

3. 3年間の長期優良住宅先導事業とりまとめ

3-1. とりまとめの趣旨

長期優良住宅先導事業は、「いいものをつくってきちんと手入れをして長く大切に使う」というストック社会における住宅のあり方について、具体的内容をモデルの形で広く国民に提示し、技術の進展に資するとともに普及啓発を図ることを目的に、平成20年度から平成22年度の3年間にわたり、6回の公募を行ってきた。

公募に当たっては、新築部門（戸建て・共同）、既存住宅等の改修部門、維持管理流通等のシステムの整備部門、技術の検証部門、情報提供及び普及部門の5つの部門が設定された。

この3年間で最も積極的に提案がなされたのは新築部門であり、提案された応募案件の4分の3を占め、その大半が戸建て住宅であった。こうした積極的な提案の結果、提案者相互の情報交流が活発化し、本部門にあっては、全体の提案内容が急速に充実する傾向がみられた。また、長期優良住宅の普及の促進に関する法律（以下、長期優良住宅普及促進法とする。）に基づく「長期優良住宅の認定制度」についても、平成22年度後半には新築する戸建て住宅の約25%が同認定を取得するなど、普及が進んでいる。このため、部門によって、違いはあるものの、新築部門・戸建てについては、住宅の長寿命化への取り組みを深化させ普及・波及させることを目的とする本事業が、一定の役割を果たしたと言えよう。

こうした状況を踏まえ、国土交通省は、本事業の実施状況や長期優良住宅に関する取り組み状況等を把握するため、平成20年度及び平成21年度の採択提案者を対象として平成22年7月にアンケート調査を行った。また、新築部門・戸建て及び既存住宅等の改修部門については、より詳細な実施状況や普及の状況、事業における課題等を把握する必要があると考え、このたび、独立行政法人建築研究所において、提案者の業態・規模・地域バランス等を考慮しつつ選定した採択提案者に対しヒアリング調査を実施した。

本とりまとめは、この3年間で採択提案者が本事業に取り組んできた実情の一端を明らかにするとともに、長期優良住宅への取り組みに関する定量的又は定性的な広がり状況を明らかにすることを目的として、上記調査結果の分析・整理を行ったものである。

長期優良住宅への取り組みを行おうとする関係者の方々に、大いに参考にしていただきたい。

3-2. 3年間の先導事業の実施状況

(1) 応募及び採択件数

表 3-2-1 3年間の応募及び採択の件数一覧

	平成20年度				平成21年度				平成22年度				3年間累計		
	第1回		第2回		第1回		第2回		第1回		第2回		応募	採択	
	応募	採択	応募	採択	応募	採択	応募	採択	応募	採択	応募	採択			
住宅の新築	計	507	29	245	29	232	58	134	24	152	57	116	24	1386	221
住宅の新築	戸建て	476	24	225	26	220	54	131	24	146	55	113	24	1311	207
	木造等循環型 社会形成部門					100	24	69	14	88	32	65	16	322	86
	維持管理流通 強化部門					37	13	21	5	19	10	4	2	81	30
	まちなみ・ 住環境部門					22	7	9	1	10	6	13	4	54	18
	自由課題部門					61	10	32	4	29	7	31	2	153	23
住宅の新築	共同	31	5	20	3	12	4	3	0	6	2	3	0	75	14
既存住宅等の改修		29	4	26	7	43	9	22	8	27	14	20	8	167	50
維持管理・流通等のシステム整備		48	5	29	8	22	6	27	6	13	4	8	0	147	29
技術の検証		13	2	8	2	2	0	0	0	1	0	0	0	24	4
情報提供および普及		53	0	18	2	12	2	7	0	7	1	9	0	106	5
	合計	603	40	325	48	311	75	190	38	200	76	153	32	1782	309

※下線がある部分は、同一提案で複数部門へ提出された件数を差し引いた件数である。

※平成 21 年度以降の新築戸建ての各部門への応募数は、評価にあたって適切な部門に振り分けた後の件数を示す。

3年間の応募および採択状況を見ると、新築部門・戸建てが最も多く、応募の約7割、採択の約8割を占めている。次いで、既存住宅等の改修部門が応募の約1割、採択の約2割を占め、維持管理・流通のシステムの整備部門がその後に続く。

新築部門・共同住宅は平成 20 年度には一定数の提案があったものの、景気動向の影響などから2年目以降、提案数が減少した。

全ての部門を通して、初年度から提案数は減少してきているものの、提案内容のレベルは向上し、採択数は大きくは変動しておらず、結果的に採択率は上昇している。

(2) 3年間の提案内容の動向

新築部門・戸建て及び既存住宅等の改修部門においては、平成 20 年度は長期優良住宅普及促進法に基づく認定基準が未制定である中、言わば手探り状態で様々な手法、工法、価値観の提案が積極的に行われたが、それらの多くはハードの技術に偏った提案であった。

平成 21 年度は、同法に基づく認定基準が示されたことや、建築研究所が新築・戸建てに関する採択事業のとりまとめ結果を公表したこと等から、認定基準の趣旨に沿った提案に収斂する傾向がみられ、内容が整理された提案が増加した。一方で、独自性の高い提案は減少した。

平成 22 年度は、新築・戸建てを中心に、過去に採択された提案者による内容を深化させた提案や、過去の採択提案の内容を参考とした新たな提案者による提案などが行われ、内容がより緻密なものが多くなったが、過去の内容を大きく超えるような斬新な提案はほとんどみられなくなったことから、現時点での先進的・先端的な提案はおおむね出揃ったのではないかとの感がある。

一方、新築・共同については、一度に多くの住宅を供給するため周辺への影響が大きく、建て替

え等に困難を伴うことから、積極的な取り組みが期待されたが、平成 20 年度にはある程度積極的な提案がなされたものの、その後は提案が減少するとともに、3 年間を通じて内容の深化や展開がほとんどみられなかった。

