



アルファヴォイス倶楽部

VOL.171

2010.6

発行責任者: アルファヴォイスコンサルティング株式会社 代表取締役 野村 敬一
〒102-0074 東京都千代田区九段南4-7-10 TEL: 03-5215-8711

《INDEX》

1. **【土地活プロの視点】 - これを教えてほしかった -**
Property & Construction Management
第4回 建物診断

代表取締役 野村 敬一
2. 『住宅版エコポイント』の商品戦略と販売戦略
エコ住宅の訴求方法、「家の燃費」を考える
～エコで売するには原則がある～

オーナーズ・トラスト(株)代表取締役
一級建築士 坂間 均
3. 住宅購入における顧客動向の変化と建築会社の対応

コンサルタント 川田 竹也

【土地活プロの視点】
- これを教えてほしかった -
Property & Construction Management

代表取締役 野村 敬一

第4回 建物診断

木造貸家の建物診断と敷地環境調査の依頼を受けたMr. PCマネージャーは大家成三さんに建物診断の内容を説明しました。「建替えるか、リフォーム&リノベーションにするかは建物診断が重要になります。建物診断の説明をさせていただきます」

建物診断

敷地環境調査とあわせて木造戸建貸家の建物を診断します。建物の診断には次の3つについて調査します。

- (1) 耐震性能の診断
- (2) 既存不適格建築物の確認
- (3) 誘導居住水準との比較

(1) 耐震性能の診断

現在の耐震基準は1981年にできたもので「新耐震基準」と呼ばれており、1981年以降の建物はこの新耐震基準を満たすように建てられています。

この新耐震基準は、よく起こる強さの地震に対しては建物の被害が軽くすむように、一生に一度起こるかどうかという強さの地震に対しては、建物の中や周辺にいる人に被害がでないようにすることを目標にしています。

新耐震基準は地震によって建物が壊れないようにすることではなく、建物を使う人の安全を確保することを目標にしているのです。

日本木造住宅耐震補強事業者協同組合による木造住宅の耐震診断結果を見ると、1981年以前の木造住宅は95%以上、1981年以降の木造住宅についても70%以上が地震による倒壊の危険があると調査結果が出ています。つまり1981年以前に建築した木造住宅は、耐震対策を講じなければ新耐震基準を満たさないため、地震による倒壊の危険性は解消しないことになります。

賃貸住宅の場合はオーナーに入居者の安全を守る義務があり、耐震性に問題があるなど建物に何らかの瑕疵があると、例え天災地変の地震による倒壊被害であっても、オーナーは責任を逃れることはできません。また震度5以下で建物が倒壊し入居者に被害が出た場合は、オーナーに過失責任があると判例にもあります。

