

REAL PARTNER

SEPTEMBER



住まい探しは
ハトマーク

2023年9月号 [隔月発行]

令和5年9月10日発行 通巻第515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

特集

住宅ローン減税における省エネ基準適合

宅建業者のための事業承継ポイント

(後編) まだまだ先のことだと思っていないですか？

「住」のトレンドウォッチング

新たな算定ルールの導入でタワマン節税見直しへ

紙上研修

カスタマーハラスメントの現状と企業の取るべき対応

Hatomark Fellow ハトマーク支援機構からのお知らせ



特集

住宅ローン減税 における 省エネ基準適合

菅前首相が、2020年10月の所信表明演説で宣言した「2050年カーボンニュートラルの実現」。カーボンニュートラルとは、「温室効果ガスの排出を全体としてゼロにする」こと。住宅・建築物においても、2050年にストック平均でZEH・ZEB基準の水準の省エネルギー性能の確保を目指すことになっている。「経済と環境の好循環」を作るためにも、2024年1月以降に建築確認を受けた新築住宅では、住宅ローン減税を受けるために、省エネ基準の適合が必須となる。今号では、そのポイントについて解説する。

(取材協力：国土交通省住宅局)

写真：PIXTA

REAL
PARTNER

September 2023

特集 住宅ローン減税における 省エネ基準適合 2

宅建業者のための事業承継実践ポイント（後編）
まだまだ先のことだと思いませんか？ 6

「住」のトレンドウォッチング 連載 第41回
新たな算定ルールでタワマン節税見直しへ 8

注目の書 著者は語る
『キミが信頼されないのは話が「ズレてる」だけなんだ』
横山 信弘 10

不動産関連データから読み解く「住まいの今」 連載 第26回
「人口動態分析」から読み取る賃貸住宅の今後の動向 12

不動産取引における電子契約解禁から1年、
顧客満足度は7割超。実態調査からわかること 14

紙上研修 連載 第209回
カスタマーハラスメントの現状と企業の取るべき対応 16

今月のアーカイブ 20

ハトマーク支援機構からのお知らせ
Hatemark Fellow 2023年9月号 22

表紙デザイン・中村勝紀（TOKYO LAND）

2023年9月10日発行 通巻第515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／坂本 久 編集人／伊東 孝弥

〒101-0032 東京都千代田区岩本町2-6-3
URL <https://www.zentaku.or.jp/>
TEL. 03-5821-8111
FAX. 03-5821-8101

CONTENTS

2024年以降は「省エネ基準」を満たさないと住宅ローン減税を受けられない

住宅ローン減税は、住宅ローンを組んでマイホームを購入した人を対象にした減税措置で、一定の条件はあるものの、年末の住宅ローン残高に0.7%（2022年改正）を乗じた金額を所得税等から最大13年間差し引くことができる制度である。

住宅ローン減税を受けるためには、住宅ローンの返済期間が10年以上あること、自宅の購入であること、金融機関から住宅ローンを借り入れていること、住宅を取得してから6カ月以内に自ら居住を開始することなどの条件があり、新築住宅であれば2023年内に入居した分については、省エネ基準に適合しない「その他の住宅」であったとしても、3,000万円を上限にして住宅ローン控除を受けることができる。

しかし2024年以降、住宅ローン控除を受けるためには、省エネ基準に適合した住宅・建物であることが条件になってくる。

具体的には、2023年末までに建築確認を受けている場合は、省エネ基準を満たしていなくても、2,000万円を上限にして住宅ローン控除を受けられるが、原則として2024年以降入居分については、省エネ基準に適合しない「その他の住宅」だと、住宅ローン控除が受けられなくなる。

省エネ基準が導入されたのは、地球温暖化対策がきっかけ

冒頭でも触れたように、菅前首相は2020年10月の所信表明演説で、「2050年カーボンニュートラルの達

成」を宣言した。

さらに2021年4月の気候サミットで、2030年度における温室効果ガスを2013年度から46%削減するという発言も行っている。これを受けて目下、国を挙げて温室効果ガスの削減に取り組んでいるのは周知のとおりだ。

最終エネルギー消費量の推移を見ると（図表1）、1990年比で最も削減が進んでいるのは「産業部門」で、2019年時点において15.7%減と順調に減少している。また運輸部門は1.4%減だ。これに対して、業務部門+家庭部門を見ると、16.9%増というように大幅増となっている。

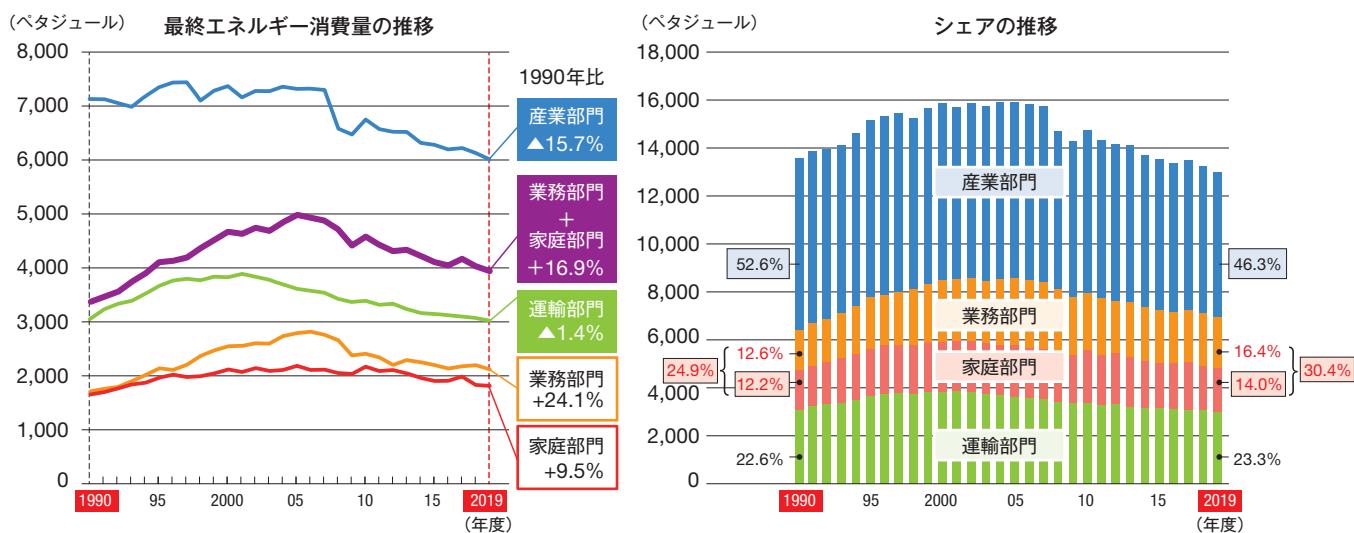
それぞれのシェアを見ても、産業部門が52.6%から46.3%に減少したのに対し、運輸部門は微増。ところが業務部門+家庭部門は、24.9%から30.4%へと大幅増という結果となった。

そうしたデータを受けて、たとえば住宅への太陽光パネルの設置については、「2030年には新築戸建住宅での太陽光発電設備の設置割合6割」、「2050年には設置が合理的な住宅・建築物において太陽光発電設備の設置が一般的」となることを目標とする、と2021年10月22日に閣議決定されたエネルギー基本計画に明記された。

ただし、住宅に対して省エネのための設備を設置するには当然、相応のコストがかかってくる。そのために、省エネ基準適合住宅、ならびにZEH水準省エネ住宅に対して税制優遇措置が導入された。

また一方で、省エネ基準に適合しない「その他の住宅」に対する税制優遇措置を無しとしたのは、省エネ促進を加速させるためでもある。

図表1 部門別のエネルギー消費の推移



*産業部門は、第一次、第二次産業分野の業種が対象

*業務部門は、第三次産業分野の業種が対象

出典：経済産業省資源エネルギー庁「総合エネルギー統計」

住宅建築コストの上昇分に応じて
税制優遇措置にも格差がつけられた

2024年1月以降に建築確認を受ける新築住宅で、住宅ローン減税を受けるためには、最低でも省エネ基準に適合していなければならない。

「最低でも」と書いたのは、省エネ基準適合住宅の場合、住宅ローン減税の上限は3,000万円だが、ZEH水準省エネ住宅になると3,500万円、さらに認定長期

優良住宅・認定低炭素住宅になると4,500万円まで、その上限額が増額される仕組みだからだ（図表2）。

こうした差をつけている理由は、それぞれの基準を満たすためには建設コストが上がる分、住宅の価格が高額になるからだ。

まず、住宅ローン減税が受けられる最低基準である省エネ基準適合住宅は、

- 断熱等性能等級（外壁、窓等を通しての熱の損失の防止を図るための断熱化等による対策の程度を示す等級）4以上かつ

- 一次エネルギー消費量等級（一次エネルギー消費量の削減のための対策の程度を示す等級）4以上の性能を有する住宅が該当します。

一方、ZEH水準省エネ住宅は、

- 断熱等性能等級5以上かつ
- 一次エネルギー消費量等級6以上の性能を有する住宅が該当します（図表3）。

なお、2024年以降に建築確認を受けた住宅を建設するに際して、住宅ローン減税を受けるためには、「省エネ基準適合住宅」であることの証明書として、

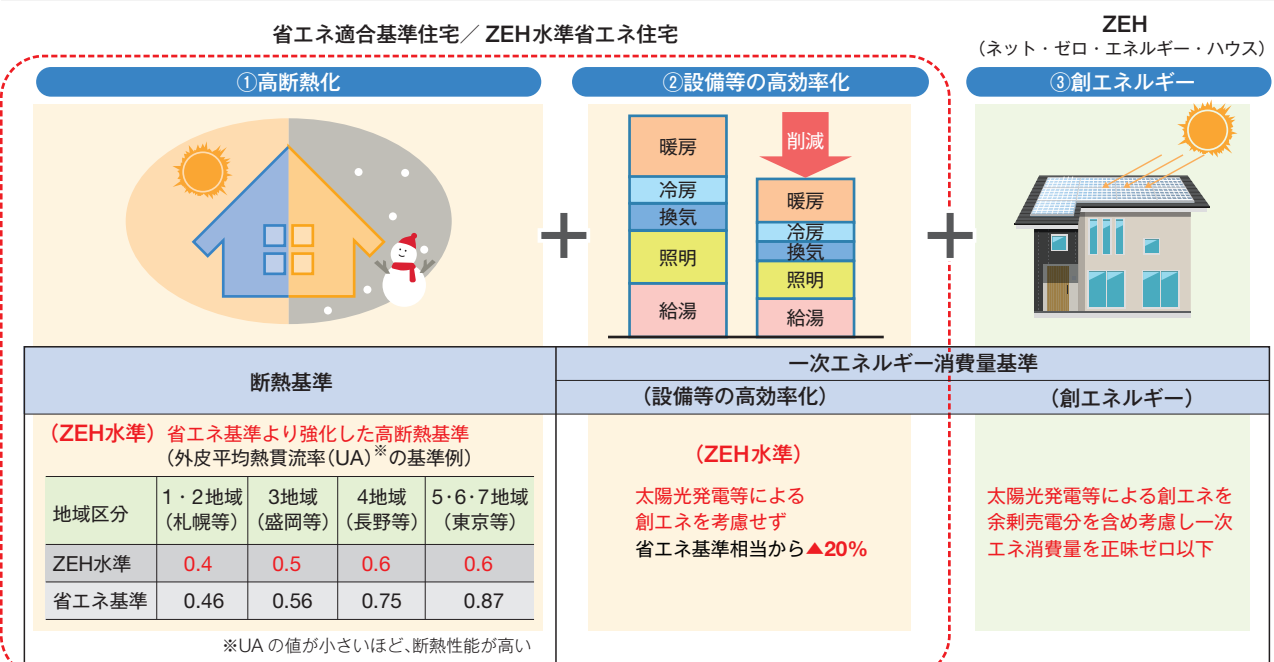
- ①建設住宅性能評価書の写し
- ②住宅省エネルギー性能証明書

図表2 住宅ローン減税における省エネ基準適合の必須要件							
控除率 一律 0.7%		入居年	2022(R4)年	2023(R5)年	2024(R6)年	2025(R7)年	
借入限度額	新築住宅	長期優良住宅・低炭素住宅	5,000万円		4,500万円		
		ZEH水準省エネ住宅	4,500万円		3,500万円		
		省エネ基準適合住宅	4,000万円		3,000万円		
		省エネ基準に適合しない「その他の住宅」	3,000万円		0円 (2023年末までに建築確認を受けた場合、借入限度額2,000万円*1)		
	既存住宅*2	長期優良住宅・低炭素住宅	3,000万円				
		ZEH水準省エネ住宅					
		省エネ基準適合住宅					
		その他の住宅	2,000万円				
控除期間	新築住宅	13年(「その他の住宅」は、2024年以降の入居の場合、10年)					
	既存住宅	10年					