維持管理・流通等のシステムの整備部門では、平成 20 年度は住宅履歴情報にかかるシステムをどう構築するかという視点からの提案が多かったが、平成 21 年度以降はそれらをどう利用していくかという視点からのビジネスモデルを含む提案がなされるとともに、共同住宅や改修に関するものに広がり、また、平成 20 年度にはなかった多様な主体から自らの特徴を活かした提案がなされるなど、この分野に関しての急速な進展がみられた。

技術の検証部門では、平成 20 年度には共同住宅、戸建て住宅ともに長寿命化へ向けた課題抽出・整理に係る積極的な提案があったが、平成 21 年度以降は、景気動向の影響もあってか、提案は少数に止まった。

情報提供及び普及部門においては、平成 20 年度の提案件数は比較的多く、時間の経過を改修という方式で見せるなど、展示内容に工夫があるものが採択されたが、単なる住宅展示の範囲を超えないものが大半であった。平成 21 年度以降では、住宅展示、工務店を対象とした講習会による情報交換の場の創設、住まい手への情報提供サービスなど、現在既に一般的に行われているような内容の提案が多くを占めた。

以下の 1)～3) に、特に新築部門（戸建て）、既存住宅等の改修部門、維持管理・流通のシステムの整備部門について、3 年間の提案内容の具体的な動向を示す。

1) 新築部門（戸建て）の 3 年間の動向

新築・戸建ては、平成 20 年度においては、詳細な部門による提案区分が設定されていなかったこともあり、提案者が従来の取り組みをもとに自由に提案を行う傾向が強かった。そのため、住宅を長期にわたり維持するという側面よりも、各提案者が過去に取り組んできた初期性能を向上させる工法などを前面に押し出す「ハード面の技術に偏った提案」が多くみられた。ただし、これらの中にも、地域の工務店を中心に地域材の利用促進に係る提案や、大手住宅メーカーを中心に維持管理や流通にも配慮した総合的な提案がみられ、その内容が高く評価され採択された。平成 20 年度第 2 回の応募においては、第 1 回の採択提案を参考とした結果と推測されるが、前回と比較して、住宅としての全体のバランスに配慮した提案が増加し、また、募集要項に、複数の事業者が連携して住宅の供給等を行っているフランチャイズ等の場合はできるだけグループとしてまとまって提案すべきであることを記載したこともあり、今後の普及・波及について期待できるグループでの提案が増加した。しかし、全体としては初期性能重視、工法重視の傾向は続いた。

平成 21 年度には、長期優良住宅普及促進法に基づく認定基準が示されたこと、新たに「木造等循環型社会形成部門」「維持管理流通強化部門」「まちなみ・住環境部門」「自由課題部門」の 4 つの特定部門による提案区分が設定されたことから、初期性能を必要以上に高める等の偏った提案は減少し、各部門の設定の趣旨に沿った、まとまりのある提案が増加した。特に、まちなみ・住環境部門を設定したことで、工法・技術による性能重視のみの提案を求めている訳ではないことが提案者に理解され、この部門を中心に設計上の工夫などの計画面の提案が増加した。ただし、

この年度の募集においては、新たに設定された4つの特定部門の趣旨が必ずしも提案者に十分に伝わらず、提案された部門と内容に相違がある提案が多くみられた。

平成22年度には、提案内容を充実させるために全ての特定部門の要素を採り入れる提案が急増し、特定部門間の提案内容の差が小さくなる傾向がみられ、新たな提案要素が示されることは少ないものの、全体の提案内容が総合的なものとなった。また、性能向上に関わる提案内容については、前年度の採択提案が非常に高い水準にまで達しており、住宅性能の部分での更なる上乗せは難しくなっていたためか、維持管理の仕組み、住まい手サービスなどのソフト面を重視する取り組み、普及・波及効果を求める取り組み等が提案に追加される傾向がうかがえた。

以下に、平成21年度から新築部門の戸建てに設けられた、4つの特定部門ごとの提案内容の3年間の動向等について示す。

①木造等循環型社会形成部門

新築戸建ての特定部門が設定されていなかった平成20年度においても、本部門の趣旨に合致する提案はなされていたが、平成21年度からは、従来から地域材利用等の本部門に係る取り組みを進めていた地方の工務店やグループからの提案が急増した。しかし、これらの提案の中には地域材の利用に係る取り組み内容等の説明に始終し、肝心の長期優良住宅に関する住宅像について内容が薄いものも多くみられた。

平成22年度においては、本部門の趣旨に合致する取り組みが、単に地域材、認証材を使用するというにとどまらず、住宅供給側の情報を木材供給側にフィードバックするような取り組みや、木材以外の建材にも持続可能性を求める取り組みなど、広がりがみられた。提案者としては、大手の住宅メーカーやフランチャイズによる取り組みが加速し、普及・波及効果が増大した。また、地域の工務店やそれらのグループからの提案は、地域性等を加味した具体的な住宅像のある提案に変化した。特に、平成22年度第2回の応募においては、それまでごくわずかであった設計上の工夫等にも言及した提案が増加し、各提案者の取り組みがより深く検討され具現化された状況が確認できた。

②維持管理流通強化部門

維持管理流通強化部門が設定されていなかった平成20年度においても、本部門の趣旨に合致する提案が主に大手住宅メーカーからなされていたが、平成21年度からは、フランチャイズ、建材メーカー等が中心となったグループからの提案も増加した。提案内容としては、保険会社や金融機関との連携による維持保全費用積立金制度や、住み替え支援などの取り組みなど、その後一般的となる提案要素がほぼ出された。また、平成21年度第2回の募集では、これらの内容が中小工務店やそのグループにも広がりを見せるようになり、この傾向は平成22年度でも継続した。

平成22年度には、前年度までの提案要素に加えて、新たな提案要素を盛り込んだものは少なくなかったが、過去に採択を受けて事業展開を始めた提案者を中心に、維持管理を実施する場合に発生するコストや手間をどのように低減するかといった視点からの提案が増え、提案内容を実施に移した際の課題を解消していこうとする動きも垣間みられた。

