

メールマガジン — Monthly E-mail Magazine — から

—平成27年9月1日号～平成27年11月1日号—

当機構では、宅地建物取引主任者資格試験の合格者及び登録いただいた宅建業者・管理会社の皆様を対象にメールマガジンを配信しています。

このメールマガジンでは、不動産に関する行政やマーケットの最新の動き、不動産取引をめぐるトラブル事例の紹介やトラブル予防

等についての情報を掲載しています。それらの中から、「今日の視点」と「相談事例」を本誌94号から転載しています。業務の参考にいただければ幸いです。

なお、メールマガジンの配信を希望される場合は、当機構のホームページから登録して下さい。

「今日の視点」より

研究理事 井上 雅夫

平成27年9月1日号

★ストックビジネスとしての期待
高まる不動産業（前編）
「時代は、まちなかストックビジネス」

◇不動産業の市場規模

不動産業の市場規模ってどのくらいあるか、ご存知ですか。付加価値（売上高マイナス仕入額）ベースですが、17兆円余（2012年）にもなります。ちょっとピンと来ないかも知れませんが、同年の日本のGDPが474兆円程度ですから、その約3.7%です、と言うと、多少イメージし易くなるでしょうか。案外少ないな、と感じる方もいるかと思いますが、不動産業の就業者数が全産業の約2%（2009年）程度ですから、3.7%というのは、日本の平均的な産業に比べると、不動産業は高収益ということにもなる訳です。

実は、この付加価値額のうち約95%が、既存不動産ストックの利活用やその管理といった、ストックビジネスから生まれています。業態で言うと、貸家業やオフィス賃貸業、ま

たアパートやマンション、ビル等の管理業が該当します。中古住宅や賃貸住宅の売買や賃貸の仲介業も、既存不動産を対象とするので、ストックビジネスに含まれます。ちなみに業態ごとの付加価値額は、貸家業が約10兆円、オフィス賃貸業が約5兆円、不動産管理業が1兆円弱、不動産仲介業が5千億円程度（いずれも2012年）となっています。

そして、ストックビジネスの規模やそれが不動産業の全体に占めるシェアは、不動産業の市場規模が、GDPと同じように2000年以降停滞気味なのにも拘らず、その中にあって着実に高まっているのです。例えば1990年時点と比較すると、当時は不動産業全体に占めるシェアは85%程度でした。ということは、これから将来に向けて不動産業が成長するためには、ストックビジネスをさらに充実させることが不可欠となる、ということとイコールではないでしょうか。

◇キーワードは「ストックビジネス、かつまちなか」

ストックビジネスのシェアがこれ程までに拡大した背景には、日本社会の成熟化がある

と考えられます。戦後、人口が急増しましたが、新設住宅の着工は、1960年代後半から40年以上も、一貫して100万戸以上の規模で継続してきました。リーマンショック後の2009年からは、一転して6年連続の100万戸割れとなっていますが、それでも、住宅だけでも6千万戸を超えるストックがあります（2013年）。このうち、13.5%が空き家で、最近は空き家問題がクローズアップされているのは周知のとおりです。つまり、今後はこれまでに生み出された膨大な不動産ストックの有効活用や管理が重要な課題となります。

他方で、社会の成熟化は、まちづくりに関しては都市のダウンサイジングの必要性、つまりコンパクトシティの背景ともなっています。これまで都市が外側へ向けて拡大していった時代に、不動産業が実際の街並みを形成していった訳ですが、これからシニア層を中心として、まちなかの居住ニーズも高まる時代に、不動産業がストックビジネスを通じて、マーケット・インでまちなか居住を可能と出来るなら、不動産業自体の成長も期待できるし、都市のダウンサイジングによって、都市運営の効率化やひいては財政改善にも役立つこととなります。まさに時代のキーワードは「ストックビジネス、かつまちなか」ということになるでしょう。

◇地域の不動産事業者が見る「まちなか」

実際に不動産事業者は、ビジネスエリアとして、まちなかをどう見ているのでしょうか。(株)不動産流通研究所が実施したアンケート調査（2014年）によれば、これまでまちなかで、既存の不動産ストックを活用したビジネス（仲介を除く）をしたことがある事業者は全体の1割強しかいません。しかし半数近くの事業者が、今後はまちなかで、仲介以外のビジネスチャンスが増えるの見込んでいます。その理由として挙げられているのは、これか

