

realpartner



11

November

2011

リアルパートナー 11月号

トレンド・ウォッチ

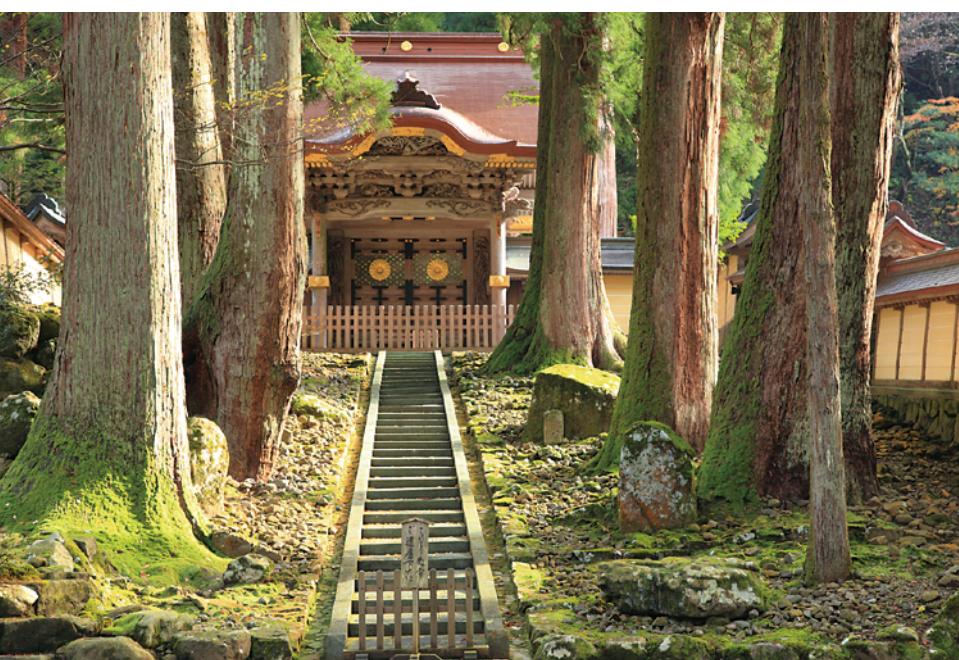
地価からみる不動産経済のこれから その1

● 紙上研修 災害時における宅地建物取引の留意点

連載 裁判例を分析 原状回復に際して減価割合を算定した判決



福井坂井奥越広域観光圏(福井県)
—ふくきた王国 “ほんもの体感物語”
福井県北部の福井市、大野市、勝山市、あわら市、坂井市、永平寺町を圏域とする観光圏。日本海に向かってそぞり立つ東尋坊、清流九頭竜川など、豊かで多種多様な自然が凝縮されています。そんな自然と清流の恵みである「おいしい水」は「食」を引き立て、「食」を通じた生活文化、歴史、そこに住む素朴な人々に触れることができる地域です。見世物でも作り物でもない「ほんもの」が体感できます。



震災後の地価動向と この28年間の地価の推移

今号から数回にわたって「地価からみる不動産経済のこれから」について解説します。震災によって打撃を受けた日本経済が予想以上に早い回復をしているといえる一方で、地価動向では直接的、間接的な影響が所々で見受けられます。

■被災地3県、液状化地帯は影響大

国土交通省が9月20日に発表した基準地価調査(7月1日時点)によれば、全国の全用途平均で地価は3.4%の下落を記録し、20年連続の下落となりました。この発表が特に注目されたのは、東日本大震災以降の初めての全国的な地価調査だったからです(図表1)。

発表後の情報も含めて要約すると、震災前に下落幅が縮小基調にあった地価が、震災後は再び拡大したもの、その後は回復に向かい始めていると言うことができます。このことは、震災によって打撃を受けた日本経済が、予想以上に早い回復をしていることと軌を一にするものです。当初心配された電力制限や流通経路(サプライチェーン)の寸断などの問題に、いち早く対応できたことなどが大きな要因となっています。従って、全国レベルで見れば、震災の地価への影響は限定的なものにとどまったと言えるでしょう(原発の影響を除く)。とは言え、もう少し詳細に地価動向を見ていくと、震災の影響は所々に表れているのも事実です。

直接的な影響が出ているのは、被災地3県の地価の動きです。住宅地では、宮城県が3.8%、岩手県が4.7%、福島県が5.4%ずつ下落しており、いずれも昨年よりも下落幅が拡大し、かつ全国平均の3.2%を上回る下落率となっています。一方、同じ3県でも内陸部を中心とする商業地では、下落幅が拡大したのは福島県(4.6%→7.5%)だけでした。福島県には原発の影響があることを考えると、震災は沿岸部を中心とする住宅地へ大きな影響をもたらしたと言えそうです。また、震災後の仙台市内では、避難者の賃貸住宅需要や復興工事関連のオフィス需要が増えていますので、一時的には地価の下落に歯止めがかかるかもしれません。

震災の間接的な影響は、個人が住宅を買おうとするときの基準の変化にも表れています。多くの人々は震災によって、津波や液状化現象の恐さを改めて実感しました。液状化現象は、80年代後半にウォーターフロント開発が各地で進んだときに話題になりましたが、徐々に多くの人々の記憶から薄れつつありました。しかし、今回の震災経験を通じ、個人が

Contents November 2011

- 02 トレンド・ウォッチ
地価からみる不動産経済のこれから その1
- 04 連載vol.44 知っていれば役立つ税務相談119番
- 05 連載vol.18 不動産の経済学
- 06 連載vol.3 データで読む居住志向
- 07 連載vol.7 わかりやすいリフォーム基礎知識
- 08 連載vol.14 不動産広告の注意点
- 09 連載vol.12 住宅ローンアドバイス
- 10 連載vol.7 これからの不動産流通
- 11 連載vol.10 明日への提言
- 12 連載vol.15 トラブル未然防止のために 裁判例を分析
- 14 連載vol.9 基本を確実に!宅地建物取引講座

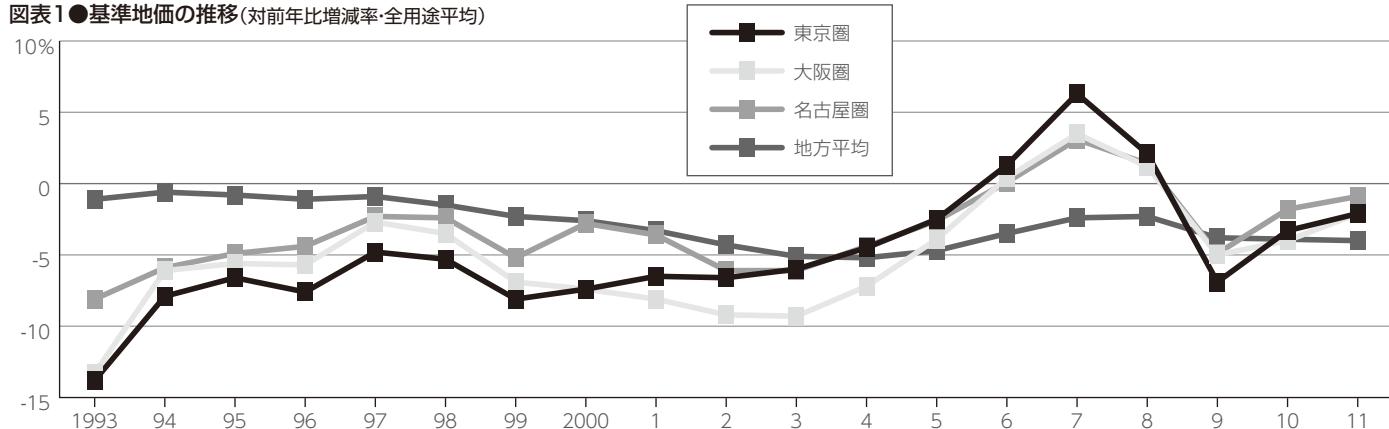
- 16 連載vol.9 知っておきたい! 建築基礎知識
- 18 連載vol.12 IT活用のヒント
- 19 紙上研修
災害時における宅地建物取引業者の留意点
- 24 国土交通省が賃貸住宅管理業者登録制度を創設／「住まいの売却ガイド」「住まいの購入ガイド」を発行／連載vol.7 マナーあれこれ

RealPartner 11月号

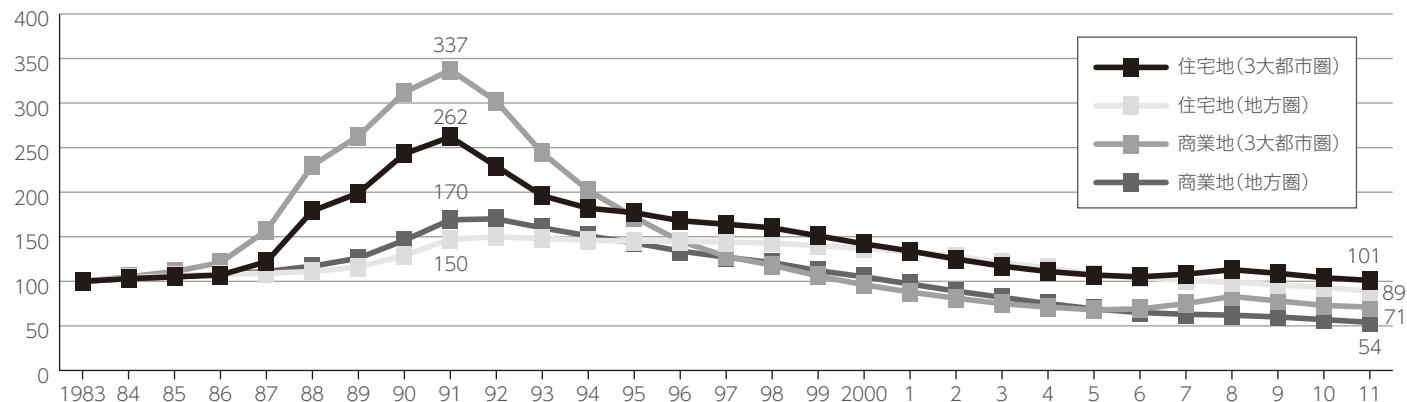
2011年11月10日発行 通巻第411号
発行／社団法人全国宅地建物取引業協会連合会
社団法人全国宅地建物取引業保証協会
発行人／伊藤博 編集人／出口建夫
〒101-0032 東京都千代田区岩本町2-6-3
TEL.03-5821-8181(広報) FAX.03-5821-8101 URL. <http://www.zentaku.or.jp/>

●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、読者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か、FAXをお送りください。

図表1●基準地価の推移(対前年比増減率・全用途平均)



図表2●80年代バブル崩壊後の地価水準の推移(1983年=100、公示地価)



住宅を選ぶときに安全性を重視し、湾岸部よりも内陸部を選択する傾向が見られるようになっています。例えば、液状化現象が話題になった千葉県浦安市の住宅地の基準地価が7.1%と昨年の1.9%と比べて大きく下落する一方で、東京都の多摩市などの内陸部では下落幅が縮小しているのは、こうした傾向の表れだと言えるでしょう。

■中長期的な観点から地価動向を見ると…

ここまで直近の地価動向についての話でしたが、もう少し中長期的な観点から、最近の地価の動きの特徴を見ていくことにしましょう。ここでは震災の影響を除く意味から、毎年1月1日時点の地価を公表している公示地価を指標として利用することにします。一般によく言われるのは、3大都市圏、特に東京圏に人やオフィス、商業施設などの集中が進んでいることから、地方の地価は下がり続けていて先が見えないということです。3大都市圏では2006年から2008年にかけて、それまで下落していた地価が反転上昇したのに対し、地方圏(平均)は20年間連続して地価が下落していますから、そのように感じるのは無理もないことです。

ですが、よく見てみると、3大都市圏と地方圏、住宅地と商業地では、かなり地価の動きには違いがあります。図表1からわかるように、地方圏ではバブル崩壊後に地価の下落が続いているものの、上昇期がない代わりに、下落幅は3大都市圏よりも小さくなっています。そこで、80年代後半のバブルが発生する前(83年=100とします)の地価水準と現在の地価水準を用途別に比較してみると、住宅地では、3大都

