

放送大学審査学位論文（博士）

住宅取引における宅地建物取引業者の
機能と限界に関する研究

放送大学大学院文化科学研究科文化科学専攻

博士後期課程生活健康科学プログラム

2017 年度入学

篠崎 一成

2021 年 3 月 授与

第1章 研究の背景・目的・方法	1
1. 研究の背景と目的	1
2. 先行研究と本研究の位置づけ	2
2. 1 住宅市場における情報の限界	2
2. 2 宅建業者の仲介機能	4
2. 3 売主・買主と宅建業者との関係性	7
2. 3. 1 媒介契約締結によるコアリッション関係化	7
2. 3. 2 コアリッション関係とエージェンシー理	9
2. 4 エージェンシー関係の限界とプリンシパル・エージェント問題	10
2. 5 信頼の役割…	12
2. 6 本研究の位置づけ	15
3. 推論枠組と研究方法	17
4. 本論文の構成	18
参考文献	22
第2章 住宅取引における政策上の宅建業者の機能と限界 …	26
1. 本章の目的	26
2. 宅地建物取引業法による住宅取引に係る政策の展開	26
3. 住宅取引における宅建業法上の情報提供と限界	29
3. 1 宅建業者情報と不動産広告	31
3. 2 重要事項説明の機能と限界	32
3. 2. 1 重要事項説明制度の変遷と説明内容の整理	33
3. 2. 2 住宅取引における重要事項説明に関する諸議論	37
3. 2. 3 重要事項説明の実態と限界	38
3. 3 住宅の品質情報開示に向けた施策と限界	42
4. 宅建業法上の媒介契約の機能と限界	45
4. 1 媒介契約制度の変遷	45
4. 2 媒介契約の法的性質と機能	47
5. 宅建業者の信頼の形成に関する施策の展開	49

6. 考察	51
6. 1 宅建業者の情報提供状況と限界 (リサーチクエスチョン1に対応)	51
6. 2 宅建業者の業務上の機能 (リサーチクエスチョン2に対応)	52
6. 3 売主・買主と宅建業者間のプリンシパル・エージェント問題の発生 (リサーチクエスチョン3に対応)	52
6. 4 宅建業者の信頼関係構築への取り組み (リサーチクエスチョン4に対応)	53
参考文献	59

第3章 買主のインタビュー調査に見た住宅取引における

宅建業者の機能と限界	62
1. 本章の目的	62
2. 調査の概要	62
2. 1 研究方法	62
2. 2 中古戸建住宅買主のインタビューデータの収集	62
3. 分析の概要	64
3. 1 本研究における KJ 法での分析	65
3. 2 KJ 法 B 型文章化	67
4. 考察	68
4. 1 買主が住宅取引において必要とする情報に係る論点の整理	68
4. 2 インタビュー調査結果から見た住宅取引に必要な情報	71
4. 3 住宅取引における情報提供状況とその限界 (リサーチクエスチョン I に対応)	72
4. 4 宅建業者の仲介サービスの実態 (リサーチクエスチョン 2 に対応)	74
4. 5 宅建業者の買主への対応 (リサーチクエスチョン 3 および 4 に対応)	75
4. 6 小括	77

参考文献	79
インタビューガイド（中古住宅買主編）	81

第4章 宅建業者の住宅取引に係るインタビュー調査から見た

機能と限界	82
1. 本章の目的	82
2. 調査の概要	82
2. 1 研究方法	82
2. 2 宅建業者のインタビューデータの収集	82
3. 分析の概要	84
3. 1 本研究におけるKJ法での分析	84
3. 2 KJ法B型文章化	86
4. 考察	88
4. 1 住宅取引で必要とする情報と限界	88
4. 1. 1 売主の必要とする情報	88
4. 1. 2 買主の必要とする情報	89
4. 1. 3 宅建業者の提供する情報と限界 （リサーチクエスション1に対応）	89
4. 2 宅建業者の仲介機能	91
4. 2. 1 媒介契約上の業務と取引フロー	91
4. 2. 2 宅建業者のインタビューから見た仲介業務 （リサーチクエスション2に対応）	93
4. 3 売主・買主と宅建業者の関係性の限界 （リサーチクエスション3に対応）	94
4. 4 売主・買主への宅建業者の信頼関係構築 （リサーチクエスション4に対応）	94
4. 5 小括	95
参考文献	96
インタビューガイド（宅建業者編）	97

第5章 宅建業者の住宅取引に係るアンケート調査から見た

機能と限界	98
1. 本章の目的	98
2. 調査の概要	98
2. 1 アンケート実施にあたってのフレームワーク	98
2. 2 具体的な設問項目	99
2. 3 調査要領	105
2. 4 回答者の属性	106
3. 分析の概要	107
3. 1 宅建業者の情報提供と限界	107
3. 1. 1 重要事項説明の実態	108
3. 1. 2 建物状況調査の実態	110
3. 1. 3 小括	111
3. 2 宅建業者の仲介サービスの実態	111
3. 2. 1 宅建業者の中核的仲介業務	111
3. 2. 2 調整管理機能	115
3. 2. 3 代行機能	118
3. 2. 4 物件情報提供機能	119
3. 2. 5 商品組成機能	121
3. 3 宅建業者のプリンシパル・エージェント問題の発生	122
3. 4 売主・買主と宅建業者間の信頼関係構築	124
3. 4. 1 宅建業者の同意信頼	125
3. 4. 2 宅建業者の取引姿勢を通じた信頼関係構築	125
3. 5 一般人の宅建業者の選択方法	129
4. 考察	130
参考文献	134
Web アンケート依頼状	135

第6章 総合考察	137
1. 各章の要約	137
1. 1 第1章の要約	137
1. 2 第2章の要約	138
1. 3 第3章の要約	140
1. 4 第4章の要約	143
1. 5 第5章の要約	145
2. 本研究の成果	149
2. 1 住宅取引における情報提供状況と限界 (リサーチクエスチョン1に対応)	149
2. 2 宅建業者の仲介機能 (リサーチクエスチョン2に対応)	151
2. 3 売主・買主と宅建業者間のプリンシパル・エージェント問題 (リサーチクエスチョン3に対応)	154
2. 4 住宅取引における信頼の役割 (リサーチクエスチョン4に対応)	155
2. 5 宅建業者の仲介機能の特異性	157
2. 6 宅建業者の機能と限界	159
2. 7 今後の住宅取引における政策上の課題	163
3. 本研究の限界と課題	166
3. 1 本研究の限界	166
3. 2 本研究の今後の課題	167
参考文献	168
既発表論文一覧	170
謝辞	171

第1章 研究の背景・目的・方法

1. 研究の背景と目的

住宅は個別的で地域特性が強く、品質が不確実^{注1)}な財であることから、これに関する情報は多岐に渡る。そのため、住宅取引においては多くの情報を収集することが必要^{注2)}となる。ここでいう情報は、住宅という財そのものについての情報と、住宅の取引についての情報との2つを包含している。前者の情報を買主と売主が十分に得ることは難しく、たとえそれができたとしても、住宅の取引に係る内容は専門的で複雑となる。

翻ってわが国の住宅取引をめぐる現状を見てみると、わが国では住宅の買い替えが頻繁に行われておらず^{注3)}、また、学校教育の中で不動産教育が行われることもほとんどない。そのため、買主（住宅購入者）にとっての学習機会は少なく、住宅という財そのものについての情報も、取引に必要な知識・情報も十分ではない。また、売主にしても、どのようにすれば自らの住宅を市場における財として説明できるのか、さらには合法的・合理的に売却できるのかについてのリテラシーを十分に持ちあわせているとは言いがたい。

実際、わが国の住宅取引では、一般人^{注4)}同士が売主、買主として直接取引をすることは皆無である^{注5)}。住宅取引^{注6)}をするには専門家という第三の主体が関与している。その住宅取引の専門家としては、わが国では、宅地建物取引業法（以下「宅建業法」という。）により免許を受けた宅地建物取引業者^{注7)}（以下「宅建業者」という。）が仲介者^{注8)}として関与している。

ではわが国の住宅取引において、宅建業者は具体的にはどのような業務上の機能を果たしているであろうか。また、宅建業者と売主・買主とがそれぞれ取り結ぶことになる関係性の中で、そこに何らかの問題は生じないのだろうか。生じる場合に、問題回避や問題解決のための方策はどのように講じられ得るか。本研究の目的は、これらを検討することを通じて、宅地建物取引業者の機能と限界について明らかにすることである。

2. 先行研究と本研究の位置づけ

2. 1 住宅市場における情報の限界

住宅は品質が不確実であり、取引当事者間では情報の非対称性が存在する。中古住宅の場合、売主の方が買主より情報を多く持っている。雨漏りや防音性能など住み始めてわかる情報は、買主には事前に入手できないからだ。(原野 2014)。あるいは売却住宅が欠陥住宅で、買主が品質情報を知らされず、居住してから欠陥住宅だったことがわかれば紛争を招く。また、購入した敷地内に土壌汚染があり、後日に汚染が判明して汚染除去に多額の費用を要するとなった場合も紛争を招く。いずれの場合も買主は情報が無い。

一方、売主は、買主の資力や正確な所有関係については情報が無い。売買契約が成立しても、決済、引渡までに買主の住宅ローン審査が認められず必要な代金を用意できなければ、取引が成立しないこともあり得る。

中古住宅について住宅の品質情報を収集するには、建物検査を行うなど一定の費用が掛かる。売主は買主との情報の非対称性を利用して取引を優位に進めたい意向もあり、買主も購入判断のために費用をかけることには消極的である(淡野 2006)。2018年に改正施行された宅建業法では、宅建業者が媒介契約を締結した際には売主または買主に対して、建物状況調査を実施する者を斡旋することが義務付けられた。しかし、売主、買主が調査を実施するかどうかは任意であるので、その調査実施率は著しく低い^{注9)}。

ところで、住宅の引渡し後に売主・買主間で欠陥等を理由に紛争が起きた場合、円滑に解決するためには、あらかじめ適切な契約書を作成しておくことが重要になる。従来定着していた旧民法の規定によれば、不動産は代替できない「特定物」である。隠れた瑕疵(欠陥)があった場合には、「瑕疵担保責任」という制度を設けて、買主に損害賠償と契約解除の2つの救済手段を与えてきた。しかし、不動産の売買契約を締結した当事者は当然に欠陥のない物件を想定しているはずであり、明治時代に制定された旧民法の考え方は、当事者の意思や常識からか

け離れていると批判されてきた。そこで、2020（令和2）年4月に民法が改正された。改正民法によれば、不動産のような「特定物」の売買契約であっても、売主は単に現況で引き渡すだけでなく、「契約内容に適合した物件」を引き渡すという債務を負うことになった。物件に欠陥があれば、売主は債務不履行責任を負うことになる。つまり改正民法では、「種類、品質、数量に関して契約の内容に適合しないものがあれば、買主は売主に契約不適合責任を追及できる」とされた（民法改正ガイドブック 2020）。

こうしたトラブルが生じた場合、専門的な法律の内容や複雑な手続きについて、知識や経験のない者同士が円滑に解決し得るであろうか。そもそも紛争の未然防止に役立つような内容の契約書を交わしていたのだろうか。訴訟ということになれば、解決までに相当な時間と労力と多額の金銭負担が生じる。さらに、売主、買主が直接に当事者間で冷静に客観的に紛争を解決することができるであろうか。住宅取引において、売主は希望売却価格での成約を期待し、買主はより安価で好条件での成約を期待するなど、売主、買主は競争的で利益相反的な関係である。当事者間で直接取引するとなると、住宅取引に係る知識がない中で、自ら意思決定に必要な情報を収集し、相手方と交渉して、合意して契約、代金支払い、引渡までを当事者間で行うことになる。

齊藤（2015）、松尾（2017）らは住宅市場の流通には、品質情報の透明化やいっそうの情報開示の充実、推進により、住宅取引における情報の非対称性解消を図ることが重要であると指摘するが、それだけでは不十分である。円滑に的確にトラブルなく安全に取引を遂行するには、売主、買主の間に立って冷静に客観的に助言や提案、交渉や調整をするなど、専門家という第三の主体として取引全体の進行管理を担う者が必要である。

つまり、住宅取引における紛争回避、円滑化のためには従来の住宅市場における情報の非対称性を解消するだけでは、不十分であり限界がある。

2. 2 宅建業者の仲介機能

前節で述べた通り、住宅市場においては、売主・買主間に情報の非対称性が存在し、取引内容が専門的で複雑である。そのため、単に情報の非対称性を解消するだけでは、的確で円滑な住宅取引は困難である。こうしたことから、住宅取引には売主・買主間に専門家である宅建業者が仲介者として関与する。

仲介サービスに関する先行研究を見ると、安藤（2017）は、不動産仲介サービスの機能として、売主・買主の当事者が直接相手を探すよりも宅建業者を利用する方がサーチコスト（探索費用）の縮減になるとする。また、宅建業者の役割として取引に必要な情報収集や助言、引渡までの履行補助をあげる。柿本（2008）は、仲介業者が備えるべき能力として専門知識と交渉力、不動産に関する情報が必要であり、また買主は、取引の安全という面で購入物件の内容に関する調査と説明力を求める。さらに、売主と買主は利害相反関係にあり、情報が偏在する中で不動産特有の個別性が双方にギャップを生じさせることから、そのギャップを埋めることが仲介者としての宅建業者の役割であるとする。

仲介者としてサービスを提供する宅建業者はいわゆるブローカーである。宅建業法の条文英訳においても、宅建業者は Real Estate Broker とされている。Boissevain（1974）は、ブローカーを「利益のためにコミュニケーションを伝達する、人間操作と情報操作の専門家である」と規定する。宅建業法上の仲介（mediation）は法的には委任に準じた準委任であり、売主・買主間にたつて、依頼内容の実現に向けて尽力する行為とされる。仲介者は本人に代わって売買契約を締結する権限までは付与されておらず、成約に向けて依頼者に取り次ぐという立場にとどまる（岡本・宇仁 2012 b）。

一方、仲介とは異なる概念として代理がある。代理においては、代理人の行為の法的な効果は依頼者本人に帰属する。同一の法律行為について、相手方の代理人となる、あるいは当事者双方の代理人となることは、当事者の同意がなければできない（民法 108 条 自己契約・双方代理の禁止）。

媒介契約を締結した宅建業者は取引の成約に向けて、売主・買主に対し業務上以下のような様々なサービスを提供する。

- ・物件調査…売却物件について、登記簿等による土地建物の権利関係の調査、当該敷地の境界や法令上の制限の調査、建物の現況調査、近隣・周辺地域の環境調査、マンションであれば管理組合への調査を行う。
- ・価格査定…宅建業者は売却依頼された住宅について、各種媒体に情報公開するため根拠を示して価格査定を行う。根拠としているデータは、地価調査、固定資産税評価額、路線価、レインズや近隣の取引事例等である。査定手法は、(公財)不動産流通推進センターが策定した価格査定マニュアル等を活用する。
- ・広告宣伝…物件が検索されるよう情報を各種媒体に掲載し、広告配布する等、宣伝活動をする。
- ・探索・判別…売主側の業者であれば買主を探索するため、自社の顧客情報等を探索してマッチングを行う。また買主側の業者であれば、購入条件をもとに市場に流通している売却物件を探索しマッチングを行う。
- ・斡旋…宅建業法第34条の2第1項第4号に基づき建物状況調査を行う事業者の斡旋が義務付けられている。その他に住宅ローンを扱う金融機関、登記申請を行う司法書士、境界確定を行う土地家屋調査士や測量士、納税に係る税理士等の専門家、瑕疵保険業者や火災保険代理店等の斡旋や建物改修のためのリフォーム業者を紹介する。
- ・交渉・調整…取引成約のため、売主、買主双方の要望や条件を聴き、双方が合意に至るよう調整を図る。
- ・信頼形成…売主、買主各々の依頼者との信頼関係の構築を図る。宅建業法においても信義誠実に業務を処理することが定められている(宅建業法第31条)。
- ・助言・提案…取引成約のため、売主、買主それぞれに対して専門家として助言や提案を行う。買主には現地案内や内覧時に助言や提案を行い、売主に対しては売却価格の提案や告知書、設計図書等の提出を促す。

- ・重要事項説明…宅建業法第 35 条に基づき買主に対して、取引するうえでの判断材料として、また紛争の未然防止のために、法令に定める重要事項について、必ず契約締結前までに書面を交付の上、宅建士から説明しなければならない。実務上は、売主も説明時に立ち会う。
- ・契約書面作成…宅建業法第 37 条に基づき、売主・買主間で成約した売買契約書を作成し、取引当事者に交付する。
- ・履行補助…買主が住宅ローンを利用する場合には資金計画作成と融資手続きの補助、敷地の境界確定調査や登記申請に伴う土地家屋調査士や測量士の手配、所有権移転登記と抵当権等抹消登記申請に係る司法書士の手配、代金決済と引渡しに係る売主、買主間の調整、立ち合いなどを行う。
- ・取引進行管理…取引が円滑に的確に遂行されるよう媒介契約締結から所有権移転登記・引渡に至るまでの取引手続き終了まで取引全体の進行管理を担う。
- ・取引保証…直接的ではないが、宅地建物取引業保証協会社員と一般人の売主、買主間に宅地建物取引における紛争が起きた場合には、1 社あたり最大 1,000 万円まで損失補填として弁済が受けられる救済制度が定められている(宅建業法第 64 条の 8)。

以上の通り、宅建業者の役割は物件情報を多数保有し、それらの情報を市場に公開して取引相手を探索、マッチングする情報提供機能があるが、それだけに止まらない。自らの営業エリア内を市場調査して物件が取引されるように必要な物件調査と価格査定を行い、商品として価値を持つよう宣伝広告を行う商品組成機能もある。また、宅建業者が提供するサービスは、むしろ宅建業者が依頼者に代わって専門的で複雑な様々な行為の代替をする代行機能が中核を占めている。具体的には、物件調査、価格査定、交渉・調整、重要事項説明、契約書作成等である。さらに専門家として助言や提案を行い、取引の成約に向けて交渉や調整を行う。契約後は決済、引渡しに向けて売主・買主のほか、金融機関や司法書士、土地家屋調査士等の関係者との調整を行う。こうした専門的で複雑な一連の

取引手続きを遺漏なく、的確、円滑に進めていく管理能力も重要な機能である。

つまり、宅建業者が仲介者として提供するサービス機能は物件情報提供機能のほか、商品組成機能、代行機能、調整管理機能などである。これらの機能は住宅取引の専門家として、高度な知識と経験に裏付けされたものであり、的確で円滑な取引遂行のために必須かつ重要な機能である。

2. 3 売主・買主と宅建業者との関係性

2. 3. 1 媒介契約締結によるコアリション関係化

わが国の住宅取引においては、売主・買主間で直接取引することは皆無であり、取引の専門家として宅建業者が仲介者として関与する。

はじめに売主が住宅売却を依頼する宅建業者の情報を市場から収集し、選択する。売主は住宅を売却するため、選択した宅建業者と媒介契約を締結する。媒介契約を締結した宅建業者は、売却希望の住宅について物件調査や価格査定を行う。その後、指定流通機構（レインズ）^{注10}へ情報を公開し、インターネットの物件情報サイトや情報誌等に広告を掲載し、折込み広告等を配布するなどして、買主を探索する。一般人に公開されている情報は、不動産広告の公正競争規約に基づくもので、売却希望価格（売値）や所在地、交通の利便性、面積や間取り等が公表されている。

一方、住宅購入希望者は情報公開された住宅情報を閲覧、収集して、それらの情報を取り扱っている宅建業者にアクセスする。住宅購入希望者は情報公開されていた住宅に関心がある場合には、宅建業者と媒介契約を締結する。

媒介契約には3種類があり、宅建業法第34条の2に規定されている。専属専任媒介契約と専任媒介契約は当該宅建業者だけが依頼され、他社への依頼はできない。専属専任媒介契約は、売主・買主自身が取引相手を発見して取引することも禁じている契約である。両契約は不動産物件情報を広く交換する目的で設置されているレインズに一定期日以内に情報が登録される。依頼者は他業者へ

の依頼ができないことから、依頼した業者より営業状況報告を受けることになっている。宅建業者にとっては成約すれば確実に仲介手数料の受領が見込め、営業に注力しやすい。このように依頼者は宅建業者に依存し、宅建業者は積極的に成約に向けて尽力する協調的な関係となる。一般媒介契約は、依頼者は他の宅建業者に依頼することが可能であり、宅建業者も仲介手数料受領の不確実性があることから両者は競争的な関係となる。いずれの媒介契約も有効期限は 3 か月以内である。各契約の特徴は以下の表 1-1 の通りである。

表 1 - 1 媒介契約の特徴

特徴/媒介契約種類	業者への依頼	依頼者の自己発見取引	宅建業者のレイズへの登録義務	宅建業者の業務処理報告
専属専任	他業者への依頼は不可	禁止 (不可)	必須・契約締結日から 5 日以内	1 週間に 1 回以上報告義務
専任	他業者への依頼は不可	可能	必須・契約締結日から 7 日以内	2 週間に 1 回以上報告義務
一般	他業者への依頼可能	可能	登録は任意	義務なし

宅建業者の仲介手数料は、取引が成約し履行が完了して支払われる成功報酬である。取引が成立しなければ、掛けた費用は宅建業者の負担だけに終わってしまう。仲介手数料は宅建業法により上限額（成約価格に応じた一定率および消費税額）が定められている（宅建業法第 46 条）。

売主・買主は媒介契約を締結することにより、取引全般に渡り宅建業者に依存する。宅建業者は物件の価格査定や助言、提案、法定の重要事項はじめ、契約締結判断に必要な情報について売主・買主に代替して調査のうえ説明する。さらに、契約に至るまでの交渉と調整、契約書作成と契約立会い、履行のための関係者の手配と準備、決済・引渡しを行う。

つまり、媒介契約が締結されることにより、売主・買主は宅建業者と取引の成約という同一目的を共有することになる。不動産取引に限らず、こうした限定的な目的のために個別当事者間の一時的な協調関係をコアリッション (coalition) と呼ぶ (Boissevain 1974)。売主と宅建業者、買主と宅建業者は媒介契約を締結したことにより、各々コアリッション関係となる。売主・買主は宅建業者の有する物件情報提供機能、商品組成機能、代行機能、調整管理機能から様々なサービスの提供を受けることになる。

したがって、売主・買主は宅建業者とコアリッション関係となることにより、本来売主・買主自らが行わなければならない情報収集や調査、交渉と調整が代行される。こうした専門的で複雑な一連の任務や作業を宅建業者が代行することにより、的確で円滑な取引が遂行されることになる。

2. 3. 2 コアリッション関係とエージェンシー理論

住宅取引は取引終了までには一定の取引費用が掛かる。取引費用には、「検索と情報のコスト」として探索費用が、「交渉と意思決定のコスト」として契約費用が、「監視と強制のコスト」として履行費用がある (Dahlman 1979)。

これらの取引費用を節約するために、取引当事者が自己完結的に取引を遂行するのか、外部に依頼するのかの優位性に関して判断する理論として、取引費用理論が提唱された。取引費用理論は、「新制度派経済学」において、ロナルド・コース (Ronald H. Coase) が提唱し、その後、オリバー・ウィリアムソン (Oliver E. Williamson) が発展させた理論である。

取引費用理論では、完全合理性を非現実的としたうえで、人間は限定された情報処理能力の中で意図的に合理的にしか行動できないという「限定合理性」の仮定を置いた。また、人間は自分の利益のために悪徳的に行動する可能性があるという「機会主義」を前提とした。機会主義的行動の利用現象には、アドバース・セレクション (逆選択) や、モラル・ハザードがある (菊澤 2016)。

「新制度派経済学」では理論を発展させて、株主と経営者、経営者と労働者のような利害が異なり、時には対立する二者関係を分析する「エージェンシー理論」を展開した（依田 2019）。エージェンシー理論は、新古典派経済学の完全合理性の仮定をゆるめ、限定的合理性の立場により、エージェンシー関係を分析する理論である（菊澤 2016）。「エージェンシー理論」では、ある目的を達成するために権限を委譲する者をプリンシパル（principal・依頼人）とし、また権限を委譲され代行する者をエージェント（agent・代理人）という。プリンシパルからエージェントに権限を委譲して特定の仕事を代行させることをエージェンシー関係という（坂井 2020）。

売主・買主は宅建業者と媒介契約締結により、コアリッション関係が成立している。この関係の成立により、宅建業者からは情報や助言、契約に至るまでの交渉、決済・引渡しの履行完了まで様々なサービスを提供されるとともに、売主・買主は宅建業者に依存する。

売主や買主は、媒介契約締結により専門家である宅建業者に取引を委任する依頼人である。専門家である宅建業者は受任者として、依頼人らの意向を最大限実現するため、売主・買主に代行して取引プロセスの中心的存在として関与する。つまり、両者はエージェンシー関係となる。したがって、取引成約に向けてコアリッション関係にある「売主－宅建業者」と「買主－宅建業者」は、エージェンシー関係も形成することになる。

2. 4 エージェンシー関係の限界とプリンシパル・エージェント問題

エージェンシー関係下のプリンシパルとエージェントの間には、情報の非対称性やモラル・ハザードなど、両者間に生じるギャップや問題が生じる。このエージェントが出現することによってさまざまな問題が生じることを「プリンシパル・エージェント問題」と呼ぶ。また、プリンシパルが委託した仕事への期待と実際にエージェントが行う仕事の実績との間の差、ギャップをエージェン

ト・スラック (agent slack) という。本来はプリンシパル本人が主体であるはずなのに、実際に活動する主体はエージェントの方となり、本来の主体でない活動主体が実質的な行為を形成する状況が存在する (坂井 2020)。

住宅取引におけるプリンシパル・エージェント問題とは、宅建業者が専門的で複雑な取引を情報の非対称性で優位の中、売主・買主は限定された合理性の中で意思決定を行わざるを得ないことを指す。その際、売主・買主と専門家である宅建業者との間にはエージェント・スラックなどの現象が生じることである。先の欠陥住宅を例にとれば、契約前に建物状況調査で建物傾斜が指摘されていたものの、立地や間取りで満足した買主は、建物傾斜を重要視せず契約した。ところが、居住するには大幅な改修をせざるを得なかった事例である。宅建業者は成約を優先し、居住が可能なのか、改修費用はどれくらい必要なのかについて助言せず、買主の意向だけを重視して契約締結に至ったものである。

プリンシパルとの契約前にエージェントが隠れた情報を持っている場合に生じる非効率な現象をアドバース・セレクション (逆選択) という。また、プリンシパルとの契約後にエージェントが隠れて不正で非効率的な行動を行うという現象をモラル・ハザードという。先に例示した土壤汚染地では、宅建業者が取引対象地は以前に汚染が生じる事業を営んでいたことを知りながら買主に告げないようなことである。宅建業者は隠れた情報を保有しアドバース・セレクションであり、行動としてはモラル・ハザードである。これは事実不告知として宅建業法第 47 条第 1 号ニの違反となり罰則対象となる。荒井 (2013) は、モラル・ハザードとして不動産に関する情報を多く持つ宅建業者が情報の非対称性を利用して自身の利益を優先する行動をあげる。売主または買主にとって不利益をもたらす偏った価格で早期に成約させようとする経済的なインセンティブが生ずると指摘する。

関連して、売主と買主の仲介業者が同一人である両手仲介の問題がある。両手仲介は代理ではないので、民法 108 条に定める双方代理とは法的制限が異なる。

白川・大越（2017）の調査によれば、わが国においては、7割程度の業者が両手仲介を行っている。両手仲介では情報の不完備を利用して、容易に物件の囲い込みが企図される。仲介業者は早期に成約を目指すため、買主の意向に沿い価格を下げて調整を図ることから、両手仲介では成約価格が低下傾向にあり、宅建業者の売主に対するモラル・ハザードの発生が懸念される。Kadiyali(2014)も両手仲介のデメリットとして、白川らと同様に売主の意向より買主の意向に誘導するインセンティブがある。また、顧客に対する選択的な情報提供、売主・買主双方への圧力をあげ、これらの要因はいずれも物件囲い込みを引き起こす原因となり得ると指摘する。

2. 5 信頼の役割

多くの経済学者は信頼を重要な概念として捉えている。信頼は当たり前にあるものではなく、他人と取引するときの信頼は人によって異なる。その上、信頼は壊れやすく、作るよりも壊す方が簡単である。つまり、信頼が多く経済取引にとって重要な基礎となっている（Douma & Schreuder 2002）。住宅取引においては、売主は宅建業者を、買主は購入物件をそれぞれ市場から選択している。売主・買主はいったん媒介契約を締結すると、売主－宅建業者間、買主－宅建業者間では、コアリッション、エージェンシー関係となり、取引全般を宅建業者に任せるので宅建業者を信頼せざるを得ない。

宅建業者の提供サービスは信頼財サービスであり、プリンシパル・エージェンツ問題を生じさせないためにも、売主・買主と宅建業者の相互信頼は重要となる。信頼財サービスとは、信頼だけが根拠となってサービスが提供され、サービスの利用前、利用後も評価が困難なサービスである（中野 2018）。Gottschalk (2018) は、信頼財サービスには専門的供給者（expert providers）として、医療サービス、経営コンサル、タクシー運転手、専門的助言者（expert advisors）として金融アドバイザー、コンピューターコンサルがあり、不動産仲介（real estate agency）

も専門的助言者に分類している。信頼財サービスは不確実性が高いうえに、エージェント関係はプリンシパル・エージェント問題を生じる可能性がある。

坂井（2019）は、産業社会の中に信頼が定着することが、経済取引の取引費用の節約や市場活動の円滑化にも資するとし、信頼を段階ごとに示している。第一段階は、専門信頼である。個人的信頼の人柄に加えて、専門的な信頼である能力が必要となる。媒介契約を締結してすでにコアリッション関係にある一般人の売主・買主にとっては、宅建業者の技能や経験を信用するのである。専門信頼は技術信頼ともいえる。第二段階は、同意信頼である。専門信頼は専門家への一方向の信頼である。この専門信頼に疑問が持たれるきっかけになったのは医療分野での信頼のあり方であった。手術などの医療行為の際には情報共有と相互信頼を図るため、医師は患者に対して、「インフォームド・コンセント」という形で理解と同意を求める。専門家側からだけの意思決定ではなくて一般人側からも積極的な同意を必要として、情報の受け手の立場を重視する信頼形成がとられた。住宅取引においても、宅建業者は資格者である宅建士により買主に対して契約前に必ず重要事項を説明しなければならない（宅建業法第35条）。これは、「インフォームド・コンセント」と同旨である。専門信頼と同意信頼を図示すると、以下の通りである（図1-1）。

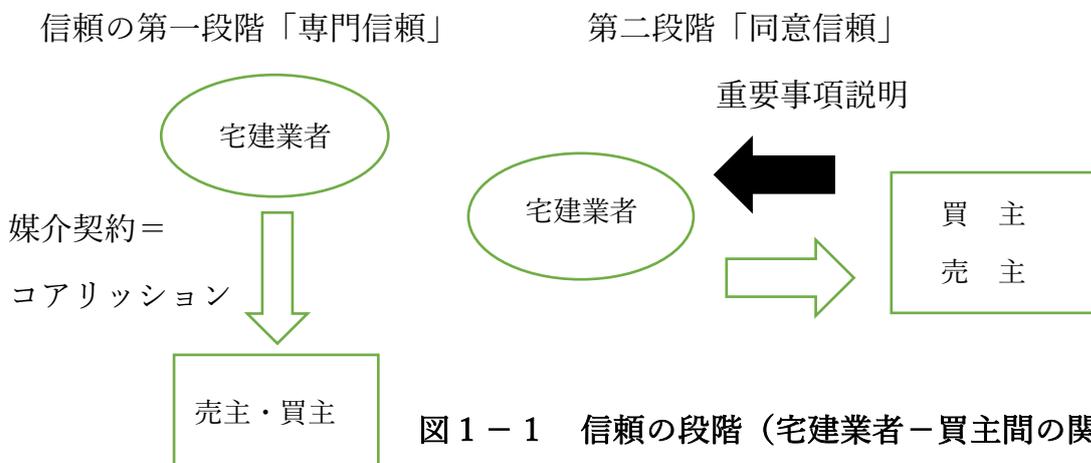


図1-1 信頼の段階（宅建業者－買主間の関係）

坂井（2019）をもとに筆者が作成

このように、住宅取引においては情報の非対称性解消と買主の契約締結判断、紛争予防の観点から、宅建業者から買主に重要事項説明が行われる。また、売主も説明時には立ち会う。宅建業者は売主、買主に対して必ず同意と信頼を得ながら取引を遂行していく。

また、不確実性の高いサービスについて Arrow(1963)は、医療サービスを例にして、顧客である患者は利用前にはそのテストはできないので、医師を信頼するしかないとする。専門家としての医師には社会的義務としてベストプラクティクスが求められる。それを達成するための医師は、他職に比べてはるかに厳しい倫理的制限が課される。それに加えて、職業の許可制、資格制度、公的機関の認証やラベリング等の品質保証のための社会的制度が必要であるとする。専門家である医師に対して厳しい社会的制限が課されるのは、医学は複雑であるため、治療結果と可能性に関して医師が持つ情報は患者が持つ情報より必然的に大きく、情報の不平等があるからである。医師と患者の情報の不平等性の大きさから、患者は医師と比べて医学知識が乏しく、治療内容についても完全には理解できない。患者は医師の知識が最大限活用されることを期待し、これが信頼関係の確立につながる。患者から医師への委任と信頼は、両者の平等関係における情報の非対称性の未然防止のために設けられた社会制度であり、医療サービスの品質に関して患者の不確実性を低下させるものである。

しかし分業化が進展した現代では、人に対する信頼だけでは複雑性を処理できず、システムそのものへの信頼が必要となってくる。信頼一般への議論を展開したのがルーマン (Luhmann) とギデنز (Giddens) である。両者はいずれも、信頼を人に対する信頼とシステムに対する信頼に整理した。人に対する信頼は、個別具体的な人に対する観察と経験を背景とした信頼である。システムに対する信頼は、非体面的コミットメントにおいて機能するものである (奈良 2015)。

以上の通り、的確で円滑な住宅取引遂行のためには、宅建業者自身のベストプラクティクスと職業倫理感の保持、また、取引の専門家として宅建業者の売主、

買主との信頼関係構築への取り組みとそれに伴う両者間の相互信頼、さらにシステム信頼として、取引に関わる宅建業者の免許や資格制度が重要である。

2. 6 本研究の位置づけ

住宅は個別的で地域特性が強く、品質が不確実な財であることから、住宅に関する情報は多岐に渡る。そのため、住宅取引には多くの情報収集が必要となるが、それだけでは的確、円滑な取引の遂行はできない。住宅市場の情報には限界があり、それを補完するのは取引の専門家である宅建業者である。

したがって、本研究では、宅建業者の業務上の機能はどのようなものか、さらに、宅建業者と売主・買主はコアリッション、エージェンシー関係が形成され、その関係性からプリンシパル・エージェント問題への懸念が生じるが、その問題回避や問題解決のための方策はどのようなものかを検討することを通じて、宅地建物取引業者の機能と限界について明らかにすることを目的とする。

本研究を位置づけるにあたり2つの先行研究をあげる。

柿本(2008)は、仲介業者の機能の先行研究がないことについて、定量的分析については仲介活動と市場データに制約があるとした。また、定性的分析については不動産の個別性が強く、売主・買主は様々な背景や動機、条件が異なることから、仲介業者が果たす役割を一般化して説明することが困難であったとする。その上で、長年の不動産取引経験を通じて実務的経験的考察から住宅取引について依頼主と仲介業者はエージェンシー関係であると指摘しているが、実証されたデータがない。

また齊藤(2015)は、中古住宅取引の多い諸外国との比較を通じて、取引に必要な情報の内容と生成、蓄積、開示方法及び取引に関わる専門家の費用と役割について考察している。欧米では、価格評価は不動産鑑定士が、契約には法律家である公証人が関与し、あるいは建物検査が実施されたりする等、不動産業者以外の多くの専門家が取引に関与する。これに対してわが国の中古住宅取引は、関与

する専門家と提供される情報が少ないことが特徴であるとする。諸外国では、売主の情報開示義務、買主の情報収集義務、関与する専門家にも義務を課し、三者の責任範囲が明確化されている。一方、わが国では宅建業者が情報収集に当たるが、売主・買主への提供情報は少ない。取引に関与する専門家もジェネラリストである宅建業者が中心で義務が偏り、それら要因で中古住宅市場が活性化しない。住宅流通促進のためには情報の非対称性解消が必要であり、いっそうの情報内容の充実と情報開示の推進、情報の蓄積が重要であると指摘する。

しかしながら、わが国の住宅取引における宅建業者は独力で、情報提供、物件調査、探索、広告宣伝、交渉・調整、契約事務、履行補助など数多くの業務を一定の仲介手数料の範囲内で担っている。つまり、宅建業者は売主・買主間の成約と取引完了に向けて、専門的で複雑な手続きや調査の代行、当事者間の調整と進行管理などの機能を発揮する。このほか、経験と知識を活かして取引のワンストップ化による効率性がある。

住宅市場における情報の限界がある中で、齊藤（2015）は情報の非対称性解消を図り、関与する専門家の拡大や情報内容の充実・開示を推進するだけの視点にとどまる。また、宅建業者の有する機能の重要性、売主・買主間との関係性、取引当事者間の信頼構築の観点からの考察はなされていない。

本研究は、住宅取引における政策の文献考察を行う。また、買主に対しては住宅取引に必要とした情報と宅建業者からの情報提供の実態、買主の宅建業者への期待と提供されたサービス内容の実態、買主と宅建業者間のプリンシパル・エージェント問題の発生、宅建業者の信頼関係構築への取り組みについてインタビュー調査を行う。さらに、宅建業者に対しては媒介契約を締結することにより、売主・買主に対して提供する情報やサービスはどのようなものか。プリンシパル・エージェント問題の発生や宅建業者の信頼関係構築への取り組み等についてインタビュー調査とアンケート調査を行う。

その上で本研究の独創性は、的確、円滑な住宅取引の遂行について、従来の情

報の非対称性解消アプローチだけでなく、宅建業者の機能と重要性、取引当事者である売主、買主と宅建業者のコアリッション、エージェンシー関係を示しつつ、両者間に生じるプリンシパル・エージェント問題とその回避方策について、質的研究手法と量的研究手法を用いて考察することである。

3. 推論枠組と研究方法

先行研究の検討から導いたところの、本研究の推論枠組は以下の通りである(図1-2)。住宅は個別的、地域特性が強く、品質が不確実な財であるので、取引に必要な情報は多岐に渡る。しかし単に多くの情報を収集するだけでは的確、円滑な取引の遂行はできず、住宅市場の情報には限界が生じている。それを補完し、取引に関与するのが専門家としての宅建業者である。このとき、業務上の仲介機能はどのようなものか。また、宅建業者と売主・買主の間には媒介契約締結により、コアリッション、エージェンシー関係が形成されるが、これら関係性の限界としてプリンシパル・エージェント問題が生じていないか。さらに、プリンシパル・エージェント問題を回避、解決するための方策として、信頼が果たす役割があるのかについて研究を進める。

