

# 既存住宅の流通促進に向けて

---

従来の「中古住宅」に対する「不安」、「汚い」、「わからない」というイメージを変え、消費者が「住みたい」、「買いたい」と思う、『新しいイメージの既存住宅』を市場に供給する

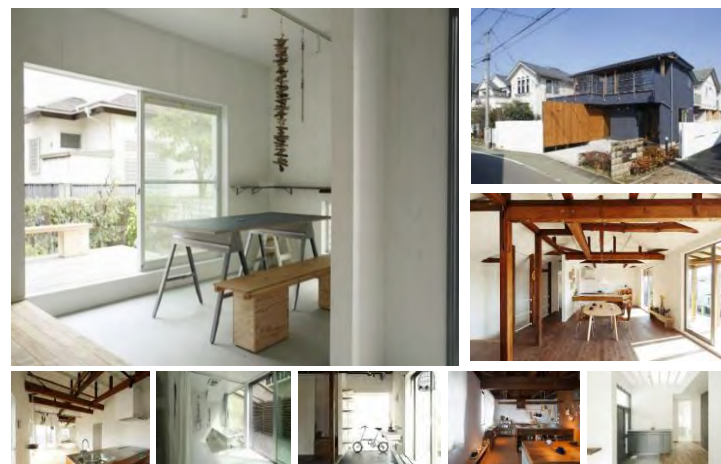
## 今までの「中古住宅」

「品質が不安、不具合があるかも」  
「古い、汚い」  
「選ぶための情報が少ない、わからない」  
(既存住宅を紹介しているwebサイト(イメージ))



