

一般社団法人住宅流通促進協議会協議会  
 <「ストック住宅維持支援ポイント制度」いいまちサポートの普及> 説明資料

取組概要

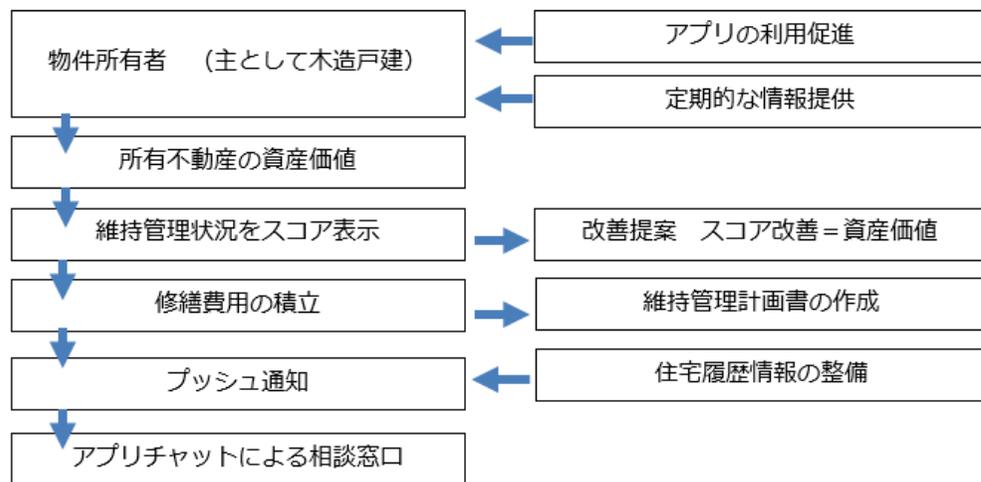
<取組みの概要(見出しとなる特徴)を簡潔に記載>

空き家や整備されていない住宅が増加している。その理由として所有者は顕在的に困っていない。また、住まいに関して思考する頻度は低く、期間も長い。その為、維持管理に関しての意識が低く、先送りされてしまう。また、困った際に費用の準備が無い為、予算が無く適切な改修を行えない。市民に住まいの維持管理をアプリを使ってお知らせする仕組みを構築する。株価の様に資産としての意識と維持向上の意識付けを習慣化すること、事前に適切な改修の情報や知恵を提供できる環境づくりが目的。

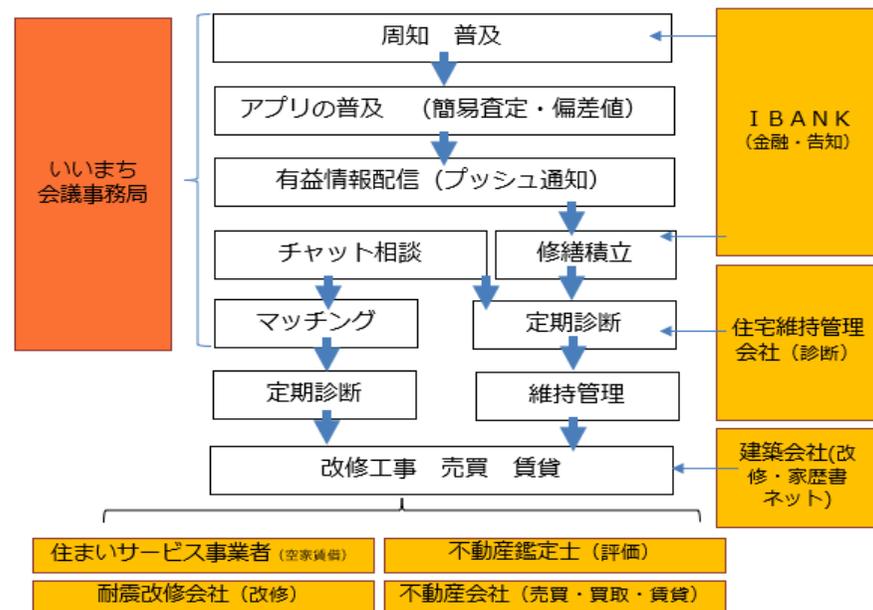
維持管理アプリを普及させ、住まいを資産として概算価格の表示、維持管理状況をスコア表示し、有益情報と事業者のマッチングを行う。維持管理の適切なタイミングや有益情報、お得情報をプッシュ通知することで、住まいの将来を考える頻度を向上、失念を防ぐ。銀行アプリと連動連携し、維持管理の費用を口座で計画的に積み立てる様促す。