1981年以前に建築した賃貸住宅は耐震対策を講じなければなりません。耐震改修工事に費用をかけても家賃アップにつながりにくいので建て替えるケースが多いのです。

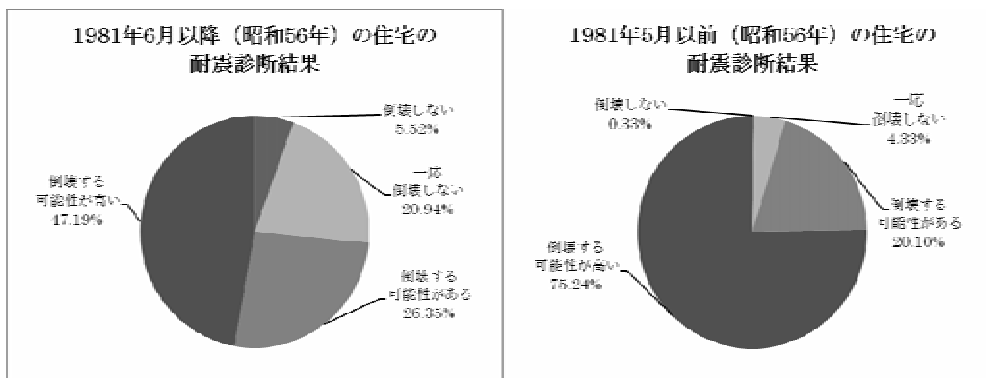
< 建物の簡易的な耐震診断のポイント >

地盤の良し悪しを調査。オーナーが地盤データを所有していない場合は、地盤調査会社から近隣の地盤データを入手。

軟弱地盤の場合は、建築当時に地盤改良や特殊基礎工事を行っているか確認。

基礎のひび割れや、外壁の割れの有無を目視。

屋根材に重い材料（瓦など）を使っているか、軽い材料（金属板など）を使っているか。



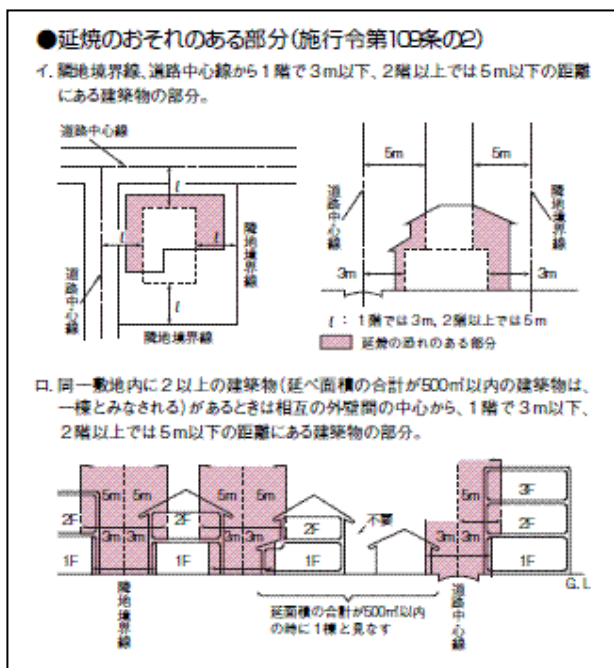
日本木造住宅耐震補強事業者協同組合 木造住宅耐震診断結果調査データより
平成 20 年 1 月発表（調査実施期間 平成 18 年 4 月～平成 19 年 11 月）

（ 2 ）既存不適格建築物の確認

建築した時は建築基準法に適合していたが、建築基準法が変わり適合しなくなった建物を既存不適格建築物といいます。既存不適格建築物の中でも特に火災に対する防火設備が適合しているかが重要です。

防火設備は、建物内からの火は最小限に食い止めて外へは出さないように、また外からのもらい火を防ぎ延焼を防止するためのもので、具体的には隣地境界線や道路中心線から 1 階は 3 m 以内、2 階以上は 5 m 以内の距離にある建築物は、定められた構造や防火戸などの防火設備を設けることが義務付けられています。

オーナーとして火災から入居者を守ることと、自分の建物からの出火により近隣に損害を与えないようにするためにも、建築基準法に定められた防火設備を設ける責任があるのです。



新日軽(株)資料より

(3) 誘導居住水準との比較

誘導居住水準とは、国民が安定したゆとりある住生活を営むことができるよう国が定めた基準で、都市住居型と一般型があります。都市居住型は都市の中心及びその周辺における共同住宅を想定したもので、賃貸住宅もこの基準を目安にすると良いでしょう。

既存の建物が誘導居住水準並みの広さ、又は間取り変更により水準並みになる場合は、リフォームやリノベーションでも住みやすい賃貸住宅として長期安定経営ができるでしょう。

誘導居住水準<都市居住型>

世帯人員	居住室面積〔内法〕	住戸専用面積〔壁芯〕
1人	20.0 m ² (12.0 畳)	37 m ²
1人(中高齢単身)	23.0 m ² (14.0 〃)	43 m ²
2人	33.0 m ² (20.0 〃)	55 m ²
3人	46.0 m ² (28.0 〃)	75 m ²

居住室面積は、リビング、ダイニング、寝室等の各部屋が含まれる。

住戸専用面積は、バルコニーは含まない。

以上のように新耐震基準を満たすこと、既存不適格建築物の場合は適合する建物にすること、誘導居住水準並みの広さにすることを考慮し、リフォーム・リノベーションで対応するか、建て替えるかを判断します。

