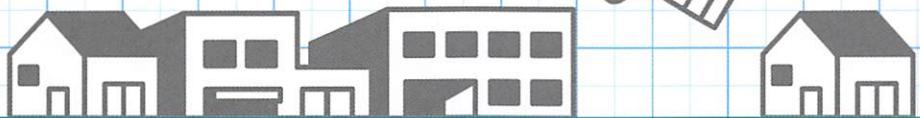
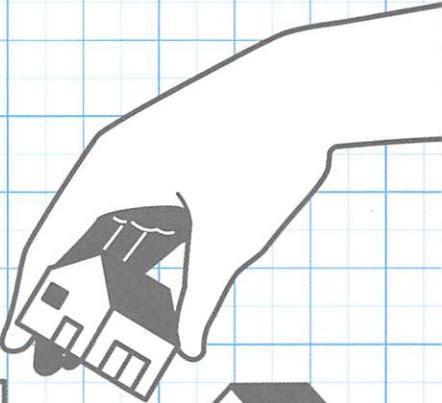


「不動産を
売りタイ

ときには
知つて欲しいこと



家や土地を売る時に
知って得する！

イエステーション

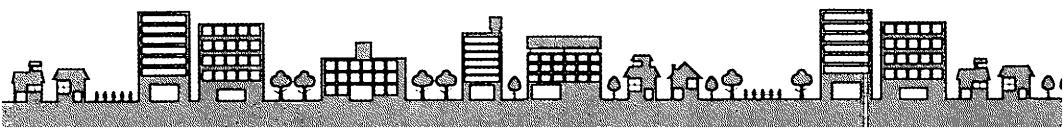


イエステーション

お客様の豊かで幸福な生活の為に、心のこもったサービスを提供し、お客様と共に歩んでゆきます。イエステーションロゴマーク全体は家を表現し、四角いオレンジは窓をイメージし、家にともる家族の幸福を表しています。グリーンは大地(土地)、ブルーは希望に満ちた青空を表しています。

目次

- 04 ご挨拶
- 06 売却を進めるにあたって気を付けるべきこと
- 10 売却完了までの流れ
- 14 売却に必要となる各種費用
- 22 「今は売り時なのか？」
- 27 より良い条件で売却するためにすべきこと
- 33 測量はお早めに！
- 36 プロはどうやって不動産の価格を算出している？
- 40 結局いくらで売れる？適切な価格設定の考え方
- 44 売却成功のカギは適切な値段設定にあり
- 49 査定で最も重要なのは「価格」ではない



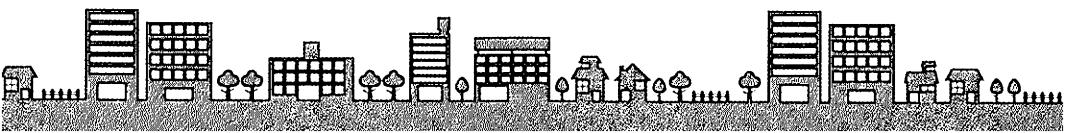
- 52 頼りになる不動産会社の選び方
- 56 悪徳な営業手法「囲い込み」に御用心！
- 60 売却開始の第一歩！「媒介契約」について
- 65 不動産会社専用の検索サイト？「レインズ」とは？
- 70 徹底解説！不動産会社は売るために
何をしているのか？
- 75 売却が得意な不動産会社か見極めよう
- 78 即時売却も可能？！
「買取」のメリット・デメリット
- 84 おわりに

[卷末付録]

売却準備チェックリスト（マンション）

売却準備チェックリスト（一戸建て）

売却準備チェックリスト（共通）



ご挨拶



この度は、数ある書籍の中から『不動産を“売りタイ”時に知ってほしいこと』をお選びいただき、誠にありがとうございます。本書をお手に取っておられるということは、恐らく不動産の売却を多少なりともお考えになつてのことかと思います。貴重な時間を頂戴してお読み頂くわけですから、少しでも役に立つよう精一杯ノウハウを提供させて頂きます。

まずは簡単に自己紹介をさせてください。我々『イエステーション』は全国に拠点を構える不動産売買専門のフランチャイズチェーンです。執筆時点で140件を超える店舗が存在していますが、全店舗に共通してとても大切にしていることがあります。それは「地域の専門家」であることです。地域専門ならではの豊富な実績と情報量を活かし、皆様の状況に応じたご提案が可能であることを最大の強みとしています。

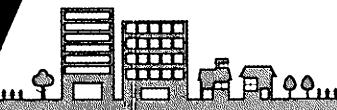
本書にはこれまでに得たさまざまなかつらを基に、不動産売却を成功に導くために「知ってほしいこと」を取りまとめました。ちなみに、不動産はひとつとして同じもののがなく、ケースバイケースである事柄が非常に多いという側面を持っています。本書の執筆にあたっては地域や時期などに左右されない情報を軸に、特に大事なものを選んで書きました。



そして、中には一部の不動産会社にとっては耳の痛い不都合なお話なども、思い切って紹介しています。悪徳な不動産会社というのは少しずつ減ってきてはいるものの、未だに存在します。もしもそうとは知らずに、不親切な担当者に売却を任せてしまえば、恐らく「成功」と呼べる売却の実現は、とても困難になるでしょう。本書の情報が、リスク対策や取引成功のヒントとなれば幸いです。



売却を進めるにあたって 気を付けるべきこと



人生で一番大きな買い物とは、多くの場合「不動産」であると言われています。そして、大きい取引であるからこそ中々経験することではなく、特に売却はわからないことが多いので「不安だ」という声をたくさん伺います。しかし、売却は転勤や相続、離婚など、いきなり決断を迫られてしまうことが少なくありません。

「どこの不動産業者に任せるか」

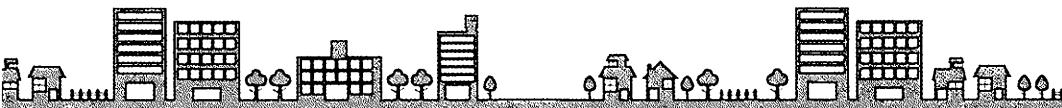
「売却後の取り分は」

「新居はどうする」

このようにいろいろな事柄について、即決を迫られるようなことがあるのです。

不動産売却はプロであっても不備なくスムーズに完了することが難しいものです。それを経験が少ない中やり遂げることはとても難しいことですが、何かしらの事情によって「急いで売らなければ」ということは起こります。売却を急ぐ場合、基本的には急げば急ぐほど妥協しなければならず、価格を含む「売却条件」は悪化しやすくなります。「準備をしておけばもっと高く売れたかも・・・」と後悔することがないよう、日頃から少しずつ備えておくと良いでしょう。

事前準備としてできる事はいくつか挙げられますが、



最も重要なのは「情報収集」であると思います。そこで本項では、情報収集に関する注意点をお伝えします。

人は不安を感じると関連する話題をどんどん結び付け、より不安を大きくしてしまうことが良くあります。そして情報を集める中では、さまざまな思いがよぎることだと思います。

「価格は適正だろうか」
「ここに任せて大丈夫だろうか」
「まだ売らないほうが良いのでは」

こういったご不安は皆様感じられるものです。

「幽霊の正体見たり枯れ尾花」の故事にあるように、人は本能的にわからないものを怖いと感じます。良くわからない間は「幽霊」に思えて怖かったものが、よく見たら「枯れ尾花（枯れたススキの穂）」だという正しい情報を手に入れることができ、わかつてしまえば全く怖くなくなった。こういったことは不動産業界でもよくあることです。

一方でもう一つ怖い事例としては、間違った情報を信じて突き進んでしまうようなケースも存在しています。重要なのは「正しい情報を得て、正しい判断をすること」です。

根拠の薄い情報に頼ってはいけません。また、希望的な観測を頼りに「かもしれない」「〇〇なはずだ」と勢いに任せて行動するのもリスクがあります。行動することで期待できるメリットと考えられるリスクを正しく捉えて、適切な選択をする必要があるのです。

また専門外の分野について、情報の真偽の判断は難しいものです。そしてこれは、ご自身のみの話ではありません。不動産の売却を身の回りの方に話すと、さまざまな意見が集まります。ただ、アドバイスをしてくれるご親族やご友人の中には、不動産についてちゃんと詳しい方もいらっしゃれば、間違った知識を集めてしまっている方もいらっしゃるかもしれません。最終的な判断をし、全ての責任を負うのはご自身です。アドバイスを受ける相手は良く見極めて頂くと良いでしょう。

最近ではインターネット上にもたくさんのノウハウが公開されています。しかし、プロの我々から見ても有用な情報もあれば、間違った情報もあります。また、かなり特殊なケースを幅広く活用できる情報として発信してしまっているものを見ることもあります。不動産は同じものが基本的に存在せず、状況によって最適な進め方は異なります。得られた情報を妄信せず、ご自身のケースにはどのように活かせるのか客観的な視点を失ってはいけません。

本来であればそういう時に良きパートナーになるべく、我々のようなプロの不動産業者が存在しています。業界全体の評判は良くはありませんが、真面目に職務を全うしている不動産会社は必ずいます。本書をヒントに売主様の目的達成に向け、適切なコンサルティング・アドバイスができる優秀なパートナー探しをして頂けますと幸いです。

POINT!

- ・日頃から少しずつ準備をしておきましょう
- ・正しい判断をする為には、情報収集とパートナー選びが重要です

売却完了までの流れ



不動産売却をスムーズに進めるにあたって、取引全体の流れを把握しておくことはとても重要です。手続き全体を通して一体どのあたりにいるのか、次はどういったイベントが待っているのか、大まかにでも知っておくことで次のステップへ進むのが楽になります。本項では不動産売却の大まかな全体像を解説します。

まず、売却完了までの段階は大きく以下の3つにわけることができます。

「売却準備」

「売却活動～売買契約」

「引渡し準備～引渡し」

ここからさらに細分化をしていきます。

大まかな流れは次ページ以降にまとめておりますが、基本的に我々不動産会社が主導して進めていますので、全てを覚えて頂く必要はありません。しかし、何となく把握しておくだけでも今後の段取りがスムーズになりますので、目を通しておいて頂けますと幸いです。



売却準備

問合せ

まずは不動産会社に問合せを行い情報収集を進めます。



査定

不動産会社に売却価格の提案を受けます。



媒介契約

査定結果を踏まえ依頼する不動産会社を選定します。



売却活動～売買契約

売却活動

売却活動が始まり、物件情報が広く公開されます。



ご案内

購入検討者に物件を見てもらいいます。



経過報告

販売促進活動の経過報告を不動産会社から受けます。



申込受理

購入申し込みを受理し、契約条件のすり合わせを行います。



契約準備

各種手続きの準備、契約条件の確定を進めます。

売買契約

ついに売買契約の締結をし、手付金を受領します。

引渡し準備～引渡し

決済準備

各種書類の手配や、ローン完済手続きなどの準備を進めます。



現地立会い

売主様・買主様双方で引渡し可能な状態であるか確認します。



決済・引き渡し

売買代金の金額を受領し、物件の引き渡しを行います。

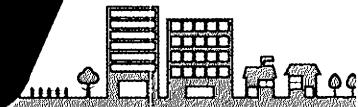


※原則、売却した翌年の3月中旬までに確定申告が必要になります。

POINT!

