

RealPartner



山口県の魚といえば、「ふぐ」がまず浮かぶが、県HPに上ると、そのほかにも12魚種で水揚量が5位以上になっている。

地域の活力、日本の活力——地場産業——
第7回 山口県・広島県



なでしこジャパン国民栄誉賞副賞として贈られた熊野筆。広島県熊野町の筆づくりは昭和50年に伝統工芸品に指定され、日本の筆の生産量の8割を占めている(熊野町HPより)。



「はなっこりーは
中国野菜のサイシンを母親、
プロッコリーを父親として
平成8年から栽培された
山口県のオリジナル野菜。
花も、葉も、茎も、すべて
食べられるのが特徴。



広島県は、呉市(写真)や三原市等に造船所がある。19世紀に日本最古のドックが県内に造られ、「造船県広島」と呼ばれた。



広島県の牡蠣の生産量は、日本全体の56.6%を占めている(平成21年、広島市水産振興センターHPより)。



周南コンビナートは
山口県周南市に広がる化学工業を中心とした工場地帯。
最近は夜景スポットとしても人気がある。

5

May
2013

リアルパートナー5月号

「不動産キャリアパーソン」受講のご案内

都道府県宅建協会 活動レポート

消費者の方々を対象にしたセミナーの実施状況 ②

全宅連・全宅保証 平成25年度事業計画

● 紙上研修 再確認! わかりやすい広告表示で信頼獲得

全宅連からのお知らせ

消費者への
適切な情報提供に資する
信頼の証

不動産 キャリアパーソン

受講のご案内

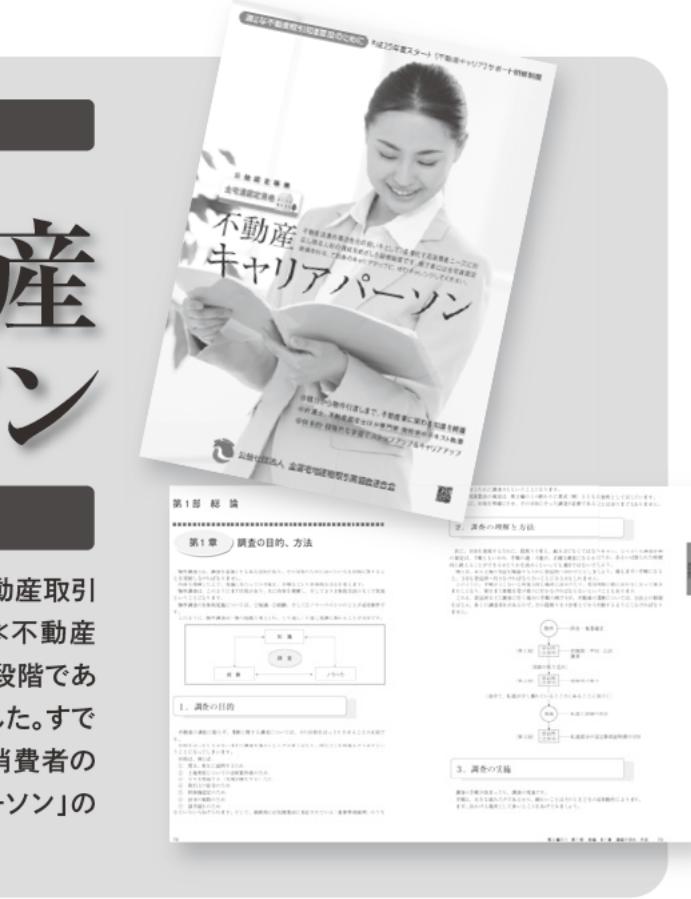
本誌前号、前々号でご案内のとおり、全宅連は今年度から不動産取引に関わるすべての方を対象とした段階的な研修資格制度「**「不動産キャリア」サポート研修制度**」を創設し、4月1日から、その第1段階である資格講座「**不動産キャリアパーソン**」の受講申込を開始しました。すでに全国の都道府県宅建協会所属会員の方々をはじめ、一般消費者の方々にも受講いただいている。ここでは「**不動産キャリアパーソン**」の概要や受講の流れなどを改めてご案内します。

1 公益事業として実施する資格講座

「**不動産キャリアパーソン**」は、経営者や取引主任者の資格の有無を問わず全国のすべての宅建業従事者、さらには一般消費者や従事予定者、学生などを含め、不動産取引に関わるすべての方に、取引「実務の基礎」について学習していただくことを目的に、全宅連が公益事業として実施しています。

2 「不動産キャリアパーソン」の概要

「**不動産キャリアパーソン**」は、実際の取引の現場で活かされる「実務」知識の修得に重点を置いた通信教育資格講座です。物件調査をはじめ、取引実務において必須である基礎知識を、取引の流れに沿って体系的に学習し修得できます。通信教育で学習後は修了試験に受験いただきますが、試験に合格した宅建業従事者は、全宅連へ資格登録申請をされると、全宅連から、消費者への適切な情報提供に資する信頼の証である「**不動産キャリアパーソン**」資格が付与されます。



3 「不動産キャリアパーソン」を受講するには

(1) 受講要件

受講要件はありません。どなたでも受講いただけます。

(2) 受講料

①都道府県宅建協会会員およびその従業者で従業者証明書を発行された者: 8,400円(税込)

②それ以外の者: 1万2,600円(税込)

※受講料は、通信教育費用、修了試験受験料(1回分)、資格登録料が含まれます。

※都道府県宅建協会の新規入会者は入会時に必ず受講いただいております(支店入会含む)。

※いったんお支払いいただいた受講料は返却できませんのでご了承ください。

(3) 受講期間

この講座の在籍期間(受講期間)は、教材の発送日から2ヵ月間です。2ヵ月間で、通信教育による学習、修了試験の受験までを終わらせていただきます。

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/>



4 「不動産キャリアパーソン」受講の流れ

(1) 受講申し込み

全宅連ホームページからのインターネット受付または都道府県宅建協会の申込書受付の2種類です。インターネット申込については、図表1をご参照ください。宅建協会申込の手続きについては、各宅建協会にお問合せください。

(2) 学習

学習カリキュラムは全6単元で構成されます(図表2)。学習の基本はテキストの通読ですが、テキストの内容の理解を深めるためのインターネット講義動画も視聴できます。

(3) 修了試験

すべてのカリキュラムを学習後、各自でインターネットから修了試験の日時・会場を申込いただきます(図表3)。

(4) 合格～資格登録

合否結果は、合格者には合格証書、不合格者には再受験案内の郵送をもってお知らせします。合格者で宅建業従事者に対しては、資格登録申請書を同封しますので、必要事項に記入し、顔写真の添付とともに資格登録申請を行ってください。

(5) 資格付与

資格登録者に対し、「資格登録証カード」と、カード入れとしてお使いいただけるネックストラップをお送りします。なお、ネックストラップの紐は全5色から1色をお選びいただけます。

●お問合せ:(公社)全宅連 広報研修部 TEL.03-5821-8112



図表1●インターネット申込の手順

インターネット申込	全宅連ホームページから受講申込ページにお入りいただき、申込フォームに沿って、氏名、住所、勤務先等を入力してください。
受講料の支払い方法	コンビニエンスストアまたはクレジットカード[別途事務手数料(315円・税込)がかかります]。
教材等の発送	受講料の支払・決済が確認でき次第、教材一式(テキスト、学習の手引き)と、インターネット学習に必要なログインIDとパスワードが記載された受講票ハガキを同時発送します。

図表2●学習カリキュラム

①従業者としての大変な心構え	社会的使命・役割・倫理・コンプライアンス、顧客対応の基本、トラブル事例、宅建業法・媒介契約
②物件調査・価格査定	物件調査総論[目的・方法]、各論[道路、法令制限、権利関係、供給施設、物件実査]、価格査定の基礎理解
③不動産広告	法令・公正競争規約規制、違反広告例
④資金計画	資金計画、住宅ローン
⑤契約の基本	契約の基礎知識、売買・賃貸借契約に関する業務の流れ、売買・賃貸借契約書
⑥その他知識	賃貸管理、建築・地盤・耐震、リフォーム、関係法令、不動産用語集

図表3●修了試験

試験方式	試験会場のパソコンで受験いただきます
試験会場	各都道府県にある日建学院の全宅連指定校舎で行われます(開始時点は全国84会場)。
試験内容	4肢択一の全40問(60分間)
合否判定	全40問の7割以上の正解で合格
不合格の場合	再度インターネットから試験日時・会場を申込いただけます[別途再受験料(3,150円・税込)がかかります]。

Contents May 2013

02 「不動産キャリアパーソン」受講のご案内

04 Information

全宅連・全宅保証 平成25年度事業計画／登記事項証明書等の交付請求手数料が改定／民法(債権関係)の改正に関する中間試案パブリックコメント始まる

06 連載 vol.2 不動産トラブル事例とその法的論点

07 連載vol.56 知っていれば役立つ税務相談119番

08 連載 vol.2 これでわかる! 不動産登記簿の読み方

09 連載vol.31 不動産の経済学

10 連載 vol.2 都道府県宅建協会 活動レポート 消費者の方々を対象にしたセミナーの実施状況 その2

11 消費税率引上げに伴う経過措置について

12 連載vol.23 基本を確実に! 宅地建物取引講座

13 連載vol.24 知っておきたい! 建築基礎知識

14 連載 vol.2 住まいのデータ解説

15 連載 vol.2 店舗考察

16 紙上研修

再確認! わかりやすい広告表示で信頼獲得

20 2013年「一人暮らしに関する意識調査」アンケート結果／新刊25年度版 税金の解説書／不動産キャリアパーソン受講申込み受付中!