*1 住宅ローン減税の税務署への申請時、確認済証の写しを提出し、2023年12月末までに建築確認を受けた住宅であることを証する必要があります。2024年6月末までに竣工済の住宅については、省エネ基準に適合しない場合にも特例の適用がある場合があります。

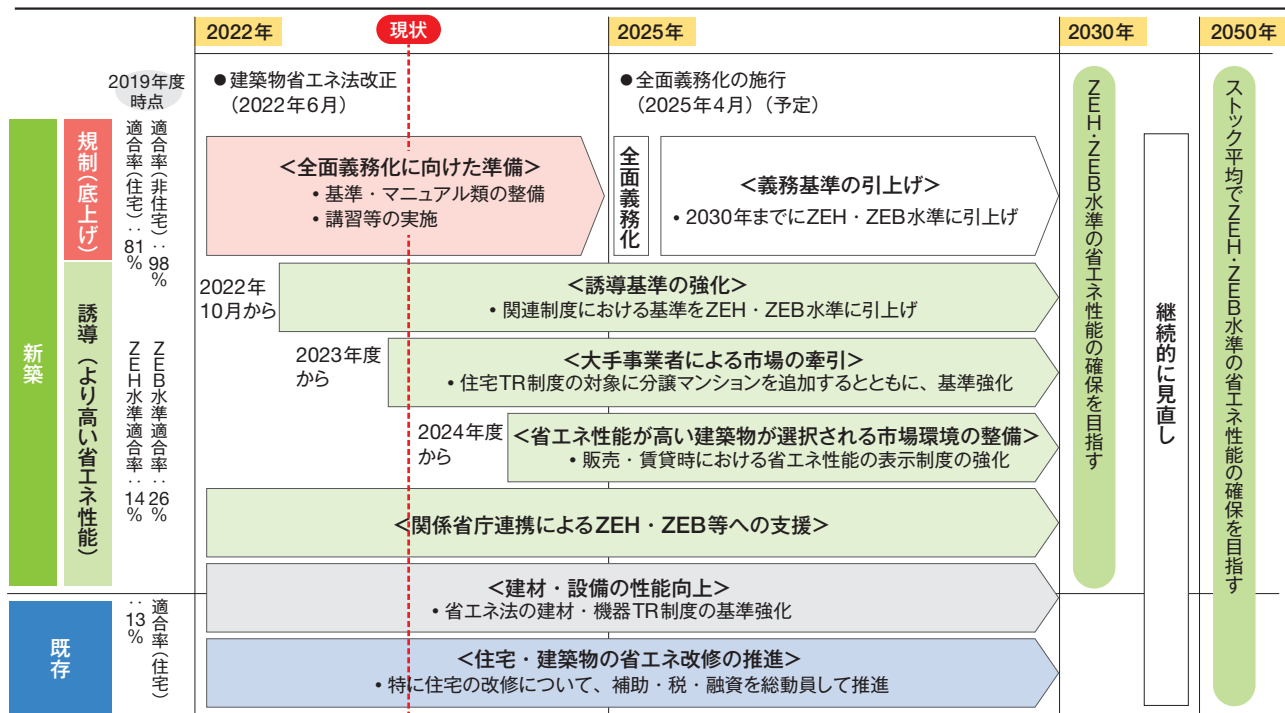
*2 既存住宅の築年数要件（耐火住宅25年以内、非耐火住宅20年以内）については、「昭和57年以降に建築された住宅」（新耐震基準適合住宅）に緩和。

図表3 省エネ基準適合住宅、ZEH水準省エネ住宅、ZEH（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）の省エネ水準



出典：国交省住宅局2023年6月作成の資料より作成

図表4 住宅・建築物分野の省エネ対策の進め方



出典：国土省住宅局2023年6月作成の資料より作成

のいずれかを提出しなければならない。

これらの書類は、住宅を購入する人が単独で取得するのが極めて困難であるため、設計者や施工業者の協力が必要になる。

「建設住宅性能評価書」は、登録住宅性能評価機関が発行するもので、断熱等性能等級が4以上、一次エネルギー消費量等級が4以上であることを証明したものが有効となる。

また「住宅省エネルギー性能証明書」は、登録住宅性能評価機関のほか、対象住宅の設計・工事監理等を実施した建築士による証明も可能であり、前出の建設住宅性能評価書に比べると、柔軟な対応が可能になっている。

築古物件についても建て替えが進むことで全体として住宅の省エネ化が促進される

今後、住宅・建築物分野の省エネ対策は、全面義務化とともに、義務基準の底上げが進められていく予定だ（図表4）。

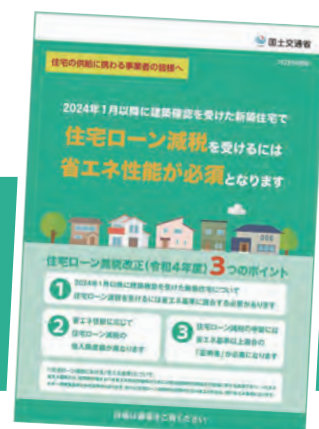
まず、2025年4月（予定）からは、原則としてすべての新築住宅・非住宅に対して省エネ基準への適合が義務付けられる。これがいわゆる「全面義務化」と呼ばれるものだ。したがって2025年4月以降（予定）、工事に着手する建築物はすべて適合義務の対象となる。

こうして2030年にはZEH・ZEB（ネット・ゼロ・エネルギー・ビルディング）水準の省エネ性能の確保を目指すとともに、2050年にはストック平均でZEH・ZEB水準の省エネ性能の確保を目指すことになっている。

ただ、ストック平均でZEH・ZEB水準の省エネ性能の確保を目指す際には、1980年代、あるいは1990年代の省エネ基準の適合を一切考慮せずに建築された住宅・建築物をどうするのか、という問題があるように思える。

しかし、これらの築古物件については老朽化によって順次、建て替えられる可能性が高い。そのため、新しく建て替えられるときには、嫌が応でも「省エネ基準適合住宅」、並びに「ZEH水準省エネ住宅」に適合する住宅になるため、全体で見たときの省エネ性能は、徐々に底上げされていくだろうと考えられている。

国土交通省 住宅ローン減税チラシ
<https://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/house/content/001613031.pdf>





宅建業者のための

事業承継実践ポイント（後編）

まだまだ先のことだと思いませんか？

前号で述べたように、事業承継で失敗しないための最大のポイントは「早期かつ計画的な準備」である。では実際にどういった点に注意すべきか、後編では主に親族内承継を念頭に要点をまとめた。さらに、後継者がいない場合の第三者承継（M & A）についても大まかな流れを述べる。

全宅連不動産総合研究所

1. 失敗しない事業承継のために注意すべきポイント（主に親族内承継の場合）

① 関係者の理解

事業承継に失敗しないためにまず重要なのは、後継者候補への早期アナウンスと、事業を引き継ぐという後継者本人の明確な意思確認である。後継者候補が複数いる場合には特に注意が必要だ。

また、兄弟など親族に対しては、資産の分配等について了解を取り付けておく（前号「失敗例その2」参照）とともに、社内や取引先（不動産管理業の場合の大家など）・金融機関等に対しても事業承継計画を公表するなど事前の説明を丁寧に行うべきである（図表1）。

図表1 関係者の理解は必須



② 後継者教育と事業の「磨き上げ」

後継者が決まったら、来るべき承継に備え積極的に後継者教育を行う。社外セミナー等へ参加させるほか、一定期間、他の不動産会社等で業務を経験させたり、子会社・関連会社等で責任ある仕事を任せるといった方法が一般的だろう。

また、現経営者と後継者が、自社の強み・弱み、経営環境、顧客関係等について対話し、ともに考えることが非常に重要である。この作業は「事業の磨き上げ」と呼ばれる。現経営者からすると、後継者は普段から経営者の仕事ぶりを見ており当然理解していると考えがちだが、経営に関する考えや悩みを共有するためにも、こういった対話の場を意識的に設けるべきだ。

このプロセスを疎かにすると、前号の失敗例「その3」のように、承継後に事業方針が変わり、取引先との関係が悪化するなどの結果を招きかねない。

③ 株式や財産の承継

財産の分与にあたっては、株式や事業用資産を後継者にいかに集中的に承継させるかが最大のポイントだ。特に株式については、会社の重要事項の決議に必要となる3分の2以上を後継者に承継させることが承継後の経営を安定化させるためにも重要である。

財産分与には、現経営者が生前に後継者に贈与する方法と、遺言により財産分与を指定する方法があるが、それぞれのポイントを図表2にまとめてみた。

④ 「経営者保証」への対応

中小企業では、融資を受ける際に経営者が会社の保証人になっているケースがよくある（いわゆる経営者保証）。宅建業でも、買取再販や開発等を行っている場合に経営者保証を付けているケースがみられる。事業承継の際、後継者は前経営者に比べ信頼や実績が乏しいことから、銀行は一般的に従前の経営者保証の解除に消極的である。このことがスムーズな事業承継の足かせとなる場合がある。

ただ、最近はこの点が社会問題視されており、日本商工会議所と全国銀行協会が「経営者保証に関するガイドラ

図表2 生前贈与と遺言による財産分与のポイント

生前贈与	遺言による財産分与
◆株式等の権利移転が現経営者の生きているうちに実現するので、後継者の地位が安定しやすい ◆贈与税の課税制度の検討が必要（選択適用） ○暦年課税制度 暦年（1/1～12/31）ごとの贈与に課税。年間110万円まで非課税 ○相続時精算課税 複数年で贈与しても最大2,500万円までは非課税。2,500万円を超えた時点で超過分に20%課税。相続が発生したら贈与分を合算し相続税を算出し、支払った贈与税は控除する。60歳以上の親等から18歳以上の子孫等への贈与に適用	◆遺言をしても遺産分割が確定するまでは後継者の地位は不安定（遺言は絶対的なものではない） ◆主な遺言形式には次のものがある ○「公正証書遺言」 公証人の関与と証人が必要で手続きが厳格。原本は公証人役場に保管されるので信頼性が高い ○自筆証書遺言 遺言者が原則自書で作成する。手軽に作成できる反面、形式不備で無効になったり、遺言書の紛失・偽造等のおそれがある なお、一定の手続きのもと法務局に遺言書を保管できる制度がスタートしている

いずれの場合も遺留分（一定の相続人に対し最低限の資産承継を保障する制度）に注意。遺留分を無視して財産分与すると侵害額を請求される可能性があるため、あらかじめ考慮に入れ財産分与計画を立てる。なお、後継者以外に株式が分散しないよう、一定の手続きを条件に株式を遺留分から除外する取り決めることができる（除外合意）。

イン」を策定している。以前に比べると銀行の対応も変化しつつあり、さらに経営者保証に関する支援機関もあるので、こういったところに相談するのも一案である。

⑤ 承継資金等の工面

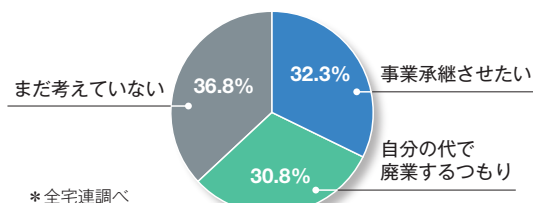
事業承継の際には、相続税等の納税資金の他、一定の資金が必要になるケースが多い。

特に従業員等が後継者となる場合は相続による承継ができないため、自社株を有償で買い取るなどの資金手当てが課題となる。公的融資制度等の活用を含め、早いうちから計画することが重要だ。