市圏のピーク(91年)262、現時点(2011年)101に対し、地方圏ではそれぞれ150(92年)、89となっています(図表2)。一方、商業地では、3大都市圏のピーク(91年)337、現時点(2011年)71に対し、地方圏ではそれぞれ170、54となっています(図表2)。

このことから、地方圏の地価について、次の2つの特徴があることがわかります。一つは、地方圏の住宅価格はバブル発生前と比較して約1割程度しか下落していないということです。バブル発生前から、日本の土地は「土地神話」(土地は価格が上昇し続ける有利な資産だという考え方)によって高めになっていたこと、90年代中頃から日本ではデフレが続いたことなどを考えると、この下落の仕方は必ずしも大きすぎるということはありません。別の見方をすると、地方に住む人にとっての利用価値は、それほど極端には落ちていないと言ってもよいかもしれません。

もう一つは、地方圏の商業地の地価はバブル発生前と比較して、半分近くにまで落ち込んでおり、約3割の下落にとどまっている3大都市圏とは明らかに下落の程度に違いがあるということです。これは、不動産投資や評価に対する考え方が変わってきたことが背景になっています。すなわち、賃貸オフィスビルなどは、その不動産が生み出す収益(キャッシュフロー)によって投資・評価されるのが一般的になつたため、大都市圏と比べて相対的に経済力の劣る地方圏では、収益性や投資リスクの観点から、商業地の不動産価値は低く評価されてしまう傾向が顕著になったということでしょう。

(公立大学法人宮城大学事業構想学部教授・田辺 信之)

東京シティ税理士事務所 税理士 菊地 則夫

海外転勤に伴い納税管理人を定めた場合の納税地

このほどAさんは海外支店での勤務を命ぜられ、家族全員で現地へ赴任することになりました。Aさんは海外勤務中、自宅を貸すことにして、父親を納税管理人とする届出書を税務署に提出し、出国しました。年が明け、確定申告の時期になりました。Aさんの父親は、Aさんの確定申告書をどこに提出すればいいのでしょうか？

1 納稅義務

日本国内の会社に勤めているサラリーマンが、1年以上の予定で海外の支店などに転勤すると、一般的には日本国内に住所を有しない者と推定され、所得税法上の非居住者となります。

とはいっても、非居住者の所得のうち、日本国内で発生した一定の所得については、引き続き日本の所得税が課税されます。

Aさんのように、国内にある貸家の賃貸料などの不動産所得が一定額以上あれば毎年、確定申告書を提出しなければなりません。

2 納税管理人の選任

納税者が国内に住所および居所を有しないこととなる場合において、納税申告書の提出その他国税に関する事項を処理する必要があるときは、その納税者は、当該事項を処理させるため、国内に住所または居所を有する者で当該事項の処理につき便宜を有するもののうちから納税管理人を定めなければならぬとされています。

そして、納税管理人を定めたときは、その納税者の納税地を所轄する税務署長にその旨を届け出なければならないとされています。

届け出があった以後は、税務署が発送する書類は、納税管理人あてに送付されます。

Aさんは、納税管理人を定めたとき、または出国の日までに、納税地を所轄する税務署長に「所得税・消費税の納税管理人の届出書」を提出することになります。届出書の提出後は、Aさんあてに発送される書類は、Aさんの父親の住所に送付されます。

3 納稅地

国内に住所および居所を有しなくなった人の納税地は、原則として、次のとおりになります。

- (1) 国内にある住所および居所を有しないこととなった場合において、国内に恒久的施設を有せず、かつ、その住所または居所があった場所に一定の要件に該当する親族等が居住しているとき→その住所地または居所地

(2) (1)に該当しない場合で、国内にある不動産、不動産の上に存する権利等の貸付けの対価を受ける場合→その不動産の所在地

(3) (1)および(2)に該当しない場合→住所および居所を有しないこととなった時の直前において納税地であった場所

(4) 上記以外の場合→本人の選択した場所等一定の場所

今回の質問のAさんの場合は、家族全員で赴任するとのことなので、納税地であった自宅の場所にAさんの家族が引き続き居住しないことになります。よって、(2)に該当することになり貸し付けた不動産の所在地が納税地となります。

●「所得税・消費税の納税管理人の届出書」の様式

不動産ビジネスに役立つドラッカーの理論③

前回までにドラッカーの考える「知識」「組織並びに組織と個人の関係」について説明してきました。今回は、組織で働く「個人」(ドラッカーのいう「知識労働者」)に焦点を合わせていくことにします。

自分の強みを発揮するための方法を知る

ドラッカーは、個人が組織に貢献し、成果をあげるために、自らの強みを生かすことが最も重要だと考えています。そのためには、自分の強みを発揮するための仕事の仕方、学び方を知らなくてはなりません。それは具体的にはどのようなことでしょうか。ドラッカーは次のような例を挙げています。

- ・読む人間か、聞く人間か
- ・人と組むか、一人で働くか
- ・大きな組織で働くか、小さな組織で働くか
- ・意思決定者か、補佐役か

ビジネスマンであれば、いずれも思い当たることのある指摘ではないでしょうか。例えば、「読む人間か、聞く人間か」を取り上げても、確かに書籍や書類を読むことで仕事を進めることができない人と、それよりも他人から話を聞いて仕事をする方が得意な人との2通りがあることがわかります。

大事なことは、大きな組織で働いているから良い仕事ができるとか、意思決定者だから偉いといったことにはならないことです。どのような仕事のやり方が、自らの強みを最も発揮できるかを基準として、仕事を進めていくこそが重要だということです。

ドラッカーは、このことを「最高のキャリアは、自らの強み、仕事の仕方、価値観を知り、機会をつかむよう用意した者だけが手にする。なぜならば、自らの得るべき所を知ることによって、普通の人が卓越した仕事を行うようになるからである」(P·F·ドラッカー著『明日を支配するもの』)と表現しています。

また、「今さら自分を変えようとしてはならない。うまくいくわけがない。自ら得意とする仕事の仕方を向上させていかなければならぬ」(P·F·ドラッカー著『プロフェッショナルの条件』)とも述べています。これは、不動産業でも当てはまることだと思います。仲介で抜群の実績をあげている、あるいは不動産投資で次々と優良な物件の取得に成功している諸先輩や他社の誰かを単純にマネをしてしまうまくいくわけではありません。

そこから学ぶことは大切ですが、それを自らの強みを発揮できるような形で活用していくかなくてはなりません。

生産性と自己実現度を向上させる方法

それでは、そのような生き方をする「個人」を、組織としてはどのように活用していくべきなのでしょうか。個人(知識労働者)の生産性と自己実現度を向上させる方法として、ドラッカーが指摘しているのは次の4点です。

- ①責任を持たせること
- ②自らの貢献を評価できるようにすること
- ③本来の仕事をさせること
- ④機会に対しては、有能な人材を配置すること

それぞれが深い意味を持つ言葉です。よく目にするのが、「③本来の仕事をさせること」に反する事例です。能力ある人に、雑用を含めて、何でもかんでも仕事を割り振ってしまったり、営業担当者に社内報告用のレポートを書くのに必要以上の時間をとらせたりすることです。

また、「④機会に対しては、有能な人材を配置すること」に反する事例もよくあります。大きな仲介案件が成立しそうな地域、取引先の営業担当者の割り振りをするときに、従業員の平等感を重視したものになってしまいます。しかし、有能な人材には、成果が期待できる機会を与えるなければなりません。そうでなければ、その人材は能力を伸ばすことができず、人材の流動化が進んでいる現代においては、いずれは会社を去ってしまうことにもなりかねません。

参考に、組織に欠陥があるときに現れる症状を一覧表にしておきましたので、チェックしてみると良いでしょう。

ドラッカーは「組織は優秀な人材を手に入れるから成果をあげるのでない。組織は、文化と風土によって自己啓発を動機づけるから優秀な人を育てる」(P·F·ドラッカー著『経営者の条件』)と表現しています。まさに、マネジメントの重要な要素だと言えるでしょう。

●組織に欠陥があるときに現れる症状

①階層の増加
②組織問題の頻発
③些事の重視(所管と手続きの重視)
④会議の増加
⑤調整役の増加
⑥組織改革

資料:P·F·ドラッカー著『時代を超える言葉』をもとに作成

データで読む居住志向



阿曾 香

(リクルート住宅総研 主任研究員)

次世代の消費者像③ 節約志向だけではない、若年層の「消費」意識

年収はピーク時の13%減 特に30代での減少が大きい

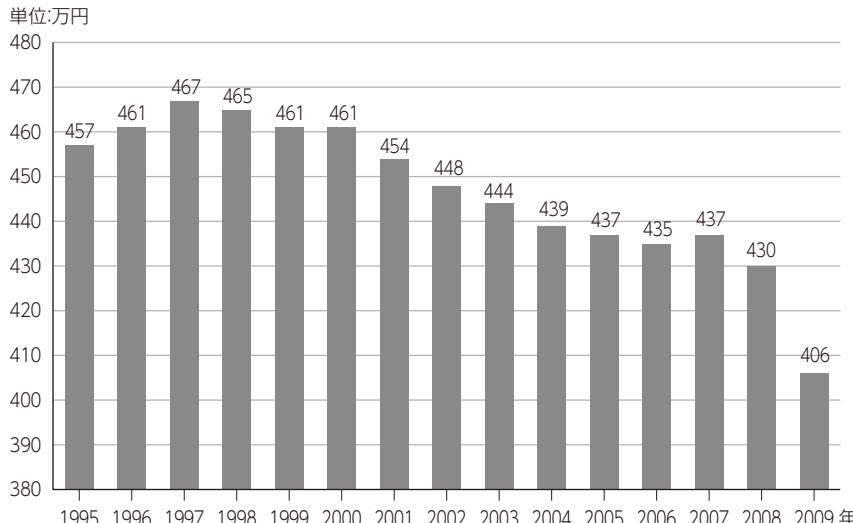
前回は、今の若年層が育った時代を振り返り、彼らが堅実で安定志向と言われる背景には、不安定な景気や社会情勢も影響していることをお伝えしました。この世代はいわば「不況が前提となっている生活者」。消費には、慎重な傾向があります。

こうした志向をさらに強めているのが、平均所得の低下です。図1は、1995年以降の民間給与額の推移を表したものです。1997年をピークに緩やかに下がり続け、2009年には406万円と大きく下がりました。ピーク時に比べ約60万円、13%減っています。

さらにここから、世代別に給与額の推移を取り出してみましょう(図2)。ほぼすべての年代で減少が見られますが、中でも30代の減少幅が大きいことが分かります。これから住宅を買おうとする一次取得者が多い世代ですから、収入の減少は、「買える住宅の金額低下」に直結します。

一方で、今後ターゲットとなる20代後半の給与を見ると、現時点では30代ほど大きくは下がっていません。とはいえ、この世代が30代になったときに、現在の30代の給与水準から大幅に上昇するとも考えにくい状況です。

図1●平均年収(民間給与)推移



不動産会社各社では、団塊ジュニア層が住宅購入適齢期に入る頃から、シンプルで安価な住宅など、ターゲットに合わせた商品を販売しています。また、売買価格ほど大きくは動かないと言われる賃貸住宅の家賃も、ここ数年で大きく下がり始めました。今後もターゲットとなる層の消費力を見ながら、商品開発・提供していく動きが続くでしょう。

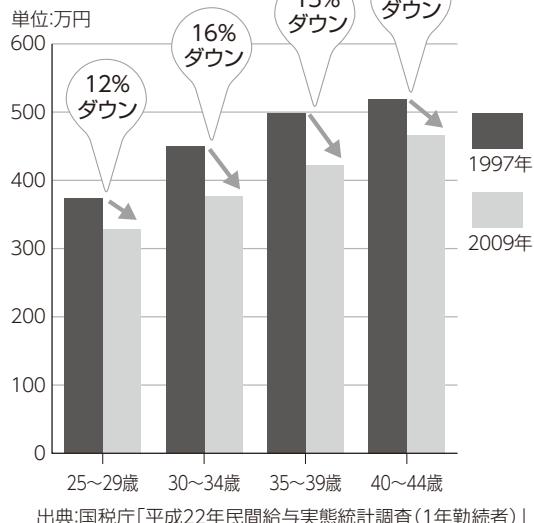
価格だけでなく「自分の好み」が優先の世代

堅実な消費志向といつても、それは無理をした節約とは違います。たとえば、ある団塊ジュニア世代の男性にインタビューしたときのことです。

妻は専業主婦、小さい子供が1人います。年収は300万円台。とてもおしゃれに見える彼に1ヵ月のお小遣いを聞くと、1万円とのこと。この範囲内で、友人と飲みにも行くし、洋服も買うそうです。洋服は「古着屋で気に入ったものを探す。古着は他人と違うものが探せるし、味わいがあるから」と。

若年層は不景気の中で成長してきたとはいえ、物質的には不自由のない豊かな時代に生まれています。彼らにとっては「自分の好きなもの」が第一優先。住宅を含めどんな商品も、価格だけでは受け入れられないことを覚えておきたいものです。

図2●年代別平均給与



わかりやすい



リフォーム基礎知識

一級建築士 西田 恵子
(三井のリフォーム 住生活研究所 所長)

二世帯住宅でストレスなく暮らすためのポイント

リビングは共用、浴室は別がベター!?

