平成24年5月10日発行（毎月10日発行）通巻第416号　公益社団法人 全国宅地建物取引業協会連合会 公益社団法人 全国宅地建物取引業保証協会

Realpartner

5
May
2012
リアルパートナー 5月号

● トレンド・ウォッチ　全宅連不動産総合研究所調査研究報告 その1

民法改正が不動産取引に及ぼす影響

連載 裁判例を分析　中途解約の違約金の有効性―貸主が損害を被った事例から

● Information　重要事項説明の内容が一部変更

日本再発見! 各地の観光圏

箱根町
関所跡と芦ノ湖

真鶴町
三石海岸

熱海市
来宮神社の大楠

山北町
特急あさぎりとあじさい

箱根・湯河原・熱海・あしがら観光圏（神奈川県、静岡県）
―ぐるっと箱根観光圏、世界に開かれた国際観光圏

神奈川県西部の2市8町と静岡県熱海市で形成される観光圏。豊かな自然と美しい景観、太古の森に磨かれた清らかな水に恵まれた地域で造る回遊型観光エリアです。歴史や文化などの地域資源もたくさんあります。「多彩な資源を活かしたネットワーク型観光地の形成」「温泉や体験型資源を活かした体験型・宿泊滞在型観光の先進地」「国際観光地『箱根・湯河原・熱海・あしがら観光圏』の実現」を将来像として描いています。

トレンド・ウォッチ　全宅連不動産総合研究所調査研究報告 その1

民法（債権法）改正の動向と宅地建物取引のあり方に関する調査研究

民法改正が不動産取引に及ぼす影響

法務省旧本館

平成21年4月に全宅連の内部組織として創設された不動産総合研究所は、全宅連および全宅保証が推進する公益事業の柱の一翼を担うものとして、安心・安全な不動産（宅地建物）取引の推進による消費者保護を図るための各種提言活動の基礎となるバックデータの構築を目的とした調査研究を進めています。平成23年度の研究成果は所定の手続きを経てホームページ等で公開する予定となっていますが、それに先立ち、本誌上で順次、主な調査研究成果の概要を紹介していきます。今号では現在、法務省法制審議会で審議検討が急ピッチで進められている民法（債権法）改正に対応するために実施した基礎的な調査研究のあらましを紹介します。

■本調査研究の目的

民法は私人間の権利義務関係を規律する基本法ですが、法務省は、①明治29年に法制定以来110年以上経過したわが国の社会・経済の著しい変化への対応と、②国民に分かりやすい民法の構築を目指して、法制審議会において民法のうち、債権法の分野に係る法改正を図るための審議を進めています。

これまで全宅連としては、平成23年5月に公表された「民法（債権関係）の改正に関する中間的な論点整理」に関し、法務省のヒアリング等で意見具申しています。

民法改正は国民の基本財である不動産の取引に多大なる影響を及ぼすことから、全宅保証委託研究事業の一環として全宅連不動産総合研究所に有識者からなる研究会（座長:松尾弘　慶應義塾大学大学院教授）を設置し、法務省担当官からの民法改正に係る審議検討状況の説明を聴取した上で、現在、法制審議会から示されている「中間的な論点整理」等をもとに民法改正が不動産取引にどのような影響を及ぼすのかについて研究・討議し、その考え方をとりまとめました。

以下には本調査研究において検討対象となった民法改正の数多い論点のうち、特に不動産取引と係わりが深く、本誌で紹介する必要性が高いと思われる主要な論点を抽出して、その懸念される影響のポイントを紹介します。

なお、法制審議会は平成23年7月から平成25年2月を目途とした中間試案の策定に向けて第2ステージの審議を進めており、そのパブリックコメントを経て、第3ステージの民

Contents May 2012

02 トレンド・ウォッチ 全宅連不動産総合研究所調査研究報告 その1／全宅保証からのお知らせ
05 Information 重要事項説明の内容が一部変更／中古住宅・リフォームトータルプラン
06 連載vol.8 データで読む居住志向
07 連載vol.12 わかりやすいリフォーム基礎知識
08 連載vol.19 不動産広告の注意点
09 連載vol.22 不動産の経済学
10 連載vol.20 トラブル未然防止のために 裁判例を分析
12 連載vol.2 知恵の小箱
13 連載vol.15 明日への提言
14 連載vol.14 基本を確実に! 宅地建物取引講座
16 連載vol.14 知っておきたい! 建築基礎知識
18 連載vol.15 IT活用のヒント
19 連載vol.2 ネットマーケティング講座
20 NAR会長一行が全宅連を訪問／森林の所有者届出制度が4月からスタート／24年度版税金の解説書／連載vol.12 マナーあれこれ

Realpartner 5月号

2012年5月10日発行　通巻第416号
発行／公益社団法人全国宅地建物取引業協会連合会
公益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、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くか、FAXをお送りください。

法改正法案の要綱作成作業に入ると聞いていますので、今後もその審議検討状況を把握して、的確な施策提言等が可能となるよう基礎的な調査研究を進めていく方針です。

■民法改正が、不動産取引（売買）に与える影響についての論点整理

◎改正の論点1-1

〔契約交渉の不当破棄〕

契約交渉の不当破棄を明文化。

○懸念される影響のポイント

・特に不動産の媒介では、売主・買主双方の要望・条件に開きがある場合が通常である。媒介業者はこれを調整し成約に向けて交渉するが、条件が折り合わず契約に至らない場合あるいは逆に成約見込みの低い取引について媒介業者が粘り強く交渉する行為が「不誠実な交渉」であるとして、責任を問われるおそれがある。

・契約交渉が不当であるかの判断は、個別の事案に応じて判断される事柄であり、当事者の立場によって異なることから、明文化は困難ではないか。

◎改正の論点1-2

〔意思表示に関する規定の拡充〕

不実表示による取消を民法上の通則として規定。不実表示が故意でなくても取消を認めることを検討。事業者間取引についても取消の導入を検討。

○懸念される影響のポイント

・個人間取引や事業者間取引で、故意でない場合にまで取消を認めるのは相手方に提供するあらゆる情報の正確性の担保や不利益事実を告知しなければならないことになり、現在の迅速かつ円滑な取引慣行の見直しが余儀なくされる。場合によっては、消費者保護の目的が薄まってしまう可能性もはらんでいる。

◎改正の論点1-3

〔契約過程における説明義務・情報提供義務〕

契約締結時の各当事者（売主・買主）の説明義務・情報提供義務を明文化。

当事者が第三者に契約交渉を委託するケースで、当該第三者が説明義務違反等に該当した場合には契約当事者が責任を負う。

○懸念される影響のポイント

・宅地建物取引業法上の説明義務・情報提供義務との関係が不明であり、不動産取引において宅地建物取引業法上の説明等義務を履行したにも拘らず、民法上の責任を問われるおそれがある。一般消費者（特に売主の場合）に一律に説明義務を課すことは紛争を招く可能性が大きいのではないか。

◎改正の論点1-4

〔「債務者の責めに帰すべき事由」の意味・規定のあり方〕

債務不履行に関する過失責任主義を見直し、契約の拘束力を重視した規定に改める（契約で引き受けていなかった事由については免責にすること等）

○懸念される影響のポイント

・免責要件の文言として「引き受ける」とか「債務者がリスクを負担していないと評価される事由」など案文が提示されているが、その意義が不明である。「契約で引き受けたか」「リスクを負担したか」が重要となってくるため、契約書にあらゆることを盛り込むこととなり、契約書や重要事項説明の長文化・複雑化を招き、かえって消費者にわかりづらくなるのではないか。

◎改正の論点1-5

〔瑕疵担保責任に関する規定の見直し〕

瑕疵担保責任を契約責任と位置づけることを明文化。さらに、瑕疵修補義務の明文化。瑕疵担保責任期間（知ってから1年）の見直し等。

数量不足の場合の瑕疵担保責任の見直し（「物の瑕疵」に含めて規定されるため、現行規定は削除）。

○懸念される影響のポイント

・契約に記載されていないことは瑕疵にされないのか、あらゆる事項につき契約に定めないといけないのか、「契約の性質」と言う文言で従来の「目的物が通常保有するべき品質・性能」と同様な判断がされるよう運用できるのかが不明確である。既存住宅の場合、「そのものが備えるべき性能、品質、数量」を記載するのが困難であるが、どの程度記載すべきか、記載しなかった場合どのように瑕疵が判断されるのかが不明確である。そのため重要事項説明書等の記載事項が膨大になり、消費者にとってかえって不利益になるおそれがある。

・宅地建物取引業法上の瑕疵担保期間（引渡しから2年）との関係はどうなるか不明確である。

・数量不足による担保責任について現状行われている土地の実測精算売買が制限されることのないように配慮することが必要である。

■民法改正が、不動産取引（賃貸借）に与える影響についての論点整理

◎改正の論点2-1

〔保証契約〕

保証契約締結の際に、債権者（貸主）に対して、保証人がその知識に照らして保証の意味を理解するのに十分な説明を義務付け、主債務者（借主）の資力に関する情報を保証人に提供することを義務付ける。

連帯保証の効果の説明を具体的に受けて理解した場合にのみ連帯保証になる等の連帯保証人の保護拡充方策。

主債務の種別等による保証契約を制限する。

○懸念される影響のポイント

・保証契約時に、貸主が保証人に対して行う「保証人の知識に照らして十分な説明」とは、どの程度の説明なのか不明確であり、かつ借主の「資力に関する情報」を保証人に説明することを貸主に義務付けることは実務上の負担が大きい。

・「連帯保証の効果の説明を具体的に受けて理解した場合」という要件は曖昧であり、無用な混乱を生じかねない。

・主債務者が消費者である場合等に保証契約を無効とすべき案は賃貸借における有用な担保方法を過剰に制約するものであり、極めて非現実的である。

◎改正の論点2-2

〔目的物の一部が利用できない場合の賃料の減額等〕

一部滅失の場合には、当然に賃料が減額されること等を新設。

○懸念される影響のポイント

・賃貸物件の一部が利用できない場合に、賃借人からの減額請求を待たず、当然に賃料から減額されることとなると、その範囲や程度と、それが賃料（減額）にどのように反映されるかなどにつきトラブルが生じることが予想される。