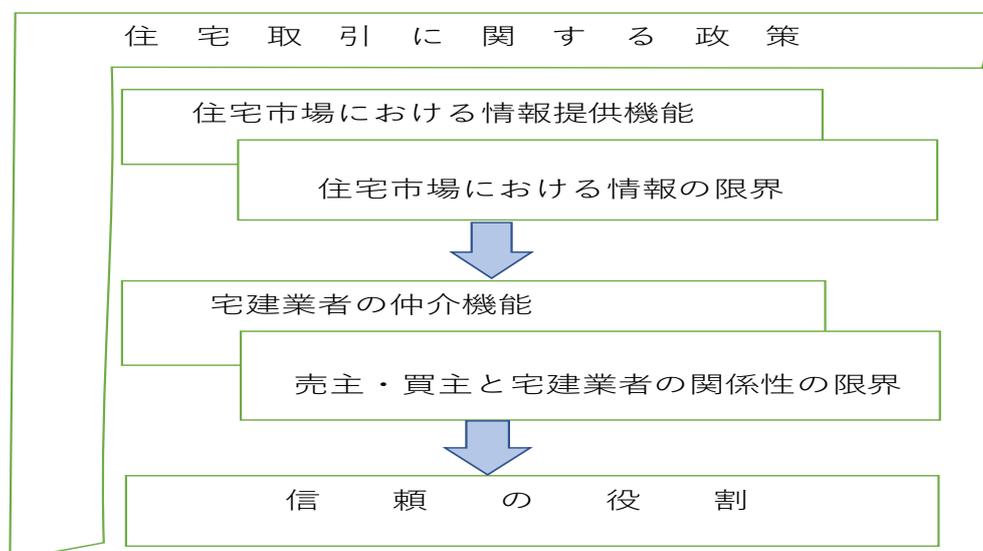


図1-2 本研究の推論枠組

本研究では以下の通り4つのリサーチクエスチョン（以下「RQ」という。）を設定し、それらを明らかにするため、文献考察、買主に対するインタビュー調査、宅建業者に対するインタビュー調査とアンケート調査を行った。

・RQ1：住宅取引には一定の情報が必要であるが、情報提供状況とその限界はどのようなになっているのか。

・RQ2：仲介者として取引に関与する宅建業者の業務上の機能はどのようなものか。

・RQ3：売主・買主と宅建業者間には、プリンシパル・エージェント問題が生じていないか。

・RQ4：宅建業者はプリンシパル・エージェント問題への回避や売主、買主との信頼関係構築に取り組んでいるのか。

4. 本論文の構成

本章では、研究の背景と目的、先行研究と本研究の位置づけ、研究方法を明らかにする。

第2章では、戦後の住宅難を契機として住宅取引を掌る法律として制定された宅建業法について、リサーチクエスチョン1、2、3および4に対応して、文献考察を行う。具体的には、宅建業法上の情報提供と限界について、重要事項説明と住宅の品質情報開示に向けた施策を考察する。また、宅建業者と売主・買主とで締結される媒介契約制度の機能と限界、宅建業者の信頼の形成に関する施策について考察する。

第3章では、リサーチクエスチョン1、2、3および4に対応して、買主に対してインタビュー調査を行い分析する。インタビュー調査は、買主と売主の間で顕著な情報の非対称性が存在するといわれる中古戸建住宅取引（山崎 1997）の購入者を対象に実施した。質的分析手法であるKJ法（川喜田 2017）にて分析のうえ、A型図解化とB型文章化を行う。具体的には、買主が住宅取引において必

要とする情報、住宅取引における情報提供状況と限界、宅建業者の仲介サービスの実態、宅建業者の買主への対応等について考察する。

第4章では、リサーチクエスチョンI、2、3および4に対応して、中古戸建住宅取引に仲介として関与したことがある宅建業者を対象にインタビュー調査を実施し、買主と同様に質的研究手法であるKJ法にて分析を行う。具体的には、売主・買主が住宅取引において必要とする情報と宅建業者の提供する情報と限界、宅建業者の仲介機能、売主・買主と宅建業者の関係性等について考察する。

第5章では、リサーチクエスチョンI、2、3および4に対応して、宅建業者に対してアンケート調査を行い分析する。アンケート調査は、47都道府県宅地建物取引業協会の連合会である全宅連のアンケートモニター会員に対して、Webアンケートにより実施した。具体的には、宅建業者の情報提供と限界、宅建業者の仲介サービスの実態、宅建業者のプリンシパル・エージェント問題の発生、売主・買主と宅建業者間の信頼関係構築について考察する。

第6章では、各章からの知見を踏まえて成果を述べるとともに、本研究の限界と今後の課題について明らかにする。

本研究における論文構成と枠組みは以下の通りである(図1-3、表1-2)。

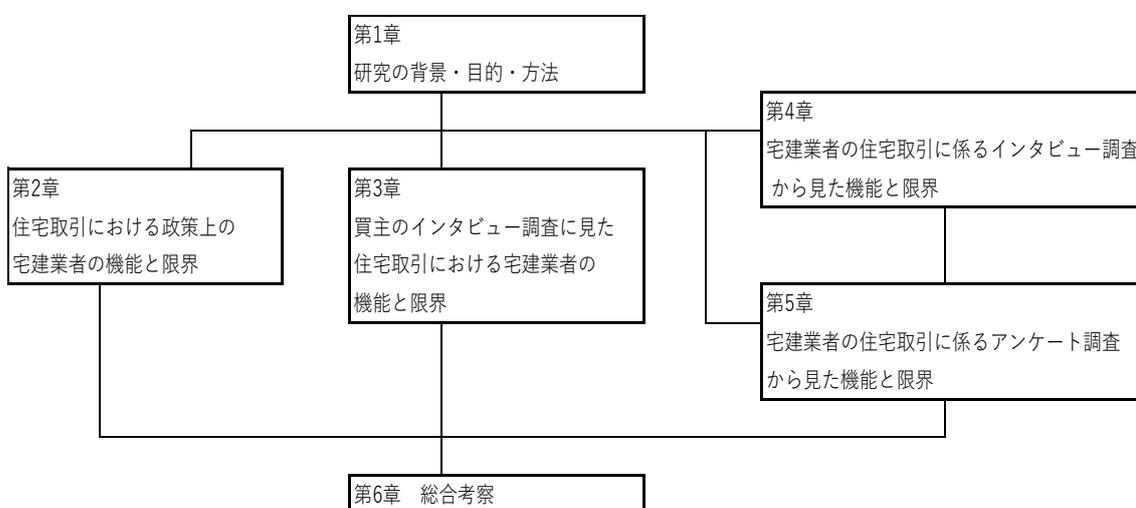


図1-3 本研究の論文構成

表 1-2 本研究の枠組み（論文構成とリサーチクエスチョンとの対応）

第1章	第2章	第3章	第4章	第5章	第6章
研究の背景・目的・方法	住宅取引における政策上の宅建業者の機能と限界	買主のインタビュー調査に見た住宅取引における宅建業者の機能と限界	宅建業者の住宅取引に係るインタビュー調査から見た機能と限界	宅建業者の住宅取引に係るアンケート調査から見た機能と限界	総合考察
研究方法	住宅取引を掌る宅建業法の文献考察	中古戸建住宅買主に対するインタビュー調査による検証	宅建業者に対するインタビュー調査による検証	宅建業者に対するアンケート調査による検証	各章からの知見とリサーチクエスチョンの成果のまとめ
各章におけるリサーチクエスチョンとの対応	リサーチクエスチョン1～4に対して宅建業法の文献考察で対応（同一文献）	リサーチクエスチョン1～4に対して買主6名のインタビュー調査で検証（同一調査）	リサーチクエスチョン1～4に対して宅建業者8名のインタビュー調査で検証（同一調査）	リサーチクエスチョン1～4に対して宅建業者196名のアンケート調査で検証（同一調査）	
リサーチクエスチョン1： 住宅取引には一定の情報が必要であるが、情報提供状況はどのようなものか。	宅建業法の文献考察	買主インタビュー調査で検証	宅建業者インタビュー調査で検証	宅建業者アンケート調査で検証	住宅取引における情報提供状況と限界
リサーチクエスチョン2： 仲介者として取引に関与する宅建業者の業務上の機能はどのようなものか。	宅建業法の文献考察	買主インタビュー調査で検証	宅建業者インタビュー調査で検証	宅建業者アンケート調査で検証	宅建業者の仲介機能
リサーチクエスチョン3： 売主・買主と宅建業者間には、プリンシパル・エージェント問題が生じていないか。	宅建業法の文献考察	買主インタビュー調査で検証	宅建業者インタビュー調査で検証	宅建業者アンケート調査で検証	売主・買主と宅建業者間のプリンシパル・エージェント問題
リサーチクエスチョン4： 宅建業者はプリンシパル・エージェント問題への回避や売主・買主との信頼関係構築に取り組んでいるのか。	宅建業法の文献考察	買主インタビュー調査で検証	宅建業者インタビュー調査で検証	宅建業者アンケート調査で検証	住宅取引における信頼の役割

注 1) 住宅の品質が不確実、不均一な要因としては、建築業者のモラル・ハザードによる手抜き工事や欠陥住宅の発生、在来工法の木造住宅における作業レベルのバラつきなどで、同じ建築物は存在しない(松本 2004)。鉄筋コンクリート造のマンションなどの品質は、大規模工事であり一般人には工事の成否さえ判断できない。

注 2) 財としての情報には不動産の属性と価格があり、購入を決定する際に必要な情報は膨大で、それを収集するには費用が掛かる（高橋 2009）。

注 3) 我が国の住宅取得者は 2/3 以上が初めての 1 次取得者であり、2 回目も 2 割前後と、買い替えが頻繁には行われていない（令和元年度住宅市場動向調査結果 2020）。

注4) 本稿における一般人とは、住宅取引を事業とせず、取引に精通していない者と定義する。

注5) 諸外国ではフランス、ドイツ、イタリアは住宅取引の半数程度が不動産業者が関与せず、売主と買主が直接取引を行う(齊藤 2015)。また、アメリカではFSBO (For Sale By Owner) という売主自らが買主を公募する取引形態がある(Hendel 2009)。

注6) 住宅取引には分譲住宅のように宅建業者が売主で一般人が買主となる二者取引と、中古住宅取引における売主・買主両者が一般人で、宅建業者が仲介者で関与する三者取引がある。本稿における住宅取引とは、売主・買主が一般人で、宅建業者が両者の仲介で関与する三者取引と定義する。

注7) 宅建業法において「宅地建物取引」は、宅地若しくは建物(建物の一部を含む)の売買若しくは交換又は宅地若しくは建物の売買、交換若しくは貸借の代理若しくは媒介をする行為について、業として行う場合には、「宅地建物取引業」として、免許が必要とされている(宅建業法第2条、第3条)。区分すると以下の通りになる。

宅地又は建物の

{	売買又は交換	}	を業として行うもの
	売買、交換又は貸借の代理		
	売買、交換又は貸借の媒介		

つまり、宅建業法は不動産取引業全般を規制するものではなく、不動産取引のうち、宅建業法第2条第2号の定義に該当した宅地建物取引を業として行うものに限り規制対象とする。建物建築工事請負や不動産賃貸管理は宅建業法の規制の対象外となっている(岡本・宇仁 2012a)。宅建業者は事務所ごとに従事者5人に1人以上の割合で宅地建物取引士(以下「宅建士」という。)の設置が義務付けられている(宅建業法第31条の3)。

注8) 宅建業法では、媒介、媒介契約などと規定されているが、本稿においては、一般的に使用されている仲介、仲介者、仲介取引などとして用いる。

注9) この改正により、住宅品質の情報開示促進が期待されたが、実態的には調査実施は4%程度とされ少数に止まっている。調査がされない要因として、制度が認知されていない(74.8%)、宅建業者が消極的(39.4%)、売主・買主が消極的(35.5%)であった(既存住宅状況調査の実施状況調査結果 2019)。

注10) 指定流通機構は、宅建業者間で不動産物件情報を広く交換する目的で設置されている。全国には各圏域(東日本、中部、近畿、西日本)に4つの不動産流通機構があり、不動産流通に関する物件情報交換システム(レインズ・REINS)を運営している。REINSとは、「Real Estate Information Network System」の英語の頭文字を並べて名づけられたコンピューターネットワークシステム。アメリカのMLS(Multiple Listing Service)を参考にして構築された。

参考文献

- ・松本光平「『品確法』の論点」都市住宅学 2004 No.44 p.33-37
- ・高橋孝明「不完全な不動産情報をもたらす資源配分の非効率性－経済学の見地から－」都市住宅学 2009 No.66 p.18-22
- ・国土交通省住宅局「令和元年度住宅市場動向調査結果」2020年
- ・齊藤広子「中古住宅取引における情報と専門家の役割に関する研究」明海大学博士論文 2015 不乙第1号
- ・Igal. Hendel; Aviv. Nevo and Francois Ortalo-Magne. “The Relative Performance of Real Estate Marketing Platforms :MLS versus FSBO Madison.com” The American Economic Review 2009 Vol.99 No.5 p.1878-1898
- ・岡本正治・宇仁美咲『改訂版 [逐条解説] 宅地建物取引業法』・大成出版社 2012年
- ・原野啓「中古住宅市場における情報の非対称性と住宅リフォームの関係」都市住宅学 2014 No.85 p.15-19

- ・ 淡野博久「中古住宅市場の効率性向上に向けた政策デザインに関する考察」
日本建築学会計画系論文集 2006 Vol.71 No.607 p.119-126
- ・ 国土交通省住宅局「既存住宅状況調査の実施状況に関するアンケート調査結果」2019年
- ・ 公益社団法人全国宅地建物取引業協会連合会『全宅連版 民法改正に係る契約書改訂ポイントガイドブック』2020年
- ・ 松尾弘『既存住宅市場の活性化』1-9 「既存住宅流通市場の整備に向けた改革の課題」 p.166-185 一般財団法人土地総合研究所 2017年
- ・ 安藤至大「不動産取引の仲介サービスと事業規制のあり方」土地総合研究 2017 Vol.25 No.1 p. 66-70
- ・ 柿本尚志『都市不動産の経済学』・ ミネルヴァ書房 2008年
- ・ Jeremy Boissevain. “Friends of Friends Networks, Manipulators and Coalitions” 1974 (岩上真珠・池岡義孝訳『友達の友達ーネットワーク、操作者、コアリッション』 未来社,1986年)
- ・ 岡本正治・宇仁美咲『全訂版 [詳解] 不動産仲介契約』・大成出版社 2012年
- ・ Dahlman Carl J. “The Problem of Externality” The Journal of Law and Economics 1979 Vol.22 No.1
- ・ Ronald H. Coase. “The Firm, the Market, and the Law, The University of Chicago Press III. ”1988 (宮沢健一・後藤晃・藤垣芳文訳『企業・市場・法』東洋経済新報社,1992年)
- ・ Oliver E. Williamson .“Markets and Hierarchies” Free Press, N.Y. 1975
(浅沼萬里・岩崎昭訳『市場と企業組織』日本評論社,1980年)
- ・ 菊澤研宗『組織の経済学入門』改訂版・有斐閣 2016年
- ・ 依田高典『現代経済学』一般財団法人放送大学教育振興会 2019年
- ・ 坂井素思「改訂版 社会協力論 —いかに近代的協力の限界を超えるか—」一般財団法人放送大学教育振興会 2020年

- ・荒井俊行「不動産取引価格およびその関連情報の公開・開示の促進について」
土地総合研究 2013 Vol.21 No.4 p.73-84
- ・白川慧一・大越利之「中古住宅市場における両手仲介と手数料率、成約価格への影響—不動産仲介業者アンケート調査をもとにして—」 日本不動産学会誌
2017 Vol.31 No.1 p.88-96
- ・ Vrinda Kadiyali; Jeffrey Prince and Daniel H. Simon. "Is Dual Agency in
Real Estate a Cause for Concern ? Journal of Real Estate Finance and
Economics 2014 No.48 p.164-195
- ・ Sytse Douma ; Hein Schreuder. "Economic Approaches to Organization" 2002
(丹沢安治、岡田和秀、渡部直樹、菊澤研宗、久保知一、石川伊吹、北島啓嗣訳
『組織の経済学入門（第3版）』文眞堂 2007年)
- ・中野幸紀「信頼財サービス産業の構造分析：タクシー、医療、法務・財務・会
計、自動車整備サービス」総合政策研究 2018 p.69-86
- ・ Felix Gottschalk. "What characterize Credence Goods ? A critical look at the
literature" SSRN Electronic Journal January 2018 p.1-23
- ・坂井素思『経済社会を考える』第13章「ネットワーク社会と不確実性」
p.235-251,第14章「信頼社会の可能性」p.252-269 一般財団法人放送大学
教育振興会 2019年
- ・ Kenneth J. Arrow. "Uncertainty and the welfare economics of medical care"
The American Economic Review 1963 Vol. 53 No.5 p.941-973
- ・奈良由美子『生活ガバナンス研究』一般財団法人放送大学教育振興 2015年
- ・山崎福寿「中古住宅市場の機能と建築コスト」住宅土地経済 1997
No.26 p.11-19
- ・川喜田二郎『発想法 創造性開発のために 改版』中公新書 2017年
- ・吉田護・多々納裕一「住宅品質の事後確認の困難性と性能照査型契約の役割
土木計画学研究・論文集 2007 Vol.24 No.2 p.273-280

- ・廖昱嘉「ライフサイクルコストの不確実性を考慮した意思決定に関する研究」
東京大学博士論文 2014 甲第 30985 号
- ・高辻秀興・深海隆恒・島田正己「不動産取引における紛争の実態と紛争要因に
関する研究」日本不動産学会誌 1986 Vol.2 No.1 p.34-44
- ・清水千弘「不動産市場の情報不完全性と価格形成要因に関する研究」東京大学
博士論文 2008 乙第 16923 号
- ・前川俊一・曹雲珍「住宅流通市場における売り手と仲介業者間のエージェンシ
ー問題」応用経済学研究 2010 Vol.4 p.94-112
- ・宮内拓智・本多正俊「医療福祉サービス・マーケティングとホスピタリティ・
マネジメント」京都創生大学紀要 2008 Vol.8 No.2 p.34-44
- ・Paul Milgrom ; John Roberts.” Economics ,Organization & Management”1996
(奥野正寛・伊藤秀史・今井晴雄・西村理・八木甫訳『組織の経済学』
NTT 出版,1997 年)
- ・David Besanko; David Dranove; Mark Shanley “Economics of Strategy 2 edition”
2000 (奥村昭博・大村厚臣監訳『戦略の経済学』ダイヤモンド社,2002 年)
- ・Henry J. Munnek ; Abdullah Yavas. ” Incentive and Performance in Real Estate
Brokerage “ journal of Real Estate Finance and Economic 2001 Vol.22 No.1
p.5-21
- ・Daniel. F. Splber. “Market Microstructure and Intermediation, ”
The Journal of Economic Perspectives 1996 Vol.10 No.3 p.135-152
- ・John Yinger. “A Search Model of Real Estate Broker Behavior”
The American Economic Review 1981 Vol.71 No.4 p.591-605
- ・Geoffrey K. Turnbull; Jonathan Dombrow. “Individual Agents ,Firms and
The Real Estate Brokerage Process,” The journal of Real Estate Finance
Economy 2007 No.35 p.57-76

第2章 住宅取引における政策上の宅建業者の機能と限界

1. 本章の目的

本章では、戦後の住宅難を契機として住宅取引を掌る法律として制定された宅建業法について、リサーチクエスション1、2、3および4に対応して文献考察を行う。具体的には、住宅取引における宅建業法上の情報提供と限界について、宅建業者情報と不動産広告情報、重要事項説明と住宅の品質情報開示に向けた施策を考察する。また、宅建業者と売主・買主とで締結される媒介契約制度の機能と限界、宅建業者の信頼性向上への施策について考察する。

2. 宅地建物取引業法による住宅取引に係る政策の展開

わが国は戦災による住宅被災、強制疎開等により終戦後は絶対的な住宅難となった。住宅需要は逼迫し、「売手・貸手市場」の中で取引が頻繁に行われ、取引を行う仲介業者も激増した。しかしながら、現行憲法の施行に伴い旧府県令である業者取締規則が1947（昭和22）年末限りで失効したことにより、不動産業は取締りがなくなったことから、不良業者の出現により紛争が多発した。

新規に参入した業者の多くは資力に乏しく、不動産取引の専門的知識や経験もほとんどなく、購入者に対する手付金詐欺、預り金横領等の不正行為や二重売買、登記・引き渡しにおけるトラブル、過大な報酬請求、恐喝、脱税等の不動産犯罪を行う悪質な不動産業者が跋扈し、取引関係者が不測の損害を被る事態となった。当時はこれらの業務を取り締まる法律が存在せず野放しとなっていた（昭和27年5月7日衆議院建設委員会会議録第28号、5月29日参議院建設委員会会議録第46号）。これら事態に対し戦前からの業歴を持つ不動産業者を中心に不動産取引をめぐる紛争防止、悪質な不動産業者排除、業界に対する社会的信用の回復、不動産取引業の育成等の目的をもって、1951（昭和26）年に不動産取引業法立法促進連盟が結成され、建設省や国会に対し立法促進が陳情され

た（都宅協 30 周年記念 1995）。

その結果、1952（昭和 27）年の住宅対策審議会は、「住宅の絶対数増加が住宅対策の根幹をなすのであるが、既存建物および遊休宅地の完全な利用を図ることも住宅対策の重要な一環であり、宅地建物の売買、交換、賃借の円滑化を図ることは刻下の急務であるが、宅地建物取引業を営む者に誠実を欠く者が相当に存在し、宅地建物の政情は利用を阻害している向きが少なくなく、宅地建物取引業界に新たに秩序を与え、宅地建物の需要者も供給者もともに安んじて不動産の仲介を依頼しうる堅実な業者の育成監督と業務の適正を期するための立法措置が速やかに必要である」とした答申を行った。一連の経緯を踏まえて、同年 4 月に宅地建物取引業法（以下「宅建業法」という。）が議員提案され、6 月に成立し、同年 8 月より施行された^{注 1)}。

当初制定された宅建業法の目的は、1.宅地建物取引業者の登録制度の実施、2.宅地建物取引業の取締り、3.宅地建物の利用促進であった。その中で業務に関する取締り規定は全 28 条のうち 7 条で、①業務処理の原則、②不当な履行遅延の禁止、③契約書の送付、④守秘義務、⑤報酬額の制限、⑥業務に関する禁止事項、⑦標識の掲示であり、②～⑦までの禁止規定、義務規定違反に対し、業務停止、登録取り消し、罰則という取締法規であった。

以上の通り、終戦により住宅取引に係る規制がなくなり、住宅難に乗じて機会主義的行動を起こす業者の横行により、新たな立法措置として宅建業法が制定されるに至った。その後、宅建業法は幾重の法改正がされたが、情報提供とその限界、媒介契約の機能と限界、宅建業者の信頼性向上への施策について後掲で詳述するため、改正変遷などを「情報」「仲介」「信頼」の 3 つの区分に分けて以下の通り年表にまとめた（表 2-1）。

なお、本章をはじめとして本研究で表記した法令については、特に注記したものを除いて 2020（令和 2）年 10 月末時点のものである。

表2-1 宅建業法等における住宅取引に係る政策の変遷

区分/ 年	変遷	制定・改正・通達の 背景、きっかけ	情報	仲介	信頼
1952年	宅建業法制定	無法状態による 悪徳業者の跋扈	重要事項について事 実不告知、不実告知 の禁止	仲介も宅建業の登録 要件とされる	業務処理原則として 「信義誠実」が規定
1957年	宅建業法改正	モグリ業者、宅 建業者の不正			宅地建物取引主任者 制度と営業保証金制 度創設
1962年	不当景品類及 び不当表示防 止法制定	詐欺的販売行為 の横行	不動産広告に関する 公正競争規約制定 (1963年)		
1964年	宅建業法改正	悪質業者の跋扈 監督規制不徹底			登録制度から免許制 度に改定
1967年	宅建業法改正	需要拡大による 取引件数増、不 当勧誘、公正な 取引阻害による 紛争増加	重要事項説明制度創 設（以後説明項目 中、法令上の制限は 業法施行令改正等で 説明項目が拡大）、 誇大広告の禁止、取 引体様の明示義務化		
1970年	建設大臣告示	消費者保護		媒介報酬告示制定 (全国一律の報酬規 定化)	
1971年	宅建業法改正	消費者保護	宅建主任者に重要事 項説明を義務付け		業法の目的に「取引 の公正の確保」追加
1972年	宅建業法改正	地価上昇、消費 者保護			営業保証金引上げと 集団保証制度の創設
1980年	宅建業法改正	媒介による紛争 不透明な中古住 宅流通市場	不動産流通機構の整 備、重要事項説明に 取引条件と区分所有 建物が追加	媒介契約制度（専 任、一般）創設 (1982年施行)	宅建主任者の法定講 習義務化
1988年	宅建業法改正	地価高騰		専属専任媒介契約追 加と指定流通機構 (レインズ)への物 件登録義務化	免許・宅建主任者基 準の強化
1995年	宅建業法改正	バブル崩壊	重要事項説明を売買 と賃貸に整理	専任媒介契約での物 件登録義務化	
1999年	住宅品確法制 定	欠陥住宅問題	住宅性能表示制度		基本構造部の10年保 証と紛争解決制度

区分/ 年	変遷	制定・改正・通達の 背景、きっかけ	情報	仲介	信頼
2003年	国交省局長通達	規制改革	重要事項事前説明と 売主からの告知書の 活用推奨		
2006年	建築基準法改正	構造計算書偽造 事件	重要な事項の要件明 確化、建築確認・検 査制度の厳格化		特定住宅瑕疵担保履 行確保法制定 (2007年)
2015年	宅建業法改正	宅建主任者の業 務増加と重要性 向上		宅建士の関連事業者 との連携が規定化	宅建主任者から宅建 士へ名称変更と信用 失墜行為禁止、知識 能力の維持が規定化
2016年	宅建業法改正	中古住宅品質情 報の開示促進	重要事項説明に建物 状況調査結果と建物 関係書類の保存状況 追加 (2018年施 行)	媒介契約時に建物状 況調査斡旋義務化 (2018年施行)	
2018年	国土交通大臣 告示改正	空き家の増大		媒介報酬告示改正 (低額物件の報酬引 上げ)	
2020年	宅建業法施行 令改正	大規模水害の頻 発	水防法に基づくハ ザードマップが重要 事項説明に追加		

3. 住宅取引における宅建業法上の情報提供と限界

宅建業法制定の主たる目的は、不良業者排除とその取締りであり、宅建業者の依頼者に対する情報提供に関する条項は第18条のみであった。同条は、重要な事項について、故意に事実を告げず（事実不告知）、または不実のことを告げる（不実告知）が禁止行為と定められただけであり、重要事項の具体的な内容は規定されていなかった。

その後、昭和30年代から大都市郊外を中心として宅地需要が高まり民間事業者による宅地造成が急増したが、中には不良な造成工事による宅地販売も行われた。また、誇大広告による詐欺的な販売行為も後を絶たず、不動産広告規制が

必要とされた。1962（昭和 37）に不当景品類及び不当表示防止法が公布されたが、同法は当初から不動産広告を規制対象に含めていた。公正取引委員会は、翌 1963（昭和 38）年に「宅地建物取引の表示に関する公正競争規約」を制定し、宅建業者の情報提供としての広告規制が実施された（岡本・宇仁 2012a）。

さらに、昭和 40 年代初めも都市郊外の宅地分譲が盛んとなった。宅建業者の中には買主の知識不足や住宅需要が増大していることに乗じて、誇大広告で顧客を不当に勧誘し（不動産広告に関する世論調査 1966 年）^{注2)}、顧客を実際に分譲地まで連れて行った。宅建業者は買主に対して、契約締結の意思決定に係る重要な事項を説明せず、手付を貸与し、口頭での契約が多かったことから、契約内容の相違で紛争が絶えなかった。

そうした経緯を踏まえて、1967（昭和 42）年には、情報の非対称性解消の法定ツールとなる重要事項説明制度の創設などの宅建業法改正がなされた。改正内容は、宅建業者への業務規制の強化ということで、①誇大広告禁止、②取引態様の明示義務、③重要事項の説明、④契約成立後の書面交付義務、⑧手付貸与の禁止であった。この改正により契約の勧誘段階から契約締結に至るまでの取引課程における取引の公正が確保され、消費者保護が図られることとなった^{注3)}。

また、住宅の品質が不確実なことから、2016（平成 28）年に住宅品質情報の透明化を図るため、宅建業法が改正された。第一に、中古住宅取引におけるインスペクション（建物状況調査）の推奨が定められた。具体的には、宅建業者は媒介時に建物状況調査の斡旋を行い、建物状況調査が実施された場合にはその結果の概要を重要事項説明及び契約書に盛り込むことが義務付けられた。第二は、住宅所有者の建物関係書類の保存状況が重要事項の説明事項として追加された（施行は 2018 年 4 月）。

しかし、住宅市場において取引する際の情報提供は、取引段階ごとにさまざまである。住宅取引に参加する際に必要となる業者選択や物件に係る情報提供は限定的である。重要事項説明に係る説明事項は、社会経済状況の変化に伴い 100

回超の宅建業法施行令改正により拡大し、何が重要なのが情報の受け手にはわかりにくい。さらに買主の意思決定に際しては、重要事項で説明される情報だけでは判断できないという情報提供の限界がある。さらに、住宅の品質に係る情報提供を充実させる建物状況調査は、実施が任意であることからその調査実施率は極めて低い。住宅取引に係る一定の情報提供がなされているが、その情報提供には限界がある。こうした住宅取引における宅建業法上の情報提供と限界について、業者情報や不動産広告情報、重要事項説明と住宅の品質情報開示に向けた施策について以下に詳述する。

3. 1 宅建業者情報と不動産広告

住宅市場における情報提供状況については、売主と買主に分けて述べる。

わが国の住宅取引ではアメリカの不動産取引にある FSBO (For Sale By Owner) のような売主自らが買主を公募して直接的に自己取引を行うことは皆無である。売主は取引の専門家である宅建業者に仲介を依頼することになる。どの宅建業者に依頼するかにより成約額、成約のスピードが異なることから業者選択は極めて重要である。市場に公開されている情報としては、国土交通省および都道府県庁に備え付けられた宅建業者名簿がある。この業者名簿には、免許証番号や免許年月日、商号、所在地、役員名簿、政令で定める使用人氏名、専任の宅建士、宅建業以外の事業、宅建業法上の処分歴などの基本的情報が記載されている(宅建業法第8条)。宅建業者名簿は閲覧ができる(宅建業法第10条)。このほかにも、宅建業の免許申請時の添付書類にある過去5年間の取引実績、相談役や顧問の氏名、主要株主名と比率等の資料が閲覧できる。宅建業者の処分歴等は国土交通省のホームページ^{注4)}で公開されている。しかしながら、宅建業者名簿掲載情報や免許申請時の添付書類の情報などすべてがインターネット等で公開されておらず容易に閲覧することができないという限界がある。

また買主においては、売主同様に取引に関与する宅建業者情報は重要である。

買主は購入希望物件をインターネットサイトや不動産情報誌、折込チラシ、看板などを通じて情報収集する。これらの広告については、不動産公正取引協議会連合会が定めた不動産の表示に関する公正競争規約に基づいて掲出される。具体的内容としては、物件情報として所在地、交通利便性、面積、建築年月日であり、取引情報としては価格のほか、取引に関与する宅建業者情報（商号、免許番号、所属団体など）が定められている。しかしながら、これらの情報は基本的なものばかりであり、買主が意思決定を下すために必要な多岐に渡る情報提供としては限界がある。

3. 2. 重要事項説明の機能と限界

住宅は、取引価格をはじめ取引当事者間の取引条件が個別相対的で複雑である。それは住宅が個別的で地域特性の強い単一財で品質情報が不確実であり、また高額で生活基盤となる重要な財だからである。住宅とその敷地には、行政法規により一定の建築規制や土地利用規制等の法令上の制限が加わる。

住宅が特殊な財であることに加えて、一般人は住宅購入の経験が少なく取引に係るリテラシーも乏しいので、取引に必要な情報や制度への理解と判断が難しい。宅建業法では買主や借主（以下「購入者等」という。）が取引後に不測の損害を被らないよう、契約締結前までにあらかじめ法律で定めた「重要事項」について、宅建業者に対して必ず専門知識を持ち有資格者である宅建士^{注5)}から当該物件についての重要な事項の説明を義務付けている（宅建業法第35条）。

これは、宅建業者に宅建業法35条第1項各号に定めた事項を事前に説明すべき義務を課して、購入者等が契約内容を理解した上で、契約締結行為に入れるようにしたものである（岡本・宇仁 2012b）。また、宅地建物取引における紛争予防のためには、購入者等が契約締結にあたって、契約の目的物である取引物件や契約条件等を十分理解した上で、契約締結するかどうかの自由な意思決定をすること及び契約内容を明確に認識しうることで大きな要素を占めるとされる

(岡本・宇仁 2012 a)。つまり、住宅取引は購入者等にとって情報の非対称性があり、品質情報が不確実であるので、宅建業法における重要事項説明制度は宅建業者から契約締結を判断するための情報と将来的な紛争の未然防止のための情報が提供されるものである。一般人の購入者等は、媒介契約を締結してコアリッション関係となった宅建業者を信頼し、その専門的知識や経験をもとに安全に取引が遂行されると期待する。一方、宅建業者においては同意信頼を得るために提供される中核となるサービスである。以下には重要事項説明制度が、社会経済状況の変化とともにどのような変遷を辿ったかについて述べる。

3. 2. 1 重要事項説明制度の変遷と説明内容の整理

重要事項説明制度の創設から今日に至るまでの変遷について、各改正理由と内容を辿る。説明内容はどのような項目で構成されているのか、説明項目の主要部分である宅建業法施行令に規定される法令上の制限はどのように拡大され、分類されるのか等について、篠崎 (2018) を踏まえて述べる。

1952 (昭和 27) 年制定時の宅建業法においては、宅建業者が重要な事項について、故意の事実不告知、不実告知を禁止する規定を設けて罰則を科した。しかし、「重要な事項」が包括的でその範囲も明確でなく、その後、当事者の認識の相違が顕在化し紛争が生じた (岡本・宇仁 2012 a)。不動産は個別性が強く、権利関係が複雑で取引価格も高額であり、購入者等が取引の目的となる物件の内容を十分に知らないまま契約締結し、抵当権付帯や都市計画法等の公法上の利用制限等法令上の制限等により、契約締結に当たって目的を達成できないなどの紛争が起きた (時の法令 1967)。

1967 (昭和 42) 年の国の宅地審議会では、宅建業者が契約成立前に、売買、賃借の相手方又は依頼者に対して法令に基づく制限等を記載した書面の交付と必要な説明を義務付けることが必要であると答申された。答申を踏まえた同年の宅建業法改正により、現在実施されている重要事項説明制度として、包括的で

ない法定された一定の重要事項^{注6)}の説明と書面交付の義務付けが始まった。

当時の重要事項説明の項目としては、①登記された権利の種類、内容等、②法令に基づく制限の概要、③私道に関する負担、④飲用水・電気・ガスの供給・排水施設の整備状況等で、いわゆる物件説明書と呼ばれ、説明と書面交付が義務付けられた。その他の⑤代金、交換差金及び借賃以外に授受される金銭の額及びその目的、⑥契約の解除に関する事項、⑦損害賠償の予定又は違約金に関する事項、⑧金銭の貸借のあっせん内容及びそれが成立しない時の措置は説明事項とされたが、⑤～⑧について書面交付義務が課せられたのは、1980（昭和55）年改正からであった。

1971（昭和46）年の改正では、購入者等の利益を保護するため、説明すべき相手方を宅建業者にとって委託関係にない買主、借主にまで拡大するとともに、宅地建物取引主任者（現在の宅建士）に重要事項を説明させ、書面に記名押印することを義務付けた。また宅建業者が買主との間で宅地造成や建築工事完了前に売買契約を締結して、保全措置のないままに多額の手付金等の前金を受け取るいわゆる青田売り（未完成物件の売買）が社会問題化していたことから、未完成物件の工事完了時の形状や構造等の説明を義務付ける改正が行われた。

1980（昭和55）年の改正では、説明すべき事項として区分所有建物に関する事項が追加されるとともに、取引物件だけでなく、取引条件に関する事項についてすべて書面に記載して、取引主任者（現在の宅建士）が相手方に取引主任者を提示しながら、重要事項説明書を交付することが義務付けられた。なお、区分所有建物特有の説明事項としては、敷地の権利の種類及び内容、共用部分や専用使用权に関する規約等の定め等、修繕積立金に関する規約等の定め等、通常の利用費用の額等、管理の委託先等である。

1995（平成7）年の改正では、説明項目のうち一定のものは、契約の目的物並びに売買及び交換または貸借の別に応じて、その説明項目が規定された。

2006（平成18）年の改正では、前年に発覚した耐震偽装問題を契機として、

従来の宅建業法第 47 条 1 号「重要な事項について、故意に事実を告げず、又は不実のことを告げる行為をしてはならない」と規定されていた「重要な事項」について、構成要件を明確化する改正がなされた。具体的には重要事項説明や書面交付（宅建業法第 47 条第 1 号イ）、契約締結書面（宅建業法第 47 条第 1 号ハ）に係る事実不告知や不実告知をした場合が禁止行為とされた。さらに、1)取引物件等に関する事項として、①所在、規模、形質、②将来の利用の制限、③環境、④交通等の利便、⑤その他の取引条件（代金、支払方法など）または、2)宅建業者の資力等に関する事項であって、取引の相手方の判断に重要な影響を及ぼすことになるものについて、事実不告知や不実告知が禁止行為と規定された（宅建業法第 47 条第 1 号ニ）。また、説明すべき事項として、瑕疵担保責任の履行に関する保証保険契約の締結等の措置の概要が追加された（宅建業法第 35 条第 1 項第 13 号）。

2016（平成 28）年には、購入者が住宅の品質を把握し安心して中古住宅取引を行える市場環境を図ることにより、中古住宅流通市場の拡大を目指すため、宅建業法が改正された。宅建業者は中古住宅の売買又は媒介契約を締結した際には建物状況調査の斡旋（宅建業法第 34 条の 2 第 1 項第 4 号）と、中古住宅購入者等に対して、当該建物の契約成立前までに宅建士をして建物状況調査の結果の概要及び建物の建築及び維持保全の状況に関する書類の保存状況について、重要事項として説明が義務付けられた（宅建業法第 35 条第 1 項第 6 号の 2）。

2020（令和 2）年には、大規模水災害の頻発を受けて、当該取引地に関して水防法に基づき作成された水害ハザードマップ上での位置を重要事項として説明することが義務付けられた（宅建業法施行規則第 16 条の 4 の 3 の第 3 号の 2）。

重要事項説明項目と主な説明事項は、下表の通り分類できる（表 2-2）。

表 2 - 2 重要事項説明項目と主な説明事項

重要事項説明項目	主な説明事項
権利関係の明示	登記された権利の種類・内容等、私道負担、区分所有建物の権利等
権利制限内容の明示	法令に基づく制限の概要(61法令、212項目)
物件の属性の明示	飲用水・電気・ガスの供給、排水施設の整備状況、未完成物件の完成時の状況、生活設備の状況等
取引条件(契約上の権利義務関係)	代金・交換差金及び借賃以外に授与される金額と目的、契約解除事項、損額額の予定・違約金事項等
取引に当たり宅建業者講じる措置の明示	手付金等の保全の概要、金銭の貸借の斡旋内容と成立しない場合の措置、瑕疵担保責任の履行措置等

重要事項説明の項目は、まず「権利関係の明示」があり、登記された権利の種類、内容等、私道に関する負担、区分所有建物の権利等、いずれも必ず説明される事項である。さらに、区分所有建物の諸規約（共用部部、専用使用権、修繕積立金等）は該当する場合は説明することとされている。