続く

全国賃貸住宅新聞 連載記事

エコポイントが始まった。これを契機に本格的にエコを取り込む。

エコ住宅の訴求方法、「家の燃費」を考える

～エコで売るには原則がある～

オーナーズ・トラスト（株）代表取締役

一級建築士・坂間 均

3月8日に住宅エコポイントの申請受付がスタートしてから、2ヶ月程経ちますが、徐々に私どもの耳にも住宅エコポイントを活用した各社の営業状況が入ってきました。スタートしたばかりで結論付けるには早いものの、まだ受注の起爆剤とはなっていないようです。その様な中、4月16日、今後の建設業を大きく左右するニュースが飛び込んで来ました。1つ目は、住宅エコポイント制度の拡充と延長です。3月の制度活用状況を踏まえ、早々に前原国土交通大臣が発言しました。おそらく、新築の住宅ハウスメーカーから、ポイントのインセンティブをもっと強くしろと、強い要望があったのでしょう。エコカーやエコ家電と同じく、期間の延長もほぼ決定です。これは我々建設事業者には好材料でしょう。しかし大事なのもう1つの発言で、近い将来、住宅の省エネ基準の義務化がなされるというものです。検討会を設置して実現に向け、すでに動きが始まっています。これこそ、政府が掲げる骨太の環境政策の本丸といえるでしょう。ヨーロッパではすでに始まっているこの義務化の制度は、必ず日本でも実施され、近い将来、日本の建設業を大きく変えることとなります。詳しくはこのコラムではお伝えできませんが、そういった国の流れを汲んでも、我々、現代に生きる建設事業者は、本腰を入れてこのエコ建築に向き合っていかなければならないのです。

前置きはさておき、エコ住宅で成功を収めるにはどうしたらいいのでしょうか。先に書いたように、売れないと嘆いている人は、「住宅価格に対して30万円では弱い」等と制度のせいにしがちです。しかしこれは言い訳で、原因は他にあります。それは、本来のエコ建築の訴求の原則をしっかりと理解してないからです。エコ住宅に限らず、エコカーやエコ家電など、昨今の新商品には共通して「エコ」という冠がつき、着実にエンドユーザーの心をつかみ、売り上げを伸ばしています。そこにはエコならではのメリット、デメリットを把握したマーケティング上の工夫があります。ずばりエコ商品売るには、4つの視点が必要なのです。それは、「地球環境にいい」「経済的にお得である」「性能がいい」「国の補助がある」ということです。この4つをしっかりと説明して、初めて売る土台に乗るのです。したがって住宅エコポイントが付くということは「国の補助がある」という訴求要素の1つに過ぎず、～の説明がきちんとできるかが重要になります。「地球環境にいい」ことを説明するためには、前々回でも書いた通り、社員一人ひとりのエコへの基本的理解に掛かってきます。「断熱性の高い住宅」、「CO2排出量」、「地球温暖化」などの関係を、自分自身

で確かに理解しているかによります。また、「性能がいい」に関しては、次回に詳しく説明したいと思います。実はエコ住宅は、商品説明をする上で語ることでできる宝庫なのです。ただ単に、「断熱材が厚い」で終わらせず、結露やヒートショック、室温の健康影響などまで話を広げて語ることができるか、この説明にはまだ多くの余地があります。

今回は「経済的にお得である」を解説します。仮にエコ商品が売りにくいとしたならば、何が原因でしょうか。それは唯一、購入価格が割高なイメージがあるということだけではないでしょうか。あるデータによると、エコ消費をする人には、「節約型のエコ」をしている人が4割を占めるという結果があります。この人たちを取り込むには、経済的にもお得だと納得させることが不可欠なことです。エコカーで言えば燃費が良い、ランニングコストが掛からないということです。今後、住宅業界でエコ住宅をしっかりと売って市場を制していくには、住宅の「エネルギー消費量」「光熱費」及び、「CO₂排出量」を算出し「見える化」することは避けて通れません。「家の燃費」を語るのです。つまり、インシヤルコストの割高感を解消するためにランニングコストとの比較をし、その住宅価格の合理的な理由を納得していただくのです。この説明をすると、ほとんどの人が確かにその通りだと言います。

