平成23年4月10日発行(毎月10日発行)通巻第405号　昭和56年3月5日第3種郵便物認可(社)全国宅地建物取引業協会連合会(社)全国宅地建物取引業保証協会

Realpartner

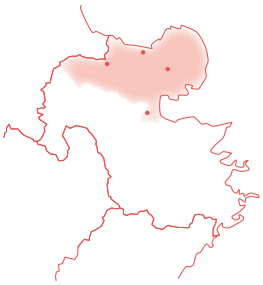
4
April
2011
リアルパートナー 4月号

トレンド・ウォッチ　不動産情報の検索で意識調査

「インターネットで家探し」が主流
住まい選びは「交通利便性」「防犯」重視

● 紙上研修　住宅地の地盤と重要事項説明 ［その1］

新連載　実務に役立つリフォーム基礎知識



安楽寺の枝垂れ桜 別府市	熊野磨崖仏 豊後高田市
宇佐神宮 宇佐市	青の洞門 中津市

日本再発見!
各地の観光圏

豊の国千年ロマン観光圏(大分県)
別府・中津・宇佐・国東半島　千年の歴史を体感する旅

瀬戸内海に面し、大分県北部にある8つの市町村で構成されています。国宝の「宇佐神宮」「富貴寺大堂」をはじめ、独自の「六郷満山文化」が花開いた地です。日本有数の温泉地・別府温泉から、神代、古代、中世、江戸、明治、大正、昭和と時を巡る旅に出かけられます。四季の移ろいがはっきりと感じられる地域です。歴史・温泉・食が三位一体となった滞在型観光を推進しています。国内外に向けて、その魅力を発信していきます。

トレンド・ウォッチ　全宅連、不動産情報の検索で意識調査

「インターネットで家探し」が主流 住まい選びは「交通利便性」「防犯」重視

（株）不動産流通研究所

インターネットの爆発的普及により、ユーザーの家探しは大きく様変わりした。物件情報サイトや携帯電話サイトが広告宣伝や物件検索の「主役」として注目される一方、新聞広告やチラシ、情報誌など旧来からの広告ツールの「斜陽化」が叫ばれている。では、実際にユーザーは、どのような意識で不動産物件情報の検索をしているのだろうか？ 全宅連が行った「不動産情報の検索等に関する意識調査*」結果から探っていこう。

※2011年1月～2月にかけ、インターネットを用いてアンケート。
全国各地、10歳代～60歳代以上まで、5,025件（男性2,406、女性2,619）の回答を得た。調査結果は全宅連ホームページに掲載。
http://www.zentaku.or.jp/public/researchreport/pdf/2011fudosanishiki.pdf

■「インターネットで家探し」全世代から支持

「不動産物件を探す場合の主な手段」を聞いたところ、「インターネット」との回答が51.4%と、2位の「チラシ」（15.2%）、3位の「情報誌」（11.1%）を大きく引き離すダントツのトップとなった（図表1参照）。

年代別でも、10歳代～30歳代のインターネット利用率が全体平均を上回っているだけでなく、一般的に「機械に弱い」といわれている60歳代以上でも39.1%がインターネットを使うと答えており、さまざまな情報を一度に、大量に、即座に入手できるインターネットは、2人に1人は利用する「家探しの主役」として完全に定着していることが明らかになった。

また、近年家探しの新しいツールとして注目されている「携帯電話」だが、全体平均では利用率0.6%にとどまっている。10歳代、20歳代前半の回答者からは支持を集めたものの、まだまだ家探しツールとして全世代の支持を集めるまでには至ってないようだ。

■2人に1人が「総合ポータルサイト」から検索

では、インターネットや携帯サイトを使って、ユーザーはどのように不動産物件を検索しているのだろうか？（図表2参照）

主な検索手段を聞いたところ、「ヤフー、グーグル等の総合ポータルサイトからの直接検索」が50.4%でトップとなり、2人に1人は総合ポータルサイトから自力で検索していることがわかった。また、10歳代～20歳代の若年層の回答率は平均を上回っており、特定の業者やサイトに頼らず物件検索を

Contents April 2011

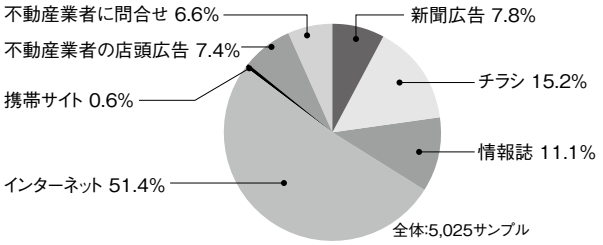
02 トレンド・ウォッチ 全宅連、不動産情報の検索で意識調査
04 連載vol.8 不動産広告の実践実務
05 連載vol.6 実践的な住宅ローンアドバイス
06 連載vol.1 これからの不動産流通の実務
07 連載vol.12 実務に役立つ不動産の経済学
08 連載vol.3 宅地建物取引実務の基本講座
10 連載vol.3 知っておきたい!仕事に役立つ建築基礎知識
12 連載vol.2 知っておきたい!土壌汚染対策の基礎知識
13 連載vol.4 宅建業への提言
14 連載vol.9 実務に即応!裁判例を分析
16 連載vol.38 仕事に役立つ税務相談119番
17 新連載 実務に役立つリフォーム基礎知識
18 連載vol.6 IT活用のヒント
19 紙上研修 住宅地の地盤と重要事項説明[その1]
24 東日本大震災（東北関東大震災）にあわれましたみなさまへ／平成23年地価公示／登記事項証明書等の申請手数料の引下げ／新連載 マナーあれこれ vol.1

Realpartner 4月号

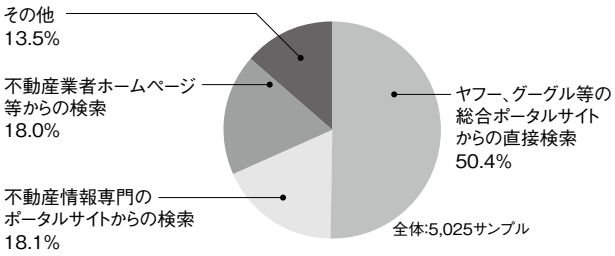
2011年4月10日発行　通巻第405号
発行／社団法人全国宅地建物取引業協会連合会
社団法人全国宅地建物取引業保証協会
発行人／伊藤博　編集人／出口建夫
〒101-0032 東京都千代田区岩本町2-6-3
TEL.03-5821-8181（広報） FAX.03-5821-8101 URL. http://www.zentaku.or.jp/

●本誌の表紙は、観光圏整備法に基づく同整備計画作成地域で綴っています。
編集部では、会員のみなさまからのご意見・ご要望等を受付けています。
上記広報までご連絡いただくか、FAXをお送りください。

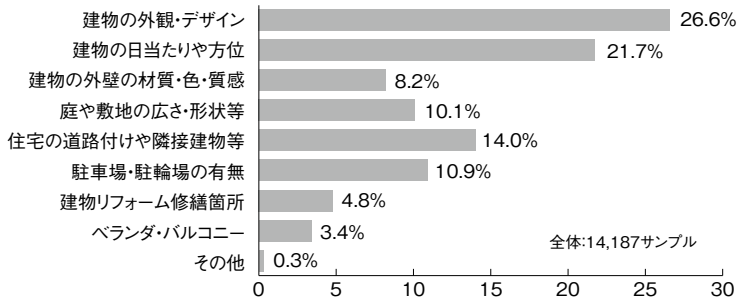
図表1●不動産物件を探す場合の主な手段は何ですか（1つ選択）



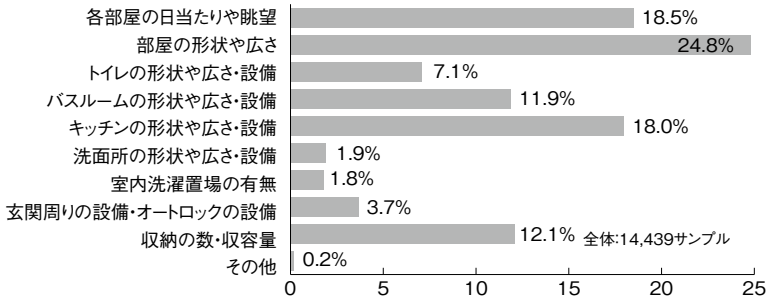
図表2●インターネットや携帯サイトで不動産物件を探す場合の主な検索手段は何ですか（1つ選択）



図表3●インターネットや携帯サイトの不動産物件情報のなかで写真で見たい（知りたい）情報は何ですか（3つまで選択）



図表4●室内の設備等のなかで写真で見たい情報（3つまで選択）



している様子がうかがえた。

2位の「不動産情報専門のポータルサイト」（18.1%）と3位の「不動産業者ホームページ等」（18.0%）は、ほぼ拮抗している。どちらも平均を上回ったのは40歳代と60歳代であり、これらの世代は特定の業者や不動産ポータルサイトを「決め打ち」するケースがやや多いことを示唆しているが、どの世代も「総合ポータルサイト」を検索し、次に特定の業者や不動産物件ポータルサイトを検索するという傾向に変わりはなかった。

インターネット等で不動産物件を検索する場合、どのようなキーワードを用いるか、3つまで選択してもらったところ、「市町村名や地名」（19.7%）がトップ、2位が「駅名や鉄道の沿線名」（16.3%）、「物件種別（マンション・戸建て・アパート・貸家）」「物件の間取り」が12.1%で同率3位となった。

ただし、購入・賃貸の重要判断要件となる「価格や家賃の額」をキーワードとする回答は10.7%にとどまっており、物件検索においては販売価格や家賃よりも、まずは立地（市町村、最寄り駅や沿線）や物件種別、間取りを優先する傾向が見て取れた。

■写真で見たいキーワード、20代は「外観デザイン」、40代以上は「周辺状況」

インターネットサイトは、たくさんの写真を掲載して、ユーザーへの訴求力を高めることができるという長所がある。では、ユーザーはどのような情報について写真で確認したいのだろうか？「屋外」の情報について優先する3つのキーワードを答えてもらったところ、「建物の外観・デザイン」（26.6%）、「建物の日当たりや方位」（21.7%）、「住宅の道路付けや隣接建物等」（14.0%）の順となった（図表3参照）。

室内設備についてはどうだろう？　同様に、写真で確認したいキーワード3つを答えてもらった。その結果、トップは「部屋の形状や広さ」（24.8%）で、各世代とも4人に1人が選択していた。これに「各部屋の日当たりや眺望」（18.5%）と「キッチンの形状や広さ・設備」（18.0%）がほぼ同数で続く結果になった（図表4参照）。

■住まい選びは「交通利便性」「防犯」「買い物」など重視

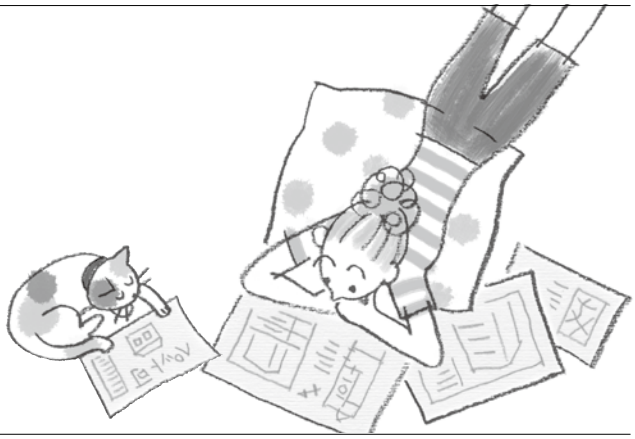
検索手段は問わずに、住まいを選ぶ際に重要視する3つのポイントを、周辺環境と生活関連施設に分けて聞いたところ、周辺環境では「交通の利便性（通勤通学時間など）」（30.2%）、「防犯」（20.6%）、「眺望や良好な自然環境」（12.2%）が上位に。生活関連施設では「商店街・スーパーなどの買い物施設」（28.6%）を筆頭に、「駅など交通施設」（24.1%）、「病院や歯医者などの医療施設」（14.7%）となった。