③まちなみ・住環境部門

本部門においては、大手住宅メーカーだけでなく、地域の中規模工務店が意欲的な団地開発の

提案を行う他、既存市街地における地域の実情に合わせた個々の住宅に対する取り組みもみられた。具体的な団地開発の提案では、既に計画が進んでいるプロジェクトで応募する例が多く、まちなみ・住環境の部門に関しては、新築戸建ての他の部門でみられたような、前年度の採択提案を参考にして提案内容を充実させていくといった傾向はみられなかった。しかし、既存市街地における個々の住宅に対する取り組みについては、地域の実情を把握し、解決策を示すといったアプローチが有効であり、平成 22 年度にはこれらの手法を取り込んだ提案が増加するなど広がりが見られた。また、新築・戸建ての他の特定部門や既存住宅等の改修部門などでも、本部門で示された価値観を重視した提案が増加するなど、部門を超えた広がりが確認できた。

④自由課題部門

本部門においては、大手の工務店や住宅メーカーからの住宅性能重視の提案が多くみられたが、募集回数を重ねるにつれ、設計上の工夫等を取り込む提案が増加した。例えば、省エネの分野ではパッシブ的な手法の提案が、耐久性の分野では地域の気候に合った設計・仕様等についての提案があった。ただし、これら提案要素も平成 21 年度ではほぼ出揃った感があり、単なる技術的要素の組み合わせでなく、耐震性と可変性のようにトレードオフの関係にある諸性能に関する提案要素の整合性が確保され、コンセプトが明確な住宅としてのまとまりがあるものが評価された。その傾向は平成 22 年度も同様であった。

2) 既存住宅等の改修部門の 3 年間の動向

平成 20 年度は、住宅メーカーや工務店による戸建て住宅の改修を対象とした提案がほとんどであり、耐震性、耐久性、省エネ性等の向上のための個々の改修技術が示されてはいるものの、住宅全体の価値を向上させる提案や、改修の機会を捉えて行う住宅履歴の整備、維持管理の仕組みの構築等も含んだ総合的な提案は少なかった。

平成 21 年度は、共同住宅の改修の提案も出され、提案者も、住宅メーカーや地域の工務店、またそれらのグループだけでなく、工務店支援を行う主体や、大手不動産会社、共同住宅の管理組合等へと広がった。前年度に比べ、改修技術だけでなく、調査・診断、人材育成、住宅履歴等の流通促進に向けた取り組みなど幅広い提案要素が示され、それらを組み合わせた総合的な提案が多くなった。技術面での取り組みについては、この年度ではほぼ主な提案要素は出そろったと言える。また、地域の工務店からの提案等では、地域の実情に合わせた提案がみられるようになった。ただ一方では、総合的な提案となったために改修範囲も広くなり改修費用が増大する傾向があり、これをどう抑えるか、市場からの信頼をどう得るかが評価において課題として指摘された。

平成 22 年度は、前年度と同様に総合的な提案が多かったが、大規模な全面改修では実施する案件が少なく、市場性も低いと判断されたためか、過去に採択された提案者を中心に、段階的改修や、部分的改修であっても住宅全体の価値や性能を上げようとする提案が増加した。ただし、段階的改修の提案については、将来の改修をどう担保するかが評価において課題として指摘された。また、普及を図るために、ローン斡旋や仮住まい提供等、多様なニーズに対応するきめ細やかなサービスを含む提案が増加した。これらを充実させるためには、異業種との連携が必要となる場合が多く、そのような連携の動きやグループを組織しての提案が増加した。

3) 維持管理・流通等のシステムの整備部門の3年間の動向

平成20年度は、確実な住宅履歴情報の作成・保存を行うためのシステム開発に関する提案が主であり、これらの実現に向けて、ITを活用したシステム整備が活発に行われた。その多くは新築戸建て住宅を対象とするシステムであったが、一部には、共同住宅や既存住宅の改修を対象とした提案もみられた。また、これらに加え維持管理に関する工務店サポートサービス等を含んだ提案もみられた。これらの提案のいくつかは、平成21年度以降、新築部門・戸建ての提案の中に取り入れられた例があった。

平成21年度は、前年度には少なかった共同住宅や既存住宅の改修を対象としたシステムの開発の提案も増加した。また、建売・分譲業者の団体や、賃貸住宅管理事業者の団体、建材・住宅設備機器の卸売り業者などの前年度にはみられなかった主体からの提案が増加し、これらが得意とする流通促進や維持管理の質の向上に資する仕組みの提案もあり、提案内容が広がった。また、単に履歴情報を保存するだけでなく、エンドユーザーに向けての一步進んだ新たなサービスを構築しようとする動きがみられ、例えば、不動産情報の提供とともにその診断や改修計画・費用の提示を行う提案や、新築・改修時の設備施工図から維持管理情報やリコール情報を的確に住まい手と施工者に配信する提案などがあった。

平成22年度は、住み替え支援や、ファシリティーマネジメント等の分野の主体からの提案があり、一層の広がりが確認できた。提案内容としても、既存住宅の流通を活性化するために、改修工事と金融サービスを組み合わせる等の新たな仕組みの提案もみられた。ただし、新しいビジネスの芽は確認できたものの、新たなマーケットを創出するまでには具体性に欠け、実際の運用・試行を通して息の長い検証が必要と思われるものが多かった。本部門においては、過去に採択された提案者が続けて提案している例は少なく、アンケート調査からは、現在は、採択提案を実現するために様々な検証、試行が行われている段階であると推測でき、今後の展開が期待される。

3-3. 長期優良住宅先導事業への取り組みと効果

(アンケート及びヒアリング調査から)

本章では、主要部門である新築部門・戸建て及び既存住宅等の改修部門について、先導事業への取り組みの状況やその実施効果を明らかにするために採択提案者を対象として行ったアンケート調査及びヒアリング調査の結果をとりまとめた。

アンケート調査は、国土交通省が、平成20年度及び平成21年度に採択された新築部門（戸建て・共同）、既存住宅等の改修部門、維持管理・流通等のシステムの整備部門の提案者を対象に、平成22年7月に実施した。アンケート調査の結果については、本資料の「参考資料3-1. アンケート調査結果概要（国交省資料より）」に掲載する。