しかし、今まで一生懸命に建物を建てることに注力してきた建設事業者に、急に光熱費を算出しろといっても、なかなか対応できないのが現実だと思います。そうした中、すでにこの原則を理解し、今後のエコ建設市場を制そうとしている前向きな業者が、私共のエコ建築アカデミーに相談に来られ、現在、数社の建築商品の光熱費を含めたエコ数値算定の支援をしています。恐らくこの数社は、今後、夏に向けての住宅エコポイント商戦で他社と差を広げ、着実に売り上げを伸ばすと予想されます。

エコというテーマが建築業界に出てきてから久しいですが、今までは、数あるテーマの1つに過ぎなかったかもしれません。しかし今後は、建設業を良くも悪くも揺さぶることになる主軸のテーマであることは間違いありません。エコという言葉は響きこそ柔らかいものの、中身はなかなか難解で奥の深い分野でありませす。とにかく、よく勉強しないとイケません。次回はもう1つの要素、エコ住宅の性能訴求を掘り下げます。

(次回へつづく)

住宅購入における顧客動向の変化と建築会社の対応

コンサルタント 川田 竹也

2009年の住宅着工戸数は78万戸という結果に終わりました。少子高齢化時代の到来による市場の縮小や競争激化の中で建築会社は何をするべきでしょうか。

従来の住宅選びは、建物の構造や性能、価格、会社や商品の知名度などが多くを占めていました。また営業担当の知識や対応も大きな差別性となっています。

昨今、基礎に対する瑕疵担保や保証制度など、今までとは異なった『土地（地盤や土壌汚染）』に対する視点での住宅購入（土地購入）に関心が高まっています。

特に「土地」+「建物」のセット販売、建売や売建てなど、土地を含めた事業展開においてはこの動向を前向きに捉え、より重要な差別性（営業の強み）としてご提案することが可能です。

アンケート調査と土壌汚染判例を参考に、今後建築会社が取り組まなければならない方向性についてご提案します。

1. 土地問題に関する国民の意識調査アンケート

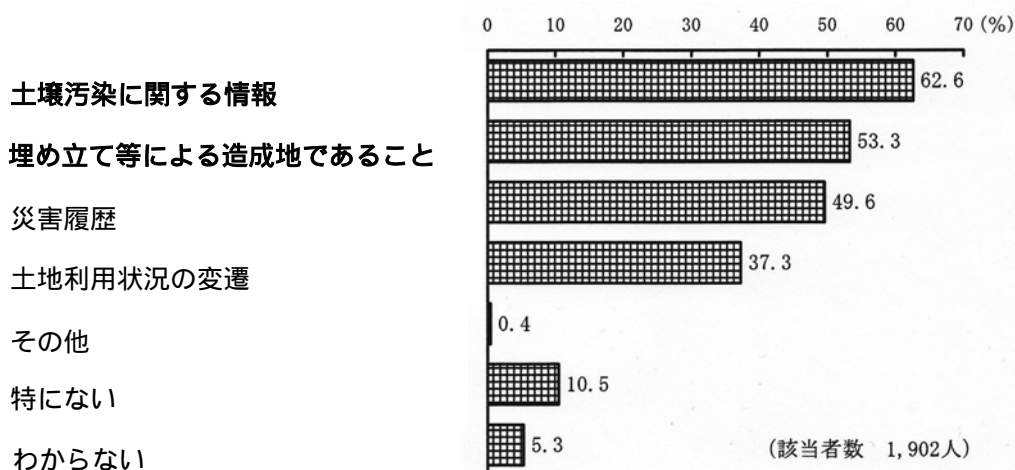
国土交通省が全国の20歳以上の人を対象にした“土地問題に関する国民の意識調査の概要について”のアンケート調査の中に、次の内容が掲載されていました。

