

# 住宅関連事業者による中古戸建住宅の価値向上と 活用に向けた取り組み

— 一都三県内のリフォーム業者への調査 —

Initiatives by Housing-related Businesses to Increase the Value and Utilization  
of Existing Detached Houses:  
A Survey of Remodeling Contractors in Tokyo and Three Other Prefectures

門 永 麻 椰\* 薬 袋 奈 美 子\*\*  
Maya KADONAGA Namiko MINAI

**要 約** 日本の中古住宅流通量の低迷や空き家問題を受け、本稿では一都三県のリフォーム業者を対象に、戸建て住宅の価値向上と活用に関する取り組みの実態を明らかにする。調査結果から中古住宅流通を事業として捉えているリフォーム業者は、高品質な住宅や長期的に快適な居住環境の提案、居住者と継続的な関係をもって、良質な住宅ストック形成に貢献していることが明らかとなった。また、住み替えまで関与している傾向が見られ、効率的な中古住宅流通の仕組みをもつことが明らかになった。ただし、維持管理と活用を別々に考える傾向が見受けられた。リフォーム業者が中古住宅の流通・活用を事業とするためには不動産業をはじめとする様々な業種との連携が必要であることが明らかになった。

**キーワード**：戸建住宅，空き家再生，リフォーム業者，住居管理，中古住宅の流通

**Abstract** This study focuses on reform companies in Tokyo and three Japanese prefectures, aiming to assess their efforts in enhancing the value and utilization of detached houses in response to the challenges of sluggish second-hand housing distribution and empty houses in Japan. Renovation firms that treat second-hand house distribution as a business tend to contribute to forming a high-quality housing stock, providing quality homes and long-term comfort. They also engage in post-renovation resident relationships and resettlement involvement, facilitating smooth second-hand housing distribution. However, maintenance and utilization are often viewed separately. It became clear that renovation companies need to collaborate with various industries, including the real estate industry, in order to make the distribution and utilization of existing homes their business.

**Key words** : Detached Houses, Vacant Houses Rehabilitation, Remodeling Contractors, Housing Management, Distribution of Used Houses

## 1. 研究背景と目的

住生活基本計画<sup>1)</sup>では明示されてはいても日本の中古住宅のニーズはかなり低い水準にある。日本の中古住宅市場は全住宅流通量の約14.5%<sup>2)</sup>にしか至らず、欧米諸国<sup>3)</sup>と比較してもかなり低いことが明らかになっている。加えて国内の住宅総数に占め

---

\* 家政学研究科住居学専攻  
Graduate School of Home Economics,  
Division of Housing and Architecture  
\*\* 住居学科  
Department of Housing and Architecture

る空き家率は過去最高の 13.6%<sup>1)</sup> であり、空き家問題は深刻化する一方だ。特に都市部において中古マンションの需要は増える傾向がある一方で、個別性の高い中古戸建住宅の流通は進んでいない現状がある。

内閣府は「未来投資戦略 2017」<sup>4)</sup>にて、質の高い住宅ストック形成のために、既存住宅流通・リフォーム市場を中心とした住宅市場活性化に向けた施策を発表した。中古住宅の有効活用を実現するためには、リフォームを通じて住宅性能を向上させ、その後の利用に適した状態に移行することが不可欠である。さらに、所有者に流通を促す必要性がある。

徳田らの研究<sup>5)</sup>によると、空き家の現所有者と元所有者の間には、空き家の利活用等に関する明確な情報格差が存在し、空き家所有者に対して老朽化していく空き家の金銭的負担を含めた管理に関することや、空き家を含む土地建物の相続に関する情報などを提供することで、空き家の利活用が進むことが明らかになった。適正な情報を有する所有者は空き家を利活用している傾向が明らかになった。さらに、空き家の市場流通化にあたっては、空き家所有者が相談できる窓口、空き家所有者の状況に応じて必要な知識や手段の適切なアドバイス、利活用への不安を軽減できる専門家の存在が求められていることが指摘されていた。また、浅見の研究<sup>6)</sup>によると、居住者にとって公的な相談窓口より、住宅の困りごとの解決に直結するリフォーム業者等との継続的な関係が求められていることが明らかとなっていた。そして戸建て住宅にも各々の居住者に対応する住宅の管理の専門家の質や在り方が問われていることが指摘されていた。中古住宅の維持管理・流通促進において消費者側は専門的な知識を有する事業者の存在を求めていることが明らかになった。しかし、居住者・消費者に対する調査は多いものの、事業者に対する調査は進んでいない。