らの時代には仲介だけではマーケットが先細ってしまう。そのため、仲介に代わる柱を考える必要がある。そのためには、多くのニーズがあることが期待でき、かつ利用可能な不動産ストックも多いまちなかにこそチャンスがある。という見方が多いようです。具体的には、資産有効利用の提案の他に、リノベーション手法を活用しつつニーズに応じて用途転換（コンバージョン）したり、少人数世帯向けのコンパクトマンションや高齢者向け施設の整備等が想定されています。リノベーションやリフォームのマーケットは、新築に比べてまだ規模はかなり小さいと言われていますが、最近はそのらを専門的に扱う中堅事業者の他に、大手不動産事業者の中にも積極的に市場参入を打ち出すケースも見られるようになってきています。

今はまだ人口減少局面に入って間もない時期ですが、2020年以降は10年間で700～1000万人も人口が減る本格的な人口減少社会が到来すると予想されます。それまでの間に空き家や遊休不動産の再生・利活用のあり方を含む「まちなかストックビジネス」の定着が望まれます。遊休不動産を活用して、まちなかに必要なコンテンツを整備しながら、まちの賑わいや活性化を高めていくという方向は、これから不動産業の一つの柱になると思われます。そのための課題解消に向けて、国交省でも不動産ストック再生のための会議が始まったところであり、その動向も注視したいと思います。

ここでご紹介した内容の詳細は、当機構の機関誌RETIONo96～98号に掲載されていますので、併せてご覧下さい。

平成27年10月1日号

**★ストックビジネスとしての期待
高まる不動産業（中編）
「不動産ストック再生に向けた
取組み」**

前回お話しした「まちなかストックビジネス」では、地域にある不動産ストックを再生させるための新しい取組みとして、リノベーションから地域の価値向上を目標とするものまで、多様なものが精力的になされています。今回はそれらについてご紹介します。

◇リノベーション市場はこれから本格化の予感！

リノベーションとは、個々の不動産について、これまで利用されていた時の用途にこだわることなく、その不動産の周辺の環境や社会の変化に応じて、もう一度今日的な意味付けを加えて改修し、不動産を蘇らせることと言えるでしょう。2000年くらいまでは、ごく少数の革新的な事業者によって牽引されていましたが、今、リノベーション事業に関わる事業者は、リノベーション住宅推進協議会の会員だけでも400社を超えています。また、リノベーションを含む中古住宅の流通促進に関しては、国においても住生活基本法（2006年）でストック重視の方向が打ち出され、最近では既存住宅売買瑕疵保険やインスペクション等に関する諸制度が順次整えられてきています。

一方、ユーザーの側でも、幅広い年齢層でリノベーションの認知度が高まっています。（株）リクルート住まいカンパニーのアンケート調査（2014年）によれば、住宅の購入等に際してリノベーションに関心があるという人が47.6%と半数近くいるという結果が出ています。2012年時点ではその率は28.7%だったので、僅かな間に大幅に増加しています。その

背景には、ここ1、2年で大手事業者の参入もあって、各種媒体でのPRも目立ち始めたこともあるかも知れません。

リノベーションを巡るもう一つの大きな流れは、リノベーション・スクールです。こちらは主に非住宅系の遊休不動産のオーナーに対して、その活用アイデアをスクール受講生が提案し、不動産の再生に繋げようというものです。2011年に北九州市で最初に開講されて以来、カリスマ的な講師陣が全国を飛び回っていて、今では各地で開講されるようになり、かつ、自治体の職員参加も始まっています。

このように住宅系も非住宅系も、そして供給側、需要側いずれをとっても、リノベーションが大々的に広まっていく素地が出来上がりつつあり、その市場はこれからさらに拡大すると見込まれます。