次いで、「物件の属性の明示」があり、住宅の品質情報やハザード情報の一部等を内容とする。具体的には、飲用水・電気・ガスの供給・排水施設の整備状況、未完成物件の完成時の形状、構造等、区分所有建物の管理費用、台所・浴室・便所その他の設備の状況等、いずれも必ず説明される事項である。また、区分所有建物の管理委託先や建物修繕の実施状況、造成宅地防災区域・土砂災害警戒区域かどうか、耐震診断の内容、住宅性能評価新築住宅かどうか等は該当する場合は説明することとされている。さらに、2016年改正、2018年施行の改正宅建業法で追加された建物状況調査の結果概要についても実施されている場合には説明する。具体的な内容としては、建物状況調査基準に基づく部位（基礎、床、柱、外壁、内装、天井等）ごとの劣化事象と調査日、調査実施者（建築士）名である。

また、「取引条件（契約上の権利義務関係）の明示」があり、代金・交換差金及び借賃以外に授与される金額及びその目的、契約解除に関する事項、損害額の予定又は違約金に関する事項、契約期間及び契約の更新に関する事項、用途その他利用制限に関する事項等、いずれも必ず説明される事項である。

さらに、2006（平成18）年改正で追加された瑕疵担保責任の履行に関する保証保険契約の締結の措置の概要の「取引にあたっての宅建業者が講じる措置の明示」があり、必ず説明される事項である。その他、手付金等の保全措置の概要、支払金又は預かり金の保全措置の概要、金銭の貸借のあっせんの内容及びそれが成立しないときの措置については該当する場合は説明することとされている。

そして法令に基づく制限の概要は「権利制限内容の明示」に分類される。

上記の「権利制限内容の明示」に分類できる法令に基づく制限の概要については、重要事項説明制度が創設された1967（昭和42）年10月から説明項目として義務付けられていた。創設当初の法令は、建築基準法、土地区画整理法、農地法、河川法等26法令、66項目であった。社会経済状況の変化により各種法令が創設、改正されることで2020（令和2）年10月末までに100回超の業法施行令が改正され、説明項目が順次追加拡大されてきた。2020（令和2）年10月末現在では61法令、212項目条項となっており、法令では2倍超、項目数では3倍超となった。

3. 2. 2 住宅取引における重要事項説明に関する諸議論

2002（平成14）年3月に小泉内閣で閣議決定された政府の規制改革推進3か年計画（改訂）において、重要事項説明制度は「不動産市場の透明性の確保」で取り上げられ、「透明かつ公正な不動産流通制度の再構築」が求められた。不動産流通を活性化させるために、より透明で公平な取引確保の観点から(a)宅地建物取引業者の責任の範囲の明確化、(b)宅地建物取引業者以外のサービスのあり方、(c)複雑化している「重要事項説明」に関する優先度を考慮した再整理の3点について検討結論を得ることとされた。

この閣議決定を受けて国土交通省では、複雑化した重要事項説明の整理の一環として、重要事項説明に先立ち、構成や各項目の留意点について理解を深めるため、重要事項の全体像の説明に努めることとし、「重要事項事前説明書」を示

した。併せて、取引物件の所有者しかわからない事実について、売主等からの「告知書」の提出を促し、買主等への情報提供に努めることとされた（国土交通省総合政策局長通達 2003）。

その後、国土交通省は各種有識者会議を設置し、複雑化した重要事項説明の再整理、効果的な消費者への情報提供、時代の変化に応じた情報項目の検討を行った。2006（平成 18）年には、重要事項説明の時期や内容、IT 等を活用した方法について検討された（消費者への情報提供あり方検討委員会 2006）。

続いて、2007（平成 19）年には、重要事項説明項目の合理化、重要事項説明書の一定期日前の交付、インターネット等を活用した書面の交付等について検討された（流通市場研究会 2008）。

さらに同研究会の検討を受けて、2008（平成 20）年 9 月から 2009（平成 21）年 4 月まで社会資本整備審議会不動産部会が開催され、重要事項説明制度については、書面の事前交付や電子書面化、口頭説明の重点化、項目の削減等が検討されたが、様々な議論の中でまとまらなかった。また、告知書の活用推進やインスペクション（建物検査）の活用、市場ニーズに対応する情報提供の必要性等が提言され、国民全般に対する不動産取引に関する知識の普及・啓発のための環境整備を図る必要があるとされた（社会資本整備審議会不動産部会 2009）。

その後国土交通省では、既存ストックの有効活用と不動産市場の活性化・透明化を図るため宅建業法を改正し、2018（平成 30）年 4 月からは、宅建業者に対して、媒介時には建物状況調査（インスペクション）を斡旋及び重要事項説明時には検査結果の概要を説明させることを義務付けるに至った。

3. 2. 3 重要事項説明の実態と限界

国土交通省は 2006（平成 18）年に住宅購入経験のある消費者向けに重要事項説明の実態に係るアンケート調査を実施した。

その調査結果（各項目の割合は中古戸建住宅購入者）によると、説明を受ける

時期については、契約の1週間以上前を希望するものが62.1%と多数を占め、前日から1週間前が28.3%と、契約直前の説明を9割以上が望んでいない。しかし、実際に説明を受けた時期は契約直前が39.8%であり、1週間以上前の説明は32.6%に止まるなど、宅建業者は購入者の期待に応えたサービス提供がなされていない実態が示されている。

説明時間は、30分～60分が52.5%、30分未満26.4%、1時間～2時間が18.9%であり、1時間以内が3/4以上を占めた。また、説明に要した時間は、ちょうどよいと感じたものが62.1%、短いと感じたものが13.0%、長いと感じたものが11.5%であった。

説明を受けたときの理解度については、十分に理解できたは24.5%、まあまあ理解できたは65.9%、あまり理解できなかつたは8.7%であり、ほとんどが宅建業者の重要事項説明により理解していた。購入者が説明前に疑問や不安に思っていた事項は、登記簿に記載された権利に関する事項(54.7%)、代金や手付金、契約解除等、契約条件に関する事項(47.5%)、売主に関すること(36.0%)、周辺環境(33.3%)であったが、重要事項説明を受けて82.3%が疑問や不安が解消したとし、説明により同意信頼が得られている。

また、重要事項説明の方法については、84.8%と大半が対面での説明を希望し、説明内容については、76.9%がすべての項目について書面での説明を希望している。さらに取引が専門的で難解な内容であることから理解をするために、82.3%が図やイラスト等を活用しての説明を希望している。

さらに、住宅購入にあたって重要だと思った項目については、所在や地目・地積、建物の種類・構造等土地建物に直接関係する事項が65.2%、代金や手付金、解除、違約金等の取引条件に関する事項53.1%、法令上の制限(用途地域、建ぺい率、私道負担等)が52.2%と3項目が過半を超えた。なお、マンションの場合には大多数が管理や使用に関する事項をあげている(前掲 消費者への情報提供あり方検討委員会 2006)。

一方、同じ時期に実施された宅建業者のアンケート結果によると、重要事項説明について、61.5%が契約の前日から 1 週間前に実施することが良いと思っているものの、実際の説明時期は契約直前が 62.1%であり、前日から 1 週間前に説明しているものは 37.7%にとどまるなど、理想と現実にギャップがある。

重要事項説明書（案を含む）の交付時期については、事前交付を 56.4%が行っているが、時期については過半となる 50.7%が 3 日前から 1 週間前までに交付されているが、契約前日から 3 日前までと契約まであまり時間がない場合も 26.2%であった。説明書の事前交付は、購入者が契約前に十分に検討するための情報提供の一環であるが、実態的には宅建業者は期待に応えていない。

実際の説明方法については、78.7%の宅建業者が、国土交通省が推奨する取引の全体像の事前説明をしている。また、補足資料も活用して全項目を説明するが 50.7%、説明書通り全文を読み上げるが 39.9%であった。さらに、67.8%が購入者の理解を深めるために図やイラスト等を活用して説明している。宅建業者としては対面での重要事項説明を 82.0%が希望している。

調査の自由記入欄には、説明するのに多くの時間を要する項目として、法令に基づく制限の概要、登記簿に記載された権利、契約解除に関する事項、瑕疵担保責任等があげられていた。また重要事項説明に関する意見として、どこまで重要事項なのか線引きが困難、項目の多さにより杜撰な説明への懸念があげられていた。さらに契約書との重複項目の整理を求める意見などがあげられた。一方、重要事項説明は簡単にするとトラブル要因となるので従来通りすべて説明すべきであるとか、細かく丁寧な説明により信頼につながるという指摘もあった（前掲 消費者への情報提供あり方検討委員会 2006）。

災害危険情報であるいわゆるハザードマップについては、地震や台風等の災害が発生する中で、従来は法定の説明事項とはされていなかった。しかし、大規模水害頻発のため、2020（令和 2）年 8 月より新たに水防法に基づく水害ハザードマップが重要事項の説明対象として追加されるに至った。だが、活断層の有無

や詳細な地歴については、法定の説明対象とはなっていない。

取引物件について購入者の判断に影響を及ぼすと考えられる自殺や事件等の「心理的瑕疵」についても、法令上の制限には具体的には規定されていない。判例による解釈が積み重ねられているが、基準が一定ではなく不確実性が高い。

上述の通り、2006（平成 18）年の購入者、宅建業者向けに重要事項説明の実態調査結果からは、その説明項目について、購入者が重要だと思った項目は、説明項目の複雑化の要因であり拡大傾向のある法令上の制限に関する事項（52%）よりも、土地建物に直接関係する事項（65%）と取引条件に関する事項（53%）の方が重要であるとした。一方、宅建業者では説明に多くの時間を要する項目として、購入者の乏しい不動産知識のため理解が困難な法令上の制限に関する事項があげられている。

説明時期については、購入者の大半は契約直前に重要事項説明がされることを望んでいない。宅建業者自身も過半が契約の一定期日前に説明した方が良いと考えているにもかかわらず、実態的には 2/3 近くが契約直前に実施されていた。こうしたことから、実際の重要事項説明は売買の場合、その直後に契約を控えている関係から、3/4 以上が 1 時間以内の説明時間である。限られた時間の中で専門的で難解な法令上の制限の説明に多くの時間が費やされる影響からか、十分に説明内容を理解できたものは 1/4 程度しかなかった。

つまり、重要事項説明の実態は購入者の立場で商品購入に例えると、購入直前に関心の高い品質や性能よりも、多くの時間を割いて故障に備えて分厚い取扱説明書の内容を延々と説明されるというものである。住宅は購入後も耐震性能の事後確認の困難性から品質が評価できない信頼財^{注7)}である（吉田・多々納 2007）。居住後に購入者が不測の損害を被らないということは重要な目的である。しかし、契約直前での説明ということで既に意思決定を固めた段階で行われている実態から、もう一つの重要な目的である契約締結の判断資料のための情報提供機能は果たされておらず、重要事項説明制度の限界がある。

3. 3 住宅の品質情報開示に向けた施策の展開と限界

住宅の品質は不確実であり、重要事項説明を巡る諸議論においても品質情報の開示に向けて検討がなされた。

住宅の品質が不確実、不均一なのはいくつかの要因がある。建物構造として在来工法のように柱と梁を現場で組み立てて建築される木造住宅などは同じ建築物は存在しない。鉄筋コンクリート造のマンションなどでは大規模工事であり、一般人には工事の成否さえわからない。さらに、建築業者のモラル・ハザードによる手抜き工事も考えられる（松本 2004）。高度成長期は地価高騰が続いたため、新築住宅においてすら地価の比重が高く、耐用年数が短い使い捨て型消費財のような住宅もあった（山田 2001）。

住宅はたとえ購入後であっても追加費用をかけて調べない限り、容易には品質がわからない信頼財の側面がある（白川 2019）。インスペクション（建物検査）が必要なのは住宅品質の不確実性が高いからである。

またわが国の現在の住宅市場では耐震性能などを基準として 4 種の品質の住宅が混在している。つまり、古いストックである旧耐震住宅（1981 年 5 月以前）と、新耐震住宅（1981 年 6 月以降）、住宅品質確保法対象住宅（2000 年以降）、長期優良認定住宅の 4 種類の品質の住宅である。少し遡るが 1981（昭和 56）年 6 月に建築基準法が改正され、耐震基準が大幅に見直された。これは 1978（昭和 53）年 6 月に発生した宮城県沖地震を契機とする。それまでの旧耐震基準は大正時代に発生した関東大震災を契機として定めていて、「震度 5 程度の地震で倒壊しない建物であること」であった。新たに設定された新耐震基準は、「震度 6 強から 7 の地震でほとんど損傷しない建物であること」とされた。この改正により 1981 年 6 月以降着工の建物は新耐震基準のもと設計された建物となった。

また 1999（平成 11）年には住宅品質確保法が公布された（施行は 2000 年）。これは欠陥住宅問題に端を発して、被害者が実質的に救済されなかったことから制定された。同法は、①住宅の基本構造部分の 10 年間の保証、②住宅の性能表

示制度、③住宅紛争時の解決を柱とする購入者保護法制のひとつである。

2005（平成17）年には一級建築士が構造計算書を偽造して、多数のマンション等の耐震強度が不足した住宅が建築されたことが発覚した。先に制定された住宅品確法では、販売主か施工主が住宅の補修を行わなければならないが、いずれも破綻したため、被害に遭った住宅購入者は実質的には救済されない事件が起きた。これを契機に2007（平成19）年、特定住宅瑕疵担保履行確保法が制定され事業者は保険加入か供託が義務付けられた。また、建築基準法も改正され、建築確認、検査制度が厳格化される等、いっそうの購入者保護法制が具現化した。

2006年の住生活基本法制定、2008年の長期優良住宅促進法制定等によるストック対策を重視する政策転換を踏まえて、住宅品質のいっそうの向上が図られた。

2008（平成20）年9月から2009（平成21）4月まで、社会資本整備審議会産業分科会不動産部会が開催され、重要事項説明制度の見直しや告知書活用推進、インスペクション活用や消費者ニーズに対応する情報提供のあり方について検討した。既存住宅の安全安心な取引遂行と将来の紛争の未然予防のためには、インスペクション（建物検査）は、買主の購入判断に資するとされ、実施方策等について検討を進めるとされた。

こうした背景を踏まえて2011（平成23）年から2014（平成26）年にかけて、中古住宅流通活性化のための各種方策が検討された。具体的には、住宅の品質情報開示を促進するためのインスペクションの実施方策の検討や中古住宅建物評価等の検討、不動産・金融機関等の関係者間の協議が行われた。一連の検討会議の相関は、図2-1「国土交通省各種検討会議相関図」の通りである。

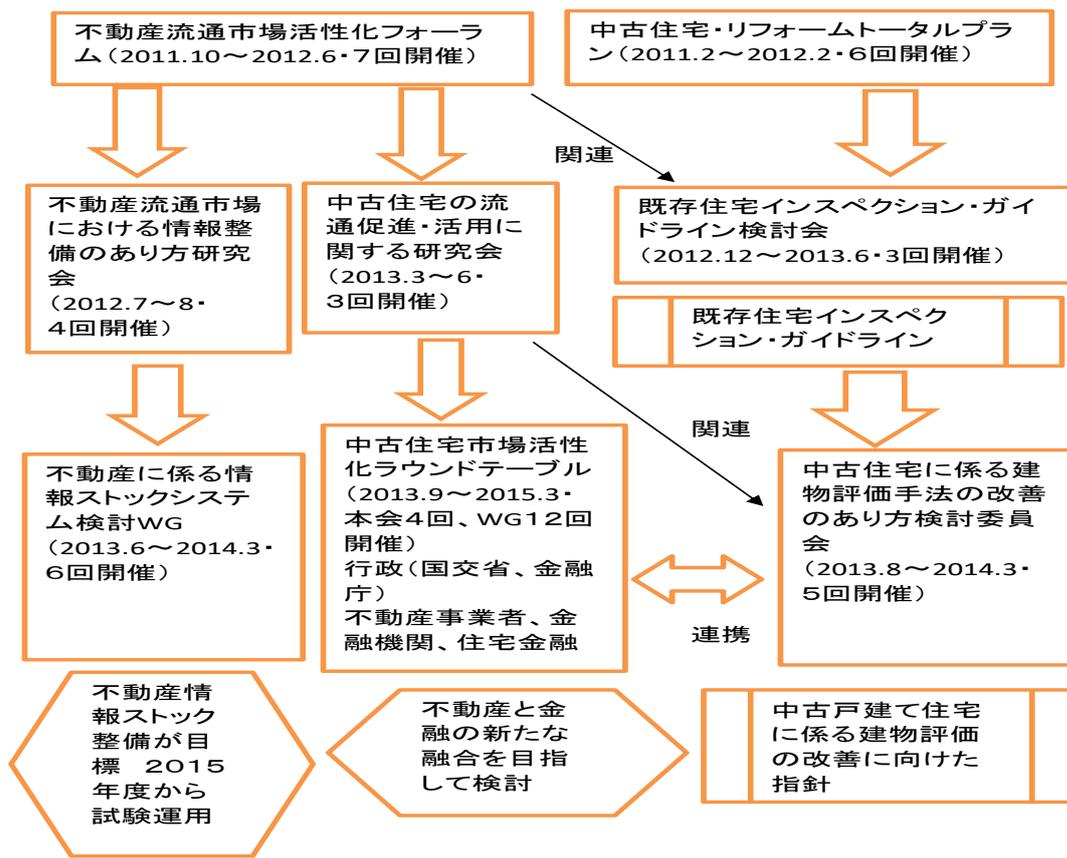


図 2-1 国土交通省各種検討会議相関図

一連の検討の結果、2016（平成 28）年に宅建業法が改正され、中古住宅取引におけるインスペクション（建物状況調査）の位置づけが定められた。具体的には、宅建業者は媒介時に建物状況調査の斡旋を行い、建物状況調査が実施された場合にはその結果の概要を重要事項説明及び契約書に盛り込むことが義務付けられた（施行は 2018 年 4 月）。

この改正により、住宅品質の情報開示促進が期待されたが、実態的には調査実施は 4 %程度とされ少数に止まっている。調査がされない要因として、制度が認知されていない（74.8%）、宅建業者が消極的（39.4%）、売主・買主が消極的（35.5%）であった（既存住宅状況調査の実施状況調査結果 2019）。宅建業者は住宅品質を判断する専門家ではない。品質を調査するには専門家であるインスペクション業者に依頼する必要があるが、依頼者とインスペクション業者間に

はプリンシパル・エージェンシー問題が伴うことが懸念される（白川 2019）。

4. 宅建業法上の媒介契約の機能と限界

前章で述べた通り、売主－宅建業者間、買主－宅建業者間のそれぞれ両者間には、媒介契約締結により、コアリッション関係とエージェンシー関係が成立している。本節では、媒介契約制度が創設された背景と法的性質等を通じて、住宅取引における媒介契約の機能と限界について考察する。

4. 1 媒介契約制度の変遷

1952年の宅建業法制定時において、媒介業務も宅建業の業務と位置づけられ登録が必要とされた（1964年改正で免許制度に変更）。

昭和40年代後半には、団塊の世代が世帯形成を終了し賃貸住宅から分譲住宅へ住み替え需要が喚起され中古住宅流通量も増加したが、中古住宅流通を担っていたのは主に中小零細の宅建業者であった。当時の宅建業者は委託者との間で媒介契約書の締結や報酬支払の約定もなく取引物件の売却、買受けの媒介を受託するという方法で取引活動が行われていたことから、紛争が多発した。また物件情報が宅建業者間で共有されず、取引価格も宅建業者の勘による値付けで合理的な査定がされているわけではなかった（岡本・宇仁 2012 a）。

こうした中古住宅流通市場の不透明かつ閉鎖的であることに状況に対して、1978（昭和53）年に不動産流通問題研究会による「不動産流通の近代化促進について」の報告書が公表された。同報告書では、不動産流通の近代化方策として、①共同処理方式－中小企業の協業化等の推進、②情報の均質化と正確性の確保、③仲介契約制度の改善、④価格査定方式の適正化、⑤仲介報酬限度の見直し、⑥宅建業者及びその従業者の資質向上等の提言があげられた。

政府による世論調査においても、買主が宅建業者を通じて購入する場合の留意点として、業者の信用状態（52.9%）、売主が真の所有者かどうか（49.9%）、

物件の瑕疵（39.6%）、価格妥当性（26.9%）を懸念していた。さらに取引についての行政への要望として、悪質業者の取締り（44.4%）、悪質業者へ免許を与えない（43.8%）、誇大広告の取締り（14.4%）と悪質な業者への苦情が際立っていた（大都市地域の住宅・宅地取引に関する世論調査 1979）。

建設省においても建設大臣が、1978年11月に住宅宅地審議会において、「宅地及び建物の取引の公正と流通の円滑化を図るため、宅地建物取引業制度上いかなる措置を講ずべきか」を諮問し、同審議会は1979（昭和54）年9月に「宅地建物の取引の公正と流通の円滑化を図るため宅地建物取引業制度上講ずべき措置について」の第1次答申を提出した。

答申を踏まえて、1980（昭和55）年に大幅な宅建業法の改正が実現した。第1条の目的に「宅地建物取引業の健全な発達を促進すること」が追加された。また業務規制が強化され、自己の所有に属さない宅地建物の契約の制限とクーリング・オフ制度が新設された。他にも宅建業の免許基準の厳格化、名義貸しの禁止規定の拡大、宅建主任者の法定講習受講義務化と主任者証の提示が義務付けられるとともに、値付けのプロセスを示した価格査定マニュアルが策定された。

この改正法の最重要点は、口頭による媒介委託が通例化していたため紛争が絶えなかったことを踏まえ、売買等の媒介契約内容の書面化の義務付けにより媒介契約関係（専任媒介、一般媒介）が明確化されたことである。また、標準媒介契約約款が告示された。改正法施行は1982（昭和57）年5月からだが、同年8月には業界8団体が一定の基準をもとに、宅建業者間で物件情報を共有するシステムとして、現在のレインズの母体となる認定流通機構を設置した。しかし、この認定流通機構は宅建業法に基づくものではなく、標準媒介契約上の義務にとどまるもので、円滑な不動産流通促進という目的を十分には果たせなかった。

1988（昭和63）年には、専任媒介契約と一般媒介契約が周知されてきたことを踏まえて、自己発見取引を禁止する特約を付した専属専任媒介契約制度の創設と、宅建業者間で物件情報が円滑に流通、売買契約の正確で迅速な成立を図る

ための指定流通機構の創設を内容とする宅建業法の改正がされた。専属専任媒介契約については、宅建業者は指定流通機構に物件情報を登録することが義務付けられた。指定流通機構は、需給圏ごとに1つずつ、つまり、首都圏（1都3県）、近畿圏（2府4県）、中部圏（3県）、その他の地方圏34県で合計37の流通機構が設置された。

1995（平成7）年には、専任媒介契約についても指定流通機構への物件情報登録を義務付ける改正がされるとともに、任意団体であった指定流通機構を宅建業法上に位置付けた。1997（平成9）年には、指定流通機構が全国で4つ（東日本、中部圏、近畿圏、西日本）に集約化され公益法人化された。

4. 2 媒介契約の法的性質と機能

前章でも述べた通り、宅建業法上の仲介は法的には委任に準じた準委任であり、売主、買主の間にたって、依頼内容に実現に向けて尽力する行為とされる。仲介者は本人に代わって売買契約を締結する権限を持つ代理とは違う概念であり、成約に向けて依頼者に取り次ぐという立場にとどまる（岡本、宇仁 2012b）。

仲介手数料は、宅建業者が宅地建物の売買等の代理又は仲介により売買等の契約を成立させたことに対する対価であり成功報酬であって、代理行為又は仲介行為の対価ではない。仲介手数料とは別に仲介活動で要した費用は請求できない。販売のための折込みチラシやホームページ等の広告掲載費、指定流通機構への情報登録は、仲介業務を遂行する上での通常予定される費用であるとされる。契約が不成立の場合は宅建業者からの媒介報酬の請求権は発生しないし、費用も請求することはできない（岡本・宇仁 2012a）。仲介手数料については、宅建業法制定時はその料率が都道府県ごとに定められていたが、1970（昭和45）年に建設大臣告示として全国統一がなされた。さらに、2018（平成30）年には、増大する空き家等への対応のため、低額物件の仲介手数料増額を図る国土交通大臣告示が改正された。

また、仲介は成約実現義務までではないので、請負のような仕事完成義務までではない。宅建業者は依頼者に対して、媒介契約の本旨に従い善良な管理者の注意をもって誠実かつ適正に仲介事務を処理する義務（以下「善管注意義務」という。）を負う。宅建業者における善管注意義務は、宅建業免許を受けた宅建業者として一般に要求される業務上の注意である。また、一般人は取引の専門的知識や経験がないので、宅建業者は個々の取引内容に応じて適切な取引が行われるように依頼者が理解できるよう適切な指導、助言をする義務を負っている（岡本、宇仁 2012a）。さらに、2015年の宅建業法改正において、宅建士は取引の専門家として購入者等の利益の保護と円滑な流通に資するよう宅建業と関連する事業者との連携に努めることとされた。

売主・買主と宅建業者間で媒介契約が締結されると書面化された媒介契約書が交付される（宅建業法第34条の2）。媒介契約書には、契約当事者（依頼者・宅建業者）、物件を特定するために必要な表示（所在地、権利内容、建物の種類・構造、面積等）、媒介価額（売値）、媒介契約の形式（専属専任、専任、一般）、媒介契約の有効期限と解除に関する事項、指定流通機構への登録、報酬、違約金等が明示される。さらに、宅建業者の義務として以下の事項が定められている。

- ① 契約相手を探索し、相手方との契約条件の調整等を行い、成約に向けて積極的に努力すること（探索、調整、交渉）
- ② 依頼者に対して契約書に記載する方法及び頻度で業務処理報告を行うこと（業務処理報告）
- ③ 目的物件の申し込みがあった時には遅滞なく報告すること（報告）
- ④ 広く契約相手を探索するため、目的物件の各種情報を指定流通機構に登録するとともに、登録完了時には指定流通機構の登録証を依頼者に交付すること（情報公開）
- ⑤ 媒介価額（売値）の決定に際して意見を述べる際には根拠を説明すること（価格査定、助言）

- ⑥ 契約締結前までに宅建士から宅建業法第 35 条に基づく重要事項説明を行うこと（重要事項説明）
- ⑦ 成約時には宅建業法第 37 条に定める売買契約書面を作成し、売主、買主に交付すること（売買契約書作成）
- ⑧ 依頼者に対して、登記、決済手続き等の目的物件の引き渡しに係る事務の補助を行うこと（履行補助）

以上の通り、宅建業法制定当初は、媒介契約は内容が不明確で書面化されておらず、紛争が生じていた。その後、制度化されることにより、住宅取引における仲介者として業務が明確化された。上述の通り、取引成約に向けて宅建業者と売主・買主はコアリッション関係になるとともに、売主・買主を依頼者（プリンシパル）、宅建業者を代行者（エージェント）とするエージェンシー関係となる。しかしながら、媒介契約上の法的性質にもある通り、成約努力義務はあるものの、必ず成約しなければならないとする成約実現義務までは課せられていない。また、宅建業者の提供するサービスは専門的、複雑な内容であり一般人には評価することが困難な信頼財サービスでもあり、プリンシパル・エージェント問題を発生させる懸念が生じるという媒介契約制度における限界でもある。

5. 宅建業者の信頼の形成に関する施策の展開

1952年に宅建業法制定の契機となったのは、住宅取引に係る無規制による悪質な業者の跋扈と紛争の多発であった。同法では不良業者の排除と取締りを主たる目的としていたが、宅建業者の業務処理原則として、依頼者その他取引関係者に対して、信義を旨とし、誠実に業務を行うこととする信義誠実原則を定めた。

その後、登録をしていないモグリ業者の存在や宅建業者の不正等により取引関係者が不測の損害を被る紛争が多発した。1957(昭和 32 年)の改正法により、従事者の資質の向上と社会的信用を高めるため、宅地建物取引主任者（以下「宅建主任者」という。）制度が創設された。同制度は、宅地建物取引員試験の実施

と専任の宅建主任者の設置が義務付けられた。また同改正法では、制定時に導入されなかった宅建業者の資産条件となる営業保証金制度が創設された。宅建業者は登録時に一定額を供託することが義務付けられ、宅建業者との取引で損害を被った者はその営業保証金から弁済を受けることができることとなった。導入時の営業保証金は主たる事務所が10万円、その他の事務所ごとに5万円と定められた。さらに、無登録者による営業標示と営業広告が禁止された。

1964（昭和39）年改正では、宅建業者の登録制度が免許制度に改定され、免許基準の厳格化により業務規制と監督が強化された。また、取引員試験の名称が宅建主任者資格試験と変更されるとともに、受験資格が設けられた。

1972（昭和47）年改正では、地価上昇と消費者保護のため、営業保証金が従来の額から5倍に引き上げられた（主たる事務所が50万円、従たる事務所が25万円）。併せて、優良な業者が構成員となる公益法人が弁済業務や研修業務を行う集団保証制度が創設され、2つの保証協会が設立された。

1980（昭和55年）改正では、宅建主任者制度の改善が図られ宅建主任者には有効期間が3年間の宅建主任者証が交付されるとともに、更新を受けようとする者は都道府県知事が指定する法定講習が義務付けられ資質の向上が図られた。

1988年（昭和63）年改正では、地価高騰により暴行、脅迫等を用いた悪質な地上げが社会問題化したことから、暴力団等の悪質な業者を排除するため、宅建業者の免許基準が強化された。また、設置すべき宅建主任者の割合を従事者10人に1人から5人に1人の割合で引き上げられ、設置基準が強化された。

2015（平成27）年改正では、従来の宅建主任者から宅建士へ名称変更が行われた。その際に宅建士の業務処理原則が定められ、取引の専門家として公正かつ誠実に取引に従事するとともに、関連事業者との連携に努めるよう規定された（宅建業法第15条）。また、信用失墜行為の禁止（宅建業法第15条の2）や知識能力の維持向上の努力義務（宅建業法第15条の3）が規定され、取引の専門家としての職責と資質向上が明確化された（宅建士道2019）。

6. 考察

以上の通り、第1章で示したリサーチクエスチョン1、2、3および4に対応して、文献を辿ってきたが、本節では以下にその考察をする。

6. 1 宅建業者の情報提供状況と限界（リサーチクエスチョンIに対応）

リサーチクエスチョン1に対応して、住宅取引における宅建業法上の情報提供と限界について述べる

わが国では売主・買主が直接的な自己取引が皆無であり、住宅取引では宅建業者が関与するので業者選択は重要である。そのための宅建業者に関する情報については、行政が備え付ける宅建業者名簿等があるが、そこで示されている情報は限定的であり、インターネットで公開されていないことから利便性に欠ける。また、買主は住宅市場に公開された不動産広告を閲覧して物件探索を行うが、基本的な情報に限定しており、意思決定に必要な情報としては不十分である。重要事項説明は、宅建業者が契約前に必ず購入者等へ取引について重要な事項を調査のうえ説明する情報の非対称性解消のための法定ツールである。1967年に現行制度が開始以来50年余の間、社会経済状況の変化に基づき説明事項に係る法令改正が100回以上に及び、説明項目が順次拡大して内容もいっそう高度化している。一方、災害危険情報であるハザードマップは水害関係が重要事項として追加されたものの、活断層の有無や地歴情報に係る説明は説明対象とはされていない。また、心理的瑕疵に係る説明基準も不明確である。さらに宅建業者の購入者等に対する説明は、専門的内容で多岐に渡る情報提供にもかかわらず、契約直前であることが多く、書面の交付も事前にはなされていない実態がある。それ故、何が重要事項かわかりにくく理解できないという指摘もあり、契約締結判断のための情報提供機能としては低下しており、限界がある。

荒井（2018）は金融商品取引法（以下「金商法」という。）と宅建業法との比較において、金商法は顧客に対する誠実義務（金商法第36条）を具体化した適合性の原則^{注8)}を規定（金商法第40条第1号）しているとし、特定の利用者に

は説明を尽くしても一定の商品の販売、勧誘をしてはならないとしているが、宅建業法には適合性の原則が規定されておらず不十分であるとする。

また、住宅の品質が不確実であることから、情報開示促進により透明化を図るため、中古住宅取引の際には宅建業者は仲介時に建物状況調査の斡旋と実施の場合には調査結果の説明が義務付けられた。しかし制度の周知不足と取引関係者の消極的対応のため、調査はほとんど実施されず、情報提供の限界がある。

6. 2 宅建業者の業務上の機能（リサーチクエスチョン2に対応）

リサーチクエスチョン2に対応して、宅建業法における仲介者として取引に関与する宅建業者の業務上の機能について述べる。

宅建業者は売主、買主と媒介契約を締結することにより、コアリッション、エージェンシー関係が成立する。宅建業者の業務上の機能は媒介契約の標準約款においてその内容が定められている。大別して3つある。第一は、物件情報をレインズへ登録し相手方を探索する等の物件情報提供機能である。第二は、成約に向けて取引関係者間の調整、交渉、助言や建物状況調査の斡旋、契約から引渡しまでの履行補助等の調整管理機能である。第三は、取引の専門家として売主、買主に代替して物件調査や価格査定を行い、重要事項説明、契約書作成等の代行機能がある。他にも、宅建業者は地域の物件の調査や価格査定を行い、市場に物件情報を公開、広告宣伝して、流通を図るなどの商品組成機能もある。

6. 3 売主・買主と宅建業者間のプリンシパル・エージェント問題の発生

（リサーチクエスチョン3に対応）

リサーチクエスチョン3に対応して、宅建業法における売主・買主と宅建業者間のプリンシパル・エージェント問題の発生について述べる。

重要事項説明は購入者等の契約締結のための判断資料となるものであるが、実態としては宅建業者の書面交付と説明は契約直前になされる。宅建業者とし

では、手間と費用が掛かる重要事項を説明した後に購入者等の判断が覆ることを懸念している。宅建業法では購入者等への書面交付と説明について、「契約が成立するまで」とされ、具体的期日が明示されていない。この規定を援用した宅建業者が、一定期日前に事前に書面交付や説明をしないことは、プリンシパル・エージェント問題を惹起する懸念が生じる。

また、住宅の品質情報の透明化のために推奨されることとなった建物状況調査についても調査実施率が極めて低い。その要因として、制度の周知不足と取引関係者（宅建業者、売主、買主）の消極的対応にある。同調査は売主・買主間の情報の非対称性解消を図る取引上重要な制度であり、宅建業者は宅建業法により売主、買主に対して斡旋が義務付けられている。しかし、宅建業者は法令上で期待される積極的な推奨を行っていない。こうした宅建業者の対応は、プリンシパル・エージェント問題を惹起する懸念がある。

さらに、宅建業法の媒介契約は、その法的性質にもある通り成約努力義務はあるものの、必ず成約しなければならないとする成約実現義務までは課せられておらず媒介契約制度における限界がある。そのうえ宅建業者の提供するサービスは、専門的、複雑な内容であり一般人には評価することが困難な信託財サービスであり、プリンシパル・エージェント問題を生じさせる可能性がある。

6. 4 宅建業者の信頼関係構築への取り組み

（リサーチクエスチョン4に対応）

リサーチクエスチョン4に対応して、住宅取引の政策に係る宅建業者の売主・買主へのプリンシパル・エージェント問題の回避策や解決策、宅建業者の取引関係者との信頼関係構築への取り組みについて述べる。

宅建業者は一般人の売主・買主と比べて経験も情報も圧倒的に非対称性が存在しアドバース・セレクション（逆選択）の状況である。アドバース・セレクションにおけるプリンシパル・エージェント問題への対応としてはシグナリング

(情報発信)とスクリーニング(ふるいわけ)がある。シグナリングとは、良きエージェントが悪きエージェントと誤解されないように、何らかの方法でプリンシパルに対して自分に関する正しい情報を事前に提供しようとするものである。一例として、採用時に質の高い労働者は質の低い労働者との差別化のため、高学歴や過去の職務経歴、資格証明書を事前に提出する(菊澤 2016)。またスクリーニングとは、より多くの私的情報を持つ様々なエージェントを何らかの基準によって区別するために、情報の少ないプリンシパルはエージェントに関する情報を得ようとする努力である。採用を例にとると、プリンシパルが雇用者、エージェントが被雇用者とする、雇用者は事前に採用試験や与信能力の審査、資格証明書の提出を要求することである(菊澤 2016)。

重要事項説明は一定の限界があるものの、購入者保護を図るための法定の情報非対称性解消ツールとして情報開示されるものでありシグナリングである。さらに、公正競争規約に基づいて一定の情報が開示されている不動産広告は宅建業者からのシグナリングであり、購入者側から見ればスクリーニングされた情報といえる。

また、終戦直後の不動産業者は取締規則がない中で、無資力、専門的知識欠如のいわゆる悪徳業者の出現、玉石混交状態で紛争が多発し、プリンシパル・エージェント問題が起きた。不動産業者は取引前から、不動産業者と比べて経験も情報も圧倒的に非対称性が存在しアドバース・セレクション(逆選択)の状況であった。そこで業歴のある善良な業者が事態を憂慮し悪徳業者を排除するため、自ら要望活動を展開し宅建業法の立法促進運動を展開した。こうした業者側の行動はシグナリングとなる。また、宅建業法の立法化は一般人の取引関係者にとっては、悪徳業者が排除されたことにより、スクリーニングがなされたといえよう。また、資格試験は取引関係者から見れば、買主に代わって行政機関が行うスクリーニングである(柿本 1999)。試験に合格して認められる宅建士資格は、宅建業者自らの情報開示であるシグナリングとなる。

一方、プリンシパルとの契約後にエージェントが隠れて不正で非効率的な行動を行うという現象がモラル・ハザードである。経験と情報力に優位なエージェントである宅建業者が故意に非効率的行動をとれば、モラル・ハザードとなる。モラル・ハザードにおけるプリンシパル・エージェント問題への対応としては、インセンティブとモニタリング（観察）がある。

報酬によるインセンティブはわが国では上限が定められていることから困難である。モニタリング（観察）については、専属専任媒介契約と専任媒介契約における営業報告があげられる。ただし、住宅は品質が不確実な財であり、取引も一般人にとっては未経験で、なおかつ専門的、複雑なため、宅建業者との間には圧倒的に情報の非対称性が存在する。そうした状況下で一般人が専門家である宅建業者の活動を観察や評価することは困難である。

モラル・ハザード現象である欠陥住宅問題を発端に制定された住宅品質確保法により、同法制定以降の住宅については、性能表示制度が定められ一定の品質が確保されるとともに、住宅の基本構造部分の瑕疵に対しては10年間の保証が法定化された。しかし、この保証を履行するのは施工した建設業者か販売した宅建業者であり、いずれも倒産等により履行ができない場合には、被害者は救済されないという制度上の不備があった。先般の建築士による構造計算書偽造事件により、多くの住宅購入者が被害に遭ったものの、事業者の破綻により住宅品質確保法では実質的に救済されなかった。こうしたモラル・ハザードに対処すべく、一般の購入者が事業者のモニタリング（観察）を行うことは困難であることから、新たに、特定住宅瑕疵担保履行確保法が立法化され、事業者は保険加入か供託が義務付けられた。併せて、建築基準法も改正され、建築確認、検査制度が厳格化され、住宅政策におけるいっそうの購入者保護法制が具現化した。

さらに、エージェントである宅建業者は買主の期待に応えるべく業務を行うが、プリンシパルである買主の意向や期待に必ずしも応えることが出来ない場合は、エージェント・スラックとなる。プリンシパルが委託した仕事への期待と