## 『新しいイメージの既存住宅』

「品質が良く、安心して購入できる」  
「既存住宅だけどきれい、既存住宅ならではの良さがある」  
「選ぶ時に必要な情報が十分に提供され、納得して購入できる」



例えば・・・

例えば・・・

内外装リフォーム

瑕疵担保保険  
加入

など

消費者が“住みたい”、“買いたい”と思う、『新しいイメージの既存住宅』に

# 『新しいイメージの既存住宅』の供給に向けて

## 従来の中古住宅 に対するイメージ

### 「不安」

- ・耐震性が不安
- ・設備の老朽化が不安
- ・もしもの時の保証がなく不安

### 「汚い」

- ・水廻りが汚い
- ・内装・外装が汚い
- ・見た目が良くない

### 「わからない」

- ・選ぶための情報が少ない
- ・価格が妥当かわからない
- ・好みに合う住宅が見つからない

## 『新しいイメージ の既存住宅』の 供給体制

## イメージ払拭のために 何が必要か

- 品質の確保
- 耐震性、雨漏り、シロアリ、設備 等

- 新築に準ずる「きれいさ」  
または、  
新築に準ずるものに変更  
できる目処がある

- 既存住宅を選ぶために  
必要な特有の情報の収集、  
情報の開示

- ・安定して供給できる体制
- ・購入検討者と住宅との適切なマッチング
- ・不動産事業者、検査事業者、リフォーム事業者等との連携

- ・消費者に対する支援(相談窓口 等)
- ・事業者に対する支援

## どのような取り組み が必要か

- ・検査、点検の実施
- ・保証の提供

- ・リフォームの実施
- ・リフォームプランの提示
  - リフォーム後のイメージ、概算金額
- ・リフォーム箇所に対する保証の提供

- ・情報収集のルール
- ・情報開示のルール
- ・わかりやすく伝える仕組み

## 論点

- ・品質をどこまで求めるか
- ・品質をどのように検査・証明するか
- ・品質をどのように保証するか

- ・見た目の「きれいさ」の要件とは何か
- ・見た目の「きれいさ」をリフォーム後の経過年数等で一律に定義することはできないのではないかと

- ・既存住宅を選ぶ時に必要な特有の情報とは何か
- ・消費者にわかりやすく伝えるためには何が必要か

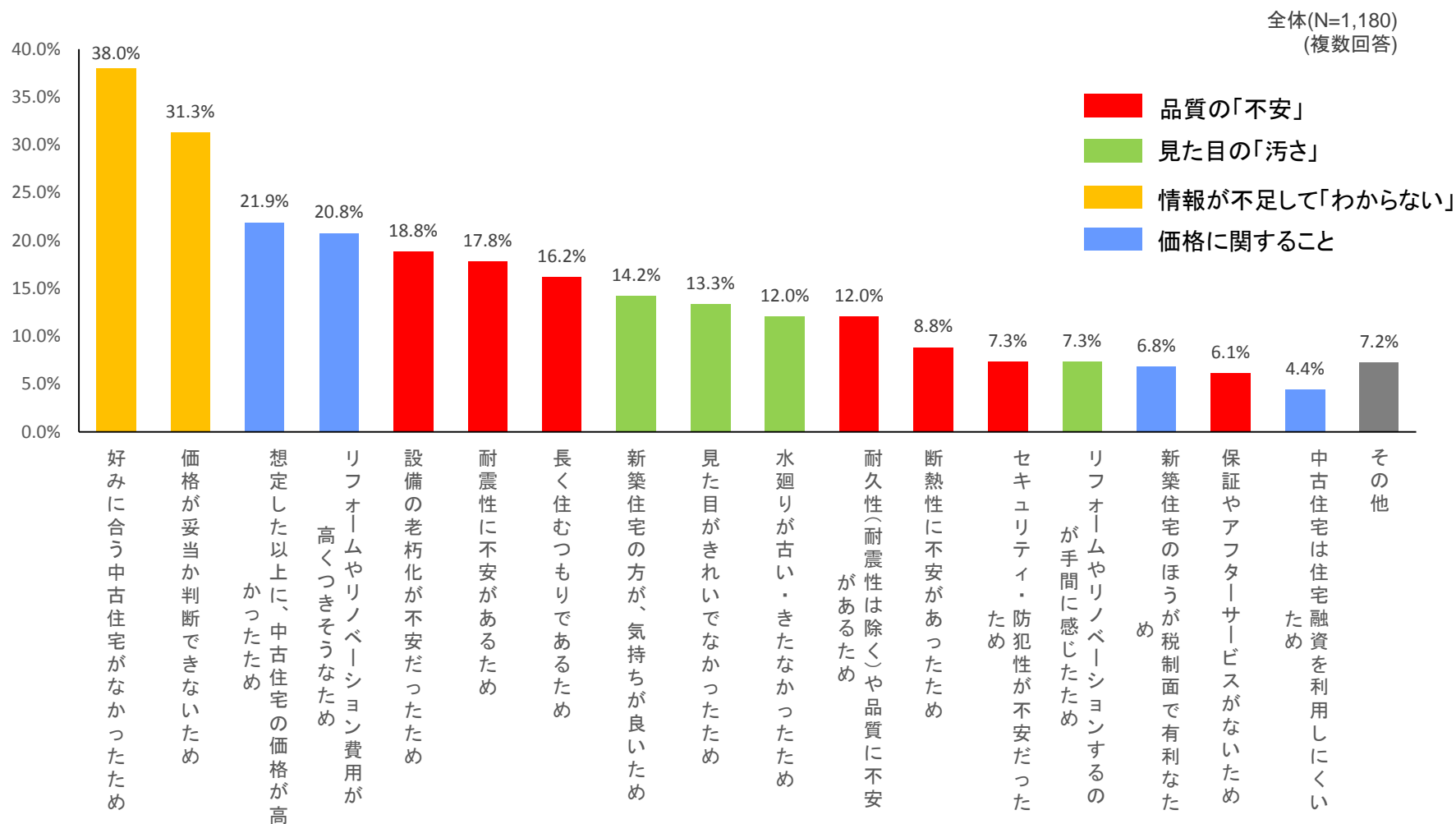
- ・事業者に求められることは何か

- ・既存住宅流通団体に求められる事は何か

- ・どのような制度的な枠組みが必要か

# 既存住宅を選ばなかった理由

○既存住宅を選ばなかった理由としては、「好みに合う中古住宅がなかった」、「価格が妥当か判断できない」と言った選ぶために必要な情報が不足して「わからない」が多い。また、価格や将来かかる費用に加えて、品質や性能に関する「不安」や見た目の「汚い」といったイメージから購入を思いとどまっている人が多い。