- ・おおまかに取引の全体像を掴んでおきましょう

売却に必要となる各種費用



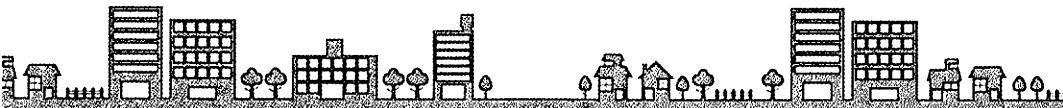
不動産の売却時には、いくつかの費用が掛かります。基本的には売却で得られたお金から支払いますので、貯蓄からの持ち出しが必要になることは少ないです。

売却費用として代表的なものは、以下のようないわゆる「標準的」なものが挙げられます。

- ・印紙税
- ・売却で発生する所得税・住民税
- ・測量費
- ・仲介手数料
- ・抵当権抹消にかかる費用

ちなみに、マイホームの売却の場合ですといろいろな減税措置がありますので、要件を満たせば所得税等の税金がかからないようなケースもあります。また、土地を売買する場合は、土地の境界線を間違いなく引き継ぐことがとても重要です。もしも境界線の正しい位置を示す資料が不十分だと、「測量」という作業が必要になり、費用がかかりますので事前に把握しておきたいところです。

上記に列挙したものよりもまだ一般的ではありませんが、インスペクション費用が必要になるケースも年々増えてきています。「インスペクション」とは、売却前に



建物の診断を受けることを指します。買主様の視点に立つと、インスペクション済の物件のほうが安心感が増しますので、物件の状況や、競合物件のインスペクション実施状況によっては検討すべきケースもあるでしょう。

このように、不動産売却には状況に応じてさまざまな費用が発生しますが、何が必要になるのかは状況次第です。特に税金は、売却の進め方やタイミングによって大きく金額が変動してしまうことがありますので、何かしらの行動を起こす前に確認しておくことが重要になります。全てのケースを網羅することはできませんが、優先度の高いものからいくつかを紹介させて頂ければと思います。

1. 税金（印紙税、所得税・住民税 など）
2. 測量費 ※土地の境界が明示できない場合のみ
3. 仲介手数料
4. ローン関係（残債額・抵当権抹消費用 など）
5. その他（引越し費用・国民健康保険税 など）

1. 税金（印紙税、所得税・住民税 など）

「印紙税」とは、売買契約書や領収書などに印紙を貼付して納税する税金です。不動産は金額が大きいため、普段は見たことのないような金額の印紙を貼ります。印紙税の金額は売買金額によって異なりますが、ご自宅の売

却すと、「1,000万円超5,000万円以下」または「5,000万円超1億円以下」の範囲であることが多いので、1万円か3万円の印紙を使う可能性が高いでしょう。(※上記の印紙税額は本書執筆時点の情報を基にしております。時折改正されることがありますので、売却時に改めてご確認ください。)

それ以外の税金では、売却により利益が出た場合に「所得税」や「住民税」「復興特別所得税」などかかる可能性があります。しかし、不動産の状況や手元に残っている資料によっては、課税されないケースもよくあります。課税されるかどうかについては「所有期間」や「取得費用を証明する領収書などの有無」「売却時に必要だった経費」など、さまざまな要素が絡み合って決まりますのでご自身で判断されず、必ず我々不動産会社か税理士などに確認をするようにしてください。

事前準備としては、売却される不動産に関して購入時からお金を支出した履歴は全て集めておかないと良いでしょう。領収書や工事関係の契約書、支払い履歴の記載された通帳など、金額の記載があるものは全て用意しておくようにしてください。

2. 測量費 ※土地の境界が明示できない場合のみ

「測量費」については、マンションや精度の高い資料が充分に揃っている場合などは不要になりますので、そういう場合は読み飛ばしてください。

まず前提の整理からですが、土地の売却時、売主様には「境界の明示義務」が生じます。具体的には、現地で「境界線はここです」という明示と、その境界が正しいことを証明する測量図の発行を求められます。



取得してからさほど年数がたっていない場合は、契約時の資料を見返してみると良いでしょう。ちなみに、不動産会社さんから購入した建売住宅や分譲地であれば、多くの場合で境界が明確なので手間が少なく済むかもしれません。

一方で古くから持っている土地や戸建を売却する場合、境界がよくわからないことがあります。このような時には新たに測量図を作らなければならず、費用が必要です。そして、測量図作成にはそれなりに時間がかかる点も要注意です。詳しくは後程別項で解説をさせて頂きますが、短くとも 2 ~ 3 カ月、長い時で半年、一年と長期化することがありますので、測量については早めの着手がとても重要です。また、測量の相場は 50 万円 ~ 100 万円程度と言われており、隣接する土地の件数の多さや登場人物の多さによって上振れしていきます。予想以上に高くなってしまうようなこともあるので、売却活動をするとなったら少なくとも見積りだけはすぐに取つておくべきでしょう。

3. 仲介手数料

不動産会社が売主様と買主様の間に立って、取引を安全かつ円滑に進めることを「仲介」といいます。そして不動産会社は売買契約が無事締結されると、成功報酬として仲介手数料を頂戴しています。この仲介手数料です

が、法律で不動産の取引額に応じた上限額が決められています。

- ・200万円以下：取引額の5%
 - ・200万円超から400万円以下：取引額の4%+2万円
 - ・400万円超：取引額の3%+6万円
- ※別途、消費税が発生します。

例えば2,000万円の売買取引だった場合、 $2,000\text{万円} \times 3\% + 6\text{万円} = 66\text{万円}$ （別途消費税）が仲介手数料の上限額となるわけです。

ちなみに取引額が400万円以下の物件は例外が認められており、仲介手数料以外に現地調査費等の費用相当額を請求される可能性があります。（仲介手数料と現地調査費等の合計額は「18万円+消費税」が上限）この例外は2018年の法改正で認められるようになったのですが、地方都市で増え続けている空き家の取引活発化を後押しする目的があったようです。

4. ローン関係（残債額・抵当権抹消費用など）

住宅ローンを返済中の売却ですと、住宅ローンの残りは売却で得たお金を使って返済します。不動産の所有権を移転するにあたっては、売主様の抵当権を消さなければなりませんので、不動産の引き渡し手続きは「売却代金受領→ローン完済→抵当権抹消→所有権移転」という

順番で行われますが、これら全ての手続きには基本的にお金がかかります。

ローンの完済には銀行の手数料が、抵当権の抹消と所有権移転には登記費用が必要なのです。ちなみに所有権移転登記の費用は買主様負担になるので、売主様が負担するのはあくまで抵当権抹消に関する登記費用のみです。登記費用の内訳としては登記を行う司法書士への報酬と、登録免許税という登記をするのに必要な税金を合計したものになっています。

抵当権抹消の登録免許税は、不動産1件につき1,000円です。土地は単位を筆（フデ）とえますが、複数の筆がある場合にはその筆の数だけ1,000円の登録免許税がかかります。同様に、建物も1棟につき1,000円という考え方です。

司法書士報酬は司法書士ごとに異なりますが、大体1.5～2万円前後で収まることが多いです。ただこれはあくまでも目安で、対象となる不動産の件数が多い場合や権利証の紛失、入院などで決済に来られない所有者の元に出張が必要な場合など、案件ごとの状況により報酬金額は異なります。実際の金額は、事前にお見積もりを取っておくと安心です。

5. その他（引越し費用・国民健康保険税など）

上記以外にも、状況によってはさまざまな経費が必要になることがあります。売却に必要となる経費は、売却

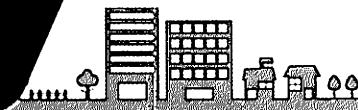
完了後の手取りをダイレクトに左右しますので、必ず事前に大まかな金額は把握する必要があります。基本的には不動産会社が主導して見積りを集めたり、目安の金額提示をしてくれるはずですが、もしもこうした資料の提示がない場合は、不動産会社の変更も視野に入れつつ誠実な対応を依頼してみると良いでしょう。



POINT!

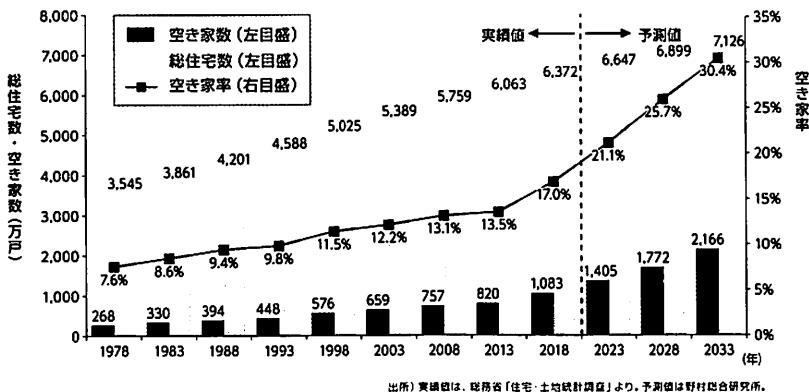
- ・必ず事前に売却経費を確認しましょう

「今は売り時なのか？」

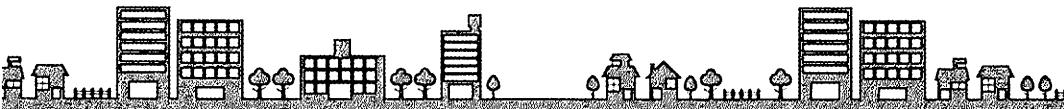


「今は売り時でしょうか？」

こうした質問を頂く機会は少なくありません。正しい結論を導き出すためには、所有期間や売却を検討されたきっかけ、目的など状況を詳しく伺う必要があるのでですが、ここでは公表されているデータを基に考察をしておきたいと思います。

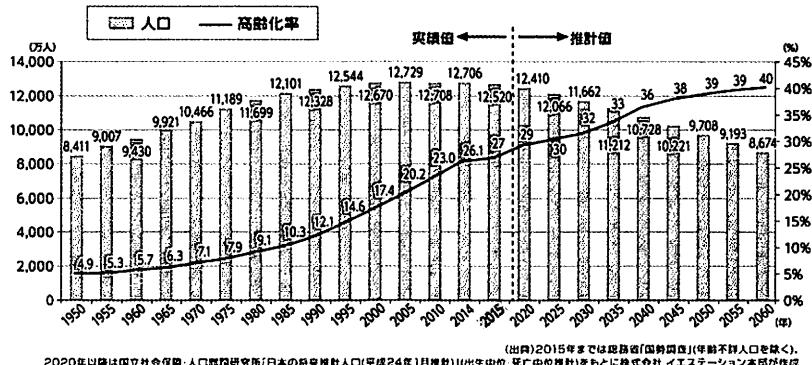


まずは、今後の不動産市況にも影響が大きいと言われている「空き家問題」についてです。総務省の「住宅・土地統計調査」によると、調査が開始された1978年以降、空き家数は調査の度に増え続けています。1988年時点では約394万戸であったものが、20年後の2018年時点では倍以上の約849万戸にまで到達しています。また空き家率を見てみると、2018年時点で13.6%となっており、既に8戸に1戸以上は空き家になってしまっていることがわかります。そしてこれらの数値は、その後も



年々上昇を続けています。

ここまでで「空き家が増えている」ということはお判りいただけたかと思います。では、これは不動産市況にどのように影響を及ぼすのでしょうか。地域性もありますが、シンプルに考えれば「家が余っている」という状況が徐々に進行していくわけですから「需要よりも供給が多くなってしまっている」状況が進行していくということになります。経済の原則として、価格は需給のバランスに大きく左右されますので「供給過多」となれば、その分「価格下落」のリスクが高まっていくことが懸念されます。



もう一つ、データを参照しておきたいと思います。上記のグラフをご覧ください。高度経済成長期に順調に増えていた人口がバブル崩壊以降に頭打ちとなり、平成後期にかけては大きく変動していないことが読み取れるかと思います。また、令和以降に関しては「人口減少」と

「高齢化率上昇」、2つの傾向が顕著になっていくことがわかります。

「人口減少」は前述の空き家問題と繋がりがあります。空き家問題が「供給過多」を示唆していたのに対し「人口減少」は「需要減少」を示唆しています。つまり、空き家が増えるので供給過多になっていくうえに、人口が減るので需要は減っていく、いずれもが「価格下落」のリスクに繋がっているのです。