ヒアリング調査は、独立行政法人建築研究所において、平成20年度から平成22年度に採択された新築部門・戸建てと既存住宅等の改修部門の提案者の中から、提案者の業態・規模・地域、提案内容の分野、採択回数等を考慮して選定し、平成22年11月から平成23年1月にかけて実施した。ヒアリング対象者は新築部門・戸建てで16社（うち3社はグループ提案者の会員）、既存住宅等の改修部門で7社である。ヒアリング結果のうち、各事業者の取り組み内容や長期優良住宅の認定取得、顧客の長期優良住宅に対する理解度の進展状況など、先導事業による長期優良住宅の普及等に対する効果について概要を整理したものを、本資料の「参考資料3-2. ヒアリング調査結果概要」に掲載する。

(1) 新築部門 (戸建て)

先導事業の取り組み内容とその実施による効果は、採択提案者の業態等により異なるため、採択提案者を、①大手住宅メーカー、②地域の中規模工務店、③中小工務店グループの3つに分類しとりまとめた。また、顧客(住まい手)への普及効果や長期優良住宅普及促進法に基づく認定制度への対応に関する効果については、本事業全体の効果として別途にとりまとめた。

①大手住宅メーカー	取り組み内容の中小工務店等への普及・波及効果 (特に、維持管理、既存住宅流通等に関する仕組み) 休眠状態にあった維持管理、既存住宅流通等に関する仕組みの再構築とサービス展開の実現 コストアップを伴う長寿命に寄与する仕様等の実現 地域材利用等の新たな取り組みの実現	住まい手への普及効果 住宅の長期的な質向上への寄与
②地域の中規模工務店	技術力・提案力・設計思想の工務店相互間の共有化の進展 長期優良住宅認定基準の標準仕様、オプション仕様化 認定制度等への対応能力の向上 営業担当者等への長期優良住宅に関する人材育成効果 維持管理への取り組みの充実とそれに伴う既存住宅を対象とした事業の展開	
③中小工務店グループ	中小工務店の技術力向上 中小工務店の認定制度等への対応能力の向上 中小工務店向けサポート事業の立ち上げと展開 長期優良住宅認定基準の標準仕様、オプション仕様化 中小工務店における技術開発の支援効果	

図 3-3-1 採択提案者・業態別の先導事業による効果項目

1) 採択提案者の分類別に見る本事業への取り組みと効果

①大手住宅メーカー

ア) 大手住宅メーカーが果たした役割

大手住宅メーカーは、従来、様々な工法開発や各種サービスについて、組織力と技術力を生かし業界を先導するとともに、国の各種の制度や基準への対応もいち早く行ってきていた。本事業においても、平成 20 年度から積極的な提案を行っている。性能面での工法の工夫などには各社独自のものがあり同様の取り組みを他社が行うのは困難な面もあるが、その考え方や技術要素項目が情報公開されたことを通じて、これらの中小工務店等への普及・波及に本事業が貢献することとなったものと考えられる。また、顧客管理システムを利用した住宅履歴や点検システム、既存住宅流通に関する取り組み等についても、本事業を通じて、大手住宅メーカーの取り組みの考え方が公開され、中小工務店等へも広がりをもせるようになったと考えられる。

イ) 取り組みと効果

平成 20 年度は、他の主体と同様に、大手住宅メーカーにおいても、本事業への提案を通じて過去の様々な試みや取り組みを長期優良住宅という一つの価値観に沿って整理するという意味合いが強かったことが、ヒアリング調査から明らかとなった。平成 21 年度以降は、全体の提案内容が急速に充実してきたこともあり、常にプラスアルファの提案内容とする必要に迫られたが、大手住宅メーカーにおいては組織が大きいこともあり、短期間に全く新たな取り組みを始めることには困難を伴うため、社内で過去に検討または実施したものの休眠状態になっていた仕組みや取り組みを掘り起こす作業が行われた例がヒアリングで確認された。具体的には、維持管理にかかわる顧客への情報提供サービスや、既存住宅の流通にかかわるサービスにそのような例がみられた。これらの取り組みは、必要性は認められながらも、新築住宅の顧客や営業担当者の意識には上りにくく、本事業を通して、はじめて広く認識されるに至ったと言える。

また、ある先進的な仕様や工法が実現されるためには、開発部署だけでなく営業も含めた社内全体の合意が必要となるが、耐久性に係る仕様の変更等でコストアップを伴うものについては、それが難しい場合がある。本事業は、社内で検討されていたこれらの先進的な取り組みについて、補助制度の活用による顧客の負担軽減という直接的な効果で障壁を取り除き、実現化させるきっかけとなったこともアンケート調査やヒアリング調査で確認された。

大手住宅メーカーが主な提案者ではなかった木造等循環型社会形成の分野においても、本事業を通して、取り組みを充実させていった例が散見された。特に、枠組壁工法では、過去に検討されたものの実現には至らなかった国産材利用の取り組みが、本事業において実現化するなど、その効果は大きかったことがアンケート調査やヒアリングで確認された。

②地域の中規模工務店

本事業で採択を受けた工務店は、年間供給戸数が 100 戸から 300 戸程度の規模のものが多かった。これらの工務店の営業エリアは、多くが 1～2 の県内であり、その地域の市場、気候風土等に対応した特徴のある提案を行っていた。ただし、供給戸数が多く営業エリアが広がるほど、提案内容の地域性が薄れ、大手住宅メーカーと同様の、総合的な内容のものとなる傾向があった。

ア) 取り組みの過程の効果

平成 20 年度においては、他の主体と同様に、過去の試みや取り組みを、住宅の長寿命化という視点で整理しつつ更なる提案内容を検討するという側面が大きかったようであるが、具体的にどのようなものが求められているのかについて迷う部分も多く、性能や工法に偏った提案になった例や、計画やソフト面での提案は求められていないと考えて提案自体を見送った例などもヒアリング調査によって確認された。採択された提案者の多くは、自社の取り組みが評価されたことに自信を深め、さらなる取り組みを進めることができたようである。一方、不採択となった提案者や応募自体を見送った工務店においても、情報発信された採択提案を参考に、自社の提案を見直し、平成 21 年度以降に応募してきた例が多く、技術力や提案力、設計思想等の競争・共有が進んだことがヒアリング調査から明らかとなった。

