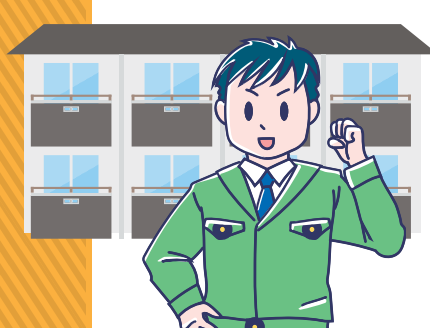


収益最大化のための！

賃貸経営塾

退去後の工事の上手な対処法とは？



Q 築20年の賃貸マンションを相続した新米大家です。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。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か？

退去工事は「貸室という商品づくり」

A この工事は、つぎの借主を募集するための、「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。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

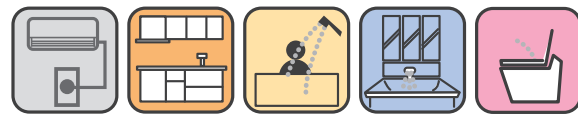
原状回復工事は、退去した借主が入居する前の状態に（可能な限りに）戻すのが目的です。具体的には、畳の交換、クロスの貼り替え、床などの補修、故障した機器の修理、そしてクリーニングなどですね。この中で、ひとつ見過ごされがちな箇所があります。それは、コンセントやスイッチのプレート、各ドアの取っ手、各部屋の巾木、水栓や配管などです。もし、質問された大家様の築20年のマンションで募集中の部屋がありましたら確認してみてください。上に掲げた部位が新築時から一度も取り換えられていないのではないのでしょうか。新しい壁クロスの中に、古く変色したスイッチプレートや巾木があると余計に目立つものです。配管の錆びやカビも目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たいかがでしょう。

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には抵抗があります。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や、長雨時の部屋干しに窓枠に取り付けられる室内用の物干しや、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でも難しくありませんが、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たいかがでしょう。

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、世帯数は増加し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（ただし、コロナ禍で自宅のリモートワークが増えて、仕事部屋として4.5畳が重宝されたという一時的な需要はありました）。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ぶように、これからも勉強を続けてください。



オーナー様向けニュースレター



ai賃貸通信

Supported by アイ建設事務所

記事1 弁護士による賃貸法律相談室

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

記事2 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

記事3 収益最大化のための！賃貸経営塾

退去後の工事の 上手な対処法とは？

※ 関東をメインとして全国で開かれる『酉の市』、今年は11月4日、16日、28日が「酉の日」です。

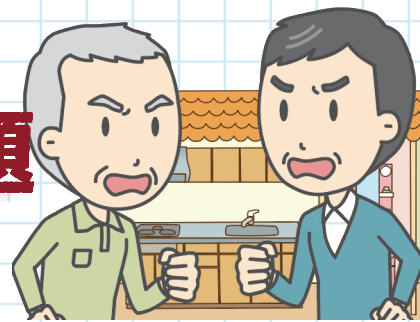
アイ賃貸通信 2022年11月号

2022年 11月 5日発行（毎月1回発行）

発行所：株式会社アイ建設事務所/ 発行人：池本寅男
〒359-1123 埼玉県所沢市日吉町16-15 ライナス所沢ビル2F
TEL:04-2903-5500 HP:https://aikensetsujimusho.com/

【弁護士による賃貸法律相談室】 原状回復費用の負担問題

耐用年数を過ぎた壁クロス等でも賃借人に
一部原状回復費用の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態様が劣悪で、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える。

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とす。

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」などの表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るので紹介しておきます。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。今までは、物件が公園、庭園、旧跡等から直線で300m以内にあれば、その名称を使用できていましたが、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。

新築物件の募集がしやすくなる変更もありました。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、「完璧、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、広告で使え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。