

11

NOVEMBER
2019

[巻頭特集1]

外国人にやさしいまち、 倶知安町

くつちゃんちよう

[特集2 特別レポート]
今年も、全国一斉
不動産無料相談会を開催

[法律相談]
投資用マンションにおける
窓先空地の説明

[賃貸管理ビジネス]
繁忙期前の空室対策

[宅建士講座]
業務上の規制

[物件調査のノウハウ]
公図や登記事項要約書
で行う物件の特定と
周辺調査



保証のお知らせ

一般保証制度のご案内

●法人代表者の個人保証（連帯保証）が不要

法人会員が初めて一般保証制度を申し込む場合でも「法人代表者の個人保証（連帯保証）」が必要ありません。

●お客様の署名押印が不要

当制度の申込みの際、お客様（被保証者）の署名押印が不要であるため、申込みまでの作業・時間が省略できます。

●一般保証制度登録制に登録すると、以下のメリットがあります

- ・一般保証登録宅建業者であることが保証協会のホームページで一般公開される。
- ・登録証、ステッカーが交付される。
- ・自社の物件広告等において、制度が利用できる広告表示が可能になる。
- ・一般保証制度の利用の申込みの際、法人の登記事項証明書の提出が免除される。

手付金保証制度・手付金等保管制度のご案内

手付金保証制度

売主・買主ともに一般消費者で、会員が流通機構登録物件を客付媒介する売買契約において、買主が売主に支払う手付金を万一のために保全（保証）する制度です。



手付金等保管制度

会員が自ら売主となる完成物件の売買契約において、受領する手付金等の額が 売買代金の10%または1,000万円を超え、売主会員に保全義務が生じる場合に（宅建業法41条の2）、当協会が売主会員に代わって手付金等を受領し、物件の登記、引渡しがあるまで保全（保管）する制度です。

- 制度の詳細
（公社）不動産保証協会ホームページ（会員専用ページ）
- 制度に関するお問い合わせ
（公社）不動産保証協会 総本部事務局
TEL.03-3263-7055
- 制度の申込み窓口
所属の地方本部事務局

弁済制度について

会員業者と宅地建物取引をしたお客様が損害を受け、苦情の解決が困難な場合には、当協会がその債権を認証することで、被害相当額（上限あり）の払い渡しを受けることができます。

令和元年度 第5回弁済委員会 審査明細

審査結果	社数・件数		金額
認証申出	5社	5件	56,347,257円
認証	2社	2件	10,877,600円
保留・条件付認証	2社	2件	
否決	1社	1件	
令和元年度認証累計	16社	18件	49,515,516円

※各事案の詳細はホームページ（会員専用ページ）内の【保証だより】に掲載されております。



（公社）不動産保証協会ホームページ ▶▶

不動産保証協会

検索

一般保証制度の他、法定研修会、弁済業務、各種保全制度など、保証協会の各種情報が掲載されております。



COVER PHOTO

ひらふ坂

倶知安町の南西に位置する「ニセコグラン・ヒラフ」スキー場。ゲレンデへ向かうメインストリート「ひらふ坂」の両側には、スキー用品店や飲食店をはじめ、高級ホテル、コンドミニアムが林立している。冬は海外からのスキーヤーやスノーボーダーが集まる注目のスポットとなっており、周辺は、別荘地としての開発も進んでいる。

特集1

04

外国人にやさしいまち、倶知安町 くっちゃんちょう

特集2 特別レポート

08

今年も、全国一斉不動産無料相談会を開催

お知らせ

11

協会からのお知らせ

不動産お役立ちQ&A

<法律相談>

12

投資用マンションにおける窓先空地の説明

弁護士 渡辺 晋

<売買仲介営業>

14

売上規模ごとの業績アップ手法

船井総合研究所 小寺 伸幸

<賃貸管理ビジネス>

16

繁忙期前の空室対策

オーナーズエージェント 今井 基次

宅建士講座

<宅建士試験合格のコツ>

18

業務上の規制

行政書士 植杉 伸介

連載

<進む! 業界のIT化>

20

業界におけるSNSとVRの活用法

日本スキルズ 長谷川 良光

<物件調査のノウハウ>

22

公図や登記事項要約書で行う物件の特定と周辺調査

不動産コンサルタント 津村 重行

<海外不動産事情>

24

中国住宅市場の独特なシステム・住宅購入制限令

不動産鑑定士 菱村 千枝

その他

26

新機能満載! ラビーネットのご紹介

28

地方本部の動き

30

新入会員名簿

31

NEWS FILE

倶知安町

あふた
[北海道虻田郡]



レルヒ中佐之像



倶知安町にスキーを広めたレルヒ中佐の記念碑(レルヒ記念公園内)

外国籍住民の増加で 受けた恩恵と発生した課題

観光目的で訪日外国人が増え続ける一方、現地の環境に魅了され住民登録する外国人が増えている町があります。それが、北海道の倶知安町です。外国籍住民の増加は、5年連続の路線価上昇率トップ(倶知安町山田)ということから、不動産の景気向上に大きく影響しています。



JR函館本線「倶知安駅」

外国籍の住民が 人口の約12%を占める町に

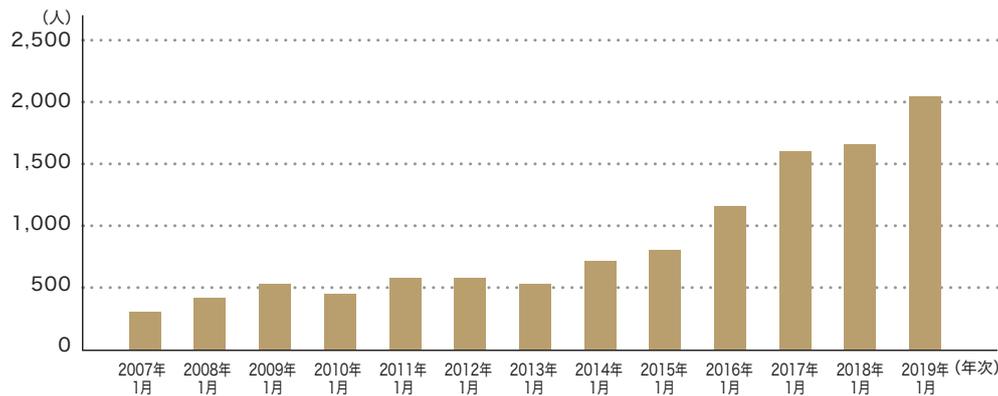
古くから観光を基幹産業としてきた倶知安町は、1980年代からスキーリゾート用地として国内企業による開発が始まり、スキーブームの影響も受け、大勢の日本人観光客でにぎわう観光地となりました。その後、2000年になるとアウトドア・スポーツや不動産、ホテル事業に外国企業がこぞって参入し、彼らが現地の魅力を世界に発信したことや、外国人富裕層のニーズに合った長期滞在型のコンドミニアムが増え始めたことなどから、外国人観光客が急激に増加しました。そのような状

況の中、増え続ける外国人観光客の受け入れ体制の整備に、労働力として外国籍住民が増加。2007年頃からは冬の外国籍住民の増加が顕著になりました。そして2014年から冬の外国籍住民数は、毎年最高人数を記録。2019年1月末には町民人口1万6,693人のうち外国籍住民が2,048人となり、人口の約12%を占めるようになったのです(図表1・2)。

外国籍住民の増加は 倶知安町の国際化に寄与

外国人観光客と外国籍住民が増加している状況に、どのような取組みを行って

図表1 倶知安町の外国籍住民数



きたか、倶知安町役場総合政策課係長の芳田国弘氏に聞くと、「早期から外国人観光客向けのパンフレットの多言語化はもちろん、外国籍の転入者向けに、ライフラインや子どもの学校の手続き、居住マナー等を主とした『生活ガイドブック』を配布しています。また、住民窓口で英語対応可能な非常勤職員を配置しているほか、自動翻訳機や三者通話可能なタブレット端末も配置し、外国籍住民の窓口対応などを円滑にするための取組みも行っています」とのこと。言語に関するサービスは庁内にとどまらず、総合病院で外国人観光客や就業者の受診が増えたことをきっかけに、町が通訳サービスにかかる事業費の補助を実施。通訳ができる病院職員の給与等の補助により、通訳者

が増えたことで、安心して医療機関にかかることができ、外国籍住民の暮らしやすさにつながっていきました。

外国籍住民の増加は、日本が直面している人口減少問題の解決の一助になっているともいわれています。芳田氏の話によると「全国的な人口減少の課題は倶知安町でも同様。今後も日本人住民の大幅な自然増が見込まれない中で、観光業を中心とした地域経済の活性化の影響は、外国籍住民をはじめとする社会的要因による人口増加につながり、これらの層の定住化が進めば人口減少の緩和に値する」と倶知安町は考えているそうです。

また、外国籍住民の増加現象は、「地域の国際化に寄与するもの」として町全体で受け入れられているように見受けられ

図表2 倶知安町に訪れた国籍別観光客数上位10カ国

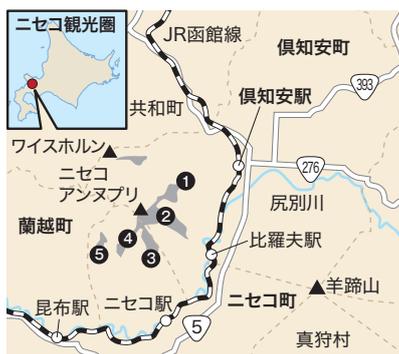
香港	28,651
オーストラリア	28,370
中国	16,581
シンガポール	16,550
台湾	8,681
アメリカ	8,438
タイ	7,605
韓国	3,749
イギリス	2,745
カナダ	1,388

出典：倶知安町役場

ます。倶知安町民の英語の学習意欲が高まり、民間の語学教室はもとより、倶知安町が実施する町民向けの英会話教室への参加希望者は増加。町内の小中学校では、課外活動として外国人観光客との英語による交流も行われています。

人口増加で発生した新たな町の課題

しかしながら新たな課題が生まれたことも事実です。そもそも倶知安町の外国人観光客、外国籍住民の増加は、ニセコのスキー場を利用する長期滞在の外国人と、リゾート地のホテルで仕事を求める外国人が増えていることに起因します。外国人が長期滞在する場合は住民登録が必



- ① ニセコHANAZONOリゾート
- ② ニセコグラン・ヒラフ
- ③ ニセコビレッジスキーリゾート
- ④ ニセコアンヌプリ国際スキー場
- ⑤ ニセコモイワスキーリゾート



リゾート地周辺では今なお、大型宿泊施設の建設が続く



富裕層向けのリゾートホテル



日常的に見られる雑談を交わすシーン



羊蹄山を望む高台のスキー場へと続く「ひらふ坂」エリア



リゾート地近くにあるバス停の表記も英語がメイン



既に12版を数える『くっちゃん生活ガイドブック』



羊蹄山を眺められる富裕層向けのホテル「ザ・ヴェール・ニセコ」のpentハウスとエントランス(株式会社NISEKO ALPINE DEVELOPMENTS)



図表3 公示地価上昇率市町村ランキング 2019年

順位	都道府県	市町村	公示地価平均	坪単価平均	変動率
1位	北海道	倶知安町	4万9,250円/㎡	16万2,809円/坪	+42.42% ↑
2位	沖縄県	那覇市	22万6,678円/㎡	74万9,348円/坪	+13.22% ↑
3位	沖縄県	北中城村	7万3,200円/㎡	24万1,983円/坪	+12.98% ↑
4位	沖縄県	宜野湾市	9万8,827円/㎡	32万6,703円/坪	+11.80% ↑
4位	沖縄県	北谷町	13万3,700円/㎡	44万1,983円/坪	+11.80% ↑
6位	沖縄県	豊見城市	8万8,216円/㎡	29万1,625円/坪	+11.33% ↑
7位	沖縄県	八重瀬町	6万2,425円/㎡	20万6,363円/坪	+10.61% ↑
8位	東京都	台東区	137万6,259円/㎡	454万9,617円/坪	+10.59% ↑
9位	沖縄県	浦添市	12万8,510円/㎡	42万4,826円/坪	+10.56% ↑
10位	沖縄県	中城村	10万1,166円/㎡	33万4,435円/坪	+9.63% ↑