2. 親族にも社内にも 後継者候補がない場合

前号の冒頭でも述べたが、全宅連が会員を対象に行ったアンケートによれば、30%強の会員が「自分の代で廃業するつもり」と回答しており（図表3）、そのうち63%は、「後継者がいない」あるいは「子供等に承継の意思がない」と回答している。

図表3 全宅連会員アンケートによる事業承継についての意向



ただ、「後継者がいない＝廃業」と決めつけ、事業の継続を初めからあきらめてしまうのは、地域・社会および顧客にとっても大変な損失である。

そこで、後継者がいない場合であっても、M&Aの手法を使って、志のある第三者に事業承継することを検討してみてもいいだろう。

本稿の最後では、M&Aの概要と注意点について簡単に触れることにする。

① M&Aの代表的な手法

M&Aには、株式譲渡と事業譲渡の大きくふたつの手法がある。それぞれ図表4のようなメリット・デメリットがある。

図表4 M&Aの類型とメリット・デメリット

	株式譲渡（自社株を事業の承継者に譲渡し譲渡対価を受け取る）	事業譲渡（譲渡したい事業とその関連資産を譲渡する）
メリット	経営権が移るだけで、従業員や取引先との関係等はそのまま。引継ぎがスムーズかつ手続きも比較的簡単である	一定の事業だけを譲渡するので、簿外債務等は切り離すことができる
デメリット	簿外債務等（たとえば未払い賃金等）も承継される	個別の資産の譲渡になるので、手続きや税金面において煩雑である

② M&Aを進める上での注意点

M&Aは専門的なノウハウを必要とするので、民間の専門業者や金融機関、士業等のサポートを受けながら進めるのが一般的だ。詳細は専門家に相談するとし、本稿では簡単にポイントを述べておく。

- ・M&Aの場合、準備の段階で秘密を関係者に漏らさない
- ・譲渡先に対しては、自社に都合の悪いことであっても隠し事をしない
- ・「売れる会社」になるため、自社の磨き上げを行う。「磨き上げ」とは、自社の強み・弱みを検証し、業績の改善・財務のスリム化・社内規定の整備等、企業価値を高めることである
- ・売却価格の折り合いも重要だが、これまでの顧客（大家等）との関係を継続してくれるか、従業員の雇用を守ってくれるかなど、経営者自身の希望や条件を明確にすることが重要である

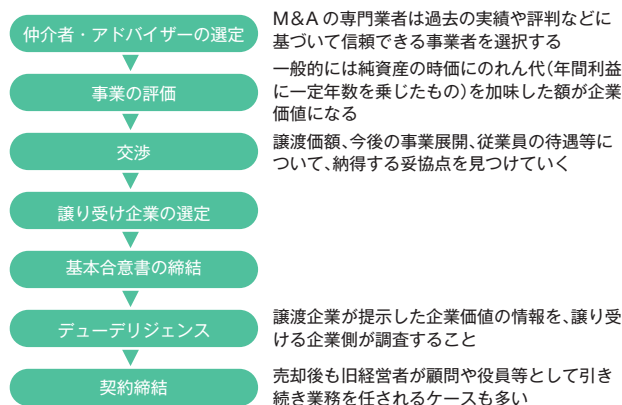
③ M&Aの大まかな流れ

M&Aの大まかな流れは以下のとおりである。まずは力になってくれるサポーター（民間仲介業者や士業等）をいかに見つけるかが重要である。

※ハトマークグループのひとつである（一財）ハトマーク支援機構でも、専門のM&A業者と提携しているので参考にしたい（<https://www.hatemark.or.jp>）。



図表5 M&Aの大まかな流れ（フローチャート）



これまでM&Aについては「企業の身売り」といったネガティブなイメージがあったり、ハードルが高いと考える向きもあったが、最近では中小宅建業者や管理業者の売却案件も増えておりニーズも高い。

自社の思いを受け継いでくれるかどうかをしっかりと見極めて売り先を選定すれば、サービスの継続性が保たれ地域にとっても有益である。事業承継の有効な選択肢として検討の余地はあるだろう。

*

以上、2回にわたり事業承継の要点を簡単に述べた。繰り返しになるが、実際に取り組むにあたっては各種士業や公的支援機関、商工会議所などの専門家に相談いただきたい。本稿が事業承継に向けた一歩になれば幸いである。

「宅建業者のための事業承継ガイドブック」をご活用ください（裏表紙参照）。

新たな算定ルールを導入で タワマン節税見直しへ

「タワーマンションには節税効果がある」と言われ、富裕層などが高層階を複数購入するケースが見られたが、その是正のため、国税庁が2024年1月から新たな算定ルールを導入する可能性が高まってきた。

監修・公認会計士 小澤 善哉（小澤公認会計士事務所）

相続税でも固定資産税でも タワマン節税の効果は大きかった

タワーマンションの高層階を富裕層が複数購入するケースが多いのは、資産価値が大きく目減りするリスクが少ないことに加え、通常のマンションや一戸建てに比べて、相続税や固定資産税を節約できることが期待できるからだ。

しかし、こうしたケースが目立つことから、国税庁は2024年1月から、新たな算定ルールを導入する可能性が高まってきた。この新しい算定ルールは、タワーマンションの相続税評価額と時価（市場での売買価格）との間に生じている大幅な乖離を修正するためのものと考えられる。

相続税を計算する際に適用される遺産の評価額は、現金1,000万円であれば1,000万円であり、株式は時価で評価される。一方、マンションをはじめとする不動産は、相続税評価額が主として用いられ、相続税評価額は実際に市場で売買される際の取引価格よりも低く設定される傾向があるため、節税効果が期待できる。しかも、タワーマンションのように住戸数が非常に多い区分所有物件になると、一戸あたりの持ち分となる土地の面積が小さくなるため、相続税評価額が、時価に比べて大幅に低くなり、その結果として相続税の節税につながると考えられてきた。

また、固定資産税については、高層階でも低層階でも専有面積が同じなら固定資産税が同額だったため、一般的に購入金額が高くなる傾向が見られる高層階のほうが、低層階に比べて節税効果が大きくなると考えられてきたが、この点については2017年度の税制改正によって、高

層階になればなるほど固定資産税が高くなる仕組みが導入されて是正されている。具体的には、2018年以降に建設されたタワーマンションが対象で、中間階は増減税なしとした上で、中間階から1階高くなるごとに0.256%ずつ増税される一方、1階ずつ低くなるごとに0.256%ずつ減税されるしくみだ。

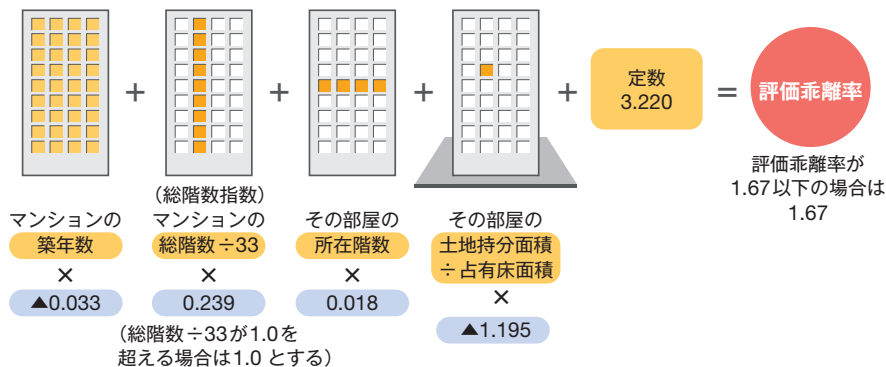
このため、固定資産税に関しては、かつてのような節税期待は薄れたといえるが、それでも相続税を節税する目的でのタワーマンション購入意欲は衰えることはなかった。今回の動きは、そこにいよいよメスが入ることになったものだ。

実勢価格の60%以下の場合は 「評価が低すぎる」と判定される

マンション評価額の新しいルール案では、現在の相続税評価額に、マンションの築年数や部屋の階数などから国税庁が一定の根拠があると考えられる係数によって算出される「乖離率」を掛けて求められる。この乖離率が1.67倍以上の場合、従来の相続税評価額に「乖離率と0.6」を掛けた価格で評価し、1.67倍未満であれば、従来の計算による価格で評価される。

なぜ1.67倍を境界線にしているのかといえば、「1.67倍の逆数が60%だから」だとされている。つまり、乖離率が1.67倍以上になるかどうかの判定

図表1 評価乖離率の計算式



は、「評価水準がその逆数である60%を下回っているかどうか」という判定と同じ意味になるということだ。すなわち、相続税評価額が、実勢価格の60%を下回るのは、評価が低すぎるという考え方に基づいているわけだ。

乖離率の計算方法は、図表1で示しているように、少々複雑だ。この計算式中にある「総階数指数」は、「総階数÷33」という計算式で求められるもので、これが

1を超える場合は1で計算される。また敷地持ち分狭小度は、「1室の敷地利用権面積÷1室の専有面積」という計算式によって求められる。

この計算式を見ると、築年数が浅く、マンション全体が超高層で、所有している階が高層階になればなるほど、そして敷地持ち分狭小度が小さくなればなるほど、乖離率は1.67倍を大きく超える可能性が生じてくる。つまり築年数の浅い、総戸数が非常に多い超高層マンションの高層階を購入したとしても、従前に比べて節税効果が得られないことになる。

従来のやり方と比べて 相続税額が数百万円高くなるケースも……

では、実際に計算してみよう。前出の計算式によって、乖離率が3.0倍と算出されたマンションの場合、1.67倍を超えているので、相続税評価額は3.0と0.6を乗じて計算される。現在の相続税評価額が3,600万円だったとしても、新たな算定ルールでは相続税評価額は6,480万円になってしまう（図表2）。

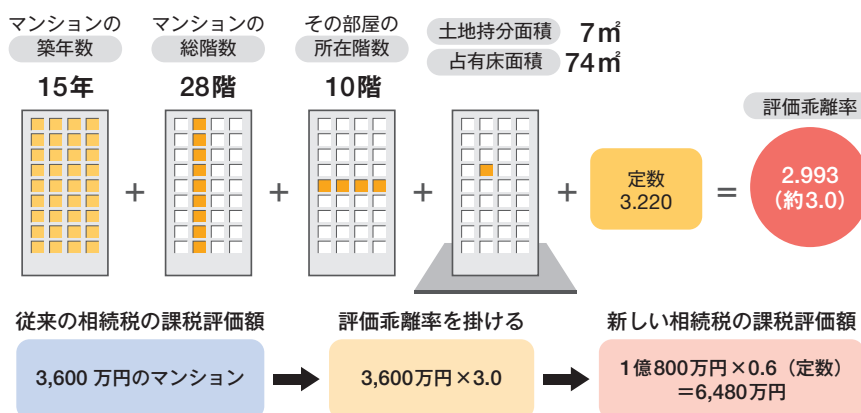
一方、乖離率が1.67倍未満であれば、従来どおりの計算式が適用されるため、相続税評価額である3,600万円がそのまま適用される。

法定相続人が1人であれば、相続税の基礎控除額が3,600万円あるので、マンション以外の相続財産がなければ、相続税はかからない。しかし、相続税評価額が6,480万円になると、基礎控除の3,600万円を超えているため、相続税の対象となる。