◇点のリノベーションから、面の価値向上へ

リノベーションによって再生されるのは個々の不動産ストックですから、点のリノベーションとも言えますが、リノベーション手法も取り入れつつ、一定のエリアの中にある既存不動産等を活用しながら継続的に、地域の魅力を高め得るコンテンツ（それは美味しいパン屋さんのこともあるし、地域に開かれたケア施設という場合もあるでしょう）を提供できるテナントを誘致することによって、地域の賑わいやまちなかの活性化につなげ、ひいてはエリア価値の向上も実現するという取組みをしている不動産関連事業者が、まだ数は少ないものの存在していて、その活動は注目に値します。

取組み手法は大きく二つあります。一つはコーディネート型と言えるもので、不動産オーナーの意向を踏まえながら、魅力的なコンテンツを提供できるテナントを見出し、両者の意向を巧みにマッチングさせていくものです。ほとんどの場合に仲介行為を伴うので、

宅建事業者に固有の手法と言えます。コーディネート型の場合には事業リスクはオーナーとテナントが折半し、間に入るコーディネーターは原則としてリスクを取らないので、ある程度大きなエリアでも対象とすることができます。

もう一つは大家型です。不動産オーナー自らが、地域にあって欲しいコンテンツを見極めて、それを提供できるテナントを入居させます。このタイプの中には、他の不動産オーナーから物件を借り受けて、それを転貸する転貸借タイプもあります。いずれも宅建業の免許を持たない純粋な大家さんでも可能です。大家型の場合には、自らが改装費などを投資するほか、空き室リスクも負うこととなるので、同時に多数の物件を手がけるためには、ある程度の資本力が必要になると思われます。

◇不動産再生のキーワードは「コンテンツ」

リノベーションでも地域の価値アップでも、どちらにも共通するキーワード、それは「コンテンツ」ということでしょう。遊休不動産のスペースが埋まりさえすれば、中身は何でも構わないということでは不動産は蘇りません。不動産の価値を高めて、ひいてはまちなかの賑わいを呼び戻すことのできるコンテンツを見極め、それを提供できるテナントを誘致することこそ、成功の鍵となるでしょう。どんなコンテンツが相応しいのかは、各々の地域によって多様で、一律の答というものはありませんが、地域を長く見続けてきた事業者こそ感じられる空気というものがあると思います。

今回ご紹介したもの以外にも、不動産再生に向けて空家ビジネスや福祉系ビジネス、シェアハウス等の新しいタイプの賃貸管理等、地域の不動産関連事業者が、長年積み上げてきた信用力を資本にして、地域の中で埋もれ

ている不動産を再び輝かせるという取組みが今、着実に拡がりだしています。

リノベーションについて詳しく知りたい方には「STOCK&RENOVATION2014」(HOME'S総研)があります。リノベーションの歴史的推移や最新の事例紹介、国の支援措置等が整理されています。<http://www.homes.co.jp/souken/report/201406/>

全宅連・全宅保証から今春に刊行された「RENOVATION (新しい不動産業を目指して)」では、地域の価値向上を目指して取り組むトップランナーといえる事業者が紹介されています。<http://www.zentakku.or.jp/public/researchreport/index.html>

平成27年11月1日号

**★ストックビジネスとしての期待
高まる不動産業 (後編)
「APM (Area Property
Management) ・ 地域不動産再
生管理という視点」**

◇不動産ストック再生会議がスタート！

国土省では今年7月から、不動産ストック再生のための会議 (正式名称；不動産ストック再生・利用推進検討会議 座長；川口有一郎早稲田大学教授) が始まりました。日本各地でまちなかの空洞化や空き家、空き店舗等が目立ち始めている中で、低コストで効率的に地域の賑わいを取り戻すためには、既存不動産や老朽化した公的不動産等の地域資源を再生・利用していくことが大変効果的です。また、再生に伴って建設業やその関連産業の需要を生むほか、新たな経済活動による新規雇用にもつながるので、地方創生にも直結します。会議ではそのためにどんな推進主体が相応しく、また、どんな育成ないし支援策が

考えられるのかを議論して、不動産ストック再生をバックアップしていくことを目的としています。

これまでに2回開かれた会議では、現在すでにそうした活動を行っている事業者について、集中的に議論されました。その中では全国から15近くの事例紹介もありました。これらの事業者はいずれもいわばトップランナーといえます。具体的にはそれらは不動産事業者であったり、不動産オーナーであったり、建築・リノベーション事業者であったり、また、宅建協会という例もあります。さらに、地方の地場企業だけでなく、大都市の大手鉄道会社もあります。その上、空き家バンクを通じた行政との連携事例も示されています。