出典: 土地データ

要となるため、倶知安町の外国人登録は冬期になると右肩上がりになります。この状況に倶知安町で不動産業を営む株式会社コスカの佐藤代表は「ホテルなどで働く外国人定住者が増えたことで町内の住宅需要が高くなり、国籍を問わず、住宅不足が問題です。売り物件が出れば、すぐに決まってしまう状況で、町全体で住宅需要は活発化しています。それが近年の地価の高騰にもつながっているのでは」と話します。ニセコのリゾートエリアで不動産開発・売買に携わり、多くの外国籍労働者を雇う株式会社NISEKO ALPINE DEVELOPMENTSの橋詰代表も「現に当社の外国籍従業員の住む家が見つからないのが悩みです。リゾート地周辺の地価は急上昇していますから、私も含めて手が出る値段の物件はありません。住居を求めるには、市街地に出て探すしかありません」とのこと(図表3)。

倶知安町はより大きな視点で、この状況を問題視しています。2000年代以降、コンドミニアム等の宿泊施設建設件数が徐々に増加。そのような中、北海道は、事業者による乱開発の防止と、町並み景観などの保全を目的に、スキー場周辺で、地域住民や事業者などと協議を行いながら、倶知安町を平成20年より準都市計画区域に指定しました。これを踏まえ、町では建物の外観や高さなどについて規制をかけるとともに、駐車スペースの確保や雪対策などについて指導を行っています。

現在でも宿泊施設や商業施設などの大規模な開発が続いており、全国的にも上昇率の高いスキー場周辺地域の地価は、近年市街地にも波及しています。建設工事や観光産業への就労を目的とした労働者の住居の不足や、それに伴う家賃の高騰が顕著になり、住宅の相談は町役場にまで及んでいるといいます。

交通インフラの拡充で期待されるさらなる町の発展

町は、時代の変化とともに変わっていきます。しかし大切なことは、何よりもこの町の人々が安心安全に暮らすために、様々な変化を受け入れ、地域や人のつながりを大事にして、日々の生活を守っていくことや、誰もが「ふるさと」と誇れるような町にしていくこと。それが倶知安町のビジョンだといいます。

倶知安町では10月に「G20観光大臣会合」が開催されました。これによりニセコ地域のみならず倶知安の名前も全国的に認知度が上がり、今後も国内外から多くの観光客が訪れることが予想されます。2030年度末には北海道新幹線の延伸や高速道路が整備される予定です。交通インフラの拡充に伴いスキー場周辺の地域はもちろん、町全体として、今後は定住希望対象者の住居確保を軸としたまちづくりを進めていく必要があると考えられます。

外国人の住まいをサポート!

人気エリアで果たす 不動産業者の役割

株式会社コスカ 代表取締役

佐藤 潤氏

株式会社コスカ

北海道虻田郡倶知安町字山田181-29

TEL:0136-23-0400 FAX:0136-23-0010

営業時間 / 10:00~18:00 定休日 / 日曜日



活況エリアに起こる特殊な現象

私が倶知安町で不動産を開業したのは外国籍住民が増え始めた2007年ごろで、ちょうど住宅需要が高まっているときでした。2000年以降、倶知安町は不動産バブルに沸き、空室を探すほうが難しく、賃貸物件が入れば、すぐに埋まってしまう状況が続いています。少し過大な表現になってしまいますが「貸す側のほうが立場は強い」といった背景があります。

「NO」と言えることが環境を守ることに

だからこそ、不動産業者がしっかりと仲介に入り、国籍に関係なく、トラブルが発生しないよう審査から入念に立ち会います。外国籍の入居希望者には、日本語対応ができなければ入居は難しいと断っていますし、道内に保証人を立てることができなければ厳しい旨も伝えています。「毅然とした態度」というほどではありませんが、このスタンスで事業を始めてから一度もトラブルは発生していません。外国籍の方は、ニセコ・倶知安エリアの環境を好きになって「ここに住みたい」と思って来られる方がほとんど。トラブルの元としてよく聞くごみの捨て方やルールも、守れる方が多いのだと思います。

不動産
開発業者
に聞く!

不動産投資取引における イマドキ事情

ピーク時は200人の外国人従業員を雇用

当社は不動産開発、管理業務および不動産販売をニセコエリアで行い、不動産開発のコンセプトから建物完成までの一連業務の総合マネジメントを担っています。具体的には、スキー場付近にコンドミニアム型ホテルを建設し、富裕層に部屋単位で販売しています。

起業はニセコのスキー場の美しさに魅せられた当社創立者のジョナサン・マーティンがオーストラリアから開発のために訪れ、2007年に「ザ・セツモン」と「ザ・フレッシュウォーター」という2棟のコンドミニアム型ホテルを建設したのが始まり。現在、10棟ほどのコンドミニアム型ホテルを管理していますが、スキーシーズンになると満室になる状況。ピーク時は200人ほどの外国人従業員を雇い、ホテルとして稼働しています。

外国送金の規制は不動産取引にも余波

海外の富裕層にターゲットを絞って販売をしていることもあり、ここ最近感じるのは、外国送金に関して環境が厳しくなってきたことです。2018年まで問題なく取引ができていたのに、金融庁の指示で難

しくなってきました。マネーロンダリングといった観点からやむを得ない状況ですが、売主、買主、司法書士など取引に関わる人たちに、たくさんの労力が課せられるのは事実です。多様な取引が生まれている不動産業界にとって、今後は外国送金の手続きも大きな問題であり、対策が必要だと思います。



株式会社NISEKO ALPINE DEVELOPMENTS

代表取締役 橋詰 泰治氏

巻頭特集2

特別レポート
SPECIAL REPORT

10月1日は
「不動産の日」!



今年も、全国一斉不動産 無料相談会を開催

公益社団法人全日本不動産協会は10月1日、昨年につき全国47都道府県の主要都市で不動産無料相談会を実施しました。一般消費者が“気軽に、安心して”相談できるように、駅前広場や市・区役所、ショッピングモール内などの人通りのある場所にブースを設営したことで、多くの人々が相談に訪れました。



東京都庁本庁舎都民広場(東京都本部)



渋谷マークシティ 2階連絡通路(東京都本部)

今年は97カ所で開催

今年の「全国一斉不動産無料相談会」は、北海道3カ所、東北9カ所、埼玉16カ所、東京20カ所、神奈川7カ所、茨城・栃木・群馬・千葉の4県で5カ所、中部エリア13カ所、近畿7カ所、中国5カ所、四国4カ所、九州8カ所(佐賀県のみ10月2日実施)と、全国97会場で実施しました。この無料相談事業は、公益事業として不動産知識の普及と安全な取引を推進することが目的です。また、協会設立日の10月1日を「不動産の日」と認定して開催することで、多くの一般消費者に身近な相談場所として知ってもらい、利用してもらうことを目指しています。これまでも地方本部単位で無料相談会は開催していましたが、2018年から国土交通省と各自治体の後援を受け、全国一斉で開催していて、今回は2回目となります。

無料相談会では、各地方支部に所属する宅地建物取引士に加え、弁護士や税理士、不動産鑑定士、建築士など、不動産取引の実務に携わっている資格者が、それぞれの相談に対応。まずは受付で簡単にヒアリングを行い、相談内容に合わせて専門家窓口を引き継ぎます。各会場では、協会作成の「住宅の売却・購入」に関する冊子や「安心R住宅」などのパンフレット、協会オリジナルグッズなどを配布し、不動産関連情報や協会活動のPRにも取り組みました。



東京都庁本庁舎都民広場(東京都本部)



橿原市役所 分庁舎1階屋内交流スペース(奈良県本部)



JRおおいたシティタイムズスクエア(大分県本部)

相続やリフォームなど多岐にわたる相談内容

東京都庁本庁舎前の都民広場会場では、開始前から相談者が集まり始め、必要書類をそろえて足を運ぶ人もいて、熱心にメモを取りながら話を聞く姿が多くみられました。相談内容は、相続による売却や親族間のトラブル、相続した賃貸物件のリフォームのタイミング、また「店舗兼住居物件の整理方法(売却か賃貸か)」について相談したい」という高齢の会社経営者など、不動産売買・賃貸借から、建築、相続と幅広いものでした。「最近では相続関連を中心に、税務や権利な

ど複合的な内容が増えていて、対応窓口も複数にわたるため、1件当たりの相談時間も30分～1時間ぐらにかかることが多い」(東京都庁本庁舎都民広場会場)といえます。

一方、渋谷マークシティ2階連絡通路の会場は私鉄改札口そばという立地から、のぼりや看板をみて足を止める人が8割近くいました。担当者が声を掛けると、相談の席に着くことが多いことから、「不動産に関する悩みを持っている人が多いのではないか。個人情報を出さない形なので、気軽に相談しようと思ってくれるようだ」。空き家になっている実家の対応や相続に関する相談に加え、今回は民法改正に伴う相続税の変更ポイントといった、タイムリーな内容もありました。



秋田拠点センターアルヴェ 2階多目的ホール(秋田県本部)



茨城県開発公社ビル 1階中会議室(茨城県本部)



NEXT21 1階アトリウム(新潟県本部)



アリオ上田(長野県本部)



JRゲートタワー イベントスペース(愛知県本部)



ゼスト御池河原町広場(京都府本部)



神戸ハーバーランドumie センターストリート1階(兵庫県本部)



和歌山市役所1階ロビー(和歌山県本部)



エキチカひろば(岡山県本部)



松山三越(愛媛県本部)



長崎県庁エントランス(長崎県本部)



宮崎山形屋 四季ふれあいモール(宮崎県本部)

全日をアピールする絶好の場

関西地区でも、大阪府本部で2会場、滋賀県・京都府・奈良県・和歌山県・兵庫県本部で各1会場の計7会場で開催。相続や空き家問題、住宅購入や賃貸時の各種手続きなどの注意点、疑問点についての相談に対応しました。堀田健二大阪府本部長は「相談会は全日をアピールする絶好の場。今後は行政と協働し、住宅に関する悩みを払しょくする窓口として全日の立ち位置を確立していく取組みを発信していきたい」と意欲を示しました。



大阪ステーションシティ南ゲート広場(大阪府本部)



配布キット(渋谷マークシティ 2階連絡通路)



大阪ステーションシティ南ゲート広場(大阪府本部)