・「理由を問わず（賃借人に帰責事由がある場合も含めて）減額される」というのは一般の実務感覚と異なる。賃借人に帰責事由がある場合でも当然、減額できるということになるとモラルハザードにもつながるおそれもある。

◎改正の論点2-3

〔賃借権の譲渡および転貸の制限〕

賃借権の無断譲渡は背信的行為でなければ解除できないとする判例法理を明文化。

○懸念される影響のポイント

・判例法理（信頼関係破壊の法理）は、原則として無断転貸や無断譲渡がされた場合には賃貸借契約を解除できるとした上で、特段の事情がある場合には例外的に解除権を制限するものであるが、この法理を明文化することによって、一定の事情がなければ無断で譲渡や転貸をしても解除できないことが原則となってしまうおそれがある

◎改正の論点2-4

〔原状回復〕

賃借人の原状回復義務に関して原状回復の範囲に通常損耗の部分が含まれないことを明文化し、その際に、賃貸人が事業者であり、賃借人が消費者であるときはこれに反する特約は無効とすることの要否。

○懸念される影響のポイント

・原状回復義務については、最高裁判決（平成17年12月16日、同23年3月24日、同年7月12日）で、いずれも個人が借主の居住用賃貸借につき、通常損耗補修特約を可能としており、これらの判決内容や国の原状回復ガイドラインの考え方を無視して、通常損耗補修特約を一律に否定することは合理的ではない。

◎改正の論点2-5

〔敷金返還債務の承継〕

賃貸物件の旧所有者も、新所有者が承継した敷金返還債務の履行を担保する義務を負う旨の規定を新設。

○懸念される影響のポイント

・改正案は従来の判例では認めていなかった考え方であり、取引実務上、収益物件の売買における契約締結方式および売却代金決裁ルールに重大な影響を及ぼし、賃貸物件の円滑な流通の阻害要因になるおそれがある。

（公社）全国宅地建物取引業保証協会からのお知らせ

全宅保証は平成24年3月22日に内閣総理大臣より公益社団法人としての認定を受け、4月1日付けで移行登記を行いました。

本会では、公益目的事業として、苦情相談・解決事業、研修・情報提供事業、弁済や手付金等保全事業である保証事業、宅地建物取引健全育成事業が認められるとともに、名称につきましても、社団法人から「公益社団法人」へと変更されることとなりました。

つきましては今後、会員各位の業務において使用される重要事項説明書や物件広告の所属団体名は、下記の通り記載を変更していただきますようお願い申し上げます。

（変更前）
社団法人全国宅地建物取引業保証協会
略称:（社）全国宅地建物取引業保証協会

（変更後）
公益社団法人全国宅地建物取引業保証協会
略称 :（公社）全国宅地建物取引業保証協会

1 重要事項説明の内容が一部変更になります!

「東日本大震災復興特別区域法」および「津波防災地域づくりに関する法律」の施行にともない、新たに重要事項説明の項目が3点追加されます。従来の説明項目も一部変更されます。

新たに追加されたもの

1 東日本大震災復興特別区域法第64条第4項及び5項における法令上の制限の内容(宅地建物取引業法施行令第3条)…平成23年12月26日より施行

(制限の概要)

市町村が指定した一定区域で建築物を建築等する場合には市町村長への届出が義務付けられます。また、届出事項を変更する際にも、届出が必要となる場合があります。

※宅地・建物の売買等および宅地の貸借の契約で説明が必要

2 津波防災地域づくりに関する法律第23条第1項、第52条第1項、第58条及び第68条における法令上の制限の内容(宅地建物取引業法施行令第3条)…平成23年12月27日より施行

(制限の概要)

同法で指定された「津波防護施設区域」内において土地の掘削や工作物の新築等をする場合には許可が必要となります。また、同法で指定された「指定津波防護施設」の敷地内での土地の形状変更や指定津波防護施設の改築等に係る都道府県知事への届出、「指定避難施設」に重要な変更を加える場合の市町村長への届出、避難施設に係る管理協定(市町村長と所有者が締結)の新所有者への効力継承等、一定の制限が付加されます。

※宅地・建物の売買等および宅地の貸借の契約で説明が必要

3 津波防災地域づくりに関する法律第53条第1項により指定された津波災害警戒区域内にあるときはその旨(宅地建物取引業法施行規則第16条の4の3)…平成23年12月27日より施行

(制限の概要)

津波災害警戒区域は、津波が発生した場合に住民等の生命や身体に危害が生ずるおそれがあると認められる区域で、都道府県知事が指定します。当該区域では、津波による人的災害を防止するため、津波災害時の避難の円滑化を図るなど、警戒避難体制を特に整備することとされています。

※建物の貸借を含め、すべての取引で説明が必要

なお、3の津波災害警戒区域については、原則として、取引物件が当該区域に指定されているか否かを説明(区域内か区域外のいずれかにチェック)するものですが、法律の施行後間もないことから、たとえ説明時点で同区域に指定されていない場合であっても、「今後都道府県が区域を指定する可能性がある旨を説明等することが、取引上のトラブルを防止する観点から望ましい」との見解が国交省より示されています。国交省は具体的な説明内容として以下のような記載例を示しています。

◆津波災害警戒区域外である場合の記載例

「津波災害警戒区域外」にチェックをし、備考欄を設けて記載。

津波災害警戒区域については、津波防災地域づくりに関する法律(平成23年12月27日施行)第53条1項の規定に基づき、都道府県知事が警戒避難体制を特に整備すべき土地の区域として指定をすることができるとされています。津波災害警戒区域については、法施行後間もない制度であることから、○○都道府県内は現時点では未指定の状況ですが、本物件に係る区域については、今後、○○都道府県から当該区域として指定される可能性があります。

●国土交通省HP 「〜津波災害警戒区域についての宅地建物取引業法に基づく重要事項説明について〜」

URL http://www.mlit.go.jp/common/000204770.pdf

従来の説明項目の一部変更(国土交通省作成の重要事項説明書様式の変更)…平成24年4月1日より施行

1 区分所有建物売買・交換

「(6)計画修繕積立金等に関する事項」

<変更前>当該建物に係る滞納額

<変更後>当該一棟の建物に係る滞納額

専有部分に係る滞納額

2 宅地の貸借

<変更前>5 金銭の貸借のあっせん

<変更後>→項目削除

3 建物の貸借

<変更前>5 金銭の貸借のあっせん

<変更後>→項目削除

2 国土交通省が「中古住宅・リフォームトータルプラン」を発表

国土交通省は、3月27日に「中古住宅・リフォームトータルプラン」を公表し、中古住宅・リフォーム市場を倍増させるための、具体的な施策を打ち出しました。主な内容は以下のとおりです。

- ●中古住宅流通の担い手である宅建業者のコンサルティング能力の向上等
- ●既存住宅に係る長期優良住宅制度の整備
- ●リフォームやインスペクション結果が建物評価に適正に反映されるような環境の整備
- ●インスペクション普及のためのガイドラインの策定等

詳細については、国土交通省ホームページをご参照ください。

●国土交通省HP 「中古住宅・リフォームトータルプラン」の策定について

URL http://www.mlit.go.jp/report/press/house04_hh_000349.html

データで読む居住志向

阿曽 香
（元リクルート住宅総研 主任研究員）

次世代の消費者像⑧ 消費者が満足するこれからの賃貸住宅

満足度が低い東京の賃貸住宅居住者

前回、若年層の住宅観を見ましたが、今回は、2010年にリクルート住宅総研がまとめた「NYC,LONDON,PARIS,& TOKYO　賃貸住宅生活実態調査」の結果から、今後の賃貸住宅に求められる条件を考えてみたいと思います。

調査から分かったことの1つに、東京の賃貸居住者は、住んでいる賃貸住宅に対して「物件を選ぶ際のこだわりが薄く、入居後の満足度や愛着度も低い」ことがあります。

たとえば、物件を選ぶ際の重視条件では、他の都市に比べほとんどの調査項目において重視度が低く、特段のこだわりを持たずに賃貸住宅を選んでいる状況がうかがえます。特に「部屋の良さ」「建物の良さ」「近隣の生活環境」という項目では、他の都市に比べ10ポイント以上数値が低く、物件選択時ですら、自分の住む部屋・建物に対しての関心が薄いという結果になっています。

生活環境についても同様です。東京では「公共交通の利便性」と「日常の買い物」以外は、あまり重視されていません。一方で欧米都市では、治安のほか街並みや飲食店、地域コミュニティなどの重視度も高くなっています。

そうした選択の結果、物件に対しての満足度・愛着度も低く、東京では「物件にとても満足している」人が62%。他の都市では78～80%と、大きな開きがあります。「こだわりはないが、満足もしていない」という、東京の賃貸居住者の姿が浮かび上がります。

個性ある住宅で、部屋への関心を高める

なぜ、他の大都市と比較して、これほど部屋に対する関心が低いのでしょうか。その原因の1つに、「部屋に関与しにくい」制度や慣習があると考えています。

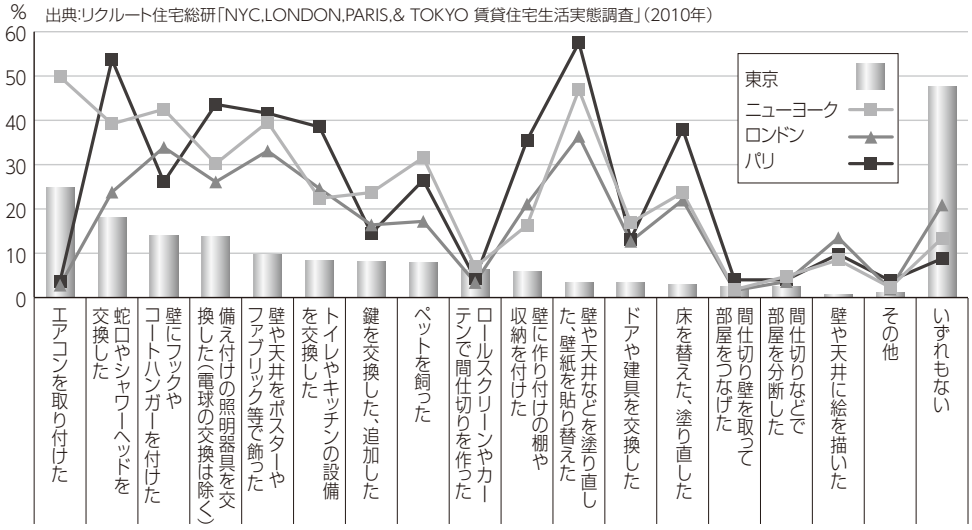
第一に、個性の不足した賃貸住宅。日本では、万人が借りやすいよう、個性の少ない住宅が建てられてきました。第二に、原状回復の制度。日本の賃貸住宅では、改修はもちろん、場合によっては釘を打つこともままなりません。これらによって賃貸居住者は、個性の少ない住宅に、借りたままの姿で住むことを求められているのです。