どちらも、公共交通が便利に使える立地を重視して物件選択をしている傾向が顕著に表れていたほか、5人に1人が防犯を重視するなど、防犯性能が住まい選びのキーワードとして確立しつつある様子がわかった。また、生活関連施設では「商店街・スーパーなどの買い物施設」に「コンビニ」（8.0%）と「薬局・ドラッグストア」（2.0%）を合わせた約4割の回答が、地域密着の生活利便施設を重視していた。

インターネットホームページ等でも、こうした情報をくまなく、わかりやすく掲載していくことが求められているといえよう。

連載 vol.8

不動産広告の実践実務
間取りと建物面積の話 その1



不動産鑑定士
中村 喜久夫（株式会社不動産アカデミー代表）

■納戸やロフトは「居室」ではない

最近、「納戸と表示をしなかったため注意を受けた」「ロフトを建物面積に含めるのは不当表示になると言われた」という話を耳にしました。広告表示上、納戸やロフトを居室であるかのように表示することは認められていません。

今回と次回は、間取りや面積の表示ルールについて確認しておきたいと思います。ベテランの方には常識と思われる話かもしれませんが、おつきあいください。

■「居室」でないならばその旨を明らかにする

住宅の「居室」は安全で衛生的なものでなければなりません。そのため建築基準法で「居室」の条件が定められています（建築基準法第28条）。採光および換気のために一定の開口部がないものは「居室」とは呼べないのです。これを受けて表示規約でも次のように規定しています。

「採光及び換気のための窓その他の開口部の面積の当該室の床面積に対する割合が建築基準法第28条の規定に適合していないため、同法において居室と認められない納戸その他の部分については、その旨を『納戸』等と表示すること」（施行規則第11条第17号）。

つまり建築基準法上、「居室」と呼べないものは「納戸」等と表示しなければならないのです。居室ではない部分を間取り表示する場合には「S」や「N」と表示することが多いと思いますが、この場合にはSやNの後に「納戸」と補う必要があります（Sはサービスルーム、Nは納戸の略です）。

例えば居室が2部屋、居室の条件を満たさない納戸が1つ、さらにLDKがある住宅の間取りを3LDKと表示することはできません。これでは「居室」が3つあることになってしまうからです。「2LDK+S（納戸）」といった表示にする必要があります。

■一般消費者が誤認しない表現を

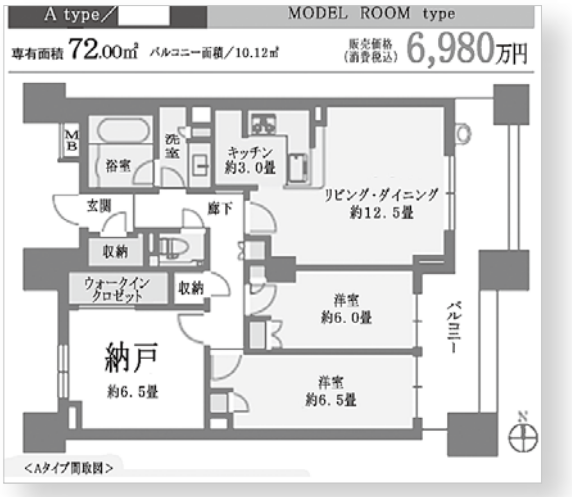
ときおり、「納戸という表現は物置みたいで嫌だ。広さも十分あり居室同様に使えるのでS（サービスルーム）という表示だけではだめなのか」「採光や換気が劣るとしても、その部屋をどのように使うかは所有者の自由ではないか。用途を納戸と決めつけるのはおかしいのではないか」というご質問を受けることもあります。

確かに「納戸」をどのように使うかは所有者の自由です。しかし「納戸」は法律上の「居室」の条件を満たしていません。それにもかかわらず「サービスルーム」「フリースペース」と表示するだけでは、一般消費者は通常の居室なみの採光・換気が確保されていると誤認する可能性が高いと言えるでしょう。

「納戸」が採光・換気の面で「居室」より劣るものである以上、そのことを明示しなければなりません。「納戸」という表示をしないで単に「S」や「N」とのみ表示するのでは不十分なのです。

表示規約でも『建築基準法上の居室に該当しない部屋について、居室であると誤認される表示』は不当表示として扱われています（表示規約第23条第1項10号）。

●「納戸」のある物件の例



間取りは「2LDK+S（納戸）」という表示になります。

実践的な住宅ローンアドバイス
住宅ローンの種類と特徴②
固定金利型

多摩大学大学院客員教授
紀平（きひら） 正幸（まさゆき）

住宅ローンの金利タイプには、「固定金利型」と「固定金利期間選択型」「変動金利型」の3種類があります。それぞれの仕組みやメリット、デメリット、注意点を理解し、利用者のライフプランに合った選択をしましょう。

最終回返済までの金利が決定し家計管理がしやすい

固定金利型は、返済の初回から最終回までの金利をあらかじめ決めたタイプのローンです。全期間にわたって金利が同一のものと、当初10年間など一定期間と、その後の期間が異なる2段階金利のローンがあります。

固定金利型の代表的なものに「フラット35」がありますが、一部の都市銀行でも自行ローンで取り扱っています。

適用される金利は、「10年物国債利回り」など長期金利に連動しますが、最近では各金融機関の資金調達金利によって格差が生じています。いずれも将来の金利上昇リスクを金融機関が負担するので、変動金利型のローンに比べて、金利が高く設定されています。

住宅を購入する時点で、最終回までの返済額が決まっているので、返済計画が立てやすいローンといえます。完済までの金利が決定しているということは、完済までの返済額も決定しているということです。将来の金利の動きに一喜一憂することなく、将来にわたって家計の見通しもつけやすいといえます。

また、総返済額もあらかじめ決まっているので、繰り上げ返済の計画や教育資金、老後資金準備など他の資金計画も立てやすいといえます。

固定金利型の代表は「フラット35」

固定金利型の代表的なローンは、住宅金融支援機構がバックアップしている証券化の仕組みを使った「フラット35」です。

「フラット35」の金利は、住宅金融支援機構が提示する金利〔10年物国債金利＋スプレッド（国債金利とMBS利率の差）＋機構の事業運営費相当分〕に、取り扱う金融機関が利益を含むコスト分を上乗せして設定される仕組みです。したがって、取り扱う金融機関によって適用される金利が決定されています。

現在、「明日の安心と成長のための緊急経済対策」（平成21年12月閣議決定）により、優遇金利が適用される「フラット35S（優良住宅取得支援制度）」が取り扱われています。

「フラット35S」は耐震性、耐久性・可変性、バリアフリー性、省エネルギー性などのうち、いずれか1つ以上の基準を満たせば、当初10年間の金利を1%優遇するなどの措置が適用されます。

●ポイント

固定金利型は、現在のような低金利時代に借入れすれば、長期間にわたって低金利のメリットを享受できるので、低金利下においては安心感も高くメリットは大きいといえます。

一方で、高金利時代には、金利が下降した時にそのメリットを享受できる変動金利型が向いているといえます。

住宅ローンに関する確認テスト

次の設問について、適切であれば○を、不適切なら×を付けてください。

【設問1】

通常、返済期間が同一の場合、固定金利型住宅ローンは、短期の固定金利期間選択型や変動金利型よりも当初の金利が高いため、総返済額は将来の金利動向にかかわらず必ず多くなる。

【設問2】

固定金利型住宅ローンには、金利が一律のものと、返済途中で一度金利が改定される段階金利型があり、段階金利型の改定後の金利は、借入当初からあらかじめ決定されている。

正解と解説

【設問1】正解×　固定金利型住宅ローンは、変動金利型や短期の固定金利期間選択型よりも通常は適用金利が高めとなるが、完済までの金利動向次第で、総返済額が少なくなる場合もありえる。

【設問2】正解○　固定金利型住宅ローンには、11年目以降に、借入段階で、すでに決められた金利に変更される段階金利型と呼ばれるものがあり、一部の「フラット35」などで採用されている。

（提供:財団法人住宅金融普及協会主催「住宅ローンアドバイザー養成講座」）

物を売るのが難しい時代…

日本は戦後から続く旺盛な消費欲によって経済的な発展を遂げてきましたが、そうした右肩上がりの経済成長期も終焉を迎え、今は成熟社会へと移り変わりました。

こうした社会の変化は、個人の価値観を多様化させると共に、顧客ニーズや顧客満足の変化を早めるといった現象を作り出しています。そのため、「目先の売上を確保するために、どういう広告宣伝・販売促進をするべきか」を柱とする従来型の営業スタイル（＝売り込む手段を駆使した営業）では、瞬間的に業績を上げることができたとしても顧客からの支持が得られにくくなり、長期的に見れば販売不振に陥ってしまうケースが多く見受けられるようになりました。

簡単に言えば、物を売るのが難しい時代になったのです。この問題を解決するための方策として注目されるのが、“高い接客（＝コミュニケーション）能力”と顧客ニーズを把握するための“分析力”、顧客の購買意欲を引き出すための“提案力”などの営業スキルを備えた、質の高い営業社員を1人でも多く営業の現場に送り込むことです。

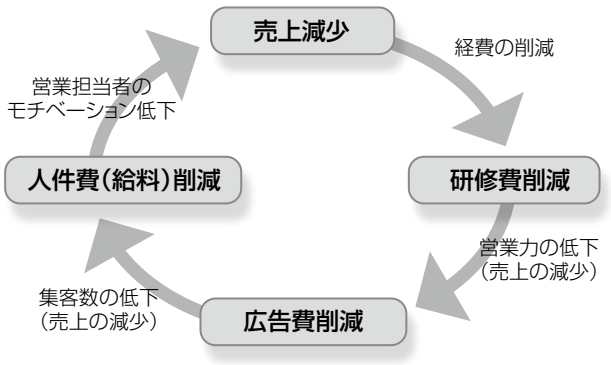
そして、これを実践するためには、元々高い営業スキルを持った社員を必要に応じて雇用するか、あるいは、現在雇用している営業社員に対する継続的な教育を行って、1人ひとりのスキルアップを図っていくことが考えられます。

不動産流通業では「人材＝人財」！

そもそも不動産業は、労働生産性（＝従業員1人当たりの付加価値額）が高いといった特徴があるため、小規模で事業を展開する中小不動産業者にとっては、従業員の育成による営業力の強化は、目を向けるべき重要な課題であり問題点であるはずです。

一方で、人を育てるには相応の費用と時間を要するため、中小不動産業者では景気後退期に入ると、研修費、広告宣伝費、人件費といった順で経費を徐々に削減することにより企業の生き残りを図るという傾向がうかがえますが、自社製品や在庫を持たない不動産流通業者にとって、営業社員（人材）はまさにその企業の商品と言っても過言ではなく、人材の育成を怠ることが、さらに「将来の業績悪化」を招くという負の連鎖に陥りやすい原因となっていることを強く認識しておくことが大切だと思います。

●不況期に繰り返される負の連鎖



成熟社会へと移行した日本。
物を売るのが難しくなった時代に、必要となるのは何でしょうか？
労働生産性の高い不動産業では、他産業以上に従業員の育成がキーポイントになります。

これからの不動産流通の実務

成熟社会で競争に勝ち残る鍵は「人財」！

CFP／1級FP技能士・宅地建物取引主任者　本鳥 有良（有限会社プランサービス代表）

不動産ビジネスにも役立つゲーム理論──②

公立大学法人 宮城大学 事業構想学部教授　田辺 信之

前回は、ゲーム理論の中でも有名な「囚人のジレンマ」について説明しました。今回は、「共有地の悲劇」と「ただ乗り」（フリーライド）を紹介していくことにします。

「共有地の悲劇」と「ただ乗り」

「共有地の悲劇」は共有地の一定の資源を取り合うときに生じます。わかりやすいのが、牧草地です。10家庭がそれぞれ50頭の羊を、共有の牧草地で飼っているとします。ここで、ある家庭がもう少し儲けたいと思い、羊を100頭に増やしたとします。この程度の増加であれば、牧草地の草は自然に再生します。

しかし、他の全員が同様のことを始めると、牧草地の草は枯渇してしまい、そもそも牧草地としての役目を果たさず、全員が悲劇に陥ってしまいます。ここで重要なのは、各家庭の「協調」です。鉱物や生物の資源枯渇問題や地球温暖化など、多くの問題がこのケースに該当します。