<地方本部別会場一覧>

地方本部名	開催場所
北海道	アスティ45 地下1階
	ポールスターショッピングセンター
	北見市役所まちなきた大通ビル庁舎 5階催事場
青森県	シンフォニープラザ沼館
岩手県	いわて県民情報交流センター「アイーナ」県民プラザB
宮城県	JR仙台駅2階ステンドグラス臨イベントスペース
秋田県	秋田拠点センターアルヴェ 2階多目的ホール
山形県	山形市役所
	置賜総合文化センター第二会議室
	鶴岡市勤労者会館第三研修室
福島県	酒田勤労者福祉センター第二会議室
	ビッグパレットふくしま
埼玉県	川口市役所 1階ロビー
	さいたま市役所 1階ロビー
	越谷市中央市民会館第8会議室
	春日部市役所 1階ロビー
	所沢市役所 1階ロビー
	朝霞市役所 1階ロビー
	川越市産業観光館(小江戸蔵里) 広場
	東武東上線坂戸駅市広報コーナー(駅南北自由通路)
	おけがわマイン 3階
	熊谷市役所 1階ロビー
	行田市商工センター 404号室
	加須市商工会館
	上尾市文化センター
	公益社団法人全日本不動産協会埼玉県本部
	東武伊勢崎線 草加駅
	本庄市市民活動交流センター活動室C
	東京都庁本庁舎都民広場
日本橋プラザ 南テラス	
タワーホール船堀 1階外	
錦糸町駅アルカキット前広場	
港区役所 1階ロビー	
三茶しゃれなあどホール	
大田区役所	
目黒区役所	
渋谷マークシティ 2階連絡通路	
池袋メトロポリタンプラザビル 1階自由通路	
北区区役所	
練馬区庁舎 1階アトリウム	
西武練田無駅コンコース	
立川市曙町菊屋ビルディング 1階コンコース	
JR武蔵小金井駅前ロータリー	
「吉祥寺デッキ」コピス吉祥寺A館1階	
青梅市役所 2階	
羽村市コミュニティセンター 2階	
サザンスカイタワー八王子 4階(八王子南口総合事務所)	
ぼっぼ町田	

地方本部名	開催場所
神奈川県	横浜そごう9階 センタープラザ
	横須賀市役所1号館 1階
	ひらつか市民活動センター
	JR武蔵溝ノ口駅 南北自由通路
	JR辻堂駅 通路
	海老名駅 自由通路
茨城県	相模大野駅 ベデストリアンデッキ
	茨城県開発公社ビル 1階中会議室
栃木県	ショッピングモール ベルモール
群馬県	前橋市役所3階 32会議室
千葉県	京成船橋駅東口改札前
	JR柏駅前Wデッキ
新潟県	NEXT21 1階アトリウム
富山県	富山県民会館 608号室
	高岡エコー 206号室
石川県	金沢市役所 エントランスホール
福井県	ラブリートパートナーエルパ
山梨県	甲府市役所 市民コミュニティホール
長野県	信毎メディアガーデン
	アリオ上田
岐阜県	岐阜市役所
	可児市役所
静岡県	JR静岡駅北口地下広場イベントスペース
愛知県	JRゲートタワー イベントスペース
三重県	ララスクエア四日市 イベントスペース
滋賀県	イオンモール草津
京都府	ゼスト御池河原町広場
大阪府	なんばCITY本館 地下1階ガレリアコート
	大阪ステーションシティ南ゲート広場
奈良県	橿原市役所 分庁舎1階屋内交流スペース
和歌山県	和歌山市役所 1階ロビー
兵庫県	神戸ハーバーランドumie センターストリート1階 中央特設会場
鳥取県	米子コンベンションセンター
島根県	松江テルサ
岡山県	エキチカひろば(岡山駅南地下道 ももたろう観光センター前広場)
広島県	シャレオ中央広場
山口県	シーモール下関 2階広場サンパティオ
徳島県	ゆめタウン徳島 1階セントラルコート
香川県	イオンモール高松店 1階サンセットコート
愛媛県	松山三越
高知県	オーテピア高知 4階研修室
福岡県	アクロス福岡アトリウムスペース
	JR吉塚駅コンコース
長崎県	長崎県庁エントランス
熊本県	下通アーケード ココサ前
大分県	JRおおいたシティ タイムズスクエア
宮崎県	宮崎山形屋 四季ふれあいモール
鹿児島県	マルヤガーデンズ7階 ガーデン7
佐賀県	佐賀県庁(10/2開催)

※沖縄会場は台風のため中止



法律 相談

Vol.44

Question



投資用マンションを購入しました。広告では、空き地があるから駐車場収入を得られると表示されていましたが、購入後、条例によって空き地を駐車場として貸すことはできないことが判明しました。売主と仲介業者に損害賠償を請求することができますでしょうか。

Answer

1. 損害賠償請求できる

売主と仲介業者のいずれに対しても、損害賠償請求をすることができます。

2. 説明義務

宅建業者は、不動産取引に関して知識を有する専門家です。消費者が購入しようとする物件に関して、正確な情報を提供しなければならない立場にあり、不正確な情報を提供して購入・不購入の判断を誤らせないようにする信義則上の義務があります(東京高判平成11.9.8。判時1710号110頁)。不正確な情報提供によって一般消費者に損害を被らせた場合には、損害賠償責任を負います。

東京地判平成30.7.11(2018 WLJPCA07116005)では、投資用マンションについて、空き地を利用し

て駐車場収入を得られると広告表示をしていたにもかかわらず、実際には条例によって空き地を駐車場として貸すことができなかった事例において、買主から売主と仲介業者への損害賠償請求が認められています。

3. 東京地判平成30.7.11

(1) 事案の概要

①Xは、平成27年12月28日、Zの媒介により、Yとの間で土地建物を代金5,680万円で購入した(本件売買)。売買対象の土地建物は、4室のアパートとその前面の駐車場であり(Yがアパートを設計・建築している)、本件売買は、賃料収入を得ることを目的とするものであった。

Zは、Yから得た情報をもとにして、「希少駐車場2台分付」と記載した販売広告を作成し、これをXにメールで送信していた。販売広告には、想定賃料についてワンルーム4

室が25万円(6万円が2室、6万5,000円が2室)、駐車場が4万3,200円(2万1,600円が2台)と記載されている。

②本件売買の後、Xから駐車場部分を賃借した賃借人が自動車の保管場所標章(車庫証明)を取得しようとしたところ、この駐車場部分は窓先空地*であって、東京都建築安全条例19条によって物を置くことができない場所であったために、車庫証明の交付を受けることができなかった。

③実際には2台分の駐車場収入を得ることができない物件であったのに、販売広告には2台分の駐車場収入を得る可能性がある物件であると記載されており、正確な情報が提供されなかったとして、Xは、YとZに対して損害賠償を求め、訴えを提起した。判決では、不正確な情報を記載した販売広告を作成してXに提供したことについて不法行為が成立するとして、Xの請求が肯定された。

山下・渡辺法律事務所 弁護士 渡辺 晋

1980年一橋大学卒業、三菱地所入社。1989年司法試験合格。1990年に三菱地所退社。1992年弁護士登録(第一東京弁護士会所属)。日本大学理工学部まちづくり工学科非常勤講師。近著に『民法改正の解説』(2017年6月、住宅新報出版)など多数。



(2) 裁判所の判断

「本件売買契約時、駐車場部分は窓先空地又は避難経路として駐車場として賃貸することができなかつたのであるから、これを駐車場と表現することは、収益物件としての売買目的物である本件土地建物の販売広告としては不正確な情報を記載したものであり、誤認を生じさせるものであったといわざるを得ない。

Yは、建物を設計・建築し、駐車場部分が窓先空地又は避難経路であると認識していた又は認識し得たにもかかわらず、不正確な販売広告を作成してZに提供し、Zが平面図を転載して販売広告を作成して、Xに土地建物の購入を勧誘していることからすると、Yが不正確な情報を記載した販売広告を作成してZに提供したことは、買主であるXとの間で不法行為が成立するというべきである。

また、本件建物が4室のアパートであること、販売広告の記載内容からすると、Zにおいても土地建物は収益物件として売買を媒介する物件であることを認識していたと認められる。そして、Zが宅地建物取引業者であることに照らすと、土地建物を収益物件として売買するに際して、土地建物にかかる法令上の制限について、誤解を生じさせる記載がある広告を使用しないようする注意義務があ

ると解するべきであり、収益物件として駐車場付きの物件である旨の記載のある販売広告を使用する前提として、駐車場部分を賃貸用の駐車場として使用できるか否かについて調査する義務があったというべきである。そして、Zは同調査をすることなく、漫然とYから提供された平面図を使用して広告を作成し、さらに、駐車場2台分付きの記載を強調しており、上記義務違反として不法行為の成立を免れないというべきである」。

4. まとめ

宅建業者は不動産取引の専門家ですが、建築関連法規は膨大な数があり、そのすべてのチェックが求められるわけではありません。しかし、不動産の購入者において、購入動機に

直接に影響するものについては、確実にこれを調査し、その結果を購入者に説明する必要があります。条例が投資目的の不動産購入者の収入に直接に影響するような場合には、条例についても調査し、説明することは、宅建業者の義務ということになります。

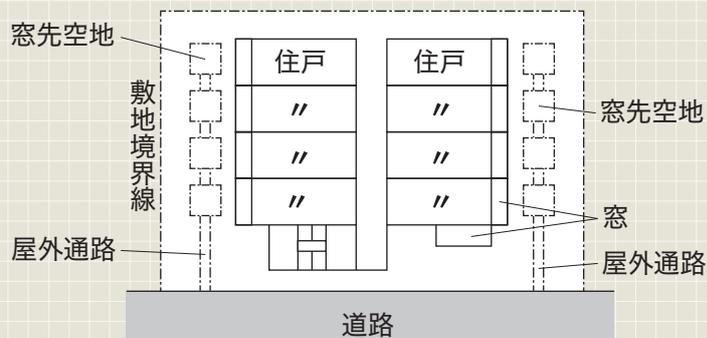
※ 災害時の安全な避難と良質な住環境の確保のために共同住宅等の居室の窓の前面に設けられた通路や空地のことで、1階住戸の窓に面する敷地部分に設けられた空地の幅員等は、建物の規模に応じて定められている。東京都や横浜市など一部の自治体でのみ実施されている。

東京都建築安全条例19条

共同住宅の住戸若しくは居室の居住の用に供する居室のうち一以上は、次に定めるところによらなければならない。

- 一 略
- 二 次のイ又は口の窓を設けること。
 - イ 略
 - 口 窓先空地(通路その他の避難上有効な空地)に直接面する窓

<窓先空地のイメージ図>



👉 今回のポイント

- 宅建業者には、不正確な情報を提供して購入・不購入の判断を誤らせないための信義則上の義務がある。
- 投資用物件の販売・仲介において、買主にとって駐車場からどれだけの賃貸収入が得られるかは重要な情報であり、宅建業者は、駐車場の賃貸収入に関する情報について、これを正確に伝えることが求められる。
- 法令上窓先空地として物を置くことができないにもかかわらず、そこから駐車場収入が得られるような広告を行って勧誘し、投資用物件を購入させた場合には、売主・仲介業者は、買主に対して損害賠償の義務を負うことになる。



売買
仲介営業

Vol.4

売上規模ごとの業績アップ手法

株式会社船井総合研究所
不動産支援部 グループマネージャー シニア経営コンサルタント **小寺 伸幸**



住宅・不動産会社に対して、事業計画の戦略・立案・実行支援、新規事業立上げ、マーケティング開発など、多岐にわたり、業績アップに関わるコンサルティングの実績がある。また、企業の永続と持続的成長を両立させるための「経営計画書作成」「ミッション・ビジョン構築」など、業種業態を超えた提案にも注力している。



ここ数年ずっと売上が横ばいで、会社を成長させることができずに困っています。社内の課題はたくさんあり、どこから手を付けていけばいいのかわかりません。売上を継続的に伸ばしていくためにはどうすればいいのでしょうか？

Answer

不動産売買店舗の業績アップ手法は、店舗売上に応じて、実践すべき内容と浮上する課題は異なっていきます。当然ながら地域差はもちろんありますが、売上規模ごとの業績手法についてお伝えします。