「一緒に暮らさない?」そんなラブコールを親御さんが子世帯に投げかけるケースが多いようです。でも、家の広さを考えると現実的には難しく、家をどうするかが課題になります。そんな時、今の家にこだわらず、大き目の家に移り二世帯住宅にリフォームするのも選択肢の一つです。

二世帯がともに暮らす家につくりかえるためには、多くの決め事があります。最初の決め事は、親世帯と子世帯のゾーン分けをどうするか。完全分離の隣居スタイルにするとしても、左右で住み分けるのか、上下階で分けるのかという選択肢があります。また、玄関や浴室など一部を共用するという選択肢もあります。

以前、私がリフォームを担当した二世帯住宅に、玄関や浴室は別々で、リビングは共用というケースがありました。それぞれにリビングを持とうとすればスペースも狭くなりますが、共用の場とすれば広々としたリビングをつくれます。また、リビングはともに暮らす楽しさを共有できる空間。楽しい部分は一緒に過ごし、設備関係は別々にする、これは、私のお勧めポイントです。

よく光熱費を考えて浴室を一緒にするケースがありますが、実は浴室は双方にとってストレスのもとになりやすい場所です。「早く入ればいいのに」「冷めちゃうわ」「まだ入っているのか」など、小さな不満が蓄積しやすいのです。同じく、トイレやキッチンなどの設備も不満の出やすい場所です。共用にすれば光熱

費や水道代を抑えられますが、その場合は双方が気持ちよく暮らせるよう前もって十分なルール作りが大切でしょう。

「こんなはずじゃなかった」という後悔だけはしたくありませんから、トラブルの芽は設計段階で摘んでおく必要があります。予想される問題は一つ一つ解決していきましょう。

たとえば、生活のリズムの違いから生じる音の問題は、トラブルに発展しがちです。とくに上下階のゾーン分けの場合、子世帯が上階になるケースが一般的ですが、若い人は夜型が多く、部屋を歩き回る音や入浴時の音は階下にかなり響きます。そこで、水回りは上下階で同じ位置にし、寝室の上に活動スペースがこないような間取りを設定し、音の出やすい場所にはリフォーム時に防音シートを張るなどの対処が必要です。

また、インターホンや電話、ポストの共用も、意外とストレスになりやすいポイントです。お互いの交流関係が知ろうとしなくてもインターホンや電話が共用だと気になりますし、ポストが一緒の場合は新聞を取るのが遅れれば「寝坊している」と思われそうで気になります。玄関は共用しても、ポストとインターホンは別にするのも良策でしょう。

親世帯は生活スペースが狭くなる

なお、親世帯は、生活スペースが狭くなることを心でておくことも大事。子世帯と同居するわけですから、面積が半分以下になることが多いものです。それを不満に思うのではなく、ホテルライクのようなコンパクトな暮らしをイメージしてみてください。ワンルームで暮らすお掃除性能の良さや、すべてが見渡せる快適性があります。また親世帯にとってこのリフォームは、終の住処を築くものであり、ずっと残したい物と整理する物を別けるよい機会にもなるはずです。

二世帯住宅のよさは、何といっても親子世帯が近くにいる安心感がお互いに大きいこと。そのうえで家族が何を大事にすることによって、リフォームの形はいかようにもかえられます。ともに暮らす家をより豊かな生活の場にするために、自分たちのスタイルをみんなで楽しく話し合って決めていきましょう。



不動産広告の注意点 容積率の表示にも 注意が必要です

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）



■容積率も広告に表示する

分譲宅地や売地の広告では、土地の建ぺい率や容積率についても表示するよう義務付けられています（表示規約施行規則 別表1、3）。土地取引においては、当該土地にどれくらいの大きさの建物が建てられるか、というのは重要な情報ですから、表示が求められているわけです。

ところで、別表をよく読むと「建ぺい率及び容積率（容積率の制限があるときは、制限の内容）」となっています（図表1）。都市計画で指定された容積率を広告表示した結果、この容積率の「制限の内容」を書いていない、として注意を受ける例も少なくないようです。

■容積率は前面道路の幅員により制限される

ここでいう容積率の制限とは、前面道路の幅員による制限（建築基準法第52条第2項のことです）。

中堅以上の方はよくご存じでしょうが、都市計画で指定された容積率がそのまま認められるとは限りません。前面道路幅員が12m未満の場合は、以下の計算式で求められた容積率と都市計画で指定された容積率を比較して小さい方がその土地の容積率となります。

$$\text{前面道路幅員} \times \text{法定乗数} = \text{前面道路幅員による容積率}$$

法定乗数は当該土地の用途地域が住居系（一低専～準住居）であれば0.4、住居系以外（近隣商業～工業専用）であれば0.6になります。*

例えば用途地域が第一種低層住居専用地域で前面道路幅員が4mであれば

$$4 \times 0.4 = 1.6 = 160\%$$

となり、仮に都市計画で容積率が200%と指定されている地域の土地であるとしても、前面道路幅員が4mであれば当該土地の容積率は160%ということになります。広告にはこの160%を表示しなければならない、というのが先にあげた規定です（図表2）。

もっとも「都市計画の指定容積率は200%ですが、前面道路幅員が4mのため建築基準法の規定により容積率は160%となります」といったように長々と書く必要はありません。「容積率160%」と表示すればよいのです。

■制限された容積率を広告に表示する

ところがこの建築基準法の規定をご存じない、または規定はご存知でも広告表示義務があるということを知らない、という方も多いようです。重要事項説明の段階では取引主任者の方がきっちりと説明するとしても、広告段階ではそこまでは不要と思っているようですが、それは誤解です。勉強会などでもよく質問を受けるのですが、首都圏などでは違約金課徴を受けている例もあります。

実際に使える容積率でなければ広告を見た一般消費者の役に立たないわけですから、当然と言えば当然の規定です。広告表示ルールを理解するには、不動産法規の理解も必要だということです。

* 法定乗数について細かい例外がありますが、ここでは省略します。

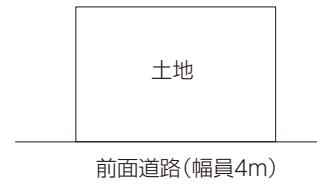


図表1●表示規約施行規則
別表3・項目11が容積率です

不動産公正取引協議会連合会ホームページから
URL http://www.rftc.jp/kiyak/bepyou_bepyou_3.html

図表2●前面道路幅員と容積率

用途地域：第一種低層住居専用地域



前面道路幅員が4mのため、前面道路幅員による容積率は160%となります。この数字と都市計画の指定容積率を比較して、小さい方が当該土地の実際の容積率となります。

住宅ローンアドバイス 住宅ローン選びのポイント① 借入先

多摩大学大学院客員教授

紀平 正幸

住宅ローンの借入先を選択するにあたって、金融機関のローン条件を調べるときには、給与振込などでふだんからよく利用している金融機関に問い合わせるのが一般的です。いつも利用している金融機関なので、住宅ローンの相談をもちかけやすいし、初歩的な質問もしやすいと考えられるからです。

また、事業者の取引金融機関や、住宅ローンの専門拠点である各金融機関の住宅ローンセンターなどに相談する方法も考えられます。

しかし、最近は多くの金融機関がさまざまな住宅ローンを取り扱っているので、利用者自身が幅広く借入先を調べることが多くなっています。

借入先の融資条件で選ぶ

住宅ローンは、取扱金融機関によって融資条件が異なります。また、借入期間が20年～30年といった超長期の取引になるのが特徴です。そのため、目先の金利や特典などだけではなく、利用者自身の長期的な生活設計に合った金融機関など総合的に考えることが大切です。

まずは取得する物件や準備できる自己資金などによって、融資先の選択が変わることがあります。たとえば、自己資金や購入費用の準備ができていないために、全額ローンを借りる場合です。また、売り建て住宅で、建物引渡し前に支払う土地購入資金や建築資金についてローンを借りる場合も、一般的の金融機関では取り扱っていないので、対応してもらえる金融機関を選ぶことになります。土地区画整理事業の保留地を購入する場合も同様です。さらに、ローンの適用金利が低いことや、保証料、繰り上げ返済手数料といった諸費用が不要な金融機関もあります。

こうした金融機関のなかで利用者にマッチした借入先を選択することもあります。

事業者の提携ローンで選ぶ

住宅の販売や仲介をする事業者は、取引先の金融機関と提携ローンを用意しているケースがあります。この提携ローンを利用すると、事前に物件の担保評価やローン申込者の審査を行ってもらえることも可能なので、ローン利用の



可否が早めに確認できます。そのため、物件の購入にあたって資金計画が立てやすいというメリットがあります。

ただし、融資条件が他の金融機関に比べて必ずしも有利になっているとは限らないので、インターネットなどで複数の金融機関の融資条件を確認するのがよいでしょう。

プロパーローンとフラット35を組み合わせる

多くの民間金融機関では、自社のプロパーローンとフラット35などを組み合わせることも可能です。金利タイプの異なるローンを組み合わせることによって、変動金利型や固定金利期間選択型の金利の低さと、金利変動のない全期間固定金利型の安心感の、両方を手にすることができます。また、返済年数を別々に設定するなど、より生活設計に合わせた住宅ローンのプランニングが行えます。

なかでも、プロパーローンと、フラット35を組み合わせる「フラット35パッケージ」を利用すると、金利の変動リスクを抑えるだけでなく、ローンの手続きを一体的に行えるなどのメリットが加わります。

また、民間のプロパーローンとフラット35を合わせて利用する場合、民間ローンの割合を50%以上にすると、フラット35の金利を優遇する金融機関もあります。

勤務先を通して住宅融資を受ける場合の注意点

勤務先に住宅融資がある場合は、その融資も借入先の候補になります。会社から融資を受けられれば、保証料がかからないし、手続きも金融機関に出向いて行うよりは簡素化されているメリットもあります。勤務先によっては金利補助があって、民間金融機関より有利な融資条件になっている場合もあります。

しかし、勤務先を通して住宅融資を受ける場合には、気をつけなければならないことがあります。それは途中で勤務先を辞めることになった場合、一括返済を求められる可能性があることです。自分自身で辞めるつもりはなくとも、病気で働けなくなったり、リストラの対象にならないとも限りません。一括返済を求められた場合には、金融機関から借り換えをしなければなりません。その場合、自宅の担保価値以下の融資しか借りられないことになるので、早目に繰り上げ返済をして、ローン残高を少なめにしておくようになります。

これからの不動産流通 今、提案型営業が求められている

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)



顧客満足を意識した営業を実践するには顧客の持つ事前期待を的確に捉えるとともに、顧客ニーズを知ることが重要な活動となるはずです。マーケティングを実践しながら業績の向上を目指すのならば、もっとも適した営業手法が「提案型営業」と言えるでしょう。

