

居住誘導区域内の 既存住宅の流通促進に向けた方策

令和4年2月

中古住宅の流通促進に向けた検討チーム

背景・方策検討に当たって

背景

- 急激な人口減少・超高齢社会を迎え、都市部では空き地や空き家がランダムに発生する「都市のスポンジ化」が進み、郊外では拡散した低密度な市街地が形成されるなど、行政及び生活サービス水準の低下や公共交通ネットワークの縮小などが進むことが懸念されています。
- 県では、これまで住生活基本計画（広島県計画）に基づき、「良質で魅力的な住宅ストックが評価され流通する住宅市場の整備」等を目標に、国の「安心R住宅」制度・長期優良住宅認定制度の普及促進や民間主体の取組等を進めてきましたが、依然として、都市の縁辺部に新しい住宅団地等ができ住宅が新築される一方で、都市部では空き家が増加し、「都市のスポンジ化」が進んでいます。
- 持続可能なまちづくりの実現に向けて、居住を誘導していくべき区域の既存住宅を、リノベーション・新築への建替え・2宅地統合等によって有効活用し、住み替えを促進していくためには、これまでの取組に加えて、新たな方策を積極的に打ち出していく必要があります。

方策検討に当たって

- この方策は、居住誘導区域内の既存住宅の有効活用に向けて、学識経験者・民間事業者等の専門家や市町等による「中古住宅の流通促進に向けた検討チーム」を設置し、区域内の既存住宅の需要と供給がマッチングしない市場のズレや区域外の住宅新築の抑制に向けた課題などの都市のスポンジ化に係る根本課題等を分析した上で、「居住誘導区域内の既存住宅の流通促進に向けた方策」として、とりまとめたものです。

