成不動産株式会社 大和ハウス工業(株) (マンション)	自社物件の市場における資産 価値向上(取引価格上昇)への 取組み等について
金融機関	(株)日本住宅ローン 都銀大手	住宅ローン査定時に行う担保 価値査定の内容、現状等について
不動産 コンサルタント	(株)さくら事務所	資産価値についての売り手・ 買い手双方の意識等について
インスペクター (住宅検査会社)	(株)リスペクト建物調査	インスペクションの現状や 売り手・買い手の意識等について
住宅性能評価機関	日本 ERI (株)	住宅性能評価の現状等について
関連団体	(財)不動産流通近代化センター (財)住宅保証機構 特定非営利法人 外断熱推進会議	「不動産価格査定マニュアル」 作成時の検討事項や住宅保証 等について
有識者	東京大学 CSIS 浅見教授 京都大学大学院工学研究科高田教授	住宅市場の課題や今後の展 望等について

#### (2)調査方法

- ・手法：訪問面接調査。
- ・実施期間：2004年9月～2005年11月

#### 4. 住宅の資産価値の現状と課題

各方面へのヒアリングを元に、住宅の資産価値の現状及び課題をまとめた。

##### (1)現状

##### ①中古住宅市場の概況

- \* 市場参加者に40代が少なく、バブルの影響が出ている。
- \* 市場が活性化しないのは買い手が少ないのではなく、売り手が少ないため。

不動産業者からは、中古住宅市場の市況は徐々に良くなってきており、特に都心のマンションについては活発になってきているとの回答があった。物件としては築5～6年の新しい物件が流通しはじめており、築10～20年ものと併せて、商品バリエーションが豊富になってきているとのことである。また、物件さえ出てくれば購入層は存在するという意見も複数の事業者から出た。

売り手は高齢夫婦が多く、買い手は20～30代の1次取得者層が中心とのことである。本来最も中心のはずの40代は売り手・買い手いずれも少ないとのことである。

以上からは、バブル時に新築住宅を取得した層が、ローン残債が売却価格を上回るために売るに売れない状況になっていることが考えられる。

##### ②価格査定方法と考え方

- \* 中古住宅取引において、査定価格の算出方法は、マンションは取引事例比較法、戸建は原価法を用いて算出している。
- \* 「不動産価格査定マニュアル」（もしくはそれに準ずるもの）を使用しているが、実際には経験や相場観を元に査定額を調整していることが多い

全ての不動産業者から、(財)不動産流通近代化センター作成の「不動産価格査定マニュアル」か、それに準ずる独自の査定マニュアルを使用して算出しているとの回答があった。具体的には、マンションは取引事例比較法、戸建は原価法<sup>※5</sup>（土地部分は取引事例比較法）が用いられている。しかし、実際には、マニュアルの算出結果に調整率をかけ、営業担当者の経験や相場観で査定した額に合わせているケースが多いという回答も複数の業者からあった。

マンションディベロッパーは、自社物件については不動産流通近代化センターによる「不動産価格査定マニュアル」を基準としながらも、住宅性能評価、共用部の検査記録、専有部分の第三者によるインスペクション（住宅検査）結果、修繕維持管理計画等を付加して査定しているとのことである。

戸建ディベロッパーは、一般よりも耐用年数が長い独自の原価法を基準としながら、間取りやリフォーム・修繕内容、可変性等を考慮して査定しているとのことである。

※<sup>5</sup> 査定対象建物の再調達費用を計算し、経過年数をもとに定額法により減価する方法

(財)不動産流通近代化センターによると、不動産業者、ディベロッパーが価格査定を行う場合にも基準とされている「不動産価格査定マニュアル」は、市場価格に極力近い価格を設定するための参考価格（査定価格）の算定を目的として作られている、ということである。実際の不動産仲介現場では、売り主の希望価格、不動産業者の意見価格、売り出し価格、成約価格の4種類があるが、不動産価格査定マニュアルは成約価格に近い参考価格を算出することを目的としている。具体的には、マンションは取引事例比較法、戸建は原価法で考えられているとのことである。

金融機関においては、個人向け住宅の担保価値査定において、新築マンションは販売価格、中古マンションは売買事例、戸建は築年数、構造、広さで算出することが一般的であり、評価のために実際に物件を見に行くケースはそれ程多くはない。また、収益物件ではないため、担保よりも人（信用）に重きが置かれているとのことである。

以上からは、価格査定方法には、一定の枠組みはあるが、案件や状況に応じてかなりフレキシブルに運用されているということがわかった。実際の中古住宅取引においてはマニュアルに表しきれていない価格要因が働いていると思われる。また、戸建とマンションの査定方法に違いがあることがわかった。戸建の場合には、取引事例比較法を用いるための要件となる類似物件の抽出が難しいためだと考えられる。また、物件によって敷地形状が異なり、住戸毎の個別性も大きいこともその要因と言えよう。

### ③流通耐用年数<sup>6</sup>

- \* 建物価格は築年数に応じて直線的に下落するわけではなく、中古になった時点で、一気に2割程度価格が落ちる。
- \* 戸建は木造なら程度が良くても築20年、RC造でも築20数年でゼロ査定となる。
- \* マンションについては、流通耐用年数が一律には言えない。

不動産業者によると、戸建の木造建築は、築10数年～20年でゼロ査定<sup>7</sup>、とのことである。RC造（戸建）であっても、木造住宅より流通耐用年数は若干延びるものの、築20数年でゼロ査定となる、とのことである。木造住宅の法定耐用年数は22年であり、この法定耐用年数が重し（上限）となっている、という意見も出された。マンションは、戸建のように流通耐用年数が明確ではない、とのことである。いずれの場合も、価格は築年数に応じて直線的に下落するわけではなく、中古になった時点で、一気に2割程度下落するということである。

ディベロッパーでは、自社物件の戸建は基本的な流通耐用年数を50年として、適切なメンテナンスにより流通耐用年数が延長されるとの回答であった。マンションは物件により建物価格の下落率に差があり、その差は管理によるとのことである。

<sup>6</sup> 市場における住宅として価値が存在する年数

<sup>7</sup> ある業者によると、戸建住宅の流通耐用年数を見直す動きが出てきており、2005年3月から木造戸建の流通耐用年数を25年に延ばしたとのことである。

「不動産価格査定マニュアル」においては、木造戸建が築 20 年でゼロとは明記されず、部位毎に耐用年数を設定しているとのことである。また、築年数に応じてなだらかに減価し、新築から中古になった時点で一気に 2 割程度下がるということはない、とのことである。

以上より、戸建の流通耐用年数は非常に短いということが確認された。これでは、住宅ローンは 30 年以上の長期が一般的であるにもかかわらず、融資期間中に担保価値が消滅してしまうという現象が起きてしまうことになる。この点からも、現在の戸建の流通耐用年数は適切ではないと考えられる。また、中古になった時点で一気に価格が下落する状況には、日本人の新築に対するこだわりが、建物価格となって表れていることが感じられる。

ディベロッパーの取組みにより、自社物件が市場で高い評価を受けるようになれば、他社も追随することとなり好循環が生まれると考えられる。

#### ④価格に反映される要素

- \* 価格に影響を及ぼす要素としては、まず立地が大きく、築年数、構造、広さ、標準性も重要となる。
- \* マンションの場合は、管理会社や施工会社も影響していると考えられる。
- \* メンテナンスは評価されるケースもあるが、必ずしも評価されるとは言い切れない。むしろ、リフォームによって見栄えをよくする方が、価格に影響を及ぼす。
- \* 耐震性は建築が新耐震基準(1981年施行)の前か後かが価格に影響する。
- \* 遮音性、断熱性等の住宅性能はほとんど価格に反映しておらず、買い手の意識も薄い。
- \* 防犯性については、買い手の意識が向上してきた。今後、可変性や耐久性が評価されていくと予想されている。

不動産業者からは、流通性の高い物件は、建物の中身よりもロケーションの魅力が評価されるケースが圧倒的に多い、との意見があった。とはいうものの、価格を変化させる要因として、築年数、構造と共に、見栄え(外観、内観)とメンテナンスが挙げられた。きっちりとしたメンテナンス履歴があれば、査定額×1.1 といったプラス評価を受けるケースもある、ということである。また、リフォームして売りに出すパターンが増えつつあり、見栄えを良くすることで売却価格が高くなるケースや、売却にかかる期間が短くなるケースが多いとのことである。このほか、大手ディベロッパーによる大規模開発については、その地域内と地域外で価格差が出る場合があるとのことである。耐震性については、新耐震基準の施行(1981年)より後に建てられているかどうかは、価格に影響してくるとのことである。

ディベロッパーとしては、戸建については、間取りのほか、リフォーム内容(屋根防水、外壁塗装の状態等)、可変性(子供の成長や独立等ライフステージの変化に応じた間取りになっているか、間取りの変更が低費用で可能か、給排水が将来の変化を見

越した構造になっているかなど)等が価格に影響すると考えている、とのことである。また、マンションについては、設計情報、維持管理履歴情報、検査情報等を開示し、情報の非対称性を解消することで正当な評価を受けられ、価格に影響すると考えている、とのことである。そのため、数年前より自社物件の全てについて設計住宅性能評価、建設住宅性能評価を取得するなどの取り組みを進めている。また、性能評価ではないが、設備の瑕疵保証を付加するなど、不安感を解消することで、建物の質に対する評価を価格に反映させるべく取り組みを行っているとのことである。

(財)不動産流通近代化センターによると、明らかに価格を左右する要因となっているのは、ロケーション（駅距離、地域）及び環境ということである。また、マンションは、戸建よりも利便性が大きく評価されるとのことである。一方、価格を左右する要因でも定量的に判断できない場合や、仲介業者の立場で調査（査定）ができない項目に関しては、「不動産価格査定マニュアル」の項目に入れることはできないということである。防音性や断熱性等がこれに当たる。施工会社も価格に関係していると考えられるが、項目化は難しい、とのことである。

不動産コンサルタントからは、住宅の変容性や耐久性は、入居後 20 年以上経ってから最も問題となるが、消費者も購入時にはそこまでイメージができないため、売り手も力を入れず、価格に反映されていないのではないかと指摘があった。しかし、買い手である消費者が徐々に賢くなってきており、これらの項目が評価されていくことが予想される、とのことである。

有識者からは、住環境が資産価値に影響を及ぼすという調査結果が得られたとのことである。また、住宅性能についても、カリフォルニアで大地震後に耐震性が評価されるようになったように、関心がある項目で、なおかつ分かりやすい指標であれば評価されるはず、とのことである。

以上では、まず立地ありきということが共通の見解であった。内装等のリフォームを行った方が、リフォーム代を加味しても高く売れるということから、見栄えも重視されていることがわかる。これは、住宅購入後にリフォームを行おうとすると、リフォーム単体での融資を受けるのが難しいという問題もあると考えられる。リフォーム内容としては、本来、耐震改修等が資産価値を高めると考えられるが、ほとんどが内装及び水周りのリフォームであることからみても、性能より見栄えが重視されていることが感じられる。

## ⑤消費者意識

- \* 買い手は、建物の質についてはあまり意識していない。特に、マンションでその傾向が顕著である。
- \* 価値評価にもトレンドがあり、近年はオール電化やタワーマンションが高い評価となっている。
- \* 一部ではあるが、消費者意識が変化してきた兆しを感じられる。

不動産業者から見た買い手の意識としては、建物の質について、戸建の場合は基礎（傾きやシロアリ）、施工会社を気にする場合もあるが、マンションではあまり意識されていないとのことであった。他の入居者が生活しているということで、問題ないと判断しているのではないかということである。売り手や買い手からインスペクション（建物調査）の依頼が入ることはほとんどない、とのことである。

住宅を選ぶポイントとしては、利便性、設備、駐車場の有無や地縁（親戚がいる、土地勘がある）等が重視されている、とのことである。広さについては、ライフスタイルの多様化により、こだわりを持たない買い手が増えてきているとのことである。また、耐震性もあまり気にされていない<sup>8</sup>とのことである。

ディベロッパーからは、近年の消費者の動向として、特に、介護施設が充実しているような地域を中心に、介護がしやすい二世帯住宅（玄関や階段は共有型）に人気が出ているとのことである。また、中古物件に対して、既に10数年人が住んでいることから、安全性・機能性が実証された建物であるという判断をして購入するなど、買い手の意識も従来からは変化しつつある、ということである。

関連団体からは、敷地権割合等が価格にあまり大きく影響を与えないことなどから、不動産価格とは、具体的な「価値」ではなく「イメージ」に左右されている部分も大きいと感じている、とのことである。近年の消費者の嗜好としては、オール電化やタワーマンションが挙げられるが、例えば、セントラルヒーティングのように、以前は高評価だったが今は逆にマイナス評価になるなど、価値評価にもトレンドがあるとのことである。

不動産コンサルタントからは、最近、購入前調査の依頼が急増しており、欠陥住宅に対する意識は高まってきている、とのことであった。また、最近のマンションは防犯に力を入れたものが増えてきており、買い手の意識も高いとのことであった。

インスペクターによると、インスペクションの認知度は低く、ほとんど知られていないとのことである。依頼者の65%が買い手で35%が売り手とのことである。また、インスペクションに同行した顧客の満足度は高いとのことである。

住宅性能評価機関によると、既存住宅の住宅性能評価はほとんど実績がない<sup>9</sup>とのことである。また、住宅保証団体によると、既存住宅保証制度の登録件数は、制度発足後あまり期間が経過していないこともあり、少ないとのことである。

以上からは、住宅の質については、大部分の買い手があまり重要視していないと考えられる。住宅の質はもちろん大切なことであるが、コストをかけたくはないという意識が感じられる。今まで人が住んでいたということで、ある一定以上の質は確保されているだろうという信頼感と、調べたところで素人ではよくわからないという諦め

<sup>8</sup> ヒアリング調査後の動向として、耐震強度偽装問題の発覚後（2005年11月以降）は、建築確認の有無や設計会社の確認をする買い手が増えており、耐震性への意識は高まっているとのことである。

<sup>9</sup> 建設住宅性能評価書（既存住宅）交付実績：平成17年12月末時点速報値で580戸

の両方があるのではないかと考えられる。

## ⑥海外との比較

- \* 米国や韓国等では、住宅に関する情報公開が進んでおり、修繕履歴や、取引事例が一般に公開されている。
- \* 街並みに重点がおかれる米国・英国では、中古住宅が好まれる。
- \* 米国では不動産売買時にインスペクションが義務化されている州がある。
- \* 欧州では寒い家=poorであり、外断熱工法が進んでいる。

有識者によると、米国では、個々の住宅の履歴書（いつ建てられ、どのような修繕履歴があるかなど）が一般に公開されているとのことである。韓国も全てのマンションの現在の取引事例がWEBで公開されており、誰でも自分のマンションの値段を知ることができるとのことである。韓国の場合は、買い手の意識としても、住宅を資産としてみているウェイトが日本より高いとのことである。

不動産コンサルタントによると、米国・英国では中古住宅の流通が新築に比べて圧倒的に多く、住宅といえばExisting House（既存住宅）という認識である、とのことである。街並みに重点が置かれ、家探しを「街並み」探しから始めるケースが多いためであろう、とのことである。それに対して、日本人には、住宅に限らず中古を嫌がる文化があるため、中古という時点で価値が下がるとのことである。

インスペクターによると、米国では不動産売買の契約時にインスペクションを義務付けている州もあるとのことである。インスペクションの結果をもとに価格交渉を行うとのことであった。また、建物に対する関心度合いが全く異なるとのことである。

関連団体によると、ヨーロッパでは寒い家=poor だという意識があり、コンクリート建物は無断熱か外断熱工法で建てられているとのことである。また、欧州各国で断熱に関する法律があり、日本の省エネ基準のような努力目標ではなく、基準を守らない建物は建築できないという厳しい内容になっているとのことである。また、ヨーロッパでは、建物は20年目ぐらいから価値がでると言われているとのことである。

このうち特に米国の現状について、第5章「米国住宅資産価値の実態調査」で詳しく調査を行っているので、そちらをご覧ください。

## (2)課題と今後の展望

### ①課題

- \* 中古住宅市場が活性化していないことが、中古住宅の適正な資産価値評価を妨げる要因となっている。
- \* 中古住宅市場における情報の非対称性が問題である。
- \* 住宅性能表示制度は、消費者に合格基準をわかりやすくすること、認知度向上が必要である。

不動産業者及びディベロッパー各社より、住宅の適正な資産価値評価のためには、中古住宅市場の活性化が重要との意見が出た。中古住宅市場活性化のためには、バブル時に住宅を購入し、資産デフレの影響を強く受けて身動きがとれなくなっている二次取得者層の救済が必要、とのことである。

市場に出ている物件としては、高齢化対応ができていない古い物件も多数残っており、ストック自体を改良する必要があるとのことである。

ディベロッパーからは、土地・建物の総額表示が、建物の価値を分かりにくくしているのではないかと、という意見があった。総額表示では、建物の価値が消費者に伝わらない。これが土地分の価値、これが建物分の価値と分けて表示できれば、建物価値に対する消費者の意識改革が起こるのではないかと、とのことである。

有識者からは、ストックに関しては、情報の非対称性が一番の問題、との意見があった。例えば、広告で「築20年」となっていれば、買い手は建物の管理状態を確認しようとはせずに、平均的な築20年と判断する。本来は、維持状態によって価格は変わるが、そこまでの情報は開示されていないというところに問題がある、とのことである。

また、住宅性能表示制度について、制度自体が普及していない上に、各要素によって合格基準が理解しにくい、という指摘があった。住宅性能表示の認知度及び利用度向上のためには、買い手が直感的にわかるような指標にすることが一番大切である、とのことである。

以上からは、情報の非対称性により、質の違いが伝わりにくく、市場での評価項目になっていない現状があると感じられる。市場で評価されないことにより、売り手も買い手も資産価値を維持・向上する努力を怠り、そのために、市場で評価されるような良質なストックが増えていかないという、負のスパイラルがあるように考えられる。

### ②今後の展望

- \* キーワードは、耐久性、可変性、省エネ。
- \* 環境問題が中古住宅市場の活性化を推進する可能性。
- \* 住宅性能表示の普及や消費者の知識向上による良質な住宅選別に期待感

不動産業者の展望としては、バブル以降続いた地価下落が一段落してきたことで、中古住宅市場は活性化していくだろう、とのことである。そして、中古住宅市場の活性化に伴って、住宅の資産価値も適切に評価されていくようになるだろう、とのことである。その際、建築から何年経過したかではなく、現在の建築基準に対して何点か、メンテナンスにより何点まで回復することができるかという評価基準が育つかどうか、資産価値を評価する上でポイントだと考えられる、とのことである。ただし、都心と郊外の格差が今後ますます広がり、郊外においては、良質なストックであっても買い手がないというストック過剰状態が問題となる可能性がある、とのことである。

ディベロッパーから出された意見としては、住宅のスクラップに環境税のような税が課されると、今までのように、頻繁にスクラップ・アンド・ビルドされないようになり、資産価値向上の効果があるのではないかと、とのことである。また、ディベロッパーにとっても、中古住宅市場の活性化は望ましいとのことである。

関連団体や有識者より、住宅性能表示制度の認知度が高まれば、性能表示の各項目が価格査定に影響を及ぼす可能性があると考えられる、という意見が出された。特に、耐震性に関しては、まちの防災を考えると、住宅は必ずしも個人財産とは言い切れず、社会財としての資産価値という観点も必要だとのことである。

また、有識者及び不動産コンサルタントより、これからは、個々の買い手が賢い消費者になっていくことが必要である、という意見が出された。それをサポートする手段として住教育が大切であり、消費者側のアドバイザー的なものが必要になる、とのことである。

各団体より、住宅の質を評価する仕組みや担保する仕組み（住宅性能表示、インスペクション、住宅保証）について、国が積極的にPRや減税・補助等のインセンティブをつけてほしいとの意見があった。

資産価値の高い住宅のキーワードについて、不動産コンサルタントより耐久性、可変性、省エネの三つが提示された。

「耐久性」とは、コンクリートの耐久性だけではなく、設備のメンテナンス性も重要であり、本当の意味で次の世代に引き継げるマンションかどうか重要であるとのことである。

「可変性」とは、間仕切りの変更が可能というだけではなく、水周りの小変更が実現できると建物は格段に住みやすくなる、とのことである。これからは、建物に人を合わせるのではなく、ライフステージに応じて人に建物が合わせるという考え方が重要、とのことである。

「省エネ」とは、人に優しく、地球に優しい断熱ということである。これからは、高断熱とガラスの性能アップは必須となっていくだろう、とのことであった。また、現時点でも、購入者の関心は高いとのことである。

以上からは、中古住宅市場の展望は明るい、住宅の資産価値が適切に評価される

ためには、現在の価値評価基準が変わっていく必要があることが感じられる。そのためには住宅性能表示制度の認知度上昇や、買い手が賢い消費者になっていくことが必要だと思われる。

また、環境問題が住宅の資産価値に影響を及ぼす可能性が指摘された。京都議定書が発効され、住宅においても環境対策は急務である。「耐久性」「可変性」「省エネ」の三点は、まさにこれを実現するための指標である。

## 5. まとめ

住宅の資産価値が維持されていない現状が明らかになった。特に木造戸建は築 20 年程度でゼロ査定となり、非常に短いということが確認された。また、中古になった時点で一気に価格が下落する状況には、日本人の新築に対するこだわりが、建物価格となって表れていることが感じられる。

中古取引価格の査定方法は、戸建が原価法、マンションが取引事例比較法となっている。現実には、案件や状況に応じてかなりフレキシブルに運用されているということがわかった。

中古取引価格に反映される要素としては、まず立地が大きく、築年数、構造、広さ、標準性も重要であるということがわかった。マンションの場合は管理会社や施工会社も価格に反映するとのことである。メンテナンスは必ずしも評価されるとは限らず、リフォームについては見栄えをよくするリフォームが価格に反映するとのことであった。耐震性は建築年（新耐震基準施行の前か後か）で判断され、価格に反映するが、その他の性能については、価格にほとんど反映していないとのことである。住宅の質については、大部分の買い手があまり重要視していないと考えられる。特にマンションについてその傾向が顕著だと思われる。

課題として挙げられたのは、中古住宅市場が活性化していないこと、中古住宅市場での情報の非対称性である。物件数、情報ともに十分でなく、住宅の質の違いが伝わらないため、市場での評価項目になっていない現状があると感じられる。また、ストック住宅の質の向上も課題としてあげられた。

一方で、今後の展望としては、中古住宅市場が活性化していくのではないかとこの見通しが提示された。

そのための課題解決策や提案として、耐用年数、耐久性、可変性、省エネなどの住宅の質について情報をわかりやすく提供すること、住宅性能表示について消費者にわかりやすい提示方法を考案し、認知度を向上させること、土地と建物価格を分離して表示することがあげられた。その他、買い手が質の高い住宅を選択するように成長させる取り組みが必要ではないかという提案があった。

これらの意見を元に、住宅の資産価値に影響を及ぼす要素を定量的に計るため、取引事例調査（第3章）、消費者意識調査（第4章）を実施している。

## 第 3 章

### 中古住宅市場における取引事例調査

## 第3章 中古住宅市場における取引事例調査

### 1. 調査概要

ヒアリング調査（第2章）より、住宅の質に関して消費者の意識は低いという意見が得られた。そこで、実際に中古住宅市場での取引事例を調査することにより、物件の価格がどのように決定されるのかについて調査を行った。

中古住宅市場は主に戸建住宅とマンションが考えられるが、本調査ではマンションを対象とした。マンションの方が戸建住宅と比較して流動性が高く（市場に出回る物件が多く）、敷地形状や間取りといった個別度が低い。また、マンションは分譲時の情報をカタログ等で知ることが可能だが、請負の戸建住宅の場合は新築時の価格情報すら調査することは難しい。

そこで分譲マンションの売買事例を対象としてヘドニック分析を実施し、物件価格の変化（分譲時価格と中古価格の差）に影響を及ぼす要素とその影響度を算出した。

#### (1)調査対象

1994～1995年に新規供給された分譲マンションで、2003～2004年に中古として売り事例が発生（築9～10年）した物件<sup>1</sup>を対象とする。立地要因を極力外すため、調査対象地域を絞った。調査対象地域として、以下の6地域を選択した。

なお対象物件はファミリー向けマンションとし、ワンルームマンション等は除外している。また、一部の高額物件も除外している。

- ①古くからの住宅地(世田谷区南部)・・・74件
- ②都心部(港区)・・・63件
- ③ニュータウン(横浜市港北区北部)・・・70件
- ④人口流入地域(江東区)・・・75件
- ⑤人口流出地域(船橋市中部)・・・90件
- ⑥近畿圏(西宮市南部)・・・130件

このうち、特に世田谷区南部について現地調査を行うなど詳細な調査を行った。本報告は世田谷区南部の調査結果を中心に行う。

#### (2)調査手法

取引事例データをサンプリング地点毎にヘドニック分析を用いて分析する。

#### (3)データ項目

データは取引事例発生時に登録される情報に、分譲時の物件概要、価格表に記載されている情報を付加して作成した。データ項目を表3-1に示す。

---

<sup>1</sup> 事例データは株式会社東京カンテイ提供。データ取得方法、定義については参考資料Ⅲ-1「事例分析データについて」参照。

表 3-1 : データ項目

カテゴリ	項目	例	カテゴリ	項目	例
・外部環境	住所	世田谷区〇〇	物件情報 (共有部)	竣工日	1994/07/01
	最寄り駅	尾山台		分譲日	1994/03/06
	沿線名	東急大井町線		敷地面積	1613.28 m <sup>2</sup>
	バス／徒歩	0/15		建築面積	625.02 m <sup>2</sup>
	用途地域	第2種住専		延べ面積	2549.96 m <sup>2</sup>
物件情報 (専有部)	マンション名	〇〇〇		建蔽率	38.74%
	分譲時価格	3,880 万円		容積率	158.06%
	事例階数	2F		階数	5
	角部屋	角室		総戸数	37
	事例間取り	2DK		土地権利形態	所有権
	事例専有面積	46.74 m <sup>2</sup>		構造	RC造
	バルコニー面積	7.81 m <sup>2</sup>		平均分譲価格	5,791 万円
	専用庭面積			平均坪単価	301 万円
	駐車場料金	¥22,000		平均専有面積	63.61 m <sup>2</sup>
	管理費	¥9,800		分譲会社	〇〇〇
	修繕積立金	¥1,960		施工会社	〇〇〇
修繕積立基金	¥156,800	管理会社		〇〇〇	
事例情報	中古価格	2,380 万円		駐車場台数	20
	事例日	2004/03/01		エレベータ基数	1

## 2. 物件基本情報

### (1)物件分布図

#### ①世田谷区南部

該当事例（最終売り事例<sup>2</sup>）は74事例。該当したマンションは31棟であり、最も多いマンションでも5事例、1棟あたり平均2.4事例と、比較的分散しているのが特徴と言える。

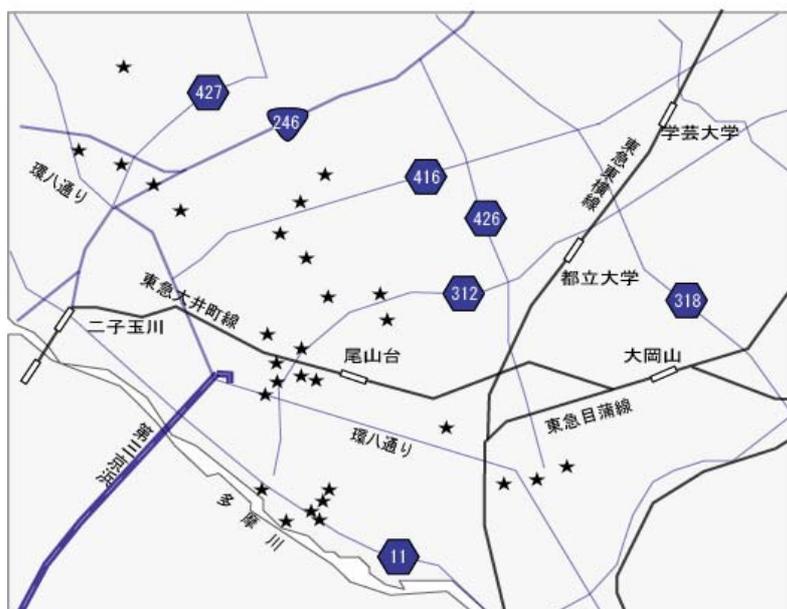


図 3-1 : 世田谷区南部 物件分布図

<sup>2</sup> 住宅情報誌等に掲載された売り希望事例（成約事例ではない）。詳細は参考資料Ⅲ-1 参照。

## ②港区

該当事例は63事例。該当したマンションは14棟であり、最も多いマンションで12事例、1棟あたり平均4.5事例となっている。



図 3- 2 : 港区 物件分布図

## ③横浜市港北区北部

該当事例は70事例。該当したマンションは25棟であり、最も多いマンションで9事例、1棟あたり平均2.8事例となっている。



図 3- 3 : 横浜市港北区北部 物件分布図

#### ④江東区

該当事例は75事例。該当したマンションは9棟であり、最も多いマンションで33事例、1棟あたり平均8.3事例となっている。大規模マンションを含んでおり、事例が集中している。

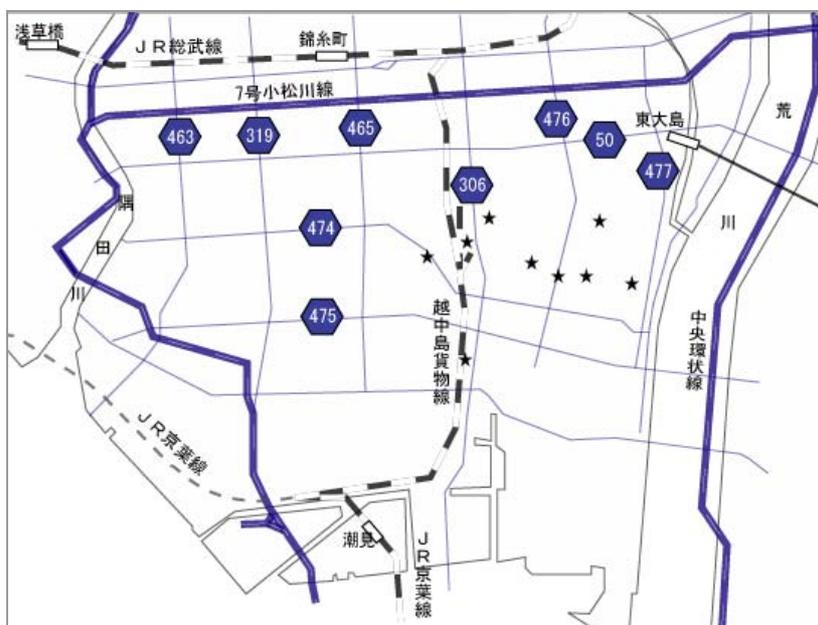


図 3-4 : 江東区 物件分布図

#### ⑤船橋市中部

該当事例は90事例。該当したマンションは21棟であり、最も多いマンションで12事例、1棟あたり平均4.3事例となっている。

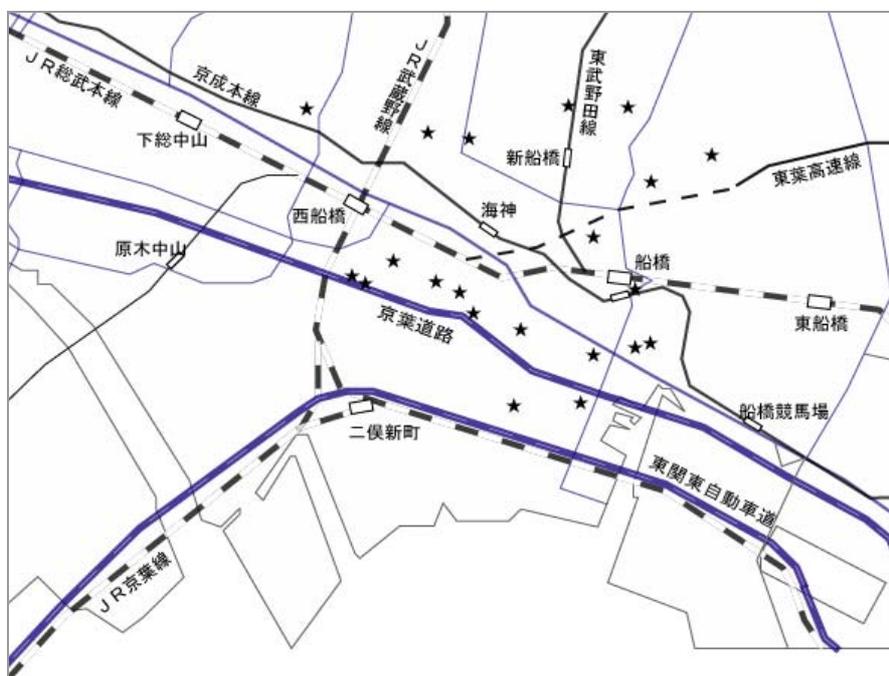


図 3-5 : 船橋市中部 物件分布図

## ⑥西宮市南部

該当事例は130事例。該当したマンションは41棟であり、最も多いマンションで9事例、1棟あたり平均3.2事例となっている。



図 3-6 : 西宮市南部 物件分布図

### (2) 駅からの距離とマンションの規模

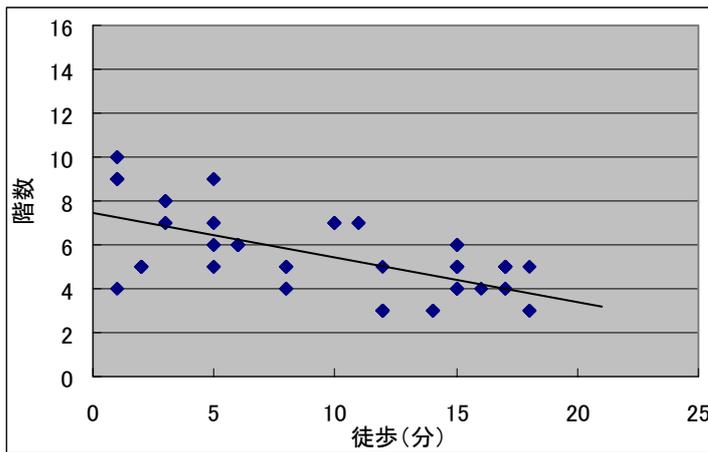
徒歩時間（駅からの距離）の平均は9.9～13.3分であり、地域による大きな違いはない。規模は地域によって大きな差が出た。比較的小規模・低層なマンションが多い世田谷区南部、横浜市港北区、西宮市南部に対し、江東区、船橋市中部は大規模・高層なマンションが多い。港区は高層の割に規模があまり大きくなく、他の地域とマンションの形状が異なっていると思われる。

### ①世田谷区南部

マンション規模は全て10階建て以下で、5,6階建てマンションが最も多い(平均5.6階)。総戸数は30戸程度が最も多い(平均27.6)。比較的小規模なマンションが多いと言える。

沿線では大井町線沿線が最も多く、全体の54%を占める。駅では等々力が多い(32%)。

駅からの距離は、徒歩18分まで満遍なく分布し、平均は9.3分となっている。駅の近くは大規模物件、駅から離れるに従って比較的規模が小さくなる傾向が見られる。これは都市計画(用途地域)と連動していると思われる。



$R^2=0.38$

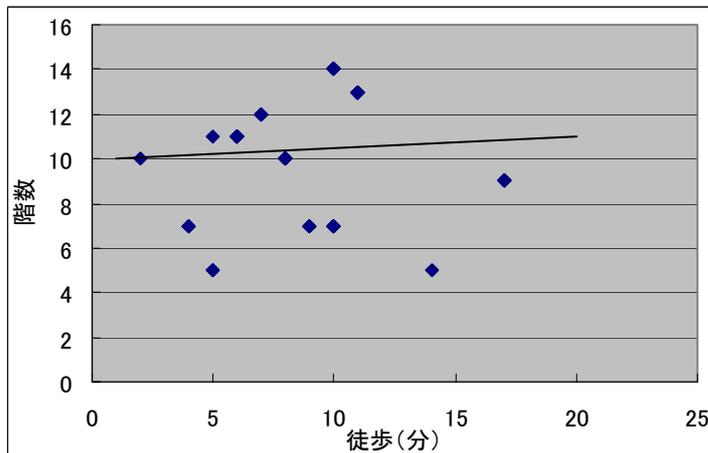
	平均	最小	最大
徒歩	9.3	1	18
階数	5.6	3	10
総戸数	27.6	7	74

沿線	件数	割合
東急大井町線	40	54%
東急田園都市線	21	28%
東急東横線	13	18%

図3-7：世田谷区南部 徒歩(駅距離)－規模(階数)表

### ②港区

徒歩10分以内が多い。世田谷と比較すると高層マンションが多い。



$R^2=0.00$

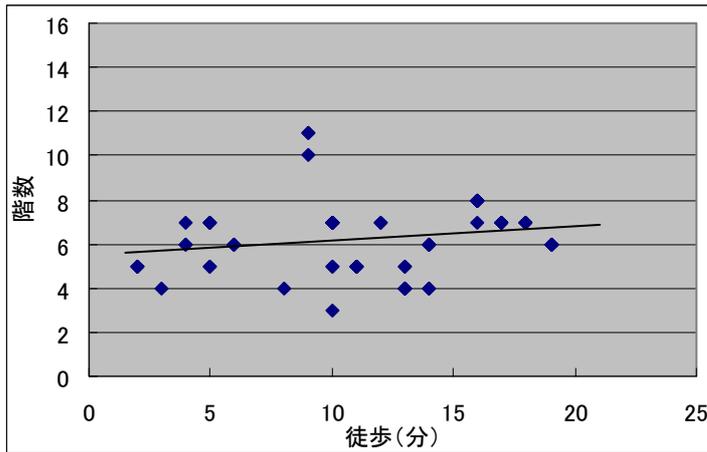
	平均	最小	最大
徒歩	9.1	2	17
階数	10.4	5	14
総戸数	56.5	17	96

沿線	件数	割合
都営地下鉄三田線	35	56%
都営地下鉄浅草線	1	2%
東京地下鉄南北線	9	14%
東京地下鉄日比谷線	18	29%

図3-8：港区 徒歩(駅距離)－規模(階数)表

### ③横浜市港北区北部

世田谷区南部と同様に徒歩19分までまんべんなく分布し、低層マンションが多い。



R<sup>2</sup>=0.04

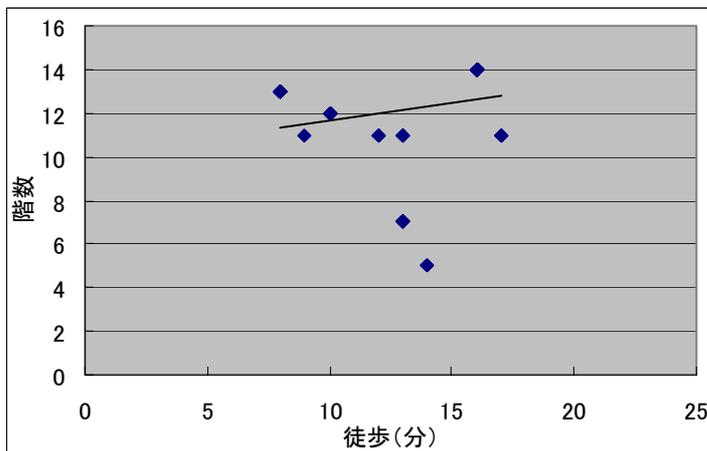
	平均	最小	最大
徒歩	11.7	2	19
階数	6.3	3	11
総戸数	53.3	15	113

沿線	件数	割合
JR横浜線	18	26%
横浜市営地下鉄線	8	11%
東急東横線	44	63%

図 3-9：横浜市港北区北部 徒歩（駅距離）－規模（階数）表

#### ④江東区

徒歩 10～15 分に集中している。10 階建以上のマンションが多い。



R<sup>2</sup>=0.04

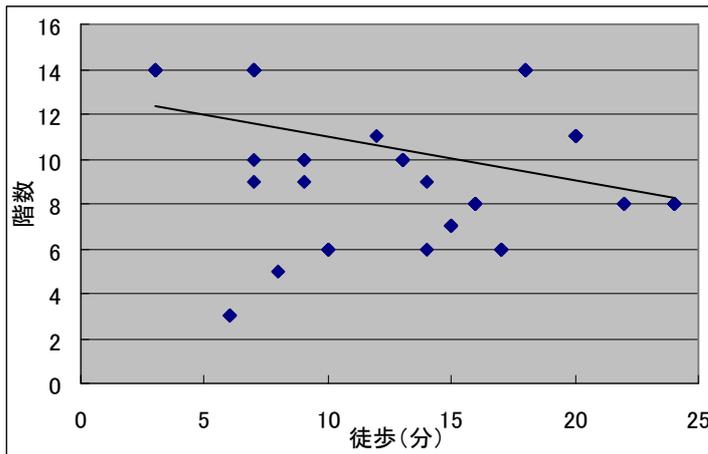
	平均	最小	最大
徒歩	13.3	8	17
階数	12.2	5	14
総戸数	264.1	20	449

沿線	件数	割合
都営地下鉄新宿線	66	88%
東京地下鉄東西線	9	12%

図 3-10：江東区 徒歩（駅距離）－規模（階数）表

#### ⑤船橋市中部

徒歩、階数ともに 6 地域の中で最も広範囲に分布している。



R<sup>2</sup>=0.14

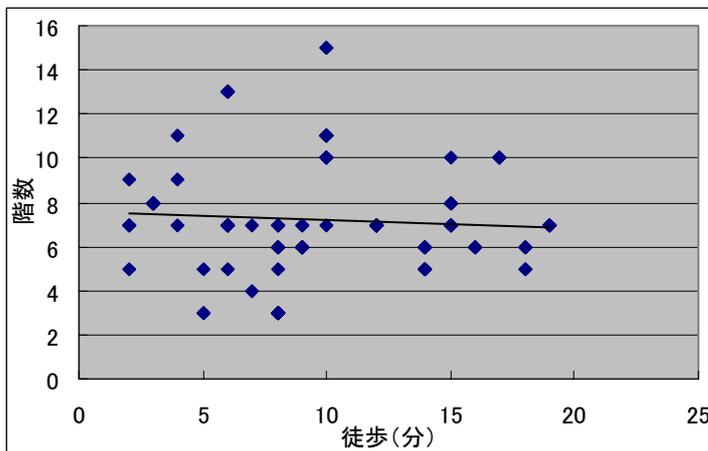
	平均	最小	最大
徒歩	12.8	3	24
階数	10.5	3	14
総戸数	144.4	25	336

沿線	件数	割合
JR総武線	78	87%
東武野田線	12	13%

図 3-11：船橋市中部 徒歩（駅距離）－規模（階数）表

### ⑥西宮市南部

比較的低層で、駅に近い物件が多い。



R<sup>2</sup>=0.00

	平均	最小	最大
徒歩	9.9	2	19
階数	7.2	3	15
総戸数	56.8	9	190

沿線	件数	割合
JR神戸線	15	12%
阪急甲陽線	36	28%
阪急今津線	19	15%
阪急神戸線	23	18%
阪神武庫川線	4	3%
阪神本線	33	25%

図 3-12：西宮市南部 徒歩（駅距離）－規模（階数）表

### (3)分譲時価格、中古売り価格と専有面積

価格維持率は2極化の傾向が見られた。都心部（世田谷区南部、港区、江東区）は比較的価格を維持（分譲時価格と中古売り価格の乖離率が少ない）しているが、その他の3地域に関しては価格の下落が激しかった。前者がいずれも価格維持率65%以上なのに対し、後者はいずれも55%を下回っている。特に西宮市は50%を割り、購入時の価格の半分以下になってしまう物件が相当数あることがわかった。

これはかなり衝撃的な結果だと考えられる。価格が比較的維持できている3地域でさえも、築10年で資産価値が2/3以下になっている物件が半数あるということであり、住宅ローンの残債よりも売却価格が下回るオーバーローン状態に陥るケースが多い<sup>3</sup>と思われる。

中古売り価格が分譲時価格を上回った事例は全502事例のうち、わずか1事例であった

<sup>3</sup> 住宅ローンを分譲価格の8割、金利30年固定3%とすると、概算で残債が分譲価格の65%程度になる。

(船橋市中部の物件、分譲時価格 3,250 万円→中古売り価格 3,300 万円、価格維持率 102%)。またか価格維持率が 90%以上だった事例は 7 事例 (1.3%)、80%以上だった事例は 28 事例 (5.6%) であった。また、価格維持率が最低だった事例は 28.5% というものがあった。

また、船橋市中部以外の 5 地点では分譲時価格より中古売り価格の分散が縮小 (分譲時→中古時で 2/3 程度に縮小) した。このことから、中古になると価格が平準化されていることが分かる。中古価格の決定時に、物件毎の特徴を評価していないということが考えられる。

ただし、マンションの価格には土地代を含んでおり、地価動向に大きな影響を受けていることが考えられる。例えば東京都南西部<sup>4</sup>の 2003 年における住宅地地価は、1994 年を基準として 74%<sup>5</sup>となっており、同様に東京都都心部<sup>6</sup>は 58%、東京都北東部<sup>7</sup>は 63%となっている。仮にマンション分譲価格における建物価格と土地価格の割合が同程度だとすると、東京都南西部の中古マンション (築 10 年程度) は、地価要因のみで 13%の価格下落となることが考えられる。地価下落の状況下での価格維持率であることにご注意いただきたい。また、土地価格相当額 (地価水準及び敷地権割合等) も地域によって異なり、一般的に都心は価格に占める土地価格相当額が大きくなることについてもご注意いただきたい。

### ①世田谷区南部

分譲時価格は 5,000～7,000 万円の物件が多いが、中古売り価格では 4,000 万円付近が多くなり、平均 2,155 万円下落している。坪単価で見ると平均 115 万円下落している。価格維持率 (中古売り価格/分譲時価格) の平均は 65.3%となっている。

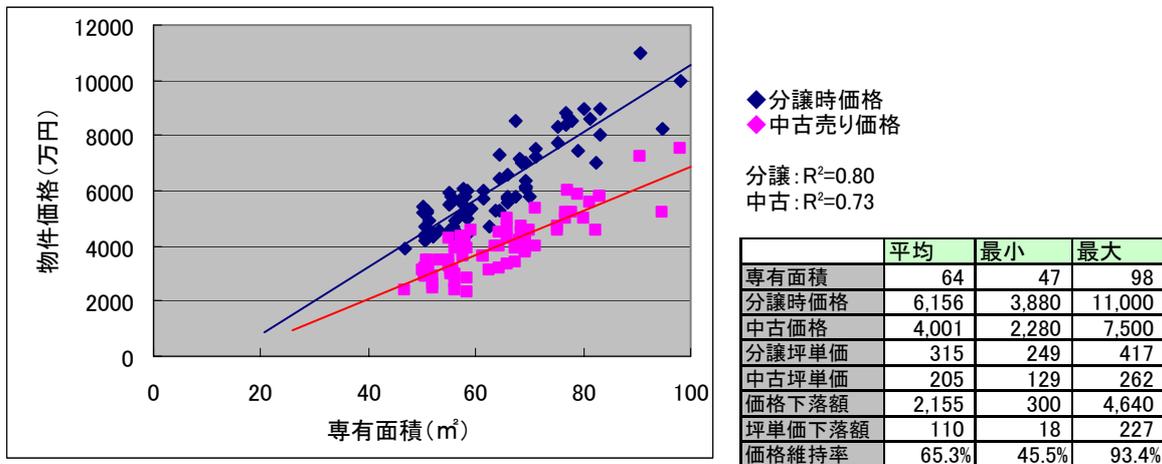


図 3-13 : 世田谷区南部 物件価格—専有面積表

### ②港区

6 地域を通じて最も価格維持率が高かった (71.8%)。やはり都心部は資産価値を維持しやすいということが考えられる。しかし最も維持率が低かったものは 54.8%であり、都心

<sup>4</sup> 世田谷区、品川区、目黒区、大田区、中野区、杉並区、練馬区

<sup>5</sup> 国土交通省 地価公示 (各年 1 月 1 日時点)

<sup>6</sup> 港区、千代田区、中央区、新宿区、文京区、台東区、渋谷区、豊島区

<sup>7</sup> 江東区、墨田区、北区、荒川区、板橋区、足立区、葛飾区、江戸川区

というだけでは価値が保てないことが分かる。

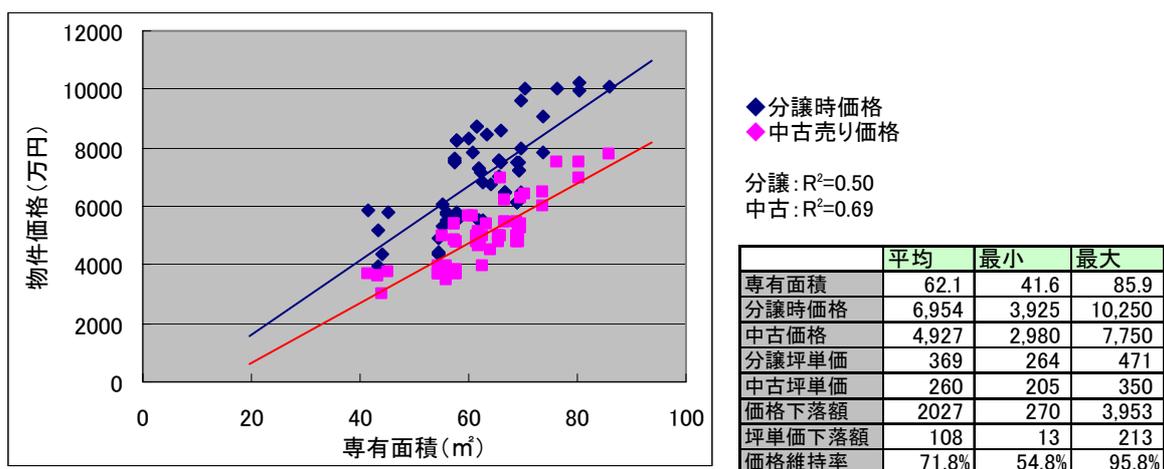


図 3- 14 : 港区 物件価格—専有面積表

### ③横浜市港北区北部

分譲時価格は 4,000 万円台中心だが中古売り価格は 2,000 万円台中心となっており、平均で 2,056 万円下落している。価格維持率の平均は 55.0%となっている。

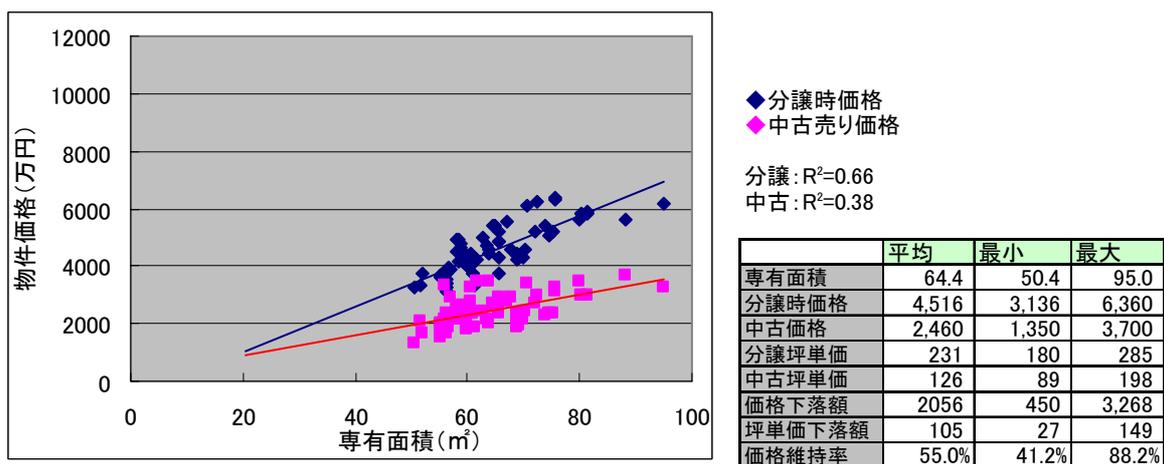


図 3- 15 : 横浜市港北区北部 物件価格—専有面積表

### ④江東区

比較的広めのマンションが多い。首都圏 5 地域の中では唯一専有面積の平均が 70 m<sup>2</sup>を超えている。価格維持率は 65.6%であり世田谷区南部とほぼ同等である。

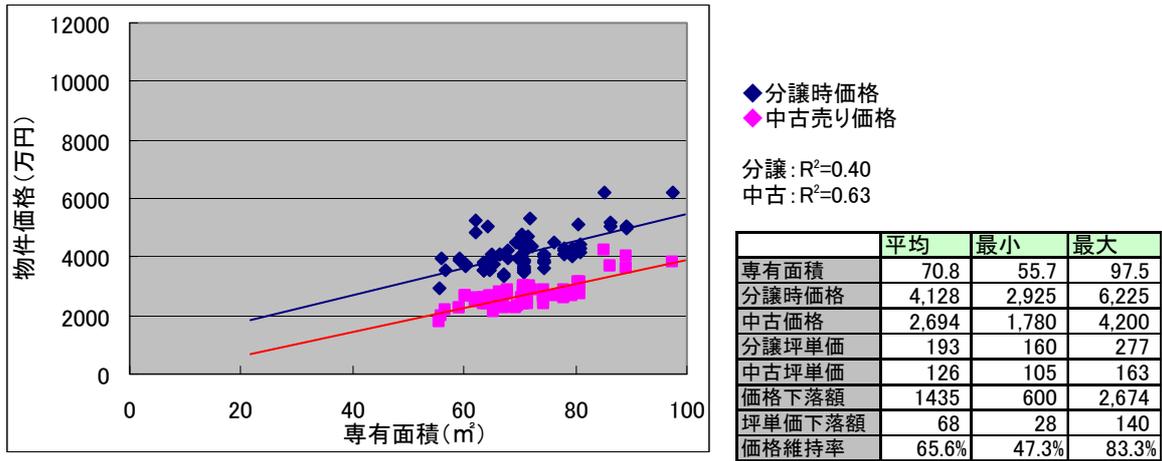


図 3-16：江東区 物件価格－専有面積表

⑤船橋市中部

価格維持率が 101.5%から 28.5%まで 6 地域を通じてもっとも幅が広い。

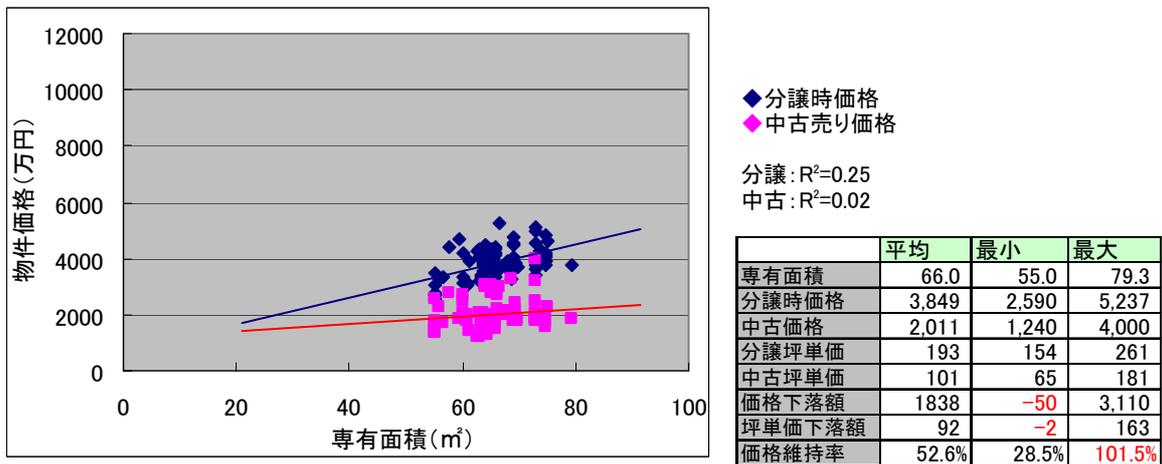


図 3-17：船橋市中部 物件価格－専有面積表

⑥西宮市南部

専有面積の平均が 75.3 m<sup>2</sup>であり、他の 5 地域と比較するとかなり広い。首都圏に比べ、関西圏の住宅環境は（広さという点では）良好だと言える。価格維持率（47.2%）は 6 地域中最低となっており、首都圏よりも関西圏の方が資産価値の減少が激しいという状況が推測される。

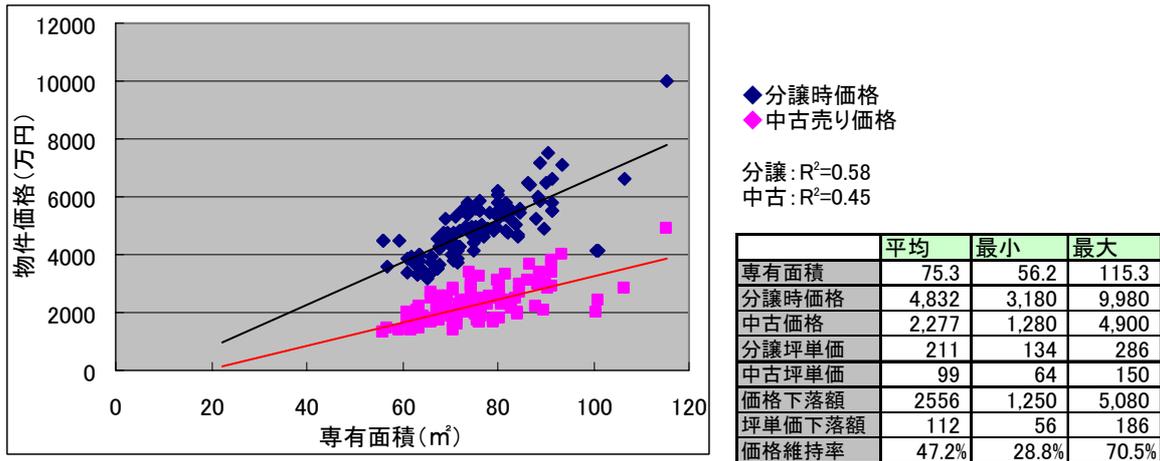


図 3-18：西宮市南部 物件価格－専有面積表

### 3. ヘドニック分析

#### (1)ヘドニック分析(Hedonic Analysis)について

住宅の資産価値や住宅の質について、市場価格としての住宅価格（土地・建物）は存在するものの、住宅（建物）の資産価値そのものや、住宅の質の個別要素についての市場価格は現状、わからない。経済学において、アメニティや環境質の価値を評価する場合、代理市場、例えば土地や住宅価格にキャピタライズするというキャピタリゼーション仮説に基づいて、土地や住宅の価格を被説明変数とし、環境質を含めた諸属性を説明変数とした価格関数を推定する「ヘドニック分析」とよばれる手法が用いられている。

そこで、本研究においても、この考え方をを用いて、住宅価格を被説明変数に、住宅の質を現す属性を説明変数として価格関数を推定することで、住宅資産価値の構成要素を分析することを試みる。

本調査では、線形のヘドニックモデルを用いて分析を行う。

$$P = a_0 + a_1z_1 + a_2z_2 + \dots + a_nz_n + u$$

※  $P$ ：目的変数（価格）  $z_i$ ： $i$ 番目の属性  $a_i$ ：推定する係数  $u$ ：誤差項

住宅の資産価値についてヘドニックアプローチを用いて取り組んだ例として、「都市計画と不動産市場：住宅価格を左右する住環境」（東大・浅見教授・高氏 2002）がある。

#### ■ キャピタリゼーション仮説の主要な前提条件

1. 個人や企業の移転が自由である（地域の開放性：open）
2. その移転が他の地域に何の影響ももたらさない  
（プロジェクト規模が地域規模に対して十分に小さいこと：small）
3. 同質な家計が大勢いる

※ 「small-open の仮定」と呼ばれる

#### (2)説明変数の検討

原則としてクロスセクションデータ（1時点多地点）を利用する。

説明変数間において線形従属に近い関係（高い相関性）があると統計的有意性が落ちるので、説明変数の選択は注意が必要である。

説明変数を検討するにあたり、以下に示す居住者の5つの効用<sup>8</sup>を満たす指標を設定した。

■ 居住者の効用

- \* 安全性 (safety) : 生命・財産が災害から安全に守られていること
- \* 保健性 (health) : 肉体的・精神的健康が守られていること
- \* 利便性 (convenience) : 生活の利便性が経済的に確保されていること
- \* 快適性 (amenity) : 美しさ、レクリエーションなどが十分に確保されていること
- \* 持続可能性 (sustainability) : 住宅が経済・社会・環境的に持続可能であること

表 3-2 : 指標例

安全性	自然条件・災害に対する安全性	構造	施工会社	分譲会社	建蔽率	階数
	日常生活安全性	管理費	<u>交通量</u>	<u>防犯</u>		
保健性	衛生に関する保健性	<u>採光</u>	<u>通風</u>			
	公害に関する保健性	<u>嫌悪施設</u>	<u>騒音</u>			
利便性	交通利便性	駅	沿線	徒歩	<u>勾配</u>	
	商業利便性	用途地域	<u>利便施設</u>			
	生活利便性	総戸数	<u>ゴミ置き場</u>	<u>宅配BOX</u>	<u>段差</u>	
快適性	開放性に関する快適性	角部屋	容積率	バルコニー面積	<u>空間</u>	
	住宅に関する快適性	専有面積	間取り	駐車場率	<u>入居者</u>	
	街並・景観に関する快適性	事例階数 <sup>9</sup>	用途地域	<u>眺望</u>		
持続可能性		管理会社	修繕維持積立金	<u>管理状況</u>	<u>将来変化</u>	<u>新しさ</u>

表 3-2で下線付き (18 項目) となっている指標が、当初の物件データでは確認ができないところである。そこで、物件情報を補填するために世田谷区南部の物件について現地調査を行うこととした。

(3) 現地調査

該当の 31 物件について現地調査を実施した。現地調査では (財) 日本不動産研究所の方々のアドバイスを元に、評価シート (図 3- 19) を作成し、物件情報を収集した。調査は複数人で同時かつ個別に行い、評価が分かれたところに関しては調整をおこなった。

現地調査で収集した情報は以下である。

① 周辺環境

- \* 交通量 (うるささ)、(駅からの) 勾配、利便施設・嫌悪施設の有無

② 物件 (マンション全体)

- \* (見た目の) 新しさ、管理状況、防犯 (セキュリティの印象)、ゴミ置き場 (24 時間可かどうか)、入居者の住み方 (ベランダ等で判断)、空間のゆとり、(入り口の) 段差の有無、宅配ボックスの有無

③ 物件 (専有部)

- \* 採光・通風・眺望・騒音の状態、将来変化の可能性

<sup>8</sup> 浅見 泰司 (編) (2001) 「住環境 評価方法と理論」

<sup>9</sup> 「事例階数」は売り事例が発生した住居の階数を示す。「階数」はマンションが何階建てであるかを示す。

物件名		調査日	月	日
-----	--	-----	---	---

◆周辺環境◆

●交通量(うるささ) 3:静かで落ち着いている 2:普通 1:交通量が多い・うるさい	●嫌悪施設 1:墓地,ごみ焼却場,鉄塔等が隣接 0:なし	備考
●勾配 1:(駅からの道で)アップダウンがある 0:ほぼフラット	●便利施設店舗が多い 1:コンビニ,スーパーがある 0:ない	
●住宅以外のものが多い 1:病院・学校・事業所などがある 0:ない	●大規模な駐車場・空き地あり 1:あり 0:なし	

◆物件◆

●グレード(外壁面材、全体による高級感) 3:高級感あり/2:普通/1:安っぽい	サイディング/一部・タイル/一部・セラミック/ 一部・レンガ/その他/
●新しさ(築年と比較して新しく見えるかどうか) 3:新しそう/2:普通/1:古びている	目立つ汚れあり/クラック等あり
●管理状況(全般の清潔度,駐輪場,ゴミ捨場の状況等) 3:外構やゴミ捨て場の状況等に清潔感がある 2:普通 1:雑然としている	●入居者(入居者の住み方への意識度) 3:ベランダのガーデニングなど、意識が高い 2:普通 1:布団をベランダに干している、廊下にゴミ等
●防犯(セキュリティの印象) 1:有人管理等、セキュリティ意識が高い 0:セキュリティ意識が感じられない	●空間 3:空間に特別なゆとりあり/2:普通/1:狭い
●テナント 1:マンション内テナント有/0:完全居住用	●採光 3:全体的によい/2:部分的に良い/1:悪い
●段差 3:全くなし/2:歩車分離程度/1:階段等	●入り口 3:良好(120cm以上/自動)/2:可/1:悪い
●ゴミ置き場 1:24時間可/0:不可	●宅配ボックス 1:あり/0:なし
●住みたい度(価格は無視) 3:住みたい/2:住んでもよい/1:住みたくない	備考

◆専有◆

部屋番号	
●採光 3:とても良い/2:良い/1:悪い	南 良好/一部/不可 東 良好/一部/不可 西 良好/一部/不可 採光のみあり
●通風 3:とても良い/2:良い/1:悪い	開口部 広い/普通/狭い 1面/2面以上 前面 解放/やや建物あり/建て詰まり
●眺望 3:良い/2:普通/1:悪い	●騒音 3:とても良い/2:良い/1:悪い
●将来の状況 1:変化する可能性ありそう/0:なさそう	備考

図 3-19 : 現地調査用評価シート

現地調査で得た情報を説明変数として追加した。

#### (4)説明変数の設定

説明変数の設定は以下の手順で行った。

##### ①分析用のデータ加工

- \* 駅（7）、沿線（3）、角部屋を各々（0,1）のダミーデータに変更。
- \* 用途地域<sup>10</sup>：一種住居専用地域、二種住居専用地域、住居地域、近隣商業地域の4種類が存在したが、住居地域ダミーデータ（一種住専、二種住専、住居地域を1）に変更。
- \* 構造：RC造とSRC造の2種類が存在したため、構造ダミーデータ（SRC造を1）に変更。
- \* 分譲会社：2004年事業者別供給戸数ランキング上位20社<sup>11</sup>を1とするダミーデータに変更。
- \* 施工会社：売上上位20社<sup>12</sup>を1とするダミーデータに変更。
- \* 管理会社：管理戸数5万戸以上<sup>13</sup>を1とするダミーデータに変更。
- \* 間取り情報は部屋当面積（専有面積／部屋数<sup>14</sup>）に変更。
- \* 駐車場率：駐車場台数／総戸数。パーセント表示。
- \* 管理費、修繕維持管理費：一般的に専有面積に応じて金額が設定されることが多いため、専有面積（坪）で割った値を使用。
- \* 築日数（事例日－竣工日）を追加。（最大で2年の差があるため）

##### ②立地を表す変数の検討

駅と沿線は当然ながら相関が高い（表 3-3）ため、連絡駅（複数の沿線が連絡している駅）ダミーデータ（田園調布、自由が丘＝1）に統合した。

表 3-3：沿線と駅の相関表

	尾山台	桜新町	自由が丘	等々力	用賀	駒澤大学	田園調布
大井町線	0.36	-0.30	0.22	0.53	-0.67	-0.24	-0.43
田園都市線	-0.30	0.36	-0.18	-0.43	0.81	0.29	-0.17
東横線	-0.24	-0.09	0.70	-0.35	-0.21	-0.08	0.64

##### ③高さ（階層）を表す変数の検討

高さ（階層）に関係する変数として階数、事例階数、容積率、（総戸数）が挙げられる。各要素の相関を表 3-4 に示す。

表 3-4：高さに関連する要素の相関表

	事例階数	階数	容積率	総戸数
事例階数	1.00			
階数	0.56	1.00		
容積率	0.49	0.72	1.00	
総戸数	-0.06	0.40	-0.07	1.00

<sup>10</sup> 1995年に用途地域制度が変更（8区分→12区分）されているが、本調査では分譲時の用途地域（旧区分）を使用している。

<sup>11</sup> (株)不動産経済研究所（2005）「2004全国マンション市場動向」

<sup>12</sup> (株)東洋経済新報社（2005）「会社四季報」

<sup>13</sup> (株)ダイヤモンド社（2005/3/26）「週刊ダイヤモンド」

<sup>14</sup> L、Sは1部屋、DK、Kはカウントしないものとして算出。2LDKならば3部屋。

階数と容積率の相関が高い (0.72)。また、事例階数と階数も比較的相関が高い (0.56)。そこで高さに関連する変数としては階数のみを採用した。総戸数も高さに関連すると思われるが各要素と強い相関はなく、規模を表す変数として採用した。