木造等循環型社会形成の分野に係る提案では、主な提案者は地域の工務店であった。この分野での取り組みは一朝一夕に構築できるものではなく、従来から行ってきた取り組みを整理し充実

したものとなる傾向が特に強いが、平成 21 年度以降は、提案内容を深化させるために、新しい取り組みを実施する、グループによる連携体制の構築を行うなどの進展がみられた。

イ) 長期優良住宅認定基準への対応

本事業の応募に当たり、長期優良住宅普及促進法に基づく認定基準へ対応するために、住宅の仕様を上げる必要があったかどうかをヒアリング調査において確認したところ、ほとんどの主体で、省エネルギー等級または耐震等級（躯体の倒壊防止）等への対応が必要であったことが明らかとなった。しかし、これらの対応によるコストアップは新しい仕様に慣れるに従って低減する傾向があり、結果として、本事業への取り組み後には、ほとんどの主体で、長期優良住宅認定基準が標準仕様またはオプション仕様として設定されている。

認定取得への対応については、ほとんどの提案者が顧客の希望に合わせて行うこととしていたが、全棟取得方針の工務店も一部に存在した。認定取得の手続き等に関しては、本事業への取り組みを通じて、自社内または外部の設計者と連携する方法で対応できる体制を構築したところが多くみられた。

ウ) 住まい手への理解の促進に対する効果

住宅の長寿命化を実現するためには、住まい手の理解が不可欠であるが、アンケート調査では、維持管理の必要性等については理解を得るのに苦慮するという回答が多かった。このような状況を打開していくためには、顧客と直に接する営業担当者が制度やその意図の説明をしっかりと行うことが有効であるが、アンケート調査では、社内の担当者に研修等を行い対応した例が多くみられた。

ヒアリング調査においても、本事業への取り組みによって営業担当者の理解が深まり意識も大きく変化したという回答が多くあり、その結果、本事業に参加されない顧客への説明内容にも変化が生じ、長期優良住宅認定の取得希望者が増加するなどの効果がみられた。

地域に根ざした工務店の場合、地域住民とのつながりも深いため、住まい手への情報発信やアフターメンテナンスの面では、住宅メーカーとは異なるアプローチが可能である。従来行ってきたサービスのみならず、本事業を実施していく上で、維持管理体制の見直しや強化を行い、新たに取り組んだサービスもみられた。例えば、住まい手に対する維持管理関係の体験講習セミナー等は、住まい手の反応が非常に良好で、本事業終了後もそうしたサービスを広げていく動きがヒアリング調査によっていくつか確認された。また、点検・訪問サービスを強化する取り組みも同様に確認できた。工務店としても既存住宅の補修・改修の事業にもつながる重要な取り組みであり、今後の展開が期待される。

③中小工務店グループ

中小工務店を対象としたグループの提案は、規模で分類した場合、全国を対象としたものと地域を限定したものの二つに分けられる。

全国を対象としたグループには大きな普及・波及性が期待される場所であり、これらには建材・部材メーカーや資材流通業者が運営主体となり工務店支援サービスを実施するグループも含まれるが、今回は業界団体や行政、大手工務店等が運営主体となるグループを中心に取り上げた。

地域を限定したグループには、地域特性等を生かした取り組みが期待される場所であり、こ

れらにはコーディネーターとなる工務店や設計者が運営主体となるものが含まれる。

③-1 全国系のグループによる提案者とその会員

ア) 全国系グループ提案者の特徴

全国系のグループ提案においては、所属会員間の技術対応力や国の各種の制度や基準に対する取り組みに大きな差があり、それらを同等の水準にまで誘導することが必要となる。また、地域による気候や材料流通の特徴等を考慮すると、具体的な仕様や取り組みを限定して示すことも難しい。このような中、この全国系グループ提案者は、会員の対応力を考慮しつつ実現可能な取り組みのレベルを設定することに苦労したことがヒアリング調査から把握できた。

イ) 長期優良住宅認定基準への対応

グループの会員の多くは住宅性能表示制度に対応した経験がないため、本事業で求められる長期優良住宅普及促進法に基づく認定基準への対応には、設計や書類作成等のサポート体制を早急に構築し、その運用を軌道に乗せることが必要であった。

当初は、会員とサポート側双方の不慣れもあり、手間やコストの面で問題があったようだが、会員の対応が慣れてくると、サポート側の負担も減少し、運用コストも採算ベースに乗るようになったことがヒアリング調査で確認された。会員が自社等で認定書類の作成作業が可能となった後も、人的資源を施工と施工管理に集中するためにグループのサポートを利用する例が多かったようである。

長期優良住宅認定基準へ対応するために、住宅の仕様を上げる必要があったかどうかをヒアリング調査において確認したところ、多くの会員において各種等級への対応が必要であったとのことであった。ただし、これらの対応によるコストアップは新しい仕様に慣れるに従って低減してきており、結果として、本事業への取り組み後には、長期優良住宅認定基準を、標準仕様またはオプション仕様として設定した例が多いと推測される。

以上のとおり、本事業は、中小工務店において長期優良住宅認定制度への理解が広がり、それらを実現する社会的体制を整備するきっかけになったとも考えられる。

ウ) 中小工務店にとってのメリット

工務店支援を目的とするグループの提案者には、様々なパターンが存在し、会員となる中小工務店は、これらの工務店支援サービスを自社の経営方針に照らし合わせて自由に選択することができる（平成 21 年度「長期優良住宅先導的モデル事業提案内容とりまとめ」（平成 22 年 2 月）参照）。本事業においても、複数のグループに所属して事業に取り組んだ工務店もあった。その中には、自社の今後の方向性を考える上で、あえて考え方の違うグループの提案を数棟ずつ試行したという例もあった。これらの例は、様々な取り組みを試行し、自らの強み・弱みを分析しつつ今後のあり方を検討するという開発的行為が、本事業を通して、中小工務店においても効率的に行われたことを示している。