Realpartner 5月号

2013年5月10日発行 通巻第426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／壹岐昇一

〒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2012年10月号から南から順番に2都道府県をクローズアップし、地場産業を紹介しています。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きか、FAXをお送りください。



1 全宅連・全宅保証 平成25年度事業計画

全宅連 平成25年度事業計画

I 不動産に関する調査研究・情報提供事業

(公益目的事業1)

1. 不動産に関する調査研究政策提言活動

(1) 土地住宅税制及び政策提言活動の実施

(2) 民法改正への対応

(3) 消費者保護のための賃貸不動産管理の適正化に向けた対応

(4) 反社会的勢力排除に係る取組み

(5) 不動産流通の促進及び各種制度の改善に係る提言活動の実施

(6) 土地住宅政策調査研究業務

(7) 大規模災害時等における災害弱者・生活要配慮者等の安心・安全な住まい確保方策の調査研究

2. 不動産に関する情報提供活動

(1) 全宅連ホームページの運営

(2) 全宅連統合サイト(ハトマークサイト)の運営

(3) 国への協力

II 不動産取引等啓発事業(公益目的事業2)

1. 不動産取引等啓発事業

(1) 不動産賃貸借取引に関する啓発活動の実施

(2) 不動産取引のための情報提供活動の実施

(3) 税制改正関連法令周知の実施

(4) 不動産取引等に関する意識調査の実施

(5) 一般消費者への不動産税制等の啓発活動の実施

(6) 不動産税制に関する電話相談の実施

2. 不動産情報提供活動

(1) 不動産総合情報誌「リアルパートナー」の発行

III 不動産に係る人材育成事業(公益目的事業3)

1. 不動産に係る人材育成事業

(1) インターンシップ制度の実施

(2) 消費者向けセミナーの実施

2. 教育研修の運営業務

(1) 不動産実務セミナーの実施

(2) 不動産業に係る従業者及び消費者等への教育研修・資格制度(不動産キャリアサポート研修制度)の実施

(3) 不動産総合コースへの対応

IV 会員等への業務支援事業(共益事業等)

一 収益事業

(1) 民間物件情報サイトの斡旋事業

二 共益事業

1. 都道府県協会会員支援

(1) 不動産業の分野問題等に対する対応

(2) 顧問弁護士による法律相談実施の検討

(3) 全宅連策定契約書等各種書式の充実

(4) 既存住宅の取引における適正な情報提供のあり方並びに流通活性化に資する方策に関する調査研究

(5) 会員用物件登録システム

(6) 流通事業に係る支援事業の検討

2. 都道府県協会支援

(1) 公益社団等移行支援及び移行に伴う組織運営支援の実施

(2) 都道府県協会の研修業務に関する研修パック等の支援及び連絡調整

(3) ハトマーク認知度向上策と本会事業に関する広報活動の実施

3. 関係団体の行う諸事業への協力

V 会務の総合管理(法人会計)

1. 円滑な会務運営と福利厚生事業の実施

2. 健全な財務運営と適正な経理処理

全宅保証 平成25年度事業計画

I 公益目的事業の実施

・ 苦情相談・解決事業(公益目的事業1)

1. 苦情相談・苦情解決事業

(1) 宅地建物取引に関する苦情相談に対して適切な助言等の支援を行い、円滑な取引推進と一般消費者の利益擁護を図る。

(2) 宅地建物取引業法第64条の5に基づく宅地建物取引に関する苦情の解決業務を確実に実施し、複雑多様化する一般消費者からの苦情申出に対して迅速・的確に対応する。

(3) 宅地建物取引に関する各種相談に相談担当者が適切に対応できるよう、相談担当者に対する研修や必要な情報を提供し、相談窓口の整備を図る。

・ 研修・情報提供事業(公益目的事業2)

1. 研修事業

(1) 宅地建物取引業法第64条の6に基づく研修業務を適正かつ確実に実施し、安心・安全な宅地建物取引を推進できる人材の育成・確保に努める。

(2) 宅地建物取引に従事する者に対する継続的・効果的な研修を実施し、宅地建物取引に関する専門的知識・能力の向上を図る。

2. 情報提供事業

(1) 一般消費者に対する宅地建物取引に関する知識の啓発・普及を図るため、消費者向けのセミナーの実施や不動産総合情報誌等に有用な情報を提供する。

・保証事業(公益目的事業3)

1. 弁済事業

- (1) 消費者等の利益の保護を図るため、宅地建物取引業法第64条の8に基づく認証手続きを迅速かつ適正に実施する。
- (2) 宅地建物取引業法第64条の16第1項に規定する弁済業務保証金の還付計画(認証金額)は5.5億円と見込む。
- (3) 多様化・複雑化する弁済案件に適確に対応するため、業務担当者に必要な知識の習得や能力の向上を図る。
- (4) 弁済業務保証金制度の安定的運営を図るため、求償対象者に対する調査や情報収集を進め、求償債権(還付充当金)の回収に努める。
- (5) 弁済業務保証金分担金の供託・取戻・還付等の手続きを適正に実施し、弁済業務保証金制度の安定・維持を図る。

2. 手付金等保全事業

- (1) 宅地建物取引業法第64条の17の2に基づき、手付金保管事業の指定保管機関として、消費者が支払った手付金等を確実に保管し、安全な宅地建物取引を確保する。
- (2) 不動産を購入する消費者が支払った手付金を保証する手付金保証業務を、適正に実施し消費者保護を図る。

・宅建取引健全育成事業(公益目的事業4)

1. 宅地建物取引に関する調査研究事業

- (1) 民法改正に伴う対応
- (2) 大規模災害時等における災害弱者等への安心・安全な住まい確保等方策の検討

2. 宅地建物取引に関する知識の啓発事業

- (1) 不動産賃貸借取引に関する啓発活動の実施
- (2) 不動産取引啓発のための情報提供活動の実施
- (3) 税制改正関連法令周知の実施
- (4) 不動産取引等に関する意識調査等の実施
- (5) 不動産総合情報誌「リアルパートナー」の発行

3. 宅地建物取引に関する人材育成事業

- (1) 消費者向けセミナーの実施
- (2) 不動産実務セミナーの実施
- (3) 不動産総合コースへの対応

II 収益事業の実施

1. 全宅連会館の一部を賃貸する。

III 法人管理

1. 総務

- (1) 会員の入退会計画 (2) 入会促進
- (3) 的確な業務処理の推進

2. 財務

- (1) 適正な財務運営の推進

3. 組織整備事業の推進

- (1) 公益法人改革への対応

登記事項証明書等の

交付請求手数料が改定

法務局による登記事項証明書等の交付請求に係る申請手数料が、4月1日から図表1のとおり改定されました。

また、民事法務協会が提供する登記情報提供サービスについても、4月1日から図表2のとおり利用料が改定されました。

●詳しくは法務局ホームページまで

URL <http://houmukyoku.moj.go.jp/homu/static/>

図表1●登記事項証明書等の交付請求手数料

種類	改訂前	改訂後
書面で請求	登記事項証明書 700円	600円
オンラインで請求	登記事項証明書 (送付で受領) 570円	500円
	登記事項証明書 (窓口交付で受領) 550円	480円
登記事項要約書の交付 登記簿等の閲覧	500円	450円

図表2●登記情報提供サービスの主な手数料

提供される情報	改訂前	改訂後
全部事項	397円	337円
地図、土地所在図等	427円	367円

民法(債権関係)の改正に関する

3 中間試案パブリックコメント始まる

本誌4月号で報告のとおり、民法(債権法)の改正については、法制審議会の審議を経て、平成25年2月26日に「民法(債権関係)の改正に関する中間試案」が決定し、4月16日から6月17日までの間でパブリックコメントの受付が開始されました。

全宅連では、これまで内部組織として創設された不動産総合研究所で「民法改正動向と宅地建物取引のあり方に関する調査研究」を実施し、「もし、民法が改正されたら不動産取引はどうなるのか」「実務に与える影響はどの程度なのか」等、中間試案の方向性を想定したうえで検討を行いました。さらに、政策推進委員会が中心となって、いち早く懸念事項として問題提起した内容は、今回公表された中間試案には取り上げられませんでした(4月号参照)。

今回のパブリックコメントについても、全宅連として「不動産取引における懸念すべき事項等」を取りまとめて、法務省に提出する予定です。パブリックコメントに関する内容等は、下記ホームページを参照ください。

●e-Gov(電子政府の総合窓口)HP(パブリックコメントコーナー)

URL <http://search.e-gov.go.jp/servlet/Public>

たかよし
弁護士 佐藤 貴美

隣地住人からのクレームが予想される用途であることについての説明不備

不動産適正取引推進機構：不動産トラブル事例データベースより

◆ 要旨

自動車塗装工場を建てる目的で土地を購入した買主が、隣人の同意が得られず建物建築を断念せざるを得なくなり、媒介業者が18日間の業務停止とされた。

(1) 事実関係

Xは、宅建業者Yの媒介で、自動車の塗装工場を建築する目的で土地を買い受けた。シンナー等の薬品を使うため住宅の密集していない地域を希望し、ようやく契約に至ったが、所有権移転登記後、隣接住民に挨拶に行くと、Yからの事前の説明など一切されておらず、シンナーの臭いは出ないことなど、一方的な条件をつけられてしまった。契約前にYは、「大丈夫、問題はない」といっていたので、Xが確認すると、それは「建築法令上は問題がないという意味だ」とYは返答した。

(2) 事情聴取

行政庁で、Yに事情を聴いたところ、Yは、事実を認め、上記のほか、取引主任者の資格のない従業員が重要事項説明を行い、その従業員はその当時、従業者名簿に登載されていなかったこと、Xによる本件土地の売却の媒介業務において、Yは、指定流通機構が発行した登録済証を交付せず、業務の処理状況の報告もしていないことが判明した。

(3) 処分

行政庁は、Yは、取引主任者の資格のない者に重要事項説明を行わせ、その者は当時、従業者名簿にも登載されていなかった、Xは自動車塗装工場を建てる目的で土地を購入したが、隣人の同意が得られず断念せざるを得なくなった、XはYと専任媒介契約を締結し当該土地等の売却を依頼したが、Yは指定流通機構が発行した登録済証の交付をせず、2週間に一度の報告をしなかったとして、Yを18日間の業務停止処分とした。