「ただ乗り」もよくある問題です。マンションの住民が、毎月1回、住民総出の庭の清掃日を決めている場合を想定しましょう。住民全員で掃除すれば、庭がきれいになり、皆が働きに見合った満足感を得ることができます。この満足感を5段階で表示し3としましょう。5でないのは、代償として労力を提供しているためです。

この中の一家庭が、清掃をサボったと仮定しましょう。「ただ乗り」です。サボった家庭は、何もしないのに、きれいな庭を使うことができるので、満足度は5に高まります。一方、他のまじめに働いた家庭も、一応、労働見合いの報酬（庭がきれいになる）を受けているので、満足度は3のままです。サボった家庭だけ、得をする構図です。

ところが、他の全家庭が同じようにさぼると、庭はきれいになりません。この結果、住民全員の満足度は1に低下してしまいます。一度こういう状態に陥ってしまうと、ある家庭だけ頑張って清掃し、庭をきれいにしても、提供する労力が過大になってしまうので満足感は得られないか、むしろマイナスになるでしょう。ここでは、そのときの満足度を−3とします。

これをゲーム理論でよく用いられる方式で図解すると、図表1のようになります。客観的に見れば、全家庭が協調して清掃するのが良さそうですが、そこは人間の性（さが）、自分だけはさぼりたいという人が出てきてもおかしくありません。

ところが、さぼる家庭が増えてくると、一家庭だけ頑張っても、何の満足感も得られなくなってしまいます。これを解決する手段は、他の家庭との「協調」しかありません。マンション管理のために、住民が共同で何かをしようとするときに、使える話だと思います。

「共有地の悲劇」も「ただ乗り」も、それぞれがある戦略を選択し、他方が戦略を変えないのに、自分だけが勝手に変更すると、かえって自分の状況を悪くしてしまうことがわかります。このことによって生まれる均衡状態を、ノーベル賞を受賞したジョン・ナッシュにちなんで、「ナッシュ均衡」と呼んでいます。

ナッシュによれば、それぞれが意思疎通をしようとしなかったり、できなかったりする場合（非協力ゲーム）、競争や対立の状況のすべてには、少なくとも1つのナッシュ均衡があります。問題は、ナッシュ均衡が必ずしも、ゲーム参加者全員にとって最適な戦略（パレート最適）にはならないことです。

図表2に前回の「囚人のジレンマ」を同じ形式で図解してあります。ここでも、囚人A、B双方にとってよい解決方法は、「協調」でした。こう考えてくると、競争や対立があるときは、「協調」していくことが、互いのプラスになりそうです。でも、実際にはそう簡単にはいかないという意見も多いかと思います。人はその方が得だとわからないと、なかなか協調しないからです。

そこで、次回は協調をうながすための手段について考えていくことにしましょう。ビジネスの交渉では、最も重要な要素の1つになります。

図表1●ただ乗りの構図

		他の全家庭	
		さぼる	清掃する
A氏の家庭	さぼる	A家：1 他家：1	A家：5 他家：3
	清掃する	A家：−3 他家：5	A家：3 他家：3

（注）実際には、他の全家庭のうち一部が清掃を行うことにより、庭がきれいになる場合があるので、さぼる家庭数が一定以上になると清掃が成立しなくなるかの臨界点（効果最小協調点）がある。

図表2●囚人のジレンマの構図

		囚人B	
		自白する	自白しない
囚人A	自白する	A：4年 B：4年	A：4年 B：10年
	自白しない	A：10年 B：4年	A：0年 B：0年

（注）表内の数値は刑期を示す

宅地建物取引実務の基本講座

「面接聞取り調査」では「何を」「どのように」確認するのか?

千葉 喬

Question

物件調査の第一ステップとして調査全般について契約主体である当事者でなければ知ることができない事項や、外形や資料だけではわからず当事者に確認する事項に関係する調査として「面接聞取り調査」があり、通常「現地調査」とあわせて行うこととなりますが、この初動段階において誤りがあると、その後の他の物件調査にも大きな影響を及ぼすため、「面接聞取り調査」で重要となる契約の主体(当事者)や取引対象物件(物)等について、「何を」「どのように」調査し、確認すればよいでしょうか。

Answer

1.契約の主体(当事者)等の確認

(1)売主(所有者)の本人確認

通常、所有者の確認は登記記録で調査しますが、登記記録上の名義人は必ずしも真の所有者とはいえず、また、登記識別情報(登記済証)を持っていても、必ずしも真の所有者とはいえません。そのため売主本人から直接、住所(現住所)・氏名・年齢(未成年者か否かの確認)等を聴取し、真の所有者かどうか確認します。

もし、真の所有者かどうか疑わしい場合には、固定資産税等を誰が納めているか、売主が本当に登記記録上の前所有者から所有権移転登記を受けたことに相違ないか、対象物件の周囲の人は誰を所有者として理解しているか等についても調査して総合的に判断します。

なお、当事者が制限行為能力者と知らずに契約すると取消されるおそれがありますので、注意を要します。

(2)代理人の確認

代理人の住所、氏名、代理人と所有者(委任者)の関係、代理権の種類(法定代理・任意代理)、権限の範囲および代理契約の有効期間等を委任状で確認すると同時に、必ず所有者本人に直接確認することです。

(3)相続人の確認

相続に関係した取引においては、相続により不動産の所有権等が移転している場合には、現在の所有者は相続人のうち誰であるかを確認し、被相続人の生前の売買等を相続人が登記申請する場合には、誰がその権利・義務を承継しているかを確認します。

たとえば、被相続人の親族であっても当該不動産について相続していない場合等、取引や登記申請するための権限があるか否かを確認します。登記申請する義務者は必ずしも遺産分割により財産や権利を取得した者とは限らず、それ以外の者も負うこともありますので、相続人の確定に注意することです。

(4)共有者の確認

共有物件の場合には、各共有者の住所、氏名、各共有者の関係、各共有者の持分等について確認します。

また、共有物件全体を譲渡する場合、共有者全員の合意がなされているか、各共有者に直接確認します。

(5)法人の確認

商業登記簿(登記事項証明書)や代表者証明書等の確認、権限ある者への直接確認、権限ある者のその権限(代表権)の制約の有無・範囲の確認等をします。

(6)賃借人の確認

対象物件は、売主が自己使用しているのか、他人が利用しているのか、未使用なのかを確認し、物件に対する権利関係を調査します。

他人が利用していて引渡し時になっても立退かないとなると、買主に対して信用を失うことはもちろん、売主も債務不履行で損害賠償の請求を受けることになります。賃貸借契約の有無、内容を確認したうえで占有者から立退き承諾書を取得しているか、または取得できるかを確認します。

なお、オーナーチェンジ取引(賃借人が存在する状態で引渡す取引)であれば、賃貸借契約書の有無、賃料等の契約条件等の確認のほか、賃料の滞納の有無、敷金等の預り金の有無とその金額の確認および通常はその敷金等の預り金を買主が引き継ぐことになりますので、それらの確認もしておくことです。

同居人がいる場合は、同居人から占有権を主張される場合も考えられるので注意して確認しておくことです。

個人の契約主体(当事者)の確認資料、方法および契約を締結するための注意点等については、表1を参照してください。

2.取引対象物件の確認

取引対象物件の範囲を特定することは重要な調査の1つで、特に物件の位置の確認、土地面積の確定は重要です。

土地面積等がメジャー等で測定した面積と異なる場合には、土地家屋調査士等に調査を依頼するよう売主に助言することも必要です。

土地、建物について取引対象となる範囲がどこまでかを事前に明確にしておかないと、引渡しの段階でトラブルを引起こす原因になります。また、庭木等の付帯設備も取引対象に含まれるかどうか付帯設備一覧表で確認します。

3.売主の売却理由等の確認

「面接聞取り調査」では、当事者の確認や対象物件の確認のほか、売主本人から売却理由について聞取りを行い、その理由に合理性があるかどうかを確認します。たとえば、転勤や退職で売却するのか、家族構成の変化により買換えするのか、あるいは売却代金の一部で残債務を返済し、残額については老後の生活費に充当するため売却をする等、売却理由に合理的な根拠がある場合です。

しかし、売却理由に合理的な根拠がない場合、たとえばリストラや借金等の経済的破綻によるものか、または売却物件に欠陥住宅等の重要な瑕疵が隠れている等、重要な問題が関係していることが少なくないので慎重に判断する必要があります。

表1●個人の契約主体(当事者)の確認方法等一覧

当事者	確認方法	契約上の注意点
未成年者	①戸籍謄本、住民票 ②親権者の印鑑証明書	親権者を法定代理人とする。
成年被後見人	①後見登記の登記事項証明書 ②成年後見人の印鑑証明書	成年後見人を代理人とする。
被保佐人	①後見登記の登記事項証明書 ②本人・保佐人の印鑑証明書	保佐人の同意または裁判所の許可を得る(保佐人に代理権が付与されるときもある)。
被補助人	①後見登記の登記事項証明書 ②本人・補助人の印鑑証明書	補助人の同意または裁判所の許可を得る(補助人に代理権が付与されるときもある)。
代理人	①委任状(本人の実印) ②本人の印鑑証明書	権限をはっきり表示した委任状を確認して、その範囲で契約する。本人に確認する。
相続人、相続による移転登記前の場合	①戸籍謄本・除籍謄本、改製原戸籍謄本等の全相続人が確定できる書類 ②遺産分割協議書または遺言書	①相続人全員と契約する。 ②相続による移転登記の完了をもって、それを取得した者と契約する。

特に、地中に産業廃棄物等の異物が存在する等の瑕疵の存在等については、売主はそれを告げることにより売却物件の価格が下がってしまうことをおそれて隠す場合があり、所有権移転後に瑕疵が判明したため紛争事例になることが少なくありませんので、必ず売主と面接して瑕疵の有無等について確実に聴取し、表2のような事項について売主から告知書を提出してもらい、これを購入者等に渡すことにより将来の紛争防止に役立てるために重要なことです。

表2●売主等の調査事項および告知書の作成事項

土地・建物等	調査内容
土地関係	境界確定の状況、土壌汚染調査等の状況、土壌汚染等の瑕疵の存否または可能性の有無、過去の所有者と利用状況、周辺の土地の過去および現在の利用状況
建物関係	新築時の設計図書等、増改築および修繕の履歴、石綿の使用の有無の調査の存否、耐震診断の有無、住宅性能評価等の状況、建物の瑕疵の存否または可能性の有無、過去の所有者との利用状況
その他	従前の所有者から引継いだ資料、新築・増改築等に関わった建設業者、不動産取得時に関わった不動産流通業者等

設問コーナー

次の設問について、物件調査業務の視点から適切か不適切かを解答してください。

【設問1】 売却の依頼を受ける際の「面接聞取り調査」では、依頼者である所有者の本人確認、取引対象物件の特定および売却希望価格等が重要であり、売却理由等は相談受付業務で聞取っているので、売却の意思が確認できれば再度その売却理由の根拠や、取引対象となる物件の過去の履歴等についての詳細はプライバシーの面から聞取る必要はない。

【設問2】 共有物件の売却についての共有者の確認事項としては、各共有者の住所、氏名、各共有者の関係、持分のほか、売却合意の有無を共有者全員に直接確認する必要がある。

＊ ＊ ＊ ＊ ＊ ＊ ＊ ＊ ＊ ＊ ＊ ＊ ＊

正解と解説

【設問1】 不適切。「面接聞取り調査」では本人の確認や取引対象物件の確認のほか、売主の売却理由の根拠も重要であり、合理的な根拠のほか、合理的な根拠がないと判断した場合には引渡後に紛争になることが多いので、物件の過去の履歴や隠れた瑕疵などについて十分に聞取ることが重要で、これらの事項について告知書の提出を求めておくことが望ましい。

【設問2】 適切。各共有持分の処分と異なり、共有物件の売却については共有者全員の合意がなされているか、各共有者に直接確認する。

知っておきたい! 仕事に役立つ建築基礎知識

住宅の居室の採光②

明海大学不動産学部教授　中城 康彦

3.配置図で居室の採光をチェックする

居室の採光は住戸（分譲住宅の場合:専有部分、賃貸住宅の場合:専用部分）だけではなく、共用部分も含めた住棟全体でチェックする必要があります。

図6は東側道路で、間口×奥行きが40m×40mの土地に集合住宅を計画する場合の住棟計画を示しています。このような形状の土地においては、「容積率を消化」する（なるだけ延べ面積を多くとる）ために、住棟はL字型にすることが少なくありません。共用廊下は逆T字型になります。

