



編集部レポート 戸建て住宅流通を活性化！

物件バリューアップ 最新事情 ▶▶▶



編集部レポート

戸建て住宅流通を活性化！
物件バリューアップ最新事情

現在、日本の総住宅数は、全国の世帯数を約600万戸上回る5389万戸あるといわれており（総務省統計局『平成15年住宅・土地統計調査』）、新築分譲マンション、建売住宅の供給増で空室、空家率は年々増加している。

そんな中、中古住宅を買い取り、大規模なリフォームを実施することで物件をバリューアップさせ、再販するビジネスが脚光を浴びている。デッドストックを活用した同ビジネスは、環境問題が取り上げられることが多い昨今の社会的ニーズにも適合、活況を呈し始めた。

本誌2007年1月号編集部レポート「中古マンション流通を活性化！物件バリューアップ最新事情」に引き続き、今回は「中古戸建て住宅」に焦点を当て、買取物件の情報収集の仕方や買取時の留意点、リフォーム・リノベーションのコンセプトやその投資費用、再販手法など、買取から再販への各社の取り組みを紹介する。

共用部分などの制限がない分、 自由度の高い戸建てリフォーム

今ある資源を 有効活用すべき

買い取り再販事業の場合、築年数が経過した物件ほど、取得価格と売却価格の差が大きく、利益が出やすい点はすでに前回（2007年1月号編集部

レポート）で述べた。

しかし、バリューアップのコストが少なく、買い取り再販事業に参入しやすい中古マンションと比較し、戸建て住宅はより投資費用が高額化、その分、事業リスクは増加する。しかし、リスクが高くなった分、「リターン」、つまりキャピタルゲインである売却後の利

益が大きくなるのはご承知のとおりだろう。

東京の城南地域を中

心に1998年から買取再販事業を営み、現在、マンション・戸建てを含めて年間約60棟の買取再販を行なっているステアライフ(株)（東京都渋谷区）代表取締役の田中孝久氏は次のように指摘する。

「当社が初めて買取再販を行なったのは今から約10年前。当時は山一証券(株)が破綻し、市場経済が冷え切っていたところで、独立したばかりの当社に事業資金を融資してくれる金融機関はありませんでした。そのため、自己資金で1000万円ほどの小さなマンションを購入し、200万円ほどかけてリフォームを施しバリューアップ、転売に成功したのです。その後も同事業を続けていますが、マンションの買取再販は投資資金が比較的少額なことから、参入障壁が低く、今では多くの会社と競合しています。当然、買取価格が高



ステアライフ(株)代表取締役
田中孝久氏

騰してしまい、エリア特性もあって、再販後の最終的な純利益率は3%程度になってしまいました。そこで、現在ではマンションから戸建てにシフト。リスクは高いですが、10%前後の利益を確保できるようにプランを組み立てています」。

また、(株)アクシエ(札幌市中央区)代表取締役の小林三希子氏はこう語る。「北海道における住宅のデッドストックは約11・8%(総務省統計局『平成年住宅・土地統計調査』)、これは憂慮すべき事態です。買い取り再販事業を手がけている会社はどこも意識されて

いるかと思
います。当社でも新たに建物を
つくるので
はなく、今

ある資源を有効に活用することが先決だと考えています。そこで、デッドストックの既存住宅を徹底的にデザインし直すことで、商品価値を再興させていく。その場合、マンションよりは戸建ての方が、共用部分などの制限がない分、自由度が高いといえると思います」。



(株)アクシエ代表取締役
小林三希子氏

各社の情報収集、買い取り基準、投資費用、再販手法は？

信頼関係が第一。
無理な事業化はしない

それでは実際に、各社の買取物件の情報収集方法からみてみよう。

現在では、競合他社も多く、物件の情報収集にも特別な配慮が必要だと語るのはダイニチキャピタル&ホープ(株)(札幌市中央区、代表取締役・佐藤信也氏)取締役部長の吉川勉氏。同社は物件の取得、販売ともにすべて、他

の不動産会社に仲介を依頼している。「当社も宅地建物取引業免許を取得しているのですが、当然、自社で買い付け、販売することも可能ですが、その姿勢だと、ほかの不動産会社からなかなかよい物件情報を提供してもらえません。そこでWINWINの関係を構築するために、買い取りさせていただいた物件は、同じ仲介会社に優先的に販売いただくシステムをとっています。その際、信頼関係の構築が最も重要だと考えています」。