◆ 法的視点からの分析



① 取引目的に支障が生じうる事実に係る説明

本件では、「自動車の塗装工場を建築する目的」で土地を購入しようとする買主に対し、宅建業者として、どの程度の調査説明が必要かが問題となりました。宅建業者は、行政庁が行った事情聴取によれば、宅建業法第35条等に定められている法令上の制限の有無等の調査はしているということであり、通常のケースであれば、宅建業者としての調査説明義務は尽くされていると理解することも可能です。

しかし、本誌前号でも指摘したように、取引によっては、「個々の契約において、当事者の契約の目的等に応じてさらに調査説明が必要となる」場合があります。本件で買主は、具体的に「シンナー等の薬品を使うため住宅の密集していない地域を希望」していたということからすると、「シンナー等の使用に関し近隣とのトラブルがない」ということも契約の可否に直結する問題であったことがうかがわれます。

そうすると、本件取引では可能な限り「近隣からの苦情の有無」等の確認も期待されていたということができましょう。宅建業者としては、依頼者の意向を十分に踏まえ、必要な調査を行うことが大切です。

② 重要事項説明と定期的な報告は極めて重要

本件では、上記のほか、取引主任者の資格のない者に重要事項説明を行わせたことなどの理由もあわせて、業務停止処分とされました。取引主任者であれば、契約締結の可否を判断するための重要事項説明という趣旨を踏まえて上記の点も含めて調査がなされたものと推測できますし、定期的な業務報告などにより依頼者との密な連携が図られていれば、買主側の意向のさらなる確認などにより、上記のような問題も回避できたものと思われます。

取引主任者による重要事項説明と依頼者に対する定期的な報告という手続きは、安心安全な宅地建物取引の実現において極めて重要なものとして宅建業法で明記されているですから、その意義も再確認のうえ、しっかりと対応することが大切です。

東京シティ税理士事務所 税理士 辛島 正史

住宅購入は消費税増税前後のどちらが有利?



平成26年4月から消費税増税が実施される見通しです。住宅ローン減税の拡充も予定されているようですが、住宅購入は消費税増税前のほうが有利でしょうか?

消費税は請負契約の締結日が重要

平成26年4月から消費税の税率が5%から8%へ、その後27年10月からは10%へ2段階で引き上げられる予定となっています。

ただし、一部の取引については経過措置が設けられており、例えば住宅の新築に関しては、平成25年10月1日以降に請負契約を締結し、26年4月1日以降に引き渡すものに対しては新しい税率が適用されることになっています。すると、平成25年9月30日以前に請負契約を締結すれば引き渡しが26年4月1日以降になっても旧税率が適用されることになります(建売住宅や分譲マンション、中古住宅はこの措置の対象外となりますので26年4月1日以降に引き渡す場合には、8%になります)。11ページでも詳しく解説しています。

一方で、住宅ローン減税については、図表1のように、期限が当初は平成25年12月末までであったものが、29年12月末までに延長されます。また、控除限度額は平成26年3月末までに居住開始の場合は現行どおり200万円のままであるが、26年4月から29年12月までに居住開始の場合は400万円まで拡充されます(長期優良住宅、低炭素住宅の場合は500万円)。

さらに、住宅ローン控除額を所得税から控除しきれない場合

は、現行では住民税から9万7,500円を限度に控除されることになっていますが、こちらも平成26年4月1日以降は13万6,500円まで増額されます。

ただし、これらの拡充措置は、住宅の対価の額に含まれる消費税の額が8%または10%の場合であり、一般個人から中古住宅を購入する場合は住宅ローン控除額が200万円、住民税からの控除上限額が9万7,500円となります。

買い時はライフプランを検討してから

例えば、土地3,000万円、建物2,000万円(新築)を、住宅ローン4,500万円を利用して購入することとします。請負契約の締結日の違いにより、消費税の額(消費税は建物のみに課税されます)および住宅ローン控除の額は図表2のとおりとなります。

この事例では、②に示すとおり消費税率は8%、住宅ローンの控除限度額は400万円の場合が有利な結果となりました。

ただし、住宅ローン控除については、毎年末の残高、納税額などにより控除できる金額は変わってきます。一般的には所得が高くローンが多額であれば、ローン控除の恩恵が大きいため増税後でも影響は少ないでしょう。一方で、ローンが少ない場合には消費税の増税分に見合うだけの控除が得られず、増税前の購入が有利となるでしょう。

住宅の購入は金額も高く、一生に一度の買い物かもしれませんので、ライフプランも含めてじっくりと検討したいところです。

図表1●住宅ローン減税による控除額

入居年	控除対象 借入限度額	毎年の 控除率	控除期間	最大控除額 (10年間の合計)	住民税からの 控除上限額
平成25年中～ 平成26年3月	2,000万円 (※1)	1.0%	10年	200万円 (※1)	9万7,500円
平成26年4月～ 平成29年12月	4,000万円 (※2)	1.0%	10年	400万円 (※2)	13万6,500円

(※1) 長期優良住宅、低炭素住宅の場合は控除対象借入限度額3,000万円、最大控除額300万円

(※2) 長期優良住宅、低炭素住宅の場合は控除対象借入限度額5,000万円、最大控除額500万円

図表2●消費税増税前後で住宅購入を比較すると…

<請負契約で新築。土地3,000万円、建物2,000万円、住宅ローン4,500万円>

契約日	引渡し日	消費税額(税率)	住宅ローン控除額
①H25年9月末まで	H26年4月以降	100万円(5%)	200万円
②H25年10月以降	H26年4月以降	160万円(8%)	400万円*

*住宅ローン控除の適用期間中、毎年の年末残高が4,000万円以上あると仮定します。



不動産登記簿の構成は? 付記登記とは?

第1回である前回は、「不動産登記簿と登記事項証明書の関係」について解説しました。今回からは、「登記簿(正確には、登記事項証明書)の読み方」について、具体的にみていきたいと思います。

たとえば、土地の登記簿には、「所在・地番・地目・地積」「所有権者(所有者)」「抵当権者」など、当該不動産に関する一定の情報(これを「登記事項」といいます)が記録されています(※1)。「所在」とは…と、通常であれば説明が続くところですが、この辺は、よくご存知かと思いますので、本稿では、「マクロ的視点」で登記簿を概観してみることにしましょう。

表題部と権利部(甲区・乙区)で構成

一般的に、人がある不動産について知りたいと思ったとき、関心の対象は、①不動産の物理的現況、②不動産の権利関係、の両方もしくはどちらかではないでしょうか(※2)。平たく言えば、①は「どのような不動産か?」ということで、②は「誰が所有者なのか?」「誰かの担保に入っているのか否か?」などでしょう。

登記簿・登記事項証明書も上記①②の観点から構成されています。右の登記事項証明書(イメージ)を見てください。「3つのブロック」に分かれています。上段のブロックは「表題部」となっています。中段と下段のブロックは「権利部」となっています。

この「表題部」が、上記①の「不動産を特定するための部分」であり、「権利部」が、上記②の「不動産の権利関係を把握するための部分」です。

なお、権利部はさらに「甲区」および「乙区」に区分されています。「甲区」には、所有権に関する事項が、「乙区」には、所有権以外の権利(抵当権、地上権、賃借権等)に関する事項が記録されます。

付記登記と主登記

ところで、右の登記事項証明書の権利部甲区(順位番号欄)に「付記1号」とあります。これは「付記登記」といって、権利に関する登記のうち、すでにされた権利に関する登記に対してされ、既存の登記と一体のものとして公示する必要がある場合に行われる登記です。代表例としては、所有者に住所変更があった場合の「住所変更登記」、抵当権者に変更があった場

合の「抵当権移転登記」などがあります。

なお、付記登記に対して、権利部の順位番号欄に、独立の順位番号(1, 2, 3...)を付して行われる登記のことを「主登記」といいます。

※1 表示に関する登記または権利に関する登記について、一筆の土地または1個の建物ごとに作成され、登記簿に記録されている電磁的記録(データ)のことを「登記記録」といいます。

※2 不動産そのものを一見しただけでは、不動産の面積等は正確には分かりません。また、権利というものは、人間の五感では直接に認識できない観念的な存在ですので、誰が所有者なのか、誰かの担保に入っているのかなども当然分かりません。そこで、不動産の物理的現況や権利関係を「不動産登記簿」という国家(登記所)が備えた帳簿に文字情報として記録して、これを広く一般に公開することで、不動産調査を合理化し、取引の安全・円滑化を図るための制度が、「不動産登記制度」です。

●登記事項証明書の一例(イメージ)

東京都渋谷区渋谷一丁目2-3				全部事項証明書	(土地)
表題部 (土地の表示)	調 則	面積	不動産番号	0123456789011	
地図番号	面積	筆界測定			
所 在	渋谷区渋谷一丁目		面積		
① 地 番	② 地 目	③ 地 積 m ²		原団及びその日付(登記の日付)	
2番8	宅地	100 30		2番1 から分譲	[昭和47年11月7日]
年月	年月	年月		昭和63年法務省令第37号附則第2条第2項の規定により移記	
				平成12年10月12日	

権利部(甲区) (所有権に関する事項)			
順位番号	登記の目的	受付年月日・受付番号	権利者その他の事項
1	所有権移転	昭和47年11月30日 第4000号	原団 昭和47年11月30日充質 所有者 渋谷区渋谷一丁目1番2号 司法 花子 抵当2樁の登記を移記
	年月	年月	昭和63年法務省令第37号附則第2条第2項の規定により移記 平成12年10月12日
2	所有権移転	平成25年2月28日 第4000号	原団 平成25年2月28日充質 所有者 渋谷区渋谷二丁目2番2号 法務 太郎
付記1号	2番登記名義人 住所変更	平成25年4月10日 第8000号	原団 平成25年4月1日住所移転 住所 渋谷区渋谷三丁目3番3号

権利部(乙区) (所有権以外の権利に関する事項)			
順位番号	登記の目的	受付年月日・受付番号	権利者その他の事項
1	抵当権設定	平成25年2月28日 第4001号	原団 平成25年2月14日保証契約により 支払保證平成25年2月28日設定 債務額 金5,000万円 損害金 年14%(年365日割計算) 債務者 渋谷区渋谷二丁目2番2号 法務 太郎 抵当権者 渋谷区渋谷三丁目3番3号 ※渋谷信用保証株式会社

