

# 住まへと Bridge

2016  
5月号  
Vol.91

■ 今月のトピックス

■ 今月のテーマ

「ZEHビルダー  
登録制度について」

1. ZEHビルダー登録制度
2. ZEHに対する施主の意識

■ 匠総合法律事務所の法律基礎知識

「リフォーム工事トラブルで  
押さえておきたいポイント」

(秋野弁護士)





## ●今月のトピックス●

日銀のマイナス金利政策の影響が住宅ローン金利に出始めています。

金融機関が提供する住宅ローンには、ご存知の通り金利タイプ別に、変動型・固定金利選択型・全期間固定型と大きく3つに分類できます。

3月以降、多くの人が一斉に住宅ローンの借り換えを始めています。

借り換えをする場合、多くの人により負担の軽減をするため、一部を変動型、残りを固定金利選択型と2つのタイプを組み合わせた方法での借り換えをする人が多いようですが、この方法はリスクが大きいといえます。

変動型は半年ごとに金利が見直されるため、不確実性が高く、政策金利に連動するため、いつ引き上げられるか見えないということです。固定金利期間選択型を見ますと、ある一定の間中は金利を固定する「特約」がついたローンで、3年、7年、10年、15年などのタイプがありますが、固定期間終了後は原則、変動金利型に移行します。そのときに新たな期間固定型を選ぶこともできますが、その変更時に極端に金利が上がっていた場合は、変動型でも固定金利型でも、毎月の返済額は大幅に増えてしまい変動型ほどではないですが、ローンの不確実性は残ることになります。

全期間固定型ローンでは、借入れ期間の金利変動の心配をしなくていいということで、生活設計がしやすくなるというメリットがあります。全期間固定型の代表といえる住宅金融支援機構のフラット35では、4月の金利が1.19%と史上最低の金利となっており、30年～35年間1%強の金利で返済できることになります。

借り換えだけでなく、新規にローンを組む施主におきましても、できるだけ全期間固定金利のフラット35のようなローンをお勧めください。(住ま〜とではクレディセゾンと提携し、ご案内しています。ご不明の場合はご連絡ください。)

いずれにしましても住宅ローン金利の低金利状態はまだ継続するといえ、急激に上昇することは考えにくいといえます。そのため、今のうちに住宅を購入・建築しようという施主が多くなりますが、そのような施主に対して、

- 金利が低く、返済がしやすいということで限度ぎりぎりまで借入れをしない。余裕のある返済計画にしてください。
- 当然ですが全期間固定型をお勧めする。
- できれば60～65歳で完済できる計画にする。

などのアドバイスをしてください。

これから今年の地域型住宅グリーン化事業も開始されます。補助金が付くことで建築のキッカケになります。住宅ローンもよく吟味して決めていただくようお願いしてください。

今月の  
テーマ

## 「ZEHビルダー登録制度について」

2016年度予算による新年度の政策が順次、実行されてきています。

今回は、経済産業省の今年度の政策の1つ、ZEHに関する新しい制度をご紹介します。

## 1.ZEHビルダー登録制度

住宅会社、工務店、設計事務所を対象としてZEHを手掛ける供給主体を公募し、「ZEHビルダー」として登録、登録されたZEHビルダーが建築（既築住宅の改修を含む）するZEHのみ、補助金の対象となります。（ただしNearly ZEHは地域区分1地域・2地域以外は対象外です。）

### 1) 登録の要件

- ◆2020年度の年間のZEH建築（改修）割合を50%以上とすることを目標として、各年度の目標値を設定し、公表すること。

#### 目標のイメージ

	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
ZEH割合	〇%	〇%	〇%	〇%	50%以上

- 受注件数、着工件数、完工件数など、どの指標を用いても構いませんが、実績報告には目標設定時と同じ指標とすることになります。
- 目標設定は、注文住宅、建売住宅、改修のそれぞれにおいて設定することが可能。さらに注文住宅と建売住宅を合わせるなど、組み合わせによる目標設定も可能です。  
改修の定義は、「断熱改修および住宅全体の改修」であり、窓のみの断熱改修も回収件数の対象となります。（キッチンや浴室など水回り改修のみの件数は、母数から除外されます。）
- 実績が目標値を下回っていても、補助事業としてのペナルティは発生しません。目標が達成できなかった場合、その要因の報告と時期目標の達成に向けた取り組みの報告が必要となります。
- 申請し登録された目標値を、次年度の公募時に修正して再申請することも可能になりますが、目標修正の理由が問われることとなります。



