



ENSHOW® Newsletter

今月のトピックス：不動産、良い広告・悪い広告

株式会社円昭ホームページ <http://www.enshow.com>

発行人：前田由紀夫 編集人：中村友一

思い返すと今年は雪を踏みしめて歩いていません。東京では一日の最低気温が0℃未満になる「冬日」が減少しています。逆に、最低気温が25℃以上の「熱帯夜」は増加傾向にあります。明治から昭和の初めまでは熱帯夜がゼロの年もありましたが、最近では20日～40日もあるそうです。いつの間にか一年中暖かくなり、季節の感覚もおかしくなってきました。風情を感じるためにも、冬は冬らしく、夏は夏らしくあってほしいものです。7月としては最大級の台風の横断。新潟・長野での中越沖地震の被害に加え、街では相変わらずのヒートアイランド現象。将来を案じ恐ろしくなります。



■ 不動産、良い広告・悪い広告

新聞には毎日のように不動産の折り込みチラシが入ってくる。また、ポストにも不動産のチラシが押し込まれている。日本の人口は減少傾向にあり、日本人は欧米人に比べ引越しを好む人種ではないが、このところ戸建分譲、分譲マンションが好調である。また、流通量は30%に満たないとも言われている中古不動産市場も徐々に伸びてきている。しかし、日本人は新築好きで、憧れの新築物件を求めているのが現状である。このまま行けば空家率が上がり、在庫となる不動産(空家)が多くなることは、誰もが理解できる。

さて、今回は一生に一度あるかないかの住宅購入に関わる不動産広告の読み方について考えてみる。不動産広告(チラシ)は、スーパーのチラシのように特価品を大量に仕入れて赤札大安売りを行なう広告とは違い、その場所に一つしかない高価値の広告である。最近ではスーパーのチラシより、不動産関連のチラシのほうが多い日も

あり、驚くこともしばしばだが、そのような告知をしないと売れないのも現実である。

不動産の広告媒体は、新聞折り込みチラシ、投げ込みチラシ(ポスティング広告)、住宅情報誌、捨て看板(違法な場合が多い)、インターネット、住宅展示場イベントなどがある。折り込みチラシや投げ込みチラシは、その当該物件の生活圏で住み替えを考えている人に届くよう、物件を中心に小規模エリアで告知することが多い。住宅情報誌、タウン誌は少し広めのエリアとなる。最近ではインターネット広告もよく活用されており、不動産業者が自社で作成したものと、総合サイトで幅広く検索できるものがある。捨て看板とは、電柱などに立てかける看板で、ほとんどが違法である。しかし、場所によっては極めて集客の高い手法であり、昔の建売業者の営業マンはこの方法が一番稼げると言う話を聞いたこともある。

不動産の広告については、公正取引委員会によって厳しく制限されている。高い買物なので当たり前だが、あまりにも誤解させる表示や間違いが多かったため、「不動産の公正競争規約」等でしっかりと取り決められることになった。

広告内の見やすいところに明瞭かつ必ず記すべき項目として「①広告主に関する事項 ②広告の所在地、規模、形質 その他の内容に関する事項 ③物件の価格 その他の取引条件に関する事項 ④物件の交通 その他の利便及び環境に関する事項 ⑤前各号に掲げるものの他、規則で

定める事項」がある。

チラシや住宅雑誌を読むときの注意点だが、「物件までの距離：〇〇駅から徒歩5分」などとあるが、これは道路距離80mにつき1分間を要するものとして算出した数値を表示することになっている。また、1分未満の端数が生じたときは、1分として算出しなければならない。しかし、この表示には信号待ち、踏み切り、坂道等は計算に入っていないので注意が必要である。また、自転車による所要時間は、道路距離を明示して、走行に通常要する時間を記載しなくてはならない。

次に面積であるが、日本の「坪」表示は、畳2帖分を1坪といい、そちらの方が腑に落ちる方も多いと思う。正確な計算は当該㎡に0.3025を乗ずるのが一般的である。土地は高価であるがゆえ、1㎡、1坪の増減が金額に大きく影響するので注意をしたい。間取りについてはDK(ダイニングキッチン)は6帖以上、LDK(リビングダイニングキッチン)は10帖以上が一般的である。また、Sという表示があるが、これはサービスルームと言って納戸として扱われる。しかし、建築基準法上、採光が取れない等の理由

で居室にならないこととされているが、普通の部屋として利用できる場合もある。

チラシの文言を注意してみると面白いことに気付くことがある。例えば、「早い者勝ち！」などと記載されているものは、売りに出したがなかなか売れず、値下げした場合によく見られるコピーである。「限定！」も同じで売れ残ると限定物件として値下げをしたり、設備機器(エアコン、浄水設備等)を付けたりする。「環境良好」「人気の住宅地」とあれば駅から離れていたり不便だったりするケースが多い。これらの表示は不動産広告における法律では取り締まれないが、顧客を勧誘する手段で、おとり表示をすることは厳しく制限されている。例えば、ある不動産が存在せず実際には取引できない不動産についての表示、存在はするが実際には取引の対象となり得ない不動産の表示、また実際には取引の意思のない不動産の表示が挙げられる。

高価な買物であるが、良い広告・悪い広告とが共存しているのが不動産広告である。是非とも注意深く紙面や画面を眺めながら良い広告、悪い広告を判断して頂きたい。

前田由紀夫



良い広告

消費者相手にわかりやすく表現しているもの。
消費者の立場で物件調査し、都合の悪いことも表示しているもの。
物件の内容をより詳しく表示してあるもの。

悪い広告

他社の物件に比べ、立地条件・面積が同程度なのに低価格のもの。
安いものには必ず理由があり、例えば「再建築不可」等、その理由が明示してあればよいが、これを隠して広告した場合、非常に安い物件に見えてしまう。

