



賃 賃 鑑 営



退去後の工事の 上手放效処法とは?

Q 築20年の賃貸マンションを相続した新米大家です。供主されば出土して です。借主さんが退去するたびに大家負担で 貸室の工事を行いますが、この退去の工事につい て「こうした方がよい」というアドバイスはあり ますでしょうか?

退去工事は「貸室という商品づくり」

この工事は、つぎの借主を募集するための、 A 「大家さんによる貸室の商品化」といえます。 新しい借主に選んでもらえる貸室を用意する、と いうことです。その工事は「原状回復工事」と「価 値を上げる工事」の2つに大別できます。しかし 工事は行わずクリーニングだけでよし、と大家さ んが判断されるケースもあります。その地域の最 低ラインの賃料で募集するなら、畳や壁クロスが 少し変色しているくらいは商品価値として問題は ない、という判断です。あくまで大家さんが、つ ぎの募集条件を決めて、それに見合う「貸室とい う商品」を用意するときに、必要な工事があれば 行うということです。しかし平成以降では、一定 以上の入居期間を経た退去の際は、畳や壁クロス を無条件で新しくするのが通例になっています。 新しくないと次の募集に支障をきたす、と多くの 貸主が考えるようになったからですね。ただし、 あくまでも退去後の貸室の工事は、「商品化のため に必要か?」という基準を忘れないでください。「工 事ありき」ではないと思います。

原状回復工事で見過ごされるもの

原状回復工事は、退去した借主が入居する前の 状態に (可能な限りに) 戻すのが目的です。 具体 的には、畳の交換、クロスの張替え、床などの補 修、故障した機器の修理、そしてクリーニングな どですね。この中で、ひとつ見過ごされがちな簡 所があります。それは、コンセントやスイッチの プレート、各ドアの取っ手、各部屋の巾木、水栓 や配管などです。もし、質問された大家様の築20 年のマンションで募集中の部屋がありましたら確 認してみてください。上に掲げた部位が新築時か ら一度も取り換えられていないのではないでしょ うか。新しい壁クロスの中に、古く変色したスイ ッチプレートや巾木があると余計に目立つもので す。配管の錆びやカビも目立っているかもしれま せん。こんなところに、内見に訪れたお客様は、 何となく古さを感じてしまうものです。築10年を 超えたら予算を組んで、退去ごとに少しずつロー テーションで新しくしてみてはいかがでしょう。

価値を上げる工事の考え方

貸室のバリューアップ工事は「低額なもの」か ら採用してはどうでしょうか。例えば秋冬にコー トのまま部屋に戻るのは抵抗があります。コロナ 禍で特に気になりましたが、たとえコロナが終息 しても、外でつけた異物は部屋に持ち込みたくな いでしょう。そこで玄関にコート掛けがあると便 利です。さらに外出前に全身が確認できる姿見も あれば便利です。長雨時の部屋干しには、窓枠に 取り付けられる室内用の物干しも便利です。洗濯 機置き場の上部には棚があれば便利です。器用な 人ならDIYでも難しくないでしょうが、借主が壁 に穴を開けることは賃貸借契約で禁止されていま す。低額だけど生活にちょっと便利な工事を検討 してみてはいかがでしょうか。

多額の投資という選択もあります。質問者様の 間取りをお聞きしていませんが、6畳、6畳、4.5畳 の3DKタイプが供給された時代がありましたね。 日本では人口が減っているのに世帯数は増えてい て世帯当たり人数が減っていますから、狭い部屋 が3つある3DKを求める人は少ないでしょう。この あとも20年30年と経営を続けるなら、思い切って 3DKを1LDKに変更して、設備一式も取り換えて、 壁や天井も素材や色を変えるというリノベーショ ン工事が候補に挙がります。一方で、狭い部屋は 物置きや多目的ルームとして活用するようお客様 に提案することで、最低限の工事で済ませる選択 もあります。大家さんが目指す「貸室という商品」 として、どちらが近いかで判断することです。

最後に貸室内の設備の交換について考えます。 メーカーによると、エアコンや給湯器の寿命は10 年が多いようです。しかし給湯器は部品交換で15 年くらいは使えることもあるように思います。ト イレ、キッチン、ユニットバスにも寿命がありま す。もし質問者様が築50年まで経営を続けるとし たら、エアコンは10年ごとに4回、給湯器は約16年 ごとに2回、その他は25年で1回が、最も費用対効 果の高い交換機会ということになります。この目 安を持っておくことで退去の工事の判断と、その 準備がしやすくなるでしょう。

以上のように「退去の工事」には明確な目的が あります。それは大家さんが目指す「貸室という 商品づくり」です。そのためには少し長期的な視 野も必要です。費用対効果を考えて、最も収益ア ップに結び付く手段を選べるように、これからも お勉強を続けてください。

賃貸経営で収益を増やすための

アパートマンション館株式会社

記事1 弁護士による賃貸法律相談室

回復費用の負担問題

耐用年数を過ぎても賃借人に費用負担を命じた裁判例

賃貸業界のニュースから

収益最大化のための!賃貸経営塾

上表现现决之(表??