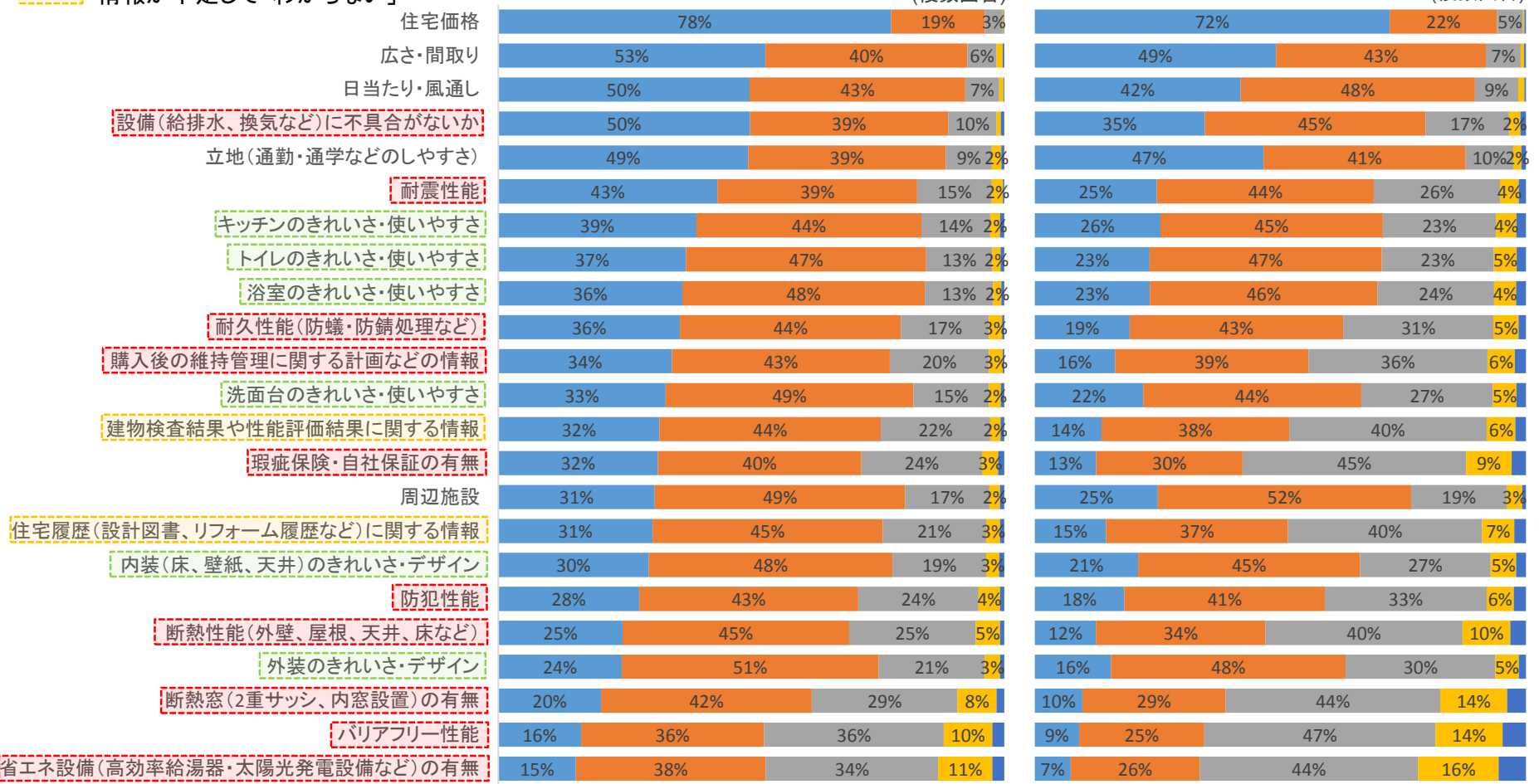
# 既存住宅を購入する上での重要度(購入者/非購入者)

○既存住宅を購入しなかった人は、購入した人と比べて、「設備に不具合がないか」、「耐震性」等の見えない「不安」に関する項目や、「水廻りのきれいさ」等見た目の「汚なさ」に関する項目に対する重要度が高い。

- 品質が「不安」
- 見た目の「汚なさ」
- 情報が不足して「わからない」

【非購入者】既存住宅を検討する上での重要度  
(非購入者：過去5年以内に既存住宅の購入を検討したが購入しなかった)  
全体(N=1,180)  
(複数回答)

【購入者】既存住宅を検討する上での重要度  
(購入者：過去5年以内に既存住宅を購入)  
全体(N=1,763)  
(複数回答)