一方で、欧米では賃貸でもDIY（Do It Yourself、自らの手で住空間をより快適にするために改修工事等をすること）が当たり前に行われます。図は、各都市での模様替えや改修の経験を調べた結果ですが、東京を除く都市では、照明器具やドアノブなどの交換といった小さな範囲から、壁や天井・床の塗り替えなど大きな範囲にわたるものまで、いろいろな変更を加えています。自分の暮らしを便利にする・自分の好みに変えることが、部屋への満足度・愛着度にも寄与しているのではないでしょうか。

前回、若年層は住宅にも個性を求めるという結果をお伝えしました。最近は賃貸でもリノベーション物件（間取り変更を含めたデザイン性のある物件）が多く見かけられるようになってきました。賃料設定にもよりますが、他の同条件の賃貸住宅と比較すると、契約状況も好調のようです。これもまた、個性のある住宅が求められている表れの一つだと考えられます。

リノベーションだけでなく、シェアハウスや、居住者自身に一定の範囲内での模様替えを認めるなど、居住者が愛着を持てるような工夫が望まれていくのではないでしょうか。

●入居後の部屋の模様替え・改修経験（全体／複数回答）



●調査数　東京：2,000／ニューヨーク：750／ロンドン：500／パリ：500

わかりやすい 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）

バスタイムへのこだわりリフォーム

浴室の快適さを求める要求は多い

「バスタイム!」—この言葉に至福のやすらぎと、いやされる喜びを感じる方が多いようです。浴室での滞在時間は1時間。湯量たっぷりの大きい浴槽に身を投げ出して本を読むことが趣味、あるいは浴室にテレビをセットして欲しいという人まで現れました。

ところが水廻りは10年たつと取り替え時期。15年もたつと旧式とまで言われてしまうほど、家の中で移り変わりが激しいところです。適温・適量・掃除が楽でカビが生えない、できれば通風も採光もたっぷりで、さらにはバリアフリーに、と浴室の快適さを求めての要求は続きます。

でも、われわれが扱うことの多い築15年から25年の物件のお風呂はそうなっていません。目地ひとつとっても、今や常識の防カビ対応目地ではないため、ほとんどの目地はカビが生えています。サッシ枠のコーティングも黒ずんで年代もののお風呂を感じさせます。

ユニットバスが設置されている賃貸住宅でも、お風呂は大切です。賃貸の場合、客付けは時期が大きなポイントですから3月の移動が伴う転勤時期を逃してはいけないと、1日でも早く案内をはじめることがあります。引っ越したばかりで、まだクリーニング前の物件を案内すると、他はともかくお風呂場でイメージダウンしてしまうことが…。シャワーヘッドやジャバラの黒ずみ、浴槽の湯垢や排水口の髪の毛だまりで、すっかり気持ちが萎えてしまうことでしょう。ハウスクリーニングで驚くほど綺麗になることも多く、日頃のお手入れだけでなく、時々ハウスクリーニングを入れることにしているお宅もでてきました。

高断熱浴槽なら2万エコポイント

また、お掃除でカバーするのではなく、近年、ユニットバスのお掃除性能は格段に進化していますから、商品そのものを変えてしまうことも大事です。浴室暖房換気乾燥機をつけるなどの方法も考えられます。

浴槽は高断熱浴槽にすれば、復興支援・住宅エコポイントとして2万ポイントのエコポイントが取得できます。

現在のユニットバスの床はどんどん水が引いて翌朝には乾いていますし、浴室のまたぎの高さも低くなり、洗面室との段差も最小限になり、バリアフリー化は商品選びだけで進化しています。あのぬめりが気になる排水トラップも渦巻状の水の流れで解消し、髪の毛がこびり付くことを防ぎ、お手入れが簡単にしているものもあります。ユニットバスは断熱性能も高いので、冷たいお風呂場とはさようなら、です。

浴室リフォームを高性能のユニットバスにしてしまえばすべてが解決しそうですが、実際にリフォームを考える方にはいろいろなタイプの人がいます。

せっかく戸建て住宅を購入したのだから、在来工法のお風呂でなくてはという方もいらっしゃいました。トップライトをとって気持ちよい開放感が欲しいという方、お風呂だけはこだわりたいと納戸を取り壊し6畳のお風呂を作られた方もいらっしゃいます。その方は子育て期の会話はお風呂でするとのことでした。浴室にも家のこだわりが伺えました。

長寿命化した建物の使用年数と水廻りの点検時期は一致しません。物件購入というせっかく来たリフォームチャンスに、設備機器の交換という必要に迫られてのリフォームだけではなく、わが家だからこそできる、ゆとりの空間創りを目指したい方は増えていると感じます。

不動産広告の注意点
セットバック表示の注意点

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）

■不動産用語は難しい?

先日、ある宅建協会の支部主催による、一般消費者向けセミナーの講師を務めました。講演テーマは、「不動産広告の見方」です。チラシ広告を手に参加される方もいるなど、みなさん大変熱心でした。不動産広告は貴重な情報であるものの、必要な情報をきちんと読み取れているのか不安もあるのだと思います。

セミナーでは、広告に表示されている用語を中心に、法律は広告表示ルールについて解説しました。用途地域、建ぺい率、容積率、私道負担、セットバックといった用語です。われわれが当たり前に使っている用語でも、一般消費者はご存じないことも多いのです。

■セットバック面積の表示が必要な場合も

なかでも反響（?）が大きかったのがセットバックです。「自分の土地なのに道路になっちゃうんですか?」「市に買い取ってもらえるんじゃないの?」「知らないで買ったら損するじゃないですか!」などなど、こちらの解説をさえぎるように質問や感想（!）が飛びかいます。

「セットバックが必要な土地は広告に表示するのがルールになっています」と説明すると、みなさん納得されたようです。セットバックがあるにもかかわらず、広告に表示しないで接客段階で説明したのでは、大きなトラブルになるのだろうなと実感しました。

もちろん、みなさんはセットバックについて、正しく表示されていると思います。しかし時おり、ルール違反の表示を見かけることもあります。一つ目は、セットバック面積の表示が必要なのにもかかわらず、もれているというものです。

表示規約施行規則では「建築基準法第42条第2項の規定により道路とみなされる部分（セットバックを要する部分）を含む土地については、その旨を表示し、セットバックを要する部分の面積がおおむね10%以上である場合は、併せてその面積を明示すること」（不動産の表示に関する公正競争規約施行規則第9条第5号）と規定しています。

セットバック面積が約10%以上となるのであれば、面積も表示しなければならないのです。

●表示例

敷地面積180㎡。ただし再建築時には約20㎡セットバックする必要があります。

■角地でもセットバックは必要です

もう一つは角地の場合の表示もれです。図では南側道路の幅員は6mですが、東側は幅員2.7mの2項道路となっています。この場合、東側のセットバックについて表示していない広告が多いのです。

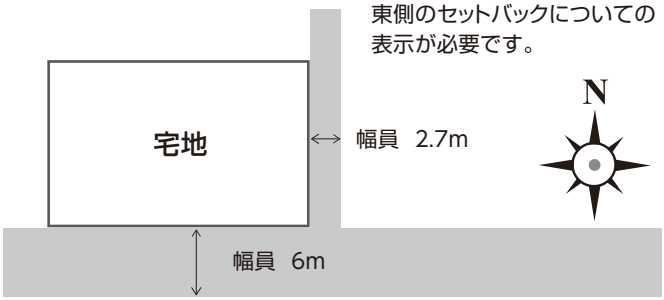
建築基準法は2項道路について「その中心線からの水平距離2mの線をその道路の境界線とみなす」としています。角地であっても、土地の東側は「道路の中心線からの水平距離2mの線」が道路の境界線となります。つまりセットバックが必要です。したがって、その旨を広告に表示する必要があります。

■わかりやすい表示と丁寧な説明

ネットの普及により、一般消費者は多くの情報を簡単に入手することができるようになりました。しかし、不動産の用語はなじみにくいものが多いのも事実です。ルールを守った表示をするとともに、わかりにくい用語についてはメール応対、接客段階で丁寧に説明することが、顧客獲得につながっていくはずです。

また協会の公益事業として、または地域の不動産業者が共同して、不動産の法律用語、業界慣習について解説をするセミナー等を行うことも、ハトマークの信頼向上につながっていくのだと思います。

●角地でセットバックが必要な場合



公立大学法人 宮城大学 事業構想学部教授　田辺 信之

人間心理を知って不動産ビジネスに活用しよう（行動経済学）②

前回、人間は必ずしも合理的に行動するものではないということを説明しました。今回からは、その具体的な内容を事例に則して見ていくことにします。

何かの判断を下すときの思考パターンは？

日常生活でもビジネスでもよく見られるのが「ヒューリスティクス」です。これは明らかな手がかりがない中で、解決すべき問題や将来を見通しにくい不確実な事態に直面し、何かの判断を下さなくてはならないような場合に用いられる簡便法、近道のことです。

例えば、A不動産会社が分譲用の戸建て用地の購入を検討しているとします。A社はこの土地に上物を建てて、顧客に販売するつもりです。ただ、景気が悪くなる兆しがあるので、A社の社長としてはできれば購入したいものの、なかなか踏み切れないでいます。そうしたときに、同業のB社の社長が、「まだしばらくは住宅の売れ行きは好調が続くので、当社では積極的に用地を仕込んでいる」という話をしていたのを思い出します。A社の社長は「そういえば、B社も自分と同じ見解だった。それなら大丈夫だろう」ということで、用地を購入しようとしています。さて、この判断は客観的に見て妥当と言えるでしょうか。