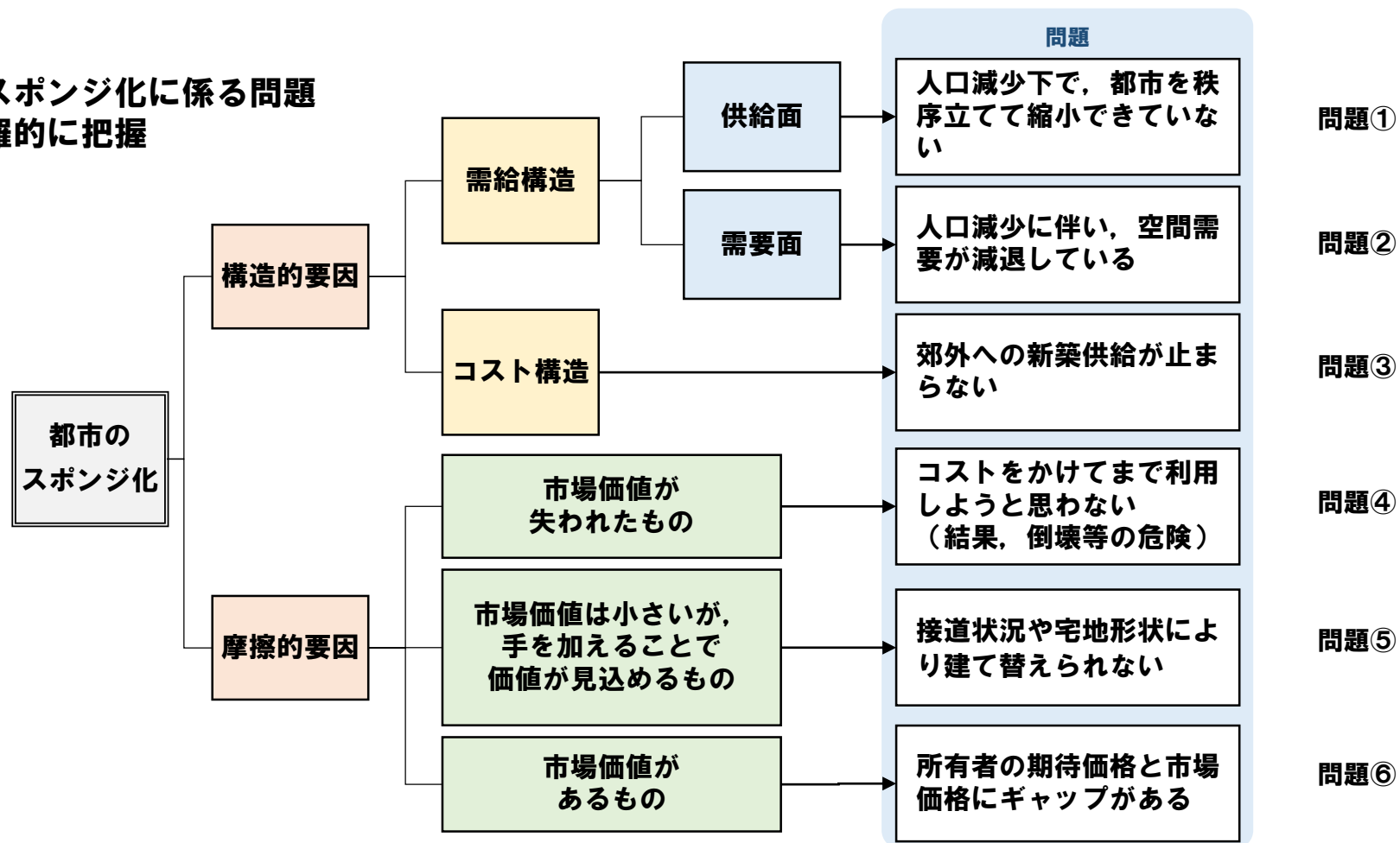
背景・方策検討に当たって

- 1 都市のスポンジ化に係る問題
 - 2 問題の分析
 - 3 悪循環と根本課題
 - 4 根本課題の解決策
 - 5 中古住宅の流通促進等に係るロジックモデル
 - 6 取組Ⅰ 需要側の仕組みづくり①
 - 7 取組Ⅱ 需要側×供給側のマッチングの仕組みづくり
 - 8 取組Ⅲ 需要側の仕組みづくり②
 - 9 取組Ⅳ 供給側の仕組みづくり①
 - 10 取組Ⅴ 供給側の仕組みづくり②
 - 11 今後の進め方
-