実際にエージェントが行う仕事の実績との間の差、ギャップということである（坂井 2020）が、実際の取引では多く発生すると考えられる。

このエージェント・スラックを埋めるのが信頼となる。坂井（2019）の示す第二段階の信頼である同意信頼である。同意信頼は、専門家側からだけの意思決定ではなくて、一般人側からも積極的な同意が必要であり、情報の受け手の立場を重視する信頼形成がとられるものである。住宅取引においても、医師と患者の「インフォームド・コンセント」と同旨で宅建業者が同意信頼を得るための重要事項説明が制度化されている。重要事項説明を行うのは専門家で資格者である宅建士である。

ギデنزは「信頼」を「所与の一連の結果や出来事に関して人やシステムを頼りにすることができるという確信」と定義した。「信頼」にとって最も重要な要件は「十分な信頼の欠如」である。彼は信頼に依拠するものとして、貨幣と「専門家システムの確立」をあげている。つまり、近代は時空間の無限の広がりを超えて関係性を安定させるために抽象的システムへの信頼を造り出したととらえ、とりわけ専門家システムへの信頼の重要性を指摘したうえで、高度な知識体系を全体として抽象的に信頼する場合を含むとした（Giddens 1990）。

宅建業者は不動産取引の専門家である。専門職の定義について石村（1965）は「専門職とは、学識（科学または高度の知識）に裏付けされた、それ自身一定の基礎理論をもった特殊な技能と、特殊な教育または訓練によって習得し、それに基づいて不特定多数の市民の中から任意に提示され、個々の依頼者の具体的な要求に応じて、具体的奉仕活動を行い、よって社会全体の利益のために尽くす職業である」とする。前章での通り、Arrow(1963)は、専門家が信頼関係を確立するための品質保証としては職業の許可制、資格制度であるとし、その執るべき姿勢はベストプラクティス、厳しい職業倫理だとする。

石村の定義や Arrow の指摘は、まさに宅建業者、あるいは試験に合格し資格者として重要事項説明を行う宅建士に該当する。ギデنزがいうように「信頼」

は近代の諸制度と根本的に結びついたものであり、人に対してではなく、資格試験を経るなど抽象的な能力に対して付与されている専門家である宅建士は、信頼に値する存在と考えられる。宅建士は信頼に応えるためにも、宅建業の趣旨を踏まえて法定講習受講にとどまらず、ベストプラクティスのために知識能力の維持と資質の向上に努めることが必要である。また、取引関係者からの幅広い依頼に対応できるよう情報収集と関連事業者との連携も重要となる。

住宅取引は売主にとっては多額のキャッシュフローを得て、買主にとっては人生で最大の買い物である。売主、買主は宅建業者と媒介契約を締結することにより、専門家である宅建業者から専門的な諸手続きの代行や助言、提案、複雑な関係者との交渉、調整など、様々なサービスの提供を受け、的確、円滑な取引が可能となる。そのためにも宅建業者は厳しい職業倫理感のもと、宅建業法に定める信義誠実の原則に則り業務を遂行する必要がある。また、資格者である宅建士における信用失墜行為の禁止もまた同旨である。こうした宅建業者や宅建士の信義誠実による業務遂行が、売主・買主間との信頼関係構築には不可欠となる。

住宅が個別的、地域特性が強く、品質が不確実な財であることから、宅建業者が最も期待されるサービスが宅建業法の重要事項説明である。専門家である宅建業者や宅建士は、買主の信頼に応えるためにも、書面交付時期、説明時期、説明方法、説明内容について十分に配慮し、理解と満足感が得られるよう努めることが紛争防止と信頼関係構築に極めて重要となる。売主に対しては、紛争防止と的確、円滑な取引遂行のため、告知書や設計図書等の建物品質関係書類の提出を促すことが重要となる。さらに、建物状況調査については売主、買主に対して積極的に調査趣旨と必要性を説明し、実施に向けて斡旋することが重要である。

注1) 宅建業法制定前の業者数は約3万（東京7200、大阪2500等）と推計され（昭和27年5月7日衆議院建設委員会会議録）、同法が制定された昭和27年度末（昭和28年3月末）の登録業者数は15,783（個人業者90%）であった。

注 2) 不動産広告に関する世論調査.内閣府,1966 年

不動産広告に対する国民の印象を調査し、不当景品類及び不当表示防止法の運用の参考とするために実施された。主な調査結果は以下の通り。

- ①不動産広告に対する信用については、一般的な宅地分譲の広告について信用できるか尋ねたところ、「信用できない」が東京 63.2%、大阪 42.2%と最多で、「信用できる」はわずかに東京 6.0%、大阪 10.3%であった。②不動産広告の内容と実際の相違については、宅地の分譲広告に「駅から歩いて 10 分」と書いてある場合、その土地まで本当に 10 分で行けると思うか尋ねたところ、「行けないと思う」が東京で 87.2%、大阪で 68.3%と最多であり、当時の不動産広告はほとんど信用されていなかった。さらに、その場合、実際にかかると思うと時間を尋ねたところ、東京では「30 分以内」が 37.0%と最多で、大阪では「20 分以内」が 36.4%と最多で、広告の数倍の時間がかかると感じていたことがわかる。③不当景品類及び不当表示防止法という法律について知っているかどうか尋ねたところ、「知らない」が東京 71.3%、大阪 80.2%で大半は知られていなかった。

注 3) 1967(昭和 42)年頃は、宅建業者が誇大広告等により不当に取引に誘引し、不動産に関する知識に乏しい購入者等に対して、取引物件や取引条件等に関する重要な事項を明確かつ十分に説明しないまま取引を進め、購入者が明確な認識のない状態で契約を締結させられる等の紛争事例が絶えなかった(岡本・宇仁 2012a)。

注 4) 国土交通省ネガティブ情報検索システム<宅地建物取引業者>

<https://www.mlit.go.jp/nega-inf/cgi-bin/searchmenu.cgi?jigyoubunya=takuti>

(参照 2020.11.15)

注 5) 「宅建士」は、宅地建物取引士試験に合格し、都道府県知事の登録を受け(宅建業法第 18 条)、宅地建物取引士証の交付(宅建業法第 22 条の 2 第 1 項)を受けた者をいう(宅建業法第 2 条 4 号)。宅建士の職務としては、重要事項の説明(宅建業法第 35 条第 1 項)、重要事項説明書への記名押印(宅建業法第 35

条第 5 項)、契約締結交付書面への記名押印(宅建業法第 37 条第 3 項)である。宅建士は、従来は宅地建物取引主任者であったが、2015(平成 27)年より、宅地建物取引士(宅建士)へ名称変更の改正がなされた。

注 6) 昭和 42 年改正では、それまでの苦情や紛争事例を踏まえて、購入者等が契約を締結するかの判断に影響を与えると考えられる取引物件に係る権利、法令上の制限等の事項を抽出し、これを説明すべき重要事項として定型化したもので、これら法定の事項は購入者等からの質問や指図に関わらず、宅建業者が必ず説明すべき最低限度のものである。これら法定事項以外でも個々の取引によって意思決定に重要な事項に該当する場合は説明義務を負うと解釈される(岡本・宇仁 2012a)。

注 7) 消費者が品質を評価する方法として以下の 3 財に区分できる。

- ・探索財…事前に品質を知ることができる財やサービス
- ・経験財…購買後に経験的に品質が理解できる財やサービス
- ・信頼財…購買後でも品質の評価が困難な財やサービス

注 8) 金融商品取引法第 40 条には、「顧客の知識、経験、財産の状況及び金融商品取引契約を締結する目的に照らして不相当と認められる勧誘を行い投資家の保護に欠けることがないようにしなければならない」と規定されている。これを狭義の適合性の原則という。

参考文献

- ・昭和 27 年 5 月 7 日衆議院建設委員会会議録第 28 号、同年 5 月 29 日参議院建設委員会会議録第 46 号
- ・『都宅協 30 周年記念』社団法人東京都宅地建物取引業協会 1995 年
- ・岡本正治・宇仁美咲『改訂版 [逐条解説] 宅地建物取引業法』・大成出版社 2012 年
- ・内閣府「不動産広告に関する世論調査」1966 年

<https://survey.gov-online.go.jp/s40/S41-01-40-24.html> (参照 2020.11.15)

- ・不動産公正取引協議会連合会「不動産の表示に関する公正競争規約」 2016 年
 - ・岡本正治・宇仁美咲『全訂版（詳解）不動産仲介契約』大成出版社 2012 年
 - ・篠崎一成「宅地建物取引業法上の重要事項説明書の機能と限界－不動産購入者のリスク予防および軽減手段として－」危険と管理 2018 No.49 p.38-54
 - ・『時の法令』1967 No.614 p.33
 - ・国土交通省総合政策局長通達「不動産流通の円滑化について」 2003 年
 - ・国土交通省「不動産取引における消費者への情報提供のあり方に関する調査検討委員会報告」2006 年
 - ・国土交通省「流通市場研究会検討の中間とりまとめ」2008 年
 - ・国土交通省社会資本整備審議会産業分科会不動産部会「中間とりまとめ」2009 年
 - ・吉田護・多々納裕一「住宅品質の事後確認の困難性と性能照査型契約の役割」土木計画学研究・論文集 2007 Vol.24 No.2 p.273-280
 - ・松本光平「『品確法』の論点」都市住宅学 2004 No.44 p.33-37
 - ・山田良治『土地・持家コンプレックス』日本経済評論社 2001 年
 - ・白川慧一「既存住宅売買における建物状況調査のあっせんと仲介業者の対応－仲介業者を対象としたアンケート調査からの知見－」日本不動産学会学術講演会論文集第 35 号 論文番号 2019-3 p.1-8
 - ・国土交通省住宅局「既存住宅状況調査の実施状況に関するアンケート調査結果」2019 年
 - ・内閣府「大都市地域の住宅・宅地取引に関する世論調査」1979 年
- <https://survey.gov-online.go.jp/s54/S54-12-54-23.html> (参照 2020.11.15)
- ・『宅建士道』愛知宅建サポート株式会社 2019 年
 - ・荒井俊行「金融商品取引法から宅地建物取引業法の在り方を考える（第 3 回）金商法から宅建業法が学ぶべきもの」土地総合研究 2018 Vol.26 No.3

p.179-198

- ・菊澤研宗『組織の経済学入門』改訂版・有斐閣 2016年
- ・柿本尚志「<論説>不動産流通市場と仲介機能について」大阪府立大学経済研究 1999 Vol. 45 No.1 p.97-110
- ・坂井素思『改訂版 社会協力論 ―いかに近代的協力の限界を超えるか―』一般財団法人放送大学教育振興会 2020年
- ・坂井素思『経済社会を考える』第13章「ネットワーク社会と不確実性」p.235-251,第14章「信頼社会の可能性」p.252-269 一般財団法人放送大学教育振興会 2019年
- ・Giddens Anthony. “The Consequences of Modernity ,Stanford University Press 1990(アンソニー・ギデنز著, 松尾精文・小幡正敏翻訳「近代とはいかなる時代か? ―モダニティの帰結―」而立書房 1993年
- ・石村善助『現代のプロフェッション』至誠堂 p.25~26 1965年
- ・Kenneth. J. Arrow. ”Uncertainty and the welfare economics of medical care”
The American Economic Review 1963 Vol. 53 No.5 p.941-973
- ・住田昌二『現代日本ハウジング史』ミネルヴァ書房 2015年
- ・西山卯三の『すまい考今学』彰国社 1989年
- ・山本理奈『マイホーム神話の生成と臨界 住宅社会学の試み』岩波書店 2014年
- ・砂原庸介『新築がお好きですか?』ミネルヴァ書房 2018年
- ・経済企画庁および内閣府『国民生活白書』 1956年~2008年
- ・住宅金融公庫『住宅金融公庫50年史』 2000年
- ・社団法人全国宅地建物取引業協会連合会『不動産業沿革史 上巻』1999年
- ・社団法人全国宅地建物取引業協会連合会『不動産業沿革史 別巻』2000年
- ・公益社団法人全国宅地建物取引業協会連合会・公益社団法人全国宅地建物取引業保証協会『全宅連創立50周年記念・全宅保証創立45周年記念誌』2017年

第3章 買主のインタビュー調査に見た住宅取引における 宅建業者の機能と限界

1. 本章の目的

本章では、リサーチクエスチョン1、2、3および4に対応して、買主に対してインタビュー調査を行い分析、考察する。具体的には、住宅取引において、買主が必要とした情報と宅建業者からの情報提供に関する実態および宅建業者からの提供サービスの実態について考察する。また、宅建業者の買主への対応を分析する中で、買主と宅建業者間のプリンシパル・エージェント問題の発生や、宅建業者の信頼関係構築への取り組みについて考察する。インタビュー調査は宅建業者が仲介として関与し、また、売主・買主間で顕著な情報の非対称性が存在する中古戸建住宅取引（山崎 1997）における買主を対象に実施した。

2. 調査の概要

2. 1 研究方法

中古戸建住宅買主6名に対してインタビューを行い、逐語録の作成、語り分析の順に行った。分析手法は、住宅取引における買主の購買意思決定プロセスや宅建業者の実態など、問題提起から問題解決の探求を目指すボトムアップ的な質的分析手法である KJ 法で行った。KJ 法は質的データに見出しをつけてグループ化を行い、グループの関係性を構築していくものである（サトウ・春日 2019）。

2. 2 中古戸建住宅買主のインタビューデータの収集

インタビューの目的は、中古戸建住宅取引時における買主が必要とした情報と宅建業者からの情報提供に関する実態、買主が宅建業者へ期待した仲介サービスと実際の提供状況はどのようなものであったか、また宅建業者の買主への対応を通じて、買主と宅建業者間のプリンシパル・エージェント問題の発生、宅

建業者の信頼関係構築への取り組みについて、聞き取ることである。中古戸建住宅取引における買主と宅建業者間の情報の非対称性を踏まえて、インタビュー内容を決定した。インタビュー項目は、買主の現況、取引時の状況、取引目的、提供情報、取引後の振り返り、将来意向などであり、インタビューガイド（章末資料）を作成し、半構造化インタビューを行った。インタビュー対象のプロフィールは表 3-1 に示す通りである。

表 3-1 中古戸建住宅購入者のプロフィール一覧

	実施日	対象者の年代・性別	購入時職業・家族構成・（ ）内は現在の家族構成	物件所在地	購入前住居・購入時期・築年数
1	2014.10.24	40歳代・女性	団体職員・夫婦のみ（夫婦と保育園児2人）	東京都	賃貸住宅・2007年・築8年
2	2014.11.16	60歳代・女性	会社員・夫婦のみ（夫婦と親）	千葉県	賃貸住宅・1997年・築18年
3	2014.12.27	40歳代の夫婦	会社員・夫婦と子供2人（夫婦、大学生、高校生各1人）	東京都	新築分譲マンション・2010年・築6年
4	2015.1.17	40歳代の夫婦	会社員・夫婦のみ（夫婦と小学生、幼稚園児各1人）	東京都	賃貸住宅・2005年・築17年
5	2015. 1.23	60歳代・男性	団体職員・夫婦のみ（夫婦のみ）	東京都	実家・2013年・築25年
6	2015. 1.27	50歳代・男性	会社員・夫婦と子供1人（夫婦と社会人の子1人）	神奈川県	新築分譲マンション・1998年・築10年

インタビュー対象者に対する倫理的配慮として、研究の概要と研究倫理に関する説明のため、研究協力依頼書、研究倫理遵守に関する誓約書、研究承諾書を作成した。インタビューに先立って書類を渡し口頭説明のうえ、署名して研究者とインタビュー対象者が各1枚ずつ保管することとした。

インタビュー対象者は、首都圏在住の中古戸建住宅を購入した経験のある者で、購入時点で少なくとも夫婦世帯（2名以上）でなおかつ給与所得世帯である者を対象とし2014年10月から2015年1月にかけて6名に対して行った。インタビューはNo.3とNo.4は夫婦で同時に行い、その他は個別に行い、1時間程度を目安とした。対象者の了承を得たうえで、ICレコーダーに録音した。インタビュー終了後、音声データから6名分の逐語録を作成した。

3. 分析の概要

KJ法の分析は、4つのステップからなる（川喜田 1970）。

第1ステップはまず逐語録を読み込んだ後、テキストデータの内容を意味的なまとまりに対して、その内容を示す1行程度の「見出し」をつけ、カードに書き出す。川喜田はこれを「紙きれづくりのステップ」という。見出しは名詞形より動詞形の1文が望ましい。KJ法にとって見出しづくりはクリエイティブな仕事とされ、オリジナリティが求められる等、重要な作業である。

第2ステップは、見出しが一通りできると、内容的に類似したカードをグループにして、各グループに「表札」をつける。一通り表札ができると、次の段階として、各表札をグループ編成する。川喜田はこれを「グループ編成」とする。この際、どのグループにも属さない「一匹狼」があってもよいとされる。第1段階のグループ編成ができれば、表札と一匹狼同士のグループ編成を行い、「第一段階でできたグループと一匹狼」という新しいグループ編成を行っていく。

第3ステップは、グループ編成を何段階で実施した後に行う図解化である。川喜田はこれを「A型図解化」とする。図解化とはグループ編成されたカード群を大きな模造紙に空間配置し、グループの関係を矢印などで図示することである。

第4ステップは、図を文章にすることである。図解化は、関係の性質や強さを細かく示すことが難しいので、図を文章にすることが求められる。川喜田はこれを「B型文章化」とする。川喜田は、図解上、書き始めた箇所から隣接する箇所

へ書き進めていくことを原則としている。この過程により図解化の誤りに気付くこともある。

3. 1 本研究における KJ 法での分析

KJ 法の 4 ステップに沿って分析を行った。まず第 1 ステップとして、テキストデータから、50 近くの見出しを導出し、整理して 45 の見出しとした。第 2 ステップとして、内容が類似しているものをグループ分けして、表札をつけていき、最初 11 に整理した。それを再度、グループ編成して、4 つ（買主の購入動機、物件探索、購入基準と必要情報、宅建業者の対応力）に再編した。第 3 ステップとして、A 型図解化を行った（図 3 - 1 中古戸建住宅買主のインタビュー分析結果 KJ 法 A 型図解化）。その際、リサーチクエスションの検証のため、買主が必要とする情報、宅建業者の提供サービスとその実態、プリンシパル・エージェント問題の発生、宅建業者との信頼関係構築の 4 つについて、色分け区別して導出した。さらに第 4 ステップとして、B 型文章化を行った。

3. 2 KJ 法 B 型文章化

KJ 法の第 4 ステップとして、以下の通り文章化を行った。

買主には様々な購入動機があり、それに応じて買主が情報を必要とする。

買主は持家が欲しかった。家賃を支払い続けるのはもったいない。減税や低金利、地価下落を活用して住宅を購入する。将来の住み替えも考慮して購入を検討する。

戸建住宅に住みたい。戸建を購入して、ペットの飼育や子供部屋設置、広い庭に日当たりのある家に住みたかった。物件選択には奥様の強いこだわりもある。また、戸建なら土地が資産として残る。

住みたいところは、利便性重視か、閑静な周辺環境重視かによるが、閑静なところは店がなく不便だ。土地勘があるところで住み替えることも検討する。

そして、興味をもったら物件探しも真剣となる。物件探索は、折込チラシ、インターネットサイト、業者訪問で、家探しは 3 か月から長いと 1 年に及ぶ。中古住宅に対する偏見を持たないで家探しもする。

購入を決断するに際しては基準を設け、必要な情報の収集や宅建業者から情報提供を受ける。

住宅購入決断の最大要因は価格であり、新築戸建では手が届かず、中古戸建で妥協している。中古住宅は構造がわからないので見た目判断せざるを得ない。相場より安いと問題があると思い、心配になる。購入経験により物件の見方も変わってくる。リスク要因としては、将来的な住宅ローン支払いや雇用不安である。

意思決定に必要な情報としては重要事項説明であり、これは省略できない。しかし、実際の重要事項説明は契約日当日が多く、聞いてもわからないし形式的なので長く感じる。法定された重要事項情報以外にも欲しい情報がある。内覧時の情報提供には限度があるので、内容や方法に改善が必要だ。インスペクションをして良い場合もあるが、宅建業者提携などのインスペクション業者では中立性に疑問があり、その効果は不明だ。いずれにしても人任せにせず、自分で調べて、

感じる事が重要だ。

契約締結から決済、引渡しの取引が終了するまで、宅建業者の対応力は重要だ。

意思決定の実態は、勢いで購入を決断してしまい、いったん決めると後から判断を変えることはできない。宅建業者が意思決定を急かすので、意思決定の際には慎重さ、冷静さが必要となってくる。

購入者は売主に対しても様々な思いを抱く。売主には家を売る理由があるので、売主、買主両当事者は値引き交渉などでも不合理さを感じる。また売主は取引当事者としての意識がないのか、告知書が不正確なこともあり、残置物を残してトラブルになることもある。また設計図書がない場合があり、リフォームに困る。

売主・買主間に立つ宅建業者の良い対応として、重要事項説明書類を事前に交付し、契約日前に説明を行う業者である。また業者が的確に助言、調整、成約に向けた尽力をするなど真摯な対応をとる場合には信頼関係が構築されている。一方、嫌な対応としては、宅建業者が意思決定を急かしたり、買主に対して説明不足であり、対応に不満を抱くことがある。いずれにしても売主・買主間の直接的な自己取引はリスクが大きくやらない。

また、契約から引渡しまでの間にいろいろなトラブルが発生することがある。中古住宅なので住んでみないとわからないことも多い。また中古戸建住宅特有の留意すべき事項として境界の確定は必須であり、業者が立ち会う。

取引を振り返ると、戸建住宅は購入後の管理や近所付き合いが大変だ。購入時に先のことは考えずにただ眼前の課題解決を優先してしまった。本当に住み替えには労力がかかる。もっと気軽に洋服の試着のように出来たらよいと思う。人生を家に合わせるのが大事なのか、家を生活に合わせるのが大事か、価値観が問われる問題だ。

4. 考察

4. 1 買主が住宅取引において必要とする情報に係る論点の整理

買主が住宅を取引する際には、情報の非対称性が存在するとともに、住宅の耐久性も含めた品質情報、建物維持のための修繕履歴やリフォームに関する情報が必要となる。原野（2014）は、住宅取引における情報の非対称性について、中古住宅の品質が明らかでなく、買主は住宅を低い評価しかしない。売主は低価格でしか売れないことから売却そのものを諦めてしまうので、まさに「レモン仮説」が生じていて、日本の中古住宅流通が低迷している原因であるとする。島原（2009）は、中古住宅を購入しない理由を、①新築住宅が比較基準となり、既存住宅の美観に対する評価が著しく低い（新築志向の実態）、②見た目の印象の悪さや構造部の品質と性能に不安を感じる（性能、品質への不安）、③リフォームに関する知識・情報不足でコストに不安を感じる（価格不安への実態）。齊藤（2015）は、中古住宅取引には住宅の耐久性、修繕履歴、維持管理費というような情報がなく、住宅品質が不透明、不確実である。昨今では、住宅性能表示制度、瑕疵保険制度、建物状況調査（インスペクション）等、中古住宅取引の際の建物性能を判断する制度は整いつつあるもの、具体的にどのような情報をだれが出すのかが不明確なままで、未だ情報の非対称性を改善できる体制は構築されていないとする。

住宅の選択に当たっては、購入者のライフスタイルが影響する（葛・外尾 2004、村上 2007）。具体的には、「価格」「通勤・通学の利便性」「住宅の広さ・間取り」の3点が大きな要素となっている（趙・高田 2013）。また、全宅連では毎年居住志向や購買等に関する意識調査を実施している。直近5年間における住宅購入のポイントとして、「価格」「周辺・生活環境」「交通利便性」「日当たり」「間取り」が常に重視される傾向を示している（全宅連調査）^{注1）}。

また、住宅は地域特性が強く、価格は立地に左右されるので、居住地選択は重要であり、地域に関する情報提供も重要である。住宅の価格決定には、価値を上昇させる要因と低下させる要因がある。価格を上昇させる要因として考えられるものは、住生活基本法が掲げる豊かな住生活の実現、向上を示す項目であろう。

一例として住生活総合調査における居住環境で不満率の低い項目があげられる。平成 30 年調査結果によれば、治安、近隣の人やコミュニティとの関り、水害、津波の受けにくさ、通勤、通学、日常の買物などの利便性、公園や緑、水辺などの自然環境である。つまり、居住環境で価値を上昇させる要因としては、身近な生活環境やその利便性、良好な治安、近隣関係、自然環境と災害の少なさである。一方、住宅の価値を低下させるネガティブ要因もある。第 8 次住宅建設五箇年計画での住宅市街地の住環境水準の安全性などがあげられる。具体的には、地震、大規模災害に対する安全性、自然災害に対する安全性（津波、高潮、出水、がけの倒壊）、日常生活の安全（高齢者、身体障害者等歩行者の安全性）、犯罪の発生、公害（騒音、振動、大気汚染、悪臭）である（伊藤 2006）。

昨今、地震や風水害が相次ぐ中、ハザードマップ等のリスク情報の提供は、住宅購入者にとっては極めて有益である。情報開示すべき項目ではあるが、従来は宅建業法上の重要事項の説明項目ではなかった。他方、これらのネガティブ情報は、当該地域の居住者にとっては価格低下の要因となる。しかしながら、大規模水害が頻発することから、2020 年より水防法に基づく水害ハザードマップが説明項目として追加された。

中古住宅購入者は経済的理由による選択をしている場合が多く、自ら情報収集するよりは、供給者側から提示された情報を利用する傾向がある（趙・高田 2014, 2013）。また、買主が適切な意思決定を行うには、購入者自身が各種リスク情報をよりの確に把握、管理するリスクマネジメントを講じることが重要である。奈良（1996）は、家庭経営のリスクマネジメントについて、家庭におけるリスクの複雑化、増大化が指摘される中で、家庭経営をするうえで、経営体に損害を与えて安定と成長を脅かす要因を「リスク」として捉え、これを計画的・主体的に管理する手法としてリスクマネジメントは不可欠であると指摘した。

清水（2008）は、住宅取引においては売主・買主双方が十分な情報を持ち得ていない。わが国の不動産流通制度では宅建業者は売主を先行して媒介契約を締

結する。買主は情報誌、チラシ、インターネット情報などで提供される情報だけでは、物件の維持・管理や構造強度等の情報を得る機会がなく、住環境を含めると不十分であるとする。

4. 2 インタビュー調査結果から見た住宅取引に必要な情報

上述の清水(2008)の通り、わが国の不動産流通では宅建業者が売主と先行して媒介契約を締結し住宅市場に情報公開することが一般的である。インタビュー結果から、買主の物件検索はインターネットを中心として折込チラシなどでも物件情報を収集することから、市場に公開される不動産広告情報は重要な役割を果たす。

買主には様々な購入目的があり、その目的に応じて必要な情報がある。持家取得を目的としていれば、支払家賃と支払予定の住宅ローンとの比較を通じて購入可能な物件情報が必要となる。今後の地価変動を予想していれば、地価公示や路線価などの土地価格指標が必要となる。税制特例措置や低金利などを活用する場合には、関連情報が必要となる。戸建住宅の購入を目的としていれば、ペット飼育や子供部屋などのスペース、庭、日当たりなどの生活環境が重視され、それら購入目的の実現が可能となるかについての物件情報が必要となる。また、通勤・通学の利便性や周辺環境などはライフスタイルの実現にも大きく影響を及ぼすことから、教育情報や商業施設等の居住環境に関する情報は必須である。さらに、将来的な住み替えを検討している場合には、立地が価格を左右することから、地域の地価動向や賑わい、空き家率等も重要な情報となる。

買主が物件を評価するにあたり、特に中古戸建住宅では、品質が不明確であるので、建物関係の情報が必要である。従来では見た目判断せざるを得ない状況であったが、建物品質情報の透明化を図るため、2018年より宅建業法に基づく建物状況調査が実施されている。また、購入後の維持修繕のため、設計図書等の建物関係書類を必要としているが、所有者である売主が必ずしも保管している

わけではない。さらに、居住後の建物管理方法や近隣住民との関係性も必要な情報であるとしている。宅建業法上の重要事項説明については、省略すべき情報はないものの、法定の情報以外にも必要な情報がある。また、購入決定の最大要因は価格である。買主は将来的な住宅ローン支払いや雇用不安を抱えている。それらを可視化するためにも、住宅ローンの支払いプランを含む資金計画やライフプランの提示が求められる。

4.3 住宅取引における情報提供状況とその限界（リサーチクエスチョン1に対応）

買主が物件探索する際に活用する不動産広告情報は、不動産公正取引協議会連合会が定めた不動産の表示に関する公正競争規約に基づいて住宅市場に公開された情報である。具体的内容は物件情報として所在地、交通利便性、面積、建築年月日であり、取引情報は価格や取引に関与する宅建業者情報（商号、免許番号、所属団体など）である。しかしそれらだけでは買主の意思決定には不十分であることから、それを補完するのが宅建業者からの重要事項説明である。

宅建業法上での重要事項説明は、情報の非対称性解消の法定ツールであり提供される情報は、取引条件と当該住宅の権利関係や法令上の権利制限などを主な内容としている。その中でも災害危険情報であるハザードマップは、従来は重要事項の法定情報ではなかったが、頻発する大規模水害のため2020年より水防法に基づく水害ハザードマップは説明事項となった。しかし、すべての災害危険情報が説明事項とされたわけではなく、土砂災害ハザードマップや活断層の有無、地歴情報は法定の説明事項とはされていない。また、インタビュー結果では、買主は購入後の住宅ローン支払いや居住後の近隣関係への不安をあげている。しかし、重要事項で説明される法定事項の中には、買主のライフスタイル実現に影響を及ぼす、地域情報や資金計画などのライフプランは含まれていない。現状では、買主が住宅取引時に提供される情報については限界がある。

買主と宅建業者は後日トラブルを避けるためにも、買主は購入動機や目的を明示し、宅建業者は買主の購入動機や目的を把握しておくことが必要となる。宅建業者は、建物の所在、規模、形質、現在もしくは将来の利用の制限、環境、交通利便性、その他取引条件等、買主の判断に重要な影響を及ぼすことについて、事実不告知または不実告知の場合には、宅建業法違反となり、罰則が科せられる（宅建業法第 47 条第 1 号）。買主の判断に重要な影響を及ぼすとは、買主が事実を告げられ、または事実と反することを告げられなかったら、意思決定をしていないあるいは別の意思決定をしていたことである（岡本・宇仁 2012）。住宅取引は個別性が強いため、取引条件等は個々の取引事情に応じて、当事者の意思、契約の性質、取引動機により判断され契約締結に至るからである。

インタビュー結果からも重要事項説明は買主にとって契約締結上の判断資料となっている。重要事項説明はその多岐に渡る情報を書面化して買主に交付することとされている。しかし、宅建業者から買主に提供される重要事項説明書は契約の一定期日前に事前交付されるわけではなく、契約直前に交付されている。また、その説明内容は専門的、複雑であり、説明自体が契約締結直前の当日に行われることから、実態的には買主はすべての説明内容を理解できていない。

また、インタビュー結果からも住宅は購入後にはじめて住み心地がわかるなど、その品質は不確実性が高い。このような財は経験財とされる。品質情報開示促進のため、建物状況調査が 2018 年に宅建業法に位置付けられたものの、調査の実施まで義務付けされていない。実際の調査実施率は 4 % と極めて低く、依然として情報の非対称解消はなされていない。インタビュー結果からは、建物状況調査を踏まえて住宅への安心感を抱き購入判断に至った事例があった。一方、調査が実施されたにも関わらず、買主がその調査結果の内容を的確に理解、判断できず重要視しなかったため、購入後にトラブルとなった事例もあるなど、情報提供の限界が明らかとなった。

さらに、中古住宅取引においては売主が居住中の物件もある。そうした中で売

主と宅建業者からの情報提供の一環として、物件の内覧が実施される。しかし、居住中住宅の内覧では時間も限られ、住居内の検分も十分に確認できないところもあり、情報提供としては限界がある。

また、買主の購入判断と居住後の維持修繕のためには、住宅に関する設計図書などの関係書類が重要である。しかし実態的には売主は建物所有者との自覚に乏しいせいか、それら書類の保存状況はよくない。さらに、契約時に買主に情報提供の一環として交付される告知書についても、売主は契約当事者であるとの自覚に乏しいせいか、その正確性が担保されていない。実態的に建物状況調査の実施がされていない中では、売主からの情報提供についても限界がある。

以上の通りリサーチクエスチョン1に対応して、住宅取引に際しては宅建業者や売主から一定の情報提供があるものの、買主からのインタビュー結果によると情報提供の限界があることが明らかとなった。

4. 4 宅建業者の仲介サービスの実態（リサーチクエスチョン2に対応）

宅建業者の仲介サービスの実態についてインタビュー結果から考察する。

買主はインターネットや折込チラシ等を通じて情報を収集し、興味を持った物件には実際に情報提供元である宅建業者を訪問する。このように宅建業者は物件情報を収集し、その情報をインターネットや折込チラシ配布等を通じて、購入希望者のいる住宅市場に物件情報を公開する物件情報提供機能を担っている。

また、宅建業者は成約に向けて売主、買主間の交渉や調整、提案や助言を行う。具体的には、売主に対して、円滑な取引のため値引き交渉を行うことや、的確な取引遂行のため取引建物関係書類と告知書提出の依頼をする。買主に対しては、住宅探索時では幅広い視点からの物件選択を提案し、意思決定時では的確な助言により、成約に向けて尽力する。その一環として建物状況調査の斡旋も行う。また、売主の残置物処理や引渡時期遅延によるトラブル解決なども行う。このように宅建業者は売主・買主等の取引関係者との調整管理機能を担っている。

さらに、宅建業者は取引の専門家として売主、買主に代わって物件調査を行い、それを踏まえて価格査定や重要事項説明を行う。契約後についても引渡しまでの履行補助業務を行う。中古住宅は隣地との境界確認が重要であることから関係者との調整や立会いを行う。このように宅建業者は、専門的、複雑で高度な諸手続きを買主に代行して行う代行機能を担っている。

買主は売主とのトラブル回避のためにも直接の自己取引はリスクが大きく、宅建業者を必要とする。また、住宅取引は専門的、複雑な内容であり、様々なトラブルにも見舞われることなどから住み替えは労力がかかると指摘している。以上の通りリサーチクエスチョン2に対応して、インタビュー結果から宅建業者が担う仲介サービスは、物件情報提供機能、調整管理機能、代行機能を担っていることが明らかになった。買主にとって的確、円滑な住宅取引遂行のためには仲介者として関与する宅建業者は、専門家として幅広い業務を担い、代行人、交渉人としても、また紛争回避の役割を果たす不可欠の存在であるということが明らかとなった。

4. 5 宅建業者の買主への対応（リサーチクエスチョン3および4に対応）

買主は宅建業者と媒介契約を締結することによりエージェンシー関係が成立し、様々な仲介サービスが提供される。宅建業者は重要事項説明の他、取引の専門家としての助言や提案、売主との調整、交渉、トラブル処理など、調整管理機能を発揮する。また、契約締結後も、隣地との境界確定や決済、引渡しまで履行補助をするなど、専門的、複雑で高度な諸手続きを買主に代行して行う。しかしながら、買主と専門家である宅建業者の間には情報の非対称性が存在する。また、プリンシパルである買主が委託した仕事への期待と実際のエージェントである宅建業者が行う仕事の実績とのギャップすなわちエージェント・スラックもある。こうした情報の非対称性やエージェント・スラックにより、プリンシパル・エージェント問題が発生する。

リクルート調査（2010）^{注2）}によると、物件購入検討者が期待したサービスの順位（期待順位）と物件購入者が満足したサービスの順位（満足順位）との比較におけるマイナス幅が大きいもの、つまり期待に応えられていない、満足度の低いサービスとして、次のようなものが指摘された。「物件の良いことばかりではなく欠点を伝える」（客観的な情報提供）、「契約を急がせたり、しつこく対応しない」（顧客の意向・判断の尊重）、「情報を包み隠さず全部公開する」（情報の無差別な開示）、「物件や建物構造等の知識が豊富」（信頼できる多面的な専門的、技術的知識）が指摘された。つまり購入者の立場では、宅建業者が物件、特に建物構造等について把握しておらず、物件の弱点、欠陥も容易に明示してもらえないので不安となる。また、契約を急かされるという成約優先の態度に対して不満が示された（荒井 2016）。

インタビュー結果では、宅建業者は取引成約のため意思決定を迫る。その意思決定に必要となる重要事項説明については、宅建業法上の契約前までに行うという規定を援用して、多くは契約日当日に書面を交付して説明がなされている実態がある。買主は契約の一定期日前に重要事項説明書の事前交付と説明を受けるなどして、十分な情報提供のもと慎重に冷静に判断したということではなく、むしろ勢いで意思決定している場合が多い。

また、宅建業者の買主に対する説明についても、買主が的確に判断できるように説明をしなければならない。インタビュー結果では、宅建業者は建物状況調査の際に、買主の希望日時で実施せず、宅建業者立会いで実施した。調査結果では建物自体の傾きが判明した。宅建業者はその結果の効果について買主が的確に判断できるような十分な説明を行わず、成約に向けて意思決定を急かした。結局、買主は購入後に大規模修繕を実施することとなり、相当な時間と金銭的負担を強いられた。建物状況調査は住宅品質の不確実性を低減するものの、情報の受け手である買主は必ずしもその結果に基づいて、的確に判断できるわけではない。宅建業者は取引の専門家としての的確な助言が求められる

以上の通りリサーチクエスチョン3に対応して、宅建業者は買主に対して、プリンシパル・エージェント問題を惹起していることが明らかになった。

一方、インタビュー結果では、取引成約に向けて売主、買主間の調整や交渉に尽力し、取引の専門家として物件選択から購入判断に至るまで、適時的確な助言を行う宅建業者もいる。重要事項説明は契約前に事前に書面を交付して説明も行い、買主の調査と検討の時間を設けている。また、隣地との境界確認は必須であることから、関係者との調整や立会いも行う。さらに、契約後も残置物処理や付帯設備の故障、引渡し遅延など様々なトラブルが起きるが、それらの解決に向けて、宅建業者は真摯に対応する。こうした宅建業者に対して、専門的な知識や経験のない買主は感謝しており、的確、円滑な取引を遂行する上で、宅建業者は不可欠な存在であると確信するとともに、信頼関係が構築されている。

以上の通りリサーチクエスチョン4に対応して、専門家として真摯な対応をとる宅建業者に対しては、買主は取引成約に向けた一時的な協調であるコアリッション関係から一步進めて信頼関係が構築されていることが明らかになった。

4. 6 小括

リサーチクエスチョン1、2、3および4への対応は上述の通りである。以下はその他の点について述べる。

プリンシパル・エージェント問題が生じるような対応をとる宅建業者に対して買主は不満を抱くこともあるが、仲介業務は信頼財サービスでありサービスの品質を評価することが困難である。トラブル発生や疑問点がある場合には、買主は各地の行政や消費者相談センター、宅地建物取引業協会の相談窓口等へ苦情申し立てや相談をすることも可能である。だが、取引経験や知識の欠如により、それらを知る術がないこともあり得る。こうした負の取引経験をした者は、今後の住宅取引について慎重にならざるを得ない。そのためにも取引の専門家である宅建業者や資格者である宅建士の職責は重大である。特に宅建業者や宅建士