そこで本研究では流通が進んでいない中古戸建住宅に着目し、中古住宅流通促進のために良質な住宅ストック形成・中古住宅活用において専門的な知識を有し、居住者をサポートする専門家として「リフォーム業者」を対象に調査を行う。中でも中古戸建流通事業に対する意識をもつリフォーム業者に焦点を当て、住宅価値向上と中古戸建住宅活用に関する取り組みの実態を明らかにする。そして既存住宅を個人資産又は社会の資産として住宅の好循環に貢

献するシステムを考察する。

## 2. 調査方法

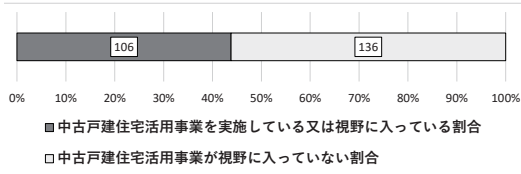
一都三県の都市部で営業している住宅リフォームに関係する事業者を対象に、質問紙法によるアンケート調査<sup>1)</sup>を行った。アンケート用紙は郵送によって配布し、郵送により回収を行った。アンケート調査の対象者は公開されているリフォーム業者情報検索サイト「リフォーム評価ナビ」「既存住宅状況調査技術者の登録サイト」「リフォーム・リノベカフェ」から一都三県の都市部に営業所を持つ戸建ての住宅リフォームに携わる事業者を選定した。以下リフォーム業者と称す。各事業所のホームページを閲覧し、住宅リフォームの実績や代表者・有資格者の氏名を確認し対象者を絞り込んだ。以上の作業により 1040 名を対象者を選定した。回答数は 242 名であり、回収率は 23%であった。アンケート回答者の属性を (Table 1) に示す。調査期間は 2022 年 8 月 22~2022 年 9 月 10 日である。さらに、アンケート調査から住宅の流通を促進する事例を持ち、調査協力に同意を得られた 4 名の回答者にヒアリング調査を行った。

さらにアンケート回答者において、空き家の利活用と古民家再生事業（以下流通促進事業）を行っている又は視野に入っていると回答した 106 名（以下流通促進事業者）に焦点をあて、その他の 136 名の事業者 (Fig.1) との比較によって、リフォーム業者の中古戸建住宅の価値向上と活用の取り組みについて考察する。

Table 1 Attributes of survey respondents

		(n=242)	
性別		年齢	
男性	80.2%	20歳代	1.7%
女性	19.4%	30歳代	6.2%
		40歳代	18.6%
		50歳代	36.8%
		60歳代	26.9%
		70歳以上	9.9%
勤務先の所在地			
東京都内	41.3%		
神奈川県内	24.4%		
埼玉県内	19.0%		
千葉県内	15.3%		

Fig.1 Percentage of entities promoting the distribution of existing housing



### 3. 中古戸建住宅の価値向上に向けた取り組み

#### 3-1 回答者概要

回答者の勤務先の情報を含む属性を（Table 2）に示す。担当業務では、設計・監理の担当者の流通促進事業への関与が見られた。一方で営業や事務・経理などは流通促進事業にあまり関与していないことがわかった。創業年では、若い企業の方がやや流通促進事業に取り組む傾向が見られた。若い企業は新しいアイデアやアプローチの実践に積極的であることが考えられる。従業員数では1～4人の項目において、流通促進事業者の割合が有意に高く、個人事務所又は小規模な企業が事業に取り組む傾向がみられた。小規模事業者は個人の意識が反映されやすく、会社全体の利益だけでなく、流通促進事業の社会的な側面に重点を置く傾向があると考えられる。業種では、全体の回答者と比較すると、設計事務所が流通促進事業に取り組む傾向が見られた。設計事務所が比較的小規模な体制であることも理由の1つであると考えられるが、個別性の高い既存の住宅の改装や再設計において、クリエイティブな解決策を提供しやすいことが推察できる。一方で専門工事業者やリフォーム専門店の回答率は低い。また、住宅リフォーム率においてはリフォーム率が低いほど、流通促進事業者の割合が高くなっている。多様な事業を展開している事業者は、中古住宅の流通促進事業への意識や事業の実践に取り組むことができていると考えられる。様々な分野の経験やノウハウを活かし、中古住宅市場に新しいアプローチやアイデアを導入することができると考えられる。一方、専門的な工事に特化している事業者は、流通促進事業を展開するつもりもない又は知識が不足してできていないことが考えられる。地元受注率では大きな相関は見られず、日常業務や個人の環境や思考等、他の要素による影響が大きいと考えられる。個人の意識が反映されやすい環境や様々な事業に取り組んでいる事業者が流通促進事業に対する意識が高いことが考えられる。