周知・性能維持向上の取組みの全体像

<周知等に係る取組みのスキームを記載>



<取組みの内容と各構成員等の役割を明記>



## 目的

### <取組みを行うに至った現状の課題認識>

管理されていない空き家が増加する。その状況と改善方法はロケーションによって異なる。需要の高い地域は、流通業者により、再開発や再建築が行われるが、地域によっては放置されている。購入後は維持管理はされず、住み継がれる住まいとして、安心安全面に関しても意識が低い。高齢化し、老人ホームなど終活時期にあり、環境の変化を好まない、相続を受けても住んでいない等の理由から、所有者は困っていない。住まいを資産とする為、維持管理を行い、次の住まい手に住み継がれる家、社会の環境を作る必要がある。事業者は見込客発見に多大な費用の投資を行っている。顧客の声をよく聞きその声にあったサービスや商品を作り、事業を行っている。そのニーズに、住まいを安全安心に維持管理をし、将来資産を向上させる為のサービスや商品を求める消費者のニーズは皆無である。潜在的に困っている顧客に対しての意識向上と事業者として価値を創造する、維持する為のサービスや商品の提案が望まれる。良質な金融商品や建築工法、維持管理サービスを実施する事業者もいるが、その活用のイメージを消費者はできていない。事業者も事業が専門家しているため、ワンストップサービスとならず、消費者は更に困惑する。

### <課題を踏まえた事業の目的>

維持管理されていない建物や空き家を予防し、住み継がれる住まいと環境を塑像する。消費者意識を向上させるために、住まいの維持管理を支援するアプリを開発し普及を行う。住まいは消耗品という思考になりやすいが、維持管理により資産価値を下げない意識を変える為の情報提供を行う。価値を意識する為、所有不動産の資産価値を概算で算出できる機能と維持管理の現状をスコア表示(いいまち偏差値)により、価値が保全されるのか損なわれるかを数値で測定する。

また、改善実施に関して地元の事業者には維持管理のサービスを作ってもらい、アプリで手案したり、事務局を通じて事業者のマッチングを行う。

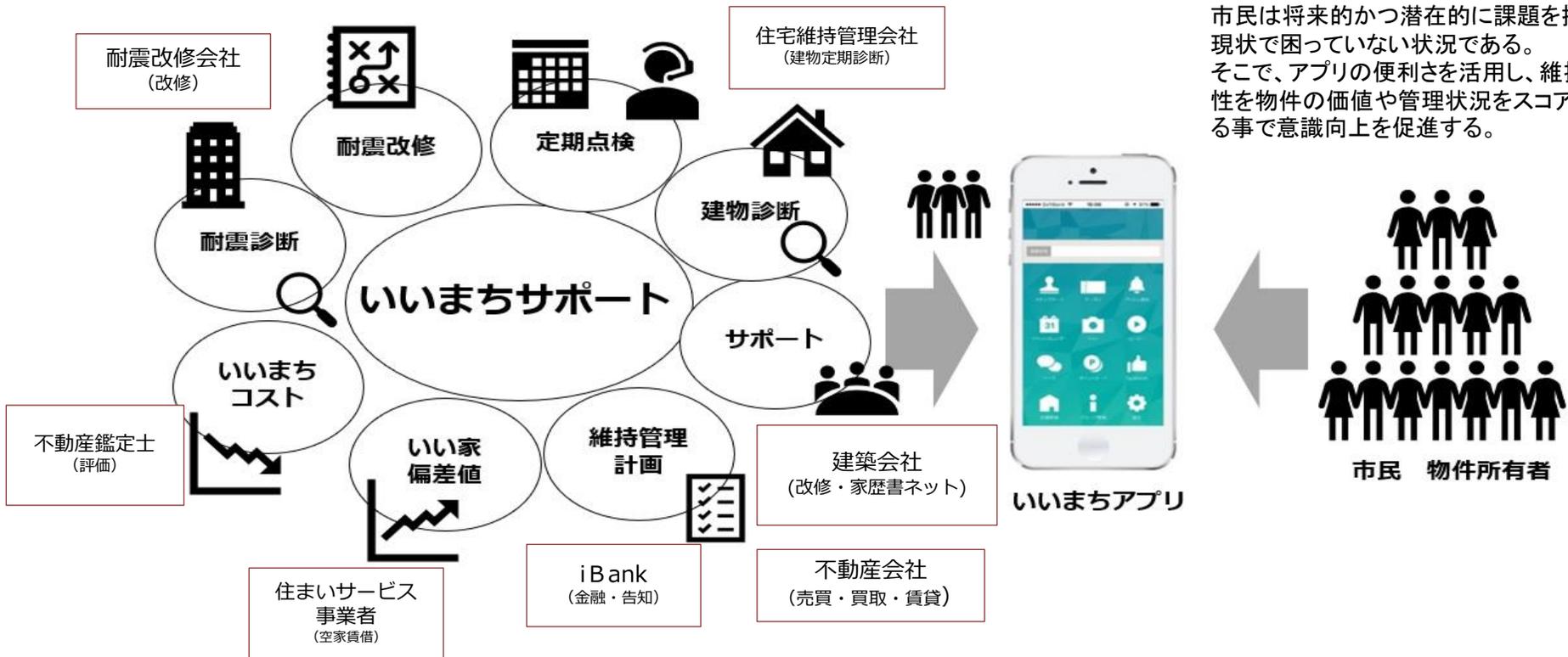
所有者は県内外を問わず、また新築や中古など築年数を問わず、地域エリアに住宅を取得しているすべての所有者が対象となり、住まいの一定条件を入力する。維持管理の必要なタイミングや、事業者からの有益な情報等、アプリのプッシュ通知を使い、住まいの価値や維持管理に関して、意識する機会、考える機会を増やす。戸建て住宅に関して修繕積立金を行う為の、積立資金として、銀行のアプリの機能と連動し、住まいの修繕積立金を行う機能を利用するよう促進する。