中古住宅の流通促進に向けた検討チーム

都市のスポンジ化に係る問題

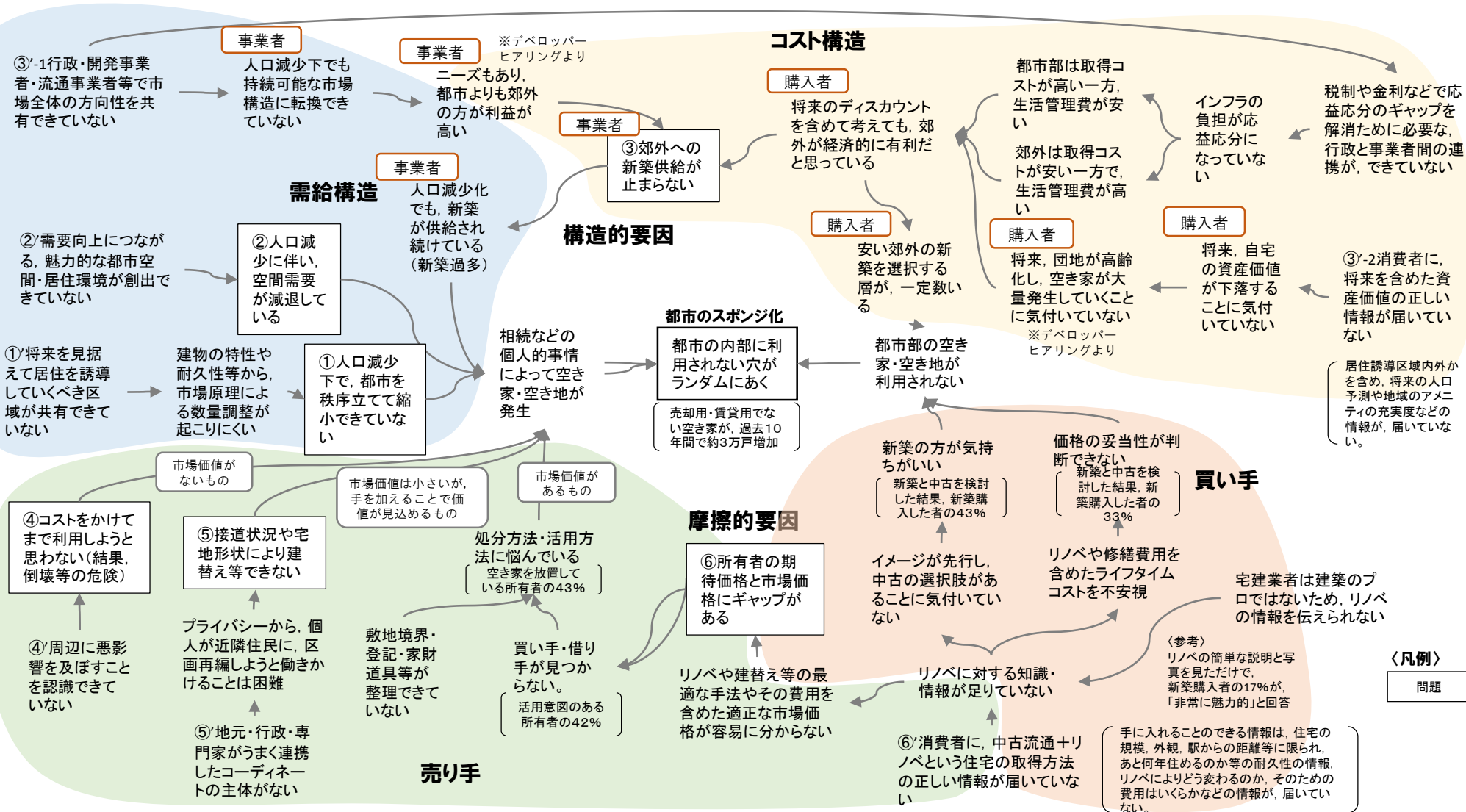
都市のスポンジ化に係る問題を、網羅的に把握