11月の花 オキザリス

カタバミ科 花言葉 「けっしてあなたを捨てません」「輝く心」

「冬咲き」のオキザリスは秋が終わるころから春にかけて咲きます。寒い時期にきれいな花 を咲かせてくれるので、日が短く気持ちが暗くなる冬に少しだけほっこりさせてくれます。 朝に日光が当たり始めると花が開き、夕方に陽ざしが陰ると閉じ、曇りの日や雨の日も閉じ るという性質が特徴です。この花にはシュウ酸という、10円玉をピカピカにできる成分が含 まれています。昔の女性は汚れた鏡をオキザリスで磨けば自分自身の心も磨かれきれいにな り意中の相手の姿も鏡に映されると信じていたそうです。「けっしてあなたを捨てません」と いう花言葉は、雑草のように抜いてもまた生えてくる、その生命力の強さが由来だそうです。 和名は「はなかたばみ」。カタバミの仲間であるため葉はクローバーにも似ています。



弁護士が語る賃貸法律相談室

原状回復費用の負担問題



耐用年数を過ぎても賃借人に費用負担を命じた裁判例

賃貸借契約における賃借人の原状回復義務については、国土交通省より「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」が示されています。このガイドラインでは、壁のクロス、フローリング、襖、流し台といった貸室内の設備の原状回復においては、ガイドラインの中で想定されている耐用年数を経過している場合、これらの原状回復費用は賃借人ではなく賃貸人において負担すべきとされています。では、耐用年数を経過している設備については、どんなにひどく損傷していても賃借人に負担を求めることはできないのでしょうか?この点が問題となったのが、東京地方裁判所平成28年12月20日判決の事例です。



この事例は、約8年間入居していた賃貸アパート の賃借人が退去することになったところ、退去後 に室内を確認したら使用熊様が劣悪で、台所や脱 衣所、トイレの壁クロスに多大な汚れや傷破れ箇 所があり、また、床にも入居者が付けた大きな傷 が残っており、クロスや床は全て交換が必要な状 態だったというものです。そこで賃貸人は、ハウ スクリーニング費用の一部や、壁クロス・床の張 替え費用の半額もしくは一部は賃借人に負担して もらいたいと伝えたものの、賃借人が「国土交通 省のガイドラインによれば、壁クロス等の耐用年 数は6年間である。自分が入居したときから8年 経っていて耐用年数が経過しているから、原状回 復費用を負担する必要はない」と争ったという事 例です。この事案において裁判所は、「賃借人とし ての善管注意義務違反」を理由に、耐用年数が経 過していても壁クロス・床の張替え費用、さらに ハウスクリーニング費用についても、賃貸人の主 張通りに賃借人の負担を認めました。その理由に ついて裁判所は以下のように述べています。

賃借人が本件物件を明け渡した時点において、1 階台所及び脱衣所の壁クロスと床は著しく汚れて おり、賃借人は善管注意義務に反して本件物件を 使用しており、その使用状態のまま本件物件を明 け渡したと認められる。

上記のような状態で本件物件を明け渡された賃貸 人としては、本件物件を新たな賃借人に賃借する ために壁クロスの張替えと床の補修を実施せざるを 得なかったということができる。 賃借人は、ガイドラインによれば壁クロスの耐用年数は6年であり、本件物件の明渡しの時点においてその価値は0円又は1円であるから、賃借人が負担すべき費用は0円又は1円であると主張するが、仮に耐用年数を経過していたとしても、賃借人が善管注意義務を尽くしていれば、壁クロスの張替えを行うことが必須とは解されないから、賃借人の上記主張は採用できない。

なお、ガイドラインによっても、「経過年数を超えた設備等を含む賃借物件であっても、賃借人は善良な管理者として注意を払って使用する義務を負っていることは言うまでもなく、そのため、経過年数を超えた設備等であっても、修繕等の工事に伴う負担が必要となることがあり得る」とされているところである。

以上が、裁判所が耐用年数の経過していた壁クロスや床につき、賃借人の負担を認めた理由となります。この点、裁判所がそれぞれの原状回復費を賃借人に負担させたのは、賃貸人の請求に基づいたからであり、もし仮に賃貸人が本事例以上の金額を請求していた場合、裁判所はその請求額の負担を命じていた可能性も考えられます。









本裁判例を踏まえると、賃借人の原状回復義務の考え方は以下に整理されます。

- 1. 通常損耗部分については、賃借人の原状回復義務は生じない。
- 2. 通常損耗を超える損耗部分(賃借人の故意・過失による損耗)については、賃借人に原状回復義務が生じる。
- 3. 賃借人に原状回復義務が生じるとしても、 修理・交換費用について耐用年数を経過してい る分については賃借人は負担する必要がない。
- 4. 実際に使用を続けられる状態であったにも 拘らず賃借人の善管注意義務に反して使用不能 にされてしまった設備については、耐用年数を 経過していたとしても賃借人が修理・交換費用 の負担を負う場合がある。