もちろん、この判断の結果、戸建て分譲事業が成功するかどうかは誰にもわかりません。ですが、客観的に見ると、意思決定の過程としてはかなり不十分なことがわかると思います。ここでは「利用可能性」によるヒューリスティクスが作用しているのです。これは、ある事象について判断するときに、すぐに利用しやすい情報や手がかりを思い出して、それに基づいて判断する傾向のことです。一定の権威のある人や、親しい同業者、あるいは親友や家族などから得た情報は、すぐに頭に浮かびやすいので、それが「利用可能性」によるヒューリスティクスを生み出しやすくするのです。本来であれば、市場そのものをもっと調査したり、多くの同業者の意見を聞いたりすることが必要なはずです。

また、A社の社長の判断には、「確証バイアス（偏見）」も作用しています。これは、自分の考えに近い情報ばかりを集めたり、同じ情報であっても自分の意見を補強するものとして理解したりする傾向のことです。もしかしたら、A社の社長はC不動産会社の社長が「先行きの見通しに自信がないので、土地取得を控えている」と言っていたのを聞いていたかもしれません。ですが、A社の社長はできれば、この事業をやりたいと思っているので、このことは忘れて—あるいはC社の社長の判断は当てにならないと勝手に考えて—B社の社長の言葉が頭に浮かんできたという可能性もあります。

そこまで単純でなくても、例えば、景気が悪化しつつあるときに、日銀が金融を緩和しそうだという新聞の観測記事を読んで、「日銀が金融を緩和するのなら景気はよくなる」と考えることはありそうです。この場合、日銀の金融緩和の効果がどの程度あるかは予測しにくいところですが、少なくとも景気が悪化しているという事実があるはずです。それにもかかわらず事実を軽視して、日銀が金融を緩和するという自分にとって都合のいい情報だけに焦点を当てて理解しようとしているのです。

ヒューリスティクスは至るところで見受けられますし、その要因にもいくつかのものがあります。たとえば、新聞の見出しに「大手不動産会社X社が600億円の大型投資」と掲載してあり、その記事の中にY社も投資を計画していると書いてあると、「いよいよ不動産投資が活発化してきたな」と受け止めることが多いかと思います。しかし、この新聞記事はあくまでX社1社を取り上げているだけです。Y社に関しては投資金額も不明ですし、計画の確度もわかりません。それにもかかわらず、一つや二つの代表的な事象によって、全体を判断してしまっているのです。これは「代表性」によるヒューリスティクスの事例です。

テレビなどの希望小売価格が10万円と記載されている場合に、それを8万円の価格で購入できると、すごく得した気分になります。これも「アンカリング（係留）」によるヒューリスティクスです。すなわち、購入しようとして価格について適正かどうかを判断するときに、最初に提示されている希望小売価格が基点（アンカー）となって、そこからのプラスマイナスによって、損得を判断してしまうのです。売買交渉において、最初に高値を提示するのも、アンカリングを活かすという意味では、妥当な行動と言うことができるでしょう。

ここまで、ヒューリスティクスのよくない面だけを取り上げてきましたが、実は私たちの人生において、大切な役割を果たすものでもあります。私たちの人生は毎日が判断の連続です。買い物でも旅行でも、判断しなければ行動に移せません。そんなときに、いちいちすべてのことを詳細に調べたり考えたりすることは不可能です。むしろ、過去の経験などに照らして、ものごとを大雑把に判断することが必要でしょう。したがって大事なことは、人間にはヒューリスティクスが作用するということを認識し、それがマイナスに働かないように努めるということです。

トラブル未然防止のために 裁判例を分析

弁護士 佐藤 貴美

中途解約の違約金の有効性
―貸主が損害を被る場合のある事例から―

貸主が、借主に建て貸し（建物を建築して賃貸する）していたのですが、借主が中途解約した事例です。貸主は、借主が借り続けることを前提として建築したので所定の違約金を請求しました。この違約金が、有効か無効かで争われました。

■事案の概要と裁判所の判断

うどん店を経営する借主のために、貸主が店舗用建物を建築し、賃貸していました。ところが、地盤沈下の影響で建物が損傷したのに貸主が修繕しないので、店舗としての使用に耐えられなくなったという理由で、借主が契約を解除して退去しました。これについて、借主からの解約および退去により契約は終了したとしても、借主には中途解約の場合の違約金の支払義務があるとして、所定の違約金から敷金を控除した残額の支払いを、貸主が借主に請求した事案です。

裁判所は、本件契約における中途解約の取扱につき、相当の理由がある場合には一方的な解約を許す一方で、いわゆる「建て貸し」契約であることから、中途解約された場合に発生する損害を違約金の支払義務という形で填補することによって、貸主の利益の保護を図るものであると評価し、借主からの解除は、本件特約条項上の「解約」としては有効であるが、この場合、貸主は、借主に対し、本件特約条項上の違約金請求権を取得するとしました。

その上で、本件契約は、いわゆる「建て貸し」の契約であり、貸主は、借主が開店して営業するために、その所有する土地と、自らが建築資金を負担して（貸主の責任において金融機関から借入れをしています）建築した建物とを提供し、その負担した資金に必要経費と一定の利益を上乗せした総額を賃貸借期間で按分した金額を賃料として設定しているのであり、賃貸借期間を通して借主が借り続けることを前提としているものであると評価しました。

そして、「本件特約条項の趣旨は本件契約が中途解約された場合に貸主が被る損害を填補することにあるものというべきであるから、違約金額算定の基礎には、契約が中途解約された場合により貸主の損害を填補し得る方法が予定されていたと解するのが相当である」として、違約金条項を有効と解し、当該特約に従った貸主の請求を認めたところです。

（福岡高裁・平成19年7月24日判決）

1　中途解約の可否

民法においては、当事者の一方の都合により、その意思で契約を終了させることができるのは、期間の定めがない契約の場合であるか（民法第617条）、あるいは期間の定めがあっても、解約権を留保する特約（中途解約を認める特約）を定めた場合（民法第618条）のいずれかとされています。そして、解約が認められる場合、建物の賃貸借においては3ヵ月の予告期間でもって終了することとされています（民法617条）。

この点につき、貸主側からの解約については、この民法の規定は借地借家法で修正され、期間の定めのある契約では貸主側からの中途解約は認められないとする見解もあり、いまだ議論があるところです。しかし、借主側からの解約については特段の議論はみられず、期間の定めのある契約で借主側から中途解約の申し入れがあった場合には、契約で中途解約の取扱いの定めがあるときには当該契約条項に従い対応しますし、当該定めがないときには合意解約の方向で対応することになります。

2　違約金特約の有効性

契約上中途解約権の定めがあり、それに従って一方的に解約する場合でも、合意解約による場合でも、中途解約となれば、契約期間満了まで契約が継続することへの貸主の期待を損なうことになることから、貸主に対する代償措置として、一定期間の賃料相当額などを違約金として定めることがあります。この違約金特約については、上記裁判例のように、貸主の被る損害賠償の予定として原則として有効と解されます。

ただし、その金額については、貸主が被る損害の補てんという趣旨にかんがみ、事例のような建て貸しの場合には、当該借主のみの使用のために貸主が拠出した費用を契約期間中の

賃料等で回収するという観点と、当該物件は借主が退去した後に次の借主を見つけることが困難であるという事情を加味して、残存期間相当分の賃料相当額をベースに考慮することができます。

しかし、通常の賃貸物件のように比較的容易に別な借主に賃貸できるような場合には、次の借主が見つかり次の賃貸借契約が成立するまでの間の賃料相当額が貸主が被る損害であるとして、違約金の額をその範囲に限定するという考え方も示されます［次の借主が比較的容易に見つかる物件につき、6ヵ月分の賃料相当額に違約金の額を限定した裁判例があります（東京地裁・平成19年5月29日判決）］。

したがって、中途解約を可能とする特約をするのであれば、あわせて違約金についても明確に合意するとともに、違約金の額についても合理性を有し、暴利的と非難されないような額を定めておくことが大切でしょう。

3　消費者契約法と違約金条項

ところで最近、中途解約に係る違約金条項につき、消費者契約法に反し無効であるとした判決があり（東京地裁・平成22年6月11日判決）、この判決が国土交通省の示す「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」（再改訂版）中に、「違約金支払い条項が消費者契約法10条に違反するとされた事例」というタイトルで紹介されていることから、この判決紹介をもとに、違約金条項を否定する動きもあるようです。

そもそも原状回復に係る裁判例を紹介すべき原状回復ガイドラインにおいて、上記タイトルを付すこと自体いかがなものかと思われますが、この判決そのものも、違約金を無効とする判断の理由づけについては、2ヵ月前解約予告の規定があるので、それ以上に貸主に特段の不利益があるとは考えられないこと、契約期間2年に意味はないことを述べるだけで直ちに消費者契約法10条に違反すると断じているものであり、先例価値がどれほどあるかは疑問です。

1で示したように、民法では解約予告期間は3ヵ月となっています。この事例では解約予告期間が2ヵ月となっていますので、民法の取扱に比べればまだ1ヵ月分借主に有利となっているのであり、その分を違約金として扱うことが、果たして民法の規定よりも借主に多くの義務や負担を課しているといえるかという点も問題となりうるはずですが、この判決では何もそのことに触れていません。

また、平成23年に最高裁が、敷引特約および更新料特約に関し、契約条件の多様性を認めつつ民法等の原則や地域の商慣習との乖離等の観点から信義則に反するかどうかを判断するとする消費者契約法の判断枠組みを示して以降は、あらためてこの判断枠組みに沿って当該特約が信義則に違反するかを再度検討する必要があるでしょう。

4　次の契約が締結されたことが違約金支払い義務に影響を及ぼすか?