- ◆消費者に対し事実上同一の会社として事業を行っている場合は、親会社・支社・支店・子会社・代理店等を一体で登録することが必要。意図的に特定の支店等を加えないことはできません。子会社や代理店等を確認するための書類が必要となります。
  - ZEHビルダーの登録は、北海道の区分（A登録）と、北海道以外の都府県の区分（B登録）に分けて行います。
  - 1事業者がA登録、B登録の両方に登録することは可能ですが、その場合、ZEH普及目標を「北海道」と「それ以外の都府県」のそれぞれで設定することになります。
  - ただし「北海道」と「それ以外の都府県」とで目標指数の融通を行うことはできません。北海道で供給する住宅の過半数をZEH（Nearly ZEHを含む）とする目標と、それ以外の都府県で供給する住宅の過半数をZEH（Nearly ZEHを含む）とする目標の2つを設定することになります。
  - 登録は、目標の達成状況の確認のためにも毎年、登録をすることになります。
  - ZEHビルダーの登録申請時には、ZEHの目標をホームページ等で公表している必要があります。ホームページがない場合、会社概要やカタログ・チラシなど対外的に公表している資料へZEH目標の記載が必要となります。
- 
- ◆経済産業省の所管補助金交付等の停止及び契約に係る指名停止措置を受けていないこと。
- 
- ◆登録時に必要な書類
  - ①ビルダー登録申請書
  - ②ZEH（Nearly ZEHを含む）事業計画書
    - 2016年度（平成28年度）～2020年度（平成32年度）の年間住宅受注目標（5年分）各年度のZEH（Nearly ZEHを含む）受注の割合
    - 目標達成に向けた具体策
      - 1. ZEH（Nearly ZEHを含む）の周知・普及に向けた具体策
      - 2. ZEH（Nearly ZEHを含む）のコストダウンに向けた具体策
      - 3. その他の取り組みなど
  - ③ZEH（Nearly ZEHを含む）目標の公表資料（自由様式）
  - ④会社概要（実施体制図が分かるもの。カタログ等でも可）
  - ⑤印鑑登録証明書（申請前3カ月以内に発行されたもの）
  - ⑥各種許可証・登録証の写し（建設業許可証、特定建設業許可証、建築士事務所登録証）  
※上記のいずれの資格も有しない場合は、住宅瑕疵担保責任保険法人との保険契約締結証明書の写し
  - ⑦円滑にZEHビルダー業務を行う旨並びにZEHビルダー登録後に、実績報告及びその一部の公表を行う旨の誓約書
  - ⑧暴力団排除に関する誓約事項



## 2) 実績報告

◆ 毎年のZEH建築実績（改修実績含む）は、以下の内容を報告することになります。

- ① 事業年度におけるZEH(Nearly ZEHを含む)の割合(登録区分ごとに実績を分けて報告すること。)登録区分は、注文住宅・建売住宅・改修など。
  - ② ①の算出の根拠となる以下の資料
    1. 事業年度における住宅建築件数
    2. 事業年度におけるZEHの建築件数
    3. 事業年度におけるNearly ZEHの建築件数
  - ③ ZEH (Nearly ZEHを含む) の普及に向けて行った取組内容
  - ④ ZEH及びNearly ZEHの外皮性能(UA値)の分布
    - 建築件数の単位(件数、戸数、軒数)は、ZEHビルダー登録時の単位と同じものを用いること。
    - ZEHビルダー登録時に設定したZEH普及目標を達成していなくても、そのことのみを理由として、ZEHビルダーの登録を取り消したり、補助金の返還を求めたりすることはありません。ただし、ZEH普及目標を達成しなかった場合には、その理由等の分析を行うこと。
    - 「④ZEH及びNearly ZEHの外皮性能(UA値)の分布」は任意報告事項です。報告しなくても構いません。
    - 本報告は、2020年までの間、毎年度報告する必要があります。(第1回目の報告は、2016年度の実績内容を2017年度に報告。時期、様式、提出先等は今後ZEHビルダーに登録された事業者につなががあります。)
- ◆ 実績報告に当たり、アパート併用住宅、店舗併用住宅等のカウント方法は、各社のカウント方法に従って構いません。ただし、カウントの考え方については登録申請時に明記すること。(例えば、アパート併用住宅などでは、オーナー宅部分を1住戸として扱い、他の住戸はカウントしない。などと明記。)