からの情報提供や説明、助言や提案は、高い職業倫理に基づくベストプラクティスでなければならず、自社経営を優先した物件紹介や情報提供ではない。

また、インタビュー結果によれば、買主にとって中古住宅に対する偏見を持たない家選びが重要である。物件選択や評価は家庭内では女性が主導している。宅建業者はこうした買主の期待に応えるためにも、選択肢となりうる物件情報を幅広く住宅市場に公開することが必要となる。宅建業者の機能として営業地域内にある各物件が広く市場で売買されるよう、売主に代わって物件調査や価格査定を行い、広告宣伝を通じて市場に物件情報を提供するなどの商品組成機能もあるといえよう。

注 1) 公益社団法人全国宅地建物取引業協会連合会、公益社団法人全国宅地建物取引業保証協会では、毎年 9 月に不動産の日アンケートとしてインターネットを活用したアンケート調査を実施している。直近 5 年間の住宅を購入する際のポイントとしてあげられた上位の回答は以下の通りである。(3 つまで選択可)

【2020 年】回答者数 24,863 名 価格：55.3% 周辺・生活環境がよい：43.3%
交通利便性がよい：37.1% 間取り数：27% 日当たり：26.2%

【2019 年】回答者数 22,183 名 価格：61.1% 周辺・生活環境がよい：50.1%
交通利便性がよい：39.5% 日当たり：26.3% 間取り数：22.6%

【2018 年】回答者数 18,601 名 価格：60.0% 周辺・生活環境がよい：48.1%
交通利便性がよい：38.8% 日当たり：26.9% 間取り数：21.8%

【2017 年】回答者数 14,331 名 周辺・生活環境がよい：64.5% 交通利便性がよい：58.0%
価格：40.2% 日当たり：35.1% 間取り数：27.1%

【2016 年】回答者数 14,011 名 周辺・生活環境がよい：65.0% 交通利便性がよい：57.2%
価格：40.8% 日当たり：36.7% 間取り数：27.3%

注 2) (株) リクルートが実施したクロス・マーケティング社の調査モニター 1,800 名を対象としたインターネット調査 (2010 年 7 月実施)

参考文献

- ・山崎福寿「中古住宅市場の機能と建築コスト」住宅土地経済 1997 No.26
p.11-19
- ・サトウタツヤ・春日秀朗編『質的研究法マッピング』・新曜社 2019 年
- ・川喜田二郎『続・発想法 KJ 法の展開と応用』中公新書 1970 年
- ・川喜田二郎『発想法 創造性開発のために 改版』中公新書 2017 年
- ・原野啓「中古住宅市場における情報の非対称性と住宅リフォームの関係」
都市住宅学 2014 No.85 p.15-19
- ・島原万丈「既存住宅流通の本当の阻害要因と活性化策」都市住宅学 2009
No.64 p.29-34
- ・齊藤広子「中古住宅取引における情報と専門家の役割に関する研究」明海大学
博士論文 2015 不乙第 1 号
- ・葛堅・外尾一則「居住志向性を考慮した居住ライフスタイルに関する研究」
土木計画学研究講演集 2004 No.29 p.136-143
- ・村上あかね「子育て期の家族・家計・住宅」都市住宅学 2007 No.56 p.7-11
- ・趙賢株・高田光雄「住宅購入者の住宅需要特性と既存住宅流通の阻害要因に関
する研究—大阪府の住宅購入者を対象とした調査結果を通じて」日本建築
学会計画系論文集 2013 Vol.78 No.690 p.1817-1825
- ・公益社団法人全国宅地建物取引業協会連合会・公益社団法人全国宅地建物保証
協会「不動産の日アンケート 住宅の居住志向及び購買等に関する意識調査」
(2016 年・2017 年・2018 年・2019 年・2020 年)
- ・国土交通省住宅局「平成 30 年住生活総合調査（速報集計）結果」2020 年
- ・伊藤史子「不動産情報におけるネガティブ要因の扱い」日本不動産学会誌 2006
Vol.19 No.4 p.40-45
- ・趙賢株,高田光雄「既存住宅購入者の住情報入手行動と入手住情報及び利用
情報源に対する評価—大阪府の既存住宅購入者を対象にした調査」日本建築

- 学会計画系論文集 2014 Vol.79 No.700 p.1391-1399
- ・奈良由美子「家庭リスクマネジメントの理論と体系」奈良女子大学博士論文
1996 甲第 63 号
 - ・清水千弘「不動産市場の情報不完全性と価格形成要因に関する研究」東京大学
博士論文 2008 乙第 16923 号
 - ・岡本正治、宇仁美咲『改訂版[逐条解説]宅地建物取引業法』大成出版社
2012 年
 - ・(株)リクルート 住宅総研「消費者行動の変化の理解と今後の不動産仲介業に
求められる役割の考察 不動産仲介会社への期待と満足度調査」2010 年
 - ・荒井俊行「不動産売買仲介手数料を巡る現状と諸課題」土地総合研究 2016
Vol.24 No.1 p.130-147
 - ・篠崎一成「中古戸建住宅購入者のインタビュー調査から見るリスクマネジメン
トの考察」生活経済学研究 2017 No.46 p.25-38
 - ・北雄介「居住地選択とその評価指標に関する様相論的分析」日本建築学会計画
系論文集 2017 Vol.82 No.732 p.485-495
 - ・藤澤美恵子「ヘドニック法に潜む情報の非対称性と消費者の評価の問題」都市
住宅学 2016 No.92 p.31-34
 - ・新堂精士・長島直樹「消費者行動のモデル化に関する一考察 ー情報処理の観
点から」Economic Review 2002.10 p.80-98
 - ・青木幸弘・新倉貴士・佐々木荘太郎・松下光司『消費者行動論 マーケティング
とブランド構築への応用』有斐閣アルマ 2012 年
 - ・齊藤広子・中城康彦『生活者のための不動産学入門』一般財団法人放送大学教
育振興会 2013 年
 - ・山下和之『脱・持ち家神話のすすめ』平凡社新書 2003 年

インタビューガイド（中古住宅買主編）

研究趣旨や研究倫理を説明の上、承諾書を渡して目を通してもらいながら説明する。

承諾書への記入をしていただく。

～ 以下質問項目チェックリスト ～

1. 現在の状況について

現在の家族構成を教えてください。（できれば年齢も含めて）

お住まい（中古戸建て）の所在はどこですか？（最寄り駅・駅までの時間、近隣環境）

お住まいに住まわれてどれくらいですか？

住まわれての感想はどうでしたか？（良い印象、悪い印象それぞれ聞く）

購入直後のリフォーム実施の有無

建物の価値（値付け）はどう感じていましたか

（入居後の維持管理・手入れ状況はどうか？）

2. 取引時の状況について

お住まい（中古戸建て）を購入したきっかけは何でしたか？

仲介した業者はどのような方で、選んだ理由は何ですか？

取引の感想（満足、不満足、印象など）

（実際に、重要事項説明書の見本を示して）お住まいの取引の際に、このような書類を示されて、契約の前に説明を聞いたかと思えます。

この説明はいつ頃聞きましたか？（契約直前・当日 or 数日どれくらい前）

その説明時間はどれくらいでしたか？（短い、長い、ちょうどいい）

説明を聞いて、内容がわかりましたか（納得して契約できたか）？

取引を振り返ってみて、どのような情報があればよかったですか？

3. 将来について

実際に、お住まい（中古戸建て）を購入する際に、どれくらい住むつもりでしたか？（建て替え予定、終の棲家、未定 など）

先の質問に関連して、購入する際に、どれくらい先のことを考えましたか？

お住まいを購入する際に、何らかのリスクを考えましたか？（具体的に伺う）

伺ったリスクをコントロールできていますか？（できている、難しい：具体的内容）

第4章 宅建業者の住宅取引に係るインタビュー調査から見た 機能と限界

1. 本章の目的

本章では、リサーチクエスチョン1, 2, 3および4に対応して、宅建業者に対してインタビュー調査を行い分析する。具体的には、住宅取引において買主、売主が必要とする情報と宅建業者の情報提供状況および宅建業者の仲介サービスの実態について考察する。また、売主・買主と宅建業者は媒介契約を締結することによりコアリッション、エージェンシー関係が形成されるが、両者の関係性を分析する中で、プリンシパル・エージェント問題の発生や信頼関係構築について考察する。インタビュー調査は、中古戸建住宅の仲介経験のある宅建業者を対象に実施した。企業規模の相違により提供サービス内容や取引姿勢が異なることが想定されたことから、大手不動産流通会社勤務者と地域で営業する中小宅建業の経営者双方にインタビューを行った。

2. 調査の概要

2. 1 研究方法

中古戸建住宅の仲介取引経験のある宅建業者8名に対してインタビューを行い、逐語録の作成、語り分析の順に行った。分析手法は、住宅取引における宅建業者の提供サービスの実態、プリンシパル・エージェント問題の発生、信頼関係構築への取り組みなど、買主の分析方法と同様に問題提起から問題解決の探求を目指すボトムアップ的な質的分析手法であるKJ法で行った。

2. 2 宅建業者のインタビューデータの収集

インタビューの目的は、住宅取引における宅建業者の情報提供状況、宅建業者が媒介契約を締結することにより提供するサービスの内容、プリンシパル・エージェント問題の発生、信頼関係構築への取り組みについて、聞き取ることである。

インタビュー項目は、現在の主な業務、中古住宅取引の感想、トラブル事例、重要事項説明、建物状況調査の推奨、中古住宅取引の問題点などであり、インタビューガイド（章末資料）を作成し、半構造化インタビューを行った。インタビュー対象のプロフィールは表4-1に示す通りである。

表4-1 中古戸建住宅仲介経験のある宅建業者のプロフィール一覧

	実施日	対象者の年代・業歴・所属団体	営業地域	主な業態
1	2014.11.14	30歳代・男性・6年・FRK	四国全域	法人仲介
2	2014.11.21	50歳代・男性・32年・宅建協会	神奈川県	売買、売買仲介、コンサルティング
3	2014.12.9	60歳代・男性・24年・宅建協会（建築業は40年）	山梨県	建築会社が主業、不動産業は副業
4	2014.12.20	70歳代・男性・44年・宅建協会	東京都	賃貸仲介、管理、売買仲介
5	2014.12.22	40歳代・男性・26年・FRK	千葉県	売買仲介、リノベーション、コンサルティング
6	2015.1.14	70歳代・男性・43年・宅建協会	愛知県	リノベーション、売買（戸建分譲）
7	2015.1.27	50歳代・男性・35年・FRK	首都圏	新築住宅販売、中古住宅仲介、事業用不動産仲介
8	2015.2.12	60歳代・男性・27年・FRK	全国	個人、法人仲介、住宅販売

*所属団体のFRKとは（一社）不動産流通経営協会のことで、大手不動産流通会社系の企業が多く所属している団体である。宅建協会は地域密着の中小不動産会社が多く所属する団体で、全国組織の全宅連は約10万社で構成し、全宅建業者の7割超を占める団体である。

インタビュー対象者に対する倫理的配慮として、研究の概要と研究倫理に関する説明のため、研究協力依頼書、研究倫理遵守に関する誓約書、研究承諾書(章末資料)を作成した。インタビューに先立って書類を渡し口頭説明のうえ、署名して研究者とインタビュー対象者が各1枚ずつ保管することとした。

インタビュー対象者は、中古戸建住宅仲介経験のある宅建業者8名で、2014年11月から2015年2月にかけて行った。8名は中古戸建住宅仲介経験のある宅建業者であり、4名は大手不動産流通会社に勤務する者であり、4名は地域密着での営業を行う中小不動産会社が加盟する宅地建物取引業協会所属の宅建業の経営者である。インタビューはいずれも個別的に1時間程度を目安とした。対象者の了承を得たうえで、ICレコーダーに録音した。インタビュー終了後、音声データから8名分の逐語録を作成した。

3. 分析の概要

KJ法の分析は、前章の通り4つのステップからなる(川喜田1970)。

3.1 本研究におけるKJ法での分析

KJ法の4ステップに沿って分析を行った。

第1ステップとして、テキストデータから80以上の見出しを導出し、整理して73の見出しとした。第2ステップとして、内容が類似しているものをグループ分けして表札をつけていき、最初11に整理した。それを再度、グループ編成して、7つ(買主の関心、売主の関心、宅建業者の関心、宅建業者との関係性、住宅取引に必要な情報、宅建業者の対応力、中古住宅市場活性化策)に再編した。第3ステップとして、A型図解化を行った(図4-1 宅建業者のインタビュー分析結果 KJ法A型図解化)。その際、リサーチクエスションに対応して、宅建業者の提供サービスと実態、プリンシパル・エージェント問題の発生、宅建業者の信頼関係構築の取り組みの3つについて、色分け区別して導出した。さらに第4ステップとして、B型文章化を行った。

3. 2 KJ 法 B 型文章化

KJ 法の第 4 ステップとして、以下の通り文章化を行った。

買主の関心としては、物件探しの選択基準について、予算制約、住宅の持続可能性、建替え前提での購入であり、中古住宅も選択肢に入ってきたが、家選びは女性主導や家族の合意が重要である。

売主の関心としては、宅建業者の価格査定である。価格は立地で決まり、中古住宅は築 20 年で建物評価がゼロとなるが、耐震適合証明があれば評価が上がる。価格査定には成約事例や価格査定マニュアルを活用する。

そのため宅建業者との関係性は重要である。

取引希望の一般人に探索してもらうため、宅建業者としては、大手企業は信用力、知名度、資金力を活用するが、中小業者は地域密着で、自社の営業地域内のニーズをよく見極め、アイデアで勝負する。

一般人が多くの中から良い宅建業者を探すには、ネットで情報収集することや、口コミや紹介を参考にすべきだが、自分で業者を調べて探すしかない。

また、実際に取引に関与する営業マンの関係性については、相性は大事であり、気に入らなければ替えるべきである。その際にきちんと説明できるかどうか、売り出し時の価格査定が適正か、最後まで担当するかどうかである。

宅建業者の関心は、媒介契約についてである。宅建業者は売主・買主から仲介を依頼されると媒介契約を締結するが、一般媒介契約だと他者と競合するので、仲介手数料受領を確実にするため、専任媒介契約を締結し、さらに両手仲介取引を目指す。

住宅取引に必要な情報は重要事項説明と建物品質情報である。

契約締結のための情報提供として重要事項説明がある。資料は事前に交付し、契約数日前に実施する場合もあるが、契約当日に実施することも多い。説明時には売主も同席し、買主がわかるように説明するため、1 時間以上かかる。

しかしながら、法定の情報だけでは足りず、地域情報、教育情報、医療情報、

ハザードマップのほか、嫌悪施設や近隣関係の説明は必要となる。中古戸建住宅は特に境界の確認、確定が必要となるほか、宅地造成、擁壁、地区計画や建築協定の有無も必要となる。さらに紛争予防のためにも、売主は自ら不利益になることは言わないので告知書の提出を促すほか、デメリットやネガティブ情報の伝達、中古住宅特有の経年劣化について説明など情報開示に努める。

住宅は住んでみてわかるものであり、品質は購入時にはわからない。中古住宅の設計図書は保存されておらず、建物状態を見極めるためにはインスペクション（建物状況調査）実施が有効である。インスペクションは宅建士では実施できず、建築士が行うべきものである。売主は物件評価を上げるために行い、買主は不具合のチェックや値引き交渉のために行う。中古住宅のチェックポイントは、サッシの傾き、水回り、雨漏りが重要である。またリフォーム対応には見積取得や業者を紹介する。

宅建業者の対応力は買主の意思決定に影響を与える。

各種の情報提供を行い、購入者は意思決定を行うことになるが、そもそも取引リテラシーの欠如もあり、購入者は重要事項説明を行っても質問もしないし、理解もできていない懸念がある。リスクを取らず安心だけ得たいので、説明内容を理解することより宅建業者を信頼して取引を一任する。

取引を任せられた宅建業者の取引姿勢は、住宅取引は高額で大事な財産という職業意識のもと、業者本位ではなく顧客本位の対応をとり、顧客からの感謝やつながりが業務上の喜び、励みとなる。そうして再度依頼される、別の顧客の紹介を得る営業に通じていくことが重要とする。しかし、仲介は難しいので早くと手離れしたいと考える業者の存在もある。

中古住宅市場活性化策としては、中古住宅重視の文化になるには時間がかかるものの、もととなる住宅の品質性能向上が重要である。ただし、住宅品質法以降の住宅なら一定の品質がある。さらに、税制優遇措置の拡充と銀行の中古住宅に関する評価や融資制度の改善が必要である。また、取引に必要な情報がワンス

トップで収集可能となる態勢や住宅のアフターサービスの付帯も必要となる。建築業界の規制は緩いので家の建築は大変で品質が不確実である。宅建業法は厳しい規制がかかっているため、宅建業者売主の建売住宅の方が安心だ。いずれにしても買主の不動産リテラシー向上には宅建業界も助力が必要となる。

4. 考察

4. 1 住宅取引で必要とする情報と限界

売主・買主にとって的確、円滑に取引遂行がなされ成約に至るかどうかは、仲介者として取引に関与する宅建業者が影響を及ぼすことから、業者選択は極めて重要である。各々の立場では、売主は売却する住宅について高値の価格査定を望み、買主は良質で適正な価格で自らの購入目的が実現できる住宅を望む。売主、買主は価格面では利益相反の立場であり、住宅取引において必要とする情報は異なる。宅建業者は売主・買主双方の仲介者として、それぞれに情報提供や助言を行う。それでは、売主、買主は住宅取引においてどのような情報を必要としているのか、それに対して宅建業者の情報提供の実態とその限界について述べる。

4. 1. 1 売主の必要とする情報

一般的な住宅取引では、住宅市場に情報提供された価格を超えて成約することは稀で、売り出し価格が売却の上限となる。それ故、売主にとっては、売却する住宅の価格評価が最大の関心事である。売主にはそれぞれ最低売却希望価格がある。通常の住宅取引の売出価格は、売主の売却希望価格と宅建業者の価格査定を勘案して、住宅市場に公開される。宅建業者のインタビュー結果から、住宅の査定価格は立地で決まる。価格査定を行う際には、周辺地域の成約事例や宅建業法で推奨する価格査定マニュアルを活用する。一般的に、中古住宅は築年数が20年を経過すると建物評価はほとんどされない。ただし、当該住宅に耐震適合証明などがあれば価格査定で増額される要因となる。

4. 1. 2 買主の必要とする情報

宅建業者のインタビュー結果から、買主には予算制約があり、購入決定の最大要因は価格である。買主は当該住宅の持久性に関心があり、住宅の品質によっては建替え前提で購入する場合もある。前章でも述べた通り、買主にはそれぞれの住宅購入目的があることから、住宅に対する評価や見方が異なる。また、予算制約や立地、周辺環境などから中古住宅も選択肢としている。さらに、住宅選定にあたっては、家庭内の女性が主導し、家族間の合意が必要となることから、それらの関心や理解が得られる物件情報が重要となる。

4. 1. 3 宅建業者の提供する情報と限界（リサーチクエスチョン1に対応）

大手の宅建業者は資金量や知名度を活かして各種媒体を使って自社の宣伝を行う。宅建業者の推奨する業者選択方法はインターネットや口コミ、紹介サイトの活用をあげる一方、依頼者自身が業者を調査するしかないとする。しかし、仲介サービスは信頼財サービスである。経験や知識などの不動産取引リテラシーが乏しい一般人では、自ら業者を調査し選択することは困難であり、情報提供の限界がある。

宅建業者が住宅取引において提供する最も重要な情報は、重要事項説明である。重要事項説明は、宅建業者から買主に対して契約締結までに住宅取引に係る重要な事項について説明されるもので、情報の非対称性解消の法定ツールである。宅建業者のインタビュー結果からは、買主が適切に判断できるよう重要事項説明書を契約の一定期日前に事前に交付し、説明する。また、説明時には売主にも同席を求め、買主が理解できるよう1時間以上かけて説明する。その中でも、居住に際して重要な接道状況、水道、ガスの負担や埋設管の説明がされる。また、法令上の制限として地区計画や建築協定などの説明も重要である。

一方、重要事項説明は宅建業法上、契約前までに行うことと規定されている。インタビュー結果からは、この規定を援用して、宅建業者によっては書面交付と

説明を契約直前に行う実態もある。また、多岐に渡って説明事項とされる法定事項だけでは買主の意思決定には十分ではない。インタビュー結果からは、法定以外の情報としては、教育、医療福祉施設、ハザードマップなどの地域情報のほか、嫌悪施設や近隣関係情報も必要情報として説明されている。さらに、売主は自ら不利益なことは言わないので、取引後に紛争を招かないためにも、売主に告知書の提出を促すほか、取引の専門家として当該物件のデメリットやネガティブ情報の伝達も必要となる。ただ、こうした多岐に渡る情報を契約当日に説明される買主は、重要事項説明の内容について十分に理解はできない。

またインタビュー結果から、中古戸建住宅の品質は購入時には不明であり、住んでみてはじめてわかるものである。つまり、経験財である。そのため、インスペクション（建物状況調査）は、建物の状態の目安になる。インスペクションは、売主は評価を上げるために実施し、買主は建物品質の確認のために実施する。ただし、インスペクションは宅建業者や宅建士が行えるものではなく、建築士が行うべきもので、ワンストップではなく迅速性に欠ける。

以上の通りリサーチクエスチョン1に対応して、宅建業者は買主に対して重要事項説明を通じて住宅取引上重要な情報を伝達する。また、買主が契約締結の判断ができるよう契約の一定期日前に書面交付と説明を事前に行っていることが明らかとなった。さらに、建物品質が不明確であることから、インスペクション（建物状況調査）の有用性も理解し、活用している。

しかし、重要事項説明についてはその法定された情報だけでは、買主が的確に判断できる情報としては不足している。宅建業者は買主が意思決定できるような情報を補完して伝達する。さらに、重要事項説明の書面交付と説明については宅建業法上の規定を意図して、契約直前に行われている事例もある。また、買主の取引リテラシー欠如や経験不足のため、重要事項説明を聞いても理解ができていない。このように情報提供の内容と伝達方法について限界が明らかにされた。

4. 2 宅建業者の仲介機能

4. 2. 1 媒介契約上の業務と取引フロー

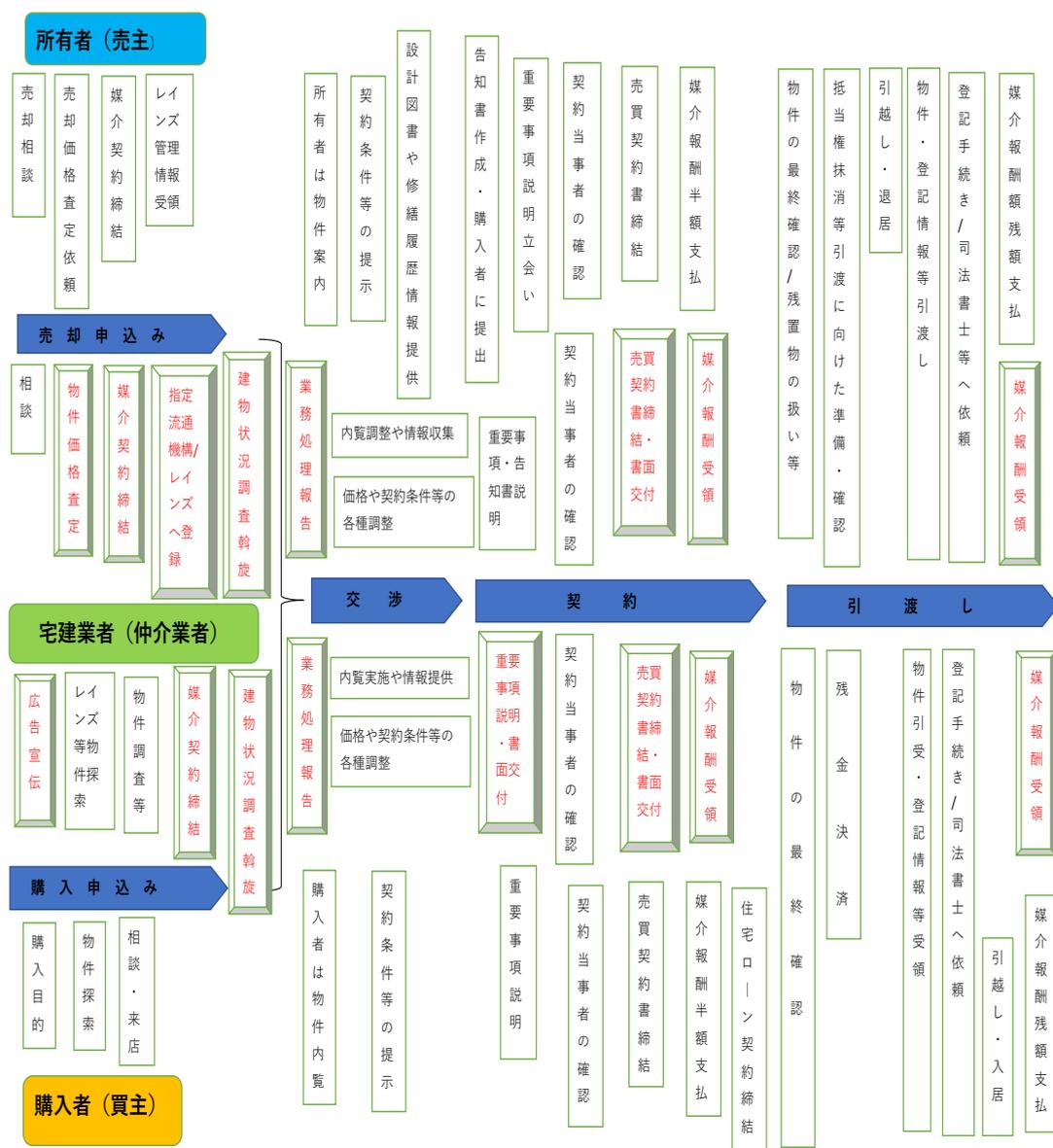
宅建業者が売主・買主と媒介契約を締結すると仲介サービスが提供されるが、宅建業者の義務として媒介契約書には以下の事項が定められている。

- ①契約相手を探索し、相手方との契約条件の調整等を行い、成約に向けて積極的に努力すること（探索、調整、交渉）
- ②依頼者に対して契約書に記載する方法及び頻度で業務処理報告を行う（業務処理報告）
- ③目的物件の申し込みがあった時には遅滞なく報告すること（報告）
- ④広く契約相手を探索するため、目的物件の各種情報を指定流通機構に登録するとともに、登録完了時には指定流通機構の登録証を依頼者に交付すること（住宅市場への情報開示）
- ⑤媒介価額（売値）の決定に際して意見を述べる際には根拠を説明すること（価格査定、助言）
- ⑥契約締結前までに宅建士から宅建業法第 35 条に基づく重要事項説明を行うこと（重要事項説明）
- ⑦成約時には宅建業法第 37 条に定める売買契約書面を作成し、売主、買主に交付すること（売買契約書作成）
- ⑧依頼者に対して、登記、決済手続き等の目的物件の引き渡しに係る事務の補助を行うこと（履行補助）

また宅建業者は、宅建業法第 34 条の 2 第 1 項第 4 号に基づき建物状況調査を行う事業者の斡旋が義務付けられている。その他に住宅ローンを扱う金融機関、登記申請を行う司法書士、境界確定を行う土地家屋調査士や測量士、納税に係る税理士等の専門家、瑕疵保険業者や火災保険代理店等の斡旋や建物改修のためのリフォーム業者を紹介する。

住宅取引で仲介者として関与する宅建業者は、成約に向けて売主、買主間の各

種調整、専門的、複雑な諸手続きの代行、履行補助など幅広い業務を行う。さらに、宅建業者は契約前までに少なくとも法定されている重要な事項を調査の上で買主に説明しなければならない（宅建業法第 35 条）。契約時には宅建業者は契約書を取引当事者に交付する（宅建業法第 37 条）。一連の取引フローは下図の通りである（図 4-2）。下図は、売主・買主の仲介者は同一の宅建業者である。



(国土交通省資料「重要事項説明・書面交付制度の概要」をもとに筆者が作成)

内、赤字は宅建業法上の規定内容

図 4-2 住宅取引における取引関係者と取引の流れ

4. 2. 2 宅建業者のインタビューから見た仲介機能（リサーチクエスチョン 2 に対応）

売主、買主の情報収集は主にインターネットを活用する。宅建業者はインターネットサイトに掲載する物件情報を収集し、その物件情報を住宅市場に情報公開して、マッチングを行う。すなわち、物件情報提供機能がある。

また、売主から仲介を依頼されると住宅市場に情報公開をするため価格査定を行う。売主にとっては宅建業者の価格査定により買主が出現するのか、最終的な売値がどうなるかが最大の関心事である。価格の多くは立地で決まる。中古戸建住宅は築 20 年で建物評価がゼロとなるが、耐震適合証明などがあれば評価が上がる要因となる。価格査定が成約の時期や成否に影響を及ぼすことから、取引の専門家としての価格査定は職責が重い。また、契約前には宅建業者は買主に対して必ず重要事項説明を行う。さらに、契約後は隣地との境界の確認をする。こうした業務は、取引の専門家である宅建業者が売主、買主に代替して、専門的、複雑な諸手続きを行う代行機能である。

さらに、買主によっては物件評価や見方が異なり、中古住宅も選択肢としている。それら買主に対して宅建業者は成約に向けて的確に助言や提案を行うことが必要となる。売主に対しては住宅の設計図書等や告知書の提出を促す。また、建物品質の透明化のために、売主、買主にはインスペクション（建物状況調査）も斡旋している。このように宅建業者は成約に向けての交渉や調整を担う調整管理機能がある。

以上の通りリサーチクエスチョン 2 に対応して、宅建業者の仲介機能は、住宅市場への物件の情報提供機能に加えて、専門家として売主・買主に代替して専門的で複雑な諸手続きを行う代行機能や成約を目指すため売主・買主間の調整、交渉を行う調整管理機能があることが明らかとなった。

4.3 売主・買主と宅建業者の関係性の限界(リサーチクエスチョン3に対応)

インタビュー結果から、宅建業者は売主・買主と媒介契約を締結する際には、複数の宅建業者と競合する一般媒介契約ではなく、当該宅建業者しか依頼されない専任媒介契約締結を基本とする。ただし、同じく当該宅建業者しか依頼されない専属専任媒介契約については、毎週の業務処理報告が義務付けられ業務繁多となり敬遠する。可能であれば、売主、買主双方から媒介依頼を受ける両手仲介をめざす。宅建業者の仲介手数料は成功報酬のため、専任媒介契約であれば、少なくとも取引成約時に仲介手数料の受領が確実に見込めるからである。さらに両手仲介をめざすのは、同一物件での取引で手間も同じであるうえに、売主、買主双方から仲介手数料が受領でき、効率的な営業となるからである。

また、宅建業者の仲介活動において、長期間成約しないこともあるが、価格査定に問題があるからである。重要事項説明について、多くは契約当日に書面交付と説明を行うので、買主は説明だけでは理解することが困難である。さらに、建物状況調査は品質情報が不確実な住宅の品質情報の透明化に資する制度であるが、宅建業者自身の制度への理解不足や専門業務範囲外であるとして、売主、買主に対して積極的には勧めていない。さらに宅建業者としては、仲介は売主・買主間の調整などあり難しい業務であるので、早く取引を進めて手離れしたいという取引姿勢を示している。以上の通りリサーチクエスチョン3に対応して、両手仲介の問題、不適切な価格査定、契約直前の重要事項説明書交付と重要事項説明、建物状況調査に対する消極的な態度、早期の業務終結期待で示された通り、宅建業者は売主・買主との間でプリンシパル・エージェント問題を惹起することが明らかとなった。

4.4 売主・買主への宅建業者の信頼関係構築

(リサーチクエスチョン4に対応)

宅建業者のインタビュー結果から、宅建業者は情報提供時には、業者本位では

なく、顧客本位にたって真実を伝える。具体的には、デメリットやネガティブ情報の伝達、中古住宅特有の経年劣化があること等、的確な説明、助言を行う。取引姿勢は誠実に対応し、住宅は高額で大事な財産を取引しているという自覚や顧客からの感謝とつながりが宅建業者の喜びとなり、励みなるという職業倫理感をもって取引に臨んでいる。

また宅建業者との関係性では、営業担当者との相性は重要であり、売主・買主とコミュニケーションがとれ、物件に対して適切に説明できる営業マンが重要である。宅建業者としても取引過程において疑問点への質問を期待し、相互理解を深めようと努めている。

以上の通りリサーチクエスチョン4に対応して、宅建業者の真摯な対応と売主・買主との相互作用により、単なるコアリッション関係から、売主・買主は宅建業者に対して、リスクを取らずに安心を買いたい、この業者なら信頼して取引を任せるといったところまで信頼関係が構築されることが明らかになった。

4. 5 小括

以上の通りリサーチクエスチョン1、2、3および4に対応した点について述べたが、以下は宅建業者の他の役割について述べる。

宅建業者のインタビュー結果から、買主は各々購入動機や目的が異なることから、求める物件への評価は多様である（趙・高田2013、葛・外尾2004、村上2007）。買主は新築重視の住宅選択（島原2009）から、昨今は中古住宅にまで幅広く物件探索をする。その理由として、中古住宅しか購入できない予算制約のほか、耐久性のある住宅なら居住したいというニーズ、また建替え前提での購入希望など多様である。実際の住宅選択は家庭内の女性が主導し、意思決定は家族間の合意が重要となる。

したがってインタビュー結果から、宅建業者はこうした多様な物件評価や見方に対応するため、購入者ニーズを見極めることが必要である。中でも中小宅建

業者は自らの営業地域に密着し、地域一番店を目指す方針を立てて営業している。宅建業者は購入者ニーズに合う物件を営業地域内で探索し市場に提供する役割を担う。地域内に埋もれていたそれぞれの物件は、宅建業者の物件調査、価格査定、広告宣伝等を通じて商品化され、住宅市場に情報提供される。すなわち、宅建業者は商品組成機能も担っている。

参考文献

- ・川喜田二郎『発想法 創造性開発のために 改版』中公新書 2017年
- ・川喜田二郎『続・発想法 KJ法の展開と応用』中公新書 1970年
- ・サトウタツヤ・春日秀朗編『質的研究法マッピング』・新曜社 2019年
- ・趙賢株・高田光雄「住宅購入者の住宅需要特性と既存住宅流通の阻害要因に関する研究—大阪府の住宅購入者を対象とした調査結果を通じて」日本建築学会計画系論文集 2013 Vol.78 No.690 p.1817-1825
- ・葛堅・外尾一則「居住志向性を考慮した居住ライフスタイルに関する研究」土木計画学研究講演集 2004 No.29 p.136-143
- ・村上あかね「子育て期の家族・家計・住宅」都市住宅学 2007 No.56 p.7-11
- ・島原万丈「既存住宅流通の本当の阻害要因と活性化策」都市住宅学 2009 No.64 p.29-34
- ・藤澤美恵子「既存住宅市場における質の情報開示量と価格に関する実験」行動経済学 2016 Vol.9 p.1-11
- ・喜多信行『大手不動産会社のプロが教える中古住宅の買い方・売り方』住宅新報社 2015年

インタビューガイド（宅建業者編）

- 研究趣旨や研究倫理を説明の上、承諾書を渡して目を通してもらいながら説明する。
- 承諾書への記入をしていただく。

～ 以下質問項目チェックリスト ～

1. 現在の状況について

- 現在の主な業務
- 現在までの仲介売買経験について（社歴・業歴、実績…年何件程度等）

2. 中古戸建住宅取引について

- 中古戸建住宅取引の感想（面倒、手数料安い、やりがい？）
- 今までに印象に残る中古戸建住宅は？
- トラブル事例
- 喜ばれた事例（やりがいを感じた事例）
- 中古戸建住宅取引の際の媒介契約の種別（専属専任、専任、一般）
- 中古戸建住宅の価格査定方法（値付け方法？）…近代化マニュアル、その他
- 営業マンの担当業務範囲（最初の面談から契約・引渡まで付き合うのか、途中交代するのか・その際はどこまで担当するのか？）
- 中古戸建住宅取引の重要事項説明について
説明はいつ頃行うのか？（契約直前・当日 or 数日どれくらい前）
- 説明時間はどれくらいかけるのか？（短い、長い、ちょうどいい）
- 説明をして、相手方は内容がよくわかっていたか（納得して契約したか）？
- 説明の際の工夫は？ 法定の重説事項以外に伝達する情報？
- リフォームの推奨（自ら手掛ける、業者を紹介する）
- インспекションの推奨

3. 中古戸建住宅取引活性化、充実の方策について

- 中古戸建住宅取引の課題、問題点は？
- （関連して）中古戸建住宅取引のリスク要因？
- 指摘のリスクについてはコントロールできているか？
- 欧米と比較し、日本は中古住宅市場が活発ではないが、活性化する方策は？

第5章 宅建業者の住宅取引に係るアンケート調査から見た

機能と限界

1. 本章の目的

本章では、リサーチクエスチョン1, 2, 3および4に対応して、宅建業者に対してアンケート調査を行い分析する。具体的には、住宅取引における宅建業者の売主・買主に対しての情報提供状況および宅建業者の仲介サービスの実態について考察する。また、宅建業者は売主・買主と媒介契約を締結することによりコアリッション、エージェンシー関係が形成される。両者の関係性を分析する中で、プリンシパル・エージェント問題の発生や信頼関係構築について考察する。アンケート調査は宅建協会に所属する中小宅建業者に対して実施した。

2. 調査の概要

2. 1 アンケート実施にあたってのフレームワーク

宅建業者に対するアンケート調査のフレームワーク設計にあたっては、研究目的とリサーチクエスチョン、先行研究を関連させた。住宅市場においては一定の情報機能があるが、情報の非対称解消だけでは、的確、円滑な取引遂行には限界があるので、宅建業者の情報提供の実態を把握する（リサーチクエスチョン1に対応）。住宅取引では専門家である宅建業者が仲介者として関与し、売主、買主にサービスを提供するので、宅建業者の仲介サービスの実態と機能を把握する（リサーチクエスチョン2に対応）。また、売主・買主と宅建業者は媒介契約を締結することにより、コアリッション、エージェンシー関係が形成される。エージェンシー関係に限界が生じるとプリンシパル・エージェント問題が生じることになるので、それらの実態を把握する（リサーチクエスチョン3に対応）。そして、プリンシパル・エージェント問題の回避あるいは解決のため、宅建業者の売主・買主に対する信頼関係構築への取り組み状況について把握する（リサー

チクエスチョン4に対応)。

これらと買主及び宅建業者に対するインタビュー分析から判明した結果も勘案して、アンケートにおける設問項目を設計した。宅建業者に対するアンケート項目のフレームワークは下表の通りである(表5-1)。

表5-1 宅建業者向けアンケートフレームワーク

第1構造 研究目的とリサーチ クエスチョン	第2構造 先行研究との関連	設問No
I.情報提供の実態: リサーチクエスチョン1	情報の非対称性、住宅品質情報	1,2,7,9,11,12,13,15,21
II.仲介サービスの実態: リサーチクエスチョン2	①情報提供機能	1,2,3,20,21
	②商品組成機能	1,2,7,20,21
	③代行機能	1,7,10,11,12,13,20
	④調整管理機能	1,8,9,15,16,20
III.売主・買主と宅建業者の関 係性:リサーチクエスチョン3	①コアリッション関係	4,19
	②プリンシパル・エージェント問題	4,6,8,11,15,19,21
IV.信頼構築: リサーチクエスチョン4	①個別(人への)信頼	17,18
	②専門信頼	1,18
	③同意信頼	11,12,13,14,19
	④システム信頼	21
	⑤ベストプラティクス・職業倫理	17,19
回答者属性		5,22,23,24