#### ④その他の要素の検討

現地調査にて取得した情報のうち、交通量と騒音の相関が高い (0.83) ため、交通量を変数から除外した。また、角部屋と通風の相関が比較的高く (0.57)、現地調査のデータを重視して角部屋を変数から除外した。

上記作業の結果、最終的に表 3-5 に示す 33 要素を説明変数として採用した。

表 3-5：説明変数一覧

安全性	自然条件・災害に対する安全性	構造 DM	施工会社 DM	分譲会社 DM	建蔽率 (%)	階数(階)
	日常生活安全性	管理費 (円/坪)	防犯 DM			
保健性	衛生に関する保健性	採光 DM	通風 DM			
	公害に関する保健性	嫌悪施設 DM	騒音 DM			
利便性	交通利便性	連絡駅 DM	徒歩(分)	勾配 DM		
	商業利便性	利便施設 DM				
	生活利便性	総戸数(戸)	ゴミ置き場 DM	宅配 BOX DM	段差 DM	
快適性	開放性に関する快適性	バルコニー面積 (㎡)	空間 DM			
	住宅に関する快適性	専有面積 (㎡)	部屋当面積 (㎡)	駐車場率 (%)	入居者 DM	
	街並・景観に関する快適性	住居地域 DM	眺望 DM			
持続可能性		管理会社 DM	修繕維持積立金 (円/坪)	管理状況 DM	将来変化 DM	新しさ DM
その他		築年数(年)				

各変数の基本統計量、相関を参考資料Ⅲ-2「世田谷区南部 重回帰分析データ」に示す。

- \* 階数と構造 DM の相関が高い (0.70)。高層の建物ほど SRC 造が多いということを表している。階数と構造の関係を表 3-6 に示す。8 階建てまでが RC 造、9 階建て以上が SRC 造と明確に分かれている。

このまま分析を実施するが分析結果について注意が必要である。

表 3-6：階数と構造の関係

	事例数	最低階数	最高階数	平均階数
RC 造	66	3	8	5.12
SRC 造	8	9	10	9.25

- \* 徒歩と階数の相関も比較的高い (-0.62)。駅から遠ざかるに従って低層の建物が多くなるのが分かる。

## (5) 評価指標

分譲時価格と専有面積の相関は 0.90、中古価格と専有面積との相関も 0.85 と非常に高い。一般的にも不動産物件の価格を比較する場合は直接の価格ではなく、坪単価を基準とすることが多いため、今回の評価指標も価格ではなく坪単価（分譲坪単価、中古坪単価）を用いる。

表 3-7：価格と面積の相関表

	分譲時価格	中古売り価格	専有面積
分譲時価格	1.00		
中古売り価格	0.87	1.00	
専有面積	0.90	0.86	1.00

本調査の目的（資産価値の維持）という観点で考えた場合、分譲時の価格形成要因が中古取引時にどのように変化したかを見ることにより、資産価値に影響を及ぼす要素の抽出を行うことができると思われる。仮に分譲坪単価と中古坪単価の価格形成要因が同一ならば、資産価値に影響を及ぼす要素は存在せず、年月の経過により価格が落ちていくのみということになる。そこで、分譲坪単価を説明変数に加えて中古坪単価の価格形成要因を分析することとした。

表 3-8：評価指標

項目	計算式
分譲坪単価	分譲価格／専有面積(坪)
中古坪単価	中古売り価格／専有面積(坪)
中古坪単価(差分)	説明変数に分譲坪単価を追加

## 4. ヘドニック分析結果(世田谷区南部)<sup>15</sup>

有効サンプルは 74 件。有意水準 5% の t 検定により有意かどうか判定する。

### (1) 分譲坪単価

最初に分譲時の価格形成に影響を及ぼす変数を分析した。

- \* 評価指標：分譲坪単価（単位：万円）
- \* 説明変数：30 要素（表 3-5 の各変数から分譲時では分からない入居者 DM、管理状況 DM、新しさ DM、築年数の 4 変数を除外）

重回帰分析結果を表 3-9 に示す。修正済決定係数<sup>16</sup> ( $R^2$ ) は 0.73 となった。

表 3-9：重回帰分析（世田谷区南部・分譲坪単価） $R^2=0.73$

説明変数	偏回帰係数	T 値	判定
連絡駅 DM	51.60	6.47	**
徒歩(分)	-2.12	2.89	**
構造 DM	119.39	7.47	**
階数(階)	-19.55	6.28	**
通風 DM	8.92	2.05	*
防犯 DM	16.62	2.59	*
眺望 DM	10.54	2.84	**

<sup>15</sup> 重回帰分析結果の詳細を参考資料Ⅲ-2「世田谷区南部 重回帰分析データ」に記載

<sup>16</sup> 説明変数が被説明変数（評価指標）をどの程度説明できるかを表す。0～1 の値をとり、1 が最も良い。

総戸数(戸)	1.50	5.46	**
建蔽率(%)	5.04	9.72	**
駐車場率(%)	0.93	6.02	**
利便施設 DM	20.89	2.18	*
嫌悪施設 DM	-44.17	5.25	**
段差 DM	-11.58	2.46	*

- \* 13項目が分譲坪単価の価格形成に有意な項目として抽出された。
- \* 連絡駅DMが51.6万円となった。分譲坪単価の平均は315万円であり、大きな割合を占めている。徒歩（駅距離）は-2.1万円/分であり、10分異なれば21万円の差となる。このことから、立地（交通利便性）は分譲坪単価に大きな影響を与えていると思われる。
- \* 構造DMは大きく正（119.4万円）となったが、階数が負（-19.6万円）の影響となった。3階建てまでの低層マンションか、9階建て以上の高層マンションは分譲坪単価に正の影響を与えていると思われる。
- \* 通風DM（8.9万円）、眺望DM（10.5万円）、防犯DM（16.6万円）がいずれも正の影響となった。分譲時の付加価値として価格に反映していると思われる。
- \* 総戸数（1.5万円/戸）、建蔽率（5.0万円/%）、がいずれも正の影響となったことより、規模が大きいことが分譲坪単価に正の影響を与えていると思われる。
- \* 利便施設DM（20.9万円）が正、嫌悪施設DM（-44.2万円）が負の影響となった。また、段差DM（-11.6万円）となり、分譲時においては住環境や建物の質が正に価格に反映していると思われる。

## (2)中古坪単価

次に中古取引時の価格形成に影響を及ぼす変数を分析した。

- \* 評価指標：中古坪単価（単位：万円）
- \* 説明変数：33 要素（表 3- 5の各変数）

重回帰分析結果を表 3- 10に示す。R<sup>2</sup>=0.75 となった。

表 3- 10：重回帰分析（世田谷区南部・中古坪単価）R<sup>2</sup>=0.75

説明変数	偏回帰係数	T 値	判定
連絡駅 DM	44.06	7.25	**
徒歩(分)	-2.96	6.17	**
管理費(円/坪)	-0.01	2.34	*
施工会社 DM	23.68	4.35	**
眺望 DM	5.56	2.30	*
部屋当面積(m <sup>2</sup> )	-1.40	2.49	*
空間 DM	17.73	4.22	**
嫌悪施設 DM	-22.89	3.65	**
構造 DM	36.75	3.92	**
階数(階)	-4.07	2.35	*
定数項	278.82	17.65	**

- \* 有意な項目が10項目（定数項を除く）となり、分譲坪単価より減少した。中古の価格が物件を正しく反映していないことを示していると思われる。
- \* 分譲坪単価と比較して、連絡駅DM（44.1万円）は若干減少し、徒歩（-3.0万円/

分)は増加した。しかし中古坪単価の平均は205万円であり、坪単価に対する割合でみると連絡駅DM (16.4%→21.5%)、徒歩 (0.67%/分→1.4%/分)のいずれも増加している。このことから、中古取引において、立地(交通利便性)は分譲時以上に価格に大きな影響を与えていると思われる。

- \* 分譲坪単価で有意だった13項目のうち、7項目が姿を消した。建蔽率、総戸数という規模を表す指標や、通風DM、防犯DMといった付加価値を表す指標が消えていることから、中古取引では評価されていない(価格に影響を及ぼさない)と思われる。防犯については、築10年ということで周りの新築マンションと比較した場合の優位性がなくなったということも考えられる。
- \* 中古坪単価で新たに有意な項目となったのは、管理費、施工会社DM、部屋当面積、空間DMの4項目である。管理費の平均は1,000(円/坪)であり、仮に管理費が平均の倍の2,000円/坪だった場合は中古坪単価を10万円下げる影響を与える。
- \* 施工会社DM(23.7万円)が正の影響となり、興味深い結果となった。安全性等の性能を施工会社で判断している可能性がある。
- \* 部屋当面積(-1.4万円/㎡)が負の影響となった。部屋の広さよりも部屋数を求めるという意識が感じられる。

### (3)中古坪単価(差分)

さらに、分譲時と中古取引時の価格形成要因の違いを明確にし、資産価値に影響を及ぼす要素を抽出するため、説明変数に分譲坪単価を追加して分析した。評価指標は(2)と同じく中古坪単価である。

- \* 評価指標：中古坪単価(単位：万円)
- \* 説明変数：34要素(表3-5の各変数+分譲坪単価)

重回帰分析結果を表3-11に示す。 $R^2=0.78$ となった。

表3-11：重回帰分析(世田谷区南部・中古坪単価差分)  $R^2=0.78$

説明変数	偏回帰係数	T 値	判定
分譲時坪単価(万円)	0.31	6.01	**
連絡駅 DM	27.86	4.58	**
徒歩(分)	-1.91	4.67	**
勾配 DM	-16.30	3.27	**
建蔽率(%)	-0.96	3.42	**
バルコニー面積(㎡)	0.52	2.83	**
空間 DM	11.99	2.59	*
施工会社 DM	23.71	4.20	**
管理費(円/坪)	-0.02	3.34	**
定数項	201.94	8.31	**

- \* 有意な項目が9項目(定数項を除く)となった。
- \* 分譲坪単価が中古坪単価に影響を与える割合は3割程度(0.31)という結果になった。
- \* 連絡駅DM(27.9万円)、徒歩(-1.9万円/分)、勾配(-16.3万円)と(1)の結果(分譲坪単価の価格形成要因)より、立地(交通利便性)条件を分譲時よりシビアに評価し、取引価格に大きな影響を与えているということが言える。特に連絡駅は全変数中で最大の値をとり、住宅の資産価値に最も影響を及ぼすと考えられる。

- \* 建蔽率 (-1.0万円/%)、バルコニー面積 (0.5万円/m<sup>2</sup>)、空間DM (12.0万円) より、ゆとりのある空間が高い評価になる (価格を上昇させる) と言えらる。仮に建蔽率が20%高くなれば19.2万円の坪単価下落となり、大きな影響を及ぼすと言えらる。
- \* 施工会社DM (23.7万円) が正の影響となった。坪単価 (平均205万円) の1割強に相当する。施工会社によって取引価格が1割変わってくるということである。住宅の質を判断する際によりどころとして施工会社を見ていると考えられる。

## 5. ヘドニック分析結果(その他の地域)

世田谷区南部の結果を元に、他の5地域についてどのような傾向がでるのか分析を行った。説明変数は世田谷区南部とそろえ、違いを見る。ただし現地調査を行っていないため、設定可能な説明変数は表3-12に示す15項目<sup>17</sup>となった。

表3-12：説明変数一覧(その他の地域)

安全性	自然条件・災害に対する安全性	構造 DM	施工会社 DM	分譲会社 DM	建蔽率 (%)	階数 (階)
	日常生活安全性					
保健性	衛生に関する保健性	角部屋 DM				
	公害に関する保健性					
利便性	交通利便性	連絡駅 DM	徒歩 (分)			
	商業利便性					
	生活利便性	総戸数 (戸)				
快適性	開放性に関する快適性					
	住宅に関する快適性	専有面積 (m <sup>2</sup> )	部屋当面積 (m <sup>2</sup> )	駐車場率 (%)		
	街並・景観に関する快適性	住居地域 DM				
持続可能性		管理会社 DM				
その他		築年数 (年)				

住宅の質を示す指標が多く抜けてしまい、説明力に乏しい結果となった。参考レベルではあるが、以下に各地域のヘドニック分析結果を掲載する。

### (1) 港区<sup>18</sup>

有効サンプル数は62件。

階数と総戸数との相関が0.94と非常に高いため、階数を説明変数から削除した。

分譲会社DMと建蔽率との相関が0.80、分譲会社DMと管理会社DMとの相関が0.76と高いため、分譲会社DMを説明変数から削除した。

<sup>17</sup> 管理費、修繕維持積立金、バルコニー面積についてはデータが整備されていないため削除した。

<sup>18</sup> 重回帰分析結果の詳細を参考資料Ⅲ-3「港区 重回帰分析データ」に記載

### ①分譲坪単価

- \* 評価指標：分譲坪単価（単位：万円）（平均：369万円）
- \* 説明変数：12要素（表3-12の各変数から築年数、階数、分譲会社DMを削除）
- \* 修正済決定係数( $R^2$ )：0.58、有意な項目数：4項目（定数項を除く）

表3-13：重回帰分析（港区・分譲坪単価） $R^2=0.58$

説明変数	偏回帰係数	T 値	判定
建蔽率(%)	-8.26	9.00	**
管理会社 DM	159.02	6.82	**
住居地域 DM	-129.72	4.99	**
専有面積(m <sup>2</sup> )	1.46	2.20	*
定数項	725.70	12.85	**

### ②中古坪単価

- \* 評価指標：中古坪単価（単位：万円）（平均：261万円）
- \* 説明変数：13要素（①に築年数を追加）
- \* 修正済決定係数( $R^2$ )：0.57、有意な項目数：5項目（定数項を除く）

表3-14：重回帰分析（港区・中古坪単価） $R^2=0.57$

説明変数	偏回帰係数	T 値	判定
連絡駅 DM	-111.14	4.25	**
徒歩(分)	-10.22	3.24	**
住居地域 DM	-58.15	3.19	**
築年数	13.14	2.99	**
建蔽率(%)	-2.12	3.76	**
定数項	487.50	6.01	**

### ③中古坪単価(差分)

- \* 評価指標：中古坪単価（単位：万円）（平均：261万円）
- \* 説明変数：14要素（②に分譲坪単価を追加）
- \* 修正済決定係数( $R^2$ )：0.66、有意な項目数：5項目（定数項を除く）

表3-15：重回帰分析（港区・中古坪単価差分） $R^2=0.66$

説明変数	偏回帰係数	T 値	判定
分譲坪単価(万円)	0.30	6.26	**
徒歩(分)	-1.59	1.50	
構造 DM	-53.41	6.55	**
築年数	8.32	2.22	*
総戸数(戸)	0.41	3.27	**
駐車場率(%)	0.62	3.80	**
定数項	91.01	2.79	**

### ④考察(港区)

表3-15より、分譲坪単価が中古坪単価に影響を与える割合は3割程度(0.31)となり、世田谷区南部と同等の結果が出た。

わずかに有意ではないが徒歩（駅距離）が価格に負の影響を与えることがわかった。都心部のため駐車場率は平均39%と低く、駐車場付の物件が中古取引時のプレミア的位置づけになっている可能性がある。総戸数と構造は比較的高い相関(0.64)があるため、一概に規模がどちらに影響を及ぼしているかは言えないが、総戸数の平均(57戸)では坪単価に与える影響が、+23.4万円となり、規模や高さ（高層）は中古坪単価に負の影響を与えている可能性が高い。

## (2)横浜市港北区北部<sup>19</sup>

有効サンプル数は70件。

削除した説明変数はない。

### ①分譲坪単価

- \* 評価指標：分譲坪単価（単位：万円）（平均：231万円）
- \* 説明変数：14要素（表3-12の各変数から築年数を削除）
- \* 修正済決定係数( $R^2$ )：0.55、有意な項目数：6項目（定数項を除く）

表3-16：重回帰分析（横浜市港北区北部・分譲坪単価） $R^2=0.55$

説明変数	偏回帰係数	T 値	判定
連絡駅 DM	-55.94	6.34	**
住居地域 DM	33.86	6.01	**
総戸数(戸)	-0.73	6.28	**
駐車場率(%)	0.92	6.28	**
構造 DM	54.74	5.17	**
管理会社 DM	19.97	2.29	*
定数項	178.67	10.46	**

### ②中古坪単価

- \* 評価指標：中古坪単価（単位：万円）（平均：126万円）
- \* 説明変数：15要素（①に築年数を追加）
- \* 修正済決定係数( $R^2$ )：0.48、有意な項目数：4項目（定数項を除く）

表3-17：重回帰分析（横浜市港北区北部・中古坪単価） $R^2=0.48$

説明変数	偏回帰係数	T 値	判定
築年数	-6.31	2.71	**
総戸数(戸)	-0.21	2.14	*
駐車場率(%)	0.25	2.06	*
構造 DM	32.00	3.92	**
定数項	211.72	6.92	**

### ③中古坪単価(差分)

- \* 評価指標：中古坪単価（単位：万円）（平均：126万円）
- \* 説明変数：16要素（②に分譲坪単価を追加）
- \* 修正済決定係数( $R^2$ )：0.58、有意な項目数：8項目（定数項を除く）

表3-18：重回帰分析（横浜市港北区北部・中古坪単価差分） $R^2=0.58$

説明変数	偏回帰係数	T 値	判定
分譲坪単価(万円)	0.36	4.79	**
連絡駅 DM	19.92	2.78	**
住居地域 DM	-10.77	2.40	*
築年数	-6.06	2.75	**
建蔽率(%)	-0.35	2.02	*
構造 DM	20.89	3.03	**
部屋当面積( $m^2$ )	-1.70	2.01	*
施工会社 DM	9.66	2.04	*
定数項	137.65	4.13	**

<sup>19</sup> 重回帰分析結果の詳細を参考資料Ⅲ-4「横浜市港北区北部 重回帰分析データ」に記載

#### ④考察(横浜市港北区南部)

表 3- 18より、分譲坪単価が中古坪単価に影響を与える割合は 0.36 となり、やはり 3 割強という結果となった。

連絡駅 DM が全変数中最大の値 (19.9 万円、坪単価平均の 15.8%) をとり、取引価格に大きな影響を与えることがわかった。また、世田谷区南部と同様に施工会社 DM が正の、建蔽率が負の影響を与えた。表 3- 16より分譲時は住居地域 DM が正に影響しているものの、表 3- 18では負に影響していることから、ニュータウンとして住環境を整備し、分譲時にはその価値を価格に転嫁したが、中古取引時には思ったように評価されていない状況が伺える。

#### (3)江東区<sup>20</sup>

有効サンプル数は 75 件。

総戸数、建蔽率、駐車場率の相関が高いため、建蔽率、駐車場率を説明変数から削除した。

表 3- 19：相関が高い要素（江東区）

	総戸数	建蔽率	駐車場率
総戸数	1.00		
建蔽率	-0.90	1.00	
駐車場率	0.88	-0.89	1.00

構造 DM と階数との相関が 0.87、構造 DM と住居地域 DM の相関が-0.83 と高いため、構造 DM を説明変数から削除した。

##### ①分譲坪単価

- \* 評価指標：分譲坪単価（単位：万円）（平均：193 万円）
- \* 説明変数：11 要素（表 3- 12の各変数から築年数、建蔽率、駐車場率、構造 DM を削除）
- \* 修正済決定係数( $R^2$ )：0.77、有意な項目数：6 項目（定数項を除く）

表 3- 20：重回帰分析（江東区・分譲坪単価） $R^2=0.77$

説明変数	偏回帰係数	T 値	判定
連絡駅 DM	-83.63	10.52	**
住居地域 DM	65.50	7.44	**
総戸数(戸)	-0.26	13.29	**
階数(階)	17.67	10.65	**
専有面積( $m^2$ )	1.23	5.79	**
施工会社 DM	-52.84	7.60	**
定数項	3.84	0.18	

##### ②中古坪単価

- \* 評価指標：中古坪単価（単位：万円）（平均：126 万円）
- \* 説明変数：12 要素（①に築年数を追加）
- \* 修正済決定係数( $R^2$ )：0.40、有意な項目数：4 項目（定数項を除く）

表 3- 21：重回帰分析（江東区・中古坪単価） $R^2=0.40$

説明変数	偏回帰係数	T 値	判定
------	-------	-----	----

<sup>20</sup> 重回帰分析結果の詳細を参考資料Ⅲ-5「江東区 重回帰分析データ」に記載

徒歩(分)	-1.00	2.03	*
総戸数(戸)	-0.05	3.65	**
階数(階)	2.91	3.69	**
部屋当面積(m <sup>2</sup> )	1.17	2.28	*
定数項	97.37	4.53	**

### ③中古坪単価(差分)

- \* 評価指標：中古坪単価（単位：万円）（平均：126万円）
- \* 説明変数：12要素（②に分譲坪単価を追加）
- \* 修正済決定係数(R<sup>2</sup>)：0.53、有意な項目数：6項目（定数項を除く）

表 3- 22：重回帰分析（江東区・中古坪単価差分）R<sup>2</sup>=0.53

変数名	偏回帰係数	T 値	判 定
分譲坪単価(万円)	0.28	5.96	**
徒歩(分)	-1.66	3.88	**
築年数	-5.12	3.10	**
階数(階)	1.40	2.75	**
部屋当面積(m <sup>2</sup> )	1.28	3.11	**
分譲会社 DM	-6.59	2.33	*
定数項	96.22	5.62	**

### ④考察(江東区)

表 3- 22より、分譲坪単価が中古坪単価に影響を与える割合は0.28となり、こちらも3割程度という結果となった。また、徒歩（駅距離）が価格に負の影響を与えることがわかった。階数、部屋当面積が正の影響を与えることから、高層で各部屋が広めの物件が高評価になると考えられる。広めの部屋（部屋数少なめ）が好まれた理由としては、世帯平均人数が2.1人<sup>21</sup>と少ないためではないかと思われる。

### (4)船橋市中部<sup>22</sup>

有効サンプル数は90件。

階数と構造DMの相関が0.83、階数と住居地域DMの相関が-0.76と高いため、階数を説明変数から削除した。バスが必要となる物件があるため、バス（分）を説明変数に追加した。

#### ①分譲坪単価

- \* 評価指標：分譲坪単価（単位：万円）（平均：193万円）
- \* 説明変数：14要素（表 3- 12の各変数から築年数、階数を削除し、バスを追加）
- \* 修正済決定係数(R<sup>2</sup>)：0.51、有意な項目数：9項目（定数項を除く）

表 3- 23：重回帰分析（船橋市中部・分譲坪単価）R<sup>2</sup>=0.51

説明変数	偏回帰係数	T 値	判 定
連絡駅 DM	-30.53	2.95	**
徒歩(分)	-2.61	5.12	**
住居地域 DM	22.72	3.99	**
建蔽率(%)	-1.40	4.49	**
駐車場率(%)	-1.13	5.85	**
総戸数(戸)	0.23	5.36	**
部屋当面積(m <sup>2</sup> )	-5.14	2.98	**

<sup>21</sup> 平成15年1月1日現在（江東区区民課調べ）

<sup>22</sup> 重回帰分析結果の詳細を参考資料Ⅲ-6「船橋市中部 重回帰分析データ」に記載

角部屋 DM	11.45	2.36	*
分譲会社 DM	-37.64	4.28	**
定数項	452.43	12.35	**

#### ②中古坪単価

- \* 評価指標：中古坪単価（単位：万円）（平均：101万円）
- \* 説明変数：15要素（①に築年数を追加）
- \* 修正済決定係数( $R^2$ )：0.85、有意な項目数：9項目（定数項を除く）

表 3-24：重回帰分析（船橋市中部・中古坪単価） $R^2=0.85$

説明変数	偏回帰係数	T 値	判定
連絡駅 DM	34.10	4.90	**
バス(分)	-8.86	6.17	**
徒歩(分)	-2.20	7.54	**
築年数	-5.42	2.96	**
建蔽率(%)	-0.71	4.01	**
駐車場率(%)	-0.30	3.73	**
構造 DM	15.82	4.32	**
部屋当面積( $m^2$ )	-4.81	4.41	**
角部屋 DM	8.62	2.85	**
定数項	268.42	9.65	**

#### ③中古坪単価(差分)

- \* 評価指標：中古坪単価（単位：万円）（平均：101万円）
  - \* 説明変数：16要素（②に分譲坪単価を追加）
  - \* 修正済決定係数( $R^2$ )：0.85、有意な項目数：9項目（定数項を除く）
- ※分譲坪単価を説明変数に追加したが有意な値とならなかった。

表 3-25：重回帰分析（船橋市中部・中古坪単価差分） $R^2=0.85$

説明変数	偏回帰係数	T 値	判定
連絡駅 DM	34.10	4.90	**
バス(分)	-8.86	6.17	**
徒歩(分)	-2.20	7.54	**
築年数	-5.42	2.96	**
建蔽率(%)	-0.71	4.01	**
駐車場率(%)	-0.30	3.73	**
構造 DM	15.82	4.32	**
部屋当面積( $m^2$ )	-4.81	4.41	**
角部屋 DM	8.62	2.85	**
定数項	268.42	9.65	**

#### ④考察(船橋市中部)

表 3-25より、分譲坪単価が中古坪単価に全く影響を与えていないという結果が出た。船橋市南部は全地域で最も価格維持率の幅が広く（図 3-17）、分譲時の販売価格が取引価格に影響していないと言える。しかし決定係数は 0.85 と比較的高い。表 3-23 と表 3-25 を比較すると、分譲時の値付けが合理的でなかったという印象を受ける。

バスが-8.9万円/分と取引価格に大きく負の影響を与えることがわかった。バス乗車時間を5分とすると、44.3万円のマイナスとなる。また、連絡駅 DM（34.1万円、坪単価平均の33.8%）、徒歩（-2.2万円/分）より、立地が大きな影響を与えているということが感じられる。建蔽率が負の、角部屋 DM が正の影響を与えていることから、空間にゆとりがあ

る物件が高い評価を受けていると思われる。構造 DM が正の、部屋当面積が負の影響を与えていることから、高層で部屋数が多めの物件が高評価になると考えられる。

### (5)西宮市南部<sup>23</sup>

有効サンプル数は 130 件。

駐車場、管理会社のデータが登録されていないため、駐車場率、管理会社 DM を説明変数から削除した。バスが必要となる物件があるため、バス（分）を説明変数に追加した。

#### ①分譲坪単価

- \* 評価指標：分譲坪単価（単位：万円）（平均：211 万円）
- \* 説明変数：13 要素（表 3-12 の各変数から築年数、駐車場率、管理会社 DM を削除し、バスを追加）
- \* 修正済決定係数( $R^2$ )：0.33、有意な項目数：7 項目（定数項を除く）

表 3-26：重回帰分析（西宮市南部・分譲坪単価） $R^2=0.33$

説明変数	偏回帰係数	T 値	判定
連絡駅 DM	13.40	2.77	**
徒歩(分)	-1.17	2.67	**
階数(階)	-3.25	3.40	**
構造 DM	-28.10	3.27	**
角部屋 DM	8.86	2.17	*
部屋当面積( $m^2$ )	2.49	2.51	*
施工会社 DM	11.33	2.48	*
定数項	193.24	9.67	**

#### ②中古坪単価

- \* 評価指標：中古坪単価（単位：万円）（平均：99 万円）
- \* 説明変数：14 要素（①に築年数を追加）
- \* 修正済決定係数( $R^2$ )：0.44、有意な項目数：7 項目（定数項を除く）

表 3-27：重回帰分析（西宮市南部・中古坪単価） $R^2=0.44$

変数名	偏回帰係数	T 値	判定
連絡駅 DM	15.84	4.65	**
バス(分)	-3.54	3.00	**
徒歩(分)	-1.76	5.83	**
築年数	-3.62	2.98	**
建蔽率(%)	-0.03	2.22	*
構造 DM	-11.22	2.26	*
専有面積( $m^2$ )	0.74	5.41	**
定数項	91.02	6.19	**

#### ③中古坪単価(差分)

- \* 評価指標：中古坪単価（単位：万円）（平均：99 万円）
- \* 説明変数：15 要素（②に分譲坪単価を追加）
- \* 修正済決定係数( $R^2$ )：0.55、有意な項目数：8 項目（定数項を除く）

表 3-28：重回帰分析（西宮市南部・中古坪単価差分） $R^2=0.55$

説明変数	偏回帰係数	T 値	判定
------	-------	-----	----

<sup>23</sup> 重回帰分析結果の詳細を参考資料Ⅲ-7「西宮市南部 重回帰分析データ」に記載

分譲坪単価(万円)	0.33	6.34	**
連絡駅 DM	14.15	4.64	**
バス(分)	-2.84	2.71	**
徒歩(分)	-1.25	4.47	**
築年数	-5.80	5.01	**
住居地域 DM	-12.84	3.14	**
建蔽率(%)	-0.03	2.37	*
専有面積(m <sup>2</sup> )	0.62	4.90	**
定数項	55.95	3.18	**

#### ④考察(西宮市南部)

表 3- 28より、分譲坪単価が中古坪単価に影響を与える割合は 0.33 となり、こちらも 3 割程度という結果となった。

連絡駅 DM (14.2 万円、坪単価平均の 14.3%)、バス (-2.8 万円/分) 徒歩 (-1.3 万円/分) より、立地が大きな影響を与えているということが感じられる。住居地域 DM (-12.8 万円) は総戸数 (-0.73) や階数 (-0.70) と比較的相関が高く、小規模・低層物件よりも大規模・高層物件が高評価になっていると思われる。

全地域で唯一専有面積が有意な値 (0.62 万円/m<sup>2</sup>) となった。関西圏は首都圏よりも地価下落の下げ止まりを迎えるのが遅く、ここ数年分譲マンションの専有面積は拡大する傾向にあると言われている。新築分譲マンションとの比較で専有面積が影響を及ぼしているのではないかと思われる。

## 6. まとめ

### (1)世田谷区南部に関する事例分析より

分譲坪単価を評価指標とした場合 (表 3- 9) と、中古坪単価を評価指標とした場合 (表 3- 10) で有意となる説明変数が 13 項目から 10 項目へ減少したことから、価格形成要因が減少していることが分かる。

中古取引における価格に影響を及ぼす要素は立地 (交通利便性) だと考えられる。新築物件に対しては、物件の魅力により立地をカバーすることが可能だが、中古になるとシビアに立地を見た上で物件を選択しているという実態が感じられる。

また、空間 (ゆとり) に対して価値を見ているように思われる。分譲坪単価では、建蔽率が高いほど坪単価も高くなるという結果が出たが、坪単価下落額では、マイナスに働いていることがわかった。一方、バルコニー面積や空間 DM (見た目の空間のゆとり) はプラスに働いた。

今回の調査結果で気になった点は施工会社 DM が正の影響を与えたということである。そもそも中古住宅の取引の際に買い手側に開示される情報はかなり限定されており、住宅の質に関して十分な情報が与えられているとは言いがたい。その中で施工会社が価格に影響しているということは、住宅の質 (特に耐震性等の安全性) について、施工会社を見ることで一定の判断材料としているのではないかと思われる。実際に不動産業者へのヒアリングでも施工会社によって価格が異なる場合があるとの話があり、今回の調査でそれを裏付けることができたのではないかと考えられる。

今回の結果を居住者の効用 (表 3- 5) に当てはめて考えると、安全性、利便性、快適性は評価されたが、保健性、持続可能性は評価されていなかったと考えられる。

## (2)(参考)その他の地域の結果より

船橋市中部を除いて、分譲坪単価が中古坪単価に与える影響は3割程度であるということが確認された。また、全ての地域で立地が住宅の資産価値維持に影響を及ぼすということが確認された。住宅の質については情報不足ではっきりとしたことは不明だが、空間的なゆとりが資産価値維持に正の影響を与えるという印象を受けた。

高層物件、部屋の広さについては評価が分かれた。江東区、船橋市中部、西宮市南部では大規模・高層物件の評価が高いが、港区では逆の結果となり、その他の地域では有意な結果とならなかった。

## (3)課題

今回の調査では、沿線・駅データの取扱いで「連絡駅」というダミーデータを用いた。世田谷区南部の場合は自由が丘、田園調布の両駅を指すことになり、交通利便性だけではなく地域のブランド力が価格に影響した可能性がある。本調査の主旨は住宅の質が価格に影響するかどうかということのため特に追及はしていないが、立地に関して上記のバイアスがかかっている可能性があることをご留意いただきたい。

本調査はデータ収集の時点で困難を極めた。そもそも中古住宅の成約価格を把握することは現状では非常に難しい。指定流通機構（レインズ）において成約価格を蓄積しているものの、レインズへの登録は全ての宅建業者に義務付けられているわけではなく（会員宅建業者のみ）、会員業者においても、売り希望価格の登録に対して成約価格を通知している件数は1/3強<sup>24</sup>である。また、登録されている情報は建物構造や間取り、用途地域、専有面積等であり、住宅の性能に関する情報や住環境に関する情報は登録されていない。マンションに関しては分譲時のカタログや価格表を手に入れることにより、ある程度調査することは可能だが、カタログの表記は各社により異なり、住宅の性能を的確に判断することは難しい。また、レインズに登録されている個別物件情報を一般の方が見ることはできず、買い手にとってはさらに情報収集が困難と言える。この状態で買い手が住宅の質を評価しないのはやむを得ないと言える。評価しないのではなく、判断できないのである。良質なストックが適正に評価されるためには、早急な情報の整備が必須だと思われる。

---

<sup>24</sup> レインズサブセンター運用管理ワーク配布帳票

## 第 4 章

# 住宅購入時に重視する性能等に関する 消費者意識調査

## 第4章 住宅購入時に重視する性能等に関する消費者意識調査

### 1. 調査概要

平成 16 年度のヒアリング調査（第 2 章）及び事例調査（第 3 章）より、中古住宅市場では「立地」「広さ（専有面積）」「築年数」によって、価格はほぼ決まってしまうという結果が得られた。しかし、事例調査では「施工会社」が取引価格に影響を及ぼすことも確認されたことから、「消費者は住宅の性能を評価したいが、現状では評価するための情報が不足しているため、施工会社を性能の判断基準として用いている」という仮説を設定した。

そこで、消費者が住宅購入時に考慮していないといわれている要素を含めて、一定の情報提供をした場合に、消費者がどのような要素を住宅購入の判断材料とするかについて把握することを目的としてアンケート調査を実施した。事例調査の結果と比較しやすくするため、マンションを対象とした。

消費者が実際にマンションを購入する際には、価格や立地、広さ、性能といった特性を単独に判断することは稀であり、様々な要素を総合的に判断していると考えられる。そこで、今回の調査においても実際の購買行動における判断に極力近づけるように、コンジョイント分析という手法を用いた。これは、各要素の重要性を個別に評価するのではなく、各要素のレベル（性能値）を様々に変更した組合せ（マンション）が複数パターン提示される中から最も好む組合せ（マンション）を選択してもらうことで、各要素の相対的な重要性を導き出すものである。この手法を用いて、住宅購入の際に消費者がどのような要素を重視するかという意識（重視度）を把握する。

#### (1)調査対象

##### ①2001 年以降のマンション購入者

- \* 家族構成：同居する子どもがいる世帯人数 3 人以上の世帯
- \* 居住地：東京都、神奈川県

##### ②今後5年以内にマンション購入を予定する者（購入意向者）

- \* 家族構成：既婚世帯
- \* 購入希望地：東京都、神奈川県

#### (2)調査方法

インターネット調査会社のモニターを使用した web 調査。

複数選択評価によるコンジョイント分析の事例<sup>1</sup>は現時点で豊富であるとはいえないため、テスト調査と本調査という 2 段階調査を実施した。

図 4-1 に調査フローを示す。

---

<sup>1</sup> ノートパソコンの性能（CPU、HD 容量、メモリ容量等）と価格に対する消費者の選考を調べ、新商品開発の参考にする等の事例がある。

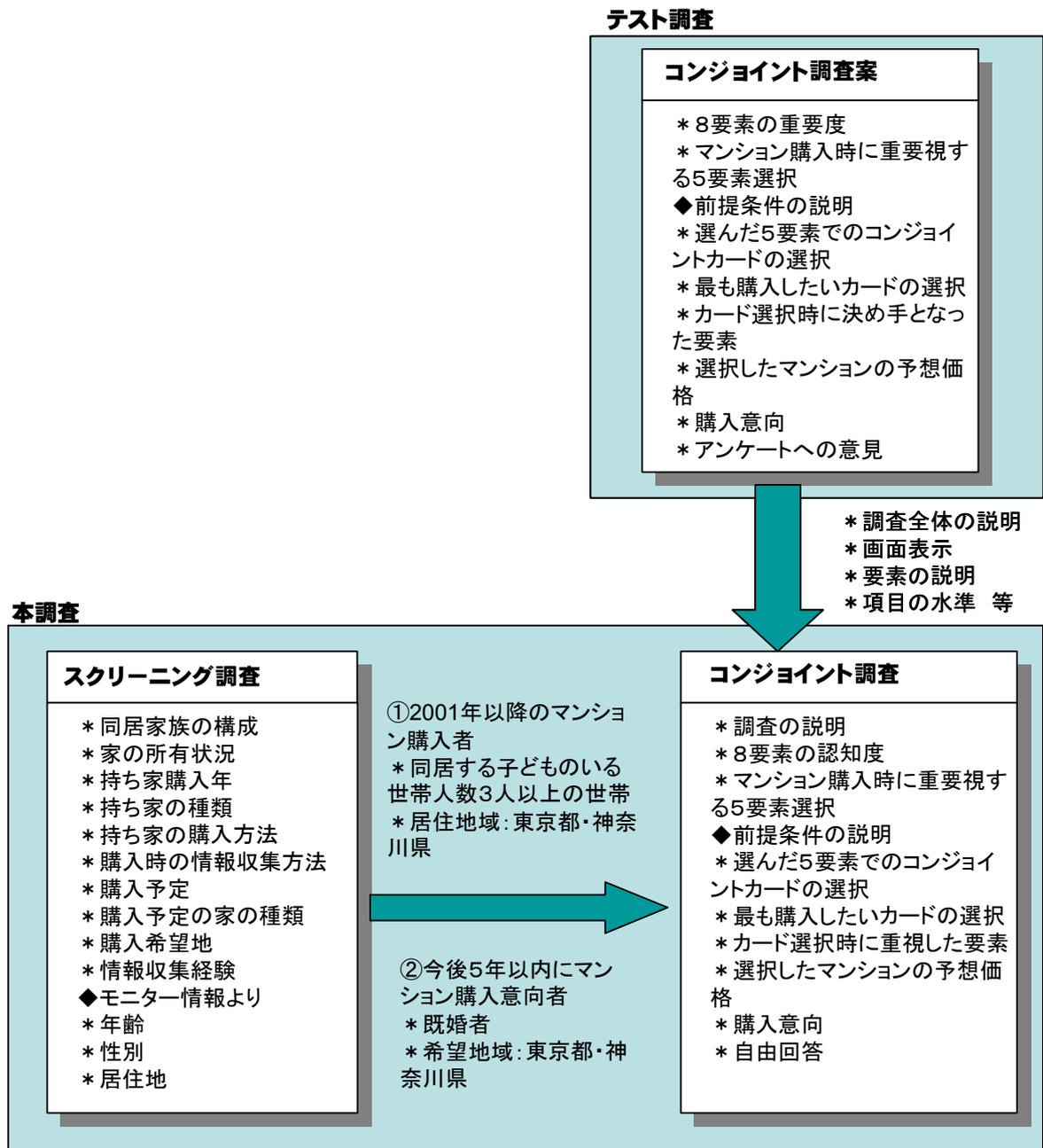


図 4-1：アンケート調査フロー

### (3)調査時期およびサンプル数

#### ①テスト調査

2005年11月7日(月)～9日(水)実施 回答数41件

#### ②スクリーニング調査

実施日：2005年11月16日(水)～21日(月)

配信数：34,987件

回収数：19,777件、アクセス率56.8%、回収率56.5%、アクセスあたり回収率99.6%

回答時間中央値：46秒、回答時間平均値：3分56秒

### ③本調査

2005年11月24日（木）～28日（月）

配信数：2,717件

回収数：2,318件、アクセス率89.1%、回収率85.3%、アクセスあたり回収率95.7%

回答時間中央値：9分45秒、回答時間平均値：28分

購入者サンプル数：1,175件、購入意向者サンプル数：871件

（サンプル除外件数：272件）

※以降、特に断りがない場合は、購入者のサンプル数は1,175件、購入意向者（意向者と表記する）は871件とする。

## 2. 本調査方法

本調査は、以下の流れで行った。なおアンケート画面については参考資料IV-3「アンケート調査票」をご参照いただきたい。

### (1)各要素の説明及び認識度の確認

マンション購入の際に重要と思われる8つの要素（耐震性、遮音性、断熱性、可変性、耐久性、防犯性、日照、設備）についての説明を読んだ上で、これまでどの程度認識していたか、知識があったか（認識度）について3段階で選択する。

要素の説明例を表4-1に示す。なお、全要素についての説明は参考資料IV-1「各要素 説明文一覧」をご確認いただきたい。

表4-1：説明例（耐震性）

<p>◆用語の説明◆</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・『耐震性』とは、地震に対する強さの程度です。</li><li>・耐震性を判断する指標として、建物の構造が考えられます。</li><li>・「耐震構造」とは、地震に耐えて建物構造部の安全を守ります。</li><li>・「制震構造」とは、地震に耐えるだけでなく、揺れを抑えます。</li><li>・「免震構造」とは、地震に耐えるだけでなく、地面の揺れを建物に伝えません。</li><li>・「制震」「免震」となるにつれて建物の揺れが少なくなります。</li></ul> <p>◆購入時のポイント◆</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・1981年以降の建物は全て「新耐震基準」に沿って建てられているため、阪神大震災級の地震でも、建物そのものが倒壊する危険は低いと言えます。</li><li>・ただし、揺れによっては、家具の転倒などによる危険が考えられます。</li><li>・大型家具は壁に固定しておく等の対策により、安全を確保する方法もあります。</li></ul> <p>◆豆知識◆</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・首都圏で30年以内に関東大震災級の地震が起きる確率は、70%と予測されています（政府「地震調査委員会」2005年）。</li></ul>
---

### (2)重視する要素を5つ選択

8つの要素について説明を読んだ段階で、マンションを購入する際に重要だと思われる要素を5つ選択する。選択する5つの要素についての順位付けは行わない。

### (3)購入したいマンションの選択

#### ①前提条件の確認

マンション選択の際の条件をそろえるための前提条件を確認する。

表 4-2：マンション選択の前提条件

◆家族構成	4人家族 父40歳、母38歳、長女7歳（小学校2年生）、長男3歳
◆購入予定地	（購入者の居住地域（購入希望者の場合は購入希望地域）を表示） ・該当地域は、著しく地盤が悪い・騒音が激しい等の問題はない。 ・選択肢のどのマンションも立地条件は全て等しい（同じ場所に建設）。
◆購入予定マンション	・購入予定のマンションは10階建て（80世帯）の中規模マンション。 ・最寄駅からは徒歩10分。 ・選択肢のどのマンションも、物件価格・管理費・修繕維持積立金は等しい。

## ②マンション選択

選択した5つの要素について、様々なレベルの組合せ（マンション）が複数提示されるので、その中から購入してもよいと思えるマンションを選択する。

各要素について、それぞれ3レベル（「耐震性」のみ2レベル）、コストが高い順にレベルA～Cと設定した。また、「専有面積」は他の要素によるコストの増加（減少）分＝面積の減少（増加）分となるように設定し、価格はいずれのマンションでも同一となるようにした（選択に当たって価格は提示されない）。

各要素のレベル（概要）を表4-3に示す。各要素のレベルは最低レベルでも現在市場に出ている一般的なマンションのレベルを満たすものに設定している。なお、レベルの詳細は、参考資料IV-2「各要素のレベル・コスト」をご確認いただきたい。選択時には、各要素についての詳細な説明を別画面で常に確認できるようにした。

各要素のコスト算出は、建設物価建築費指数<sup>2</sup>及びディベロッパーへの聞き取り調査により算出し、テスト調査および研究会での討議にて修正を加えた。

表 4-3：各要素のレベル（概要）

専有面積	64～93㎡	区分所有者が単独に所有する部分の床面積。バルコニー、ポーチ等は含まれない。80㎡を基準として、他の要素の組合せ毎に、他の要素によるコストの増加（減少）分＝面積の減少（増加）分として計算。70㎡未満を2LDK相当、80㎡未満を3LDK相当、80㎡以上を4LDK相当と表示。
耐震性	2段階	地震に対する強さの程度を表す。構造で区別。 A：免震構造， B：耐震構造。 いずれも建物は倒壊しないが、Aでは断水や停電が起き難く、生活に支障をきたす可能性が低い。
遮音性	3段階	上下階や隣戸の音が聞こえる程度を表す。遮音等級で区別。 A：L-40， B：L-45， C：L-50（一般的な分譲マンションレベル）。 Aでは上階で走り回る音がかすかに感じるが、遠くから聞こえる感じであり、生活の気配は感じるが気にならない。
断熱性	3段階	外部からの熱を遮る程度を表す。達成省エネ基準で区別。 A：次世代省エネ基準， B：新省エネ基準， C：旧省エネ基準。 Aでは1年を通じて冷暖房はほぼ不要であり、結露は発生しない。
可変性	3段階	リフォームによって間取りが自由に変更できる程度を表す。 A：あらゆる間取り変更可能， B：水周り以外の間取り変更可能， C：簡易な間取り変更のみ可能。

<sup>2</sup> 建設物価調査会

		Aでは段差解消、動線の改良など想定されるバリアフリー化に対応可能。
耐久性	3段階	建物が入居時の性能を保持できる程度（期間）を表す。 構造材の耐用年数等で区別。A：100年，B：70年，C：40年。 Aでは50年長期修繕計画が作成されている。
防犯性	3段階	犯罪（特に侵入犯）から人や家財を守る程度を表す。管理形態等で区別。 A：24時間有人管理，B：平日9-17時有人管理，C：無人管理。 Aではエントランス、各戸玄関、窓などの設備も防犯対応が充実している。
日照	3段階	太陽の直接光が差し込む時間を表す。冬至の日における日照時間で区別。 A：8時間，B：6時間，C：4時間。 Aでは1年を通じて、室内で日中は照明がほとんど必要ない。
設備	3段階	建物に備え付けられた機器を表す。標準装備の設備で区別。 A：B+ネット環境+ホームシアター，B：C+食洗機+ディスプレイ， C：床暖房+浴室乾燥。

回答者毎に12通りのマンションを用意した。5要素×3段階の全ての組合せは $3^5=243$ 通り（耐震性が含まれる場合は $2 \times 3^4=162$ 通り）となるが、243通りから選択するのは回答者の負担が大きいため、実験計画法<sup>3</sup>を用いて、必要最小限の12通りに減らしている。

マンションは3通りずつ4回に分けて提示される。各マンションの提示の順番はランダムである。各回で1つ（選択しないことも可能）、計4つ（以内）選択する。さらに選択したマンションを全て提示し、最も購入したいマンションを1つ選択する。

提示されるマンションの例を表4-4に示す。

表4-4：マンション例（耐震性、遮音性、断熱性、可変性、耐久性を選択した場合の一例）

専有面積 79㎡(3LDK相当)	
耐震性 B (耐震構造)	阪神大震災級の地震で建物は倒壊しない。揺れは強く感じる。
遮音性 C (L-50)	上階で走り回る音が小さく聞こえる。イスを引きずる音は聞こえる。
断熱性 B (新省エネ基準)	年間光熱費10万円。冷暖房は時々必要。結露はほぼ発生しない。
可変性 B	間取り変更可能（水周り以外）。一定のバリアフリー対応可能。
耐久性 A (100年)	耐久性100年超の構造材。修繕し易い構造。50年長期修繕計画。

#### (4)マンション・住宅の購入についての不安・不満等を回答

マンション選択にあたって最も重視した項目（専有面積+8要素）や、選択したマンションの想定価格（2,000万円未満～2億円以上：12段階）、購入意思の程度（5段階）について選択する。最後に、マンション・住宅の購入についての不安や不満、気になる点について、自由回答形式で回答する。

### 3. アンケート調査結果

#### (1)回答者の概要

##### ①性別・年齢

##### (a)購入者

男性42.7%、女性57.3%であり、やや女性が多いものの、概ね男女の偏りの少ないサンプルが得られたと言える。

30代が中心(60.2%)となり、40代と合わせると8割以上となった(平均37.1歳)。同居する子供もがっている世帯を対象としているためと考えられる。

<sup>3</sup> 「無駄な実験をせず、最も効率よくすべての条件の効果を求める」ことを目指すもの。

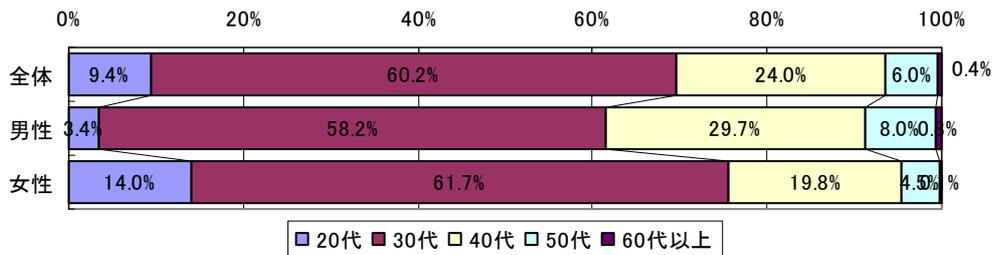


図 4-2：年代（購入者）

(b)意向者

男性 46.2%、女性 53.8%であり、概ね男女の偏りの少ないサンプルが得られたと言える。

30代が中心（53.7%）であるが、購入者と比較して20代の割合が高く（18.4%）、40代（20.4%）とほぼ同じ割合である。（平均 36.3 歳）。

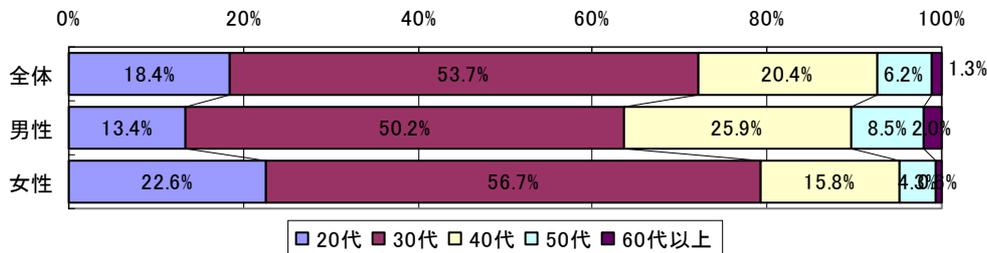


図 4-3：年代（意向者）

②世帯人数と同居している子ども数

(a)購入者

3人世帯（46.6%）及び4人世帯（39.3%）で全体の85%以上を占めた（平均 3.7 人）。同居している子供が1人世帯が47.8%で約半数となった（平均 1.6 人）。

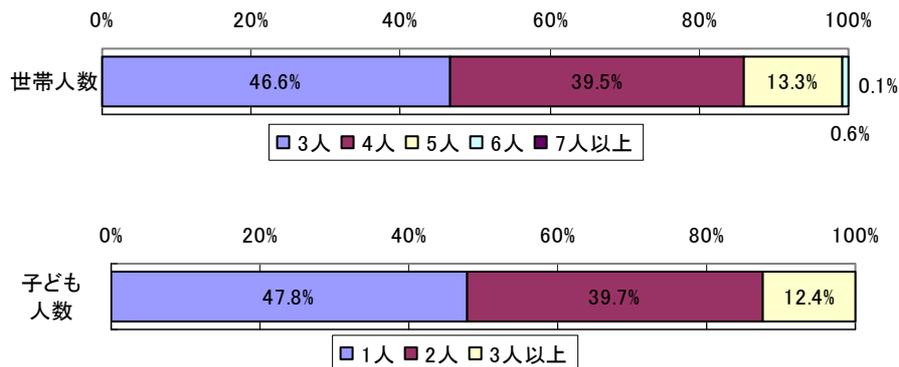


図 4-4：世帯人数・子どもの人数（購入者）

(b)意向者

3人世帯（34.3%）が若干多いものの、2人世帯（30.9%）、4人世帯（25.1%）もかなりの割合を占めた（平均 3.2 人）。同居している子供が0人世帯が約 1/3（31.9%）

ある（平均 1.1 人）。

購入者と同条件（子ども 1 人以上）ではサンプル数が確保できなかったため、子どもなし世帯もアンケート対象に加えている。

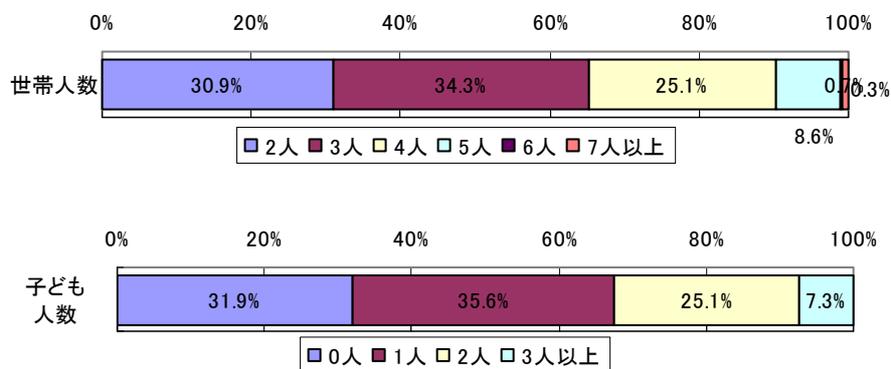


図 4-5：世帯人数・子どもの人数（意向者）

## (2)住宅状況

### ①居住地・購入希望地域

購入者は東京都 23 区内が 53.4%と過半数を占めており、東京都市部（23 区以外の地域）が 13.3%、神奈川県が 33.3%となっている。

意向者には、購入希望地を回答してもらった。東京都 23 区内が 57.6%、神奈川県が 32.1%となっている。

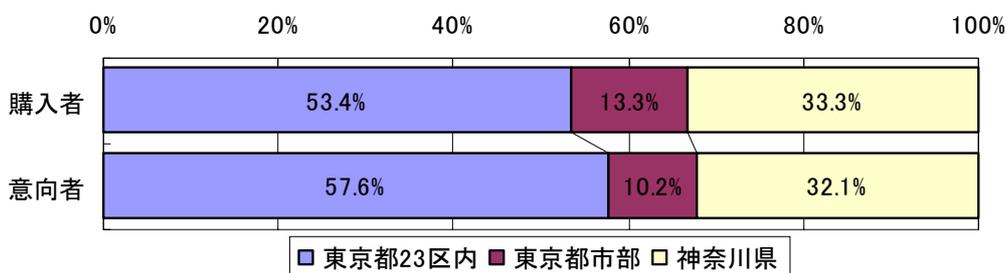
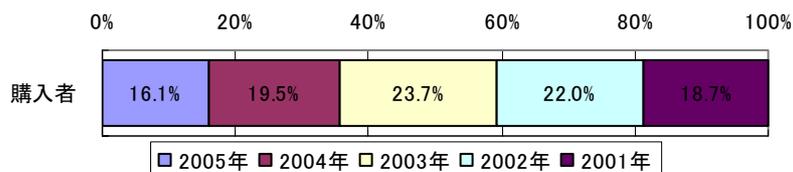


図 4-6：居住地（購入者），購入希望地（意向者）

### ②購入時期と購入希望時期

購入者は購入時期がほぼ均等に分かれた。意向者の購入希望時期は、1 年以内が 34.2%と 1/3 強になっている。



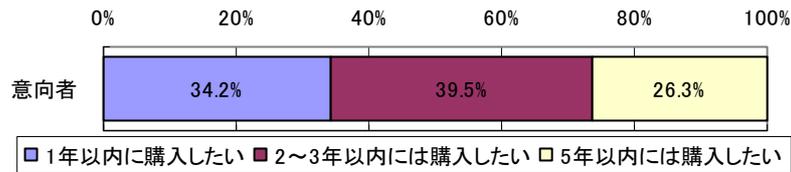


図 4-7：購入時期（購入者），購入希望時期（意向者）

### ③購入物件と購入希望物件

購入者、意向者ともに新築物件が中心である。ただし、購入者は中古マンション購入者が2割強となっている。

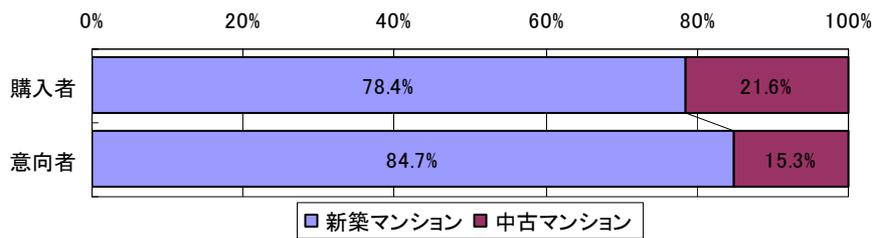


図 4-8：購入物件（購入者），購入希望物件（意向者）

### ④住居形態（意向者）

意向者の現在の住居形態は圧倒的に賃貸が多い(76.1%)。持ち家からの住替えは9.0%となっている。

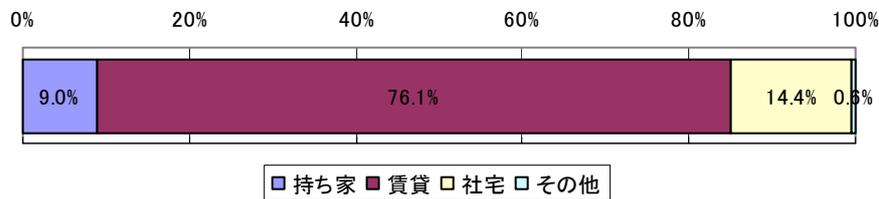


図 4-9：住居形態（意向者）

### ⑤情報収集方法

マンション購入時の情報収集方法として実際に行ったことを複数回答方式で回答してもらったところ、購入者では、7割以上の人が、「モデルルームを訪れた」、「営業担当者から物件の説明を受けた」としている。また、建設（購入）予定地の見学も7割弱の人が行っている。

意向者は購入者と比較して全体的に割合が若干低い、大きな差はない。しかし営業担当者からの物件の説明については2割以上の差がある。また、インターネットによる物件検索が購入者より3割高くなっており、ここ数年でインターネットが情報収集手段として急速に定着してきたことを示していると思われる。

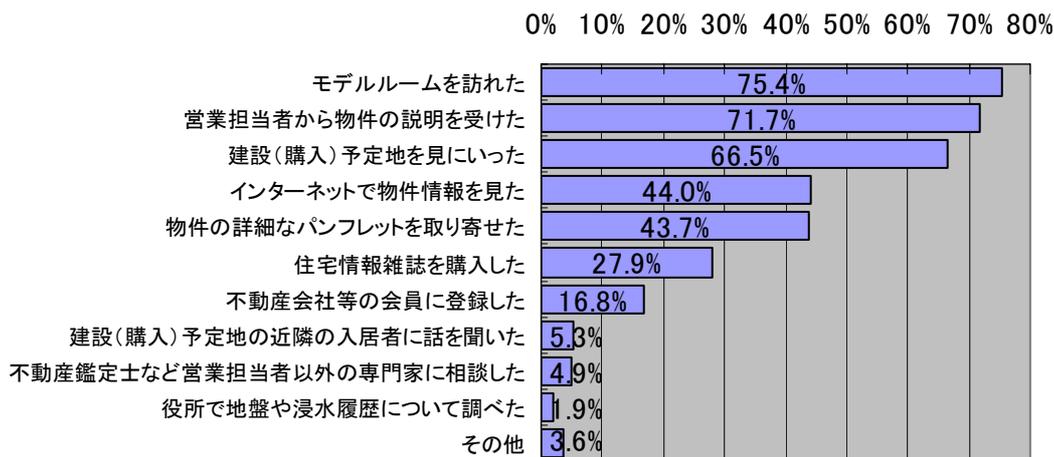


図 4-10：情報収集方法（購入者）

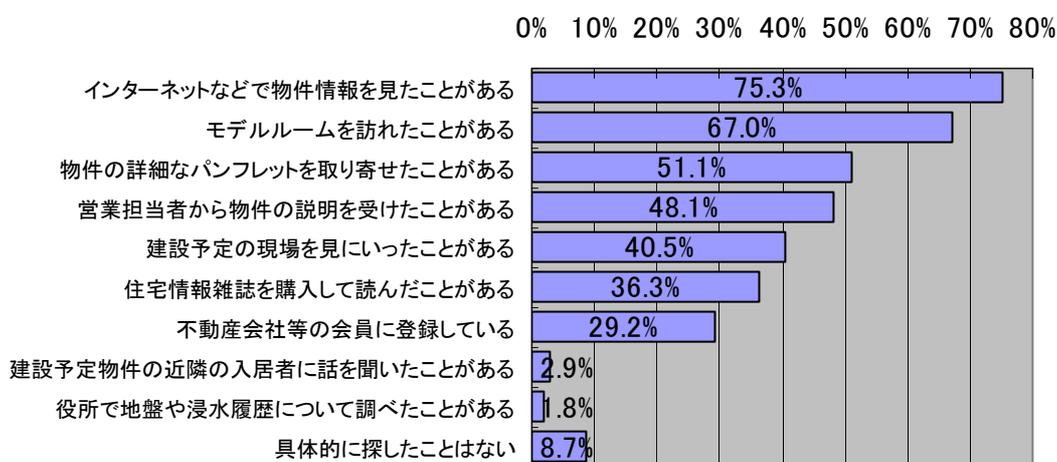


図 4-11：情報収集方法（意向者）

### (3)要素の認識度・重視度

#### ①各要素の認識度

##### (a)購入者

各要素の説明内容について、「防犯性」、「設備」は「既にほぼ知っていた」とする人が過半数を占めている。一方で、「可変性」は、4割強の人が「ほとんど始めて知った」という回答であるほか、「断熱性」、「耐久性」も「ほとんど始めて知った」という人が2割を超えており、「断熱性」、「可変性」、「耐久性」で認識度が低いと言える。

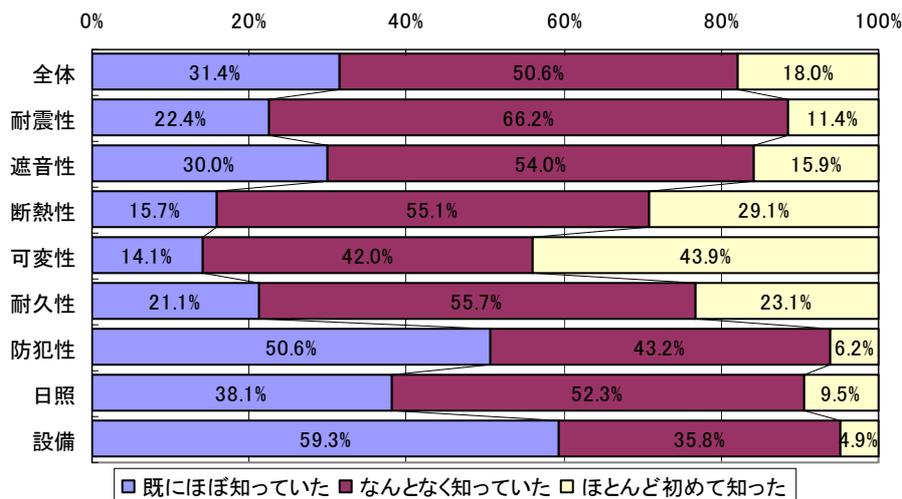


図 4-12: 各要素の認識度(購入者)

(b)意向者

購入者と比較すると、「既にほぼ知っている」という回答者が全般的に減少（31.4%→27.4%）し、「ほとんど始めて知った」という回答者が増えた（18.0%→22.0%）。住宅購入の際に、ある程度勉強していると思われる。最も大きな差が出たのは「遮音性」（約10%変化）であり、購入者にとって大きな関心事項であることが伺える。その他の要素については、購入者と大きな差はないが、全ての項目において意向者の方が「ほとんど始めて知った」という割合が高い。

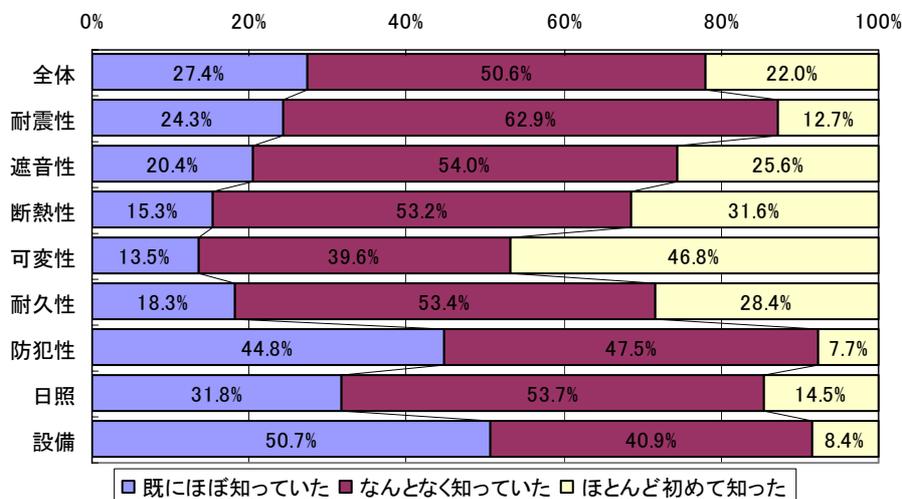


図 4-13: 各要素の認識度(意向者)

②マンション購入時に重視したい要素

マンションを購入する際に重視したいと考える要素として、選択率が最も高かったのが「耐震性」であり、購入者・意向者の95%が選択した。マンションを選択する際、耐震性を重視するのが一般的であると言える。ただし、アンケート実施時期が耐震強

度偽装問題<sup>4</sup>が発覚した直後だったため、その影響を少なからず受けていることも考えられる。

選択率が最も低かったのは「可変性」（購入者：9.9%，意向者：14.0%）であり、他の要素と比較しても際立って低い。想像しにくい十数年後よりも、購入時の状況を重視する傾向が見られる。そもそも認識度が低かったことも影響した可能性が考えられる。

購入者と意向者の違いはあまり現れなかったが、「遮音性」（購入者：84.2%，意向者：79.0%）が比較的差が出た。意向者の選択率が上回ったのは「断熱性」（購入者：49.1%，意向者 53.5%）「可変性」であり、子どもがいない世帯が多い分だけ「遮音性」よりも他の要素の選択率が向上したと考えられる。

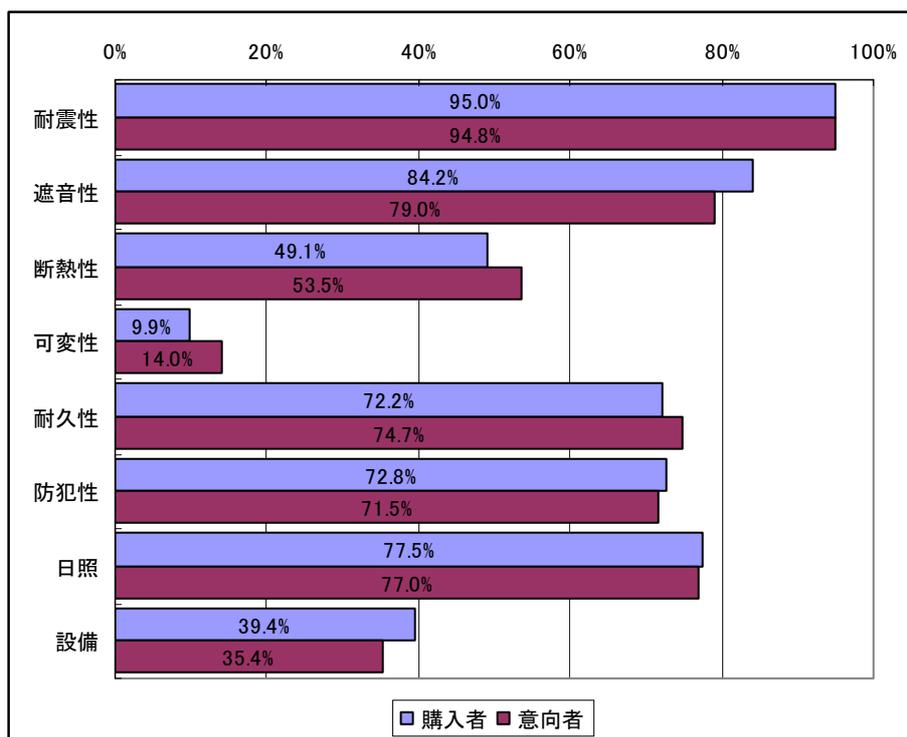


図 4-14: 重視したい要素としての選択率(8要素から5つ選択)(購入者・意向者)