このように業種も規模も、実際に事業を行っている地域も多様ですが、共通する部分もあります。それは、地域にあって賑わいの核を作ったり、自ら管理する個々の物件のマネジメントをしたり、不動産オーナーとテナント間の調整や相続対策などを通じて課題のコーディネートをすることで、物件の価値を向上させるための取組みをしていること等です。

◇APM (Area Property Management) = 地域不動産再生管理が今後の方向か？

会議では事務局である国交省から、APM = 地域不動産再生管理という概念が提示されました。「まちなかに必要なコンテンツの計画的な整備」「暮らし方のプロデュースと地域不動産再生のコーディネート」「点から面のマネジメント」の推進などを総合的に手掛けるというもので、今、トップランナーが取り組んでいることのもう一歩だけ先にあるものと言えます。また、APMを担う事業者には、エリア全体の共通価値となるコンセプトの設定と併せて、企画・設計、合意形成、情報発信、収益化、運営といった総合的な役割・機

能も期待されています。それによって物件の価値向上から、さらに地域の価値向上へとステップアップすることができると考えられます。

このうち収益化は大切なポイントです。APMという名称からは、いわゆるエリアマネジメントを連想される読者も多いでしょうが、収益性をポイントとすることからも、エリアマネジメントとはやや異質と言えるでしょう。エリアマネジメントは、総じて言えば官民の中間的性格の団体が多く、活動領域も公共施設の維持管理やイベント企画等が多いことから、財源的にも自治体からの補助・委託費に負うものが多い傾向にあります。一方、会議で挙げられたトップランナーは、いずれも民間事業者である上、今はまだ収益性という点ではなかなか厳しい環境ではあるものの、事業収入の中から活動資金を捻出しています。

つまり、寄付や行政からの助成でなく、ビジネスの手法を活用して自ら稼ぎ出すことに重点を置いているということです。行政から自立していて、マーケット・インで収入と費用の見合いを考えながら、ビジネスとしての継続性を追求しているという意味では、ソーシャル・ビジネスに近い一面があると言えます。自社の経営資源を活用して、地域や社会への還元と併せて収益も生み出すということになる訳ですが、まだ確固としたニーズも収益基盤もなく、一般的には金融機関からの資金調達が難しいケースもあるでしょう。したがって、クラウドファンディングなどによって、出資者の共感・賛同を投融資という目に見える形に置き換えるのも一つの解決方法になるかもしれません。この会議でも次回以降にファイナンスについて議論されることになっています。

◇終わりに

今月（11月）28日から29日にかけて、大阪でリノベーションまちづくり学会立ち上げのための大会が開催されます。実行委員会代表は、国交省会議の委員もなされている東京大学の松村秀一先生であり、不動産再生ビジネスに関わる多くの方々の参加が見込まれます。トップランナーの中にも参加される方は多数いらっしゃるでしょう。そして、国交省会議や学会活動の重要な目的は、不動産再生ビジネスの裾野を拡げていくことにあると思われる。トップランナーに続く、地域に根を打ち込む覚悟のある大勢の事業者にとって、どのような方向なりビジネスチャンスが

示されるのか。これらの事業者の意欲と力を不動産ストック再生に向けるために、どのような育成・支援策がふさわしいのか。まちの活性化への国の取組みが今後どう展開していくのか。そうした視点について活発な議論がされることを期待して見守りたいと思います。

不動産ストック再生・利用推進検討会議（国交省）の第一回、第二回資料は下記URLからダウンロードできます。

http://www.mlit.go.jp/totikensangyo/totikensangyo_tk_5_000050.html

「相談事例」より

平成27年9月1日号 担当：松木

○物件案内と媒介報酬支払義務について

Q. 中古住宅を購入した買主よりの相談です。

新聞折込広告に気に入った物件があったため、A業者を訪ね、現地案内をしてもらったが、価格が6,000万円と予定していた額より高かったため諦めた。

その後、似たような物件を探していたところ、5,800万円の物件が出ていたので、B業者を訪ね、現地案内してもらった。その物件はA業者より紹介された物件と同一だったが、5,800万円なので、なんとか購入出来ると思い、B業者に媒介を依頼した。B業者は相談者の意向を察して5,700万円に下げよう売主と交渉し、了解をとってくれたので契約をした。

