

# にこにこ新聞

## 11月号

VOL. 165

発行 よねもと不動産  
編集 米本 博  
製作 米本 文子



(境界標があってよかった)  
いまから20年ほど前に中古住宅を買ったときのことで、見学の際、不動産会社から「一カ所だけ境界標がないが、隣地との境にブロック塀があるから測量はせず、現状のままでの引渡し」と説明を受けました。

塀があるならそれでいいか、と私は思っていました、父にそのことを話すと「塀は境界ではない。たとえ中古住宅でも境界はきちんとしないとダメだ」と叱られました。

そこで、不動産会社に購入の条件として隣地立会いのもと測量をしてほしいと伝えると、しぶしぶですが承諾してくれました。

その中古住宅も年数が経過し、このたび建て替えることにしましたが、建物の解体作業中に工事業者がうっかりして境界標を失くしてしまいました。

お隣の方に事情を説明すると、当時の測量図を基に境界標を入れるならと快く了承してもらえました。あのとき、測量をしてもらったおかげでトラブルにならず父には感謝しています。



## 知っててよかった！ 不動産こんなこと・あんなこと

賃貸編

No.95 賃貸借契約の期間が終了したにもかかわらず（あるいは契約の終了を合意し約定期日までに明け渡す、という約束をしたにもかかわらず）、賃借人が居座っています。このような場合、どのように対処すればよいでしょうか？

この場合、賃借人に居座る理由があるのかどうか、仮にないとした場合に、自力救済（法的な手続き、手段に依ることなく自分の力で問題を解決しようとする）が許されるかどうかが問題になります。

以下に賃借人が居座る理由の有無について考えてみます。

### 1. 通常の賃貸借契約の期間終了の場合

通常の賃貸借契約の場合、契約期間が終了したとしても賃借人が居座る理由を失うとは限りません。

借地借家法では、契約期間満了の1年から6か月前までに賃借人に対して更新をしない旨の通知をしなければなりません。さらに、この通知に関し、貸主に正当事由があると認められる場合でなければならない、とされています。

したがって、契約期間が満了したという理由のみをもって明け渡しを請求しても、賃借人が同意しない限り明け渡しは認められません。

### 2. 定期建物賃貸借契約の期間終了の場合

借地借家法に定める「定期建物賃貸借契約」であれば契約期間満了の1年前から6か月前までに、賃貸借契約終了の通知をしていれば、賃貸借契約は終了します

から、期間終了後に居座る理由はありません。

また、賃貸借契約を賃貸人と賃借人と合意のうえ終了させていた場合には、その合意された明け渡し日に賃借人は明け渡さなければなりません。

今回のケースとは異なりますが、賃借人が家賃不払い（※）等をした場合には、賃貸借契約を解除する場合があります。有効な契約解除がなされた場合も、賃貸借人は居座ることはできません。

賃貸借契約の解除では、賃借人と円満に契約終了の合意ができずにトラブル状態のまま居座られることがあります。

このような場合には明け渡し訴訟を提起し、明け渡しを実現することになる可能性も高いため、契約の解除は訴訟を念頭におき、有効な解除となるよう慎重に行わなければなりません。

※家賃不払いが数日遅れた程度では、それを理由としての契約解除は認められません。一般的には3か月程度の滞納があった場合には、信頼関係が損なわれたと認定されるようです。



前は 反響のあるチラシ作りに頭を絞る...というところまででした。

チラシの原稿づくりはほんとうにむずかしいものです。間取図、物件概要にキャッチフレーズと余ったスペースにイラストを付け加えれば、それなりに体裁は整いますが、よほど物件に魅力がないかぎり、そんなチラシはまず失敗します。

昔、広告会社の営業マンは、わたしに言いました。「広告は継続しなければ効果はありません。二回、三回、四回と続けることで会社の認知度が高まります。一回ぐらいであきらめたらダメですよ」