Table 2 Comparison of demographics of survey respondents (Multiple responses allowed for work performed and industry sector; otherwise, only one response allowed)

	流通促進 事業者 n=106	その他 n=136	全体 n=242	
担当業務	経営	53.8%	58.1%	56.2%
	営業積算	39.6%	50.7%	45.9%
	施工管理	34.9%	46.3%	41.3%
	施工	28.3%	30.1%	29.3%
	設計・監理	67.9%	53.7%	59.9%
	事務・経理	28.3%	36.8%	33.1%
	不動産 その他	4.7% 0.9%	2.2% 0.7%	3.3% 1.2%
創業年	9年以下	17.0%	5.1%	10.3%
	10～19年	14.2%	12.5%	13.2%
	20～49年	39.6%	50.7%	45.9%
	50～99年	25.5%	30.1%	28.1%
100年以上前	3.8%	1.5%	2.5%	
従業員数	1～4人	52.8%	33.8%	42.1%
	5～9人	21.7%	23.5%	22.7%
	10～19人	9.4%	19.1%	14.9%
	20～49人	4.7%	9.6%	7.4%
	50～99人	1.9%	3.7%	2.9%
	100人以上	9.4%	10.3%	9.9%
業種	工務店	39.6%	48.5%	40.1%
	ハウスメーカー	4.7%	0.7%	7.0%
	リフォーム専門店	13.2%	27.2%	21.1%
	専門工事業者	3.8%	6.6%	5.4%
	設計事務所	33.0%	11.8%	21.1%
	不動産他 その他	3.8% 1.9%	4.4% 0.7%	5.4% 1.0%
リフォーム率	100%	7.5%	11.8%	9.9%
	80%以上100%未満	23.6%	30.9%	27.7%
	40%以上60%未満	22.6%	22.1%	22.3%
	20%以上40%未満	16.0%	11.0%	13.2%
	20%未満	30.2%	22.8%	26.0%
地元受注率	100%	8.5%	4.4%	6.20%
	80%以上100%未満	29.2%	31.6%	30.60%
	40%以上60%未満	20.8%	27.2%	24.40%
	20%以上40%未満 20%未満	12.3% 28.3%	15.4% 19.9%	14% 23.60%

(Responsible work and industry sector is more than one answer Other single answer)

#### 3-2 検査や建物診断に関する取り組み

建物の検査や診断への対応について尋ねた結果を（Table 3）に示す。まず、中古住宅の活用に必要性の高い項目である建物状況調査・耐震診断は全体を

通して自社で対応している傾向が見られた。特に流通促進事業者の方がその他に比べ、自社で対応しているとの回答率が高い。一方でその他は社外の人と連携しながら、対応している傾向がみられた。自社で調査等を行うことで、流通促進事業までのスムーズなサービスの提供やコスト効率の向上に繋がっていることが考えられる。また流通促進事業者は長期優良住宅の建設や、長期住宅化リフォームの回答率も高い。さらに定期検査を行っている顧客の割合も高いことから、流通促進事業者は建物の品質向上をもって、持続可能な住環境を提供することが意識できていると考察できる。

Table 3 Response to inspections and diagnosis

(multiple response)

	流通促進 事業者 n=106	その他 n=136	全体 n=242
建物状況調査に対応している	78.3%	61.8%	69.0%
建物状況調査に社外の人と提携している	17.0%	18.4%	17.8%
耐震診断に対応している	66.0%	51.5%	57.9%
耐震診断は社外の人と提携している	17.0%	23.5%	20.7%
長期優良住宅の建設に対応している	41.5%	31.6%	36.0%
長期住宅化リフォーム (補助金に対応している)	32.1%	25.0%	28.1%
定期検査を行っている顧客がいる	34.0%	28.7%	31.0%
検査や診断には対応していない	6.6%	4.4%	5.4%
未回答	0.0%	4.4%	40.0%