#### (4) 選択されたマンション

##### (a) 購入者

マンションは回答者毎に4通り（以内）選択され（延べ4,068通り、1人あたり3.5通り）、全672通りの組合せのマンションのうち、414通りが1回以上選択された。

そのうち、選択された回数の多いマンションは表4-5の通りである。

最も選択されたマンションでも101回（8.6%）であった。比較的選好が分かれたと言える。

要素（性能）と専有面積はトレードオフの関係にあるが、面積が基準値（80㎡）を

<sup>4</sup> 建築確認の際の構造計算書の計算過程を誤魔化して強度が不足するものを不足していないように見せかけた問題。2005年11月に問題が発覚し、住宅への信頼性を揺るがす問題となった。

上回ったのは上位 10 通り中 3 通り（いずれも 81 m<sup>2</sup>）であり、面積が多少狭くなっても性能が高いものを選択したいという意向が感じられる。なお、専有面積の全 4,068 回の平均は、76.7 m<sup>2</sup>となった。

表 4-5: (複数) 選択されたマンションの要素レベルの組合せ 1~10 位<sup>5</sup>(購入者)

順位	回数	耐震性	遮音性	断熱性	耐久性	防犯性	日照	面積
1	101	A	B		C	B	A	78 m <sup>2</sup> (3LDK 相当)
2	98	A	C		B	A	B	76 m <sup>2</sup> (3LDK 相当)
3	90	B	C		B	B	A	81 m <sup>2</sup> (4LDK 相当)
4	82	B	A		A	B	B	75 m <sup>2</sup> (3LDK 相当)
5	79	A	A		B	C	A	75 m <sup>2</sup> (3LDK 相当)
6	76	A	A		A	A	A	67 m <sup>2</sup> (2LDK 相当)
7	70	B	B	A	A		B	72 m <sup>2</sup> (3LDK 相当)
8	67	B	B		C	A	B	81 m <sup>2</sup> (4LDK 相当)
9	61	B	C	B	A		A	78 m <sup>2</sup> (3LDK 相当)
10	56	B	B	B	C		A	81 m <sup>2</sup> (4LDK 相当)

さらに選択したマンションの中から最終的に 1 つ選択してもらった結果（上位 10 位）が表 4-6 である。255 通りのマンションが選択された。

最も選択されたマンションで 40 回（3.4%）であった。複数選択の段階と比較して、あまり大きな差異は見られないが、80 m<sup>2</sup>を超えたマンションが上位 10 位中 1 つだけとなり、より性能重視という意向が感じられる。なお、専有面積の全 1,175 回の平均は、76.0 m<sup>2</sup>となった。

表 4-6: (最終) 選択されたマンションの要素レベルの組合せ 1~10 位<sup>5</sup>(購入者)

順位	回数	耐震性	遮音性	断熱性	耐久性	防犯性	日照	面積
1	40	B	C		B	B	A	81 m <sup>2</sup> (4LDK 相当)
2	38	A	A		A	A	A	67 m <sup>2</sup> (2LDK 相当)
3	30	A	B		C	B	A	78 m <sup>2</sup> (3LDK 相当)
4	30	A	C		B	A	B	76 m <sup>2</sup> (3LDK 相当)
5	27	B	A		A	B	B	75 m <sup>2</sup> (3LDK 相当)
6	26	B	A	B		B	A	76 m <sup>2</sup> (3LDK 相当)
7	24	A	A		B	C	A	75 m <sup>2</sup> (3LDK 相当)
8	22	B		B	B	A	A	76 m <sup>2</sup> (3LDK 相当)
9	22	B	B	A	A		B	72 m <sup>2</sup> (3LDK 相当)
10	20	B	A	A	B	B		73 m <sup>2</sup> (3LDK 相当)

要素毎にどのレベルが多く選択されたかを表したのが図 4-15（複数選択）、図 4-16（最終選択）である。例えば図 4-15 より、「耐震性」を含むマンションは、延べ 3,855 回選択されているが、そのうち「耐震性 A」は 2,045 回（53.0%）、「耐震性 B」は 1,810 回（47.0%）選択されている。

図 4-15 より、「断熱性」「防犯性」「日照」についてはレベル C を選択した人が約 2 割であり、最低レベルを回避したいという意向が感じられる。その他の要素については、比較的各レベルが平均的に選択された。その中で「日照」についてはレベル A を選択した人が 43.7%に達し、他の要素を多少犠牲にしても、日照時間を増やしたいと

<sup>5</sup> 「可変性」「設備」が入ったマンションが上位 10 位に含まれなかったため、2 要素は表から削除した。

いう意向が感じられる。

最終選択（図 4-16）では、ほぼ全ての要素についてレベル C の割合が減少した。特に「日照」（19.1%→11.9%）の減少幅は大きい。一方、「可変性」（33.2%→38.8%）はレベル C の割合が 5%以上増加し、どれか 1 つの要素をあきらめるのであれば「可変性」をあきらめるといった意向が感じられる。

なお、次節で行うコンジョイント分析は、最終選択マンションではなく、複数選択の情報を使用する。

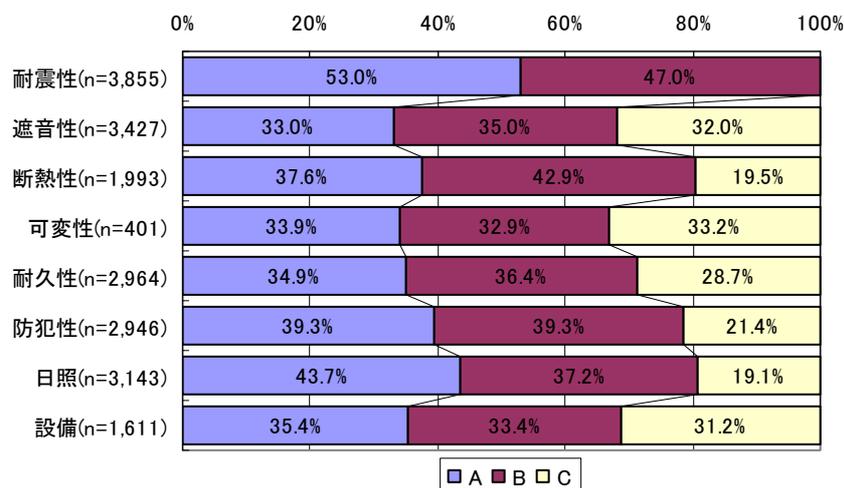


図 4-15: (複数) 選択マンションの要素別レベル割合(購入者)

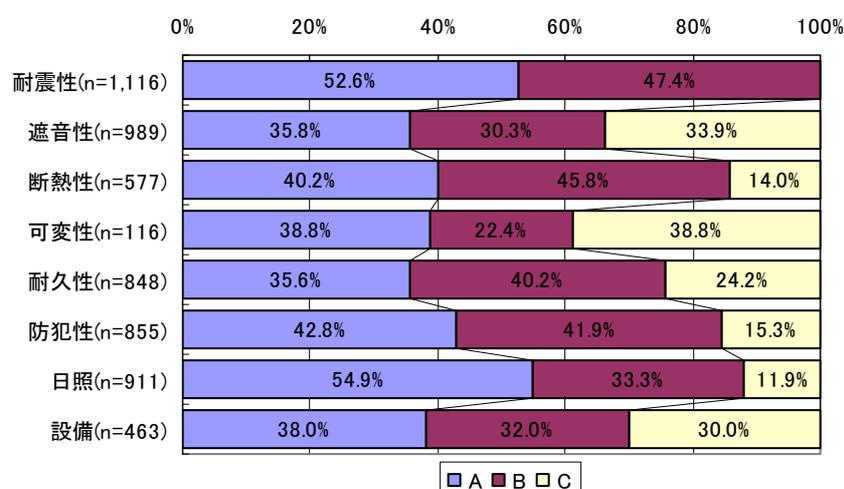


図 4-16: (最終) 選択マンションの要素別レベル割合(購入者)

### (b)意向者

399 通りが 1 回以上選択された(延べ 3,104 通り、1 人あたり 3.6 通り)。そのうち、選択された回数の多いマンションは表 4-7 の通りである。

最も選択されたマンションでも 79 回(9.1%)であった。購入者と同様に比較的選好が分かれたと言える。

購入者が選択した上位10位までと比較すると、実に9つまでが同一のマンションとなった。購入者と意向者で選好に大きな差異はないと考えられる。なお、専有面積の全3,104回の平均は、76.3㎡となり、購入者とほぼ変わらない値となった。

表4-7:(複数)選択されたマンションの要素レベルの組合せ 1~10位<sup>5</sup>(意向者)

順位	回数	耐震性	遮音性	断熱性	耐久性	防犯性	日照	面積
1	79	A	A		B	C	A	78㎡(3LDK相当)
2	70	A	C		B	A	B	76㎡(3LDK相当)
3	67	B	A		A	B	B	81㎡(4LDK相当)
4	67	A	B		C	B	A	75㎡(3LDK相当)
5	65	B	C		B	B	A	75㎡(3LDK相当)
6	58	B	B		C	A	B	67㎡(2LDK相当)
7	50	A	A		A	A	A	72㎡(3LDK相当)
8	47	B	B	A	A		B	81㎡(4LDK相当)
9	43	B	C	B	A		A	78㎡(3LDK相当)
10	43	A	C		A	C	B	81㎡(4LDK相当)

さらに選択したマンションの中から最終的に1つ選択してもらった結果(上位10位)が表4-8である。247通りのマンションが選択された。

最も選択されたマンションで26回(2.9%)であった。購入者と同様に複数選択の段階と比較して、あまり大きな差異は見られない。なお、専有面積の全871回の平均は、75.1㎡となった。

表4-8:(最終)選択されたマンションの要素レベルの組合せ 1~10位<sup>5</sup>(意向者)

順位	回数	耐震性	遮音性	断熱性	耐久性	防犯性	日照	面積
1	26	A	A		B	C	A	75㎡(3LDK相当)
2	26	B	C		B	B	A	81㎡(4LDK相当)
3	23	A	A		A	A	A	67㎡(2LDK相当)
4	22	B	A		A	B	B	75㎡(3LDK相当)
5	21	A	C		B	A	B	76㎡(3LDK相当)
6	19	A	B		C	B	A	78㎡(3LDK相当)
7	19	B	B		C	A	B	81㎡(4LDK相当)
8	17	B	B	A	A		B	72㎡(3LDK相当)
9	16	B	A	B		B	A	76㎡(3LDK相当)
10	15	A	A	B	C	A		75㎡(3LDK相当)

意向者の要素別レベル割合(図4-17(複数選択)、図4-18(最終選択))も、購入者とほぼ同様の結果となった。購入者と比較すると、「防犯性」をレベルCとした回答者が若干多く、その分「設備」のレベルが上昇している。購入経験を経ることで、入居後でも代用可能な設備より、変更が難しい性能に、若干目が向いていると考えられる。

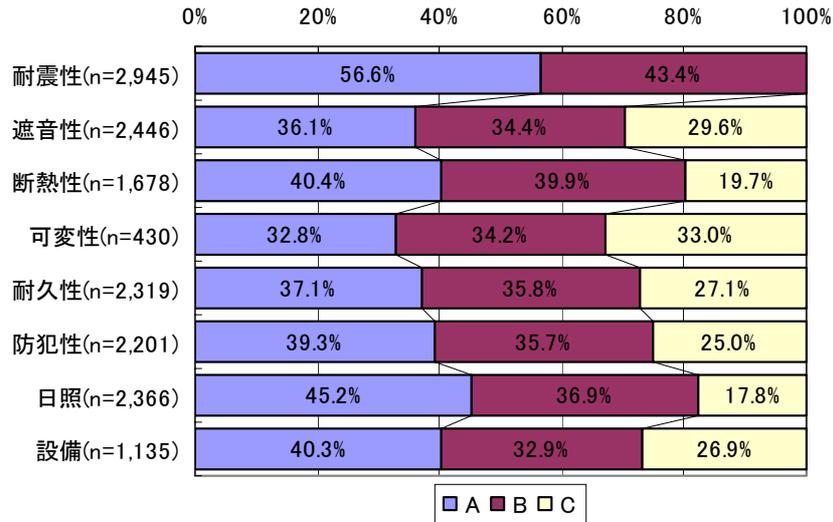


図 4-17: (複数) 選択マンションの要素別レベル割合 (意向者)

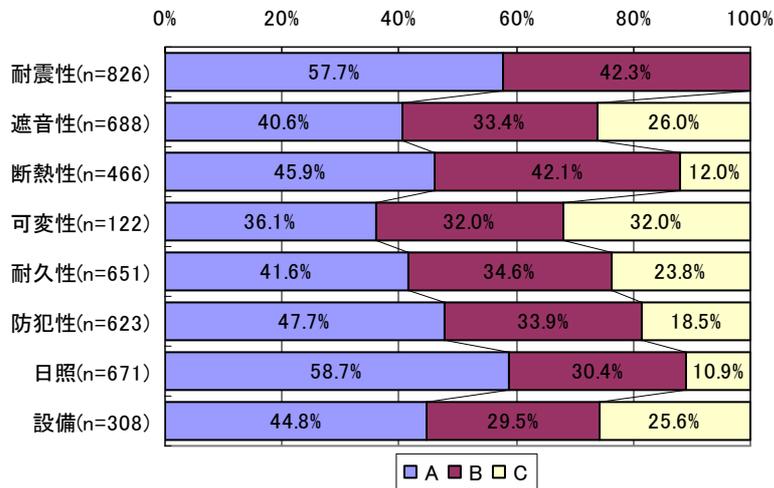


図 4-18: (最終) 選択マンションの要素別レベル割合 (意向者)

## (5) コンジョイント分析

### ① 分析準備

マンションの選択結果について、数量化 I 類によるコンジョイント分析を行った。説明変数は 8 つの要素をレベル毎に(0,1)のダミーデータとして扱った。

(例) 「遮音性」・・・「遮音性 A」, 「遮音性 B」, 「遮音性 C」

また、「専有面積」は㎡を用いた連続値ではなく、「2LDK (70 ㎡未満)」「3LDK (70 ㎡以上 80 ㎡未満)」「4LDK (80 ㎡以上)」の 3 通りに分類し、それぞれダミーデータとして説明変数に加えた。

評価指標はマンションの選択回数とした。

実際には 4 回に分けてマンションを選択しているが、複数提示複数選択方式 (12 通りのマンションを一度に表示し 4 通り以内のマンションを選択) として扱った。なお、アンケート

ートでは最終的に1つのマンションを選択しているが、コンジョイント分析では複数選択時点のデータを用いるとする（特に重みもつけない）。分析に用いたデータの基本統計量・相関行列を参考資料IV-4「重回帰分析結果」に示す。

## ②購入者結果

まず購入者についてコンジョイント分析を行った。

重回帰分析結果<sup>6</sup>を表4-9に示す。修正済決定係数( $R^2$ )<sup>7</sup>は0.53となった。「可変性」および「専有面積（間取り）」が有意な値ではないが、その他の要素は1%有意となっている。

表4-9:重回帰分析結果( $R^2=0.53$ ) (購入者)

説明変数	偏回帰係数	T 値	判定 <sup>8</sup>
耐震性 B	30.06	13.37	**
耐震性 A	31.25	12.75	**
遮音性 C	25.32	11.79	**
遮音性 B	26.74	11.95	**
遮音性 A	25.25	10.59	**
断熱性 C	7.44	3.51	**
断熱性 B	14.39	6.61	**
断熱性 A	12.68	5.10	**
可変性 B	1.50	0.71	
可変性 A	0.32	0.14	
耐久性 C	19.35	9.12	**
耐久性 B	22.75	10.14	**
耐久性 A	20.87	8.47	**
防犯性 C	16.96	7.93	**
防犯性 B	23.83	10.69	**
防犯性 A	22.68	9.41	**
日照 C	17.62	8.02	**
日照 B	25.39	11.44	**
日照 A	26.73	11.03	**
設備 C	7.29	3.55	**
設備 B	9.18	4.37	**
設備 A	8.07	3.48	**
3LDK	3.23	0.71	
4LDK	2.73	0.47	
定数項	-89.45	8.73	**

表4-9で得た偏回帰係数を用いて部分効用値を求めた結果が図4-19である。

<sup>6</sup> 重回帰分析結果の詳細を参考資料IV-4「重回帰分析結果」に記載。

<sup>7</sup> 説明変数が被説明変数をどの程度説明できるかを表す。0~1の値をとり、1が最も良い。

<sup>8</sup> \*\*:1%有意 \* :5%有意

説明変数	回数	偏回帰係数	部分効用値
2LDK	35		-2.79
3LDK	243	3.23	0.44
4LDK	136	2.73	-0.06
耐震性B	153	30.06	-0.62
耐震性A	168	31.25	0.57
遮音性C	98	25.32	-0.43
遮音性B	89	26.74	0.99
遮音性A	91	25.25	-0.50
断熱性C	64	7.44	-4.48
断熱性B	89	14.39	2.47
断熱性A	88	12.68	0.76
可変性C	57		0.00
可変性B	62	1.50	0.58
可変性A	60	0.32	-0.60
耐久性C	82	19.35	-1.72
耐久性B	94	22.75	1.69
耐久性A	92	20.87	-0.20
防犯性C	88	16.96	-4.32
防犯性B	96	23.83	2.54
防犯性A	97	22.68	1.40
日照C	81	17.62	-5.95
日照B	95	25.39	1.82
日照A	98	26.73	3.15
設備C	72	7.29	-0.91
設備B	77	9.18	0.99
設備A	79	8.07	-0.13

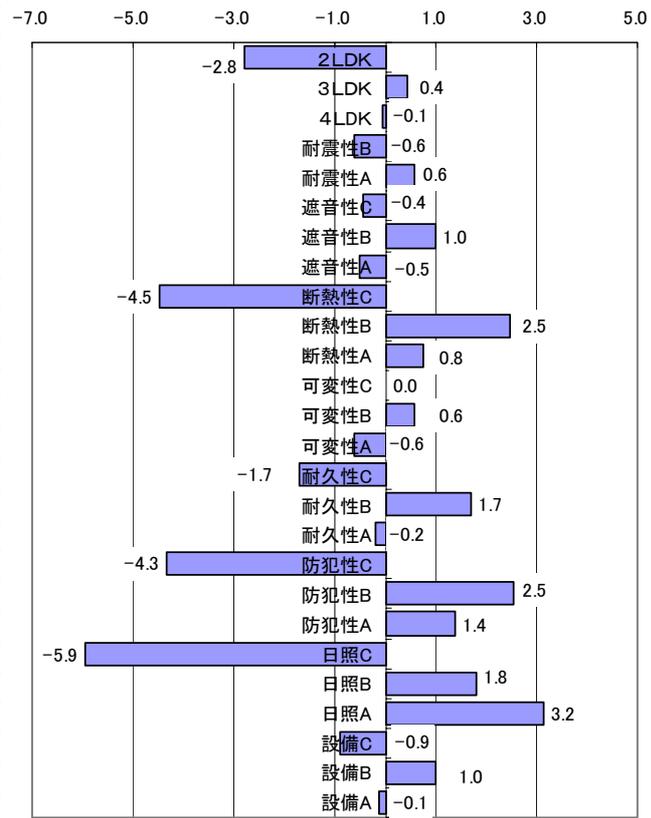


図 4-19: 部分効用値(購入者)

この結果を元に各マンションの全体効用値<sup>9</sup>を求め、コンジョイント分析の精度 ( $R^2$ ) を算出したところ、0.21 という説得力に欠ける値となった。これは 8 つの要素から 5 つの要素を選択したという行動 (選好) を反映していないためと思われる。

そこで、各要素について選択していないという行動を組み込んで再度部分効用値を求めた結果が図 4-20 である。(偏回帰係数は表 4-9 で求めた結果を使用)。

説明変数で最後に「×」がついているもの (例: 耐震性×) は、その要素を選択していないという行動を示す。

$R^2=0.56$  となり、大幅に改善した。よって部分効用値として図 4-20 で示す結果を採用することとする。

<sup>9</sup> 全体効用値の説明。部分効用値全体の説明力を表す。

説明変数	回数	偏回帰係数	部分効用値
2LDK	35		-2.79
3LDK	243	3.23	0.44
4LDK	136	2.73	-0.06
耐震性×	93		-23.79
耐震性B	153	30.06	6.27
耐震性A	168	31.25	7.46
遮音性×	136		-17.29
遮音性C	98	25.32	8.03
遮音性B	89	26.74	9.45
遮音性A	91	25.25	7.96
断熱性×	173		-6.94
断熱性C	64	7.44	0.50
断熱性B	89	14.39	7.45
断熱性A	88	12.68	5.74
可変性×	235		-0.27
可変性C	57		0.00
可変性B	62	1.50	1.23
可変性A	60	0.32	0.05
耐久性×	146		-13.63
耐久性C	82	19.35	5.71
耐久性B	94	22.75	9.12
耐久性A	92	20.87	7.23
防犯性×	133		-14.44
防犯性C	88	16.96	2.52
防犯性B	96	23.83	9.38
防犯性A	97	22.68	8.24
日照×	140		-15.60
日照C	81	17.62	2.02
日照B	95	25.39	9.79
日照A	98	26.73	11.13
設備×	186		-4.51
設備C	72	7.29	2.77
設備B	77	9.18	4.67
設備A	79	8.07	3.55

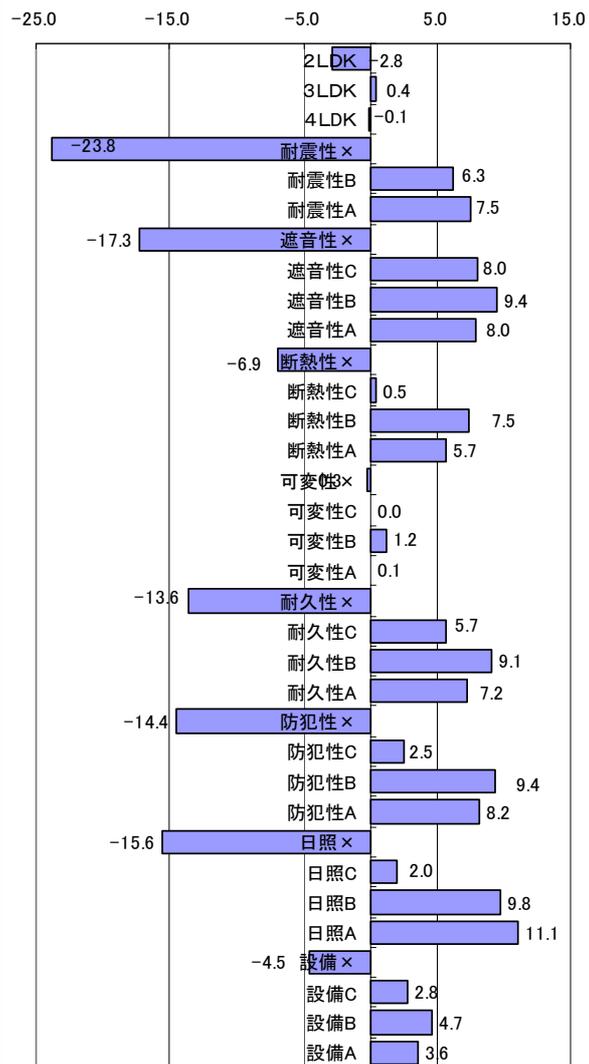


図 4- 20: 不選択を追加した部分効用値(購入者)

図 4- 20より、「耐震性×」の効用値 (-23.8) が最も低い(耐震性を選択しないという行動を好まない)。何をおいても「耐震性」が最も重要であるという意識が感じられる。しかし、「耐震性 A」の効用値は 7.5 とそれほど高くなく、「耐震性 B」(6.3) との差も小さい。これは、耐震性は重要ではあるが、今回の選択肢であればどちらを選んでも大して差はないということを示している。

一方、効用値が最も高かったのは「日照 A」(11.1) である。最も高い「効用値 A」でも絶対値の大きさでは「耐震性×」、「遮音性×」、「耐久性×」、「防犯性×」、「日照×」より小さいことから、「性能の高いものを好む」よりも、各性能をバランスよくとりいれたいという意識が感じられる。このことは、「日照」、「耐震性」を除く全ての要素でレベル B がレベル A よりも高い効用値となっていることから、ある一定以上の性能であれば許容できるという意向が感じられる。

要素毎に、最大効用値と最小効用値の差をとり、降順に並べたものが図 4- 21である。

効用値の差が大きいほど、重視度が高い<sup>10</sup>（その要素が判断基準になる）と言える。

「1. 重視度（要素）」は不選択の部分効用値も含めて計算した重視度であり、8要素から5要素を選択した選択率（図4-14）とほぼ同等の結果となる。「2. 重視度（レベル）」は不選択の部分効用値を外して計算した重視度である。前者は「その要素を重視するかどうか」という直感的な重視度を表し、後者はマンションを比較検討する際の判断基準を指していると考えられる。

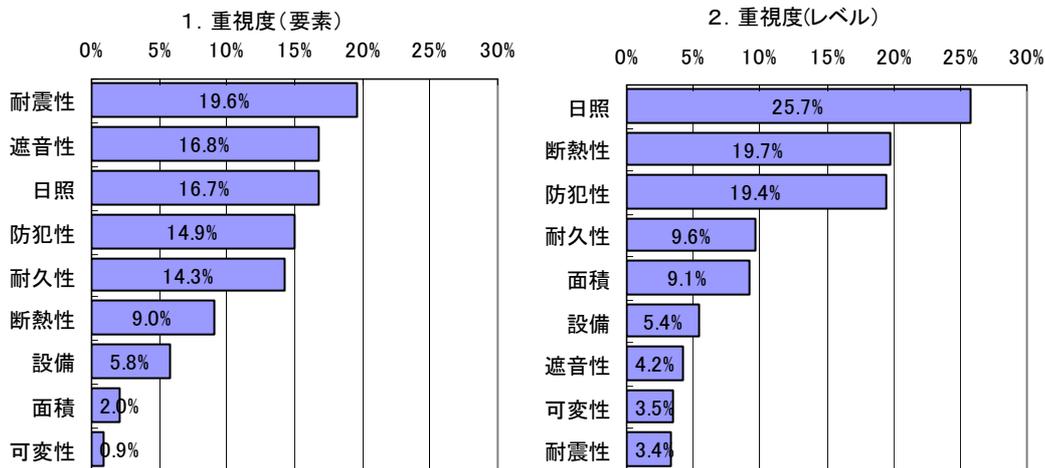


図4-21: 重視度(購入者)

図4-21より、「耐震性」と「遮音性」については、直感的な重視度（耐震性：19.6%、遮音性：16.8%）は高いが、今回の選択肢（レベル設定）であれば、特に判断基準にはならない（耐震性：3.4%、遮音性：4.2%）と言える。

一方、判断基準として最も重視されているのは「日照」（25.7%）とすることができる。「断熱性」は、直感的な重視度こそ低かった（9.0%、6位）が、マンション選択の判断基準としては重要（19.7%、2位）だと考えられる。「防犯性」の重視度（19.4%）も高く、この3要素（日照、断熱性、防犯性）がマンションを比較検討する際のキーファクターになっていると思われる。

「面積」の重視度（9.1%、5位）はちょうど中間となった。「面積」の基準値が80㎡と首都圏では若干広めということが影響した可能性はあるが、必ずしも専有面積のみで物件を選択しているわけではないということがはっきりした。

部分効用値から求めた「購入者が最も好むマンションスペック」を表4-10に示す。

表4-10: 購入者が最も好むマンションスペック(最適組合せ)

専有面積 3LDK (70㎡以上 80㎡未満)	
耐震性 A (免震構造)	阪神大震災級の地震で建物は倒壊しない。揺れもあまり感じない。
遮音性 B (L-45)	上階で走り回る音が聞こえるが、あまり意識しない程度。
断熱性 B (新省エネ基準)	年間光熱費 10 万円。冷暖房は時々必要。結露はほぼ発生しない。
可変性 B	間取り変更可能 (水周り以外)。一定のバリアフリー対応可能。
耐久性 B (70 年)	耐久性 70 年超の構造材。一部修繕し難い構造。35 年長期修繕計画。
防犯性 B	エントランス、各戸玄関、窓が防犯対応。平日 9-17 時有人管理。

<sup>10</sup> レベルが変わることで選好度が大きく異なるような要素が、それだけ重要だと考えられるため。

日照 A (8 時間)	冬至でも 8 時間近い日照。日中の照明は不要。
設備 B	床暖房・浴室乾燥・食洗機・ディスプレイ

専有面積以外の各要素のコストから算出される専有面積は 75 m<sup>2</sup>であり、表 4- 10の専有面積「3LDK (70 m<sup>2</sup>以上 80 m<sup>2</sup>未満)」に合致する。よって表 4- 10が物件価格を一定とした場合の最適組合せと言える (効用値合計：60.3)。

### ③意向者結果

次に、意向者についても同様にコンジョイント分析を行った。

重回帰分析結果<sup>11</sup>を表 4- 11に示す。修正済決定係数(R<sup>2</sup>)は 0.51 となった。購入者と同様に「可変性」および「専有面積 (間取り)」が有意な値ではないが、その他の要素は 1%有意 (設備 C のみ 5%有意) となっている。

表 4- 11: 重回帰分析結果 (R<sup>2</sup>=0.51) (意向者)

説明変数	偏回帰係数	T 値	判定
耐震性 B	20.72	12.00	**
耐震性 A	23.28	12.22	**
遮音性 C	15.47	9.81	**
遮音性 B	17.52	10.19	**
遮音性 A	17.62	10.07	**
断熱性 C	6.36	3.99	**
断熱性 B	10.66	6.20	**
断熱性 A	11.58	6.12	**
可変性 B	0.37	0.23	
可変性 A	0.59	0.35	
耐久性 C	13.98	8.69	**
耐久性 B	16.51	9.53	**
耐久性 A	17.66	9.25	**
防犯性 C	11.48	7.23	**
防犯性 B	14.98	8.85	**
防犯性 A	15.75	8.76	**
日照 C	11.48	7.01	**
日照 B	17.65	10.29	**
日照 A	19.63	10.69	**
設備 C	3.30	2.08	*
設備 B	5.49	3.25	**
設備 A	6.55	3.79	**
3LDK	6.17	1.92	
4LDK	6.78	1.63	
定数項	-66.61	8.56	**

表 4- 11で得た偏回帰係数を用いて部分効用値を求めた結果が図 4- 22である。コンジョイント分析の精度 (R<sup>2</sup>) は 0.52 となった。

<sup>11</sup>重回帰分析結果の詳細を参考資料IV-4「重回帰分析結果」に記載

説明変数	回数	偏回帰係数	部分効用値
2LDK	38		-5.77
3LDK	238	6.17	0.40
4LDK	123	6.78	1.01
耐震性×	78		-17.76
耐震性B	151	20.72	2.96
耐震性A	170	23.28	5.52
遮音性×	139		-11.01
遮音性C	84	15.47	4.46
遮音性B	86	17.52	6.51
遮音性A	90	17.62	6.61
断熱性×	156		-5.97
断熱性C	67	6.36	0.39
断熱性B	89	10.66	4.69
断熱性A	87	11.58	5.61
可変性×	224		-0.15
可変性C	53		0.00
可変性B	58	0.37	0.22
可変性A	64	0.59	0.44
耐久性×	133		-10.76
耐久性C	81	13.98	3.22
耐久性B	91	16.51	5.75
耐久性A	94	17.66	6.89
防犯性×	154		-8.75
防犯性C	71	11.48	2.73
防犯性B	85	14.98	6.23
防犯性A	89	15.75	7.00
日照×	129		-11.37
日照C	70	11.48	0.12
日照B	98	17.65	6.28
日照A	102	19.63	8.26
設備×	184		-2.85
設備C	60	3.30	0.45
設備B	73	5.49	2.64
設備A	82	6.55	3.70

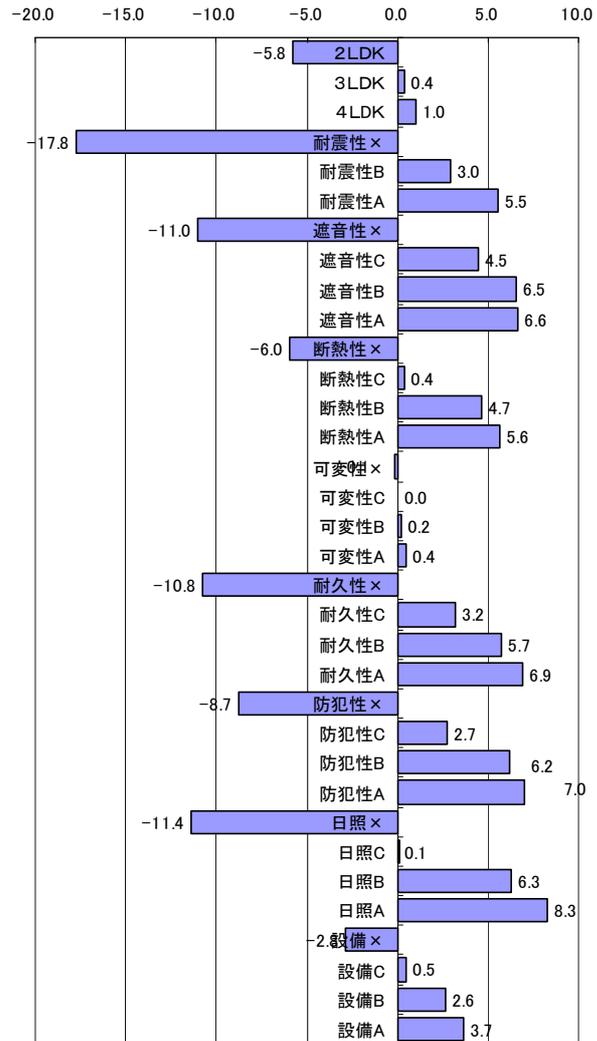


図 4- 22: 不選択を追加した部分効用値(意向者)

一般的に購入者よりも効用値の幅が狭い。図 4- 22より、「耐震性×」の効用値 (-17.8) が最も低く、「日照 A」の効用値 (8.3) が最も高いという点は購入者と等しい。しかし、その差は 8.9 ポイント減少している。購入者よりも選好が分かれたと言える。

購入者と異なり、全ての要素でレベル A がレベル B よりも高い効用値となった。購入が目前に迫っていない段階では、極力全ての要素についてより高い性能を求めるといった意向が感じられる。

「2LDK」の効用値が-5.8 と購入者と比べて大幅に低下した。購入者と比較すると「狭い家」を避けたいという意向が感じられる。しかし、3LDK (0.4) と 4LDK (1.0) の差は小さく、「とにかく広い面積が良い」と考えているわけではないと考えられる。

意向者の重視度を図 4- 23に示す。

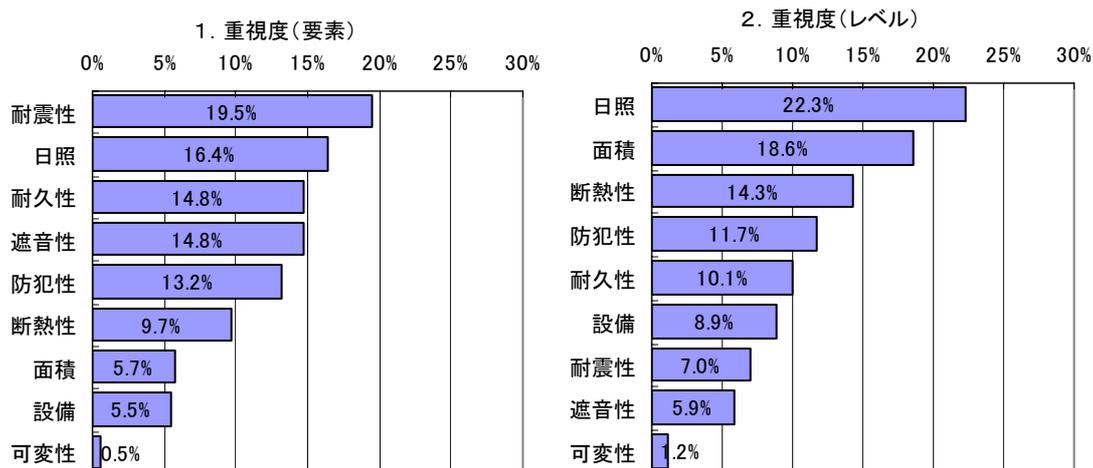


図 4-23: 重視度(意向者)

直感的な重視度として「遮音性」(14.8%、4位)が購入者(16.8%、2位)と比較して若干順位を落とした。

判断基準として購入者と異なったのは「面積」の重視度である。購入者では5位(9.1%)だった「面積」が意向者では2位(18.6%)となっており、割合も倍増している。それにより、「断熱性」(19.7%→14.3%)、「防犯性」(19.4%→11.7%)、「耐久性」(9.6%→10.1%)、が1ランクずつ順位を下げている。特に「防犯性」は7.7ポイント減少しており、「防犯性」を若干落としてでもある程度の面積を確保したいという意識が感じられる。

意向者の大部分が賃貸に入居しており(図4-9)、現在住んでいる家で面積に不満を持っていることが感じられる。

部分効用値から求めた「意向者が最も好むマンションスペック」を表4-12に示す。

表 4-12: 意向者が最も好むマンションスペック(最適組合せ)

専有面積 4LDK (80㎡以上)	
耐震性 A (免震構造)	阪神大震災級の地震で建物は倒壊しない。揺れもあまり感じない。
遮音性 A (L-40)	上階で走り回る音をかすかに感じるが、遠くから聞こえる程度。
断熱性 A (次世代省エネ基準)	年間光熱費6万円。冷暖房はほぼ不要。結露は発生しない。
可変性 A	間取り変更可能(水周り含む)。あらゆるバリアフリー対応可能。
耐久性 A (100年)	耐久性100年超の構造材。修繕し易い構造。50年長期修繕計画。
防犯性 A	エントランス、各戸玄関、窓など防犯対応充実。24時間有人管理。
日照 A (8時間)	冬至でも8時間近い日照。日中の照明は不要。
設備 A	床暖房・浴室乾燥・食洗機・ディスプレイ・ネット環境・シアター

一見して分かるように、全ての要素が最高レベルになっている。専有面積以外の各要素のコストから算出される専有面積は58㎡(2LDK相当)であり、今回の条件では表4-12の組み合わせを選ぶことは不可能である。そこで、専有面積と各要素のトレードオフを満たしつつ、効用値の合計を最大化する組合せを求めた結果が表4-13である(効用値合計: 43.0)。このときの各要素のコストから算出される専有面積は70㎡である。

表 4-13: 意向者の効用値を最大化する組合せ

専有面積 3LDK (70㎡以上 80㎡未満)	
耐震性 A (免震構造)	阪神大震災級の地震で建物は倒壊しない。揺れもあまり感じない。
遮音性 B (L-45)	上階で走り回る音が聞こえるが、あまり意識しない程度。
断熱性 B (新省エネ基準)	年間光熱費 10 万円。冷暖房は時々必要。結露はほぼ発生しない。
可変性 C	簡易な間取り変更のみ可能。一部のバリアフリー対応可能。
耐久性 A (100 年)	耐久性 100 年超の構造材。修繕し易い構造。50 年長期修繕計画。
防犯性 A	エントランス、各戸玄関、窓など防犯対応充実。24 時間有人管理。
日照 A (8 時間)	冬至でも 8 時間近い日照。日中の照明は不要。
設備 A	床暖房・浴室乾燥・食洗機・ディスプレイ・ネット環境・シアター

表 4-12 と表 4-13 を比較すると、「専有面積」が増加したことにより、「遮音性」「断熱性」「可変性」はレベルが下がった。特に可変性はレベル C まで下がり、重視していないことが感じられる。「遮音性」や「断熱性」、「可変性」は実際に居住し、問題に直面するまで重要性を実感しにくいということがあると思われる。

購入者との比較では、意向者の方が性能重視という結果となった。専有面積は 5㎡減少 (75㎡→70㎡) した。回答者の世帯人数 (購入者: 3.7 人、意向者: 3.2 人) や子ども数 (購入者: 1.6 人、意向者: 1.1 人) の違いにより、マンション選択の前提条件で与えた「4 人世帯」について十分にイメージしきれなかった可能性が考えられる。

(6) 今回のマンション選択の際に最も重視した要素

今回のマンション選択の際に最も重視した要素を 1 つだけ選択してもらった結果が図 4-24 (購入者)、図 4-25 (意向者) である。あえて 1 つ選ぶとすればやはり「耐震性」(購入者: 27.3%, 意向者: 33.6%) という回答が最も多かった。意向者の方が「耐震性」を重視すると回答した方が 6.3% 多く、耐震強度偽装問題の影響が購入意向者心理に若干影響しているという様子が伺える。

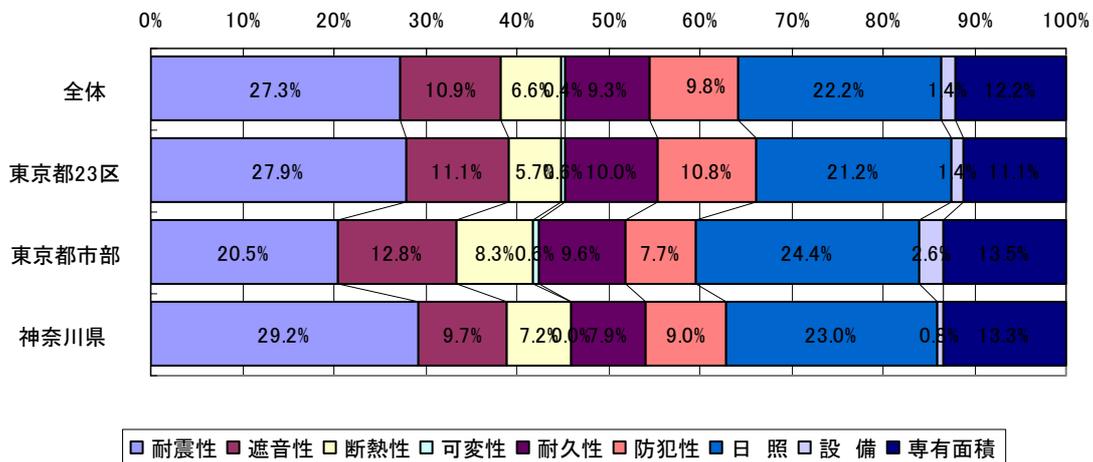


図 4-24: マンション選択時に最も重視した要素(購入者)

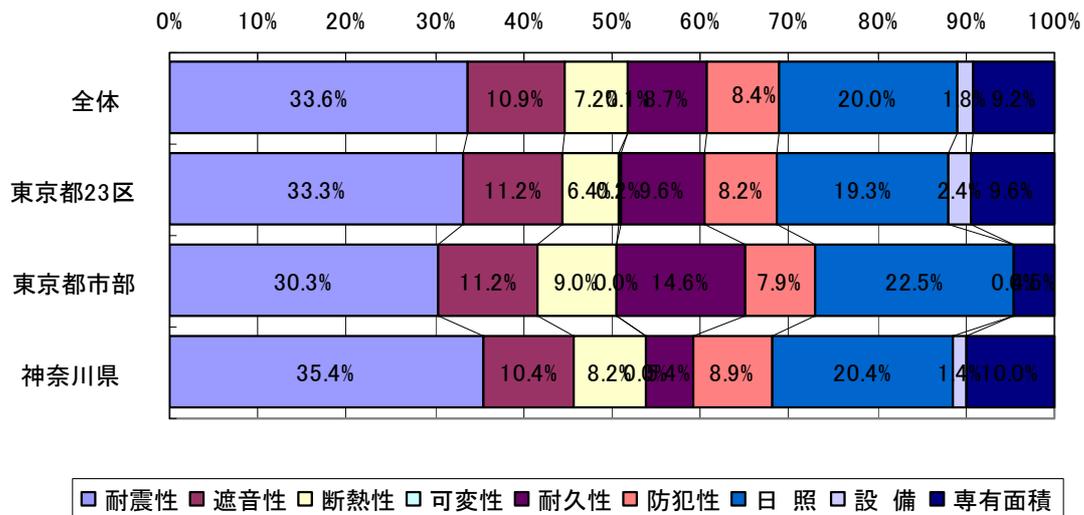


図 4-25: マンション選択時に最も重視した要素(意向者)

### (7) 選択したマンションの想定価格・購入意向

#### ① 購入者

今回選択したマンションが実際に存在した場合の想定価格を回答してもらった結果が図 4-26 である。なお、購入想定地は回答者の所在地とした。東京都 23 区内では、3,000 万円台 (35.5%)、4,000 万円台 (33.3%) が最も多かったが、5,000 万円以上という回答も 2 割以上あった。

東京都市部、神奈川県では、半数以上が 3,000 万円台と回答し、5,000 万円以内が回答の 9 割以上を占めた。

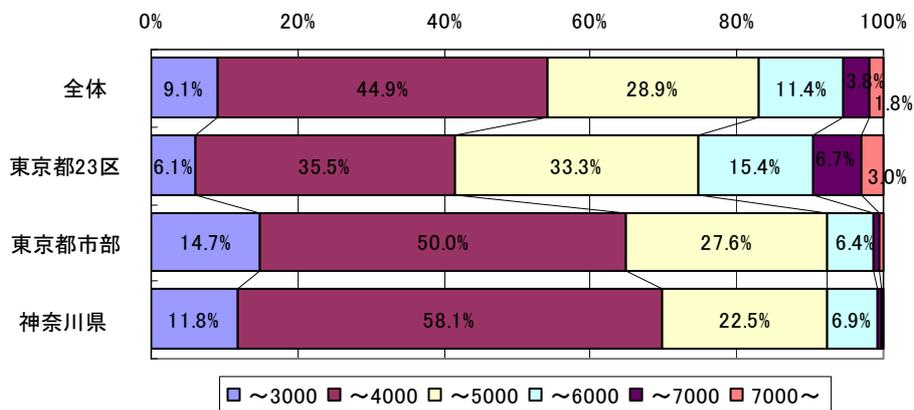


図 4-26: 選択マンション想定価格(購入者)

また、今回選択したマンションの購入意思の程度を回答してもらった結果が図 4-27 である。エリア毎の大きな違いはなく、8 割以上の回答者が購入を検討するとしている。なお、質問に当たっては「予算的な問題がないと仮定して」という前提条件を付けている。

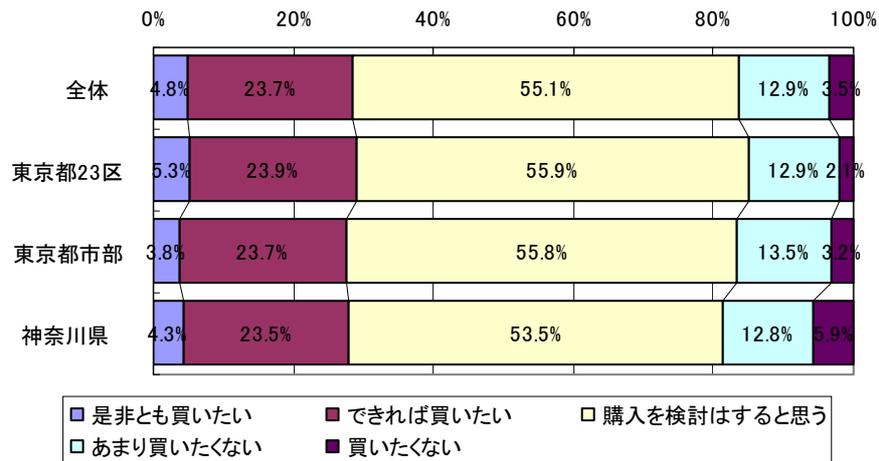


図 4-27: 選択マンション購入意思の程度(購入者)

## ②意向者

今回選択したマンションが実際に存在した場合の想定価格を回答してもらった結果が図 4-29である。なお、購入想定地は回答者の購入希望地とした。購入者と比較して全体的に価格が分散している。価格イメージがつかみきれていない回答者が購入者より多いと思われる。

東京都 23 区内では 4,000 万円台が、その他の地域では 3,000 万円台がボリュームゾーンとなった。

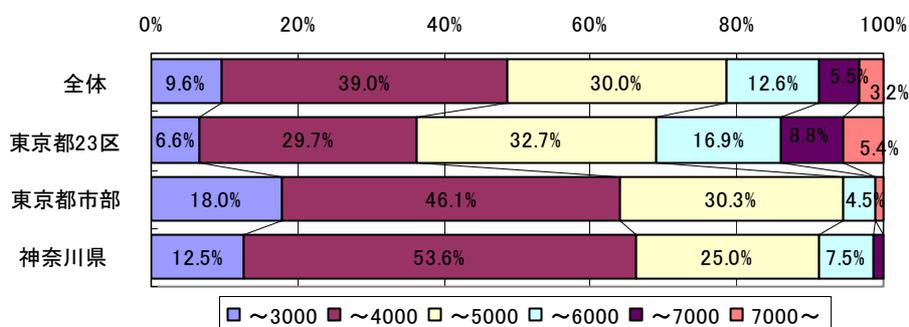


図 4-28: 選択マンション想定価格(意向者)

また、今回選択したマンションの購入意思の程度を回答してもらった結果が図 4-29 である。

「是非とも買いたい」「できれば買いたい」を合わせて 37.6%となり、購入者(28.5%)より 9%近く高い値となった。「購入を検討はすると思う」を合わせると、94.4%という高い値となった。

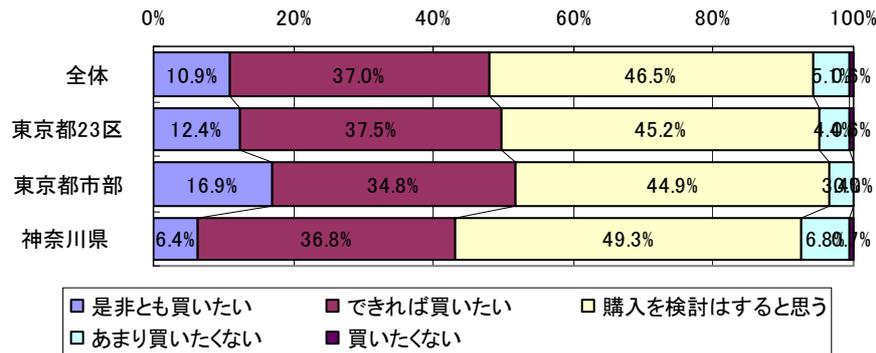


図 4- 29: 選択マンション購入意思の程度(意向者)

## (8) マンション・住宅の購入についての不安・不満等

### ① 購入者

最後に「マンション・住宅の購入についての不安・不満等」を自由に記入してもらったところ、購入者の8割以上が何らかの不安・不満を持ち、多くのご意見が寄せられた。

最も多かった回答が「音」についてであった(20%)。実際の住宅選びでは音についてのトラブルが多いことが伺える。遮音性のレベルを実感してから購入したいという意見が多かった。

「耐震」(20%)についても多くの回答があった。地震が起きた場合の補償問題についてや、現在住んでいるマンションの耐震性についての不安が多く寄せられた。

その他、「管理」(15%)についての回答が多かった。また、「今回の調査のようにスペックが分かりやすい形で表示されていれば、マンション選択がやりやすくなる」といったご意見もいただいた。

### ② 意向者

意向者についても同様に不安・不満等を記入してもらったところ、7割強の回答者にご意見をいただいた。

最も多かった回答が「耐震」についてであり、全体の2割を占めた。「本当に耐震性が信用できるのか？」など、耐震強度偽装問題を受けて、不信感が広がっている状況が感じられた。その他、音(8%)、管理(8%)についての回答が多かった。

一般的に「耐震と免震ならどちらが良いのか?」、「遮音性はどの程度なら良いのか?」「物件情報が分かりにくい。素人に分かるように説明してほしい。」など、情報を与えられるだけではなく、その情報をどのように理解したら良いかの指標を示して欲しいという意見が多く見られた。

意向者は、マンション購入で失敗しないように、特に「安全」に関する情報について、正確かつ分かりやすく情報提供してほしいという意向が見られる。購入者は、実際の購入体験によって感じている不満から、購入前の「体験」や「体感」ができるようにしてほしいという意向が見られる。

#### 4. まとめ

購入者も意向者も、住宅の質を重視しており、そのためにコストがかかっても良いという結果が得られた。

購入者が直感的に重視する要素は「耐震性」や「遮音性」であるが、一定以上の性能があれば十分であるということが確認された。マンションを選択する際の判断基準として重視されているのは、「日照」「断熱性」「防犯性」の3要素であり、その中でも「日照」を非常に重視しているということがわかった。全般的にバランスの取れた選好となり、最高レベルを求めるよりも、最低レベルを極力なくすという選好が感じられた。

意向者は購入者よりも選好が分かれた。直感的に重視する要素では、「遮音性」の重視度が若干下がり、わずかではあるが「日照」「耐久性」よりも下位となった。マンションを選択する際の判断基準としては、「面積」の重視度が上がり、第2位（購入者の重視度は5位）となった。これは現在居住している住宅は賃貸が多いため、面積に不満を持っているからだと思われる。ただし「面積」一辺倒ではなく、ある程度の面積（70㎡以上）を確保できれば、購入者よりも性能重視であることが感じられた。

購入経験を経て住宅の質に対する「おとしどころ」が見えてきている購入者と、夢を求める意向者との意識の差が出ており興味深い結果となった。

今回の調査結果は、本研究のこれまでの調査で得られていた「消費者は住宅の質にあまり価値をみていない」という考えとは異なる結果となった。これは、「消費者は住宅の価値を評価したいが、評価できるだけの情報が提供されていない」という仮説を後押しする結果と言える。客観的に性能を比較できるようになれば、良質な住宅が高く評価されるという状況に変わっていくことが十分に考えられる。



## 第 5 章

### 米国住宅資産価値の実態調査

## 第5章 米国住宅資産価値の実態調査

第2章、第3章では、我が国において、住宅の資産価値が維持されていない現状が明らかになった。一方、住宅の資産価値が維持・向上している国々も存在する。それらの国では、住宅のどのような要素が評価されているのか、またどのような制度等がそのような評価の基礎となっているのかを明らかにし、我が国の状況と比較することにより、今後、日本において住宅の資産価値が維持されるために重視すべき要素や制度の案の検討が可能になると考えた。

米国では、リフォームが非常に盛んであり、所有者のDIYによるリフォームも数多く行われているほか、リフォームにより住宅の資産価値が上がるといわれている。そこで、具体的に、どのような住宅の評価方法がリフォーム価値の評価を可能としているのか、どのような制度や消費者意識が住宅の資産価値維持や向上に寄与しているのかを把握することを目的として、ヒアリング調査<sup>1</sup>を実施した。本章では、その結果を述べる。

### 1. 調査概要

#### (1)調査対象

米国において、住宅関連業界のプレイヤーとしては、売り手、買い手のほかに、エージェント（agent：不動産仲介業者）、不動産管理業者、デベロッパー（developer：住宅開発業者）、インスペクター（inspector：検査官）、リフォーム会社（リモデリング会社）<sup>2</sup>、モーゲージ（mortgage：住宅ローン）関係会社等<sup>3</sup>、アプレイザー（appraiser：鑑定士）、エスクロー会社<sup>4</sup>、住宅保証会社等が考えられる。

これらの中から、今回の調査においては、できるだけ多様なプレイヤーから話を聞くことを目的として、住宅関係の業界団体を中心に調査への協力を依頼した。ヒアリングとしては、表5-1に示す4団体、2企業について実施し、立場としては、不動産開発・管理・仲介、エージェント、インスペクター、リフォーム会社、アプレイザー、バンカー（ただしモーゲージ・カンパニーではない）、住宅購入経験者の協力を得ることができた。また、補足調査として、日米両方に居住経験のある日本人を対象に、住宅に対する意識の違いについてヒアリングした。

---

<sup>1</sup> 本章にて「・」で始まっている文はヒアリング相手の言葉をそのまま掲載している。

<sup>2</sup> 米国ではリモデリング（remodeling）といわれているが、本章ではリフォームと記載している

<sup>3</sup> 米国における住宅金融関係会社等としては、モーゲージ・バンク（mortgage bank：抵当銀行）、モーゲージ・ブローカー（mortgage broker：住宅ローン・ブローカー）、モーゲージ・カンパニー（mortgage company：住宅金融専門会社）などがある。

<sup>4</sup> escrow：売り主と買い主の間に入り物件と代金の引き渡しについて、第三者を介して行う仕組み。日本語で「エスクロー会社」は、インターネット上の売買においてトラブルを防ぐため、買い手から商品代金を預かり、買い手が売り手から契約どおりの商品を受領したことを確認してから商品代金を売り手に送金する会社を意味することが多いが、米国では不動産売買において、売り主と買い主の間に第三者が関与し、エスクローとよばれる。不動産売買の場合は通常、弁護士（もしくは弁護士がいる会社）がエスクローを行う。

表 5-1 : 調査対象と出席者の立場

ヒアリング対象団体・企業	組織概要	出席者所属・立場
American Society of Home Inspectors (ASHI)	全米住宅検査官協会	・団体職員(インスペクター)
National Association of the Remodeling Industry (NARI)	全国リモデリング事業者協会	・団体職員 ・リモデリング会社経営者
Home Buyers Warranty (HBW)	住宅保証(会社)	・団体職員
National Association of Realtors (NAR)	全米リアルター協会	・団体職員 ・不動産業者 ・アブレイザー
不動産業者	マンハッタンを中心に住宅開発、販売、仲介、管理を実施。 日本のデベロッパーから独立。	・不動産業者
金融機関	日系金融機関。直接モーゲージの取り扱いはない	・バンカー
住宅購入経験者	日系人。米国系金融機関、日系金融機関(米国支店)勤務経験有。	・住宅購入経験者

## (2)調査方法

- ・手法：訪問面接調査。
- ・実施期間：2005年11月～12月

## 2. 米国住宅事情

### (1)住宅販売戸数推移

米国の住宅販売戸数は、2004年の既存住宅は6,784千戸、新築住宅は1,203千戸となっており、過去約10年間、既存・新築ともに販売個数は増加傾向にある。NARによると、2005年まで増加し、2006年は若干の減少が予測されている。

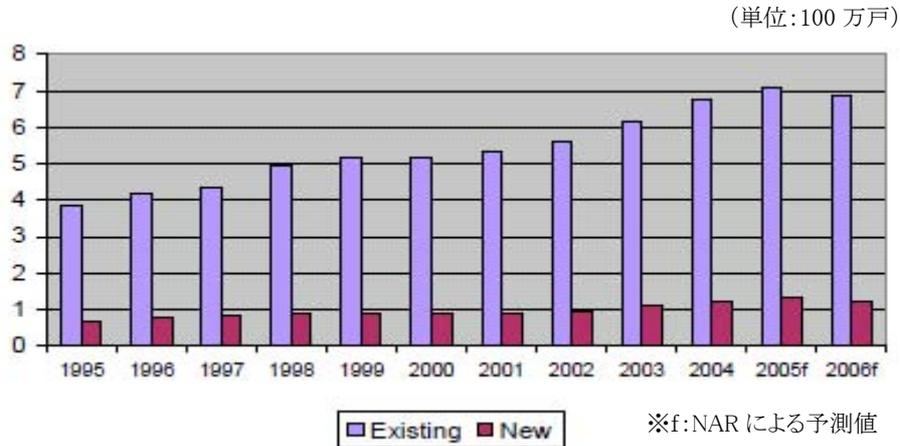


図 5-1：住宅販売件数

出典) NAR "Home Sales", THE 2005 NATIONAL ASSOCIATION OF REALTORS PROFILE OF REAL ESTATE MARKETS (Source: Bureau of Census)

### (2)新築着工戸数推移

個人所有用の新築着工数をみると、1995年以降、増加基調にあり、2005年は2,068千戸となっている。

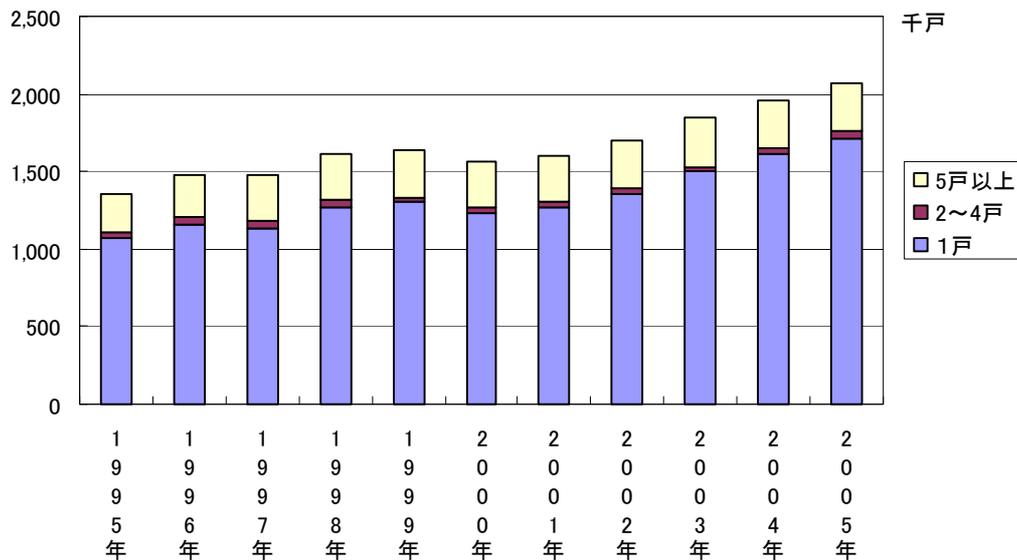


図 5-2：住宅販売件数

出典) U.S. Census Bureau HP "New Privately Owned Housing Units Started"(原典は Month と記載されているが年の間違いのはずである)より三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング作成。 [http://www.census.gov/const/www/newresconstindex\\_excel.html](http://www.census.gov/const/www/newresconstindex_excel.html)

### (3)住宅価格推移

住宅価格は1995年以降、上昇し続けており、特に2002年以降は5%を上回る上昇率となっている。MARによると、2005年は12.5%の伸びと非常に高い伸びが見込まれているが、2006年には5%成長に戻るとされている。

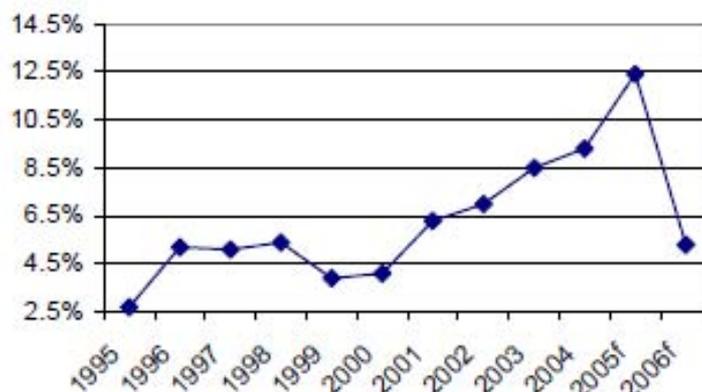


図 5-3 : 住宅価格上昇率

出典) NAR "Home Price Appreciation", THE 2005 NATIONAL ASSOCIATION OF REALTORS PROFILE OF REAL ESTATE MARKETS

### (4)持ち家比率

住宅の持ち家比率は年々、上昇しており、2005年には68.7%となっている。NARでは、3年以内に持ち家比率は70%に到達するとみている。

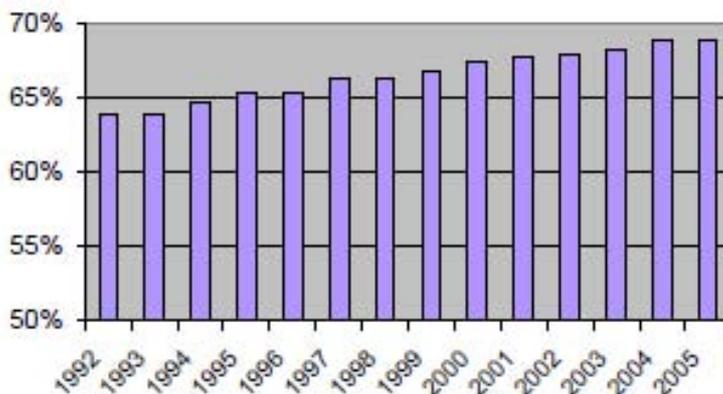


図 5-4 : 持ち家比率

出典) NAR "Homeownership Rate", THE 2005 NATIONAL ASSOCIATION OF REALTORS PROFILE OF REAL ESTATE MARKETS

### (5)リフォーム市場規模

2002年の米国のセンサスでは、建設業全体で5,218億ドルの売り上げとなっており、住宅建設業者が50.4%、非住宅建設業者が49.6%となっている。

住宅建設業者全体では、2,629億ドルであり、住宅リフォーム事業者は、450億ドル、17.1%を占めている<sup>5</sup>。

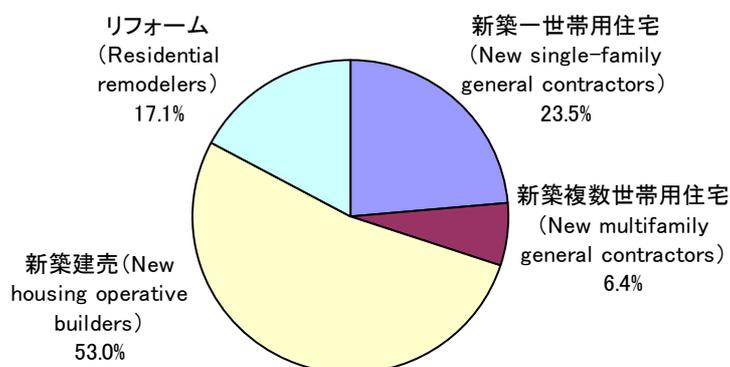
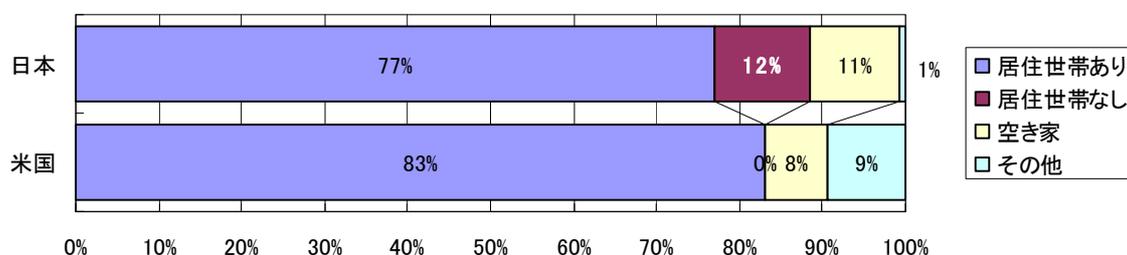


図 5-5：住宅建設業に占めるリフォーム市場の比率(2002年)

出典) U.S. Census Bureau HP "2002 Economic Census Construction United States"

[http://www.census.gov/econ/census02/data/us/US000\\_23.HTM](http://www.census.gov/econ/census02/data/us/US000_23.HTM)

### (6)空き家率



(注) アメリカのモービルホームは内書きである。

(資料) アメリカ：American Housing Survey for the United States 2001 (Table 1A-1.)