同社が紹介を受ける物件は月30件(40件程度、そのうち、事業として計画できるのは、2件程度だという。

また、前出・ステアライフでは、「最低でも月に200件は物件情報を仕入れて検討します。近頃は不足気味ですので、当社のある城南地区以外にも、城北地区や千歳県あたりの物件を



(株)ダイニチキャピタル&ホープ
取締役部長 吉川 勉氏

検討するこ
ともありま
す(田中氏)
という。同
社ではその
うち、5件

編集部レポート

戸建て住宅流通を活性化！
物件バリューアップ最新事情



外観



リビング

Before

After



リビング（上）。レトロかつモダンなイメージに。右は和室へ続く廊下。欄間は従前のものを利用して。左は洗面室と、階段から続く2階のフリースペース

(株)アクシエがリノベーションした1970年築、木造2階建ての物件（札幌市清田区）。土地値で仕入れ、約1,000万円かけてリフォーム、2,380万円で売り出している。外観はモダンに、内装は和風レトロがコンセプト。建具には従前のガラス板を使用するなど、「懐かしさ」も演出している

中古住宅の場合、売り主はたいいてい個人であり、個人に対し瑕疵担保責任を追求するのは難しい。しかし、事業者が買い取り、リフォーム後に再販する際、事業者の売り主は販売物に対して瑕疵担保責任を負う。もし、物件に瑕疵があることに気付かず、買い取ってしまったら…、といった不安から買取再販事業に乗り出せない企業も多いだろう。また、エンドユーザーにとっても、品質に関する問題は不安材料の一つだ。各社では、そういったリスクをどのように解消しているのだろうか。今回取材した各社に共通しているのは、第三者機関である(株)日本住宅保証検査機構（JIO）の点検と保証を活用しているところだ。JIOでは、既存住宅建物の建築図面の提出や床下

第三者機関の点検・保証で
瑕疵などのリスクを回避

が事業化できればよいほうだという。このようにエリア特性を考慮しながら、情報収集数の数値目標を決めて検討しているのが一般的なようだ。

および小屋裏の点検が可能である木造一戸建ての専用住宅（基礎は鉄筋コンクリート造）に対し点検を実施、報告書を発行している。点検は、基礎、外壁、屋根、室内の雨漏れ跡、床下の部材の腐朽、雨漏れ跡、小屋裏の部材の接合状況、雨漏れ跡、設備機器、建具（サッシ、ドア等）の作動状況などを目視で確認（耐震診断、ホルムアルデヒド調査はオプション）。点検の結果、築20年未満で、「保証適合」または、「要補修」と判断され補修後検査を受けて「保証適合」となった建物は、構造耐力上主要な部分について5年間の保証をつけることができる（下図参照）。

「たとえ築20年以上の物件で保証がつかなくても、第三者に確認してもらうことに意義があります。報告書では写真を多用しながら公正な指摘がされているため、リフォームの際の参考資料になるうえ、購入者にとっても安心



(株)ダイニチキャピタル&ホープリフォームプランナー 新海直美氏

【参考】住宅保証会社の点検・保証内容の一例

●保証の対象

屋根板、屋根、小屋組、開口部、柱、壁、床板、土台、基礎、外壁、斜材

①構造耐力上主要な部分のみ
 ②構造耐力上主要な部分および雨水の侵入を防止する部分
（赤外線カメラコースの保証適合判定が必要）
 ①、②のどちらか選択された部分について、その機能を十分に果たすことができなくなった場合に保証の対象となる。
※基礎部分については、地盤に起因する不具合は保証の対象とならない

■ 構造耐力上主要な部分
 ■ 雨水の侵入を防止する部分

●保証金額

(瑕疵の補修費用－免責金額 10万円) × 90%

住宅の延床面積	支払い限度額
165㎡未満	300万円
165㎡～200㎡未満	500万円
200㎡以上	1,000万円

※(株)日本住宅保証検査機構の資料を基に編集部で作成

編集部レポート

● 戸建て住宅流通を活性化！ ●
● 物件バリューアップ最新事情 ●

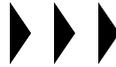
していただける判断材料の一つになります。こういった制度を活用することで物件の安全性を確認してもらい、「当社リフォーム物件であれば」と紹介しやすい環境をつくることも重要ではないでしょうか」(ダイニチキャピタル&ホープリフォームプランナー・新海直美氏)。