内容：土地の情報について土地の価格以外にどのような情報を公開してほしいか。

解答：「土壌汚染に関する情報」・・・62.6%

「埋め立て等による造成地であること」・・・53.3%

土地価格以外の土地に関する情報の公開希望（複数回答）



国土交通省土地市場課 アンケートより

このアンケート結果から、一般生活者の半分以上が土壌汚染や地盤に関する情報公開を望んでおり、土壌汚染や地盤に対する感心が高まっていることがわかります。

2．土壌汚染に関する判例（平成20年9月の東京高裁）

土壌汚染対策法（平成14年5月成立）施行前の土地売買契約時で、当時は規制がなかった有害物質が土中に含まれていたことを理由に、売主に対する買主の損害賠償請求が認められました。土壌汚染対策法の施行以前の土地売買契約においても、同法で規制された有害物質が隠れた瑕疵に該当し、売主側に瑕疵担保責任があると判断されたのです。

売主は土地の売買契約前に予測できなかったことについても、土地に隠れた瑕疵が発見された場合、瑕疵担保責任のもと損害賠償に応じなければなりません。

また建築請負業者が土地を仲介（紹介も含む）してその土地に建築する場合は、建築請負業者にも土地の瑕疵担保責任があるとされています。土地と建物をセット販売する住宅会社は注意が必要です。

土地の隠れた瑕疵・土壌汚染・軟弱地盤・赤道・地中障害物など

建築会社の対応

アンケート調査の結果は土地に対する顧客のニーズを、土壌汚染の判例は売主や建築会社の土地に対するリスクを明確にしています。この2つに共通する対策は、土地の売買契約締結前や建築請負工事の商談初期など、なるべく早い段階に土壌汚染調査や地盤調査を行うことです。

アルファヴォイスコンサルティングでお教えしている住宅の営業プロセスに、敷地環境調査報告書によるプレゼンテーションがあります。顧客の立会による敷地の現況調査、及び役所の法規調査を報告書にまとめて、プランや見積りを提出する前に、土地条件による特殊工事の内容や費用などについてアドバイスをします。

今までは、プランニングや建物、付帯工事費について最善の提案を顧客に行なうツールとして活用してきました。しかし今後は土壌汚染調査や地盤調査を取り入れ、基礎の補強や地盤改良の必要性、また土壌汚染による人への影響について情報を公開し、土地の安全性を訴求することが重要な差別性となると考えられます。

顧客にとって早い段階で土壌汚染や地盤に関する情報が分かるため、安心して土地購入や資金計画などを行うことが可能になります。また、『土地の履歴』を明確にすることで、中古流通市場において『資産価値』の向上にもつながります。

一方で売主や住宅会社は、土地の瑕疵担保責任にともなう損害賠償のリスクを回避することができます。

建築会社は土壌汚染や地盤調査を積極的に行い、顧客ニーズに合った提案をすることで他社との差別化が図れるのではないのでしょうか。

以上

今回は、土地活用営業のための知識 ワンポイントアドバイスを
休ませていただきます。

アルファヴォイスコンサルティングでは簡易土壌汚染調査及び地盤調査に関する営業ツールを用意しております。詳しくはお問い合わせ下さい。

FAX 03 - 5215 - 8717

E-mail info@alpha-vc.co.jp

アルファヴォイスコンサルティング(株) 担当 川田

簡易土壌汚染調査、地盤調査の営業ツール資料請求

ご記入日 2010年 月 日

[貴社名]	
[ご住所]	〒
TEL	FAX
[ご記入者] 氏名	役職
E-mail	
お困りの点がありましたら記入してください。	

掲載内容・公開セミナーについてのご質問・ご意見、また、アルファヴォイス倶楽部のメール配信をご希望の方はご連絡下さい。info@alpha-vc.co.jp / FAX03-5215-8717
アルファヴォイスコンサルティング HP <http://www.alpha-vc.co.jp>