### 3-3 リフォーム内容

リフォーム内容に関する回答を (Table 4) に示す。流通促進事業者はその他に比べ、すべての項目において回答率が高い。まず、全体を通して、耐震・断熱・バリアフリー改修など性能向上に関するリフォーム提案は約半数が実施している。中でも流通促進事業者はその他に比べ、回答率が高く、建物自体の長寿命化や、将来の住宅価値を向上させる意識が高いことが考えられる。次に全体を通してライフスタイルに合わせた提案では3割程度が実施している。中でも流通促進事業者はその他に比べ、回答率が高く、特に住み替えまでの提案を実施している傾向が顕著に見られる。長期的な視野をもって、顧客の居住環境を向上させる提案を行っていると考えられる。流通促進事業者は建物自体の品質向上や居住者の暮らし方に合わせた提案をもって、居住者が住み続けられる良質な住宅ストックの形成を促進していることが考えられる。

Table 4 Proposals to customers

(multiple response)

	流通促進 事業者 n=106	その他 n=136	全体 n=242
耐震改修の提案	51.9%	44.9%	47.9%
断熱改修の提案	53.8%	41.2%	46.7%
省エネ製品や構法の提案	39.6%	23.5%	30.6%
バリアフリー改修の提案	59.4%	44.1%	50.8%
新しいライフスタイルの提案	34.9%	22.8%	28.1%
ライフステージに応じた暮らし方の提案	39.6%	25.0%	31.4%
新築から住み替えまでの総合的な提案	34.9%	17.6%	25.2%
その他	2.8%	2.2%	3.5%
特になし	0.0%	1.5%	0.8%
未回答	2.8%	5.9%	4.5%

### 3-4 リフォーム後の取り組み

リフォーム後の取り組みを (Table 5) に示す。流通促進事業者は修繕履歴の保存やアフターサービス保証を除く、項目において回答率が高くなっている。特に買取再販や住み替え売上の提案、相続や税金対策の相談において回答率に大きな差がみられる。また、定期点検やまめに連絡を取るといった回答にも差が見られ、リフォーム後も顧客と継続的な関係をもって建物を適切に保守・管理、さらには活用提案をしていることが考えられる。しかし所有者情報を活用した空き家の利活用が求められている<sup>4)</sup>中で、修繕履歴の保存はその他と変わらない結果となった。また全体を通して、リフォーム後に住み替えや売上の提案の回答率はわずか14%弱であり、流通促進事業者はやや高いものの、20%弱となっている。維持管理と活用は別で考えられていることが考察できる。

Table 5 Post-renovation initiative

(multiple response)

	流通促進 事業者 n=106	その他 n=136	全体 n=242
修繕履歴の保存	50.0%	52.9%	51.7%
維持管理契約を結ぶ	2.8%	0.0%	1.2%
維持管理計画の提案	14.2%	5.1%	9.1%
修繕積立計画の提案	8.5%	5.1%	6.6%
買取再販・買取運営	14.2%	5.9%	9.5%
相続や税金対策の相談	14.2%	6.6%	9.9%
住み替えや売上の提案	18.9%	9.6%	13.6%
1年,5年,10年等の定期点検	39.6%	26.5%	32.2%
アフターサービス保証	22.6%	30.9%	27.3%
まめに連絡を取る	32.1%	26.5%	28.9%
特になし	12.3%	6.6%	9.1%
その他	13.2%	13.2%	13.2%
未回答	2.8%	4.4%	3.7%



#### 4. 異業種連携体制

現在関わっている又は関わる可能性のある業種の回答を（Table 6）に示す。全体を通して、不動産の回答率が高くなっている。流通促進事業者においては保険・保険代行を除く全ての業種において、割合が高くなっている。中でも行政や金融機関、医療、不動産、教育・学校の回答率が高い。流通促進事業には行政機関との連携が不可欠であり、連携を強化することで、効果的な事業の実行に繋がると考えられる。また金融も同様に、ローンや財務面の支援の必要性も高いことが考えられる。不動産においては「資産を所有から利用に変化させるには不動産業の視点がある」との声もみられ、中古住宅活用において、利用者への仲介や空き家の物件探し等で必要性が高いことが挙げられる。医療が高いのは、医療的なニーズに合う設備やサポートに合わせた改装や設計が必要であるからだと考える。教育等が高いのは流通促進事業者が地域社会の発展や維持に貢献したい意識が高く、教育を通して地域の活力を高めるために協力していることが推察できる。