なお、冒頭で紹介した判決の事例では、借主の退去後、当該物件につき新たな借主が見つかり、その新借主と賃貸借契約を締結したことが、違約金の支払い義務と関連してくるか（次の賃貸借契約成立以降は、新借主から賃料を得ることができ、旧借主から引き続き賃料相当額として違約金を取得できるとすれば二重取りになり不合理であるから、その時点以降分の賃料相当額の違約金につき支払い義務がなくなるといえるか）も問題とされました。

この点について裁判所は、その後に本件建物を貸主がどう使用するかは貸主の自由な処分に任されているのであるから、貸主がその後、本件建物を第三者に賃貸したとしても、その賃料について借主の支払うべき違約金から控除しなければならない筋合いにはないとして、違約金の減額を認めなかったことも参考になります。

●建物賃貸借の中途解約に係る法令の取扱い

	民法	借地借家法
解約の可否	期間の定めのない契約 → ○ 期間の定めがある契約 ·解約権の規定あり → ○ ·解約権の規定なし → × （617条·618条）	規定なし
解約の要件	規定なし	貸主からの解約の場合、正当事由が必要（28条）
解約予告期間	貸主からの場合 → 3ヵ月 借主からの場合 → 3ヵ月 （617条）	貸主からの場合 → 6ヵ月（27条） 借主からの場合 ·定期借家で法定の要件を満たすとき → 1ヵ月（38条5項） ·それ以外 → 規定なし
違約金	損害賠償の予定と推定される（420条）	規定なし

知恵の小箱

多様化する価値観とともに変化し続ける消費者ニーズ。
さまざまなキーワードからビジネスのヒントを探ります。

今回のキーワードは…　【ホームインスペクション】

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）

ストック重視の住宅政策を進める中、いよいよ本格的に議論されはじめた「ホームインスペクション」。中古住宅の流通促進を妨げる品質への不安を解消する有効なツールとして注目されています。ホームインスペクションとはどういったものなのでしょうか？　また、宅建業者として、どのように活用できるのでしょうか？　今回から2回にわたってホームインスペクションについて解説します。

ホームインスペクションとは？

ホームインスペクションとは、建築士をはじめ、一定の資格を持った専門家が、第三者的な立場から住宅の劣化状況や欠陥の有無、改修工事の必要性や、改修に係る費用等を考慮し、アドバイスを行う業務を意味します。

例えば、中古一戸建住宅の場合、標準的な調査項目は、①外周りの状態、②室内の状態、③床下の状態、④小屋裏・天井裏の状態、⑤設備の状態、となりますが、その調査方法には幅があるようです。具体的にみると、外壁の劣化状態や室内にある柱の傾き等について目視を中心に調査するとともに、床下や小屋裏などは点検口等から目視できる範囲に限って調査をするといった簡易調査から、断熱材の欠損状態や、雨水の侵入状況など目視では確認できない壁の中について特殊機材を使って調べる詳細調査まであります。

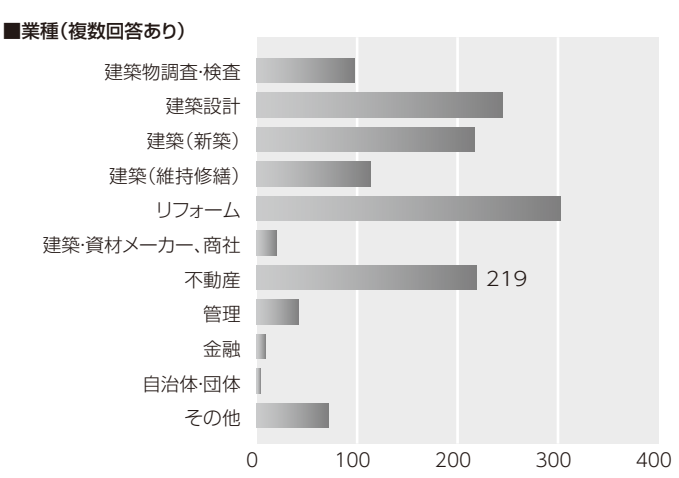
費用についても、簡易調査であれば5～6万円程度なのに対して、機材を使った詳細調査となると10万円を超えるようです。このように、一口にホームインスペクションと言っても、いわゆる健康診断から人間ドッグのような精密検査まで、担う役割には幅があります。したがって、宅建業者が仲介業務の一部としてホームインスペクションを取り入れようとするならば、どの程度まで検査をするのかを明確にしておく必要がありそうです。そうでなければ、過度の負担を売主に負わせることになるし、過度の期待を買主に与えてしまうことになりかねません。

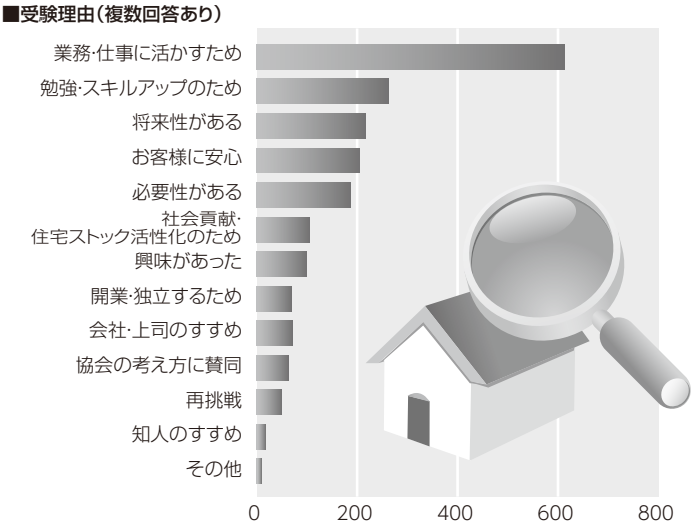
どのような資格が必要なのか？

基本的には、建築士の資格を持つ者が中心的存在としてホームインスペクションを担っているようですが、その他、NPO法人日本ホームインスペクターズ協会が認定する「ホームインスペクター（住宅診断士）」やNPO法人住宅情報ネットワークが創設した「建物アドバイザー」なども、ホームインスペクションの担い手となって活動しています。

実際、ホームインスペクションへの注目の高まりを示すかのように、日本ホームインスペクターズ協会が認定する「ホームインスペクター資格試験」を受験する人は増えています。2009年度に試験が開始され、現在まで3回ほど実施されていますが、延べ2,507人が受験、574人が合格しています。「建物アドバイザー」も、2011年12月に創設されたばかりの資格でありながら、合格者はすでに150人を超えているそうです。

●2011年度公認ホームインスペクター資格試験
受験者の属性・受験理由





※出典：NPO法人日本ホームインスペクターズ協会HP　URL. http://jshi.org/

連載 VOL 15 明日への提言

第3回

ホスピタリティの構造の上層部分にあたる「情緒的要因」とは?

JTBコーポレートソリューションズ ホスピタリティマネジメント事業部 チーフコンサルタント
内倉 広輔

前回、お客様が期待をしている「基本的要因」について説明しましたが、今回はホスピタリティの根幹である「情緒的要因」について説明します。

■「真のニーズ」や「本音」を踏まえて対応

「情緒的要因」とは、お客様が期待はしていないものの、対応することでお客様がみなさまに対して好感を覚える要因になり、レベル4～6、計16のサービス価値要因に分類されます(表参照)。レベル4は、担当している方を「信頼できる」、レベル5がその担当している方や企業にお任せできる「安心感」、レベル6が「感動レベル」、というイメージでとらえていただければと思います。

この16のサービス価値要因のうち、特にポイントになるのは、≪「洞察・察知」→「踏み込み」「個別配慮」「先読み」「加重提案」≫になります。どういうことか、お客様視点で説明すると、「私が本当に考えていたことを汲み取って(洞察・察知)、一歩踏み込んで対応してくれたり(踏み込み)、私のいろいろな事情を配慮してくれたり(個別配慮)、次回の打ち合わせに向けていろいろと準備してくれたり(先読み)、専門家としてより良い案を提案してくれたり(加重提案)して、いつも感動しています」ということになります。

情緒的要因の根幹は、お客様の「真のニーズ」や「本音」を踏まえて対応できること、と言えるかもしれません。つまりは「洞察・察知」できているかが重要なのですが、実践するにはいくつかのポイントがありますので、ご紹介します。

①お客様情報の"詳細把握"→家族構成、お仕事、家にかける想い、趣味・志向 など。
②お客様との"関係性"→過去の商談経緯、距離感 など。
③お客様の"タイプ"→楽観的or悲観的／パートナー志向or上位者志向／精緻or大雑把／せっかちorのんびり など
④お客様の"レベル"→知識、情報量 など
⑤商談時の"事象" →言葉のトーン(低い・高い)、発言内容(ポジティブ・ネガティブ)、表情(明るい・暗い)、仕草 など

お客様の「真のニーズ」や「本音」を「洞察・察知」することができれば、その後の対応に関しては自然と実践することができるのではないでしょうか? そして忘れてはいけないのが、「洞察・察知」するためにも、「お客様に喜んでいただきたい」という気持ちがあるからこそ、「お客様の真のニーズや本音を知りたい」という気持ちと行動につながりますので、お客様意識を持ち続けることが、すべての基本になります。

ホスピタリティメソッド(6つのレベルのサービス価値要因)

情緒的要因	レベル6	記憶に残る感動サービス	期待超越	期待や予想をはるかに上回る、サービスや対応をしてくれる。
			うれしい驚き	予想していなかった、うれしい驚きを与えてくれる。
			加重提案	こちらの依頼にしっかり応えてくれるだけでなく、新しい案やより良い案を考え、提案してくれる。
			先読み	必要なことを先回りして考えて、きめ細かく準備しておいてくれる。
	レベル5	お任せできる安心感	個別配慮	個別の事情や情報をよく把握して、特別な配慮をしてくれる。
			リピーター重視	繰り返し利用していることに対して、特別な配慮や扱いをしてくれる。
			組織力	誰でも(誰にお願いしても、担当の人が代わっても)、期待通りの満足を与えてくれる。
			コンスタント	いつも(いつ利用しても、いつお願いしても)、期待通りの満足を与えてくれる。
			共感	サービスの考え方や、仕事への取組み姿勢に賛同できる。
			快適さ	自分に合った、しっくりくるサービスや対応をしてくれる。
			踏み込み	相手の立場に立って、一歩踏み込んだ対応をしてくれる。
			洞察・察知	言葉にしないニーズや問題を、上手に汲み取ってくれる。
	レベル4	親しみと機転	信頼感	対応・言動・印象に頼りがいがあり、安心して任せられる。
			仲間意識	同じ仲間のような気持ちになれる対応・行動をしてくれる。
			親密さ	仕事上の対応・行動・言動や、プライベートな話などを通じて、親しみや身近さを感じる。
			臨機応変	予定外の出来事や要望に対して、柔軟・機敏に対応をしてくれる。
基本的要因	レベル3	お客様が期待する品質	アフターフォロー	しっかりとアフターフォローしてくれる。
			予算管理	予算内で納得できる対応が受けられるように調整してくれる。
			情報提供	必要十分な情報の提供や案内をしてくれる。
			的確	相手の希望や要望にあった対応をしてくれる。
			計画的	スケジュールや段取りについて計画的に対応してくれる。
	レベル2	お客様対応の基礎	約束遵守	約束したことを守ってくれる。
			迅速	迅速な対応をしてくれる。
			正確	正確な対応をしてくれる。
			ヒアリング	希望や要望をしっかり聞いてくれる。
	レベル1	ビジネスマナー	お礼・お詫び	お礼やお詫びをしっかりとしてくれる。
			笑顔	気持ちよい笑顔で接してくれる。
			言葉づかい	気持ちよい言葉づかいで接してくれる。
			服装・身だしなみ	気持ちよい(清潔感がある)服装や身だしなみで接してくれる。