日本：2003年(速報値) 住宅・土地統計調査報告

図 5-6：空き家率

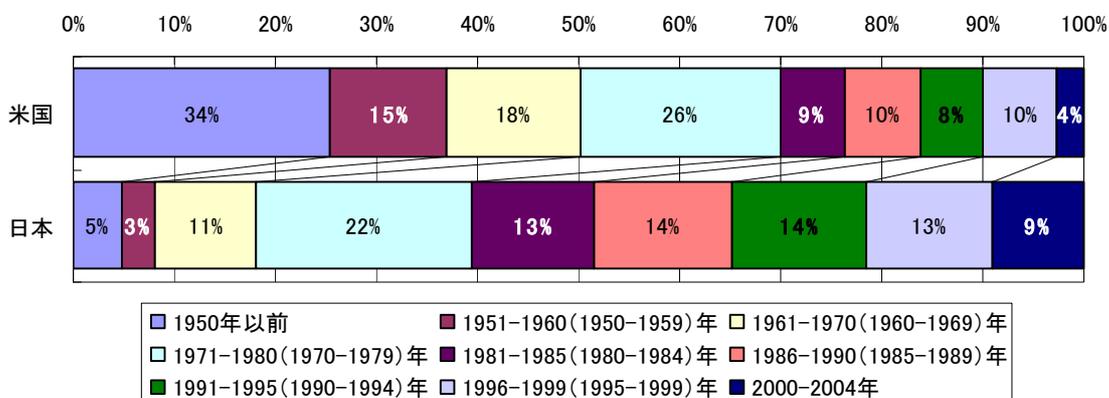
出典) 住宅金融公庫「欧米4か国(米・英・独・仏)における住宅関連のデータ [海外住宅データ(平成16年11月更新)]」より三菱UFJリサーチ&コンサルティング作成

※日本と米国で「空き家」の定義が異なる可能性がある

<sup>5</sup> リフォーム業界団体へのインタビューにおいて、リフォーム市場が2,500億ドルとなり新築市場を抜いたというコメントがあるがデータとして確認はとれていない。

### (7)建築時期別住宅ストックの状況

米国は、1950年以前の住宅が34%を占めており、1970年以前の住宅で過半数となっている。日本は、1950年以前の住宅は5%を占めるにすぎず、1986年以降の住宅でほぼ半数となっている。



(資料)アメリカ:American Housing Survey for the United States 2001(Table 1A-1.)、日本:2003年(速報値)住宅・土地統計調査報告

図 5-7 : 建築時期別住宅ストック

出典)住宅金融公庫「欧米4か国(米・英・独・仏)における住宅関連のデータ[海外住宅データ(平成16年11月更新)]」より三菱UFJリサーチ&コンサルティング作成  
 ※建築年の( )内は米国。2000-2004年の日本の数字は2000年~2003年9月までの数字。(米国は2000-2004として、グラフの数字が記載されている)

### 3. 調査結果

#### (1)米国における住宅売買の流れ

	売り主	購入者
情報入手	<p>◆物件広告検索</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ネット検索 NARの消費者向けHPではMLSの概略をみることができる (<a href="http://www.realtor.com/">http://www.realtor.com/</a>)。</li> <li>・新聞広告 特に日曜版は不動産広告のみで別冊20頁程度。</li> <li>・売り出し中の看板</li> </ul> <p>※常日頃から消費者は関心が高く、近所で売りに出された価格などは噂話となる。 値付けは近隣の類似物件をベースとするため格安で売りに出すと近所からクレームも！</p>	
業者選定	<p>◆数社に見積もりと取り扱い物件のMLS掲載リストの提示を依頼</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・見積額が高く、過去の実績として物件の滞留期間の短い業者を選定</li> </ul>	
リフォーム	<p>◆業者のアドバイスを得ながらリフォーム</p> <p>◆リフォーム情報</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ロコミ</li> <li>・過去の顧客に直接連絡 (業者に過去の顧客リストを提示させる)</li> <li>・HP 例: NARI <a href="http://www remodeltoday.com/">http://www remodeltoday.com/</a> ※NARIでは業者の選び方や見積もりの比較方法など消費者教育にも力を入れる。</li> </ul> <p>◆主なリフォーム内容</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・まずは修理・修繕 (インスペクションで指摘されないように。)</li> <li>・外壁のペンキ塗り替え、キッチン・浴室のリニューアル、庭の手入れ 等 →売りやすい(早く売れる)、価格10~15%向上(?)。</li> <li>・標準仕様の家は売りやすい(その地区の標準的ベツ数等)</li> </ul>	<p>◆なんといっても重要なのは『立地』という意見は一致 →ただし、リフォーム・プロジェクトや、良いリフォームが周辺に影響を及ぼすことにより地域の人気上がるケースあり！ ◆きちんと『メンテナンス』してあれば、価格維持が基本</p> <p>・シカゴの例1: あまり良い地区ではない場所のマンションを少しおしゃべりにリフォーム →教師、芸術家など知識階層が購入し、居住することで、地域イメージが向上</p> <p>・シカゴの例2: 野球場ができて商業施設が集積 →若者が好んで居住するようになり、地域イメージも向上</p>
値付け	<p>◆業者はMLSから過去6ヶ月程度の売買実績から、適切な価格を検討</p> <p>◆住宅の10年保証が付いている場合は2~3%価格が高くなる(らしい)</p>	
仲介契約	<p>◆業者とリスティング契約</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・MLSに記載される</li> <li>・MLSには特記事項として、最近のリフォーム履歴などを記載</li> </ul>	<p>◆業者用MLSで詳細情報を把握</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・見学アポイントも業者に依頼(ロックボックス)</li> <li>・選定のポイントは、立地(学区)、間取り、売りやすいか(過去の売買履歴、値上率)</li> </ul>
売買契約	<p>◆条件交渉</p> <p>◆エスクロー・オープン</p> <p>通常は、タイトル・サーベイ(7日間)、インスペクション(15日間)。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・インスペクション結果について、「修理費〇ドル以下ならセラーが負担。それ以上の場合は契約破棄」といった契約が一般的</li> <li>・金融機関からも「60日以内にクローズ」といった指定がきて実行されなければエスクローは流れる</li> </ul> <p>◆エスクロー・クローズ</p>	<p>◆銀行に希望物件を伝えローンを申し込む</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・アプレイザーによる査定 MLSから類似物件3件程度を抽出し査定</li> </ul> <p>◆自分の身は自分で守る</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・買った後に問題が見つかる大変。インスペクションでトラブルを免れた人のロコミで普及。家が高度化して素人ではわかりにくくなったことも普及要因。シロアリ検査は義務づけの州有</li> </ul>
その他	<p>◆より良い家への住み替えは“アメリカン・ドリーム”</p> <p>◆“住宅は投資” 住宅ローン控除、買替によるキャピタル・ゲイン免除のためにも次の家を購入！</p>	<p>◆購入で予算を使い切ることもあり、趣味と実益をかねてDIYで上がりに自分好みの家に! →米国では近年まで、屋根裏の作り方などは理解している(自分でできる)ことが一般的であった。</p> <p>◆自分の家が、近隣で“一番良い(=高い)”といわれるのは“誇り”</p> <p>◆インスペクターは「購入価格の1%を維持費としてみておこう」とアドバイス 屋根・壁・設備は決まった年数で交換するもの(常識)。</p> <p>◆半分位ローンを払えばエクイティ・ローンが可能 利子控除もあるし、ちょっと大規模リフォームでもしてみよう？ポーチを付けたりすれば価値も向上する。</p> <p>◆“コミュニティ”は重要</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・アーキテクト・コミュニティはあってあたりまえ</li> <li>・植栽が育てば価値も向上</li> <li>・決まりを守らない人は居住できない</li> </ul>

1年保証(中古住宅の一般的な保証)に加入している場合は、保証が切れる前のチェック依頼も多

基本は、  
・好みの家で  
・快適に暮らすこと!  
が目的

## (2)インスペクター(ASHI)

### ①インスペクション制度の現状・利用実態

◆インスペクション(inspection:住宅検査)は任意であり、既存住宅購入者が主。既存住宅では70%が利用。

- ・インスペクションの利用は、特に義務づけられているわけではなく、住宅の購入者、特に既存住宅の購入者が、購入前に依頼し、費用も支払うのが基本的である。
- ・既存住宅の取引において、70%程度がインスペクションを利用している。15～20年前は概ね10%程度の利用率であり、利用率は増加している。
- ・利用はあくまでも任意であるが、州によっては、不動産売買契約書の中でインスペクションを推奨している所もある。また、購入後のトラブルを回避するため、近年では多くの不動産仲介業者(バイヤーズ・エージェント)が、購入者にインスペクションを推奨している。

◆新築住宅のインスペクション活用は今後の課題

- ・新築住宅は、多くの建築業者が1年間保証を付けていることもあり、利用は少ない。
- ・新築の場合は、入居後、様々な問題が発生するケースが多く、保証期限前にインスペクターを雇うケースが多い。
- ・インスペクターの立場としては、新築物件に対するインスペクションを増加させたいと考えている。特に、建設前からインスペクターが参画できれば望ましいと考えている。過去にインスペクターを利用したことがある顧客を中心に、営業活動を行っている。

### ②インスペクション制度が活用されている理由

◆ASHIとして家の状態を正確に把握する重要性をPR。利用者の口コミによって広まった

- ・インスペクションの利用が、ここ20年の間に増えた理由として、一世代前までは、米国人は、家についての知識も豊富で修理も自分自身で行っていた。現在は、家の知識のある人が少なくなっている。また、例えば車等と同様に、家についても仕組みがより複雑になっており、素人が扱えるものではなくなりつつあることがあげられる。
- ・ASHIの活動の一つとして、住宅購入者へのインスペクション活用促進がある。
- ・ASHIは、マスメディアを使って、インスペクターという専門家を雇い、住宅を検査してもらうことで、家に関する様々な情報を得られ、物件の良い面、悪い面について正確に知ることができるとPRしてきた。米国では既存住宅を購入することが多いため、その住宅の価値や状況がどうなっているかを正確に知りたいというニーズは高い。米国では、住宅購入価格の概ね3分の2が建物価格であり、建物に問題がないことは購入者にとって重要である。
- ・購入者には問題がないようにみえた物件が、インスペクションにより問題が発見されたという事例は数多くある。購入前であれば、購入者は売り主と修理交渉が可能である。こういう経験をした購入者が口コミでインスペクションの有用性を広めた影響も大きい。

◆不動産取引とは係わらないことにより、購入者の信頼と中立であるイメージを獲得

- ・不動産売買において、インスペクターは特殊な立場にある。インスペクター以外の不動産売買関係者は、全てその売買が成立したときに手数料収入を得る。したがって、契約成立が大きな目的

となる。しかし、インスペクターは、物件検査によって対価を得ており、その物件の売買契約の成否には係わらない。また、購入者との直接契約によって働いているため、購入者にとっては、自分の立場に立って発言してくれる相手となる。さらに、不動産契約時の義務づけではなく、あくまでも購入者の意向によるものであり、しかし、だからこそ、ある意味において独立した立場であるとみられていると考えている。したがって、連邦レベルで不動産取引においてインスペクションを義務化するという議論がなされたときはASHIとしては反対の立場をとった。

- ・売り主にとって、インスペクションを行うメリットはない。購入者からインスペクション結果を基にした指摘があれば、その指摘事項の専門業者を呼び、検査をして条件交渉するか、指摘が不服な場合は、別の購入者を探す。

### ③インスペクションの内容

#### ◆インスペクションは目視が原則。その他、臭い等で判断する。

- ・インスペクションは、目視が原則である。水漏れによるシミ、ひびわれ、かび臭についてチェックする他、基礎のゆがみやひび、木材の組み方を地下室の屋根等からの確認をする。また、ねずみや、その他、なにかの被害がないかについて確認する。

#### ◆ASHIによる標準調査項目は、構造、外装、屋根、配管、電気系統、暖房、空調、内装、断熱・通風、燃焼機器である。

(インスペクション・シートで特徴的だと感じるのは、植樹・植栽、テラス、バルコニー、玄関への上がり階段といった項目が充実していること。)

- ・ASHIにより、インスペクションの標準項目を設定している(表5-2参照。依頼者への報告書例は参考資料V-1「ASHI会員企業のインスペクション・シート」参照)。州により規制が異なるため、あくまでも標準であり、各地域で変更を加えて運用している。
- ・インスペクション・レポートについて、ASHIとしては、客観的な表現に努めるよう指導している。修理費見積もりを記載するかどうかなどは各インスペクターに依存している。

#### ・具体的な検査内容例

- ・a.外観:地盤と家の状態を比較。例:土地の傾斜により、雨水が家側に水が流れてくるような状態がないか 等
- ・b.外回り:外壁の素材(煉瓦、木、サイディング)、屋根の雨漏り、屋根を葺き替えてからの年数 等。
- ・c.住宅内:電気周りの安全性、階段の安全性(段の高さが途中で異なっていないか、手すりの取り付け状況)、窓やドアの開閉、セキュリティシステム、気密性、上下水道、水回りの漏水・破損・水量(トイレ、シャワー、シンク等)。その他、多くのインスペクターが、備え付けの家電関係、ストーブ、ディッシュウォッシャー、暖房器具等を実際に始動させて、利用可能か確認する。地下室がある場合は、そこでの漏水 等

## <ASHIの行為基準:Standards of Practice>

- ・下に記載する各項目について、インスペクターが「すべき事項(shall)」と「必要のない事項(not require)」が記載されている。
- ・「すべき事項」のほとんどは、「A.検査事項」、「B.記載事項」、「C.報告事項」に分けて記載されている。

表 5-2 : 行為基準項目

1.序 (Introduction)
2.目的と範囲：インスペクターが行う検査の範囲 (Purpose and Scope)
3.構造 (Structural System)
4.外装 (Exterior)
5.屋根 (Roof System)
6.配管 (Plumbing System)
7.電気系統 (Electrical System)
8.暖房 (Heating System)
9.空調 (Air Conditioning Systems)
10.内装 (Interior)
11.断熱、通風 (Insulation and Ventilation)
12.暖炉、固形燃料燃焼機器 (Fireplaces and Solid Fuel Burning Appliances)
13.一般的な除外事項 (General Limitations and Exclusions)

※この資料には、その他、協会の概要、倫理規定が記載されている。

資料) "The Standards of Practice and Code of Ethics of the American Society of Home Inspectors"2001年1月版 訳：三菱UFJリサーチ&コンサルティング

### ◆インスペクション項目の地域差は、地震の発生状況や気温等による

- ・標準フォーマットから、各地域で変更する点の事例としては、例えば、カルフォルニアでは地震が多発しており、ボイラーの固定が義務づけられている。また、ほとんど地下室がない。その他、気候が温暖であるため、暖房に電器を使うケースも多いほか、断熱がさほど重要でない。
- ・シカゴは、寒冷地であり雨も多いため、一般的に、屋根はシングルルーフであり、傾斜にもよるが標準葺き替え年数は15年～20年とカリフォルニアよりも短い。外壁の消耗や汚れ等の劣化もシカゴの方が早い。また断熱の重要性が高い。暖房として、天然ガスが中心である。シカゴでは地下室付きの住宅は多い。

### ◆インスペクションは、通常、依頼者が同行し、問題がある場合には、一緒に確認する

- ・インスペクションは、通常、2～3時間かかる。多くの場合、購入者は、物件までインスペクターと共に行き、インスペクション中は、家具の配置等購入者にとって一層関心のあることを行っている。大きな問題が発見された場合、インスペクターは依頼者に声をかけ、一緒に確認する。
- ・売り主は通常、同席しない。問題が発見された場合、売り主はインスペクターと議論しようとしがちであり、インスペクターも不動産業者も極力、同席を避ける。また、インスペクションそのものは購入者のものであり、州によっては、例えその物件のその時点での所有者であっても、依頼者(購入者)の許可なしに、レポートを他人にみせることはできない。

### ◆理想的なインスペクションは建設前から

- ・理想的なインスペクションとしては、物件建設前から参加し、プラン(図面)へのアドバイス、基礎工事のインスペクション、構造、屋根、壁を取り付ける前の状態等、3～4段階で検査することである。

る。

#### ④インスペクションと資産価値との関係

##### ◆不動産の売買契約の中でインスペクションを入れても良いという条項があることが重要

- ・通常、売買契約書の中に、「購入者はインスペクションを雇っても良い」という条項が入っている。この項目を削除することは可能ではあるが、一般的ではない。仮に、この条項を削除すると、売買契約が成立した後に問題が発生した場合、誰が責任を持つのかという問題が発生する。あくまでも、この条項は必要条件(requirement)ではないため、例えば不動産市況が活発な地域等では除外可能かもしれない。しかし、除外するには、より魅力的な条件が必要となる。
- ・インスペクションの条項をはずすことは、契約形態として、価格、条件については、このままの状態(as is)であるという提示による売買となる。
- ・売値を下げさせることを目的に、インスペクションを依頼する顧客ももちろんいる。ASHIとしては、倫理規定にしたがって行動するということである。

#### ⑤インスペクションと保証制度

##### ◆インスペクションと保証との間に直接的な関係性はない

- ・保険会社が、インスペクション・レポートをみて、保険の可否について判断をしていることはあるらしい。
- ・保証については、一般的には、売り主が売却価格を上げるために保証をつけるものである。
- ・保証とインスペクションとの関係では、例えば1年保証が切れる前に、インスペクション依頼がくる。
- ・インスペクターによる保証は、そのインスペクターやインスペクション・カンパニーのビジネスの範囲である。しかし、インスペクションの金額は、保証できるほど余裕はない。
- ・インスペクションは、その後の問題の発生についてなんらの責任は負わないとしているが(参考資料V-1「ASHI会員企業のインスペクションシート」参照)、当然、訴訟されることもある。そのため、インスペクターが訴訟を受けたときに備えて加入するE&Oという保険がある。構造上の問題や火災が発生した場合等は、10万ドル、100万ドルといった訴訟に発展するケースもある。
- ・インスペクションに問題があった場合、通常は購入者とインスペクターとの示談ということになる。クライアントとかわす同意書では、通常、インスペクションの価格を超えない範囲で対応するとされている。しかし、インスペクター自身の信用問題に関わるため、必要となった修理をインスペクター自らが行うといった対応をしているケースが多い。

#### ⑥良くある瑕疵等について

##### ◆良くあるトラブルは屋根の雨漏り。重大な問題は安全面(電気系統等)

- ・屋根の問題は多い。
- ・一番、大きな問題としては、安全の問題がある。安全面では電気と階段である。
- ・電気系統の問題は、築50年以上といった物件で多い。建築時には問題がなかったのだろうが、TV等電器製品が増えている。また、個々の家電が使う電力量も増えている。電器の配線等について、オーナーが勝手に修理しても、その場では問題がないケースも多い。しかし、他の要因と重なるなどしてショートすると火事に発展する。

- ・米国では、階段から落ちたり、転倒したりといった事故が多い。新築でも良くある問題ではあるが、階段の段差が均等でなかったりする。高齢者がそういった階段を使うのは非常に危険である。

#### ⑦その他

- ・建設請負業者(コントラクター)は、インスペクションを望んではおらず、過去にはインスペクターが来るのを拒む業者もあった。この10年で、状況はかなり良くなってきており、信用のあるインスペクターであれば、業者からみても信用されていて、来ても良いといわれるようになった。
- ・コントラクターとしては、インスペクションは無駄であるという立場に立つが、インスペクター側からいうと、例えば、クライアントには、屋根裏に12インチの断熱材をいれると説明していたにもかかわらず、全く断熱材を使っておらず、業者に指摘すると、忘れていたというといったケースもある。建設業者に対して、現場の大工やコントラクターまで目が届かないだろうから、我々を雇ってチェックしてはどうかといった提案もしている。

### (3)リフォーム業者(NARI)

#### ①リフォーム市場について

##### ◆リフォーム市場の規模は新築市場を抜き 2,500 億ドル規模へ

- ・米国におけるリフォーム市場は非常に活況であり、年間の売り上げ規模が2,500億ドル(従業員1人以上の企業、リフォーム認可申請ベース)となり、新築市場を抜いたほか、GNPにおいても、大きなシェアを占めるビジネスとなった。リフォーム業界は個人事業者も多いため、実際の市場規模はさらに大きい。また、新築物件市場には、造成費等も含まれており、実質的なリフォーム市場はかなり大きいと考えられている。
- ・全米で就業者1人以上のコントラクター事業者数は80万人といわれており、このうちNARI会員企業数は7,000件である。

##### ◆リフォーム市場が活況な理由は、建物価格が物件価格に直接反映すること、費用捻出が可能であること、政府の支援

- ・米国の住宅市場では、建物価格がそのまま物件の価格に反映するため、リフォームは重要であると考えられている。
- ・ホームエクイティ・ローン<sup>6</sup>等、リフォーム費が捻出できることもある。リフォームは、銀行に、リフォーム計画をみせ、ホームエクイティ・ローンによる融資を依頼する。概ね評価額の80%のローンを組むことができる。
- ・日米の違いとしては、米国は政府がリフォームを促進しているという点が指摘できる。

#### ②住宅の資産価値を維持するためのリフォーム内容、リフォーム時期

##### ◆メインのリフォームは住宅購入後

- ・多くの場合、住宅購入後にリフォームし、その後、継続的にリフォームを行っていく。リフォームの理由として、例えば、屋根、窓、断熱等については、定期的に更新が必要なほか、子どもができるなど家族構成が変わると部屋が必要になるなどの状況が変わったり、収入が多くなると家を広くしたくなったり、その他、なんらかを変えたいといった要求がおきる。住宅購入時には、予算の範囲でできるだけ良い物件を探すため、床やドアノブ等自分の好みと異なっている場合がある。購入後、それらについて好みのものに変えていくリフォームも多い。

##### ◆住宅価格を『維持』するためのリフォームは、修理・修繕

- ・単に価格を維持するだけであれば、修繕、修理となる(逆にいうと修繕・修理されていれば、住宅の価格は「維持される」ということが基本になっている)。

---

<sup>6</sup> Home equity loan：住宅の純資産価値(住宅資産-住宅ローン未返済残高)を担保として、使途自由なローンを新規に設定するもの

#### ◆一般的なリフォームは、屋根の葺き替え、窓等

- ・一般的なリフォームとしては、屋根の葺き替え、窓の取り替え、断熱材の入れ替え等がある。
- ・主なリフォーム例として以下のようなものがあげられる。

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>・湿気を防ぐリフォーム(家に最もダメージを与えるのが湿気であるため)<ul style="list-style-type: none"><li>・屋根の雨漏り、地下室の水漏れ防止、窓の密閉性向上、ペンキの塗り替え 等</li></ul></li><li>・エネルギー効率を上げるリフォーム<ul style="list-style-type: none"><li>・断熱材、窓を密閉性向上、燃焼効率の良い暖房機器への交換 等</li></ul></li></ul> |
|--|

### ③住宅の資産価値を向上させるリフォーム内容

#### ◆増築は価値を向上させる。その他、台所やバスルームのリニューアル等が価値を上げると考えられている

- ・住宅価格の向上という観点からは、建て増しが最も価値が上がる。増築内容は、台所を広げる、寝室数を増やす、主寝室を広げる、主寝室の続き部屋を広くするといったものが多い。
- ・それ以外では、台所やバスルームのリニューアル、主寝室のアップグレードが価値をあげている。
- ・ホームシアター等も価値は上がると思うが、好みもあるだろう。

#### ◆住宅売却時のリフォームは、リフォーム事業者にはあまり意識されていない

- ・売却時は、通常、費用を最小限におさえたリフォームをする。売り主としては、インスペクターが入った時に指摘をうけないように、限られた予算の中で水漏れや安全性等最低限の修理だけを行う。
- ・その他、印象を良くするため、ペンキを明るい色に塗り替える、壁紙等の張り替えをするといったリフォームが多い。
- ・現状では、不動産市場が活況であるため、立地がよければリフォームの有無にかかわらず住宅価格は上昇している。

#### ◆リフォームは、より快適に、自分たちの好みにあった家で暮らすためのもの

- ・顧客から、リフォーム費と同額の住宅価値の向上があるかという問い合わせはあるが、そうではないと回答する。リフォームは、あくまでも、自分たちの家を、より快適に、より自分たちのライフスタイルに合致したものにするためである。

## <参考:リフォーム費と住宅販売価格>

### ■調査概要

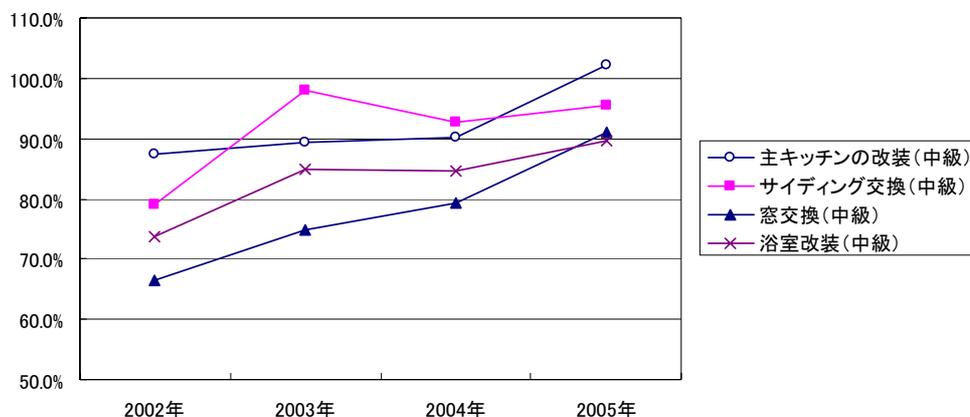
- 1988年から実施されている調査であり、一般的なリフォームについて、費用とそれによる販売価値の変化を比較している。台所の改装、浴室の追加等15種類のリフォームを調査しており、うち7種類は、高級品の場合についても調査している。
- コストデータは、ベセスダ社(Bethesda)製のリフォーム見積もりソフト「ホーム・テック・インフォメーション・システム(Home Tech Information Systems)」を利用。  
(この見積もりは全米のリフォーム業者のネットワークにより地域要因等について調整が加えられている)
- 販売価格は、NARの会員に対するEメール調査を実施。  
対象: アプレイザー、セールス・エージェント、ブローカー等20,000人。回答は1,600件

### ■結果概要

- 22種類のリフォームのうち、販売価格比率が最も高いものは、「サイディング交換(高級品)」であり、103.6%である。一方、最下位は「ホーム・オフィスの改装(標準)」であり、72.8%である。
- コストに対する販売価格比率が高いもの上位5位

	リフォーム内容	費用	販売価格	費用比率
1位	サイディング交換(高級品)	10,393	10,771	103.6%
2位	浴室改装(中級)	10,499	10,727	102.2%
3位	小キッチンの改装(中級)	14,913	14,691	98.5%
4位	サイディング交換(中級品)	7,239	6,914	95.5%
5位	2階の増築(中級)	80,133	75,831	94.6%

- 過去4年で伸び率の高いリフォーム



- 分析では、「リフォームにより、費用以上に販売価格が上がったように見える原因の多くは、不動産価格が上昇しているからである。しかし、購入希望者は「標準的な物件」を好むため、物件がその地域の標準からはずれている場合、それを標準的な仕様にするリフォームは効果が高い。例えば、2バスルームの家が標準的な地域で、1バスルームであれば、2バスルームへの増築は費用以上の効果を生む可能性が高い」としている。また、その他のリフォームについても、「売却期間を短くする効果はある」としている。

資料) Sal Alfano (2005) "Cost vs. Value Report", Remodeling, 訳: 三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング

#### ④住宅所有者の住宅の資産価値への取り組み

##### ◆住宅を『メンテナンスする』ことは常識であり、住宅を良い状態にしておくのは『誇り』

- ・住宅の資産価値維持について、人々はとて強く関心をもち、また関与している。
- ・メンテナンスの取り組みは、地域や人によってばらつきがあり、それはメンテナンスにかかる費用による。所得が多い人たちほど、よりきちんとしたメンテナンスをするという傾向がある。所得が低いと、そもそもメンテナンス費を捻出することができない。
- ・また、米国人は一般的に、住宅を良い状態にしておくのは、誇りであるという感覚がある。

#### ⑤リフォーム履歴

##### ◆所有者がリフォーム履歴を記録。市の建築申請記録は公開情報

- ・構造に関わるリフォームを行った場合は、市の許可が必要となる。構造以外にどの程度のリフォームであれば、市の許可が必要となるかについては地域差が大きい。一般的には、改装、窓の交換、ペンキ塗り替え程度であれば必要ないケースが多い。<sup>7</sup> リフォーム許可のための書類は、固定資産税評価や、住宅売却時のキャピタル・ゲイン算出にも用いられる。
- ・許可が必要なリフォームは、計画図面や見積もり等の提出が必要であり、これらは全て一般に公開されている。
- ・市の許可が必要なリフォーム以外は、特に登録が義務づけられているものはない。しかし、通常、住宅を売却する場合に、過去のリフォーム履歴を開示することが一般的であり、住宅の所有者が記録をしている。

#### ⑥住宅の資産価値の構成要素

##### ◆物件価格は立地の影響が大きい。しかし、リフォーム・プロジェクトにより地域として住宅価格が向上する事例もある

- ・既存物件の価格査定では、物件の立地が非常に大きな要素である。立地が良ければ、古い家であっても価値は高いし、立地が悪く、人気のない地域は建物がいくら良くても価値は上がらない。
- ・米国においても、所有者が家をきちんとメンテナンスしていない場合、特に立地が良い場所では、スクラップ&ビルドがおきる。メンテナンスは価値を維持する基本である。
- ・一方、リフォームにより、地域としての魅力が向上する事例もある。例えば、シカゴでは、リフォーム・プロジェクトが増えている地区があり、そういう地域は人気が出て、価格もあがっている。さらに、そういった地区に隣接した地域に、リフォーム・プロジェクトを広げることにより、人気の高い地域が広がっていく現象がみられている。また、球場が建設され、その周辺にレストランを始めとして、様々なアミューズメント施設が集積することにより、特に若い人々に人気の高い地域になったという事例がある。

<sup>7</sup> ヒアリング参加企業内では、「ほとんどのリフォームで許可が必要」「9割以上必要」としたリフォーム会社が2社、「ほとんど必要ない」とした会社が1社であった。

## ⑦業界団体(NARI)としての取り組み

### ◆倫理規定や資格制度を設けて、リフォーム業者への信頼やステータス向上に努める

- ・リフォーム業界では、技術を持つコントラクター(contractor:建築請負人)が不足していた。十分な数のコントラクターがいれば市場はもっと拡大していたのではないかと考えている。
- ・NARIとしては、個人事業者や小規模事業者が多いため、NARIへの加入が信頼やステータス向上につながるよう取り組んでいる。具体的には、NARI自身がしっかりとした倫理を持つことであり、そのためには、教育が重要である。継続的な教育としてセミナーやワークショップを開催しているほか、各事業者がステップアップしていくための教育プログラムを持っている。また、NARIで事業者(企業)向けと従業員向けの資格制度を設けている。事業者向けは、サーティファイド・リモデラー(CER:Certified Remodeler)という資格であり、実際にビジネスをしていること、講習を受けていることを条件とし、毎年を更新が必要である。従業員向けには、サーティファイドカーペンター(Certified Carpenter)という資格がある。これらの資格について、NARIの倫理規定等に従わなければ、資格剥奪といった罰則がある。
- ・NARIによる全米統一の契約フォーマット等について、米国では、連邦法に基づくものもあるが、州により法律が異なるため、NARIとして全ては統一しておらず、各地域の支部で対応している。例えば、シカゴでは3種類の標準フォーマットを用意している。1つ目は連邦法に基づくキャンセル条項(recision)である。2つ目は、州の法律遵守条項であり、例えば、パンフレットで条項について詳細を記載しなければならないといった内容が記載されている。3つ目は、連邦法で、鉛の健康被害に関することである。鉛は、1978年以前に建てられた建物の基礎に関わる工事をすると発生する可能性がある。このような鉛等の潜在的な健康に関する問題について、注意書きを加えている。このうち、1つ目と2つ目はイリノイ州のフォーマットである。3つめはNARIが独自に作成し、全米の会員に対して発信するほか、ホームオーナーに対して情報提供をしている。
- ・リフォーム価格について、NARIが価格指導することは法に触れることになる。ただし、セミナー等で、どういった価格設定が適切かという講習を行っている。

### ◆一般消費者への教育も実施

- ・NARIの組織の中には指導者(educator)という立場の人が多くいる。NARIは、会員企業への教育のほか、一般消費者向けの教育も行っている。その理由としては、一般消費者は、業者の選択方法からわからないものである。契約書や見積もりをみて、それを正確に比較ができる消費者はあまりいない。同じものを比べているようにみえても、細かな点で仕様や業務内容、責任の範囲が異なっているなど違うものをみているといったことはおきがちである。例えば、一般の人がリフォームの際、2社から見積もりをとり、5万ドルと3万ドルであったとする。この場合、単に安い方を選んでいいのかという問題がある。例えば、5万ドルの会社は、実際には信用が高く、保険もしっかりしていて、従業員もきちんと仕事をし、品質の高い仕事をしているというケースもある。こういったことを一般の消費者に教えなければならない。

### ◆NARI 会員企業の情報を一般消費者に向けてHPのほか、地域の支部から情報発信

- ・一般消費者に対しては、各地域の支部を中心に活動している。例えば、ミルウォーキー州では、年に2回、消費者向けの展示会を開催している。支部の会員企業は800~1,000社程度であり、300~400の展示ブースをだし、3~4万人くらいの集客がある。このような取り組みを各州で行っており、会員企業が、一般の多くの人に接することのできる大切な機会であると考えている。

- ベタービジネスビューローでは、リフォームに関するクレーム情報を受付・登録しており、ここに問い合わせると、コントラクターの過去のクレーム履歴を調べることができる。
- 消費者向けのホームページをNARIで運営している(<http://www.remodeltoday.com/><sup>8</sup>)。ここで、NARIの有資格業者リスト等を見ることができる。消費者向けの情報提供としては、会員企業の一般情報のほか、信頼できる業者の見分け方、ファイナンシャル・オプション、ローンの組み方、住宅のトレンド、トラブル回避方法等について記載している。
- 一般消費者は、リフォーム業者の選定にあたって、その業者の過去の顧客にコンタクトをとる場合が多い。業者に過去のクライアント・リストを提示させ、そこに掲載されている人に直接連絡をし、話を聞く。

---

<sup>8</sup> この他、<http://www.nari.org/>というHPアドレスもあるが、どちらも表示内容は同じである。

## (4)住宅保証団体(HBW)

### ①住宅保証制度の現状

#### ◆新築物件の30%が保証をつけており、5年前と比較して増加傾向

- ・HBWは1980年に設立され、1万5千の住宅建設業者がHBWのプログラムに加入している。
- ・HBWでは、10年保証と1年保証の2種類の保証を行っている。10年保証は新築物件に限られている。1年保証はサービス(補修契約)で、家電等の設備に関する保証である。
- ・この1年間で25万件の新築物件に保証をつけており、これは新築物件の30%に相当する。5年前には、25%であり、保証率は増加傾向にある。

#### ◆利用増加の理由は、消費者にとっては業者倒産リスクの軽減、業者にとっては後日の資金調達解消

- ・増加した理由として、住宅購入者からみた場合、将来的に住宅に不具合があった場合、建設業者が既に倒産しているという状況もおこりえるが、この保証に加入していれば、確実に10年間、保証を得ることができる。
- ・建設業者にとっては、建設時には建築費を受領しており、収入がある。しかし、問題発生時には、問題に対応するための経費調達方法がない。保険に加入することにより、問題対応の費用を保険で調達できる。

### ②保証の仕組み

#### ◆加入には2段階の審査が必要

- ・業者は登録時に、倫理規定、実績、会社規模、経営状況、苦情処理状況、技術水準等を、二段階の審査で審査される。さらに、登録は毎年の更新性である<sup>9</sup>。

#### ◆独自の検査基準により保証する全ての住宅について、専門検査員による検査を実施

- ・HBWは、保証する住宅に対して、独自の検査基準を持っており、全ての物件について、HBWの試験に合格したインスペクターによる検査を実施している。特に土壌については、各地域の建設局の定める基準よりも厳しい内容となっている。
- ・個別住宅の検査は、「基礎」、「構造」、「仕上げ」の3段階である。
  - ・a.基礎:コンクリートを流し込む前段階での検査。基礎(水平)、土台。
  - ・b.構造(フレーミング・インスペクション):パネルの使用素材・品質・規格、使用されているねじや釘の品質、パネルの組立。
  - ・c.仕上げ(ファイナル・インスペクション):入居者が快適に住むことができるかどうかという観点での検査。上下水道、電気、ヒーター等の設備。
- ・このような独自基準を持っているのは、住宅保証をしている団体の中ではHBWのみである。

<sup>9</sup> 出所) 財団法人住宅保証機構「世界の住宅性能保証制度ーアメリカ合衆国の制度」、HBW(2005) ”Home Warranty Programs in the United States”

### ③住宅保証制度と資産価値の関係

#### ◆保証のついた住宅の既存住宅市場での取引価格は、保証がついていない住宅よりも高い

- 例えば、5年後に、10年保証が付いた住宅を売りに出した場合、保証がついていない住宅よりも価格は高い。通常、10年保証がついていると2～3%高くなる。一般的には、10年保証に加えて、1年保証もつけることが多く、その場合はさらに価格は高くなっていると考えている。
- その理由として、住宅に構造上の問題があった場合、その修繕には平均3万ドルかかるといわれている。10年保証に加入している場合、その費用を心配する必要がないことが指摘できる。
- 現在の米国における住宅価格の上昇の主な原因は、住宅ローンの金利が低く、住宅購買意欲が旺盛なためであり、住宅保証制度が住宅需要に影響を及ぼしているとはいえない。

### ④具体的な保証事例について

#### ◆保証が発生する問題の70%が地盤関係

- 保証を行う多くのケースは構造的な問題で、地盤が移動する、土壌が水分等によって隆起するなどによる基礎の問題がもっとも多い。持ち込まれる問題の70%が地盤の問題である。
- 残りの30%は様々であるが、パネルを組み付けるフレームのずれの修理が多い。
- シロアリについては、建築時に、地盤にシロアリ防止の薬品をまき、その上に基礎をつくるため、あまり発生しない。また、仮に発生しても、駆除方法が確立されており、比較的、大きな問題になりにくい。

## (5)リアルター(NAR)

### ①米国住宅市場の動向(会員企業の状況)

#### ◆NAR 会員数は 130 万人、既存住宅取引の 80%に会員が関与

- ・ 米国における住宅の持ち家比率は70%であり、7,500万世帯が持ち家を所有している。既存と新築を合わせた販売件数は800万件であり、そのうち既存住宅は700万件である。
- ・ NARの会員数は130万人であり、既存住宅取引の80%にNAR会員が関与していると考えている。新築物件は、ディベロッパーが直接販売したがるため関与比率は低い、近年はリアルターを活用する傾向にある。
- ・ 米国はリフォームが盛んであり、取り壊されている既存住宅は、年間40万件と、住宅市場に対して5%未満と非常に低い率である。

#### ◆新築物件の建設は内陸部が中心

- ・ サンフランシスコ、ボストン、NYといった沿岸の大都市と、カンザスシティ、セントルイスといった内陸部の市場を比較すると、沿岸部は新築物件の建設率が低い。内陸部の方が新しい家を建てやすい。住宅の平均価格をみると、サンフランシスコで70万ドル、カンザスで15万ドル程度である。

### ②住宅所有者の住宅の資産価値への関心(メンテナンスへの取り組み等)

#### ◆住宅は『アメリカンドリームの実現』

- ・ 米国の消費者は、自分が所有している不動産を改善することに熱心である。それは自分たちの生活の質を上げるとともに、改良により、販売するとき高く売ることができるためである。住宅を所有することは、アメリカンドリームであり、従来の流れでは、まず購入可能な物件を入手し、それを改装して売ること、より大きな住宅を手に入れる。こうして徐々に不動産の価値を上げて、より良い住宅に住むことが可能となる。

### ③リフォームと住宅の資産価値

#### ◆住宅売却時の価格向上には、キッチンとバスルームの改装が最も効果的

- ・ 住宅売却時には、リアルターは、外壁をペイントしたり、庭に手を入れたり、キッチンを改装したりといった提案をする。
- ・ 売却価格を向上させるためには、キッチンとバスルームの改装が最も効果的であると考えている。キッチンであれば、床を大理石に張り替えたりする。その他、バスルームの改装や、寝室を広くするといったリフォーム、屋根の葺き替え等もある。

#### ◆1件のリフォームが近隣に波及することで地域としての価値が高まる

- ・ 住宅価格の構成要素としては、立地の影響が大きい。
- ・ リフォームと住宅価値との関係について、リアルターの見方としては、コミュニティを良くすることで、地域全体の住宅価格を上げることができると考えている。1件の家がリフォームし、その住宅の価格が高くなれば、その家に住んでいる人も誇りに思うし、まわりの人も、それをみてまねをしはじめ

ると、地域としての価値があがるという相乗効果が生まれると考える。

#### ④リフォーム情報の開示

##### ◆売却時にはリフォーム履歴を提示するようにアドバイス

- ・住宅売却時にはリフォーム履歴を提供するように持ち主にアドバイスする。購入希望者も、どの程度の費用をかけてリフォームされたかを知りたがる。

#### ⑤住宅の資産価値の構成要素

##### ◆住宅価格を決める最大要因は立地

- ・米国において、住宅価格は、主に近隣地域(neighborhood)の価格で定まる。建物自体は類似している場合でも、地域が異なると価格は大きく異なる。学区の違いの影響が大きい。道路を挟んで向かい側であっても学区が違えば価格が大きく異なることがあり、その差が10万ドル以上となるケースもある。
- ・サンフランシスコ、ボストン、NY、シカゴといった大都市では、住宅価格がアフォーダブルな価格をこえている。

##### ◆価格査定方法は目的によって異なる。不動産業者は適切な売値、アプレイザルはローン審査のため

- ・住宅価格の査定方法として、不動産業者の役割は、売り手の物件をできるだけ高く売ることであり、その可能な範囲を算出する。アプレイザーの役割は金融機関からのローン査定である。金融機関のローン査定において、アプレイザルがその要素の一つとなる。ローン審査はアプレイザル結果以外にも個人のカード審査等の要素で判定される。
- ・ここ1年の傾向として、アプレイザルの価格よりも、高い価格で住宅が取り引きされている。それは、低金利を利用して、より多くの人々が住宅を買っているためである。したがって、マーケット価格はアプレイザル価格よりも高くなっている。その結果として、アプレイザル価格と購入価格に開きがあり、バイヤーが必要となる住宅ローンの資金が借りられないという状況が発生している。

#### ⑥NARの取り組み

##### ◆NARは各地域のリアルターをとりまとめ、全米標準や公表(パブリッシュメント)に力を入れる

- ・米国では、ライセンスの仕組みがしっかりしており、ブローカーにしてもエージェンツにしても、不動産業を行うためには資格が必要である。講習を受けた上で、テストに合格しなければならない。さらに、規制に従って事業を行う必要がある。NARでは、リアルターが法律を遵守した活動をしているか監督はしている。
- ・契約の標準フォーマット等について、各州によって、不動産の法律、税金、需要が違うので、各州の支部で情報開示の基準(ethics)は異なっている。NARは、そのとりまとめをしている。MLS (Multiple Listing Service: 不動産物件情報DB、例を参考資料V-2「MLS」に記載)も、基本は各州の支部で運営されている。NARとしては全体を監督している。NARは標準形式を定めること(standard)や、公表(publishment)に努めている。

## (6)アプレイザー(NAR)

### ①消費者の意識

#### ◆米国人にとって、住宅を購入することは投資である

- 米国人にとって、アメリカンドリームの一つとして、住宅を購入するということがある。
- また、米国人には、住宅を購入するということは投資であるという意識がある。そこで、住宅を購入し、その価値をあげて売却し、そのお金で、より良い住宅に住み替えて、ステップアップしていくことが生活の質の向上につながるという意識がある。

### ②リフォームと住宅の資産価値

#### ◆屋根や床、設備は保守のための交換時期目安がある

- リフォームというよりは、保守という観点となるが、屋根であれば約20年ごとに葺き替えられるべきであり、空調等は15年ごとにアップグレードをする。床は、5～10年で塗り直しをする。これらはルーティンのメンテナンス作業であり、基本的に実施することである。これらは、最低限、価値を維持するために必要なことである。価値を維持しようとするには、売るということが前提に含まれている。

#### ◆価値を上げるには、キッチンやバスルームの改装、部屋の増設や暖炉の設置。ただし高額リフォームは、同程度価値が高くなるとはいえない

- 価値を上げるということでは、キッチンとバスルームの改装はもっとも一般的である。また、部屋の増設や暖炉等を設置するということもある。
- アプレイザーの立場としては、リフォームにかかった経費分、必ず売却価値が高くなるとは思わない。リフォームのレベルによると考える。あまり高額のリモデルをしても、そこまで価値があがるわけではない。例えば、キッチンを7万ドルかけて改装したとしても、住宅が7万ドル高く売れる保証はない。しかし、2万ドルの改装をしたときに、2万ドル高く売れる可能性は高いだろう。

#### ◆住宅オーナーは自分の家が良いことが誇り。売却時の利益だけを目的とはしていない

- 住宅のオーナーは、近隣の中で、自分の家が最も高い家になるようにと努力する。これはオーナーにとって誇りでもある。
- しかし、住宅の所有者は必ずしも売却時の価値向上だけを目指してリフォームするわけではない。例えば、所有者が10万ドルのリフォームをしたいといい、リアルターはそのリフォームによって5万ドルしか価値は上がらないといったとしても、後10年、15年、その家に住み続けるということであれば、自分たちの生活の質を高めるためにリフォームを実施することは多々ある。

### ③住宅の資産価値の構成要素

#### ◆なによりも立地。アプレイザルは通常、近隣の類似物件3件との比較から算出

- 住宅の価値は、なによりもロケーションで決まる。ビーチに近い、公園に隣接しており窓からの眺望が良い、学区が良いといったロケーションが最重要ポイントである。
- アプレイザルでは、通常、近隣の3物件を参考としており、MLSにリスティングされている物件の中

から類似しているものを抽出する。

## (7)不動産業者(シカゴ)

### ①情報開示について

#### ◆部屋数、面積といった基本情報のほか、所有者による「特記事項」等がある

- ・具体的にMLSに記載されている事項としては、ベッドルーム数、バスルーム数、面積、築年数、学区、駐車場、その土地にかけられている法規制、固定資産税、スイミングプール、暖炉等である。(具体的な見本は参考資料V-2「MLS」参照)

### ②値付け方法

#### ◆実際の値付けは過去6ヶ月の近隣物件情報をもて設定

- ・不動産販売価格の見積もりを出すために、不動産業者は、MLSやCMA(Competitive Market Analysis: 価格競争力市場分析)で、類似物件を探す。過去6ヶ月の物件情報を参考にして、ベッドルームの数や改築といった細かいところをみて価格を決める。
- ・不動産業の立場としては、売却可能でできるだけ高い価格、つまり最もリーズナブルな価格を探すことである。アプレイザー等とも同じデータで査定をするが、結果として値付けは異なる。

### ③住宅の資産価値を向上させるリフォーム

#### ◆売り主には外壁の塗り替え、庭の手入れ、キッチン改装を提案。リフォームで10～15%価格を上昇させられると考える

- ・シカゴでは、現在、住宅価格は、年間5～10%、上昇している。リフォームにより、これを20～25%にすることは可能であると考え。具体的なリフォームポイントとしては、キッチン、バスルーム、庭である。庭は、パティオの設置や植栽、高いフェンスの設置等である。
- ・物件を売る時には、外壁をペイントしたり、庭の手入れ、キッチンを改装したりといった提案をする。

## (8)不動産業者(NY)

### ①市場の現状について

- ・現在の不動産価格は天井的な価格であると判断して、当社では2年前までに手持ち物件を全て売却した。
- ・アメリカ人は、平均5年に1度、家を買換えるといわれている。一生に8回というのが平均的な住宅購入回数といわれており、家を買換えるのが30歳で、最後の家を買うのがリタイアする65歳だとすると、4～5年で家を買換えているという計算である。5年で1回、家を買換えられるのは中古の価格が下がらないからだといわれている。
- ・当然ローンを組んでの購入であり、住宅価格の8割位が平均的ではないか。ただし、ファニーメイでも95%まで借入れ可能である。

### ②値付け方法

#### ◆日本と比べると、主立った差で価格差をつける

- ・戸建てで比較すると、日本は付加価値の付け方が細かい。床柱が檜だとか、非常に微細な差となる。米国では、大きさ等が主な差異である。

### ③住宅の探し方

#### ◆購入希望者はMLSをみて相場観を養い、物件も探す

- ・米国の住宅購入希望者は、まず、MLS等をみて相場観をつくる。
- ・購入者が不動産業者の選定にあたって行うことは、その会社が取り扱っている物件のMLS一覧を提示させることである。
- ・購入者が最も重視するのは、将来的に売却する際の売りやすさである。MLSの情報をみれば、物件の過去の取引履歴が記載されているため、この物件は、過去の滞留期間が短いとか、過去の価格の推移から、今後、どの程度の値上がり期待できるといったことを検討する。
- ・住宅は、通常、居住したまま売買される。ダブルでモーゲージを払うことは一般の人には不可能である。購入者が、不動産仲介業者に期待することは、家を見せってもらうアポイントをとることである。日本と比べると不動産業者が努力する場所が少ない。MLSに参加している不動産業者は、ロックボックスというものを持っている。これは、売りにでている家の玄関の鍵をいれたボックスが玄関のノブについており、不動産業者は共通キーを持っており、それで開けて入ることができる。これは居住者の在・不在に拘わらず、その点では、米国において不動産業者は一定程度の信頼を得ていると言える。しかし、それぞれが入居したまま取引することは不動産取引のネックとなっている。購入予約の期間や内容はエスクロー・オープン時の交渉による。

### ④住宅の売却

#### ◆売り手は、業者の示す売却価格と滞留日数の過去の実績等を参考に業者を選定。

- ・米国人が、住宅の売却を考える際、通常は、まずリスティングを多く持っている有力な不動産業者を4～5社も呼び、売り価格の見積もりをとる。

- ・次に、売り主は、その業者の取り扱い物件のうちMLSに掲載されているものを提示させる。MLSをみれば、滞留日数が掲載されている。不動産業者としては専任契約をとりたいので、高めの価格を提示する会社もある。例えば、A社は50万ドルと提示し、B社は60万ドルと提示すれば、当然、売り主は60万ドルで売却できれば望ましい。しかし、米国は市場が確立されており、物件数も多いため、相場が55万ドルなのに60万ドルと値付けしていると、売却できない。そうなると、滞留日数が長くなる。
- ・売り主も日本人と違って売り慣れており、価格と滞留日数をみながらどの業者に依頼するかを決める。セールス・エージェントでベースが確立されている不動産業者は、若干安目の価格で物件の回転率をあげていくことが多いようである。顧客が少ない不動産業者は、契約をとりたいために、価格を高めに提示し、結果的にうまくいっていないようにみえる。

#### ◆売り主と不動産仲介業者との契約には、物件の売り出し方法も記載

- ・リスティング契約には、例えばMLSで開示するなど、マーケットに対する情報提供方法を記載する。
- ・売り主は、希望通りに住宅が売却できない場合、新聞広告も掲載するようにといった要求を不動産業者に出す。これらの経費は不動産業者負担である。仲介手数料は成功報酬で、リスティング時の取り決め通りとなる。
- ・仲介手数料は一般的には6%である。バイヤーが3%、セラーが3%である。ごく一部の高額物件は手数料5%というケースもあるほか、土地のみの売買では10%といった場合もある。手数料に取り決めがあるわけではなく、むしろ法律により不動産業者が、手数料について協定をつくってはいけないとされている。しかし、実際問題としては、不動産手数料は6%とあって差し支えない。

### ⑤リフォーム履歴

#### ◆リフォーム履歴は売り主にとってセールスポイント

- ・売り主は、MLSに、メンテナンス履歴を記載する。細かいメンテナンスはともかく、屋根を変えたなどは、売り主にとっては大きなセールスポイントになるので、必ずMLSに履歴として、何年前に変えたといった情報を記載する。
- ・購入者は、MLSに記載されているリフォーム履歴もみるが、構造等は、エンジニアをいれてインスペクションする。

### ⑥インスペクションについて

#### ◆インスペクションは中立であり、非常に細かい

- ・インスペクション報告は細かい2階の窓のラッチがゆるいといったことを一つ一つ記述している。また、インスペクターは、通常、その補修工事の見積もりもだしてくる。
- ・売り手が買い手のインスペクションを信用しないということはあまり聞かない。インスペクター報告をもとに交渉をする。インスペクターは、ライセンスを取得している職種であるし、基本的に第3者的な独立性を確保している。売り手がそのインスペクション報告に不満がある場合は、次の購入希望者を探すことが一般的である。
- ・インスペクションは、土台から始めて家の構造をほとんど全てみている。土台が劣化しているから補強しなければならぬといったレポートをみる。基本的には見える範囲のものではあるが、米国の

住宅のほとんどは2×4であり、壁の中を基本的にみる必要がない。本来16インチあたりで入っているべきものが24インチスパンであればわかる。歩いた時の床のきしみ等はチェックしている。屋根裏、屋根、設備、配管はみている。多くの米国の住宅は地下室があり、そこから配管がみえることも、ほとんど全てのインスペクションが可能な理由であろう。

## ⑦売買契約

### ◆売買契約時に購入者負担でタイトル・チェックとインスペクションを実施。

- 売買契約時には、通常、弁護士のレビュー期間(タイトル・チェック:title check<sup>10</sup>)が7日間ある。このほかに、通常は15日間、エンジニアのインスペクションが入る。これは購入希望者が、自分の費用負担で実施する。戸建てで、概ね500ドル程度である。構造上の問題と、シロアリチェックが一番大きい。
- 契約時には、例えば、「インスペクション報告により、修理が必要な場合、5,000ドルまではセラーが払う。しかし、修理費用がそれ以上であれば契約を破棄する。」といった条項が記載される。

### ◆タイトル・インシュランス取得のために弁護士がチェック

- 弁護士の一番大きな仕事はタイトル・インシュランス(title insurance<sup>11</sup>)をとることである。米国人でも契約等に精通していない人はおり、こういう人は弁護士を通す。物件確認(タイトル確認)は弁護士の仕事であり、物件確認を一般の人が不動産業者に依頼することはないし、不動産業者に、そんな能力も権利もないというのが米国の考え方である。実際問題としては、弁護士が関与しない不動産売買は考えられない。
- タイトル・レポート(title report)という日本では登記簿にあたるものは、タイトル・インシュランス・カンパニー(title insurance company:権現保険会社)に依頼すると、法務局で取得してもらえる。さらに、米国では、タイトル・インシュランスをとるのが一般的である。タイトル・インシュランス自体は任意であるが、ほぼ100%とっているといつて良い。これは、タイトルに関して、大きな瑕疵があった場合にタイトル・インシュランス・カンパニーがそれを保証するというものであり、フィーは高い。

## ⑧リフォーム内容

### ◆売却前のリフォームとして最も一般的なのは外壁のペンキ塗り替え

- 売却前のリフォームとして最も一般的なのは、外壁のペンキの塗り替えである。
- 購入者としても、購入後のリフォームにはモーゲージが組めない。売値にリフォーム費が組み込まれているのであれば、モーゲージが組める。

#### <参考:リフォームして売却した事例>

立地:NY郊外	売却年2004年	広さ:2,000スクエアフィート程度
リフォーム内容:外壁のペンキ塗り替え、玄関のドアとキッチンキャビネットの交換		
リフォーム費:2万5千ドル	売却価格:60万ドル	

<sup>10</sup> 米国には、日本に於ける登記簿にあたるものが存在しない。登記・登録は州毎であり、様式も州毎に異なるが、物件毎というよりも人的に整理されているといわれている。譲渡登録はあるものの、過去の履歴を調査するためには、譲渡人名簿・譲受人名簿から人的に調査する必要がある。タイトル・チェックとは、物件について、担保権、税金、用益権、二重譲渡がないか等について調べるものといわれている。

<sup>11</sup> 権現保険。調査した譲渡証書に瑕疵があった場合、その不動産の権現に係わる損害を補償する。

## ⑨セラーズエージェントとバイヤーズ・エージェント

### ◆セラーとバイヤーの両側からエージェントが係わることが『常識』

(不動産業者としては両方の業務を行っていることが一般的なようである)

- 日本は、不動産業者が「両手<sup>12)</sup>」で扱うというが、米国では、法律違反ではない<sup>13)</sup>ものの、不謹慎な行為であり、「とんでもないことだ」といわれる。米国人の発想として、利害が対立するものの中に入り、両者を丸め込むことはビジネスではないと感じるのではないか。
- リスティング契約の際にMLSに登録すると記載したら、それを実行する必要がある。売り主もMLSに自分の物件が掲載されたかどうか、簡単に確認できるため、不動産業者は隠すわけにはいかない。また、MLSに登録しないという事項をいれて契約する売り主がいるとも思えない。
- 仲介手数料について、MLSで手数料も当然開示されており、セラーとバイヤーとの配分比率も開示される。従って、バイヤー・エージェントに不利な条件設定をすると、物件が売れなくなるため、結果として相場が形成される。

## ⑩物件情報システムについて

### ◆地域毎にMLSを運営。マンハッタンでは中堅以下の業者で情報システムを形成

- 米国では、MLS (Multiple Listing System) とよばれる物件情報システムがあり、例えば、ニュージャージーでは本3冊にもおよぶリストがある。そのリストには写真入りで詳細な物件の説明が記載されている。MLSは、各地域で運営されており、それぞれで特性が異なる。
- NYは特に異なっており、マンハッタンはMLSがない。コーポランド(The Corcoran Group)等、大手不動産業者が2社程度あり、そこは独自に活動している。
- マンハッタンでは、中小の不動産事業者が集まり、REBNY (Real estate Broad of New York) とオンラインレジデンシャル (Online Residential) という情報システムを作っている。
- REBNYというのは、業者向けの物件情報であり、成約物件情報である。オンラインレジデンシャルはリスティングである、運営は同一の会社である。
- マンハッタンで活動している不動産業者の加入比率は不明だが、住友不動やリーダック (Redac) 等も加入しており、中堅以下の業者はほとんど参加していると考えて良いだろう。

### ◆不動産登録は適格に行うのが当然であり、各種情報がオープンなため登録情報の信頼度も高い

- MLSについて、不動産事業者が取扱物件を登録しないということは考えがたい。みんなで集まり、ルールを決めて実施しようとしていることであり、ルールを守りたくないなら、そもそも加入しなければ良い。実際問題として、少なくとも中小の不動産事業者は登録しなければ情報を得ることができず、業務をすることは不可能である。購入者はほとんどがMLSで物件を探すため、ここに登録されていないければ、極端に購入者を限定することになる。また、消費者も、協会員でない不動産業者を使うとは考えにくい。それは、協会加入がステータスを生んでいるというよりも、不動産売買において、書面で確認しないことも多く発生するため、業者が信頼できなければ手続きは困難で

<sup>12)</sup> ある物件に対して、同じ不動産業者が買い手と売り手の両方から手数料を受け取ること。

<sup>13)</sup> テキサス州、フロリダ州では法律違反という記述がある (出典: Homestore Japan HP)。例えば NY 州、イリノイ州、カリフォルニア州では、事前に売り手と購入希望者の両方に、その事実を開示し、両者の合意を得る必要がある。

あるということである。業界団体をつくり、その中でルールをつくり、活動している中で、そこに加入していない業者というのは危険であると判断される。

- ・登録されている情報の信頼度について100%とはいわないが、9割は正しいと感じている。この情報は業者の任意登録であるが、エスクロー時に、タイトル・カンパニーにも全ての情報が流れる。また、エスクロー情報も開示されている。そのため、事実と異なる情報を登録することは不可能ではないかを感じる。
- ・米国では、過去の売買情報の透明性が高く、MLSを通じた物件情報には、売買履歴、売却価格のほか、その時のモーゲージ金額<sup>14</sup>まで記載されている。これらの情報は、個人情報ではなくオープンな情報と認識されていると感じる。
- ・CMAは認知されていない。

## ⑪分譲物件を建築・販売する際の重要視している点

### ◆米国人はコミュニティ重視

- ・住宅開発の際、留意している点としては、米国人はコミュニティを重視するということである。住宅価格としても、開発後、3年程度が経過し、団地のコミュニティが形成されてくると、価格が上昇する。庭木が育つことで住宅価格が上がる。

### ◆建設と同程度の労力をかけてコミュニティ計画を策定・実施。内容は外観から植栽、団地としての入居者へのサービス内容まで幅広い

- ・大規模開発をした場合、コミュニティ形成のための取り組みを行う。
- ・米国では、トラックハウスといって開発業者による一括開発が中心である。例えば、1団地100～300戸といった規模の開発となり、開発業者は、設計とともに、3年先に開発したときに、どういう形のコミュニティをつくろうかという絵を描く。常識として、コミュニティ形成に、設計・建設と同程度の労力をかける。
- ・具体的な内容としては、例えばコミュニティハウスを建設したり、アーキテクト・コミュニティ、つまり外壁や屋根の色、窓の形等の詳細な取り決めをしたりする。また、外観維持費(ランドスケープ)の年間予算と、植樹計画、四季折々の植栽計画等を策定する。その他、例えば、ある団地は、マンハッタンへの通勤者が多く、マンションから車で5分の場所にマンハッタン行きのフェリー乗り場があるとすると、シャトルバスでフェリーポート行きの送迎をするといったことを決める。これらは販売時に積極的にPRする。

---

<sup>14</sup> 現地を確認したMLSにはモーゲージ情報は記載されていない。しかし所有者が特定できれば、業者にとってはモーゲージ情報は比較的簡単に確認ができる可能性が高い。(金融機関インタビュー参照)

◆**コミュニティの運営は組合で行うが完売まではデベロッパーがコントロールすることが一般的**

- ・団地のコミュニティは組合において意志決定・運営される。デベロッパーによる団地開発の場合、アソシエーションのボートをAボート、Bボートと呼ばれる2種類に分けることが一般的である。これは、M&Aの時の株のように1票の重さに差がある権利である。つまり、住民は1人1票のBボート、理事は50票の重みのあるAボートであり、理事はデベロッパーの人間として、マジョリティをおさえることにより、デベロッパーの描く団地開発を推進する。例えば、組合の役員が7人であれば、当初、デベロッパーは5人くらい役員を送り込むのが一般的であろう。これらは、協定書にて詳細が決められている。役員全員をデベロッパーから出すことはできないなど、法律で非常に詳細まで規定されている。多くの場合、デベロッパーは、その団地が完売するまで理事を1人は残し、理事はAボートを保有し、団地運営をコントロールしている。

◆**コミュニティ経費は月々徴収。最低金額について州の指導がある**

- ・これらのコミュニティの維持にかかる経費は、日本でいう管理料のように月々入居者が支払う。この経費は州への登録が必要であり、あまりこの費用が低いと指導が入る。その理由として、20年前のカリフォルニアの不動産不況の影響がある。その際、例えば100戸の販売計画であった団地が、50戸売った段階で売れなくなった。そのため、50戸で100戸分のアメニティを維持しなければならなくなり、最初、デベロッパーとしては、コミュニティ費をできるだけ安くしたいため、100戸でぎりぎり成立する費用で見積もっていたため維持できなくなるケースが発生した。それ以降、州はうるさく関与しており、100戸の計画団地であれば、50戸程度で維持できる程度、200戸であれば100戸で維持できる程度の費用を徴収するように指導される。金が余ったら戻せば良い。デベロッパーとしても、スペシャルアセスメントといって、管理費が不足すると、追加徴収していたが、その是非について、住民から起訴されるケースがでてきている。

◆**コミュニティ契約違反者は居住し続けられない**

- ・コミュニティによる取り決めへの違反については、協定書内に記載されている。団地内のアメニティの利用を規制したり、ゴミ収集等のサービスを行わないといった罰則が通常であろう。さらに、重大な違反をし続ける場合は、最終的には、協会がバイアウト (buyout: 買収する権利がある) といった協定を結んでいることが一般的であろう。

⑫ **中古住宅市場について**

- ・米国と日本の既存住宅の価格が下がらないという理由として3点、指摘できると考えている。一つは消費者のマインドである。住宅よりもコミュニティを大切にすると感じている。もう一つは流通システムが形成されていること、三番目としては家の構造があると感じている。

⑬ **住宅の構造**

◆**住宅が標準化されていることにより、実際に物件をみなくてもイメージしやすいこと、リフォームが容易であることの利点が指摘できる**

- ・米国住宅の構造は、ほとんどが2×4であり、2×4の耐用年数は長く、メンテナンスを、きちんと行っていれば、100年持つ。
- ・米国の住宅が流通しやすい理由として、住宅の間取りや構造が、概ね決まっていることがあると感

- じる。住宅スタイルについて決まったパターンがある。
- 住宅が標準化していることが流通のしやすさに与える影響として2点指摘できると考えている。一つは、MLSで物件情報を見る際に、イメージしやすいことが上げられる。購入希望者が物件を絞る際、家族構成から4ベッドルームは欲しく、マスターベッドルームは子ども部屋と階が離れていた方が良いということであれば、スプリットレベル<sup>15</sup>が良いといったように、物件を見に行く前の時点で検討できる。
  - もう一つは、リフォームしやすいということである。例えば、スプリットレベルの住宅は屋根裏部屋を作ることができる。どこに階段をつくれれば屋根裏部屋ができるかといったことは、米国人が10人いれば8人知っているレベルの常識である。窓をベイウインドウにしてみようと思えば、ホームデポ<sup>16</sup>で購入して取り付ければ良い。リノベーションが容易であり、その建物に対して付加価値をつけることができる。それが建物の価格の下落を防ぐ一つの要因になっているのではないかという気がする。さらに、ペンキがメインであり、自分たちで床や壁を塗り替えるということが一般的であることも、リフォームへの抵抗感を下げている要因ではないかと感じる。
  - 業者によるリフォーム費も安価である。例えば、この地域では、住宅の平均規模は、2,000～2,400スクエアフィートであり、この規模であれば内装からキッチンまでリフォームして、リフォーム費用は概ね3～5万ドルである。この物件の売却価格は、概ね50万ドル位と推測できる。つまり、売却価格の1割程度でリフォームできる。さらに、住宅は、中古であることが理由で価格が下がることはない。

---

<sup>15</sup> 住宅のスタイル。建築用語としては中二階を示すが、イメージとしては吹き抜けのある2階建てである。

<sup>16</sup> The Home Depot：米国の大手ホームセンター

## (9)金融機関

### ①住宅市場の概況

#### ◆マンハッタンの住宅価格は2003年後半から急騰

- ・マンハッタンにおける住宅価格は、2003年後半から急激に上昇した。現在でも、10%以上、15%程度の伸びである。
- ・この理由として最大の要因は金利であろう。
- ・米国は、過去何回かのバブルを経験しており、過去の例から考えると、後数年で急激に下落しても不思議ではない。過去のバブルとの大きな差は、過去は価格が上昇しているところと下落しているところの差があった。今回は全米で上昇傾向にあり、地域差といっても伸び率の差である。したがって、下落時は、全体が下降傾向を向くことになり、過去のバブル以上に厳しい局面も考えられる。
- ・米国は人口が増加しており、需要に裏打ちされたものであるという説明もあるが、問題は、新築住宅着工数ではなく、価格である。住宅ローンの金利がせいぜい5%なのに対して、住宅価格の上昇率が15%ということはどう考えるかという問題である。現在の米国において、住宅需要の2割程度が投資目的で、残りの2割はセカンド・ハウス需要であるといわれている。仮に3割が、余分な需要であるとする、価格下落局面では、これらはゼロではなくマイナスとなる。

### ②住宅ローンの概況

#### ◆業種別ネットワークを活用し、支店に依存しない貸し出しが中心

- ・モーゲージのトップはワシントン・ミューチュアル(Washington Mutual)、大手はウェルズ・ファーゴ(Wells Fargo Home Mortgage)であり、これらは西部の金融機関である。東部の金融機関は、例えば、シティ・バンク(City Bank)はそもそも小口を対象にしておらず、シティ・モーゲージ(City Mortgage)があるとはいってもごくわずかである。東部では、シカゴを本拠地とするチェース・マンハッタン(Chase Manhattan Bank)がやや取り扱っている程度である。
- ・米国では、日本と違って、消費者が店頭を直接訪れ、住宅ローンを申し込むことは少ない。モーゲージローンの主要機関は、インターネット系等が多くなっている。消費者はWeb等で安いところを探して申し込み、銀行は物件のある地域のアプレイザーに鑑定を依頼し、それをベースに融資する。地場の銀行に店頭で申込み、そこの担当者が実態に鑑定に行くということではない。全米で、ネットワークが形成されており、例えば、クロージングには必ず弁護士事務所を通すが、これらも各地域の弁護士事務所と提携している。
- ・米国は個人情報、個人の信用情報が普及している。信用紹介会社が大手3社あり、個人情報を紹介できる。収入や資産情報について、そこから得られた情報と、個人本人から受け取った情報とを合致させ、ある程度、信憑性があるかを確認できるため、対面する必要がない。
- ・信用紹介会社に個人の信用情報を提供することに縛りは全くないが、この機関に対しては、厳しい規制がかけられており、それにより個人情報を保護している。
- ・米国では、金融機関の競争が日本よりも激しく、それが多様なローン方法が生まれることと関係していると考えられる。