もう一点「高齢化率上昇」にも触れておきたいと思います。人口に占める高齢者の割合が増えていくわけですから、不動産市況も例外なく高齢者が増えていくことになります。高齢者の方々にとって魅力的な不動産であれば追い風かもしれません。しかし、そうではない不動産にとっては厳しい向かい風となるでしょう。皆様がご所有の不動産は、皆様が何歳の時にご取得されたものでしょうか。立地やお手入れの状況にもよりますが、不動産の売却時は取得当時のご自身の年齢の方がターゲットになるケースが多いです。もしも売却のメインターゲットにご高齢の方々が含まれない物件である場合、高齢化率の上昇に関しては悲観的に捉えておく必要があります。

不動産の「売り時」というのは、さまざまな要素が絡み合って決まっていくものです。ここでお伝えした

「空き家問題」や「人口減少」「高齢化率上昇」だけで判断できるものでは決してありません。しかしこまでお伝えしたように、不動産の価値は外的要因によっても左右される可能性がありますので、関係しそうな情報はチェックしておかれることがよいでしょう。将来的に期待できる資産価値は「売り時かどうか」の大きな判断材料になりますので、日頃から気にしておいて損はありません。

最後に、「空き家問題」について少し補足しておきたいと思います。一般的に「空き家問題」というと、相続等を理由として意図せず手に入ってしまった不動産が、使われずに放置されることで起こるさまざまなトラブルについて、取りあげられることが多いです。使われずに劣化が進んだ不動産にはリスクがあるのです。代表的なところでは、人の目が行き届いていないことに付け込んだ犯罪行為（不審者の侵入、放火、落書き、不法投棄など）の対象となってしまうケースや、劣化がひどくなった場合の倒壊、草木が伸びてしまったことによる景観悪化など、いずれも敷地内だけではなくご近所に悪影響があることが問題視されています。仮に「お隣を倒壊に巻き込んでしまった」など、管理不行き届きが原因で損害を与えてしまった場合は、持ち主の責任にされることがあります。もしも既に空き家をお持ちでしたら、早急に対策をする必要があるのです。近年では補助金などの支援制度も拡充されていますので、お困りの場合はぜひ

公的機関か不動産会社にご相談ください。



放火による火事・火災



倒壊（地震・風・台風）



不審者（動物）の侵入



景観の悪化
(草木が伸びた状態・落書き)

POINT!

- ・所有不動産の資産価値は、日頃からできるだけ把握しておきましょう
- ・空き家は管理ができなくなったら売り時です

より良い条件で売却する ためにすべきこと



売却を実際に進めるにあたっては、皆様なるべく良い条件での成約を目指したいものです。そこで本項では「より良い条件で売却するためにすべきこと」を不動産のプロとしてお伝えしたいと思います。ちなみに、この「良い条件での売却を目指した活動」を不動産用語で「商品化」といいます。売却される不動産を、より商品として価値の高いものに磨き上げるわけです。

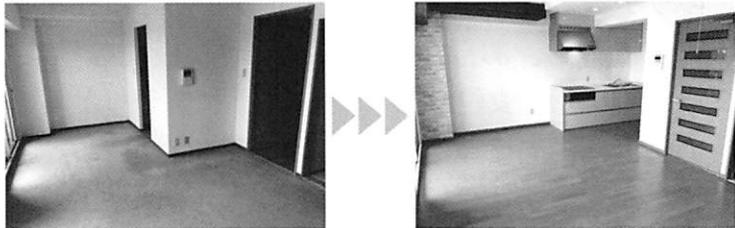
まず代表的なところでは、室内のリフォームが挙げられます。例えば、購入検討者様の希望条件を全て満たしていた場合でも、実際に見に来た時に室内のコンディションが余りに悪いと、見学時に悪い印象が強く残ってしまって検討候補から外れたり、強気の値下げ交渉が入ってきたり、といったリスクが高まります。こうした事態を避けるにはリフォームが有効なのです。

こんな部屋だったら…



リフォームして
おしゃれな部屋に！





ただ、張り切って全てを新品同様に変えておくような大規模なものまでは必要ありません。「できる範囲で、印象が良くなるように手入れを」というのが基本的な考え方となります。もちろん、出来ればお金をかけてオシャレなリフォームをした方が成約率が上がる可能性は高いのですが、リフォームには「時間」と「お金」がかかります。リフォームが終わるまでは本格的な売却活動に入れない空白期間ができてしまい、購入検討者様の好みに合致しないリフォームをしてしまうと「自分にとっては必要なないリフォーム費用が価格に含まれていたら嫌だ」とネガティブにとらえる方もいらっしゃるのです。お見合いのお化粧のようなイメージを持って頂けると良いかもしれません。相手に好印象を与えられるように、しかしあまり派手過ぎないように、ほどほどにして頂けたら幸いです。

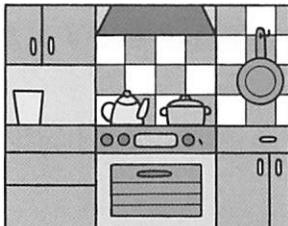
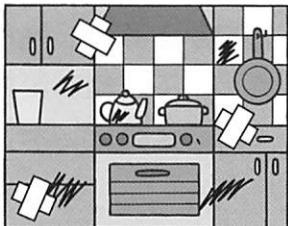
ちなみにリフォームまでは必要ない場合も、ルームクリーニングは費用対効果がとても良いのでオススメです。特にオススメなのは水周りのルームクリーニングです。キッチン・洗面所・お風呂・トイレがキレイになっているだけでも、お部屋の印象はぐっと良くなります。水周りの清潔感は女性からの物件評価がガラリと変わりますので、本格的に見学を受け入れる前に、クリーニング業者への依頼をぜひご検討ください。

イメージダウン…



ルームクリーニング

でイメージアップ！



もし一戸建ての売却であれば、お庭のお手入れもオススメです。庭木の剪定や伸びた雑草の除去をするだけでも、印象は大きく変わります。専門業者の手配もひとつですし、剪定や草むしりなどは地域のシルバー人材センターで積極的に受けているケースも多いので、そういう方法も有効だと思います。

こんな庭だったら…



庭木を剪定するだけ

で美しく！



庭うんぬんではなく建物の劣化が激しい場合は、思い切って解体し更地にしてしまうのもひとつです。ただ、建物があるかないかによってさまざまな税金に影響があることは注意が必要です。基本的には建物がある方が税金は安くなるケースが多く、解体時期によって税額が変わるので解体前に必ず税金の確認をしておくようにしましょう。



また、中古の不動産には不具合がつきものです。最近では、引渡し後に不具合があつてもある程度は対応してくれる保険商品が豊富になってきています。日本は新築志向が強く中古への不安感が強い方は多いので、こうしたものを活用して安心材料を用意するのも有効な手段です。



ちなみに中古住宅の売却の場合、その多くは住んだまま「居住中」の売却です。「空室にした方が売りやすいか」といったご相談を頂くこともあるのですが、結論から申し上げてあまり気にする必要はありません。ただ、居住中の売却はやはり売主様にはご負担をおかけしてしまうのは事実です。ご見学の予約が入れば、立合いをお願いしなければなりません。「見学会が来るかもしれない」と思うと「旅行等の予定が立てにくい」といったお声も伺うことがあります。ただここは大変恐縮ながら、売却期間中についてはできる範囲内でご協力頂けますと幸いです。

また、稀に無理を承知で「今から見せて頂けませんか」と相談をさせて頂くようなこともあります。非常に申し上げにくいお願ひではあるのですが、こういったお客様ほど即決するようなことがある為、重要なアポイント

であったりします。居住用不動産は見せない限り売れませんので、見て頂くことはとても大切なことです。

最後にチャンスを逃さないために、私共がいつも売主様にお願いさせて頂いていることをお伝えさせて頂きます。基本的に買主様は気まぐれです。内見のアポイントが決まるまでに時間がかかった場合に、他の物件に流れてしまうようなこともあります。タイミングを逃さぬよう、売却の担当者には必ず連絡のつきやすい携帯電話かメールアドレスなどをお伝えいただけますと幸いです。予約希望には可能な限りご協力頂き、場合によってはご親族などに代理を頼むといった方法も視野に入れて頂けると良いかもしれません。これらの点を押さえて頂ければ、居住中の売却でも売ることに障害はほぼありませんのでご安心ください。

POINT!

- ・商品化はとにかく買主様目線で検討する事が大切
- ・居住中の売却は売主様と不動産会社の協力体制があれば問題なし！

測量はお早めに！



※測量については、マンションの場合や精度の高い資料が充分に揃っているときは不要になりますので、読み飛ばしてください。

測量については『売却に必要となる各種費用』でも触れていますが、土地・一戸建てのお取引時にはとても重要なことですので、改めて解説をさせて頂きます。まず、測量図は一部の例外を除いて売買取引には必須の資料です。そして新たに用意しようとする場合、それなりに時間とお金がかかります。つまり事前に準備しておかなければならぬのです。

そもそも測量図とは、土地の境界を正しく記した書面です。そして、境界について重要なのは「境界確定しているか」という点です。「確定」とは、おとなりと境界線について確認ができるおり、お互いが合意していることがわかる書面が残っている状況を指します。また、境界には民有地同士の境界線である「民々境界」と、国や自治体の所有する官有地と民有地の境界を指す「官民境界」の2種類があります。道路は比較的官有地が多いですから、土地と道路の境界は「官民境界」が多くなっています。

民々境界で境界が確定している場合、隣地所有者との間で「筆界確認書」と呼ばれる書面を取り交わしているのが一般的です。これは「お互いに境界を確認しあった」

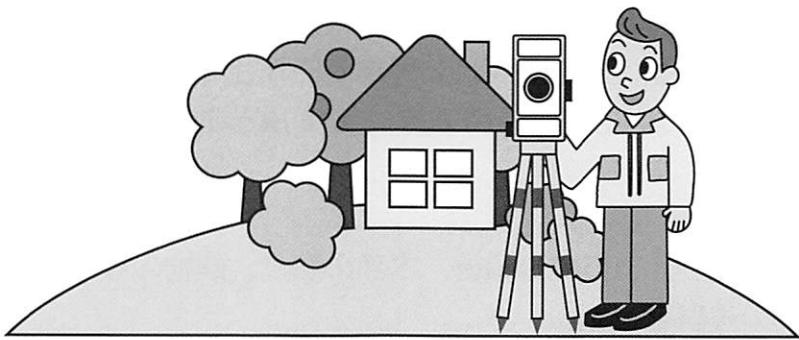
ということを書面にしたものです。また、筆界確認書がなくても「確定測量図」という測量図があれば問題ありません。これらの書面には境界の位置を示すマーカーが現地のどこにあるか、どんな形かなどが書かれています。売主様は売買契約時にこれら測量資料を用いながら、買主様に「これが境界です」と説明を行う義務があるため、とても大切な資料なのです。

ちなみに確定測量図と似たもので「実測図」という資料が存在しています。実測図は見た目はとても「確定測量図」と似ていますが、境界が確定できていない可能性があるものですので注意が必要です。

境界が確定していなかった場合は、測量会社に「確定測量図」を作ってもらいます。そして新たに境界確定をするのであれば、それなりに時間がかかる点は注意が必要です。民々であっても隣地所有者に協力してもらって立会い作業などをする必要がありますし、官民となると役所が対応してくれるまで待たなければなりません。道路の場合は反対側の所有者様の協力もいる為、登場人物が増えてさらに時間がかかります。短くとも2~3ヶ月、長い時で半年、一年と相手次第でいくらでも時間がかかるてしまう可能性がありますので、測量については早めの着手が非常に重要となります。

測量はとにかく時間とコストがかかります。必要そ

であれば、すぐに着手しましょう。



POINT!