この建築計画において、各住戸（72㎡）の間取りを図1（前号参照）の基本的な3LDKで考えた場合、図中で濃い色で示した部屋は、窓を設けたとしても窓の向こう側に廊下、階段、エレベーター、さらには他の住戸の壁があるため、この窓からは明かりがとれません。

このように、窓の向こう側に建物の他の部分がある場合は、「採光に有効な窓」とは認められず、図1のままの平面計画では3LDKと表示できなくなります。とくに住戸5は2部屋が無採光となるため、住戸規模そのものを見直し、1LDK+納戸といったタイプとする可能性が高くなります。

住戸6は東側が道路（道路側の窓は採光が確保しやすい・表1参照）ですので、間取りを変更して別のタイプの3LDKにすることが考えられます。住戸1と住戸2は向こう側に外階段があることは住戸9と同じですが、破線で示した部屋に設ける窓から北側を見通した場合、外階段にかかって見通せない部分と見通せる部分ができます。後者の面積がその部屋の床面積の1/7以上あれば、居室として認められます。

不動産取引のトラブルを起こさないために、広告を出す場合の図面は専有部分だけの情報ではなく、共用部分や必要に応じて他の専有部分の位置を含めることが大切です。

4.断面図で居室の採光をチェックする

居室の採光をむずかしくするのは、敷地境界線、とくに隣地境界線からの距離によっても採光に有効な窓かどうかが変わることです。採光に有効な窓であるためには、一定以上、境界線からの距離が確保されなければなりません。また、建物の上端からの距離（高さ）とも関係します。境界線に近く、かつ、高い建物の下の方は、光が十分届かないためです。

表1は境界線からの距離（D）と建物上端から窓の中心までの距離（高さ）（H）との関係で採光の程度を求める算定式を示しています。算定式で求めた採光補正係数を実際の窓の大きさにかけた値が床面積の1/7以上であればその部屋は居室として認められます。

開口部が道に面する場合は、計算値が1.0未満となっても1.0とみなします。どんなに条件が悪くても実際に設置する窓の大きさそのままの窓面積が採光に有効とみなされますので、通常の広さの居室で、通常の大きさの窓をつければ、まず問題となることはありません。

一例をあげると、2m×2m=4㎡の窓があれば、28㎡（約17帖）の居室がカバーできます。したがって、道路境界線側の窓では採光の問題は基本的に発生しません。

図7は、隣地境界線から4m後退した位置に4階建ての住宅を建設する計画を示しています。用途地域は住居系、居室の床面積は21㎡（必要な採光面積:21㎡÷7=3㎡）、窓の大きさは4㎡（高さ2m×幅2m）を想定しています。

この計画にもとづき階ごとに採光に有効な窓が確保できているかチェックしたものが表2です。この結果、上から3階分の窓は適ですが、1階の窓は不適となります。居室の面積を小さくするか、もっと大きな窓を設ける必要があります。算定式の計算結果がマイナスとなり、どんな大きな窓を設けたとしても採光に有効とはみなされない場合もあります。

図6の南面住戸について同様の前提でチェックすると、6階建てまで採光が確保できます。斜線制限（この場合は隣地斜線制限で最大35m≒11階まで建築可能）と比較して相当厳しい制限内容となります。

なお、居室の採光が必要な用途は、住宅、学校、病院などです。事務所や店舗では規定がありませんので、事務室や店舗は地下でも問題ありません。採光規定は重要事項説明事項ではないのですが、3LDKか2LDK+納戸かは住宅の取引において重要で、価格にも影響がありますので、注意が必要です。

実際の取引において宅地建物取引業者が採光に有効な窓であるかどうか完全にチェックすることは困難な面もありますが、少なくとも、平面図でチェックする（前号参照）、配置図

図6　共用部分との関係で採光が問題となりそうな部屋

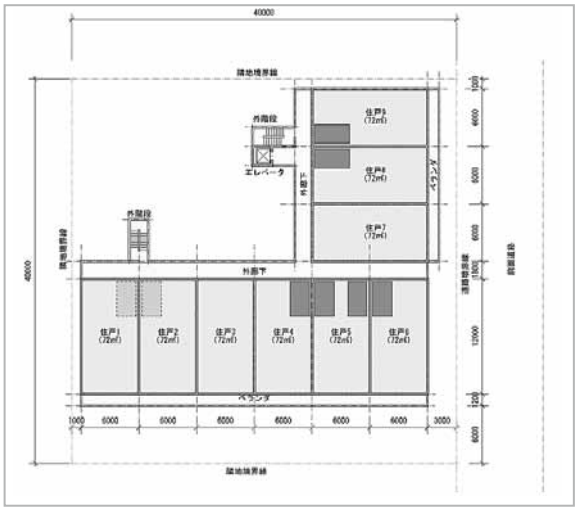


図7　採光に有効などうか断面でもチェックする

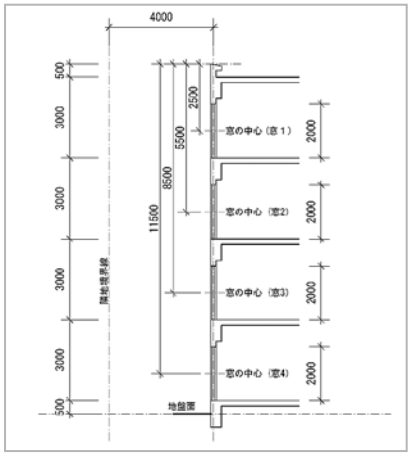


表1　採光補正係数の算定式

用途地域	算定式	算定式の例外
住居系	(D／H)×6−1.4	1)開口部が道に面する場合で、算定値が1.0未満→1.0 2)開口部が道に面しない場合で、水平距離が7m以上で、かつ算定値が1.0未満となる場合→1.0 3)開口部が道に面しない場合で、水平距離が7m未満で、かつ算定値が負となる場合→0
工業系	(D／H)×8−1	1)開口部が道に面する場合で、算定値が1.0未満→1.0 2)開口部が道に面しない場合で、水平距離が5m以上で、かつ算定値が1.0未満となる場合→1.0 3)開口部が道に面しない場合で、水平距離が5m未満で、かつ算定値が負となる場合→0
商業系	(D／H)×10−1	1)開口部が道に面する場合で、算定値が1.0未満→1.0 2)開口部が道に面しない場合で、水平距離が4m以上で、かつ算定値が1.0未満となる場合→1.0 3)開口部が道に面しない場合で、水平距離が4m未満で、かつ算定値が負となる場合→0

注)Dは境界線からの距離、Hは建物上端から窓の中心までの距離(高さ)

表2　階ごとに採光に有効かどうかをチェックする

	隣地境界線からの距離 D (m)	建物上端からの距離 H (m)	① 採光補正係数 (H／D)×6−1.4	② 窓面積 (㎡)	③=①×② 補正後の採光に有効な開口 (㎡)	必要採光面積 (㎡)	適否
窓1	4.0	2.5	8.20	4.0	32.8	3.0	○
窓2	4.0	5.5	2.96	4.0	11.8	3.0	○
窓3	4.0	8.5	1.42	4.0	5.7	3.0	○
窓4	4.0	11.5	0.69	4.0	2.8	3.0	×

[前提]①用途地域:住居系　②居室面積:21㎡(採光に有効な開口部は3㎡必要)
③実際に設置する窓の大きさ4㎡(2m×2m)

でチェックする程度の内容は理解しておく必要があります。

5.採光規定をめぐる法改正と実務での留意点

採光規定は平成12年の法律改正で改正され、実質的な緩和が行われました。

表1の計算式も以前の考え方と比較すると緩やかです。また、隣地境界線から一定以上の距離の後退がある場合、計算値の「打ち切り」を行い、計算値が1.0未満でも1.0とみなすようになりました。住居系の用途地域では7m以上後退すればこの適用があります。道路境界線側に面した窓で記述したとおり、実際に設置する窓面積をそのまま(つまり、1.0)採光に有効な面積とすることができれば、基本的に採光の問題は生じません。

現行法では住居系用途地域であっても隣地境界線から7.0m以上後退することができれば、どんな高層のマンションでも採光が問題となりません。7.0m以上後退できるような大きな敷地が相対的に有利となりました。また、超高層マンションが多く供給される理由の一つとなりました。

全宅連・全宅保証のホームページを ご利用ください

全宅連・全宅保証は、一般の方が不動産取引に関して役立つ知識等を得られるホームページを開設しています。ホームページには不動産の基礎知識や不動産取引お役立ち情報のほか、政策提言と研究報告について専用バナーを設置し、全宅連の活動状況も閲覧できます。

URL http://www.zentaku.or.jp/

知っておきたい！ 土壌汚染対策の基礎知識

土壌汚染～有害物質とその用途・基準

(社)土壌環境センター・資格制度委員会委員
中村（なかむら） 直器（なおき）

土壌環境センターは、土壌・地下水汚染に関する調査や対策について、その技術の向上や普及を目的に活動する環境省所管の社団法人で、平成8年4月に設立された団体。

1.はじめに

市街地における土壌汚染の歴史は、公害問題が深刻化した昭和30年～40年代まで遡ることができます。高度成長期に入り産業が発展すると、製造現場では新たに開発された便利な薬品を使用する機会が増えました。しかし便利さの反面、有害性やヒトへの健康影響について十分な知見がなかったこともあり、結果的に公害と呼ばれる環境汚染が引き起されました。

大気汚染や水質汚濁は工場の煙突や排水口から発生する問題がほとんどなので早くから法整備や対策が進みましたが、地中に浸透した有害物質は分解しづらく蓄積性の汚染となります。それが再開発等で土壌汚染として顕在化して現在に至るまで問題となっているのです。

2.土壌汚染の対象となる有害物質

土壌汚染となる有害物質とその用途について表にまとめました。有害物質のうち、ベンゼンなどの揮発性有機化合物には発がん性が確認されています。また重金属は一般に体内で蓄積しやすく、例えばカドミウムは「イタイイタイ病」の原因物質です。また農薬の中には内臓への悪影響や発がん性のあるものがあります。

表の第一種～第三種の特定有害物質が土壌汚染対策法の対象です。ダイオキシン類は「ダイオキシン類対策特別措置法」という別の法律があり、それぞれ有害性を判断する「基準」が設定されています。

油類を含有する土壌の法規制はありませんが、「油臭・油膜」に代表される生活環境への実害影響があるために不動産においては瑕疵として扱われており、環境省より対策のためのガイドラインが出されています。

3.基準の考え方

ヒトへの有害性を判断する基準は図のような考え方で規定されています。

①有害物質が地下水に溶けその水を飲むときのリスク
②有害物質が皮膚や経口より直接摂取するリスク

発がん性等の違いで詳細は異なりますが、ヒトが一生涯（70年程度）、その水を飲み続けた場合、あるいはその土地に居住し続けた場合に暴露を受ける可能性を考慮して規定されています。

●ヒトへの有害性を判断する基準値の考え方

※有害物質各項目の汚染状態に関する基準値は、下記サイトのガイドライン（暫定版）第1章6ページを参照してください。
http://www.gepc.or.jp/guideline-s/

●土壌汚染となる有害物質とその用途

種類	有害物質	主な用途など
揮発性有機化合物（第一種特定有害物質）	ベンゼン、トリクロロエチレンなど計11項目	脱脂溶剤、冷媒、洗浄剤、ドライクリーニングほか
重金属等（第二種特定有害物質）	鉛、カドミウム、水銀など計9項目	電池、合金、安定剤、防錆剤、半導体、顔料ほか
農薬等（第三種特定有害物質）	PCB、有機りんなど計5項目	除草剤、殺菌剤、電気絶縁材
その他	ダイオキシン類	焼却等で非意図的に生成
	油類、放射性物質、病原性微生物	