#### ◆住宅の証券化により資金調達の柔軟度は高まる

- ・米国で商業銀行以外がモーゲージ市場に参入し、住宅ローンを販売している理由として、住宅の証券化が指摘できる。証券化により、リスクを下げられるということもあるが、調達サイドでの制約が少なくなる。市場が発達していなければ、自力で資金を調達できず、当然、融資できない。米国では、債権自体を資金にかえることができることが大きい。
- ・しかし、その一方で、証券化は、商品の規格化を招く。商品が同一であれば体力勝負のシェア争いとなり、米国では結果として寡占化が進んだ。
- ・証券化による金融機関のリスク低減は、融資条件の緩和につながったという見方もある。
- ・米国では、住宅ローンの融資判断基準として、証券化できるかどうかが基準となっているとも考えられる。
- ・米国における住宅ローンの債務不履行の発生率は0.1%未満といった水準である。商業用でみてもコンマ以下であり、不動産関係は近年、非常に優良である。

#### ③個人情報

- ・個人の信用情報について、住所、ソーシャルセキュリティ番号のほか、概ねの収入等も把握されている。クレジットについては、クレジット明細の全てと、毎月の返済履歴、その人のクレジット・ヒストリーを照会した人はだれかということなどが記載されている。住宅ローンについては、どこの金融機関から、いくら借りていて、毎月いくら返済しているかということまで把握されている。インターネット等での本人確認用の質問として、「あなたは、住宅ローンをどこの銀行から借りていて、毎月いくら返済しているか」というものがある。
- ・米国では、クレジット・ヒストリーという情報が重視されている。この履歴から、スコアというものを計算しており、それを基に、金融機関等はマーケティングをしている。概ね基準となるスコアは、660点といわれており、それ以上であればクライム層、それ以下がサブクライム層といわれる。銀行口座開設から1年程度でこのスコアに到達する。

#### ④ローンと資産価値との関係について

- ・日本において、住宅ローンは、個人の信用度をみるというよりも、例えば公庫融資の基準をこえているかといったことが判断基準となるように、米国では、証券化できるかどうか、判断基準となっている。

#### ⑤ローンについて

##### ◆金利について(固定・変動)

- ・ローン支払期間は、一番長いもので30年、その他、20年等である。金利は、当初の5年間について、固定や変動など商品は多様であり、5年経過後は固定が多い。当初5年間の金利が非常に安く、5年後にその時の市場金利になるという商品が一時期流行した。
- ・長期金利と短期金利と金利差がある場合、通常は固定金利が増加するはずである。しかし、米国では、現状、変動が増えている。その理由として、インタレスト・オンリー商品が飛躍的に増えており、これが変動型とカウントされていることが指摘できる。

#### ◆インタレスト・オンリー

- ・インタレスト・オンリーは、金利分のみ支払いが可能であれば良く、収入基準が非常に甘くなる。支払い不能になった場合、最終的には担保である不動産売却により返済が可能であるという前提に立っている。
- ・インタレスト・オンリーにおける平均据え置き期間は2年である。商品として据え置き期間の設定は、2年、3年、後は5年が多いようである。実際の支払い期間は、長いもので30年、多くの場合25年である。多くの場合、オプション・アジャステッド・ローンという、月々の返済額を自由に決められる支払い方法とセットとなっている。これで低い金額を設定した場合、当然、元本はふくらんでいく。
- ・インタレスト・オンリーは非常に増えており、例えば、大手のワシントン・ミューチュアルでは、近年の8割がインタレスト・オンリーではないかといわれている。
- ・証券関係者によると、インタレスト・オンリーの証券があり、その評価はわかれているとのことである。

#### ⑥住宅購入と税制について

- ・米国において、住宅購入意欲が旺盛な理由として、税制があげられる。住宅ローンの金利分は税金が控除される他、クロージングコスト等も所得控除の対象になる。これはホームエクイティ・ローンも同様である。インタレスト・オンリーも控除できる。
- ・金利分であり、購入後の数年しか効果はないが、5～7年程度で住宅を買い換える米国においては大きな効果である。

## (10)住宅購入経験者

### ①ローンに関する消費者の姿勢

- ・当初5年間の金利が非常に安く、5年後にその時の市場金利になるという商品で借りている人は多い。米国の場合、ある家を所有する平均年数は7年といわれており、5年後には買い換えるため、5年間、この金利で、この家に住めれば良いという感覚であろう。
- ・どのような金融商品を使うかについては、本人が、後は一生、この家に住もうと思えば安い固定金利を選ぶであろうし、今の収入は少なくともどうしてもこの家に住みたいとインタレスト・オンリーで借りたりするのではないか。
- ・自分自身は現在、非常に金利が低いと判断し、25年固定とした。他の人が5年後、市場金利となるローンを申し込んでいるのは危険であると感じている。しかし、この国はマーケットオリエンテッドの国である。マーケットに直接、国が働きかけるということはない。国はそういうことには口を出さない。国が介入するのは、金融機関に対して経営の健全性等を問いかけるということであろう。
- ・ローンの借り換えは電話一本で可能であり、特に借り換え時にペナルティというものは発生しない。

### ◆税制について

- ・住宅ローンについて、ローン利子分が控除となるため、最初に数年は減税効果が大きいですが、数年経つと効果はあまりなくなる。そうなると家を買って換える人も多い。
- ・住宅ローンを50%以上返済していれば、ホームエクイティ・ローンの借り入れが可能であったと記憶している。多くの米国人が借り入れ可能になれば、ホームエクイティ・ローンを借りて、住宅をリフォームするなり車を買うなりといった消費をする。ホームエクイティ・ローンについても、金利分は税金控除(所得控除)となることも、多くの人がこのローンを活用している理由であろう。

### ②ローン方法

- ・どこの金融機関にローンを申し込むかは、いくつかの金融機関に申し込んでみて決めることが普通であると思うが口コミも多い。自分自身は口コミで金利が低いと聞いていた大手にした。
- ・申込みは、コールセンター経由が一般的である。まず、コールセンターに電話すると、オペレーターが必要な情報を尋ねて、アプリケーション・フォームを作成し、申請者に送付する。ネット申込みは、ネットだけでは完結できず、メールや電話等での対応が必要となっている場合が多い。
- ・住宅ローンを組む場合は、ローン申請者が購入したい物件を銀行に伝えると、銀行がその物件を価格査定し、それが市場価格から適正範囲内に入っていれば可能となる。融資金額は、銀行の査定価格の概ね90%である。その月々の支払金額に対して申請者の収入が支払い可能な範囲であれば融資される。頭金がない場合、信用保証という保険への加入が要求されるほか、月々の支払い額が高くなる。
- ・融資条件は、日本に比べて非常に甘く、米国の持ち家比率がここ何十年かで上がってきた理由は、そこにあると考える。

### ③クロージングとインスペクション

- ・ある家を買いたいと思ったら、まず、条件交渉をし、それからクロージング(closing<sup>17</sup>)する。クロージ

<sup>17</sup> エスクロー期間のことであると考えられる。

ング期間というのは、タイトル・サーチ等に費やされる期間である。銀行に、この家を買いたいのでローンを組みたいというと、銀行から、そうしたら60日以内にクロージングしてくださいと指定される。エスクロー・カンパニーに問い合わせたら、タイトル・サーチ等は、概ね45日～50日で事務手続きができるというていた。

- ・クロージング前に、条件交渉の期間があり、購入希望者が、例えば、これを修理してもらえればこの金額で買うといった交渉が可能である。買い手のインスペクションは義務ではないが、自分がお金を払って購入するものに対して、売り手の言葉だけに頼るわけにはいかないため、自分で費用を払ってインスペクションをする。逆に売り主はお金を払ってまで検査をする必要性はないだろう。購入後、問題が発生した場合、民事訴訟として訴えることはもちろん自由であるが、既に購入してしまったものに対して交渉することになるだろう。

#### ④住宅価格

- ・自分の家の販売価格について、売ろうと考えた人は良く研究している。複数の不動産屋に、見積もりを提示させるほか、最近はインターネットが発達しているので、それで調べることができる。
- ・マーケット価格より、低い価格で売ろうとすると、近所から苦情がでる。米国では、価格算定は、周辺の物件状況でほとんど決まるといわれている。周辺の売買された物件と比較して、こちらの家は土地の広さが広いとか、3ベッドルームだとかいった条件を加味して、この物件よりは高いとか、この物件よりは安いと決めていくと聞く。
- ・マーケット価格とアプレイザル価格は異なる。アプレイザル価格は、なんのためかによる。火災保険のためであれば、再建築費であり、住宅ローン会社から依頼されたアプレイザーは、その家の市場価格、どのくらいの金額までを貸して良いのかということを確認するためにアプレイズする。
- ・家の価格は、家が新しいとか古いということではなくて、ロケーションでほぼ決まる。米国の場合、学校が地域によって全く異なるため、子どもがいる家庭では学区が重要問題となる。したがって、同じ3ベッドルームの家でも、学校が良い地区と学校が悪い地区では価格は全く異なる。米国人の住宅購入理由は子どもができたためだけではないと思うが、少なくとも子どもができたことは、より大きな家に移ろうと考えるきっかけにはなる。

#### ⑤リフォームについて

- ・米国人のDIYによるリフォームは、趣味と実益をかねていると思う。実益というのは、売却価格ということではなく、自分たちが暮らしていく上でのことである。少し広くなったり、見た目がきれいになったり、ポーチがついたりということである。
- ・ドアの取り替え程度であれば、ホームデポでドアを売っており、素人でも簡単にできる。浴室の改装となると、例えば、本格的にやるなら1万ドル近くかかると思うが、バスタブそのものなら300ドル程度で売っている。業者を入れてお金をかけて直すことも可能だし、お金をかけずになんとかすることもでき、選択の幅が広いのではないか。
- ・業者を入れるリフォームとしては、防音性を高めるためにインスレーションという綿のようなものを入れたり、断熱性を高めるためのリフォームということを知る。その他、大がかりなリフォームとしては、床の貼り替え等ではないか。
- ・住宅設備の老朽化という観点では、配管よりも電気系統であろう。高いワット数でないといけない電化製品がでてくるため、リニューアルが必要である。電気系統や下水道のような水回りは専門業者に頼むことが一般的であろう。

## ⑥リフォームと住宅価値

- ・リフォームによって市場価格は変わらないと思う。ただし、バスルームやキッチンが新しいと売りやすい。新しい冷蔵庫やディッシュウォッシャーが入っていても売りやすい。一番、住宅価格に反映されるリフォームはバスルームとトイレだと住宅業者は知っている。トイレ、バスルーム、キッチンは中古住宅でも新しいものの方が良い。そこを直すことによって、住宅価格を引き上げることができると不動産屋はいう。ここに投資することが、一番リターンが高いという言い方を不動産業者はする。
- ・例えば、プールを新しくつくれば価格は上がると思うし、ゲストルームを増設すれば価格はあがると思う。ただし、これらには建築申請が必要であり、プロパティ・タックス(固定資産税)も当然上がる。その他、1世帯用として登録してある物件を2世帯住宅にするような場合も市への登録が必要である。年に1回、市のアプレイザルがあり、それで固定資産税を決めている。

## ⑦日米の住宅意識の差

- ・米国人は、建て替えるくらいなら引っ越しをする。もしくは更地を購入して建てれば良いと考える。日本のように、どうせ住むなら、取り壊して新しい家を建ててという概念はない。古い家を買って、わざと自分なりになおすことに楽しみを見出している部分もある。文化的な違いもあり、中古のものに抵抗感がない。米国では、中古市場の良い循環が形成されており、中古を購入したい人が多くいるため、市場が確立している。そのため、新品が中古になることで価格がさほど落ちない。したがって、売る方も売りやすいし、買う方も買いやすいという相乗効果がある。日本のように、購入しただけで新古品扱いされ価格が落ちるといことになると、なかなか中古市場も育たないと思う。

## (11)日本の住宅価格向上についてのアドバイス

①では、各インタビューにおいて、日本において住宅の資産価値が経年とともに減少しないようにするためのアドバイスを求めた。その結果について整理する。また、日本の既存住宅市場の状況についての質問もあった。日米の住宅に対する意識や市場の差を現していると考えため、参考として記載する。

②では、日米両方に居住経験を持つ人から得たコメントを参考として記載する。

### ①住宅関連業界からのアドバイス

#### ◆流通市場の整備

鶏と卵のような論争にはなるが、中古住宅の価値が評価されるようになるには、まず流通市場が整備されることだろうという意見がだされた。市場が成熟することにより価値も評価されるようになるということである。

- ・ 既存住宅の売買、市場を活発にすることが一番ではないか。(ASHI)
- ・ 米国の流通システムをみる限り、家は不動産ではなくて動産であると感じる。売買を前提とした財産である(流通システムについての詳細はNY不動産業者参照)。(NY不動産業者)
- ・ アメリカでは不動産業者の影響力は大きい。購入者は、まず不動産業者にどういう家を買ったら良いかといったことを相談する。日本でも、不動産業者が、インスペクションをして既存住宅を購入することを薦めてはどうか。また、政府が薦めたら普及するのではないか。(ASHI)

#### ◆倫理観、基準、フォーマット(消費者に信頼と安心感を与える)

そのために必要な整備として、不動産業界の信頼性づくりが指摘された。これは、インタビューが、日本における耐震偽装問題が米国においても報道されていた時期と重なっていた影響も推測される。しかし、その点を除外しても、米国において、不動産業界団体は、消費者の信頼を得るために多大な努力をしていることが強く伝わってきた。

その一つが倫理規定である。倫理規定は、NAR、NARI、ASHI 全ての業界団体が、それぞれの倫理規定を有する。内容としては、善管義務等、当たり前とも言える内容であるが、会員が常に高い意識でそれを認識するために、毎年の講習等で繰り返し指導するなどの努力がなされている。当たり前のことほど、おざなりになる可能性や、慣れ等からゆるむ可能性があることは、耐震偽装問題をひきあいに出すまでもなくおこりうることであり、業界の努力は日本でも見習うべき点はあると言える。

また、各団体とも会員企業のレベル引き上げのための講習にも力を入れている。例えば、ASHI は、どんどん新しくなる住宅に対応するため、機関誌には、「今月のスキル：××のインスペクションの方法」という項目があり、新しい空調システムのインスペクション方法等を紹介している。NARI では、ネット上で“Remodelers University”という教育システムを開設しており、リフォーム技術のほか、工程管理方法、キャッシュフロー管理方法など事業者としての基礎内容も提供している。

また、業界の活動として、消費者教育に力をいれていることも注目される。例えば、NARI によると、「消費者にとっては、業者の選定をすることも容易なことではない」という認識にたち、消費者向けのセミナー等を開催している。住宅において、例えば、価

格や面積といった項目は数値で比較しやすいが、一般消費者にとっては住宅の全てを把握することは困難であり、信頼できる不動産業者が選べること、信頼できる建築業者、リフォーム業者が選べることといったことは重要なポイントになることは当然のこととも言える。

- ・ 基準やスタンダードなフォーマットがあることも重要ではないか。例えば、人々は、このフォーマットをみることができ、どういうことをするかがわかる。それによって、利用者は、インスペクションとはどのようなものか、何をすることが、きちんとわかるということが重要なのではないか。そのためには、ASHIがやっているように、関連機関が利用を推奨したり、消費者教育を実施するのもいいのではないか。(ASHI)
- ・ 業界団体を作る必要があるだろう。業界団体は大きな役割を果たしている。NARIの支部はカナダやハワイにもあり、日本にも作ってはどうか。協会は、会員企業に厳しい倫理規定を設けることで消費者が安心して事業者を使えるようにする。また、基準をつくり事業者のレベルの向上を図る。一方、消費者教育にも力を入れている(詳細はNARIインタビュー参照)。(NARI)
- ・ 不動産事業者の免許制度も大きな役割を果たしている。免許を持っているということで、買い手はより安心することができる。免許に対しては、実際に罰則規定がしっかりしていないと意味がない。刑罰や事業継続ができなくなるといった罰則が必要である。悪徳リフォーム業者への罰則は厳しくする必要がある。リモデリング・プロジェクトを含めて罰則を設ける。地域の検査員、市当局の取り締まりや監視を制度化することによって、リモデリングの価値を確実なものにすることができるのではないか。もちろん、インスペクターがきちんとした仕事をしなければならない(NARI)

#### ◆住宅のメンテナンス・リフォームの充実

住宅のメンテナンスやリフォームについては、この後の居住者インタビューでも非常にコメントが多かったことであり、日米の差が大きいと感じたポイントでもある。日本において持家戸建のメンテナンスが常識であるとは言い難いと考えられるが、ASHIやアプレイザーからは、「屋根は15年、設備は10~15年」といった数字が即座に上げられており、それらが購入者にとっても常識であれば、住宅の一定レベルのメンテナンスは確保されると考えられる。リフォームの容易さは、住宅構造の違い等もあるが、住宅に手を入れることが消費者の身近になることは、住宅の価値に対する意識を高めることにもつながると考えられる。

- ・ 住宅価格を維持するために、私は自分の顧客に、家の購入価格の1%を年間の補修費用として積み立てるように提案している。住宅は消耗していくものであり、いつまでも持つものではないということを認識してもらうためである。例えば、100年の間には、全てのものをとりかえるという状況もおこるだろう。(ASHI)
- ・ シカゴでは、住宅は80年保つ。人は10年で家を変えるが、家そのものは、きれいな状態で保たれるため、家は残る。日本人は、家は小さくて良いから、洋服等にお金をかけるのではないか。米国人はアジア人ほど衣服にお金をかけずに住宅にお金をかける。(NAR不動産業者)
- ・ 日本は工法自体が難しいため、リフォームは業者に頼むしかなく、また業者によるリフォーム費用も高い。さらに、住宅が規格化されていないため、日本のホームセンターは、米国ほど商売できておらず、日本のホームセンターはホームセンターではないと感じる。消費者にとってもリフォームは身近なものではない。(米国リフォームの詳細についてはNY不動産業者参照)(NY不動産業者)

- ・日本の場合、米国よりもリフォーム費用が高いのではないかと。そもそも自分でやらない。米国では、ペンキ塗りは自分でやる。リフォームにたいするハードルが低いのではないかと。(購入経験者)

#### ◆日本版価値が評価されるリフォーム開発

日本の市場で価値が評価されるリフォームをつくり、普及させることはできないかというアイデアがだされた。また、住宅と設備との関係が指摘された。日本においても100年住宅をうたうのであれば、設備、配管等の劣化が当然なものについて、いかに簡便に更新できるかは重要なポイントとなる。その際に、例えば新エネルギーシステムを組み込むなど、より新しい住宅システムを導入することで、住宅価値が向上するような仕組みを開発しておくことで、住宅業者にとってもプラスとなる仕組みづくりが必要であると考えられる。

- ・経年変化とともに下がっていく価値を、リモデリング（リフォーム）によって価値を戻すことができるなら、それよりも上手くいけば上がるならば、普及するのではないかと。さらに、建物を取り壊すことによって発生する建築廃棄物は世界的な問題になっており、日本でリモデリングを普及させるというプロジェクトが成功すれば、環境問題にも寄与するのではないかと。(NARI)
- ・日本は100%家に価値を見いだそうとしているのではないかと思う。こちらは、家そのものの価値は70%で、残りの30%は家具とか照明器具とか機械設備でつけようとしている。そうすると中古住宅の下落という意味で考えると、100%家でやろうと思っている日本と、家は70%で、後の30%は他の家具とか照明とか付帯設備であるという米国では、この付帯設備を30のところを50にすれば価格は上がる。(NY不動産業者)

#### ◆税制等

その他、税制、人口や移民という観点も指摘された。人口については、中古住宅の価値が評価されるためには、あくまでも住宅価格が問題なのであり、新築住宅着工戸数や住宅ストック数の問題ではないため関係は薄いのではないかという指摘もある（金融機関インタビュー）。

- ・税金の優遇措置は、大きな影響があるのではないかと。既存住宅のリモデリング費用に対する税金優遇措置をとれば、リモデリングが普及するのではないかと。(NARI)
- ・NARは、ワシントンで非常に強いロビー活動をしている。そして、税金等の優遇措置や、住宅を買ったり、売ったりする消費者を保護するための制度をつくるなどの活動をしている。住宅に関する優遇措置として、1つめは、住宅ローンの利子分をそのまま控除<sup>18</sup>できるというものである。2つめは、地方税として、固定資産税と住民税が課されている。これらについて、連邦税から控除されるという措置がとられている。3つ目は、キャピタル・ゲインについてである。1031エクスチェンジ(1031exchange)<sup>19</sup>という法律があり、住宅を売却してキャピタル・ゲインを得ても、次の家を購入してマイナスとなれば、税金を払う必要はなく、ほとんどのケースで、キャピタル・ゲインは無税である。現在、議会には、優遇措置を、かなりドラスティックにカットするという議案がでていいる。これにより、我々は最悪10%以上の住宅価格の下落を招く恐れがあると予測している。したがって、NARとしては税の優遇措置の継続を求めてロビーイングしている。この問題について

<sup>18</sup> 税額控除ではなく、所得控除。詳細は参考〇〇参照。

<sup>19</sup> キャピタルゲインが一定要件の下で非課税になる法律。詳細は参考〇〇参照。

は、多くの議員が反対しており、議案が通る確率は低い。(NAR)

- ・日米の相続税の問題が不動産の価格に影響しているのではないか。日本は70%以上相続税がかかる<sup>20</sup>と聞いたことがある。基本的に米国では富裕層をのぞいてほとんど相続税がかからない。したがって、米国では、不動産を家族の財産として子どもに残すという発想もある。日本では国にとられてしまうという意識があるのではないか。(NARアプレイザー)
- ・米国の持ち家促進政策は、移民に対しても開かれている。移民にとってもアメリカンドリームが実現できる。(NAR)
- ・人口の問題もあるのではないか。米国では、毎年1%、300万人増えている。そのうちの半分は移民である。これらの人々の住宅需要がある。日本はたしか人口は横ばいで将来は減少していたと思う。住宅ニーズが減少していくということがあるのではないか。(NARアプレイザー)

#### ◆日本への質問

日本への質問として多く出されたのは、住宅の維持、メンテナンスの状態に係わるものであった。価値がないと評価される住宅とは居住不可能なのではないかという意識があったものと考えられる。また、メンテナンスされていれば住宅価値は維持されているということがベースに常識としてあることが推測される。

- ・日本の持ち家所有者の平均収入はどの程度なのか。可処分所得を何に使用しているのか。米国の感覚では、住宅の価値が下がるのは収入が低く、修繕費が捻出できない場合である。家のメンテナンスに費用をかけていないのではないか。(NARI)
- ・日本は土地が足りなくて新しく家を建てる余地がないのではないのか。それで、なぜ住宅価値が下がるのか。(NARI)
- ・日本の家は、20年、30年たった時点で住めなくなっているのか。(NARI)
- ・日本は竹で家を作っているのか？そうではなくても20年で取り壊すということか。(NAR不動産業者)

#### ②居住者からみた日米の住宅意識の差、日本の住宅に対する意見

米国居住者へのインタビューからは、まず、米国における住宅価格として、学区で決まっているという指摘が多くみられ、米国においても立地が非常に重要な要素であることが裏付けられたと言える。また、立地の影響は日本以上に大きいこともうかがえる。

中古住宅の価格が維持されていることについて、居住者からは「中古」に対する日米の意識の差についても指摘があった。これは、日本でいわれている日本人の新築好きというだけではなく、米国人が歴史のあるものを価値として捉えるという指摘があった。また、メンテナンスやリフォーム等、居住者の住宅への係わりの多さも指摘がみられる。

また、米国の住宅の方が、質が高いために価値が評価されているのではないという意見もある一方、日本の住宅は堅牢な感じがしないという意見もある。

その他、日本の住宅の変化が大きいことにより、結果として古い住宅は「流行遅れ」「古くさい」というイメージが強くなるのではないかという指摘もあった。

#### ◆住宅の購入動機

- ・住宅を購入する場合、自己居住用はローンの利子が安い。また、種類も色々あり、買い換えることが前提の人には5年ローンといったものもある。

<sup>20</sup> 平成15年1月1日より最高税率が70%から50%に引き下げられている。

- ・住宅購入と子どもができたことによる控除額が最も大きい。そこで、米国人は、お金を節約(セーブ)するために住宅を購入すると良く話している。もっとも、プロパティ・タックスも高いので、その分は大変なのではないかと感じる。

#### ◆米国における住宅・居住地選択

- ・居住地を考える場合、税金は大きな問題である。ロングアイランドはタックスが高い。また、カリフォルニアやNYでは、連邦税、州税、市税を払わなければならない。収入が高くても、低くても、米国は税金が高いと感じる。日本の税金と桁が違う。感覚的には日本の2倍から3倍を税金でとられている感じがする。それが悔しいため、住宅を購入すれば、控除を受けることができる。
- ・住宅を購入する場合には、子どもを私立の学校に行かせるのか、税金は高い地域であっても、その公立に生かせるのかという選択がある。教育がいいから、そこに住み、いい教育のためには税金が高いというのは一般的な考え方である。ナッソー・カウンティは教育水準が高いことで有名であり、その中でもノースショウは全米でもトップレベルである。地価も、ノースショウとサウスショウでは、ノースショウの方が高い。そのエリアに住むには税金や消費税を払えるだけの収入がない不可能である。住宅と教育がこんなに密接に絡んでいるという感覚は、不思議に感じた。その他、グレイトネックは、ジュエイッシュが多く、教育熱心な親が多いといった話も良く聞く。教育レベルが高いといわれている学区は、教職員の給与も良く、良い学区の先生になるためには競争率が高いそうである。例えば、NYCで10年、働いていても、ナッソー・カウンティの初任給と同程度であると聞いたことがある。従って、教育が良ければ税金が高いのもやむをえないと感じる。どんなに高い税金であっても、子どもを私立の学校に通わせるよりは安いという話も良く耳にする。従って、米国人は絶対に教育で選んでいると感じる。

#### ◆住宅価格

- ・現在、米国においては、住宅の価値は上がるものということは常識になっていると感じる。地価は上がるものであるほか、建物もリフォームすると価値が上がるものだと考えられていると思う。
- ・住宅は、購入しようと考えている米国人は多いと思う。ただし、この5年間、NYの住宅価格は上がり続けているので、躊躇する人もいる。そうはいつでも、米国人からは、長い目で見れば元はとれるから買った方がいいと薦められる。
- ・米国で5年以上居住するなら、賃貸よりも住宅を購入した方が儲かると不動産屋にいわれた。現在の米国の計算だと2050年には人口が倍になるといわれている。そういう計算をもとに考えれば、家は必ず不足するし、だから家の価格は必ず上がると言われている。このあたりは日本と事情が全く異なるところではないか。少なくとも大損をすることはないという感覚がもてる。

#### ◆住宅の維持・メンテナンスについて

- ・メンテナンスについては、米国人には、家を建て直すという概念がなく、家はメンテナンスして住むものだと思っていると思う。メンテナンスする方が、価値が上がるという感覚もあると思う。また、米国人は「セービング」好きであり、新しい家を買うよりも、既にある家を購入して、リフォームし、メンテナンスして使っていく方が、結果的にお金がセービングできるという感覚もあると思う。
- ・もっとも、趣味でメンテナンスをしている人も、多くいる。
- ・メンテナンスについて、自分の家を自分でメンテナンスするという意識は、父親から受け継ぐのではないか。また、業者に頼むと高いので、自分でやっつけてしまおうという発想があると思う。
- ・ホームデポには、こんなものまでというような家の部品、例えば螺旋階段といったものが売られており、自分で住宅に手を加えやすい環境も整っている。
- ・この地域の物件でいえば、建物の方が土地代より比率が高い。したがって、建て替えという発

想があまりない。そうはいつでも、マンハッタンやフロリダでは、建物付きの物件を購入して、建物を壊して建てるパターンもでてきたときなので、地域によって若干事情は異なるとは思

う。

#### ◆米国において中古住宅の価値が維持されることについて

- 中古住宅に価値がつくことについては、米国人の「歴史好き」「古いものへのあこがれ」という文化もあると感じる。西欧に比べて自分たちの歴史が浅いということは米国人のコンプレックスであり、アンティークが大好きである。従って、ビクトリアン調等の古い家は、古い方が価値があると判断されているように感じる。
- 建物の作りの質は日本の方が圧倒的に高い。米国の家の作りは安易である。壁等も安っぽい。日本は住宅のスタイルそのものが変化しているということがあるのではないか。米国はスタイルが決まっている。もしも、日本においても、住宅が変化せず、日本建築が継続していれば100年たっても古ぼけてみえないのではないか。日本は住宅のトレンドの変わり方が大きすぎる。戦後の高度経済成長で生活の質があがっている中で住宅も変わっているので、昔のものが古ぼけてみえずすぎる。米国の住宅は、見た目はかなり古い。特に戸建住宅はかなり古い、それをあまり古いとは思わない。材料等があまり変わっていないのではないか。日本の住宅は、サイディング等、住宅業者がどんどん色々なものをだすので、すぐに前の製品は古くさい感じになる。
- 日本の建物はきれいだが、「がっかりした」という印象はない。

#### ◆その他の日本の住宅への意見

- 日本のマンションについて、例えば、現在、流行しているタワーマンションについて思うのは、いかにも「集合住宅」という感じがするということである。エレベーターにのるのにも時間がかかるし、タワーであるため戸数も多く、様々な人が住むだろう。スケールメリットがでるため、管理費等が安くなるのは良いと思うが、もう少しこじんまりした、「マンション」という感じではないもの、そこまで「マンション」とこだわらなくてもいいようなものがあるといいのではあるのではないか。日本では、タウンハウスというのは、安っぽいイメージがあるが、こちらのタウンハウスは住みやすそうだと感じる物件が多くある。
- 日本の家は、外観がそろっていないことに加えて、建物の向きも思い思いの方向をむいて建っているように感じる。日本は土地に対して、多様なものがありすぎて、美しくみえないのではないか。

#### 4. まとめ

##### ①住宅価格

米国においても住宅の価格を決める大きな要素は立地であるということが明らかになった。これらは、米国の住宅業界関係者の一致した見解であると同時に消費者も同様の認識をしている。

そのため、住宅の値付けは近隣物件による事例比較となる。不動産業者は直近の売買事例から妥当な価格を検討する。金融機関のローン審査においては、アプレイザー（鑑定士）を使って評価した後、証券化の可否から判断されることになる。消費者は住宅の売買は複数回経験することが通常であり、日頃から周辺物件価格に敏感である。

立地が大きな要因となる理由として、税金及び学校に代表される公共サービスの水準等があると考えられている。さらに、個々のリフォームが面的になり、地域として環境が整ってきたと判断されると、地域として価格水準が上がるという指摘から考えると、税金や学区が、地域の安全性等の代理指標となっている可能性も推察される。日米で住宅開発に係わった経験のある不動産業者から、米国における住宅開発ではコミュニティが非常に重視されるという指摘もある。

建物価値が意識されている理由として、土地と建物の価格構成比率の違いが指摘できる。また、米国在住日本人からは住宅に限らず中古に対する意識の違いが指摘された。

また、中古住宅の価格が維持されていることについて、手入れをしていれば住宅の価格は横ばいが基本であるという認識がうかがえる。

さらに、居住者からは、米国では住宅の価値は必ず上がると考えられているように感じるという指摘がみられた。これは政策による影響が大きいと推測される。

##### ②住宅の資産価値の構成要素

『①住宅価格』において、米国においても住宅価値を決める最も大きな要因は立地であることを記載した。それ以外の住宅の価値の構成要素について、リフォーム内容やインスペクションの項目から推測すると、住宅の資産価値を向上させるリフォーム内容はどのようなものかという質問には、増築がまずあげられ、住宅の広さ（建築面積、延べ床面積）が住宅の資産価値を構成する基本要素の一つであると言える。また、スペース拡大のほか、部屋数、バスルーム数についても価値を構成する要素であると言える。

売却時のリフォームとして、外壁と同時に庭の手入れがあげられている。またインスペクションにおいても、敷地項目として外壁や内装と同じレベルで項目が掲げられ、庭木の状態等についてチェックする。『①住宅価格』で、米国において立地は居住環境や安全性等の代理変数となっている可能性を述べた。また、1件のリフォームが周辺の家に波及することにより地域としての価値が上がるという指摘もみられることから、外壁、庭という敷地を含んだ住宅の外観全体が、住宅の資産価値の構成要素となっていると考えられる。

その他、台所やバスルームのリニューアル、各種設備の更新があげられ、設備も資産価値の構成要素であると言える。

### ③米国で住宅の資産価値が維持されている理由

米国で住宅の資産価値が維持されている理由として以下の5点が考えられる。

#### (a)住宅の質に関する情報が多い

インスペクション制度が既存住宅取引において常識とされていること、リフォーム情報が公開されていること、オープンハウスにより、購入前の住宅を確認することができること等により、日本と比較して既存住宅購入時に住宅がどのような状況にあるかを判断しやすいということが言える。日本では住宅の質が不透明なために購入時のリスクが高く、価格下落要因になっていると考えられる。

#### (b)取引事例比較法で価格が決定する

国内でのヒアリング調査（第2章）でも触れたように、値付けの方法として原価法を用いている場合は、年数の経過により必ず価格は下落する。米国では戸建住宅においても取引事例比較法が用いられており、この理由は2つ考えられる。1つは市場規模であり、比較するだけの類似物件が存在することが必要である。もう1つは物件の標準性である。日本の戸建住宅は個別性が高く、市場規模が大きくなってきても取引事例比較法を用いることは難しい。米国は標準性が重視されており、物件を見なくても（間取り図がなくても）物件をイメージすることが可能とのことである。これにより取引事例比較法が可能となり、一律に価格が下落していくことはないと考えられる。

#### (c)住宅に対して消費者の意識が高く、価値向上に努めている

リフォーム市場規模は新築住宅市場の規模を上回るほどの大きさとなっている。その理由としてホームエクイティローンの普及や、リフォーム費用対効果が公開されていること等が考えられるが、米国の消費者の住宅に対する意識は高く、価値向上に努めていると言える。

#### (d)コミュニティ重視

団地のコミュニティ形成により住宅価格が上昇する。新築よりも年月が経つことで（環境等の）リスクが減るという考え方があると思われる。そのため、建設会社は建設と同程度の労力をかけてコミュニティ計画を策定・実施するとのことである。また、庭木が育つことで住宅価格が上昇することから、庭や近隣を含めた一体として住宅の価値が評価されていると考えられる。

#### (e)消費者の意識

住宅は手をかければ価値は下がらないという意識が浸透している。これが成り立つためには、時代の変化に対して住宅のトレンド・部材のレベルが大きく変わらないという条件が必要だと思われる。日本は時代の変化による住宅の変化が激しく、構造的に耐用年数が残っていたとしても、時代遅れ（間取りの変化等）になってしまっているため壊すケースが多いと思われる。また、昭和40年ごろまでは使用部材（柱の太さや壁の厚さ）が今の基準と比較すると貧弱なため、建替えが進むということもある。

## 第 6 章

### まとめ

## 第6章 まとめ

本研究では市場において住宅の質が適切に評価されることが、良質な住宅ストックの形成につながるという考えのもと、住宅の資産価値に影響を及ぼす要素を調査・分析した。

本章では、第2章から第5章の調査結果を元に、住宅の資産価値に影響を及ぼす要素と、その背景・要因について整理し、住宅の質が適切に評価されるための課題をまとめる。

これを受けて、市場において住宅の質が適切に評価されるために必要なことについて3つの切り口から考察し、関連住宅施策の状況について整理する。

最後に、住宅の質が資産価値に適切に反映されるための具体的な方策について提案する。

### 1. 住宅の資産価値に影響を及ぼす要素と課題

#### (1) 住宅の資産価値に影響を及ぼす要素とその背景・要因

住宅市場に関わる業者等へのヒアリング調査（第2章）より、住宅の資産価値に影響を及ぼすものとしては、立地がなによりも重視されること、次いで構造、広さ、標準性が重視され、マンションの場合は管理会社や施工会社も価格に反映するということがわかった。また、見栄えをよくするリフォームは価格に反映されるが、メンテナンスは必ずしも評価されるとは限らないということがわかった。さらに、耐震性については建築年が新耐震基準施行の前か後かということが価格に反映するが、全体として住宅の性能が価格にほとんど反映していないことが確認された。これらの要因として、購入者があまり住宅の質について意識しておらず、特にマンションでその傾向が顕著であること、中古住宅市場が活性化していないことが、中古住宅の適正な資産価値評価を妨げる要因になっている可能性があること等が挙げられた。

次に、中古住宅市場における取引事例調査（第3章）にて中古マンションの取引価格に影響を及ぼす要素をヘドニックアプローチで分析した結果（世田谷区南部）より、分譲時と比較して価格形成要因が減少していること、立地（交通利便性）を分譲時よりシビアに評価していること（連絡駅 DM：+28万円、徒歩：-1.9万円/分、勾配：-16.3万円）、ゆとりのある空間が高い評価になること（建蔽率：-1.0万円/%、バルコニー面積：+0.5万円/m<sup>2</sup>、空間 DM：+12.0万円）、大手施工会社が高い評価になること（施工会社 DM：+23.7万円）等がわかった。また、これらの要因として、分譲時は住宅の質が反映された価格になっているが、中古時はほとんど反映されていないことや住宅の質の判断基準として施工会社を見ている可能性が考えられた。

さらに、住宅購入時に重視する性能等に関する消費者意識調査（第4章）にて、マンション購入者・意向者が住宅購入時に重視する要素を、コンジョイント分析を用いて分析した結果より、購入者も意向者も住宅の質にコストをかける意思があること、購入者が直感的に重視する要素は耐震性（19.6%）や遮音性（16.8%）であるが、購入時の判断基準として重視する要素は日照（25.7%）、断熱性（19.7%）、防犯性（19.4%）であること、意向者は購入者より選好が分かれたこと、購入者と比較して直感的な重視度では遮音性の順位が低いこと（購入者：2位→意向者：4位）、購入時の判断基準としては面積の順位が高いこと（購入者：5位→意向者：2位）がわかった。この結果は2章、3章で得られていた「消費者は住宅の質にあまり価値を見していない」という結果とは異なる結果となり、住宅の質に関する情報を提供することで、消費者は住宅の質を重視するということが確認された。

また、購入者と意向者の選好が異なった要因として、購入経験の差が選択基準の違いとして表れているのではないかと考えられた。

各調査で得た結果を表 6-1 にまとめている。

表 6-1：住宅の資産価値に影響を及ぼす要素とその背景・要因

	住宅市場に関わる業者等へのヒアリング調査 (第2章)	中古住宅市場における取引事例調査 (第3章)	住宅購入時に重視する性能等に関する消費者意識調査 (第4章)
① 住宅の資産価値に影響を及ぼす要素	<ul style="list-style-type: none"> <li>・立地がなによりも重視される。</li> <li>・その他、構造、広さ、標準性。</li> <li>・マンションの場合は管理会社や施工会社も影響。</li> <li>・メンテナンスは必ずしも評価されるとは限らない。</li> <li>・リフォームで見栄えをよくすると価格に反映。</li> <li>・耐震性：建築年(新耐震基準の前か後か)が価格に反映。</li> <li>・遮音性、断熱性等の住宅性能はほとんど価格に反映していない。買い手の意識も薄い。</li> <li>・防犯性：買い手の意識が向上。</li> <li>・今後、可変性や耐久性が評価されていくと予想。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・分譲時より価格形成要因が減少(13項目→10項目)</li> <li>・立地(交通利便性)を分譲時よりシビアに判断。 連絡駅:28万円(14%)増。 徒歩:1.9万円(/分)減。 勾配有り:16.3万円減。</li> <li>・大手施工会社:24万円増。</li> <li>・ゆとりのある設計が高評価。 建蔽率:1万円(/%)減。 空間(ゆとり有り):12万円増。 バルコニー面積:0.5万円(/㎡)増。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・購入者も意向者も住宅の質にコスト(面積)をかける意思がある。</li> <li>◆購入者</li> <li>・直感的に重視する要素は耐震性、遮音性。 →しかし一定以上の性能があれば十分。</li> <li>・選択時の判断基準は日照、断熱性、防犯性。 →特に日照を重視する意向が高い。</li> <li>◆意向者</li> <li>・選好が分かれた。</li> <li>・直感的に重視する要素で遮音性の順位が低い。</li> <li>・選択時の判断基準で面積の順位が高い。</li> </ul>
② ①の背景・要因	<ul style="list-style-type: none"> <li>・購入者は、建物の質についてあまり意識していない。特に、マンションでその傾向が顕著。</li> <li>・中古住宅市場が活性化していないことが、中古住宅の適正な資産価値評価を妨げる要因となっている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・住宅の質の判断基準として施工会社を見ている可能性がある。</li> <li>・分譲時は住宅の質が反映された価格になっているが、中古になるとほとんど反映されていない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・住宅の質に関する情報を提供することで質を重視する。</li> <li>・購入経験の差が選択基準の違いに表れている。</li> </ul>
③ 課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中古住宅市場で質の違いが伝わりにくいため、市場での評価項目になっていない。</li> <li>・消費者自身が「賢くなる」必要性がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者が、住宅の質、特に中古住宅の質を知るための情報がほとんどない。</li> <li>・価格情報が整備されていない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・住宅の質を判断するためには、経験が重要になる。</li> </ul>

ヒアリング調査(第2章)より、中古住宅市場で質の違いが伝わりにくいため、市場での評価項目になっていないこと、消費者自身が賢くならなければ、業者が変わることは難しいという課題が考えられた。取引事例調査(第3章)より、消費者が住宅の質、特に中古住宅の質を知るための情報がほとんどないこと、価格情報(分譲時価格、中古成約価格)についても整備されていないという課題が考えられた。消費者意識調査(第4章)より、住宅の質を判断するためには経験が重要になるという課題が考えられた。

次に、第2章から第4章をふまえて日本における住宅の資産価値の現状と課題を整理し、

米国住宅資産価値の実態調査（第5章）より明らかになった米国における住宅資産価値の現状と背景と合わせて表6-2にまとめた。

表6-2：住宅の資産価値の現状と課題

	日本における現状と課題 (第2章から第4章のまとめ)	米国住宅資産価値の実態調査 (第5章)
①住宅の資産価値の現状	<p>◆現状</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中古になった時点で価格が2割下落し、木造戸建の場合は築20年でゼロ査定となる</li> <li>・中古住宅市場は新築住宅市場の1/8</li> </ul> <p>◆資産価値に影響を及ぼすもの</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・立地(交通利便性)</li> <li>・見栄え(見た目のきれいさ、設備の新しさ)</li> <li>・日照</li> <li>・空間的なゆとり</li> </ul> <p>◆住宅の質への意識</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・耐震性: 関心高いが価格への反映は建築年程度</li> <li>・遮音性、耐久性: 関心高い (ただし価格への反映なし)</li> <li>・防犯性: 関心高まる(価格への反映なし)</li> <li>・断熱性: 関心中程度 (情報があれば比較検討の指標になり得る)</li> <li>・可変性: 関心低い</li> <li>・購入経験により重視する住宅の質が変わる</li> </ul>	<p>◆現状</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・メンテナンスを適切に行うことで価値が維持されることが一般的</li> <li>・既存住宅市場は新築の5倍以上</li> <li>・住宅に関する税制優遇</li> </ul> <p>◆資産価値に影響を及ぼすもの</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・立地(学区、景観)</li> <li>・標準性</li> <li>・外観(外壁、庭)</li> <li>・設備</li> <li>・メンテナンス履歴</li> </ul> <p>◆住宅の質への意識</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・耐震性: 関心低い</li> <li>・安全性: 古い住宅が多いため重要</li> <li>・耐久性: 購入時よりも購入後に意識</li> </ul> <p>※良い状態で保たれているかどうかに関心が高い</p>
②①の背景・要因	<ul style="list-style-type: none"> <li>・見えるもの、イメージできるもののみが価格に反映している。</li> <li>・事業者と消費者の間に「住宅の質への意識」に対するギャップがある。</li> </ul>  <p>住宅の質を判断できる情報が少ない。あったとしても比較検討できる形で提示されていない。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者は住宅に対する知識・経験が豊富ではない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・立地が安全性等の代理指標となっている可能性が有る。</li> <li>・インスペクションが普及している。</li> <li>・バイヤーズ・エージェント、エスクロー会社、モーゲージ・カンパニーなど消費者の住宅購入を支援する業種が発達している。</li> <li>・物件履歴(価格、修繕)が提示されている。</li> <li>・基本的に住宅価値は下がらないという意識がある。</li> </ul>

③課題

- ①住宅の質に関する情報の不足
- ②消費者のハウジングリテラシーの不足
- ③消費者支援の仕組みの不足

住宅の質について、現状では、見えるもの、イメージできるもののみが価格に反映している傾向がみられるほか、事業者が考える消費者の住宅の質への意識と、実際の消費者の住宅の質への意識にはギャップがあることが指摘できる。この理由として、住宅の質を判断できる情報が少ない、あったとしても比較検討できる形で提示されていないということが言える。また、消費者の住宅に対する知識・経験が豊富ではないことも挙げられる。

これらより、住宅の質が適切に評価されるためには、以下に示す3点が課題として考えられる。

## (2)住宅の質が適切に評価されるための課題

### ①住宅の質に関する情報の不足

消費者は住宅の質について、コストを払っても評価をしたいという意向を持っていることがわかった(第4章)。また、米国調査(第5章)よりインスペクションや修繕履歴が価格に影響を及ぼすことがわかった。

つまり、現状、なぜ、消費者が住宅の質を判断しているような消費行動をとっていないかについては、まず、消費者が住宅の質を判断するための情報を入手できていないためであると言える。住宅の質に関する情報が提供されて始めて、住宅の質を判断するための土壌ができると言える。

また、中古市場は成約価格情報さえも開示されていない状況であることがわかった(第3章)。住宅の質と価格、両方の情報が開示されることにより、これらが市場において消費者に適切に評価され、市場を通じて良質なストックが流通することを促進すると言える。そのためには、前提として、住宅の質の情報とともに物件価格は開示される必要がある。

### ②消費者のハウジングリテラシー(住宅に対する知識・教養)の不足

しかし、正確な情報を伝えるだけでは住宅の質が適切に評価されるには至らないと考えられる。質の判断を行うためには、与えられた情報がどのような意味を持つのかを理解することが必要である。また、住宅、住まいにおいて何が大切であるかを理解することが重要である。

消費者への意識調査(第4章)においても、要素の認知度や理解度の差が選好に表れた。例えば、日照Aへの選択意向が非常に強かった。しかし、日照Aの水準(冬至で日照8時間)は東京都23区内では望むことはかなり難しい水準であり、実際に都内で暮らしているのであれば、多くの人は日照BやCの水準以下であると推測できる。実際問題として、予算制約がある中での住宅購入を考えた場合、今回、選択肢で提示した日照Aよりも、日照はBやCにして、他の項目の水準を上げても、日照に不都合はない、むしろ全体としてはより満足という世帯は多いと推測する。

また、可変性については全くといっていいほど重視されていなかった。しかしライフステージの変化を考えた場合、可変性が低い住宅では快適な暮らしができないばかりでなく、生活し続けることができなくなる可能性すらある。例えば、家族の1人が事故により車椅子の生活を余儀なくされたとしよう。家が人に合わせてバリアフリー仕様にできなければ自立した生活を送ることが不可能になってしまう。

さらに、購入経験の有無が選好に影響を及ぼしていることがわかった。このことから、質の判断を行うためにはハウジングリテラシー(住宅に対する知識・教養)が必要である

こと、ハウジングリテラシーの向上には経験が重要であることが感じられる。

### ③消費者支援の仕組みの不足

取引事例調査（第3章）において、住宅の質がわからないため、施工会社を代理変数として選んでいると考えられる行動がみられた。住宅の質に関する情報が与えられ、消費者のハウジングリテラシーが向上したとしても、全ての消費者が建築士や鑑定士レベルの知識を持ち、適切な判断を行うことは現実的ではない。消費者が住宅の質を完璧に理解することが困難な中では事業者情報を適切に提供することも重要であると考えられる。さらに、米国調査（第5章）においても、消費者は、住宅の知識が完全ではないからこそ、専門家（インスペクター）を雇って住宅をチェックしていると考えられる。住宅の質を判断できるためには、専門家ではない消費者を支援する仕組みも重要であろう。

## 2. 住宅の質が適切に評価されるために必要なこと

『1. (2) 住宅の質が適切に評価されるための課題』をもとに、市場において住宅の質が適切に評価されるために必要なことと、これに関連する住宅施策の状況について、(1)住宅の質に関する情報の提供、(2)消費者のハウジングリテラシーの向上、(3)消費者支援の仕組みの提供という切り口から整理した。

### (1)住宅の質に関する情報の提供

#### ①提供すべき情報

取引事例調査（第3章）や消費者意識調査（第4章）、米国住宅資産価値の実態調査（第5章）の結果から考えると、提供すべき情報としては、物件の売買履歴（時期、価格）、周辺地域情報、修繕履歴、近隣物件価格、リフォーム価格、住宅性能等が挙げられる。

質を適切に評価するための前段階として価格情報が必要だと考えられる。近隣の類似物件価格や当該物件の売買（価格）履歴が分かることで、当該物件の相場観をつかむことができる。物件価格の開示については個人情報保護の観点から否定的な意見もあるが、現在でも個人の住宅ローンの金額は登記簿謄本に記載されており、誰でも閲覧することが可能である。また、分譲物件はそもそも分譲時には価格が一般に公開されており、誰でも分譲時の物件価格（価格表への記載価格）を知ることができる。このような状況を考えると、少なくとも価格については情報登録及び公開は可能だと考えられる。個人情報保護にいかに関心しながら消費者への価格に関する情報開示を進めていくかを検討していくことになる。

また、リフォームにかかる費用およびその効果について、一定の指標となるものがあることで、リフォームへの取組みが進むと考えられる。現在、一般の消費者でリフォーム価格の相場観を持っている人はほとんどいないと考えられる。ましてや資産価値への影響は誰も分からないのが現状である。例えば米国ではリフォームの費用対効果<sup>1</sup>がエリア別・工事別に公開されるなど、自分がかけた費用がどの程度の価値を持つかがわかりやすい。実際に、米国の消費者はリフォームにかかる費用と、資産価値への影響具合をほぼ理解しているという印象を受けた。少なくともリフォーム価格のインデックス（基準価格）が公表されることにより、悪徳リフォームの被害が減少すると考えられる。

さらに、性能を統一されたフォーマットで表示することは、住宅の質の適切な評価に大きくつながると考えられる。そのためには、住宅性能表示制度が普及することが重要だと考えられる。

#### ②情報提供に関する現状

現在、日本においても様々な情報が提供されている。価格情報に関してはレインズで、性能情報に関しては住宅性能表示制度で、さらに2006年より、マンションの維持管理情報を登録・公開する「マンションみらいネット<sup>2</sup>」が始まる。こうしてみると日本でも情報提供は進んでいるような印象を受ける。しかし、現状では様々な問題点を抱えていると考えられる。

<sup>1</sup> 第5章 P103「参考：リフォーム費と住宅販売価格」参照

<sup>2</sup> 財団法人マンション管理センター <http://www.mankan.or.jp/mirai-net/03.htm>

## (a)物件取引数、物件価格

まず、日本では中古物件の取引数を知るには5年に1度の住宅土地統計調査を待たなければならない。新築住宅の着工戸数は月次で数が把握できているのに対してあまりに大きな違いと言える。これでは、中古住宅市場の活性化に力を入れると言っても、現状とその問題点を把握し、効果的な対策を打つことは困難であると言わざるを得ない。確かに、レインズ会員が登録する物件数により概況を計ることは可能である。しかし、レインズ登録会社以外は登録しないし、会員であっても登録義務は専任媒介取引のみである。さらに成約価格の登録は3割程度に留まっているなど、中古住宅市場を完全に把握するデータにはなり得ない。新築も含め、成約価格および住所等の基本物件情報を登録・公開する仕組みが早急に必要だと考えられる。

## (b)性能情報

住宅の品質確保の促進等に関する法律（品確法）に基づく住宅性能表示制度が、平成12年10月（中古住宅は平成14年12月）より運用を開始している。住宅性能評価を受けた住宅が一般的になれば住宅性能を比較して物件を選ぶことができるようになり、現在の中古住宅市場を大きく変える可能性がある。しかし、平成16年度実績では新築住宅の設計住宅性能評価書交付戸数は約16万件で新築着工戸数の15%に満たない。さらに中古住宅は平成17年12月までの累計で600戸に満たないという状況である。

普及の障害となっている原因は大きく2つ考えられる。

1つには、そもそも住宅性能表示制度においては、例えば耐震性能のように、建築確認と比較してより多くの図書等による検証が必要となる場合があることや、省エネルギー性能のように、建築確認と比べて追加の事項に関する評価が行われることなどから、中小工務店にとっては負荷が高く、制度利用に積極的でないケースが見られる。このため、最も大きなボリュームを占める（そして最も大切だと考えられる）在来木造の登録が非常に少ないことが挙げられる。型式住宅部分等製造者認定<sup>3</sup>を取得しているハウスメーカーの場合、検査は基本的に2回で済むが、在来木造の場合は4回必要となる。また、制度認定にかかるコストは購入者が負担することが当然とも考えられるが、現状ではコストを購入者に転嫁することはなかなか難しく、利用が伸びていない一因となっている。

しかし、最も大きい原因は消費者の認知の低さだと考えられる。例えば、住宅性能表示制度の目的の一つとして「消費者による性能の相互比較を可能にする」<sup>4</sup>ことが挙げられているが、この想定シーンは新築もしくは中古物件の購入検討時であろう。相互比較をするためには、そのための仕組みが必要となる。ところが、住宅性能評価書の交付を受けた物件を検索し、比較検討する画面はWeb上では提供されていない<sup>5</sup>。現状で消費者が住宅性能で相互比較しようとした場合、各々のパンフレットを取り寄せ、住宅性能評価書の交付を受けているかを調べ、各項目について自分で照らし合わせるが必要となる。そのため、性能の相互比較として住宅性能表示制度を活用している消費者は少ないと考えられる。前述の例に限らず、住宅性能表示制度が活用される状況を具体的に想定した上で、利用しやすい情報提供のあり方の検討、認知の向上にもっと力を入れて

<sup>3</sup> 製造設備等の技術的生産条件が一定の基準に適合することの認証を受けることにより、評価の省略を行うための制度

<sup>4</sup> 住宅性能評価機関等連絡協議会 HP より引用。

<sup>5</sup> 2006/3/1 現在。著者が確認した範囲において見つけることはできなかった。

いくべきではないかと考えられる。

### (c)管理情報(マンションみらいネット)

2006年より、マンションの維持管理情報をマンション管理組合が登録<sup>6</sup>し、(財)マンション管理センターのサーバで管理する仕組み(マンションみらいネット)が運用開始される。(b)の性能と合わせ、住宅の質をかなり客観的に計ることができるようになると考えられる。マンションみらいネットの目的としては、「マンション管理のレベルアップを支援」「マンション購入希望者に対するマンション管理情報の提供」「良好管理マンションに対する評価獲得の支援」の3点<sup>7</sup>が挙げられている。これは、マンション管理組合のデータ管理保全を図るとともに、(b)の性能と併せ)マンション購入希望者にマンションの質を客観的に示すデータを提供することで、マンションの資産価値向上を実現するための仕組みともなり得る。

しかし、図面を登録(情報開示)しようとするデータ管理費が高くなり、充実した情報を残そうと思えば思うほど、登録側にとって費用負担が重くなる仕組みになっている。充実した情報を登録することに見合うだけのメリット(資産価値の向上)がなければ、あえてコストをかけてまで登録する管理組合が増えるとは考えにくい。最低限、充実した情報を登録することへの障壁は取り除くべきであろうと考えられる。

また、情報の提供先によって、公開する情報の内容や見せ方をさらに検討する必要があるのではないかと考えられる。購入希望者向けに提供する場合、住宅の専門家ではない一般の消費者にとって、物件の概要や管理情報をそのまま提示されても、判断を下すのは難しい。住宅にはどのようなことが大切なのか、それに対してそれぞれの物件ほどの程度のレベルをクリアしているのか、他の物件と比較するとどうなのかという情報の見せ方を工夫し、例えば、一定基準を入力しそれを満たす物件を検索することができるようなインターフェイスが提供されて初めて、登録された情報が有意義なものになってくるのではないかと考えられる。

(a)から(c)で見てきたように、性能情報に関しても、管理情報に関しても、「どのような情報を提供するか?」という論議は多くされているが、「どのように情報を提供するか?」ということは重視されていないように感じる。情報を分かりやすく、迅速に、適切に消費者に届けることは、非常に難しい業務である。しかし、専門業者と消費者との間の情報の非対称性が大きな問題となっている現状、重要な情報の中にはそもそもデータとして整備されていないものが多いという現状等を見ると、市場重視の住宅政策を取る上で、どのように情報を整備し提供するかということは、非常に重要な課題だと考えられる。なお、必要度の高い情報といえども実際に整備、提供方法を検討する際には、それに要する費用と、もたらされる便益との関係を十分意識する必要がある。

## (2)消費者のハウジングリテラシー(住宅に対する知識・教養)の向上

情報提供と並んで必要なのが、得た情報をどのように解釈し、判断基準とするかという消費者の住宅に対する知識の向上である。知識を高めるには経験が最も効果的と考えられる。本や人に教えられた知識よりも、自分が経験することで多くのことを学べると誰しも

<sup>6</sup> 分譲時は販売会社が登録し、その後の運用(年に1回更新)は管理組合が更新することを想定している。

<sup>7</sup> マンションみらいネット「管理組合向け案内書」より引用。

感じるところであろう。「百見は一験に如かず」である。

例えば、米国の消費者のハウジングリテラシー（住宅に対する知識・教養）が高い要因の一つとして、ペンキ塗り等の日々のメンテナンスや、1生に8回といわれる住宅購入回数に代表される住宅との関わりの深さがあげられる。また、各協会（NAR、NARI、AHSI）も積極的に消費者向け住教育を行っている。これは社会的責任といった側面もあるだろうが、ビジネスを発展させていくためには顧客を育て上げることが第一という合理的な判断が見える。例えば、米国でインスペクションが急速に普及（15年前：10%→現在：70%）した背景には、ASHIが消費者に対して家の状態を正確に把握する重要性をPRしたことが大きい（第5章）とのことであった。

一方、日本の消費者の現状としては、立地や見栄え、日照、防犯性などイメージしやすいものに対して高い評価を与えていると言える。耐久性や可変性はイメージしにくいいためか、感覚として理解していないと考えられる。このことはバリアフリー住宅の普及率<sup>8</sup>の低さからも見てとれる。（1）にも関連するが、今後、消費者への情報提供の充実を検討するにあたっては、情報についての説明の重要性と困難さを十分に理解して取り組む必要があると言える。

地価下落により住宅が取得しやすくなってきたとはいえ、欧米諸国と比較すると住宅取得の年収倍率は高い<sup>9</sup>日本において、家を買うことのハードルを急に下げるとは難しく、米国のように住替え回数が急に増えることは考えにくい。そこで、日本における経験を伴ったハウジングリテラシー向上の一策として、多様な賃貸住宅の提供が大きな意味を持つと考える。賃貸住市場において、例えば、断熱性を非常に重視した部屋、リビングが極端に広い部屋、収納を充実させた部屋、遮音性が極めて高い部屋など多様な部屋が出てくることにより、家を買う前に様々な部屋を体験できる可能性が広がる。

可能であれば、賃貸住宅流通市場とあわせて、設備・家具に相当するものについての賃貸市場（例えばサッシや床暖房、太陽熱発電設備等のリース、あるいはインテリア一式の提案型レンタル等）が形成できれば、消費者としては、より一層、自分の“住まい方”についてチャレンジができる仕組みとなる。

さらにハウジングリテラシー向上の方向性として、「自分の家を良くする」という意識から「自分の地域を良くする」という意識へと広げることが大切であると考えられる。住宅は都市や街並みの重要な構成要素であり、個人の私生活の場としてのみならず、豊かな地域社会を形成する上で重要な要素である<sup>10</sup>とされているが、地域社会のために個人が犠牲を払うということではなく、豊かな地域社会を形成することで個々の住宅の資産価値も上がると考えられる。実際に米国では、外観が街並みに調和すること、芝生の手入れをすること等が重視されており、地域として環境が整ってきたと判断されると、地域として価格水準が上がり、個々の住宅の資産価値も上昇すると言われている（第5章）。同様に日本においても、大手ディベロッパーによる大規模開発について、一体として開発されたことによる街全体の統一感等もあり、地域内の住宅の資産価値が地域外と比較して高くなっている事例がある（第2章）。このように、豊かな地域社会の形成が個々の住宅の資産価値の上昇に寄与することは十分にあり得ると考えられる。

<sup>8</sup> バリアフリー住宅普及率（手すり、段差なし、廊下幅の3つの基準を全て達成した住宅のストック全体に対する割合）は3.4%（平成15年住宅需要実態調査）

<sup>9</sup> 住宅金融公庫「利用者報告・有料分譲住宅購入資金編」他

<sup>10</sup> 社会資本整備審議会（2005）「新たな住宅政策に対応した制度的枠組みについて」

### (3)消費者支援の仕組みの提供

まず、住宅購入時の消費者へのサポートビジネスが普及していくことで消費者にとって望ましい環境に近づくと考えられる。例えば、インスペクションを実施する会社は日本にも複数存在する。しかし、その実施率は米国のインスペクション実施率70%以上には遠く及ばない。ほとんど認知されていないというのが現状である。また、リビング・デザイン・センターOZONEでは、2000年から、家づくりサポートの一環として、コンペで建築家や業者を選べるシステムを提供している。登録されている建築家や業者から3者（社）を指名して案を提示させるシステムと、1者（社）を指名して複数案を提示させるシステムがあり、30～50万円程度の費用でコンペが実施できる。さらに、マンションの内覧会立会いや、購入前の物件調査等を提供する個人向け不動産コンサルタントも徐々に増えてきた。住宅購入時の消費者へのサポートをビジネスとする動きが増えつつあると言える。

このように既に民間主導でビジネスが立ち上がり始めてはいるものの、いずれも事業として成立している規模とはいえず、認知度向上支援など民間活力の方向性を支援する重要性は高いと考えられる。

また、消費者支援の仕組みとして、消費者が適切な業者を選択できる仕組みが重要であると考えられる。そのためには業者の情報が整備されていることが重要だと考えられる。例えばリフォーム業者であれば、過去の工事内容や価格、行政処分の有無等が分かることは、業者選定の際に大いに役立つであろう。

さらに、消費者支援の仕組みとして考えられるものに、住宅ローン選択の支援が挙げられる。住宅購入において、住宅ローンの選択は非常に重要である。しかし、現状は住宅建設業者の勧めで安易に住宅ローンを選択している人が多い<sup>11</sup>。住宅建設業者は提携している金融機関の商品を勧めることが通常で、本当にその消費者に合った住宅ローンの選択をしているかどうかは甚だ怪しいと感じる。2005年より開始された住宅ローンアドバイザー制度は、この状況を変化させる可能性がある。この中では、金融商品販売法に準じた説明責任等、業者の説明責任を明確化し、消費者のためになる情報を正確に提供するものとしていくべきであると考えられる。

---

<sup>11</sup> 民間住宅ローンの実態に関する調査（国土交通省 2005）

### 3. 住宅の質が資産価値に適切に反映されるための方策

2. で挙げた内容を達成するためには様々な方策が考えられ、唯一の正解があるというものでもない。ここでは、住宅市場の中で住宅の質が資産価値に適切に反映されるための具体的な方策として、優先的に行った方が良くと考えられるもの、手をつけやすいと考えられるものを中心に8つ提案する。

表 6-3 : 住宅の質が資産価値に適切に反映されるための方策

<p>(1) 住宅の質に関する情報の提供</p> <ul style="list-style-type: none"><li>① 物件の売買履歴情報、安全情報の整備</li><li>② 住宅性能表示制度の推進</li><li>③ ライフサイクルコスト及び性能情報の開示</li></ul> <p>(2) 消費者のハウジングリテラシーの向上支援</p> <ul style="list-style-type: none"><li>① 賃貸住宅を活用したリフォーム経験の支援</li><li>② 住宅設備の規格の統一</li><li>③ メンテブル住宅の提供</li></ul> <p>(3) 消費者支援の仕組みの提供</p> <ul style="list-style-type: none"><li>① インスペクション制度の推進</li><li>② 業者情報の提供</li></ul>
---

#### (1) 住宅の質に関する情報提供の方策

まず、住宅の質に関する情報を提供する方策について、具体的に提案する。

##### ① 物件の売買履歴情報、安全情報の整備

物件の売買履歴情報（時期、価格）を蓄積するためには、登記簿謄本との連動が最も登録の負荷が少なく、かつ正確だと考えられる。新築住宅も含め、不動産取引が発生（引渡し）した時点で、登記簿謄本への所有権移転記載と同様に、成約価格および住所等の基本物件情報を登録し、その情報を一元管理するのが良いと考えられる。

また、安全性に関する情報は最優先事項である。地盤に関する情報（ボーリングデータ）、構造に関する情報（設計図書）、ハザードマップから考えられる災害可能性と対策についての情報は、入居者はもちろん、近隣の住民や購入希望者も容易に取得できるように整備されるべきであろう。マンションディベロッパーが中心となって情報を整備することが望まれる。

##### ② 住宅性能表示制度の普及

住宅性能表示制度を普及させる方法としては以下が考えられる。

まず、認知度向上の仕掛けとして、分譲住宅や中古住宅で住宅性能評価書の交付を受けた物件を Web 上で検索できる仕組みが、最低限必要である。例えば、住宅性能評価を受けた物件が一覧できるサイトを業界団体が設け、国土交通省HPからリンクするようにすれば、制度利用へのインセンティブも働く。また、現在既に、契約時の重要事項説明において、住宅性能評価書がある場合にはその旨を説明しなければならない<sup>12</sup>こととなっているが、不動産広告の物件概要において「住宅性能評価書交付（予定）の有無」の表示を義務付け

<sup>12</sup> 2005年3月のガイドライン改正で住宅性能評価書交付の有無について明確に表示することとなった。

たり、宅建業者等が評価書の内容に関する説明を的確に行えることを前提に、契約時には住宅性能評価の内容についても説明を義務付ければ、消費者に意識されるようになっていくはずである。

不動産広告の物件概要に「住宅性能評価書の交付（予定）の有無」の表示を義務付けることも考えられる。契約時の重要事項説明にも住宅性能評価についての説明を義務付ければ、消費者に意識されるようになっていくはずである。さらに、義務ばかりではなく、制度利用の多い業者を表彰するなど、住宅性能評価を受けた物件＝良質な物件という働きかけを強く行っていくべきだと考えられる。

次に、直感的な理解度が上がるような評価指標の示し方を工夫することが考えられる。住宅性能表示制度では、「等級1」が建築基準法をクリアしているレベルに設定されている。しかし、等級について詳しい説明がなければ、等級1は最低レベルなので回避すべきだという判断が働いてもおかしくない。消費者意識調査（第4章）においても、各要素の最低レベルは比較的高めに設定されていたにも関わらず、最低レベルは回避したいという意向が働いているように考えられた。また、指標によって2段階評価のものや4段階評価のものがあり、数字だけを見て簡単に判断できないのが現状である。多少バイアスがかかる可能性があったとしても、消費者が一見して理解できるような評価（例えば物件毎に総合ポイントが出るなど）を検討する必要があると考えられる。

### ③ライフサイクルコスト及び性能情報の開示

住宅のライフサイクルコストの開示は、消費者の住宅の質に対する意識を高め、住宅購入時の指標となると考えられる。一部のハウスメーカーでは既に実施されているが、建設時（購入時）の初期コストではなく、30年間や50年間ではどのようなメンテナンスが必要で、最終的にどれだけのコストがかかるかを明示していくことが望まれる。

また、性能（スペック）を開示するのは他の業界では当然のことである。住宅性能表示制度を利用することが望ましいが、少なくとも耐震強度（%表示）、遮音性（設計上および実測での各部屋の遮音等級）、断熱性（次世代省エネ基準達成率<sup>13</sup>(%)）について業界で統一のフォーマットを策定し、広告やカタログに提示するようになれば、消費者にとって質の判断ができるようになってくると考えられる。中古住宅として流通する際にも、新築時のデータという条件付でも前述の性能情報が開示されれば、現状より大きな進歩となる。

## (2)消費者のハウジングリテラシー向上支援の方策

次に、消費者のハウジングリテラシー向上を支援するために、消費者が住宅について経験できる仕組みについて提案する。

### ①賃貸住宅を活用したリフォーム経験の支援

現在、多くの賃貸住宅では退去時に原状回復義務があり、釘1本打つことにすら躊躇する人が多い。浴室の段差をなくすといったバリアフリー改装や耐震改装すらも、入居者が自由に行えない現状がある。これに対し、国がストックの質を高めるリフォームの範囲を例示し（バリアフリー工事、サッシの断熱性能を上げる等）、それに該当するリフォームは入居者が自由に実施しても良い（原状回復義務はない）ということにしてはどうか。そう

