

賃貸経営で収益を増やすための 賃貸管理ニュース

7月

- 発行日 ; 2021.7.1 第6巻11号 (通算71号)
- 発行所 ; 株式会社 L-CLASS
神奈川県平塚市紅谷町 12-22 TEL.0463-23-8187
- 発行人 ; 相原 美紀 <http://www.ph-hiratsuka.comco.jp/>

記事1 賃貸業界のニュースから

事故物件に関する ガイドラインとは？ ～国交省作成案を読み解く～

記事2 大家さんのための税金基礎講座

「いまさら聞けない」 相続税の基礎知識その2

記事3 賃貸経営塾

空室対策の基本を振り返る

7月の花 蓮 (ハス)

ハス科ハス属 花言葉 「清らかな心」「神聖」

夏になると淡いピンク色の清らかな花を水面より高い位置に咲かせるハスの花は短命で、花びらが開きはじめてから3～4日で散ってしまいます。約1億4000万年前から地球上に存在していたとされています。古来の呼び名の「はちす」は花托（花床）が蜂の巣のように見えることに由来するとか。良い行いをした者は死後に極楽浄土に往生し同じハスの花の上に身を託し生まれ変わるという思想があり、これが「一蓮托生」という言葉の語源になっているそうです。一般には「結果がどうでも運命をともしする」という意味に使われている気がしますが…。地下茎が肥大したものがレンコン（蓮根）ですが、輪切りにすると穴が多くあいていることから「先を見通す」ことに通じて縁起が良いとされ、正月のおせち料理にも用いられますね。

事故物件に関するガイドラインとは？ ～国交省作成案を読み解く



事故物件は3年で告知義務なし 国交省ガイドライン案を発表

入居者らの死亡事故があった心理的瑕疵物件（事故物件）について、次以降の入居者に告知すべき内容をまとめたガイドライン案を国交省が5月20日に発表しました。国が事故物件についての告知基準などをまとめたのは初めてです。事故物件は宅地建物取引業法で告知すべきと定められていますが、告知する期間や内容、範囲などが定められていなく「2年以内は告知」、「事故発生から2人目の入居者からは告知しない」といった独自ルールや俗説がまかり通っていました。また、事故物件を明示するサイト「大島てる」が登場し、入居者にもその存在が広く知られるようになったため、トラブルが顕在化してきました。こうした事態を受けて、国交省では昨年2月から5回の会合を行い、議論を続けていましたが内容は非公開で、議論の行方が注目されていた矢先の今回の発表でした。発表は全国紙にも広く報じられており、全国的な関心の高さを裏付けています。



初の告知指針に現場は歓迎

ガイドライン案の特徴を、賃貸オーナーや管理会社に影響するものを中心にまとめました。

ガイドライン案の骨子

- ①殺人、自殺、火災などによる不慮の死亡、原因不明の死は告知する。ただし、賃貸物件は3年経過すれば告知は不要。
- ②病気、老衰、転倒、食事を喉に詰まらせるなどの事故死は告知が必要ない。ただし、死亡後の発見が遅れて、遺体が損壊していて特殊清掃があった場合は告知する。
- ③死亡した場所は居室内だけでなく、ベランダ、廊下など共用部も含む。隣の部屋や道路などはガイドラインには含まず検討を続ける。
- ④売買は事故物件による損害額が大きいので、継続して議論していく。

今回のガイドライン案について不動産業界関係者はおおむね好意的です。「いつも、どこまで告知すべきか悩みながらやってきた。ガイドラインで明確になるならありがたい。病死、転倒、誤嚥による死亡は告知不要となっていて、高齢社会に適合していると思います」（都内・不動産オーナー）。「今まではトラブルが怖いので、『前の前の前の前の入居者が亡くなった』とまで告知していました。部屋探しする側も、どう捉えてよいのかわからないような反応で、ここまで

やる必要あるのかと常に疑問でした」（都内・賃貸仲介会社社員）

一方で、ネット上では反発する入居者の声もあります。「大家目線ではいい指針だが、借りる方からすると嫌だ」、「殺人、自殺で3年は短い。10年は必要」などの声がありました。また、不動産事業者からも「3年間の告知期間中は家賃を減額して募集することになる。どれくらい下げたら良いのかも悩むところ。何らかの指針があると期待していたが、まだ現場で試行錯誤が必要になると思う」と語っています。一般に事件、事故については、人口が多く入居者の入れ替わりも頻繁な都会では記憶が薄れるのが早い一方で、地方では入れ替わりも少なく、記憶は定着しやすいとも思われます。こうした減額の指針は地域差が大きく、統一した見解をまとめるのは困難のようです。また売買時はトラブルになったときの金額が大きいので、統一の見解がまとまりませんでした。