2. 2 具体的な設問項目

上述のフレームワークに即し、具体的な設問を作成した。本調査で用いたアンケートを以下に示す。

私は、「住宅取引における宅地建物取引業者の機能と限界に関する研究」の研究目的、方法、研究への協力内容などについて、WEB画面上で説明を受け、内容を了解したので、協力することに同意します。

- (本調査に同意、ご協力いただく場合には、を入れて、その後のご回答にお進みください)

Q1. 御社が住宅売買仲介される際の各業務の重要度について、最も当てはまるものをそれぞれ選択してください。

以下の設問ごとに5件法(常に重視している、だいたい重視している、どちらともいえない、あまり重視していない、全くしていない)でシングルアンサーの回答形式

1. 物件情報収集
2. マーケティング、広告宣伝
3. 物件探索、マッチング
4. 価格査定
5. 物件調査
6. 建物検査や銀行、司法書士等の斡旋
7. 交渉、調整
8. 助言、提案
9. 売主、買主との信頼関係構築
10. 重要事項説明
11. 契約書面作成
12. 決済、引渡し
13. 取引進行管理
14. 取引保証

Q2. 住宅売買仲介の場合の広告・宣伝手段についてお尋ねします。御社で利用している広告・宣伝手段で該当するものすべてを選択して下さい。(マルチアンサー形式)

1. 自社ホームページ掲載
2. 民間ポータルサイト掲載
3. レインズ掲載
4. ハトマークサイト、所属宅建協会運営サイト
5. Facebook、SNSなど活用
6. チラシ配布
7. タウン誌、情報誌掲載
8. 看板表示
9. モデルルーム設置、現地見学会開催
10. 店頭表示

Q3. 上記の1~5を選択した方にお尋ねします。インターネットを活用して成約に至った割合はどれくらいですか。

1. 自社・民間・協会サイトからの成約()割
2. レインズからだけで成約()割

Q4. 御社の住宅売買仲介で締結する媒介契約のうち、最も多い契約は次のうちどれですか。いずれか1つ選択して下さい。

1. 専属専任媒介契約
2. 専任媒介契約
3. 一般媒介契約

Q5. 御社において直近決算期1年間での売買仲介の成約件数は何件でしたか。

次のうちいずれか1つ選択して下さい。(両手仲介は2件として回答願います)

1. なし
2. 1~2件
3. 3~5件
4. 6~9件
5. 10~19件
6. 20~49件
7. 50件以上

Q6. 御社において直近決算期1年間での売買仲介の成約実績のうち、以下のそれぞれの割合をお答えください。成約がない場合は0(ゼロ)としてお答えください。

(3つの答えがゼロ(前問で成約なしならば)または10割となるように回答して下さい。)

1. 売りの媒介のみの成約()割
2. 買いの媒介のみの成約()割
3. 売りと買いの媒介(両手)の成約()割

Q7. 御社が価格査定する際に活用するそれぞれのデータや資料について、最も当てはまるものをそれぞれ選択して下さい。

以下の設問ごとに5件法(常にそうしている、だいたいしている、どちらともいえない、あまりしていない、全くしていない)でシングルアンサーの回答形式

1. 地価公示・都道府県地価調査
2. 路線価
3. 固定資産税評価
4. レインズの成約事例
5. 民間の価格情報
6. 自社収集データ
7. 価格査定マニュアル

Q8. 御社が住宅売買仲介でのそれぞれの顧客対応について、最も当てはまるものをそれぞれ選択して下さい。

以下の設問ごとに5件法(常にそうしている、だいたいしている、どちらともいえない、あまりしていない、全くしていない)でシングルアンサーの回答形式

1. 急かしたりしつこく対応
2. 顧客の希望をよく聴く
3. 迅速な意思疎通を図る
4. 要望に迅速に対応する
5. こまめな報告、連絡
6. 顧客の気づかないニーズを引き出す
7. 目的に合わない物件は勧めない
8. くじけそうな時に励ます
9. 相手と調整してまとめる

Q9 御社が売買仲介で行う際のそれぞれの顧客対応について、最も当てはまるものをそれぞれ選択して下さい。

以下の設問ごとに5件法(常にそうしている、だいたいしている、どちらともいえない、あまりしていない、全くしていない)でシングルアンサーの回答形式

1. 売主への値引き要請
2. 売主への告知書提出依頼
3. 売主への建物関係書類提出依頼
4. 買主への物件内覧時の情報提供
5. 買主へ売主から入手した情報を連絡し確認をとる
6. 売主からの要求をよく聴く
7. 買主からの要求をよく聴く
8. 一方からの要望を相手方にそのまま伝えず調整して伝える

Q10. 御社ではいわゆる IT 重説の取り組みはされていますか。以下で最も当てはまるものを1つ選択して下さい。

1. すでに実施している
2. 検討中だがまだ実施していない
3. 当面実施予定はない
4. ニーズがないので実施しない

Q11. 御社で住宅売買仲介の際に行う重要事項説明の時期は概ねいつ頃ですか。以下の中で最も当てはまるものを1つ選択して下さい。

1. 契約当日
2. 契約前日から3日前
3. 契約4日前から1週間前
4. 契約1週間以上前

Q12. 御社で住宅売買仲介の時の重要事項説明では概ねどれくらいの時間で説明しますか。以下の中で最も当てはまるものを1つ選択して下さい。

1. 30分未満
2. 30分から60分程度
3. 60分から90分程度
4. 90分から120分程度
5. 120分以上

Q13. 御社での住宅売買仲介の時の重要事項説明の説明内容で、法定事項以外に追加して説明される内容について、当てはまるものはすべて選択して下さい。

(マルチアンサー形式)

1. ハザードマップ
2. 地盤・地歴・土壌汚染
3. 商業施設、娯楽施設
4. 学区、教育情報
5. 病院、介護施設等の医療福祉情報
6. 公園、緑地、水辺等の自然環境情報
7. 騒音、悪臭、大気汚染等の公害情報
8. 嫌悪施設、近隣関係情報
9. 治安、犯罪発生情報
10. 心理的瑕疵情報（事故、自死、孤独死）
11. あてはまるものはない

Q14. 御社での住宅売買仲介の時の重要事項説明について、買主の理解度はどの程度のものと思われますか。以下の中で最も当てはまるものを1つ選択して下さい。

1. 十分に理解された
2. まあまあ理解された
3. あまり理解されていない
4. ほとんど理解されていない

Q15. 宅建業法改正によって中古住宅売買仲介時には既存住宅状況調査の斡旋が義務付けられましたが、御社の対応はどうですか。以下の中で最も当てはまるものを1つ選択して下さい。

1. すべての顧客が実施するよう積極的に勧めている
2. 売主に対して先に斡旋する
3. 買主に対して先に斡旋する
4. 義務なので斡旋はするが積極的には勧めない

Q16. 御社が住宅売買仲介で成約した取引の後のそれぞれの対応について、最も当てはまるものをそれぞれ選択して下さい。

以下の設問ごとに5件法（常にそうしている、だいたいしている、どちらともいえない、あまりしていない、全くしていない）でシングルアンサーの回答形式

1. 隣地との境界確認確定への補助
2. リフォーム業者紹介・工事提案
3. 残置物処理、付帯設備不具合での対応
4. 引渡し時期の調整遅延への対応
5. 司法書士、土地家屋調査士、測量士との調整
6. 火災保険の紹介や提案
7. ライフプラン（マネープラン含む）の提案
- 8 仲介手数料は成約時、引渡し時に半額ずつ受領

Q17. 御社が住宅売買仲介をする際の顧客への対応についてお尋ねします。それぞれの対応について、最も当てはまるものをそれぞれ選択して下さい。

以下の設問ごとに5件法（常にそうしている、だいたいしている、どちらともいえない、あまりしていない、全くしていない）でシングルアンサーの回答形式

1. 身だしなみを整える
2. わかりやすい平易な言葉遣いをするよう心掛けている
3. 顧客が気軽に質問できるような雰囲気となるよう心掛けている
4. 購入者が迷っていたら決断を促す
5. 早く成約させることに全力をあげる
6. 多くが成約するように全力をあげる
7. 約束にルーズでない
8. 誠実な対応をする
9. 高額な財産を取引しているという自覚で臨んでいる
10. 顧客からの感謝やつながりが業者の喜びや励みになる

Q18. 御社が住宅売買仲介する際に顧客との間でトラブルや不測の事態が生じた場合の対応について、最も当てはまるものをそれぞれ選択してください。

以下の設問ごとに5件法（常にそうしている、だいたいしている、どちらともい

えない、あまりしていない、全くしていない) でシングルアンサーの回答形式

1. 最後まで真摯に対応
2. 相手の主張を聴き向き合う
3. ビジネスライクに対応
4. 相手を避ける

Q19. 御社が住宅売買仲介する際の顧客への取引姿勢についてお尋ねします。最も当てはまるものをそれぞれ選択して下さい。

以下の設問ごとに5件法(常にそうしている、だいたいしている、どちらともいえない、あまりしていない、全くしていない) でシングルアンサーの回答形式

1. 提供物件について確実に調査、情報収集する
2. 相手が納得するまで丁寧に説明する
3. 顧客より自社を優先して活動する
4. 安全に事故なく取引を遂行する
5. 仲介は難しいので早く手離れしたい
6. 顧客の希望をよく聴き最適な物件を提供する
7. 顧客の希望とは別に自社物件の情報を優先する
8. メリットだけでなくデメリットも伝える
9. 取引の阻害要因や不都合なことは伝えない
10. 顧客の将来的な見通しを考慮して助言する
11. 顧客の知識、経験に応じて説明を工夫する
12. 顧客からの再依頼や別客からの紹介につながる営業姿勢をとる
13. 自社の経営方針、営業実績、従業員情報等を公表している

Q20. 御社が住宅売買仲介をする際に、顧客に提供するサービス内容の方針について、以下の中から最も当てはまるものを1つ選択して下さい。

1. 多数の物件情報を集めて最適な物件情報を提供する
2. 収集した物件が市場で取引されるようマーケティングや価格査定、広告宣伝する
3. 売主、買主に代わって専門的、複雑な調査や諸手続きを行う
4. 売主、買主ほか取引関係者への提案、交渉・調整、取引過程の進行管理を行う

Q21. 住宅購入に際して買主が良い宅建業者を選ぶ方法として、最適と思われるものを1つ選択して下さい。

1. 宅建業者のホームページ
2. 宅建業者の掲載物件
2. 行政資料(免許番号、業歴、処分歴等)
4. 不動産や建築に詳しい知人、専門家に相談
5. 知名度や規模

6. 評判等が掲載されている口コミサイトや SNS を活用

7. 実際に業者や担当者と話してみる

Q22. 御社の事務所所在地はどこですか。都道府県を選択して下さい。

Q23. 御社の従事者数（代表者も含む）は何人ですか。いずれか1つ選択して下さい。

1. 1名 2. 2名 3. 3名 4. 4名 5. 5名 6. 6～9名

7. 10～15名 8. 16～20名 9. 21名～50名 10. 51名以上

Q24. 御社の現在までの営業年数はどれくらいでしょうか。（免許替え等があった場合は通算してください）

1. 5年未満 2. 5年～10年未満 3. 10年～15年未満 4. 15年～20

年未満 5. 20年～25年未満 6. 25年～30年未満 7. 30年～40年未満

8. 40年～50年未満 9. 50年以上

2, 3 調査要領

(1) 調査対象者：全国の約10万宅建業者が会員となっている47都道府県宅地建物取引業協会の連合会である全宅連のアンケートモニター会員。全宅連モニター会員は、各地域で開発分譲（200名）、仲介管理（605名）、建築（200名）を営む宅建業者で各宅建協会から委嘱された者1005名で、2年ごとにスクリーニングを実施し、モニターを見直している。今回の調査はWebアンケートであったためメール到達者は925名であった。

(2) 調査期間：2020年6月11日（木）から6月23日（火）

(3) 実施方法：Webアンケートシステム「Questan」にて実施した。

章末にアンケート依頼文を掲載している。

(4) 回収状況：回答者は196名で、回収率は21.2%である。

(5) 倫理的配慮：放送大学倫理審査会の承認（平成30年3月30日付・通知番号45）を得て実施している。

2. 4 回答者の属性

宅建業者の業歴は、最多は40年から50年未満が20.4%、次いで30年から40年未満で19.9%、さらに50年以上が17.3%であった。業歴30年以上が6割程度を占める。宅建業者の業歴の分布を図示すると以下の通りである(図5-1)。

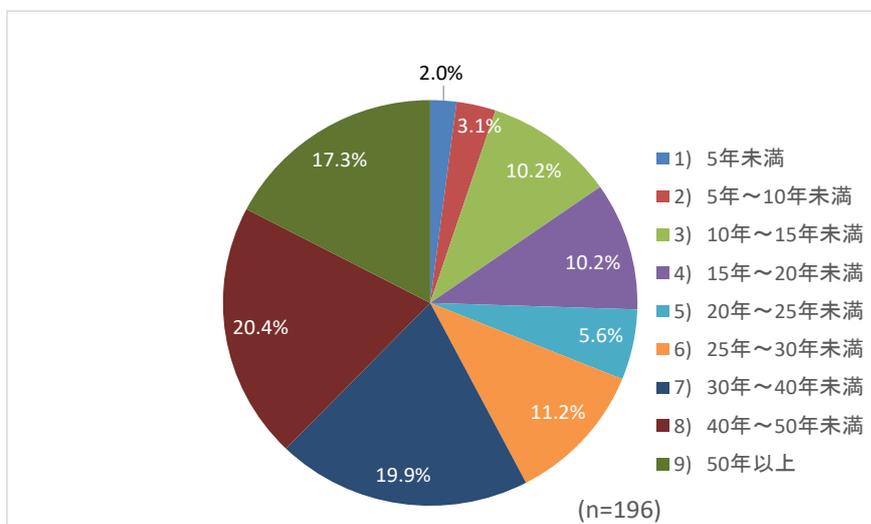


図5-1 宅建業者の業歴

また、従事者数は3名が23.5%と最多で、次いで2名が17.9%、6名から9名が15.8%、4名が15.3%であり、5名以内が71.5%と大多数を占める。従事者数の分布を図示すると以下の通りである(図5-2)。

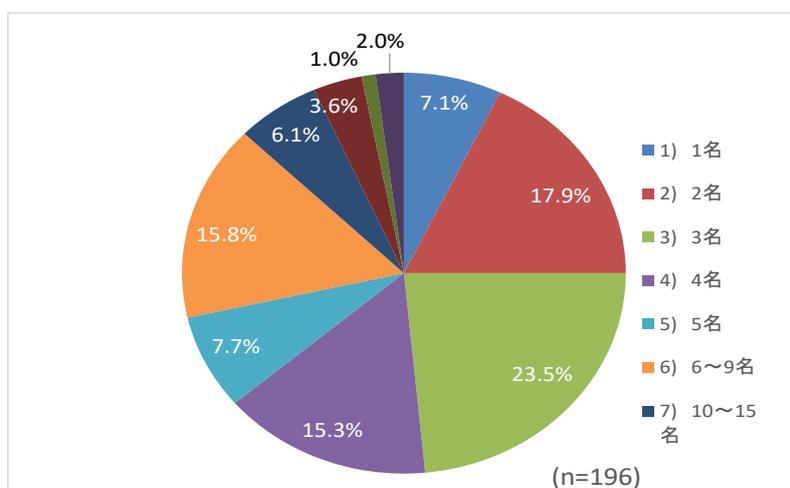


図5-2 宅建業者の従事者数

さらに、年間の住宅取引における仲介での成約件数は、6～9件が22.4%、次いで3～5件が21.4%、1～2件が8.2%と合せて年間成約件数10件未満が過半（52%）を占める。また、月間1件程度成約の10～19件が20.9%、月間数件程度成約の20～49件が14.3%と分かれている。住宅取引における年間成約件数の分布は以下の通りである（図5-3）。

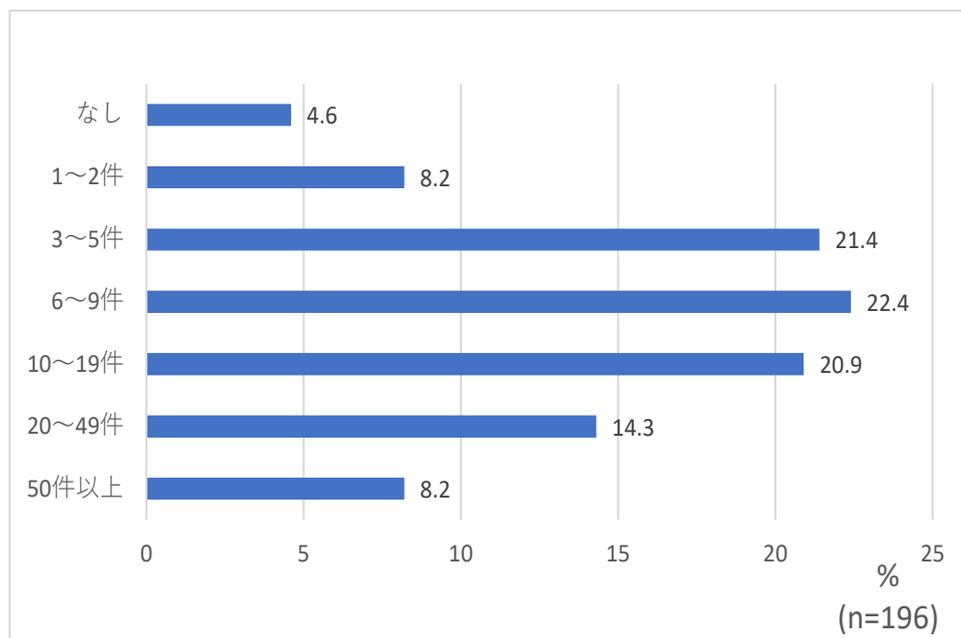


図5-3 住宅取引における年間仲介成約件数

3. 分析の概要

主なアンケート結果の概要について、設問ごとにグラフで図示して述べる。

また、分析については、IBM SPSS Statistics 27版を用いて行った。

3. 1 宅建業者の情報提供と限界

前章でも述べた通り、宅建業者が住宅取引において提供する最重要情報は重要事項説明である。重要事項説明は、宅建業者が買主に対して契約締結までに住宅取引に係る重要な事項について説明するもので、情報の非対称性解消のための法定ツールである。また、2018年から施行された建物状況調査は、住宅品質

情報の透明化のために、媒介契約時に宅建業者が売主・買主に対して斡旋することが義務付けられた。以下では宅建業者の重要事項説明と建物状況調査における宅建業者の情報提供の実態について、アンケート結果を分析する。

3. 1. 1 重要事項説明の実態

宅建業法上の重要事項説明における法定情報は近年増加し多岐に渡っているが、それら法定情報だけでは買主の意思決定に十分ではない。前章の宅建業者のインタビュー結果からは、住宅取引時に宅建業者が重要事項説明を行う際に、法定された情報以外に追加して説明される内容があることから、その把握をした。結果としては、昨今相次いで発生している災害の影響からハザードマップが92.9%とほとんどの業者において説明がなされている。この情報については、従来は説明を要する法定情報ではなかったが、昨今頻発する風水害への対応のため、2020（令和2）8月28日より水防法に定める自治体で作成したハザードマップが重要事項情報として追加される改正がなされた。また、取引物件が心理的瑕疵物件（事故、自死、孤独死等）であるかどうかについても80.1%が情報提供される。さらに、嫌悪施設や近隣関係情報が59.7%、騒音、悪臭等の公害情報が57.1%、地盤・地歴・土壌汚染の状況が55.1%と居住に際して影響のある環境情報について説明されている。

一方、身近な生活情報となる学区・教育情報が41.3%、商業施設・娯楽施設が25%、治安・犯罪発生情報が21.4%、病院・介護施設等の医療福祉情報が19.4%、と買主でもある程度調査できるものについては概ね低い。重要事項説明における法定情報以外の提供情報事項を図示すると以下の通りである（図5-4）。

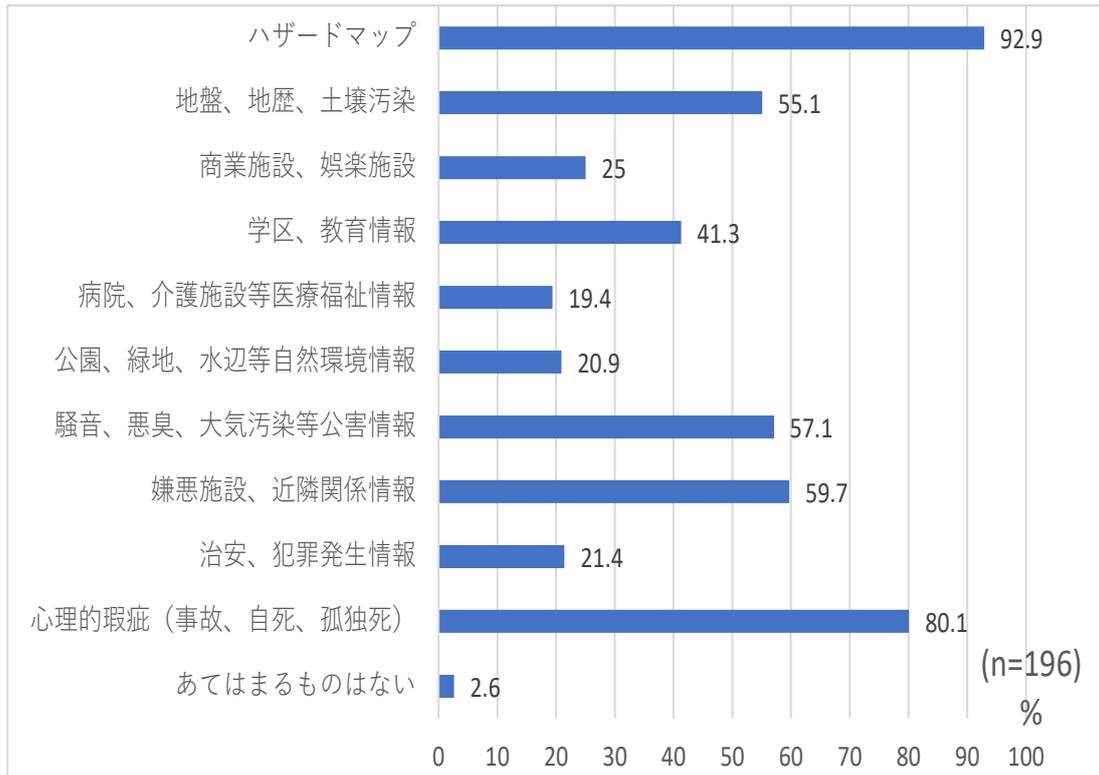


図 5-4 法定情報以外の提供情報事項

また、重要事項説明の時期は国土交通省調査（2006）では、買主は 9 割以上が契約当日を望んでいないが実際の宅建業者の説明は契約当日が最多であった（39.8%）。今回の調査結果でも重要事項説明の時期は 67.9%が契約当日であり、依然として改善されていない。図示すると以下の通りである（図 5-5）。

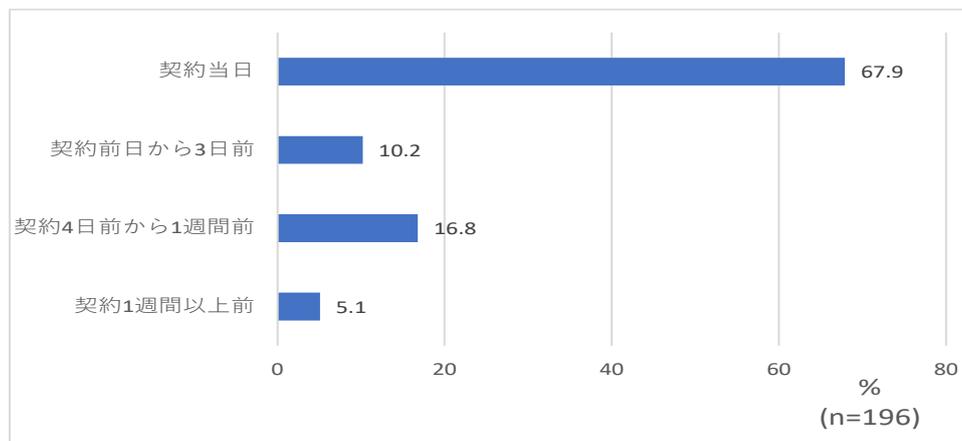


図 5-5 重要事項説明時期

3. 1. 2 建物状況調査の実態

住宅品質は不確実性が高いことから、宅建業法上において2018年に制度化された建物状況調査（インスペクション）に対しての宅建業者の提案状況についても把握した。ただ、この調査は中古住宅取引の際に必ず実施することが義務付けられたわけではなく、2019年における調査実施率は上述の通りわずかに4%に過ぎない。実施率が低迷する要因としては、売主あるいは買主が必要に応じて実施するという任意制度だからである。宅建業者は媒介契約後に建物状況調査について売主、買主に斡旋することと、調査を実施している場合には、重要事項説明時においてその結果の概要について説明することとなった。

アンケート結果では、制度趣旨を理解して全ての顧客に実施するよう積極的に進めているのは18.4%にすぎず、一方、義務なので斡旋はするものの積極的には勧めないが47.4%と3倍近い。また、売主に対して先に斡旋するが31.1%であり、買主に対して先に斡旋するはわずかに3.1%である。実務的には売主の買主に対する情報提供ツールとして活用されている実態が判明した。宅建業者の建物状況調査の提案状況を図示すると以下の通りである（図5-6）。

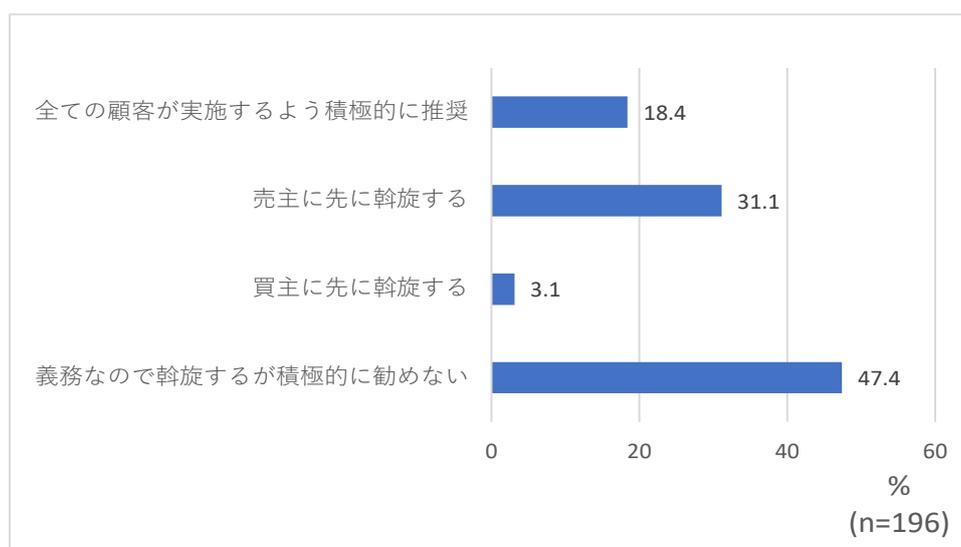


図5-6 宅建業者の建物状況調査の提案状況

3. 1. 3 小括

以上の通り、宅建業者からの情報提供として、重要事項説明と建物状況調査について述べた。重要事項説明については、情報の非対称性解消の法定ツールであり一定の情報提供はなされるものの、法令上の権利制限や取引条件等の法定情報だけでは、買主の意思決定には十分ではない。そのため、法定情報ではない心理的瑕疵（事故、自死、孤独死等）に係る情報および嫌悪施設や近隣関係、騒音、悪臭等の公害情報、地盤、土壌汚染等の地歴情報など、居住に際して影響のある環境情報については宅建業者が補完して説明している。また、重要事項説明の時期についても、買主の多くが契約当日の説明は望んでいないにも関わらず、大半の宅建業者は契約当日である。このように現在の重要事項説明は、法定の説明事項だけでは不十分であり、また宅建業者の説明時期についても契約直前に行われている実態があり、情報提供の限界が生じていることが判明した。

さらに、住宅品質情報の透明化のために制度化された建物状況調査に対する宅建業者の対応は、法令上の義務のため斡旋はするが消極的態度に終始している。また、取引当事者である売主、買主も制度への理解不足と調査利用のためのメリットが感じられないことから、調査実施率は極めて低い。このように建物状況調査の実施が任意でもあり、情報提供上の限界が生じていることが判明した。

3. 2 宅建業者の仲介サービスの実態

住宅取引の専門家である宅建業者は、媒介契約を締結すると売主、買主に対して様々なサービスを提供する。そのサービスは主に4つの機能（調整管理機能、代行機能、情報提供機能、商品組成機能）に大別できる。以下それぞれの機能についてアンケート結果を分析する。

3. 2. 1 宅建業者の中核的仲介業務

まず、宅建業者の仲介業務全般として、顧客に対して提供するサービスの方針を通じて中核的仲介業務について把握した。結果は、売主、買主のほか取引関係

者への提案、交渉・調整、取引過程の進行管理を行うが 38.8%と最も多かった。これは、宅建業者の専門家としての助言や、売主・買主間との調整・交渉のほか、引渡しに至るまでの履行補助として取引関係者（司法書士、土地家屋調査士、銀行、建物検査事業者）との調整、取引過程全般における進行管理の重要性を指摘している。すなわち、仲介業務の調整管理機能といえる。

次いで売主、買主に代わって専門的、複雑な調査や諸手続きを行うが 28.1%であった。これは的確、円滑な取引を遂行するために、宅建業法上の重要事項説明、契約書書面作成、価格査定に代表されるように宅建業者が専門家としての行う最重要業務の一つである。すなわち、仲介業務の代行機能といえる。

また、多数の物件情報を集めて最適な物件情報を提供するが 23.5%であった。これは宅建業者が物件情報を収集し、住宅市場へ公開することにより、買主の検索やマッチングなどを行う。すなわち、仲介業務の物件情報提供機能といえる。

さらに、収集した物件が市場で取引されるよう営業地域内の調査や価格査定、広告宣伝を行うが 9.7%であった。これは宅建業者が地域の単なる物件を市場で取引されるよう物件調査や価格査定、広告宣伝することにより、市場で流通するまで商品化することである。すなわち仲介業務の商品組成機能である。

宅建業者の中核的仲介業務を図示すると以下の通りである（図 5-7）。

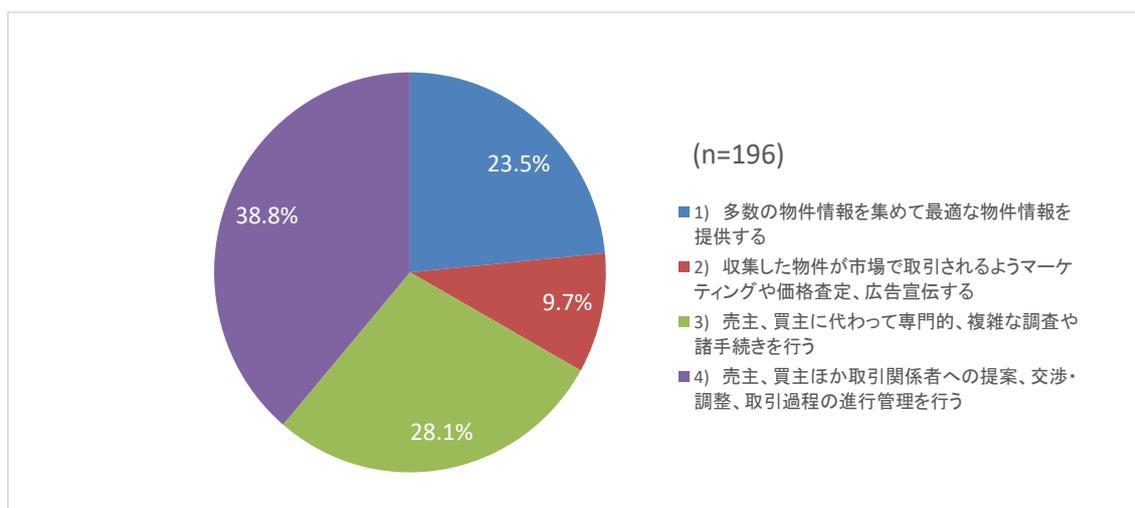


図 5-7 宅建業者の中核的仲介業務

また、住宅取引における各種仲介業務の重要度について把握した。宅建業者が媒介契約に基づき様々なサービスが提供されるが、それぞれの仲介業務の重要度について、5件法（常に重視している、だいたい重視している、どちらともいえない、あまり重視していない、全くしていない）で尋ねた。

「常に重視している」と「だいたい重視している」を合わせた業務では、重要事項説明(98.5%)、契約書作成(98.4%)、売主・買主との信頼関係構築(97.4%)、決済・引渡し(96.9%)、取引進行管理(94.9%) 物件調査(94.4%) が90%超であり、次いで、価格査定(89.3%)、交渉・調整(89.2%)、物件情報収集(88.2%)、助言・提案(87.7%)が続く。

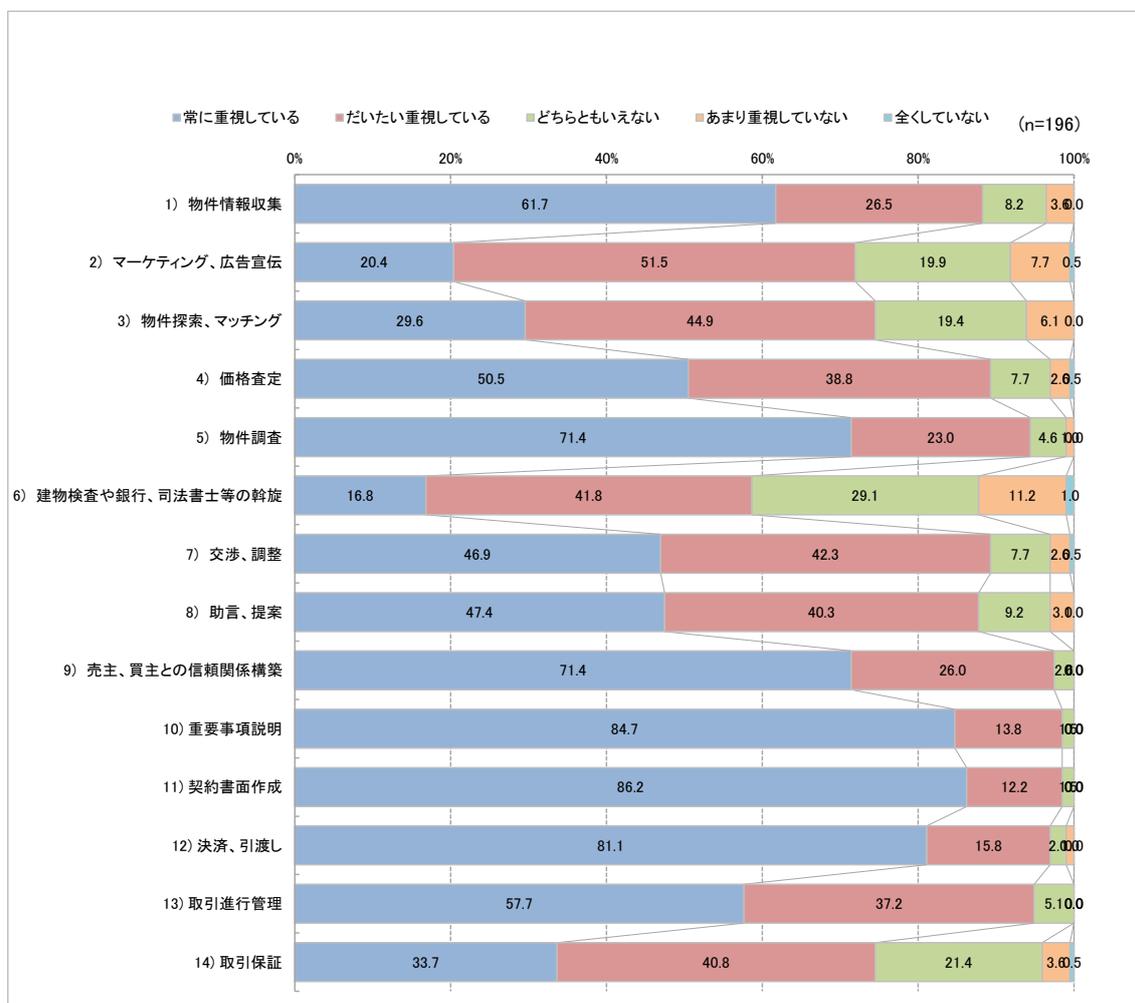


図5-8 各仲介業務の重要度

重要事項説明、契約書作成、決済・引渡し、価格査定は、宅建業者が専門的、複雑な諸手続きについて売主・買主に代替して行う代行機能である。さらに、取引進行管理、交渉・調整、助言・提案などの調整管理機能も重要度が高い。仲介業務の重要度を図示すると上記の図の通りである（図 5-8）。

また、宅建業者の行う各仲介業務間の相関関係を分析した。分析結果は下表の通りである（表 5-2）。

その結果、交渉・調整業務は、助言・提案業務と強い相関（.813）を示したほか、物件情報収集、物件探索、価格査定、物件調査、他業者斡旋、信頼関係構築、取引進行管理の各業務と中程度の相関を示し、併せて 8 業務と相関を示し、各仲介業務を網羅している。また、助言・提案業務も交渉・調整業務と強い相関（.813）を示しているほか、物件情報収集、物件調査、他業者斡旋、信頼関係構築、取引進行管理の各業務と中程度の相関を示し、併せて 6 業務と相関を示しており、交渉・調整業務と並んで各仲介業務を網羅している。

また、取引進行管理業務は、交渉・調整、助言・提案、信頼関係構築、重要事項説明、契約書作成、決済・引渡し、取引保証の各業務と併せて 7 業務と中程度の相関を示している。これらは取引が進行し取引の結了に向けた業務が多いのが特徴的である。さらに、重要事項説明と契約書作成業務は相互に強い相関関係（.801）を示しており、ほかにも決済・引渡しと取引進行管理と中程度の相関を示している。

物件情報収集業務は、広告宣伝、物件探索、価格査定、物件調査、交渉・調整、助言・提案の 6 業務と中程度の相関を示している。これらの業務は物件の情報提供に関係する業務が多いのが特徴的である。

信頼関係構築については、交渉・調整、助言・提案、重要事項説明、決済・引渡し、取引進行管理の 5 業務と中程度の相関を示している。これらの業務はいずれも取引上重要な役割を果たす業務や節目となるもので、顧客と宅建業者間の信頼関係が必要となるものであると考えられる。

表5-2 宅建業者の各仲介業務の相関関係

相関	物件情報 収集	広告宣伝	物件探索	価格査定	物件調査	他業者幹 旋	交渉調整	助言提案	信頼関係 構築	重要事項 説明	契約書作 成	決済引渡	取引進行 管理	取引保証
物件情報 収集	1.000													
広告宣伝	0.603	1.000												
物件探索	0.608	0.561	1.000											
価格査定	0.400	0.383	0.504	1.000										
物件調査	0.460	0.307	0.382	0.566	1.000									
他業者幹 旋	0.378	0.335	0.325	0.333	0.464	1.000								
交渉調整	0.482	0.339	0.437	0.429	0.513	0.483	1.000							
助言提案	0.411	0.291	0.352	0.372	0.477	0.503	0.813	1.000						
信頼関係 構築	0.329	0.175	0.309	0.296	0.281	0.235	0.464	0.474	1.000					
重要事項 説明	0.161	0.081	0.120	0.255	0.368	0.274	0.367	0.349	0.401	1.000				
契約書作 成	0.144	0.106	0.155	0.294	0.277	0.202	0.279	0.311	0.363	0.801	1.000			
決済引渡	0.170	0.098	0.147	0.291	0.159	0.177	0.299	0.296	0.431	0.571	0.678	1.000		
取引進行 管理	0.198	0.079	0.182	0.197	0.213	0.241	0.408	0.426	0.469	0.424	0.403	0.532	1.000	
取引保証	0.388	0.335	0.306	0.149	0.149	0.331	0.253	0.262	0.267	0.261	0.224	0.299	0.464	1.000