また、前出・アクシエでは、JIOとの共同で、築20年を超える再販建物についても保証付帯を実現すべく、商品を開発中だ。年内開発を目処に検証を進めており、実現すれば全国初の事例となる。「当社はデザイン性の高い物件の供給を心がけていますが、ただ見た目がよければいい、というわけではありません。それに伴った住宅性能がなければ、最終的に顧客の支持は得られないばかりか、企業としての存続も難しくなります。デザインなど主観に訴える部分と、構造など理論に訴える部分、両方のバランスがとれていないと、市場競争力は再生できません」(アクシエ・小林氏)。

中古住宅をリフォーム・再販するに当たっては、このように住宅性能保証

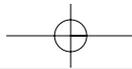


Before



ステアライフ(株)が元・歯科医院をコンバージョンし、専用住宅にした1984年築の木造2階建ての物件(東京都大田区)。約3,500万円をかけた大規模なフルリノベーションで、家具はインテリアデザイナーに発注、約200万円をかけた。純利益は当初予定を下回ったが、同社の広告宣伝効果が高かったとか

外観(上)。従前は2階が歯科医院だったため、直接2階へ続く階段があったが、歯科医院部分もろとも撤去。現在歯科医院部分はオープンバルコニーになっている。左は広々としたリビング



制度に基づいた検査・保証の第三者機関を活用することで、購入者に物件そのものの安全性を示すことができるうえ、適正価格での取引、居住後のトラブル防止などにもつながるため、リフォーム業者・仲介業者の信頼性アップにもなる。

中古住宅性能保証業務を行なっているのは、この他にも(財)住宅保証機構、(社)日本木造住宅産業協会などがある。

物件特性を見極め、効果的なリフォームを

それでは、実際に施工事例を見てみたい。

事例1 (P.13) 築30年余の木造2階建てをモダン&レトロに

(株)アクシエがリノベーションした1970年築、木造2階建ての物件(札幌市清田区)。土地値で仕入れ、約1000万円かけてリフォーム、2380万円で売り出している。自由度の高い間取りにすべく、1階



従前のリビング(上)と外観(右)

Before
After



サッシごとリフォームした外装(上)と、白を基調にしたリビング(左)。採光面積はほぼ変わらないが、室内には明るさが

ダイニチキャピタル&ホープ(株)がリノベーションした1978年築木造2階建ての物件(札幌市豊平区)。ほぼ土地値で買い取り、約600万円かけてリフォーム、1997万円で売り出した。外装、窓サッシ、内装のリフォームに加え、ルーフバルコニーも設置した



編集部レポート

戸建て住宅流通を活性化！
物件バリューアップ最新事情

2階とも耐力壁以外の内壁を撤去。また、天井壁も取り、構造スタッドを露出させることで、天井高2650mmを確保した。

「モダンとレトロの融合」をコンセプトに、外観はチャコールグレーのサイディング、内装には漆を連想させる黒茶色、漆喰を連想させる白色を多用した。また、建具には従前のガラス板を加工使用するなど、「建物の記憶的懐かしさ」を演出している。なお、リノベーション内容は全面に及び、構造躯体および一部の庭の植栽などは従前のものを生かした。

事例2 (P.15)
木造2階建ての歯科医院を
住宅にフルリフォーム

ステアライフ(株)が再生させた東京都大田区北千東の物件。元は2階部分に歯科医院を併設した住宅で3500万円かけてフルリフォームした。延床面積70坪の広さを生かし、躯体と柱はそのままに、大きくリノベーション。まず診察室の天井を壊し、そのスペースをテラスに。畳だったリビングは



Before



After



北海道の「中古住宅流通促進モデル住宅」第1号に選ばれたダイニチキャピタル&ホープ(株)がリノベーションした1980年築木造2階建ての物件(札幌市厚別区)。ほぼ土地値で買い取り、気密性の高いサッシを採用するなど約800万円かけてリフォーム、1,997万円で販売した

(左) フルリノベーションした外観から新築物件に間違われたとか。サッシもすべて交換、気密・断熱性が高まった。(下) バリアフリー化されたリビング



フローリングとすることでイメージを一新。キッチンやバスルームも広々としたものに変更し、デザイナーズハウスに生まれ変わった。
プランニングは建築会社にプレゼンを行なってもらい決定する。競合してもらうことで費用を抑えることが可能になるためだ。