連載 VOL4 提言 宅建業への

消費者行動の変化の理解と今後の不動産仲介業に求められる役割の考察①

消費者の情報収集行動の変化と期待される仲介会社像

リクルート住宅総研 所長
矢部 智仁

インターネットを使った情報検索や商品サービス購入が一般的になり、昨今では消費者の利用習熟度も向上してきた。不動産購入の場面においてもインターネットサイトによる情報収集経験者が増加している。こうした“主体的な情報収集態度”をもつ消費者の登場は、不動産購入検討者と不動産会社の関係にどんな影響を与えたか。「消費者行動の変化と今後の不動産仲介業に求められる役割の考察」について、連載の第1回目では消費者と不動産会社の関係の変化について述べる。

不動産購入検討過程での行動と情報収集源

中古住宅を購入検討中または購入済の消費者に、検討段階に行った行動と、その行動を進める際に利用した主な情報源は何かについて調査をした。

その結果、行動目的によって情報収集源に差があることが明らかになった。購入可能額の把握、物件や不動産会社選びのチェックポイントや希望地域の相場把握、住宅選びの重視条件の順位づけ、できるだけ多くの情報を集めるなど、購入の制約条件の理解、知識ノウハウの習得、多様な情報の収集を目的とする行動では「ネット媒体」が主な情報源であった。一方（選択した）物件の価格妥当性や建物評価、あるいは現地見学への同席など情報の取捨選択や周辺情報の収集、自身の判断の妥当性の評価を目的とする行動では「営業マン」が主な情報源であった。

つまり購入検討過程において「調べたり集めたりする行動」は消費者自身がネットを使って行い、後に「その情報を確かめる行動」においては営業マンを情報源として利用しているという状況が浮かんでくる。

購入検討者の不動産仲介会社への依存度

ネット以前の常識では、未知の情報の発見と提供は仲介業の大きな介在価値であった。しかし、上記のように調べ集める行動主体が業者から消費者に移ったとき、消費者は仲介会社にどんな付き合い方を求めるのか。

調査結果によれば、(1)高い専門性を期待する、(2)パートナー的存在として付き合う、(3)全面的に依存する、との3つの態度の合計回答率が83.5%となった。つまり程度に差こそあれ基本的には「仲介会社を必要とする」ということである。

まとめ

消費者の情報収集目的と情報源の特徴から仲介業への今後の期待を考えると、新鮮な独自情報の提供より、消費者自身の選択にプロとしての確認を提供するということが競争優位になる方向性が見えてくる。このような方向性に如何に応えてゆくかは今後の仲介業における重要な施策となるであろう。

資料●中古住宅購入の検討にあたり行った行為と情報収集源

	希望条件の設定	制約条件の理解	制約条件の理解	知識・ノウハウの習得	知識・ノウハウの習得	知識・ノウハウの習得	知識・ノウハウの習得	知識・ノウハウの習得	知識・ノウハウの習得	知識・ノウハウの習得	知識・ノウハウの習得	情報の取捨選択	情報の取捨選択	情報の取捨選択	情報の取捨選択	情報の取捨選択	情報の取捨選択	情報の取捨選択	情報の取捨選択	情報の取捨選択	情報の取捨選択	情報の取捨選択	情報の取捨選択	情報の取捨選択	取引
	自分および家族の暮らしや住宅の希望を十分に認識すること	自分および家族の経済力でいくらくらいの家を購入するのが妥当かを知ること	自分の借入限度額や支払限度額を知ること	住宅を契約するまでに必要な行動や段取りを知ること	物件選びのチェックポイントや優先順位の付け方を知ること	信頼できる不動産会社の選び方、チェックポイントを知ること	希望エリアの住宅価格や家賃の相場を知ること	金利や税制の動向を知ること	住宅ローンの種類や特徴を知ること	諸費用の種類や特徴を知ること	不動産取引の商習慣や契約の手順を知ること	住宅選びの重視条件を設定して、その優先順位をつけること	検討の過程で新しい視点を得て、重視条件を変更すること	できる限り数多くの物件情報を集めること	新鮮な（手垢のついていない）物件情報を集めること	一物件の詳細な情報（間取りや写真など）を集めること	希望エリアの利便性などのエリア情報を集めること	近所の評判を知ること	学区の評判を知ること	住宅ローンなど金融商品の情報を集めること	候補になっている物件を直接見に行くこと	候補になっている物件の価格が妥当かどうか評価すること	候補になっている物件の優れている点や劣っている点を適正に評価すること	候補になっている物件の検査（インスペクション）をして安全性・信頼性を評価すること	候補になっている物件のお墨付きを得ること	リフォームの計画を行うこと	安全に取引（契約書の作成、重要事項説明書の作成・確認・立会い・引き渡し）を遂行すること
調査数(n=)	960	1073	704	503	361	246	620	452	595	517	261	363	165	455	151	362	389	238	150	319	804	459	324	132	52	219	496
紙媒体(%)	64.6	22.9	14.8	23.1	31.6	25.2	40.8	23.7	22.7	18.8	14.6	25.3	24.8	49.2	26.5	32.0	25.2	10.5	10.7	18.2	20.5	24.6	13.6	7.6	11.5	11.0	7.9
インターネット媒体(%)	38.2	36.3	33.1	46.3	50.4	48.0	61.1	47.6	49.2	47.2	42.9	42.1	40.0	68.8	47.0	59.1	52.2	26.9	29.3	55.2	25.1	43.1	25.6	29.5	26.9	21.0	22.6
営業担当者(%)	17.5	26.4	34.4	41.7	20.8	24.0	30.2	26.8	32.4	44.5	48.7	22.9	33.9	37.6	47.0	46.1	29.6	31.1	25.3	27.6	60.6	38.6	43.2	43.9	40.4	38.4	64.1
該当なし(%)	33.2	28.9	29.4	8.2	21.3	15.9	3.4	16.8	13.9	9.1	11.1	29.5	26.1	2.6	6.0	3.9	13.6	24.4	20.7	14.4	9.3	18.5	28.4	22.7	21.2	26.0	13.7
行為の特徴	探す、調べる																				確かめる						

調査概要はリクルート住宅総研ホームページを参照　http://www.jresearch.net/house/jresearch/chukai/index.html

実務に即応! 裁判例を分析

弁護士 佐藤 貴美

建物賃貸借契約で、契約成立直前に借主予定者に一方的にキャンセルされ貸主予定者の損害賠償請求を認めた事例

賃貸借契約は、民法上は口頭での合意によっても成立する。キャンセルがあった場合、損害賠償請求は可能だが、損害賠償の範囲は信頼利益に限られ、履行利益は認められない。宅建業者の媒介報酬についても請求権は発生しない。

■裁判例の概要

借主予定者が、目的物件を特定して建物賃貸借契約の申込みをしました。その後、契約締結に向けての合意書を作成し、契約の始期を当初予定日よりも1ヵ月先送りしたり、貸主予定者が費用を負担してセキュリティ扉を設置するなどの対応をしたり、本件建物に係る賃貸借契約の賃料・共益費、契約期間、保証金額等についての具体的提案を行うなど、当事者間の賃貸借契約成立に向けての交渉等の期間が5ヵ月余りに及んでいました。

またその間、貸主予定者は、すでに目的物件を借主募集対象からはずす社内手続きをとっており、借主予定者もそのことを承知していたところです。

ところが、契約締結直前になって、借主予定者側が突然、賃貸借契約の締結を拒絶したことから、貸主予定者が、借主予定者に対し、損害賠償を請求した事案です。

裁判所は、

①貸主予定者が借主予定者の要請に従い、セキュリティ扉の設置などを対応することなどを内容とする合意書が作成されて以降は、貸主予定者側において、目的物件に係る賃貸借契約が成立することについて強い期待を抱いたことには相当の理由があるというべきであること

②貸主予定者が目的物件を借主募集対象からはずしていたのは、借主予定者のそれまでの行為と交渉経過にかんがみ、目的物件に係る賃貸借契約が成立すると期待し、借主予定者への賃貸目的物の引渡しを円滑にするためであったということができるが、この期待は無理からぬものということができること

などからすれば、借主予定者としては、信義則上、貸主予定者のこの期待を故なく侵害することがないように行動する義務があるというべきであるとしました。

そして、借主予定者は結局、賃貸借契約を締結せず、これを締結しなかったことについて正当な理由をうかがい知る証拠はないとして、借主予定者には契約準備段階における信義則上の注意義務違反があると判断し、貸主予定者からの損害賠償請求を認めました。

（東京高裁・平成20年1月31日判決）

1 契約のキャンセルと損害賠償責任

建物賃貸借契約においては、契約締結交渉が進み、あと一歩で契約成立という直前になって当事者の一方から契約をキャンセルするという申し出がなされる場合があります。

一般に契約関係が成立した後であれば、そのキャンセルは、契約の一方的な解除・解約と評価されますので、当該解除・解約を正当とみなせるだけの特段の事情がなければ、契約違反・債務不履行となり、民法415条の規定に基づき損害賠償を請求することができます。

しかし、契約が成立していなければ、契約直前の一方的なキャンセルに対し、一切法的責任は発生しないのでしょうか。

2 契約の成立とは

賃貸借契約は、民法上、口頭での合意によっても成立します（民法601条。条文では、契約の方式については何ら言及されていませんので、口頭の合意でも可能ということになります）。

したがって、仮に契約書が作成されていなくても、目的物件が特定され、賃貸借契約の基本的条件である賃料や契約期間などが決まっていれば契約が成立し、それ以降のキャンセルは契約上の義務違反として対応できるということになります。

ただし、現在、建物賃貸借契約においては通常契約書が作成され、契約書なしで行われるのは当事者間に特別な関係がある場合などに限られること、とりわけ宅建業者が仲介する場

合には宅建業法37条書面として賃貸借契約書が取り交わされることが一般的であることなどからすれば、特段の事情がない限り、なかなかこのような主張は認められがたいといえます。

本件でも貸主予定者側から同様の主張がなされていましたが、裁判所は、本件では合意書が取り交わされていますが、その内容はあくまでも契約締結に向けての取り決めであり、その合意の存在をもって契約成立とすることはできず、その合意書をもって契約書と見ることもできないとして、あくまでも借主予定者のキャンセルは、契約締結に至る前の交渉過程のものであると判断しているところです。

3　信義則上の義務違反

しかし、賃貸借契約がいまだ成立していなくても、一定の場合には、「契約締結上の過失」として、契約を破棄した一方当事者が、他方に対し、信義則上の損害賠償責任を負う場合があります。

これは、契約締結交渉が相当に進み、当事者間で契約成立に向けての強い期待が生じ、それが客観的にも相当と言えるような場合であれば、契約当事者の一方は相手方に対し、信義則上、「その期待を故なく侵害することがないように行動する義務」が生じ、当該義務に違反した場合には、「信義則上の注意義務に違反した」として、損害賠償責任が発生するというものです。

本件では、貸主予定者は、借主予定者の要請に基づき、合意書を作成し、契約開始時期を延期し、一定の設備を準備するなどの対応を採っていました。また、当事者間で契約条件につき交渉を重ね、それが通常の交渉期間を超えていました（裁判所は、通常の交渉期間は2～4ヵ月であるとし、本件ではそれを超える5ヵ月となっていると認定しています）。

これらの事情にかんがみれば、貸主予定者が借主予定者との間で契約成立に至ると期待することは相当の理由があるとし、借主予定者は当該期待を、ゆえなく侵害することのないように行動すべき義務があるにもかかわらず、正当な理由なく契約を締結しなかったことから、契約準備段階における信義則上の注意義務違反により損害賠償責任が生じるとしたところです。

そして、このような考え方は、貸主予定者からのキャンセルの場合も、借主予定者からのキャンセルの場合も等しく適用され、契約が締結されることを信頼することによって生じた損害が、賠償の対象となります。

貸主予定者側のキャンセルの場合には、借主予定者側が引っ越し等の準備に要した費用などが損害と考えられますし、借主予定者側のキャンセルの場合には、借主予定者からの要望により設置された設備等の費用などが損害として考えられます。キャンセルによって次の借主を募集する必要が生じ、それによって生じた空室期間の賃料相当額も、理屈上は損害と評価することも可能でしょう。

