

東京都既存住宅流通活性化方策検討会のまとめ

1 都民の豊かな住生活の実現に向けて

- ・都民がそれぞれのライフスタイルやライフステージに応じた住生活を実現するうえで、既存住宅を活用することにより、立地、広さ、価格、デザイン等、住まいの選択肢が増え、都民の生活が豊かになる可能性がある。
- ・「住宅をつくっては壊す」社会から、「いい住宅をつくり、きちんと手入れして、長く大切に使う」社会への移行が求められている。
- ・空き家の増加による街の衰退防止などの観点からも、都として既存住宅の流通促進に取り組む必要がある。

2 既存住宅流通の現状・課題

(既存住宅流通市場の状況)

- ・既存マンションの成約件数は増加傾向にあるが、既存戸建住宅の件数はほぼ横ばいである。
- ・日本では、既存戸建住宅の取引時に、個別の住宅の状態にかかわらず一律に築後 20～25 年で建物の市場価値をゼロとされる慣行があり、リフォームや維持管理のインセンティブを欠く一因となっている。
- ・建物状況調査（インスペクション）や瑕疵保険は、売主や買主に十分に認知されていない。
- ・住宅の購入に伴う税制特例や金融商品等は、建築年数で一律に対象外となる等、新築が優遇されている。
- ・建物状況調査や瑕疵保険等をワンストップで提供するなどの事業者間で連携する取組が進んでいない。
- ・東京は地価が高いことなどから、他の道府県と異なる事情がある。例えば、既存住宅が土地付き住宅として売買されるのではなく、既存の住宅を除却し、さらに土地の分割が行われ、三階建住宅が建つこともある。
- ・住み替えにより、既存戸建住宅を賃貸しようとする場合、リフォーム費用の負担がネックとなることがある。

(既存住宅の維持管理)

- ・戸建住宅はマンションと比較すると、修繕費を積み立てる等の取組が普及していない。
- ・既存住宅は、維持管理や経年劣化の状況により物件ごとの品質等に差があることから、消費者が不安を感じることが多い。
- ・戸建住宅における維持管理の必要性やノウハウ等について、事業者による情報提供が不十分であり、消費者等の関心も低い。

3 既存住宅流通促進への方向性・留意点

- ・2の「現状・課題」を踏まえ、今後、既存戸建住宅の流通を促進するためには、以下の方向性で取り組む必要がある。

(良質な家づくり)

- ・長期優良住宅等の質の高い住宅が普及するとともに、住宅の良質性が価値へと繋がる市場環境の整備が必要である。
- ・長期優良住宅の認定を受けるには手続きが煩雑であり、中小事業者は大手に比べ取組実績が低いなど課題があるため、業者間で連携を取るなどして、情報共有等を図ることが必要である。
- ・新築住宅を所有することが目的となっており、維持管理等に対する関心が低い場合、維持管理と履歴情報の蓄積を推奨し、メンテナンス文化を一般化することが重要である。
- ・建物状況調査等を行った結果を踏まえ、リフォームを行うなど、付加価値を付けてストック再生を図ることが必要である。
- ・既存住宅に求める性能は、個々のニーズによるところもあるので、高すぎる基準とならないようにする必要がある。
- ・既存住宅の流通にあたっては、耐震性の確保についても考慮すべきである。

(既存住宅を安心して売買等ができる市場の整備)

- ・既存住宅に関する消費者等の不安を解消するために、建物状況調査、瑕疵保険、住宅履歴情報の活用等を促進することが大切である。
- ・建物状況調査、瑕疵保険、履歴情報の蓄積、金融サービス等に関する情報提供や相談対応など、消費者へのサービスをワンストップでできるような仕組みが、事業者間の連携を通じてできるように考える必要がある。
- ・事業者が様々な制度や新たな取組を進めていくには、事業者に対する啓発が必要であるとともに、事業者同士が連携して自己啓発や情報共有を進めるなど、事業者側の取組も重要である。
- ・本検討会をきっかけに業界が連携する取組が進めばよいが、そのためには事業者同士が連携する機会やインセンティブが必要である。
- ・ライフステージに応じた住み替えや高齢化への対応として、リバースモーゲージも選択肢である。
- ・適切に維持管理等がされた住宅の価値を評価し、金融商品の提供等を行うことが重要である。
- ・住宅の価値を適切に評価するためには、使い易い評価方法が必要である。