家具はインテリアデザイナーに依頼しており、リビングのソファからベッドまで備え付けとした。また絵画など飾ることで実際の生活をイメージしやすくするなどの工夫も行ない、家具だけで200万円をかけた。

同物件は1億7800万円で販売、純利益は当初予定を下回ったが、同社が中古戸建ての再販をやっていると宣伝にもなり、他社からの物件情報が集まるようになったという。

事例3 (P.16) 薄暗いイメージの木造屋を ベランダ設置でモダンに

ダイニチキャピタル&ホープ(株)がリノベーションした1978年築木造2階建ての物件(札幌市豊平区)。ほぼ

行政も乗り出した 中古住宅流通支援

兵庫県中古住宅 情報提供バンク

兵庫県では2007年3月から中古住宅市場を活性化させることを目的に(社)兵庫県宅地建物取引業協会や(社)全日本不動産協会兵庫県本部などとの協働で、



一定の基準を満たした中古住宅物件情報が掲載されている「ひょうご中古住宅情報提供バンク」ホームページ

一定の基準を満たした中古住宅の物件情報を登録・提供する「ひょうご中古住宅情報提供バンク」(<http://support.hyogo-ic.or.jp/support/resale/index.html>)をスタートさせた。

同バンクでは中古住宅を性能・周辺環境などに着目して「耐震性」「省エネ性」「防犯性」「高齢世帯向け」「子育て世帯向け」の5つに分類。バンクに登録されている物件情報は、県民のニーズや不動産流通団体の意見等を反映させ、県が独自に作成した「住宅の面積は25㎡以上であること」「新耐震基準と同等の耐震性を有する住宅であること」「既入居物件であること」「物件情報を登録する宅地建物取引業者が売り主、または物件の売主と媒介契約等を行なっていること」

戸建て住宅流通を活性化！ 物件バリューアップ最新事情

土地値で買い取り、約600万円かけてリフォーム、1997万円で売り出した。外装、窓サッシ、内装のフルリフォームに加え、ルーフバルコニーも設置した。

コンセプトはナチュラルモダン。ホワイト×ベージュを基調に、従前の「薄暗い」イメージを一新した。

リフォームコストを下げるため、デザインをシリース化することで、設備類の大量購入によるスケールメリットを出している。

事例4 (P.17)

断熱・気密性を高め 北海道の「モデル住宅」第1号に

北海道の「中古住宅流通促進モデル住宅」第1号に選ばれたダイニチキャピタル&ホープ(株)がリノベーションした1980年築木造2階建ての物件(札幌市厚別区)。ほぼ土地値で買い取り、約800万円かけてフルリフォーム、1997万円で販売した。

断熱・気密性能を向上させるため、サッシを刷新したほか、必要箇所ガラスウールも交換・充填。また、各居

ること」「登録分類のいずれか一つに該当すること」といった一定の基準を満たしている。

北海道「中古住宅流通促進モデル住宅」

北海道は、中古住宅の流通が促進される住宅市場の仕組みを想定し、住宅販売事業者や不動産事業者、ハウスクター、金融機関の協力を得て民間事業者が扱う具体の売買物件をモデルとして現地調査、リフォーム、販売まで実際の市場を活用した社会実験を2006年6月より実施。実験にあたり、参加する中古住宅を一般公募し、3物件がモデル住宅として認定されている。これらの物件を建築時の記録の有無、現況調査、リフォームアドバイスから金融機関への協力依頼、見学会といった行程で比較調査した結果、中古住宅流通においても品質の確保に加え、住まい手のニーズを的確

に反映できる市場形成の重要性が明らかとなった。

東京都中古住宅流通促進連絡会

東京都は06年5月、仲介業者、住宅検査・保証機関、リフォーム事業者、金融機関等と幅広く意見交換する場を設けることにより、中古住宅の流通に関係する事業者間および都との連携を強化し、消費者が安心して売買できる透明性のある市場環境を整備することを目的に「東京都中古住宅流通促進連絡会」を設置した。

同連絡会には(社)不動産流通経営協会や(社)東京都宅建物取引業協会、(社)全日本不動産協会東京都本部など20団体が参加。住宅の検査や保証制度の活用 の推奨などを盛り込んだ『安心して中古住宅を売買するためのガイドブック』が07年7月に発行された。