<sup>13</sup> 次世代省エネ基準を満たすためには断熱性の他に気密性が基準を満たすことが必要。

すれば、入居者にとっては快適性が増し、貸主にとっては住宅の質が向上することになり、双方にとってメリットがあると言える。さらに、リフォーム内容によって、賃貸借契約終了時に資産価値上昇分が入居者へ返金される仕組みができれば、入居者がリフォームを行うためのインセンティブになり得る。例えば、UR 賃貸住宅<sup>14</sup>では入居時に実施可能なリフォームの範囲を説明するといった取組みもされているそうである。残念ながらほとんど告知されていないため、消費者の認知度は低いと考えられるが、UR 賃貸住宅がリフォーム可能な賃貸住宅として認知されることで民間賃貸住宅にも広がっていくと考えられる。賃貸住宅でリフォーム経験を積むことにより、消費者の住宅の質に対する意識が高まっていくと考えられる。

## ②住宅設備の規格の統一

消費者のハウジングリテラシーが低い理由の1つに DIY<sup>15</sup>の難しさがあると考えられる。引越しの際にカーテンのサイズが合わず、改めて購入したという経験をされた方は多いだろう。サッシに代表されるように、日本の住宅設備は多種多様なサイズが存在する。そのため、気軽に DIY を行うことがなかなかできない現状がある。その結果、ちょっとした変更であっても専門業者を呼ぶことになり、メンテナンスやリフォームの障壁が高くなっていると考えられる。一方、米国ではドアやサッシの交換は素人でも簡単にでき、バスタブ等もホームセンターで購入して取り付ける<sup>16</sup>など、DIY が気軽に行われている（第5章）。また、多種多様なサイズがあることにより、設備コストも高くなっていると考えられる。サッシ、ドア、システムキッチンなど規格の統一化を図ることで、業界も消費者もメリットは大きいと考えられる。ハウスメーカーや大手マンションディベロッパーが中心となって、規格統一を図ることが望まれる。

## ③“メンテブル住宅”の提供

技術革新により、耐久性の高い部材が増えてきている。これ自体は非常に良いことであるが、一方で居住者の住宅に対するメンテナンス意識を希薄にさせている一因となっていると考えられる。10年間何もせずに、10年後に交換するだけで良いといったメンテフリーをうたうのではなく、定期的にメンテナンスが必要だが、居住者自身が容易に行えるといった発想（メンテブル<sup>17</sup>）を打ち出す方が、結果として消費者のハウジングリテラシーを向上させるのではないだろうか？いわゆる SI 住宅<sup>18</sup>的な発想だが、重要なのは居住者と住宅を近づけ、住まいづくり（維持管理を含む）に居住者を参加させるということである。これにより、自分の資産という意識が高まり、住宅の質に対して敏感になっていくと考えられる。また、同様に居住者と住宅を近づける方法として、住宅工事の一部体験（クロスを貼る、断熱材を入れる等）ということも考えられる。

---

<sup>14</sup> 旧公団住宅

<sup>15</sup> Do It Yourself：自分で簡易なリフォームをすること

<sup>16</sup> 防水の問題があり、設備を購入したうえで業者に取付を依頼することが一般的。それでも最初からリフォーム業者に依頼するよりも相当リーズナブルに行えるとのこと。

<sup>17</sup> 著者造語。メンテナンスのしやすい住宅という意味。

<sup>18</sup> スケルトン・インフィル：スケルトン（構造）とインフィル（内外装・設備・間取り）を分離し、可変性を重視した住宅

### (3)消費者支援の仕組み提供の方策

最後に、住宅購入時等における消費者支援の仕組み提供の方策について提案する。

#### ①インスペクション制度の推進

住宅の質の現状が分かることが資産価値維持につながる。米国のように、中古住宅の取引において、インスペクション実施が一般的になれば、住宅の質に対する不安はかなり軽減されると考えられる。さらに、インスペクションに依頼者が同行することにより、住宅の質を見る際のチェック項目やチェックの仕方を体験的に知ることができ、ハウジングリテラシーの向上も図れる。インスペクション制度は「情報に関する情報の提供」と「消費者のハウジングリテラシー向上」を同時に行うことができる仕組みになり得ると考えられる。現在普及していない理由はコストの問題よりも、そもそも消費者が認知していないためだと考えられる。不動産業者が中心となって、中古住宅取引時にインスペクションを推奨することにより、認知度向上が図れると考えられる。

#### ②業者情報の提供

消費者が業者を選定する際の指標となる情報として、検査済証の交付率や住宅性能評価書の交付率等の情報を提供していくことは有意義であると考えられる。

また業界団体にとっては、業界の信頼性向上のためにも分かりやすい業者情報の提供が重要である。例えば楽天市場等のインターネットショッピングモールで用いられている店舗評価制度を取り入れるということが考えられる。業者別の取扱い件数（成約件数）や、消費者が満足度を登録し、その情報を開示することで、業者選定の判断基準となる。評価が低い業者に対しては教育を行うなどの取組みにより、業界全体のレベルアップも図れる。

## 4. 終わりに

日本では、住宅の購入とは、一世一代の大勝負、清水の舞台から飛び降りるつもりで、自分が購入できる最大限の家を買って終了という意識が強かったように思う。つまり、マンションから戸建てへ買い換えることは住宅双六の「あがり」であり、戸建てを購入した後、そこで“暮らすことを楽しむ”ということは必ずしも意識されていなかったように感じる。また、住宅双六では戸建ての前に位置づけられていた分譲マンションや賃貸住宅についても、あくまでも「あがりにとどり着く前の仮のすみか・臨時のもの」というとらえ方であり、そこに居住している期間を“快適に楽しもう”という発想が薄かったように思う。

住宅とは、まさに日々の生活を支えているものである。どこかに「あがり」があり、それを目指すのではなく、住み替えていくプロセスを含め、“毎日が快適に”あることを求めても良いのではないだろうか。そのためには、住宅の質を維持するために定期的な修理・修繕が必要である。また、昨日と同じ状態に今日の家があることが必ずしも望ましいとは限らず、ライフスタイルやライフステージの変化に応じて住宅も変化していくことが望ましい。

住宅は、人生を支え、豊かにするためのパートナーである、という意識が浸透した時、住宅は「取得するもの」から「快適に楽しむもの」に変わり、購入後の住宅に対する時間や費用のかけ方に変化が現れるだけでなく、購入時に重視する内容にも変化が起きているであろう。さらに、賃貸住宅が住宅を快適に楽しむための経験の場として定着してくれば、

賃貸住宅に対する意識も変化してくると考えられる。このように、消費者の意識が変化することにより、良質な住宅が市場において適切に評価されるようになる。

良質な住宅が市場で適切に評価されることで、ハウスメーカー等の供給側にとっては、質の高い住宅、修理・修繕・リフォームが行いやすい住宅を供給するインセンティブが高まる。また、消費者の住宅の質に対する意識が高まることで、良質でない住宅や、良質な住宅を供給しない業者は市場から締め出されていくであろう。消費者による住宅の質を維持するための取り組みも積極的に行われるようになると考えられる。

こういったことを通じて、良質な住宅ストックの形成が自律的に進むことで、国民の豊かな住生活の実現に近づけることを期待している。

## 參考資料

### Ⅲ-1. 事例分析データについて

事例分析は株式会社東京カンテイのデータを使用した。

#### (1)データの取得方法

全国の新聞や住宅情報誌に掲載された情報や、地域限定チラシ広告情報等をデータベース化（2005年1月現在、全国約95,000物件、約525万戸のマンション）。取引事例（売り希望事例であり成約事例ではない）は会員企業が登録。

#### (2)マンションデータの定義

「一般に分譲された、鉄筋コンクリート造、鉄骨鉄筋コンクリート造、鉄骨造など耐火構造の区分所有建築物」。テラスハウス・タウンハウスといった低層の建築物からタワー型の超高層マンションのデータまでを網羅。

通常「マンション」は上記以外に三階以上の建築物であることが条件とされて、低層物件を除外することがあるが、低層物件もデータ収集対象としている。

「中古マンション」は分譲後3年を超える物件だが、新築未入居物件でも一度保存登記されたマンションが流通市場に出された場合には「中古」として扱う。

#### (3)ファミリー向けマンションの定義

専有面積30㎡未満、事務所・店舗用の住戸、「高級マンション」は除外。

※さらに本調査では間取りが「ワンルーム」「1DK」「1LDK」のものを除外している。

#### (4)取引事例データ

中古として売り事例（売り希望事例）が発生したデータ。成約事例ではない。例えばある物件について売却を希望した時点で売り事例として登録される。成約しない場合は毎月登録されるため、通常同一事例について複数回登録される。

※本調査では、同一事例の重複を削除するため、提供いただいたデータについて下記の作業を行い、「取引事例」とした。

##### ■重複を削除した方法

事例発生日および事例価格（売り希望価格）以外の項目が等しいものは同一事例とし、同一事例の中で最も事例発生日が新しいもののみを残した。

※同一の物件（同じマンションの同じ部屋）が2年以内に複数回売買取引された場合には、別事例に関らず同一とみなしてしまうという。そのため実際の事例数よりも少なくなっている可能性がある。

### Ⅲ-2. 世田谷区南部 重回帰分析データ

#### (1)基本統計量・相関表

##### ◆基本統計量

	中古坪単価 (万円)	分譲坪単価 (万円)	構造DM	施工会社DM	分譲会社DM	建蔽率(%)	階数(階)	管理費(円/坪)	防犯DM	採光DM	通風DM	嫌悪施設DM
平均	204.86	314.62	0.11	0.20	0.23	51.44	5.57	956.00	0.36	0.24	0.31	0.14
最小値	129	249	0	0	0	35.17	3	296	0	-1	-1	0
最大値	263	417	1	1	1	68.12	10	2424	1	1	1	1
標準偏差	29.70	36.75	0.31	0.40	0.42	8.39	1.84	384.57	0.48	0.77	0.70	0.34

	騒音DM	連絡駅DM	徒歩(分)	勾配DM	便利施設DM	総戸数(戸)	ゴミ置場DM	宅配BOXDM	段差DM	バルコニー面積(m <sup>2</sup> )	空間DM	専有面積(m <sup>2</sup> )
平均	-0.26	0.18	9.27	0.38	0.30	27.55	0.45	0.43	-0.09	14.30	0.04	64.00
最小値	-1	0	1	0	0	7	0	0	-1	2.43	-1	46.74
最大値	1	1	18	1	1	74	1	1	1	59.16	1	97.97
標準偏差	0.75	0.38	5.63	0.48	0.46	13.61	0.50	0.50	0.77	10.01	0.58	11.43

	部屋当面積(m <sup>2</sup> )	駐車場率(%)	入居者DM	住居地域DM	眺望DM	管理会社DM	修繕維持積立金(円/坪)	管理状況DM	将来変化DM	新しさDM	築日数
平均	18.53	41.18	-0.22	0.91	0.14	0.47	162.66	0.11	0.38	-0.22	3075
最小値	11.23	0	-1	0	-1	0	0	-1	0	-1	2310
最大値	26.69	104.44	0	2	1	1	332	1	1	1	3720
標準偏差	3.41	26.00	0.41	0.64	0.79	0.50	67.18	0.67	0.48	0.72	312.64

サンプル数 74

##### ◆相関行列

	中古坪単価(万円)	分譲坪単価(万円)	構造DM	施工会社DM	分譲会社DM	建蔽率(%)	階数(階)	管理費(円/坪)	防犯DM	採光DM	通風DM	嫌悪施設DM
中古坪単価	1.00	0.48	0.27	0.11	-0.12	-0.37	0.34	-0.01	0.12	0.13	0.19	-0.15
分譲坪単価	0.48	1.00	0.05	0.02	0.08	0.10	-0.06	0.05	0.07	0.12	0.21	-0.37
構造DM	0.27	0.05	1.00	-0.18	0.02	-0.21	0.70	-0.27	-0.08	0.23	0.34	0.37
施工会社DM	0.11	0.02	-0.18	1.00	0.12	0.00	0.08	0.37	-0.10	-0.07	0.02	0.00
分譲会社DM	-0.12	0.08	0.02	0.12	1.00	-0.10	-0.03	0.04	0.12	0.25	0.03	0.35
建蔽率	-0.37	0.10	-0.21	0.00	-0.10	1.00	-0.19	-0.07	-0.27	-0.43	-0.25	-0.19
階数	0.34	-0.06	0.70	0.08	-0.03	-0.19	1.00	-0.14	0.01	0.13	0.28	0.18
管理費	-0.01	0.05	-0.27	0.37	0.04	-0.07	-0.14	1.00	-0.13	0.15	0.06	0.15
防犯DM	0.12	0.07	-0.08	-0.10	0.12	-0.27	0.01	-0.13	1.00	0.09	0.02	-0.05
採光DM	0.13	0.12	0.23	-0.07	0.25	-0.43	0.13	0.15	0.09	1.00	0.62	0.24
通風DM	0.19	0.21	0.34	0.02	0.03	-0.25	0.28	0.06	0.02	0.62	1.00	0.16
嫌悪施設DM	-0.15	-0.37	0.37	0.00	0.35	-0.19	0.18	0.15	-0.05	0.24	0.16	1.00
騒音DM	0.08	0.25	-0.29	-0.10	0.14	-0.21	-0.52	-0.04	0.30	0.06	0.02	-0.18
連絡駅DM	0.55	0.32	-0.16	-0.23	-0.08	-0.42	-0.08	0.21	0.24	0.09	0.00	-0.18
徒歩	-0.43	0.03	-0.45	-0.20	0.18	0.00	-0.62	0.02	0.15	0.04	-0.06	-0.15
勾配DM	-0.25	0.05	-0.09	0.09	0.44	-0.31	-0.24	0.07	0.33	0.19	0.05	0.18
便利施設DM	-0.02	-0.05	-0.04	0.26	-0.21	0.38	0.27	0.05	-0.19	-0.05	0.01	-0.26
総戸数	0.27	0.04	0.18	0.11	0.11	-0.41	0.40	-0.22	0.26	0.06	0.05	0.21
ゴミ置き場DM	0.25	0.00	0.21	0.56	-0.04	-0.39	0.34	0.02	0.22	0.00	0.11	0.12
宅配BOXDM	0.20	0.05	0.40	-0.17	-0.15	-0.02	0.41	-0.33	0.25	0.04	0.24	-0.03
段差DM	-0.24	-0.10	-0.07	-0.03	-0.14	0.30	-0.39	-0.20	-0.05	-0.30	-0.37	0.05
バルコニー面積	0.24	0.00	0.19	-0.16	0.01	-0.24	0.16	-0.08	0.28	0.00	0.13	0.00
空間DM	0.31	0.27	-0.02	-0.09	0.29	-0.43	0.08	0.12	0.29	0.40	0.30	0.11
専有面積	0.31	0.38	0.16	0.21	0.24	-0.25	0.15	0.13	0.29	0.24	0.26	-0.04
部屋当面積	-0.03	0.00	0.05	0.00	-0.10	-0.08	0.19	0.05	-0.24	0.29	0.05	-0.12
駐車場率	0.29	0.21	-0.05	0.28	0.32	-0.62	0.01	0.24	-0.02	0.27	0.09	0.02
入居者DM	0.08	0.18	-0.24	0.26	0.29	-0.03	-0.02	0.03	0.19	0.04	0.00	-0.18
住居地域DM	-0.08	0.01	-0.49	0.02	0.18	-0.27	-0.38	0.29	-0.06	0.10	-0.12	-0.07
眺望DM	0.16	0.16	0.16	-0.04	-0.01	-0.23	0.18	0.12	-0.02	0.68	0.54	0.03
管理会社DM	-0.18	0.14	-0.16	0.06	0.58	0.27	-0.13	0.16	0.01	0.05	-0.03	0.10
修繕維持積立金	0.21	-0.07	0.14	0.32	-0.01	-0.26	0.31	0.32	0.09	0.12	0.18	-0.03
管理状況DM	0.00	0.21	-0.32	0.02	-0.09	-0.07	-0.32	-0.13	0.30	-0.16	-0.07	-0.30
将来変化DM	-0.13	-0.13	0.00	0.09	-0.03	-0.09	-0.10	0.03	-0.01	0.15	0.09	0.10
新しさDM	0.00	-0.24	0.10	-0.13	0.12	-0.30	0.16	-0.18	0.27	0.00	0.08	0.12
築日数	-0.27	0.04	-0.13	0.04	0.09	0.22	-0.27	0.05	-0.02	-0.14	-0.07	0.00

	騒音DM	連絡駅DM	徒歩(分)	勾配DM	利便施設DM	総戸数(戸)	ゴミ置場DM	宅配BOXDM	段差DM	バルコニー面積(m <sup>2</sup> )	空間DM	専有面積(m <sup>2</sup> )
中古坪単価	0.08	0.55	-0.43	-0.25	-0.02	0.27	0.25	0.20	-0.24	0.24	0.31	0.31
分譲時坪単価	0.25	0.32	0.03	0.05	-0.05	0.04	0.00	0.05	-0.10	0.00	0.27	0.38
構造DM	-0.29	-0.16	-0.45	-0.09	-0.04	0.18	0.21	0.40	-0.07	0.19	-0.02	0.16
施工会社DM	-0.10	-0.23	-0.20	0.09	0.26	0.11	0.56	-0.17	-0.03	-0.16	-0.09	0.21
分譲会社DM	0.14	-0.08	0.18	0.44	-0.21	0.11	-0.04	-0.15	-0.14	0.01	0.29	0.24
建蔽率	-0.21	-0.42	0.00	-0.31	0.38	-0.41	-0.39	-0.02	0.30	-0.24	-0.43	-0.25
階数	-0.52	-0.08	-0.62	-0.24	0.27	0.40	0.34	0.41	-0.39	0.16	0.08	0.15
管理費	-0.04	0.21	0.02	0.07	0.05	-0.22	0.02	-0.33	-0.20	-0.08	0.12	0.13
防犯DM	0.30	0.24	0.15	0.33	-0.19	0.26	0.22	0.25	-0.05	0.28	0.29	0.29
採光DM	0.06	0.09	0.04	0.19	-0.05	0.06	0.00	0.04	-0.30	0.00	0.40	0.24
通風DM	0.02	0.00	-0.06	0.05	0.01	0.05	0.11	0.24	-0.37	0.13	0.30	0.26
嫌悪施設DM	-0.18	-0.18	-0.15	0.18	-0.26	0.21	0.12	-0.03	0.05	0.00	0.11	-0.04
騒音DM	1.00	0.35	0.51	0.52	-0.48	-0.07	-0.06	-0.17	0.10	0.22	0.33	0.22
連絡駅DM	0.35	1.00	0.12	0.01	-0.30	0.14	-0.06	-0.04	-0.17	0.25	0.46	0.19
徒歩	0.51	0.12	1.00	0.57	-0.51	-0.06	-0.29	-0.19	0.15	0.16	0.33	0.11
勾配DM	0.52	0.01	0.57	1.00	-0.51	0.07	0.20	-0.29	-0.12	0.24	0.33	0.41
利便施設DM	-0.48	-0.30	-0.51	-0.51	1.00	-0.33	0.01	0.03	-0.19	-0.35	-0.45	-0.30
総戸数	-0.07	0.14	-0.06	0.07	-0.33	1.00	0.50	0.29	0.03	0.07	0.40	0.28
ゴミ置き場DM	-0.06	-0.06	-0.29	0.20	0.01	0.50	1.00	0.15	-0.14	-0.09	-0.02	0.29
宅配BOXDM	-0.17	-0.04	-0.19	-0.29	0.03	0.29	0.15	1.00	0.11	0.21	0.17	0.30
段差DM	0.10	-0.17	0.15	-0.12	-0.19	0.03	-0.14	0.11	1.00	-0.14	-0.35	-0.14
バルコニー面積	0.22	0.25	0.16	0.24	-0.35	0.07	-0.09	0.21	-0.14	1.00	0.37	0.43
空間DM	0.33	0.46	0.33	0.33	-0.45	0.40	-0.02	0.17	-0.35	0.37	1.00	0.57
専有面積	0.22	0.19	0.11	0.41	-0.30	0.28	0.29	0.30	-0.14	0.43	0.57	1.00
部屋当面積	-0.22	0.06	-0.02	-0.08	0.25	-0.06	-0.11	0.02	-0.30	0.03	0.12	0.02
駐車場率	0.39	0.30	0.16	0.39	-0.44	0.30	0.22	-0.08	-0.17	0.13	0.51	0.38
入居者DM	0.04	0.07	0.12	0.07	0.13	0.04	0.01	0.06	-0.28	0.15	0.38	0.32
住居地域DM	0.09	0.23	0.33	0.12	-0.32	0.15	-0.12	-0.38	-0.07	0.03	0.30	0.08
眺望DM	-0.10	0.01	-0.06	0.01	0.19	-0.15	-0.05	0.09	-0.40	-0.03	0.13	0.08
管理会社DM	0.00	-0.15	0.17	0.04	0.09	-0.17	-0.20	0.16	-0.02	-0.19	0.12	0.09
修繕維持積立金	-0.21	0.17	-0.11	0.10	0.19	-0.16	0.14	0.19	-0.36	0.26	0.04	0.22
管理状況DM	0.32	0.08	0.40	0.29	-0.41	0.27	0.14	0.31	0.23	0.21	0.27	0.45
将来変化DM	-0.10	-0.21	0.00	0.14	0.16	-0.20	-0.03	-0.29	-0.01	-0.09	-0.20	-0.11
新しさDM	0.10	0.04	0.20	0.16	-0.46	0.42	0.12	0.53	0.04	0.37	0.31	0.29
築日数	0.24	-0.29	0.14	0.17	-0.10	-0.12	-0.09	-0.44	0.09	-0.20	-0.24	-0.20

	部屋当面積(m <sup>2</sup> )	駐車場率(%)	入居者DM	住居地域DM	眺望DM	管理会社DM	修繕維持積立金(円/坪)	管理状況DM	将来変化DM	新しさDM	築日数
中古坪単価	-0.03	0.29	0.08	-0.08	0.16	-0.18	0.21	0.00	-0.13	0.00	-0.27
分譲時坪単価	0.00	0.21	0.18	0.01	0.16	0.14	-0.07	0.21	-0.13	-0.24	0.04
構造DM	0.05	-0.05	-0.24	-0.49	0.16	-0.16	0.14	-0.32	0.00	0.10	-0.13
施工会社DM	0.00	0.28	0.26	0.02	-0.04	0.06	0.32	0.02	0.09	-0.13	0.04
分譲会社DM	-0.10	0.32	0.29	0.18	-0.01	0.58	-0.01	-0.09	-0.03	0.12	0.09
建蔽率	-0.08	-0.62	-0.03	-0.27	-0.23	0.27	-0.26	-0.07	-0.09	-0.30	0.22
階数	0.19	0.01	-0.02	-0.38	0.18	-0.13	0.31	-0.32	-0.10	0.16	-0.27
管理費	0.05	0.24	0.03	0.29	0.12	0.16	0.32	-0.13	0.03	-0.18	0.05
防犯DM	-0.24	-0.02	0.19	-0.06	-0.02	0.01	0.09	0.30	-0.01	0.27	-0.02
採光DM	0.29	0.27	0.04	0.10	0.68	0.05	0.12	-0.16	0.15	0.00	-0.14
通風DM	0.05	0.09	0.00	-0.12	0.54	-0.03	0.18	-0.07	0.09	0.08	-0.07
嫌悪施設DM	-0.12	0.02	-0.18	-0.07	0.03	0.10	-0.03	-0.30	0.10	0.12	0.00
騒音DM	-0.22	0.39	0.04	0.09	-0.10	0.00	-0.21	0.32	-0.10	0.10	0.24
連絡駅DM	0.06	0.30	0.07	0.23	0.01	-0.15	0.17	0.08	-0.21	0.04	-0.29
徒歩	-0.02	0.16	0.12	0.33	-0.06	0.17	-0.11	0.40	0.00	0.20	0.14
勾配DM	-0.08	0.39	0.07	0.12	0.01	0.04	0.10	0.29	0.14	0.16	0.17
利便施設DM	0.25	-0.44	0.13	-0.32	0.19	0.09	0.19	-0.41	0.16	-0.46	-0.10
総戸数	-0.06	0.30	0.04	0.15	-0.15	-0.17	-0.16	0.27	-0.20	0.42	-0.12
ゴミ置き場DM	-0.11	0.22	0.01	-0.12	-0.05	-0.20	0.14	0.14	-0.03	0.12	-0.09
宅配BOXDM	0.02	-0.08	0.06	-0.38	0.09	0.16	0.19	0.31	-0.29	0.53	-0.44
段差DM	-0.30	-0.17	-0.28	-0.07	-0.40	-0.02	-0.36	0.23	-0.01	0.04	0.09
バルコニー面積	0.03	0.13	0.15	0.03	-0.03	-0.19	0.26	0.21	-0.09	0.37	-0.20
空間DM	0.12	0.51	0.38	0.30	0.13	0.12	0.04	0.27	-0.20	0.31	-0.24
専有面積	0.02	0.38	0.32	0.08	0.08	0.09	0.22	0.45	-0.11	0.29	-0.20
部屋当面積	1.00	0.07	0.17	0.16	0.33	-0.16	0.17	-0.17	0.07	-0.09	-0.16
駐車場率	0.07	1.00	0.07	0.31	0.05	0.11	0.12	0.11	-0.19	0.15	-0.05
入居者DM	0.17	0.07	1.00	0.28	0.05	0.23	0.30	0.33	0.07	0.21	-0.27
住居地域DM	0.16	0.31	0.28	1.00	0.00	-0.16	-0.23	0.18	0.16	0.07	0.07
眺望DM	0.33	0.05	0.05	0.00	1.00	0.04	0.30	-0.13	0.15	-0.04	-0.18
管理会社DM	-0.16	0.11	0.23	-0.16	0.04	1.00	0.08	-0.03	-0.24	-0.02	-0.06
修繕維持積立金	0.17	0.12	0.30	-0.23	0.30	0.08	1.00	0.08	0.08	0.25	-0.42
管理状況DM	-0.17	0.11	0.33	0.18	-0.13	-0.03	0.08	1.00	-0.13	0.58	-0.18
将来変化DM	0.07	-0.19	0.07	0.16	0.15	-0.24	0.08	-0.13	1.00	-0.27	0.17
新しさDM	-0.09	0.15	0.21	0.07	-0.04	-0.02	0.25	0.58	-0.27	1.00	-0.31
築日数	-0.16	-0.05	-0.27	0.07	-0.18	-0.06	-0.42	-0.18	0.17	-0.31	1.00

## (2)分譲坪単価重回帰式

### ◆重回帰式

変数名	偏回帰係数	標準偏回帰係数	F 値	T 値	P 値	判定	標準誤差	偏相関	単相関
嫌悪施設DM	-44.17	-0.41	27.52	5.25	0.00	**	8.42	-0.57	-0.37
連絡駅DM	51.60	0.53	41.82	6.47	0.00	**	7.98	0.65	0.32
建蔽率(%)	5.04	1.15	94.57	9.72	0.00	**	0.52	0.79	0.10
通風DM	8.92	0.17	4.21	2.05	0.04	*	4.35	0.26	0.21
駐車場率(%)	0.93	0.66	36.23	6.02	0.00	**	0.16	0.62	0.21
構造DM	119.39	1.01	55.73	7.47	0.00	**	15.99	0.70	0.05
階数(階)	-19.55	-0.98	39.49	6.28	0.00	**	3.11	-0.64	-0.06
防犯DM	16.62	0.22	6.70	2.59	0.01	*	6.42	0.32	0.07
住居地域DM	8.93	0.16	2.53	1.59	0.12		5.61	0.21	0.01
眺望DM	10.54	0.23	8.09	2.84	0.01	**	3.71	0.35	0.16
総戸数	1.50	0.55	29.85	5.46	0.00	**	0.27	0.59	0.04
利便施設DM	20.89	0.26	4.76	2.18	0.03	*	9.58	0.28	-0.05
段差DM	-11.58	-0.24	6.04	2.46	0.02	*	4.71	-0.31	-0.10
将来変化DM	9.07	0.12	2.29	1.51	0.14		6.00	0.20	-0.13
徒歩(分)	-2.12	-0.33	8.34	2.89	0.01	**	0.73	-0.36	0.03
勾配DM	14.92	0.20	2.96	1.72	0.09		8.67	0.22	0.05
定数項	53.50		2.05	1.43	0.16		37.40		

### ◆精度

決定係数	0.79
修正済決定係数	0.73
重相関係数	0.89
修正済重相関係数	0.85
ダービントソン比	1.74
赤池のAIC	665.43

## (3)中古坪単価重回帰式

### ◆重回帰式

変数名	偏回帰係数	標準偏回帰係数	F 値	T 値	P 値	判定	標準誤差	偏相関	単相関
連絡駅DM	44.06	0.56	52.57	7.25	0.00	**	6.08	0.67	0.55
徒歩(分)	-2.96	-0.56	38.03	6.17	0.00	**	0.48	-0.61	-0.43
管理費(円/坪)	-0.01	-0.17	5.48	2.34	0.02	*	0.01	-0.28	-0.01
施工会社DM	23.68	0.32	18.89	4.35	0.00	**	5.45	0.48	0.11
眺望DM	5.56	0.15	5.28	2.30	0.02	*	2.42	0.28	0.16
部屋当面積(m <sup>2</sup> )	-1.40	-0.16	6.20	2.49	0.02	*	0.56	-0.30	-0.03
空間DM	17.73	0.35	17.79	4.22	0.00	**	4.20	0.47	0.31
嫌悪施設DM	-22.89	-0.26	13.32	3.65	0.00	**	6.27	-0.42	-0.15
構造DM	36.75	0.38	15.34	3.92	0.00	**	9.38	0.44	0.27
階数(階)	-4.07	-0.25	5.50	2.35	0.02	*	1.74	-0.28	0.34
定数項	278.82		311.40	17.65	0.00	**	15.80		

### ◆精度

決定係数	0.78
修正済決定係数	0.75
重相関係数	0.88
修正済重相関係数	0.86
ダービントソン比	1.94
赤池のAIC	623.42

(4)中古坪単価(差分)重回帰式

◆重回帰式

変数名	偏回帰係数	標準偏回帰係数	F 値	T 値	P 値	判定	標準誤差	偏相関	単相関
連絡駅DM	27.86	0.36	20.97	4.58	0.00	**	6.08	0.51	0.55
徒歩(分)	-1.91	-0.36	21.84	4.67	0.00	**	0.41	-0.51	-0.43
分譲時坪単価(万円)	0.31	0.39	36.13	6.01	0.00	**	0.05	0.61	0.48
建蔽率(%)	-0.96	-0.27	11.66	3.42	0.00	**	0.28	-0.40	-0.37
バルコニー面積(m <sup>2</sup> )	0.52	0.18	8.00	2.83	0.01	**	0.18	0.34	0.24
勾配DM	-16.30	-0.27	10.69	3.27	0.00	**	4.99	-0.39	-0.25
施工会社DM	23.71	0.32	17.61	4.20	0.00	**	5.65	0.47	0.11
管理費(円/坪)	-0.02	-0.24	11.17	3.34	0.00	**	0.01	-0.39	-0.01
部屋当面積(m <sup>2</sup> )	-0.97	-0.11	3.87	1.97	0.05		0.49	-0.24	-0.03
空間DM	11.99	0.23	6.73	2.59	0.01	*	4.62	0.32	0.31
入居者DM	-9.05	-0.13	3.45	1.86	0.07		4.88	-0.23	0.08
総戸数(戸)	-0.25	-0.11	2.32	1.52	0.13		0.16	-0.19	0.27
定数項	201.94		69.00	8.31	0.00	**	24.31		

◆精度

決定係数	0.82
修正済決定係数	0.78
重相関係数	0.91
修正済重相関係数	0.89
ダービントソン比	1.72
赤池のAIC	612.94

### Ⅲ-3. 港区 重回帰分析データ

#### (1)基本統計量・相関表

##### ◆基本統計量

	中古坪単価(万円)	分譲坪単価(万円)	構造DM	施工会社DM	角部屋DM	連絡駅DM	建蔽率(%)	徒歩(分)	総戸数(戸)	専有面積(m <sup>2</sup> )	部屋当面積(m <sup>2</sup> )	駐車場率(%)	住居地域DM	管理会社DM	築日数
平均	261.11	369.26	0.77	0.58	0.55	0.81	60.83	9.21	57.18	62.41	20.18	39.09	0.13	0.45	3014
最小値	205	264	0	0	0	0	41.75	2	17	41.62	13.3	0	0	0	2556
最大値	350	471	1	1	1	1	78.88	17	96	85.85	28.8	66.67	1	1	3533
標準偏差	33.05	61.26	0.42	0.49	0.50	0.40	11.61	3.38	28.59	8.50	2.95	19.84	0.34	0.50	271.80
サンプル数	62		除外件数	1											

##### ◆相関行列

	中古坪単価(万円)	分譲坪単価(万円)	構造DM	施工会社DM	角部屋DM	連絡駅DM	建蔽率(%)	徒歩(分)	総戸数(戸)	専有面積(m <sup>2</sup> )	部屋当面積(m <sup>2</sup> )	駐車場率(%)	住居地域DM	管理会社DM	築日数
中古坪単価(万円)	1.00														
分譲坪単価(万円)	0.59	1.00													
構造DM	-0.38	0.08	1.00												
施工会社DM	-0.13	0.18	0.17	1.00											
角部屋DM	-0.12	-0.16	-0.26	0.21	1.00										
連絡駅DM	-0.23	-0.20	0.32	0.08	0.05	1.00									
建蔽率(%)	-0.48	-0.53	-0.09	-0.14	0.27	-0.14	1.00								
徒歩(分)	0.15	0.24	0.18	-0.42	-0.39	-0.67	-0.17	1.00							
総戸数(戸)	0.11	0.36	0.64	0.00	-0.30	0.49	-0.63	0.07	1.00						
専有面積(m <sup>2</sup> )	0.24	0.07	-0.35	-0.15	0.04	-0.42	0.02	0.29	-0.21	1.00					
部屋当面積(m <sup>2</sup> )	0.29	0.24	-0.19	0.00	-0.14	-0.51	-0.10	0.30	0.01	0.28	1.00				
駐車場率(%)	0.12	-0.11	0.12	-0.11	-0.27	-0.43	-0.18	0.57	-0.06	0.32	0.13	1.00			
住居地域DM	0.35	0.14	-0.71	0.13	0.25	-0.54	-0.15	0.00	-0.43	0.37	0.44	0.01	1.00		
管理会社DM	-0.16	-0.10	-0.36	0.05	0.30	-0.54	0.72	-0.05	-0.68	0.13	0.31	-0.32	0.42	1.00	
築日数	0.28	0.21	0.03	-0.41	-0.05	-0.11	-0.10	0.39	0.13	0.11	0.15	0.04	-0.02	-0.06	1.00

#### (2)分譲坪単価重回帰式

##### ◆重回帰式

変数名	偏回帰係数	標準偏回帰係数	F 値	T 値	P 値	判定	標準誤差	偏相関	単相関
建蔽率(%)	-8.26	-1.56	80.97	9.00	0.00	**	0.92	-0.77	-0.53
管理会社DM	159.02	1.29	46.56	6.82	0.00	**	23.31	0.67	-0.10
住居地域DM	-129.72	-0.71	24.88	4.99	0.00	**	26.01	-0.55	0.14
専有面積(m <sup>2</sup> )	1.46	0.20	4.85	2.20	0.03	*	0.66	0.28	0.07
定数項	725.70		165.14	12.85	0.00	**	56.47		

##### ◆精度

決定係数	0.61
修正済決定係数	0.58
重相関係数	0.78
修正済重相関係数	0.76
ダービントソン比	1.68
赤池のAIC	640.02

(3)中古坪単価重回帰式

変数名	偏回帰係数	標準偏回帰係数	F 値	T 値	P 値	判 定	標準誤差	偏相関	単相関
建蔽率(%)	-2.12	-0.74	14.17	3.76	0.00	**	0.56	-0.46	-0.48
構造DM	-35.42	-0.45	3.91	1.98	0.05		17.90	-0.26	-0.38
築日数	0.04	0.30	8.96	2.99	0.00	**	0.01	0.38	0.28
連絡駅DM	-111.14	-1.33	18.04	4.25	0.00	**	26.17	-0.50	-0.23
総戸数(戸)	0.42	0.37	3.13	1.77	0.08		0.24	0.24	0.11
住居地域DM	-58.15	-0.59	10.18	3.19	0.00	**	18.22	-0.40	0.35
徒歩(分)	-10.22	-1.04	10.50	3.24	0.00	**	3.15	-0.41	0.15
施工会社DM	-19.84	-0.30	2.89	1.70	0.09		11.66	-0.23	-0.13
定数項	487.50		36.14	6.01	0.00	**	81.09		

◆精度

決定係数	0.63
修正済決定係数	0.57
重相関係数	0.79
修正済重相関係数	0.76
ダービンワトソン比	2.23
赤池のAIC	568.47

(4)中古坪単価(差分)重回帰式

変数名	偏回帰係数	標準偏回帰係数	F 値	T 値	P 値	判 定	標準誤差	偏相関	単相関
分譲坪単価(万円)	0.30	0.55	39.23	6.26	0.00	**	0.05	0.65	0.59
構造DM	-53.41	-0.68	42.88	6.55	0.00	**	8.16	-0.66	-0.38
駐車場率(%)	0.62	0.37	14.41	3.80	0.00	**	0.16	0.46	0.12
総戸数(戸)	0.41	0.36	10.67	3.27	0.00	**	0.13	0.40	0.11
築日数	0.02	0.19	4.91	2.22	0.03	*	0.01	0.29	0.28
徒歩(分)	-1.59	-0.16	2.24	1.50	0.14		1.06	-0.20	0.15
定数項	91.01		7.77	2.79	0.01	**	32.65		

◆精度

決定係数	0.69
修正済決定係数	0.66
重相関係数	0.83
修正済重相関係数	0.81
ダービンワトソン比	2.12
赤池のAIC	552.29

### Ⅲ-4. 横浜市港北区北部 重回帰分析データ

#### (1)基本統計量・相関表

##### ◆基本統計量

	中古坪単価(万円)	分譲坪単価(万円)	構造DM	施工会社DM	分譲会社DM	建蔽率(%)	階数(階)	角部屋DM	連絡駅DM	徒歩(分)	総戸数(戸)	専有面積(m <sup>2</sup> )	部屋当面積(m <sup>2</sup> )	駐車場率(%)	住居地域DM	管理会社DM	築日数
平均	126.14	230.77	0.16	0.29	0.41	45.73	6.27	0.39	0.17	11.73	53.27	64.39	17.37	52.43	0.59	0.47	3079
最小値	88	180	0	0	0	20.19	3	0	0	2	15	50.36	13.79	0	0	0	2373
最大値	198	285	1	1	1	81.81	11	1	1	19	113	95.04	28.19	104.23	1	1	3775
標準偏差	22.25	26.44	0.36	0.45	0.49	12.89	1.57	0.49	0.38	4.86	30.61	9.02	2.38	22.89	0.49	0.50	349.32

サンプル数 70

##### ◆相関行列

	中古坪単価(万円)	分譲坪単価(万円)	構造DM	施工会社DM	分譲会社DM	建蔽率(%)	階数(階)	角部屋DM	連絡駅DM	徒歩(分)	総戸数(戸)	専有面積(m <sup>2</sup> )	部屋当面積(m <sup>2</sup> )	駐車場率(%)	住居地域DM	管理会社DM	築日数
中古坪単価(万円)	1.00																
分譲坪単価(万円)	0.31	1.00															
構造DM	0.57	0.08	1.00														
施工会社DM	-0.02	-0.15	-0.27	1.00													
分譲会社DM	0.35	0.21	0.35	0.37	1.00												
建蔽率(%)	-0.02	0.07	0.24	-0.07	0.11	1.00											
階数(階)	0.01	-0.21	0.33	-0.27	-0.20	-0.06	1.00										
角部屋DM	0.04	0.14	0.14	-0.05	0.17	-0.04	0.07	1.00									
連絡駅DM	0.53	-0.13	0.64	-0.29	0.08	-0.11	0.31	0.03	1.00								
徒歩(分)	-0.25	-0.19	-0.27	0.22	-0.15	-0.42	0.19	0.04	-0.24	1.00							
総戸数(戸)	0.05	-0.15	0.35	-0.36	-0.10	-0.33	0.51	0.00	0.28	0.29	1.00						
専有面積(m <sup>2</sup> )	-0.03	0.17	0.08	-0.09	0.09	-0.15	0.33	0.29	0.20	0.12	0.34	1.00					
部屋当面積(m <sup>2</sup> )	-0.13	-0.21	-0.07	0.39	0.21	-0.01	-0.01	-0.03	0.02	0.18	0.05	0.36	1.00				
駐車場率(%)	0.03	0.13	0.02	-0.49	-0.36	-0.28	0.30	-0.05	0.24	0.21	0.57	0.30	-0.12	1.00			
住居地域DM	0.00	0.26	-0.04	-0.11	0.24	-0.50	-0.04	0.07	0.15	0.17	0.36	0.30	0.04	0.10	1.00		
管理会社DM	0.43	0.17	0.46	0.29	0.77	0.14	-0.11	0.07	0.25	-0.35	-0.18	0.01	0.13	-0.51	0.10	1.00	
築日数	-0.39	0.12	-0.24	-0.24	-0.33	0.01	0.15	0.02	-0.38	0.19	0.05	0.03	-0.34	0.11	-0.07	-0.28	1.00

#### (2)分譲坪単価重回帰式

##### ◆重回帰式

変数名	偏回帰係数	標準偏回帰係数	F 値	T 値	P 値	判定	標準誤差	偏相関	単相関
住居地域DM	33.86	0.63	36.16	6.01	0.00	**	5.63	0.61	0.26
総戸数	-0.73	-0.84	39.49	6.28	0.00	**	0.12	-0.63	-0.15
駐車場率	0.92	0.80	39.43	6.28	0.00	**	0.15	0.63	0.13
構造DM	54.74	0.75	26.72	5.17	0.00	**	10.59	0.56	0.08
連絡駅DM	-55.94	-0.80	40.22	6.34	0.00	**	8.82	-0.63	-0.13
管理会社DM	19.97	0.38	5.23	2.29	0.03	*	8.73	0.28	0.17
分譲会社DM	-14.48	-0.27	3.44	1.86	0.07		7.80	-0.23	0.21
専有面積	0.45	0.15	2.86	1.69	0.10		0.27	0.21	0.17
徒歩	-0.75	-0.14	2.05	1.43	0.16		0.52	-0.18	-0.19
定数項	178.67		109.32	10.46	0.00	**	17.09		

##### ◆精度

決定係数	0.61
修正済決定係数	0.55
重相関係数	0.78
修正済重相関係数	0.74
ダービンワトソン比	1.34
赤池のAIC	613.74

### (3)中古坪単価重回帰式

#### ◆重回帰式

変数名	偏回帰係数	標準偏回帰係数	F 値	T 値	P 値	判定	標準誤差	偏相関	単相関
構造DM	32.00	0.52	15.35	3.92	0.00	**	8.17	0.45	0.57
築日数	-0.02	-0.27	7.34	2.71	0.01	**	0.01	-0.33	-0.39
部屋当面積(m <sup>2</sup> )	-1.65	-0.18	3.18	1.78	0.08		0.92	-0.22	-0.13
管理会社DM	10.76	0.24	3.67	1.92	0.06		5.62	0.24	0.43
駐車場率(%)	0.25	0.26	4.26	2.06	0.04	*	0.12	0.25	0.03
総戸数(戸)	-0.21	-0.28	4.58	2.14	0.04	*	0.10	-0.26	0.05
建蔽率(%)	-0.35	-0.20	3.75	1.94	0.06		0.18	-0.24	-0.02
定数項	211.72		47.88	6.92	0.00	**	30.60		

#### ◆精度

決定係数	0.53
修正済決定係数	0.48
重相関係数	0.73
修正済重相関係数	0.69
ダービントソン比	1.39
赤池のAIC	597.85

### (4)中古坪単価(差分)重回帰式

#### ◆重回帰式

変数名	偏回帰係数	標準偏回帰係数	F 値	T 値	P 値	判定	標準誤差	偏相関	単相関
構造DM	20.89	0.34	9.16	3.03	0.00	**	6.90	0.36	0.57
分譲坪単価	0.36	0.42	22.91	4.79	0.00	**	0.07	0.52	0.31
築日数	-0.02	-0.26	7.55	2.75	0.01	**	0.01	-0.33	-0.39
連絡駅DM	19.92	0.34	7.71	2.78	0.01	**	7.17	0.34	0.53
施工会社DM	9.66	0.20	4.16	2.04	0.05	*	4.74	0.25	-0.02
部屋当面積(m <sup>2</sup> )	-1.70	-0.18	4.04	2.01	0.05	*	0.85	-0.25	-0.13
住居地域DM	-10.77	-0.24	5.77	2.40	0.02	*	4.48	-0.29	0.00
建蔽率(%)	-0.35	-0.20	4.09	2.02	0.05	*	0.17	-0.25	-0.02
定数項	137.65		17.08	4.13	0.00	**	33.31		

#### ◆精度

決定係数	0.63
修正済決定係数	0.58
重相関係数	0.79
修正済重相関係数	0.76
ダービントソン比	1.45
赤池のAIC	583.25

### Ⅲ-5. 江東区 重回帰分析データ

#### (1)基本統計量・相関表

##### ◆基本統計量

	中古坪単価 (万円)	分譲坪単価 (万円)	施工会社 DM	分譲会社 DM	建蔽率 (%)	階数(階)	連絡駅 DM	徒歩 (分)	総戸数 (戸)	専有面積 (㎡)	部屋当 面積(㎡)	住居地域 DM	管理会社 DM	築日数
平均	125.49	193.12	0.80	0.24	12.17	0.23	0.12	13.25	264.15	70.79	18.04	0.11	0.96	2902
最小値	105.00	160	0	0	5	0	0	8	20	55.73	14.88	0	0	2311
最大値	163.00	277	1	1	14	1	1	17	449	97.52	29.69	1	1	3472
標準偏差	12.00	23.69	0.40	0.43	2.45	0.42	0.32	3.15	180.30	8.51	2.56	0.31	0.20	285.93

サンプル数 75

##### ◆相関行列

	中古坪単価 (万円)	分譲坪単価 (万円)	施工会社 DM	分譲会社 DM	建蔽率 (%)	階数(階)	連絡駅 DM	徒歩 (分)	総戸数 (戸)	専有面積 (㎡)	部屋当 面積(㎡)	住居地域 DM	管理会社 DM	築日数
中古坪単価 (万円)	1.00													
分譲坪単価 (万円)	0.39	1.00												
施工会社 DM	-0.22	-0.38	1.00											
分譲会社 DM	0.18	0.29	0.05	1.00										
建蔽率 (%)	0.24	-0.30	0.28	0.04	1.00									
階数(階)	0.10	0.41	-0.21	-0.01	-0.08	1.00								
連絡駅 DM	0.35	0.12	-0.74	-0.21	-0.03	0.09	1.00							
徒歩 (分)	-0.39	-0.26	0.22	-0.55	0.20	-0.04	-0.38	1.00						
総戸数 (戸)	-0.12	-0.58	0.61	-0.16	0.76	-0.21	-0.47	0.53	1.00					
専有面積 (㎡)	0.03	-0.23	0.45	-0.23	0.44	0.02	-0.33	0.46	0.67	1.00				
部屋当 面積(㎡)	0.11	-0.11	0.31	-0.25	0.18	-0.19	-0.25	0.37	0.32	0.50	1.00			
住居地域 DM	-0.30	0.15	0.17	-0.19	-0.73	0.02	-0.13	-0.03	-0.37	-0.18	-0.04	1.00		
管理会社 DM	0.13	-0.03	0.41	0.11	0.43	-0.05	0.08	0.06	0.26	0.13	0.13	0.07	1.00	
築日数	-0.38	0.24	0.11	-0.23	-0.49	-0.01	-0.32	0.30	-0.26	-0.12	0.14	0.47	-0.17	1.00

#### (2)分譲坪単価重回帰式

##### ◆重回帰式

変数名	偏回帰係数	標準偏回帰係数	F 値	T 値	P 値	判定	標準誤差	偏相関	単相関
総戸数(戸)	-0.26	-1.94	176.55	13.29	0.00	**	0.02	-0.85	-0.58
階数(階)	17.67	1.83	113.32	10.65	0.00	**	1.66	0.79	-0.30
専有面積(㎡)	1.23	0.44	33.53	5.79	0.00	**	0.21	0.57	-0.23
連絡駅DM	-83.63	-1.15	110.65	10.52	0.00	**	7.95	-0.79	0.12
施工会社DM	-52.84	-0.89	57.78	7.60	0.00	**	6.95	-0.68	-0.38
住居地域DM	65.50	0.85	55.30	7.44	0.00	**	8.81	0.67	0.15
定数項	3.84		0.03	0.18	0.86		21.44		

##### ◆精度

決定係数	0.79
修正済決定係数	0.77
重相関係数	0.89
修正済重相関係数	0.88
ダービントソン比	2.13
赤池のAIC	585.53

(3)中古坪単価重回帰式

◆重回帰式

変数名	偏回帰係数	標準偏回帰係数	F 値	T 値	P 値	判定	標準誤差	偏相関	単相関
徒歩(分)	-1.00	-0.26	4.11	2.03	0.05	*	0.49	-0.24	-0.39
階数(階)	2.91	0.60	13.61	3.69	0.00	**	0.79	0.41	0.24
総戸数(戸)	-0.05	-0.72	13.35	3.65	0.00	**	0.01	-0.41	-0.12
部屋当面積(m <sup>2</sup> )	1.17	0.25	5.21	2.28	0.03	*	0.51	0.27	0.11
築日数	-0.01	-0.20	2.92	1.71	0.09		0.01	-0.20	-0.38
専有面積(m <sup>2</sup> )	0.32	0.22	2.74	1.65	0.10		0.19	0.20	0.03
定数項	97.37		20.52	4.53	0.00	**	21.49		

◆精度

決定係数	0.44
修正済決定係数	0.40
重相関係数	0.67
修正済重相関係数	0.63
ダービントソン比	2.11
赤池のAIC	557.49

(4)中古坪単価(差分)重回帰式

◆重回帰式

変数名	偏回帰係数	標準偏回帰係数	F 値	T 値	P 値	判定	標準誤差	偏相関	単相関
分譲坪単価	0.28	0.55	35.57	5.96	0.00	**	0.05	0.59	0.39
築日数	-0.01	-0.33	9.63	3.10	0.00	**	0.00	-0.35	-0.38
部屋当面積(m <sup>2</sup> )	1.28	0.27	9.66	3.11	0.00	**	0.41	0.35	0.11
徒歩(分)	-1.66	-0.43	15.05	3.88	0.00	**	0.43	-0.43	-0.39
階数(階)	1.40	0.29	7.55	2.75	0.01	**	0.51	0.32	0.24
分譲会社DM	-6.59	-0.23	5.43	2.33	0.02	*	2.83	-0.27	0.18
定数項	96.22		31.59	5.62	0.00	**	17.12		

◆精度

決定係数	0.57
修正済決定係数	0.53
重相関係数	0.75
修正済重相関係数	0.73
ダービントソン比	2.06
赤池のAIC	538.79

### Ⅲ-6. 船橋市中部 重回帰分析データ

#### (1)基本統計量・相関表

##### ◆基本統計量

	中古坪単価(万円)	分譲坪単価(万円)	構造DM	施工会社DM	分譲会社DM	建蔽率(%)	角部屋DM	連絡駅DM	徒歩(分)	バス(分)	総戸数(戸)	専有面積(m <sup>2</sup> )	部屋当面積(m <sup>2</sup> )	駐車場率(%)	住居地域DM	管理会社DM	築日数
平均	100.89	192.60	0.44	0.56	0.43	41.14	0.27	0.87	12.76	0.17	144.40	66.01	16.86	73.45	0.36	0.87	3010
最小値	65	154	0	0	0	25.14	0	0	3	0	25	55	14.43	0	0	0	2314
最大値	181	261	1	1	1	75.85	1	1	24	5	336	79.31	20.03	100	1	1	3622
標準偏差	27.40	23.97	0.50	0.50	0.50	10.05	0.44	0.34	6.47	0.90	108.61	5.58	1.30	23.66	0.48	0.34	317.16
サンプル数	90																

##### ◆相関行列

	中古坪単価(万円)	分譲坪単価(万円)	構造DM	施工会社DM	分譲会社DM	建蔽率(%)	角部屋DM	連絡駅DM	徒歩(分)	バス(分)	総戸数(戸)	専有面積(m <sup>2</sup> )	部屋当面積(m <sup>2</sup> )	駐車場率(%)	住居地域DM	管理会社DM	築日数
中古坪単価(万円)	1.00																
分譲坪単価(万円)	0.33	1.00															
構造DM	0.33	0.33	1.00														
施工会社DM	-0.26	0.19	-0.19	1.00													
分譲会社DM	0.34	0.38	0.53	0.11	1.00												
建蔽率(%)	-0.05	0.10	0.55	-0.28	0.28	1.00											
角部屋DM	0.37	0.14	0.12	-0.17	0.03	0.11	1.00										
連絡駅DM	0.37	-0.21	-0.44	-0.35	-0.45	-0.41	0.16	1.00									
徒歩(分)	-0.53	-0.43	-0.61	0.29	-0.72	-0.37	-0.21	0.35	1.00								
バス(分)	-0.12	-0.13	-0.17	-0.21	0.21	-0.07	0.03	0.07	-0.19	1.00							
総戸数(戸)	-0.28	0.11	0.63	0.10	0.34	0.28	-0.25	-0.69	-0.18	-0.16	1.00						
専有面積(m <sup>2</sup> )	-0.17	-0.09	0.07	-0.03	-0.19	0.15	-0.03	0.07	0.29	-0.06	0.22	1.00					
部屋当面積(m <sup>2</sup> )	-0.02	-0.26	0.16	-0.43	-0.20	0.27	0.35	0.18	0.01	-0.12	0.01	0.19	1.00				
駐車場率(%)	-0.58	-0.29	-0.03	0.06	-0.25	-0.24	-0.34	-0.44	0.27	-0.04	0.61	0.14	-0.08	1.00			
住居地域DM	-0.21	-0.07	-0.57	0.06	-0.09	-0.10	-0.19	0.29	0.35	0.25	-0.45	0.26	-0.19	-0.19	1.00		
管理会社DM	-0.07	0.11	0.15	-0.09	0.34	0.20	0.01	-0.15	-0.22	0.07	0.14	0.24	0.24	-0.08	0.22	1.00	
築日数	-0.49	0.14	-0.16	0.50	-0.03	-0.04	-0.29	-0.44	0.21	-0.16	0.13	-0.09	-0.30	0.23	0.09	0.05	1.00

#### (2)分譲坪単価重回帰式

##### ◆重回帰式

変数名	偏回帰係数	標準偏回帰係数	F 値	T 値	P 値	判定	標準誤差	偏相関	単相関
徒歩(分)	-2.61	-0.70	26.20	5.12	0.00	**	0.51	-0.50	-0.43
駐車場率(%)	-1.13	-1.11	34.26	5.85	0.00	**	0.19	-0.55	-0.29
部屋当面積(m <sup>2</sup> )	-5.14	-0.28	8.87	2.98	0.00	**	1.73	-0.32	-0.26
総戸数(戸)	0.23	1.02	28.70	5.36	0.00	**	0.04	0.52	0.11
分譲会社DM	-37.64	-0.78	18.35	4.28	0.00	**	8.79	-0.43	0.38
住居地域DM	22.72	0.45	15.94	3.99	0.00	**	5.69	0.41	-0.07
建蔽率(%)	-1.40	-0.59	20.20	4.49	0.00	**	0.31	-0.45	0.10
角部屋DM	11.45	0.21	5.57	2.36	0.02	*	4.85	0.26	0.14
連絡駅DM	-30.53	-0.43	8.72	2.95	0.00	**	10.34	-0.32	-0.21
バス(分)	-3.53	-0.13	2.27	1.51	0.14		2.34	-0.17	-0.13
定数項	452.43		152.56	12.35	0.00	**	36.63		

##### ◆精度

決定係数	0.56
修正済決定係数	0.51
重相関係数	0.75
修正済重相関係数	0.71
ダービンワトソン比	1.72
赤池のAIC	776.72

### (3)中古坪単価重回帰式

#### ◆重回帰式

変数名	偏回帰係数	標準偏回帰係数	F 値	T 値	P 値	判定	標準誤差	偏相関	単相関
駐車場率(%)	-0.30	-0.26	13.93	3.73	0.00	**	0.08	-0.39	-0.58
徒歩(分)	-2.20	-0.52	56.86	7.54	0.00	**	0.29	-0.64	-0.53
連絡駅DM	34.10	0.42	24.04	4.90	0.00	**	6.96	0.48	0.37
バス(分)	-8.86	-0.29	38.07	6.17	0.00	**	1.44	-0.57	-0.12
部屋当面積(m <sup>2</sup> )	-4.81	-0.23	19.48	4.41	0.00	**	1.09	-0.44	-0.02
構造DM	15.82	0.29	18.65	4.32	0.00	**	3.66	0.43	0.33
建蔽率(%)	-0.71	-0.26	16.08	4.01	0.00	**	0.18	-0.41	-0.05
築日数	-0.01	-0.17	8.77	2.96	0.00	**	0.01	-0.31	-0.49
角部屋DM	8.62	0.14	8.13	2.85	0.01	**	3.02	0.30	0.37
定数項	268.42		93.06	9.65	0.00	**	27.83		

#### ◆精度

決定係数	0.86
修正済決定係数	0.85
重相関係数	0.93
修正済重相関係数	0.92
ダービンワトソン比	2.35
赤池のAIC	695.70

### (4)中古坪単価(差分)重回帰式

#### ◆重回帰式

変数名	偏回帰係数	標準偏回帰係数	F 値	T 値	P 値	判定	標準誤差	偏相関	単相関
駐車場率(%)	-0.30	-0.26	13.93	3.73	0.00	**	0.08	-0.39	-0.58
徒歩(分)	-2.20	-0.52	56.86	7.54	0.00	**	0.29	-0.64	-0.53
連絡駅DM	34.10	0.42	24.04	4.90	0.00	**	6.96	0.48	0.37
バス(分)	-8.86	-0.29	38.07	6.17	0.00	**	1.44	-0.57	-0.12
部屋当面積(m <sup>2</sup> )	-4.81	-0.23	19.48	4.41	0.00	**	1.09	-0.44	-0.02
構造DM	15.82	0.29	18.65	4.32	0.00	**	3.66	0.43	0.33
建蔽率(%)	-0.71	-0.26	16.08	4.01	0.00	**	0.18	-0.41	-0.05
築日数	-0.01	-0.17	8.77	2.96	0.00	**	0.01	-0.31	-0.49
角部屋DM	8.62	0.14	8.13	2.85	0.01	**	3.02	0.30	0.37
定数項	268.42		93.06	9.65	0.00	**	27.83		

#### ◆精度

決定係数	0.86
修正済決定係数	0.85
重相関係数	0.93
修正済重相関係数	0.92
ダービンワトソン比	2.35
赤池のAIC	695.70

### Ⅲ-7. 西宮市南部 重回帰分析データ

#### (1)基本統計量・相関表

##### ◆基本統計量

	中古坪単価(万円)	分譲坪単価(万円)	構造DM	施工会社DM	分譲会社DM	建蔽率(%)	階数(階)	角部屋DM	連絡駅DM	徒歩(分)	バス(分)	総戸数(戸)	専有面積(m <sup>2</sup> )	部屋当面積(m <sup>2</sup> )	住居地域DM	築日数
平均	99.28	211.37	0.08	0.32	0.36	58.29	7.21	0.38	0.23	9.92	0.10	56.78	75.27	18.41	0.75	3049
最小値	64	134	0	0	0	3.2	3	0	0	2	0	9	56.21	14.05	0	2375
最大値	150	286	1	1	1	574.73	15	1	1	19	13	190	115.28	25.06	1	4718
標準偏差	19.12	26.15	0.28	0.46	0.48	93.14	2.57	0.48	0.42	4.61	1.14	43.61	10.21	2.04	0.44	416.30
サンプル数	130															

##### ◆相関行列

	中古坪単価(万円)	分譲坪単価(万円)	構造DM	施工会社DM	分譲会社DM	建蔽率(%)	階数(階)	角部屋DM	連絡駅DM	徒歩(分)	バス(分)	総戸数(戸)	専有面積(m <sup>2</sup> )	部屋当面積(m <sup>2</sup> )	住居地域DM	築日数
中古坪単価(万円)	1.00															
分譲坪単価(万円)	0.40	1.00														
構造DM	-0.01	-0.39	1.00													
施工会社DM	-0.07	-0.10	0.27	1.00												
分譲会社DM	0.12	0.07	0.12	0.32	1.00											
建蔽率(%)	-0.18	0.01	-0.10	-0.18	-0.15	1.00										
階数(階)	-0.05	-0.46	0.56	0.41	0.09	-0.07	1.00									
角部屋DM	0.09	0.20	-0.01	-0.15	-0.12	0.25	-0.19	1.00								
連絡駅DM	0.24	0.13	0.23	-0.14	0.16	-0.08	0.00	0.03	1.00							
徒歩(分)	-0.42	-0.10	-0.10	0.04	-0.16	0.18	-0.07	0.17	-0.18	1.00						
バス(分)	-0.06	-0.02	-0.03	-0.06	-0.07	-0.01	-0.08	-0.07	0.16	-0.15	1.00					
総戸数(戸)	0.06	-0.38	0.56	0.48	0.23	-0.26	0.79	-0.31	0.17	-0.27	-0.09	1.00				
専有面積(m <sup>2</sup> )	0.21	0.13	-0.10	-0.17	-0.05	0.19	-0.13	0.35	-0.24	0.20	0.07	-0.37	1.00			
部屋当面積(m <sup>2</sup> )	0.08	0.24	-0.20	-0.19	-0.04	0.07	-0.23	0.13	-0.07	0.21	0.10	-0.40	0.58	1.00		
住居地域DM	-0.07	0.39	-0.39	-0.21	0.22	0.17	-0.70	0.20	0.03	0.27	0.05	-0.73	0.33	0.45	1.00	
築日数	-0.24	0.35	-0.20	-0.25	-0.22	0.06	-0.32	0.11	0.16	0.16	-0.01	-0.33	-0.08	0.10	0.23	1.00

#### (2)分譲坪単価重回帰式

##### ◆重回帰式

変数名	偏回帰係数	標準偏回帰係数	F値	T値	P値	判定	標準誤差	偏相関	単相関
階数	-3.25	-0.32	11.56	3.40	0.00	**	0.96	-0.30	-0.46
構造DM	-28.10	-0.30	10.67	3.27	0.00	**	8.60	-0.28	-0.39
連絡駅DM	13.40	0.22	7.70	2.77	0.01	**	4.83	0.24	0.13
角部屋DM	8.86	0.16	4.70	2.17	0.03	*	4.09	0.19	0.20
施工会社DM	11.33	0.20	6.15	2.48	0.01	*	4.57	0.22	-0.10
徒歩	-1.17	-0.21	7.15	2.67	0.01	**	0.44	-0.24	-0.10
部屋当面積	2.49	0.19	6.29	2.51	0.01	*	0.99	0.22	0.24
バス	-2.66	-0.12	2.40	1.55	0.12		1.72	-0.14	-0.02
定数項	193.24		93.59	9.67	0.00	**	19.97		

##### ◆精度

決定係数	0.37
修正済決定係数	0.33
重相関係数	0.61
修正済重相関係数	0.58
タービンワットソク比	1.05
赤池のAIC	1176.80

### (3)中古坪単価重回帰式

#### ◆重回帰式

変数名	偏回帰係数	標準偏回帰係数	F 値	T 値	P 値	判 定	標準誤差	偏相関	単相関
徒歩	-1.76	-0.42	33.98	5.83	0.00	**	0.30	-0.47	-0.42
専有面積	0.74	0.39	29.32	5.41	0.00	**	0.14	0.44	0.21
連絡駅DM	15.84	0.35	21.60	4.65	0.00	**	3.41	0.39	0.24
バス	-3.54	-0.21	8.98	3.00	0.00	**	1.18	-0.26	-0.06
築日数	-0.01	-0.22	8.87	2.98	0.00	**	0.00	-0.26	-0.24
構造DM	-11.22	-0.16	5.10	2.26	0.03	*	4.97	-0.20	-0.01
建蔽率	-0.03	-0.16	4.95	2.22	0.03	*	0.01	-0.20	-0.18
定数項	91.02		38.37	6.19	0.00	**	14.69		

#### ◆精度

決定係数	0.44
修正済決定係数	0.41
重相関係数	0.66
修正済重相関係数	0.64
タービントツ比	1.08
赤池のAIC	1078.97

### (4)中古坪単価(差分)重回帰式

#### ◆重回帰式

変数名	偏回帰係数	標準偏回帰係数	F 値	T 値	P 値	判 定	標準誤差	偏相関	単相関
徒歩	-1.25	-0.30	19.99	4.47	0.00	**	0.28	-0.38	-0.42
分譲坪単価	0.33	0.45	40.14	6.34	0.00	**	0.05	0.50	0.40
築日数	-0.02	-0.35	25.07	5.01	0.00	**	0.00	-0.42	-0.24
専有面積	0.62	0.33	24.05	4.90	0.00	**	0.13	0.41	0.21
連絡駅DM	14.15	0.31	21.52	4.64	0.00	**	3.05	0.39	0.24
住居地域DM	-12.84	-0.29	9.87	3.14	0.00	**	4.09	-0.28	-0.07
バス	-2.84	-0.17	7.35	2.71	0.01	**	1.05	-0.24	-0.06
建蔽率	-0.03	-0.15	5.63	2.37	0.02	*	0.01	-0.21	-0.18
総戸数	-0.07	-0.17	2.89	1.70	0.09		0.04	-0.15	0.06
定数項	55.95		10.10	3.18	0.00	**	17.61		

#### ◆精度

決定係数	0.58
修正済決定係数	0.55
重相関係数	0.76
修正済重相関係数	0.74
タービントツ比	1.15
赤池のAIC	1045.24



## IV-1. 各要素 説明文一覧

### <耐震性>

#### ◆用語の説明◆

『耐震性』とは、地震に対する強さの程度です。

耐震性を判断する指標として、建物の構造が考えられます。

「耐震構造」とは、地震に耐えて建物構造部の安全を守ります。

「制震構造」とは、地震に耐えるだけでなく、揺れを抑えます。

「免震構造」とは、地震に耐えるだけでなく、地面の揺れを建物に伝えません。

「制震」「免震」となるにつれて建物の揺れが少なくなります。

#### ◆購入時のポイント◆

1981年以降の建物は全て「新耐震基準」に沿って建てられているため、阪神大震災級の地震でも、建物そのものが倒壊する危険は低いといえます。

ただし、揺れによっては、家具の転倒などによる危険が考えられます。

大型家具は壁に固定しておく等の対策により、安全を確保する方法もあります。

#### ◆豆知識◆

首都圏で30年以内に関東大震災級の地震が起きる確率は、70%と予測されています(政府「地震調査委員会」2005年)。

### <遮音性>

#### ◆用語の説明◆

『遮音性』とは、上下階や隣戸の音が聞こえる程度をいいます。

遮音性は、遮音等級という指標で表され、数値が低いほど遮音性が高くなります。

例えば「L-45」は床の遮音性を表し、「上階で走り回る音が聞こえるが、意識することはあまりない」程度です。

公庫の融資基準ではマンションの標準が「L-55」、高規格で「L-50」です。

最近のマンションは「L-50」等級以上が一般的となっています。

#### ◆購入時のポイント◆

カーペットを敷くなど、入居後の対策はあまり効果がないといわれています。

同じマンションでも、フロアや間取りによって遮音性が変わる場合があります。

#### ◆豆知識◆

生活音に関するトラブルがあると答えたマンションは、全体の半数以上となっています(国土交通省「マンション総合調査」2003年)。

遮音性は床や壁の仕様によって変わります。特に重量衝撃音(人の走り回る音等)は基本的に床のスラブ(コンクリート)の厚さに大きな影響を受けます。

## <断熱性>

### ◆用語の説明◆

『断熱性』とは、外部からの熱を遮る程度です。

断熱性は、「省エネ基準」でみることができます。

「旧省エネ基準」とは、結露は発生し、冷暖房も概ね必要となるレベルです。

「新省エネ基準」とは、結露はあまり発生しませんが、冷暖房は時々必要となるレベルです。

「次世代省エネ基準」とは、結露は発生せず、冷暖房がほぼ不要となるレベルです。

「旧省エネ基準」、「新省エネ基準」、「次世代省エネ基準」の順番に断熱性は高くなります。

### ◆購入時のポイント◆

断熱性が高いと、省エネ効果が高く、冷暖房費を削減することができます。

断熱性が高いことで結露の発生が防げます。結露は、カビやダニの繁殖につながり、健康に悪影響を与えるほか、住宅の耐久性を下げます。

### ◆豆知識◆

販売後3年以上経過した公庫融資マンションのうち、65%で結露が発生しています（住宅金融公庫「居住性調査（マンション）」2004年）。

断熱性を高める方法の1つに「外断熱工法」があります。蓄熱性のあるコンクリート躯体を「断熱材ですっぽりと覆う」工法です。外気温の影響を受けにくく、結露が発生しにくいといわれています。コストや施工が難しく、日本ではあまり普及していませんが、省エネ意識の高い北欧では一般的な工法です。