サービス事業者はアプリ登録者が将来の優良見込客となり、ダイレクトにマーケティング出来る為、企業広告の費用をアプリに変更することができる。

一般社団法人住宅流通促進協議会協議会  
 <「ストック住宅維持支援ポイント制度」いいまちサポートの普及>説明資料

周知・性能維持向上事業の流れ

<周知等の取組みの詳細を、各構成員の役割とともに記載すること>



市民は将来的かつ潜在的に課題を抱えているが現状で困っていない状況である。そこで、アプリの便利さを活用し、維持管理の重要性を物件の価値や管理状況をスコアで見える化する事で意識向上を促進する。

一般社団法人住宅流通促進協議会がコーディネートを行う地域の宅建事業者、宅建協会、建設事業者、住宅検査会社、太宰府市担当者が所属する「いいまち会議」は 市民に対し、住宅の維持管理による価値の維持の意識向上を目的とした住宅維持管理サービスのサポート支援を行う。市民は、専用のアプリを通じて所有不動産の情報を入力することで、概算の不動産価値、維持管理状況による採点(いいまち偏差値)を計測できる。維持管理に必要な情報を入手し、いいまち協議会登録企業のサービス提案を受ける事が出来る。クーポンやポイントをインセンティブに、サービス利用の拡大と市による市報など、情報発信によりアプリの利用者を募る。

## 期待される効果

<取組みによって解決される課題、取組みの効果、市場への普及等の見込みについて、具体的に記載すること>

この仕組みは、住宅ストックの維持促進で開発された金融商品、住宅工法、不動産価値の評価の仕組み、維持管理を行うサービスの普及に役立つプラットフォームになると期待している。

これまで良質なストック維持をサービスとして行う事業者は、消費者に対する提案を個別に行わなければならなかった。更に消費者は、維持管理の意識が低く、また住宅を消費財として考える傾向がある為、維持管理の為の準備も計画もされていない。その様な中でサービス事業者の提案は、消費者の様々なニーズに適合する提案を行う事が難しかった。

所有者の視点から考えても、住宅は利用頻度が極めて多いものの、将来的な建物の状況や売却時のイメージ等を考える頻度は極めて低く、また将来的に時期が随分長い為、後回しにされやすい。

その為、台風や地震、設備の破損、故障など緊急性を伴うようなトラブルが発生するまでは、軽視されている。

今回の仕組みは、利用頻度の高いスマホにアプリを入れておけば、適切な時期に有益な情報を取得でき、計画の前に、チャットなどで気軽に相談や質問をしやすい等、メリットが大きい。

利用者は登録時に、建物の築年数、住所、管理状況等を入力する為、事務局を通じ行政や企業がどのタイミングで何を行ったら良いかを適切な時期にアドバイスできる。利用者は、アプリからの通知で所有物件の資産の状況や、維持管理のスコアの状況等を意識することで、徐々に良質な住宅を維持管理しよう意識づける事ができる。