マンション以外の相続財産がなく、かつ小規模宅地特例等を考慮外とした場合、6,480万円の評価額

図表2 新しい相続税の課税評価額の具体例

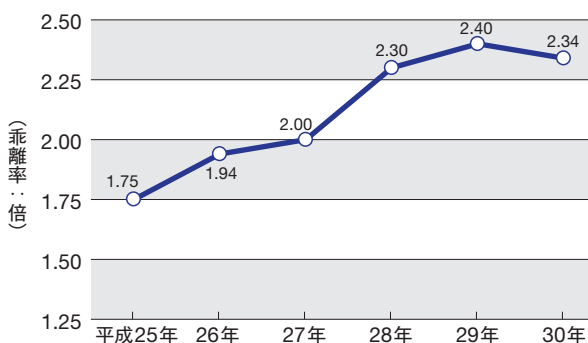
次の例を図表1の計算式に当てはめると



から3,600万円の基礎控除を差し引いた相続税対象額は2,880万円になるので、税率は相続税対象額3,000万円以下に適用される15%で432万円となるが、相続税対象額3,000万円以下の場合、50万円の控除額が認められているので、432万円から50万円を差し引いた382万円が相続税額になる。0円か、382万円かという差は非常に大きいといえるだろう。

なお、国税庁の「マンションの相続税評価額と市場価格の乖離率の推移」によると、全国平均で2013年時点では1.75倍だった乖離率は、2018年には2.34倍にまで上昇している（図表3）。かつ2018年時点において、乖離率が2.0以上、つまり相続税評価額が市場価格の半額以下になっていると思われるマンションの割合は、約65%を占めるという数字も出ている。それだけに、新しい相続税評価額が適用されることになれば、これまで相続税がかからなかった物件でも、相続税がかかるようになる可能性が高まる点に、留意しておくべきだろう。

図表3 マンションの相続税評価額と市場価格の乖離率の推移



（注）計数は国税庁において実施したサンプル調査（平成25年～30年中に行われた取引について、不動産移転登記情報と所得税の確定申告データを突合）による

本書を書かれたきっかけを教えてください。

認識のズレをなくすことが、本書のテーマです。私は「絶対達成」コンサルタントとして仕事をしているのですが、支援先の会社の社員の方に「この件について、ちゃんとできていますか？」と聞くと、「えっと、どういことでしたっけ？」と言われることがけっこうあります。社長や部長も、私とその社員に言ったことを聞いているので、「いや、横山さんから言われただろう」とフォローしてくれるのですが、当の本人は「いえ、そういう認識ではありませんでした」と言ってくるのです。

たとえば家を建てるときに、施主と設計士、そして実際に現場で家を建てる人との間で認識のズレがあったら、大変なことになります。モノづくりの現場では認識のズレはほとんど生じないのですが、ホワイトカラーには認識のズレが本当に多く見られます。会議などでも、「わかったか？」という上司の確認に対して、部下が「はい、わかりました」と言ったにもかかわらず、実は何もわかっていないことが少なくありません。

近年、生産性の向上が注目されていて、生産現場の作業効率は、これ以上できないだろうというくらいに向上しています。ところが、コミュニケーションの効率は極めて悪く、「言われてみればそうですね」、「そういうつもりではありませんでした」という返事は、まさに認識のズレに端を発しているのです。認識のズレをなくすだけで、業務のリターンは大きく向上します。そこを本書で訴えたいと考えました。

指示を受ける人、指示を出す人、それぞれについて、最も心がけるべきことは何でしょうか。

指示を受ける側は、だいたいにおいて鵜呑みにするか、確認しても1回だけだったりします。上司の指示の意味がよくわからないのに、とりあえず「わかりました」と言ってしまう。そして、上司が考えていることとまったく異なる作業をしてしまう。

『キミが信頼されないのは話がズレてる』だけなんだ

横

株式会社アタックス・セールス・アソシエイツ
代表取締役

山



『キミが信頼されないのは話が「ズレてる」だけなんだ』

すばる舎 1,540円（税込）

職場の会話がズレてしまうと、日頃の業務にも支障が出る。お客様との会話であれば、お互いの信頼関係にヒビが入り、成果を出すことは到底望めない。本書では、スグできて効果が出やすい、ズレをなくすための方法を紹介。いずれも長年コンサルタントの現場で使い、お客様と瞬時に信頼関係を結んだり、本音を引き出したりするうえで、有用なコミュニケーションスキルをベースにしているだけに即役に立つ。



よこやま のぶひろ ●株式会社アタックス・セールス・アソシエイツ 代表取締役社長。経営コンサルタント。現場に入り込んで目標を「絶対達成」させることを信条としている。経営者、リーダー研修の他、現場で調整役となり、社員同士のコミュニケーションを円滑にすることで、停滞していた多くの組織を救い、改革を成功させてきた。NTTドコモ、ソフトバンク、サントリーなどの大企業から中小企業に至るまで、200社以上を支援した実績を持つ。メルマガ「草創花伝」は、3万9,000人超の読者を抱え、YouTubeやTwitterなどSNSの総フォロワー数も4万人を超えている。

これを防ぐために、指示を受ける側が心がけるべきことは、とにかく猛烈に確認する、ということです。1回や2回ではなく、6回くらい確認してもよいからです。上司の言っていることを正確にイメージできるまで確認してください。上司にしてもお客様にしても、指示を出す側は、質問を何度されても不愉快にはなりませんし、むしろ安心するものです。

一方、指示を出す側が注意しなければならないのは、漏れなく細かく指示することです。とかく情報を持っている側は、相手も同程度の情報を持っている前提で話してしまいがちです。専門用語を多用してしまうなども、その典型例といってもよいでしょう。指示を出すときは日本語が不自由な外国人に向けて話すくらいゆっくりと、そして漏れなく細かく行うように心がけることが大事です。

読者の方、あるいはこれからこの本を読んでみようと考えている方に対するメッセージをお願いします。

少し前だと、書店にはモチベーションを上げるためのノウハウ本がたくさん並んでいましたが、最近は減ってきました。その代わり増えているのが、モチベーションを下げないようにする本です。言い換えると、いま以上に元気になるよりも、とにかく病気になるようにしましょう、という話です。

これはコミュニケーションにも当てはまります。人前で自分の意見を堂々と話すためのノウハウを身につける前に、ミスコミュニケーションをなくするためにはどうすればよいのかをしっかりと考えるべきでしょう。

そのための方法は決してむずかしいものではありません。本書は、上司から指示を受ける側である若手ビジネスパーソン向けに書いていますが、その人たちに対して申し上げたいのは、とにかく確認をすることです。うまくコミュニケーションすることを考える前に、とにかく確認する。それをしっかり行うだけで、仕事力は確実に向上しますし、会社という組織内での居心地も各段に良くなるはずです。

(取材・文／編集部)

{ 指示を受ける側が心がけるべきことは、
とにかく猛烈に確認する、ということです }

「人口動態分析」から読み取る 賃貸住宅の今後の動向

不動産エコノミスト

吉崎 誠二

総務省が7月26日に、住民基本台帳に基づく、2023年1月1日時点の人口動態調査を発表しました。

人口動態はすべての経済活動の基本になるデータですが、その調査結果から今後の賃貸住宅の動向について考えてみましょう。

日本の人口減少が本格化してきて 高齢者の絶対数も減少に転じた

外国人を含め、2023年1月1日時点で、日本の人口は1億2,541万6,877人でした。2022年1月1日から約51万人減少したことになります。その内訳を見ると、日本人は1億2,242万3,038人で約80万人の減少、外国人は299万3,839人で約29万人の増加でした(図表1)。日本人の減少は昨年が61.9万人、一昨年は42.8万人というように年々減少傾向にあり、今年の80万人減は過去最多で、都道府県別に見ると、昨年はプラスだった沖縄もマイナスとなり、全都道府県で人口が減少していることがわかります。

一方で、人口の多い上位8つの東京都、神奈川県、大阪府、愛知県、埼玉県、千葉県、兵庫県、北海道の人口は、日本全体の半分以上を占める50.75%を占めていて、都市部の人口集中は相変わらず続いています。

人口の増減は自然増減と社会増減に大別されます。自然増減は出生数と死亡数の差し引きで求められるも

ので、今回の調査では日本人の自然増減は79万3,324人の減少でした。これは15年連続で減り続けており、調査開始以来最も大きな減少でした。

2022年の日本人の出生数は77万1,801人で、1979年の調査開始以来最少です。一方、死亡者数は156万5,125人で過去最多となりました。

また日本から海外への転出者数と、海外から日本への転入者数の差し引きを示すのが社会増減ですが、日本人の社会増減数は7,199人の減少でした。これに対して外国人の社会増減数は、ここ2年ほどは新型コロナウイルスの影響で減少していましたが、2022年は28万1,425人の増加に転じています。

次に世代別の人口動態を見ると、かねてからいわれているように、少子化の影響によって、15歳未満の日本人の人口は、1994年の調査開始以降、毎年減少傾向をたどっています。1995年時点における15歳未満人口は全体の15.95%でしたが、2023年時点では

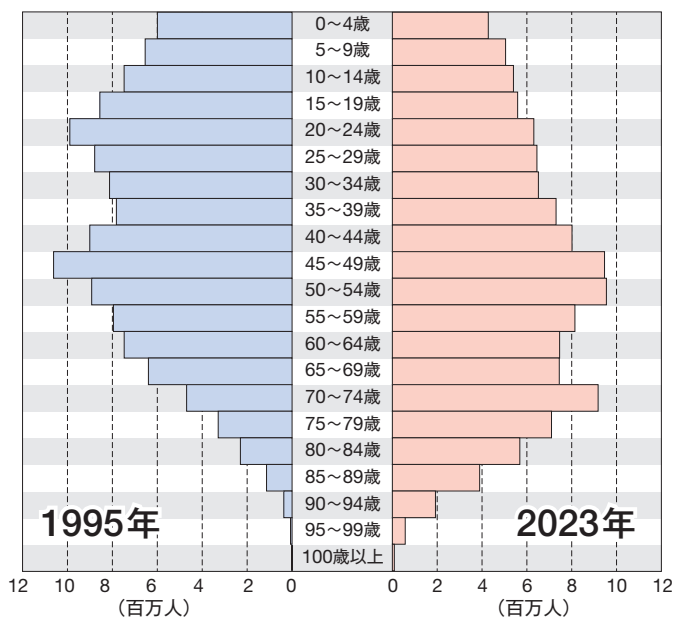
図表1 最近10年間の日本の人口推移

	日本人の数 (人)	外国人の数 (人)	日本の総人口 (人)
2014年	126,434,634	2,003,379	128,438,013
2015年	126,163,576	2,062,907	128,226,483
2016年	125,891,742	2,174,469	128,066,211
2017年	125,583,658	2,323,428	127,907,086
2018年	125,209,603	2,497,656	127,707,259
2019年	124,776,364	2,667,199	127,443,563
2020年	124,271,318	2,866,715	127,138,033
2021年	123,842,701	2,811,543	126,654,244
2022年	123,223,561	2,704,341	125,927,902
2023年	122,423,038	2,993,839	125,416,877

*各年の1月1日時点の人口

(総務省2023年7月公表：「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数」より)

図表2 1995年と2023年の日本の総人口における5歳区切り人口分布図



*各年の1月1日時点の人口

(総務省2023年7月公表：「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数」より作成)

11.82%となりました。

一方、65歳以上の人口は3,589万人で、調査開始以来増加傾向をたどってきましたが、今年初めて減少しました。それでも全日本人に占める割合は28.62%で過去最多であり、1995年の14.56%と比べると約2倍に増えています（図表2）。

これは超高齢社会が、いよいよ後半戦に差し掛かったことを意味します。2025年には団塊世代が全員、75歳以上の後期高齢者になることもあり、今後は高齢者の死亡が増えることになるため、老年者総数は減少していくものと考えられます。

住宅の将来動向を考えるにあたっては人口そのものよりも世帯数の増減が重要

いうまでもなく、このような人口の減少は、GDPの下押し要因になりますし、不動産市況にも影響を及ぼします。

たとえば、労働に携わる「生産者年齢人口」が、将来的に大きく減少するとすれば、オフィスを含む商業用不動産の市況にはマイナスとなります。ただ、現在の生産者年齢人口の定義である15～64歳が、はたして現実的かどうかを考えることも大事です。近年では70歳まで働くのが当然という認識もあり、そこからすれば、生産者年齢人口の実質は18～70歳と考えられます。こしばらくは、意外と生産者年齢人口は減らず、案外、商業用不動産市況への影響は中立かもしれません。