顧客の自発的な決断を促す

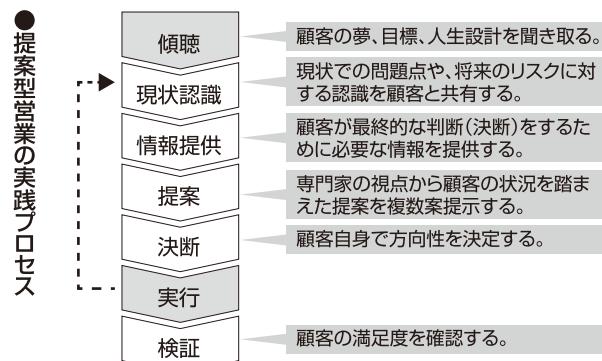
提案型営業とは、従来からあるコンサルティング（顧客をある目的に向かって導く）というスタンスのものではありません。あくまでも顧客が希望する人生設計（ライフプラン）を実現しようとして起こりうる将来の問題点を明確にした上で、顧客と営業担当者がその問題を共有しながら、解決策を複数提案する中で、顧客自身が最適と思えるものを納得して選択してもらう手法です。

つまり、あくまでも顧客の“自発的な行動”を促すことが目的となる営業手法なのです。そして、提案型営業の真髄は、顧客の自発的な選択（決断）に対して真に必要となる「価値ある情報」を提供することにあります。

潜在的ニーズを引き出す

提案型営業は、顧客の持つ潜在的なニーズを刺激し、顕在化させることにも、その効果を發揮することができます。なぜなら、提案型営業では、顧客と営業担当者との間でのコミュニケーションを通じ、顧客自身が現状認識を行うといったプロセスが含まれているからです。

たとえば、住宅購入を検討している顧客の中には、漠然とマイホームが欲しいというだけで、具体的なニーズも欲しい住宅のイメージも自己認識できていない人がいます。こうした顧客に対して、いきなり物件資料を見せて、営業担当者が期待するような反応は返ってこないでしょう。そこで、「今のお住まいについて、何か不満な点



はありますか?」あるいは「将来の暮らしについて、不安に感じていることはありますか?」といった問い合わせを営業担当者が行うことによって、顧客は自分の中にある問題点や不満といった潜在的な住替えニーズを明確に認識できるようになり、次のステップへとスムーズに進むことができるようになります。

このように提案型営業を実践していると、顧客が最終的な決断をするとき（クロージング）の鍵となる「動機付け」からはじめることができます。

また、住宅に対して部分的なニーズを持っていることから、矛盾したニーズを抱えてしまっている顧客も珍しくはありません。こうした顧客に対しては、コミュニケーションを通して顧客の持つ矛盾点を整理し、顧客の持つニーズに優先順位を付けるなどの作業を営業担当者側の都合で行うのではなく、顧客の理解を得ながら「一緒に」行っていくことになります。このような顧客に対しても、提案型営業の持つプロセスが多いに役立つのです。

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/>



第3回

顧客減少を跳ね返す2つの対策

現代社会研究所所長

古田隆彦（元青森大学教授）

■市場縮小を克服した成功事例

人口が減れば顧客が減る。顧客が減れば、衣食住すべての市場で需要が減る。人口が停滞した1990年代以降、さまざまな産業ではすでに、顧客減少に対応すべく、いくつかの対応戦略が実施してきた。

こうした対応について、筆者は食品、衣料、家電、自動車から旅行代理業や冠婚葬祭業まで、20数業種約500社について、成功事例を研究してきた。それらを整理してみると、顧客減少による市場縮小を克服するには、大別して2つの対策が考えられる。

1つは営業力の改善によって売り上げを維持する「新営業対策」であり、もう1つは新たな市場の創造によって売り上げを拡大する「新商品対策」である。前者は「現在の商品やサービスで売り上げを伸ばす」対策であり、後者は「新たな商品やサービスで新規の需要を開拓する」対策である。

2つの対策を宅地建物取引業に適用するとどうなるのか、まずは新営業対策で考えてみよう。

■売り上げを維持する5多化戦略

新営業対策は5つの戦略で構成される。価格を上下に変えて拡販する「多額化」、複数販売やリピート化で増収を図る「多数化」、顧客の年齢・性別・国別を見直す「多層化」、業種・業態を拡大して増益を狙う「多面化」、顧客との接触機会を強化して売り上げを伸ばす「多接化」の5つの戦略だ。

5つ「多」を実現するから「5多化」戦略といえるが、それぞれには表に示したような、いくつかの戦術がある。これらを宅地建物取引業に応用すると、次のような方向が考えられる。

●新営業対策の5つの戦略

戦略	戦術	内容	宅地建物取引業への応用
多額化	低額化	廉価化、増量化	●仲介料、更新料、修繕費、手数料などの見直し ●付加サービスによる高額化
	定額化	定額化、詰め放題化	
	高額化	機能高額化、記号高額化、私用高額化 ^{<注3>}	
多数化	複数化	複数所有化、複数割引化	●次回契約時割引化、連携店割引化 ●リピーター拡大、アフターサービス強化
	リピート化	ポイント化、愛着化、リニューアル強化	
多層化	エイジレス化	年齢再区分化、増子・中年対応化	●年齢・性別による顧客区分の見直し ●要介護者、高齢者など客層の見直し ●外国人、国際結婚者向け紹介強化
	ユニセックス化	異性化、両性化	
	ユニバーサル化	ノンハンディ化、逆エイジレス化、介護支援化	
	超国籍化	超国籍化、国際結婚化	
多面化	業態拡大化	本業深耕化、関連商品・サービス開発化	●海外ステイ、山村空き家仲介 ●メンテナンス、生活サービス事業強化
	業種拡大化	関連分野併設化	
多接化	直接接觸化	オープン店舗化、クチコミ強化、手作り広告化	●店舗オープン化、カウンターサービス向上 ●インターネット、ソーシャルメディア活用
	間接接觸化	マスマディア利用化、ソーシャルメディア活用化 ^{<注4>}	

<注3>「記号高額化」とは、カラー、デザイン、ネーミング、ブランドなどで新機軸を打ちだし、価格を上げていく戦略。「私用高額化」とは、ユーザー自身の愛着やこだわりに訴えて、高額商品を売り込むこと。

<注4>「ソーシャルメディア」とは、インターネットを利用して個人間のコミュニケーションを促進するサービスの総称。代表的なものにSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）、ブログなどがあり、オンラインショッピングのサイトで商品に関する口コミが書き込まれるBBSなども含まれる。

原状回復に際して減価割合を算定した判決

原状回復費用(この事案ではクロスの張り替え費用等)について、経年劣化を考慮し、ガイドラインに示される考え方(減価償却資産の耐用年数等に関する省令の基準)に従い、減価割合を算定した判決です。

■事案の概要と裁判所の判断

貸主から住宅を7年間賃借していた借主が、明渡しに際し、敷金から差し引かれた原状回復費用の返還を請求した事案です。

一審では、例えば借主が負担すべき損耗等が存するクロスの張り替え費用につき、耐用年数は6年であることから90%減価し、残りの10%分だけが借主負担であるなどとして、借主の請求を一部認めたため、貸主側が控訴しました。裁判所は、

①クロスのように経年劣化が比較的早く進む部材については、修復のためにその張り替えを行うと、必然的に経年劣化などの通常損耗も修復してしまう結果となり、その分を

貸主が利得することになって相当ではないから、経年劣化を考慮して借主が負担すべき原状回復費の範囲を限定すべきである。

②国土交通省が作成した原状回復をめぐるトラブルとガイドライン(改訂版)によれば、減価償却資産の耐用年数等に関する省令を使用してクロスについては耐用年数を6年としていることから、本件では借主は入居後7年以上を経過し、すでに耐用年数を超えてるので減価割合は90%(残存価値10%)と認めるのが相当である。などとし、残存価値分10%が借主の負担であるとした一審の判決は相当であるとして、控訴を棄却したところです。

(大阪高裁・平成21年6月12日判決)

1 原状回復をめぐる紛争とガイドライン

原状回復(借主が退去時に進行修繕)をめぐる紛争は毎年、賃貸借における紛争件数の上位を占め、裁判による解決もくなされるところです。

国土交通省は、紛争が急増しきな問題となっていた賃貸住宅の退去時における原状回復について、原状回復にかかる契約関係、費用負担等のルールのあり方を明確にして、賃貸住宅契約の適正化を図ることを目的に、「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」(以下「ガイドライン」といいます)を作成・公表してきました。

このガイドラインは、法令の一部ではなく、あくまでも「指針」であって、当事者に対し何ら法的拘束力を及ぼすものではありません。しかし、このガイドラインは、裁判例等を踏まえて作成されているものであることから、実際にトラブルが生じて裁判等になった場合には、このガイドラインの内容が極めて有力な判断基準となるところであります。また、行政や消費者相談の場でも積極的に活用されるなど、実務的には極めて大きな影響力を有しているところです。

2 法人税法の減価償却資産の考え方を採用

今回紹介した判決で主な争点とされたのは、「経過年数の考慮の必要性とその基準」という点です。

ガイドラインでは、経年変化・通常損耗の補修費用については、借主は月々の賃料として、すでに支払っているという前提に立ちます。

そして、仮に借主の故意過失等による損耗があって工事が必要となる場合であっても、その部材等には経年変化・通常損耗と評価できる部分が必ず存在し、その部分は退去時に借主が負担すべき費用にならないはずである(家賃として支払い済みのものを再度請求することは費用の二重取りに当たる)ことなどから、「借主の負担については、建物や設備等の経過年数を考慮し、年数が多いほど負担割合を減少させることとするのが適当である」とします。

そして、ガイドラインでは、経過年数による減価割合については、従前から「法人税法」における減価償却資産の考え方を採用するとともに、「減価償却資産の耐用年数等に関する省令」における経過年数による減価割合を参考にして採用してきました。

したがって、当時のガイドラインでは、クロスの張り替えについては、本判決と同様に、耐用年数6年とし、借主の入居年数等がそれを超えていれば90%減価し、残存価値10%分^{*}に相当する費用だけを借主負担とするとの考え方を示しており、本判決でもその考え方を採用して同趣旨の判断を示しました。

*法人税では、平成19年4月1日以後に取得する減価償却資産については残存価値(残存価額ともいう)が廃止されたが(厳密には残存価値1円になるまで償却可能)、それ以前に取得した減価償却資産については、残存価値は取得価額の10%と定められている。

3 ガイドラインの再改訂版の公表と 再改訂版における取扱い

ところで、ガイドラインの最初のバージョンは、平成10年3月に作成されました。その後、平成16年に新しい裁判例を追加するなどした改訂版が公表され、今回の判決が引用したのはこの改訂版に当たります。

しかし、その後も敷金・保証金等の返還、原状回復をめぐつては、多様な問題が存在しているなどとして、国土交通省は平成21年度から再改訂に向けての作業を進め、平成23年8月16日に、記載内容の変更・補足やQ&Aの見直し、新しい裁判例の追加などを行った再改訂版を公表したところです(再改訂のポイントは表参照)。

そして、本判決の争点であった「経過年数の考慮の必要性とその基準」の内容については、再改訂版で一部変更がなされました。

上記のとおり、ガイドラインでは、経過年数による減価割合については、従前から「法人税法」における減価償却資産の考え方を採用してきており、再改訂版もそれを踏襲しています。ところが、平成19年の税制改正によって残存価値が廃止され、耐用年数経過時に残存簿価1円まで償却できるようになったので、ガイドラインでもその考え方をそのままあてはめ、例えばクロスの場合、

「償却年数6年・残存価値1円」として借主の負担を決定することとしたところです。

したがって、この再改訂版が公表されて以降に結ばれる賃貸借契約については、特約などがない場合には、この再改訂版の考え方をベースに扱われる可能性が高い点に十分注意しておく必要があります。

ただし、この考え方を基本としたとしても、耐用年数を超えた設備等に損傷を与えた場合に、借主側には一切費用負担が発生しないというわけではありません。

借主は、退去時まで、賃借物件を善良な管理者としての注意を払って使用する義務を負っていることから、仮に残存価値1円と評価される設備等につき借主の故意過失等の損耗がある場合には、当該部材の費用は1円であるとしても、修繕等の工事に伴うその他の費用(人件費・工事に伴う費用等)は借主の負担とされ得ることも確認しておくことが大切です(ガイドラインでも同趣旨の記載がされています)。

●ガイドラインの再改訂のポイント(国土交通省の公表資料による)