丁寧な説明は不動産ビジネスの基本

今回のガイドラインでは、「現時点で妥当と考えられる一般的な基準」としており、「将来においては、本ガイドラインで示した基準が妥当でなくなる可能性も想定される。本ガイドラインは、新たな判例や取引実務の変化を踏まえるとともに、社会情勢や人々の意識の変化に応じて、適時に見直しを行うこと」としており、事故物件のすべてを解決できるものでないと明確に記しています。同時に「宅地建物取引業者のみならず、消費者、賃貸事業者等の取引当事者の判断においても参考にされ、トラブルの未然防止につながることを期待される」とあり、ガイドラインの制定が不動産市場成熟のきっかけになるものと考えているようです。

さらに留意しておきたいのは、「買主・借主の意向を事前に十分把握し、いわゆる心理的瑕疵の存在を重要視することを認識した場合には特に慎重に対応することが望ましい」ともあり、特に聞かれた場合などは可能な限りの情報を伝えることが不動産ビジネスに関わる人の責務であることです。トラブル防止のためにも、誠意のある対応が必要なのは間違いありません。

今回のガイドライン案は、不動産鑑定士や消費者団体メンバー、弁護士などが参加した委員会でもまとめました。6月18日まで広く意見を募り、寄せられた意見を反映してまとめていくそうです。何を不快に感じるかは人それぞれ、だからこそ統一の指針作成が進んでいることは大きな一歩と評価したいところです。

今回も前回に引き続き、相続税の基本的なトピックについて、ポイントとなる主要なテーマごとに概説させていただきます。

井上公認会計士・税理士事務所 井上雅陽

兄弟姉妹や、甥・姪、第三者が相続等をする場合は相続税が2割り増しされる

相続人は配偶者や子供になる場合が多いですが、いない場合などは兄弟や甥・姪が相続人となります。遺言で血縁関係の無い第三者が遺産を取得する場合があります。このような場合、相続税のルール上、通常の相続税額に加えて2割税額が上乘せされます。正確には、相続、遺贈や相続時精算課税に係る贈与によって財産を取得した人が、被相続人の一親等の血族（代襲相続人となった孫（直系卑属）を含む）及び配偶者以外である場合は、相続税額の2割に相当する金額が加算。なお、既に子が亡くなって孫が代襲相続人となる場合は2割加算されません。

例1 相続財産が 8,000 万円で、子2名が相続した場合 →相続税は 470 万円（2名の合計額）

例2 相続財産が 8,000 万円で、兄弟2名が相続した場合 →相続税は 564 万円（2名の合計額）

なお、事前に綿密な試算及び計画が必要ですが、相続財産が多額である場合等は、遺言によって孫へ遺贈することにより、当該2割加算制度の税負担を考慮しても全体として節税できる場合があります。

死亡前の3年以内に贈与した財産額は、相続税の課税対象となる

相続などで財産を取得した人が、被相続人からその相続開始前3年以内に贈与を受けた財産があるときは、その人の相続税の課税価格に贈与を受けた財産（贈与時の価額）を加えて相続税の計算が行われることとなります。贈与時に贈与税を払っていた場合は、相続税から差し引かれますので二重課税にはなりません。この3年内贈与加算の対象は相続人ですので、相続人でない孫などへの贈与は対象となりません。

相続税法上の相続財産額が基礎控除の金額以下であれば、申告書の提出も不要

相続が発生した時、自分に相続税がかかるのか、又は申告書を提出する必要があるのか迷う方も多いかもしれません。基本的に、遺産額が基礎控除の金額以下であれば相続税はかからず、申告書の提出も必要ありません。ただし、一般的な遺産額と、相続税のルール上の相続財産額は若干の違いがありますのでご注意ください。

基礎控除額は3000万円に法定相続人の数に600万円を掛けて加えた金額になります。

例1 法定相続人が1名
⇒ 3000万円 + 600万円 = 3600万円

例2 法定相続人が3名
⇒ 3000万円 + 1800万円 = 4800万円

一般的な遺産額と相続財産額との主な違いとしては以下のものが挙げられます。

・3年以内に贈与した財産

亡くなる前3年以内の贈与財産は加算される取り扱い。一般的に既に贈与された財産は遺産に含まれていないため、留意が必要です。

・みなし相続財産（死亡保険金や死亡退職金等）

本来の相続財産と違い、相続税法上で相続財産とされる“みなし相続財産”。よくあるのが死亡保険金と死亡退職金です。これらは通常は相続財産でないため、遺産分割や相続の対象となるものではありません。しかし相続税の計算上は加算する必要があるため留意が必要です。なお、死亡保険金等については後述の非課税の金額を控除した後の金額が対象となります。

・葬儀費用

葬儀費用は相続で分割対象となる相続財産（債務）ではありませんが、相続税の計算上は、相続税のルールで認められる葬儀費用の範囲内において、その他の債務と同様に控除することができます。従って、通常の遺産額から差し引いて考える必要があります。