その言葉を信じたら広告会社の思うつぼ、彼らは継続的に広告を出してもらわないといけなから、そう言うだけです。

開業する前に勤めていた会社では、チラシ作りを広告会社に全部まかせていました。

たしかに、プロが作ったものはデザインに優れ見栄えが良いものでした。

でも、それだけでした。費用を掛けた割には効果がなく、ときには本当にチラシが折り込みされているのかと思うほど問合せがありませんでした。

幸い(?)経費は会社持ちですから腹は痛みませんが、チラシは現場に携わる者が自分で考えて作るものだと痛切に

感じました。そうはいっても、広告に関してはズブの素人です。そこで広告に関する本を片っ端から読み漁り、ときには高いお金を払ってセミナーにも参加しました。

本業は不動産業なのに、いつのまにか広告の世界にどっぷり浸かりました。それもこれも永く不動産業を続けるためです。自分が信じた道を突き進むしかありません。

反響のある広告を...その一念で作り始めたチラシ。書いては消し書いては消しの繰り返しで、結局、完成まで三日かかりました。

出来上がったチラシを販売店に持ち込み、その足で物件の販売をまかせてくれた社長に見本を届けに行きました。

「わざわざ届けに来なくてもいいのに」と言いながらも満更でもない表情の社長。

しかし、そのあと思ってもいない言葉が返ってきました。「インパクトがないねえ。これでは問合せは期待できないと思うよ。もっと心が動くようなセリフを入れなきゃあ。希少物件とか早いもの勝ちとかさあ...」

不動産広告で使ってはいけない言葉が公正取引協議会で決められています。客観的事実の裏付けのない、こういう言葉はまさにこれに該当します。 続く

## 編集後記

### 地獄のドライブその4 はじめての飛行機



前回は、どこか遠いところへ旅に...というところまででした。思い起こせば私たちが夫婦の旅は新婚旅行のときに東北に行ったときからどこに行くにしても車でした。時間を気にせず思いつくまま移動できる気楽さと、手荷物も気にならず、なにより玄関から直結というのが魅力です。しかし、今回の旅はかなりの長距離になりそうです。若い頃ならたとえ何百キロでも運転できましたが、いまの私にはその半分でも自信がありません。妻も前回の地獄のようなドライブで懲りているようですから、車は諦めるしかありません。北海道にしようか?」

仕事の帰り道、旅行代理店に置いてあったパンフレットを妻に見せると「わあ行きたい。でも高いんですよ。勿体ないからやめようよ。もっと近くでいいから」と殊勝なことを言います。とはいえず、妻の言葉が本心でないことはわかっています。うっかりその言葉に乗れば、どうせ近場が私たちにはお似合いよ」と皮肉を言うに決まっています。もっとも、わたし自身、前からこれくらいの贅沢はそろそろしてもいいかなと思っていましたから妻がどう言おうと行く先は北海道に決めています。ねえ、北海道ってどうやって行くの? 飛行機? 落ちたらどうしよう?」

恥ずかしながら私も妻もこの年になるまで一度も飛行機に乗ったことがありません。落ちたら死ぬ...そんなイメージが強い。飛行機で飛行機に乗ったこと、それは...」

「飛行機よ。テレビや新聞になにも出ていないから安心したわ。お願いだから旅行が終わるまで落ちないでと毎日祈っているの。知ってた?」

「飛行機が墜落する確率は宝くじを80年間買いつけて一等が当たる確率より低いんだって」

「フーン、でもデータはデータよ。私たちがくじ運も悪いし心配だわ」

「たしかに。落ちるならせめて帰りにしてくれ」と祈るとするが」

「笑って誤魔化しましたが、それは本心でした。」

「翌日、旅行会社に自分たちのプランを申込みました。あとはその日が来るのを待つだけです。ゆっくり温泉に浸かってのんびりできるのね。食後の後片付けもしなくていいし、ほんと夢みたい」

「夕食の後片付けは、いまは私が当番。食後はテレビの前でゴロンしているのはグシ、と突っ込みたくなりますが野暮なこと言つのは止めましょう。」

「翌日、旅行カバンや着替えやら旅に必要なものを買いに出掛けましたが、これも旅の楽しみのひとつなのですね。」

「きょうも大丈夫だったよ。落ちていないみたい」

「仕事から帰るといきなり真顔で妻が話しかけます。なにが?」