①原状回復にかかるトラブルの未然防止のための措置

ア 賃貸住宅標準契約書との連動を意識とした原状回復条件様式の追加

退去時の原状回復にかかるトラブルを未然に防止するためには、契約時に原状回復条件を契約書に添付することにより、貸主・借主の双方が原状回復に関する条件を合意することが重要であるとして、契約書に添付する原状回復の条件(貸主・借主の改善負担分担、借主の負担範囲、原状回復工事目安単価等)に関する雛形の様式が追加された。

イ 原状回復費用精算書様式の追加

原状回復にかかるトラブル防止のためには、契約段階(入口)における貸主・借主の合意が重要であることと同様に、費用精算(出口)の段階の透明化も重要であるとして、各対象箇所の破損の状態を確認し、原状回復の清算を具体的に実施するよう、費用請求の際の清算明細書の雛形が示された。

ウ 特約の有効性等にかかる考え方の整理

賃貸借契約において特約を設ける場合の要件について、最高裁判例やQ&Aを追加し、特約の有効性・無効性の考え方が整理された。

②税法改正による残存価値割合(10%→1円)の変更

ガイドラインでは、従前から経過年数による減価割合については、「減価償却資産の耐用年数等に関する省令」を参考にするとされていたことから、平成19年の税制改正によって残存価値が廃止され、耐用年数経過時に残存簿価が1円まで償却できるようになったことを受け、ガイドラインにおける経過年数の考慮も、税制改正に従った形で改訂がなされた。

③Q&A、裁判事例の追加

ガイドラインの運用等においてこれまでによくある質問につき、具体的な事項のQ&Aが追加された。また、前回のガイドライン改訂後に出了された主な裁判例21事例が追加され、これによって掲載裁判例は42事例となった。

公簿等の権利関係調査は「何のために」「どのように」「どのような項目を」「どのような書類」で調査するのか?

千葉 喬



不動産業に従事して改めて、物件調査は業務範囲の広さ、関係法令等の多さに加えて、その後の取引業務である重要事項説明や契約業務等取引業務全体に重要な影響を及ぼす最も重要な業務であることを実感しています。しかも、取引物件ごとに調査内容、調査書類・資料や何のために調査するかの根拠となる関係法令等も異なるため、そのたびにチェックリストを使用してトラブルのないように心がけて業務を遂行しています。特に取引業務全体として、重要なポイントは当事者(人)、取引対象物件(物)、対価であり、物件調査とは密接不可分の関係と把握しています。

このうち当事者の確認や物件の確認は公簿等の権利関係調査が中心であると考えていますので、不動産登記簿をはじめ公簿等に記録、記載されている法律関係を分析しています。これらの調査を的確に効率的に行うためにも、どの書類や資料等を選択し、その情報をチェックするかは公簿等調査の目的別(人・物・権利関係)と公簿等の全体的関連がどのようにになっているかを把握する必要があると理解してよいでしょうか。また、現況と現在の公簿等の記録・記載との整合性と公簿相互の整合性や当事者との合致の有無を調査する場合のチェックはどのようにするのがよいでしょうか。



1 権利関係調査の全体的把握

不動産取引は一般的に取引を行う当事者(自然人・法人)と取引の客体(物)が存在し、それらを売買契約や抵当権設定契約(金銭消費貸借契約)等により各当事者間の権利関係(契約関係)で物権変動(所有権移転等)の効力が生じ、不動産(物)が相手方に引渡され、移転登記や抵当権設定登記がされるプロセスを経て終了します(図参照)。このように権利関係は、当事者間または物(不動産)と当事者の間で、それを結びついている関係であり、不動産の売買では所有権移転等の物権変動が取引の中心になります。

公簿等による権利関係調査は、上記の一連のプロセスで当事者の確認、物件の確認および権利関係の確認をするために、その場面に対応した公簿等を選択することになります。そこから得られる情報が基本となって、的確で効率的な調査が遂行できます。

2 目的別の公簿等の分類と調査方法

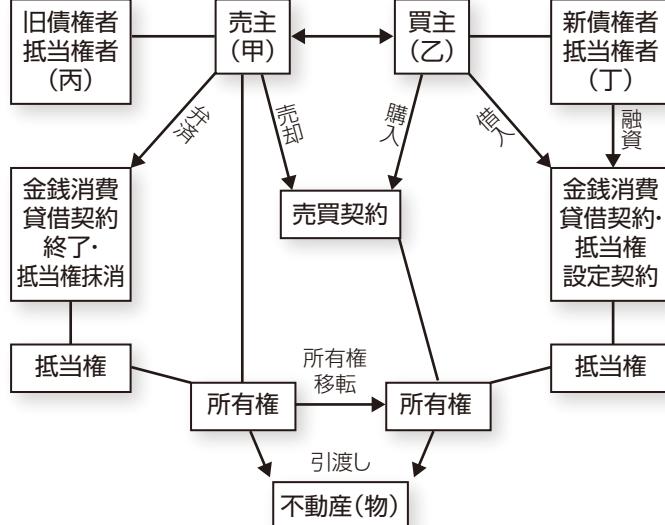
一般的な不動産取引である売買では、当事者(人)、物件および権利関係の目的別に、それらに対応する公簿等に分類した上で調査することにより、調査もれや見当違いの調査を防ぐことができます。

ただし、登記済証(登記識別情報)や印鑑証明書等の個人が所有する書類や本人等特定の人の申請により発行される証明書は公簿ではないので公簿には該当していませんが、他の公簿等との整合性がチェックでき、登記申請の添付書類でもありますので、公簿に準じて取扱うことができます。目的別の分類による公簿等の調査方法の概要は次のとおりです。

(1) 主に現況と現在の公簿等の記録、記載との整合性の調査(原則として、それぞれの目的別の公簿等で調査)

① 取引対象物件の違い・取引の当事者の人違い・架空物件や架空人物でないことをチェックする。

●一般的な不動産取引のプロセスと権利関係



②現況と現在の公簿とが合致しない場合

イ) 戸籍法・住民基本台帳法により氏名・住所の変更、更正および出生・死亡の届出を促す(戸籍謄本・住民票等)。

ロ) 不動産登記法により建物の新築・増築・取壊しの表示登記申請を促す(不動産登記簿)。

ハ) 商業登記法等により商号・本店・代表者等の変更、更正の申請を促す(商業登記簿)。

(2) 主に公簿相互の整合性や当事者の主張との合致を調査(目的別の公簿等にまたがって調査)

①登記名義人の氏名と住所(会社は商号・本店)・物件表示が他の公簿等の記録、記載と合致しているかの調査

イ) 所有者と所有権登記名義人の表示のチェック:登記簿(登記事項証明書)甲区所有権者・登記済証(登記識別情報)の所有者、権利者・固定資産評価証明書等・住民票、印鑑証明書(会社は商業登記簿)のすべてに合致しているか。

ロ) 取引対象物件の表示のチェック:登記簿(登記事項証明書)の表題部・登記済証(登記識別情報)の不動産の表示・固定資産評価証明書等・建物図面、地積測量図の記載と合致しているか。

ハ) 抵当権等の登記名義人の表示のチェック:登記簿(登記事項証明書)の乙区所有権以外の権利欄・抵当権設定登記済証・商業登記簿と合致しているか。

②物権変動(所有権移転・抵当権設定等)に関して、当事者の主張等と相違がないかどうかを調査

たとえば当事者が知らない所有権移転、抵当権設定、賃借権や仮登記等がされていないかを調査します。

事情を確認した後に、それらの事実が判明した場合には、関係者間で協議して、抹消や変更等の登記申請を検討することになります。仮に当事者の予期していない権利等が存在すると、新しい権利者が期待した物件を取得できなかつたり、本来の利用ができなかつたりして重大な紛争になる危険があります。

したがって、権利関係の調査には十分注意し、取引に関与した者が担保責任や損害賠償・契約解除等の不利益を受けることがないように万全な調査をすることが必要です。

上記の公簿等の具体的な調査内容、調査の方法や留意点、不動産登記簿等の注意点等については次回以降に掲載します。

Comment

●登記簿によって判明しない権利、内容と留意点

1.不動産登記法により登記できない権利であるもの

- (1)占有権 (2)留置権(担保物権) (3)入会権(用益物権) (4)使用貸借契約に基づく使用借権(無償)

2.特別法により登記簿に登記されていないでも、第三者対抗力を認められる主な権利

(1)借地借家法(第10条)による借地権

借地権者が、その土地上に登記された建物を所有する場合には、第三者に対抗できます。

(2)同法(第31条)による建物賃借権(借家権)

賃借権も登記法上登記できる権利ですが、その建物賃借権自体の登記がなくても、建物が賃借人に引渡(占有)されていれば、第三者に対抗できます。

3.登記簿により判明できない内容とチェックポイント

(1)相続登記が未了の場合(相続人)

売主や買主の当事者として取引する権限があるかどうか。

(2)土地と建物の登記名義が異なる場合(契約当事者)

①契約当事者の確認をしたか。

②借地権か使用貸借権の確認および借地条件(期間、地代、特約等)の確認

(3)配偶者・親子等登記名義人でない者が契約当事者となる場合

①代理権授与を本人に確認したか。

②代理行為を行う権限や本人が病気等のやむを得ない理由があるか。

(4)敷地や建物の状況が現況と登記内容が異なる場合

①敷地の場合(実測面積、境界、形状等)は、実測図の有無や隣地所有者への確認

②建物の場合には、未登記建物、増改築の有無、滅失登記の確認

設問コーナー

公簿等の権利関係調査に関する次の設問について適切か不適切かを解答してください。

【設問1】 不動産登記簿は通常、不動産の履歴書といわれ、物理的な事項や所有権、抵当権等の権利関係の歴史が記録されているので、常に実体(現況)と一致している。

【設問2】 公簿等による権利関係調査は不動産取引の一連のプロセスで当事者(人)の確認、物件の確認および権利関係の確認をするために、その局面に対応した公簿を選択し、そこから得られる情報により調査する方法が望ましい。

* * * * *

正解と解説

【設問1】 不適切。不動産登記簿は実質的にこれだけの情報を提供してくれる公簿はほかにありませんが、権利に関する登記申請は義務づけられていないこと等から常に実体と一致しているとは限りません。

【設問2】 適切。権利関係調査は人・物・権利の関係を理解した上で調査することにより、調査のもれや見当違いの調査を防ぐことができます。

知っておきたい！建築基礎知識

床面積の算定方法と建築計画

明海大学不動産学部教授 中城 康彦



床面積の算定方法が建築計画に影響を与えます。不動産市場が量から質へと移行していることを受けて、今までの常識がこれからも常識でありつづける保証はありません。今回は床面積の計算方法をキーワードに建築計画の見方、建物のグレード感を考えます。

1.床面積・延べ面積

建築物の各階またはその一部で壁、扉、シャッター、手摺、柱等の中心線で囲まれた部分の面積を床面積といい、建築物の各階の床面積の合計を延べ面積といいます（建築基準法施行令2条）。ピロティ、屋外廊下、屋外階段など壁がない部分等で一義的に決定できないものについては「床面積の算定方法について」（昭和61年・建設省住指発第115号）に従います。

これによれば、屋外廊下については「吹きさらしの廊下」の項があり、外気に有効に開放されている部分の高さが1.1m以上であり、かつ、天井の高さの1/2以上である廊下は、幅2mまでは床面積に算入しないとされ、バルコニー・ベランダもこれに準じます。また、屋外階段は、①外周長の1/2以上について、②高さが1.1m以上、かつ、天井の高さの1/2以上が、外気に有効に開放されている場合は、床面積に算入しない扱いとなります。床面積に入らない場合は、当然に容積率にも入りません。

2.有効面積（専用面積）

これに対して不動産の実務では、有効面積が問題となります。有効面積は法定の用語ではありませんが、住宅や事務所等に直接利用できる部分の面積です。賃貸用不動産においては賃借人が独占的に利用するため専用面積ということもあります（専有面積ではありません。念のため）。賃貸ビルとしての効率を賃貸有効率（レンタブル比）で測ることがあります。一般に、