これらを踏まえて、相続税のルール上の相続財産額が基礎控除額の範囲内なら、申告や納税は必要ありません。なお、配偶者の税額軽減や小規模宅地等の特例を利用する場合は、納税がゼロであっても申告書の提出が必要となります。

生命保険金や死亡退職金は非課税となる金額がある

被相続人の生命保険金で、被相続人が契約者（保険料の支払者）のものや死亡退職金は“みなし相続財産”となり相続税対象ですが、ルール上「法定相続人の数×500万円」は非課税となります。例えば法定相続人が子供3人の場合は1500万円分は非課税で、受取人の数と関係ありません。仮に子供3名のうち1名のみが1500万円の死亡保険金を受け取った場合でも、3名分の1500万円が非課税の対象となります。



✓ 物件の付加価値を正しく評価する

オーナー様の貸室は「商品」です。商品ならば、その付加価値に見合った価格設定が重要になるかと思えます。この付加価値と価格のバランスが合っていないと「決まりにくい」というのはご理解いただけるでしょう。つまり、内見希望が入らない、せっかく部屋を見ても決めてもらえない、ということになりかねません。

しかし賃貸物件の付加価値には様々な要素があつて単純ではありません。立地にはじまり、間取りや室内設備、築年数や建物の構造や付帯設備、さらには外観の見栄えなど複雑な要素で構成されています。入居費用が低く抑えられるようなサービス条件も付加価値のひとつです。これらの付加価値と募集家賃のバランスが合っているか、というのが、空室対策を考えるときの一番最初の基本になります。ここが崩れていると、ネット検索で目にとめてもらうことすら難しくなります。もし、立地も部屋も建物にも特に特徴がなく、さらに同時期に募集しているライバルが多いというケースのときは、初期費用サービスと家賃設定で「差別化をはかる」というのもひとつの対策になると思えます。

ただし最近の傾向として、コロナ禍によってお客様の「部屋探しの優先順位」が変化している事実には留意する必要があります。好立地で家賃が高い物件より、少し歩いても広めの物件を選ぶお客様や、中心地から地方へ希望エリアを移動させているお客様も少なくありません。今までは不人気だった、部屋数の多い間取りや小さな部屋のある物件が、リモート用に使えるので注目されているケースもあります。欠点が長所へ変わったかもしれないのです。オーナー様の貸室の付加価値におきましても、新しく生まれたニーズで再評価できる要素がないかを検討していただきたいと思えます。

✓ 選んでもらえる商品展示を心がける

商品を販売するときは、その展示方法が売上げを左右することに異論はないでしょう。どんな良い商品でも、お客様の目に留まらなければ選んでももらえません。オーナー様の貸室が商品であるならば、お客様の目につくように展示するのが2番目の基本になります。まずはご存じの通りインターネット上の商品展示です。

昔の不動産会社の集客は「立地」でした。お部屋を探すお客様は、希望エリアの繁華街にある不動産会社のウインドウで商品を見て選ぶこととなります。小さな紙一枚のスペースが物件を説明できる全てでした。それが今から30年ほど前になると雑誌が主流になりました。お客様は希望地に行く前に、雑誌を購入して商品を選び、不動産会社に電話問い合わせするようになります。その表示スペースも、一物件に与えられたのは間取図と外観写真と簡単な概要が載せられる狭いスペースのみでした。そして20年近く前からインターネットの時代に移り変わり、少しずつ技術が進んで、一物件に与えられたスペースは、数十枚の写真や動画やコメント欄など比べものにならないくらい大きくなっています。商品を展示できる環境が大きく変化したのに、雑誌時代と同じように間取図と写真数枚と概要だけでは勿体ないこととなります。この環境を活かさない手はありません。もちろん、インターネット掲載の作業をオーナー様は行いませんので、「商品展示の戦略」を理解した上で、不動産会社と相談をしながら、付加価値を最大に表現することが2番目の基本の重要なポイントになるかと思えます。

もうひとつの商品展示は「貸室の見せ方」です。インターネットで候補の部屋を選んだお客様は、最後に実際にお部屋を見て決めることとなります。これもコロナの影響で、お客様が一人で内見するというケースも増えてきました。コロナが終息したあとも、この流れは戻らないかもしれません。不動産会社のスタッフが同行して商品説明をする機会が少なくなるということは、「部屋のアピールは部屋にさせる」という考え方が必要になると思えます。部屋が綺麗で異臭がしないのは当然のこと、アピールポイントなどが見える場所に掲示しておく。必要であれば家具などを設置しておくのもひとつの方法です。これらも不動産会社と相談して進めてみてはいかがでしょうか。



今回は空室対策の基本として、「貸室の付加価値を正しく評価する」「選んでもらえる商品展示」について書かせていただきました。空室対策の基本は他にもございますので、次の機会にレポートさせていただきます。