■とても重要 ■まあまあ重要 ■どちらでもない ■あまり重要でない ■まったく重要でない

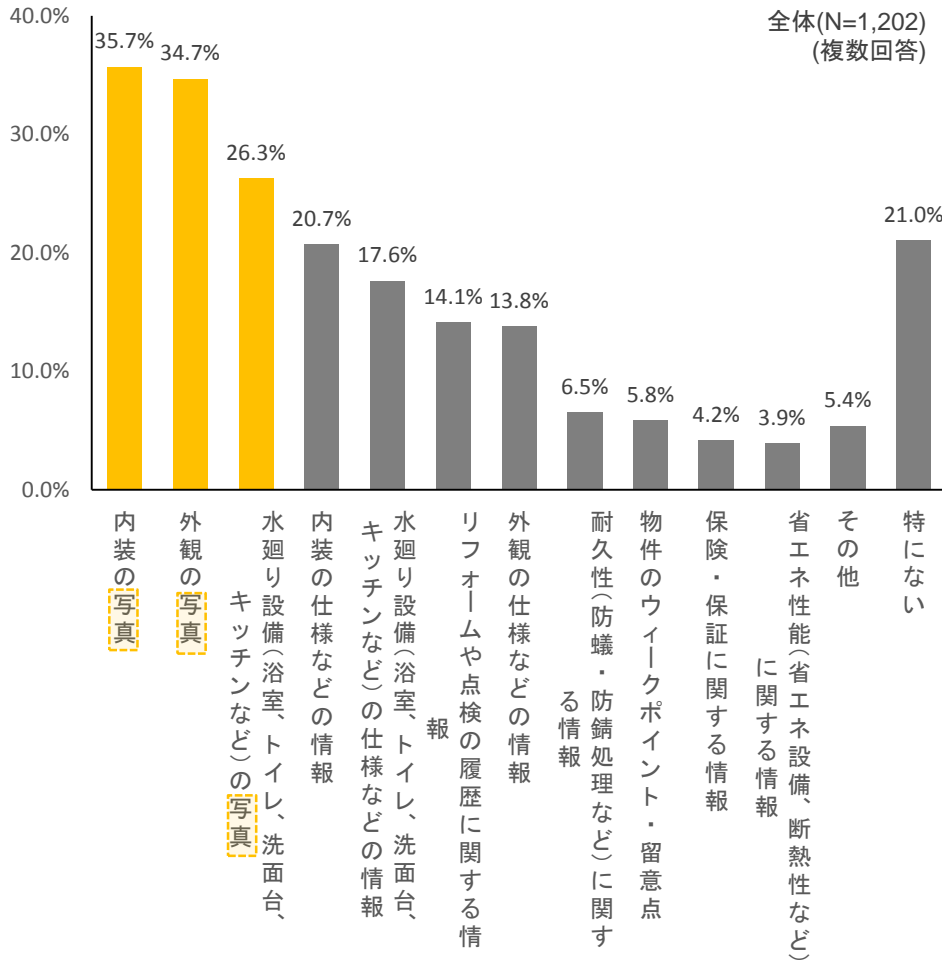
国土交通省独自調べ ※平成28年10月実施 (インターネット調査会社のモニターに対するアンケート調査)