また、本事業に取り組んでいる実績を示すことで顧客の信頼を得られる等の効果もみられた。

③-2 地域系のグループ提案者とその会員

ア) 中小工務店による先導的取り組みへの効果

地域を限定したグループには、工務店支援を目的としたもの、地域材等の調達の合理化を目的としたもの、土壁や特殊な木質材料等を用いた工法や設計手法の普及を目的としたものなど、様々なタイプがある。これらのグループは、本事業に取り組む以前より活動を行っていた例が多く、本事業は、会員の増加や各種の取り組みを拡大・強化させる絶好の機会になったことがアンケート結果から読み取れた。

これらのグループの中には、ある工法や設計手法の普及を目的とし、地域の特徴を生かした仕様（材料含む）やデザインに関する提案を行ったグループがあり、大手では実施困難な仕様での先導的な取り組みを行い、また、その工法等に対応するため会員の技術力の向上にも継続的に取り組んできていた。これらのグループでは、該当する工法の設計・施工が可能な会員を短期間で増やすことは難しいが、従来よりも一歩進んだ仕様や工法に新たに挑戦する例があった。例としては、木造住宅の省エネと居住性向上を実現するために断熱・気密の他、蓄熱効果をねらい地域の左官職人の技を利用した土壁仕様の展開を試みた提案などがある。

このようなグループは、設計者や中小工務店の経営者がコーディネーターとなり運営されている例が多く、長期間にわたりモチベーションを保ち続けるにはかなりの労力が必要で、本事業に採択されたことが、対外的なアピールになっただけでなく、取り組み内容への自信を深めることとなり、活動の活性化につながったものと思われる。

国土が南北に長く気候風土に多様性のあるわが国においては地域の実情に合わせた住宅仕様が必要であるが、耐久性や省エネ性能などの時代のニーズにも合わせて発展・改良させていくことが求められる。本事業は、これらを担う地域の小規模な工務店の先導的な取り組みを後押しすることとなったものと考えられる。

2) 住まい手への普及効果

住宅の長寿命化を実現するためには、耐久性の高い仕様の採用等設計上の工夫を講じるほか、適切な維持管理を継続的に行うことが重要であり、そのコストを負担することとなる住まい手の理解と積極的な関わりが不可欠である。

本事業で住宅を建設または取得した住まい手（顧客）は、直接的に本事業の趣旨、内容を理解する機会があったが、大多数を占める一般顧客が長期優良住宅認定制度等に関する詳しい情報に触れる機会があるとは限らない。

しかしながら、この点について、間接的な普及効果があったことがヒアリング調査において確認された。

維持管理に関しては住まい手自らが担うべき部分も多く、平成 22 年度の提案において住まい手への啓発に関する取り組みが増加したが、提案時は、本事業による顧客に限定したサービスとして用意されたものであった。しかし、これらのサービスに対する顧客の評判が非常に高かったため、今後は一般顧客へも展開する等の広がりが確認された。

また、本事業を実施する上で営業担当者が顧客に丁寧な説明を行う必要があることから、社内教育等を通じて、営業担当者の理解の促進と説明能力の向上が図られる例が多かったことがアンケート調査から把握できた。本事業を通じて、営業担当者等の住宅の長寿命化についての人材育成が行われ、住まい手への啓発を行う役目を担うことになったと言え、その普及・波及効果は、

本事業が終了した後も持続することが期待できる。この効果は、特にトップの意思が社員に浸透しやすい中規模以下の工務店において大きいことが確認された。

3) 長期優良住宅認定制度への対応

本事業の新築部門においては、平成 21 年度から、長期優良住宅普及促進法に基づく認定を取得することが補助要件となっており、同制度の普及に大きく寄与している。

ヒアリング調査の範囲では、中小工務店による住宅性能評価書の取得は、従来限定的であったが、本事業を通じて、社内の体制整備や、小規模な工務店を対象としたサポート事業等の整備が進んだことが確認された。また、地方の評価機関においては、過去に住宅性能評価書を取得する工務店がなく、慣れていなかったこともあり、最初期には長期優良住宅普及促進法に基づく認定制度の運用に不安が見られたが、本事業への対応を通じて急速に運用が安定化したことがヒアリング調査で確認された。

長期優良住宅の認定については、多くの採択提案者が「顧客の要望があれば対応する」としているが、採択提案者が同制度を積極的に説明していく必要性を感じていることがヒアリング調査で確認され、今後、認定取得率は高まっていく可能性が高いと考えられる。

また、長期優良住宅認定基準へ対応するために、住宅の仕様を上げる必要があった工務店が多かったことがヒアリング調査で明らかとなったが、本事業の実施後には、長期優良住宅認定基準を標準仕様またはオプション仕様として設定する工務店が多かった。このことは、認定の取得率には直接反映されないものの、長期優良住宅認定基準と同等以上の性能を持つ住宅が増加することを意味し、住宅全体の質の向上に大きく寄与できたと言えよう。

住宅の維持管理についても、長期優良住宅の認定取得時に求められている維持保全計画書を作成するだけでなく、本事業をきっかけに、社内の維持保全体制を見直し、顧客のニーズを汲み取りながら改修等の事業を充実しようと動きがヒアリング調査によって多数確認され、ストック社会に向けた体制構築にも寄与できたと考えられる。

（２）既存住宅等の改修部門

既存住宅等の改修部門は、新築部門と比べ過去３年間で採択提案数は少なく、現段階では既存住宅の改修に関する取り組みとそこで得られる効果等の蓄積は、必ずしも十分とはいえない状況にある。

そのため、ここでは、本事業の開始から現時点までに確認することができた本事業の取り組み内容とその効果について、これまでの提案の傾向等も含めてとりまとめた。

１）既存住宅等の改修部門における本事業への取り組みと効果

①提案者の広がりの実施体制の充実

本事業の開始当初、既存住宅等の改修部門の提案者は、改修工事を手掛けるリフォーム事業者、大手住宅メーカーやその関連企業などが中心であったが、募集の回を重ねるにつれ提案者の属性に広がりがみられた。