## 3) 公募期間

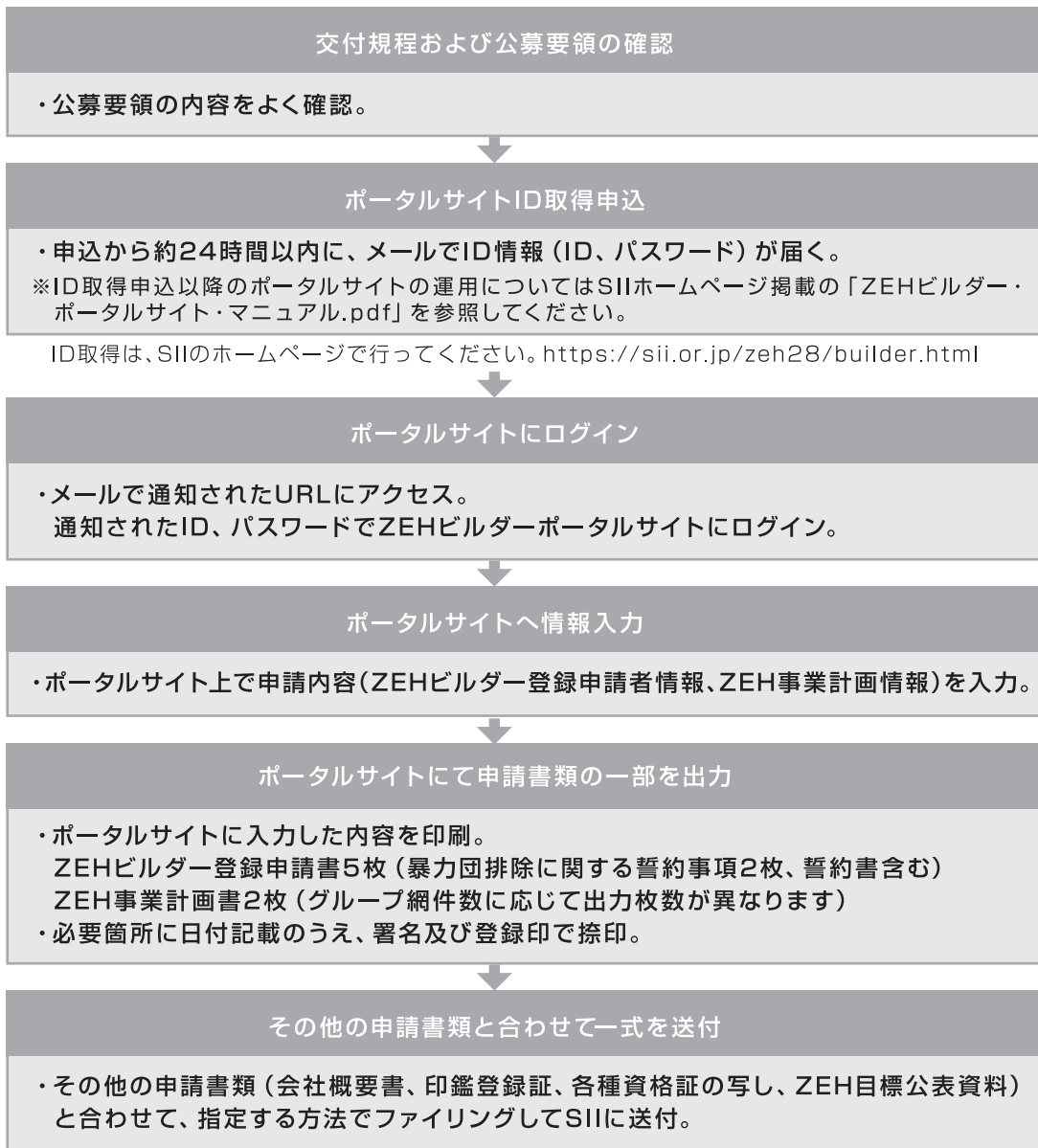
◆ 平成28年4月4日(月)～平成29年1月31日(火)17時必着

◆ ZEHビルダー公表予定日

- 第1回公表：平成28年4月22日(金)
- 第2回公表：平成28年5月13日(金)
- 第3回公表：平成28年6月中旬(予定)
- 第4回公表：平成28年7月上旬(予定)
- 第5回公表：平成28年7月下旬(予定)
- 第6回公表：平成28年8月下旬(予定)
- 第7回公表：平成28年9月下旬(予定)
- 第8回公表：平成28年10月下旬(予定)
- 第9回公表：平成28年11月下旬(予定)
- 第10回公表：平成28年12月下旬(予定)
- 第11回公表：平成29年1月下旬(予定)
- 第12回公表：平成29年2月下旬(予定)



#### 4) ZEHビルダー登録申請の流れ



などとされています。まだ不透明な部分もありますが、目標値を立て、登録しませんでしたと補助金（1戸：125万円）の対象になりませんので、登録をお勧めします。登録されると、SIIのポータルサイトに掲載され、建築予定者（施主）が建築地の都道府県の登録ビルダーを検索できるようになります。仕組みとしましては以上です。



## 2.ZEHに対する施主の意識

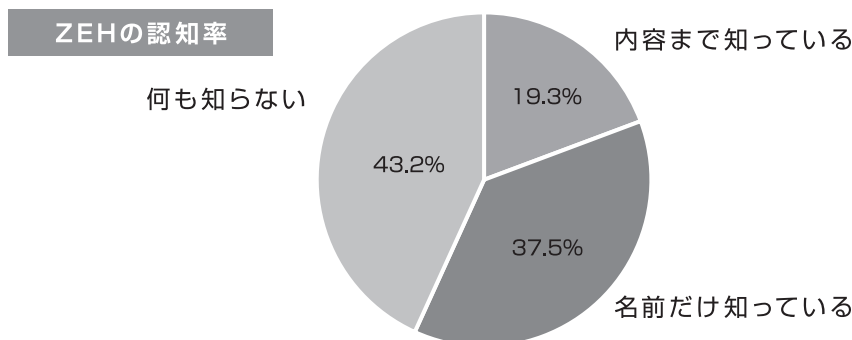
工務店様の中にはやや戸惑う方もおられると推測されますが、2020年の目標として、新築住宅のおおむね50%以上をZEHにするということを考えますと登録は必須といえますが、実際の施主がどのように感じているかについて、以下のような調査結果もでています。

住宅購入者が家づくりにおいて重視する事項を、リクルート住まいカンパニーの調査「2015年注文住宅動向・トレンド調査」によりますと、

1位	耐震性に優れていること	66.3%