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)⑪

今回は、結果的に自分が意図したこととは反対の選択をしてしまうという「逆選択」(Adverse Selection)の問題を扱うことになります。これは必ずしも行動経済学に限ったテーマではありませんが、人間の行動という意味では大切な話ですので、ここで紹介することにします。

「逆選択」と「情報の非対称性」

「逆選択」の事例としてよく紹介されるのが、保険会社と保険契約者の関係です。自動車保険を例にとって説明することになります。ご承知の通り、同じ運転免許証を持っていても、自動車の運転には、上手な人とそうではない人がいます。普通に考えれば、事故の発生確率も違ってくるでしょう。そうであれば、運転が上手か、そうでないかによって、保険料も違っていておかしくないはずです。例えば、運転の上手い人の保険料は4万円、下手な人は10万円というようにです。

ですが、実際にはそのような価格設定にはなっていません。なぜならば、保険契約をするときに、保険会社には契約者の運転の巧拙がわからないからです。実は本人は知っているはずですが、保険会社が聞いても「自分は運転が下手です」と言うことは期待できないでしょう。高い保険料を払うことになるからです。一方で、保険会社も一人一人に運転させてみて、運転能力を試すほどの時間はありません。結果的に、保険料は4万円と10万円の中間である、例えば7万円程度に設定されます。

すると、運転能力の高い人から見ると、保険料を高く感じます。ところが、運転が下手な人からみると、保険料は安いことになります。その結果、運転が上手な人は保険に入らず、下手な人はほど保険に加入することになります。もし全員が合理的に行動すれば、この保険料の設定だと、保険加入者の多くは運転が下手な人になるはずです(自分の運転の力量を保険料に換算するのは難しいので、実際にはここまでいくことはありませんが)。

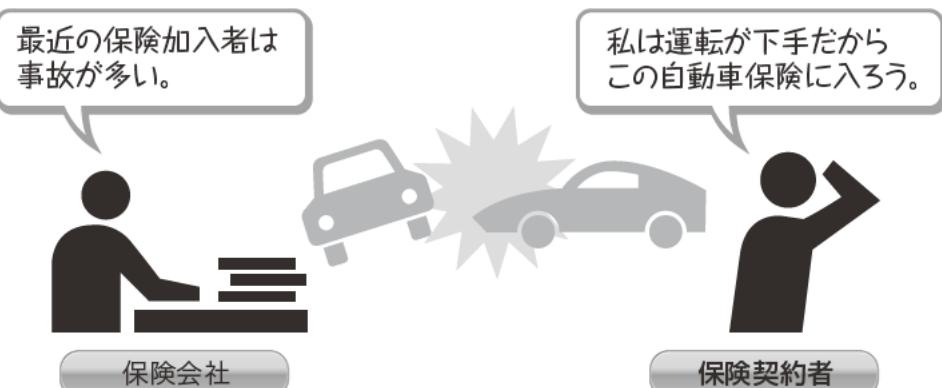
これは保険会社にとっては、最も好ましくないことです。すなわち、保険会社にとって、結果的に好ましくない契約を選択してしまうことにな

ります。それで、このことを「逆選択」と呼んでいます。なぜ、このようなことが起きるかといえば、保険会社と契約者には「情報の非対称性」があるからです。契約者は自分の運転の力量をよく知っているのに対して、保険会社からはわかりません。情報に偏りがある(対称的でない)ことから、これを「情報の非対称性」と呼んでいます。

敷金と家賃の事例では?

これと同様のことが、不動産取引でも起きる可能性があります。ジェームズ・ミラーが執筆した「仕事に使えるゲーム理論」という書籍では、「敷金と家賃の踏み倒し」の事例が紹介されています。家主のほとんどは家を貸すときに敷金を預かっていますが、ある家主がこれまで賃借人との間にトラブルがなかったので、敷金を免除したらどうなるかというものです。「逆選択」の理論に従えば、家賃を踏み倒したり、家具調度品を平気で傷つけたりするような人が、賃借人として増えることになります。そういうことをしない賃借人は、賃貸借期間が終われば、敷金をそのまま返してもらえると考えるので、敷金の有無に関係なく、家を選ぶからです。逆に、敷金がない家を真っ先に選択するのは、家賃を踏み倒す可能性のあるような人ばかりだというわけです。

さて、読者のみなさまは、この事例についてどのように考えるでしょうか。実際には、敷金を免除・減額して成功している場合もあります。また、家賃を踏み倒すことまでは考えていませんが、一時的な敷金の負担がなくなることをメリットと考えて家を借りる人もいるでしょう。この事例では「合理的な」行動をとることが前提とされていますが、人間はそこまで合理的ではないかもしれません。





消費者の方々を対象にしたセミナーの実施状況 その2

このページでは、各地の宅建協会の活動状況について、公益的な事業を中心に特集を組んでお伝えしています。第2回目は前号に続き、各都道府県宅建協会が実施している消費者の方々を対象としたセミナーの実施状況について報告します。

群馬県宅建協会

群馬県宅建協会は平成24年8月8日に群馬県不動産会館で、石原・関法律事務所の田中暖子弁護士を講師に招き、「不動産売買・賃貸借契約等における暴力団排除条項について」の研修会を実施しました。平成23年4月1日から施行された群馬県暴力団排除条例についての内容と今後の行方について解説していただきました。また、同日に「宅建業者IT活用講座」や「定期借地制度及び定期借家制度の有効活用について」等の講習も開催されました。

田中弁護士の講演



石川県宅建協会

石川県宅建協会は平成24年9月23日の「不動産の日」に金沢市アートホールで、4回目となる「不動産の日ふれ愛講演会」を開催しました。消費者、会員で計約200名の方々の来場がありました。冒頭、第2回ハトマーク賞・児童画コンクール表彰式を行い、本編では、テレビでもお馴染みの国際ジャーナリストの蟹瀬誠一氏が、「高齢化社会を生き抜く鍵・4つの資産」と題した講演を行いました。

蟹瀬氏の講演

児童画コンクール表彰式



福岡県宅建協会

福岡県宅建協会は平成24年1月26日に、消費者セミナーを開催しました。女優の東ちづる氏が、骨髄バンクの推進活動や戦争で傷ついた子どもたちを引き取り、治療・リハビリの後、母国に帰す活動を行うドイツ平和村のボランティア活動の経験を通して心豊かな自分らしい生き方について、講演しました。続いて、オーナーズエージェント(株)代表者の藤澤雅義氏が、最近の賃貸市況やオーナー向け空室対策の提案方法について講演しました。

山梨県宅建協会

山梨県宅建協会は平成24年9月14日に、消費者のための税金セミナーを開催しました。同セミナーは、山梨日日新聞に開催広告を掲載し、消費者の方々に広く参加を呼びかけました。税金のイロハを知っていただくためのもので、東京シティ税理士事務所の菊地則夫税理士を講師に招き、「不動産購入時・保有時・売却時の税務のポイント」をテーマに開催しました。山梨日日新聞の取材もあり、翌日の新聞に記事が掲載されました。



滋賀県宅建協会

滋賀県宅建協会は平成25年1月20日に、消費者のための講演会を開催しました。フリーアナウンサーの堀尾正明氏が、「地域活性化のために何をすればいいか～地域力取材活動から～」について講演しました。防犯対策事例の紹介では、住民同士が見回りを行うことを通じて、希薄になっていた地域住民の絆が取り戻され、町の活性化にも繋がるとともに、防犯対策の効果も高まった事例の解説がありました。



東氏の講演



藤澤氏の講演



福井県宅建協会

福井県宅建協会は平成24年度については、不動産セミナーを2回、開催しました。特に平成25年3月19日に開催したセミナーでは、経済アナリストで獨協大学経済学部教授の森永卓郎氏による「どうなる私たちの暮らし」と題した講演があり、平日にもかかわらず、定員500名を超える多数の方々が参加されました。

森永教授の講演



長野県宅建協会

長野県宅建協会は平成24年11月21日に長野県不動産会館で、通算7回目となる「一般消費者のための不動産セミナー」を長野県の後援を得て開催しました。今回は(相続PRO)相続手続支援センターの講師を招き、「相続対策を踏まえた不動産活用」というテーマでの講演を行い、相続税の改正や遺産分割事件に関する調停・裁判の件数が年々増加傾向にある等、具体的な事例等を交えた内容に、参加された方々は熱心に聞き入っていました。

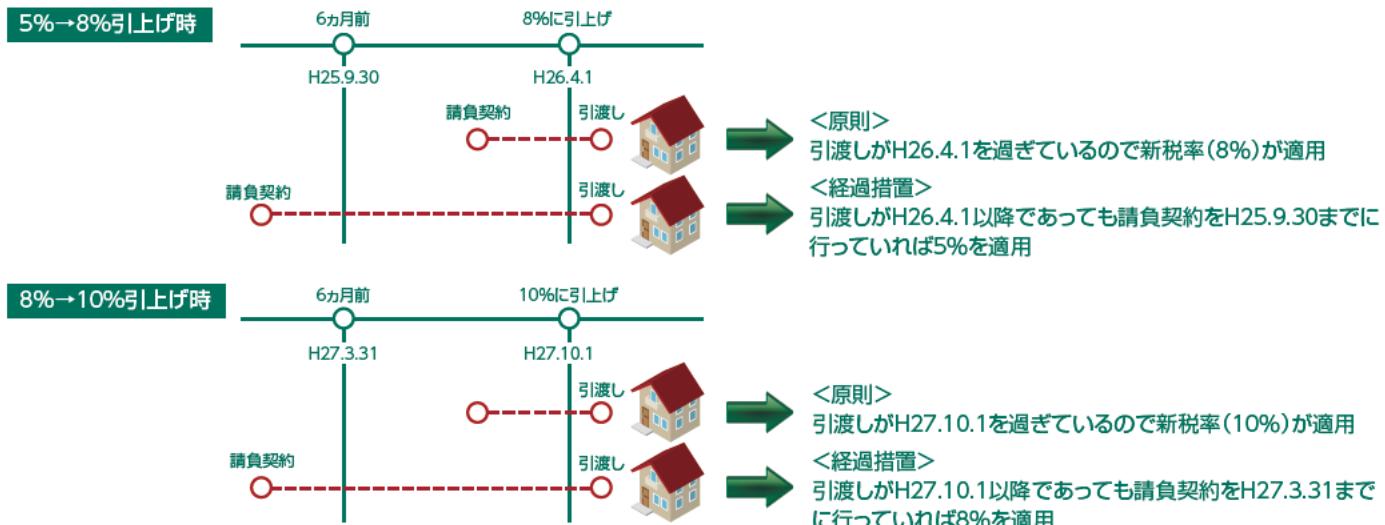


消費税率引上げに伴う経過措置について

消費税については、昨年8月に「社会保障の安定財源の確保等を図る税制の抜本的な改革を行うための消費税法等の一部を改正する等の法律」が国会で可決・成立し、平成26年4月に8%、平成27年10月に10%と段階的に税率が引上げされることになっています。