具体的には、新築住宅の供給を中心とした工務店からの改修部門の提案が増加したほか、大手不動産会社、集合住宅の管理組合や管理会社、改修工事を支える主体（例：診断事業者）からの提案、また、これらの単独の提案者の他に、グループからの提案など、多様な主体による提案がみられるようになった。グループの提案者には、業界団体などが会員工務店・リフォーム事業者等を支援する同業種による水平連携タイプと、異なる業態の主体が連携しネットワークを組む異業種連携タイプがあった。

いずれのタイプの提案者においても、本事業を契機として改修の取り組みを行うようになった例があることがアンケート調査から確認され、特に、異業種連携タイプのグループ提案者においては本事業をきっかけに、仲介事業者や情報・通信会社、保険会社、金融機関、地元 NPO などの改修事業に従来関与してこなかった主体が、工務店・リフォーム事業者等と連携し提案を行うようになった。

アンケート調査によると、本事業に取り組む過程で、担当部署の人員配置を手厚くする、新たな部署を設置するなどの体制の充実を図る採択提案者が多かった。

グループ提案者においては、従来ゆるやかな連携関係や取引関係にあった関係者が、本事業を契機に新たなグループを設立した例や、既存のグループの中に新たな組織を設置した例がみられるが、このような体制整備を行うことで、関係主体間の連携や調整がスムーズになるといった効果や、顧客への事業内容の説明が容易になり、信頼を得やすくなったというような効果も確認できた。

このような採択提案者の取り組み体制の充実や改編は、提案の採択を契機として極めて活発に行われるようになっており、それに伴う運営の効率化や顧客からの信頼向上等の効果も出てきている。本事業はこれらを後押ししているものと考えられる。

②既存住宅流通市場への影響

アンケート調査やヒアリング調査からは、本事業に採択されることによって、技術者、営業担当、協力会社などを含む関係者全体の社会的使命感や責任感が大きく向上し、顧客への普及啓発に、より積極的に取り組むようになる効果もあったことが確認できた。

また、本事業を契機に、既存住宅流通市場における新たな取り組みを一定地域内で集中的に実施したことにより、地域内の他の不動産流通業者等の認識が変化し始めた例も一部ではあるが確認でき、本事業が既存住宅市場の活性化へ影響を及ぼしていることがうかがえた。

③取り組み内容の広がりと充実

既存住宅の長寿命化に向けた改修においては、劣化対策や耐震性能・断熱性能の向上等の住宅性能向上技術を重視する傾向が強く、本事業においても開始当初は「ハード面の技術に偏った提案」が多かった。しかし、募集の回を重ねるにつれ、これらの住宅性能向上技術に加え、顧客からの信頼確保や改修工事の円滑な実施などに関する取り組みを含んだ総合的な提案が増加した。（具体的な提案要素については、平成 21 年度「長期優良住宅先導的モデル事業提案内容とりまとめのⅡ．既存住宅等の改修部門に関する提案内容とりまとめ」（平成 22 年 2 月）参照）。

ただし、アンケート調査からは、これらの提案内容を実施する過程で、様々な課題が明らかになった例も確認された。特に、水平連携タイプのグループ提案者においては、会員の技術対応力や各提案内容に対する理解の程度に差があることから、提案内容の実施のためには、一定の底上げが必要となる。その対応策として、ガイドラインの策定や講習・研修等の取り組みが行われていることがアンケート調査やヒアリング調査から数多く確認でき、当初は採択提案を実施する能力やノウハウ等がなかった会員工務店・リフォーム事業者等が講習会等による研鑽を重ねて事業実施に至った例も確認できた。

このように、提案内容についても広がりが出てきただけでなく、本事業を通じて、改修工事を担う主体の能力向上につながる動きもみられるようになり、今後の一層の広がりが期待される。

その一方で、アンケート調査やヒアリング調査では、提案内容（例：耐震改修、修繕積立金計画、履歴情報の蓄積）と実際に顧客が求めるニーズや費用負担の考えが一致しないため取り組みに苦慮している様子もうかがえた。しかしながら、採択提案者の中には、顧客ニーズとのズレを解消するために顧客への説明方法や信頼確保についての取り組みを強化する、性能を確保しつつ提案内容の改善を検討するといった市場性を確保するための動きも確認できた。

改修工事の普及に関する課題が明確になり、それらを解消しようとする動きが出てきたことは、本事業の大きな成果であるといえる。

2) 住まい手への普及効果

改修事業に対する顧客の理解の促進は、既存住宅市場を活性化していく上で不可欠であり、そのためには改修に携わる事業者の積極的な取り組みが極めて重要となる。

本事業では、現場見学会の実施を要件としているが、アンケート調査の回答によると、この他に、セミナーや講習会による意識啓発、パンフレット・チラシ、インターネット等を通じた情報発信を行う例が多かった。TVニュースや一般雑誌等を含め様々なメディアに取り上げられた取り組みも多く、問い合わせが増えている例もあった。

住宅性能を高めることの重要性を十分に説明することで、性能向上を伴う大規模な改修を選択する傾向が強くなったという例もヒアリング調査から確認できた。また、点検・補修の際に、顧客にも劣化や不具合を確認してもらい、実際の補修現場を見せることで、簡易な補修は顧客自ら

行うようになったという例もあった。

なお、ヒアリング調査によると、採択提案でのアピールポイントとなる試みや取り組みは、顧客の新規獲得や信頼性向上に結びついているという回答が多い。ヒアリング調査においては、採択提案者であることが顧客の一つの安心材料となっているという意見も聞かれ、本事業への採択が顧客の事業者選定の判断材料の一つになっていることがうかがえた。

3-4. 今後の展開について

(1) 新築部門（戸建て）

本事業も今回で3年目の第2回（通算で6回目）の公募となり、通算で約300件の採択提案が実施に移された。また、長期優良住宅促進法に基づく認定制度も開始以来一年半が経過し、戸建て住宅の新築のうち約25%が同認定を取得するなど、普及が進んできている。