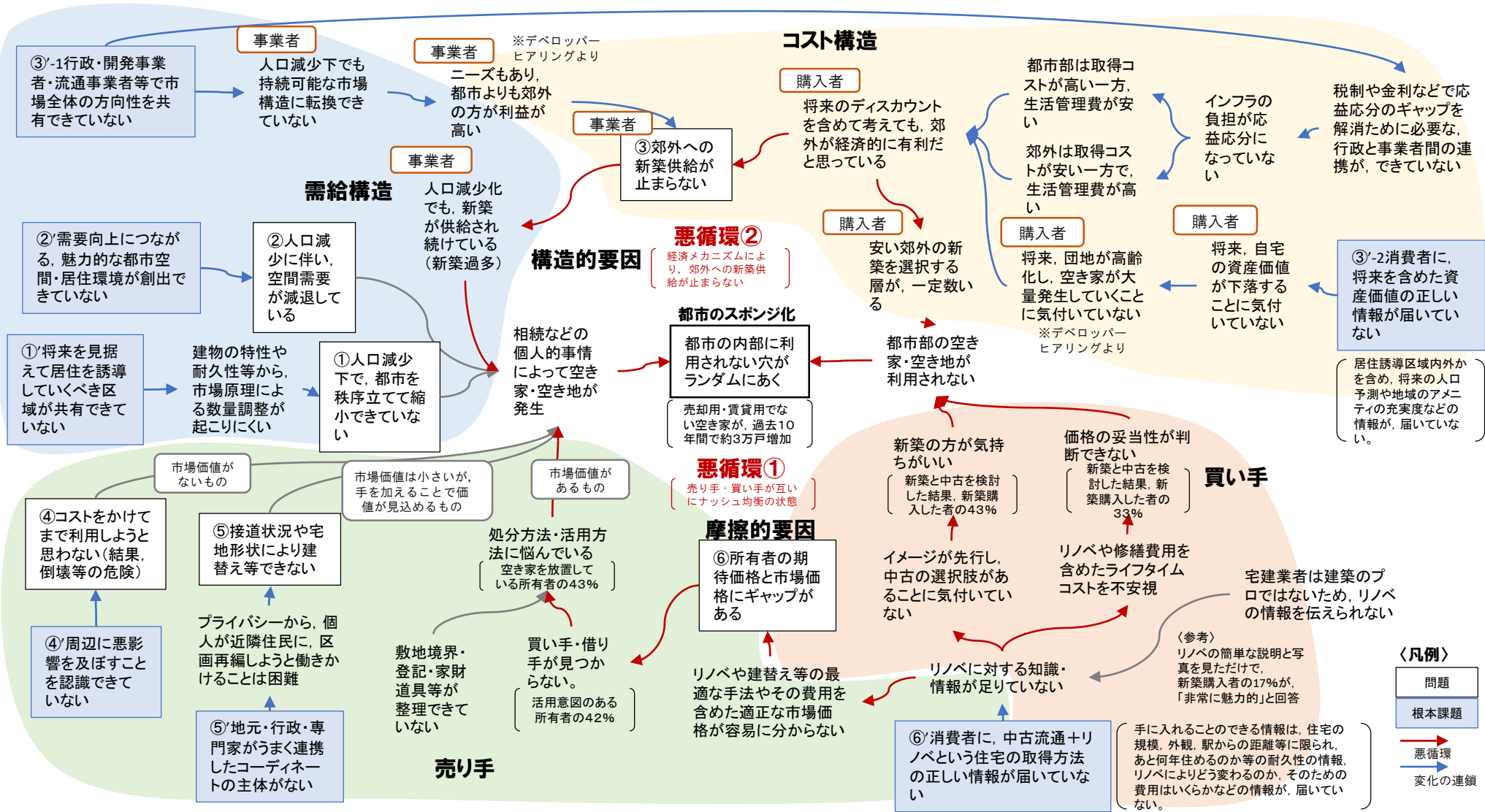
構造的要因：宅地化された土地・建物に対し、その需要が絶対的に満たない。一方で、新築が供給され続けているというもの