3. 2. 2 調整管理機能

上述の通り、宅建業者の中核的仲介業務としては、売主、買主らとの交渉・調整、助言・提案、取引過程の進行管理が最多であった。そこで、宅建業者の交渉・調整力、助言・提案力、契約締結から取引終了までの履行補助について把握した。

まず交渉・調整力については、宅建業者自身の売主、買主との対応について把握した。顧客対応について5件法（常にそうしている、だいたいしている、どちらともいえない、あまりしていない、全くしていない）で尋ねた。その結果は、「常にそうしている」と「だいたいそうしている」の合計値であるが、宅建業者は顧客の希望をよく聴きが94.9%、要望には迅速に対応が89.8%、迅速な意思疎通を図りが88.8%、相手と調整してまとめているが88.3%であった。また、取引目的に合わない物件はすすめないが82.7%であった。さらに、買主インタビューで不誠実な対応としてあげられていた急かしたりしつこく対応するは、

全くしていない 49%、あまりしていない 36.2%で合計すると 85.2%の宅建業者が意思決定を迫るような対応はしていないとし、買主とに認識のギャップが見られた。宅建業者の顧客対応を図示すると以下の通りである（図 5-9）。

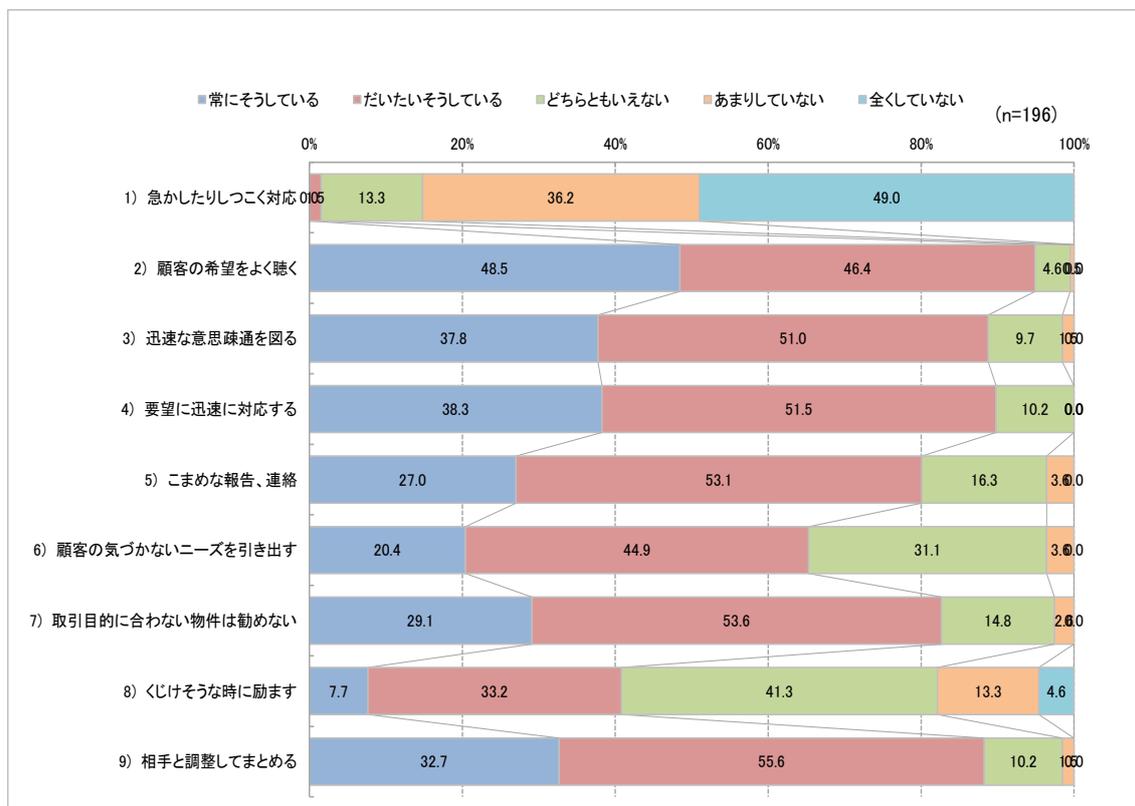


図 5-9 宅建業者の顧客への対応（交渉・調整力）

次に、宅建業者の売主や買主に対する助言や提案の状況について把握した。その結果は、「常にそうしている」と「だいたいそうしている」の合計値であるが、買主からの要求をよく聴くが 91.8%、売主からの要求をよく聴くが 89.2%である。買主に対しては物件内覧時に情報提供を行うが 92.9%、売主から入手した情報は買主に連絡し確認をとるが 92.3%であった。また、売主に対しては建物関係書類の提出を依頼するが 91.3%、告知書の提出を依頼するが 85.2%である。売主に対するモラル・ハザードとして指摘されている値引き依頼は、常にしているのは 5.6%、だいたいそうしている 46.4%と他の事項と比べると低い。宅建業者の売主・買主への助言、提案状況を図示すると以下の通りである（図 5-10）。

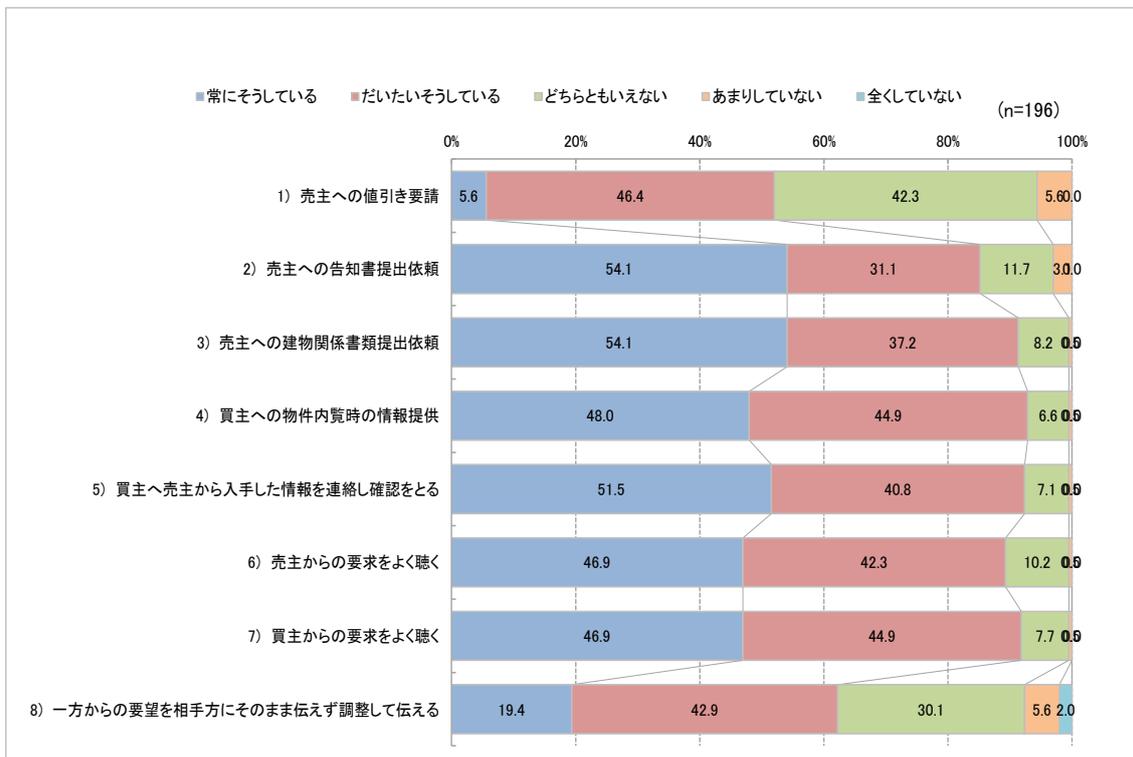


図 5-10 宅建業者の売主・買主への助言・提案状況

さらに、契約締結後から取引終了までの宅建業者の履行補助の対応状況を把握した。履行補助業務は媒介契約上の義務の一つであるが、それぞれの仲介業務の実施状況について、5件法（常にそうしている、だいたいそうしている、どちらともいえない、あまりしていない、全くしていない）で尋ねた。その結果は、「常にそうしている」と「だいたいそうしている」の合計値であるが、隣地との境界確認、確定への補助が 95.9%とほぼ必須業務としての認識であり、引渡しに向けての登記手続きや測量のため、司法書士や土地家屋調査士との調整が 93.3%、引渡時期の調整、遅延への対応が 92.3%、残置物処理、付帯設備の不具合対応が 85.7%となっている。

一方、先行研究でも指摘されたりフォームに係る提案は 51%と半数程度であり、将来的なライフプラン（マネープラン）の提案についても 37.2%と低い。契約後の宅建業者の履行補助業務を図示すると以下の通りである（図 5-11）。

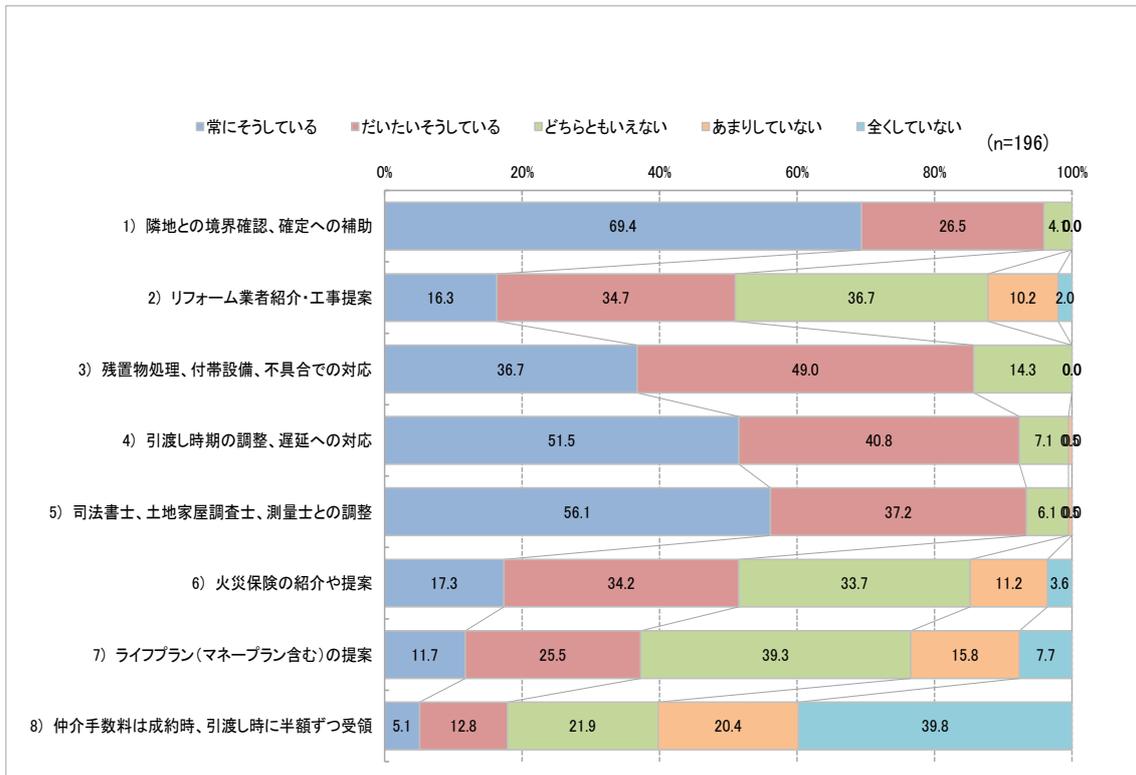


図 5-11 契約後の宅建業者の履行補助業務

3. 2. 3 代行機能

宅建業者の中核的仲介業務として次に多かったのは、売主、買主に代わって、的確で円滑な取引を遂行するために、専門的、複雑な調査や諸手続きを行う代行機能である。具体的には宅建業法上の重要事項説明、契約書作成、物件調査、価格査定など宅建業者が取引の専門家として担う業務であり、上述の通り、宅建業者自身もそれらの業務の重要性を認識している（図 5-8）。そのため、宅建業者が仲介業務として最重要業務であると位置づける重要事項説明の実態について把握した。上述の通り、重要事項説明は法定の情報の非対称性解消ツールであるが、その情報だけでは足りず、買主の意思決定に必要な情報が不足している。宅建業者は取引の専門家として追加的な情報を提供するため、必要な調査を行い法定情報以外の情報も提供している（図 5-4）。

また、重要事項説明の時期については、上述の通り買主は契約直前での説明は

望んでいないものの、実態的には契約当日での説明が大半であった（図 5-5）。さらに、重要事項説明に要する時間について把握した。30分から60分程度が50.0%と半数を占めた。国土交通省の調査（2006）においても、30分から60分が52.5%であり、現状においても変化はない。今回の調査においても60分から90分程度が40.3%、90分から120分程度が5.1%と1時間以上時間をかけて説明する場合も40%を超えている。重要事項説明に要する時間について図示すると以下の通りである（図 5-12）。

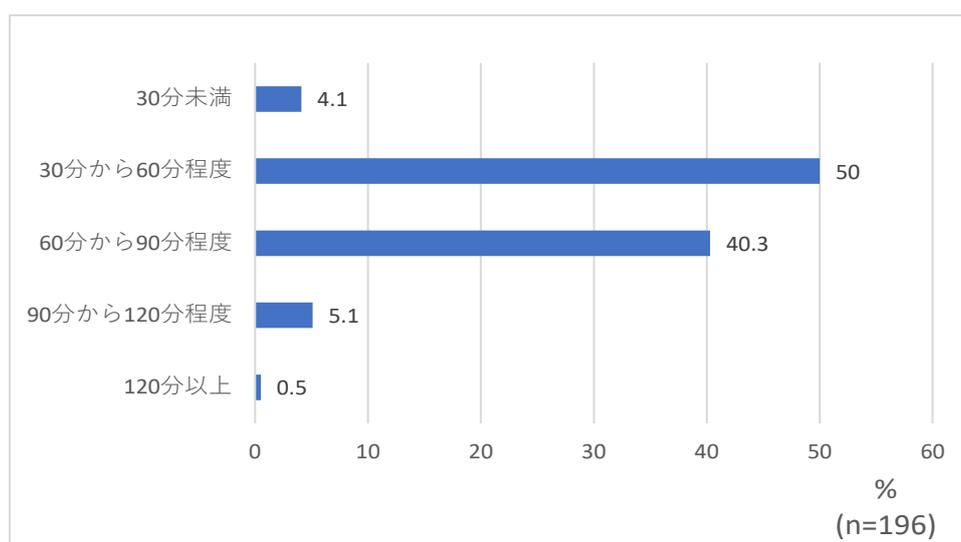


図 5-12 重要事項説明に要する時間

3. 2. 4 物件情報提供機能

宅建業者の機能として、物件情報を多数収集し、それら情報を市場に公開して取引相手を探索、マッチングする情報提供機能がある。表 5-2 で示した通り、物件情報収集業務は広告宣伝、物件探索、価格査定、物件調査と相関を示している。そのため、広告・宣伝手段と物件探索後の成約結果について把握した。

広告・宣伝手段として IT 化の進展により、住宅取引の物件情報提供もインターネット活用が普及している。広告・宣伝手段としては最多だったのは、レイズ掲載で 83.7%であった。レイズは、専属専任媒介契約と専任媒介契約締結

時には宅建業法上必ず登録されるものである。次いで、自社のホームページ掲載が73%、民間ポータルサイト掲載が67.9%、所属する宅建協会や全宅連のハトマークサイト掲載が58.2%とインターネットの活用が主流である。一方、看板表示が53.1%、店頭表示が41.8%、チラシ配布が27.6%、タウン誌や情報誌の掲載が16.8%とインターネットを利用しない広告・宣伝手段も依然として活用されている実態がある。広告・宣伝手段の実態は以下の通りである（図 5-13）。

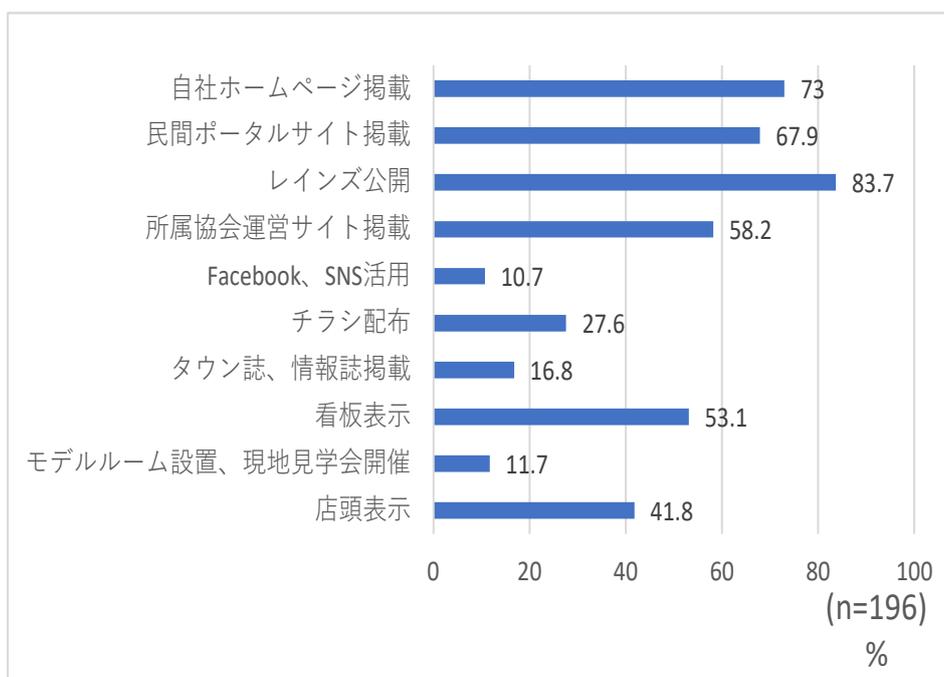


図 5-13 広告・宣伝手段の実態

以上の広告・宣伝手段をとる宅建業者のインターネットを活用した場合の成約率について把握した。自社のホームページや民間ポータルサイト、宅建協会サイトへの掲載での成約率の平均は4.4割であった。また、レインズへの掲載だけでの成約率の平均は2.4割であった。両者を合するとインターネットを活用した広告・宣伝手段での成約率は6.8割と2/3を占める。一方、1/3程度はインターネットを活用しないで成約する取引もあることから、依然として看板や店頭表示、チラシ配布、情報誌掲載等の宣伝手法が取られていると考えられる。

3. 2. 5 商品組成機能

宅建業者は情報提供機能だけではなく、自らの営業地域内を市場調査し、物件が取引されるように必要な物件調査と価格査定を行い、商品として価値を持つように宣伝広告を行う商品組成機能がある。広告宣伝手段については図 5-13 の通りである。価格査定の手法について把握した。活用するデータや資料について 5 件法（常にそうしている、だいたいそうしている、どちらともいえない、あまりしていない、全くしていない）で尋ねた。その結果は、「常にそうしている」と「だいたいそうしている」の合計値であるが、最も利用されているデータは、自社収集データが 76%、次いで、民間の価格情報が 73%、路線価が 71%、地価公示・都道府県地価調査が 67.8%、レインズ成約情報が 63.8%であった。活用が推奨されている価格査定マニュアルは 42.3%であった。宅建業者の価格査定における活用データや資料については以下の通りである（図 5-14）。

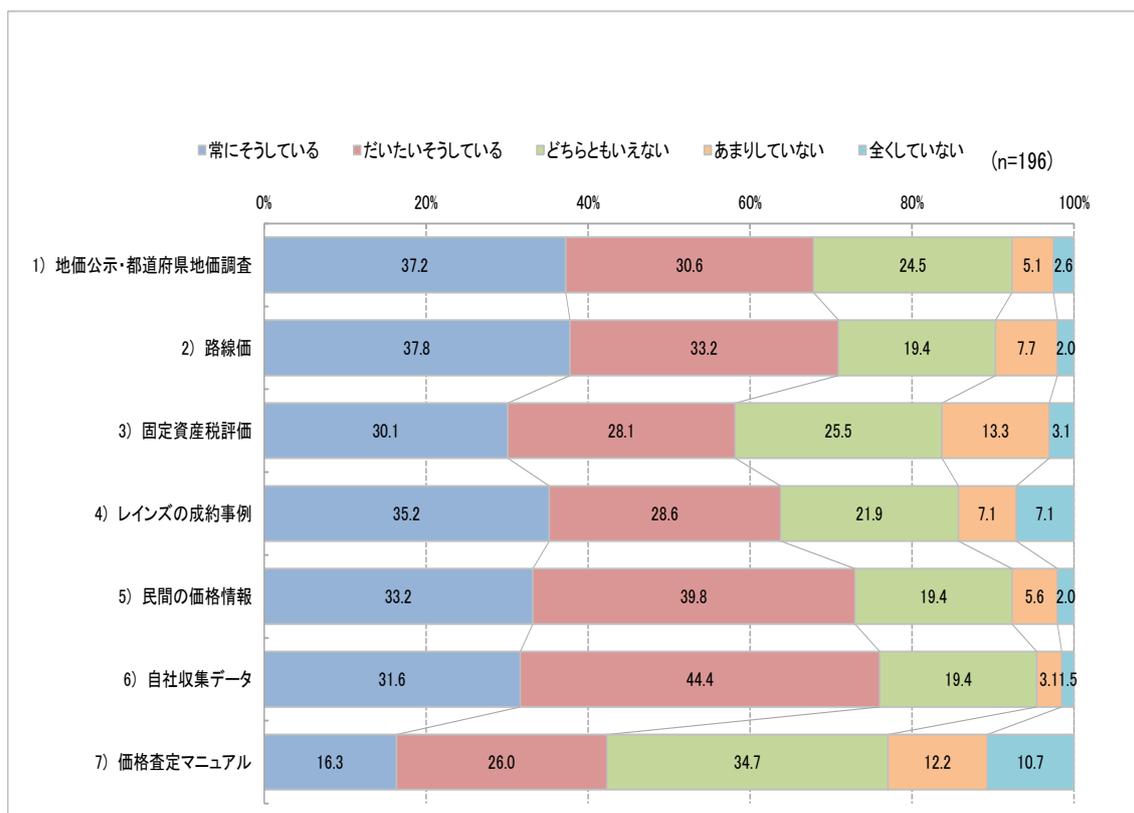


図 5-14 宅建業者の価格査定活用データ・資料

3. 3 宅建業者のプリンシパル・エージェント問題の発生

売主・買主は宅建業者と媒介契約を締結することにより、コアリッション関係とエージェンシー関係が生ずる。また、エージェンシー関係に限界が生じるとプリンシパル・エージェント問題を生じる。そのため、宅建業者が売主・買主と締結する媒介契約の実態を把握した。

まず、住宅取引において締結する媒介契約についてである。宅建業者の仲介手数料は成功報酬である。宅建業者は仲介手数料受領の確実性を高めるため、他の宅建業者には依頼できず当該宅建業者しか仲介できない専任媒介と専属専任媒介を優先し、両方で75.5%と3/4以上を占める。専属専任媒介や専任媒介は当該宅建業者のみが取引に関与する契約であり、取引成約に向けて協調的な関係すなわちコアリッションにある。ただし、専属専任媒介は営業報告を毎週行うことが義務付けられており業務繁多となることから、宅建業者は専任媒介契約を優先する(57.1%)。媒介契約ごとの締結状況は以下の通りである(図5-15)。

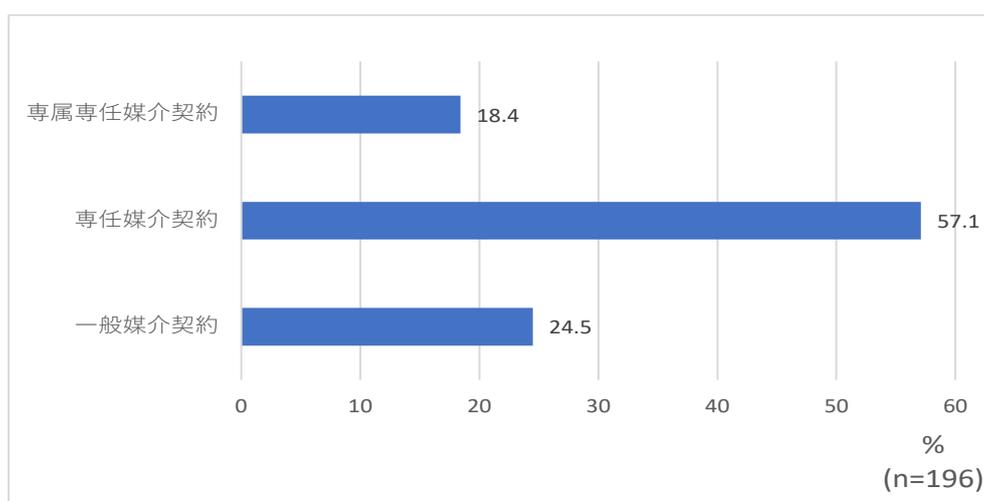


図5-15 媒介契約締結状況

また、住宅取引における仲介での成約実績のうち、宅建業者がいずれの仲介者の立場として成約に至ったかについて把握した。結果は、売主側だけの仲介の成約率が平均で3.68割であり、分布は下図の通りである（図5-16）。

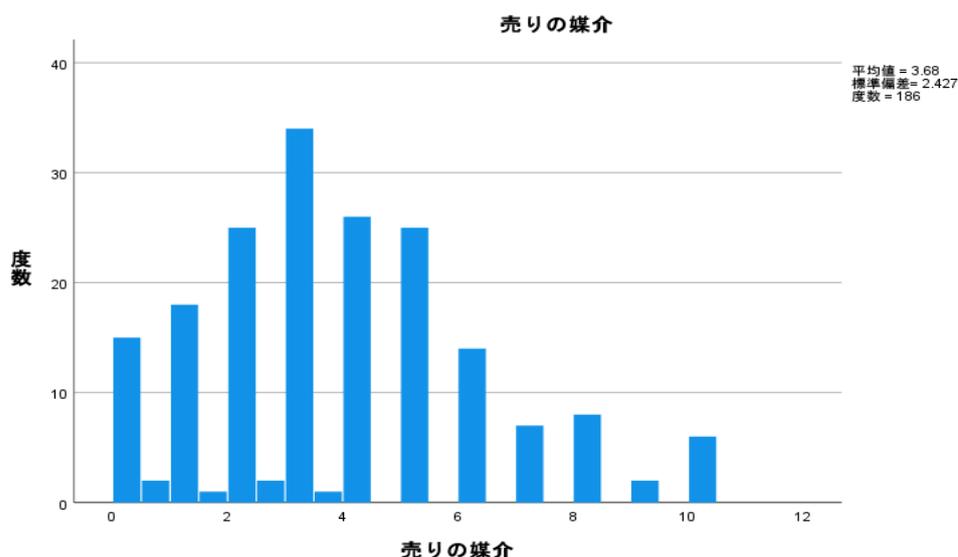


図5-16 住宅取引における売主側の仲介成約割合

また、買主側だけの仲介の成約率が平均で2.03割であり、売主側だけの仲介の成約率の半分程度と少ない。また分布は下図の通りであるが、買主側だけの仲介をしない場合も多い。（図5-17）。

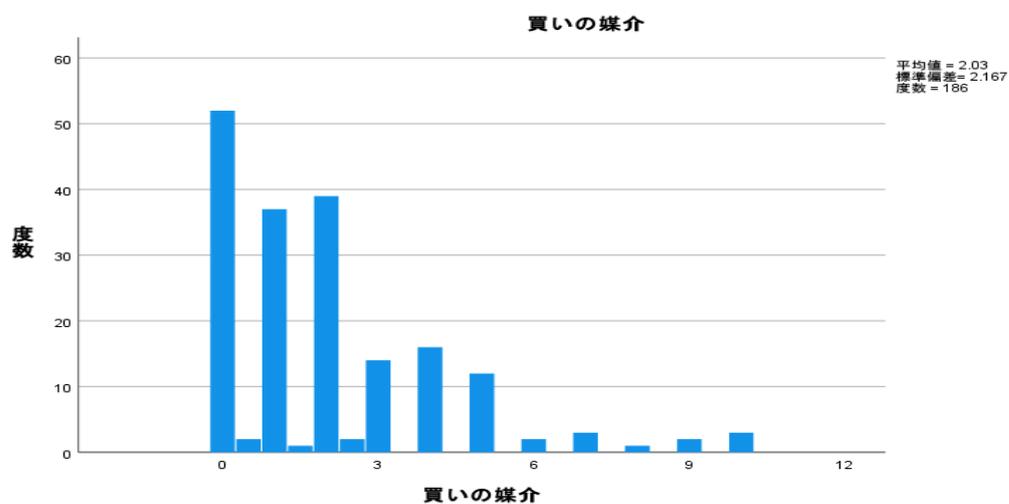


図5-17 住宅取引における買主側の仲介成約割合

さらに、プリンシパル・エージェント問題の惹起が指摘されている売主・買主が同一宅建業者で成約したいいわゆる両手仲介の成約率は平均で 4.29 割であり、売主側だけの仲介成約より若干多い。分布は下図の通りである（図 5-18）。

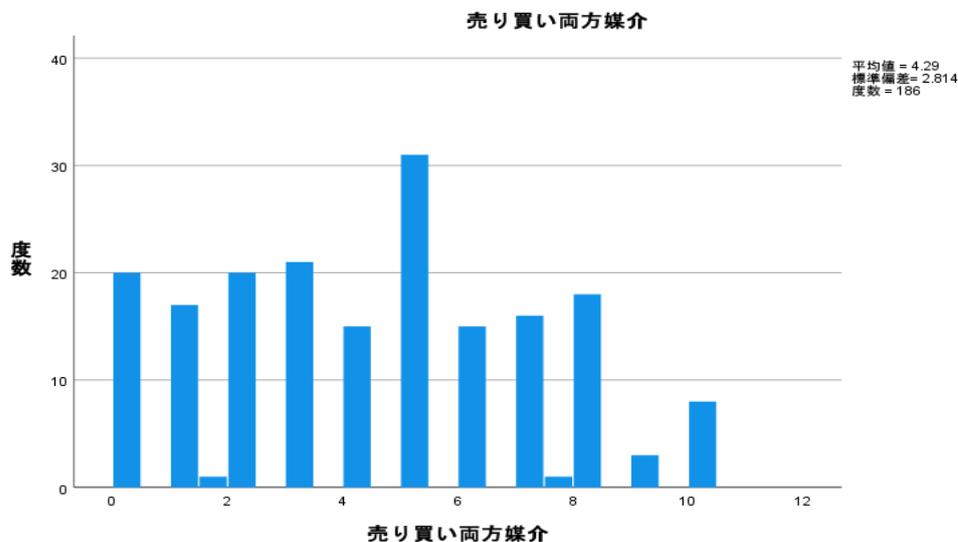


図 5 - 1 8 住宅取引における売主・買主両方仲介の成約割合

3. 4 売主・買主と宅建業者間の信頼関係構築

上述の通り売主・買主は宅建業者と媒介契約締結により、コアリッション、エージェンシー関係となり取引全般を宅建業者に任せることから、宅建業者を信頼せざるを得ない。信頼には人柄の個別的信頼に加えて、専門家である宅建業者の技能や経験を信用する専門信頼がある。また、医療分野における「インフォームド・コンセント」のような専門家側からだけの意思決定ではなく、一般人からも積極的な同意を必要とし、情報の受け手の立場を重視する同意信頼がある（坂井 2019）。宅建業法上では住宅取引においては、宅建業者は買主に対して契約前に必ず重要事項を説明しなければならない（宅建業法第 35 条）。さらに、Arrow (1963) は、専門家はペストプラクティスと高い職業倫理感が必要だとしている。こうしたことから、宅建業者が売主や買主に対してプリンシパル・エージェント問題回避あるいは解決のため、信頼関係構築への取り組み状況を把握した。具体的

には、宅建業者の重要事項説明に対する顧客の理解度、宅建業者の顧客に対する接客対応、トラブル対応姿勢、取引姿勢、宅建業者の選択方法について把握した。

3. 4. 1 宅建業者の同意信頼

重要事項を説明する宅建業者側からの評価であるが、情報の受け手である買主の理解度について把握した。結果は、まあまあ理解されたが 65.3%、十分に理解されたが 29.1%で、一方、あまり理解されていないはずかに 5.1%と、宅建業者の自己評価は高い。国土交通省での調査（2006）によれば、一般の買主の重要事項説明の理解度は、十分に理解できたは 24.5%、まあまあ理解できたは 65.9%、あまり理解できなかったは 8.7%であり、概ね今回の宅建業者の自己評価と一致しており、同意信頼を得ている。宅建業者の自己評価としての重要事項説明に係る買主の理解度を図示すると以下の通りである（図 5-19）。

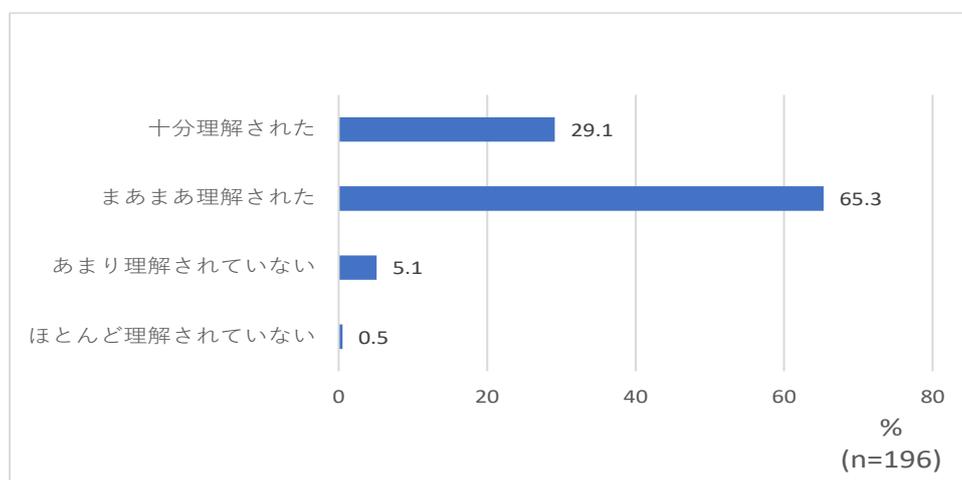


図 5-19 重要事項説明の買主理解度（宅建業者の自己評価）

3. 4. 2 宅建業者の取引姿勢を通じた信頼関係構築

宅建業者自身が顧客に対して接客する際の対応や心構えについて把握した。顧客への対応状況について 5 件法（常にしている、だいたいしている。どちらともいえない、あまりしていない、全くしていない）で尋ねた。その結果は、「常

にそうしている」と「だいたいそうしている」の合計値であるが、誠実な対応をするが 97.5%、平易な言葉遣いをするよう心掛けているが 97.4%、約束にルーズでないが 95.4%、顧客が気軽に質問できる雰囲気となるよう心掛けているが 94.9%、身だしなみを整えるが 92.4%と人柄のような個別的信頼を得られるよう努めている。また、高額な財産をしているという自覚で取引に臨むが 95.9%と高い職業倫理感を保持している。さらに、顧客からの感謝やつながりが業者の喜びや励みになるが 95.9%と信頼形成の重要性を認識している。

一方、早く成約させることに全力をあげるについては 19.4%、購入者が迷ったら決断を促すは 36.7%であり、取引当事者の意思を尊重する姿勢を持っている。宅建業者の接客対応、心構えを図示すると以下の通りである（図 5-20）。

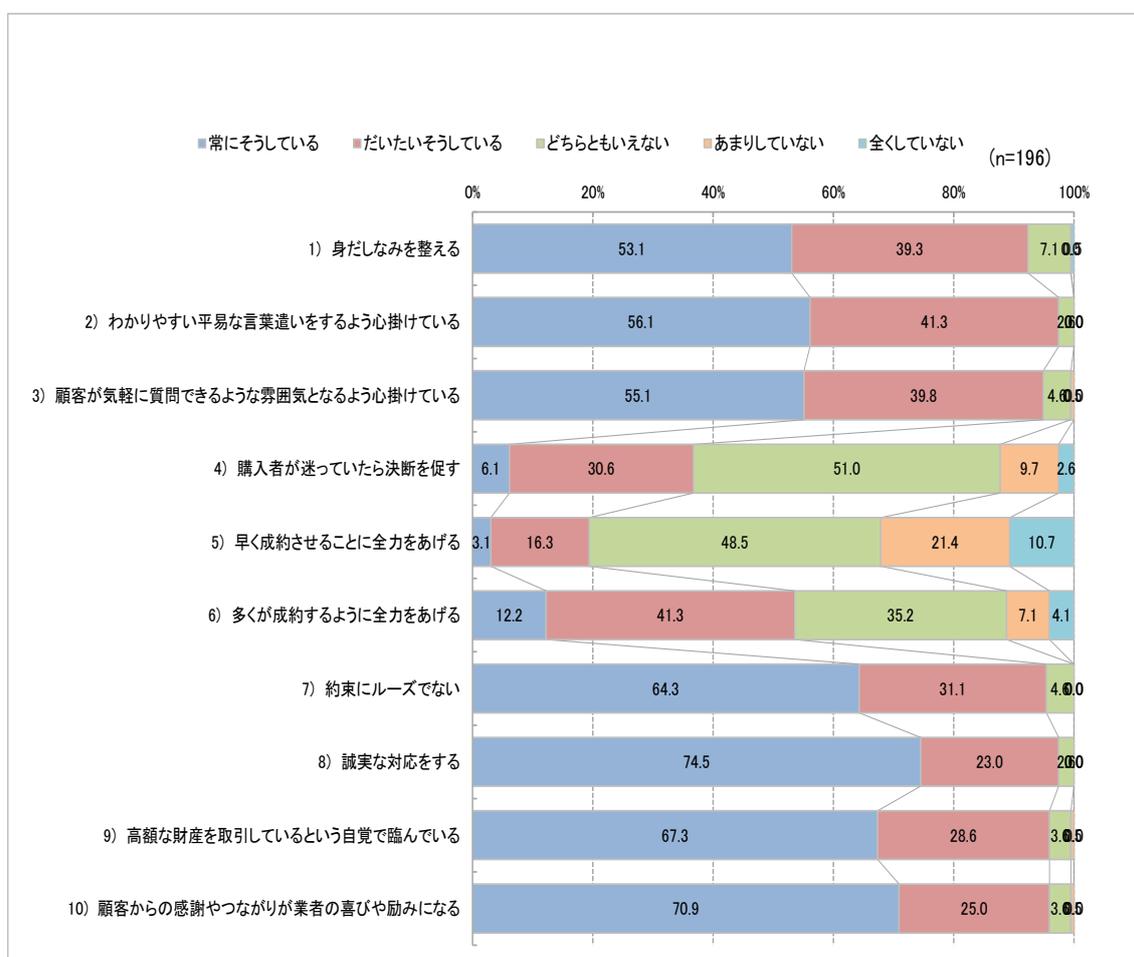


図 5-20 宅建業者の接客対応、心構え

続いて、顧客とのトラブルや不測の事態が生じた際の対応について把握した。顧客への対応状況について5件法（常にしている、だいたいしている。どちらともいえない、あまりしていない、全くしていない）で尋ねた。結果は、「常にそうしている」と「だいたいそうしている」の合計値であるが、最後まで真摯に対応が97.5%、相手の主張を聴き向き合うが96%である。一方、ビジネスライクに対応するは30.6%であった。また、相手を避けるはわずかに4.1%であり、大半は相手を避けるような対応はしていない（全くしない43.9%とあまりしない31.1%）。宅建業者のトラブル対応姿勢を図示すると以下の通りである（図5-21）。