このような中、長期優良住宅への対応については、社内体制の整備だけではなく、工務店向けの支援サービス等の整備が進み、業界全体として環境が整ってきており、また、ヒアリング調査では、これらの工務店向け支援サービスを利用し、認定等への対応能力を向上させた小規模工務店の存在も確認できた。（これら工務店向け支援サービスについては、平成22年2月の「長期優良住宅先導的モデル事業提案内容とりまとめ」において、平成20年度・21年度の本事業において見えてきた「住宅産業の新しい動き」として情報提供を行った。）

また、先導的な取り組みについては、提案者同士の切磋琢磨もあり急速にレベルが向上した結果、現段階で対応可能な提案内容についてはほぼ出揃ったものと推測できた。

こうした動向は、これまでの評価結果の詳細や採択提案の概要に関する情報提供を受けて、意欲ある事業者が長期優良住宅に関する先導的な取り組みを進めてきた結果であると考えられ、少なくとも新築部門の戸建て住宅については、住宅の長寿命化への取り組みを深化させ普及・波及させることを目的とする本事業が、大きな役割を果たしてきたとすることができる。また、小規模な工務店における長期優良住宅への対応についても、本事業を通じて整備されたものを含め、各種の工務店支援サービス等を活用することなどにより、対応が可能な状況が創られつつあると考えられる。

本事業の新築部門は平成22年度をもって終了となるが、今後は、採択提案の内容等、本事業を通じて得られた知見をより広く情報提供し、長期優良住宅の一層の普及促進を図っていくことが望ましく、当研究所としても情報提供に努めたい。また、長期優良住宅への対応が不十分な小規模工務店等に対しては、長期優良住宅を実施するに当たり初期のコスト増加等に対応できるようにするため、一定の支援を行っていくことが望まれる。

また、本事業の新築部門・戸建てで得られた知見や取り組み内容は、既存住宅等の改修や維持管理においても応用できるものも多いと考えられ、ストック重視社会の構築に有効に利用できるよう、来年度以降の本事業のみならず、関係各所において普及・展開に努められることが期待される。

(2) 既存住宅等の改修部門

既存住宅等の改修や維持管理・流通の促進に関しては、未だ十分な提案がなされたとと言えるまでの状況に至っておらず、普及を図る上で解決していくべき課題も残されている。このため、これらの分野に関しては、引き続き、本事業により先導的取り組みを促進していくことが望まれる。

本事業の今後の具体的な展開としては、既存住宅の改修に係る先導的要素の大きな柱である改修技術とそれらに市場性を持たせるための仕組みづくりが期待される。前者については、既存住宅の多様性を考慮し、対象となる既存住宅に適した技術を選択する工夫や、費用を抑えながら技

術的な信頼性を確保する等の工夫が求められる。後者については、改修費用のわかりやすい提示、工事中の仮住居の提供、改修に関する住宅ローン等、ユーザー支援や金融面の支援など、ユーザーの視点に立った社会的な取り組みが重要である。これらの内容を含み、流通促進等に寄与するような新たなビジネスモデル等の提案が期待される。さらに、デザインや計画上の工夫、生活サポート等との連携などを通し、ユーザーが改修後の住生活に新たな楽しみや期待を持てる仕組みや、社会的ニーズに対応するような仕組みを構築することも市場の広がりにも有効と考えられる。

その具体的な内容として想定されるものを、これまでの評価委員からの意見や提案傾向などをもとに、以下に整理した。

ア) 先導的な診断・改修技術、設計等に関する提案

改修工事を効率的に実施し、信頼性を確保するためには、調査・診断技術、改修工事技術の充実が不可欠であるが、その条件としては市場性を獲得するために費用を実現可能なレベルに抑えることが重要となる。診断・調査では非破壊による簡易な手法、改修工事では工期短縮や居ながら改修の実現など顧客の視点に立った取り組みが例として挙げられるが、こういった視点を重視した新たな技術開発が期待される。

また、既存住宅の改修においても地域材の活用、周辺環境との調和などの視点が重要であり、地域性を重視した手法を含む取り組みや改修によるまちなみの維持効果を重視した取り組みなどが期待される。

イ) 住まい手支援や顧客の信頼確保に関する提案

既存住宅の改修を普及させるには、改修工事を円滑に進めるための住まい手に対する支援方策の充実も求められる。特に、改修に関する基礎知識の乏しい住まい手に対して工事内容や費用についての説明や提示方法の工夫、大規模改修を行うための資金調達支援、既存住宅の購入選択時からの相談サービスの展開や安心して取引ができる保証の仕組みなどが求められる。中でも資金調達は、改修を進める上での居住者の大きな課題であり、それを解消するためには事業者間でグループを組んだ上でサービス提供者と連携するなどの効果的な取り組みも期待される。

ウ) 既存住宅の流通促進に関する提案

既存住宅市場の一層の活性化を図るため、既存住宅流通の促進（例：改修後の資産価値・残存価値を判断する価格査定方式、改修後の品質の見える化）や空家活用等に資する新たな社会システムやビジネスモデルの構築に関わる提案が期待される。

エ) 体制整備・事業者支援に関する提案

改修工事の効率的な実施や改修分野全体の質の向上を図るため、技術者の育成が必要不可欠であるが、改修には新築とは異なる知識・技能が求められることから、既存住宅改修の実務内容に対応した人材育成の取り組みが行われることが望まれる。教育機関との連携などにより、人材育成等の実施体制の整備や基盤構築を行うことは住宅産業を支える観点から極めて重要であり、今後も意欲的な提案が期待される。

オ) 共同住宅（分譲マンション・賃貸住宅）に関する提案

共同住宅については、採択された提案自体が少なかった。特に分譲マンション共用部分の改修に関しては、合意形成等において困難な点があることは十分予想されるが、非常に重要な分野であり、今後は積極的な提案が期待される。

また、賃貸住宅についても、同様に重要な分野である。既存住宅の長寿命化に関する意識を広く普及・啓発していくためにも、今後の積極的な提案が期待される。