- ・安全な取引の為に、測量はとにかく早めに依頼しましょう

プロはどうやって不動産の 価格を算出している？



これらが不動産業界で日常的に行われている査定方法です。では、これらの査定にあたって不動産業者はどのようなことを調査し加味しているのでしょうか。不動産会社や担当者によって細かな査定方法は異なるので一概には言えないのですが、参考までに弊社で実施している調査項目の一部を下記に列挙させて頂きます。

①現地

雨漏り、シロアリの害、木部の腐食、建物の傾き、火災の被害等

②ライフライン

電気や上下水道、ガス配管の状況等

③法務局

登記簿謄本（所有者、所在地、地目、地籍、持分、抵当権等）を始めとする各種証明書

④都市計画

都市計画区域、市街化調整区域等

⑤法令上の制限

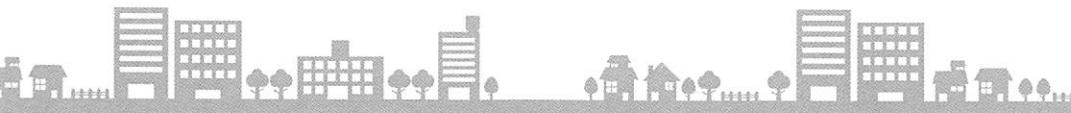
建築基準法などの制限により建築に制限を受ける場合があります

⑥金融機関の確認

ローンの残債額や抵当権等の抹消手続き等

⑦近隣の建築計画

隣地の建築計画、道路計画等



⑧土壤汚染

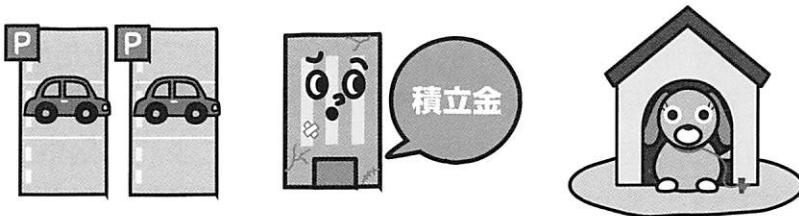
指定区域への該当状況、過去の使用履歴等

⑨リフォーム履歴

過去のリフォーム履歴

※マンションの場合

- ・使用権に関する事項
- ・管理費、修繕積立金等
- ・管理規約（ペットの飼育制限、リフォーム規定等）



本項では「プロの不動産査定」について、査定時点での調査状況による違いがある査定方法2種を解説いたします。

- A. 現地調査なし…「机上査定」
- B. 現地調査あり…「訪問査定」

- A. 現地調査なし…「机上査定」

不動産会社が現地を見ずにおおよその価格を推測する査定方法です。売却がまだ具体的なものではなく、大ま

かな価格の目安を確認するだけであれば机上査定で充分です。一括査定サイトや不動産会社のサイトなどから机上査定の依頼をすればメールで返信をくれたり、中には「査定書」「査定報告書」といった書面を発行してくれるケースもあるでしょう。目安の査定価格と、算出の根拠を提示されるはずです。

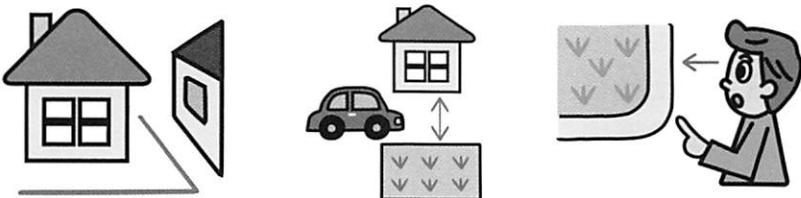
B. 現地調査あり…「訪問査定」

こちらは実際に不動産会社の担当者が現地を訪れ、建物の状況、日当り、眺望などを確認した上で価格を計算します。物件のコンディションなどを反映できるため、机上査定よりも精度の高い査定となります。例え同じマンション内であっても部屋の位置や状態によって価格は変わってしまいますから、より正確な価格を知る必要があるときに選択すると良いでしょう。

また営業担当者が直接きて話を聞くことができますから、詳しい販売方法や不安なことについてなど、質問をしたい場合にも有用です。机上査定を先にして、資料を基に会社を絞ってから訪問査定を依頼するのが一般的です。

※土地・戸建ての場合

- ・境界
- ・道路づけ
- ・私道負担



POINT!

- ・プロは調査によって得られたさまざまな情報と過去の経験や地域情報等を加味して、正確な不動産価格の算出に努めています

結局いくらで売れる？ 適切な価格設定の考え方



前項では不動産の公的な価格を中心に解説をしました。ここからは、より売却活動に関連する「4つの価格」についてを解説し、売却開始時の「価格設定」の考え方について触れていきます。

1. 希望価格
2. 査定価格（適正価格）
3. 売出価格
4. 成約価格

1. 希望価格

売主様の売る目的が達成できる価格を指します。「できるだけ高く売りたい」というのはもちろんのですが、一方で買主様も「できるだけ安く買いたい」とお考えです。相手があつてのお取引ですから、双方に納得のいく落としどころを探さなければいけません。理性的に価格を検討するためには目的を明確にしておき、達成に必要な目標金額を決める必要があります。

2. 査定価格（適正価格）

不動産会社が提示する査定価格です。さまざまな情報を基に「おおよそ3ヶ月以内に成約できるであろう価格」を算出するのが一般的です。



3. 売出価格

実際に売却活動を開始するために設定する価格を指します。ご自身で検討された「希望価格」や不動産会社から提示された「査定価格」を踏まえ、設定します。基本的に、売出価格を公開した後は値下げはできても値上げはできないので、慎重に検討する必要があります。

4. 成約価格

買主様と折り合いがつき、売買契約が成立した時の価格を指します。多くの場合売出金額に対して価格交渉があり、売主様と買主様で話し合って決まるため、売出金額より多少減額での着地となりやすい価格といえます。売出金額の設定時には、この「価格交渉」についてもある程度は織り込んで検討しておくと交渉をスムーズに進めることができます。



まずご自身で「希望価格」を検討し、不動産会社から「査定価格」の提示を受け、それを踏まえ「売出価格」を決定し、買主との価格交渉の末に成約となり「成約価格」が確定します。

ここで重要なのは、「売出価格」も「成約価格」も最終的に決断をするのは売主様であるということです

我々不動産会社は知識と経験をフル活用し、査定価格をご提示します。腕の良い営業マンが提示する査定価格であれば、結果的に成約価格と大きな差は出ないと言われています。相場を熟知し周辺地域や物件に対する理解が深い担当者であれば、その不動産の適切な価格がわかるためです。

しかし近年では売却依頼を受任したいばかりに、売主様からの好印象を得ることを優先し、3ヶ月以内での成約が到底期待できないような「高額査定」を行う不動産会社がちらほらいます。

もしも他の不動産会社よりも明らかな高値を提案する不動産会社がいたら、必ず「査定価格の根拠」を確認するようにしてください。確かな根拠があれば問題はありませんが、そうではない場合「売却期間の長期化」や「最終的な成約価格の下落」など、様々なリスクがありますので注意が必要です。

我々が提示する査定価格は「助言価格」と言われるこ

ともあります。日頃からできる限り売主様の目的達成に役立つ助言をするように努めていますが、前述のように、残念ながらそうではない不動産会社も存在しています。不動産売却にあたっては、売主様に言いにくいようなこともしばしば起こります。そうしたときイエステーションでは、売主様のためであれば厳しい言葉も口にできる「良き助言者」でありたいという思いでご提案をしています。皆様もパートナーとなる不動産会社をお選びになる際には、ぜひ良き助言者をお選びいただけますと幸いです。

POINT!

- ・売出価格の決め方を知っておきましょう

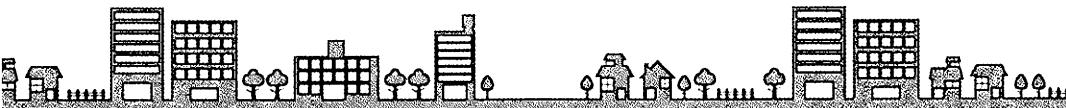


前項で少し触れた「根拠のない高額査定」について、残念ながら良くあることですので念の為、さらに詳しく説明させて頂きます。

まず高額査定が行われる理由のおさらいですが、多くの場合は売主様からの売却依頼を他社に取られないためです。高い査定価格を見た売主様は「高く売ってくれそう」と期待し、その会社に依頼をします。しかし、不動産会社が査定価格の根拠とする過去の取引事例は基本的にほぼ同じものですし、広告の露出度も大きな差はありません。よほど特殊な事情がなければ、相場から乖離した価格をつけることはできないはずなのです。高い査定価格は魅力的ではありますが鵜呑みにしてはいけません。

高値で依頼をした後のよくある流れとして、不動産会社が物件情報を積極的に発信しないことが挙げられます。高い売り出し価格を提案しておきながら「どうせ決まらないから」と物件情報を流通させず、成約確率をさらに下げてしまうのです。当然、そんなことでは売れません。そして売主様が不安になってきたころを見計らい「引き合いがないので仕方ありません」「値段を下げましょう」と値下げを迫るのです。

このような一連の流れを業界用語で「干す」と呼んでいます。また、この段階に至っては恐らく販売開始から

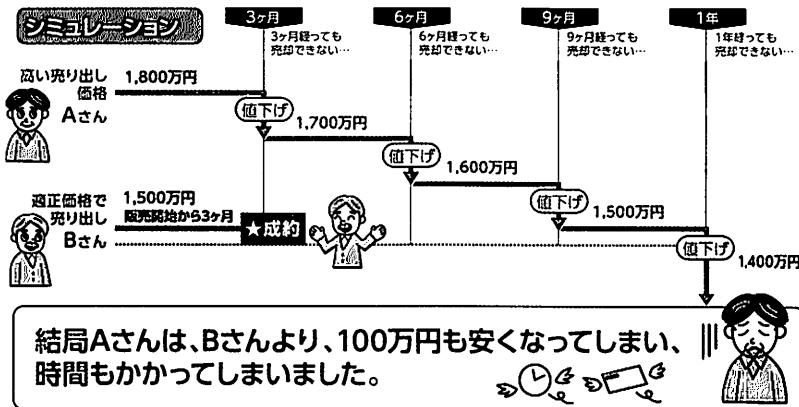


3カ月程度は経っていることが多いのですが、その期間内に「売れ残り」というイメージが近隣に知れ渡ってしまうリスクすらもはらんでいます。

「根拠のない高額査定」や「干す」といった行為は、確実に業者側が悪いです。しかし、その業者を選ばないという決断も可能だったはずなのです。後悔しない売却の実現には、やはり「正しい情報」を根拠とした「正しい判断」が必要となります。

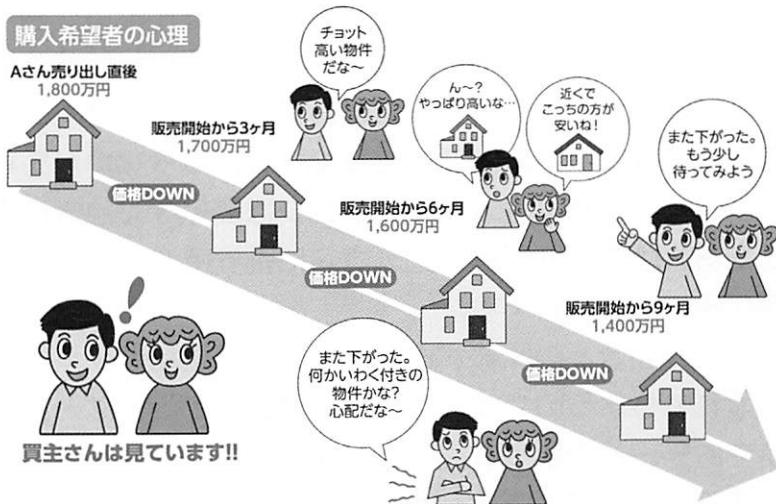
高値での売却は魅力的ですが、やはり相場から外れ過ぎない「適正価格」というものは存在しています。そして適正な価格の不動産で「売れない」ということはありません。卖れない以上、何か事情がない限りは適正価格ではない可能性のほうが高いのです。