1. 業績アップの3つのステップ

売買業務を行う各店舗における業績アップの段階は、次の3つのステップに分けることができます。

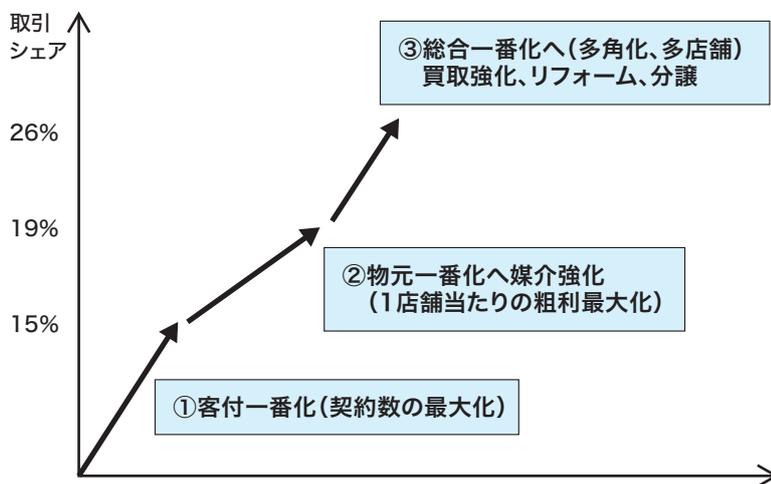
STEP1は、毎月の業績を安定させるために買い仲介の強化を図る必

要があります。そのためには、集客、営業の強化を図ることが何より重要です。月間60件の反響、契約数10件は必達したいところです。集客数がある程度あり、営業社員の育成が進んでいる会社は、人を採用すれば概ね比例して売上が上がるため、採用への投資を意識したいです。また並行

して人材育成の仕組み化を進めていただきたいです。

STEP2は、媒介強化を図らないと集客数が伸びなくなってくる段階だと思います。理由としては、取扱い物件が伸びないため、ポータル反響を伸ばせない、他社も同様の物件を取り扱っているため、集客する上で

図表1 商圏内契約数のうち自社取引件数の比率



※エリアによって上記の数字は異なります(対応商圏が大きくなるほどシェアアップを図ることは難しくなります)。

【STEP3 総合一番化へ(多角化、多店舗)】

- ・到達点:シェア26%
- ・買取強化
- ・リフォーム提案強化
- ・分譲スタート

【STEP2 物元一番化へ媒介強化】

- ・到達点:シェア19%
- ・一括査定サイト&売却チラシ&自社ホームページ
- ・相続DM(空き家)

【STEP1 客付一番化】

- ・到達点:シェア15%
- ・圧倒的契約率
- ・圧倒的集客力
- ・採用・育成の仕組み化

【STEP0 売買仲介スタート】

これ以上工夫できないなどです。新築仲介をメインにしている会社も売上が頭打ちになる段階だと思います。さらに、1拠点当たりの業績アップを図るためには不動産仕入れを強化する必要があるため、売却の専任化を行い、媒介強化をしてください(『月刊不動産』7月号P.12~13参照)。

STEP3は、多角化(業態付加)を進めてもう一段階業績アップを図ってください(新規事業の種まきは、経営が順調な時期に行う。図表1)。具体的な1つの取り組みとしては中古仲介+リフォームの業態を立ち上げます(9月号P.12~13参照)。

2. 売上規模ごとに浮上する経営課題と改善に向けた取り組み内容

手数料売上1億円までは社長のマンパワーで持っていける段階です。中小企業の売上は99%社長で決まるといわれています。この段階は社長自ら現場に入って数字作りを行い、営業管理をしたいところです。

次に手数料売上1.5億円は社長のマンパワーだけでは調達できない段階です。理由としては、年間契約数が100件を超えるため、社長が管理できる数字ではクリアできなくなってくるので、数字を作れる営業社員

を3名程度採用して育成する必要があります。

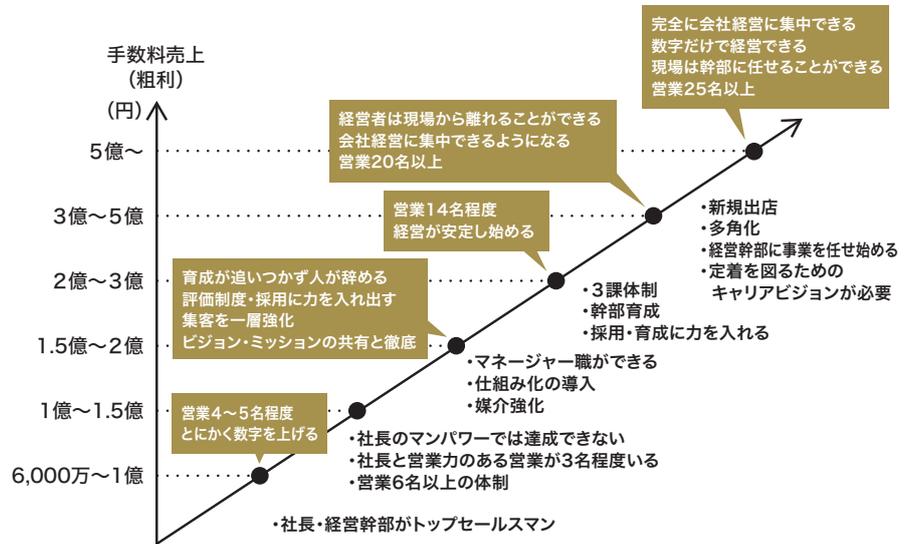
手数料売上2~3億円の段階では、集客、営業の仕組み化および幹部の育成をしていく必要があります。ここに注力しなければ、人を入れても数字が全く伸びない状態に陥る可能性があります。人を辞めさせない環境づくりとして、育成が追いつかないと、営業社員が増えて人件費が膨らみますので、仕組み化、幹部育成、採用、集客、営業社員の育成の順番で取り組む必要があります。社員が退職する多くの理由は、個人の数字を作ることができないことがほとんどだと思います。このため育成・定着は重要です。このあたりから、人を増やすことで集客数が上がってくること

が多いため、次は媒介の強化を図っていく必要があります。

手数料売上3億円以上になると経営はある程度安定し、数字だけで経営できるようになってくると思います。ここからは、幹部の育成、採用、集客の3つが経営者の仕事になります。現場に出て営業する機会を控え、上記の3つに集中できる環境づくりをしましょう。

持続的な成長戦略を描き、毎年2ケタ成長していけるよう、今年の年末までに振り返りと来年の取り組むべき重要事項を決めて社員と共有して実践していただきたいと思います。まずは、自社の次のステップ到達時に挙がっている経営課題と、具体的に取り組む実践内容を確認しましょう(図表2)。

図表2 業績を上げ続けるために取り組む内容



今回のポイント

- 売上規模ごとに共通の経営課題があるため、先回りして課題を解決しておく。
- 業績が停滞する理由の多くの課題は人材に関する内容である。人材投資(採用・育成)に経営資源を集中させる。
- 新規事業(新業態)の種まきは経営が順調な時期に行う。
- 社長自ら自社の成長戦略を描き、社員と共有して実践していく必要がある。



賃貸管理
ビジネス

Vol.28

繁忙期前の空室対策

オーナーズエージェント株式会社
コンサルティング事業部部長

今井 基次



賃貸管理ビジネスを行う企業に対しての経営・管理業務コンサルティング支援を行う一方、個人のファイナンシャルプランニング、相続、権利調整、土地活用、空室対策、賃貸住宅企画などの不動産コンサルティングも行っている。CFP®、CPM®等の資格を有する。



管理戸数が順調に増えているのですが、そのたびに空室戸数も増えてしまっています。空室対策のために大型のリノベーション提案などをして、大家さんの予算が取れず断念してしまいます。高額な予算をかけずにできる空室対策などがあれば、教えてください。

Answer

入居希望者に物件を選んでもらうためには、「ここに住みたい!」と思わせることが必要です。そのためには条件面、見せ方、清潔感など、最低限のことを行いましょう。さらに、ただの「空室」を見せるよりも「モデルルーム」を作ることによって、生活イメージや興味づけがしやすくなります。ローコストの家具もあるため、積極的に活用してみましょう。

1. 契約条件の適正化と「見せる」部屋を意識する

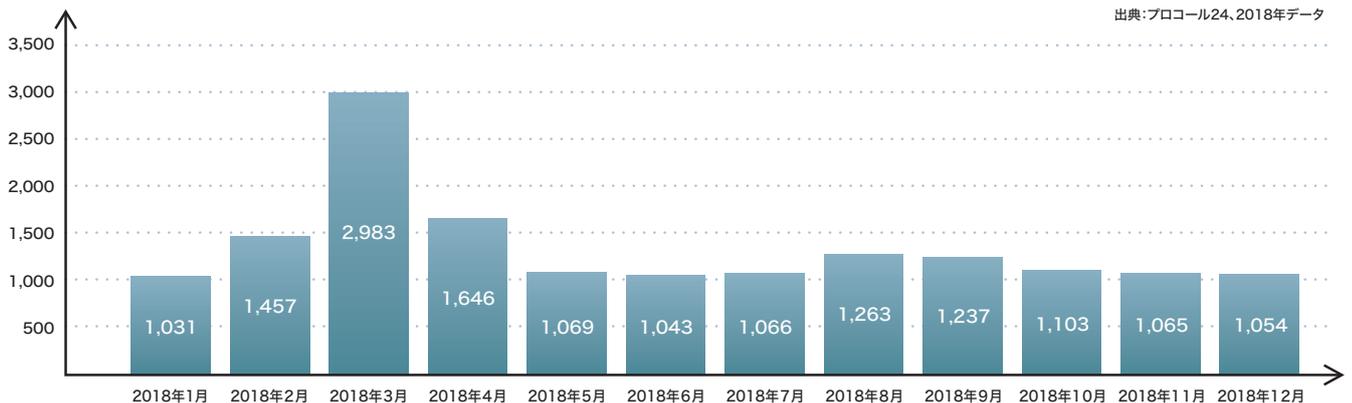
賃貸借契約数の38%が、繁忙期といわれる2月から4月の3カ月間に締結されている(図表)。この期間は需要が大幅に増加するため、1年を通じて、またとない入居月のチャンス

が訪れる。しかし、入居が増える一方で退去も増えるため、空室対策の戦略を立てずにいると、決まりやすい物件が決まるだけで、長期空室などは結局繁忙期を過ぎても空室のままになってしまう。年々、市場の空室率が上昇していく中で、言ってみればライバル物件は市場に余るほど存在し

ている。その中で、どのように差別化していけるかがカギとなる。ただ、特別なことをやる前にまずは当たり前のことを進めなければならない。

はじめに物件の相場観。同程度のスペックのライバル物件より割高ということでは、インターネットで容易に価格を比べられる現在では、内見す

図表 新規契約数(部屋)



ら入らないということになる。諸条件を俯瞰して見たときに、家賃だけではなく契約条件が市場で適正になっているのかを判断すべきである。

次に、写真の精度を高める必要がある。不動産ポータルサイトを見ていると、以前よりは良くなっているが、写真のクオリティが著しく低いものがある。せっかく物件が良くても、写真が暗かったり、斜めに写されたりしているものは、興味づけできないため、見てみようと思わせる機会を損失している可能性がある。

そして、何よりも重要なことは、物件が清潔に保たれていることである。長期空室物件などを見ると、ほとんどの場合で室内だけでなく、共用部が汚れている。夏場は外部階段や廊下の共用灯に大量の虫が寄ってくる。そこに蜘蛛の巣がはりめぐらされて、虫の死骸がたまればあつという間に不潔な共用部になる。仮にその状態で内見が入ったとしても、入居希望者からしてみるとかなりのマイナスポイントになる。賃貸住宅の入居者にアンケート調査を各地で行ったところ、誰もが口をそろえて求めることは、物件が「清潔」に保たれていることだった。日本人は諸外国の人に比べて、清潔感の意識が高いため、当たり前のことであるが、かなり気を使ったほうがよい。