ただし、契約が成立し履行されたことを前提に計算される利益（例えば契約期間分の賃料相当額など）を損害とすることはできません。信義則上の注意義務違反に伴う損害賠償の範囲は、信頼利益（契約の成立を信頼することによって生じた費用）に限られ、履行利益（契約が履行されることによって生じうる利益）ではないと考えられているためです。

4　実務上の留意点

依頼者において、契約締結手続きが進んだ段階でのキャンセルの要請がある場合には、正当な理由があるか否かを慎重に検討して対応すること、正当な理由がない場合には、具体事情によっては一定の損害賠償義務が生じることを助言することになりましょう。

なお、上記「3　信義則上の義務違反」のような、契約締結前であっても一定の法的関係が生じ、その破棄によって一定の金銭給付義務が生じうるという問題は、あくまでも賃貸借契約当事者との間の損害賠償の問題です。

宅建業者の媒介報酬については、契約が成立していない以上、報酬請求権は発生しない点に注意してください。また、宅建業者の仲介の場合には、37条書面との関係で、上記「2 契約の成立とは」で記したように、口頭の合意によって契約が成立する（よって報酬請求権が発生する）とすることも困難であるといえましょう（表参照）。

●契約成立前後の一方的なキャンセルと損害賠償

契約に至る段階	契約当事者	宅建業者の媒介報酬
契約締結準備段階でのキャンセル	契約成立に向けての期待が生じている以降であれば、信義則上の損害賠償請求が可能。	請求権なし。
（口頭での合意後のキャンセル）	同上。 契約が成立していると評価できる特段の事情がある場合には、契約上の義務違反に伴う損害賠償請求もありうる。	請求権なし。 （ただし重要事項説明および別に37条書面がある場合に限り、報酬請求権は発生すると解する余地はある。）
契約書作成･署名捺印後のキャンセル	契約上の義務違反に伴う損害賠償請求ができる。	請求権発生。

TAXES 仕事に役立つ税務相談 119 番

東京シティ税理士事務所　税理士　坂本 晴良

生前贈与・相続時精算課税制度の活用方法

Q　私はアパート経営をし、家賃収入が蓄積されてきています。将来の相続税対策として考えられる方法はありますか?

相続時における納税資金確保の観点から、不動産の相続税評価額の特徴を利用して相続時精算課税制度を活用することが考えられます。

1　相続時精算課税制度

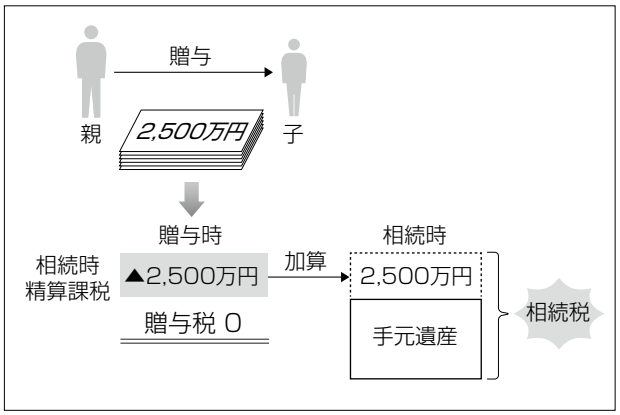
相続時精算課税制度とは、生前に相続人予定者に2,500万円まで無税で贈与し、相続時にその贈与財産を相続財産に加算して相続税を計算し、贈与時の贈与税がある場合には、その贈与税を控除して相続税を納税するという制度です(図参照)。

2　相続時精算課税制度の活用例

相続時精算課税制度では現金の贈与をしても相続税の減額にはなりません。贈与した現金がそのまま相続時に相続財産に取り込まれてしまうからです。一方、アパートなど収益物件を相続時精算課税制度で贈与した場合には、子が収益物件を贈与されることにより、家賃収入を得てこれを蓄えることができます。親が収益物件を贈与しなければ、親が家賃収入を得ることになり継続的に相続財産が蓄積されていきます。蓄積予定の財産を、前もって分散させて相続税対策を図ります。

収益物件の贈与につき、以下の前提をもとに「(1)建物の贈与」と「(2)敷金の取扱い」に分けて説明します。

●相続時精算課税制度の仕組み



【前提】●建物(アパート):時価 3,000万円
固定資産税評価額 2,000万円
●アパートに係る敷金:100万円

(1)建物の贈与

[説明の簡略化のため下記(2)は考慮していません]
「①アパートの購入資金3,000万円を現金で贈与したとき」と「②アパートそのものを贈与したとき」で、税額の比較をすると次のようになります。

①アパートの購入資金3,000万円を現金で贈与した場合

相続時精算課税制度では、贈与財産(この場合は現金3,000万円)から非課税枠である2,500万円を控除した額に対して、一律20%の税率を乗じた額が贈与税額となります。

●贈与税額:(3,000万円−2,500万円)×20%=100万円

②アパートそのものを贈与した場合

アパートの相続税評価額1,400万円[固定資産税評価額から借家権割合(全国一律30%)相当額を控除した額]で贈与されたことになります。した がって、2,500万円を下回るため贈与税はかかりません。

●アパートの相続税評価額:2,000万円×(1-0.3)=1,400万円

また、相続時に加算される財産額も現金で贈与した場合よりもアパートそのものを贈与したほうが低額となります(なお、建物贈与時に別途、登記費用および不動産取得税が生じます)。

(2)敷金の取扱い

アパート賃貸の際に賃借人から受入れる敷金は、賃貸借契約終了後に賃借人に返済する義務があります。アパートを贈与することは、所有権ではなく敷金の将来の返済義務も贈与者から受贈者に移転することになるので、そのまま贈与すると負担付贈与に該当します。**負担付贈与に該当すると、財産を時価で贈与したものとみなされてしまいます。**

(1)②の例において負担付贈与となった場合には、3,000万円(建物時価)から100万円(敷金)を控除した額である2,900万円が贈与税の課税価額となります。したがって、2,900万円から2,500万円を控除した額に対して20%の税率を乗じた額が贈与税額(80万円)となります。

●贈与税額:{(3,000万円−100万円)−2,500万円}×20%=80万円

この負担付贈与を回避するためには、収益物件贈与時に、返還すべき敷金相当額を現金で贈与する必要があります。この場合、建物と現金100万円は贈与として、敷金100万円は債務として、子供に引き継がれます。

(1)②の例において敷金相当額である100万円を現金で贈与した場合には、アパートは(1)②と同様に相続税評価額1,400万円で贈与されたことになり、贈与財産である現金100万円と債務である敷金100万円は相殺されます。贈与財産の価額は1,400万円となり2,500万円を下回るため贈与税はかかりません。

新連載 vol.1

実務に役立つ リフォーム基礎知識

一級建築士　西田 恭子
（三井のリフォーム 住生活研究所 所長）

若者の考える中古住宅への思いって?

中古物件に魅力を感じる若者達

中古住宅にターゲットを絞って、マイホームを探す層が広がっています。不動産を購入するには、まず自分が「住みたい!」と思う物件であることがポイントです。「何よりも好きな場所で、思いのままのデザインで暮らす」、そんな流れの中でリフォーム前提の中古住宅を選択する、物件選びが始まってきました。

先日も、私のところに訪れられた若い夫婦は「新築物件は見れば見るほど暮らし方が決まっていて、自分で変えていける気がしない」と語られ、中古物件を買ってリフォームした場合の可能性を教えてほしいと言われました。

購入ポイントについても、「立地」「資産の形成」「豊かな暮らし」と明確に位置づけられ、「面積」が大きいばかりがいいとは考えておられないようでした。また、物件購入を一生の買い物とは考えず、通勤の利便性が優先の時期、子育て援助で実家の近くに住む、あるいはお受験期などと変化に合わせて移り住もうと思い、特別、新築である必要はないが、いざというときに売却できることが大事だと考えておられました。

いくらでどこまで?の目安として定価制を利用

早速、中古購入してのリフォーム事例を紹介しましたが、そのポイントは2つあります。夢ある間取りの変更の可能性と、いくらでどこまでできるか、です。

「いくらでどこまで?」に関しては、リフォーム各社は定価制商品を打ち出し、面積による平米単価がわかりやすく出せる仕組みとなってきています。特にマンションのスケルトンリフォーム（新築同様の全面改装）はわかりやすいといえます。

ネット社会で生きる賢い若者達は、図のような参考価格をもとに、面積でおおよその金額の見当を付け、パソコン上で内容確認をし、そして、さらに夢の導入へのプラスアルファの金額を模索します。自分らしさを出すのに、いくらかけるのかが問題です。

デザインリフォームの部分については個別性が高く、金額もばらばらですが、事例をひも解くことで感触をつかみ始めることができます。標準以外から選ぶ設備の幅は驚くほど広く、建具と収納もどう作り上げるかで金額差が大きくなります。逆に捉えれば、外壁の色や壁のビニールクロスを数あるどの色から選ぼうと、金額に響かずイメージをつくりあげることができます。

今後ますます増える「中古物件×リフォーム」検討者

まだまだ新築希望者は多いようですが、日本的な新築崇拝思考はどこまで現実的でしょうか?　中古物件でも間取りやデザインが自由に選べて新しく気持ちがいいことが多数あります。家を所有することイコール新築注文住宅とは限りません。実際は建売住宅や企画住宅も多く、マンションも新築時ではフリープラン可能物件はほとんどないといっていいでしょう。

前述の若い夫婦は、68㎡の都心部の住宅地に立つ中古住宅を買い、自分流にリフォームして暮らし始めました。この方は首都圏での話でしたが、鹿児島でも先日、30代の若者が、築35年のマンションを購入し、700万円かけてリフォームされました。

家を一生に一度の買い物と思わなくなった若者達には、わが家の暮らしにフィットした住宅を手に入れる、その選択肢に「中古物件×リフォーム」が大きくクローズアップされてきています。

●リフォームの参考価格の例

戸建定価制 わ・が・家・一・新
〈一棟まるまるリフォーム〉
30坪の場合　861万円～
（諸経費・税込み）

マンション定価制 わ・が・家・一・新
〈スケルトンリフォーム〉
70坪の場合　748.65万円～
（諸経費・税込み）

不動産WEBマガジン編集者　斉藤 裕加（ゆか）

IT活用のヒント

今回のポイント
- 広告表現は具体的に、煽らず、ターゲットを絞って。
- デメリットも隠さない。表現の仕方でカバー。
- 物件そのもののみでなく、お客様の生活全体に役立つ情報を提供しよう。

物件情報を、もっと魅力的にする方法

物件情報の更新は、不動産会社のお仕事の中で、かなり重要度の高いものです。膨大な物件情報をさばきつつも、物件を魅力的に見せるにはどうすればいいのか…頭を悩ませていらっしゃる方も多いのではないでしょうか。

今回は、物件情報作成のコツをご紹介します。

「アンチ広告」な時代

昨今「モノ余りの時代」と言われて久しいです。それに伴い、反響の取れる広告の形も変わってきました。かつては、商品の美点をうたい、ある意味お客様を「煽る」ことでも、反響が取れていました。しかし今、お客様は圧倒的に多くの選択肢を持ち、さらにインターネットの普及により、知識量も以前とは比較にならないほど増えています。お客様にとって重要なのは、「自分のニーズに合った商品なのか」「嘘をついていないか（誇大広告ではないか）」といった点です。

変化する顧客ニーズに合わせ、広告の一つである物件情報も、変わる必要があります。具体的には、まず、曖昧な表現をしないことです。「広々リビング」ではなく、「○㎡の広々リビング」、「日当たり良好」ではなく、「午前中は家全体に日が当たります」など、数値化・具体化しましょう。

次に、「!」マークの多用や、「残りわずか」「今すぐお問い合わせください」など、お客様を煽るような言葉は、入れないようにしましょう。

また、特に根拠のない「おすすめ物件」情報も、お客様にとっては価値が低いです。広さや家賃・設備が「学生さんにおすすめ」「新婚さんにおすすめ」「ファミリーにおすすめ」など、どういう理由で誰におすすめなのかまで考えると、お客様にとって有益な情報となります。

デメリットは言い換えてみる

また、情報を包み隠さず公開することも重要です。どうしても、きれいな写真や物件の長所だけを掲載したくなるものですが、前述した通り、お客様は「嘘をついていないか」ということを非常に気にしています。そこで、あえて物件のデメリットも開示することで、お客様の信頼を得ることができます。