「適正価格」で売却活動を行うと、早期に成約できる期待値が高まります。対して「高値」でのチャレンジは、しっかりと戦略を持って行わなければ「販売期間の長期化」「売れ残り感の定着」「維持費の負担増」といったリスクがあります。



上記の図にあるように、売れ残り感がない状態で早期成約に至ることができれば結果的に手取りは多くなることもありますし、心理的な負担も少なく済みます。

「根拠のない高額査定」に引っかからないようにするには、周辺の相場はどの程度なのかは必ず知っておくべきです。これはご自身で販売中の物件情報を調べたり、机上査定で受け取った資料などから把握が可能です。自力での把握が難しいと感じたら、我々業者をうまく使って頂けると良いと思います。受け取った資料に不足があるようであれば、不動産会社に追加情報の提供を相談してみましょう。こういった相談を嫌がる業者も中にはいますが、その業者は候補から外せば良いのです。



「適正価格」をキーワードにもう1つ、持って頂きたい視点があります。それは「競合物件の把握」です。

さて、突然ですが質問です。近日中にご自宅である一戸建てについて、売却活動を開始予定です。しかし、近所で面積や間取りなどの条件がよく似た物件が既に2件販売中でした。1件は1,500万円、もう1件は1,350万円です。ご自宅の売却価格はおいくらに設定されますか？

買主様目線で一度考えて頂けるとわかりやすくなると思います。近所に似たような物件が3件あれば、基本的には全てを候補として見比べるはずです。そして、コン

ディションと価格を加味して最終候補を選んでいくわけです。となれば、他の2物件と比べて明らかに優れていれば1,800万円をつけてもいいでしょうし、反対に劣る場合には1,200万円ほどにしなければならないかもしれません。または、コンディションは関係なく急ぎの売却であれば1,180万円など、さらに割安感を演出する必要が出てくるでしょう。

つまり競合との比較が優先され、査定価格は一旦意味が薄れてしまうのです。こうした場合査定価格は一旦置いておき、どのような売り方をするのか不動産会社と協議する必要があります。他の物件のコンディションはどうなのか、ご自宅の売却は急ぐのか、気長にいくのかなど、前提条件をすり合わせて相談を進めていきます。ちなみに他の物件が先に売れてしまえば、その後は競合がない状態で販売できます。期限に余裕があれば、他の物件がなくなった後を見据えるのも作戦の一つかもしれません。

POINT!

- ・根拠のない高額査定を信じてはいけません
- ・価格設定時には競合物件の把握を重要です

査定で最も重要なのは 「価格」ではない



これまでに「根拠のない高額査定は要注意」や「査定資料は価格ではなく根拠が重要」とお伝えさせて頂きました。何度か同じような内容に触れていますがそれだけ重要なことだからということでもあります。本項では査定資料の見方と、売却を依頼する不動産会社の選び方を解説していきたいと思います。

改めて結論から申し上げます。査定資料で最も重要な情報は「査定価格」ではありません。「査定価格の根拠」と「販売計画」こそが見るべきポイントなのです。

査定価格を見るときは、およその価格帯の把握に留めておきましょう。それ以外に、なぜその価格が適切であると思ったのか、好条件で売る為にどのような戦略を考えているのか、こういった情報から「信頼できる不動産会社はどこなのか」を判断するのが、売却を成功に導く第一歩となります。

ここでオススメなのが「不動産会社を逆に査定する」という考え方です。不動産査定は、まずは書類上で行う「机上査定」を行い、次に現地を見る「訪問査定」という流れになります。一般的な捉え方としては、不動産会社が物件を二段階に分けて査定しています。しかし、反対に不動産会社を査定するのです。

一次選考：書類審査（机上査定）で会社を査定

二次選考：面接（訪問査定）で担当者を査定

机上査定を「一次選考」として捉え、書類審査を行います。複数の不動産会社から届く査定書を見比べ、二次選考である訪問査定に進める会社を選抜していきます。審査基準は、「信頼できそうか」「提案に根拠はあるか」などを見ていきます。ちなみに、二次選考である訪問査定に進めるのは2社～3社程度が選考作業もしやすくおすすめです。

この書類選考の基準には査定書だけでなく、ホームページなどご自身で手に入れられる情報も活用して総合的に判断したほうが良いです。というのも、一言に不動産会社と言っても、得意分野によって実はさまざまな種類が存在しています。一般的に皆様の目に触れる機会が多い不動産会社の多くは、売買か賃貸のいずれかを主な仕事にしているところが多いです。そして、売買に強い不動産会社のなかでも「売主様」のお手伝いが得意なところと、「買主様」のお手伝いが得意なところは違っています。

今回は売却を相談するわけですから、当然売却に強いところを選ぶ必要があるわけです。どこで見分けるのかについては、売却の実績を調べましょう。候補となる会

社のホームページを閲覧して、売却に関する情報は豊富か、自社が担当する物件の掲載数は多いか、といったところを見ていきます。また、売却したい不動産の近所をSuumoなどで検索し、販売中物件の情報を見るのも参考になります。同じ会社が異なる複数の物件を掲載していればある程度は売却案件を担当していることがわかります。そしてここまで の作業で一つ気を付けて頂きたいのですが、大手ではない業者についてもしっかりと確認をしたほうが良いです。大手は確かに安定感があり、一定以上のサービスの質を保ってくれる面では頼りになります。

しかし、大手でなくとも地域に根ざして何十年とその地域を専門に売買しているプロフェッショナルや、大手から独立してこれまでに得た知識と人脈を活かして活躍されている方など、とても優秀な方はたくさんいらっしゃいます。色眼鏡をかけず、自分にとって一番頼りになりそうなのはどこか、適切に判断をして頂けたら幸いです。

POINT!

- ・査定は「金額」ではなく「価格の根拠」と「販売計画」を見る

頼りになる不動産会社の選び方

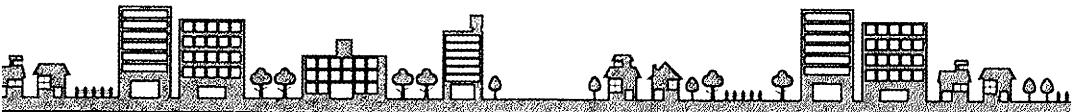


さて、一次選考通過者を決めたら「訪問査定」を依頼し、二次選考に進みます。訪問査定では実際に会い、担当者自身の印象を見て査定を行っていきます。基本的な判断基準は一次審査と変わりませんが、現地で物件のコンディションをちゃんと確認できているかなどをみていくと、知識や技術といった書類だけではわからなかった点を考慮することができます。

最も大切なのは「信頼して売却を任せられるか」という点です。せっかく会って話すチャンスですので、相手の人となりを見て頂くのが一番だと思います。「親身になって話を聞いてもらえそうか」「誠実に対応してくれるか」など、顧客を大切にしてくれそうかどうかを見極めてください。

わかりやすいところでは、せっかく現地で物件を調査できるのにもかかわらず、あまり室内などは見ず査定結果を出してしまった場合は、理由を聞いたほうが良いでしょう。納得のいく理由があれば問題ありませんが、根拠が明確でない場合は注意が必要です。ちなみに、仮に一戸建てであった場合は少なくとも基礎周辺は見ておく必要があるはずです。

訪問査定では営業担当者は売主様にさまざまな質問をし、不動産のプロとして根拠をもって査定価格の説明を



します。まずその説明がわかりやすいものであるかに着目してください。プロでない相手にわかりやすく説明するには、充分に理解していかなければなりません。優秀な営業であれば、素人にもわかりやすい説明ができるはずです。

また、知ったかぶりをする担当者は要注意です。不動産は基本的に同じものではなく、全ての案件で異なる事情を抱えています。だからこそ必要とされる知識は非常に多岐にわたっており、大ベテランでもすべての領域を網羅することはほぼ不可能です。

もちろん不勉強は言語道断ですが「知らない」「わからない」といったことがあっても不思議ではありません。そして全てを網羅することができない以上、自身の知識でカバーできなかった時はその「姿勢」が重要だと思います。弊社の場合わからないことを素直に認め、しっかりと追加調査・報告を約束させて頂いております。そして多くのライバル会社の方々もこういった対応をされていると思います。しかし中にはわからないことを認めず、知ったかぶりをしてしまう担当者がいるようです。軽微な内容であればまだいいですが、仮に税金に関わる内容であったり契約の根幹にかかわるようなことであった場合、後から発覚すると大きなトラブルに発展してしまうかもしれません。

次に、これは少し身も蓋も無い話になってしまいのですが、相手の見た目や第一印象も大切な判断材料にな

ると思います。我々不動産会社が「初めて売主様のお宅に伺う」というのは、非常に大切な打合せです。言うなればお見合いの初回、顔合わせのようなものです。そのような大切な日なのですから、当然身なりも整えていくものであると思います。そんな大切な舞台に適当な格好をして臨むのは、やはり少し違うのではないかと思うのです。何をどう判断されるかは売主様次第ではあります。が、シンプルにご自身が不快に思われた場合は、選考落ちで良いのではないかと思います。

もし売却活動をお願いすれば、それなりの期間・頻度で顔を合わせることになるはずです。そして人生の中でも一大イベントである売却の成否がその人物にかかっているといつても過言ではないのです。些細なことでもご自身の感覚とズレがあるとすれば、それは重く受け止めても良いと思います。

最後にもう一つだけ、お伝えしておきたいことがあります。もしかしたら、訪問査定には若い担当者がくるかもしれません。その場合は、もし可能であれば「若いから」という理由だけで見限ってしまわないようにしましょう。もちろん、ベテランで知識があるのに越したことはありません。しかし、もしもわからないことがあつたとしても自分でちゃんと調べたり、上司に相談するなどして会社として顧客を大切にする文化が確立されなければ、一考の余地はあるのではないかでしょうか。そういう

た誠実な若手を育てることができる会社は、信頼できる可能性が高いです。若手一人でご不安であれば、しっかりと上司がバックアップしてくれる体制が整っているかを聞いてもいいでしょう。会社の姿勢や文化は、顧客へのサービスに大きく影響します。短くない期間協力していく相手を選ぶ作業ですので、そういった面も見て頂けると良いのではないかでしょうか。

POINT!