Table 6 Contractors that are currently involved or likely to be involved (multiple responses allowed)

	流通促進 事業者 n=106	その他 n=136	全体 n=242
行政	30.2%	22.1%	25.6%
金融機関	30.2%	22.1%	25.6%
福祉・介護	32.1%	27.9%	29.0%
医療	14.2%	5.1%	9.1%
不動産	52.8%	44.9%	48.3%
教育・学校	17.9%	5.9%	11.2%
町内会・管理組合	19.8%	14.7%	16.9%
観光	2.8%	2.2%	2.4%
飲食	10.4%	7.4%	8.7%
エネルギー	7.5%	5.1%	6.2%
保険・保険代行	17.9%	22.8%	20.7%
特になし	13.2%	12.5%	12.8%
その他	1.9%	2.9%	5.0%

また業務連携をしている・する可能性が高い業種の事業者割合を個数別に表したものを（Fig.2）に示す。その他は1〜3個の割合が高く、偏りがみられる一方で、流通促進事業者は分散していることがわかる。流通促進事業者は、複数の業種と連携する傾向がみられた。様々な業種と連携することで、流通促進事業に必要な多岐にわたるスキルと知識を獲得

していることが考えられる。

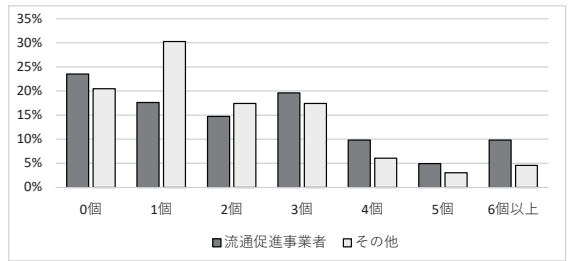


Fig.2 Percentage of businesses by number of units in the sector

#### 5. 中古戸建住宅活用の仕組みや取り組み

##### 5-1 中古戸建住宅活用の取り組み一覧

空き家の利活用と古民家再生事業を行っている又は視野に入っていると回答したうち実際に取り組んでいる事例として空き家の利活用は30事例（Fig.3）、古民家再生事業は18事例（Fig.4）の回答が得られた。

空き家の利活用の事例から空き家に対する取り組みを過程別に空き家対策、調査、相談受付、買取販売、改修・提案、運営・管理、連携の7つの項目に分類することができた。古民家再生事業では解体・移築、買取・販売、改修・提案の3つの項目に分類することができた。

リフォーム業者による空き家問題へのアプローチは多岐にわたっていることが明らかとなった。双方において買取販売や改修提案は回答数が多く、取り



Fig.3 Examples of the utilization of vacant houses

解体・移築	・解体 ・移築(2)
買取・販売	・買取(3) ・販売 例)売却から再生の実施
改修・提案	・改修(10) 例)築190年の古民家再生の実施 江戸時代築の蔵を地域のコミュニティホールへ再生 ・提案(3) ・古材の使用

Fig.4 Examples of rehabilitated old private houses

組みやすいことが考えられる。空き家の利活用では、空き家対策の情報収集や情報発信、調査、相談場所の提供等の取り組みが見られ、地域の実態や住民のニーズを把握することが空き家の利活用において重要であると示唆している。また、地域の団体との連携体制を整えることで、空き家の利活用を促進していることがわかった。さらに、運営・管理に携わり、持続的な空き家活用に取り組んでいることがわかった。

## 5-2 事例1-K リフォーム専門店

リフォーム専門店の事例を取り上げる。K リフォーム専門店は従業員数が1名の個人体制の住宅リフォームを専業とする企業であり、リフォームをはじめとする相続や終活、空き家相談などの暮らしに関する地域の相談窓口として機能するために、様々な業種の専門家と連携体制を構築している。同じ地域内の若手士業の団体には弁護士、宅建士、建築士、税理士、司法書士、行政書士、社会保険労務士、ファイナンシャルプランナー等多岐にわたる専門家が所属しており、土地相続の相談があれば、相続に詳しい弁護士を、終活などの人生設計に関する相談があればファイナンシャルプランナーを紹介し、顧客の要望に合わせて最適な専門家を紹介している。空き家利活用も同様に、士業の関わりの中で不動産業者と連携し推進している。空き家について顧客から相談を受けた場合、連携している不動産業者を紹介する。不動産の中でも顧客の要望に合う不動産業者を選定、紹介している。次に運営・管理するための収支計算を行い、収支計画を提示し空き家活用の提案を行う。その後、そのために必要かつ最適なリフォーム提案を行い実行する。リフォーム後は顧客と不動産業者の仲介により賃貸借契約を結ぶといった流れになっている。