レンタブル比=賃貸有効面積の合計÷延べ面積
です。

かつて不動産市場は需要が旺盛で、供給者側が少しでも多くの有効面積を供給したいと考えることが一般的でした。

賃貸有効面積=延べ面積×レンタブル比
=敷地面積×基準容積率×レンタブル比
ですので、①基準容積率の限度まで建築する、②レンタブル比を高くすることにより、これを実現しようとしました。

3.外廊下・外階段を用いた建築物が多い

以上は分譲用建物でも基本は同じです。このため、わが国では、賃貸・分譲を問わず床面積に入らない屋外階段や屋内階段が多く用いられることとなりました。床面積に入らない階段や廊下のつくり方が可能であるならば、その分の床面積を賃貸面積や分譲面積に回して少しでも売り上げを高くしようと考えるのは当然だったといえます。

4.二方向避難（二以上の直通階段の設置）

火災等から安全に避難するために、建築物は二方向避難が原則となります。どのような場合に二以上の直通階段を設けなければならないかは、用途や階数などによって異なります（建築基準法施行令121条）が、ここでは300m²から350m²程度の敷地に6階建て以上の事務所ビルを計画する場合を想定します。

建築基準法によれば、6階以上の階に居室（本件では事務室）を有する建築物は二以上の直通階段を設けなければならぬとされます。ただし、①その階の居室（本件では事務室）の床面積が100m²（準耐火構造等では200m²。通常はこちらによる）を超えない、②屋外避難階段または特別避難階段とし、③避難用バルコニーを設ける場合は、階段は1箇所でよいことになっています。

このうち②については、屋外避難階段は上述のとおり床面積に入りません。一方、特別避難階段は、一般に15階建以上の超高層建築物に用いるもので、通常の避難階段より安全ですが、その分、面積が広く必要です。具体的には階段室に入る前に附室があり、この面積および排気のためのダクトスペースが追加となります。屋外避難階段を用いた方がレンタブル比が高くなるのは明白で、一般にこちらを採用します。

5.小中規模中高層ビルの建築計画（賃貸ビルを想定）

中小規模の敷地に建つ6階建以上の事務所ビルのほか、飲食ビル（ソシアルビル、ペンシルビルということもある）などでは、屋外避難階段が多用されることになります。その理由をもう一度確認すると、

①屋内避難階段であれば2箇所必要なところ屋外避難階段であれば1箇所ですむ（ただし、避難用バルコニーが必要となる

が、避難用バルコニーは床面積に入らない)、②屋外避難階段は床面積に入らないので、その分、貸室面積を多くとることができます、③屋内避難階段では一般に内法1.2m必要なところ、屋外避難階段は0.9mでよく、平面的に小さくて済む、④小さい、壁がないなどにより安価である、⑤鉄骨階段とする場合は工場生産が可能で工期が短縮できる、などです。

ただし、屋外避難階段は、(a)風雨にさらされて快適性が劣り床仕上げも制約を受ける、(b)ゴミが舞い込む、(c)足音が伝わりやすい、(d)冷暖房を使うことができない、などの短所があります。このため屋内避難階段と比較するとビルのグレードは一般に低いことになります。

その階の居室(本件では事務室)の床面積が200m²を超えると二以上の直通階段を設けなければなりませんが、この場合でも1箇所を屋内避難階段、1箇所を屋外避難階段としてビルのグレードとレンタブル比のバランスをとることが考えられます。

6.ビルのグレードおよびレンタブル比の検証

間口17m、奥行き20m、敷地面積340m²の土地に、6階建以上の事務所ビルを計画します。

第1案(図1)は、屋内避難階段を2箇所配置し、その間にエレベーター、トイレ、湯沸室、機械室を入れて、共用部分とします。事務所ビルの建築計画ではこのような部分を「コア」といいますが、この案はコアが平面図の片側にまとまっていることより、「片寄コア」といいます。道路側は全体に窓を確保し、事務所ビルとしての意匠を凝らすことが可能です。共用部分の面積は88m²で、基準階のレンタブル比は69%です。二方向避難がわかりやすく確保され、外観の意匠も高められますが、レンタブル比は低くなります。

第2案(図2)は、屋外避難階段と避難用バルコニーの組み合わせで、二方向避難を確保するものです。屋外階段は、①周長の1/2以上が外気に接する必要があること、②1階の避難通路の確保を容易にすることのために、通常は道路側の隅部に配置します。このため、道路側から屋外避難階段と避難用バルコニーが見え、立面図(外観)は統一感に欠けるものとなります。共用部分の面積は55m²で基準階のレンタブル比は78%です。レンタブル比は高くなりますが、緊急時に屋外避難階段に到達できない場合は、避難用バルコニーで消防署の梯子車の到着を待つことになります(避難用バルコニーにはハッチがついていますが、自力でハッチを伝って避難することは容易ではありません)。

不動産の開発や流通に際しては以上をもとに、計画案の決定や家賃の査定をする必要があります。

7.共同住宅の共用廊下等の容積率不算入措置

平成9年の建築基準法改正により、共同住宅の共用廊下、階段、エントランスホール、エレベーターホールなどは、容積率計算

上の床面積には算入しないことができます。改正は老朽化したマンションの建て替え促進を狙ったものでしたが、新築マンションでこれを利用し、ゆったりとしたエントランスホールやエレベーターホールをもつものが増えています。改正前は収益を生まないこれらの部分は必要最小限とすることが多かったことと比較して、共用部分のグレード感の高いマンションが増えています。言い換えると、旧型のマンションの市場競争力が低下していますが、その背景には床面積の扱いに関する法律改正があります。

図1●屋内避難階段を2箇所配置し
ビルのグレードを優先した建築計画(第1案)

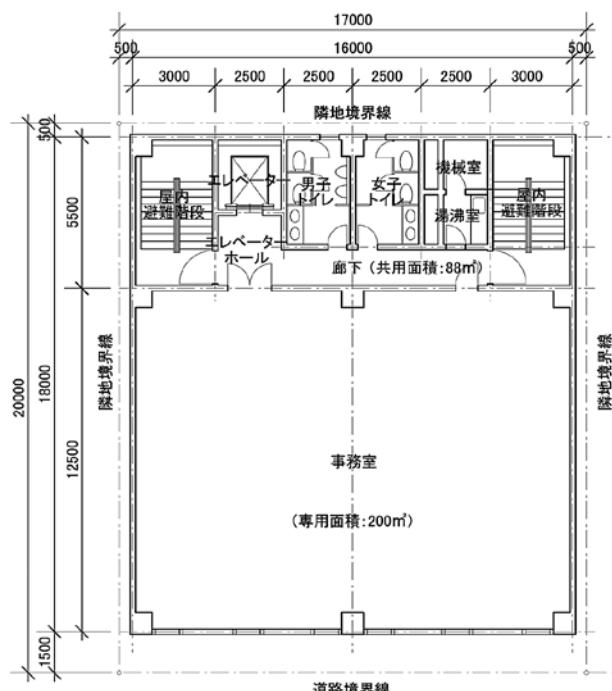
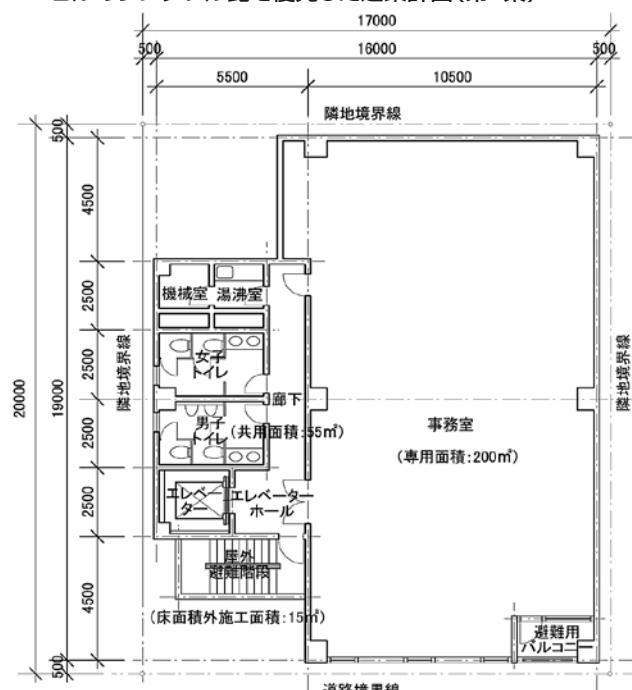


図2●屋外避難階段として
ビルのレンタブル比を優先した建築計画(第2案)



IT活用のヒント

不動産ホームページ・運営のコツ

今回のポイント

- ホームページをアップしてすぐは、社名で検索しても出てこないことが多い。
- 同じ社名の会社がたくさんある場合は、ホームページのタイトルを、社名とは別に設定する。
- ホームページ内に地名や社名をしっかり入れて、少しでもお客様が検索しやすいようにする。

ヤフーなどの検索エンジンで上位に表示させる「SEO」*という言葉が、不動産業界でもかなり一般的になりました。「地名+賃貸」などで上位表示させたいと思うのですが、それよりずっと大事なキーワードは「社名」です。

「うちのHPが社名で検索しても出てこない!」

よく不動産会社の方から「うちのホームページが、社名で検索しても出てこない!」とご相談を受けることがあります。

不動産会社サイトへの流入元で一番多いのは、社名での検索です。

看板や広告・ポータルサイトで御社を知ったお客様や、初回は「地名+賃貸」などのキーワードで流入したユーザーが、社名で何度も検索し、比較検討の上、問合せします。ですから、社名で出てこないというのは大きな問題です。

社名がヤフーなどの検索結果に出てこない原因として一番大きいのは、「ホームページをアップしてから日が浅い」場合です。ホームページをまったく新しく作る場合は、検索エンジンに認識されるまで大体3日から2週間くらいかかります。

また、検索結果に出てきても、ポータルサイトや他のサイトに会社概要ページがあれば、そちらの方が上に出てきてしまう場合もあります。

こういった問題は、通常は時間が解決します。どんなにポータルが強くても、会社の公式サイトが、最終的には社名で検索した場合一番上に出てくるようになります。

検索結果に出てくるのを早めたい場合は、他のホームページからリンクをしてもらったりする必要があります。ただし、不自然なリンクを貼っていると、最近は検索エンジン側から警告が来るようになったので、「やりすぎ」にならないよう注意が必要です。

同じ社名の会社がたくさんある時は…

もう一つ、社名が検索結果に出てこない根本的な原因があります。同じ社名の会社がたくさんある場合です。特に不動産会

社は会社の数が多く、社名も似てしまうことが多いようです。

現実世界では、社名が同じでもエリアが違えば競合することはなかったのですが、インターネットでは全部競合になってしまいます。これには困っていますね。

同一社名の会社が多ければ多いほど、上位表示が難しくなり、せっかく社名で検索してホームページを見てくれるようなホットなお客様を取り逃がしてしまうことになります。

今から社名を変更するというわけにもいきませんし、どうすれば良いでしょうか?