- ・住宅取得の税制特例が新築優遇となっているため、既存住宅に対する税制特例を更に充実させることが必要である。
- ・建築士は建物状況調査だけでなく、設計・工事の前捌きや調査診断、維持管理などにおいて多様な役割を担うことが考えられる。また、宅地建物取引士も、関係者と連携の上、既存住宅の流通を促進していくことが必要である。

(消費者や住宅所有者等への情報提供等)

- ・住宅を長く大切に使い、売却時に価値が適切に評価されるためには、維持管理や履歴情報の蓄積などメンテナンスを行うことが重要となることを消費者等に啓発する必要がある。
- ・事業者は、維持管理やリフォーム等の方法、必要な予算等について、消費者等に分かりやすく情報提供していくことが重要であり、その際には、専門家だけでなく理解しやすいフォーマット等を使用し説明することが必要である。
- ・既存住宅を買う理由や興味を持つきっかけを念頭におきながら、消費者等にライフステージの変化や生活スタイルに対応した住まい方を含めた情報発信を行うことが重要である。
- ・既存住宅の活用として、賃貸も選択肢のひとつであり、その際には借主負担によるリフォームも有効である。
- ・インターネットにより情報が検索されることを想定し、既存住宅に関心を持ってもらえるような情報提供方法等の工夫を図る必要がある。

4 既存住宅流通促進に向けた主な課題・対応の方向

- ・住宅の質を向上し、都民のニーズに応じた多様な住宅が市場に供給され、都民が安心して選択できるよう、次のような課題に取り組むことが必要である。

(別紙のとおり)

既存住宅流通促進に向けた主な課題・対応の方向

別紙

項目		課題	対応の方向
良質な家づくり	良質な住宅の供給	中小事業者は大手に比べ、長期優良住宅への取組実績が低い	長期優良住宅の普及促進に向けた支援 事業者間連携によるノウハウ等の共有
		長期優良住宅に関する事業者の知識等が不足	技術力向上に向けた講習会等の開催
		既存戸建住宅では、計画的な維持管理が不十分	計画的な維持管理の促進に向けた支援
	良質なリフォーム	必要性やノウハウ等について、事業者による情報提供が不十分であり、消費者等の関心も低い	事業者や消費者等への普及啓発
		省エネやバリアフリー等の性能向上を行う消費者等は少ない	良質なリフォームの促進に向けた支援
		リフォーム瑕疵保険や減税制度に対する消費者等の認知度が低い	消費者等への情報提供
既存住宅を安心して売買等ができる市場の整備	建物状況調査やリフォーム等を行いやすい仕組みが必要	事業者間連携によるワンストップサービスの促進に向けた支援	
	建物状況調査、瑕疵保険、住宅履歴に関する認知度が低い	インターネットやガイドブック等を活用した情報提供	
	事業者が瑕疵保険等を勉強できる機会が必要	講習会等の開催、勉強会等の推奨	
	消費者が安心して住宅を選べる十分な情報が少ない	消費者から信頼される商標の付与	
	維持管理等に関する価値への反映が不足	適切な価値評価の推奨	
	新築住宅と既存住宅では、税制特例措置が異なる	既存住宅の税制特例が新築住宅並みとなるよう、国への要求	
消費者や住宅所有者等への情報提供等	消費者等に対して、わかりやすく情報を伝える工夫が必要	消費者向けイベント等、広報活動への支援	
		インターネット等を活用した情報提供の工夫を推奨	
		ガイドブック等による既存住宅の魅力などの紹介	
		消費者が分かりやすい説明用フォーマットの検討	