連携体制を持つことで、個人事業者でも空き家活

用事業に取り組むことができることや個別に事業者と相談者をつなげる仕組みを持つことで、空き家問題解決に直結することができていることがわかった。

## 5-3 事例2-O ハウスメーカー

ハウスメーカーのリフォーム事業部の取り組み事例を取り上げる。O ハウスメーカーは会社全体を通して、従業員数が100名以上の大規模な企業である。リフォーム事業部の住宅リフォーム業務の占める割合は70%程度であり、リフォーム事業はマンションと戸建て両方を行っている。以前までは分譲住宅事業が主要であったが、現在は建てた住宅のメンテナンスをするリフォーム事業に力を入れている。自社の分譲住宅の居住者であるOB顧客からの受注が70~80%で大半を占めており、OB顧客や不動産仲介を行っているグループ会社との連携をもって、住み替えのタイミングで顧客を紹介してもらうこともあるそうだ。またグループ会社が空き家を買取り、Oハウスメーカーリフォーム事業部によりリフォームを施して販売する提案が挙げられている。ただし、事業コストが販売利益に見合っていないと想定されており、計画段階となっているそうだ。

OB顧客と継続的な関係を構築することで、良質な住宅ストック形成や不動産の機能を持つグループ会社と連携をもって、住み替えまでの提案を実施できていることが考えられる。ただし、空き家利活用事業を実施できる体制をもっていても大手企業では会社の利益が尊重され、リスクのある空き家利活用等の新規事業を取り入れにくい実態があると考察できる。

## 5-4 事例3-E 不動産

不動産業者の事例を取り上げる。E 不動産は従業員数が80名程度の企業で、不動産業を主軸に新築事業、建物の運営・維持管理事業、まちづくり事業、クラウドファンディングによるリノベーション事業、人材育成事業等を行っている。その中で、リノベーション事業(住宅リフォーム業)の割合は20%程度を占めている。リノベーション事業の内容は、資金を投資型クラウドファンディングで集め、空き家や遊休不動産にリノベーションを施し再活用する取り組みである。事例としてや伝統建築、住宅、蔵、倉庫など様々であり、地域のコミュニティ空間や宿泊施設、飲食店、シェアハウス等に改修している。設

計やその後の運営管理は外部に委託している事例もあるが自社で対応している。リノベーション事業は神奈川県を基盤に、日本全国に展開している。

不動産業者が空き家の利活用に関わることで、不動産評価や適切な資産の選定など不動産業の専門知識をもって、空き家再生事業に最適な物件を選出し、設計提案や再活用計画の策定までスムーズに事業を実行できていると考える。また、空き家相談から事業提案、運営・管理まで自社で一貫して行うことで、効率の良い空き家利活用の仕組みを創出している。特に自社で運営・管理を行うことで、長期的な運用を可能にし、事業者による持続的な取り組みが実現していると考える。さらにはクラウドファンディングを活用することで、自社の費用負担を減らし、事業のリスクを緩和していることが考えられる。

#### 5-5 事例 4-K 設計事務所

K 設計事務所は従業員数が 10~19 人程度の、少数体制の設計事務所である。住宅リフォーム業務の割合は 30%で、新築事業、店舗・各種施設設計、リノベーション、福祉施設建築事業、建築技術教育、飲食事業等の様々な事業を展開している。中古住宅の活用においては、戦後もまもなく建てられた店舗兼住宅を、事務所兼飲食店、一部を所有者の住宅として再生している。第二次世界大戦後に建てられた住宅の多くは耐震性が不十分であり、保存が難しいからこそ、文化的な保存価値を見出し、活用を決めたという。所有者からの相談を受け、不動産業者を介して、賃貸借契約を結び、改修を施した。費用は K 設計事務所が負担した。現在は自社でリノベーションを施し事務所兼カフェのとしての利用・運営も行っている。また地域の活性化事業として市からの認定を受け、魅力づくり支援補助金交付事業として助成を受けている。

設計事務所が古民家再生に関与することで、柔軟なアプローチを提案できることや小規模体制であることから、個人の社会貢献意識が再生事業が実施の根幹にあることがわかった。