2. モデルルームによる 空室対策でオーナーの 意識改革へ

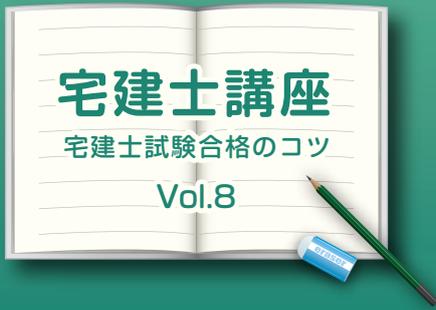
頻繁に入退去が繰り返される賃貸住宅は、手間がかかるためあまり行われませんが、「モデルルーム」を作ると容易にライバル物件と差別化しやすい。最近では製造から小売までを一貫して行う、スウェーデンのメーカー「IKEA」や、国内でも「ニトリ」などがある。これらの特徴はローコストで家具を調達できるため、近隣にあれば積極的に活用したい。特にIKEAには商品数もさることながら、店内やネット上でのモデルルームがあるので、それを参考にするとイメージも湧きやすい。モデルルームに関しては自分たちで家具を選定するのではなく、インテリアコーディネーターなどを活用してほしい。費用はいくらかかかってしまうが、全くの素人が部屋づくりをするよりもかなりデザイン性が高まる。家具の設置までの労力やコストを考えるとやり切れないという声も上がるが、それでも何もない空室より、「簡易モデルルーム」のように、ちょっとしたものを

を設置するだけでもよい。例えば、照明、小型のキャビネット、小さな植栽、ビーズクッション、ラグマットなどがあれば、それなりの見栄えになる。設置も容易で、仮に入居が決まればすぐに別の部屋に移し替えることができる。インターネットで調べると、簡易モデルルームレベルであれば、2万円くらいで購入が可能だ。仮に家賃が6万円であれば10日分の賃料である。何カ月も空かせてしまうよりは、数万円で投資をして早めの成約が可能になれば、オーナー提案がしやすい。オーナーの立場からしてみると「空室を放置されて、何も提案がない」と、管理会社への信頼を一気になくすことになる。まずは小さな空室対策の提案をしていけば、オーナーの意識を変えることにもつながるため、積極的に活用していきたい。繁忙期という絶好のチャンスを見逃さないためにも、早めのオーナー提案で入居率を高めていきたい。



👉 今回のポイント

- 繁忙期は入居率を高める絶好のチャンスであるため、繁忙期に向けた空室対策の戦略を立てる。
- 物件広告の写真の精度を高めたり、部屋を清潔に保ったり、きれいに見せる努力をする。
- インテリアコーディネーターを活用したモデルルームや、照明や植栽などを設置することをオーナーに提案して、オーナーの意識を変え、空室対策につなげる。



業務上の規制

宅建業法7 ～事務所・案内所等に関する規制～

宅建業法には、事務所・案内所等に関連したさまざまな規制が定められています。それぞれの規制において対象となる案内所等の範囲には違いがあり、整理して覚えておかないと横断的な知識を問う複合問題などに対処できなくなってしまいます。間違えやすいポイントを押さえたうえで、この点を整理しましょう。



標識の掲示

宅建業者は、下記の場所ごとに、公衆の見やすい場所に、国土交通省令で定める標識(宅地建物取引業者票)を掲示しなければならない。

- ① 事務所
- ② 継続的に業務を行うことができる施設を有する場所で事務所以外のもの(営業所、出張所等)
- ③ 一団(10区画以上または10戸以上)の宅地建物の分譲を行う場合の案内所
- ④ 他の業者が行う一団の宅地建物の分譲を代理・媒介する場合に設置する案内所
- ⑤ 業務に関し、展示会その他これに類する催しを実施する場所
- ⑥ 一団の宅地建物を分譲する場合における当該宅地建物の所在する場所

②～⑤について、その場所で契約行為(申込みの受付または契約締結)を行う予定があるかどうかは関係ない。契約行為の予定がなくても、標識は掲示しなければならない。また、案内所がテント張りかどうか関係ない。⑥は、要するに、一団の宅地建物の分譲をする場所で案内所を設置しない場合でも、標識が必要になることを意味する。



事務所ごとに必要なもの

(1) 事務所に必要なもの

宅建業者の事務所には、次の5つのものが必ず必要となる。

- ① 専任の宅建士
- ② 報酬額の掲示
- ③ 従業者名簿の備付け
- ④ 帳簿の備付け
- ⑤ 標識の掲示

ゴロ合わせでこう覚えよう!

報酬つきの→報酬
正直→標識
宅建士→専任宅建士
ちょうど→帳簿
10名→従業者名簿

(2) 案内所等に必要なもの

案内所等では、常に必要なのは、上記⑤の標識の掲示だけである。さらにその案内所等で契約行為を行う予定があるときは、①の専任の宅建士も必要となるが、②～④は一切必要ない。

(3) 従業者名簿と帳簿の保存期間

従業者名簿	宅建業者は、従業者名簿に最終の記載をした日から 10年間 保存しなければならない。 ★従(じゅう)業者名簿だから 10(じゅう)年 と覚えよう!
帳簿	宅建業者は、業務に関する帳簿を各事業年度の末日に閉鎖し、その後 5年間 (宅建業者が自ら売主となる新築住宅に係る帳簿は10年間)保存しなければならない。 ★免許は 5年ごと に更新だから、 帳簿も5年保存 と覚えよう!

植杉 伸介



早稲田大学法学部卒業。宅建士、行政書士、マンション管理士・管理業務主任者試験等の講師として30年以上の実績がある。『マンガはじめて建物区分所有法 改訂版』(住宅新報出版)など、これまでに多くのテキストや問題集の作成に携わり、受験勉強のノウハウを提供している。



案内所等の届出

宅建業者は、申込みを受け付ける等の契約行為が事務所以外(以下の①～④)で行われる場合、成年者の専任の宅建士を1名以上設置する義務があり、場所や業務期間等の一定事項を業務開始の10日前までに、免許権者およびその業務を行う場所の所在地を管轄する都道府県知事に届け出なければならない(免許権者が国土交通大臣の場合は、設置場所の知事を経由して届出)。

届出義務がある場所は、次のとおりとなる。

- ① 継続的に業務を行うことができる施設を有する場所で事務所以外のもの(営業所、出張所等)
- ② 一団(10区画以上または10戸以上)の宅地建物の分譲を行う場合の案内所
- ③ 他の業者が行う一団の宅地建物の分譲を代理・媒介する場合に設置する案内所
- ④ 業務に関し、展示会その他これに類する催しを実施する場所

論点の確認と
知識の定着を



過去問を解いてみよう！

【Q1】 宅地建物取引業者は、事務所以外の継続的に業務を行うことができる施設を有する場所においては、契約行為等を行わない場合であっても、専任の宅地建物取引士を1人以上置くとともに国土交通省令で定める標識を掲示しなければならない。(H21年 問42)

【Q2】 宅地建物取引業者は、その事務所ごとに、従業者名簿を備えなければならないが、当該名簿については最終の記載をした日から10年間保存しなければならない。(H24年 問40)

👉 こう考えよう！<解答と解き方>

Answer 1

解説



契約行為等を行わない場合は、標識の掲示は必要であるが、その場所で重要事項の説明は行わないため、専任の宅建士を置く必要はない。

Answer 2

解説



従業者名簿は、事務所ごとに備え置く必要があり、最終の記載をした日から10年間保存する必要がある。

不動産テック時代の到来

進む！業界の

IT化

Vol.8

業界におけるSNSとVRの活用法



今回は、IT化を進めるための社内業務の効率化をテーマにしました。今回は、業務効率以外にコミュニケーション、集客、広告、成約につながる要素となるITの活用を解説します。

01

スマホ普及と密接なユーザー世代

不動産業界におけるITとは、多種多様なサービスがあり、特徴や効果も様々です。その中でもユーザーへのアプローチとコミュニケーションについてどのように取り組むかを考える必要がある時期にきています。それはスマートフォンの普及と大きな関係があります。インターネット接続に使用する端末が、20代では94.8%、30代92.5%、40代86.9%（図表）とかなり高い水準に達しています。不動産購入世代といわれて

いる30～40代においても大半がインターネットはスマートフォンで利用しています。賃貸住宅の需要が多い20代ではショッピングの主流はスマートフォンとなっています。

02

SNS広告の特徴と、業界での活用法

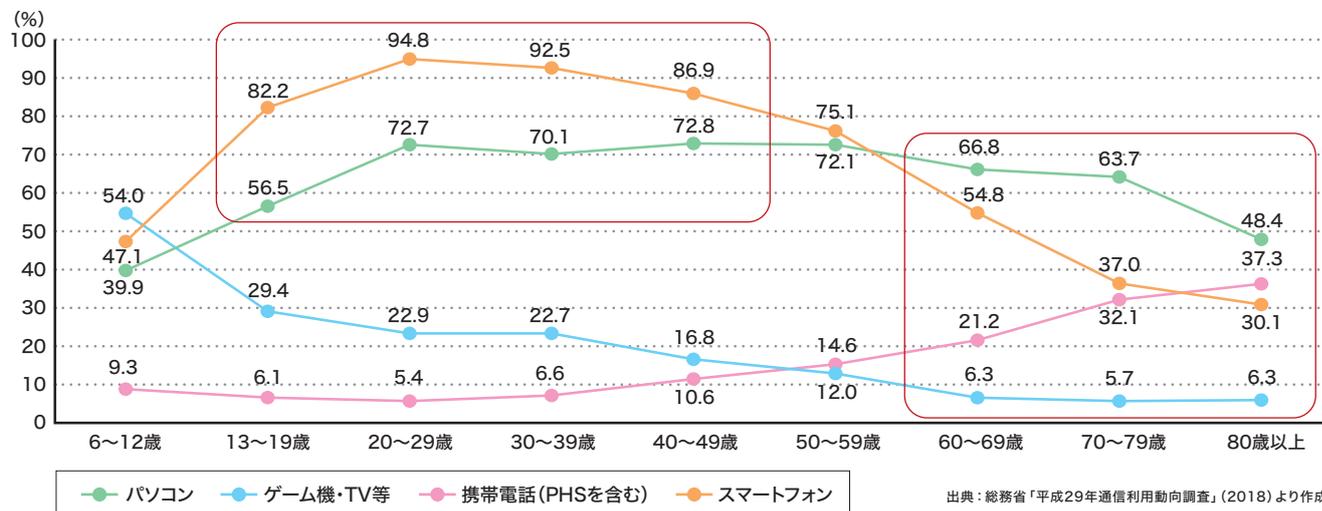
物件情報の発信で多く使われるのは物件情報ポータルサイトで、既に社会的な認知も実績も、多くあると思います。

その他、近年の情報発信のツールとして代表的なサービスは、SNSでしょう。日本においてはLINE、

Facebook、Twitter、Instagram、YouTubeを多くのユーザーが利用しています。これらのアプリは、生活の一部となっているため、現在多くの企業がSNSでのマーケティングに力を注いでいます。

SNSの各アプリの特徴はそれぞれありますが、多くは広告での利用が適しているといえます。SNS広告の一番の特徴は、市場に対してターゲットを絞ってマーケティングを展開できることです。メリットは、リアルタイムに発信でき、即座に双方のコミュニケーションが取れること。デメリットは、更新しないと信頼