そうは言っても、物件のデメリットばかり並べ立てるわけにもいきません。そんな時は、「デメリットを言い換える」ことをおすすめしています。例えば日当たりが悪い物件であれば「夜勤の人におすすめ」、旗竿地であれば「花壇が作れる」「家庭菜園に」、奥まった立地であれば「秘密基地」「都会の隠れ家」など。条件そのものは変えられませんが、表現の仕方によって、第一印象は変えることができます。ぜひいろいろ考えて、工夫してみてください。

書くことがない! そんな時は

ただ、どれだけ考えても、特徴のない物件というものもあります。もしくは、時間がなくて写真を撮りに行けず、物件に関する情報がほとんどない…という場合も、困ってしまいます。

あまりにも書くことがない場合、私はまず、方角について言及します。南向きは、何も言わずとも長所ですね。しかし、その他の方角でも、場合によってはメリットになるんです。例えば、こんな風に。

東向き…朝日と共に目覚める部屋
西向き…きれいな夕陽が楽しめます
北向き…家具が焼けません。本やグッズをコレクションしている人に向いています。

それでも足りない場合は、路線や電車について言及します。「終電が○時と、遅いので便利」「JRと地下鉄両方使えるので、安心」「意外と乗り換えが便利。○○方面へ通勤・通学される方は、特におすすめ」など、物件そのもののみでなく、お客様の生活全体に役立つような情報を提供するように努めます。

こうすることで、物件情報自体を充実させるだけでなく、「地域のことをよく知っている会社」だと思ってもらえれば、来店率アップにも貢献することにもつながります。

住宅地の地盤と重要事項説明[その1]

吉野不動産実務研究所代表・不動産鑑定士 吉野 伸

不動産の取引で、物件調査とその説明は難しいことがたくさんあります。
特に専門家の領域とされているものも多く、例えば、土地については地盤に関すること、
建物については石綿に関することがあります。
このようなことは、売主の側において、できるだけ調査をしてその結果やこれに関する情報を、
媒介する宅地建物取引業者(=宅建業者)は重要事項として告知してもらう
ことでしょうが、売主(特に、更地の売主)も知らないこともあります。
しかし、宅建業者の調査にも限界があるのは当然でしょう。
本稿では、専門家でない宅建業者が売主からの告知以外にどのような方法で
調査可能かを述べてみます。
もちろん、ここに述べることが地盤調査のすべてではありません。
むしろ、手がかりとして使っていただきたいと思います。

※本稿の作成にあたっては、大槻登清也一級建築士のご協力をいただきました。

I 地盤の強弱について

地盤に関する本は、書店で何種類かのものを見かけます。また、インターネットでもいろいろなホームページで解説をしています。地盤に関する調査方法もいろいろありますが、不動産取引にとって決定的に役立つようなものは見つかりません。専門家に有料で依頼するのが確実ですが、すべての取引でそうすることもできないようです。

地盤に関する紛争にもいろいろなケースがあるようですが、結局、地盤の「強弱」ということが焦点になっているようです。一口に強弱といっても、敷地にどんな建物を建てるかによっても違いがあり、強弱は不動産の取引にとっては相対的な判断になりそうです。

地盤にも地質と層によっても強度が異なるようで、さらに異なる層がどのような重なり具合か、層ごとの厚さにも関係するようです。

地盤に関することは、こうした難しいことが多いのですが、現実問題として地盤が軟弱なため、建物が傾いたり変形して大問題になったりすることがあります。

例えば、次のような原因が挙げられます。

- 盛土の部分が自然に下がったり、建物の重さにより不同沈下が起こったりする
- 地盤工事の不完全さによる杭の圧縮
- 隣地の土工事による沈下
- 自然災害によるもの

宅地の売買の媒介をする宅建業者としては、地盤についてどこまで調べなければならないかということについてガイドラインが示されていません。そのため、あとで隠れた瑕疵として地盤問題に巻き込まれることもあります。

土木の専門家でない宅建業者にとっては、地盤を調べるといっても、地元精通者に聞いてみる、あるいは旧地名でヒントを得るなどというのが実際のところではないかと思います。

ここでは、地盤の強弱について決定的な方法を探るのではなくて、現在の取引の実情から、できる範囲で強弱のヒントを探る方法を考えてみることにします。

したがって、地盤に関することについて専門家の意見を徴する方法のほかに、古い地図でどのような土地利用がなされていたか、自然のままの状態ではどのようになっていたかを調べる方法を提案してみます。

地盤には問題ないと思っても地下に防空壕があったり、突然温泉が湧き出したりすることもあります。

これから述べる調査方法も、絶対的なものではないことをあらかじめお断りしておきます。心配がありそうなときは、やはり売主(所有者)と相談のうえ、売主等に専門家に有料にて調査をしてもらうことを勧めることが重要事項の説明では確実であることはもちろんです。

Ⅱ 宅建業法の規定

宅地建物取引業法では、重要事項に関し、次の条文が規定されています。

（重要事項の説明等）

第35条　宅地建物取引業者は、宅地若しくは建物の売買、交換若しくは代理を依頼した者又は宅地建物取引業者が行う媒介に係る売買、交換若しくは貸借の各当事者（以下「宅地建物取引業者の相手方等」という。）に対して、その者が取得し、又は借りようとしている宅地又は建物に関し、その売買、交換又は貸借の契約が成立するまでの間に、取引主任者をして、少なくとも次に掲げる事項について、これらの事項を記載した書面（第5号において図面を必要とするときは、図面）を交付して説明をさせなければならない。

（第1号～第12号 省略）

13　当該宅地又は建物の瑕疵を担保すべき責任の履行に関し保証保険契約の締結その他の措置で国土交通省令・内閣府令で定めるものを講ずるかどうか、及びその措置を講ずる場合におけるその措置の概要

（以下、省略）

（業務に関する禁止事項）

第47条　宅地建物取引業者は、その業務に関して、宅地建物取引業者の相手方等に対し、次に掲げる行為をしてはならない。

1 宅地若しくは建物の売買、交換若しくは賃借の契約の締結について勧誘をするに際し、又はその契約の申込みの撤回若しくは解除若しくは宅地建物取引業に関する取引により生じた債権の行使を妨げるため、次のいずれかに該当する事項について、故意に事実を告げず、又は不実のことを告げる行為

（イ～ハ 省略）

ニ　イからハまでに掲げるもののほか、宅地若しくは建物の所在、規模、形質、現在若しくは将来の利用の制限、環境、交通等の利便、代金、借賃等の対価の額若しくは支払方法その他の取引条件又は当該宅地建物取引業者若しくは取引の関係者の資力若しくは信用に関する事項であつて、宅地建物取引業者の相手方等の判断に重要な影響を及ぼすこととなるもの

（以下、省略）

地盤の良否は、目で見ただけでは分からず、工事をする段階のとき、または建築後になって地盤が軟弱であることが分かり、そのため買主が損害を被ったとなると、それはいわゆる「隠れた瑕疵」に該当することになるでしょう。売買契約のとき特約がなければ、民法の規定に基づいて売主は責任を負わなければなりません。そのとき、売買契約に先立って説明される重要事項に関する調査、書面そして説明について問題にされることがあります。

つまり、売買の媒介をした宅建業者はどこまで調査の義務を負わなければならないかということです。現在、これに関する基準は、法の規定はもちろん、決定的な解釈・運用は見当たらないようです。

しかし、トラブルに巻き込まれることはあり得ることですから、できる限りの調査はしておかなければならないといえます。

参考として、民法の規定を抜粋します。

（参照）民法

（地上権等がある場合等における売主の担保責任）

第566条　売買の目的物が地上権、永小作権、地役権、留置権又は質権の目的である場合において、買主がこれを知らず、かつ、そのために契約をした目的を達することができないときは、買主は、契約の解除をすることができる。この場合において、契約の解除をすることができないときは、損害賠償の請求のみをすることができる。

2　前項の規定は、売買の目的である不動産のために存すると称した地役権が存しなかった場合及びその不動産について登記をした賃貸借があった場合について準用する。

3　前2項の場合において、契約の解除又は損害賠償の請求は、買主が事実を知った時から1年以内にしなければならない。

（売主の瑕疵担保責任）

第570条　売買の目的物に隠れた瑕疵があったときは、第566条の規定を準用する。ただし、強制競売の場合は、この限りでない。

Ⅲ 専門家への依頼

普通、住宅地の地盤調査を専門家（会社）に依頼すると、標準貫入試験、スウェーデン式サウンディング試験によって調べます。

（1）標準貫入試験

標準貫入試験によって求められる数値はN値といい、重さ63.5kgのハンマーを75cmの高さから自由落下させ、先端に

取り付けたサンプラーを地面に30cm貫入するのに必要な打撃回数をいいます。

(2) スウェーデン式サウンディング試験

①2階建て住宅程度の地盤調査

スウェーデン式サウンディング試験が多く用いられています。標準貫入試験に比べ、安価（測定値4箇所程度で5万円～10万円程度）で場所も取りません。

ロッドの先端にスクリューを取り付け、円筒型の錘（おもり）を1枚ずつ載せるごとにロッドの沈み込みを観察し、記録します。100kgまで錘を載せていき、それでも沈み込みがない場合は、ハンドルを回転させ、25cm貫入させるのに何回転させたかを記録します[180°（半回転）を1回とカウントします]。

②換算N値

スウェーデン式サウンディング試験によって求められた数値を、N値に準じた「換算N値」に算定します。

●換算式　粘性土の場合 0.03Wsw+0.05Nsw
　　砂質土の場合 0.02Wsw+0.067Nsw
Wsw:荷重（錘の重さ）
Nsw:1mあたりの半回転数（半回転を4倍した計算値）。ハンドルを回転させず、錘の自重のみで貫入する場合は0

資料1●調査位置図

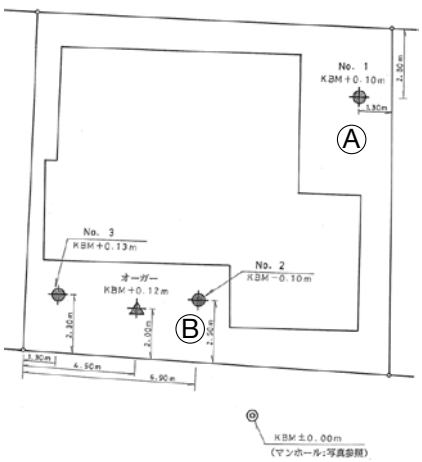


写真1●資料1のⒶ点での測定現場（玄関側）

写真2●資料1のⒷ点での測定現場（裏庭側）

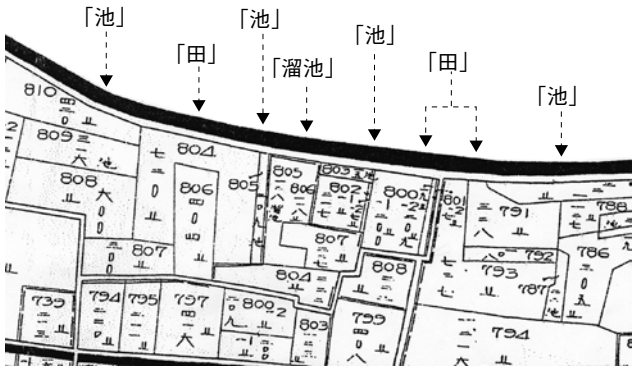
写真3

写真4

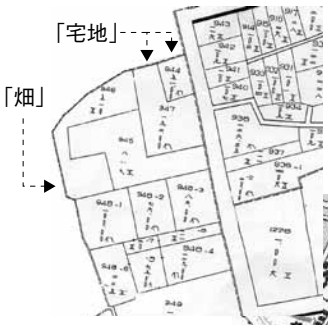
写真5

写真6

写真3●古い建物であるが土台（基礎）がしっかりしている例（地盤が強い）
写真4●基礎に大きな「き裂」が入っている例。専門家による調査が必要
写真5●土台の部分が崩れている例。専門家による調査が必要
写真6●側溝の近くがひび割れしている例。要注意