ところが、契約締結後、A業者からその物件を最初に紹介したのはAであるから媒介報酬を支払えと請求され困っている。現地案内してもらっただけで支払う必要があるのか。

A. 物件を案内しただけでは、報酬請求権は生じません。

媒介業者が依頼者に媒介報酬を請求できるためには、次の要件が必要となります。

- (1) 免許業者であること（免許業者）
- (2) 依頼者（売主又は買主）と媒介業者との間に媒介契約が成立したこと（媒介契約の成立）
- (3) 媒介業者が実際に媒介活動を行ったこと（媒介行為の存在）
- (4) 売主と買主との間に売買契約が成立したこと（売買契約の成立）
- (5) 媒介業者の媒介行為の結果、売主と買主との間で売買契約が成立したこと（相当因果関係の存在）

本件A業者は、物件案内はしたものの(3)(4)(5)の要件は満たしていませんので、依頼者に対して報酬を請求することはできません。

報酬請求権がないにもかかわらず不当に報酬を請求する行為は不正不当行為に該当するとして、宅建業法に抵触すると考えられます

ので、注意が必要です。

なお、媒介報酬は、媒介業者の媒介行為そのものに対する報酬ではなく、媒介行為の成功（契約の成立）に対する報酬（成功報酬）です。

平成27年10月1日号

担当：村川

○申込のキャンセルと契約の成立について

Q. 住宅賃借の申込みをキャンセルした借主よりの相談です。

月曜日に賃貸物件を見に行き気に入ったが、もう少しほかの物件も見たいので、仲介業者にその旨を伝えたら「人気物件だからすぐに契約になる可能性が高い」と言われ、不安になり、重要事項説明を受け、入居申込書を提出した。契約は土曜日にすることにした。申込みの際、敷金・前家賃・仲介手数料…等42万円を事前に振り込むように言われたので、翌日、振り込んだ。ところが、お金を振り込んだ翌日、急に勤務場所が変更になってしまい、仲介業者に申込みのキャンセルを伝え、支払った金銭の返還を求めたが、仲介業者は「貸主は承諾しており、重要事項説明を行い、契約に必要な金銭の授受も行われているので、契約は成立している。賃料1か月分と仲介手数料の14万円は返金できない」といっている。返してもらえないのか。

A. 契約は、当事者間の意思の合致により成立するのが民法の原則です（諾成契約）。確かに、実務において、書面による契約の締結が完了していない場合でも、形式的に契約書面への当事者の記名・押印が遅れているだけで、実質的に契約は成立しているといえることがあります。しかし、不動産取引においては、原則として、契約は契約条件を定めた書

面による契約を締結して成立すると考えられています。

東京地裁 平成3・10・24判決は「後日契約書を作成調印することにより契約を締結することが明確に予定されている場合においては、それに至る過程での当事者の口頭によるやり取りは、特段の事情がない限り、交渉の一環であり、契約の申込みまたは承諾の確定的な意思表示ではないと推定される」と判示し、諾成契約による契約の成立を否定しています（類似の裁判例は多くあります）。本件においても、申込みの5日後に契約の締結を予定しているのであり、いまだ契約は成立していないといえます。

相手方が諾成契約を否定している場合、契約の成立を主張する側には「立証責任」が生じますが、諾成契約による契約の成立を立証することは容易ではありません。

〈仲介手数料と「預り金」について〉

本件仲介業者は、賃貸借契約が成立しているとはいえませんので、仲介手数料（媒介報酬）を請求することはできません。また、申込者が仲介業者に支払った42万円は、宅建業法上「預り金」として取扱われ、宅建業者は、申込みの撤回があった場合、受領した預り金の返還を拒むことが禁止されています（宅建業法47条の2第3項、施行規則16条の12第二号）。預り金は、いかなる理由があっても一旦返還すべきであるとされています（宅建業法の解釈・運用の考え方）。したがって、本件仲介業者は、受領している預り金の全額を申込者に返還しなければなりません。