図表 インターネット接続端末



VR内覧のイメージ



性が損なわれ、逆効果となるため、手間のかかる要素があります。

不動産業界におけるSNS広告の活用状況は、下の表のとおりです。ホームページと違い、SNSは各自の興味のあるような情報を提供できるということになります。

情報発信	新着情報、新着物件、イベント情報
広告	投資、売買物件を探している人向け
ブランディング	企業イメージ、成約情報

03

VR(仮想現実)とAR(拡張現実)が不動産業界の満足度を変化させる

VRと不動産業界との相性は良いとされています。業界で活用するVRは、WEB上で建物の外観や内観、周辺環境を360度閲覧できるサービスで、ユーザー、不動産会社の時間効率が格段に上がります。特に遠方のユーザーが物件の内見をする

際にVRでカバーできるため、当然、不動産会社の同行の負担も軽減できます。つまり、ユーザーはいつでも、どこでも内見できるということになり、「見るものから知るもの」へと変化しています。VRで内見して物件を決め、申込みや契約するユーザーも増えています。専用の機器を購入し、自社でデータを作成することも可能です。また不動産のVRサービスを提供している会社もあります。既にスタートしているIT重説よりも業務効率は上がると考えられています。

不動産仲介において、ユーザーとコミュニケーションをとるのは、そのほとんどが物件を探すタイミングと

なります。そのときのコミュニケーションが潜在的な集客を生む可能性があるため、チャンスを逃さないことが大切です。ただし、情報発信としてのSNS広告は、会社や商品イメージの価値創造や構築をする意味合いも強いいため、短期的にとらえるとIT化の効果はすぐに目に見える結果として表れず、売上アップや利益の向上につながるまでには時間がかかります。業務効率などのIT化も人材を育成するのと同じように時間をかける必要があります。効果を早く求める場合は、コストを多くかけられる物件をサービス提供会社に任せるのがよいと思います。

日本スキズ株式会社 代表取締役
一般社団法人日本不動産賃貸経営適正化協会 理事

長谷川 良光

東京都生まれ。1999年日本スキズ株式会社を設立。2000年不動産業務用ソフトシリーズ「SUPER Links」をリリース。2001年に間取り図作成代行サービスを開始し、2016年10月には「SUPER LinksWEB」間取り図作成クラウドサービスを開始。全国の不動産協会、団体、企業のIT関連講師を務めるほか、大中小を問わず不動産会社内の業務ソリューション構築に携わる。





物件調査のノウハウ Vol.8

不動産物件調査技術の基礎 ～法務局調査編～

公図や登記事項要約書で行う 物件の特定と周辺調査

法務局で行う不動産調査には、大きく分類すると、2つの目的があります。第一の目的は、物件特定作業。そして、第二の目的は、権利関係の調査となります。法務局で取得できる書類について順番に解説します。

地番の探索の仕方

法務局では、「地番」により不動産物件を整理しているため、地番の情報入手が必要です。地番は必ずしも、住居表示と一致していません。住居表示しかわからない場合、法務省のウェブサイト「**登記情報提供サービス**」を利用すると、住居表示から地番を検索することができます。このサービスを受けるには、あらかじめ登録をしておく必要があります。

一方、法務局では『**ブルーマップ**』を整備しています。ブルーマップの地図上にある“ブルー”の数字が「地番」です。“黒色”の数字が住居表示です（ポイント1）。この作業で、調査対象地の「おおむねの地番」を特定することができます。

「地図」と「地図に準ずる 図面」の違い

緑色の申請書を使って、おおむねの所在・地番で公図を取得するとき最初に大切なことは、一番下の印鑑の上に記載されている文章を確認することです。「これは**地図に記録されている内容を証明した書面である**」

と記載されている場合は、最高裁が「不動産登記法第17条所定の登記所備付地図（現時点では法第14条地図）は、**現地指示能力及び現地復元能力を有し…**」というほど、重要な書類です（ポイント2）。何らかの形で、境界確定をしている可能性があるため、「この後、境界確定測量図を探す」と考えておきます。一方、「これは**地図に準ずる図面に記録されている内容を証明した書面である**」と記載されている場合は、最高裁は「原判決が所論公図を挙示の証拠に対比して証拠として採用しなかった点に所論違法は存しない」として、**証拠能力はありません**。

公図の端に位置する 調査地の調べ方

せっかく取得した公図を見ると、調査対象地が一番端に位置していて、その周囲の地番が不明な場合があります。隣地は水路や道路かもしれません。その際は、再度『**ブルーマップ**』を閲覧し、調査地が水色で区画された範囲外で最も近い地番を選び、再度、公図の写しの申請をします。交付された2種類の公図を接合すると、全体の地形がはっきり見えてきます。

それでも2つの公図が、ぴったり一致せずに、全体の状況を把握できない場合があります。その際は、市区町村役場の固定資産税調査課に行き、「公図を調査した『**地番調査図**』をください」と言って申請します。この呼び名はさまざまですが、全体的に描かれた公図として、不明箇所が明らかになります（ポイント3・4）。

登記事項要約書の 取得の目的

ここまででは、調査地はおおむねの地番でしか調査ができていません。次に行うのは、茶色の申請用紙で、調査対象地と考えられる土地に隣接する土地の登記事項要約書を申請します。この申請には、2つの目的があります。**第一の目的は**、売主が保有する土地は、該当地以外には存在しないことの確認です。このことを確認した時点で、取引対象地の地番を特定したことになります。**第二の目的は**、隣接地の所有者は、「社会通念上、嫌悪されるような施設や団体等」ではないかどうかを確認します。注意しなければならないポイントは、登記事項要約書には、法務局のスタンプや印鑑がないことです。つまり、いつ調査をしたかとい

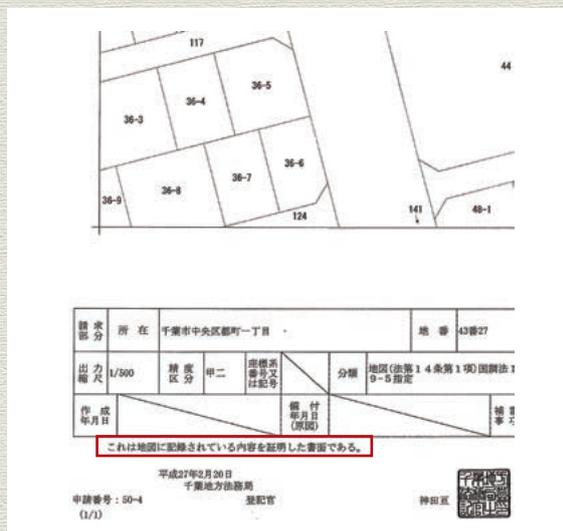
ポイント1

この『ブルーマップ』に記載されている水色の数字は「地番」です。黒色の数字は「住居表示番号」です。



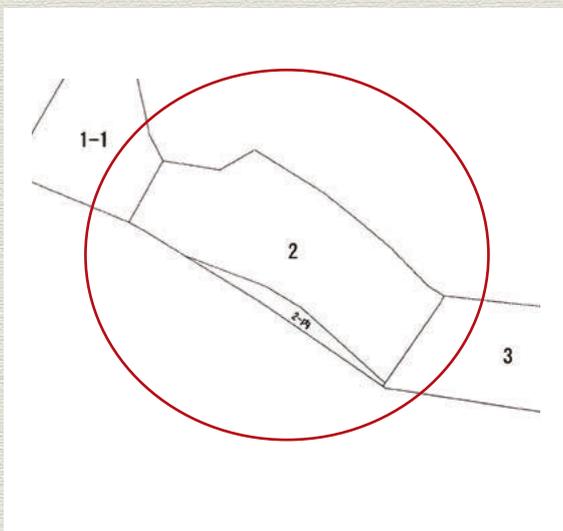
ポイント2

このような公図を取得した際、「これは地図に記載されている内容を証明した書面である」と記載されているときは、「現地指示能力及び現地復元能力を有し」ている、重要な書類です。



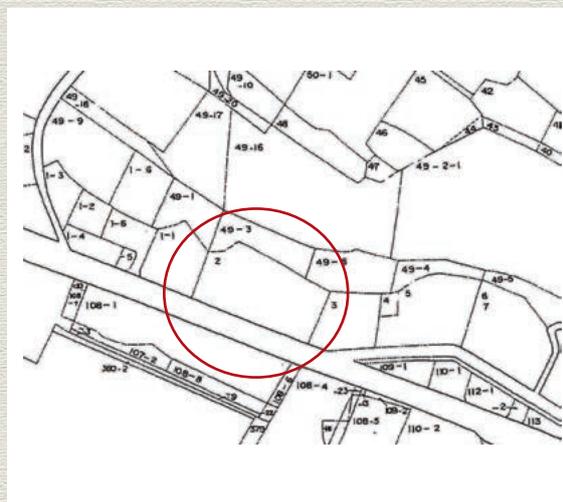
ポイント3

この公図だけでは、「2番」の土地は、道路が記載されていないため、敷地周囲の状況がわかりません。ポイント4の「地番調査図」と照合します。



ポイント4

固定資産税調査課では、ばらばらな公図を1つにして、わかりやすくするために、このような「地番調査図」を作成しています。有料になりますが、申請して取得できます。この図面から、隣接地や道路との接道状況を把握できます。



う記録がないわけです。このため、取得したら、必ず、登記事項要約書の余白に、「〇〇年〇〇月〇〇日、〇〇法務局〇〇出張所交付」と記載します。この記録は、この日に不動産業者が隣接地主を確認調査した証拠となります。

不動産コンサルタント 津村 重行

昭和55年三井のリハウス入社。昭和59年に不動産物件調査業(デューデリジェンス業)に注目し、消費者保護を目的とした不動産売買取引の物件調査を主な事業とする有限会社津村事務所を設立。研修セミナーや執筆活動等を行っている。著書に『不動産調査入門基礎の基礎4訂版』(住宅新報出版)などがある。





海外不動産事情 Vol.8

海外の市況と賃貸・売買・投資状況 中国編④

中国住宅市場の 独特なシステム・住宅購入制限令

中国では、都市における住宅価格高騰を抑えるため、各地方政府の条例により住宅購入に条件が付く「購入制限令」という制度があります。自由な日本の市場に親しんだ私たちが聞くと仰天するような制度ですが、この制度がどのようなものか、またその背景について考えてみましょう。

菱村 千枝

不動産鑑定士。一般財団法人日本不動産研究所勤務を経て、2005年から中和資産評価事務所(北京)にて、海外資産評価業務に従事。中国沿海部諸都市で企業・不動産評価経験多数。2013年より不動産鑑定工房株式会社専任不動産鑑定士・取締役就任。著書に『中国投資・ビジネスガイドブック』(NNA出版)など。



1. 住宅購入制限令のはじまり

「購入制限令」の制度が始まったのは、2010年5月の北京からでした。2008年のリーマンショック後に4兆元の経済対策を行った中国では、金融緩和により資金が急速に不動産に流入し、大都市において住宅価格の急激な上昇が始まりました。政府は価格抑制の手段として、住宅購入に資格を設けて、需要を絞るといった政策を開始しました。政府が市場に規制をかけて政策的に市場を誘導することを、中国では「マクロコントロール」と呼んで、さまざまな分野においてこれが行われています。まさに計画経済の一端といえましょう。

北京在住の世帯は、新たに一戸のみ分譲住宅を買うことができます。住宅を購入する際には「家族構成申告書」という書類を提出しなければなりません。家族1人ひとりの国民ID番号、戸籍、住宅購入者との関係などを記載し、これを市政府が厳しくチェックし、当該世帯に住宅を購入する資格があるかどうかを審査するのです。2010年に始まった制限令はその後厳格さを増しました。2016年の北京の制限内容は図表のとおりです。購入資格のみならず、購入する住宅が何軒目の住宅かにより、ローンの頭金の割合に差が付けられます。1軒目の場合は最低35%、2軒目は最低50%、事務所などの場合は70%の頭金が要求されます。