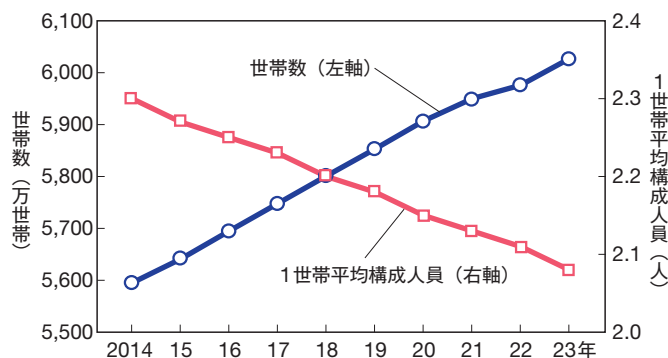
では、住居については、どのような影響が及ぶでしょうか。

まず注目していただきたいのが世帯数です。2022年の世帯数は6,026万6,318世帯で、初めて6,000万世帯の台を突破しました。人口は減少しているのに、世帯数は増加の一途をたどっているのです（図表3）。

1世帯平均構成人員は2.08人で、こちらは減少の一途をたどっています。それだけ単独世帯が増えていることを意味します。ちなみに1968年当時の1世帯平均構成人員は3.76人でした。

なお、都道府県で見た場合、1世帯平均構成人員の少ない都道府県で1位が北海道、2位が東京、3位が高知県でした（1世帯平均構成人員が多いのは、福井県、山形県、富山県の順でした）（図表4、5）。このようにトップ3に大都市圏と、人口流出県が並んでいるものの、大都市圏の場合、特に東京はそうですが、独身者が多いことから単独世帯が多く、一方で高知県のような人口流出県においては、子供が独立して大都

図表3 最近10年間の日本の世帯数と1世帯平均構成人員の推移



* 各年の1月1日時点の数値
(総務省 2023年7月公表:「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数」より)

図表4 1世帯構成人員の少ない都道府県 (2023年)

順位	都道府県名	1世帯の平均構成人員 (人)
1	北海道	1.83
2	東京都	1.86
3	高知県	1.956
4	鹿児島県	1.958
5	大阪府	1.97
6	京都府	2.007
7	宮崎県	2.008
8	山口県	2.011
9	愛媛県	2.02
10	福岡県	2.03

図表5 1世帯構成人員の多い都道府県 (2023年)

順位	都道府県名	1世帯の平均構成人員 (人)
1	福井県	2.52
2	山形県	2.47
3	富山県	2.39
4	新潟県	2.37
5	佐賀県	2.35
6	岐阜県	2.34
7	滋賀県	2.32
8	長野県	2.29
9	福島県	2.28
10	鳥取県	2.27

* 2023年1月1日時点の数値
(総務省 2023年7月公表:「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数」より)

市圏に出ていき、老夫婦の2人世帯で、いずれか片方が亡くなって単独世帯になるというケースが多くを占めていると思われます。

単独世帯が増える半面、世帯数全体が増えるとなれば、賃貸住宅需要は決して悪くはないと考えられます。

ただし、求められる住宅は変化します。単独世帯が増えるわけですから、それに合わせた住居が必要です。

とはいえ、単独世帯＝ワンルームということではありません。未婚者や離婚者が増える一方、若年層が減るのだとしたら、ワンルームよりも30～50㎡程度の広さを持つ1LDKや2DKといった間取りが、これから求められるのではないのでしょうか。あるいは、これから高齢者が激増するのが都市部であることを考えると、都市部においては1人暮らしの高齢者住宅に対するニーズが一段と高まると思われます。

吉崎誠二 (よしざき せいじ)

1971年生まれ。早稲田大学大学院ファイナンス研究科修了。立教大学博士前期課程修了。1997年船井総合研究所入所。Real Estateビジネスチームの責任者、上席コンサルタントを経て、2013年に株式会社ディー・サインに取締役として参画し、ディー・サイン不動産研究所所長に就任。2016年より一般社団法人住宅・不動産総合研究所理事長を務める。著書に『大激変 2020年の住宅・不動産市場』（朝日新聞出版）、『不動産サイクル理論で読み解く——不動産投資のプロフェッショナル戦略』（日本実業出版社）などがある。

不動産取引における電子契約解禁から1年、顧客満足度は7割超。実態調査からわかること

2022年5月の改正宅地建物取引業法施行による電子契約解禁から1年以上が過ぎた。不動産売買の現場で電子契約はどれだけ浸透したのか。実際の現場で、電子契約はどのようなメリットをもたらし、サービス向上につながっているのだろうか。実態調査を基に解説する。

(文・住宅ジャーナリスト 高橋洋子)

電子契約は業務の効率化を推進、顧客満足度が高いと高評価

コロナ禍で対面での接触を避ける傾向から、ここ数年でインターネットを使った部屋探しやWEBで内見をする動きが浸透し、不動産取引における電子化の波が一気に広がった。

そんななか、電子契約はどれだけ浸透しているのだろうか。その実態がよくわかる調査結果が7月27日に発表された。調査したのは全宅連とGMOグローバルサイン・ホールディングスで、調査期間は2023年6月1日～6月9日。

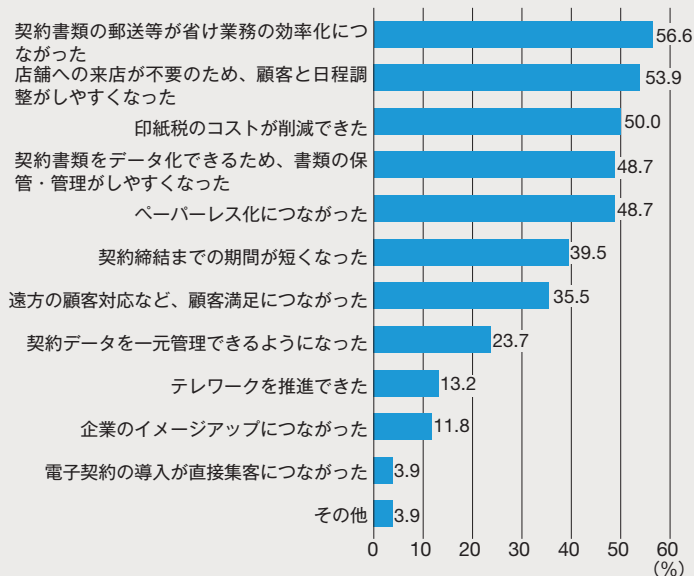
調査対象の1,723の不動産企業のうち、電子契約を導入しているのは112企業、未導入企業は1,611企業で、導入企業はまだまだ少ないものの、実際に電子契約を利用した顧客の反応に注目したい。「電子契約を導入した結果、顧客の反応はいかがでしたか？」の問いに「おおむね好評」と回答したのは71.2%と大多数を占めている(図表1)。コロナの影響が比較的落ち着いた現在も顧客から電子契約を求めるニーズは一定数以上あると読み取ることができる。特に20～30代

の若い入居者層ほど、スマートフォンやPC操作に慣れており、印鑑を押して書面を交わすアナログな取引より、インターネット経由で電子契約を利用したほうがスムーズで、親しみやすいものと思われる。

電子契約が顧客に喜ばれる一方で、不動産業に携わる者にとって電子契約の導入により、どのようなメリットがあるのか。

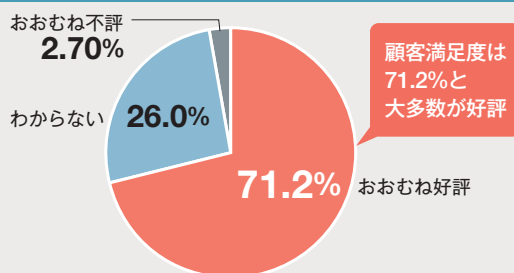
「電子契約システムを導入・利用している方は、実際にどのような導入効果がありましたか」(複数回答可)の問いに対する回答を見ると、半数以上が「契約書類の郵送等が省け業務の効率化につながった」

図表2 電子契約システムを導入・利用している方は、実際にどのような導入効果がありましたか。



* 複数回答可 * 電子契約導入企業112件のうち有効回答数76件

図表1 電子契約システムを導入した結果、顧客の反応はいかがでしたか。



* 電子契約導入企業112件のうち有効回答数73件

舗への来店が不要のため、顧客と日程調整しやすくなった」「印紙税のコストが削減できた」と業務の効率化やコスト削減効果を挙げている（図表2）。

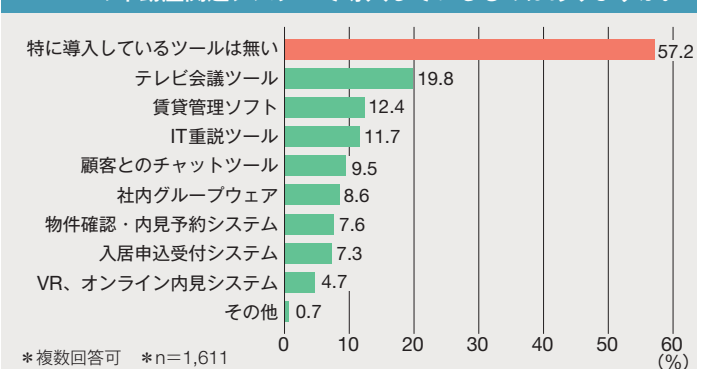
これらはもともと電子契約を導入する大きな目的の一つであったが、その目的が大いに果たされていることが読み取れる。ほかにも「契約締結までの期間が短くなった」「遠方の顧客対応など、顧客満足度につながった」といった利点を3割超の企業が挙げている。さらに「テレワークを推進できた」「企業のイメージアップにつながった」との評価もあり、業務の効率化だけではなく多様な利点が確認できる。

長時間労働を防ぎ、働き方改革が推進される今、業務の効率化は歓迎すべきである。また物価上昇の影響で光熱費をはじめ、多くのものの値段が上がるなかでコストの削減やペーパーレス化に電子契約が貢献できているとなれば、経営面でも電子契約の効果がじわりじわりと出てくるだろう。

いまだ電子契約を導入していない企業がある点につ

いても目を向けたい。「現在、電子契約システムを導入していない方は、それ以外の不動産関連システムで導入しているものはありますか」との問いに、57.2%と半数以上が「特に導入しているツールは無い」と述べており、電子契約だけではなく業務のDX化に対して消極的な姿勢が伺える。最も多く導入されているのが「テレビ会議ツール」（19.8%）だった（図表3）。

図表3 現在、電子契約システムを導入していない方は、それ以外の不動産関連システムで導入しているものはありますか。



あらゆる業界でDX化がますます加速 デジタル化の波が人手不足を救う

電子契約システムを導入していない企業は、なぜ導入しないのだろうか。「電子契約システムの導入予定がない方は、導入しない理由を教えてください」の問いに、導入していない企業の約7割が「書面（紙）での締結で十分」と回答し、約6割が「顧客から求められることがない」と回答している（図表4）。電子契約をエンドユーザーである顧客の7割が高評価しているが、顧客の実態やニーズが実感として伝わっていない点が残念なところだ。

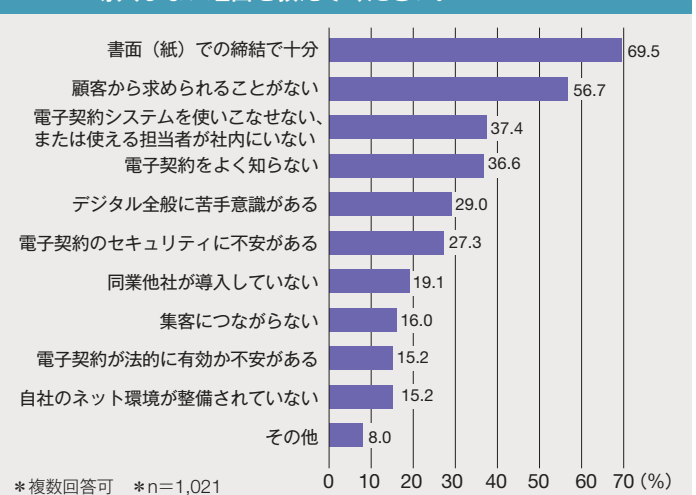
さらに見逃せない点は「電子契約システムを使いこなせない、または使える担当者が社内にはいない」「電子契約をよく知らない」「デジタル全般に苦手意識がある」との回答がそれぞれ3割前後あること。デジタル化に苦手意識を持っている人が一定数いることや電子契約に関する情報が浸透していないことが伺える。