基本を確実に! 宅地建物取引講座

「法令上の制限調査」に伴う関係法令等の基本知識と実務上のポイント その1

千葉 喬

Question

「法令上の制限調査」をする場合に、関係する法令等は数多くあり、それらの関係法令等の知識が必要不可欠とされますが、その範囲は広く、内容も多岐多様で取引の実務で大変苦労しています。関係法令等の基本知識および実務上のポイント等について解説してください。

Answer

1 都市計画法の適用範囲と効果

法令上の制限調査の関係法令で最も基本的な法令は「都市計画法」ですので、都市計画法の適用区域、都市計画の体系（構成）、内容および都市計画関連法等についての知識が建築基準法等の関係法令を理解する上で重要となります。関係法令には全国で適用されるのか、一定の区域で適用されるかの区別は重要ですが、都市計画法が適用される範囲は、原則として「都市計画区域」です。都市計画区域とは、一体の都市として総合的に整備し、開発し、保全する必要がある区域としてマスタープラン（計画的な街づくりをするための大枠の方針）を定めます。

不動産取引の大部分は、都市計画区域内に所在する物件ですので、都市計画法のほか建築基準法等の都市計画関連法（後述参照）の制限を受けることになる重要な区域です。この都市計画区域の指定に伴う効果として、次のような重要な規制が適用されることを理解することです。

（1）都市計画の内容（市街化区域と市街化調整区域、地域地区、都市施設、市街地開発事業および地区計画等）は、原則として区域内の土地について策定されます。例外として、道路等の都市施設については都市計画区域外でも策定されることがあります。

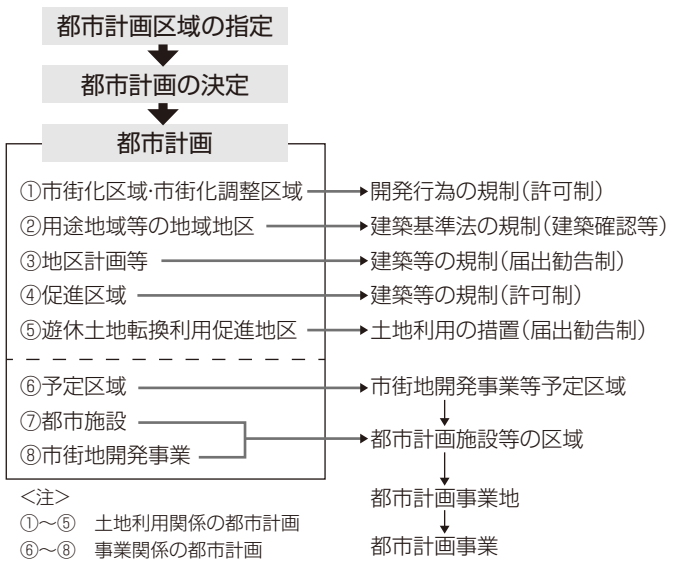
（2）宅地の造成（一定規模以上の開発行為）については都道府県知事の許可を受けなければなりません。

（3）建築基準法第3章（集団規定）の規定が適用されます。

（4）区域内の建築物の建築は、原則として建築基準法6条の建築確認を受けなければなりません。

上記した4項目の効果、規制は取引実務では重要となりますので、それらの詳細については次回以降に説明します。

図表1●都市計画法の構成



2 都市計画の体系および内容

都市計画法は、計画的な街づくりの方法を規定していますが、最初にすることは街づくりの範囲（上述した「都市計画区域」）を指定し、その区域にさまざまな種類の都市計画のプラン（以下、本文では「都市計画の内容」という）を定めます（図表1参照）。都市計画には、土地利用に関する都市計画と、都市計画事業に関する都市計画の2面があり、前者は消極的な面（規制面）で、後者は積極的な面（事業面）です。

これらの都市計画を実現するための仕組みに、前者は「都市計画制限」として、土地所有者等に対し、許可制度等により都市計画に従った土地利用をしてもらうための法的な制限（例えば開発行為や建築行為の許可等の規制）を課しています。これに対して後者は「都市計画事業」として、都市施設や市街地開発事業を実施し、積極的に都市の骨格となる道路等の施設や一定の地域について総合的計画により公共施設の整備と宅地の開発とをあわせて市街地の開発を行うための規制を課すことにより事業の実現を図っています（後述のComment参照）。

3 都市計画と都市計画関連法

都市計画上の建築規制は、建築基準法に一元化すること

としています。例えば、建築基準法は、用途地域、特別用途地区、高度地区、高度利用地区、防火地域および準防火地域等の「地域地区」が都市計画法により定められた場合に、これを受けて具体的な規制の内容（例えば用途規制、形態規制としての建ぺい率や容積率等の数値等が定められる）、規制の方法、および実現化の方法として建築確認制度があります。

また、都市計画事業に関する都市計画を実現するため市街地開発事業が都市計画決定された場合に、その事業を実現化するために必要となる手続、事業の障害を防止するための建築規制、権利者の権利取得の方法等について関係する法的措置が関係法令（例えば土地区画整理法、都市再開発法等）に定められています。

このように都市計画関連法は、都市計画法で定められた都市計画に法的効果を与えて、これを実現するための詳細な内容を定めたものです（図表2参照）。

Comment

●主な都市計画と建築規制との関係

1.土地利用関係

(1)市街化区域・市街化調整区域

都市計画区域は原則として、この2つの区域に区分（線引き）され、種々の都市計画や開発許可制度等を通じて無秩序な市街化の防止と計画的な都市化を図ります。この区域区分で重要なポイントは市街化区域では用途地域を定めますが、市街化調整区域は原則として用途地域を定めないということです。したがって、市街化区域内では用途地域に従って建築物を建築することができ、市街化調整区域内では原則として建築物の建築はできません（詳細は次回以降の「開発許可」で説明します）。

(2)地域・地区

地域・地区は、12種類の用途地域から、特別用途地区、高度地区、防火・準防火地域等が都市計画法で列挙されています。これらの地域・地区は建築基準法とは密接不可分の関係となっています。都市計画法では、地域地区内における建築物その他の工作物に関する制限は、この法律に定めるほか、別に法律（建築基準法の意味）で定めるとしているように、建築基準法第3章の規定との関係を明確に定めています。

(3)地区計画等

この都市計画は、一定の地区内にふさわしい態様を備えた整備を図るもので、関係住民等が整備の方向についてコンセンサスを形成し、協力しながら街づくりを誘導していくもので、建築基準法にも地区計画等の区域内に関係する規定があります。

2.都市計画事業関係

(1)都市施設

都市計画道路、都市公園等のような施設を都市の機能に合わせて適正に配置します。これらの事業を実現化するための建築規制として、「都市計画施設の区域内」で建築行為を行うときは、許可を必要とし、その許可を受けなければ、建築確認を受けることができません。

(2)市街地開発事業

代表的なものとして、土地区画整理事業や都市再開発事業等の面的な事業があり、これらの事業を実現化するため「市街地開発事業の施行区域」として、上記と同様の建築行為規制があります。

図表2●主な都市計画の都市計画関連法一覧

	種類	関連の都市計画	関連法の名称
土地利用関係の都市計画	地域・地区	用途地域・高度地区・防火地域・準防火地域等（用途・防火・密度等規制）	建築基準法
		緑地保全地域・緑化地域・景観地区・生産緑地地区（緑地保全・景観）	都市緑地法・景観法・生産緑地法
		駐車場整備地区・臨港地区・流通業務地区（都市機能増進）	駐車場法・港湾法・流通業務市街地整備法
		歴史的風土特別保存地区・伝統的建造物群保存地区（歴史保全）	古都保存法・文化財保護法
	地区計画等	地区計画（地区整備計画）・防災街区整備地区計画・沿道地区計画等	建築基準法・密集市街地整備法・幹線道路沿道整備法等
事業関係の都市計画	都市施設	道路・公園・駐車場・河川・下水道・流通業務団地等	道路法・都市公園法・駐車場法・河川法・下水道法・流通業務法等
	市街地開発事業	土地区画整理事業・市街地再開発事業・住宅街区整備事業・新住宅市街地開発事業等	土地区画整理法・都市再開発法・大都市法・新住宅市街地開発法等

設問コーナー

都市計画法に関する次の記述について、不適切か適切かを解答してください。

【設問1】　地域・地区について都市計画を定める場合、市街化区域では用途地域を定めますが、市街化調整区域では原則として用途地域を定めないこととされています。

【設問2】　都市計画法と建築基準法の両法は密接不可分の関係ですので、都市計画区域に限らず、それ以外の全国すべての区域に適用されます。

＊　＊　＊　＊　＊　＊　＊　＊　＊　＊　＊　＊　＊

正解と解説

【設問1】　適切。都市計画法では、都市計画基準として設問のように定められています。

【設問2】　不適切。都市計画法が適用される範囲は都市計画区域内で適用されます。建築基準法では第3章の規定は都市計画区域内で適用されますが、それ以外は全国的に適用されます。

リアルパートナー2012年4月号P15左段の本文最終行に「宅地を農地に転用」とあるのは「農地を宅地に転用」の誤りです。訂正してお詫びいたします。

知っておきたい! 建築基礎知識

民法の規定と建築基準法
―法律で2つ以上の規定がある場合の優先順位は?

