

## マンションの管理の適切性が市場価値へ正しく反映される仕組みにおけるデータベースシステムの構築

### 1. 住宅性能の向上・維持保全に係る取組

- 情報開示の必要性（購入検討段階からの情報開示）  
マンション購入では、立地や間取り、築年数が主流。管理に関する情報（ソフト面）は、契約直前の重要事項説明の時に明らかにされる。  
購入検討の早い段階から、管理面における納得性とリセールバリューなど将来予測を検討する時間が必要。
- 購入検討段階から一定の情報を知りやすく開示  
多岐に亘るマンションの管理情報を、①建築年次等基礎的な情報を「一般情報」  
②ペット飼育の可否や民泊の可否等人により評価が変わる情報を「客観情報」  
③財政状況等管理状態を数値評価を踏まえた「等級評価」に分類し開示。
- 評価項目及び評価方法  
上記のうち、「等級評価」に該当する情報を25項目まで集約し、これを「管理組合体制関係」「管理組合の収支関係」「建築・設備関係」「耐震診断関係」「生活関連」5つに分類。  
項目ごとの配点で満点中の獲得点数に応じ、「S」～「D」の管理状態ポイントが得られる。  
このように表示することで管理について「わかりやすい情報開示」が実現可能。

### 2. 住宅の資産の価値の評価に係る取組

- 保守点検、計画、収支状況等を評価
- 管理状態と価格との関係の調査（東大空間情報科学センター-清水教授と連携）
- 情報開示による効果
  - ①現区分所有者に対する効果：リセールバリュー、資金調達（リバースモーゲージ）
  - ②管理組合に対する効果：管理の質を上げる活動と良好なストック形成

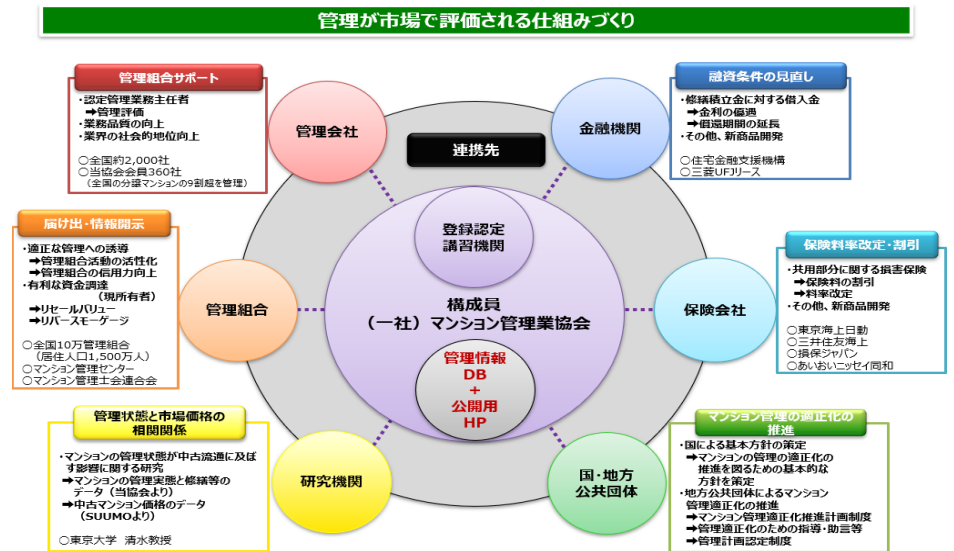
### 3. 金融商品・流通商品開発に係る取組

- 金融に係る提案  
適正な管理が行われているマンションは、引き続き良好なストック形成が期待できることから、修繕工事に対する借入実施時の金利優遇や償還期間の延長などによる優遇措置が考えられる。
- 流通に係る提案  
不動産の表示に関する公正競争規約に等級評価を表示することを規定することが考えられる。規約に規定されることにより、特に流通団体等では、物件の広告媒体やポータルサイト等に表示することが規定されるので、統一の評価基準が採用され、それが公開されることが想定される。

### 4. 住宅ブランド化・情報提供に係る取組

- ・管理情報のDB化

### ○ 協議会のメンバー構成



### ○ 開発した仕組みの流れ