### 6. まとめ

中古住宅の流通促進事業に取り組むリフォーム業者の特性や事業の特徴を以下にまとめる。

#### ①良質な住宅ストック形成への意識と実践

リフォーム業者が中古住宅流通を事業として意識

を持つことで、高品質な建物、長期的な暮らしやすい空間の提案を行う傾向がある。また、定期点検等を通して顧客と継続的な関係を構築し、質の高い住宅ストック形成に寄与していると考える。また建物診断や状況調査を自社で行い、中古住宅再生事業までのスムーズなサービスの提供やコスト効率向上に繋がっていることが考えられる。ただし、維持管理と活用は別の側面として考えられている傾向があり、活用事業の意識があっても、住み替えまでの提案が実施できている事業者の存在は限られている。維持管理から一貫して活用を考えるアプローチが必要である。

#### ②異業種との連携

リフォーム業者が流通促進事業を実施するためには、異業種との連携が重要であることがわかった。様々な要素や知識が必要な空き家活用において、連携することで自社にない機能を補い合いながら、流通促進事業を行っていることが考察できる。また様々な視点からのアプローチをもって事業を進めることができる。その後の運営・管理にあたっては連携体制を持つことで、持続的な運営に繋がることも考えられる。

#### ③不動産業者の関与

流通促進事業を行うためには不動産業の関与は不可欠であることが明らかになった。事業者自体に不動産業のノウハウを持つことや連携することにより、不動産の機能を持つことで、流通促進事業を促進することができる。

#### ④個人の意識の反映

若い企業や少数体制の企業など個人の社会貢献意識が反映されやすい環境では流通促進事業が実行しやすいことが考えられる。また新しいアプローチやアイデアを導入しやすい環境が整っていることも要因であると考えられる。一方で大規模な企業では事業リスクからか、意識があっても実行に発展しにくいことが考えられる。中古住宅流通促進事業においては、企業の規模や特性が関係し、特性に応じた戦略の選択が重要であることが考えられる。

#### ⑤運営提案や運営への関与

流通促進事業を実施している事業者は運営提案と運営への関与している傾向を持つことが明らかとなった。運営の仕組みをもつことで、建物の持続的な運用が期待できる。

リフォーム業者が中古住宅流通を事業として意識

することで良質な住宅ストック形成に寄与している。さらなる流通の促進や維持と活用の一体性をもたすためには、不動産業をはじめとする様々な業種との連携体制をと整える必要があると考える。

### 謝辞

本稿の調査においては調査対象者の皆様に多大なご協力を承りました。また同学の浅見美穂教授にも調査のご協力と温かい助言を承りました。心より謝意を申し上げます。

### 参考文献

- 1) 国土交通省：日本住宅基本計画（令和3年3月19日）閣議決定新たな住生活基本計画の概要 [https://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/house/jutakukentiku\\_house\\_tk2\\_000032.html](https://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/house/jutakukentiku_house_tk2_000032.html)（参照 2023.10.10）
- 2) 総務省：平成30年住宅・土地統計調査（2019年9月30日） <https://www.mlit.go.jp/common/001314574.pdf>（参照 2023.10.10）
- 3) 国土交通省：既存住宅市場の活性化について（2020年5月7日） [\[shimon/kaigi/special/reform/wg6/20200507/pdf/shiryou3.pdf\]\(https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/special/reform/wg6/20200507/pdf/shiryou3.pdf\)](https://www5.cao.go.jp/keizai-</a></li></ol></div><div data-bbox=)

- 4) 内閣府：未来投資戦略 2017、既存住宅流通・リフォーム市場を中心とした住宅市場の活性化（2022年10月） [https://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/miraitousi2017\\_t.pdf](https://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/miraitousi2017_t.pdf)（参照 2023.10.10）
- 5) 徳田光弘，石塚直登：空き家所有者の利活用に対する意識構造，日本建築学会技術報告集，第28巻，第70号，pp1518-1523，（2022年10月）
- 6) 浅見美穂：戸建て住宅の維持管理における居住者側が持つ課題に関する研究，日本建築学会計画系論文集，第87巻，第798号，1539-1548，（2022年8月）

### <注>

- 1) 科学研究費助成事業基盤研究（C）（一般）（代表浅見美穂，令和3～5年度 課題番号：21K02098）による助成を受けて，浅見美穂によるリフォーム業者アンケート調査に協力して実施したもの