マクロコントロールは、全国各地の市政府が、現地の市場の動向や社会環境を考慮して独自に行いますので、都市ごとに異なる内容の購入制限が行われています。

中国政府は2010年5月に北京で始めた購入制限令をその後、全国の「重点都市」といわれる49都市において拡大させていきました。都市の規模によりそれぞれ特徴はありますが、概ね当該都市に戸籍のある家族世帯は住宅を最大2戸まで所有でき、戸籍のない世帯は個人所得税・社会保険完納年数を条件に最大1戸まで、完納証明のない世帯は購入不可能、といったところは共通です。上海では、資格要件に加えて金融面からも厳しい制限があり、購入時に頭金をローンで借りることや、つなぎローンの利用も禁止されています。

その後2014年ごろに、地方都市では住宅価格の高騰が収まっていき、徐々に購入制限令は解除されていきました。ただし、人口の流入傾向が続く、北京・上海・広州・深圳の4大都市およびバブル傾向のある海南

図表 北京の住宅購入制限令の内容(2016年)

区分		住宅購入資格	購入可能な最大戸数
北京戸籍を持つ	単身者	—	1戸
	世帯	結婚していること	2戸
北京戸籍を持たない単身者または世帯		北京において個人所得税と社会保険を連続して60カ月納付済	1戸

省の三重においては、購入制限令はなお継続しています。

2. 購入制限令の背景 ～貧富の格差が大きい中国

日本人なら、住宅がよく売れば結構ではないか、なぜ購入制限などしなければならないかと不思議に思われるかもしれません。この背景には、貧富の格差が拡大し続ける中国社会の現状と、その修正を図る税制がうまく機能していないことがあると思われま

す。中国は、アジア諸国の同程度の所得水準の国の中でも極めて貧富の格差が大きい国といわれています。所得の格差が、沿海部と内陸部で4倍、都市と農村で3倍、都市の高所得者と低所得者で8倍あり、「所得の三重格差」といわれています。その最も所得の高い層である沿海都市の富裕層は、余剰資金を不動産にすぎ込む傾向があります。それは、「不動産こそが最も有利な資産保有の手段である」という強固な観念を人々が持ち続けてきたからです。また不動産所有にあまねく課税される「固定資産税」に該当する税が、個人の住宅所有に関しては免除されています。つまり保有コストがかからず、うなぎ上りに価値を増していく資産である「不動産」を持つことが、現預金よりもはるかに優れた貯蓄方法として選ばれてきたのです。

このように、富裕層の資金は値上がりを見込んだ不動産投機に注ぎ込まれてきました。住宅購入制限が行われる以前に、余剰資金で住宅を何軒も買った人は、特に人に貸すこともしないで、空室のまま放っておくことも珍しくありません。こうして大都市には夜になっても灯りのともらな



北京の街並み

「^{きじょう}鬼城」(幽霊ビル)と呼ばれる高級マンションが林立する事態を招いているわけです。

3. 相続税・贈与税のない世界

さらにもう1つ、日本と決定的に異なることがあります。中国では、現在のところ、相続・贈与税制がありません。親兄弟、親戚の間で、どのようにお金を融通し合おうと、贈与税の心配がないのです。大家族主義の中国ですから、親戚中から余剰資金を集めて、もうすぐ結婚する息子のために新しい家を買う求めることは日常行われています。三代で連結された家計で必要な資金を融通するのですから、値上がり間違いのないと考えれば、資金が不動産に集中するのも無理からぬことかと思えます。

このような背景から、富裕層の余剰

資金が投機に流れて住宅価格が上昇し、一次取得者が手の届かない水準にまで高騰する事態を避けるため、政府は住宅価格にマクロコントロールの手段を採用したというわけです。

4. マクロコントロールの様々な手段

個人の属性による購入制限というだけでも驚きますが、中国政府はこのほかにも、あの手この手で住宅の投機を抑え込むための政策を発動しました。「五限」と呼ばれる政策ですが、需要者に対してのみならず、供給者つまりマンションデベロッパーに対しても販売価格を抑制させるなどの方法で圧力をかけるやり方を併用しました。こうした、なりふり構わない市場への介入こそが民主主義国家とは異なる中国不動産市場の大きな特徴といえます。

政府による不動産投機抑制策「五限」(5つの制限)

1. 住宅購入資格を制限
2. 住宅ローン制限(金利上げ、頭金割合引上げ)
3. 開発業者に販売単価を抑制させる
4. 転売制限(一定期間転売禁止)
5. 分譲単価の引上げを禁ずる

新機能満載！
ラビーネット
のご紹介



新しい報酬額表に
必ず差し替えて
くださいね！

報酬告示の改正に伴う 「報酬額表」改訂のお知らせ

令和元年10月1日より消費税および地方消費税の税率が10%に引き上げられたことに伴い、宅地建物取引業者が宅地または建物の売買等に関して受けることができる報酬の額(昭和45年建設省告示第1552号)について改正がありました。

つきましては、令和元年10月1日以降に会員の皆様の店舗におかれましても、差し替えをしていただく必要がございます。『月刊不動産』令和元年10月号(先月号)同封の報酬額表をご利用いただくか、下記の方法にて、ホームページよりダウンロードし、印刷をお願いいたします。



- ①ラビーネットにログイン
- ②契約書・書式集をクリック



- ③キーワード検索で「報酬額表」を検索



- ④PDFをダウンロード



不動産調査実務マニュアル アプリ版大好評配信中!(再掲)

『不動産調査実務マニュアル』は、不動産調査の実務を行う上での詳細手順・注意点などを示したとても役立つ全日オリジナルのアプリです。全日会員の方は無料でご利用いただけます。

本年3月に配信を開始し、これまでに多くの会員の方にダウンロードしていただいております。まだダウンロードしていない方は、この機会にぜひダウンロードください!

不動産調査実務マニュアルアプリ利用の手順

① PCでラビーネットを開いてログインし、「不動産調査実務マニュアル(アプリ版)」をクリック。



② スマートフォンやiPhoneでPC画面のQRコードを読み取り、アプリをダウンロードする。もしくは、スマートフォンやiPhoneでラビーネットを開いて、iOSの場合は「App Storeからダウンロード」をタップし、Andoroidの場合は「Google Playで手に入れよう」をタップしてダウンロードする。

※ App StoreやGoogle Playから直接ダウンロードすることも可能です。

QRコードの読み取り方法

[iPhone]
iPhoneのカメラを起動し、PC画面のQRコードにかざすと読み取ることができます。

[Android]
QRコード読み取り用のアプリをダウンロード、または、LINEの友達追加画面にあるQRリーダーをご利用して読み取ることができます。



③ アプリを起動し、PC画面のラビーネット上の「ログインQRコード」を読み取る。

④ スマートフォンやiPhoneで以下のように表示される。



ダウンロード版書式351.
売買調査シートと併せて
ぜひご活用ください。



※ QRコードはダミーです。ご利用の際はラビーネットからご利用ください。

埼玉県本部

TOPIC

第11回不動産セミナー・法定研修会で柴山(前)文部科学大臣を特別講師に

法定研修は、宅地建物取引業法64条の6の規定に基づき、宅地建物取引士の職務に関する必要な知識を習得するとともに、宅地建物取引業の業務に従事するにあたり、業務に必要な専門知識や業界を取り巻く動向について理解を深め、適正な業務遂行に資することを目的としています。埼玉県本部では、法定研修会を年3回開催しています。第1回と第3回は県内各地域の開催で、第2回は、埼玉県本部の全会員が一堂に会して実施しています。本年度の第2回は、去る7月1日(月)に「大宮ソニック大ホール」で開催しました。当日は、文部科学大臣(7月1日時点)で衆議院議員の柴山昌彦氏を特別講師にお招きしました。また、埼玉県都市整備部建築安全課の担当

者に、県への相談件数の多い事例を交えながら不動産取引の注意点を解説していただき、続いて公益社団法人首都圏不動産公正取引協議会には、不動産広告の違反の現状と適正化への取り組みを解説していただきました。

埼玉県本部は、今後も会員・消費者のためになるような公益性の高い事業に取り組んでまいります。



法定研修会の様子



特別講師の柴山昌彦(前)文部科学大臣

大分県本部

REPORT

令和元年度全日ステップアップトレーニング「売買基礎編」を開催

大分県本部では、令和元年7月9日(火)、全日大分県本部会館2階研修会場で全日ステップアップトレーニング「売買基礎編」を開催しました。当研修会は不動産取引に携わる方々のスキルアップに最適で、公益財団法人不

動産流通推進センターが発行する冊子を使って媒介業務の基礎を一から学べます。会員様はもとより一般参加も受け付けていて、今回は30名の参加がありました。また、10月17日(木)には「賃貸基礎編」を開催しました。



講師:大分県本部理事で株式会社コンス代表取締役の幸社一郎氏



講師:公益財団法人不動産流通推進センター講師で黒木事務所の黒木徹也氏



公益財団法人不動産流通推進センターの冊子



研修会の模様

大阪府本部

REPORT

「令和元年度第1回名刺交換・情報交換交流会」を開催

大阪府本部青年部では、50歳以下の会員関係者を対象に「名刺交換・情報交換交流会」を継続的に開催しています。今年度は、令和元年7月19日（金）午後6時よりOMMビル会議室にて、「第1回名刺交換・情報交換交流会」を開催しました。当日は、105名を超える会員関係者や、大阪府本部の総務委員長および支部長も参加し、皆様の積極的な名刺交換や情報交換の談笑により、会場は活気にあふれていました。今回は、過去にも参加したことがある方が半数近くおり、その中の約3割が取引につながっています。このような実績がある「名刺交換・情報交換交流会」は、毎回成長し続けている大変意義のある事業となっています。

また、青年部として普及を進めている「オレンジリボン活動」の一環として、当日お越しいただいた「認定NPO法人児童虐待防止協会」の方が、参加者にオレンジリボンバッジ購入による寄付活動の呼びかけを積極的に行いました。

青年部は、会員関係者のニーズやビジネスにつながるよう、当日の準備から運営・進行、参加者へのバックアップを積極的に務め、参加者から高い評価をいただいております。引き続き本事業を継続し、会員業者の発展に寄与できるよう取り組んでまいります。



午後6時から行われた
名刺交換・情報交換交流会



青年部 古角部長



総務委員会 大山委員長



青年部 平石副部長



認定NPO法人児童虐待防止協会
推進のオレンジリボン活動



当日は105名を超える参加者が集まった

兵庫県本部

REPORT

令和元年度第1回法定研修会を開催

兵庫県本部では、令和元年度第1回法定研修会を、7月9日（神戸会場）、7月12日（阪神会場）、7月18日（姫路会場）の日程で開催しました。講義内容は以下のとおりです。

1. 「消費税軽減税率制度等について」

講師：神戸税務署 担当者

2. 「必見！ラビーネット新機能」

講師：公益社団法人全日本不動産協会
流通推進委員会 担当者



7月9日開催の神戸会場の様子



7月12日開催の阪神会場の様子



7月18日開催の姫路会場の様子

Initiate Member

新入会員名簿

[令和元年9月]