今回の調査結果から電子契約は不動産業界において、顧客満足度の向上や業務の効率化、コスト削減など多くの利点をもたらす、顧客や導入企業に好意的に使われていることがわかる。今後、少子高齢化が加速する人口減少社会ではあらゆる業界で人手不足が深刻になる可能性があり、事業の存続のためにも電子契約による業務の効率化が期待される。デジタル化が進む

なかで、将来的に不動産業界のみならず他業界でも業務のDX化は間違いなく進んでいくだろう。この波に乗り遅れないことが重要だ。

なお本調査を行った全宅連とGMOでは、2022年11月1日に「電子印鑑GMOサイン」と連携した電子契約システム『ハトサポサイン』をスタートさせ、DX化をサポートしている。こうしたサービスも大いに活用していただきたい。

図表4 電子契約システムの導入予定がない方は、導入しない理由を教えてください。



カスタマーハラスメントの現状と企業の取るべき対応

令和2年6月の労働施策総合推進法等の改正により、令和4年4月から中小企業においてもパワーハラスメント対策を講じることが事業主の義務となりました。また、令和5年7月4日公表の厚生労働省の報告書によると、カスタマーハラスメント被害が今後労災認定基準に追加される方針が示されました。近年増加するカスタマーハラスメントから従業員を守るために企業が取るべき対応について考えてみたいと思います。

坂本直紀社会保険労務士法人・代表社員
特定社会保険労務士・中小企業診断士

坂本 直紀



1 カスタマーハラスメントとは

1. カスタマーハラスメントの定義

カスタマーハラスメントの法的な定義は設けられていませんが、厚生労働省の「カスタマーハラスメント企業対策マニュアル」によりますと、以下のように考えられています。

顧客等からのクレーム・言動のうち、当該クレーム・言動の要求の内容の妥当性に照らして、当該要求を実現するための手段・態様が社会通念上不相当なものであって、当該手段・態様により、労働者の就業環境が害されるもの
(参考：厚生労働省「カスタマーハラスメント企業対策マニュアル」から引用)

2. カスタマーハラスメントの判断基準

1.の定義から、カスタマーハラスメントに該当するか否かの判断基準は、次の2点になります。

A. 顧客等の要求内容の妥当性

顧客等の主張が、妥当であるかを判断する場合、たとえば顧客が購入した商品について交換や返金を求められたとします。仮に、商品に欠陥があれば、謝罪とともに商品の交換・返金に応じることは妥当な対応です。

逆に、自社に過失がなく、商品に欠陥等もなければ、顧客の要求には正当な理由がないと考えられます。

B. 要求を実現するための手段・態様が社会通念に照らして相当な範囲か

たとえば顧客の長時間に及ぶクレームは、業務の遂行に支障が生じ、また言動が暴力的、威圧的、性的な面がみられる場合は、社会通念上、相当とはいえないことになります。

要求内容の妥当性にかかわらず不相当とされる可能性が高いものは、以下のとおりです。

- ・身体的な攻撃（暴行、傷害）
- ・精神的な攻撃（脅迫、中傷、名誉毀損、侮辱、暴言）
- ・威圧的な言動
- ・土下座の要求
- ・継続的な（繰り返される）、執拗な（しつこい）言動
- ・拘束的な行動（不退去、居座り、監禁）
- ・差別的な言動
- ・性的な言動
- ・従業員個人への攻撃、要求

(参考：厚生労働省「カスタマーハラスメント企業対策マニュアル」一部修正加筆)

2 カスタマーハラスメントの現状

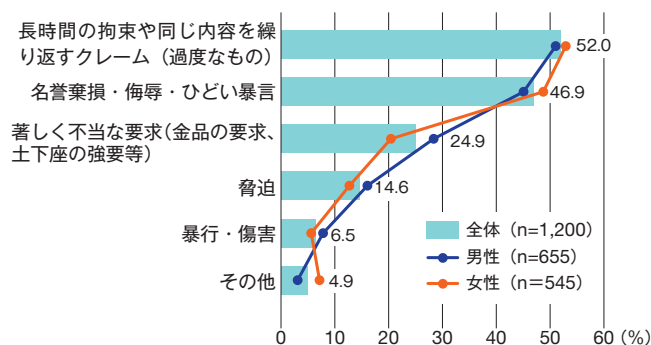
厚生労働省の「令和2年度 職場のハラスメントに関する実態調査報告書」における「顧客等からの著しい迷惑行為」についての調査結果を以下に示します。

本稿では、「顧客等からの著しい迷惑行為」をカスタマーハラスメントと言い換えて説明します。

1. カスタマーハラスメントの被害状況

過去3年間に勤務先で受けたハラスメントの種類では、パワーハラスメント（31.4%）が最も高く、次いでカスタマーハラスメント（顧客等からの著しい迷惑行為）（15.0%）が高い状況となっています。そして、カスタマーハラスメントを「何度も繰り返す経験し

図表1 顧客等から受けた著しい迷惑行為の内容（男女別）



(厚生労働省「令和2年度 職場のハラスメントに関する実態調査報告書」より)

た」が2.1%あり、繰り返し被害を受けている社員も一定数存在していることがわかります。

2. カスタマーハラスメントの内容

カスタマーハラスメントの具体的な内容としては、男女いずれも「長時間の拘束や同じ内容を繰り返すクレーム（過度なもの）」(52.0%) が最も多く、「名誉棄損・侮辱・ひどい暴言」(46.9%)、「著しく不当な要求（金品の要求、土下座の強要等）」(24.9%)が続いています（図表1）。

また、カスタマーハラスメントの内容は図表2のように類型化されます。

3. 社員の心身への影響

カスタマーハラスメントによる心身への影響は「怒りや不満、不安などを感じた」(67.6%) の割合が最も高く、「仕事に対する意欲が減退した」(46.2%)、「眠れなくなった」(13.8%)が続いています。また、経験頻度においては、「何度も繰り返し経験した」の割合が高い傾向が出ており、カスタマーハラスメントを繰り返し受けていると、心身への悪影響が生じる可能性が高くなることを示唆しています。

4. 業種別の状況

カスタマーハラスメントを受けた経験を業種別にみると、「生活関連サービス業、娯楽業」(25.1%) が最も高く、次いで「電気・ガス・熱供給・水道業」(23.3%)、「不動産業、物品賃貸業」(22.6%)、「卸売業、小売業」(21.9%)と続いており、「不動産業」においても、カスタマーハラスメントが多発していることが考えられ、対策はととても重要といえます。

5. 現状についてのまとめ

カスタマーハラスメントの被害は多発しており、ハラスメントを受けることにより、怒りや不満、不安を

感じたり、仕事に対する意欲が減退することがあるほか、不眠も生じており、メンタルヘルス不調の発生が懸念されます。社員に多大な悪影響を及ぼす可能性もあり、注意が必要です。

3 企業がとるべき対応策

1. 事前対応

① 企業方針の明確化と明示

企業として、カスタマーハラスメントに対する強い方針を示す必要があります。方針を策定し、店舗への掲示や企業のホームページ等に掲載するなど、顧客に明示します。

企業が、社員を守ることを明確にすることで、社員にも安心感が生まれます。

基本方針の例

弊社は、お客様に対して真摯に対応し、信頼や期待に応えることで、より高い満足を提供することを心掛けます。

一方で、お客様からの常識の範囲を超えた要求や言動の中には、従業員の人格を否定する言動、暴力、セクシュアルハラスメント等の従業員の尊厳を傷つけるものもあり、これらの行為は、職場環境の悪化を招く、ゆゆしき問題です。

わたしたちは、従業員の人権を尊重するため、これらの要求や言動に対しては、お客様に対し、誠意をもって対応しつつも、毅然とした態度で対応します。

もし、お客様からこれらの行為を受けた際は、従業員が上長等に報告・相談することを奨励しており、相談があった際には組織的に対応します。

（厚生労働省「カスタマーハラスメント企業対策マニュアル」より）

② 相談対応者の選任

カスタマーハラスメントを受けた社員の被害が深刻になる前に早期に解決を図る必要があります。事前にカスタマーハラスメントに関する相談対応者を決めておくことが有効です。

相談対応者は、日頃から職場の状況に精通している相談者の上司、職場の管理者が担当し、相談受付、事実確認、関係部署への情報共有等を行います。事実確

図表2 実際に企業が受けたカスタマーハラスメントに類する行為

時間拘束	・1時間を超える長時間の拘束、居座り ・長時間の電話 ・時間の拘束、業務に支障を及ぼす行為	SNSへの投稿	・インターネット上の投稿（従業員の氏名公開） ・会社・社員の信用を毀損させる行為
リピート型	・頻繁に来店し、その度にクレームを行う ・度重なる電話 ・複数部署にまたがる複数回のクレーム	正当な理由のない過度な要求	・言いがかりによる金銭要求 ・私物（スマートフォン、PC等）の故障についての金銭要求 ・遅延したことによる運賃の値下げ要求 ・難癖をつけたキャンセル料の未払い、代金の返金要求 ・備品を過度に要求する（歯ブラシ10本要望する等） ・入手困難な商品の過剰要求 ・制度上対応できないことへの要求 ・運行ルートへのクレーム、それに伴う遅延への苦情 ・契約内容を超えた過剰な要求
暴言	・大声、暴言で執拗にオペレーターを責める ・店内で大きな声をあげて秩序を乱す ・大声での恫喝、罵声、暴言の繰り返し	コロナ禍に関連するもの	・マスク着用、消毒、窓開けに関する強い要望 ・マスクをしていない人への過度な注意の要望 ・顧客のマスクの着用拒否
対応者の揚げ足取り	・電話対応での揚げ足取り ・自らの要求を繰り返し、通らない場合は言葉尻を捉える ・同じ質問を繰り返し、対応のミスが出たところを責める ・一方的にこちらの落ち度に対してのクレーム ・当初の話からのすり替え、揚げ足取り、執拗な攻め立て	セクハラ	・特定の従業員へのつきまとい ・従業員へのわいせつ行為や盗撮
脅迫	・脅迫的な言動、反社会的な言動 ・物を壊す、殺すといった発言による脅し ・SNSやマスコミへの暴露をほのめかした脅し	その他	・事務所（敷地内）への不法侵入 ・正当な理由のない業務スペースへの立ち入り
権威型	・優位な立場にいることを利用した暴言、特別扱いの要求		

（厚生労働省「令和2年度 職場のハラスメントに関する実態調査報告書」より）

認においては相談者や他の社員へのヒアリング、録画や録音のチェック等があげられます。

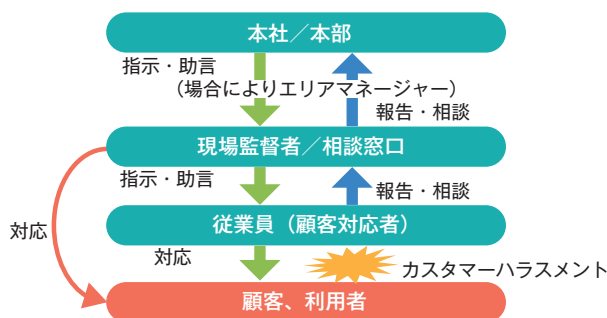
③ 社内体制の整備

顧客の犯罪行為等により、場合によっては法的な手続や、警察や弁護士等との連携が必要になるケースも考えられ、本社等と連携した対応も必要になります。

基本的には、従業員（顧客対応者）が現場監督者／相談窓口にて報告・相談し、指示・助言を受けたうえで解決を図りますが、以下のとおり、必要に応じて本社／本部の指示・助言を受けながら対応します。