摩擦的要因：使い道が失われた空き地・空き家の存在と、これらの利用を必要とする者とのマッチングが適切に行われていないというもの

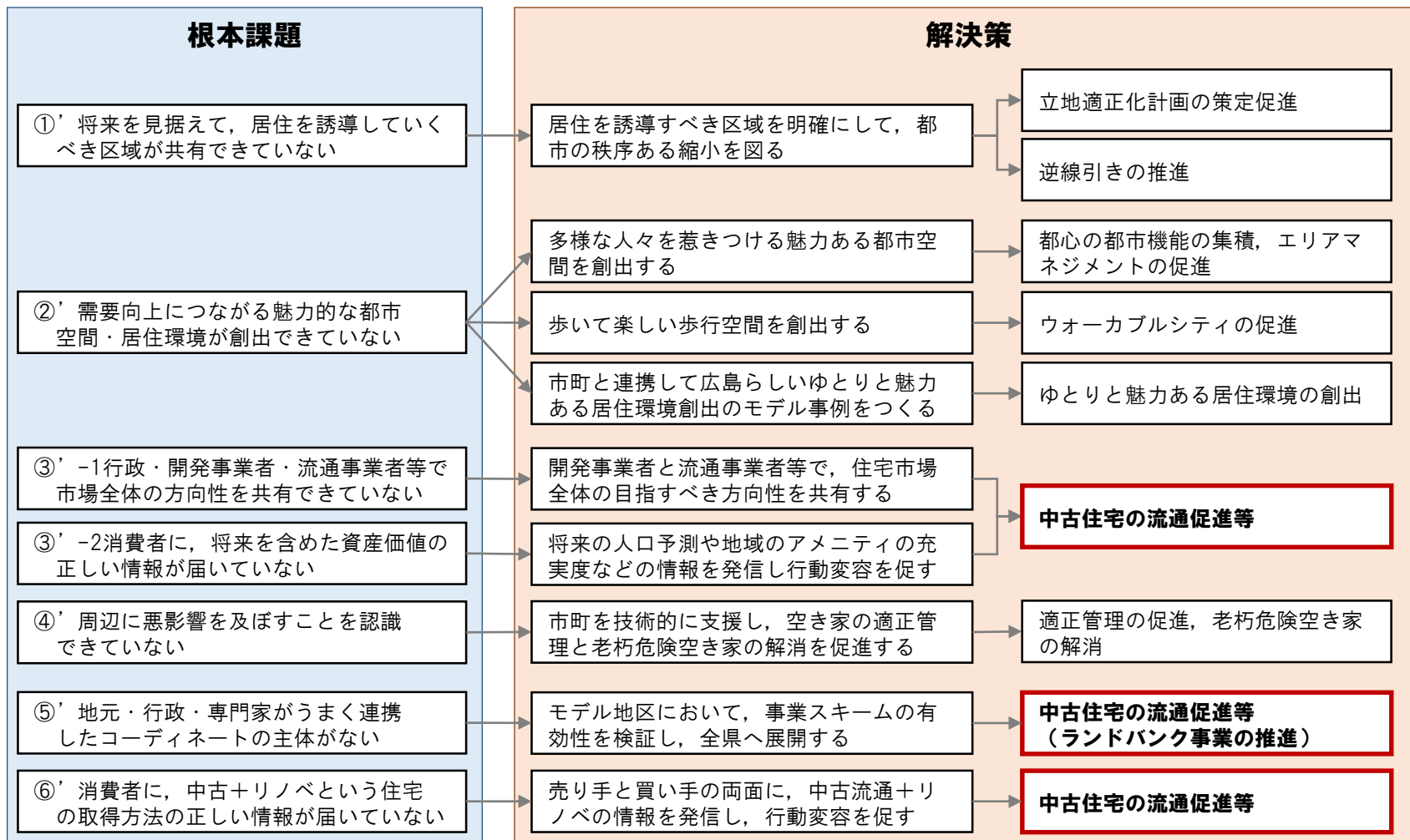
問題の分析



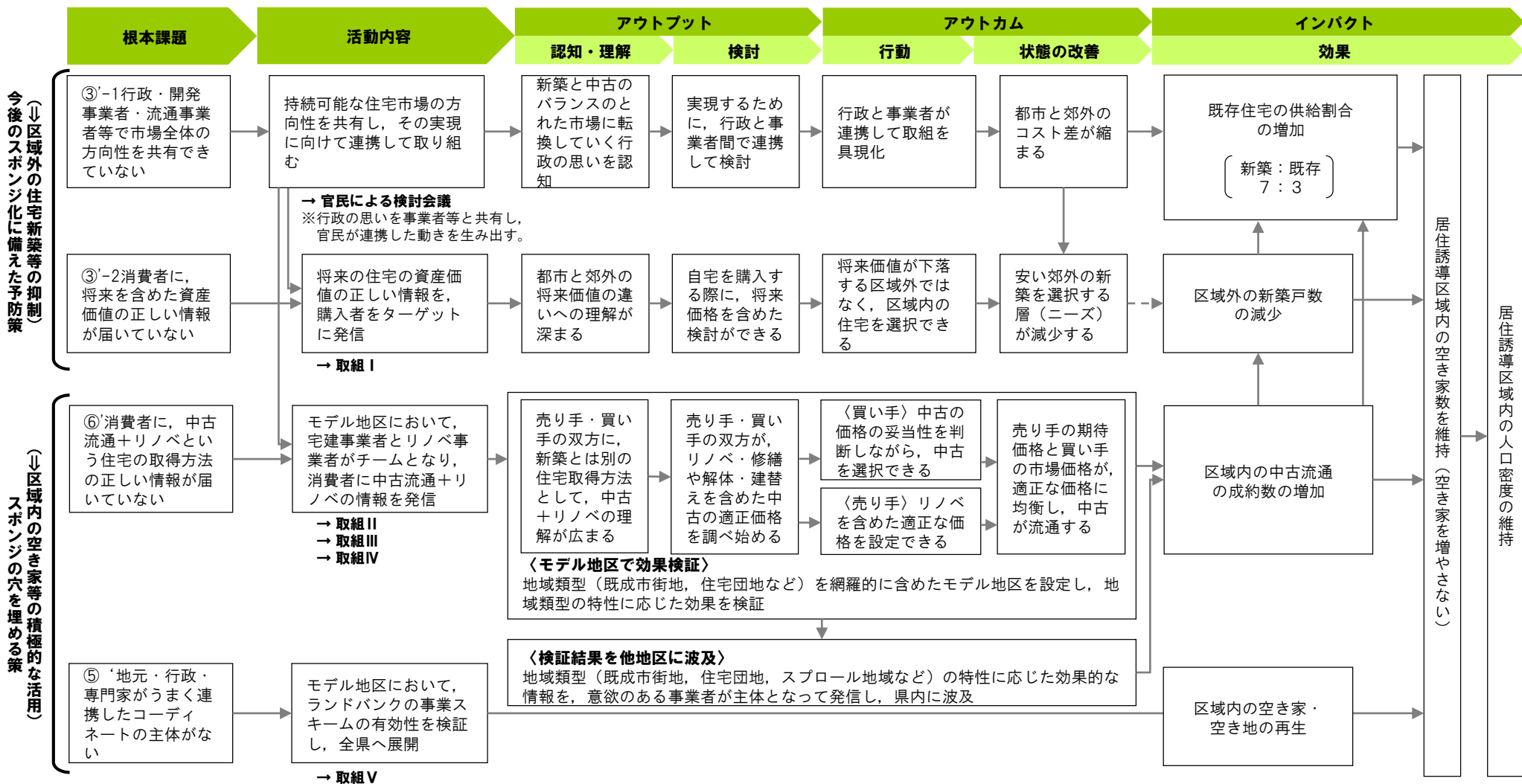
悪循環と根本課題



根本課題の解決策



中古住宅の流通促進等に係るロジックモデル



取組Ⅰ【需要側の仕組みづくり①】ターゲット：県内外の転居を検討している世帯

市場のズレ

自分が住んだことのない知らない地域には住もうと思わないし、住宅所有者が自らの地域をPRすることもされていないことから、本来は最適かもしれない多様な地域が、住宅購入者の選択肢に入っていない。

【検討会議での専門家意見】

中古購入してリノベーションすることを選択しているポジティブ層の動機としては、中古購入でより資産価値の高いエリアに住んだ方が将来のためにもメリットがあるということを理解して検討している傾向がある。

欧米において、住宅の価値を高めている要因として、居住者自身が地域の景観やコミュニティ、歴史文化的な価値や誇りを守り、積極的に発信することで、そのエリアの魅力やブランドを向上させ、将来の居住希望者を増やそうという意識を持っていることがある。

解決策

地域の魅力や将来見込みなど転居検討者が知りたい情報を「見える化」し、発信する仕組みづくり

特に住宅団地などにおいて、学校の統廃合やスーパーの撤退などの地域の環境の将来予測、コミュニティの成熟度や地域の誇りなど、地域のブランド力の評価を含めた多様な情報提供を実施していく。

市場のズレ

新築と比べて、中古購入してリノベーションする際には、不動産やリフォームなど事業者が複数の分野にまたがっており、手続きが複雑で手間がかかることや、どの事業者に頼めばいいのかわからないことが、中古選択の障壁となっている。

【検討会議での専門家意見】

選択肢として、中古購入があがってきても、自分たちだけで中古購入を進めることが難しく、誰に相談すればいいのかわからないお客様が、結果的に他の選択肢を選んでしまうケースがある。