## <可変性>

### ◆用語の説明◆

『可変性』とは、リフォームによって間取りが自由に変更できる程度です。

可変性を判断する指標の1つとして「階高」があります。階高とは建物の各階間の高さ（床面からすぐ上の階の床面までの高さ）です。

階高が3m以上ある場合は、「二重床・二重天井」にした場合でも天井までの高さを十分にとることができ、かなり自由度の高い間取り変更が可能になります。

### ◆購入時のポイント◆

将来的に、世帯構成や世帯人数は変化します。購入時だけではなく、ライフスタイルやライフサイクルの変化に柔軟に対応できるかどうかをみるのが大切です。

年をとると身体能力が衰えます。バリアフリー化工事は浴室の段差解消など大規模なリフォームになる場合が多く、可変性が低いと対応できないことも考えられます。

### ◆豆知識◆

世帯人数が3人以上の割合は4年間で20%減少する一方、1人世帯・2人世帯の割合が20%増加しています（国土交通省「マンション総合調査」2003年）。

同じ専有面積ならば、住居の形状が正方形に近いほど、可変性は向上します。

二重床とは、コンクリート床スラブの上に隙間を造り、さらにフローリング等の床（構造）がある形態をいいます。これにより、配線・配管の自由度が高まります。

## <耐久性>

### ◆用語の説明◆

『耐久性』とは、建物が入居時の性能を保持できる程度（期間）です。

耐久性は、建物の部材（特にコンクリート）や修繕維持計画でみることができます。

コンクリートの耐用年数は40年以上ですが、給排水管の耐用年数は20年程度と部位によって異なります。このため、耐用年数の長い部材を使うと共に、修繕計画が適切に組み立てられていることで、建物としての耐久性が上がります。

住宅金融公庫の融資基準では、20年以上の長期修繕計画が組み立てられていることが、要件となっています。

### ◆購入時のポイント◆

部材や修繕しやすい構造かどうかは建築時に決まります。管理・交換しやすい構造であることにより、修繕しやすくなります。

当初に、長期修繕計画がきちんと考えられていることが大切です。部材ごとに適切な管理・交換をしていかなければ、漏水が発生するなど、建物寿命を大きく縮めることとなります。

実際に適切な修繕維持が行われるかどうかは、マンションの管理体制によって異なります。

### ◆豆知識◆

日本の住宅（戸建も含む）の平均的な耐用年数（建設してから壊すまで）は、31年であるのに対し、アメリカでは44年です（総務省「住宅・土地統計調査」他）。日本は他の国に比べて短い期間で建物を壊す傾向があります。

## <防犯性>

### ◆用語の説明◆

『防犯性』とは、犯罪（特に侵入犯）から人や家財を守る程度です。

防犯性は侵入しにくさと万一犯罪が起きた場合の対応の早さで見ることができます。

エントランスでの防犯設備としては、オートロックのほか、防犯カメラ、最近では生体認証などがあります。

各戸の玄関では、2ロックのほか、サムターン回し対策キーなどがあります。

管理人の常駐、警備会社による24時間監視なども考えられます。

### ◆購入時のポイント◆

空き巣などの被害に会うことは、経済的な被害はもちろん、安心できる空間であるはずの「家」に侵入されたという心理的な被害も大きいと考えられます。また、身体に直接危害が及ぶ可能性もあります。

防犯設備の中には、後付が可能なものもあります（サムターン回し対策、防犯ガラス、センサーなど）。

有人管理や警備会社との契約などは販売時から決まっており、各戸では、追加しにくい防犯サービスです。

### ◆豆知識◆

侵入窃盗件数（住宅）は約19万件起きており、そのうち4割強がマンションへの侵入窃盗です（警視庁調べ 2004年）。

近年は、「ガラス破り」、「サムターン回し」、「ピッキング」といった手口による犯罪が増加しています。

## <日照>

### ◆用語の説明◆

『日照』とは、太陽の直接光が差し込む時間です。

通常、1年で最も日照時間が短くなる冬至の日の午前8時から午後4時までの8時間のうち、何時間直接光が差し込むかで見ます。

周辺に建物などの日照をさえぎるものが全くない場合、真南向き住戸なら8時間、東向きおよび西向き住戸ならば4時間となります。

住居の形状やバルコニーの奥行きによっても変わります。

### ◆購入時のポイント◆

分譲マンションでは、通常は、高層階ほど分譲価格が高くなります。これは、眺望とともに、日照が価値として評価されているためと考えることができます。高層階では、光の乱反射などにより、直接の日照は少ない場合でも明るくなります。

販売時の日照のほか、周辺環境の変化による影響もあります。シミュレーション結果を見たり、現地周辺状況を含めて確認することが大切です。

### ◆豆知識◆

東京都のマンション（賃貸含む）では、日照時間3時間未満の住宅が3割を占めています。（東京都「住宅統計調査」1998年）

## <設備>

### ◆用語の説明◆

『設備』とは、建物に備え付けられた機器です。

ビルトイン（備え付け）として、どんな設備があるかで見ます。

設備を利用することにより、快適で便利な暮らしが享受できるようになっています。

### ◆購入時のポイント◆

設備の中には、簡単に後付けできるものも多くあります。

後付けが難しい設備かどうか、本当に必要な設備かどうかを検討したうえで、マンションを選ぶことが大切です。

### ◆豆知識◆

最近では、床暖房や浴室乾燥は標準設備として一般的です。ビルトイン食器洗浄機やディスプレイがあるところも増えてきました。オール電化マンションも増えています。

欲しい設備として人気があるのは、インターネット環境、TVモニター付ドアホン、フルオートバスなどです。

## IV-2. 各要素のレベル・コスト

要素	レベル		
専有面積	80 m <sup>2</sup> を基準として、コストの増加分＝面積の減少分として考える。価格の代用変数。面積の算出方法は、各コストの合計値をCとすると $80*(1-C*3/8)$ としている。		
耐震性	耐震性 A (免震構造)	耐震性 B (耐震マンション)	
	阪神大震災級の地震で建物は倒壊しない。揺れもあまり感じない。	阪神大震災級の地震で建物は倒壊しない。揺れは強く感じる。	
コスト	12%	0	
遮音性	遮音性 A (L-40)	遮音性 B (L-45)	遮音性 C (L-50)
	上階で走り回る音をかすかに感じるが、遠くから聞こえる程度。	上階で走り回る音が聞こえるが、あまり意識しない程度。	上階で走り回る音が小さく聞こえる。イスを引きずる音は聞こえる。
コスト	8%	0	-8%
断熱性	断熱性 A (次世代省エネ基準)	断熱性 B (新省エネ基準)	断熱性 C (旧省エネ基準)
	年間光熱費 6 万円。冷暖房はほぼ不要。結露は発生しない。	年間光熱費 10 万円。冷暖房は時々必要。結露はほぼ発生しない。	年間光熱費 15 万円。冷暖房は概ね必要。結露が発生する。
コスト	16%	0	-8%
可変性	可変性 A	可変性 B	可変性 C
	間取り変更可能 (水周り含む)。あらゆるバリアフリー対応可能。	間取り変更可能 (水周り以外)。一定のバリアフリー対応可能。	簡易な間取り変更のみ可能。一部のバリアフリー対応可能。
コスト	8%	0	-8%
耐久性	耐久性 A (100 年)	耐久性 B (70 年)	耐久性 C (40 年)
	耐久性 100 年超の構造材。修繕し易い構造。長期修繕計画。	耐久性 70 年超の構造材。一部修繕し難い構造。35 年長期修繕計画。	耐久性 40 年超の構造材。修繕し難い構造。20 年長期修繕計画。
コスト	10%	0	-10%
防犯性	防犯性 A	防犯性 B	防犯性 C
	エントランス、各戸玄関、窓など防犯対応充実。24 時間有人管理。	エントランス、各戸玄関、窓が防犯対応。平日 9-17 時有人管理。	エントランス、各戸玄関が防犯対応。無人管理。
コスト	8%	0	-8%
日照	日照 A (8 時間)	日照 B (6 時間)	日照 C (4 時間)
	冬至でも 8 時間近い日照。日中の照明は不要。	冬至でも 6 時間程度の日照。朝夕の照明は必要。	冬至で 4 時間程度の日照。照明の必要な時間帯が多い。
コスト	6%	0	-6%
設備	設備 A	設備 B	設備 C
	床暖房・浴室乾燥・食洗機・ディスポーズ・ネット環境・シアター	床暖房・浴室乾燥・食洗機・ディスポーズ	床暖房・浴室乾燥
コスト	4%	0	-4%

<sup>1</sup> 建築費の物件価格に対するウェイト付け。3/8=37.5%。建物と土地の価格比を 1:1、建物価格のうちの建築費と経費・利益の比を 3:1 として算出している。

### IV-3. アンケート調査票

#### (1)スクリーニング調査

Q1 現在、一緒にお住まいのご家族について、当てはまる方を全てお選びください。

〈回答はいくつでも〉

- 配偶者
- 親
- 子供
- その他
- 現在一緒に住んでいる家族はいない

Q2 Q1でお答えになった一緒にお住まいのご家族の方の人数をお答えください。

親

〈回答は1つ〉

- 1人
- 2人
- 3人
- 4人

子ども

〈回答は1つ〉

- 1人
- 2人
- 3人以上

その他(親・子ども以外)

〈回答は1つ〉

- 1人
- 2人
- 3人以上

Q3 現在あなたが住まいの住居形態についてお答えください。

〈回答は1つ〉

- 持ち家
- 賃貸
- 社宅
- その他

持ち家に住んでいらっしゃる方にお伺いします。

**Q4 あなたが、その家を購入されたのはいつですか？ 当てはまるものを一つだけお選びください。**

〈回答は1つ〉

- 2005年  2000年
- 2004年  1995～1999年
- 2003年  1995年よりも前
- 2002年  購入はしていない
- 2001年

**Q5 どのような家を購入されましたか？ 当てはまるものを1つだけお選びください。**

〈回答は1つ〉

- 新築マンション
- 中古マンション
- 新築戸建て
- 中古戸建て
- その他

**Q6 家を購入される時、どのようにして物件のことを調べましたか？ 当てはまるものを全てお選びください。**

〈回答はいくつでも〉

- 建設(購入)予定地を見に行った
- モデルルームを訪れた
- 営業担当者から物件の説明を受けた
- 不動産鑑定士など営業担当者以外の専門家に相談した
- 物件の詳細なパンフレットを取り寄せた
- インターネットで物件情報を見た
- 住宅情報雑誌を購入した
- 不動産会社等の会員に登録した
- 建設(購入)予定地の近隣の入居者に話を聞いた
- 役所で地盤や浸水履歴について調べた
- その他

持ち家以外(賃貸、社宅等)に住んでいらっしゃる方にお伺いします。

**Q7 あなたは、家を購入する予定はありますか？ 当てはまるものを一つだけお選びください。**

(回答は1つ)

- 特に予定なし
- 1年以内に購入したい
- 2～3年以内には購入したい
- 5年以内には購入したい
- 購入はしたいが時期は未定

**Q8 どのような家を購入したいと考えていますか？ 当てはまるものを一つだけお選びください。**

(回答は1つ)

- 新築戸建て
- 中古戸建て
- 新築マンション
- 中古マンション
- 決まっていない

**Q9 あなたは、どの地域でマンションを購入したいとお考えですか？ もっとも希望している地域を一つだけお選びください。**

(回答は1つ)

- 千代田区
- 品川区
- 北区
- 神奈川県
- 中央区
- 目黒区
- 荒川区
- 千葉県
- 港区
- 大田区
- 板橋区
- 埼玉県
- 新宿区
- 世田谷区
- 練馬区
- その他の関東地域
- 文京区
- 渋谷区
- 足立区
- その他の地域
- 台東区
- 中野区
- 葛飾区
- 墨田区
- 杉並区
- 江戸川区
- 江東区
- 豊島区
- 東京都市部

**Q10 あなたは、今までにマンション購入に向けて、物件を調べたり、見に行ったりしたことはありますか？（今回購入を検討されている物件には限りません）**

〈回答はいくつでも〉

- 建設予定の現場を見に行ったことがある
- モデルルームを訪れたことがある
- 営業担当者から物件の説明を受けたことがある
- 物件の詳細なパンフレットを取り寄せたことがある
- インターネットなどで物件情報を見たことがある
- 住宅情報雑誌を購入して読んだことがある
- 不動産会社等の会員に登録している
- 建設予定物件の近隣の入居者に話を聞いたことがある
- 役所で地盤や浸水履歴について調べたことがある
- 具体的に探したことはない

**Q11 あなたの年齢は？**

〈回答は半角数字で入力〉

才

**Q12 あなたの性別は？**

〈回答は1つ〉

- 男性
- 女性

## (2)本調査

### 本アンケート調査について

このアンケートは、マンションを購入する時に、どのようなことを重視するかを調べることを目的としています。アンケートは大きく3つにわかれています。質問は全部で18問です。画面の上には、アンケートがどこまで終了したかが表示されます。

#### I マンション購入に係わる項目の説明

- ◆ 8つの項目について説明します。  
説明文を読んで質問にお答えください。

質問の数は9問です。



#### II 希望マンション選択

- ◆ 条件の異なるマンションを提示します。  
最も購入したいと思うマンションを一つ選んでいただきます。  
マンションは3例ずつ合計12例あります。
- ◆ 最後に、ここまで選んだ4戸のマンションの中から、最も購入したいと思うマンションを選んでいただきます。

質問の数は5問です。



#### III マンションを選ぶ際の決め手などの質問

質問の数は4問です。

～アンケートは終了です～

質問は全部で18問です。

◆進捗状況◆



マンションの購入にかかわる、8つの項目について各設問に従って、お答えください。

耐震性について、下記の説明を読んだ上で、選択肢の中から当てはまるものを選んでください。

<耐震性>

◆用語の説明◆

- 『耐震性』とは、地震に対する強さの程度です。
- 耐震性を判断する指標として、建物の構造が考えられます。
- 「耐震構造」とは、地震に耐えて建物構造部の安全を守ります。
- 「制震構造」とは、地震に耐えるだけでなく、揺れを抑えます。
- 「免震構造」とは、地震に耐えるだけでなく、地面の揺れを建物に伝えません。
- 「制震」「免震」となるにつれて建物の揺れが少なくなります。

◆購入時のポイント◆

- 1981年以降の建物は全て「新耐震基準」に沿って建てられているため、阪神大震災級の地震でも、建物そのものが倒壊する危険は低いといえます。
- ただし、揺れによっては、家具の転倒などによる危険が考えられます。
- 大型家具は壁に固定しておく等の対策により、安全を確保する方法もあります。

◆豆知識◆

- 首都圏で30年以内に関東大震災級の地震が起きる確率は、70%と予測されています(政府「地震調査委員会」2005年)。

Q1-1 耐震性について、あなたはご存じでしたか。

(回答は1つ)

- 説明の内容は既にまぼ知っていた
- なんとなく知っていた
- ほとんど初めて知った

◆進捗状況◆



マンションの購入にかかわる、8つの項目について各設問に従って、お答えください。

遮音性について、下記の説明を読んだ上で、選択肢の中から当てはまるものを選んでください。

<遮音性>

◆用語の説明◆

- 『遮音性』とは、上下階や隣戸の音が聞こえる程度をいいます。
- 遮音性は、遮音等級という指標で表され、数値が低いほど遮音性が高くなります。
- 例えば「L-45」は床の遮音性を表し、「上階で走り回る音が聞こえるが、意識することはあまりない」程度です。
- 公庫の融資基準ではマンションの標準が「L-55」、高規格で「L-50」です。
- 最近のマンションは「L-50」等級以上が一般的となっています。

◆購入時のポイント◆

- カーペットを敷くなど、入居後の対策はあまり効果がないといわれています。
- 同じマンションでも、フロアや間取りによって遮音性が変わる場合があります。

◆豆知識◆

- 生活音に関するトラブルがあると答えたマンションは、全体の半数以上となっています(国土交通省「マンション総合調査」2003年)。
- 遮音性は床や壁の仕様が異なります。特に重量衝撃音(人の走り回る音等)は基本的に床のスラブ(コンクリート)の厚さに大きな影響を受けます。

Q1-2 遮音性について、あなたはご存じでしたか。

(回答は1つ)

- 説明の内容は既にまぼ知っていた
- なんとなく知っていた
- ほとんど初めて知った

◆進捗状況◆



マンションの購入にかかわる、8つの項目について各設問に従って、お答えください。

断熱性について、下記の説明を読んだ上で、選択肢の中から当てはまるものを選んでください。

<断熱性>

◆用語の説明◆

- 『断熱性』とは、外部からの熱を遮る程度です。
- 断熱性は、「省エネ基準」でみることができます。
- 「旧省エネ基準」とは、結露は発生し、冷暖房も概ね必要となるレベルです。
- 「新省エネ基準」とは、結露はあまり発生しませんが、冷暖房は時々必要となるレベルです。
- 「次世代省エネ基準」とは、結露は発生せず、冷暖房がほぼ不要となるレベルです。
- 「旧省エネ基準」、「新省エネ基準」、「次世代省エネ基準」の順番に断熱性は高くなります。

◆購入時のポイント◆

- 断熱性が高いと、省エネ効果が高く、冷暖房費を削減することができます。
- 断熱性が高いことで結露の発生が防げます。結露は、カビやダニの繁殖につながり、健康に悪影響を与えるほか、住宅の耐久性を下げます。

◆豆知識◆

- 販売後3年以上経過した公庫融資マンションのうち、65%で結露が発生しています(住宅金融公庫「居住性調査(マンション)」2004年)。
- 断熱性を高める方法の1つに「外断熱工法」があります。蓄熱性のあるコンクリート躯体を「断熱材ですっぽりと覆う」工法です。外気温の影響を受けにくく、結露が発生しにくいといわれています。コストや施工が難しく、日本ではあまり普及していませんが、省エネ意識の高い北欧では一般的な工法です。

Q1-3 断熱性について、あなたはご存じでしたか。

(回答は1つ)

- 説明の内容は既にまぼ知っていた
- なんとなく知っていた
- ほとんど初めて知った

◆進捗状況◆



マンションの購入にかかわる、8つの項目について各設問に従って、お答えください。

可変性について、下記の説明を読んだ上で、選択肢の中から当てはまるものを選んでください。

<可変性>

◆用語の説明◆

- 『可変性』とは、リフォームによって間取りが自由に変更できる程度です。
- 可変性を判断する指標の1つとして「階高」があります。階高とは建物の各階間の高さ(床面からすぐ上の階の床面までの高さ)です。
- 階高が3m以上ある場合は、「二重床・二重天井」にした場合でも天井までの高さを十分にとることができ、かなり自由度の高い間取り変更が可能になります。

◆購入時のポイント◆

- 将来的に、世帯構成や世帯人数は変化します。購入時だけでなく、ライフスタイルやライフサイクルの変化に柔軟に対応できるかどうかをみるのが大切です。
- 年をとると身体能力が衰えます。バリアフリー化工事や浴室の段差解消など大規模なリフォームになる場合が多く、可変性が低いと対応できないことも考えられます。

◆豆知識◆

- 世帯人数が3人以上の割合は4年間で20%減少する一方、1人世帯・2人世帯の割合が20%増加しています(国土交通省「マンション総合調査」2003年)。
- 同じ専有面積ならば、住居の形状が正方形に近いほど、可変性は向上します。
- 二重床とは、コンクリート床スラブの上に隙間を造り、さらにフローリング等の床(構造)がある形態をいいます。これにより、配線・配管の自由度が高まります。

Q1-4 可変性について、あなたはご存じでしたか。

(回答は1つ)

- 説明の内容は既にほぼ知っていた
- なんとなく知っていた
- ほとんど初めて知った

◆進捗状況◆



マンションの購入にかかわる、8つの項目について各設問に従って、お答えください。

耐久性について、下記の説明を読んだ上で、選択肢の中から当てはまるものを選んでください。

<耐久性>

◆用語の説明◆

- 『耐久性』とは、建物が入居時の性能を保持できる程度(期間)です。
- 耐久性は、建物の部材(特にコンクリート)や修繕維持計画でみることができます。
- コンクリートの耐用年数は40年以上ですが、給排水管の耐用年数は20年程度と部位によって異なります。このため、耐用年数の長い部材を使うと共に、修繕計画が適切に組まれていることで、建物としての耐久性が上がります。
- 住宅金融公庫の融資基準では、20年以上の長期修繕計画が組まれていることが、要件となっています。

◆購入時のポイント◆

- 部材や修繕しやすい構造かどうかは建築時に決まります。管理・交換しやすい構造であることにより、修繕しやすくなります。
- 当初に、長期修繕計画がきちんと考えられていることが大切です。部材ごとに適切な管理・交換をしていかなければ、漏水が発生するなど、建物寿命を大きく縮めることになります。
- 実際に適切な修繕維持が行われるかどうかは、マンションの管理体制によって異なってきます。

◆豆知識◆

- 日本の住宅(戸建も含む)の平均的な耐用年数(建設してから壊すまで)は、31年であるのに対し、アメリカでは44年です(総務省「住宅・土地統計調査」他)。日本は他の国に比べて短い期間で建物を壊す傾向があります。

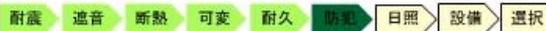
Q1-5 耐久性について、あなたはご存じでしたか。

(回答は1つ)

- 説明の内容は既にまぼ知っていた
- なんとなく知っていた
- ほとんど初めて知った

◆進捗状況◆

各項目の説明



希望マンション選択  
(5問)

選択時の決め手等  
(4問)

マンションの購入にかかわる、8つの項目について各設問に従って、お答えください。

防犯性について、下記の説明を読んだ上で、選択肢の中から当てはまるものを選んでください。

<防犯性>

◆用語の説明◆

- 『防犯性』とは、犯罪(特に侵入犯)から人や家財を守る程度です。
- 防犯性は侵入しにくさと万一犯罪が起きた場合の対応の早さで見ることができます。
- エントランスでの防犯設備としては、オートロックのほか、防犯カメラ、最近では生体認証などがあります。
- 各戸の玄関では、2ロックのほか、サムターン回し対策キーなどがあります。
- 管理人の常駐、警備会社による24時間監視なども考えられます。

◆購入時のポイント◆

- 空き巣などの被害に会うことは、経済的な被害はもちろん、安心できる空間であるはずの「家」に侵入されたという心理的な被害も大きいと考えられます。また、身体に直接危害が及ぶ可能性もあります。
- 防犯設備の中には、後付が可能なものもあります(サムターン回し対策、防犯ガラス、センサーなど)。
- 有人管理や警備会社との契約などは販売時から決まっており、各戸では、追加しにくい防犯サービスです。

◆豆知識◆

- 侵入窃盗件数(住宅)は約19万件起きており、そのうち4割強がマンションへの侵入窃盗です(警視庁調べ 2004年)。
- 近年は、「ガラス破り」、「サムターン回し」、「ピッキング」といった手口による犯罪が増加しています。

Q1-6 防犯性について、あなたはご存じでしたか。

(回答は1つ)

- 説明の内容は既にまぼ知っていた
- なんとなく知っていた
- ほとんど初めて知った

◆進捗状況◆



マンションの購入にかかわる、8つの項目について各設問に従って、お答えください。

日照について、下記の説明を読んだ上で、選択肢の中から当てはまるものを選んでください。

<日照>

◆用語の説明◆

- 『日照』とは、太陽の直接光が差し込む時間です。
- 通常、1年で最も日照時間が短くなる冬至の日の午前8時から午後4時までの8時間のうち、何時間直接光が差し込むかで見ます。
- 周辺に建物などの日照をさえぎるものが全くない場合、真南向き住戸なら8時間、東向きおよび西向き住戸ならば4時間となります。
- 住居の形状やバルコニーの奥行きによっても変わります。

◆購入時のポイント◆

- 分譲マンションでは、通常は、高層階ほど分譲価格が高くなります。これは、眺望とともに、日照が価値として評価されているためと考えることができます。高層階では、光の乱反射などにより、直接の日照は少ない場合でも明るくなります。
- 販売時の日照のほか、周辺環境の変化による影響もあります。シミュレーション結果を見たり、現地で周辺状況を含めて確認することが大切です。

◆豆知識◆

- 東京都のマンション(賃貸含む)では、日照時間3時間未満の住宅が3割を占めています。(東京都「住宅統計調査」1998年)

Q1-7 日照について、あなたはご存じでしたか。

(回答は1つ)

- 説明の内容は既にまもっていた
- なんとなく知っていた
- ほとんど初めて知った

◆進捗状況◆



マンションの購入にかかわる、8つの項目について各設問に従って、お答えください。

設備について、下記の説明を読んだ上で、選択肢の中から当てはまるものを選んでください。

<設備>

◆用語の説明◆

- 『設備』とは、建物に備え付けられた機器です。
- ビルトイン(備え付け)として、どんな設備があるかで見ます。
- 設備を利用することにより、快適で便利な暮らしが享受できるようになっています。

◆購入時のポイント◆

- 設備の中には、簡単に後付けできるものも多くあります。
- 後付けが難しい設備かどうか、本当に必要な設備かどうかを検討したうえで、マンションを選ぶことが大切です。

◆豆知識◆

- 最近は、床暖房や浴室乾燥は標準設備として一般的です。ビルトイン食器洗浄機やディスボージャーがあるところも増えてきました。オール電化マンションも増えています。
- 欲しい設備として人気があるのは、インターネット環境、TVモニター付ドアホン、フルオートバスなどです。

Q1-8 設備について、あなたはご存じでしたか。

(回答は1つ)

- 説明の内容は関心はもって知っていた
- なんとなく知っていた
- ほどんど初めて知った

◆進捗状況◆

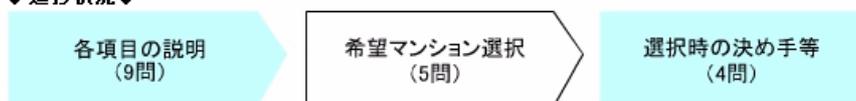


Q1-9 あなたがマンションを購入する際に優先させたい項目はどれですか。優先度の高いものから「5つ」お選びください。

(回答は5つ)

- 耐震性
- 遮音性
- 断熱性
- 可変性
- 耐久性
- 防犯性
- 日照
- 設備

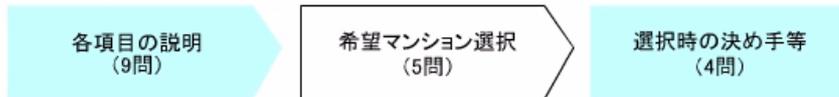
◆進捗状況◆



ここからは、マンションの例を提示します。

各設問でそれぞれ3つの候補マンションが提示されますので、あなたが最も購入する可能性が高いマンションを選んでください。  
設問は5問あります。

◆進捗状況◆



Q2 あなたは、以下の前提条件の下で新築マンションを購入すると想定してください。まず、前提条件をよく読んでください。

< 前提条件 >

◆家族構成

4人家族 父40歳、母38歳、長女7歳(小学校2年生)、長男3歳

◆購入予定地 (居住地もしくは購入希望地を表示)

(持ち家の方はお住まいの地区が、購入希望の人は購入希望地が表示されています。)

- 該当地域は、著しく地盤が悪い・騒音が激しい等の問題はない。
- 選択肢のどのマンションも立地条件は全て等しい(同じ場所に建設)

◆購入予定マンション

- 購入予定のマンションは10階建て(80世帯)の中規模マンション。
- 最寄駅からは徒歩10分。
- 選択肢のどのマンションも、物件価格・管理費・修繕維持積立金は等しい。

< 専有面積について >

- 『専有面積』とは、区分所有者が単独に所有する部分の床面積です。  
バルコニー、ポーチ、専用庭などは共用部分となるため、専有面積には含まれません。
- 専有面積が75m<sup>2</sup>であれば、リビング15畳、主寝室8畳、寝室6畳が2部屋、キッチン4畳程度で3LDKという間取りが考えられます。(1畳は約1.7m<sup>2</sup>、6畳は約10m<sup>2</sup>。)
- 本調査では、60~70m<sup>2</sup>を2LDK相当、70m<sup>2</sup>~80m<sup>2</sup>を3LDK相当、80m<sup>2</sup>以上を4LDK相当としていますが、必ずしも表示された間取りにしかならないということではありません。

読んだら、「前提条件を確認」のチェックボックスをクリックして次に進んでください。

なお、この前提条件の画面は、この後の画面で左上にでてくる「前提条件・各項目の説明を確認する」をクリックすると、いつでも確認することができます。

前提条件を確認

◆進捗状況◆



Q2-1 次の3つのマンションからどれか1つを購入する場合、最も購入する可能性が高いマンションを1つ選択してください。項目にない条件は全て等しいとします。

(回答は1つ)

前提条件・各項目の説明を確認する

専有面積	専有面積	専有面積	
73m <sup>2</sup> (3LDK相当)	76m <sup>2</sup> (3LDK相当)	79m <sup>2</sup> (3LDK相当)	あてはまるものはない
<u>耐震性B(耐震構造)</u>	<u>耐震性A(免震構造)</u>	<u>耐震性B(耐震構造)</u>	
阪神大震災級の地震で建物は倒壊しない。揺れは強く感じる。	阪神大震災級の地震で建物は倒壊しない。揺れもあまり感じない。	阪神大震災級の地震で建物は倒壊しない。揺れは強く感じる。	
<u>遮音性A(L-40)</u>	<u>遮音性C(L-50)</u>	<u>遮音性C(L-50)</u>	
上階で走り回る音をかすかに感じるが、遠くから聞こえる程度。	上階で走り回る音が小さく聞こえる。イスを引きずる音は聞こえる。	上階で走り回る音が小さく聞こえる。イスを引きずる音は聞こえる。	
<u>断熱性A(次世代省エネ基準)</u>	<u>断熱性A(次世代省エネ基準)</u>	<u>断熱性B(新省エネ基準)</u>	
年間光熱費6万円。冷暖房はまま不要。結露は発生しない。	年間光熱費6万円。冷暖房はまま不要。結露は発生しない。	年間光熱費10万円。冷暖房は時々必要。結露はまま発生しない。	
<u>可変性B</u>	<u>可変性C</u>	<u>可変性B</u>	
間取り変更可能(水周り以外)。一定のバリアフリー対応可能。	簡易な間取り変更のみ可能。一部のバリアフリー対応可能。	間取り変更可能(水周り以外)。一定のバリアフリー対応可能。	
<u>耐久性B(70年)</u>	<u>耐久性B(70年)</u>	<u>耐久性A(100年)</u>	
耐久性70年超の構造材。一部修繕し難い構造。35年長期修繕計画。	耐久性70年超の構造材。一部修繕し難い構造。35年長期修繕計画。	耐久性100年超の構造材。修繕し易い構造。50年長期修繕計画。	

◆別ウインドウでの前提条件と項目確認画面◆

<前提条件>

1. 家族構成：4人家族（父40歳、母38歳、長女7歳（小学校2年生）、長男3歳）
2. 購入予定地：JavaScriptを有効にするとエリアが表示されます  
（持ち家の方はお住まいの地区が、購入希望の人は購入希望地が表示されています。）
  - 該当地域は、著しく地盤が悪い・騒音が激しい等の問題はない。
  - 選択肢のどのマンションも立地条件は全て等しい（同じところに建設）。
3. 購入予定マンション
  - 10階建て（80世帯）の中規模マンション。
  - 最寄り駅からは徒歩10分。
  - 選択肢のどのマンションも、物件価格・管理費・修繕維持積立金は等しい。

<専有面積>

- 『専有面積』とは、区分所有者が単独に所有する部分の床面積です。
- バルコニー、ポーチ、専用庭などは共用部分となるため、専有面積には含まれません。
- 専有面積が75㎡であれば、リビング15畳、主寝室8畳、寝室6畳が2部屋、キッチン4畳程度で3LDKという間取りが考えられます。（1畳は約1.7㎡、6畳は約10㎡。）
- 本調査では、60～70㎡を2LDK相当、70㎡～80㎡を3LDK相当、80㎡以上を4LDK相当としていますが、必ずしも表示された間取りにしかならないということではありません。

◆選択肢

<b>64～93㎡</b>	70㎡未満の場合、「2LDK相当」と表示。 70㎡以上80㎡未満の場合、「3LDK相当」と表示。 80㎡以上の場合、「4LDK相当」と表示。
---------------	--

<耐震性>

- 『耐震性』とは、地震に対する強さの程度です。
- 耐震性を判断する指標として、建物の構造が考えられます。
- 「耐震構造」とは、地震に耐えて建物構造部の安全を守ります。
- 「制震構造」とは、地震に耐えるだけでなく、揺れを抑えます。
- 「免震構造」とは、地震に耐えるだけでなく、地面の揺れを建物に伝えません。
- 「制震」「免震」となるにつれて建物の揺れが少なくなります。

◆選択肢

<b>耐震性B 耐震構造</b>	阪神大震災級の地震でも建物は倒壊しない。 揺れによって家具の転倒などによる危険が考えられる。 断水等により、生活に支障をきたす可能性がある。
<b>耐震性A 免震構造</b>	阪神大震災級の地震でも建物は倒壊しない。 免震構造により、揺れによる家具の転倒がほとんどない。 断水や停電が起き難く、生活に支障をきたす可能性が低い。

## <遮音性>

- 『遮音性』とは、上下階や隣戸の音が聞こえる程度をいいます。
- 遮音性は、遮音等級という指標で表され、数値が低いほど遮音性が高くなります。
- 例えば「L-45」は床の遮音性を表し、「上階で走り回る音が聞こえるが、意識することはあまりない」程度です。
- 公庫の融資基準ではマンションの標準が「L-55」、高規格で「L-50」です。
- 最近のマンションは「L-50」等級以上が一般的となっています。

### ◆選択肢

<b>遮音性C</b> L-50	上階で走り回る音が小さく聞こえる。 イスを引きずる音は聞こえる。
<b>遮音性B</b> L-45	上階で走り回る音が聞こえるが、意識することはあまりない。 スプーンを落とすとかすかに聞こえる。
<b>遮音性A</b> L-40	上階で走り回る音がかすかに感じるが、遠くから聞こえる感じ。 生活の気配は感じるが気にならない。

## <断熱性>

- 『断熱性』とは、外部からの熱を遮る程度です。
- 断熱性は、「省エネ基準」でみることができます。
- 「旧省エネ基準」とは、結露は発生し、冷暖房も概ね必要となるレベルです。
- 「新省エネ基準」とは、結露はあまり発生しませんが、冷暖房は時々必要となるレベルです。
- 「次世代省エネ基準」とは、結露は発生せず、冷暖房がほぼ不要となるレベルです。
- 「旧省エネ基準」、「新省エネ基準」、「次世代省エネ基準」の順番に断熱性は高くなります。

### ◆選択肢

<b>断熱性C</b> 旧省エネ基準	年間光熱費15万円。寒い日には、窓や壁に結露が発生する。 夏場の冷房、冬場の暖房は常に必要。
<b>断熱性B</b> 新省エネ基準	年間光熱費10万円。結露はほぼ発生しない。 夏場の冷房(日中)、冬場の暖房(夜間)は必要。
<b>断熱性A</b> 次世代省エネ基準	年間光熱費6万円。結露は発生しない。 夏場の冷房、冬場の暖房ともに、ほぼ不要。

## <可変性>

- 『可変性』とは、リフォームによって間取りが自由に変更できる程度です。
- 可変性を判断する指標の1つとして「階高」があります。階高とは建物の各階間の高さ(床面からすぐ上の階の床面までの高さ)です。
- 階高が3m以上ある場合は、「二重床・二重天井」にした場合でも天井までの高さを十分にとることができ、かなり自由度の高い間取り変更が可能になります。

### ◆選択肢

<b>可変性C</b>	部屋間を仕切る壁(間仕切壁)を外す等の簡易な間取り変更のみ可能。水周り(風呂・台所・トイレ)の位置変更は不可。 手すり、段差解消など一部のバリアフリー化に対応可能。
<b>可変性B</b>	間取りの変更が可能。水周り(風呂・台所・トイレ)の位置変更は不可。 手すり、段差解消、通路幅確保など一定のバリアフリー化に対応可能。
<b>可変性A</b>	間取りの変更が可能。水周りも含めて自由に間取りを変更できる。 手すり、段差解消、通路幅確保、動線の改良など想定されるバリアフリー化に対応可能。

## <耐久性>

- 『耐久性』とは、建物が入居時の性能を保持できる程度(期間)です。
- 耐久性は、建物の部材(特にコンクリート)や修繕維持計画でみることができます。
- コンクリートの耐用年数は40年以上ですが、給排水管の耐用年数は20年程度と部位によって異なります。このため、耐用年数の長い部材を使うと共に、修繕計画が適切に組まれていることで、建物としての耐久性が上がります。
- 住宅金融公庫の融資基準では、20年以上の長期修繕計画が組まれていることが、要件となっています。

### ◆選択肢

<b>耐久性C</b> 40年	40年超の耐久性をもつ構造材(コンクリート)を使用。 修繕を行いやすい構造になっている。 20年の長期修繕計画が組まれている。
<b>耐久性B</b> 70年	70年超の耐久性をもつ構造材(コンクリート)を使用。 修繕を比較的行うやすいが、一部修繕しにくい構造になっている。 35年の長期修繕維持計画が組まれている。
<b>耐久性A</b> 100年	100年超の耐久性をもつ構造材(コンクリート)を使用。 修繕を行いやすい構造になっている。 50年の長期修繕計画が組まれている。

## <防犯性>

- 『防犯性』とは、犯罪(特に侵入犯)から人や家財を守る程度です。
- 防犯性は、侵入しにくさと万一犯罪が起きた場合の対応の早さで見ることができます。
- エントランスでの防犯設備としては、オートロックのほか、防犯カメラ、最近では生体認証などがあります。
- 各戸の玄関では、2ロックのほか、サムターン回し対策キーなどがあります。
- 管理人の常駐、警備会社による24時間監視なども考えられます。

### ◆選択肢

<b>防犯性C</b>	エントランス(オートロック)、各戸玄関(2ロック)が防犯対応。 無人管理。
<b>防犯性B</b>	Cに加え、エントランス(防犯カメラ)、各戸玄関(サムターン回し対策)、窓(防犯ガラス)が防犯対応。 平日9-17時は有人管理。
<b>防犯性A</b>	Bに加え、エントランス(生体認証)、窓(センサー)、テレビインターホンなど、防犯設備が充実。 24時間有人管理。

## <日照>

- 『日照』とは、太陽の直接光が差し込む時間です。
- 通常、1年で最も日照時間が短くなる冬至の日の午前8時から午後4時までの8時間のうち、何時間直接光が差し込むかでみます。
- 周辺に建物などの日照をさえぎるものが全くない場合、真南向き住戸なら8時間、東向きおよび西向き住戸ならば4時間となります。
- 住居の形状やバルコニーの奥行きによっても変わります。

### ◆選択肢

<b>日照C</b> 4時間	冬至で4時間程度の日照がある。 冬場、室内で基本的に照明が必要な時間帯が多い。
<b>日照B</b> 6時間	冬至でも6時間程度の日照がある。 冬場、室内で朝夕は照明が必要となる場合がある。
<b>日照A</b> 8時間	冬至でも8時間程度の日照がある。 1年を通じて、室内で日中は照明がほとんど必要ない。

## <設備>

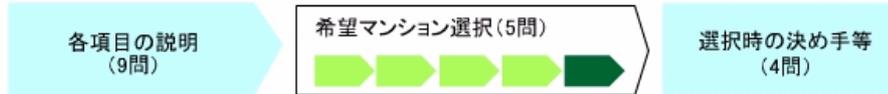
- 『設備』とは、建物に備え付けられた機器です。
- ビルトイン(備え付け)として、どんな設備があるかでみます。
- 設備を利用することにより、快適で便利な暮らしが享受できるようになっています。

### ◆選択肢

<b>設備C</b>	床暖房・浴室乾燥が標準装備。
<b>設備B</b>	Cに加え、食器洗浄器・ディスボーズ(生ゴミ処理機)が標準装備。
<b>設備A</b>	Bに加え、ホームシアター設備・インターネット環境が標準装備。

— ここまで別ウインドウ —

◆進捗状況◆



Q2-5 今までに選択したマンションから、最も購入する可能性が高いマンションを1つ選択してください。

(回答は1つ)

前提条件・各項目の説明を確認する

専有面積
64m <sup>2</sup> (2LDK相当)
耐震性A(免震構造)
阪神大震災級の地震で建物は倒壊しない。 揺れもあまり感じない。
遮音性A(L-40)
上階で走り回る音をかすかに感じるが、遠くから聞こえる程度。
断熱性A(次世代省エネ基準)
年間光熱費6万円。 冷暖房はほぼ不要。 結露は発生しない。
可変性A
間取り変更可能(水周り含む)。 あらゆるバリアフリー対応可能。
耐久性A(100年)
耐久性100年超の構造材。 修繕し易い構造。 50年長期修繕計画。



専有面積
76m <sup>2</sup> (3LDK相当)
耐震性A(免震構造)
阪神大震災級の地震で建物は倒壊しない。 揺れもあまり感じない。
遮音性B(L-45)
上階で走り回る音が聞こえるが、あまり意識しない程度。
断熱性C(旧省エネ基準)
年間光熱費15万円。 冷暖房は概ね必要。 結露が発生する。
可変性B
間取り変更可能(水周り以外)。 一定のバリアフリー対応可能。
耐久性A(100年)
耐久性100年超の構造材。 修繕し易い構造。 50年長期修繕計画。



専有面積
73m <sup>2</sup> (3LDK相当)
耐震性A(免震構造)
阪神大震災級の地震で建物は倒壊しない。 揺れもあまり感じない。
遮音性A(L-40)
上階で走り回る音をかすかに感じるが、遠くから聞こえる程度。
断熱性B(新省エネ基準)
年間光熱費10万円。 冷暖房は時々必要。 結露はほぼ発生しない。
可変性C
簡易な間取り変更のみ可能。 一部のバリアフリー対応可能。
耐久性A(100年)
耐久性100年超の構造材。 修繕し易い構造。 50年長期修繕計画。



あてはまるものはない
------------



Q3 あなたが、今回、マンションを選ぶにあたって、最も優先したいと考えた項目はどれですか？最優先させようとした項目を一つだけお選びください。

〈回答は1つ〉

- 耐震性  可変性  日 照
- 遮音性  耐久性  設 備
- 断熱性  防犯性  専有面積

Q4 あなたが最終的に選択したマンションの物件価格はいくらくらいだと思いますか？ただし、エリアはあなたの居住エリア(購入予定エリア)であるとし、購入希望額ではなく、予想物件価格を入力してください。

〈回答は1つ〉

- 2,000万円未満  7,000万円以上8,000万円未満
- 2,000万円以上3,000万円未満  8,000万円以上9,000万円未満
- 3,000万円以上4,000万円未満  9,000万円以上1億円未満
- 4,000万円以上5,000万円未満  1億円以上1億5千万円未満
- 5,000万円以上6,000万円未満  1億5千万円以上2億円未満
- 6,000万円以上7,000万円未満  2億円以上

Q5 予算的な問題がないと仮定すると、あなたが最終的に選択したマンションをどの程度買いたいと思いますか。

〈回答は1つ〉

- 是非とも買いたい
- できれば買いたい
- 購入を検討はすると思う
- あまり買いたくない
- 買いたくない

Q6 あなたが、実際にマンションを購入する時に気になったこと・気になっていることや、マンション・住宅の購入について不安やご不満に思っている点、マンション・住宅について、こうなったら良いと思っている点などについてご自由にお答えください。

#### IV-4. 重回帰分析結果

##### (1)購入者

##### ①基本統計量

	耐震性B	耐震性A	可変性B	可変性A	遮音性C	遮音性B	遮音性A	断熱性C	断熱性B	断熱性A	耐久性C	耐久性B	耐久性A
合計	153	168	62	60	98	89	91	64	89	88	82	94	92
平均	0.37	0.41	0.15	0.14	0.24	0.21	0.22	0.15	0.21	0.21	0.20	0.23	0.22
標準偏差	0.48	0.49	0.36	0.35	0.43	0.41	0.41	0.36	0.41	0.41	0.40	0.42	0.42

	防犯性C	防犯性B	防犯性A	日照C	日照B	日照A	設備C	設備B	設備A	3LDK	4LDK	選択回数
合計	88	96	97	81	95	98	72	77	79	243	136	4068
平均	0.21	0.23	0.23	0.20	0.23	0.24	0.17	0.19	0.19	0.59	0.33	9.83
標準偏差	0.41	0.42	0.42	0.40	0.42	0.43	0.38	0.39	0.39	0.49	0.47	15.63

サンプル数：414

##### ②相関行列

	耐震性B	耐震性A	遮音性C	遮音性B	遮音性A	断熱性C	断熱性B	断熱性A	可変性B	可変性A	耐久性C	耐久性B	耐久性A
耐震性B	1.00												
耐震性A	-0.63	1.00											
遮音性C	0.02	-0.09	1.00										
遮音性B	0.03	-0.04	-0.29	1.00									
遮音性A	-0.04	0.01	-0.30	-0.28	1.00								
断熱性C	0.03	-0.04	-0.02	0.09	-0.02	1.00							
断熱性B	-0.04	-0.03	0.07	-0.07	-0.04	-0.22	1.00						
断熱性A	-0.07	-0.02	-0.07	0.00	0.02	-0.22	-0.27	1.00					
可変性B	0.07	-0.03	0.01	-0.12	0.02	-0.03	-0.07	-0.09	1.00				
可変性A	-0.05	0.08	-0.02	0.00	-0.04	-0.08	-0.07	-0.01	-0.17	1.00			
耐久性C	0.02	-0.04	0.04	0.01	-0.07	-0.04	0.01	-0.07	0.01	-0.05	1.00		
耐久性B	-0.04	-0.05	-0.02	-0.09	0.02	0.01	-0.07	0.01	-0.10	-0.01	-0.27	1.00	
耐久性A	-0.08	0.03	-0.09	0.02	-0.03	-0.04	-0.01	-0.01	0.02	-0.01	-0.27	-0.29	1.00
防犯性C	-0.01	-0.06	0.02	-0.01	-0.06	0.02	0.02	-0.08	0.05	-0.06	-0.01	0.04	-0.09
防犯性B	-0.01	-0.05	-0.01	-0.09	0.03	0.03	-0.11	0.05	-0.09	0.00	0.04	-0.11	0.00
防犯性A	-0.07	0.02	-0.09	0.00	-0.05	-0.09	0.04	-0.04	-0.01	-0.02	-0.09	0.00	0.03
日照C	0.00	-0.06	0.00	-0.01	-0.09	0.01	0.01	-0.06	-0.05	-0.10	0.00	0.02	-0.04
日照B	-0.04	-0.05	0.02	-0.09	0.02	-0.04	-0.10	0.03	-0.10	0.05	0.02	-0.08	-0.02
日照A	-0.05	-0.01	-0.10	0.01	-0.02	-0.05	0.00	-0.05	0.07	-0.04	-0.09	0.02	0.02
設備C	-0.03	-0.03	-0.08	0.07	-0.04	-0.04	0.02	-0.05	-0.05	-0.08	0.00	0.01	-0.06
設備B	-0.01	-0.04	0.06	-0.11	-0.04	0.02	-0.13	0.04	-0.06	-0.06	0.00	-0.08	0.00
設備A	-0.07	0.01	-0.08	0.00	0.05	-0.09	0.00	-0.03	-0.05	-0.06	-0.07	-0.01	0.01
3LDK	-0.07	0.13	-0.21	0.10	0.00	-0.13	0.03	0.15	0.12	-0.02	-0.22	0.14	0.07
4LDK	0.21	-0.28	0.32	-0.02	-0.17	0.21	0.06	-0.30	-0.05	-0.13	0.32	-0.05	-0.27
選択回数	0.10	0.12	0.05	0.12	0.09	-0.10	-0.01	-0.04	-0.21	-0.20	0.02	0.06	0.05

	防犯性C	防犯性B	防犯性A	日照C	日照B	日照A	設備C	設備B	設備A	3LDK	4LDK	選択回数
防犯性C	1.00											
防犯性B	-0.29	1.00										
防犯性A	-0.29	-0.30	1.00									
日照C	-0.06	0.10	-0.04	1.00								
日照B	0.08	-0.10	-0.04	-0.27	1.00							
日照A	-0.05	-0.08	0.03	-0.27	-0.30	1.00						
設備C	0.00	0.02	-0.04	-0.07	0.10	-0.08	1.00					
設備B	-0.02	-0.07	0.04	0.08	-0.05	0.00	-0.22	1.00				
設備A	-0.07	0.00	0.01	-0.07	-0.02	0.05	-0.22	-0.23	1.00			
3LDK	-0.16	0.07	0.02	-0.07	0.05	0.01	0.02	0.09	-0.07	1.00		
4LDK	0.27	0.03	-0.20	0.16	0.05	-0.18	0.06	0.00	-0.12	-0.83	1.00	
選択回数	-0.09	0.08	0.07	-0.08	0.09	0.15	-0.08	-0.09	-0.08	0.08	-0.09	1.00

### ③重回帰式

変数名	偏回帰係	標準偏回	F 値	T 値	P 値	判定	標準誤差	偏相関	単相関
耐震性B	30.06	0.93	178.82	13.37	0.00	**	2.25	0.56	0.10
耐震性A	31.25	0.98	162.60	12.75	0.00	**	2.45	0.54	0.12
遮音性C	25.32	0.69	138.92	11.79	0.00	**	2.15	0.51	0.05
遮音性B	26.74	0.70	142.75	11.95	0.00	**	2.24	0.52	0.12
遮音性A	25.25	0.67	112.17	10.59	0.00	**	2.38	0.47	0.09
断熱性C	7.44	0.17	12.34	3.51	0.00	**	2.12	0.18	-0.10
断熱性B	14.39	0.38	43.74	6.61	0.00	**	2.18	0.32	-0.01
断熱性A	12.68	0.33	25.99	5.10	0.00	**	2.49	0.25	-0.04
可変性B	1.50	0.03	0.51	0.71	0.48		2.09	0.04	-0.21
可変性A	0.32	0.01	0.02	0.14	0.89		2.33	0.01	-0.20
耐久性C	19.35	0.49	83.15	9.12	0.00	**	2.12	0.42	0.02
耐久性B	22.75	0.61	102.82	10.14	0.00	**	2.24	0.46	0.06
耐久性A	20.87	0.55	71.71	8.47	0.00	**	2.46	0.39	0.05
防犯性C	16.96	0.44	62.82	7.93	0.00	**	2.14	0.37	-0.09
防犯性B	23.83	0.64	114.30	10.69	0.00	**	2.23	0.48	0.08
防犯性A	22.68	0.61	88.64	9.41	0.00	**	2.41	0.43	0.07
日照C	17.62	0.45	64.26	8.02	0.00	**	2.20	0.38	-0.08
日照B	25.39	0.68	130.92	11.44	0.00	**	2.22	0.50	0.09
日照A	26.73	0.73	121.56	11.03	0.00	**	2.42	0.49	0.15
設備C	7.29	0.18	12.60	3.55	0.00	**	2.05	0.18	-0.08
設備B	9.18	0.23	19.09	4.37	0.00	**	2.10	0.22	-0.09
設備A	8.07	0.20	12.11	3.48	0.00	**	2.32	0.17	-0.08
3LDK	3.23	0.10	0.51	0.71	0.48		4.54	0.04	0.08
4LDK	2.73	0.08	0.22	0.47	0.64		5.78	0.02	-0.09
定数項	-89.45		76.15	8.73	0.00	**	10.25		

### ④精度

#### ◆精度

決定係数	0.56
修正済決定係数	0.53
重相関係数	0.75
修正済重相関係数	0.73
ダービントソン比	0.89
赤池のAIC	3164.46

(2)意向者

①基本統計量(サンプル数:399)

	耐震性B	耐震性A	可変性B	可変性A	遮音性C	遮音性B	遮音性A	断熱性C	断熱性B	断熱性A	耐久性C	耐久性B	耐久性A
合計	151	170	84	86	90	67	89	87	58	64	81	91	94
平均	0.38	0.43	0.21	0.22	0.23	0.17	0.22	0.22	0.15	0.16	0.20	0.23	0.24
標準偏差	0.48	0.49	0.41	0.41	0.42	0.37	0.42	0.41	0.35	0.37	0.40	0.42	0.42

	防犯性C	防犯性B	防犯性A	日照C	日照B	日照A	設備C	設備B	設備A	3LDK	4LDK	選択回数
合計	71	85	89	70	98	102	60	73	82	238	123	3104
平均	0.18	0.21	0.22	0.18	0.25	0.26	0.15	0.18	0.21	0.60	0.31	7.78
標準偏差	0.38	0.41	0.42	0.38	0.43	0.44	0.36	0.39	0.40	0.49	0.46	11.26

②相関行列

	耐震性B	耐震性A	遮音性C	遮音性B	遮音性A	断熱性C	断熱性B	断熱性A	可変性B	可変性A	耐久性C	耐久性B	耐久性A
耐震性B	1.00												
耐震性A	-0.67	1.00											
遮音性C	0.02	-0.07	1.00										
遮音性B	0.01	-0.04	-0.27	1.00									
遮音性A	-0.10	0.00	-0.28	-0.28	1.00								
断熱性C	0.09	-0.05	-0.03	0.06	-0.05	1.00							
断熱性B	-0.05	-0.01	0.03	-0.09	-0.04	-0.24	1.00						
断熱性A	-0.07	0.02	-0.06	-0.03	0.03	-0.24	-0.28	1.00					
可変性B	0.02	-0.02	0.03	-0.08	-0.02	0.00	-0.08	-0.06	1.00				
可変性A	-0.03	0.05	-0.06	-0.03	0.03	-0.05	-0.09	0.00	-0.18	1.00			
耐久性C	0.02	-0.04	0.00	0.02	-0.05	-0.04	0.07	-0.07	0.07	-0.07	1.00		
耐久性B	0.03	-0.06	0.01	-0.10	0.02	0.06	-0.10	-0.04	-0.09	-0.01	-0.27	1.00	
耐久性A	-0.04	0.04	-0.05	-0.06	-0.02	-0.08	-0.03	0.02	0.04	0.03	-0.28	-0.30	1.00
防犯性C	0.02	-0.02	-0.05	0.06	-0.05	0.00	0.00	-0.09	-0.01	-0.08	-0.06	0.01	-0.07
防犯性B	0.02	-0.03	0.03	-0.09	0.00	-0.02	-0.09	0.04	-0.11	-0.01	0.01	-0.09	-0.04
防犯性A	-0.07	0.04	-0.07	0.00	0.01	-0.08	0.02	-0.04	0.04	-0.04	-0.09	0.01	-0.04
日照C	0.02	0.00	0.02	0.01	-0.08	0.02	-0.01	-0.07	-0.04	-0.04	-0.02	0.05	-0.10
日照B	-0.04	-0.07	0.03	-0.10	0.01	0.01	-0.11	0.02	-0.02	0.00	0.04	-0.10	-0.01
日照A	-0.08	-0.06	-0.09	0.04	0.01	-0.11	0.04	-0.05	0.00	-0.01	-0.08	-0.03	0.03
設備C	0.02	-0.06	-0.06	0.05	-0.04	-0.02	0.06	-0.05	-0.03	-0.15	0.01	0.01	-0.07
設備B	-0.01	-0.05	0.09	-0.11	-0.04	0.01	-0.08	-0.01	-0.14	-0.05	-0.01	-0.07	0.03
設備A	-0.09	-0.01	-0.08	0.00	-0.01	-0.06	-0.02	0.00	-0.07	-0.05	-0.06	0.02	0.00
3LDK	-0.06	0.12	-0.16	0.07	-0.02	-0.15	0.07	0.10	0.09	-0.03	-0.19	0.09	0.07
4LDK	0.23	-0.28	0.28	0.03	-0.18	0.25	0.03	-0.30	-0.01	-0.14	0.31	0.01	-0.29
選択回数	0.05	0.15	0.04	0.09	0.10	-0.11	-0.01	0.00	-0.19	-0.22	0.00	0.06	0.07

	防犯性C	防犯性B	防犯性A	日照C	日照B	日照A	設備C	設備B	設備A	3LDK	4LDK	選択回数
防犯性C	1.00											
防犯性B	-0.24	1.00										
防犯性A	-0.25	-0.28	1.00									
日照C	-0.08	0.10	-0.06	1.00								
日照B	0.12	-0.11	-0.08	-0.26	1.00							
日照A	-0.08	-0.05	0.07	-0.27	-0.33	1.00						
設備C	-0.01	0.02	-0.04	-0.07	0.05	-0.02	1.00					
設備B	0.02	-0.07	0.00	0.05	-0.06	-0.02	-0.20	1.00				
設備A	-0.03	-0.01	-0.05	-0.06	0.00	0.03	-0.21	-0.24	1.00			
3LDK	-0.14	0.12	0.00	-0.05	0.05	-0.02	-0.01	0.06	-0.07	1.00		
4LDK	0.24	-0.02	-0.19	0.15	0.06	-0.18	0.10	0.04	-0.08	-0.81	1.00	
選択回数	0.00	0.07	0.09	-0.07	0.06	0.14	-0.10	-0.11	-0.10	0.10	-0.12	1.00

### ③重回帰式

変数名	偏回帰係数	標準偏回帰係数	F 値	T 値	P 値	判定	標準誤差	偏相関	単相関
耐震性B	20.72	0.89	144.08	12.00	0.00	**	1.73	0.53	0.05
耐震性A	23.28	1.02	149.22	12.22	0.00	**	1.91	0.53	0.15
遮音性C	15.47	0.56	96.29	9.81	0.00	**	1.58	0.45	0.04
遮音性B	17.52	0.64	103.82	10.19	0.00	**	1.72	0.47	0.09
遮音性A	17.62	0.65	101.33	10.07	0.00	**	1.75	0.46	0.10
断熱性C	6.36	0.21	15.93	3.99	0.00	**	1.59	0.20	-0.11
断熱性B	10.66	0.39	38.48	6.20	0.00	**	1.72	0.31	-0.01
断熱性A	11.58	0.42	37.40	6.12	0.00	**	1.89	0.30	0.00
可変性B	0.37	0.01	0.05	0.23	0.82		1.62	0.01	-0.19
可変性A	0.59	0.02	0.12	0.35	0.73		1.71	0.02	-0.22
耐久性C	13.98	0.50	75.55	8.69	0.00	**	1.61	0.41	0.00
耐久性B	16.51	0.61	90.82	9.53	0.00	**	1.73	0.44	0.06
耐久性A	17.66	0.67	85.58	9.25	0.00	**	1.91	0.43	0.07
防犯性C	11.48	0.39	52.31	7.23	0.00	**	1.59	0.35	0.00
防犯性B	14.98	0.54	78.26	8.85	0.00	**	1.69	0.42	0.07
防犯性A	15.75	0.58	76.69	8.76	0.00	**	1.80	0.41	0.09
日照C	11.48	0.39	49.14	7.01	0.00	**	1.64	0.34	-0.07
日照B	17.65	0.67	105.98	10.29	0.00	**	1.71	0.47	0.06
日照A	19.63	0.76	114.30	10.69	0.00	**	1.84	0.48	0.14
設備C	3.30	0.10	4.32	2.08	0.04	*	1.59	0.11	-0.10
設備B	5.49	0.19	10.59	3.25	0.00	**	1.69	0.17	-0.11
設備A	6.55	0.23	14.39	3.79	0.00	**	1.73	0.19	-0.10
3LDK	6.17	0.27	3.69	1.92	0.06		3.21	0.10	0.10
4LDK	6.78	0.28	2.65	1.63	0.10		4.16	0.08	-0.12
定数項	-66.61		73.24	8.56	0.00	**	7.78		

### ④精度

決定係数	0.54
修正済決定係数	0.51
重相関係数	0.74
修正済重相関係数	0.71
ダービンFトン比	0.40
赤池のAIC	2806.58



V-1. インスペクション・シート見本 (ASHI 会員企業)



INSPECTION COMPANY

05-0043

Name _____	Property Location IL
Address _____	
City / State / ZIP _____ IL _____	

Date of Inspection: \_\_\_\_\_ Time: \_\_\_\_\_ Weather Conditions: \_\_\_\_\_ Outside Temp: \_\_\_\_\_ °F

**PRE-INSPECTION AGREEMENT**  
(Please Read Carefully)

This inspection report is submitted in good faith and is a visual description of the property at the time of the inspection. The report does not represent a warranty or guarantee for any of the systems or components of the property nor is the report a warranty or guarantee against hidden, latent or future defects. Neither the inspection nor the report are intended to verify compliance with any Local, State or Federal building codes, ordinances or regulations. The report conforms to the Standards of Practice of the American Society of Home Inspectors. Any additional information in this report is above and beyond the scope of the Standards of Practice. The inspection and report do not include any environmental inspections such as asbestos, mold, mildew, urea formaldehyde, toxic or flammable chemicals, etc. We also do not inspect swimming pools, spas, wells, septic systems, central vacuums, security systems, sprinklers, or water softeners. This is not a pest (insect or rodent) inspection. Any and all such environmental or pest inspections are entirely beyond the scope of this inspection report. The Home Sweet Home Inspection Company will perform the inspection to the best of its ability. However, conditions can change which we cannot predict. If the client does not concur with this agreement, then client has the right to request changes before the inspection.