- ・知識や技術はもちろん、人柄も考慮し信頼できるパートナー探しを！

悪徳な営業手法 「囲い込み」に御用心！



売主様と買主様を「仲介」し、不動産売買取引のお手伝いする業者は「仲介業者」と呼ばれています。そして無事売買取引が成立したときに、仲介業者がお客様から頂戴する報酬が「仲介手数料」です。

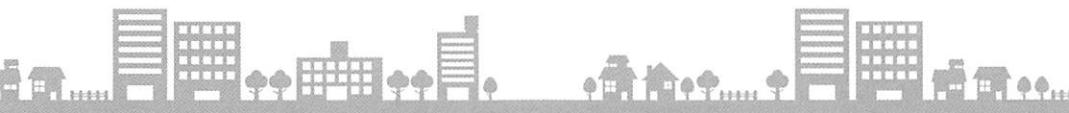
ちなみに、売主様側の仲介をする業者を「元付（もとづけ）」と呼び、物件がなるべく好条件で売れるよう売却活動をサポートします。逆に、買主様側の仲介をする業者は「客付（きゃくづけ）」と呼び、素敵なマイホームを見つけるお手伝いをしています。そしてそれぞれの活動が実を結び無事に売買取引が成立した場合、元付は売主様から、客付は買主様から、それぞれ仲介手数料を受け取ることになっています。これが最も基本的な取引形態です。



しかし、もしも元付が直接、買主様を見つけた場合はどうなるでしょうか。客付業者が不在となりますので下記のような構図になります。



この場合、元付業者は売主様・買主様双方から仲介手数料を受け取っても良いことになっています。前者のよ



うな元付と客付が協力するような取引を業界では「片手取引」と呼び、後者のような客付がない取引を「両手取引」と呼んでいます。

単純に両手取引は片手取引の2倍儲かりますので、営業スタッフはなるべく「両手取引」を狙います。両手取引を成功させるために、売却依頼を受けたらなるべく自分の抱えているお客様を優先的に案内したい。抱えているお客様がいなければ、会社の同僚のお客様で決まれば会社の売上には貢献できますので、次点で優先したい。他の会社の顧客は、正直なところ営業スタッフにとっては優先順位が低くなってしまいがちなのです。

両手取引であったとしても、営業スタッフが誠心誠意対応した結果であれば全く問題ありません。ただ、以前から不動産業界ではこの「両手取引」が問題視されています。

そもそも両手取引が偶然に起こるのであれば全く持つて問題はありません。しかし、不動産業者の中には両手取引を目的として物件の情報を公開せずに隠したり、公開はしても他社のお客様に対しては「既に申込みが入った」「近日中に契約予定」などと言ったりして、検討させてくれないケースがあるのです。

このように、両手取引を目指して意図的に物件情報を

操作する行為を「囲い込み」と言います。

では、囲い込みによる具体的なデメリットは何でしょうか？いくつかのパターンが考えられますが、主に「売却期間の長期化」と「不必要的値引き」の2点が挙げられると思います。

例えば他社から内見の相談で連絡が入っても、自社の顧客を優先する為にそれを勝手に断ってしまいます。本来であればその案内ですぐに成約に至る可能性があるにもかかわらずです。更に悪質なケースでは、他社から条件の良い申込みが入っても、自社で取った数百万円の価格交渉付き申込みを優先するような事例すら存在しています。他にも、自社の案内が入るまで他社の案内を断り続け、最終的に「反響が来ないから」と販売価格の値下げを迫るようなこともあります。これは他社の案内を受け入れていれば、値下げなしでの成約もあり得た事例です。

基本的に、売主様はなるべく高く早期に成約することを望んでいます。しかし囲い込みをされてしまうと、なかなか売れず不安な期間を過ごすことになります。特に買換え等、売却の期限が定まっている場合は深刻で、時期が迫ればどうしても売らなければならず大幅な値引きを決断しなければならないようなこともあります。本来であれば売主様の良きパートナーであるべき不

動産会社が、自社の都合だけで売主様の資産価値を減らしてしまっているのです。

「囲い込み」は、売主様にも買主様にも不利益が生じてしまう、不動産業界の悪しき慣習です。規制も厳しくなっており減ってきてはいるものの、一部のモラルに欠ける業者によって未だに行われているのが実態です。ただ、囲い込みを防止する or 見破る方法もいくつか存在しています。もしも、ご自身の不動産の売却中に囲い込みの疑いを持たれたら、どこか信頼のできそうな不動産会社にお声がけください。

POINT!

- ・物件の囲い込みは法律でも禁止されている悪質な行為です！

売却開始の第一歩！ 「媒介契約」について



「媒介契約」という言葉をご存知でしょうか？

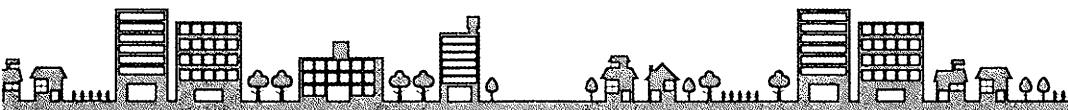
不動産会社から査定資料を受け取る中でご存知かもしれません、念の為、解説させて頂ければと思います。

まず、ざっくりと申し上げると、「売主様が不動産会社に売却活動を依頼する際に取り交わす契約」です。

不動産会社は売却依頼を受けるとき、売主様に媒介契約書を交付する義務があり、多くの場合で国土交通省が作ったひな形を使用している為、契約書は内容は会社が違っていてもほとんど同じになっていたりします。契約書の主だった内容は下記のような項目です。

- ・ 売主様の住所、氏名
- ・ 依頼を受ける不動産会社
- ・ 売却を依頼する不動産
- ・ 販売価格
- ・ 契約期間（最大 3 カ月）
- ・ 成約時の仲介手数料
- など

これら以外にも項目はあるのですが、代表的なところを列挙させて頂きました。ちなみに、契約期間は最大 3 カ月までしか結ぶことができないことになっています。3 カ月ごとに「更新するか否か」を判断し、問題なければ更新書類に署名・捺印をする流れです。



そしてこの媒介契約は、お互いを縛り付ける厳しさで3段階に分かれており、下記のような名称になっています。

【弱】一般媒介

【中】専任媒介

【強】専属専任媒介

いくつか細かな違いがあるのですが、最も大きな違いは以下の2点です。

「依頼できる不動産会社の数」

「自己発見取引の可否」

自己発見取引とは、ご自身が発見した買主様と直接契約することを指します。

珍しい事例ですが、例えば親戚やご友人などに売却する場合などに稀に起こります。さて、ここからは3種類の媒介契約の違いを便宜上【中】から解説していきます。

契約の厳しさが【中】程度である専任媒介とは、売却活動を1社にしか依頼できない契約で、複数社に依頼してしまうと「違約」となってしまうので注意が必要です。ただ、「自己発見取引」は認められています。専属専任媒介は、1社にしか依頼できない点は「専任」と同様で

すが、「自己発見」すらも禁じているのが大きな特徴です。一般媒介は一番緩い契約形態で、複数社への依頼も、自己発見も可能になっています。

大きな違いは以上ですが、この他にも売却活動に関する報告の頻度や、不動産業者専用の物件データベースへの登録義務についてなど、細かな規定が存在しています。媒介ごとの違いを表にまとめていますのでこちらをご参照ください。

【媒介契約制度の違い】

	複数業者との契約	依頼者自ら発見した相手との取引	指定流通機構への登録業務	業務処理報告義務
①専属専任媒介契約 お客様自らが相手方を発見した場合であっても、その相手方とは直接取引することはできません。	×	×	5営業日以内	1週間に1回以上
②専任媒介契約 特定の不動産業者に仲介を依頼し、他の不動産業者に重ねて依頼することができない契約です。	×	○	7営業日以内	2週間に1回以上
③一般媒介契約 複数の不動産業者に重ねて仲介を依頼する契約です。	○	○	なし	なし

ちなみに、図表内の「指定流通機構」とは次項で詳しく解説する「レインズ」を指します。簡単に言ってしまうと「国が運営している不動産会社専用の物件情報検索サイト」で、不動産会社間の情報共有をスムーズにする為のものです。媒介契約によって、このデータベースへ

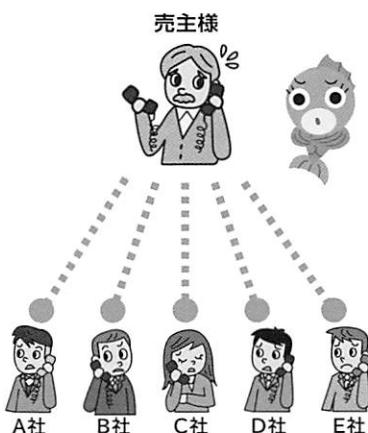
の物件登録を義務化することで「囲い込みの防止」や「円滑な取引の促進」を狙った制度になっています。

「どの媒介契約を選ぶべきでしょうか」というご質問をよく頂きますが、基本的には「安心して任せられる」と断言できる不動産会社が見つかっていれば「専任」でお任せして頂ければと思いますし「どうしても選べない」という場合には「一般」を視野に入れて頂くと良いでしょう。「一般」を選ばれる場合の懸念としては、見学予約についてや申込の受理、各種報告の受理など、売主様のご負担が依頼した社数分増えてしまうことになります。またお任せになる業者様によっては、一般的の場合は広告予算が減ってしまうケースや、積極的に取り組まなくなってしまう担当者も中にはいるので、そういうリスクも鑑みてご検討頂けますと幸いです。

一般の場合 (複数の業者に依頼)

一般媒介契約のデメリット

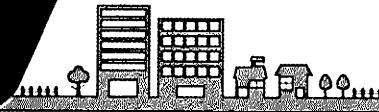
- 報告義務がない為、販売状況や問い合わせ状況が分かりません。
- 複数社から販売状況の確認が入り大変です。



POINT!

- ・安心して任せられる不動産会社が見つかっていれば専任がおすすめです
- ・最初は複数社に依頼しても、後から選別していけば負担の軽減は可能です
「一般複数社でスタート→活動内容を確認→良い業者に絞っていく」

不動産会社専用の検索サイト？ 「レインズ」とは？



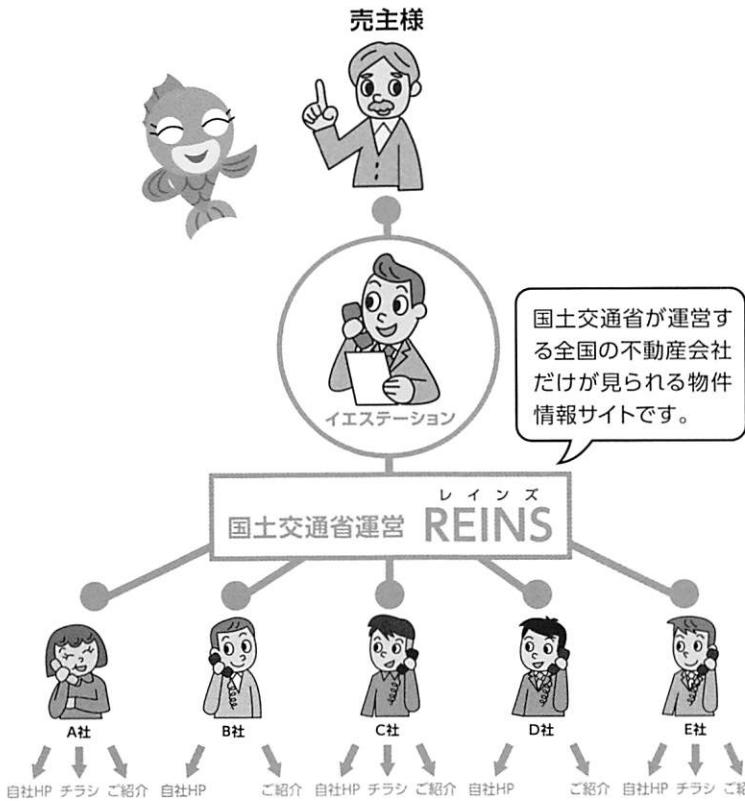
「不動産の検索サイト」というと、皆様は恐らく「suumo」「at home」「HOME'S」などをイメージされるのではないかと思います。これらのサイトは広く一般向けに公開されており、どなたでも情報の閲覧ができるようになっています。

しかし、前項でも簡単に触れていますが「不動産会社専用の検索サイト」というものが存在しています。実は前述の大手3社も「不動産会社専用サイト」は運営していますし、それら以外にもいくつか存在していますが、やはり最も大きいものは国交省管轄の「不動産流通機構」が運営している「レインズ（REINS）」でしょう。