明海大学不動産学部教授　中城 康彦

不動産の売買や土地の有効活用などの際に、1つのことについて2つ以上の異なる規定がある場合について質問されることがあります。それぞれの条文については理解していても、相互の関係を整理していないと、うまく質問に答えられないことにもなりかねません。そのような規定の代表的なものを取り上げ、整理します。

1. 建物の隣地境界線からの距離

(1) 民法の規定(境界線付近の建築の制限)

建物の隣地からの距離について民法は、「建物を築造するには、境界線から50センチメートル以上の距離を保たなければならない」(民法234条1項)と規定し、さらに、「前項の規定に違反して建築をしようとする者があるときは、隣地の所有者は、その建築を中止させ、又は変更させることができる。ただし、建築に着手した時から1年を経過し、又はその建物が完成した後は、損害賠償の請求のみをすることができる」(民法234条2項)として、工事の中止や損害賠償の請求を認めています。

この規定は民法の所有権のところに書かれており、「相隣関係」といわれる規定の1つです。相隣関係とは、隣接する土地の間の法律的な関係のことです。

境界線付近の建築の制限に関するこの規定は、これが民法に規定されていることまで知っているかどうかはともかく、多くの人が知識として持っています。隣地の新築工事等に際し、「50センチメートル離さなければならないはずなのに、それより接近して建築している。不動産の専門家なのだから、隣地と交渉して、工事を止めさせて欲しい」などと相談されることもあります。また、媒介などにおいては、「50センチメートル離れていない建物だから違反建築物である。違反建築物を購入することはできない」などと断られてしまう可能性もあります。このようなケースで、どのように対応すればよいでしょうか。

まず、民法の中での適用除外です。上記の規定について、民法はさらに、「規定と異なる慣習があるときは、その慣習に従う」(民法236条)としています。つまり、地域の慣習として50センチメートル離さない慣習があれば、慣習の方が優先します。伝統的な建築物の構法による場合や、地域の風土に対応するための工夫による場合などがその例です。

(2) 一般法と特別法の優先関係

次に、一般法と特別法の優先順位を整理します。

一般法は、適用対象がより広い法で、特別法は、適用対象がより特定されている法のことをいいます。民法は一般法の代表的なものです。これに対して、一般法の規定だけでは不十分な特定の分野に対しては、その分野特有の規律が必要な場合に特別法が定められます。

宅地建物取引業法は、「宅地建物取引業を営む者について免許制度を実施し、事業に対し必要な規制を行うことにより、業務の適正な運営と宅地及び建物の取引の公正とを確保するとともに、宅地建物取引業の健全な発達を促進し、もって購入者等の利益の保護と宅地及び建物の流通の円滑化とを図ることを目的とする」(宅地建物取引業法1条)特別法ですし、建築基準法も、「建築物の敷地、構造、設備及び用途に関する最低の基準を定めて、国民の生命、健康及び財産の保護を図り、もって公共の福祉の増進に資することを目的とする」(建築基準法1条)特別法です。

一般法と特別法の関係では、「特別法が一般法に優先する」ことになります。

(3) 建築基準法の規定

建物を建てる場合の隣地境界線からの距離に関連する規定には、以下のようなものがあります。

①隣地境界線に接する外壁

建築基準法は、「防火地域又は準防火地域内にある建築物で、外壁が耐火構造のものについては、その外壁を隣地境界線に接して設けることができる」(建築基準法65条)、と規定しています。

②建ぺい率の制限を適用しない建築物

建築基準法は、「建ぺい率の限度が80%とされている地域内で、かつ、防火地域内にある耐火建築物については建ぺい率の制限を適用しない」(建築基準法53条5項1号)、と規定しています。建ぺい率の制限を適用しない結果、建築物を敷地一杯に配置することも認められることになります。なお、地盤面から1メートル以下の部分は建築面積に含まれないため、この範囲については、建ぺい率の制限値にかかわらず、敷地いっぱいにつくることも可能です(2012年3月号・本連載参照)。

③隣地斜線制限等の立上り部分

3種類の斜線制限のうち、隣地境界線側から適用があるものは、隣地斜線制限と北側斜線制限です。これらの斜線制限はいわゆる「立上り」部分があります。言い換えると、この範囲内に

ついては「隣地に接して建てる」ことも認められることになります（図参照）。

以上の中で、民法の規定と最も密接なものは①です。②と③は、そのように建築する場合のルールを示したものということができます。

（4）隣地からの隔離距離の判断

このように、建築基準法は特別法として、民法が規定する50センチメートルの規定と異なる内容を定めています。したがって、相談を受けた場合等においては、建築基準法が認めるケースに該当するか、チェックします。建築基準法の要件に合致していれば、建築基準法が特別法として民法に優先する旨、適切に回答します。

ここで注意する点は、上記の①～③は、いずれも集団規定といわれるものであり、都市計画区域および準都市計画区域内に適用があるものです。都市計画区域外等においては、なお、民法の規定が基本となります。地域の慣習にも留意して判断します。

なお、建築基準法は「最低限の基準」（建築基準法1条）です。建築基準法を守っていることと、社会的にみて問題がないこととは同義ではありません。建築基準法を守っていても裁判で負けることもあり得ます。裁判に訴えるまでもなく、隣地や地域にも受け入れられやすい建て方にしてもらうよう、交渉することは何ら問題ありません。

（5）民法の規定より厳しい建築基準法の定め

以上は、民法の規定を建築基準法で緩和する場合についての説明ですが、反対に、民法の規定について建築基準法がより厳しく定める場合もあります。以下はその例です。これらの場合も、特別法としての建築基準法が優先します。

①外壁の後退距離

建築基準法は、「第1種低層住居専用地域又は第2種低層住居専用地域内においては、建築物の外壁又はこれに代わる柱の面から敷地境界線までの距離は、当該地域に関する都市計画において外壁の後退距離の限度（1.5メートル又は1メートル）が定められた場合においては、その限度以上でなければならない」（建築基準法54条）、と規定しています。

②壁面線の指定

建築基準法では、「特定行政庁は、街区内における建築物の位置を整えその環境の向上を図るために必要があると認める場合においては、建築審査会の同意を得て、壁面線を指定することができる」（建築基準法46条）、と規定しています。壁面線が指定されれば、建築物はこれを守って建築する必要があります。

2. 公道に通じない土地の利用

（1）民法の規定

［公道に至るための他の土地の通行権（囲繞地通行権）］

「他の土地に囲まれて公道に通じない土地の所有者は、公道に至るため、その土地を囲んでいる他の土地を通行することができ」（民法210条）、「通行権を有する者は、必要があるときは、通路を開設することができる」（民法211条）。もっとも、「通行権を有する者は、その通行する他の土地の損害に対して償金を支払わなければならない」（212条）。このように民法では、無道路地について、隣地を通行することによって、一定の目的に利用することを認めています。

（2）建築基準法の規定（接道規定）

建築基準法は、「建築物の敷地は、道路に2メートル以上接しなければならない」（建築基準法43条）と規定し、無道路地に建築物を建築することを認めていません。

（3）通行権と接道規定の関係

両者の違いには次のような点があります。結果的に類似することもありますので、注意が必要です。

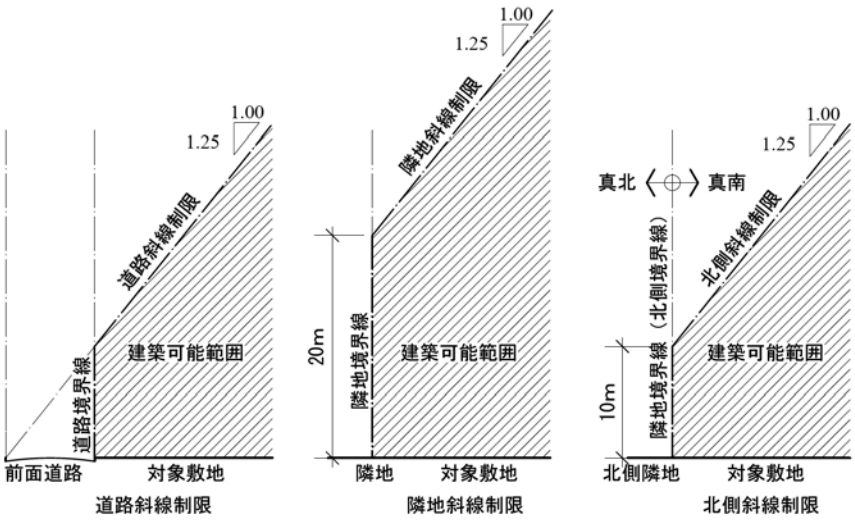
①通行権は公道に接していない土地について、公道に出るために他人の土地を通行することを許すものですが、建築基準法の接道規定は、原則として無道路地を認めていません（43条ただし書きの例外はある）。無道路地については接道規定を満たす必要があり、隣地を買収して敷地を延長する、道路を開設する（建築基準法42条1項5号道路。2011年12月号・本連載参照）などによる必要があります。

②通行権については、土地の利用方法は宅地に限定されるものではなく、農地なども含まれます。これに対して、接道規定は、その土地に建物を建てる場合の規定です。

③通行権については通行のために必要な広さなどについては特定されておらず、ケースバイケースで判断しますが、接道規定は、敷地延長方式であれば2メートル以上、道路延長方式であれば4メートル以上の幅が必要です。

④通行権は地域を特定していませんが、接道規定は、都市計画区域および準都市計画区域に限定されています。

●斜線制限（中高層住居専用地域の場合）



不動産WEBマガジン編集者　斉藤 裕加（ゆか）

IT活用のヒント

自社ホームページのiPhone、iPad対応は必要?

今回のポイント
- 自社ホームページをiPhoneなどのスマートフォンで閲覧したい場合は、別にスマートフォン用ホームページを作る必要がある。
- スマートフォンでアクセスするユーザーは14人に1人、iPadは100人に1人。
- スマートフォンホームページを作る場合は、どれだけのリターンがあるかを考えてから。

今話題のiPhoneやiPadに、自社ホームページを対応させるべきなのかを考えます。

何割のユーザーがiPhone、iPadからアクセスしているのか?

iPhoneをはじめとして、さまざまなスマートフォンが発売され、スマホの認知度・普及率が一気に上がっています。またiPadをはじめとするタブレット端末の登場もあり、ホームページを見るための機器が、一気に増えました。ホームページ運営側にとってみれば、対応する機器が増えたということです。

スマホを購入されてから御社のホームページをご覧になり、「意外と見づらいな、スマホサイトが必要かな?」と思われた方も、少なくないと思います。ここで気になるのは、一体どこまで対応すべきか、ということです。世の中には、すごくマイナーなブラウザ（ホームページ閲覧ソフト）を使う人や、ゲーム機などからアクセスする人もいるので、すべてのユーザーに対応することは、ほぼ不可能です。ホームページはデジタルデータなので、ピピっと対応できそうなものですが、そのあたりは意外とアナログなんですね。

したがって、現実的には「自社ホームページにアクセスしてきた人全体の○%を超えたら対応する」という対処法になります。

では実際のところ、どれくらいの人がスマホやタブレットでアクセスしているのでしょうか?　当社で調べたところ、表のような結果になりました。

結局、どこまで対応すればいいの?