これにより、住宅を取得した場合、原則引渡しが平成26年4月1日以降であれば8%、平成27年10月1日以降であれば10%の税率が適用されますが、請負契約に係る住宅等については

●消費税率引上げに伴う請負契約に係る住宅等の経過措置



「法令上の制限調査」に伴う 関係法令等の基礎知識

— 路地状敷地の調査のポイントと取引上の注意点 —

千葉 喬



取引対象物件が道路から細長い路地状で奥まったところに位置している建物敷地（以下、本文では「路地状敷地」という）について調査をする場合のポイントおよび取引に際して注意しなければならない点を教えてください。



1. 路地状敷地の調査のポイントと注意点

路地状敷地とは、建物のうち道路に接する箇所までの敷地が細長い路地状になっている部分をいいます（下図参照）。

このような路地状敷地は通路状となっているものが多いので、一見すると道路の一部と誤認されることが少なくありませんが、本来敷地の一部として、建ぺい率や容積率の算定基礎となりますので注意する必要があります。また、都市計画区域における建物の敷地は道路に2m以上接していなければなりませんので、路地状敷地で建物の建築確認を得るために、接道要件を満たさなければ建物を建築することはできません。このように路地状部分は道ではなく建物敷地ですので、この路地状部分が接道要件を充足していかなければなりません。

ところが、このような路地状敷地の場合、路地状部分の長さ（下図のL）が相当大きても、その幅（下図のW）が2mで足りるとは、防火、防災および安全避難等の面からすれば決して望ましいものではありませんので、敷地が道路に接する部分の長さ等について消防活動や避難行動等の面から、その目的を十分に達成できないと認める場合に条例で必要な制限を付加することができます（建築基準法第43条2項参照）。

多くの地方自治体では、一定の長さ以上の路地状部分を有する敷地については、道路に接する路地状部分の最低幅員を2m超と規制しています。代表例として、東京都建築安全条例では、原則として路地状部分の長さが20mを超える場合の接道の長さ（幅員）は3m以上とし、耐火建築物および準耐火建築物以外の建築物で、建物の延べ面積が200平方メートルを

超える場合については、その規制を強化し、路地状部分の長さが20m以下の場合でも幅員は3m以上、20m超の場合は幅員を4m以上としています。

したがって、路地状敷地の場合は、各地方自治体の条例により接道要件の接道幅が2mでは足りないことがあることを理解した上で調査することが重要です。

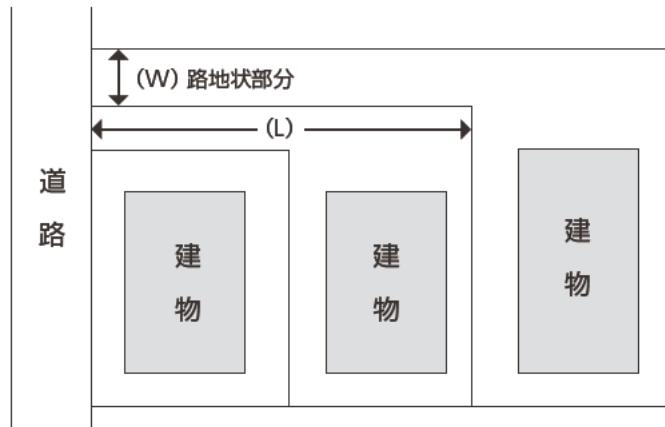
2. 取引する際の注意点

路地状敷地を伴う取引について注意する点は、上述したように建物の敷地が建築基準法の接道要件に該当し、その幅は原則として少なくとも2mはなければなりません。たとえば、一つの敷地に独立した2戸の建物を建てる場合、同法においては、一建物について一敷地が原則であり、それぞれの敷地についてほかの建物の敷地から明確に区別されていなければなりません（下図参照）。

したがって、路地状敷地を伴う取引において、その幅が狭いために接道義務を果たしていないことになる場合には、宅建業者としての責任を問われます（代表的な判例がありますが省略します）。

なお、路地状部分が概ね30%以上ある土地においては、土地の利用や価格面からも説明義務のほか、広告規制（不動産表示に関する公正競争規約等）がありますので、広告段階で明示しておくことが重要となります。

●路地状敷地の参考図



住宅の構法

—南方系(軸組構法)と北方系(壁式構法)

明海大学不動産学部教授 中城 康彦

吉田兼好が徒然草(1330年～1331年。ただし、定説なし)に記した有名な一節があります。「家の作りやうは、夏をむねとすべし。冬は、いかなる所にも住まる。暑き比わろき住居は、堪へ難き事なり」。つまり、住まいの建築は、夏の涼しさを重視して造りなさい。冬は、住もうと思えばどこにでも住める。猛暑の日に快適でない住宅にはとても住めない、ということになります。冬の寒さは、重ね着をする、囲炉裏やこたつで暖をとれば耐えることができます。日本では、高温多湿、つまり南方系の風土に適した住宅の造り方(構法)が在来工法として発達してきました。一方、北方系の風土を考えれば、断熱性に劣る開口部は極力少なくすることに合理性があります。

1. 軸組構法と壁式構法

建物に加わる力を梁や柱などの線形の細長い材料で支える構法を軸組構法といい、壁面全体で支える構法を壁式構法といいます(図表1参照)。

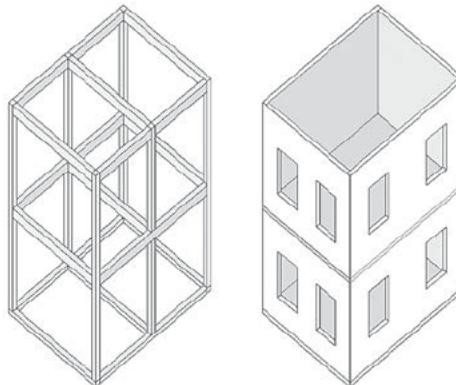
軸組構法の壁の部分は、建物を外部と隔てるという障壁の役目はありますが、建物を支える役目としての構造壁の機能はありません。このため、柱や梁以外の部分をすべて開口部(窓)とすることができます。つまり、軸組構法は、開口部が大きく確保できることができます。徒然草の作者である吉田兼好は軸組構法を念頭に、大きな開口部から得られる通風を重視するよう論じたのです。

また軸組構法では、建物を支えている柱や梁を傷めない限り、間仕切壁はどこにあってもかまないので、間取りの変更や増改築の自由度が高いことも特徴です。

壁面や床面などの面材で建物を支える壁式構法では開口部の大きさに制約があります。また、壁は構造壁となっているため、壁を撤去するような間取りの変更や増改築に制約が多くなります。一方で、壁式構法は耐震性が確保しやすい特徴があります。

わが国の在来工法は軸組構法であり、ツーバイフォー工法(枠組壁構法)は、壁式構法です。ツーバイフォー工法は、2

図表1●軸組構法と壁式構法



インチ×4インチの木材を組み合わせた枠組みに構造用合板を打ちつけて壁などをつくることを基本とする方法で、北米の寒い地方から導入されたものです。

2. 鉄骨造と鉄筋コンクリート造

鉄骨造は一般に軸組構法となります。断面がHの字の形をした重量鉄骨を用いる場合は部材が大きく、柱型が室内に出ますが、断面がCの字の形の軽量鉄骨を用いる場合は、柱が壁厚の中に収まり、外部からは木造と判別しにくい場合もあります。鉄筋コンクリート造には、軸組構法と壁式構法があります。柱が梁と剛接合している軸組構法をラーメン(Rahmen)構造といい、重量鉄骨造や鉄筋コンクリート造で採用されます。壁式構法は、部屋の中に柱や梁がでないため、効率的に家具などの配置が可能ですが、高さ15m、階数5階までに制限されています。

3. 現場生産と工場生産

住宅の伝統的な生産方法は、建設現場に必要な材料を搬入して加工し、多様な職種の人間が協力しながらつくり上げる「現場生産」方式ですが、建材の合理的な購入と利用、品質の均一化、現場での手間の削減と工期の短縮などのために、あらかじめ部材を工場で生産・加工し、建築現場では加工不要で組み立てることを基本とするプレハブ工法(prefabrication method)が1960年代から導入され、わが国独自の発展を遂げています。

以上の区分より、現在わが国で建設されている戸建住宅を分類すると図表2のとおりです。

図表2●戸建住宅の種類

材料による区分	工法・生産方法による区分	
	在来工法(軸組構法)	ツーバイフォー工法(壁式構法)
木造	木質系プレハブ工法	パネル工法 ユニット工法
鉄骨造	重量鉄骨造(ラーメン工法) 軽量鉄骨造(軸組構法・プレハブ工法)	パネル工法 ユニット工法
鉄筋コンクリート造り	鉄骨系プレハブ工法	パネル工法 ユニット工法
	壁式構法 ラーメン工法 コンクリート系プレハブ工法	パネル工法