**Company Representative**

\_\_\_\_\_  
Name / Date

**Client**

\_\_\_\_\_  
Name / Date

<b>Payment Record</b>	
Insp Fee _____	Payment 01 _____ Paid By <input type="checkbox"/> Check <input type="checkbox"/> Cash <input type="checkbox"/> Other...
Addition 01 _____	Payment 02 _____ Paid By <input type="checkbox"/> Check <input type="checkbox"/> Cash <input type="checkbox"/> Other...
Addition 02 _____	
Total Fees _____	
Balance Due _____	

Report# 05-0043

Page: 1

- \*この検査報告書は、検査点の目視による検査について、誠実に記述し提出するものである。
- \*このレポートは、隠れていたり、潜在している欠陥、または将来の問題について、何らかの責任を負ったり、保証をするものではない。
- \*点検、レポートのいずれについても、地域、州、連邦政府の建築基準法、法令または規則の確認書類とはならない。
- \*レポートは、米国ホーム・インスペクター協会の基準に従っており、どんな追加情報もその基準をこえている。本点検とレポートは、アスベスト、骨組み、カビ、尿素ホルムアルデヒド、毒性物質、可燃性化学物質など検査を含んでいない。プール、スパ、井戸、汚水処理方式 (central vacuums)、セキュリティシステム、スプリンクラー、軟水装置の点検を行わない。病害虫点検ではない。これらは全て完全にこの検査報告書の範囲を超えている。××社はできる限り点検を実行する。しかし事前に予測できない状況が発生することがある。クライアントは、この協定に同意しないなら、事前に変更を要求する権利がある。

### SUMMARY(要約)

List of electrical, mechanical, and plumbing items not operating, roof leaks and major deficiencies:  
(作動していない電器、機械、配管、屋根の雨漏り、その他、主な欠陥のリスト)

Budget to replace the following items:

(下記の項目についての交換費予算)

Remarks (所見)

**STRUCTURAL (構造)**

<b>Type of Building:</b>	<input type="checkbox"/> Single <input type="checkbox"/> Rowhouse/Townhouse <input type="checkbox"/> Gable roof <input type="checkbox"/> Hip <input type="checkbox"/> Mansard <input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> Duplex <input type="checkbox"/> Multi-Unit <input type="checkbox"/> Shed <input type="checkbox"/> Gambrel <input type="checkbox"/> Flat <input type="checkbox"/> _____
<b>Foundation:</b>	<input type="checkbox"/> Poured concrete <input type="checkbox"/> Block <input type="checkbox"/> Brick <input type="checkbox"/> Brick & Block <input type="checkbox"/> _____
<b>Posts/Columns:</b>	<input type="checkbox"/> Steel <input type="checkbox"/> Masonry <input type="checkbox"/> Wood <input type="checkbox"/> Concrete <input type="checkbox"/> Not Visible
<b>Floor Structure:</b>	_____
<b>Wall Structure:</b>	_____
<b>Roof Structure:</b>	_____
<b>Water Damage:</b>	<input type="checkbox"/> Some signs <input type="checkbox"/> Extensive <input type="checkbox"/> None observed
<b>Signs of Abnormal Condensation:</b>	<input type="checkbox"/> Some signs <input type="checkbox"/> Extensive <input type="checkbox"/> None observed <input type="checkbox"/> No major structural defects noted – in normal condition for its age
<b>Structural Remarks:</b>	<div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 100%;"></div>

**BASEMENT (地下室)**

<b>Basement:</b>	<input type="checkbox"/> Full <input type="checkbox"/> Partial <input type="checkbox"/> None <input type="checkbox"/> Slab on grade	
<b>Walls:</b>	<input type="checkbox"/> Open <input type="checkbox"/> Closed <input type="checkbox"/> Limited visibility due to extensive basement storage	<b>Ceiling:</b> <input type="checkbox"/> Open <input type="checkbox"/> Closed
<b>Floor:</b>	<input type="checkbox"/> Concrete <input type="checkbox"/> Dirt    _____ <input type="checkbox"/> Resilient tile <input type="checkbox"/> Sheet goods <input type="checkbox"/> Carpeting    _____	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Floor Drain:</b>	<input type="checkbox"/> Tested <input type="checkbox"/> Water observed in trap    _____ <input type="checkbox"/> Not tested <input type="checkbox"/> French drain	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Sump Pump:</b>	<input type="checkbox"/> Tested <input type="checkbox"/> Not tested <input type="checkbox"/> Water observed in crock <input type="checkbox"/> Not operating    _____ <input type="checkbox"/> Copper <input type="checkbox"/> Galvanized <input type="checkbox"/> Plastic	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Bsmt Dampness:</b>	<input type="checkbox"/> Some signs <input type="checkbox"/> Past <input type="checkbox"/> Not known <input type="checkbox"/> Extensive <input type="checkbox"/> Present <input type="checkbox"/> None observed	
<b>Crawl Space:</b>	<input type="checkbox"/> Readily accessible <input type="checkbox"/> Not inspected <input type="checkbox"/> Method _____ <input type="checkbox"/> Not readily accessible <input type="checkbox"/> Conditions inspected <input type="checkbox"/> N/A	
<b>Floor:</b>	<input type="checkbox"/> Concrete <input type="checkbox"/> Dirt <input type="checkbox"/> Wood to earth contact    _____	
<b>Dampness:</b>	<input type="checkbox"/> Some signs <input type="checkbox"/> Extensive <input type="checkbox"/> None observed <input type="checkbox"/> Vapor barrier <input type="checkbox"/> Insulation <input type="checkbox"/> Ventilation	
<b>Remarks:</b>	<div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 100%;"></div>	

### HEATING (暖房)

<b>Heating Sys:</b>	<input type="checkbox"/> Gas <input type="checkbox"/> Oil <input type="checkbox"/> Electric <input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> Forced air furnace <input type="checkbox"/> Forced hot water boiler <input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> Gravity hot water boiler <input type="checkbox"/> Steam boiler <input type="checkbox"/> Radiant heat <input type="checkbox"/> Electric baseboard <input type="checkbox"/> Heat pump  No. 1 Capacity: <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> No. 2 Capacity: <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> No. 3 Capacity: <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> When turned on by thermostat: <input type="checkbox"/> Fired <input type="checkbox"/> Did not Fire				
<b>Fuel Supply:</b>	<input type="checkbox"/> Oil tank in basement <input type="checkbox"/> Buried <input type="checkbox"/> Electricity <input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> Public gas supply <input type="checkbox"/> Tank <input type="checkbox"/> _____ Fuel supply shutoff location: _____				
<b>Heat Exchanger:</b>	<input type="checkbox"/> N/A <input type="checkbox"/> Have condition checked before settlement <input type="checkbox"/> Partially observed <input type="checkbox"/> Not visible, enclosed combustion				
<b>Heat Distribution:</b>	<input type="checkbox"/> Radiators <input type="checkbox"/> Convectors <input type="checkbox"/> Baseboard convectors <input type="checkbox"/> Radiant <input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> Copper <input type="checkbox"/> Galvanized <input type="checkbox"/> Black iron <input type="checkbox"/> Pipes not visible <input type="checkbox"/> N/A <input type="checkbox"/> Ductwork   Heat source in each room: <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No				
<b>Humidifier:</b>	<input type="checkbox"/> Atomizer <input type="checkbox"/> Evaporator <input type="checkbox"/> Steam <input type="checkbox"/> Not functioning <input type="checkbox"/> Not tested <input type="checkbox"/> N/A				
<b>Filter:</b>	<input type="checkbox"/> Washable <input type="checkbox"/> Disposable <input type="checkbox"/> Electronic <input type="checkbox"/> Electrostatic <input type="checkbox"/> N/A				
<b>Supplement Heat:</b>	Location: <input style="width: 150px; height: 30px;" type="text"/> Type: <input style="width: 150px; height: 30px;" type="text"/> <input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> Satisfactory				
<b>Remarks:</b>					

### COOLING (冷房)

<b>Cooling:</b>	<input type="checkbox"/> Cooling system integral with heating system <input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> Central air <input type="checkbox"/> Room units <input type="checkbox"/> Heat pump <input type="checkbox"/> Through-wall <input type="checkbox"/> N/A <input type="checkbox"/> Electric compressor <input type="checkbox"/> Gas chiller <input type="checkbox"/> Air filter <input type="checkbox"/> Air handler <input type="checkbox"/> Thermostat No. 1 Condensing Unit Capacity: <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> Return °F <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> Supply °F <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> Drop °F No. 2 Condensing Unit Capacity: <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> No. 3 Condensing Unit Capacity: <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/>				
<b>Remarks:</b>					

**PLUMBING (配管系統)**

<b>Water Supply:</b>	<input type="checkbox"/> Public <input type="checkbox"/> Private <input type="checkbox"/> Not known	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Pipe:</b>	<input type="checkbox"/> Copper <input type="checkbox"/> Galvanized <input type="checkbox"/> Brass <input type="checkbox"/> Plastic <input type="checkbox"/> Lead <input type="checkbox"/> Cast iron <input type="checkbox"/> Unknown	
<b>Main Shutoff Location:</b> _____		
<b>Pipes:</b>	<input type="checkbox"/> Copper <input type="checkbox"/> Galvanized <input type="checkbox"/> Brass <input type="checkbox"/> Plastic <input type="checkbox"/> Unknown	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Water Flow:</b>	<input type="checkbox"/> Tested <input type="checkbox"/> Not tested	
<b>Leaks:</b>	<input type="checkbox"/> Some signs <input type="checkbox"/> None observed	
<b>Cross Connections:</b> _____ <input type="checkbox"/> None observed		
<b>Hose Bibbs:</b>	<input type="checkbox"/> Operating <input type="checkbox"/> Frost free <input type="checkbox"/> Not tested	
<b>Drain Waste Vent:</b>	<input type="checkbox"/> Copper <input type="checkbox"/> Galvanized <input type="checkbox"/> Brass <input type="checkbox"/> Plastic <input type="checkbox"/> Lead <input type="checkbox"/> Cast iron <input type="checkbox"/> Unknown _____	
	<input type="checkbox"/> Slow drain <input type="checkbox"/> Leaks <input type="checkbox"/> None observed	
<b>Waste Disposal:</b>	<input type="checkbox"/> Public <input type="checkbox"/> Private <input type="checkbox"/> Unknown _____	
<b>Water Heater:</b>	<input type="checkbox"/> Gas <input type="checkbox"/> Electric <input type="checkbox"/> Oil <input type="checkbox"/> Integrated with heating system	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Pipe:</b>	<input type="checkbox"/> In line system	<b>Fuel cutoff Location:</b> _____
	<b>Capacity:</b> _____ Gals	<b>Ample for:</b> _____ People
	<b>Age:</b> _____ Yrs	
	<input type="checkbox"/> Pressure relief valve <input type="checkbox"/> Extension	
<b>Remarks:</b>		

<b>Bathroom #1 Location:</b> _____
<input type="checkbox"/> Built in tub <input type="checkbox"/> Stall shower <input type="checkbox"/> Toilet <input type="checkbox"/> Lavatory <input type="checkbox"/> Fan
<input type="checkbox"/> Leg tub <input type="checkbox"/> Whirlpool <input type="checkbox"/> Bidet <input type="checkbox"/> Vanity <input type="checkbox"/> Window
<b>Shower Wall:</b> <input type="checkbox"/> Ceramic tile <input type="checkbox"/> Fiberglass <input type="checkbox"/> _____
<b>Room floor:</b> <input type="checkbox"/> Ceramic tile <input type="checkbox"/> Resilient <input type="checkbox"/> _____
<b>Leaks:</b> <input type="checkbox"/> Some signs <input type="checkbox"/> None observed <input type="checkbox"/> Satisfactory

<b>Bathroom #2 Location:</b> _____
<input type="checkbox"/> Built in tub <input type="checkbox"/> Stall shower <input type="checkbox"/> Toilet <input type="checkbox"/> Lavatory <input type="checkbox"/> Fan
<input type="checkbox"/> Leg tub <input type="checkbox"/> Whirlpool <input type="checkbox"/> Bidet <input type="checkbox"/> Vanity <input type="checkbox"/> Window
<b>Shower Wall:</b> <input type="checkbox"/> Ceramic tile <input type="checkbox"/> Fiberglass <input type="checkbox"/> _____
<b>Room floor:</b> <input type="checkbox"/> Ceramic tile <input type="checkbox"/> Resilient <input type="checkbox"/> _____
<b>Leaks:</b> <input type="checkbox"/> Some signs <input type="checkbox"/> None observed <input type="checkbox"/> Satisfactory

**Remarks:**

**ELECTRICAL (電氣系統)**

<b>Service Entrance Cable:</b> <b>Service Line Entrance:</b>	Capacity: _____ Amps      _____ Volts <input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> Overhead <input type="checkbox"/> Underground <input type="checkbox"/> Raceway                      Conductor material: <input type="checkbox"/> Copper <input type="checkbox"/> Aluminum
<b>Main Panel Box:</b>	Location: _____ <input type="checkbox"/> Grounded <input type="checkbox"/> Bonded <input type="checkbox"/> Satisfactory _____ Amps <input type="checkbox"/> Fuses <input type="checkbox"/> Circuit Breakers <input type="checkbox"/> N/A <input type="checkbox"/> Subpanel      Location: _____ Capacity of Main Disconnect: _____ Amps
<b>Circuits and Conductors:</b>	Quantity: <input type="checkbox"/> Ample      Branch wiring: <input type="checkbox"/> Copper <input type="checkbox"/> Aluminum <input type="checkbox"/> Satisfactory Wiring method: <input type="checkbox"/> Romex <input type="checkbox"/> BX <input type="checkbox"/> Knob and tube <input type="checkbox"/> Raceway <input type="checkbox"/> Conduit <input type="checkbox"/> Overfused circuit <input type="checkbox"/> Double tap breaker GFCI: <input type="checkbox"/> Exterior <input type="checkbox"/> Garage <input type="checkbox"/> Kitchen      _____ Bathroom(s)
<b>Outlets and Fixtures:</b>	<input type="checkbox"/> Random testing <input type="checkbox"/> Open ground <input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> Reverse polarity <input type="checkbox"/> Smoke detectors absent
<b>Remarks:</b>	

## KITCHEN (台所)

<b>Cabinets and Countertops:</b>				<input type="checkbox"/> Satisfactory
<b>Sink:</b>	<b>Plumbing leaks:</b> <input type="checkbox"/> Some signs <input type="checkbox"/> None observed <b>Disposal:</b> <input type="checkbox"/> Operating <input type="checkbox"/> Not operating	Age: _____ Yrs	<input type="checkbox"/> Satisfactory	
<b>Dishwasher:</b>	<input type="checkbox"/> Operating <input type="checkbox"/> Air gap or high loop <input type="checkbox"/> Not operating	Age: _____ Yrs	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A	
<b>Range / Oven:</b>	<input type="checkbox"/> Range <input type="checkbox"/> Operating <input type="checkbox"/> Gas <input type="checkbox"/> Electric <input type="checkbox"/> Wall oven <input type="checkbox"/> Operating <input type="checkbox"/> Gas <input type="checkbox"/> Electric <input type="checkbox"/> Cook top <input type="checkbox"/> Operating <input type="checkbox"/> Gas <input type="checkbox"/> Electric	Age: _____ Yrs	<input type="checkbox"/> Satisfactory	
		Age: _____ Yrs	<input type="checkbox"/> N/A	
		Age: _____ Yrs		
<b>Refrigerator:</b>	<input type="checkbox"/> Operating <input type="checkbox"/> Frost free <input type="checkbox"/> Icemaker <input type="checkbox"/> Operating <input type="checkbox"/> Frost free <input type="checkbox"/> Icemaker	Age: _____ Yrs	<input type="checkbox"/> Satisfactory	
		Age: _____ Yrs	<input type="checkbox"/> N/A	
<b>Other Appliances:</b>	_____ <input type="checkbox"/> Operating _____ <input type="checkbox"/> Operating	Age: _____ Yrs	<input type="checkbox"/> Satisfactory	
		Age: _____ Yrs	<input type="checkbox"/> N/A	
<b>Floor Covering:</b>	<input type="checkbox"/> Resilient tile <input type="checkbox"/> Sheet goods <input type="checkbox"/> Ceramic <input type="checkbox"/> Wood <input type="checkbox"/> Laminate <input type="checkbox"/> _____			<input type="checkbox"/> Satisfactory
<b>Ventilation:</b>	<input type="checkbox"/> Exhaust fan <input type="checkbox"/> Vented to outside <input type="checkbox"/> Light <input type="checkbox"/> Ductless <input type="checkbox"/> Filter			<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Clothes Washer:</b>	<input type="checkbox"/> Operating <input type="checkbox"/> Not tested		Age: _____ Yrs	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Clothes Dryer:</b>	<input type="checkbox"/> Operating <input type="checkbox"/> Electric <input type="checkbox"/> Gas <input type="checkbox"/> Not tested	Age: _____ Yrs	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A	
	Vented to: _____			
<b>Remarks:</b>				

### INTERIOR (内装)

<b>Floors:</b>	<input type="checkbox"/> Hardwood <input type="checkbox"/> Softwood <input type="checkbox"/> Plywood <input type="checkbox"/> Wall-to-Wall Carpet <input type="checkbox"/> Resilient <input type="checkbox"/> Laminate <input type="checkbox"/> Not visible <input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Walls:</b>	<input type="checkbox"/> Plaster <input type="checkbox"/> Drywall <input type="checkbox"/> Wood <input type="checkbox"/> Masonry <input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Stairs / Railings:</b>	<input type="checkbox"/> Balcony <input type="checkbox"/> Stairs <input type="checkbox"/> Railings	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Ceilings:</b>	<input type="checkbox"/> Plaster <input type="checkbox"/> Wood <input type="checkbox"/> Drywall <input type="checkbox"/> Blank	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Fireplace:</b>	<input type="checkbox"/> Flue liner <input type="checkbox"/> Partially observed <input type="checkbox"/> Damper <input type="checkbox"/> Operating <input type="checkbox"/> Not operating <input type="checkbox"/> Metal pre-fab <input type="checkbox"/> Free-standing <input type="checkbox"/> Wood stove <input type="checkbox"/> Pellet stove <input type="checkbox"/> Gas <input type="checkbox"/> Operating <input type="checkbox"/> Not operating <input type="checkbox"/> Clean chimney before use	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Doors (Inside):</b>		<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Windows and Skylights:</b>	<input type="checkbox"/> Double hung <input type="checkbox"/> Single hung <input type="checkbox"/> Casement <input type="checkbox"/> Awning <input type="checkbox"/> Siding <input type="checkbox"/> Fixed <input type="checkbox"/> Wood <input type="checkbox"/> Vinyl or aluminum clad wood <input type="checkbox"/> Vinyl <input type="checkbox"/> Aluminum <input type="checkbox"/> Steel <input type="checkbox"/> Insulated glass <input type="checkbox"/> Single pane glass <input type="checkbox"/> Roof windows and skylights <input type="checkbox"/> Moisture stains <input type="checkbox"/> Extensive	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Remarks:</b>		

### ATTIC (屋根裏)

<b>Access:</b>	How inspected: _____ <input type="checkbox"/> Not inspected <input type="checkbox"/> Stairs <input type="checkbox"/> Pulldown <input type="checkbox"/> Scuttlehole <input type="checkbox"/> No access	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Moisture Stains:</b>	<input type="checkbox"/> Some signs <input type="checkbox"/> Extensive <input type="checkbox"/> Condensation <input type="checkbox"/> None observed	
<b>Storage:</b>	<input type="checkbox"/> Heavy <input type="checkbox"/> Light <input type="checkbox"/> Floored <input type="checkbox"/> Not floored <input type="checkbox"/> No storage	
<b>Insulation:</b>	Type _____ Average Inches: _____ <input type="checkbox"/> Rafters <input type="checkbox"/> Vapor retarder <input type="checkbox"/> Floor   Approx R Rating: _____	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Ventilation:</b>	<input type="checkbox"/> Windows(s) <input type="checkbox"/> Attic fan <input type="checkbox"/> Whole house fan <input type="checkbox"/> Turbine <input type="checkbox"/> Ridge vent <input type="checkbox"/> Soffit vent <input type="checkbox"/> Roof vent(s) <input type="checkbox"/> Gable end louvers	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Remarks:</b>		

### ROOFING (屋根)

Roof Covering:	Location	Materials	Age	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> Satisfactory
	<div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 40px;"></div>	<div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 40px;"></div>	<div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 40px;"></div>	
	How inspected: _____			
	Roof Leaks: <input type="checkbox"/> Some signs <input type="checkbox"/> Extensive <input type="checkbox"/> None observed			
Flashing:	<input type="checkbox"/> Aluminum <input type="checkbox"/> Galvanized <input type="checkbox"/> Copper <input type="checkbox"/> Rubberized membrane <input type="checkbox"/> _____			<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
Gutters and Downspouts:	<input type="checkbox"/> Aluminum <input type="checkbox"/> Galvanized <input type="checkbox"/> Copper <input type="checkbox"/> Vinyl <input type="checkbox"/> Wood Extensions: <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No			<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
Remarks:				

### EXTERIOR (外装)

Exterior Doors:		<input type="checkbox"/> Satisfactory	
Windows/Skylights:		<input type="checkbox"/> Satisfactory	
Exterior Wall Covering:	Location	Materials	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> Satisfactory
	<div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 40px;"></div>	<div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 40px;"></div>	
Exterior Trim:	<input type="checkbox"/> Eaves <input type="checkbox"/> Fascia <input type="checkbox"/> Soffits <input type="checkbox"/> Rake <input type="checkbox"/> Signs of deterioration <input type="checkbox"/> Extensive <input type="checkbox"/> None observed		<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
Chimney:	<input type="checkbox"/> Brick <input type="checkbox"/> Metal <input type="checkbox"/> Block <input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> In chase <input type="checkbox"/> Flue liner partially observed <input type="checkbox"/> Clean before use		<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
Garage Carport:	<input type="checkbox"/> Garage <input type="checkbox"/> Carport <input type="checkbox"/> Attached <input type="checkbox"/> Detached <input type="checkbox"/> Door opener <input type="checkbox"/> Operating <input type="checkbox"/> Safety reverse		<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
Front Porch:	Floor: <input type="checkbox"/> Wood <input type="checkbox"/> Concrete <input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> Railing/Guardrail		<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
Remarks:			

**GROUNDS (敷地)**

<b>Grading:</b>	<input type="checkbox"/> General grading, slope and drainage: <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%; margin-top: 5px;"></div>	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
	<input type="checkbox"/> Grading and slope at house wall (within 5 feet from building): <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%; margin-top: 5px;"></div>	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Sidewalk and Walkway:</b>	<input type="checkbox"/> Concrete <input type="checkbox"/> Brick <input type="checkbox"/> Flagstone <input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Driveway:</b>	<input type="checkbox"/> Concrete <input type="checkbox"/> Asphalt <input type="checkbox"/> Gravel <input type="checkbox"/> Brick <input type="checkbox"/> Typical cracks <input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Window Wells:</b>	<input type="checkbox"/> Metal <input type="checkbox"/> Brick <input type="checkbox"/> Concrete <input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Retaining Walls:</b>	<input type="checkbox"/> Brick <input type="checkbox"/> Block <input type="checkbox"/> Stone <input type="checkbox"/> Timber <input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Trees and Shrubs:</b>		<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Fencing:</b>	<input type="checkbox"/> Metal <input type="checkbox"/> Wood <input type="checkbox"/> Plastic <input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Remarks:</b>		
<b>Deck/Balcony:</b>	<input type="checkbox"/> Signs of deterioration <input type="checkbox"/> Extensive <input type="checkbox"/> None observed <input type="checkbox"/> On grade <input type="checkbox"/> Raised <input type="checkbox"/> Wood <input type="checkbox"/> Metal <input type="checkbox"/> Handrail <input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Patio/Terrace:</b>	<input type="checkbox"/> Concrete <input type="checkbox"/> Brick <input type="checkbox"/> Flagstone <input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Rear Steps to Bldg:</b>	<input type="checkbox"/> Concrete/Masonry <input type="checkbox"/> Wood <input type="checkbox"/> Concrete/Masonry <input type="checkbox"/> Wood <input type="checkbox"/> Metal Handrails: <input type="checkbox"/> Wood <input type="checkbox"/> Metal <input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/> Satisfactory <input type="checkbox"/> N/A
<b>Outbuildings:</b>	<input type="checkbox"/> Not inspected	
<b>Remarks:</b>		

## V-2. MLS

### ⑤ MLSの見方

04249497 MLSナンバー 各物件に割り振られている	ATTACHED FAMILY 建物の種類。この場合はマンション。戸建ては、DETACHED SINGLE FAMILY	SINGLE	PRICE: \$209,900 価格	SALE PRICE:\$214,110 売り主の希望価格
STATUS:ACTV 物件の状態。ACTVが売り出し中。契約完了後はCLSD	MKT OMD:10/29/04 マーケットにでていた時間	TIME:10	CONTRACT:10/28/04 契約日	CLOSED:05/09/05
SELLING OFFICE:10115 販売店の業者コード	SELLING AGENT:142034 販売代理店の業者コード		POINTS:	FINANCING:0
AD:4807 ASHLAND 住所	S	UNIT:403	CITY:CHICAGO	
AREA:8060 住所コード	ZIP:60609-0 SUB:BACK YARD LOFTS サブ・ディビジョン名。コミュニティーの名称(タウンハウスやコンドミニアムの場合らしい)		CTY:COOK カウnty、郡	OWN:CD 所有形態
TOWNSHIP:CHICAGO 郡区(タウンシップで学区が異なる)	CORP.LIMITS:CHICAGO		MODEL:LOFT	YR BUILT:1912 物件の建築年
BUILT BEFORE 78:Y 78年以前の物件は鉛害の可能性があるため	DIMENSIONS:COMMON		PIN:20081080020000	
TAXES:NEW 固定資産税額	TAX YR:02 税金支払い年	TXC:N SAS:U	MONTHLY ASSESS:166 月額管理費	TOTAL UNITS:13
FLR #:2	ROOMS:4 BATHS:1.0 部屋数、ベッドルーム数、バスルーム(バス・トイレがひとつになったもの)数。トイレ数。	BEDROOMS: 2	BEDROOM BATH:N マスター・ベッドルーム専用バスルームの有無	BASEMENT BATH:N 地下室のバスルームの有無
# FP:0 暖炉数	TYPE PARKING:G # OF CARS:1 駐車場の種類。Gは屋根付き。駐車可能な台数。		HIGH PKN FEE:	LOW PKN FEE:
APPROXIMATE SQ. FT.:1750	TYPE:LOFT 物件の種類。マンションの場合、CONDOとなる。		EXTERIOR:BR	EXP.: CITY
PET ALLWD:Y ペットの許可の有無	MAX WT: ペット可の場合のサイズ制限。		TAX DED YR:0	DAYS APVL: 0
WATERFRONT: N 物件がウォーターフロントに面しているか。	DINING ROOM: WLR WLRはwith living room. ダイニング・リビング		BASEMENT: FULL 地下室の種類。	
HEAT : GAS,RADIANT			AIR: CEN AIR	
WATER:LAKE MICH, PUBLIC			SEWER:SEWER-PUB	POSSESSION:IMMEDIATE
UNIT-FEATURES: ELEVATOR, LNDRY IN UNIT,STORAGE,BALCONY 設備				

APPLIANCES: OVEN/RNG,DSHWSH,REFRIG,WASHER,DRYER

備え付け電化製品リスト

MONTHLY ASSESS. INCL: HEAT,WATER,LAWN CARE,SCAVENGER,SNOW REMVL

月額管理費に含まれるもの。上は光熱費、水道、芝刈り・落ち葉除去、ゴミ収集、雪かき

COMMON AREA AMENITIES: ELEVATOR,STORAGE

ROOM	SIZE	L	F	W	ROOM	SIZE	L	F	W				
LIVING RM:	16 X 2	1	H	N	MASTE	13x15	1	C	N	GRADE:	299	DIST:	299
	2				R BR:								
DINING RM:		N			2ND BE	14x15	N			JUNIOR:	299	DIST:	299
					DRM:								
KITCHEN :	13x9	1	H	N	3RD BE		1	C	N	HIGH:	299	DIST:	299
					DRM:								
FAMILY RM:		N			4TH BE		N			OTHER:	299	DIST:	299
					DRM:								
		N					N			OWN OCC:			%
		N					N			COMMON AREA OWNED:	078		
		N			AGENT/INTEREST:	N				TERMS:	CONV		

REMARKS: LIKE NEW LUXURY CONDO! HUGE EAT-IN KITCHEN WITH UPGRADED CABINETS & REFRIGERATOR. LIGHT & BRIGHT WITH NEUTRAL DECOR. WALK IN LAUNDRY RM IN UNIT. HEATED UNDERGROUND PARKING W/STORAGE CLOSET. SUPER BALCONY! ALL THIS PLUS ELEVATOR BLDG. CONV LOC. WALK TO SHOPPING, TRAIN. EXCELLENT SCHOOLS! HEAT & WATER INCLUDED IN ASSOC.

所有者からの特記事項 (セールスポイント)

DIRECTIONS: ASHLAND TO 4807 SOUTH PROPERTY EAST SIDE OF STREET

MAP COORDINATES: NORTH: 0 WEST: 1600 EAST: 0 SOUTH: 4807

L : その部屋の所在階

F : フロアリング。C : カーペット、H : ハードウッド、T : タイル、V : ビニールタイル

W : 窓。ブラインドやカーテンの有無。

⑥シカゴで見学した物件の MLS 記載例



<b>04129582</b>	<b>ATTACHED SINGLE FAMILY</b>	<b>PRICE: \$324,265</b>	<b>SALE PRICE: \$0</b>
<b>STATUS: ACTV</b>	<b>OMD:</b>	<b>CONTRACT:</b>	<b>CLOSED:</b>
<b>AD: 1819 S MICHIGAN</b>		<b>UNIT: 301</b>	<b>CITY: CHICAGO</b>
<b>AREA: 8033</b>	<b>ZIP: 60616-0</b>	<b>SUB: 1819 SOUTH MICHIGAN AVE</b>	<b>CTY: COOK</b>
<b>TOWNSHIP: CHICAGO CORP. LIMITS: CHICAGO</b>		<b>DIMENSIONS: COMMON</b>	<b>OWN: CD</b>
<b>BUILT BEFORE 78: N</b>			<b>YR BUILT: NEW</b>
<b>TAXES: NEW</b>	<b>TAX YR: 03</b>	<b>TXC:</b>	<b>SAS: N</b>
			<b>MODEL: FLRPLAN-1</b>
			<b>PIN: 17223070050000</b>
			<b>MONTHLY ASSESS: 239</b>
			<b>TOTAL UNITS: 94</b>

<b>FLR #: 3</b>	<b>ROOMS: 5</b>	<b>BEDROOMS: 2</b>	<b>BATHS: 2.0</b>	<b>MASTER BR BATH: Y</b>	<b>BASEMENT BATH: N</b>
<b># FP: 0</b>	<b>TYPE PARKING: G</b>		<b># OF CARS: 1</b>	<b>HIGH PKN FEE:</b>	<b>LOW PKN FE</b>
<b>APPRX. SQ. FT.: 1299</b>		<b>TYPE: CONDO</b>		<b>EXTERIOR: AVS, GL, CC</b>	<b>EXP.: N, S, E</b>
<b>PET ALLWD: Y</b>	<b>MAX WT:</b>	<b>CO-OP ANN TX DEDUCT: 0</b>		<b>TAX DED YR: 0</b>	<b>DAYS APVL:</b>
<b>WATERFRONT: N</b>	<b>DINING ROOM: WLR</b>			<b>BASEMENT: NONE</b>	
<b>HEAT: GAS, FORCED AIR</b>				<b>AIR: CEN AIR</b>	
<b>WATER: LAKE MICH</b>		<b>SEWER: SEWER-PUB, SEWER-STRM</b>		<b>POSSESSION: CLOSING</b>	
<b>UNIT-FEATURES: HNDCPPD ACCESS, END UNIT, LNDRY IN UNIT, DR MNTRD BY TV, STORAGE, BALCONY, HDWD FLC</b>					
<b>APPLIANCES: OVEN/RNG, MICROWAVE, DSHWSH, REFRIG, DISP</b>					
<b>MONTHLY ASSESS. INCL: WATER, COMMON INS, SECURITY, EXT MAINT, SCAVENGER, SNOW REMVL</b>					
<b>COMMON AREA AMENITIES: ELEVATOR, SCRTY DOOR LKS</b>					

ROOM	SIZE	L F W	ROOM	SIZE	L F W	
LIVING RM:	28X13	1 H N	MASTER BR:	13X12	1 C N	GRADE: SLOOP DIST: 299
DINING RM:	COMBO	1 H N	2ND BEDRM:	11X10	1 C N	JUNIOR: SLOOP DIST: 299
KITCHEN:	COMBO	1 H N	3RD BEDRM:		N	HIGH: DIST: 299
FAMILY RM:		1 H N	4TH BEDRM:		N	OTHER: DIST:
:		N	:		:	
:		:	:		:	
:		:	AGENT/INTEREST: Y			

**Remarks: STUNNING, ULTRA-CONTEMPORARY 94-UNIT, 12-STORY DEVELOPMENT UNDER CONSTRUCTION W/SPRING 2005 DELIVERY. WONDERFUL LAKE AND CITY VIEWS. FLOOR-TO-CEILING WINDOWS. ARCTIC BLUE GLASS INSET BALCONIES. 10'4" CONCRETE CEILINGS. GRANITE KITCHEN COUNTERS, MAPLE CABINETS; HURRY WHILE THERE IS STILL TIME TO CUSTOMIZE! PRKG AVAIL. FOR \$30K. \*\*\*3.5% COM. FROM 11/15/05-12/31/05.\*\*\***

**DIRECTIONS: SALES OFFICE AT 1827 SOUTH MICHIGAN AVE**

**MAP COORDINATES: NORTH: 0 WEST: 0 EAST: 100 SOUTH: 1819**

INFORMATION NOT GUARANTEED, CHECK FLOOD INSURANCE, RM.SZ. ROUNDED TO NEAREST FT.



**04249497 ATTACHED SINGLE FAMILY PRICE: \$209,900 SALE PRICE: \$214,110**  
 STATUS: **CLSD** MKT TIME: **10** OMD: **10/29/04** CONTRACT: **10/28/04** CLOSED: **05/09/05**  
 SELLING OFFICE: **10115** SELLING AGENT: **142034** POINTS: FINANCING: **0**  
 AD: **4807 S ASHLAND** UNIT: **403** CITY: **CHICAGO**  
 AREA: **8060** ZIP: **60609-0** SUB: **BACK YARD LOFTS** CTY: **COOK** OWN: **CD**  
 TOWNSHIP: **CHICAGO** CORP. LIMITS: **CHICAGO** MODEL: **LOFT** YR BUILT: **1912**  
 BUILT BEFORE 78: **Y** DIMENSIONS: **COMMON** PIN: **20081080020000**  
 TAXES: **NEW** TAX YR: **02** TXC: **N** SAS: **U** MONTHLY ASSESS: **166** TOTAL UNITS: **13**

FLR #: **2** ROOMS: **4** BEDROOMS: **2** BATHS: **1.0** MASTER BR BATH: **N** BASEMENT BATH: **N**  
 # FP: **0** TYPE PARKING: **G** # OF CARS: **1** HIGH PKN FEE: LOW PKN FEE:  
 APPRX. SQ. FT.: **1750** TYPE: **LOFT** EXTERIOR: **BR** EXP.: **CITY**  
 PET ALLWD: **Y** MAX WT: CO-OP ANN TX DEDUCT: **0** TAX DED YR: **0** DAYS APVL: **0**  
 WATERFRONT: **N** DINING ROOM: BASEMENT: **SUB-BASEMENT**  
 HEAT: **GAS, FORCED AIR** AIR: **CEN AIR**  
 WATER: **LAKE MICH, PUBLIC** SEWER: **SEWER-PUB** POSSESSION: **CLOSING**  
 UNIT-FEATURES: **ELEVATOR, LNDRY IN UNIT, STORAGE, HDWD FLOORS, STRMS/SCRNS, DECK**  
 APPLIANCES: **OVEN/RNG, MICROWAVE, DSHWSH, REFRIG**  
 MONTHLY ASSESS. INCL: **WATER, PARKING, COMMON INS, EXT MAINT, SCAVENGER, SNOW REMVL**  
 COMMON AREA AMENITIES: **ELEVATOR, STORAGE, SUNDECK**

ROOM	SIZE	L F W	ROOM	SIZE	L F W		
LIVING RM:	<b>16X22</b>	<b>1 H N</b>	MASTER BR:	<b>13X15</b>	<b>1 C N</b>	GRADE: <b>299</b>	DIST: <b>299</b>
DINING RM:		<b>N</b>	2ND BEDRM:	<b>14X15</b>	<b>N C N</b>	JUNIOR: <b>299</b>	DIST: <b>299</b>
KITCHEN:	<b>13X9</b>	<b>1 H N</b>	3RD BEDRM:		<b>N</b>	HIGH: <b>299</b>	DIST: <b>299</b>
FAMILY RM:		<b>N</b>	4TH BEDRM:		<b>N</b>	OTHER: <b>299</b>	DIST: <b>299</b>
:		<b>N</b>			<b>N</b>		
:		<b>N</b>			<b>N</b>		
:		<b>N</b>	AGENT/INTEREST: <b>N</b>				

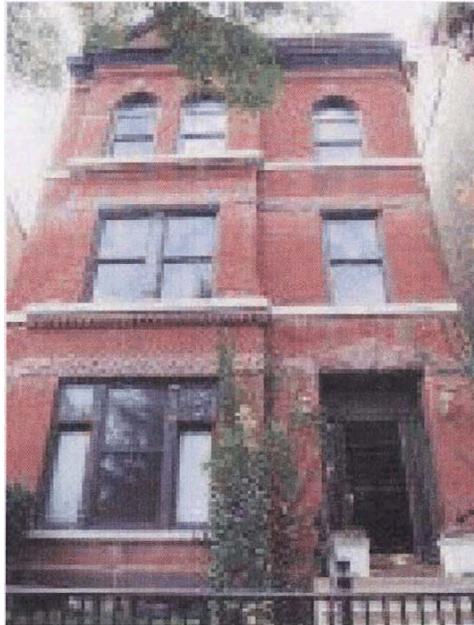
OWN OCC: %  
 COMMON AREA OWNED: **.078**  
 TERMS: **CONV**

Remarks: **NEW CONVERSION OF DEPARTMENT STORE IN BACK OF THE YARDS. 1,750 SQ. FT. 2 BEDROOM UNIT WITH GREAT SPACE WITH 10 FT. CEILINGS, W/D HOOK-UPS. ELEVATOR BUILDING, ROOF TOP DECK AND ATTACHED HEATED GARAGE PARKING INCLUDED. LOOKING FOR A TRUE LOFT, WITH GREAT SPACE AND PRICE THIS IS IT. A NEW IDEA, A NEW SCENE, A NEW OPPORTUNITY. COME & SEE. MODEL OPEN ASHLAND TO 4807 SOUTH PROPERTY EAST SIDE OF STREET**

DIRECTIONS: **ASHLAND TO 4807 SOUTH PROPERTY EAST SIDE OF STREET**  
 MAP COORDINATES: NORTH: **0** WEST: **1600** EAST: **0** SOUTH: **4807**

COOPERATIVE COMPENSATION: **2.5% -\$100** SPECIAL COMP. INFO: **N**  
 SHOWING INSTRUCTIONS: **CALL L/A OR CO-L/A**  
 OWNER: **NICE PEOPLE** OWNER'S PHONE: **312.829.2100**  
 BROKER: **NEW WEST REALTY INC.** ID: **11065** OFFICE PHONE: **312-829-2100**  
 AGENT: **JOSEPH MAGDALENO** ID#: **104216** AGENT'S PHONE #1: **312-286-7549**  
 E-MAIL: **magdaleno26@yahoo.com** AGENT'S PHONE #2: **312-829-2100 XT.129**  
 COLISTER: **JOE MAGDALENO**

**INFORMATION NOT GUARANTEED-CHECK FLOOD INSURANCE-ROOM SIZE ROUNDED TO THE NEAREST FOOT**



30-NOV-2005 15:37:55 ===== #2

```

-----
|L-$ 1,595,000 PEND           WF N OMD: 10/14/05 CLD:           MU |
-----
|S-$           SAG           SO           PNT           FIN           MT 38 |
-----
|MAP COORDS - N: 2200 W: 1043 E:           0 S:           0 |
-----
|1043   W   WEBSTER                               8007           05225389 |
|CHICAGO                               60614 B:1920 B78:Y SUB:LINCOLN PK-DEPAUL |
|DIR:AT HALSTED 800 W & WEBSTER 2200 N - GO TO 1043 |
|CRP:CHICAGO                               C:COOK           T:CHICAGO           MOD:VICTORIAN |
-----
|DIM:30X125                               TX:14731.12 04   TXC: N           SAS:N           MP:N |
|PIN:14322150050000   EXT: BR           BAS: FULL,FINISHED |
|TTL RMS: 21 TTL BR: 9 TTL BTH: 7.0 PKN:G CARS: 3 AZN: RT4 |
|   FL RM BR BTH RENT SEC LEASE TN PAY APPLIANCES |
|UN1 1 9 4 3 2900 2900 6/06 ALL           STOVE,REFRIG,WASH* |
|UN2 2 6 3 2 2300 2300 9/06 ALL           STOVE,REFRIG,WASH* |
|UN3 3 6 2 2 2500 2500 09/06 ALL           STOVE,REFRIG,WASH* |
|UN4 0 0 0 0 0 0 0 0 NONE           NONE |
|           ANNUAL EXPENSES                               G:           299 |
|HTE:           MGF:           WSE:$250           MSE:           J:           299 |
|GSE:           INE:2,000           RME:           GRE:           H:           299 |
|ELE:           SCE:           JNE: |
-----
|BEAUTIFUL TOP-LINE RENOVATION OF STATELY RED BRICK 3 FLAT ON |
|EXTRA WIDE LOT,4290 SF. EA UNIT W/GRANITE KIT CTPS, HIGH-END |
|APPLIANCES, CENTRAL AIR, WASHERS/DRYERS, HDWD FLRS, WB FIRE- |
|PLACES AND A NEW BRICK 3-CAR GARAGE. GREAT TRANSPORTATION, |
|RESTAURANTS AND SHOPPING. QUALITY RENTALS WITH GREAT INCOME. |
-----
|CC:2.5% - 100                               SCI:N |
|SHO:MUST BE ACCOMPANIED BY AGENT 24 HOUR NOTICE |
|OWNER:OOR                               AON:Y           PH: |
|BROKER:HARRIS REALTY GROUP*           ID#:16290           PH:773-388-8100 |
|AGENT:PATRICIA O'NEILL           ID#:145921           PH:773-388-8100 |
|AGENT E-MAIL: patty_HRG@yahoo.com |
|COLIST:                               AAN: |
-----

```

⑦NAR の HP から一般消費者がみることのできる物件紹介例

Find a Home
Rentals
Home Finance
Moving
Home & Garden



**848 E 48th ST**  
Chicago-Kenwood, IL 60615  
MLS ID#: 1055464

**\$429,900**  
4 Bed, 3.5 Bath  
50 Acres

Estimated payment:  
**\$2,008 Per Month\***  
[Change Assumptions](#)  
[Check Local Rates](#)

[Map & Directions](#)  
[Save This Listing](#)  
[Send to a Friend](#)  
[Send to your REALTORs](#)

[Request a Showing](#)  
[Printable Brochure](#)

**Presented by**  
**Chelton Blackburn**

Office: (773) 461-1426  
Office: (773) 461-1426  
Fax: (773) 461-1249

- [Email Agent](#)
- [Save Contact Info](#)
- [Other Listings](#)
- [Visit Website](#)

**Brokered by**

  
**RESIDENTIAL BROKERAGE**

**Coldwell Banker**  
**Residential**  
**Brokerage - HYDE**  
**PARK**

Office: (773) 461-1200  
Fax: (773) 461-1249

- [Email Office](#)
- [Save Contact Info](#)
- [Other Listings](#)
- [Visit Website](#)

Gorgeous new construction 4 bedroom, 3.5 bath Hyde Park row home. Solid masonry brick & lime stone construction. Attached tile and surround sound in master bath. Huge rear deck, tons of storage space, fireplace with marble surround, stunningly elegant architecture on tree-lined Drexel Blvd

To access this webpage directly, use <http://www.realtor.com/Prop/1046544675>

**Property**

□

**Features**

□

□

□

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Condo/Townhome/Coop Property</li> <li>• Area: Chicago-Kenwood</li> <li>• County: Cook</li> <li>• Subdivision: Kenwood</li> <li>• 4 total bedroom(s)</li> <li>• 3.5 total bath(s)</li> <li>• 3 total full bath(s)</li> <li>• 1 total half bath(s)</li> <li>• 8 total rooms</li> <li>• Type: Townhouse style, Attached home</li> <li>• Style: Contemporary</li> <li>• Master bedroom</li> <li>• Living room</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dining room</li> <li>• Family room</li> <li>• Den</li> <li>• Master bedroom is 14X15</li> <li>• Living room is 13X15</li> <li>• Dining room is 13X14</li> <li>• Family room is 9X14</li> <li>• Kitchen is 9X14</li> <li>• Hardwood floors</li> <li>• Fireplace(s)</li> <li>• Fireplace features: Living room</li> <li>• 2 car garage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attached parking</li> <li>• Heating features: Forced air, Gas</li> <li>• Central air conditioning</li> <li>• Interior features: Hardwd flrs in liv rm, Carpet in mstr bedrm, Master bedroom upstairs, Hardwd flrs in din rm</li> <li>• Exterior construction: Brick, Crawl space</li> <li>• Cats allowed</li> <li>• Dogs allowed</li> <li>• Approximate lot is Common</li> <li>• Approximately 50 acre(s)</li> <li>• Lot size is 20 or more acres</li> <li>• Elementary School: Price</li> <li>• High School: King</li> </ul>
---	--	--

[Find out more.](#)

Found Your Dream Home? Here's How to Get It:

<p style="text-align: center; font-weight: bold; color: #0070c0;">Finance It</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <a href="#">Get your FREE Credit Report and FREE Score now!</a></li> <li>➤ <a href="#">Can You Afford It?</a></li> <li>➤ <a href="#">Personal Banking</a></li> </ul>	<p style="text-align: center; font-weight: bold; color: #0070c0;">Move In</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <a href="#">Find a Mover</a></li> <li>➤ <a href="#">Get Packed and Organized</a></li> <li>➤ <a href="#">Get connected with High-Speed Internet</a></li> </ul>	<p style="text-align: center; font-weight: bold; color: #0070c0;">Settle In</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Check the <a href="#">School Quality</a></li> <li>➤ Get a <a href="#">City Report</a></li> <li>➤ <a href="#">Personal Banking</a></li> <li>➤ Find <a href="#">Local Businesses</a></li> </ul>
--	--	--

## Next Steps in Buying a Home

Sponsored Links

Help is just a click away.

› **Free Cheap Homeowners Insurance Quotes**

Need homeowners insurance? Get free quotes from multiple carriers here with us. We offer fast free friendly service. Compare shop and save here. Stop searching and start shopping. Affiliate.

[www.insureme.com](http://www.insureme.com) (sponsored listing)

› **Are You Underinsured?**

70% of home owners are underinsured by 25% or more. Find out if your home is covered. Get your report in under a minute. Covering 91% of homes in the United States. By Bluebook since 1964.

[www.insuretovalue.net](http://www.insuretovalue.net) (sponsored listing)

› **Looking for something else? Search the web**

GO

\* (Based on a 30-year fixed rate of 5.7546% with 20% down.) [Change assumptions.](#)

The Estimated Payment and Mortgage Calculator are offered as a tool for your convenience and is not an offer of credit.  Based on U.S. rates.  Actual mortgage rates and fees may vary, so check with your local lender for information.

Broker may not have reviewed or approved listing enhancements.  All information provided by the listing agent/broker is deemed reliable but is not guaranteed and should be independently verified.

**For**

**Professionals**

REALTORS®, did you know that you could have special features like Virtual Tours on your listings?  [Click here](#) to find out more!

BEAUTIFUL BRICK HOME ON A WIDE LOT



**1614 W GRACE**  
CHICAGO, IL 60613  
MLS ID#: 05264225

**\$1,700,000**  
5 Bed, 4.5 Bath

Estimated payment:  
**\$7,941 Per Month\***  
[Change Assumptions](#)  
[Check Local Rates](#)

- [Map & Directions](#)
- [Save This Listing](#)
- [Send to a Friend](#)
- [Send to your REALTOR<sup>®</sup>](#)

[Request a Showing](#)

[Printable Brochure](#)

**Presented by**  
**RON MEADOWS**

Office: (773) 293-1383  
Mobile: (773) 569-0680  
Fax: (773) 293-3938

- [Email Agent](#)
- [Save Contact Info](#)
- [Other Listings](#)
- [Visit Website](#)

< PREVIOUS 1 of 6 Photos NEXT >



Spectacular home on a wide lot in Lakeview with top of the line finishes throughout. The extra wide lot allows for an open and expansive floor plan. The foyer with natural stone floor leads the formal living room featuring an oversized fireplace with a full granite surround. Opposite the living room is the enclosed library with French doors. The dining room, distinguished by a tray ceiling with dramatic lighting completes the front portion of the main level. As you move through the home the true width is once again showcased with the spectacular chef's kitchen and the separate breakfast room adjacent. Functionality is the key to this extraordinary kitchen featuring Fisher & Paykel, Sub Zero, and Dacor appliances. The expansive granite counters with full granite backsplash allow ample room for even the most demanding home chef. It is a step down to the large family room that spreads the width of the home. The wood burning fireplace and surround sound speakers make this a room the perfect place to relax. Off the rear of the home is the roof top deck of the three car garage with a beautiful cedar trellis and lattice work creating a family room like setting outside. Moving to the lower level the wide lot again provides the opportunity for a unique layout that is perfect for entertaining. The huge media room has room for home theater space and a pool table in the same room without crowding either. Completing this enormous space is the walk behind mahogany wet bar and a game room. Down the hall is the walk in wine cellar with custom racking, additional bedroom, full bath, laundry and mud room. The top floor has four bedrooms, all with cathedral ceilings, and three full baths. The master suite runs the entire width of the home, features a remote controlled fireplace, beautiful natural stone bath with Jacuzzi tub, and custom closets. The two front bedrooms with great southern exposure are bathed in natural light. The middle bedroom suite has a private full bath.



[Kitchen](#)



[Living Room](#)



[Master Bedroom](#)

To access this webpage directly, use <http://www.realtor.com/Prop/1052878416>

This listing is brokered by: **SUDLER SOTHEBY'S INTERNATIONAL**  
Office: (312)981-3000

**Property**

□

**Features**

□

□

□

- Single Family Property
- County: COOK
- 5 total bedroom(s)
- 4.5 total bath(s)
- 4 total full bath(s)
- 1 total half bath(s)
- 12 total rooms
- Two story
- Type: Detached home
- Master bedroom
- Living room
- Dining room
- Family room
- Kitchen
- Den
- Office
- Basement
- Master bedroom is 24X17
- Living room is 15X14
- Dining room is 15X14
- Family room is 16X18
- Kitchen is 16X12
- Den is 15X14
- Office is 14X19
- 3 or more fireplaces
- 3 car garage
- Central air conditioning
- Interior features: Breakfast area/room, Recreation room, Zoned temperature control, Wet bar, Breakfast room is 10X10, Recreational room is 23X22
- Exterior features: Deck, Oversized Chicago lot
- Approximate lot is 32X121



[Family Room](#)



[Breakfast Room](#)

[Find out more.](#)

## Contact Us

**1614 W GRACE**  
CHICAGO, IL 60613  
MLS ID#: 05264225

**\$1,700,000**  
5 Bed, 4.5 Bath

Presented by  
**RON MEADOWS**

Office: (773) 293-1383  
Mobile: (773) 569-0580  
Fax: (773) 293-3938

- [Email Agent](#)
- [Save Contact Info](#)
- [Other Listings](#)
- [Visit Website](#)

### 1 Here's how to contact me: RON MEADOWS

\* First Name

\* Last Name

\* Email

Phone  -  -

\* Required Fields

### 2 I would like more information about:

I need

Comments

I need a response

Best time to contact me

I plan to buy/sell within

Send a copy of this message to me.

[Privacy Policy](#) and [Terms of Use](#)

[< BACK TO LISTING](#)

出典) NAR"http://www.realtor.com"

<リアルター・ドットコムに掲載情報>

<b>住まい (Homes)</b>	
「家」探し(Find a Home)	
	州別
	郵便番号別
	MLS のリスティング検索番号別
「リアルター」探し(Find a REALTOR)	
「ツール」探し(Tools)	
	ローン(Find a Lender)
	住みたい地域(Find a Neighborhood)
	家の価格(Check Home Sale Prices)
	金融機関(Find a Contractor)
	ローン支払い額(Financial Calculators)
	引っ越し(Relocation Wizard)
	引っ越しサービス( Moving Services)
	家購入の手引き(Home Buying Solutions)
「用途別、タイプ別」検索(Properties by Category)	
	(Homes)
	(Newly Built Homes)
	(Condos)
	(Multifamily)
	・・・省略
<b>アパート探し (Find an Apartment)</b>	
	省略
<b>コミュニティ (Neighborhoods)</b>	
	住んでみたい地区 (Find a Neighborhood)
	ベスト 20 地区(New! Great Neighborhood)
	役に立つ情報 (Other Tools & Information)
	(What's Nearby ?)
	(Find a Job!)
<b>金融と保険 (Finance &amp; Insurance)</b>	
	省略
<b>引っ越し (Moving)</b>	
	省略
<b>家のリフォーム (Home Improvement)</b>	
	カテゴリー(Categories)
	ショッピング(Shopping)
	バスルームのアイデア (Great Bathroom Idea)
	夢のキッチン(Dream Kitchens)
	今週のプロジェクト(Project of The Week)
<b>家の装飾 ( Decorating )</b>	
カテゴリー(Categories)	色や、壁紙など
ショッピング(Shopping)	
	窓の装飾の仕方(Dress Up Your Windows)
	子ども部屋づくり(Room to Grow)
(Spring Fever)	その季節にすべきこと
フリーマーケット ( Flea Markets )	

庭の手入れ (Lawn & Garden)	
カテゴリー(Categories)	
ショッピング(Shopping)	
(Spring in the Garden)	その季節の花等の紹介
植木のガイド(Plant Guide)	
芝の手入れ(Lawn Care)	
造園(Landscaping)	
電気製品 (Appliances & Electronics)	
カテゴリー(Categories)	
ショッピング(Shopping)	
毎日利用する電化製品(Everyday Appliances)	使い方のアイデア等
(Make Up Your Mind)	買い方アドバイス
ホームシアター(Home Theater)	
ショッピング (Shopping)	

出典) NAR"<http://www.realtor.com>"、財団法人不動産流通近代化センター  
["http://www.kindaiika.jp/outline/chosa.shtml"](http://www.kindaiika.jp/outline/chosa.shtml)

V-3. 米国の住宅市場に関する主なデータ

表 1：既存住宅市場

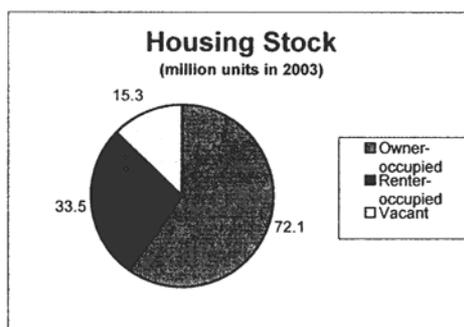
Existing Home Sales											Mos.		
Year	U.S.	Northeast	Midwest	South	West	U.S.	Northeast	Midwest	South	West	Inventory	Supply	
2003	6,183,000	1,022,000	1,468,000	2,282,000	1,404,000	*	*	*	*	*	2,250,000	4.6	
2004	6,784,000	1,114,000	1,549,000	2,542,000	1,577,000	*	*	*	*	*	2,214,000	4.3	
2005 p	7,072,000	1,168,000	1,587,000	2,701,000	1,616,000	*	*	*	*	*	2,796,000	4.5	
Seasonally Adjusted Annual Rate						Not Seasonally Adjusted							
2004	Dec	6,810,000	1,130,000	1,550,000	2,550,000	1,580,000	547,000	90,000	120,000	212,000	124,000	2,214,000	3.9
2005	Jan	6,820,000	1,090,000	1,470,000	2,650,000	1,590,000	382,000	64,000	77,000	146,000	95,000	2,147,000	3.8
	Feb	6,820,000	1,140,000	1,520,000	2,560,000	1,600,000	402,000	68,000	89,000	156,000	89,000	2,330,000	4.1
	Mar	6,870,000	1,150,000	1,550,000	2,560,000	1,610,000	558,000	84,000	126,000	212,000	134,000	2,297,000	4.0
	Apr	7,180,000	1,200,000	1,640,000	2,740,000	1,600,000	626,000	98,000	142,000	234,000	151,000	2,474,000	4.1
	May	7,140,000	1,190,000	1,600,000	2,710,000	1,640,000	668,000	104,000	156,000	253,000	156,000	2,556,000	4.3
	Jun	7,350,000	1,230,000	1,640,000	2,740,000	1,740,000	753,000	129,000	171,000	280,000	174,000	2,678,000	4.4
	Jul	7,150,000	1,190,000	1,610,000	2,750,000	1,600,000	690,000	128,000	158,000	254,000	150,000	2,756,000	4.6
	Aug	7,280,000	1,200,000	1,660,000	2,730,000	1,690,000	743,000	128,000	169,000	280,000	167,000	2,841,000	4.7
	Sept	7,290,000	1,210,000	1,610,000	2,810,000	1,660,000	630,000	104,000	147,000	241,000	138,000	2,772,000	4.6
	Oct	7,090,000	1,120,000	1,580,000	2,760,000	1,640,000	566,000	93,000	122,000	221,000	130,000	2,868,000	4.9
	Nov r	7,000,000	1,090,000	1,560,000	2,780,000	1,580,000	530,000	83,000	114,000	210,000	123,000	2,924,000	5.0
	Dec p	6,600,000	1,090,000	1,520,000	2,580,000	1,400,000	523,000	85,000	116,000	214,000	109,000	2,796,000	5.1
	vs. last month:	-5.7%	0.0%	-2.6%	-7.2%	-11.4%	-1.3%	2.4%	1.8%	1.9%	-11.4%	-4.4%	2.0%
	vs. last year:	-3.1%	-3.5%	-1.9%	1.2%	-11.4%	-4.4%	-5.6%	-3.3%	0.9%	-12.1%	26.3%	30.8%
	year-to-date:						7.072	1.168	1.587	2.701	1.616		

出典) NAR"THE 2005 NATIONAL ASSOCIATION OF REALTORS PROFILE OF REAL ESTATE MARKETS"

表 2：既存住宅価格

Sales Price of Existing Homes											
Year	U.S.	Northeast	Midwest	South	West	U.S.	Northeast	Midwest	South	West	
Median						Average (Mean)					
2003	\$169,500	\$188,500	\$143,400	\$154,800	\$231,500	\$215,000	\$231,500	\$175,600	\$195,000	\$277,000	
2004	185,200	219,800	152,300	168,500	263,300	236,600	259,200	184,800	214,700	309,800	
2005 p	208,700	246,500	168,600	179,900	309,000	258,700	281,800	199,300	231,100	348,000	
Not Seasonally Adjusted						Not Seasonally Adjusted					
2004	Dec	191,000	220,000	156,000	174,000	279,000	244,000	263,000	189,000	223,000	324,000
2005	Jan	189,000	231,000	149,000	169,000	278,000	241,000	268,000	180,000	219,000	322,000
	Feb	189,000	250,000	154,000	163,000	273,000	241,000	281,000	187,000	211,000	319,000
	Mar	193,000	242,000	156,000	165,000	293,000	247,000	275,000	192,000	214,000	336,000
	Apr	205,000	243,000	166,000	175,000	307,000	254,000	280,000	195,000	224,000	346,000
	May	206,000	245,000	167,000	179,000	303,000	257,000	280,000	195,000	232,000	344,000
	Jun	217,000	250,000	174,000	189,000	319,000	266,000	286,000	204,000	242,000	355,000
	Jul	216,000	251,000	175,000	187,000	324,000	267,000	286,000	205,000	240,000	359,000
	Aug	220,000	254,000	176,000	189,000	327,000	269,000	289,000	207,000	241,000	361,000
	Sept	213,000	246,000	171,000	183,000	314,000	261,000	280,000	203,000	233,000	353,000
	Oct	218,000	252,000	170,000	195,000	316,000	266,000	289,000	202,000	245,000	353,000
	Nov r	215,000	250,000	170,000	183,000	333,000	265,000	287,000	203,000	233,000	364,000
	Dec p	211,000	245,000	173,000	182,000	318,000	262,000	284,000	203,000	233,000	355,000
	vs. last year:	10.5%	11.4%	10.9%	4.6%	14.0%	7.4%	8.0%	7.4%	4.5%	9.6%

出典) NAR"THE 2005 NATIONAL ASSOCIATION OF REALTORS PROFILE OF REAL ESTATE MARKETS"



Source: U.S. Bureau of the Census

図 1：住宅ストック

出典) NAR"THE 2004 NATIONAL ASSOCIATION OF REALTORS PROFILE OF REAL ESTATE MARKETS"

表 3：住宅購入者の家族構成

*Marital Status of U.S. Homebuyer Households  
(Percentage Distribution)*

	1995	1997	1999	2001	2003
Married Couple	70%	64%	66%	68%	59%
Single Female	14%	18%	18%	15%	21%
Single Male	9%	11%	9%	7%	11%
Unmarried Couple	6%	5%	6%	7%	8%
Other	1%	2%	1%	3%	1%

Source: NATIONAL ASSOCIATION OF REALTORS®

出典) NAR"THE 2004 NATIONAL ASSOCIATION OF REALTORS PROFILE OF REAL ESTATE MARKETS"

表 4：住宅購入者の年齢

*Age of U.S. Homebuyers  
(Percentage Distribution)*

	1995	1997	1999	2001	2003
Less than 25 years	4%	4%	5%	5%	5%
25-34 years	37%	34%	33%	33%	30%
35-44 years	32%	29%	28%	31%	25%
45-54 years	17%	18%	19%	19%	21%
55-64 years	7%	8%	8%	9%	11%
65 years or older	3%	7%	6%	4%	6%
Median age	38 years	39 years	39 years	36 years	40 years

Source: NATIONAL ASSOCIATION OF REALTORS®

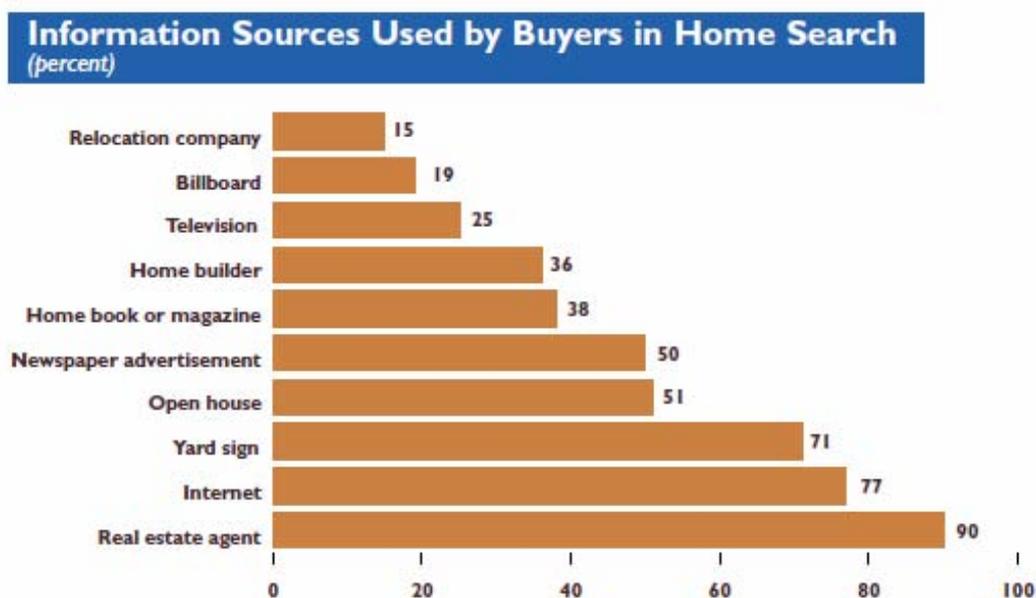
出典) NAR"THE 2004 NATIONAL ASSOCIATION OF REALTORS PROFILE OF REAL ESTATE MARKETS"

表 5 : 住宅取得者の年齢 ( 1 次取得・買い換え別)

Age of First-time and Repeat Homebuyers (percent distribution)		
	First-time buyers	Repeat Buyers
Less than 25 years	14%	1%
25-34 years	50	20
35-44 years	22	26
45-54 years	10	25
55-64 years	2	18
65-74 years	1	9
75 years or older	*	3
Median age	32 years	46 years

Source: The 2005 NAR Profile of Home Buyers and Sellers  
\*less than one percent

出典) NAR "real estate in sights January 2006"



Source: The 2005 NAR Profile of Home Buyers and Sellers

図 2 : 住宅購入者の情報源

出典) NAR "real estate in sights January 2006"

表 6：住宅購入者がプロに期待すること

**What Buyers Want Most from Real Estate Professionals**  
(percent distribution)

Help finding the right home to purchase	59
Help with price negotiations	10
Help with paperwork	10
Help determining what comparable homes were selling for	9
Help determining how much buyer can afford to spend on home	5
Help finding/arranging financing	3
Help finding renters for buyer's property	1
Other	3

Source: The 2005 NAR Profile of Home Buyers and Sellers

出典) NAR "real estate in sights January 2006"

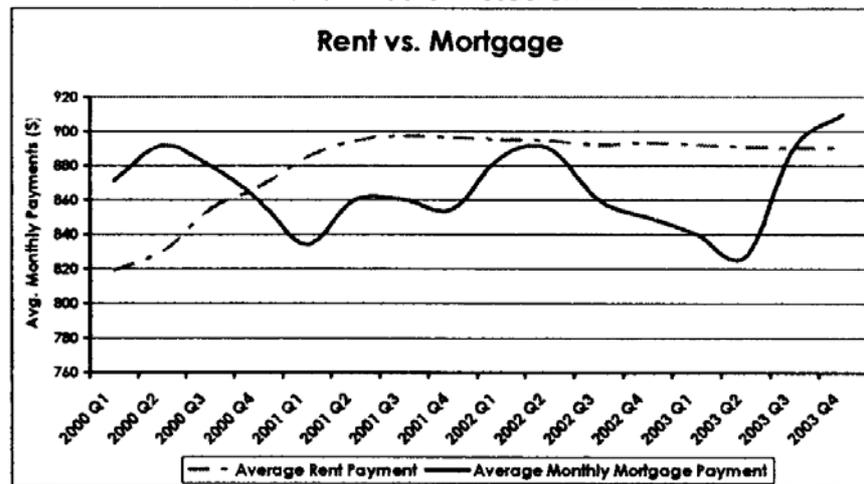


図 3：賃料と住宅ローン

出典) NAR "THE 2004 NATIONAL ASSOCIATION OF REALTORS PROFILE OF REAL ESTATE MARKETS"

#### V-4. 参考物件

<NY リノベーション中物件>



**眺望は重要要素となる**



**浴室も重要な改装ポイント**

<NY 居住者>



**部屋の床の傾きもかなりあったが廊下からゆがんでいる**



**数戸を1戸にリフォームしたらしく、ペンキで上から塗りつぶされたドアの後がある**

<シカゴ居住者>



地下室：インスペクションはこういった所からからみる



入居者が気に入った浴室



マスターベッドルーム

## V-5. 米国の住宅関連税制

### (1)住宅ローン利子控除制度(Home Mortgage Interest Deduction)<sup>2</sup>

住宅ローンを借り入れる場合、借入期間中の住宅ローンに係る利子を連邦所得税の課税所得から控除する制度である。住宅に係る租税優遇措置の中で、最も持家所得に対するインセンティブによる効果が高い制度である。1986年の税制改革で対象住宅の数に制限が課され、1987年の財政調整法で控除対象金額に制限が課されることになったが、住宅の規模や所有者の所得に制限がなく、重要な住宅政策の1つであることには変わらない。

住宅ローン利子所得控除制度の仕組みは、次のとおりである。

#### (a)対象住宅

主たる住宅1戸、セカンドハウス一戸（住宅規模に制限無）

#### (b)控除対象

住宅ローン（及び住宅を担保とした融資）の支払利子及び一定の融資手数料

#### (c)控除対象限度(債務限度額)

住宅取得・改良のため \$100万、その他の住宅抵当融資 \$10万

#### (d)控除期間

全返済期間

### (2)住宅売却に関するキャピタルゲイン非課税措置<sup>3</sup>

米国では、主要な住宅の売却による収入もしくは利益は、住宅の買い換えに投下された場合、住宅政策の観点から、課税目的上は所得とみなしても、課税を繰り延べたり必要な控除を与え課税を回避してきた経緯がある。しかし高齢者がコンパクトな住宅に住替える場合に課税されるなどの諸問題があったため、1997年の納税者負担軽減法（Tax Payer's Relief Act）により、住宅売却時のキャピタルゲインに対する非課税措置が改正された。

この改正法によると、売却か交換の5年以上前から合計で2年以上所有し居住（連続した2年間である必要はなく、累積期間が2年以上であれば良い）している住居の場合、単独申告した場合は25万ドル、結婚しているか共同して申告する場合は50万ドルまでを所得（売却収入から購入額を引いた額）から控除することが許されている。この条件は、年齢に関係なく適用され、一生に何回でも5年以上経過するたびに利用することができる。このような制度のもと、一般的な住宅では買い換えに当たりキャピタルゲインに課税されることはまずなく、共同申告をとっていれば夫婦で最大50万ドルまでのゲインは非課税となり、余生に投じることも可能となった。

#### (a)対象住宅

主要な住宅（売却の5年以上前から合計で2年以上所有・居住している住居）

#### (b)控除額

25万ドル（単独申告した場合）、50万ドル（共同申告した場合）

売却収入から購入額を引いた額から控除。

新規購入（買い替え）せず賃貸住宅等に住替えたとしても、夫婦で共同申告した場合は50万ドルの処分額まで非課税となる。

<sup>2</sup> 「主要先進国の住宅政策と住宅事情等の現況調査」都市基盤整備公団 居住環境整備部（2002）p333

<sup>3</sup> 「欧米5カ国の住宅税制に関する比較調査報告書」（社）住宅生産団体連合会（2001）p62

## 参考文献

## 参考文献

### 【参考文献】

- 国土交通省（2005）「住宅着工統計」
- 総務省（2003）「住宅・土地統計調査」
- 社会資本整備審議会（2005）「新たな住宅政策に対応した制度的枠組みについて」
- 監修国土交通省住宅局住宅政策課（2005）「住宅経済データ集」（株）住宅産業新聞社
- 国土交通省住宅局（2005）「住宅事情と住宅・建築行政の展開」
- 建設省（1999）「住宅市街地整備総合支援事業費用対効果分析マニュアル」
- 環境省（2004）「産業廃棄物排出・処理状況調査（平成13年度実績）」
- 浅見泰司（2001）「住環境」東京大学出版会
- 浅見泰司，高曉路（2002）「都市計画と不動産市場：住宅価格を左右する住環境」
- 長嶋修（2005）「絶対に後悔しない一戸建て選び」日本実業出版社
- 朝野熙彦（1996）「入門多変量解析の実際」講談社サイエンティフィック
- 石村貞夫・有馬哲共著（1998）「多変量解析のはなし」東京図書
- 石村貞夫（1991）「統計解析のはなし」東京図書
- 大村平（1988）「多変量解析のはなし」日科技連
- 東京大学教養学部統計学教室編（1994）「統計学入門」東京大学出版会
- 岐阜大学工学部土木工学科都市工学講座（1997）「公共投資の評価手法」セミナーテキスト
- 木下栄蔵・大野栄治共編「AHPとコンジョイント分析」現代数学社
- 株式会社エスミ「ユーザーマニュアル（コンジョイント分析編）」
- 肥田野登（1997）「環境と社会資本の経済評価」勁草書房
- 金本良嗣（1992）「ヘドニック・アプローチにおける変数選択」環境科学会誌5(1)45-56
- 建設省建設政策研究センター（1998）「環境等の便益評価に関する研究」
- 都市基盤整備公団居住環境整備部（2002）「主要先進国の住宅政策と住宅事情等の現況調査」
- 住宅金融公庫監修、海外住宅金融研究会編著（2000）「欧米の住宅政策と住宅金融」財団法人住宅金融普及協会
- （社）住宅生産団体連合会（2001）「欧米5カ国の住宅税制に関する比較調査報告書」
- 島田晴雄（2003）「住宅市場改革」東洋経済新報社
- 井村進哉（2002）「現代アメリカの住宅金融システム」東京大学出版会
- （株）不動産経済研究所（2005）「2004全国マンション市場動向」
- （株）東洋経済新報社（2005）「会社四季報」
- （株）ダイヤモンド社（2005/3/26）「週刊ダイヤモンド」

NAR (2005), *THE 2005 NATIONAL ASSOCIATION OF REALTORS PROFILE OF REAL ESTATE MARKETS*

NAR (2004), *THE 2004 NATIONAL ASSOCIATION OF REALTORS PROFILE OF REAL ESTATE MARKETS*

NAR (2006), *real estate in sights January 2006*

Sal Alfano (2005), "Cost vs. Value Report", *Remodeling*

ASHI (2001), *The Standards of Practice and Code of Ethics of the American Society of Home Inspectors 2001 年 1 月版*

HBW (2005), *Home Warranty Programs in the United States*

【参考 URL】

<http://www.jyukou.go.jp/chisiki/chosa/oubei.html> (住宅金融公庫「欧米4か国(米・英・独・仏)における住宅関連のデータ」)

<http://www.kindaiika.jp/outline/chosa.shtml> ((財)不動産流通近代化センター)

<http://www.ohw.or.jp/material/matsu.html> ((財)住宅保証機構「世界の住宅保証制度—アメリカ合衆国の制度」)

<http://www.homestore.jp/> (Homestore Japan)

<http://www.census.gov/> (U.S. Census Bureau)

<http://www.census.gov/hhes/www/housing/ahs/ahs.html> (AHS: American Housing Survey)

<http://www.realtor.com/> (NAR: National Association of Realtors)

<http://www.remodeltoday.com/> (NARI: National Association of the Remodeling Industry)

<http://www.2-10.com/> (HBW: Home Buyers Warranty Corporation)

<http://www.ashi.org/> (ASHI: American Society of Home Inspectors)