マンションでは常識だが、木造では行われていない修繕費用の積立も同時に行う必要がある。

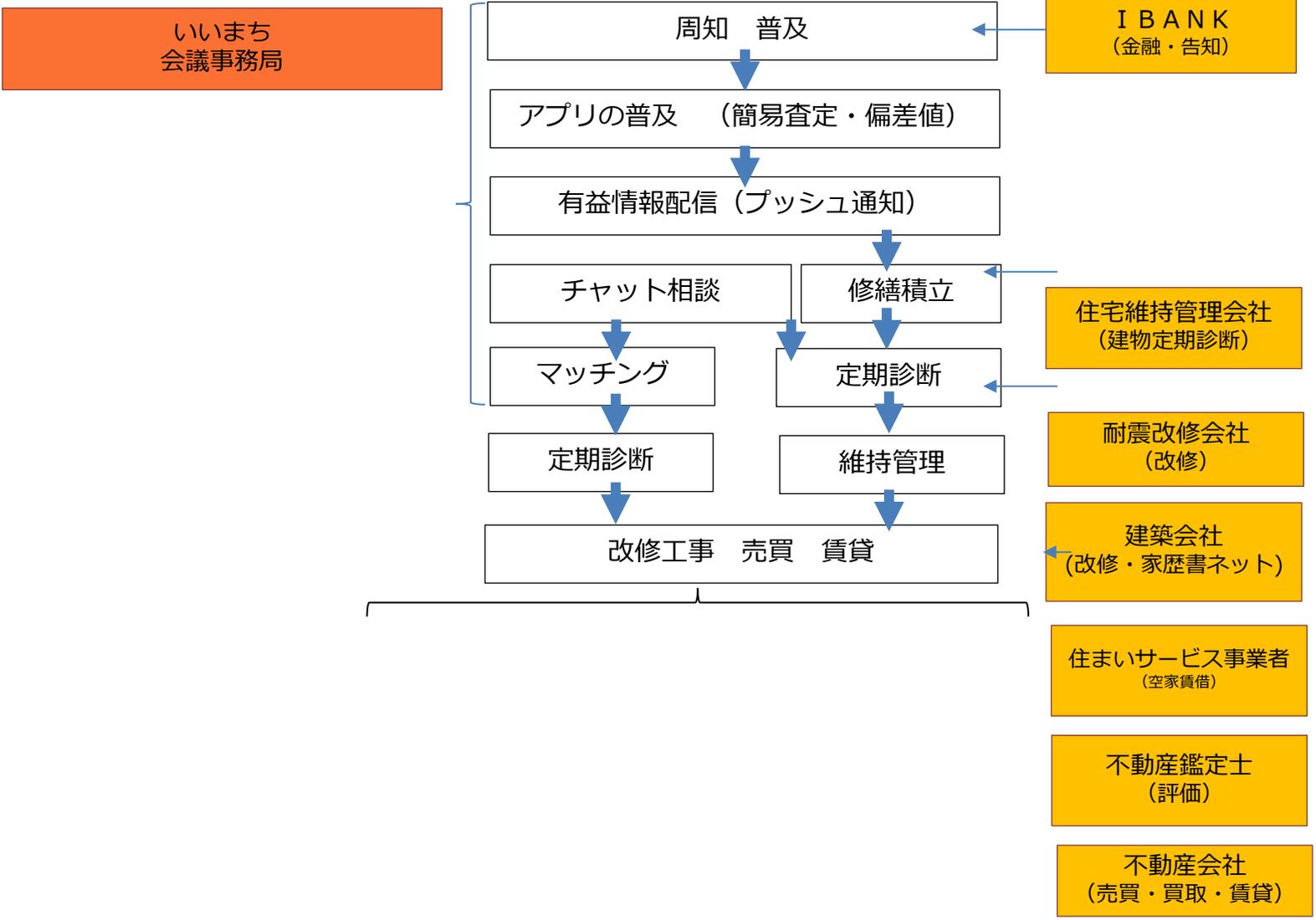
この点もアプリを利用し、地域の住民の大多数が所有する金融機関のアプリ連動することで、第3者に資金を移動させず、自己の口座の中で修繕積立を行う事が出来る。企業はこれまで、多くの広告宣伝費を市場に投入して見込み客を探索したが、事務局を通じ、条件を絞り込んだ見込客に対して、地域の住民の住宅情報をダイレクトに宣伝広告を流す事が可能になる為、費用のかけ方に無駄が無くなる。

その為、アプリの利用者が増加すると、そこにサービスを提供したい事業者も増え、サービスや商品に競争力が求められる。

消費者にとってより良いサービスが増える事で、更にアプリの利用者が増えるという相乗効果が期待できる。

市民の意識を変え、住宅に適切な維持管理を行う事で、住まいの価値が創造され、住み継がれるという、住まいが消費財ではなく、良質な住宅ストックとしての社会インフラを構築する事が出来る。新たな普及システムとして期待している。

一般社団法人住宅流通促進協議会協議会  
 <「ストック住宅維持支援ポイント制度」いいまちサポートの普及>説明資料



一般社団法人住宅流通促進協議会協議会  
＜「ストック住宅維持支援ポイント制度」いいまちサポートの普及＞説明資料