最初は新築を考えて住宅会社を訪問したお客様が、新築よりもエリアを優先し、中古購入してリノベーションすることを選択した。その時点で、安心して任せられる施工会社とも出会っていたので、その後の流れもスムーズによりよい住まいをつくることができた。

中古購入とリノベーションをセットでサポートできるようなものがあれば、お客様も中古購入をスムーズに進められる。

解決策

安心できる中古購入・リノベーション・金融等の事業者がチームになって住宅購入者に伴走する、様々なインセンティブ策を含めた官民の仕組みづくり

中古物件探しから、リノベーションの検討・見積り・実施、住宅ローン等までサポートするチームづくりと、そうした安心できるチームに出会える仕組みを官民でつくり、それを様々なインセンティブ策を含め促進していく。

取組Ⅲ【需要側の仕組みづくり②】ターゲット：県内外の転居を検討している世帯

市場のズレ

情報不足によるネガティブなイメージと不安感が先行し、中古住宅の正しい情報が一般ユーザーまで届いていないため、たとえ中古住宅が最適な選択肢というお客様であっても、家づくりの選択肢としてあがってこない。

【検討会議での専門家意見】

中古購入の動機は、ネガティブ層とポジティブ層の2種類いる。
経済的なところで、中古住宅を選んでいるネガティブ層は、今後
も一定層いると思うが、その層だけでは、中古の流通は増えていかない。

新築よりも自分の個性を出せると考えるポジティブ層も
最近増えてきているので、新しい価値観を積極的に受け入れられるようなお客様から、
まず、情報発信していく必要がある。

建物がどんな建物が、買った後すぐにお金がかかってしまうんじゃないか、
どれくらいもつのか、地震には大丈夫なのか、
買われる方はそんな話を知りたい。

解決策

中古住宅をリノベーションして、生活を楽しんでいる事例を集約・発信する双方向の仕組みづくり

中古住宅を購入して、住んだ後の楽しさやわくわくしているような実際の生活を、広く発信し、需要側の行動変容を促す。

取組Ⅳ【供給側の仕組みづくり①】ターゲット：区域内の住宅所有者

市場のズレ

中古購入される方のほとんどがリノベーションをセットで実施しているが、住宅査定では、今ある土地・建物の評価のみで、リノベーション費用やリノベーション後の評価の査定を併せて受けにくく、所有する住宅のマーケットでの本来の価値が分からず、売却等の判断ができない。

【検討会議での専門家意見】

中古戸建て住宅の登録数はこの3年間は減少傾向である。成約数も登録数減少の影響を受けており、買主側からすれば選択肢が限られている状況になっている。一方で、中古住宅の査定依頼数は増えている。

アメリカでは、将来売却することを前提に住宅を購入するため、所有する住宅の評価額やリフォームした後の評価額がどれだけ高くなるのかを日頃から意識している。一方で日本では、住み潰すことが一般的であるため、所有する住宅の評価額も分からず、売却等の判断ができていない。このため、結果として空き家問題が深刻化する状況が生じている。

解決策

中古住宅をマーケットに出していく評価ツールの仕組みづくり

居住誘導区域内のすべての中古住宅を流通させるということではなく、住宅の立地や品質から、中古住宅のまま流通させるべきか、解体して土地として流通させるべきか選別し、リノベーション・解体などの費用を含めた評価額を「見える化」することで、住宅所有者が中古住宅をマーケットに出す判断をしやすい環境をつくる。

取組Ⅴ【供給側の仕組みづくり②】ターゲット：区域内の住宅所有者

市場のズレ

都市部であっても、住宅敷地が密集しており、道路などが十分整備されていないため、接道がなく建替えることができなかつたり、売却が難しいエリアが多数ある。こうしたエリアを再生することで、都市部に新しい住宅を供給できる。