このように社内体制についてもあらかじめ整備しておくといでしょう。

図表3 カスタマーハラスメントに関わる内部手続きの流れの例



（厚生労働省「カスタマーハラスメント企業対策マニュアル」より）

④ 対応マニュアルの作成、整備

社員がカスタマーハラスメントを受ける場合を想定した対応マニュアルを作成、整備し、職場内で共有化を図ることが有効です。

たとえば、以下のような対応例がありますので、参考にして自社向けに修正するとよいでしょう。

<基本的な対応>

1. 現場での対応

- ・店頭で直接対応せず、応接室等の個室に招いて他の社員とともに2人以上で対応します（時間・人・場所を変えて対応します）。
- ・たとえ、相手が感情的になっていても、丁寧な話し方を心がけ、冷静に対応し、よく相手の話を聞きます。
- ・質問を交えながら、詳細に情報を確認し、メモを取って要点を確認します。
- ・必要があれば、相手の了解を得て録音します。
- ・極力議論は避け、問題を解決しようとする前向きな姿勢を相手に感じさせるようにします。
- ・その場しのぎの回答はしません。対応できないことは、はっきり断ります。
- ・相手を落ち着かせたい場合は、後で確認して回答する等、冷却期間を設けます。

2. 電話での対応

- ・苦情に関する専用電話を設置して録音ができるようにしておきます。
- ・基本的には、第一受信者が責任を持ち、問い合わせ案件のたらい回しをしないようにします。

- ・丁寧な言葉づかいで、相手がゆっくりと理解できるように説明します。
- ・顧客の発言内容と齟齬が出ないよう、メモを取りながら話を聞き、復唱して確認します。
- ・対応できることと、できないことをはっきりさせ、相手に過大な期待を抱かせないようにします。
- ・即時回答できない内容は、事実を確認してから追って返事をします。
- ・途中で電話を中断するときは、社内での相談内容が漏れないように必ず電話の保留機能を利用します。

<カスタマーハラスメントのパターン別対応例>

- 時間拘束型**：長時間にわたり、顧客等が従業員を拘束する。居座りをする、長時間、電話を続ける。

（対応例）

対応できない理由を説明し、応じられない旨を明確に告げる等の対応を行います。

その後、膠着状態に至ってから一定時間を超える場合、お引き取りを願います。または電話を切ります。

複数回電話がかかってくる場合は、あらかじめ対応できる時間を伝えて、それ以上に長い対応はしないようにします。

現場対応では、顧客等が帰らない場合は、毅然とした態度で退去を求めます。状況に応じて、弁護士への相談や警察への通報等を検討します。

- リピート型**：理不尽な要望について、繰り返し電話で問い合わせをしてくる。または面会を求めてくる。

（対応例）

連絡先を取得し、繰り返し不合理な問い合わせがくれば注意し、次回は対応できない旨を伝えます。

それでも繰り返し連絡がくる場合は、通話内容を記録し、窓口を一本化して、今後同様の問い合わせを受け付けないことを伝えて毅然と対応します。

状況に応じて、弁護士や警察への相談等を検討します。

（参考：厚生労働省「カスタマーハラスメント企業対策マニュアル」一部修正加筆）

⑤ 社員研修

社員にカスタマーハラスメント対策に関する研修を実施します。対象者は、「顧客対応を行う全社員」とするとよいでしょう。

研修内容例は、以下のとおりです。

- ・カスタマーハラスメントとは
- ・カスタマーハラスメントのリスク
- ・顧客への接し方
- ・カスタマーハラスメントにあった場合の対応
- ・ケーススタディ演習
- ・まとめ

2. 事後の対応

① 事実関係の確認

相談対応者が、社員から相談を受けた場合、まずは事実関係を整理し、顧客等から受けた言動がハラスメントにあたるかどうかを判断します。そして、顧客の要求の内容が妥当か、手段・態様が社会通念上相当かを検討し、対応方法を決めていくことになります。

② カスタマーハラスメントの確認がとれた後の対応

事実確認の結果、カスタマーハラスメントが確認でき、まだ行為者が店舗にいる場合は、責任のある立場の者から行為者へ帰ってもらう旨を伝えたり、出入り禁止を通告すること等が考えられます。必要に応じて、本社等と連携して弁護士への相談や警察への通報等を検討することになります。

③ 社員の安全確保と心のケア

企業には労働者の安全と健康を確保し、就業するために必要な配慮をする義務（安全配慮義務）があります。社員が顧客からパワハラ（暴力、暴言等）、セクハラ（不必要な身体的接触）を受けていたり、受けるおそれがある場合、社員の安全確保を図ります。

顧客対応を管理者に変更するとともに、被害を受けそうな社員を引き離す必要があり、状況に応じて、弁護士や警察への相談も行います。また、カスタマーハラスメントにより、社員にメンタルヘルス不調の兆候がみられたら、専門医の受診を促し、不調の悪化につながらないように注意します。

④ 再発防止

カスタマーハラスメントは外部の顧客からの一方的なハラスメントのため、事前防止することは難しい面がありますが、発生原因となりうる企業側の状況を把握することが重要です。

たとえば、以下の問題点があげられます。

- ・企業としてのサービスの提供範囲が統一されていない（契約範囲外のサービスの提供事例や、個々の社員の能力や適性によりばらつきがある）
- ・個人情報の取り扱いに関する知識が不足している（不用意に社員の個人情報を顧客に伝えてしまう）
- ・顧客の要望を正確に聞き取れていない
- ・規則やマナーに関する指導ができていない（時間を守る、身だしなみを整えるなど）
- ・意見や要望に対しての返答が不適切である

社員のプライバシーには留意しつつ、発生した事案は社内でも共有化し、「深刻な事態になる前にどのように対応するべきであったか」を議論し、マニュアルに追記していくことも大切でしょう。

⑤ 事例の紹介

最後に、事例を紹介します。

〈事例〉

コールセンターで勤務している女性社員Aに対し、何度も繰り返し電話してくる顧客がいました。この顧客は毎回女性Aを名指しし、セクハラな質問を繰り返す一方、男性社員が電話を取るとすぐに切られてしまっていました。別の女性社員Bが電話を取った時にも同様の発言を繰り返したため、社員Bが「そういった質問にはお答えできかねます」と電話を切ったら、激怒して再度電話をかけてきて、侮辱的な発言をしました。

〈解決に向けたアドバイス〉

こうした顧客には毅然とした対応をしなければなりません。

この企業では毎通話を録音し、こうした不適切な発言が出た場合は、上司に確認するとともに、上司の判断に基づき「残念ながら、これ以上お話しする必要がございますので、電話を切らせていただきます」と言って、電話を一方向的に切ることを認める運用としました。

顧客からの電話を一方向的に切ることはタブーとも感じられますが、こうした不適切な発言から社員を守るため、毅然とした対応を取ることを明確にし、それでも繰り返しの電話があれば、他の顧客対応にも支障が生じるため、警察や弁護士に相談することとしています。

（参考：福岡県庁動画資料館「カスタマーハラスメント対策導入セミナー」より）

4 まとめ

カスタマーハラスメントを受けるのは店舗や営業の第一線で顧客と対応する社員の方たちであることが多く、適切な対応を取らなければ、該当社員のメンタル不調からの離職や他社員への波及、さらには安全配慮義務違反により、企業に対しての損害賠償請求なども起こりえます。

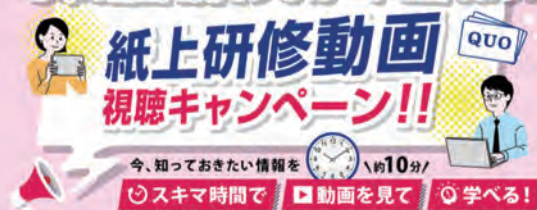
近年はSNSの普及により、匿名での嫌がらせや脅迫が容易にできるようになり、嘘の誹謗中傷などであっても企業のイメージダウンになり、業績悪化を招くこともあります。

本稿がカスタマーハラスメント対策を各社で構築していただく機会となり、社員の方々が安心して勤務できる環境に繋がれば幸いです。

厚生労働省作成
「カスタマーハラスメント対策
企業マニュアル」はこちら



6本の動画を見てクオカードを当てよう!



キャンペーンの詳細および条件等は、
QRコードまたは保証協会HP周知バ
ナーよりご確認ください。



ご質問について

- ・ご質問は文書にて下記宛までご郵送ください。
（電話・FAX・メール等の問合せは対応していません）
- ・個別の取引等のご質問・ご相談にはお答えできません。

（公社）全国宅地建物取引業保証協会
東京都千代田区岩本町2-6-3 全宅連会館2F



不動産アーカイブ

国土交通省

令和5年7月31日

空家等対策の推進に関する特別措置法の一部を改正する法律 (解説動画の公開) について

令和5年6月14日、空家等対策の推進に関する特別措置法の一部を改正する法律が公布されたことに伴い、国土交通省において本改正に係る説明動画が公開されました。



国土交通省・内閣府

令和5年8月15日

「重要施設周辺及び国境離島等における土地等の利用状況の調査及び利用の規制等に関する法律」に基づく区域の指定について

令和4年9月に施行された「重要施設周辺及び国境離島等における土地等の利用状況の調査及び利用の規制等に関する法律（重要土地等調査法）」について、同法に基づく注視区域及び特別注視区域の指定に関する告示が令和5年7月12日公布され、同年8月15日に施行されました。内閣府ホームページにて、注視区域・特別注視区域の図面が確認できます。



全宅連・全宅保証アーカイブ

全宅連・全宅保証

令和5年7月10日

令和5年国土交通大臣表彰23人が受賞

全宅連、全宅保証、都道府県宅建協会の推薦で、23名が国土交通大臣表彰の受賞の栄に浴されました（※敬称略）。



〔全宅連推薦〕	〔全宅保証推薦〕	〔都道府県宅建協会推薦〕		
横田 等 (埼玉県)	後藤 尚貴 (静岡県)	小田島 行伸 (岩手県)	小林 弘行 (長野県)	菅沼 正浩 (大阪府)
久保田 辰彦 (東京都)	梶原 義和 (京都府)	野村 俊郎 (山形県)	澤木 光吉 (静岡県)	久内 麻佐行 (兵庫県)
井上 寛 (東京都)	矢間 慎一 (高知県)	本間 裕治 (宮城県)	坂田 信行 (福井県)	太田 信司 (岡山県)
清澤 進 (長野県)		多田 真康 (千葉県)	堀 常一 (滋賀県)	宮内 久滋 (福岡県)
河内 敬雄 (大阪府)		大瀧 陽平 (東京都)	松田 秀幸 (京都府)	松本 辰男 (宮崎県)

全宅連

令和5年7月24日

第30回不動産市況DI調査結果公表

全宅連不動産総合研究所は全宅連モニター会員による2023年7月実施の「第30回不動産市況DI調査」の結果をまとめました。
土地価格動向DIにおいては、全体では、実感値で+9.2Pとなり、前回調査に比べ0.1P上昇しました。



令和5年7月28日

全宅連策定賃貸借契約書式更新のお知らせ（会員限定）

本会策定の各種賃貸借契約書式につきまして、本年10月の適格請求書等保存方式（インボイス制度）開始に伴う対応および所要の改訂を行いました。



インフォメーション

全宅連

「令和5年8月改訂版 わかりやすい賃貸借契約書の書き方」の発刊について

本年10月に「適格請求書等保存方式（インボイス制度）」が開始されることに伴う各種書式の変更等に対応した「令和5年8月改訂版 わかりやすい賃貸借契約書の書き方」を発刊しました。記載例と取引における留意点を記載しており、充実した内容となっておりますので、是非ご活用ください（宅建協会会員限定）。



全宅保証

6本の動画を見てクオカードを当てよう！ 紙上研修動画視聴キャンペーン!!