平成27年11月1日号

担当：室岡

○宅建業法35条1項に記載されている以外の災害情報に関する説明

ここ数年、地震による津波や大雨等による土砂災害や洪水が発生したのに伴い、災害に関連しそうな土地等の情報についての電話相談が購入予定者や仲介業者から入ることがあります。

宅建業法35条1項では、最低限説明すべき事項として1～14号まで列記していますが、このうち、14号では

その他宅地建物取引業者の相手方等の利益の保護の必要性及び契約内容の別を勘案して、次のイ又はロに掲げる場合の区分に応じ、それぞれ当該イ又はロに定める命令で定める

事項

イ 事業を営む場合以外の場合において宅地又は建物を買ひ、又は借りようとする個人である宅地建物取引業者の相手方等の利益の保護に資する事項を定める場合 国土交通省令・内閣府令

ロ イに規定する事項以外の事項を定める場合 国土交通省令

を説明すべきとして規定し、具体的には宅建業法施行規則16条の4の3で、取引形態や取引物件に応じて説明すべき項目を定めています。(表1参照)

しかし、この中には、土砂災害の基礎調査が終了し、土砂災害警戒区域か否かの結果が出ていない場合や、各種法人が公表している活断層の情報とか、また、自治体がホームペ

(表1)

	項目要旨	売買		賃貸	
		宅地	建物	宅地	建物
1	造成宅地防災区域内にあるときは、その旨	○	○	○	○
2	土砂災害警戒区域内にあるときは、その旨	○	○	○	○
3	津波災害警戒区域内にあるときは、その旨	○	○	○	○
4	石綿の使用の有無の調査が記録されているときは、その内容		○		○
5	耐震診断を受けたものであるときは、その内容		○		○
6	住宅性能評価を受けた新築住宅であるときは、その旨		○		
7	建物の設備の整備の状況				○
8	契約期間及び契約の更新に関する事項			○	○
9	定期借地権・定期建物賃貸借・終身建物賃貸借の適用受けるときはその旨			○	○
10	用途その他の利用に係る制限に関する事項			○	○
11	契約終了時に精算する金銭の精算に関する事項			○	○
12	管理の委託がされているときは、委託を受けている者の氏名及び住所			○	○
13	契約終了時における建物の取壊しに関する事項を定めようとするときは、その内容			○	○

ージに掲載しているハザード（浸水や液状化等）の危険性の情報等については明記されていません。これらについてはどうすべきでしょうか？

土砂災害に関する基礎調査を実施した場合については、平成27年1月18日付国土交通省不動産課長通知（※注）により、説明しなかった場合、宅建業法47条1号違反に該当する場合があるとの通知があったことより当然説明すべきものと解されます。

ハザードの情報についても、不動産課長通知等はありませんが、購入希望者にとっては情報自体の確度は別として、売買契約締結の上での大きな判断材料の一つと認識している場合が多いこと、また、取引士に求められるものは、法令に抵触しないのみでなく、紛争の未然防止であることから判断すると、購入希望者からの確認要望の有無にかかわらず、そういう情報があることを購入希望者と売主に伝えておくことが望ましいと言えます。

なお、福岡市のように、条例で、一定の活断層のある区域を大地震における設計地震力を上乘せする区域と定めている場合もありますので、留意が必要です。

※注：平成27年1月18日付国土交通省不動産課長通知 一部抜粋

当該土砂災害警戒区域等に相当する範囲については、都道府県により土砂災害警戒区域等に指定される可能性があることから、当該基礎調査の結果については、取引判断に重要な影響を及ぼす事項として、宅地建物取引業者は、取引の相手方等に説明することが望ましい。

具体的には、取引の対象となる宅地又は建物が土砂災害警戒区域等に相当する範囲に含まれる場合には、その旨と当該範囲が土砂災害警戒区域等に指定される可能性があること

を説明することとする。

また、基礎調査の結果について、故意に事実を告げず、又は不実のことを告げる行為は、宅地建物取引業法第47条第1号に違反する場合があるものと解される。