室ともバリアフリー設計に変更した。

なお、リフォームにあたった新海氏は、中古住宅に対する評価基準について、不動産業界と建築業界には差があり、不明確な判断基準には、両業界と住まい主の責任があるのではと指摘している。例えばグラスウールを充填するリフォームを実施していても、施工者が工事状況を記録していなかった、記録していても持ち主が資料を管理をしていなかった、リフォームされた資料が管理されていたにも関わらず評価されなかったなどの場合だ。

事例4の物件は北海道の「中古住宅流通促進モデル住宅」に選定されているが、こういった行政との社会検証を通じ、3者間の溝を埋めていくことが期待される。

各社への取材をもとに、投下コスト別のリフォームパターンを考察すると、次のようになる。

まずは、一戸当たりのコスト**200万円〜300万円**の場合。大規模なリフォームというよりは、床・壁・天井の内装材、建具などの交換などに留まり、コスト高の要因となる水まわりな

入居率25%、築40年の
長屋を再生、利回り16%に

「戸建て住宅」からはやや話がそれるが、築40年のボロ長屋を、低層住宅地のまちなみにマッチする「現代長屋」に再生したのは、創業80年近い歴史を持つ総合建設業の(株)竹本組（大阪市城東区、代表取締役・竹本泰廣氏）。

従前は、一部店舗付きの四軒長屋が4棟並ぶ計16軒の建物で入居率は25%。建物自体の老朽化に加え、空室が長引いていた。

「外観は今にも朽ち果てそうでしたが、建築当時に大工さんがしつかり作っているのが見て取れました。必ずしも潰して新しく建て替えなくてもいいのではないだろうかと考え、再生を提案しました」（竹本氏）。

そこで、オーナーの気持ちや建物の現状を詳細に検証して、味わいのある元の柱や梁を生かし、レトロな雰囲気を残しながら、若い層をターゲットにした快適な住空間を提供する再生プロジェクトを立ち上げたのだ。店舗付き



「地域に受け入れられるように」と、(株)竹本組が再生した長屋（下）と従前の様子（上）。

タイプを駐車場付きに、2階天井を取り払い口フトを、玄関扉やフロアリングは無垢材を採用した。また、特殊な耐震補強金物を採用することで新耐震基準への格上げも実現した。

今回の再生プロジェクトでは、マンションへの建て替えに比べて、工事費・工期・建設廃材がすべて3分の1。オーナーの借入れ金も少なく、6年で完済できる計算だ。

2006年7月から07年3月にかけて、2棟8軒ずつ2期に分けて工事を実施したが、1期目は完成後1ヵ月以内に満室になり、2期目は工事中に全室成約できたという。

プランの良さに加えて、ローン返済

編集部レポート

戸建て住宅流通を活性化！
物件バリューアップ最新事情

どは従前の設備を利用する従来型のリフォームといえる。中には、建物全体に費用を分散させずに、どこか一室や、外構のみ集中投下することで、物件の「目玉」を設ける例もあるが、いずれも築年数があまり経過していない物件に対して施される事例が多いようだ。今回の取材先はいずれも買取再販事業に特化している会社であったが、このような事例は極端に少なく、各社とも築20年未満の物件は殆ど買い取っていないかった。

コスト500万円〜700万円になると、使えるところは極力使いながらも、機能性（間取り・設備機器・建具等）やデザイン性を総合的にアップさせている事例が多かった。また、リフォームコストを下げるため、デザインをシリーズ化することで、設備類の大量購入によるスケールメリットを出している例もある。1000万円以上をかけるリフォームより投資リスクは低いが、従来型のリフォームより商品力を回復できるようだ。

そして、コスト1000万円以上になると、革新や再生を意味する「リノ

の負担が少ない分だけ、家賃を周辺相場より低く設定することができ、人気物件に変身。近隣の家賃は2DKで8万円〜9万円。しかし再生長屋は、駐車場付き2DKタイプが9万円、駐車場なしが7万6000円。相場より2割〜3割安い。それでも、従前の家賃と比べると2倍近いアップとなった。経費を控除した実質利回りは16%。近隣の賃貸マンションやアパートの利回り7%〜8%より遙かに収益率が高い。