業種やエリアによりバラつきがあるのですが、スマホはiPhoneとアンドロイドを合わせて平均約7%。14人に1人くらい、スマホでアクセスしている計算になります。対してiPadは1.29%なので、100人に1人です。

また、この表からはわかりませんが、不動産関連のホームページの方が、リフォームなどその他業種のホームページよりスマホ比率が高かったのです。移動中などの空き時間に、継続的に物件を探している人が多いのではないか?と推測しています。

「で、結局どこまで対応した方がいいの?」という話になりますよね。まず、iPad対応は、まだシェアも低く、かつPCサイトを見ても特に問題ないことが多いので、特別な用途がない限り、特に必要ないと思います。特別な用途とは、お客様へのご案内にiPadを使うなど、営業ツールとして活用される場合などが想定されます。

次にスマホですが、これは結局、予算との兼ね合いになると考えられます。御社が「PCホームページを完璧に作り込んでいて反響はばっちり、携帯サイトもある、さらに完璧に集客し、1人たりともお客様を逃したくない!」というのであれば、スマホサイト制作は有意義なものになるかもしれません。

ただ実際のところ、すべてが、そういう会社ではないと思います。「スマホサイト制作で費用をかけて、どれくらいのリターンがあるか?」という観点から考えるといいと思います。そこを考えず、流行りだからといって闇雲に制作してしまうと、かかった費用を回収できなかったということになりかねませんので、ご注意ください。

●ホームページにスマホ、タブレットでアクセスされる割合

社名	スマホ		タブレット
	iPhone	Android	iPad
A社	4.78%	4.46%	1.98%
B社	5.10%	3.11%	1.10%
C社	3.72%	2.19%	0.66%
D社	11.92%	4.58%	2.55%
E社	5.74%	3.31%	1.32%
F社	3.77%	4.55%	1.07%
G社	2.24%	1.95%	0.98%
H社	5.45%	4.02%	1.02%
I社	5.22%	5.30%	0.78%
J社	2.38%	2.56%	0.95%
K社	4.46%	4.69%	1.55%
L社	2.38%	2.04%	0.59%
M社	3.43%	3.34%	1.30%
N社	1.62%	1.42%	1.62%
O社	1.52%	1.30%	1.30%
P社	1.94%	0.99%	1.94%
平均	4.10%	3.11%	1.29%

※不動産業界等のホームページを作成している株式会社ディープのホームページアクセス調査。2011年7～9月調査。
※全体セッション中のパーセンテージ。

平塚 元明

マーケティング、ネット以前と以後 ②

「見たい」と「見たくない」の選り分けが進む

ネット以前と以後で、マーケティングに起きた変化を、前回は販売担当者側の視点から考察しました。今回は、顧客側から考えてみましょう。

情報の選択権が受け手側に移っていく時代

顧客にとって、ネットがもたらした意識や行動の変化は実に多岐にわたりますが、根本のポイントは、「見たいもの／見たくないもの」の選り分けが進む、ということにあります。

テレビ放送とインターネットの動画サイト（ユーチューブなど）の視聴体験の感触の差をイメージしてみるとわかりやすいでしょう。

テレビ放送は、送り手側が編成した内容で、順番どおりに情報に接触していきます。見たいもの、とりたててそうでもないもの、を選り分ける手段は（チャンネルをあれこれ変えてみるくらいの他は）特にありませんでした。

ネットの動画サイトは、自ら見たいものを探して視聴します。この場合は、見たいものをいくらでも、見たくないものは全く接触せずに済ますことができます。編成権が受け手側にあるということです。

どちらが良いとか悪いとか、そうした価値判断は問題ではありません。ネット、および関連するデジタルテクノロジーの進化は、人々の情報の選り分けを推し進める性格をもっている、ということです。

積極的に「見たい」と思われる情報発信が必要になる

これまでの広告やチラシは、その人が見たいと思ったかどうかにあまり関わりなく、受け手に情報を到達させることができました。テレビを見ていると、あるいは新聞を開くと、そこに広告が流れていたり、チラシが入っていたりという具合です。

ネットマーケティングはそうはいきません。ホームページを作ったとしても、それ自体が積極的に「見たい」と思われる情報でないと、受け手の視界に入りません。あるいは一度は見てもらえても、つまらないと思われたら二度とアクセスされることはないでしょう。

不動産情報を求めている人が、何を「見たい」と思うのか。そのことを、これまでの広告やチラシ以上に、受け手の目線にたってシビアに考えること。これがネットマーケティングのもっとも肝要なところです。

●ネット以前・ネット以後／顧客側からみた変化

「見たい」と判断される情報	↗	より見られる
「見たくない」と判断される情報	↘	より見られなくなる

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/

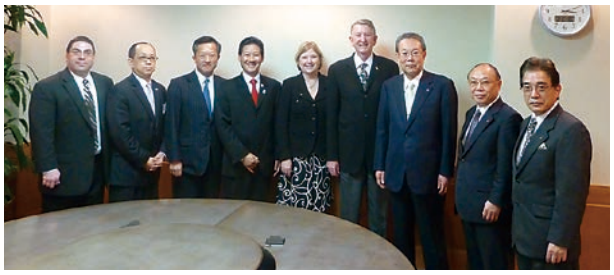
平成24年5月10日発行（毎月10日発行） 通巻第416号 発行人／伊藤博 編集人／出口建夫
発行所／公益社団法人 全国宅地建物取引業協会連合会・公益社団法人 全国宅地建物取引業保証協会 〒101-0032東京都千代田区岩本町2-6-3 TEL.03-5821-8181（広報） 定価50円

NAR会長一行が全宅連を訪問

全米リアルター協会（NAR）のギェリー・トーマス会長一行が、4月17日に全宅連を表敬訪問し、応対した全宅連の伊藤博会長、池田行雄副会長、市川宜克専務理事と、日米両国の住宅に課税される税金や流通システムなどについての意見交換を行いました。

NARは、前日の16日に「日本における不動産流通の展望」と題した講演会を国土交通省の後援を受けて都内で開催し、奥田建国土交通副大臣とNAR会長挨拶、野村正史国土交通省不動産業課長とジェイスン・ワタベNAR日本大使による講演が行われました。

左から、レン・トウヴァーNAR国際不動産部アシスタント、マーク・キタバヤシワシントン州リアルター協会会長、1人置いて、ジェイスン・ワタベNAR日本大使、ジャネット・ブラントンNAR国際不動産部ディレクター、ギェリー・トーマスNAR会長、伊藤会長、池田副会長、市川専務理事



森林の所有者届出制度が4月からスタート

昨年4月の森林法改正で、今年4月以降、森林の土地所有者となった方は市町村長への事後届出が義務付けられました。

■届出対象者…個人・法人を問わず、売買や相続等により森林の土地を新たに取得した方は、面積に関わらず届出をしなければなりません。

■届出期間…土地の所有者となった日から90日以内に、取得した土地のある市町村の長に届出をしてください。

※詳細は、市町村や都道府県の林務担当まで問合せください。

※本制度（森林の土地の所有者届出制度）の創設等に伴う宅地建物取引業法等の改正はありません。

■林野庁　森林の土地の所有者届出制度について

URL http://www.rinya.maff.go.jp/j/keikaku/todokede/

新刊 24年度版 税金の解説書

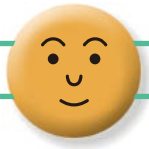
●A5判・100ページ（予定）　●単価（1冊）250円（税込、送料別）
※10冊以上の注文の場合は1冊200円（税込、送料着払）。

●申込方法／注文部数・送金額・会社名・所在地・電話番号を明記の上、代金を現金書留または郵便振替で直接下記まで　（口座 No.00160-1-69214）

●お問合せ：（株）テクノート
〒111-0052　東京都台東区柳橋 1-1-8-205　TEL.03-3863-5933

●申込FAX用紙は全宅連HPからダウンロードできます（6月中旬アップ予定）。

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



連載 vol.12 マナーあれこれ **接客は相手の心の中を慮ること**

嶋岡 美穂子（元セゾングループ教育事業部担当者）

「接客は心からのおもてなし」とは、マナーでよく言われることです。でも、それは相手をよく観察しなければできることではありません。

先日、元CAの友人がこんな話をしてくれました。

入社して1年くらい経ったころのこと、毎日プロ意識を持って仕事をしていました。搭乗されるお客様一人ひとりに明るい笑顔で元気よく挨拶を実践していたそうです。

そんなある日、飛行機が目的地についてお客様をお見送りしているときのこと。最後お独りになった40代半ばくらいの男性が、ゆっくり腰を上げて立ち上がり、出口まで歩いてきたそうです。彼の動きや表情を見ていると、神妙な面持ちでどこか悲しげにも見えたので、こちらも神妙な顔つきで声を抑え静かに「ご気分がお悪いのでしょうか」と尋ねたそうです。その男性は、気分が悪いわけではないが、彼にとってとても大切な方が亡くなられたということで、その方の通夜に行くため飛行機に乗ったのだと話してくれたそうです。とても悲しく辛い状況だったようです。

その時、彼女は思ったそうです。そんな状況で、笑顔を作らなくて本当に良かったと。接客は、笑顔や元気な挨拶を届けるだけではないのだと強く思ったそうです。

最後に彼女はこうも言っていました。「本当はあの時、その男性の表情をもっと早いうちに気づいて、こちらが様子を尋ねることなく気持ちを推し測ることができていたら辛い話をさせずにすんだのに」と。

その後、彼女は搭乗客の一人ひとりの様子を最初に観察し、細やかな対応を心がけるようにしたそうです。

接客マナーで大切なのは“今相手の心の中はどのような状態なのだろうか”と慮ることができるかどうかなのです。