超高層マンションで相続対策 相続税評価額の不合理

土地の相続税評価額は路線価です。路線価は公示価格の80%です。公示価格を時価とすれば、土地なら時価の80%相当額に対し相続税が課税されます。

建物は固定資産税評価額に対して相続税が課されます。固定資産税評価額は一般には建築費の50%とか80%程度でしょう。戸建住宅なら土地と建物それぞれ評価することになります。

さてマンションの相続税評価額はどうでしょうか？マンションだからといって相続税に特別の規定はありません。

マンションは「土地敷地持分」と「建物持分」からなっています。よって土地の敷地持分と建物持分をそれぞれ評価します。

土地はマンション敷地全体を路線価で評価してそれに持分を乗じます。建物持分(専有部分および共有部分を按分計算した面積)については建物についてのその固定資産税評価額です。

【タワーマンションの相続評価】

東京都心部のあるタワーマンションで販売された住戸があります。建物持分への固定資産税評価額は600万円で、土地持分への路線評価額は1,000万円でした。合計で1,600万円です。5,000万円を買ったものの相続税評価額が1,600万円に過ぎないのです。戸建住宅なら土地価格と建物価格の合計と考え、販売価格が設定されますから、このような大きな差は生じません。しかしマンションでは近隣の専有面積あたりの単価を相場として価格設定されますから、土地価格とリンクしなくなり、大差が生じることとなります。特に容積率割増を受けた大規模タワーマンションは、一住戸あたりの土地持分が少なく、相続税評価額は実際の販売価格よりずっと低くなります。

【40階南向きと2階北向きの差】

タワーマンションでは上層階と下層階とで大きな格差があります。

20階5,000万円の住戸と同じ広さの40階南向きは7,000万円、同面積の2階北向きは3,500万円で分譲されました。この3住戸の建物の固定資産税評価額は同じです。固定資産税での評価は階層の上下や向きに関わらず単に面積だけを基準に評価額を付していきます。また専有面積が同じなのですから、敷地持分も同じです。つまり土地建物のその相続税評価額は全く同じなのです。3住戸とも相続税評価額1,600万円。しかし販売価格は「7,000万円」「5,000万円」「3,500万円」と大差です。

さてこのマンションは表通りに面しています。表通りから一步入った所に、ほぼ同じタワーマンションが建ちました。表通りより静かなためか、表通りマンションより高い金額で分譲されました。

【近隣マンションの相続評価】

この新マンションが接する道路の路線価は表通りより低くなっています。つまり一步入った所なので路線価は低いのです。分譲価格は高くとも相続税評価額は低くなるのです。

なんとも不合理です。それはマンション価格が「土地価格+建物価格」で決まるのではなく、「近隣の専有面積あたりの単価」をもとにして決まるからです。そして階層や向きで価格は変わるのに、固定資産税評価額や相続税評価額は「面積」をもとにその



評価を決めるからです。

さて、どの住戸の相続税対策効果が最大でしょうか。40階南向きです。そして一步奥に入ったマンションのほうがもっと相続税対策効果は高そうです。

【マンションを贈与すると】

しばらくして、この40階南向きを息子に贈与します。1,600万円の評価ですから相続時精算課税でなら贈与税ゼロです。更にしばらくして息子がこれを7,000万円で売却すれば、売却代金はそっくり息子が受け取ります。

受贈物件の譲渡での取得原価は贈与者から引き継がれます。税務では息子が当初7,000万円で買い、7,000万円で売却したことになるので譲渡税はわずかでしょう。

息子がそこに住んでいたなら3,000万円特別控除まで使えます。

バードレポート

お勧めの一冊

反省 ～私たちはなぜ失敗したのか?～

鈴木 宗男 佐藤 優 (著)

アスコム ¥1,680-



衆議院議員 鈴木宗男氏と、元外務省主任分析官 佐藤優氏
が対談形式で外務省の実態を暴露して行きます。鈴木議員

は437日、佐藤氏は513日、東京拘置所の独房で過ごしました。彼らの逮捕が国策捜査だったのか？違うのか？外務省とはいったいどんなところなのか？拘置所での取調べとは？・・・「反省」というタイトルはいかにも自虐的ですが、国家権力がいかに恐ろしいかが読み進むうちに解ってきます。巻末には実名で登場した外務官僚が写真入で載っています。政治スキャンダルに興味のある方は必読です。



ワラウ

2007年問題

今年は団塊の世代が定年を迎え、大量にリタイアする人が増え始める年です。以下、特に問題となる点を上げてみました。

社会保障費

日本の人口の5%以上が、退職により社会福祉を担う立場から受ける立場に回り、社会システムが崩壊し始める。

退職金

700万人以上の団塊世代に退職金として2011年までに50兆円支払われ、企業や自治体の財政を直撃する。

技術者の不足

ベテラン技術者の一斉退職により、技術継承が困難となる。

株式会社 円昭

〒466-0031

名古屋市昭和区紅梅町 3-4-2

TEL: 052-841-2701

FAX: 052-841-4301

mail@enshow.com

http://www.enshow.com

COOLBIZ

チーム・マイナス6%

http://www.team-6.jp/

株式会社 円昭 (enshow corporation) では地球温暖化防止のためCO2排出量削減に取り組む「チーム・マイナス6%」に参加しています。京都議定書では、地球温暖化を防止するために、2012年までに1990年比で6%の温室効果ガス削減を約束しています。しかし2005年度における日本の温室効果ガスの排出量は、7.8%上回っており、温暖化対策をより強化する必要があります。微力ですが、将来の地球のためにできることから行動することを宣言します。