2位	間取り・プランがいいこと	47.3%
3位	断熱性・気密性に優れていること	43.8%
4位	耐久性に優れていること	41.0%
5位	収納が充実していること	38.2%
：		
：		
11位	省エネルギー性に優れていること	29.8%

とおよそ3割の施主しか省エネルギー性能に関心を示していないことがわかります。

さらにZEHの認知率を見ますと、



出典：リクルート「2015年注文住宅動向・トレンド調査」

ZEHの意味、内容を知っているとするユーザーは、わずかに19.3%しかおらず、一般ユーザーの中ではまだまだなじみが薄いということがいえます。

現在の国の政策は、かなり先を先行している状態であり、一般の消費者がついてきていないということになります。住宅の供給主体としましては、先行する政策による新しい制度・新しい価値（質）をユーザーに説明し、理解していただく必要があります。ユーザーが理解しない限り、ZEHなど新しい価値を評価し、発注してもらえないということになります。

非常に難しいことですが、ZEHにつきましてもお客様にわかりやすく説明し、理解をしていただき、価値を見出して必要だなと感じてもらうことが急務の課題といえます。高付加価値住宅であるZEHには取り組んでいただきたいと思います。そのためにもぜひ、ZEHビルダー登録をしてください。





## 匠総合法律事務所の法律基礎知識

# 「リフォーム工事トラブルで押さえておきたいポイント」

(秋野弁護士)

### 1) 住宅・リフォーム紛争の数は増えているのか？

匠総合法律事務所は、東京、大阪、名古屋、仙台の4拠点にて、住宅・建築紛争を住宅会社、リフォーム業者側の弁護士として、様々な法律相談対応をしております。弁護士も22人所属していることから、「そんなに住宅の裁判の数は増えているのですか？」という質問を受けることもあります。