参考文献:齊藤広子・中城康彦「生活者のための不動産学入門」一般財団法人放送大学教育振興会2013年3月(放送大学テキスト)第3章





平成25年度国土交通省予算の概要では、「(1)エネルギー対策の推進」という大テーマの一つ目として、「住宅・建築物等の環境対策の推進」といった重視点が掲げられていますが、それに並び「(2)成長力強化」という大テーマのうち「④住宅・不動産市場の活性化」という項目に「中古住宅流通、リフォームの促進、不動産投資環境の整備」という重視点が明示されています。こうしたことをみても、不動産業界をけん引する市場として、住宅流通市場は引き続き注目市場となることは明らかです。

首都圏レインズデータから 首都圏マンション市場を例に考える

ところで、「活性化」とはいったいどのような状態を指すのでしょうか。もともとは化学や生物学、医学で用いられる語で、使われていなかったものに刺激を与えて使われる様子を表す語とされ、そこから社会の発展や消費活動の向上に対して比喩的に用いられるようになりましたが、経済や社会科学においては明確な定義が考えられて使われる場合は少ないといわれています。

その意味では、不動産流通市場の「活性化」について何をもって成長発展をしたかを確認するのかの議論が分かれる面もありますが、現状を確認するという点で、わかりやすい一例として取引件数の変化に注目して考えてみることにします[今回は東日本不動産流通機構による月例マーケットウォッチから首都圏(東京、神奈川、千葉、埼玉)における中古マンション登録、成約件数の推移を使用]。

首都圏の中古マンションの市場はいったいどの程度の規模があるのでしょうか。毎月の流通規模を前月末時点登録数+当月新規登録数=当月流通件数とし、それを市場規模としたとき、図表1からもわかるように、リーマンショック後の価格変動などの環境変化の余波を受けた2009年、2010年を除けばおおむね拡大基調といえる市場となっています。

一方、同データから成約物件数に着目すると、その実数は横ばいとなっており、単純に成約件数を当月流通件数で割った成約率をみると、2009年・2010年前後の当月流通件数の低下時期を除

不動産流通市場の現状 ～登録数と成約数の関係から～

リクルート住まい研究所 主任研究員 矢部 智仁

き、「傾向」としては徐々に低下する方向にあることがわかります(図表2)。市場規模は拡大基調にあると言えそうな首都圏中古マンション市場ですが、成約実数がほぼ変わらず、成約率は年々低下しているという側面からみれば、市場が活性化しているとは言い難いのではないでしょうか。

消費者に必要な情報を整理して提供

市場活性化、市場規模倍増の実現に向けて市場に登場した物件情報を、できるだけ高い確率で成約に結び付けることは重要です。成果を上げるアプローチには、人を変える、やり方を変える等状況によってさまざまあるでしょうが、例えば、やり方とすればこれまでの取引過程において実施しなかった、あるいは実施されなかった諸策を考え、実際に試みる必要があるはずです。

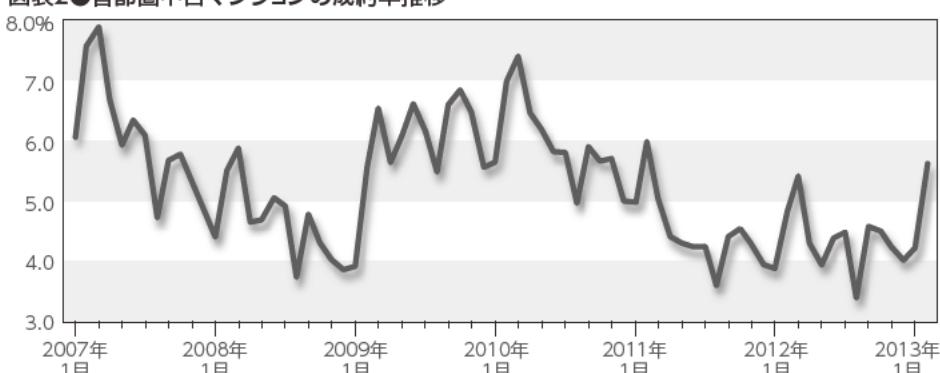
もちろん新築供給などの競合動向や、金利あるいは金融の緩和による市場価格の変動、あるいは価格評価の問題など事業者単独では対処できない要素も多くありますが、自助努力でできることもあるはずで、例えば昨年来、行政や業界の内部あるいは周辺など、さまざまな場所で議論されてきた物件の安心安全に関する情報の詳細化と開示は、こうした成約率を上げてゆくことに繋がっているはずです。

消費者が中古住宅の購入を決定するために提供すべき必要な情報や、その提供のしかたについてきちんと整理して実行する時期にきているのではないでしょうか。

図表1●首都圏中古マンション 当月流通件数(前月末在庫数+当月新規登録数)

	2006年 月平均	2007年 月平均	2008年 月平均	2009年 月平均	2010年 月平均	2011年 月平均	2012年 月平均	2013年 1月	2013年 2月
当月流通戸数	34,893	39,358	51,390	43,927	42,434	53,644	60,327	59,530	59,056
前月末在庫	25,320	27,725	37,146	32,961	30,903	39,309	45,187	45,157	44,897
当月新規	9,573	11,633	14,244	10,966	11,531	14,335	15,140	14,373	14,159

図表2●首都圏中古マンションの成約率推移





消費者が好きな看板、嫌いな看板は?

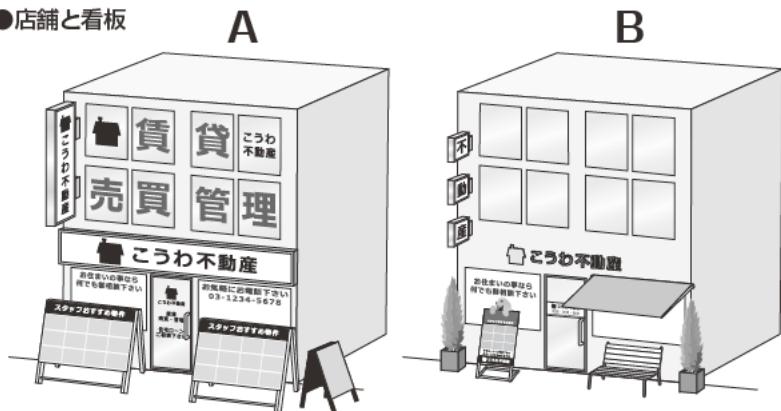
高橋 芳文

今号は、看板を中心に店舗の第一印象をよくする外観、雰囲気のつくり方についてのポイントを解説します。

広告主の視点と消費者の視点にはギャップがある

イラストを下に2つ用意しました。見比べてください。A、Bどちらのイラストの店舗が、よりフリー客を集めることができると思いますか?

●店舗と看板



A…看板を大きくして、物件情報等たくさんの情報を店舗の外に掲載すれば目立つので、多くの人の目に留まり、フリー客を集めできる。

B…看板を控えめにして、植物、椅子、テント等で外装にアクセントをつければ店舗の外装の雰囲気が良くなるのでフリー客を集めできる。

答えは、Bです。回答は、正解しましたか。なぜ、Bの外装のほうが、フリー客を集めできるのでしょうか?

実際のところ、街中には、Aのような目立つ看板を付けた外装の店舗が少なくありません。情報を発信する店舗側の気持ちとしては、「より多くの通りすがりの人々に自店のことを知ってもらいたいので、お店の情報をたくさん目立つように発信したい」と考えているわけです。このように思う気持ちも当然で、理解できます。

以前、「商業界」という雑誌(2011年1月号掲載)で「商業者100人に聞いた看板満足度調査」を行いました。そのアンケート調査の目的は、「自店の看板は集客につながっているのか?

お客様にどんな印象を与えていているのだろう? 一体、よい看板とはどのようなものだろう」と商業者の看板に対する意識を探るためです。

アンケート調査の結果は、一言で言うと、「多くの商業者が目立たない看板に不満足で、目立つ看板に満足している」という結果でした。「看板を大きくして、物件情報等たくさんの情報を店舗の外に掲載すれば目立つので、多くの人の目に留まり、フリー客を集められる」と多くの商業者が思っているのは、間違いない事実でした。

しかしながら、消費者の声は、どうでしょうか?

広告主の視点と消費者の視点には、ギャップが存在します。そのギャップとは、「広告主は、買ってほしい」vs.「消費者は、売り込まれたくない」というものです。

消費者は手作り感のある看板を好む

筆者は、NPO法人ストリートデザイン研究機構という団体の理事長を務めていて、市民の方々(地域の生活者)と看板を見て歩く、まち歩きツアーや不定期ですが実施しています。

そのまち歩きで「好きな看板」「嫌いな看板」を参加者に自由に発表してもらっているのですが、嫌いな看板は「自分のお店だけが目立とうとしている看板は嫌い」という声が多く上がります。それに対し、好きな看板は「お店の個性が伝わってくる手作り感のある看板が好き」という声が多く上がります。つまり、商業者が目立ちたいと思い、大きく掲出しているAタイプの看板は、多くの場合、嫌われるか無視される傾向にあるのです。

店舗の外観を構成する要素は、看板以外にも、植物、椅子、テント、さまざまなアイテムがあります。植物や椅子やテントは、売り込むためのツールではありませんから、人々に悪い印象を与えません。これらのアイテムを外装に上手に配置しながら、看板と調和させ、第一印象の雰囲気を演出すると「地域の生活者=未来のお客様」に好感を持っていただけます。

ゆえにBの外装の方が、フリー客を集めできるのです。このように社会との公衆距離を考えて、自店の店舗外観を見直してみると新しい気付きと発見があります。

次号ではさらに考察を深め、店舗を構成する外装のアイテムと第一印象の関係について解説します。

再確認！ わかりやすい広告表示で信頼獲得

不動産鑑定士 中村 喜久夫

不動産広告は、お客様（一般消費者）と宅建業者との最初の接点です。広告から反響を得て、来店・成約へつなげていくためには、新鮮、詳細、正確な情報をわかりやすく表示する必要があります。

業界の自主規制ルールである「不動産の表示に関する公正競争規約」（以下、表示規約）を遵守することは、その第一歩になるはずです。

今回の紙上研修では、昨年5月に施行された改正点を中心に、表示規約のポイントを解説します。

I 表示規約の概要

改正点の具体的な解説に入る前に表示規約の概要を見ておきましょう。表示規約は「表示すべき事項」「表示基準」「禁止事項」「広告開始時期の制限」の4つの柱に分けて考えると理解しやすいと思います（図表1参照）。