都道府県	市区町村	商号名称	
北海道	札幌市	株式会社 スドウ建設	
	登別市	合同会社 立岩-Viking	
	磯谷郡	トラスト地所 株式会社	
	札幌市	株式会社 FULL COMMISSION	
	千歳市	株式会社 ベイフワード	
	函館市	有限会社 米田不動産	
	札幌市	株式会社 LAnd Will	
	青森県	弘前市	株式会社 キョウドウ
八戸市		有限会社 シーユーハウジング	
岩手県	花巻市	株式会社 興道舎	
宮城県	仙台市	有限会社 鎌田工務店	
	多賀城市	合同会社 TRM	
	仙台市	MoiMoi不動産	
秋田県	大館市	株式会社 みらいえ工房	
福島県	田村郡	有限会社 ワタショウ	
群馬県	伊勢崎市	株式会社 GLand	
埼玉県	さいたま市	株式会社 AND GRACE	
	所沢市	株式会社 一心住宅	
	川口市	虹橋 株式会社	
	三郷市	株式会社 弘地	
	川口市	ジャストウェイ 合同会社	
	所沢市	西武財託 株式会社	
	越谷市	日本快適生活創造協会 株式会社	
	狭山市	モリモト	
	川越市	株式会社 ライズアップ	
	新座市	株式会社 令和	
	千葉県	佐倉市	株式会社 サウンドワークス
		八千代市	株式会社 翔和エステート
		船橋市	TGAM 株式会社
千葉市		株式会社 和ハウジング	
東京都	中央区	有限会社 アイソツスマートプロパティ	
	千代田区	株式会社 IBエステート	
	町田市	アルジャン 合同会社	
	千代田区	株式会社 インブレーション	
	東大和市	有限会社 エステート栗原	
	国立市	エネスコ 株式会社	
	世田谷区	オフィス雅 株式会社	
	千代田区	株式会社 グランドアーク	
	足立区	株式会社 グローリー建設	
	台東区	株式会社 SAIDO	
	墨田区	新東京建物管理 株式会社	
	足立区	株式会社 ZV 不動産	
	港区	株式会社 SOZOコーポレーション	
	三鷹市	Daiko home 株式会社	

都道府県	市区町村	商号名称	
	江戸川区	株式会社 大三	
	中野区	株式会社 立成パートナーズ	
	新宿区	東盈 株式会社	
	渋谷区	東京不動産ラヴィ 合同会社	
	新宿区	dotream 株式会社	
	中央区	株式会社 トリプルKトラスト	
	墨田区	合同会社 日本不動コンサルタン	
	渋谷区	株式会社 harahara real estate	
	渋谷区	株式会社 ひかり	
	中央区	株式会社 FREPS	
	国立市	株式会社 モノリス	
	神奈川県	横浜市	有限会社 R'sプランニング
		川崎市	株式会社 イスズ
		川崎市	株式会社 SEKI不動産コンサルティング
横浜市		有限会社 ダイセン	
横浜市		株式会社 テンボジャパン	
相模原市		夢のなかまたち 株式会社	
横浜市		ライフアップステージ 株式会社	
相模原市		リアル 株式会社	
新潟県	長岡市	株式会社 TKコーポレーション	
石川県	金沢市	アセットプランニング	
山梨県	甲府市	翼アセットコンサルタント	
長野県	北佐久郡	株式会社 オメガ	
	須坂市	株式会社 スミス	
岐阜県	瑞穂市	株式会社 タマゴグミ	
静岡県	浜松市	株式会社 ディーネクスト	
愛知県	日進市	株式会社 井上商会	
	名古屋	株式会社 HRコンサルティング	
	名古屋	株式会社 CORE	
	安城市	有限会社 ディーエフ企画	
	半田市	株式会社 不動産ドゥイング	
	名古屋	株式会社 PROTO FELICE	
	名古屋	株式会社 Berita	
	豊田市	ミューエス不動産 株式会社	
滋賀県	大津市	株式会社 IN STYLE	
京都府	京都市	琉碧トラスト 株式会社	
	大阪府	大阪市	株式会社 アークスプラス
		大阪市	株式会社 アル・ケー
		大阪市	株式会社 E&K
		大阪市	株式会社 エビデン
		箕面市	株式会社 FPホームサポート
		大阪市	株式会社 MTestate
		吹田市	オールメディカル 株式会社
		堺市	株式会社 大奈グローバル

都道府県	市区町村	商号名称
	堺市	株式会社 キー・マン
	大阪市	株式会社 サミット不動産
	豊中市	サンロック 株式会社
	大阪市	涼咲不動産 株式会社
	大阪市	スパークスエステート 株式会社
	大阪市	株式会社 西京不動産
	高槻市	株式会社 SEIMU 大阪北店
	大阪市	セキュアジャパン 株式会社
	大阪市	株式会社 7-HOUSE
	大阪市	株式会社 ソフィアス
	枚方市	株式会社 ダイケンリフォームサービス
	大阪市	大和コーポレート 株式会社
	大阪市	天王寺不動産
	吹田市	株式会社 ドリーム・チーム
	大阪市	株式会社 HOUSEnJOY
	大阪市	株式会社 華森
	大阪市	LANDQ 株式会社
	八尾市	株式会社 リーズ
大阪市	株式会社 Waff	
兵庫県	川西市	ICHI不動産販売 株式会社
	神戸市	株式会社 cross over
	神戸市	株式会社 神戸令和ホーム
奈良県	奈良市	オーテックス 株式会社
和歌山県	和歌山市	株式会社 アイ企画
	和歌山市	office nico
岡山県	岡山市	株式会社 S.Y.U.
	岡山市	株式会社 MBC
	岡山市	株式会社 smile
	岡山市	ランドアーク 株式会社
広島県	岡山市	株式会社 れいわ
	広島県	安芸郡 株式会社 AXGIS
	広島市	株式会社 ヒューモ
	広島市	株式会社 レアハウス
	愛媛県	松山市
福岡県	北九州市	株式会社 エンブレイン
	福岡市	株式会社 GOSC
	遠賀郡	有限会社 ジェニファー
	福岡市	株式会社 トリップラス
佐賀県	佐賀市	平原地所
熊本県	熊本市	株式会社 EDGE STYLE
	阿蘇郡	合同会社 歩動
	熊本市	株式会社 まんぞく不動産
大分県	大分市	滝尾クレセント不動産 株式会社
鹿児島県	鹿児島市	株式会社 フコク



国土交通省など、不動産に関連する業界全般のニュースをご紹介します。

価格に反映、流通活性化

“見える化”へ業界が本腰

マンション管理の実情

国土交通省が実施した「平成30年度マンション総合調査」によると、マンション購入の際に考慮した項目は、「駅からの距離など交通利便性」が72%で最も多く、「間取り」「日常の買い物環境」がそれに続く。管理運営に関する項目である「共用部分の維持管理状況」は1割程度にとどまる。更に、その管理状況について、物件選定時にどの程度考慮したかという問いには、「考慮した」(41.7%)が、「考慮しなかった」(57.2%)を下回っていた。購入検討者の管理への関心が高いとは言い難いのが現状だ。

9月中旬に、マンション管理業協会の呼び掛けで発足した業界11団体による「マンション管理適正評価研究会」(座長・齊藤広子横浜市立大学教授)の初会合が開かれた。分譲マンションの管理レベルや質が流通市場で反映される仕組みづくりが目的だ。一般的にマンションの管理状況に関する情報は公開されておらず、購入検討者が知ることができるのは、契約直前の重要事項調査報告書によるところが多い。そこで現在想定しているのは、管理状況に関する情報が登録されたデータ

ベースの構築だ。購入検討者が検討の初期段階から立地や価格、間取りだけでなく、組合の会計収支や修繕積立金の状況、耐震診断の結果といった管理状況も判断材料に加えることができるようにする。そして、その内容を5段階でランク付けする方向だ。

同協会専務理事の広畑義久氏は「管理状況の公開は個人の資産価値に影響を与えるため反対もあるが、共有財産としての価値を維持していくためには私権の制限も必要になる。そこの折り合いをどうつけるかが今後の理論的課題になる」と指摘する。

こうした流れを先取りしたかのように、さくら事務所(東京都渋谷区、大西倫加社長)は9月18日、新たな中古マンションサイト「BORDER5」を開設した。管理状況を独自指標で評価し、一定水準を超えた物件を“管理上々!マンション”として掲載している。組合運営力やメンテナンスなど4分野を5段階(最高5つ星)で評価する。現在の掲載数は9物件。1年後には30物件まで増やす計画だ。現在の流通市場では、マンションの管理状況の良し悪しは価格に反映されておらず、築年数や駅からの距離といった条件が同じならば、同程度の価格で取引されているのが一般的。購入検討者にとって把握が難しかった管理状況を可視化し、その内容が資産価値に反映される業界を目指す。(『住宅新報』2019年10月8日号より抜粋・編集)

STAFF LIST

● 広報委員会

横山鷹史、中野楠雄、松井皇一、石原孝治、竹林香代、後藤義慶、正田雅史

● 発行人

原嶋和利

● 編集

公益社団法人 全日本不動産協会
公益社団法人 不動産保証協会
広報委員会

● 制作

株式会社住宅新報

● 印刷・製本

亜細亜印刷株式会社

● 発行所

公益社団法人 全日本不動産協会
〒102-0094 東京都千代田区紀尾井町 3-30 (全日会館)
TEL:03-3263-7030 (代) FAX:03-3239-2198
公益社団法人 不動産保証協会
〒102-0094 東京都千代田区紀尾井町 3-30 (全日会館)
TEL:03-3263-7055 (代) FAX:03-3239-2159
URL <http://www.zennichi.or.jp/>

月刊 不動産

月刊不動産 2019年11月号

令和元年11月15日発行
定価500円(本体価格455円)
会員の方は、会費に購読料が含まれています。

NEW

全日ステップアップトレーニング

eラーニング研修、始まる!

いつでも、どこでも学べる「eラーニング」。スキルアップはラビーネットから!



ラビーネット ログイン 検索
ラビーネットのID・パスワードでログイン!



eラーニングContents (賃貸基礎編)

【第1部】 建物賃貸借の基礎

- 第1章 借地借家法と建物賃貸借契約
- 第2章 全日版 居住用賃貸借契約書ひな型
- 第3章 特約
- 第4章 重要事項説明

【第2部】 居住用普通借家契約のトラブルと対処法

- 第1章 契約締結
- 第2章 告知義務・重要事項説明
- 第3章 連帯保証人・保証会社
- 第4章 保険の取扱い
- 第5章 更新
- 第6章 家賃滞納の初期対応
- 第7章 解除
- 第8章 原状回復

たっぷり学べる
講義時間は
約**500分!**

※受講にあたり、ラビーネットのID・パスワードが必要になります。新規加入、ID不明の場合は所属のサブセンターまたは所属本部にご確認ください。
※eラーニングはインターネットを利用したWeb研修です。動画を安定して閲覧できる環境でご利用ください。

月刊 不動産

発行所
公益社団法人 全日本不動産協会
公益社団法人 不動産保証協会

所在地
公益社団法人 全日本不動産協会
〒102-0094 東京都千代田区紀尾井町 3-30(全日会館)
TEL: 03-3263-7030(代) FAX: 03-3239-2198
公益社団法人 不動産保証協会
〒102-0094 東京都千代田区紀尾井町 3-30(全日会館)
TEL: 03-3263-7055(代) FAX: 03-3239-2159



「ラビーネット不動産」では、物件の検索をはじめ、本誌に掲載されている「不動産お役立ちQ&A」を閲覧できます。

不動産のお役立ち情報

- 法務・税務・賃貸Q&A**
不動産に関する身近な質問から、ごくりがちなトラブル事例などを元に、専門家がわかりやすく説明します。
- 行政機関からの請求・告知**
行政機関からの告知や課税をお知らせ。また各種セミナー・シンポジウム、イベント等のご案内もしております。
- 法令改正情報**
速に施行された法令だけでなく、これから改正される法令にも関しても先取りしてお伝えします。修正に伴うポイントや注意点を、業種に役立つ情報を掲載しています。
- 不動産業界の手引き**
不動産関係者までの流れをわかりやすくご紹介いたします。



ラビーネット不動産 🔍

<https://rabbynet.zennichi.or.jp/>
スマホの場合は、ここからアクセスしてね! ▶