# 既存住宅検討時の情報について

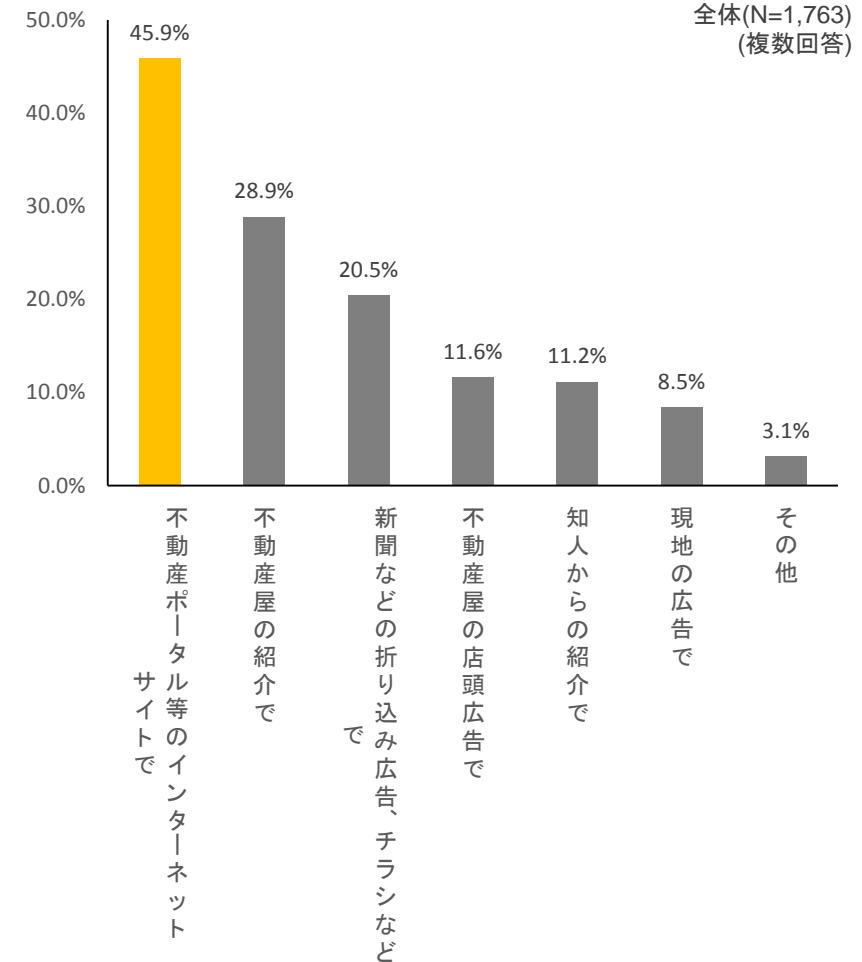
- 広告で魅力に感じた情報としては、「内装、外装、水廻りの写真」が多い。
- 既存住宅の探し方は約4割半ばが「不動産ポータル等のインターネットサイトで」と回答。

## ■広告で魅力に感じた情報

(住宅の基本属性(価格、間取り、立地など一般的に広告に掲載されている情報)は除く)



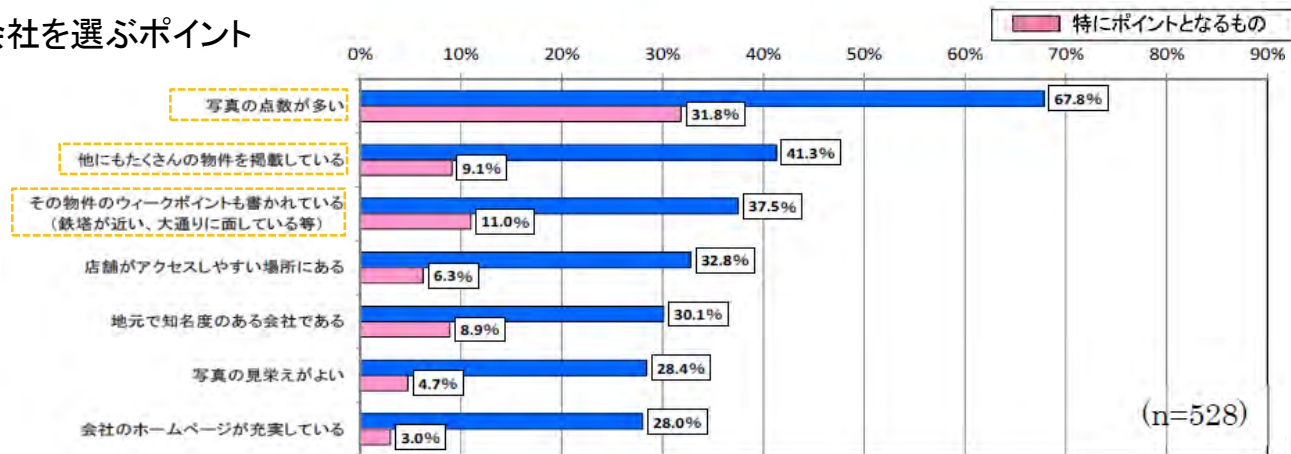
## ■購入した既存住宅をどこで探したか



# 不動産情報サイト利用者が不動産会社に求めるもの

○不動産情報サイト利用者が不動産会社を選ぶポイントとなるものは、「写真の点数が多い」、「他にもたくさんの物件を掲載している」、「その物件のウィークポイントも書かれている」が高い。また不動産会社に求めることは、「正確な物件情報の提供」、「物件に対する詳細な説明」が高いことから、情報を正直かつ十分に提供されている事が求められている。

## ■不動産会社を選ぶポイント



## ■不動産会社に求めること