【検討会議での専門家意見】

土地価格がかなり高いということと、道路幅員が4メートルなくて、セットバックしないといけない。

こういうところが、緊急車両も入れずに糸魚川の大火災のように、ちょっとした災害があったときに非常にリスクが大きい。こういうところで空き家が増えていっている。

そうしたエリアを再生していくと、非常に大きなマーケットになると思います。逆にいうと、これを放置しておくともっと危険な状態になっていく。

解決策

密集した既成市街地の接道のない空き家を解決していく仕組みづくり

住宅単体ではなく、複数の敷地の全体像を共有し、順次、整理していくことで、密集市街地を優良な住宅地に再生していく。

今後の進め方

【検討会議での専門家意見】

自治体だけでは、非常に難しいのではないか。いかに企業を巻き込むかが、一つの作戦。

一企業が頑張っても、大きな旗は振れなくて難しいので、集合体になればいい。集まって一つ旗を挙げて、その中で中古住宅の流通促進のPRなど、つながってほしい。

集合体として、いろんな事業者が集まり、情報を出して、各市町からそれを最終的に広島県で集約して、全体に流せるようなシステムが構築できればいい。

広島県で、一つモデルケースをつくるとか、小さなことから始めていけばいいと思う。



今後の進め方

官民連携の体制を強化し、解決策の具現化に取り組む

〈官民による検討会議の開催〉

- 事業者・専門家・行政等で構成される検討チーム会議を開催し、住宅市場の目指すべき方向性等を共有するとともに、その実現に向けたインセンティブ策などの手法を検討していく。

〈解決策の具現化〉

- 本方策を基に、引き続き事業者・市町等と連携して、居住誘導区域内の既存住宅の需要と供給がマッチングしない課題等を分析・検証し、解決策の具現化に取り組んでいく。

中古住宅の流通促進に向けた検討チーム

構成員

〈メンバー〉

氏名	所属等	検討の視点
中城 康彦 (座長)	明海大学 教授, 不動産学部長・不動産学研究科長	不動産政策の視点
角倉 英明 (副座長)	広島大学大学院 先進理工系科学研究科 准教授	住宅政策の視点
若本 修治	ダブルスネットワーク株式会社 代表取締役	住宅事業の視点
乃万 郁美	株式会社ザメディアジョン 住宅メディアプランナー	居住者ニーズの視点
坪川 倫太郎	株式会社リクルート 広島戸建・流通・注文グループ グループマネジャー	住宅情報の視点
重清 大佑	株式会社リクルート 広島戸建・流通・注文グループ 流通チーム	
森 雅紀	三井不動産リアルティ中国株式会社 リテール営業部長	不動産情報の視点
高岸 暁史	三井不動産リアルティ中国株式会社 広島中央センター所長	
洲浜 憲之	株式会社マエダハウジング不動産 事業部長兼ブランディング推進室室長	不動産・リフォームの視点
石井 由花	I S O N E 有限会社 代表取締役	リノベーションの視点
折本 拓也	広島銀行 公務営業部公務営業室 担当課長代理	住宅金融の視点
本多 伸也	ひろぎんエリアデザイン株式会社 まちづくりグループ マネージャー	まちづくりの視点
向井 ちほみ	広島県 総務局 総括官 (デジタルトランスフォーメーション戦略)	デジタル技術の視点
的場 弘明	広島県 土木建築局 総括官 (建築技術)	建築技術の視点

〈オブザーバー〉

公益社団法人広島県宅地建物取引業協会	不動産に係る事業者
公益社団法人全日本不動産協会広島県本部	
一般社団法人広島県工務店協会	住宅建設・リフォームに係る事業者
一般社団法人リノベーション協議会	

〈市町〉

広島市，呉市，府中市，東広島市，廿日市市，熊野町

〈アドバイザー〉

国土交通省中国地方整備局，住宅金融支援機構中国支店

検討スケジュール

第1回検討会議	第2回検討会議	第3回検討会議	第4回検討会議
日程 令和3年6月3日（木） 議題 供給側の現状について	日程 8月2日（月） 議題 需要側の多様な居住ニーズについて	日程 9月30日（木） 議題 課題分析と解決策について	日程 12月16日（木） 議題 「居住誘導区域内の既存住宅の流通促進に向けた方策」について