1 表示すべき事項

表示規約の第1の柱は「表示すべき事項」です。これには以下の3つの内容があります。

①必要な表示事項

一定の広告媒体を用いて物件広告を表示する場合には、物件の所在地、交通の利便、面積、価格などを必ず表示しなければなりません。表示規約施行規則の別表に、不動産の種別に応じて必要な表示事項が定められています。

②特定事項の明示義務

再建築不可、セットバック、著しい不整形地など不利な条件があれば、広告に明示しなければなりません。表示規約施行規則第8条に明示すべき16項目が列挙されています。

③環境条件のデメリット事項の表示

パンフレット等には、「大規模な建物の建築計画がある」「道路建設計画がある」など環境条件に影響を及ぼす事項についても記載しなければなりません。

昨年5月の改正では、「①必要な表示事項」（別表）の構成が変更された（インターネット広告の必要な表示事項を規定した旧別表11が廃止されました）ほか、「③環境条件のデメリット事項の表示」についても改正がありました。

2 表示の基準

単に必要な表示事項を義務付けただけでは、広告主によってまちまちな表示が行われてしまうおそれもあります。そこで「表示の基準」も定められています。これが規約の第2の柱です。その主な内容は次の2つです。

①物件内容の表示基準

「徒歩1分とは道路距離80m」「建物面積に車庫を含む場合には、その旨及びその面積を表示する」といったことが定められています。

②特定用語の使用基準

「新築」「新発売」「ダイニング・キッチン」といった用語の意義が定められています。また「完全」「日本一」「最高」といった言葉は、合理的な根拠がなければ使用してはならない、ということもここで定められています。

この2つ以外にも「物件名称の使用基準」や「節税効果等の表示基準」がありますが、説明は省きます。表示の基準については、「改装」が「リフォーム」に変更されるなど用語の変更がありましたが、大きな改正はありませんでした。

3 禁止事項

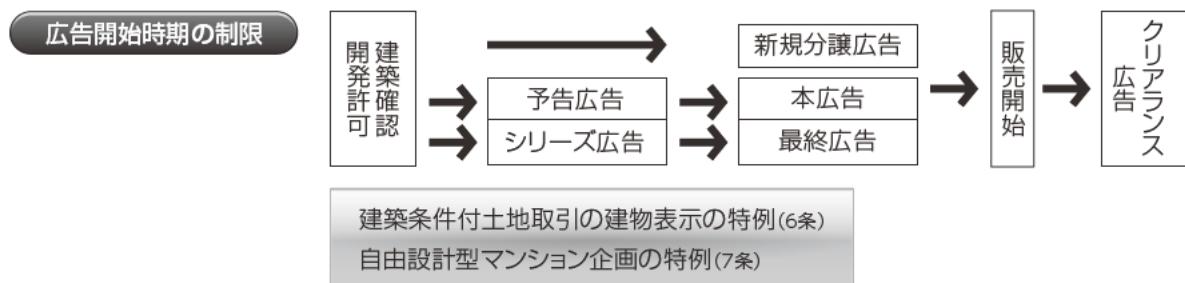
不動産広告に書くべき「必要な表示事項」を定め、「表示の基準」を決めるだけでなく、おとり広告や誇大広告などを禁止する規定も設けられています。これが「禁止事項」です。具体的には以下の4つです。

①不当な二重価格表示の禁止

二重価格表示とは実際に販売する価格に、これよりも高い価格（比較対照価格）を併記する価格の表示方法です。

図表1●表示規約の概要

表示すべき事項	表示基準	禁止事項
必要な表示事項(8条、規則別表1~10) ・予告広告の特例(9条、規則5条) ・シリーズ広告(11条、規則7条) ・適用除外(12条) 特定事項の明示義務(13条、規則8条) 環境条件のデメリット事項(規則4条2項)	物件内容等の表示基準(規則10条) 特定用語の使用基準(18条) 物件の名称の使用基準(19条) 節税効果等の表示基準(16条、規則11条)	不当な二重価格表示(20条、規則13条、14条) おとり広告(21条) 不当な比較広告(22条) その他不当表示(23条)



「4,000万円⇒3,500万円」といった表示がその具体例です。二重価格表示をするには、一定の要件を満たさなければなりません。

②おとり広告の禁止

架空物件だけでなく、成約済物件をネット上に継続掲載することもおとり広告に該当します。おとり広告はもちろん禁止されています。

③不当な比較広告の禁止

不公平な方法で行われる比較広告は、一般消費者の適切な物件選択を妨げることになるので、禁止されています。

④不当表示の禁止

誇大広告、虚偽表示が許されないのは言うまでもありません。昨年5月の改正では、不当な二重価格表示の禁止の規定が緩和された他、写真や完成予想図の不当表示の基準についての改正がありました。

4 広告開始時期の制限

表示規約の4つ目の柱は「広告開始時期の制限」です。一定規模以上の未造成の宅地であれば開発許可を受けるまでは広告できませんし、未完成の建物であれば建築確認を受けるまでは広告することができません(開発許可、建築確認以外にも対象となる許可、確認はたくさんあります)。規約改正はありませんでしたが、宅建業法第33条と同一内容の規制ですので、最近の法令改正により対象となる法律が追加されていることに注意が必要です。

II 昨年5月の主要な改正点

昨年5月の改正のうち、不動産流通業に従事される方にとって重要なのは、以下の4点でしょう。

- 1 家賃保証会社についての表示(表示規約施行規則第4条・別表8及び別表9)
- 2 賃貸借契約に必要な一時金の表示(表示規約施行規則第4条・別表8及び別表9)
- 3 畳1枚あたりの面積の統一(表示規約施行規則第10条第1項第16号)
- 4 不当な二重価格表示の禁止の規定の緩和(表示規約施行規則第13条)

これ以外にも細かい改正はいくつかありますが、実務上重要なのは上記の4つだと思います。まずはこの4点について順番に解説していきます。

1 家賃保証会社についての表示

■賃貸広告の必要な表示事項に「家賃保証会社についての表示」が追加された

規約の第1の柱である「必要な表示事項」の改正です。賃貸マンション・アパートの必要な表示事項に、「家賃保証会社等と契約することを賃貸条件としているときは、その旨及び契約にかかる金額」が追加されました(表示規約施行規則別表8及び別表9)。

賃貸借契約の締結にあたっては、家賃保証会社の利用を条件としている物件もあると思います。その場合には、広告にもきちんと表示するということです。

例えば賃料5万円、礼金1ヶ月、敷金1ヶ月という物件が広告されていた場合、一般消費者は「賃料(前家賃)、礼・敷が各1ヶ月、仲介手数料も1ヶ月とすれば、仲介会社に支払うのは、5万円×4ヶ月分=20万円。後は損害保険への加入ぐらいかな」と考えるでしょう。

ところが実際に宅建業者を訪問したら、「家賃保証会社と

契約しなければ借りられない物件ですので、さらに賃料1ヵ月分の保証料が必要となります」と言わされた…。これでは納得がいかないでしょう。不動産広告に対する信頼も失われてしまいます。そこで家賃保証会社についても明示することが義務付けられたわけです。

2 賃貸借契約に必要な一時金の表示

表示が義務付けられたのは、家賃保証会社に限りません。改正された別表8、9の注を見てみましょう。

(注)当初の契約時からその期間満了時までに、事項番号11から16以外の費用を必要とするときは、その費用及びその額を記載すること

(表示規約施行規則別表9より)

「当初の契約時から契約期間満了までに要する費用は、(別表に挙げられた事項以外であっても)記載すること」が明示されました。例えば、鍵交換費用、クリーニング費用等が契約条件として義務づけられているのであれば、これらについても広告表示しなければならないということです。実際に、鍵交換費用やトラブル24時間対応システムへの加入が義務付けられているにもかかわらず、その旨の記載がないとして、公取協から措置を受けた例もあります。

3 畳1枚あたりの面積の統一

■中古住宅についても1畳は1.62m²以上に統一された

表示規約の2つ目の柱である、表示の基準についても改正がありました。広告では居室等の広さを畳数で表示する場合もあると思います。

表示例:3LDK(洋室10畳、8畳、和室8畳、LDK14畳)

しかし、ご存じのように畳の大きさにはいろいろな種類があります。小さい畳が10枚敷いてある部屋を「和室10畳」と表示しては、一般消費者を混乱させるおそれがあります。そこで1畳あたりの面積は1.62m²という基準が設けられています。実際の畳の数にかかわらず、壁芯面積で16.2m²以上なければ「和室10畳」という表示はできないのです。

改正前は、中古住宅については、面積が1.62m²に満たないものであっても、1畳と表示することが認められていました。しかし今回の改正で中古住宅についても「1畳は1.62m²以上」に統一されました(図表2参照)。

図表2●1畳の面積の統一

改正前

新築住宅	中古住宅
1.62m ² 以上ないと1畳と表示することができない。	1.62m ² に満たないものは、その旨と1畳あたりの面積を表示すれば、1畳として表示できた。



改正後

1畳は1.62m²以上とすることに統一

なお、ここでいう面積は壁芯面積です。「1.62m²の畳を10枚敷いていなければ、和室10畳とは表示できない」という意味ではありません。

4 不当な二重価格表示の禁止の規定の緩和

■「過去の販売価格を比較対照価格とした二重価格表示」とは?