実務においては、4の場合に当てはまるかどうかの判断が問題となるケースが多いと考えられますので、この点は退去時に賃借人と慎重に協議すべきところです。

こすぎ法律事務所 弁護士 北村亮典 ※2022年10月5日時点の法令等に基づいて書かれています。

賃貸業界のニュースから

「徒歩〇分」表示の新ルール。改正された不動産表示

厚生労働省「国民健康・栄養調査報告」(令和 元年)によると、一日の平均歩数は男性6,793歩、 女性5.832歩だそうです。これを20~64歳に限る と、男性7.864歩、女性6.685歩だったものが、65 歳以上では男性5.396歩、女性4.656歩にまで減少 して、高齢になるほど歩く量が減ることを示し ています。やはり歩くのは疲れるので、目的地 は少しでも近いほうがよいと考えてしまいます ね。不動産においても「徒歩何分」という条件 が家賃や空室率に大きく影響します。この「歩 く」ことは自然すぎて普段は速度を意識するこ とはありませんが、不動産広告では「分速=80 メートル (m) | を基本とすることが不動産公正 取引委員会によって決められています。最寄り 駅から10分と標記される時は道路距離で800m未 満でなければならないのです。そして2022年9月1 日から、不動産広告について定めた「不動産の 表示に関する公正競争規約(以下:表示規約) 及び「表示規約施行規則」が改正され「徒歩〇 分」などの扱いがより厳密になりました。

例えば駅から物件までの距離を測るとき、「ど こからどこまで」というポイントを決める必要 がありますが、今までの規制は少しあいまいで した。そこで改正規約では、物件の起点を「建 物の入り口」と明記しました。敷地の入り口は 不可となります。一方の、駅やその他の施設(バ ス停など)の起点は「その施設の出入り口」と 明記されました。駅の場合は改札口という理解 でよいのでしょうか。あいまいだった部分が明 確になったことで、例えば広い敷地の物件の場 合は、敷地の入り口ではなく建物の入り口が起 点となるので、これまでより何十メートルか距 離が増えるケースもありそうです。同じ敷地内 にA棟B棟がある場合も所要時間が異なるケー スが多くなるでしょう。駅だけでなく最寄りの スーパーや学校などにも規定があり、「スーパー まで300m」などと物件からの道路距離だけが認 められてきましたが、今後は「スーパーまで徒 歩4分」などの標記も使えるようになりました。 その際にも前述の起点と着点の規定が当てはま ります。

物件名に「〇〇海岸」「〇〇川」が増える?

規則は強化ばかりではなく緩和されたものも あります。イメージアップのために物件名に地 域の名称を入れているケースがありますが、今 までは、物件が公園、庭園、旧跡等から直線で300 m以内にあれば、その名称を使用できていました。そこに海(海岸)、湖沼若しくは河川の岸なども加わりました。これからは、「〇〇海岸」「〇〇川」などの入った物件名が増えるかもしれません。また、街道の名称は、これまでは物件が道路に面していないと使用できないこととしていましたが、直線で50m以内であれば使用できるように緩和されました。同じく、通りや街道名を取り入れた物件が増えそうです。

新築物件が募集しやすくなる変更もあります。これまで建物が未完成の場合に広告表示できる建物写真は、「規模、形質及び外観が同一の他の建物の外観写真」に限り認められていました。今後はまったく同一でなくても、募集建物の施工者が過去に施工した建物であること、構造や階数や仕様が同じであること、規模や形状や色等が類似していること、以上の条件を満たす場合は写真を使えることとなりました。もちろん実際の物件ではないことを明記するなど、誤解させないように注意書きすることは必要です。



さて、このように不動産広告には厳しい規定 があります。最近では、マンションのチラシに 書かれた独特の文言が「マンション・ポエム (詩)」などと呼ばれ若者を中心に静かなブーム となっています。確かに不動産のチラシでは「住 む」が「住まう」となったり、「聖域」(と書い て、ステージと読ませる)のように宗教的な文 言が多用されたりします。なぜ、このようなイ メージ的な文言ばかり使われるのでしょうか? 不動産のチラシデザインを手がける会社に聞く と、不動産広告に使う文言にも規制が多く、「完 壁、日本一、最高」などの最上級を意味する文 言や、「バーゲンセール、破格、お買い得」など の安いという印象を与える文言を使えないので、 限りある文言の中で差別化をはかろうと苦心し ているためだそうです。「実際に、こういった文 言を使ったほうが好反応なので止められない」 とも言います。今回の改訂でも、広告で使用で きる文言の解禁は見送られましたので、これか らも「マンション・ポエム」と言われる表現が 多用されそうです。