資料2●土地宝典の例



資料3●国土交通省の「地盤情報」の例

●計算例
・粘性土で75kgの錘を載せた段階でロッドが沈んだ場合（ハンドル回転は0）
N=0.03×75kg（Wsw）+0.05×0回（Nsw）×4=2.25
・砂質土で100kgの錘を載せてもロッドが沈まなかったので、ハンドルを回転、25cm貫入させるのに5半回転した場合
N=0.02×100kg（Wsw）+0.067×5回（Nsw）×4=3.34

（3）N値について

①N値と地盤の長期許容地耐力の推定

地盤の性能を示す指標のひとつで、地耐力の大小は建築基礎構造方法を決定するなど、重要な指標です。地盤調査で明らかになるものではありませんが、N値との関係はおおむね以下のように示されます（あくまで推定です）。

●粘性土地盤の推定地耐力=N値
●砂質土地盤の推定地耐力=N値の80%
粘性土N値3.0、砂質土N値2.0の場合、粘性土推定地耐力は3.0、砂質土推定地耐力は1.6となります。

②長期許容地耐力とN値とNsw値との比較（参考）

地盤の種類と状態		長期許容地耐力（t／㎡）	備考	
			N値	Nsw値
礫層	密実なもの	60	50以上	
	密実でないもの	30	30以上	
砂質地盤	密なもの	30	30～50	400以上
	中位	20	20～30	250～400
		10	10～20	125～250
	緩い	5	5～10	50～125
	非常に緩い	3以下	5以下	50以下
粘土質層	非常に硬い	20	15～30	250以下
	硬い	10	8～15	100～250
	中位	5	4～8	400～100
	軟らかい（*2）	3	2～4	0～40
	非常に軟らかい（*2）	2以下	2以下	Wsw100以下

Nsw値:スウェーデン式サウンディング試験による半回転数
Wsw:スウェーデン式サウンディング試験の積載荷重

（4）軟弱地盤の目安

①粘性土の場合

標準貫入試験のN値が2.0以下、スウェーデン式サウンディング試験においては100kg以下の荷重で自沈するもの（換算N値3.0以下）。

②砂質土の場合

標準貫入試験のN値が10.0以下、スウェーデン式サウンディング試験においては半回転数（Nsw）が50以下（換算N値5.0以下）。

（注）1989年当時の建設省の「宅地防災マニュアル」より

（5）まとめ

標準貫入試験またはスウェーデン式サウンディング試験により地盤調査を行い、得られたN値または換算N値から地盤の地耐力を推定することができます。これらの数値を考慮し、基礎構造の選択や地盤改良の有無を検討していきます。

一般的な2階建て住宅で粘性土地質の場合、べた基礎または布基礎が施工できるN値（参考目安）
●木造2階建て N値3.0以上
●鉄骨2階建て N値4.0～5.0以上
●RC2階建て　N値5.0～6.0以上

すべての値等は、今までのデータや初期段階における目安や参考数値に過ぎません。確たる数値はそれぞれの土地の特性、地質、建築規模や形状、算定式等において決定し得るものです。土地にはさまざまな特性があり、一概に決められるものではありません。それだけ多種多様な特質と考え方があります。調査、分析した人に詳しい説明を受けるようにしてください。

（6）調査の実際

①調査の位置
普通住宅の敷地内でNo.1、No.2およびNo.3とする（資料1）。
②調査方法
スウェーデン式サウンディング試験
③調査結果
No.1……写真1
No.2……写真2

Ⅳ 現地の調査

地盤調査は、専門家に依頼する前に、売主等と相談する必要があります。それ以前に宅建業者としてある程度の調査をしておく必要がありますが、通常考えられる方法は次のとおりです。それぞれについてポイントを述べます。

現地の調査
- 1 隣地、周辺の住民等に聞く
- 2 旧地名を参考にする
- 3 建物の基礎、壁、外構、道路などを外視する
- 4 地図や写真を活用する
- 5 その他

1 聞き取り調査（隣地、周辺の住民等に聞く）

いろいろな人や関係先に地盤について聞いてみること（ヒアリング）は、大切な調査の一つといえます。ヒアリングは必須項目であって、かなりのことが分かったり、大事なヒントを得ら

れたりすることがあります。

★ヒアリング先の例としては、市町村役場の他に、地元の不動産に関係する人が挙げられます。

・宅建業者	・建設業者
・測量業者	・不動産鑑定士
・土地家屋調査士	・行政書士、司法書士
・土地管理人	・地主
・弁護士	・その他

事前にできるだけ多くの図面等の資料を用意しておくことです。

2 旧地名の調査（旧地名を参考にする）

最近は、市町村合併、住居表示実施など、地名を変更しているところがありますが、旧地名を調べてみます。特に、水や「氵」（さんずい）、谷などの文字がつく地名はよく調べてみます。

（例）

・沼・・・・・豊沼	・沢（澤）・・・・・沢村
・潟・・・・・干潟	・池・・・・・・・・・池端
・川・・・・・谷川	・河・・・・・・・・・河端
・淀・・・・・淀橋	・清・・・・・・・・・清水
・海・・・・・海上	・窪・・・・・・・・・窪田
・溜・・・・・溜池	・津・・・・・・・・・谷津

（注）上の例は、現存する地名ではありません。

3 建物等の外観調査
（建物の基礎、壁、外構、道路などを外視する）

建物の外観や地面を見て、地盤の良否が分かることがあります。

写真3は、かなり古い建物で基礎や土台は見えませんが、建物はしっかりしているので、たぶん地盤は良いはずでしょう。ただし、住んでいる人に必ず聞いてみなければなりません。

写真4は、基礎に「亀裂」が入っていて、地盤に問題がありそうです。また、土台の部分が崩れていたり（写真5）、側溝の近くが「ひび割れ」している例（写真6）もあります。

現地での調査が重要であることは言うまでもありません。

ただし、建物がしっかりしていても、基礎が深い支持層まで十分届いていて建物を支えている場合、建物だけを見て判断するのは避けなければならないでしょう。

新しい建物は、先に述べた建物の瑕疵担保責任で10年の保証がつけられていることから、地盤に見合ったしっかりした基礎になっていることが考えられます。

4 地図の活用（地図や写真を活用する）

（1）地図の種類

古い地図は、いろいろな役所、会社等にいろいろな種類のものがあります。

（例）

・測量図	・見取図
・案内図	・住宅地図
・航空地図	・経済地図
・動態図鑑	・土地宝典★
・地形図（新、旧）	・土地利用図
・都市地図（市街地地図）	・その他

★土地宝典

読みにくい地図ですが、よく見ると「池」や「溜池」という字があることが分かります。土地宝典は、公図と土地台帳をもとに、相当以前に作製されたものですが、いろいろ問題があり、現在は販売されていません。資料2に見るように、筆ごとの土地利用が記入されており、位置関係は不正確ですが、以前「池」だったり「溜池」だったりすることが分かります。

（2）地図の入手について

地図はどこに行けば入手できるか、意外と難しいことです。

・登記所（法務局、支局、出張所）
・地図販売店
・土地家屋調査士、司法書士
・測量士、測量業者、建設業者
・宅建業者 ・地元精通者
・地主、旧家 ・その他

（注）国土地理院関東地方測量部　東京都千代田区九段南1-1-25

国土地理院は、各地方ごとに「測量部」があり、古地図を入手することができます。ただし有料です。

5 その他

調査場所によっては、国土交通省の「地盤情報」をインターネットで検索することができます。

資料3はその例です。●の位置について、ボーリング柱状図が出てきます。標準貫入試験によるN値が層厚ごとに表に示されています。

この情報は、次の独立行政法人土木研究所のサイトで検索できます。

（次号につづく）

●独立行政法人土木研究所
URL http://www.pwri.go.jp/

ご質問について

リアルパートナー紙上研修についてのご質問は、お手数ではございますが、「文書」でご送付くださいますようお願いいたします。
なお、個別の取引等についてのご質問にはお答えできませんのでご了承ください。

ご送付先●（社）全国宅地建物取引業保証協会
紙上研修担当
〒101-0032 東京都千代田区岩本町2-6-3

平成23年4月10日発行（毎月10日発行） 通巻第405号 昭和56年3月5日第3種郵便物認可 発行人／伊藤博 編集人／出口建夫
発行所／（社）全国宅地建物取引業協会連合会・（社）全国宅地建物取引業保証協会 〒101-0032東京都千代田区岩本町2-6-3 TEL.03-5821-8181（広報） 定価50円

東日本大震災（東北関東大震災）にあわれましたみなさまへ

このたびの東日本大震災（東北関東大震災）で被災されたみなさまに
心からお見舞い申し上げます。
みなさまの安全と1日も早い復旧をお祈り申し上げます。
全宅連は、ハトマークサイト（不動産ジャパン）を通じ、
被災者の方々への住宅情報提供活動を展開しています。

社団法人 全国宅地建物取引業協会連合会
社団法人 全国宅地建物取引業保証協会

平成23年地価公示、下げ止まりの兆し

国土交通省は3月17日、平成23年地価公示（平成23年1月1日時点）を発表しました。平成20年秋のリーマン・ショック以降、地価の下落が継続する中で、初めて東京圏、大阪圏、名古屋圏、地方圏がそろって下落率が縮小しました。この動きは、地方圏よりも大都市圏で、また商業地よりも住宅地で顕著になっています。各圏域の変動率は表のとおりです。

ようやく下げ止まりの兆しが見えたのですが、3月11日の震災の影響で、今後の動向は不透明になっています。

●平成23年地価公示・圏域別変動率　（▼はマイナス、単位%）

	住宅地		商業地	
	平成22年	平成23年	平成22年	平成23年
全国	▼4.2	▼2.7	▼6.1	▼3.8
三大都市圏	▼4.5	▼1.8	▼7.1	▼2.5
東京圏	▼4.9	▼1.7	▼7.3	▼2.5
大阪圏	▼4.8	▼2.4	▼7.4	▼3.6
名古屋圏	▼2.5	▼0.6	▼6.1	▼1.2
地方圏	▼3.8	▼3.6	▼5.3	▼4.8

登記事項証明書等の申請手数料の引下げについて

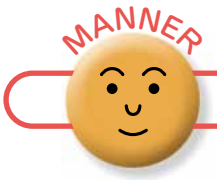
登記事項証明書等の申請手数料の引下げが平成23年度予算で成立し、4月1日から改定されました。改定額は表のとおりです。

なお、同日から登記所の窓口での手数料納付は収入印紙を使用することになりましたが、引き続き登記印紙も使用することができます（収入印紙と登記印紙の組合せ使用も可）。

●登記事項証明書等の申請手数料の引下げ　（単位:円）

区分		従来	改定後
登記事項証明書（謄抄本）	窓口	1,000	700
	オンライン請求・送付	700	570
印鑑証明書	窓口	500	従来どおり
	オンライン請求・送付	500	460
インターネット登記情報提供	全部事項	457	397
	地図等情報	447	427

※インターネット登記情報提供の手数料額には、指定法人手数料（17円）が含まれる。



新連載 マナーあれこれ vol.1 **「相手を不快にさせない」が基本**

嶋岡 美穂子（元セゾングループ教育事業部担当者）

今回から連載するマナーについてのコラムは、日常のちょっとした言動ですが、ちょっと考えさせられるテーマを経験に基づいて綴っていきます。どうぞ、箸休めとしてご一読いただけると幸いです。

マナーとは決められた形（マニュアル）どおりに行えばよいと思っている人が多いと思いますが、これは違います。相手を思う気持ちから、相手を不快にさせない行動をとること。それがマナーとなって形作られます。

たとえば来客したお客様に対して、よく笑顔で接客と申しますが、いきなり取り繕うものではありません。笑顔はつくれても、ご自身の、立ち居振る舞い・服装・言葉遣い・しゃべるときの声のトーン・目くばせなど、これらすべては、相手がどのように受け取るか、感じるかによって決まります。意識する部分はたくさんあります。そして、お客様一人一人に対してその接し方は違ってきます。これらを無意識にできるようになるのがマナーです。

自分が"これで良い"と思っていても、受け取り側に拒否されれば、それまでです。すべては、相手が判断するものです。真の心をお客様一人一人に提供し、不快にさせないためには日ごろの意識の訓練が大切です。