レインズは、全ての不動産会社が同じデータベースを閲覧しています。これは大手だろうが中小だろうが変わりなく、不動産会社はレインズを介して情報共有を行っていますので、レインズの登場により業者間の情報格差はほぼ無くなったと言えます。

レインズには国内の不動産取引に関するあらゆる情報が蓄積されており、現在販売中の物件情報はもちろん、過去の成約事例も「いつ、いくらで取引されたのか」まで知ることができます。不動産会社は査定を行う際これらの情報が閲覧できるので、過去と現在の相場を掴めるのです。

専任の場合 (1社に依頼)



※「レイインズ」…Real Estate Information Network System の各頭文字をとったものです。

ちなみに不動産会社が査定をするときは「現在の売出事例」よりも「過去の成約事例」を重視する傾向が強いです。これは「実際にいくらで成約するか未確定」な売出事例よりも「売主様と買主様が納得した価格」である成約事例のほうが信頼できるためです。また、売出事例の中には「高額査定の影響で相場からかけ離れている物

件」が混ざっているかもしれないというのも理由の一つです。

「1年前、同じような部屋が2,500万円で売れている」「それから1年経っていて、今回は1階下の部屋だから2,400万円ぐらいか」

といったように、過去の事例を基に比較法を用いて査定を行っているのです。（実際はもっといろいろと複雑な計算をしています！）

繰り返しになりますが、レインズから得られる情報は全ての不動産会社が同じ情報を得ることができます。しかし、同じ不動産について複数の担当者がレインズを使って査定すると、基本的には異なる金額が提示されます。実際にとあるマンションで複数の不動産会社に査定依頼をしたところ、査定価格に数百万円以上のブレ幅があった事例もあります。これはなぜでしょうか。理由は2点あります。

1. 担当者によって使う成約事例が違うことがある
2. 「個人の主觀」によって左右されている

なので、査定価格に差がある場合には「なぜその価格としたのか」という「根拠」が重要になるのです。どのような事例を使ってどんな考え方で算出したのか、複数の不動産会社から根拠を聞きながら、売主様自身にとって

の査定価格を考えてみると良いでしょう。

これは余談ですが、本来であれば売却を検討中のお客様には、取引事例と売出事例を全て開示してしまい「一緒に考える」というのが健全であるのかもしれません。しかし、レインズをご存知のお客様が「成約事例も、売出事例も、もっと教えてください」と言っても、難色を示す不動産会社はきっと多くいるはずです。

これは不動産業界のあまり良くない側面ではあるのですが、お客様が知らない情報を持っていることが、不動産会社にとっては「財産」だと捉えられていることが多いからです。全てのデータを開示してしまうと、お客様にとって不動産会社を頼る意味が薄れてしまうことを恐れているのです。

しかし、インターネットが発達し SNS での情報発信が活発になっている昨今、多くの業界でプロと消費者の情報格差は埋まりつつあります。情報を抱えておくことで保っていた優位性が失われていくにつれ、不動産会社の本当の実力が試される時代になってきていると言えるのかもしれません。

古くから不動産会社の主な仕事は「物件情報の提供」でした。しかし今後は、お客様に対する「提案力」や「コンサルティング能力」が問われていくのだと思います。

今後依頼をする不動産会社をお選びになる際には、このような視点も持って頂き、提案内容や情報の開示に対する姿勢などから、その会社の実力を見極めて頂ければと思います。

POINT!

- ・レインズによって、大手と中小の情報格差はほぼ無くなっている
- ・業者は地域情報への詳しさや、買主様向けの販売能力などで選びましょう



媒介契約を締結した後は、基本的にどの不動産会社でもおおまかな売却までの流れは同じです。ただ「流れ」は一緒でも「質」は異なります。「質」の部分をどれだけ高いレベルにできるのかが、不動産会社の腕の見せ所ということになります。弊社で日常的に行っている売却活動を例に「不動産会社は売るために何をしているのか？」をお伝えしますので、少しでもイメージを掴んで頂き、不動産会社選定の参考にしてください。

まず不動産会社が行う売却活動の最終目的は、お任せいただいた不動産の売買取引を安全かつ円滑に完了することです。そして、その最終目標に辿り着くまでには必ず通過するチェックポイントがいくつかあります。

1. 物件を購入する可能性のある方に情報を届ける
2. 購入検討者様からの反響を獲得する
3. 購入検討者様との商談機会を得る
4. 購入検討者様に購入をご決断頂く
5. 売買契約の締結
6. 決済・引渡し

どのような場合であっても、購入検討者様に早く漏れなく物件情報をお届けするのが売却成功のスタートラインです。早期かつ好条件での成約ができるかどうかは「1. 物件を購入する可能性のある方に情報を届ける」の質に



かかっています。なので、まずはさまざまな手段を用いて、物件情報を幅広く拡散することに努めます。代表的なところを列挙させて頂きます。

インターネット

自社ホームページをはじめ、住宅情報誌、関係機関のサイトなど多数の媒体に掲載



各種チラシ

一回に数千枚から数万枚のさまざまな種類のチラシを配布



住宅情報誌

全国の書店・コンビニ・駅等で配布されている情報誌に掲載



オープンハウス

日時を限定して、実際に見て触れてもらう内覧会を開催



看板

現地周辺や、検討客へのアプローチが期待できる広告看板への出稿



不動産流通機構

レインズ、その他の流通機構への登録で他の不動産会社様の顧客へもアプローチ



提携会社・関係会社

金融機関、司法書士、リフォーム会社、引越業者等の提携先からの紹介ルート確保



弊社会員様への情報配信

既に弊社に購入検討の意思をもって会員登録されている方向けに情報配信（事前の購入相談で希望条件を確認しているので結論が早くなります）

近隣へのご挨拶

最初の広告活動です。販売開始にあたり、一軒ずつご挨拶致しますご近所にお住いの方の親御様、お子様、知人の紹介に繋がるケースも立地条件や住環境について一番理解されているので成約率も高まります

こうした地道な活動の積み重ねにより、検討者様からの問い合わせが1件、また1件と入ることに繋がります。すべておろそかにはできません。また闇雲にバラまけばいいというものではなく、質の高いコンテンツを効果が期待できる範囲に届ける必要があります。こうした活動には地域情報への詳しさや、過去の成約実績で培われた経験が活かされますので、まさに腕の見せ所と言えます。

売却活動を任せる不動産会社の選定時には、こうした活動をどのように行うのか販売計画までしっかりと確認して検討するのがベストです。また媒介契約時点で安心してしまい、事前に約束した活動をしてくれないようなケースも中にはありますので、実際に活動してくれているのかをチェックすることも忘れてはいけません。一般以外の媒介契約であれば、売却活動の報告は少なくとも1週か2週に一度受けられるはずですので、そこでの報告は必ず確認して実際の広告物もできれば見せてもらうようにしましょう。

ちなみに不動産の売却活動に対する報酬は、基本的には成果報酬となっていて、売買契約が成立して初めて頂戴しています。また、そこで頂くのも仲介手数料のみです。ここまでに列挙した広告宣伝活動の費用は特殊な事例を除いて、不動産会社の負担となりますので安心してお任せください。



広告宣伝活動に
要した費用は頂いて
おりません！

売却依頼後は
すぐに販売活動に
取り組みます！

POINT!

- ・売却活動の成否はいかに「早く」「漏れなく」質の高い物件情報を届けられるか
- ・媒介契約前に、販売戦略まで確認して不動産会社を選定しましょう

売却が得意な不動産会社か 見極めよう



前項で不動産会社の売却活動を売主様自身の目で確認する必要性について、少しお話させて頂きました。専任媒介契約や専属専任媒介契約では、売却を依頼している不動産会社は1社だけです。その会社がどれほどの活動しているかについては「不動産会社にお任せ」の状態になりますが、本来は信頼できる不動産会社を選び、お任せするのが売主様にとって最も安心で気苦労がないのですが、なかなかうまくはいかないのが現実です。本当に「お任せ」できるかどうか、特に広告活動については売主様が厳しくチェックをする必要があります。

また不動産会社の中には十分な活動をしないままに、むやみに値下げを提案してくるような業者も残念ながら存在しています。

「しばらく活動しましたが引き合いがないので値下げしましょう」と平気で言ってくる担当者が中にはいるのです。しかし、その「活動」は本当に十分だったのでしょうか？

チラシはちゃんとまいたでしょうか？

ウェブサイトには見栄えの良い写真をたくさん載せていますか？

自社サイトだけでなく、大手サイトや他社サイトも駆使して広告はしているでしょうか？

価格を下げなければならぬときもあります。しかしそれは「やるべきことをやってから」または「期限が到来したら」のどちらかが基本です。

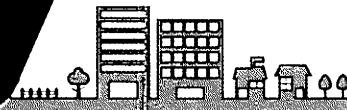
専属専任媒介をした場合は1週間に1回、専任媒介契約は2週間に1回、不動産会社から報告書が来ているはずです。値下げを提案された場合は、それを今一度見返してみてください。報告書から努力が読み取れるのであれば、値下げには一考の価値があります。しかし、そうでないのであれば安易に下げるはいけません。それなのに執拗に値下げを迫ってくるような担当者も中にはいますが、その場合は媒介契約の解消もありだと思います。

また、あまりにも早く「買いたいと言うお客さんが見つかりました！」という場合、その値段が自分の希望とだいぶかけ離れているなら「他の不動産会社へ紹介してくれましたか？」と聞いてみましょう。売り出し価格の満額なら問題ありませんが、大きな価格交渉が入っている場合は両手仲介を狙って、自社内のお客様を優先してしまっている可能性もあります。

巻末に売却が得意な不動産会社さんであれば問題なく通過するはずのチェックリストを記載させて頂きました。もしも「このまま現状の不動産会社に任せておいていいものか」とご不安になったら、判断材料の1つとしてお使いください。

POINT!

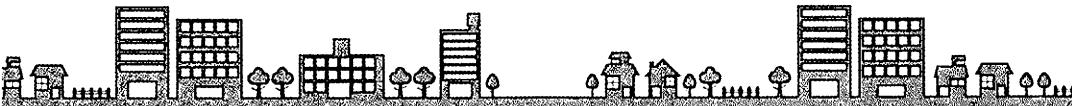
- ・媒介契約後の不動産会社の活動状況は必ずチェックする
- ・そもそも十分な報告がない場合は要注意



売却活動を開始したが状況が悪く販売期間が長期化したとき、不動産会社から「買取」を提案されることがあります。この「買取」という言葉、一般の方にとってあまりなじみがなくイメージが湧きにくいかもしれません。

「買取」とは、売却中の物件を一般の買主様でなく、「買取再販業者」と呼ばれる不動産会社に売却することを指します。買取再販業者は、買い取った物件を手入れし、人気の高い最新設備などを導入して付加価値を付けた後に「再販」します。「フルリフォーム済物件」として広告で見る機会がある物件のほとんどはこのような買取再販業者の商品であると思われます。

日本の不動産市場は、古くから新築を重視する傾向が強い市場です。しかし少子高齢化、人口減少や環境問題への配慮などから、中古市場が徐々に成長してきています。ただそのような中にあっても、未だに「中古は恐い」という声は定期的に聞くことがあります。個人間の中古不動産売買ですと、一見するとわからないような不具合への恐怖や、建物の耐震性など、不安が大きいようです。そのような状況に対し不動産会社が一度間に入り、再生・バリューアップを図ることで物件の質が向上し、安心感を補強することができます。買取業者の活用により、売主様・買主様が双方ともに安心して不動産取引ができる



ようになるのです。

再生済の中古住宅は新築と比較すると、安くて安全・快適な住まいが購入でき、買い手側にとって非常にメリットがあります。また、不動産業者から購入することで新築並みの長期保証を受けられるようなケースも存在しています。