会員サイト「ハトサポ」において令和5年度中に配信する紙上研修動画6本を見て、条件を達成した方の中から抽選で50名様に3,000円のクオカードをプレゼントするキャンペーンを実施します。キャンペーンの詳細、条件等は特設ページをご確認ください。



全宅連・全宅保証

「おしごと年鑑2023」に協賛

全宅連・全宅保証が協賛する「おしごと年鑑」が発刊されました。「おしごと年鑑」とは、朝日学生新聞社から刊行されている小中学校の児童・生徒に向けたキャリア教育用副教材で、全国の小・中学校に、1冊ずつ無償で配布しているほか、こども食堂や学童施設などにも無償で配布されています。併せてWeb版も公開されています。



小形キッチンユニット用電気こんろ協議会

火災事故防止に向けて改修のお願い

1977年から2004年までの間に製造・販売した小形キッチンユニットに組み込まれた電気こんろに身体や物が接触し、意図せずスイッチが「入」となる可能性がある構造であったために、電気こんろの上や周囲に可燃物が置かれていた場合に、火災事故に至る危険性があります。カバーがなくスイッチつまみが飛び出している電気こんろにつきましては、スイッチ部の無償改修を行っております。ふだん電気こんろを使用されない場合には、電源プラグをコンセントから抜いてください。



使ってますか?



会員業務支援サイト

ハトサポ

書式のダウンロードだけじゃない！
会員業務支援サイト「ハトサポ」が提供する、会員様の業務に役立つさまざまなツールをご紹介します。

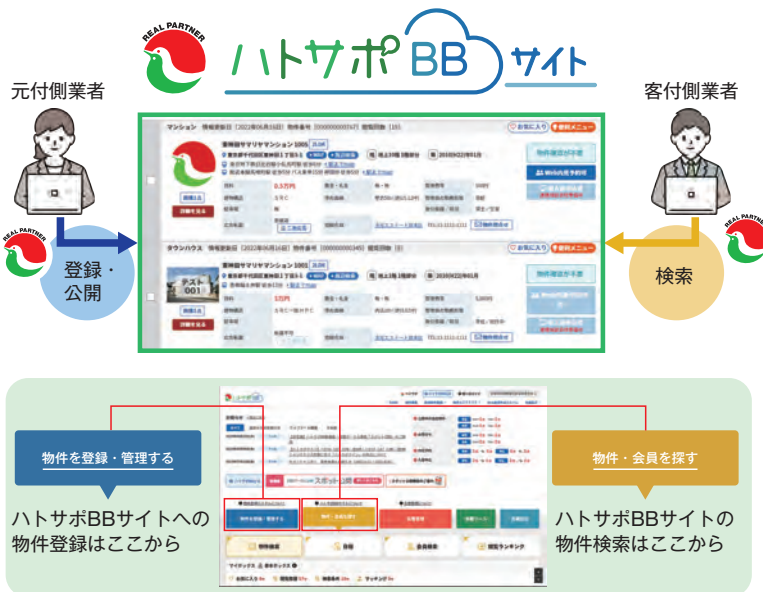
不動産情報流通システム「ハトサポBB」

その②

ハトサポBBサイト

「ハトサポBBサイト」は、令和4年9月にハトマークサイトを全面刷新した宅建協会会員※1だけがご利用いただける会員間物件流通サイトです。豊富な掲載物件数と客付業務を楽にする各種機能で、会員様の客付業務をサポートします。

ハトサポBBサイト（会員間サイト）の全体像



ハトサポBBサイトの特徴

①豊富な物件数！

掲載物件数 (令和5年8月1日時点) **273,809件**
物件を掲載する会員数 (令和5年8月1日時点) **21,881社**

②客付業務が時短できる！

- 物件確認が不要** このマークが付いている物件は、掲載元への物件確認が不要！
- Web内見予約可** このマークが付いている物件は、画面上から内見予約申込可能！
- Web入居申込可** このマークが付いている物件は、掲載元への物件確認が不要！

③お客様へすぐに楽に物件紹介！

- ・流通図面の代替機能
- ・メール送信用の物件情報URL発行機能
- ・複数物件比較資料の発行機能
- ・新着登録物件をメールでお知らせ など

※1 「ハトサポ BB」は、以下の宅建協会に所属の会員様にご利用いただけます。(令和5年9月時点)
北海道、青森県、岩手県、秋田県、山形県、宮城県、福島県、新潟県、長野県、山梨県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、富山県、石川県、福井県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、島根県、山口県、愛媛県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県

ハトサポのログインはこちら





**Hatemark
Fellow** 2023年9月号

ハトマーク支援機構は、全国の宅建協会にご所属の会員の皆様の業務に役立つ商品やサービスをご紹介します。

提携企業数は39社!

日頃の業務にお役立てください。

ハトマーク支援機構では、民間企業各社と提携し、宅建協会所属会員様の業務の様々な場面で役立つ商品やサービスをご紹介します。



売買の場面で

住宅ローン
価格査定システム
物件パンフレット作成システム
建物状況調査
擁壁保証
シロアリ検査&工事
フラット35適合検査
地盤調査
土壌汚染コンサルティング ▶P22
リフォーム工事
簡易改修工事
リフォーム用住宅建材
など

賃貸・管理の場面で

家財保険
家賃保証
コールセンター&駆付け代行
貸店舗物件
テナント発掘
ウォーターサーバー
引越
ホームセキュリティ
インターネット回線
アイリスオーヤマ家具家電
駐車場運営管理システム
太陽光発電システム
みまもりサービス
など

業務効率化・経費削減に

携帯電話、スマホ
物件バーチャルツアー作成
ITサポート&セキュリティ
物件掲載プラン ▶P23
**ホームページ作成支援
キーボックス ▶P22**
事務用品全般
第三者事業承継支援
がん保険、医療保険
マイカー共済
サーモインカメラ
など

全ての商品・サービスの詳細は
ハトマーク支援機構ホームページからご覧いただけます。

ハトマーク支援機構

検索



土壌汚染 解決サービス

当社は環境省の指定調査機関（2003-3-2005）

の許認可を持ち、お客さまが抱える土壌汚染問題を、
‘早期に’ ‘安価に’ ‘合理的に’ 解決します。

そして、SOMPOグループとして、お客さまの追加となった
汚染対策費用を補償する‘保険’の手配も可能です。

汚染の懸念のある土地

売買取進

売買成立へ



売りに出ても売れない・・・

汚染が怖くて買えない・・・

仲介が成立しない・・・

安心して売却できた

安心して購入できた

仲介成立!

お問い合わせ先



SOMPOリスクマネジメント

リスクソリューション開発部

TEL 03-3349-4320

<https://www.sompo-rc.co.jp/contact/form>



〈ハトマーク支援機構から宅建キーボックスのご案内〉

**売れて
ます!!**

鍵の保管箱・空室案内の強い味方

宅建キーボックス

お申込みから
約2~3週間後
のお届け

販売価格	・ 1個 2,805円 (税込)
	・ 20個セット 53,900円 (税込@2,695)
	・ 50個セット 126,500円 (税込@2,530)

*沖縄・離島へのお届けについては、別途送料がかかります。

**カギは現地に。
返すのも現地で!**

鍵や小物・伝言メモなども収納・保管できる「キーボックス」。ハトマーク支援機構は、ハトマーク会員限定でハトマーク付キーボックスを販売中です。

大変お得な宅建協会会員価格でご購入いただけますので、ぜひお申込みください。

商品は「たのめーる」でお届けしますので、「**たのめーる利用登録**」が必要になります。



イメージ・実物とは異なる場合があります。

「宅建キーボックス」注文書 兼
「たのめーる」ご利用申込書

「宅建キーボックス」のご購入の場合には、「たのめーる利用登録」
（「たのめーる」商品が宅建協会会員限定価格で購入可。登録は無料）が必要です。
このページをコピーしてご記入の上 **FAX.03-5821-0678** までご送信ください。
※「宅建キーボックス」のお申込み後のキャンセルはできませんのでご了承願います。

お申込み数	個	お申込み日	年 月 日
ご登録会社名		部署名	
事務所ご住所	〒	ご担当者名	
お電話番号	FAX番号	宅建業免許番号	大臣・知事 () 号
ご請求方法	()日締め 翌月()日のお支払い・代金引換	メールアドレス	
		「たのめーる」 カタログ送付	☐ 希望する ☐ 希望しない

※大塚商会の「たのめーる」はハトマーク支援機構が提携しているオフィス用品通販システムです。お申込みの際は、審査がございます。

※沖縄・離島へのお届けについては、別途送料がかかります。

宅建キーボックス
申込書送付先

▶ **FAX: 03-5821-0678**

(一財)ハトマーク支援機構



※不動産ポータルが掲載する賃貸、マンション、戸建、土地の日本全国総計 2021 年 7 月時点 (株) 東京商工リサーチ調べ

ハトマーク加盟店様限定！

ハトサポBB「マルチポータル機能※」・SUUMO賃貸 連動キャンペーン！

※ハトサポ BB 物件登録システムで登録した居住用物件について「SUUMO」等へ広告掲載指示ができる機能です。

ToC
サイト

※税別価格

ToB
サイト

5 枠 1,250 円

最大 1,000 枠まで 無料

特典 1

SUUMO内会社間流通サイト
(BtoB) のみへのご掲載が
最大 1,000 件まで
無料!!

特典 2

賃貸居住用の月額物件掲載料金が
5 枠 → 1,250 円
10 枠 → 2,500 円
20 枠 → 5,000 円

特典 3

通常 20,000 円の
SUUMO初期システム登録料が
無料!!

※連動未利用の場合は、20,000 円が発生いたします。

キャンペーン適用条件 下記 3 条件を満たしている宅建協会会員様が上記キャンペーン特典を受けられます。

- ① 本キャンペーンはSUUMO未参画会社様のみ対象 (申込時点でSUUMO掲載がなく、過去 1 年間掲載がないこと)
- ② 以下の「利用できる会員事業所の地域」の方で、ハトサポ利用登録※がお済みの会員様
- ③ ハトサポBB「マルチポータル機能 (SUUMO賃貸)」の利用申込をいただき、本キャンペーン参画の旨お申し出いただいた場合のみ対象

利用できる
会員事業所の地域

北海道、青森県、岩手県、秋田県、山形県、宮城県、福島県、新潟県、長野県、山梨県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、富山県、石川県、福井県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、島根県、山口県、愛媛県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県

ハトサポ BB「マルチポータル機能 (SUUMO 賃貸)」は、
ハトサポ BB サイトからお申込みください！

詳細はこちら



TEL. 0120-302-102 (平日 10:00~12:00、13:15~17:30)

メール. moushikomi_hatomark@waku-2.com

(株)リクルートSUUMO賃貸営業部ハトマーク加盟店様限定キャンペーン窓口担当

ハトサポ BB のご利用には、ハトサポの利用登録 (ハトサポ ID の取得とパスワードの設定) が必要です。
ハトサポの利用登録方法やハトサポ BB の内容に関しては、所属の宅建協会様へお問い合わせください。

不動産総合研究所 令和4年度研究報告

不動産総合研究所では、令和4年度の研究成果をホームページで公開しています。適宜ご活用ください。



https://www.zentaku.or.jp/about/research_project/

宅建業者のための事業承継ガイドブック



「事業承継はまだまだ先のこと」と思っていないですか？「跡継ぎがない＝廃業」と決めつけていませんか？ 経営者の高齢化が進む中で、宅建業界においても事業をいかに次の世代に引き継ぐかが重要な課題になっています。事業承継の最初のステップとなる「気づき」を提供するためのガイドブック。イラストを多用し、わかりやすく解説しています。

空き家・空き地等の活用促進のための政策研究

宅建業者が空き家対策に参画するにあたっての課題を踏まえつつ、幅広い視点から空き家・空き地等の流通や利活用を推進するためのさらなる方策や政策について、自治体・宅建業者・全宅連が目指すべき一定の方向性を整理することを目的として研究会を設置した。



RENOVATION2023 新しい不動産業を目指して



不動産総合研究所では、先進的な取り組みを行い、地域を盛り上げている不動産業者を取材してきました。地域に不可欠な存在となったトップランナーたちは、何を考え、どんな行動を起こしたのか。従来の不動産業をRENOVATION（刷新）し、新たな不動産業の在り方について考える糸口となる一冊。

生活困窮者への居住支援方策に係る調査

現行住宅セーフティネット政策の課題点や、不動産流通業界としての支援の在り方について検討を行うため、住宅確保が困難となっている層の現状や現行住宅セーフティネットの認知度・利用状況など、潜在的需要者（消費者）サイドの実態調査を行った。



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