同社では今後、自社で買い取り、収

益物件としての保有などを検討している。

「弊社は何十年前から、古家の再生も手がけ、創業以来『建物を見守り育てる』を理念に仕事をしてきました。あくまでも、このコンセプトに合うか否かが価値判断の基準です。オーナーさんの意向だけでなく、その建物が地域の人に受け容れられ、愛されるかも大事。建築を通して、これからもまっすぐりに貢献していきたいと思えます」(同氏)。

ベーション」の言葉通り、外観も含め、従来の姿が想像しにくい例が多かった。また、各物件ごとにリノベーションのテーマやストーリーを設けられている例もあった。いずれも、外観、間取りの変更など、大掛かりな工事が行なわれている。

売却までの期間は
2カ月〜6カ月

それでは各社の再販手法を探ってみ

よう。再販にあたっては、自社のみで販売する、自社と他社で販売する、他社に依頼するなど、まちまちであるが、各社に共通しているのは、ホームページ上で写真を多用し情報発信を行なっている点だ。

アクシエでは、「リノベーションハウスが出来るまで」と題し、着工前から完成までの様子を、逐一ブログで公開している。「再生するまでのストーリーをご覧になっていただくことで、安心感を持ってもらえます。また、買

～ (社) 住宅生産団体連合会～
買い取り、再販の実態を調査

(社)住宅生産団体連合会が6月に住宅関連会社17社を対象に実施した「既存住宅を買い取り再生し販売する事例」調査によると、買い取り後の再販価格は、1980年代（築27年～18年）の物件の場合、**買い取り価格の平均1.78倍**であることが明らかになった。また、住宅流通市場では、日本の住宅は20年経つとほとんど価値がなくなるといわれているが、**築年数による評価よりも5割以上高い値段で買い取り**されていることが判明。改修を施した建物については**新築価格の平均7割～8割の価格で販売**されているとの調査結果が出た。なお、同報告書は、企業の買い取り時の消費税、不動産取得税の軽減措置、消費者の負担軽減を図る必要があると締めくくっている。

取再販事業は、事業リスク回避のため、買い取りから再販までの期間をいかに短くするかがポイントの一つですが、工事中から公開することで、早い時期での販売が可能になります」（アクシエ・小林氏）。

一方、工事完了近くまではなるべく公開しないというのが、ステアライフとダイニチキャピタル&ホープ。「やはり工事前の物件をご覧いただきたいしまうと、どんなにここがこのように

**ストックの有効活用が
 地球環境保全にも貢献**

今回、紹介した各社は、既存住宅のストックの活用に重点を置き、住宅の再生事業に特化している企業だ。従来は取り壊されて廃材となるべき運命だった住宅を買い取り、再生することは、社会資本としての住宅ストックの耐用年数を伸ばし、ゴミの量を削減し、森林伐採を抑制することにつながる。

生まれ変わります」と説明しても、お客さまはイメージしにくいようです。早い時期に売り出すことも必要ですが、それよりも事前にしつかりと市場ニーズに沿った売り出し価格を設定して買い取りを行ない、コストに見合ったリノベーションの提案を行なっていくことを重要視しています」（ステアライフ・田中氏）。

ちなみに、買取から売却までの期間は、各社によりまちまちだが、早くて2ヵ月、遅くても6ヵ月が目処のようだ。

●取材協力企業・団体URL一覧（登場順）

- ステアライフ(株) <http://www.stealife.co.jp/>
- (株)アクシエ <http://www.axie.co.jp/>
- ダイニチキャピタル&ホープ(株) <http://www.d-hope.jp/>
- (株)竹本組 <http://www.takemoto-gumi.com/>
- (株)日本住宅保証検査機構 <http://www.jio-kensa.co.jp/>
- 兵庫県中古住宅情報提供バンク <http://web.pref.hyogo.jp/>
- 北海道中古住宅流通促進のための社会実験
<http://www.do-sumai.jp/topics/topics06.html>
- 東京都中古住宅流通促進連絡会 <http://www.metro.tokyo.jp/>

また、物件の持ち味を生かしバリユニアップすることで、個性を重んじる顧客層に対し、オリジナリティーの高い住宅を提供することができると。

どれも一朝一夕に取り組めるものではないが、限りある社会資源を有効活用する意味でも、今後、同ビジネスは広がりを見せるだろう。