ひとつ解決策があります。ホームページのタイトルを、社名とは別に設定するのです。例えば、新橋の事務所を多く扱っている場合は、「新橋事務所ドットコム」など(ペタですが…)。

そして、そのホームページ名を、ネット以外の広告や名刺にも貼り付けます。

そうすれば、多少社名が出て来づらくても、お客様にホームページにアクセスしてもらうことが可能です。

ただ、それでも社名で検索するお客様はいらっしゃるので、「運営会社」として、しっかり社名を出しておく必要があります。

また、お客様が探しだせなかつたときに再検索しそうな言葉、「社名+地名」「社名+不動産」などをホームページ内に入れておき、少しでも探しやすくしておきましょう。

なんだか細かい話になってしまいましたが、アクセスを増やすためには、ホームページの集客のためにせっせと広告を打つよりも、こういうところを見なおした方が早いのです。

* SEO:サーチ・エンジン・オプティマイゼーション(Search Engine Optimization)、検索結果の表示順で自社のwebサイトが上位になるよう工夫すること。



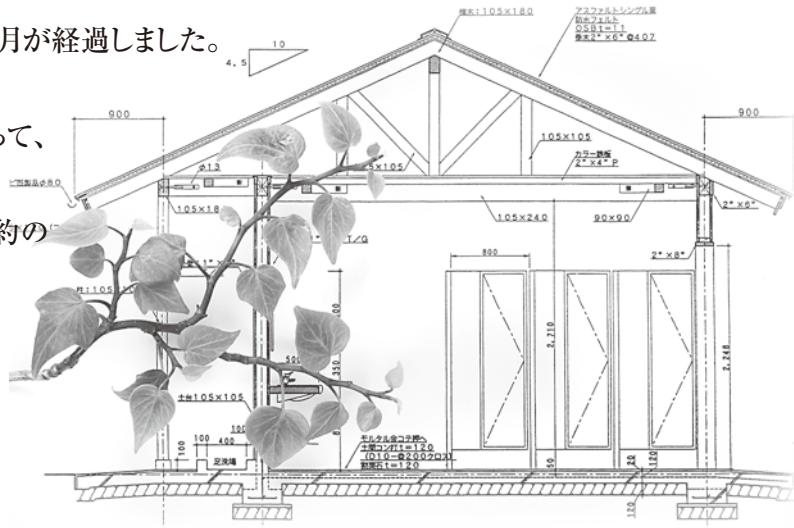
災害時における 宅地建物取引業者の留意点

弁護士 岡本 正治

未曾有の被害をもたらした東日本大震災から8ヵ月が経過しました。

震災を契機として顕在化した

不動産の取引紛争の解決方法を考えるにあたって、
今回の経験を今後の契約に反映させるべく、
宅建協会で一般に使われている不動産売買契約の
条項をみながら検討してみることにしましょう。



I 契約当事者の死亡など

(売買の目的物及び売買代金)

第〇条 売主は、標記の物件(以下「本物件」という。)を標記の代金をもって買主に売渡し、買主はこれを買受けた。

(1) 売買契約締結後に売主、買主に相続が発生したとき

宅地建物の売買契約は、契約してから1ヵ月後に決済引渡しどと、新築マンションの販売のように契約してから1年後に決済引渡しがなされるなど、契約と決済引渡しとの間に一定の時間があることが普通です。そのため、その間に契約した当事者の一方または双方が死亡することがあります。

死亡の場合には相続が発生します。今回の震災のように災害に遭われたが行方不明の場合には、失踪宣告や認定死亡の制度により死亡とみなされて相続が発生します。相続が発生すると、相続人は、相続開始の時から被相続人の財産に属した一切の権利義務を承継します(包括承継)。これには契約上の地位が含まれ、売主としての地位、買主としての地位はそれぞれの相続人が承継します。

(2) 相続人の調査の必要

現実問題としては、相続人が誰であるかの調査をする必要があります。仲介業者は、誰が相続人であるかが確定していないと、契約が履行されるのか解除されるのかという方向性が定まらずに宙ぶらりんになってしまいます。

売主業者、買主業者または仲介業者として売買契約に関与していた場合には、売主側、買主側に相続が発生した事実が判明した時点で、当事者双方の知り得た相続人に対して、亡くなられた当事者が生前に締結した契約をどうするかということの意向確認をするのみならず、誰が相続人であるかを調査する必要があることについて説明する必要があるでしょう。

II 取引物件の境界確認等

(測量図の引渡し及び境界の明示)

第〇条 売主は、その責任と負担において、隣地所有者等の立会いを得て、測量士又は土地家屋調査士に標記の土地(A)について測量させ、(A)記載の測量図を本物件引渡しのときまでに買主に交付する。
2 売主は、買主に本物件引渡しのときまでに、前項の測量図に基づく隣地との境界を現地において明示する。

(1) 土地の形状の変化、面積の増減

今回の震災に限らず、地震により土地に亀裂やすれが生じることはよく知られています。震災前に確定測量が完了していたとしても、地震により、土地の形状が変わったり、土地の面積が変わったりすることもあります。

(2) 再度の境界確認、境界明示、測量

そこで、震災前にいったん隣地との境界の確認や測量が完了していたとしても、震災後に改めて隣地との境界の確認をし、境界の明示をし、測量しなおすことが必要です。

したがって、大規模な地震があった場合には、土地の形状に変化がないように見えたとしても、売主業者、買主業者、仲介業者は、再度の境界確認、境界明示、測量を行うかどうかについて、契約当事者の意向を確認しておくべきでしょう。

(3) 実測精算しない契約

実測精算しないことを前提に契約した場合であっても、地震により土地の面積や形状が変わることはあり得る以上、隣地との境界確認、境界の明示は改めて行うことが必要です。

III 売買代金の支払義務

(売買代金の支払時期及びその方法)

第〇条 買主は、売主に売買代金を標記の期日までに現金又は預金小切手で支払う。

(1) 資材不足による履行遅延に対する手当

売買代金は、自然災害が発生しても、契約で定められた期日に支払わなければなりません。しかし、売主の引渡義務は特定物債権ですから、自然災害、事件、事故等により期日までにこれを引き渡すことができなくなる事態も考えられます。

今回の震災では、被災していない地域においても、資材の不足等により新築マンションの竣工が遅れるといった問題が発生しました。

震災のような自然災害は当事者の責に帰すべからざる事由にあたりますから、引渡し期日に竣工しておらず、物件を引き渡せないときのリスクをどのように分配するかを早急に確認し、合意しておく必要があります。

(2) 売買代金債務との関係(同時履行の抗弁権)

不動産の売買契約では通常、売主の引渡義務と買主の代金支払い義務とは同時履行の関係にあるものとして契約されていますから、契約目的物の引渡しがなされない以上、買主の代金支払義務は履行遅滞に陥りません。

そこで、資材不足により竣工が遅れたとしても、引渡しが

遅れることについて確認書を交わさないまま、漫然と決済・引渡期日を迎え、買主が、売主はどうせ履行できないのだからと特に売買代金の準備をせずにいた場合には、買主は売主から売買代金を支払うように求められたとしても、「売主が履行しない限りは買主も履行しない」という同時履行の抗弁権を主張して、債務不履行責任を負うことからは免れます。

しかし、買主が契約どおり売買代金を持参して、売主がこれを受領しようと思えば、受領できるだけの準備を調べ、売主に対して履行を請求した場合には、売主は履行遅滞に陥り、債務不履行として損害賠償責任を負うことになります。

(3) 確認書に盛り込むべき事項

自然災害による資材不足等により契約目的物の竣工が遅れ、引渡しが遅れるおそれがある場合には、履行期日を変更する必要が出てきます。しかし、買主は通常、履行期日に引渡しを受け、すみやかに住居の転居や事務所や店舗の移転をすることを前提に準備をしています。

転居や移転が遅れることにより、いったん別の賃貸マンションに移る必要が出てきたり、その間、仕事ができなくなったりすると、契約当時には予測できなかった損害が発生します。転居・移転の期間の長短によって、損害額は異なってくるでしょうから、契約をそのまま維持するか、それとも解除等により契約関係から離脱するかを選択できるようにすることが当事者間の公平という意味でも望ましいといえます。

具体的には、①何の理由により引渡しが遅れる可能性があるのかを明らかにすること、②引渡しが遅れる場合にどの程度遅れるのかを一定の期日までに告知すること、③買主が、契約関係から離脱するかどうかの意思決定をすることができるだけの相当な期間を与えること、④買主が、解除する場合には白紙解除とし、それまでに授受した金銭を返還すること、⑤解除の場合にはそれ以外の損害賠償請求を行わないこと、⑥契約の履行を選択した場合に、買主に生じた損害を請求するとするのか、それとも買主は何らの損害賠償請求をしないとするのか、といった事項を明確に定めることが必要です。

IV 引渡し前の滅失、毀損

(引渡し前の滅失・毀損)

第〇条 本物件の引渡し前に、天災地変その他売主又は買主のいずれの責にも帰すことのできない事由によって本物件が滅失したときは、買主は、この契約を解除することができる。

2 本物件の引渡し前に、前項の事由によって本物件が毀損したときは、売主は、本物件を修復して買主に引渡すものとする。この場合、売主の誠実な修復行為によって引渡しが標記の期日を超えて、買主は、売主に対し、その引渡し延期について異議を述べることはできない。

3 売主は、前項の修復が著しく困難なとき、又は過大な費用を要するときは、この契約を解除することができるものとし、買主は、本物件の毀損により契約の目的が達せられないときは、この契約を解除することができる。

4 第1項又は前項によってこの契約が解除された場合、売主は、受領済の金員を無利息で遅滞なく買主に返還しなければならない。

(1) 危険負担

不動産売買契約には、必ず「引渡し前の滅失・毀損」という条項、つまり危険負担条項があります。これは、風水害、地震、延焼等、売主、買主のいずれの責にも帰すことのできない事由によって取引物件が滅失したり毀損したりする場合にどのようにするかを取り決めた条項です。

ところが、地震等の天変地異はめったにありませんので、一応、契約条項としては設けられているものの、ほとんど顧みられず、条項の内容が不明確なままで、いざ震災が起きると、この条項を規準に解決すべきところ、曖昧な表現があり、解決に役立たないということもみられます。

(2) 民法の原則と特約による修正

危険負担は、売主、買主の責にも帰すべからざる事由によって履行不能が生じた場合に、代金支払い債務はどうなるか、という問題です。目的物引渡義務の消滅と運命をともにして代金支払い義務も消滅することにするのが、債務者主義であり、運命をともにせず、買主の代金支払い義務だけは存続するというのが債権者主義です。

わが国の民法は、宅地建物のような特定物の売買においては債権者主義を原則としており、この原則に従えば、買主は目的物が滅失しているのに売買代金全額を支払わなければならなくなります。

しかし一般に、宅地建物の売買契約においては、売買代金が支払われることと引き換えに登記が移転され、その時期に所有権移転の効果が生じるとされていますから、目的物に対する支配関係もこの時に移転します。そこで、支配関係が売主にある段階で目的物が滅失した場合には売買代金債

務もまた滅失するとすることが公平かつ合理的です。

そこで、不動産売買契約書では、通例、当事者の責に帰すべからざる事由により目的物が滅失した場合には、買主は契約を解除できるとの条項にし、契約が解除された場合には、売主は、受領済みの金員を無利息で遅滞なく買主に返還するとの条項を設けて民法の原則を修正しています。

(3) 滅失の意義

このとき、滅失の定義をどのように考えるかということ是非常に難しい問題です。建物が津波で流出し、基礎しか残っていないとなれば、全壊となり、物理的滅失に当たります。

さらに、これまであまり問題にならなかった環境による滅失の問題があります。たとえば、今回の震災で福島原発の事故の影響で、立ち入ることができなくなった地域が生じています。このような地域内に存在する取引物件は、物理的には何ら損傷、毀損も生じていなかったとしても、取引物件自体に立ち入ることができない、つまり、取引物件の目的に従った使用収益ができないという意味で滅失に当たるといってよいと考えられます。

難しいのは、立ち入り禁止区域の指定に期間的な限定があることですが、期間がいつまでかが不明確な以上、滅失として判断せざるを得ないと考えられます。

(4) 契約目的物が毀損した場合

当事者の責に帰すべからざる事由により、売買目的物が毀損した場合には、もう少し複雑な特約がなされています。

前記ひな型の条項は、宅建協会で一般的に使われている条項ですが、第2項では、「本物件の引渡し前に、前項の事由によって本物件が毀損したときは、売主は、本物件を修復して買主に引渡すものとする。この場合、売主の誠実な修復行為によって引渡しが標記の期日を超えて、買主は、売主に対し、その引渡し延期について異議を述べることはできない」と規定しています。

さらに第3項では、「売主は、前項の修復が著しく困難なとき、又は過大な費用を要するときは、この契約を解除することができるものとし、買主は、本物件の毀損により契約の目的が達せられないときは、この契約を解除することができる」と規定しています。

つまり、第2項と第3項とを併せて読むと、目的物が毀損した場合には、

- ①売主は目的物を修復して引渡す
- ②修復によって引渡しが契約した引渡日を超えて買主は異議を述べることはできない
- ③修復が著しく困難な時、過大な費用を要する時は、売主は契約を解除できる