「買取」は、以前は業界内で「売れない物件の引き取り先」「下取り」のような認識をされていました。しかしそれが現在では、まだ十分に生活可能な建物をいたずらに解体することなく再利用できるよう再生し、安心と快適を独自の価格帯で提供できる事業となりました。バリューアップの技術が培われてきたことで、一般的な中古物件よりも高価格での販売ができる事業スキームも確立されてきています。これにより、物件によっては通常の売却と同程度の価格での買取もチラホラ出てきています。これからの中古住宅取引の主流の一つになりつつあるのが、この「買取」であると言えます。

しかし、やはりメリットもあればデメリットも存在しています。まずメリットですが主には下記3点です。

1. 即現金化できる
2. お部屋のコンディションを問わない
3. 近隣に隠れて売却できる

メリット1. 即現金化できる

買取業者は一般的の買主様と違い、住宅ローンを使うわけではなく日頃から事業資金を準備しております。購入を決めれば、最短で約一週間程度で引き渡し手続きまで完了できるようなケースもあります。急ぐ場合に最適な方法と言えます。

メリット2. お部屋のコンディションを問わない

買取業者は物件の購入後、室内をフルリフォームする場合がほとんど。ある程度古いマンションは間取りや設備など、どうしても今の生活様式と合わないところがありますので、現代のニーズに適合させ物件の価値向上を図ります。そのため、現況が汚れていようが結局全てをリフォームしてしまう前提であれば影響がありません。非常に極端な例を言えば、ゴミ屋敷のような状況であっても購入可能です。

また買取業者への売却の場合、引き渡し後に不具合があっても「売主様は責任を負わない」という契約が可能です。売主様はアフターフォローが不要になる点也非常に大きなメリットです。

メリット3. 近隣に隠れて売却できる

通常の取引であれば、不動産業者の出入りやお客様の見学によりどうしても近隣の方には売却の事実を気付か

れてしまうことがあります。しかし、買取業者であれば現地へ行くのは必要最低限に留め、本格的な売却活動は売主様の手を離れた後に行いますので、売却中に気づかれるリスクは極めて低くなっています。

続いてデメリットですが、これは非常に簡単です。

デメリット. 通常の売却よりも価格が安くなる

以前と比較すると再生技術や商品企画のノウハウが蓄積されてきたことで、高価格での売却が可能にはなっているものの、買取業者も最終的には一般の買主様に販売をする為、購入可能な金額には上限がございます。買取業者の価格に対する考え方は下記のようになっています。

販売価格 - 再生にかかる費用 - 自社の利益 = 買取価格

ここまでに買取のメリットとデメリットを整理してきました。では実際に買取を依頼するのは、どのようなケースが多いのでしょうか？よくあるのは下記のようなケースです。

1. 買い換え（現住居を売却→新居を購入）
2. 至急現金化しなければならない
3. 周囲に知られず売却したい

1. 買換え（現住居を売却→新居を購入）

不動産の売却はある程度の目標期間は設けるものの、実際にいつ売れるかという予測は非常に難しいものです。特にお買換えとなると、売却と購入のタイミングを合わせる必要があり難易度は跳ね上がります。理想的な勧め方は「一般の方向けに売却活動をしながら、購入物件を探す」同時並行型です。しかし、この場合で先に買いたい物件が見つかってしまい、売却に期限ができてしまうことがあります。このようなとき、買取が有効なのです。

2. 至急現金化しなければならない

既に簡単に触れていますが、買取業者は良い物件を仕入れる為に日頃から資金繰りを行っています。というのも、買取業者は近年爆発的に増加しています。しかし買取案件の数は限られているため、買取業者各社は他社に先駆けいち早く物件を取得するべく奔走しているのです。

また、買取業者としては「早く仕入れて早く売る」というのが最も収益性の高い動きとなります。そういうところもあり、買取業者はスピーディーな取引を望んでおり、即現金化を希望する売主様との相性は良いと言えます。

3. 周囲に知られず売却したい

既にお話した通り、買取案件であれば取引完了まで売主様以外の物件への出入りは最低限に抑えることが可能ですが。また通常の物件と異なり、買主様を探すために広告をする必要がありませんので、チラシやWebサイトなどの広告媒体から売却活動が露見する恐れもないのです。

買取は「なるべく高く売却したい」という方には推奨できません。しかし、状況によっては特殊なメリットがあります。もしも上記3つのパターンいずれかに心当たりがある場合は、買取もありかもしれません。とはいえ、何が最適かは状況によって変わります。どうすべきか迷った場合は、ご遠慮なさらず信頼のおける不動産会社に相談されるとよいでしょう。

POINT!

- ・買取は「なるべく高く売却したい」という方には向かない
- ・「即現金化希望」「コンディションが悪い物件」に最適

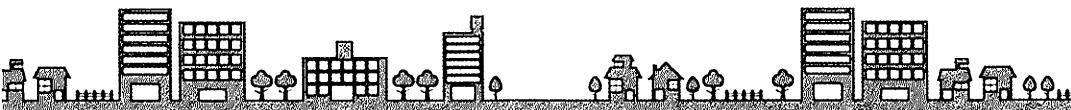
おわりに



最後までお読み頂き、誠にありがとうございました。

最後は少し、我々『イエステーション』の想いについてお話しさせて頂ければと思います。冒頭でご説明させて頂きましたが『イエステーション』は全国展開をしているフランチャイズチェーンです。本書の執筆時点で全国に140店舗を超える会員がいるのですが『イエステーション』では会員のことを「フェロー」と呼んでいます。英語表記では「fellow」となり、直訳すると「仲間・同僚・友達」といった意味合いになります。しかし一般的には大学教員や研究機関の職員に対して「研究職」といったニュアンスを含んだ使われ方をされる機会が多くなっています。「フェロー」という呼び方には、ただの「仲間」ではない、「学ぶ姿勢」を持ち続け切磋琢磨していくことができる関係性でありたい。こうした想いが込められているのです。

不動産業界は周りを取り巻く情勢や法律、税務など移り変わりが激しく、学ぶ姿勢なしでは最善の提案をすることはないとイエステーションは考えます。逆に学ばないかたはフェローとは呼べない、我々は自分自身が「フェローである」と胸を張って言うことができるよう、日々学び続けなければなりません。そうした努力の先に、真にお客様にとって最適な提案を可能にするコンサルティングが実現できると思うのです。



しかし、日頃から学んだことを活かしたご提案を心掛けておりますが、まだお会いできていない方に有用な情報をお伝えする手段は限られています。弊社ではメルマガやDMなども活用して情報発信に努めておりますが、できればもっとたくさんの方に、役立つ情報を届けたいと考えていました。そこで、今までに情報提供できていなかつた方に向けて少しでもお役に立てればと、本書を執筆させて頂いた次第です。

不動産売却は人生のうちでも、そう何度も経験することではありません。しかし不思議なもので、逆に全く関わらずにいることもまた難しい分野になっております。ご自身が取引当事者にならないようなケースでも、もし周囲の方が困っていらっしゃたら、そっとここで知ったことを伝えてあげるのもいいかもしれません。正直、同業他社からすればそれなりに都合の悪いような情報も多く書かせて頂きました。だからこそ、皆様の今後にきっとお役に立てるという自負もあります。

これからの時代、ますますいろいろな情報を手に入れるのが簡単になる反面、何が正しい情報であるのかの判別は難しくなっています。信頼できる情報源の確保が重要になっていくのです。少なくとも本書は、皆様にとって有用でありたいという思いで書かせて頂きました。

ここで得た知識を活かし、どうか不動産を理由として後悔をされることはありませんように、皆様にとっての最良の選択をとるお手伝いができましたら幸甚にございます。また、本書には書かれていないことや、なにかご不安ごと、疑問点などがございましたら、ぜひご遠慮なさらずお気軽にご相談ください。

今後ともご愛顧の程、何卒よろしくお願ひ申し上げます。

巻末付録



売却準備チェックリスト(マンション)

※売買取引前に準備が必要な各種資料等について、
代表的なものを抜粋しています。

1. 取得時の書類について、保管状況を確認

※「契約書ファイル」などと印字された、専用のファイルに
まとめられていることが多い。

- 重要事項説明書
- 売買契約書
- 領収書 各種
- 権利証 または 登記識別情報

※「登記識別情報」が見つかった場合、目隠しシールが剥がされていないかも要確認
- 「住宅性能評価」関連の資料
- その他何かしらの「検査結果」を示す資料
- パンフレット、購入時の図面など

2. 定期的に発生する出費があれば金額・支払 時期を確認

- 管理費
- 修繕積立金
- 駐輪場代
- 駐車場代
- 組合費、町内会費等
- インフラ設備の維持管理費(私道・下水など)



3. 固定資産税、都市計画税の納税額・納税状況を確認

- 直近の納付書
- 支払い済みの領収書

4. 住宅ローンの残債額・完済手続きを確認

- 償還表
※完済時の手続きについて銀行に確認
- 修繕積立金
- 駐輪場代
- 駐車場代
- 組合費、町内会費等
- インフラ設備の維持管理費(私道・下水など)

5. 管理組合関連の資料を確認

- 管理規約
- 過去の総会議事録



売却準備チェックリスト(一戸建て)

※売買取引前に準備が必要な各種資料等について、代表的なものを抜粋しています。

1. 取得時の書類について、保管状況を確認

※「契約書ファイル」などと印字された、専用のファイルにまとめられていることが多い。

- 重要事項説明書
- 売買契約書
- 領収書 各種
- 権利証 または 登記識別情報

※「登記識別情報」が見つかった場合、目隠しシールが剥がされていないかも要確認
- 設計図書
- 測量資料
- 「住宅性能評価」関連の資料
- その他何かしらの「検査結果」を示す資料
- パンフレット、購入時の図面など

2. 定期的に発生する出費があれば金額・支払時期を確認

- 組合費、町内会費等
- インフラ設備の維持管理費（私道・下水など）
- その他

**3. 固定資産税、都市計画税の納税額・納税状況
を確認**

- 直近の納付書
- 支払い済みの領収書

4. 住宅ローンの残債額・完済手続きを確認

- 償還表
※完済時の手続きについて銀行に確認
- 完済時の手続き方法(電話・郵送・来店)
- 必要書類
- 手続きにかかる平均的な日数



売却活動チェックリスト(共通)

1. 売却活動の報告について

- 定期的な活動報告を受けているか
専任媒介→2週間に1回 / 専属専任媒介→1週間に1回
- レインズの資料ダウンロード数やポスティングなどの販促状況の報告はあるか
- どんな広告をしたのか、広告内容の報告は受けているか
- 数字に基づいた説明を受けているか
- 競合となる物件との比較・動向についての報告を受けているか？

2. 内覧について

- 内覧件数の報告は受けているか
- 内覧が十分に入っているか
- 内覧後、ご見学者様がなぜ購入に至らなかったのか説明を受けているか

3. 広告活動について

- インターネット、チラシポスティングなどの広告活動は十分か
- 物件資料や広告には写真を多く使い、十分に物件の魅力を伝えているか

- レインズには「広告可」で掲載されているか
- レインズにも写真が掲載されているか
- レインズ上の情報は他の不動産会社にとっても
物件の良さが伝わる内容か
- レインズに登録した図面を提示してもらったか
- 他の不動産会社が買主様候補を内覧に連れて
きているか
他の不動産会社にもしっかり情報を流していれば、他社による
内覧が入る

4. その他

- 窓口となる担当者がころころと変わっていないか

■ 奥付

不動産を売りタイときに知って欲しいこと

2020年11月1日 初版 発行
2021年 7月1日 第二版 発行

発行元 株式会社イエステーション本部

〒169-0075
東京都新宿区高田馬場1-30-5 千寿ビルM2

TEL : 03-5155-8030
HP : <https://www.yes1.co.jp/>



定価:本体1,100円(税込)