裁判の数が増えているという実感はありません。

特に、当事務所の依頼者である住宅会社・リフォーム会社の皆様は、紛争・裁判が嫌いで、100万円や200万円損しても、円満な和解解決を望みます。

他方で、住宅会社・リフォーム会社経営者の皆様からの法律相談の数は大きく増えております。インターネットの普及、SNS上の情報氾濫社会となり、以前と確実に変わってきていると思う点は、住宅会社の不誠実な対応やミス、欠陥に対して、施主である消費者が「泣き寝入りをする事は無くなった」という事であろうと思います。

住宅会社に対する不信感が高まれば、その会社の口コミ情報をインターネット上で探し、同じような悪い評判があれば、「やっぱり、私のような被害者が他にもいるのだ」と住宅会社への不信感を強め、更にクレームの度合いを強める事となります。泣き寝入りをする消費者が不在の現状では、住宅会社・リフォーム会社のクレーム対応の場面は増えていると良いでしょう。

また、クレーム対応は、雨漏り、水漏れ、建物の不同沈下など、客観的な瑕疵に対する補修対応ではありません。顧客情報の管理といった個人情報保護法対策やリフォームチラシで過剰な広告表現をしてしまわないようにする景品表示法対策、近隣クレームに対する対応など多岐にわたります。

クレーム対応にて重要であることは、正しい法律知識を持ち、初期対応力を高め、クレームを初期の段階で、全面解決してしまう事です。

住宅会社・リフォーム会社経営者の皆様にて全ての法律知識を勉強することに限界を感じるようであれば、弁護士の手も借りてクレームの初期対応力を高めていきましょう。

### 2) トラブルを大きくしないためのポイント

トラブルは、ミスを起因として発生してしまうものです。このトラブルが小さいうちに信頼関係を回復する「正しいクレーム対応」をすることが大事であり、そのポイントは下記3点にあるのではないかと、思います。

- ① 初期対応力を高める。
- ② インターネット社会の今、悪い口コミを増やさない努力をする。
- ③ 顧客満足主義 (CS) の弊害を克服する。





匠総合法律事務所の法律基礎知識

## 「リフォーム工事トラブルで押さえておきたいポイント」

(秋野弁護士)

### 3) 顧客満足主義 (CS) の弊害を克服する

悪い口コミを増やさないためには、一人一人の顧客からの満足度の高い対応が不可欠であり、ここに、顧客満足主義 (CS) は重要であります。

しかし、クレームは、住宅会社の何かしらのミスがきっかけとなり発生するものですから、ミスを覆い隠そうとして嘘をついたり、ミスを挽回しようとして無理をしたりするといった「お客様への完璧な対応」を追求しようとする、かえってクレーム対応に失敗してしまうこととなります。ミスは、発生原因を明確にし、対処策をスピーディーに提案し、信頼回復のために誠実に対応する事こそ、重要です。

時には、ミスに対して施主から鋭くクレームが寄せられる事もありますが、そこは、「信頼回復」という明確な目標を持って、相手 (施主) の気持ちをよく酌みながら、心に余裕を持って誠意ある対応をしていくことが重要であろうと思います。

### 4) ストック型社会においては「ピンチをチャンスに変える」対応が大事

私が建築紛争の世界に入ったのは、平成10年なのですが、当時から「住宅業界はクレーム業界である」と言われていました。とにかく、人の手でつくる住宅である以上、何かしらの不具合は出て当然であり、大事なことは、クレームに対してどのように対応し、「深い信頼関係を維持することができるか」という点にあるという視点は、17年前から存在した考え方です。

そして、今、インターネットの普及、SNS上の情報氾濫といった新しい社会環境を迎え、さらに「深い信頼関係をどのように構築するか」という視点をより一層深く持つ姿勢が大事なのではないか、と考えております。「あの工務店は、ちょっとした不具合もすぐに迅速に補修してくれた」という対応の実績が、10年後、20年後のリフォームの場面における受注にもつながると思います。

「クレームは嫌だ」と嫌々対応をするのではなく、「ようこそ、ご連絡をいただききました！すぐに対応させていただきます！」と前向き対応をすることが大事な姿勢であると思います。