表示規約の3番目の柱である、「禁止事項」についても改正点があります。「過去の販売価格を比較対照価格とした二重価格表示」の要件が緩和されました。

「過去の販売価格を比較対照価格とした二重価格表示」とは、値下げ前の価格と今の販売価格を比較対照した価格表示のことです。「4,000万円⇒3,500万円」などがその例です。この表示をするには、次の一定の条件を満たす必要があります。

- (1)過去の販売価格の公表時期及び値下げの時期を明示したものであること。
- (2)比較対照価格に用いる過去の販売価格は、値下げの3ヵ月以上前に公表された価格であって、かつ、値下げ前3ヵ月以上にわたり実際に販売のために公表していた価格であること。
- (3)値下げの時期から6ヵ月以内に表示するものであること。ただし、6ヵ月以内であっても災害その他の事情により物件の価値に同一性が認められなくなった場合には、同一性が認められる時点までに限る。
- (4)土地(現況有姿分譲地を除く。)又は建物(共有制リゾートクラブ会員権を除く。)について行う表示であること。

(表示規約施行規則第13条)

(2)に注目して下さい。値下げ前の価格を比較対照価格とするためには、値下げ前3ヵ月以上にわたり実際にその価格で販売されていたことが必要なのです。例えば「1日だけ4,000万円で販売し、翌日から3,500万円に値下げした」といった場合には、「4,000万円⇒3,500万円」という二重価格表示はできません。「1日とはいえ、4,000万で販売していたのは事実だからいいではないか!」と言う主張は認められないのでしょう。

■土地や中古住宅でも二重価格表示が可能になった

今回改正となったのは(4)のところです。従来は認められていなかった土地や中古住宅でも値下げ前の価格を比較対照とした二重価格表示が可能になりました。なお賃料の二重価格表示は認められていませんので、「賃料10万円⇒8万円」という表示はできません。



5 その他の改正点

上記4つ以外にも改正点がいくつかあります。

- パンフレット等に記載する建築計画等の表示が厳しくなった
規約の第1の柱である「必要な表示事項」の中の③「環境条件のデメリット事項の表示」についても改正がありました。改正された条文を見てみましょう。

別表1(分譲宅地)、別表4(新築分譲住宅)又は別表6(新築分譲マンション)に基づく表示事項をパンフレット等に表示する場合において、次の各号の一に該当する場合には、前項に定める事項のほか、それぞれ各号に定める事項とする。

- (1) 日照その他物件の環境条件に影響を及ぼすおそれのある建物の建築計画又は宅地の造成計画であって自己に係るもの又は自己が知り得たものがある場合には、その旨及びその規模
- (2号以下は省略)

(表示規約施行規則第4条第2項第1号)

自社が分譲する物件の隣地に大規模な商業施設の建築計画等があり、日照その他物件の環境条件に影響を及ぼすおそれのある場合には、パンフレット等に表示しなければなりません。従来は、自社が行う建築計画等についてのみ表示が義務付けられていましたが、改正により、「自己が知り得たもの」も表示することになりました。他社の建築計画であっても、知り得たものがある場合にはパンフレットに記載が必要だということです。

■写真や完成予想図の不当表示の基準が厳しくなった

規約の第3の柱のひとつである「不当表示の禁止」についても改正がありました。写真や完成予想の不当表示の基準が厳しくなったのです。改正された条文を見てみましょう。

モデル・ルーム又は写真、コンピュータグラフィックス、見取図、完成図若しくは完成予想図による表示であって、物件の規模、形状、構造等について、事実に相違する表示又は実際のものよりも優良であると誤認されるおそれのある表示

(表示規約第23条第1項第42号)

下線を引いてある「事実に相違する表示」が加えられました。優良誤認とまで言えなくとも、事実に相違する表示であれば不当表示の対象となりうる、ということです。

III 規約改正以外で留意すべきこと

■広告開始時期の制限について

表示規約の第4の柱である「広告開始時期の制限」については、表示規約の改正はありませんでした。しかし「津波防災地域づくりに関する法律」や「自然公園法」などが宅建業法第33

条の法令に基づく許可等に追加されています。ご留意ください。

■LDK、DKの指導基準についても確認を

規約の改正ではありませんが、2011年11月に「DK及びLDKの広さ(畠数)の目安となる指導基準」が通知されています。合わせて確認しておきましょう。表示規約上はDK(ダイニング・キッチン)、LDK(リビング・ダイニング・キッチン)の広さは定義されていません。例えばDKについては以下のように定義されています。

台所と食堂の機能が1室に併存している部屋をいい、住宅(マンションにあっては、住戸。次号において同じ。)の居室(寝室)数に応じ、その用途に従って使用するために必要な広さ、形状及び機能を有するものをいう。

(表示規約第18条第1項第3号)

規約の条文上は具体的な広さを規定していませんが、居室数に応じてDKやLDKの広さの目安が示されました(壁芯面積です)。

居室(寝室)数	DK	LDK
1部屋	4.5畠	8畠
2部屋以上	6畠以上	10畠以上

1DKと表示するには、DK部分は4.5畠程度の広さは必要だろう、ということです。なおこの数字はあくまで目安です。形状によっては、この広さがあってもDK、LDKと表示するのが適切でない場合もあり得ます。キッチンと廊下を足して4.5畠になったとしても1DKと表示できる、というわけではありません。

■適切な広告表示が業績の向上につながる

以上、昨年の改正点を中心に表示規約の概要について解説いたしました。近年はインターネット広告が普及し、一般消費者が「ネット上で物件選択」する傾向が強まっています。不動産広告の重要性はいっそう増しているといえるでしょう。

表示規約を遵守し、誤解のない広告表示に努める地道な努力は、一般消費者からの信頼を向上させ、来店・成約へとつながると思います。

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、個々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 ●(公社)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



2013年「一人暮らしに関する意識調査」アンケート結果

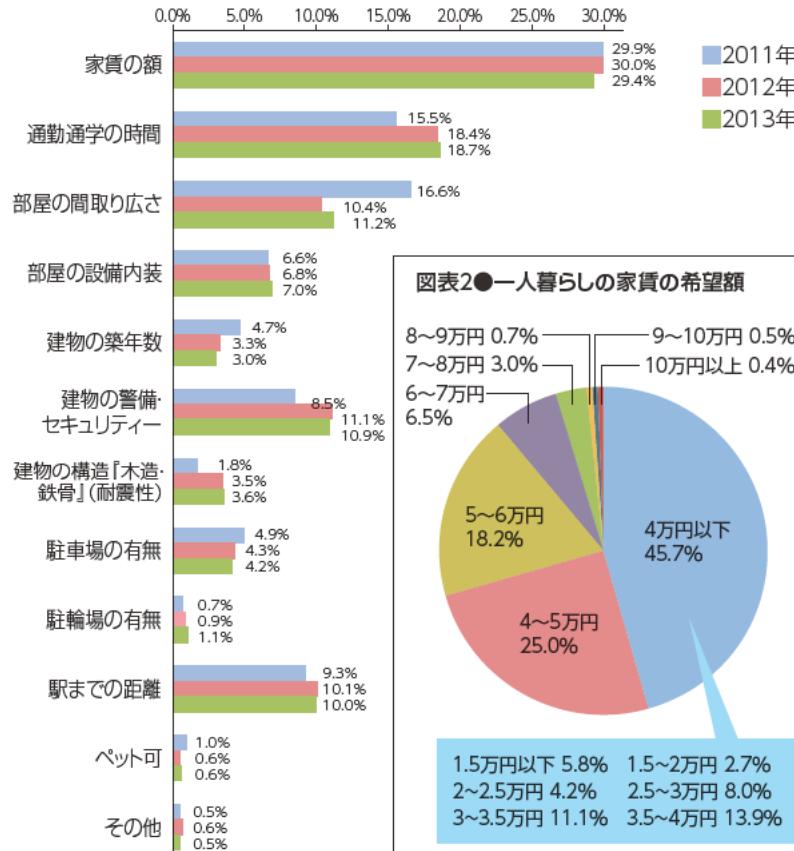
1

全宅連・全宅保証は平成24年12月から平成25年2月末にかけて、全宅連・全宅保証のホームページ上で全国の20歳以上の男女を対象にした「一人暮らしに関する意識調査」を実施しました。有効回答数は、昨年度の11,661件を上回る14,234件となりました。

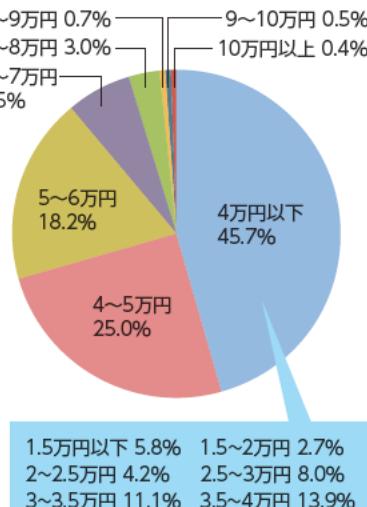
「一人暮らしの部屋探しで重視する条件・環境等をお知らせください(部屋の条件)」という質問では、いちばん多い回答が「家賃の額」(29.4%)で、前回同様、もっとも関心があると見受けられます。次いで「通勤通学の時間」(18.7%)、「部屋の間取り広さ」(11.2%)の順で、これらが気になる項目であることが伺われます(図表1)。

また、「一人暮らしの家賃の希望額をお知らせください」の質問では、「4～5万円」(25%)が最も多く、4人に1人はこの金額帯を希望しています。全体像として際立つのが「4万円以下」の回答で、今回から「4万円以下」をさらに細分化したため、より実態を反映したものとなりました(図表2)。

図表1●一人暮らしの部屋探しで重視する条件・環境等(部屋について・3つ選択)



図表2●一人暮らしの家賃の希望額



URL <http://www.zentaku.or.jp/public/information/wp-content/uploads/2013/04/hitori.pdf>

新刊 25年度版 税金の解説書

2

- A5判・104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>

不動産キャリアパーソン 受講申込み受付中!

3

この資格講座は、物件調査をはじめとする取引実務に必要な基礎知識を、テキストとインターネットで学習できます。さらに、宅建業従事者は修了試験に合格後、登録いただくと「不動産キャリアパーソン」資格が全宅連から授与されます。ぜひ受講いただき日頃の業務にお役立てください!



(イメージ)

[受講料(税込)] ①宅建協会会員およびその従業者:8,400円／②その他:1万2,600円

[申込方法] 全宅連ホームページまたは都道府県宅建協会へ

URL <http://www.zentaku.or.jp/public/training/career/index.html>

●不動産キャリアパーソンの詳しい内容は、本誌P2～3をご覧ください。