④物件の毀損により契約の目的が達せられないときは、買主は契約を解除できる
ということです。

このとき、③の「修復が著しく困難な時」と「過大な費用を要する」とはどういう関係なのかは条項を読むだけでは不明確です。

現代の技術をもってすれば、費用さえかければどのような毀損であっても修復は可能であると思われますが、契約条項では「修復が著しく困難」という要件と「過大な費用を要する」という要件とが併記されており、その関係が明確ではありません。おそらく、「修復が著しく困難」という要件は、「過大な費用を要する」という要件に収れんされるのではないかと思われますが、契約条項からは一義的に明確ではありません。

さらに、「修復が著しく困難」であるとか「過大な費用を要する」とかは、誰が判断するのか、ということも不明確です。修復のために目的物の売買価格と同じ程度もしくはそれ以上の費用がかかるという場合は、「過大な費用を要する」に当たると考えられますが、これほどまでには至らない場合には、売主と買主とで「過大な費用」と考える程度が異なることも考えられ、結局、第2項、第3項だけでは、問題は解決しないのです。

そのため、売主が売買契約を解除する旨の意思表示をしても、買主は、前記条項に定める解除の要件を満たしていないと主張すれば、「過大な費用」の判断をめぐって紛争が生じてしまうことになります。

④は、①の修復がなされないときに解除ができるとは間違いません。しかし、①により修復がなされた場合でも「物件の毀損により契約の目的が達せられないとき」という場合があるのかは、一義的には明確ではありません。

(5) 売主が契約関係から離脱したいとき

ところで、売主が毀損部分を修復するには当然費用がかかります。この費用は売主が負担した上で売主は目的物を修復して買主に引き渡すべしとされているのが第2項本文です。

また、客観的には「過大な費用」とまでは言えないと判断できる場合で、買主が「物件の毀損により契約の目的を達せられない」とまで考へない場合は、売主は、目的物を修復した上でこれを買主に引き渡す義務が生じますが、今回の震災のように極めて広範囲で被災している場合には、売主も買主も共に被災者で、売主としても資金不足のため、費用をかけてまで物件を売ることはできないこともあります。

しかし、第2項からは、「過大な費用を要する」に当たらない場合には、売主は契約関係から離脱できることになってし

まい、売主は誠実な修復行為を行わないとして、履行期日に履行できず債務不履行で解除され、損害賠償請求や違約金請求をされることになります。

また、「修復」が完了したか否かという問題は、売主側の認識と買主側の認識とで大きく異なることが多い、「修復」を定めることは紛争を激化させこそすれ、紛争を解決する指針にはなりにくいのが実情です。

(6) 物件修復の問題性

これらはいずれも、目的物が毀損した場合に、「修復して引き渡す」ことを前提に約定していることから生じる問題です。

本来、売買契約は売主が目的物を引渡し、買主は売買代金を支払うことで完結するはずのものです。請負契約ではありませんから、売主は通常、自己の手で目的物を修復する能力も技能も有していないことが前提です。つまり、売主に修復義務を課したとしても、結局、専門の建築業者に依頼せざるを得ず、その費用を誰が負担するかに尽きるわけです。

そうだとすれば、目的物が毀損した場合であっても、「修復」を前提にするのではなく、引渡したうえで、契約時に当事者双方が念頭に置いていた契約目的物との価格差を誰がどのように負担するかを定める方がはるかに問題解決に資すると思われます。

(7) 現実の対応

取引紛争は、契約関係を透明化することによって相当程度未然に防ぐことができます。

引渡前の契約目的物が被災し、壁に亀裂が入ったり、家が傾いたりした場合には、売主業者もしくは仲介業者は、この現状を包み隠さず買主に見せることが大切です。阪神淡路大震災の際にも、引渡前の新築マンションが被災し、壁に大きく亀裂が入ったり、一時的にエレベーターが動かなくなったりということはありました。この時、ほとんどのマンション業者は、買主に現状をありのままに見せ、売主として毀損部分を修復する用意があることを告げ、修復したマンションを購入する意思があるかどうかを確認しましたが、このような誠実な対応の結果、キャンセル住戸はほとんどありませんでした。

(8) 調査義務

売買契約締結後、震災等の自然災害が発生したが、契約目的物には一見して不具合等が発生しなかったものの、近隣では建物にクラックが入ったり地盤が緩んだりしているため、危険負担条項による修復等の必要がないかどうかを引渡しまで専門家に依頼して詳細に調査してほしいと買主から要望された場合、どのように考えるべきかという問題もあります。このような専門家の詳細な調査を求められた場合に、売主は調査義務があるでしょうか。

売主に、契約締結後引渡しまでに契約目的物に毀損が発生したかどうかを調査する義務があるかは、契約条項からは判然としません。専門家に滅失毀損等の調査を依頼すると、相当程度の費用がかかりますが、この契約書ではその費用負担について約定されていません。素直に契約条項を読めば、通常の注意をすれば契約目的物に毀損があるかどうかが分かる程度の毀損がある場合には、毀損箇所を修復する義務まではありますが、売主が調査費用をかけてまで詳細調査を行う義務があるとまでは読めないでしょう。

わが国は、地震国であることに加えて台風等の風水害の多い国です。しかも、阪神淡路大震災や今回の震災等により、不動産売買について危険負担条項をどのように取り決めておくかが、取引紛争を早期かつ円満に解決できることにつながることは広く認識されたともいえます。

今後、契約を締結する際には、危険負担条項の内容を明確化すること、修補義務まで負わすのであれば、その基準を明確化すること、滅失・毀損の有無の判断は専門の調査機関による調査によるのか、それとも通常の注意をもって確認すれば足りる程度の判断でよいのか、といった事項についてまで目配りをして条項を定めることが必要です。

V 契約解除

(契約違反による解除)

第〇条 売主又は買主がこの契約に定める債務を履行しないとき、その相手方は、自己の債務の履行を提供し、かつ、相当の期間を定めて催告したうえ、この契約を解除することができる。

2 前項の契約解除に伴う損害賠償は、標記の違約金によるものとする。

3 違約金の支払いは、次のとおり、遅滞なくこれを行う。

①売主の債務不履行により買主が解除したときは、売主は、受領済の金員に違約金を付加して買主に支払う。

②買主の債務不履行により売主が解除したときは、売主は、受領済の金員から違約金を控除した残額をすみやかに無利息で買主に返還する。この場合において、違約金の額が支払済の金員を上回るときは、買主は、売主にその差額を支払うものとする。

4 買主が本物件の所有権移転登記を受け、又は本

物件の引渡しを受けているときは、前項の支払いを受けるのと引換えに、その登記の抹消登記手続き、又は本物件の返還をしなければならない。

売主側の債務不履行は契約目的物を決済・引渡期日に引き渡せないこと、買主側の債務不履行は売買代金を決済・引渡期日に支払わないことが、その主な内容です。

今回の震災のように極めて広範囲に被災している場合には、売主側の目的物引渡義務が履行できない場合だけではなく、買主側が売買代金を用意できないという場合もあります。当事者双方が債務を履行できない場合には、目的物引渡義務と代金支払い義務は同時履行関係にありますから、いずれも遅滞に陥らない、つまり、債務不履行にもならないままに契約関係が継続しているという事態も生じかねません。

自然災害のみならず、通常の取引においても、当事者の一方が期日に債務を履行しない可能性が高い場合には、他方当事者は、①決済・引渡期日に履行場所に赴いて債権者が履行を受領しようとすればできるだけの準備を整えて履行の提供をして相手方を遅滞に陥れ、債務不履行を理由に契約解除するか、それとも、②履行期日を延期するのか、③合意解除するのか、といった方針を検討し、合意解除の方針をとるのであれば、できるだけ早く相手方との間で合意解除の内容を協議して、できるだけ早く契約関係から離脱することが損害を最小限に食い止めることができます。

なお、履行の目途も立たないままにいたずらに期日延期を重ねることは、紛争解決に資さないばかりではなく、当事者間の感情がさらに悪化し、紛争をさらに深めることになりますから避けるべきです。

以上、災害時における留意点をいくつかまとめてみました。みなさまの実務の参考にしていただければ幸いです。

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

国土交通省が賃貸住宅管理業者登録制度を創設

国土交通省は、賃貸住宅が住宅ストックの4分の1以上(約1,340万戸)を占め、約8割の所有者が管理会社に管理を委託しているなど、賃貸住宅管理の重要性は高い一方で、管理に関する法規制やルールはなく、敷金・保証金の返還や契約の更新などの管理業務に係るトラブルが増加していることから、賃貸住宅管理業者登録制度を創設しました。

同制度は、賃貸住宅の管理業務の適正な運営を確保し、賃貸住宅管理業の健全な発達を図り、賃貸住宅の賃借人等の利益の保護に資することを目的としています。賃貸住宅管理業者の登録に関し必要な事項を定める「賃貸住宅管理業者登録規程」、登録事業者が遵守すべき一定のルールを定める

「賃貸住宅管理業務処理準則」を国土交通省告示で規定し、9月30日に公布され、12月1日から施行されます。

[制度の概要]

- (1) 賃貸住宅管理業者は、国土交通省の備える登録簿への登録を受けることができる。
- (2) 登録事業者は、業務処理準則(管理対象や契約内容の重要な事項を貸主へ説明すること等の一定のルール)を遵守する。
- (3) 登録事業者が業務処理準則に違反した場合などは、勧告や登録抹消等の対象となる。
- (4) 国土交通省は、登録業者名等を記載した登録簿を一般の閲覧に供する。

● 国土交通省HP・賃貸住宅管理業者登録制度の創設について

URL http://www.mlit.go.jp/report/press/totikensangyo16_hh_000063.html

「住まいの売却ガイド」「住まいの購入ガイド」を発行

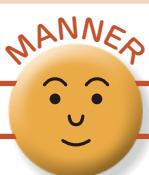
全宅連・全宅保証は、消費者のみなさまが住まいを売却・購入するときに必要になる法知識や手続き等について解説した冊子を発行しました。

「住まいの売却ガイド」「住まいの購入ガイド」

○ともにA4判・28ページ、表紙カラー、各1冊105円(税込)。別途送料必要
○お申込み方法／全宅連HPから(デジタルブックで、すべてのページを閲覧することができます)

<http://www.zentaku.or.jp/public/publication/index.html>

○お問合せ／全宅連広報研修部 TEL.03-5821-8181



連載 vol.7 マナーあれこれ お礼状の工夫と「まめ」の大切さ

嶋岡 美穂子(元セゾングループ教育事業部担当者)

ビジネスで名刺交換は人とのつながりの第一歩です。名刺交換後にお礼状を出すのは誰でも行っている日常業務だと思います。方法はさまざまで、メールで送信する、お葉書やお手紙を出す、ファックスで送るなど、相手に印象を残すよう人それぞれ工夫があると思います。

私の知っている、ある業界のトップセールスマンは、筆ペンを使って葉書を書いたり手紙を書いたりしています。日ごろ持ち歩いている絵葉書を見せてもらったことがあります。紅葉の美しいものや、ハロウィンの可愛らしいカボチャの葉書など何十枚も持っておられました。切手もあるべく記念切手を使い、葉書や便箋のデザインにあったものを貼って投函しているとのこと。注意しているのは、電話でのお礼は控えるようにしているようです。理由は、相手に“何か売り込みされるのではないか”と警戒されることがあるからです。

また書面の文章も工夫されています。単に“ご挨拶させて頂きまして有難うございます”だけでは一般的。相手に印象付

けるには、“〇〇さんとのお話の中でこんなところに共感を覚えました”とか“〇〇さんの××などころが素敵だと思いました”など書き添えることで、相手との距離を近づけるようにしているというお話をされていました。お礼状1通書くのにかなり時間をかけているようですが、人脈は得がたい宝、そこに時間を割いても惜しくない、価値のある時間の使い方だと、その方は感じておられるようです。

もっとも大切なのは、その後どのようにご縁を深めていくかです。最終ゴールはお礼状を出すことではありません。相手と親しいお付き合いができる、お互い頼り、頼られる間柄になるまで発展させることです。そのためには「まめ」であることが重要です。まめに挨拶をする、まめに電話をする、まめに報告をする。「まめ」な人ほど人から信頼されるものです。「まめ」であり続けることはとても難しいことです。コツコツと時間をかける必要があります。人脈を築くのに焦りは禁物です。