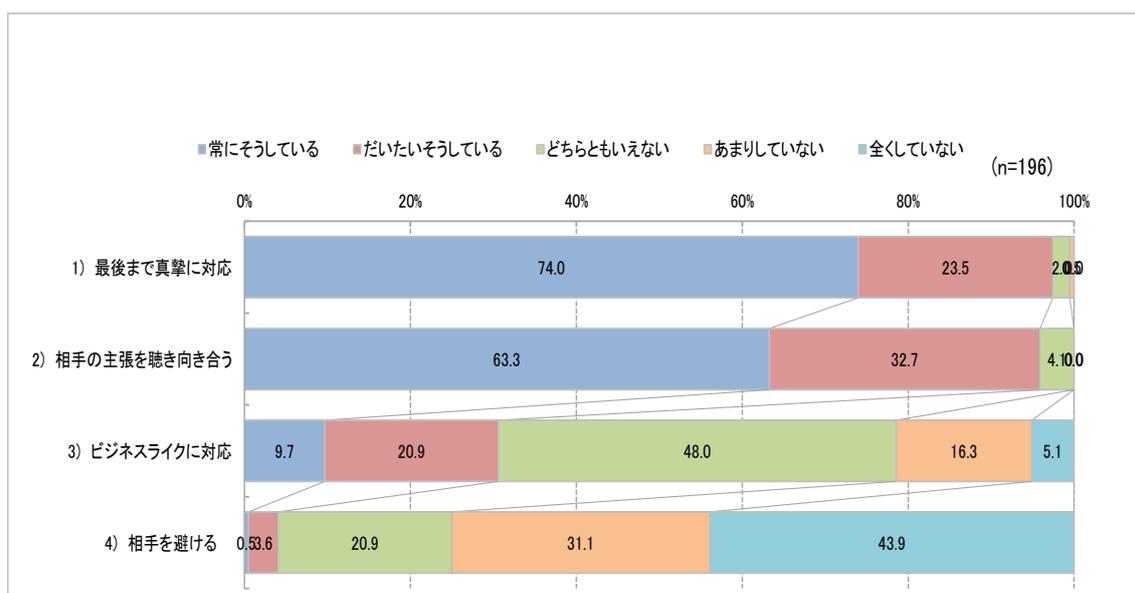


図5-21 宅建業者のトラブル対応姿勢

さらに、宅建業者の取引姿勢について把握するため、5件法（常にしている、だいたいしている。どちらともいえない、あまりしていない、全くしていない）で尋ねた。結果は、「常にそうしている」と「だいたいそうしている」の合計値であるが、安全に事故なく取引を遂行するが96.9%、提供物件について確実に調査、情報収集するが96%であり、的確な取引遂行が最重要であると認識している。相手が納得するまで丁寧に説明するが94.9%、メリットだけでなくデメ

リットも伝えるが 93.4%、顧客の希望をよく聴き最適な物件を提供するが 90.3%と真実を話し、ベストプラクティスな取引姿勢で遂行しようと努めている。また、顧客に対する助言や説明については、知識や経験に応じて説明を工夫するは、常にそうしている 38.8%、だいたいそうしている 50%と合わせて 88.8%である。さらに、顧客の将来的な見通しを考慮して助言するのは、常にそうしているは 32.7%、だいたいそうしているは 50.5%と合わせて 83.2%である。このように宅建業者は、プリンシパル・エージェント問題の回避や解決に努めている。

これとは反対に、取引の阻害要因となることは伝えないような対応をしないは 80.6%（全くしないは 56.6%、あまりしないは 24%）である。また、顧客より自社を優先して活動をしないは 57.2%（全くしないは 27.6%、あまりしないは 29.6%）である。さらに、仲介業務は難しいからと言って早く手離れするような対応をしないは 60.7%（全くしないは 40.3%、あまりしないは 20.4%）である。このように宅建業者は業者本位、自社本位ではなく、顧客本位が第一であるとの取引姿勢を持っており、信頼関係構築に努めている。

なお、自社の経営方針や営業実績、従業員情報の公表状況は、実施しているが 43.4%（常にそうしている 19.4%、だいたいそうしている 24%）であるものの、どちらともいえないが 38.3%もある。内面的には高尚な取引姿勢を抱いているが、シグナリング効果があるにも関わらず外部にはそれら情報を公表していない実状がある。宅建業者の取引姿勢を図示すると以下の通りである（図 5-22）。

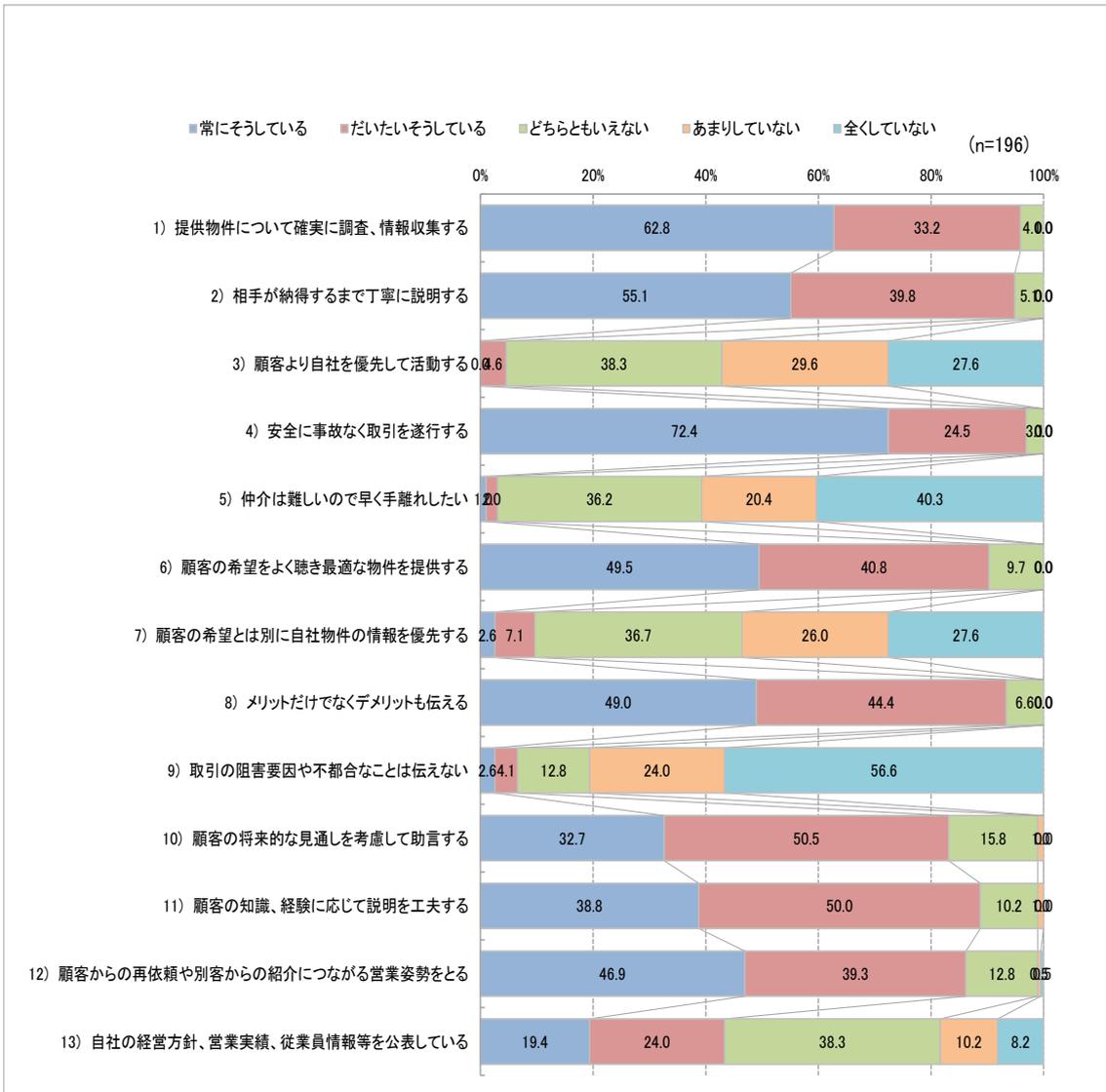


図 5-22 宅建業者の取引姿勢

3. 5 一般人の宅建業者の選択方法

住宅取引に際し一般人が良い宅建業者を選ぶ方法について把握した。結果は、実際に業者や担当者と話すことがあげたのが 58.7%と過半を占めた。次いで、不動産や建築に詳しい知人、専門家に相談が 17.9%であった。公表情報の活用として、宅建業者のホームページが 8.2%、宅建業者の掲載物件が 6.1%であった。評判等が掲載された口コミサイトが 2%、行政資料は 0.5%とほとんど参考

にはならないとする。宅建業者からすると、依頼者自らが話してみても取引を任せるかどうかを判断して欲しいということである。一般人が住宅取引に際して、良い宅建業者を選ぶ方法を図示すると以下の通りである（図 5-23）。

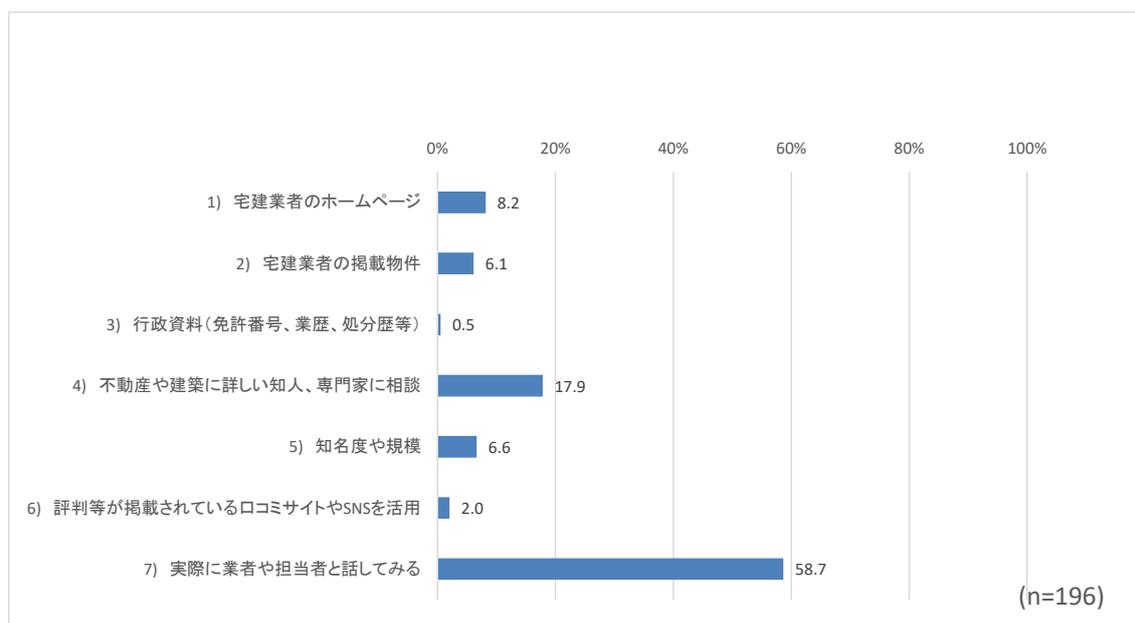


図 5 - 2 3 宅建業者の選択方法

4. 考察

宅建業法の重要事項説明では、取引条件や権利関係、多数の法令上の制限等が説明事項とされているが、ハザードマップをはじめとして法定事項以外で買主の意思決定に必要な情報は多岐に渡る。その他にも、居住するにあたり重要な生活情報として、近隣関係情報や公害情報などの環境情報や教育情報、商業施設、医療福祉情報、治安情報がある（図 5-4）。また、住宅の品質は不確実であることから、情報の非対称性解消と住宅品質情報の透明性を図るため、2018年に建物状況調査が宅建業法に位置付けられて制度化された。現状では制度の周知不足や実施するメリットが乏しいことから、調査実施率は極めて低い。このように住宅市場における情報提供には限界があり、それを補完するものとして、宅建業者が存在する（リサーチクエスチョン1に対応）。

それでは宅建業者はどのような機能があるのだろうか。宅建業者の中核的仲介業務の分析結果（図 5-7）から見ると、多数の物件情報を収集して市場に提供し、マッチングなどを行う物件情報提供機能が必要とされている。しかし、それ以上に宅建業者にとっては、売主・買主間の交渉・調整をはじめとして、助言・提案、履行補助などの取引過程全般の進行管理としての調整管理機能が最も重要な機能である。さらに、重要事項説明などに代表される売主・買主に代替して専門的、複雑な調査や諸手続きを行う代行機能も重要である。

宅建業者が重要視する仲介業務（図 5-8）として、重要事項説明、契約書作成、決済・引渡し、物件調査、価格査定は、いずれも宅建業者が取引の専門家として、専門的、複雑な諸手続きについて、売主、買主に代替して行う代行機能である。また、取引進行管理、交渉・調整、助言・提案などの調整管理機能も重要視している。仲介業務間の相関分析（表 5-2）では、交渉・調整業務と助言・提案業務は相互間において強い相関を示すだけでなく、代行機能に係る業務や情報提供機能に係る業務とも相関を示す等、仲介業務を網羅している。このことから、宅建業者にとっては的確、円滑な取引遂行のためには、取引当事者との交渉・調整や助言・提案が重要な要素であることを示している。また、信頼関係構築については、交渉・調整、助言・提案、重要事項説明、決済・引渡し、取引進行管理の 5 業務と相関を示している。これらの業務はいずれも、的確、円滑な取引遂行のためには重要な役割を果たし、取引上の節目となるものであり、宅建業者と売主・買主間での相互信頼関係が必要とされることを示している。

以上のことから、宅建業者の機能としては、当事者間の調整や専門家としての助言、履行補助等、取引過程全般の調整管理機能と取引の専門家として複雑な調査や諸手続きなどを担う代行機能が中心であることが明らかとなった。併せて、的確、円滑な取引遂行のために売主・買主との信頼関係構築も重要な要因となることが明らかとなった（リサーチクエスション 2 に対応）。

宅建業者が締結する媒介契約の分析結果（図 5-15）からみると、仲介手数料

の受領を確実にするため、他の宅建業者への依頼を排除した専任媒介契約締結を基本としている。専任媒介契約では取引成約に向けて協調的關係、つまりコアリッション関係となる。また、宅建業者の仲介者としての立場の相違による成約率の分析結果（図 5-16～図 5-18）から見ると、宅建業者にとっては依然として両手仲介取引による成約が最大である。この両手仲介取引は、プリンシパル・エージェント問題を生じさせる可能性がある。さらに上述の通り、宅建業者の重要事項の説明時期は依然として大半が契約日当日に行われている（図 5-5）。また、建物状況調査については宅建業法で制度化されたが、宅建業者は制度説明等により積極的に勧奨するのではなく、宅建業法上の義務とされているので勧めているのが多数であり、制度普及はしていない（図 5-6）。こうした宅建業者の対応はモラル・ハザードによるプリンシパル・エージェント問題を惹起することが明らかとなった（リサーチクエスチョン 3 に対応）。

的確、円滑な取引を遂行し、プリンシパル・エージェント問題を回避、解決するためには、宅建業者は売主・買主に対して相互に信頼関係を構築することが必要であり、仲介業務においてもその重要性を認識している（図 5-8、表 5-2）。具体的には、宅建業者の顧客への対応の分析結果（図 5-9）から見ると、顧客希望を聴いた上で、迅速に意思疎通を図るとともに、取引目的に合わない物件を勧めない、意思決定を迫る対応をしないとしている。また、トラブル発生時の宅建業者の対応に関する分析結果（図 5-21）からは、専門家として相手の主張を聞き向き合いながら、最後まで真摯に対応し、相手を避けたり、ビジネスライクのような対応はしないと、プリンシパル・エージェント問題の回避や解決に努めている。さらに、宅建業者自身の接客対応や心構えに関する分析結果（図 5-20）を見ると、高額な財産を取引しているという高い職業倫理感を持ち、誠実な対応を心掛けている。そして、宅建業者の取引姿勢の分析結果（図 5-22）からは、宅建業者は安全に事故なく取引を遂行するため、提供物件を確実に調査するとともに、顧客の希望をよく聴き最適な物件を提供することに努め、相手に対して

はメリットだけでなくデメリットも伝え、顧客の将来的な見通しを考慮して助言するなどベストプラクティスを目指した取引姿勢で臨んでいる。また、宅建業者は相手が納得するまで丁寧に説明し、知識や経験に応じて説明を工夫する等、金融商品取引法の適合性の原則に準拠する対応もとっている。さらに、重要事項説明に対する買主の理解度は宅建業者の自己評価と買主評価によると、概ね理解されている結果が示されており(図 5-19)、同意信頼を得るなど、宅建業者はプリンシパル・エージェント問題の回避や解決に努めている。

こうした顧客への接客対応や取引姿勢を通じて、宅建業者は顧客からの感謝やつながりが宅建業者の喜びと考えており(図 5-20)、顧客からの再依頼や別客からの紹介につながる営業姿勢をもって取引に臨むとしており(図 5-22)、宅建業者は依頼者である売主・買主との間に信頼関係を構築しようとしている取引姿勢をもっている。さらに、宅建業者が推奨する優良な宅建業者選択の方策の分析結果(図 5-23)から見ると、業者や担当者と話すことが重要であるとしており、信頼関係構築には宅建業者と依頼者との意思疎通などを通じた相互作用が大きな要因となることが示された(リサーチクエスチョン4に対応)。

しかし、宅建業者は業者選択の方策として業者自身と直接的な意思疎通の重要性を説くが、売主や買主は面識のない宅建業者を訪ねて話すことに躊躇する。買主と宅建業者のインタビュー結果、宅建業者のアンケート結果から見ても、今やインターネットを活用して情報収集が図られ、成約の大半もそれを活用した状況にある。宅建業者は、内面的には高尚な取引姿勢や高い職業倫理感を保持しているが、シグナリング効果が見込める自社の経営方針や営業実績、従業員情報等について、インターネットを活用して積極的に情報公開していない。自社のシグナリング効果を発揮できなければ、物件数の多寡やメディアを通じた宣伝量によって業者選択が行われる。売主・買主らの取引関係者に面倒をかけず容易に業者選択を可能とし、的確、円滑に取引を遂行するためには、宅建業者自身が限界を克服し、いっそうの情報発信が必要となる。

参考文献

- ・国土交通省「不動産取引における消費者への情報提供のあり方に関する調査検討委員会報告」2006年
- ・国土交通省住宅局「既存住宅状況調査の実施状況に関するアンケート調査結果」2019年
- ・坂井素思『経済社会を考える』第13章「ネットワーク社会と不確実性」p.235-251,第14章「信頼社会の可能性」p.252-269 一般財団法人放送大学教育振興会 2019年
- ・Kenneth J. Arrow. “Uncertainty and the welfare economics of medical care”
The American Economic Review 1963 vol. 53 No.5 p.941-973
- ・(株)リクルート住宅総研 「消費者行動の変化の理解と今後の不動産仲介業に求められる役割の考察 不動産仲介会社への期待と満足度調査」2010年
- ・趙賢株『『住み継ぐ』という住まい方の実現に向けた住情報支援に関する研究』
京都大学博士論文 2015 甲第 18974号
- ・小野内智子「介護職員のワーク・エンゲイジメントと関連要因の構造－介護職員のアンケート調査結果から－」東洋大学博士論文 2019 甲第 451号
- ・根本愛子「日本語学習動機におけるポップカルチャーの役割：カタルを事例とした量的および質的研究」一橋大学博士論文 2014 甲第 799号
- ・井上洋士『ヘルスリサーチの方法論』一般財団法人放送大学教育振興会 2013年
- ・徳本友一郎『改訂版 超入門 不動産の教科書』新星出版社 2019年

資料：Web アンケート依頼状

件名 :【全宅連】 全宅連モニターアンケート回答のお願い
全宅連モニター各位

いつも本会の会務運営に際し格別のご尽力を賜り感謝申し上げます。

平素は全宅連の各種事業並び調査にご協力いただきまして感謝申し上げます。

さて、私は全宅連事務局で次長をしております篠崎一成と申します。

現在、私は放送大学大学院博士後期課程に在籍し、「住宅仲介取引における宅地建物取引業者の役割」をテーマに研究しており、

このたび不動産総合研究所長のご許可を得て、全宅連モニターの皆様方に下記の通りアンケート調査へのご参加をお願い申し上げます。

大変ご多忙のところ誠に恐縮に存じますが何卒ご協力の程宜しくお願い申し上げます。

=====

◆下記 URL をクリックしてアンケートにお進みください。

https://questant.jp/q/z202006KINOU_24

=====

*アンケートの所要時間は 15 分程です。

*アンケート回答期限は 6 月 23 日（火） いっぱいとさせていただきます。

皆様のご協力をお待ちしております。

【アンケートについて】

1. 研究テーマ「住宅仲介取引における宅地建物取引業者の機能と限界に関する研究」
2. 研究目的と社会的意義：住宅という特殊な財の取引が安全に遂行されるよう、携わる宅地建物取引業者が提供されるサービスの実態把握を通じて、その果たすべき役割を明らかにすることを目的とします。
3. 調査期間：令和 2（2020）年 6 月 11 日（木）～6 月 23 日（火）
4. 調査対象者：全宅連モニターの皆様方

5. 調査方法、内容：モニターの皆様方に通常 ID 調査などで活用している WEB アンケートシステム「Questant」にて、

アンケート調査（15 分程度）をお願いします。調査内容は、住宅売買仲介の際の実務対応について、情報提供や重説の実態、御社の取引方針等についてお伺いします。

6. 個人情報の保護と倫理的配慮：以下のことを厳守します。

①調査は WEB アンケートですので皆様方のご都合でご協力頂ければ幸いです。

②研究目的以外では使用いたしません。学会等での発表や全宅連の要望活動でのバックデータとして活用する場合には、個人が特定されないよう匿名化します。

③氏名など個人情報を匿名化して管理します。なお、調査提出後の撤回はできませんので、ご了承ください。

④調査協力への参加は自由意志であり、拒否や中断しても不利益にはなりません。

⑤協力することにおける予測されるリスクは特にありません。

⑥本研究は、放送大学倫理審査委員会の承認（平成 30 年 3 月 30 日付け・通知番号 45）を得て行います。

《問い合わせ先》

所属：放送大学大学院博士後期課程（奈良由美子研究室）

公益社団法人全国宅地建物取引業協会連合会

事務局次長 篠崎一成

住所：東京都千代田区岩本町〇―●

電話：070-××-〇〇

e-mail: shinozaki@××

第6章 総合考察

本章では各章からの知見を要約し、本研究の成果をまとめるとともに、本研究の限界と課題を述べる。

1. 各章の要約

1. 1 第1章の要約

第1章では研究目的、研究方法、先行研究の整理等により論文構成を示した。

本研究の目的は、宅建業者の業務上の機能はどのようなものか、宅建業者と売主・買主とが取り結ぶ関係性には問題が生じないのか、さらに、問題回避や問題解決のための方策はどのようなものかを検討することを通じて、宅地建物取引業者の機能と限界について明らかにすることである。

住宅は個別的、地域特性が強く、品質が不確実な財であるので、取引に必要な情報は多岐に渡る。しかし単に多くの情報を収集するだけでは的確、円滑な取引の遂行はできず、住宅市場の情報には限界が生じている。それを補完し、取引に参与するのが専門家としての宅建業者である。このとき、業務上の仲介機能はどのようなものか。また、宅建業者と売主・買主の間には媒介契約締結により、コアリッション、エージェンシー関係が形成されるが、これら関係性の限界としてプリンシパル・エージェント問題が生じていないか。さらに、プリンシパル・エージェント問題を回避、解決するための方策として、信頼が果たす役割があるのかについて研究を進めてきた。

本研究には以下の通り4つのリサーチクエスチョン（以下「RQ」という。）を設定し、それらを明らかにするため、文献考察、買主に対するインタビュー調査、宅建業者に対するインタビュー調査とアンケート調査を行った。

・RQ1：住宅取引には一定の情報が必要であるが、情報提供状況とその限界はどのようなになっているのか。

・RQ2：仲介者として取引に関与する宅建業者の業務上の機能はどのようなものか。

・RQ3：売主・買主と宅建業者間には、プリンシパル・エージェント問題が生じていないか。

・RQ4：宅建業者はプリンシパル・エージェント問題への回避や売主、買主との信頼関係構築に取り組んでいるのか。

以上を踏まえて、本研究の独創性は、的確、円滑な住宅取引の遂行について、従来の情報の非対称性解消アプローチだけでなく、宅建業者の機能と重要性、取引当事者である売主、買主と宅建業者のコアリッション、エージェンシー関係を示しつつ、両者間に生じるプリンシパル・エージェント問題とその回避方策について、質的研究手法と量的研究手法を用いて考察することである。

1. 2 第2章の要約

第2章は、リサーチクエスチョン1、2、3および4に対応して住宅取引に係る政策すなわち宅建業法に関する文献考察を行った。具体的には、住宅取引における宅建業法上の情報提供と限界について、宅建業者情報と不動産広告情報、重要事項説明と住宅の品質開示に向けた施策、また、宅建業者と売主・買主とで締結される媒介契約の機能と限界、宅建業者の信頼の形成に関する施策について考察した。

わが国の住宅取引では売主自らが買主と直接的に自己取引を行うことは皆無であることから、取引には宅建業者が仲介として関与する。売主にとっては、宅建業者への依頼の成否により成約額、成約速度が影響を受けることから、業者選択は重要である。市場に公開されている業者情報は行政庁に備え付けられている宅建業者名簿があるが、インターネットで容易に情報収集ができないという限界がある。買主は業者情報が重要であるが、それに加えて購入希望物件をインターネットサイトや折込チラシ等の不動産広告情報で情報収集するものの、基

本的な情報に限定され、意思決定には不十分である。また、宅建業者に対する情報提供義務としては、情報の非対称性解消の法定ツールである重要事項説明があるが、専門的、形式的であって説明項目も多い。さらに、説明する宅建業者の書面交付や説明時期が契約直前に行われる。国土交通省の調査（2006）によれば買主が十分に理解できたのは、1/4 程度であった。

また、住宅品質情報の透明化を図るため、2018 年より宅建業者に対して売主、買主への建物状況調査の斡旋を義務付けた。しかし、制度導入後も制度の周知不足、宅建業者の消極的推奨、売主・買主が調査費用をかけたくない等の理由から、調査実施はわずか 4 % である。

このように重要事項説明や建物状況調査は情報の非対称性解消の法定ツールであるが、その期待される機能に対して情報提供の内容や方法、宅建業者の対応など限界がある（以上、リサーチクエスチョン 1 に対応）。

さらに、売主・買主は取引成約のために媒介契約をそれぞれ締結する。媒介契約締結により、売主・買主は宅建業者とコアリッション、エージェンシー関係を形成し、宅建業者から様々な仲介サービスが提供される。その内容は媒介契約の標準約款に定められ、宅建業者の業務上の機能が網羅されている。大別して 3 つある。第一は、物件情報をレインズへ登録し相手方を探索する等の物件情報提供機能である。第二は、成約に向けて取引関係者の調整、交渉、助言や建物状況調査の斡旋、契約から引渡しまでの履行補助等の調整管理機能である。第三は、取引の専門家として売主、買主に代替して物件調査や価格査定を行い、重要事項説明、契約書作成等の代行機能がある。他にも、宅建業者は地域の物件調査や価格査定により、住宅市場に物件情報を公開、広告宣伝して、流通を図る商品組成機能もある（以上、リサーチクエスチョン 2 に対応）。

一方、宅建業者の提供するサービスは専門的、複雑な内容であり一般人には評価することが困難な信頼財サービスである。それにも関わらず宅建業者は、情報の非対称性解消のための法定ツールである重要事項説明の書面交付と説明を契

約直前に行っている実態がある。宅建業法では購入者等への書面交付と説明について、「契約が成立するまで」とされていて（宅建業法第35条）、この規定を援用した宅建業者が事前に書面交付や説明をしないことにより、プリンシパル・エージェント問題を惹起する。

また、住宅の品質情報の透明化のために推奨される建物状況調査の調査実施率も極めて低い。その要因として、制度の周知不足と取引関係者（宅建業者、売主、買主）の消極的対応にある。こうした宅建業者の対応は、プリンシパル・エージェント問題を惹起する。（以上、リサーチクエスチョン3に対応）。

エージェントである宅建業者は売主・買主の期待に応えるべく業務を行う。プリンシパルである売主・買主の意向や期待に必ずしも応えることが出来ない場合は、エージェント・スラックとなる。このエージェント・スラックを埋めるのが信頼となる。坂井（2019）の示す第二段階の信頼である同意信頼である。同意信頼は、専門家側からだけの意思決定ではなくて、一般人側からも積極的な同意が必要であり、情報の受け手の立場を重視する信頼形成がとられるものである。住宅取引においても、医師と患者の「インフォームド・コンセント」と同旨である重要事項説明が制度化されている。重要事項説明を行うのは住宅取引における専門家で資格者である宅建士である。Giddens（1990）は高度な知識体系を抽象的に信頼する専門家システムへの信頼性を指摘した。Arrow（1963）は、専門家が信頼関係を確立するための品質保証としては職業の許可制、資格制度であるとし、その執るべき姿勢はベストプラクティス、厳しい職業倫理だとする。宅建業法においては、宅建業者は免許制であり、宅建士は資格試験があり、取引については信義誠実義務がある（以上、リサーチクエスチョン4に対応）。

1. 3 第3章の要約

第3章は、リサーチクエスチョン1、2、3および4に対応して中古戸建住宅の買主にインタビュー調査を行い、KJ法により分析、考察した。具体的には買

主が住宅取引において必要とする情報、住宅取引における情報提供状況と限界、宅建業者の仲介サービスの実態、宅建業者の買主への対応等について考察した。

買主のインタビュー結果によると、重要事項説明は契約締結上の判断資料となっているが、買主のライフスタイルに影響を及ぼす、地域情報や資金計画などのライフプランは重要事項説明の法定情報には含まれていない。また、宅建業者から買主への重要事項説明書の交付や説明は契約直前にされている。説明内容は専門的、複雑であることから、実態的には買主はすべての内容を理解することはできないなど、情報提供の限界が明らかになった。

また、インタビュー結果によると、住宅は購入後にはじめて住み心地がわかるなど、その品質は不確実性が高い。建物状況調査を踏まえて住宅への安心感を持って購入判断に至った場合と、調査したにも関わらず、買主がその調査結果の内容を的確に理解できず重要視しなかったため、購入後にトラブルとなった事例もあるなど、情報提供の限界が明らかになった。

さらに、中古住宅取引においては売主が居住中の物件もあり、買主が物件の内覧で十分に確認できないなど限界がある。加えて、当事者意識の自覚が欠如している売主は、設計図書などの関係書類の保存状況が悪い。また、契約時に買主への情報提供の一環として提出される告知書についても正確性が担保されていないなど、売主からの情報提供にも限界があることが明らかになった（以上、リサーチクエスチョン1に対応）。

インタビュー結果によると、買主はインターネットや折込チラシなどを通じて情報収集を行う。宅建業者は物件情報を収集し、その情報をインターネットや折込チラシ配布を通じて住宅市場に物件情報を公開する物件情報提供機能を担っている。

また、宅建業者は成約に向けて売主・買主間の交渉や調整、提案や助言を行う。建物状況調査の斡旋もする。さらに、売主の残置物処理や引渡時期遅延によるトラブルも解決する。このように宅建業者は売主・買主等の取引関係者との調整管

理機能を担っている。

さらに、宅建業者は取引の専門家として売主、買主に代わって物件調査を行い、それを踏まえて価格査定や重要事項説明を行う。契約後も引渡しまで履行補助事務として、例えば隣地との境界確認など関係者との調整や立会いを行う。宅建業者は、専門的、複雑で高度な諸手続きを買主に代行して行う代行機能がある。

買主はインタビューの中で、売主との直接の自己取引はリスクが大きいため、トラブル回避のためにも宅建業者に依頼する。(以上、リサーチクエスチョン2に対応)。

インタビュー結果によると、重要事項説明書の交付と説明が契約当日であること、建物状況調査結果をはじめとする取引過程の説明不足、意思決定を迫ることなど、買主は宅建業者に対して不満を抱いており、宅建業者がプリンシパル・エージェント問題を惹起していることが明らかになった(以上、リサーチクエスチョン3に対応)。

インタビュー結果によると、宅建業者が取引成約に向けて売主、買主間の調整や交渉に尽力し、取引の専門家として物件選択から購入判断に至るまで、適時的確な助言を行う者もいる。宅建業者は重要事項説明書を事前に交付して説明も行い、また、隣地との境界確認は関係者との立会いも行う。さらに、契約後に発生する様々なトラブルについて解決に向けて、宅建業者は真摯に対応する。こうした宅建業者に対して、専門的な知識や経験のない買主は感謝し、売主との直接取引はリスクが大きいため、的確、円滑な取引を遂行する上で、宅建業者は不可欠な存在であると確信するとともに、信頼関係が構築されている。このように専門家として真摯な対応をとる宅建業者は、買主との間に取引成約に向けた一時的な協調であるコアリッション関係から、一歩進めて信頼関係を構築していることが明らかになった(以上、リサーチクエスチョン4に対応)。

さらにインタビュー結果によると、宅建業者は買主の選択肢となりうる物件情報を幅広く住宅市場に公開するので、営業地域内にある住宅の物件調査や価

格査定を行い、広告宣伝を通じて市場に物件情報を提供する商品組成機能もあるといえよう。

1. 4 第4章の要約

第4章は、リサーチクエスチョン1、2、3および4に対応して、宅建業者にインタビュー調査を行い、KJ法にて分析、考察した。具体的には、売主、買主が住宅取引において必要とする情報と宅建業者の提供する情報と限界、宅建業者の仲介機能、売主・買主と宅建業者の関係性について考察した。

インタビュー結果から、宅建業者は買主に対して重要事項説明を通じて住宅取引上重要な情報を伝達する。また、買主が契約締結の判断ができるよう契約の一定期日前に書面交付と説明を事前に行っていることが明らかとなった。さらに、建物品質が不明確であることから、宅建業者はインスペクション（建物状況調査）の有用性も理解し、活用している。しかし、重要事項説明についてはその法定された情報だけでは、買主が的確に判断できる情報としては不足している。宅建業者は買主が意思決定できるよう情報を補完して伝達する。さらに、宅建業者の重要事項説明書の交付と説明については宅建業法上の規定を意図して、契約直前に行われている事例もある。また、買主の取引リテラシー欠如や経験不足のため、重要事項説明を聞いても理解ができていない。このように情報提供の内容と伝達方法について限界が明らかにされた（以上、リサーチクエスチョン1に対応）。

宅建業者のインタビュー結果から、売主、買主の情報収集は主にインターネットを活用する。宅建業者はインターネットサイトに掲載する物件情報を収集し、その物件情報を住宅市場に情報公開して、マッチングを行う物件情報提供機能がある。

また、売主から仲介を依頼されると住宅市場に情報公開をするため価格査定を行う。売主にとっては宅建業者の価格査定により、最終的な売値がどうなるか

が最大の関心事である中古戸建住宅は築 20 年で建物評価がゼロとなるが、耐震適合証明などがあれば評価が上がる要因となる。価格査定が成約の時期や成否に影響を及ぼす。契約前には宅建業者は買主に対して必ず重要事項説明を行い、契約後は隣地との境界の確認をする。こうした業務は、取引の専門家である宅建業者が売主、買主に代替して、専門的、複雑な諸手続きを行う代行機能である。

さらに、買主に対して宅建業者は成約に向けて的確に助言や提案を行うことが必要となる。売主に対しては住宅の設計図書等や告知書の提出を促す。また、建物品質の透明化のために、売主、買主にはインスペクション（建物状況調査）も斡旋している。このように宅建業者は成約に向けての交渉や調整を担う調整管理機能がある。（以上、リサーチクエスチョン 2 に対応）。

宅建業者のインタビュー結果から、売主・買主と媒介契約を締結する際には、当該宅建業者しか依頼されない専任媒介契約締結を基本とする。そして可能であれば、売主、買主双方から媒介依頼を受ける両手仲介を目指す。宅建業者の仲介手数料は成功報酬のため、専任媒介契約であれば、少なくとも取引成約時に仲介手数料の受領が確実に見込めるからである。さらに両手仲介を目指すのは、同一物件での取引で手間も同じであるうえに、売主、買主双方から仲介手数料が受領でき、効率的な営業となるからである。

また、宅建業者の仲介活動において、長期間成約しないこともあるが、価格査定に問題があるからである。重要事項説明について、多くは契約当日に書面交付と説明を行うので、買主は説明だけでは理解することが困難である。さらに、建物状況調査は宅建業者自身の制度への理解不足や専門業務範囲外であるとして、売主、買主に対して積極的には勧めていない。さらに宅建業者としては、仲介は売主・買主間の調整などあり難い業務であるので、早く手離れしたいという取引姿勢を示している。

以上の通り、宅建業者の両手仲介の問題、不適切な価格査定、契約直前の重要事項説明書交付と重要事項説明、建物状況調査に対する消極的な態度、早期の業

務終結期待で示された通り、売主・買主と宅建業者間にはプリンシパル・エージェント問題が惹起していることが明らかとなった（以上、リサーチクエスチョン3に対応）。

宅建業者のインタビュー結果から、情報提供時には業者本位ではなく、顧客本位にたって真実を伝える。具体的には、デメリットやネガティブ情報の伝達、中古住宅特有の経年劣化があること等、的確な説明、助言を行う。宅建業者の取引姿勢は誠実に対応し、住宅は高額で大事な財産を取引しているという自覚や顧客からの感謝とつながりが自身の喜びとなり、励みになるという職業倫理感をもって取引に臨んでいる。また宅建業者と顧客との関係性では、営業担当者との相性は重要であり、売主・買主とコミュニケーションがとれ、物件に対して適切に説明できる営業マンが重要である。宅建業者としても取引過程において疑問点への質問を期待し、相互理解を深めようと努めている。

以上の通り、リスクを取らずに安心を買いたい売主・買主は宅建業者に対して、宅建業者の真摯な対応と売主・買主との相互作用により、単なるコアリッション関係から、この業者なら信頼して取引を任せるというところまで信頼関係が構築されることが明らかになった（以上、リサーチクエスチョン4に対応）。

宅建業者のインタビュー結果から、買主は新築重視の住宅選択から、昨今は中古住宅にまで幅広く物件探索をする。実際の住宅選択は家庭内の女性が主導し、意思決定は家族間の合意が重要となる。宅建業者は購入者ニーズに合う物件を営業地域内で探索し市場に提供する役割を担う。地域内に埋もれていたそれぞれの物件は、宅建業者の物件調査、価格査定、広告宣伝等を通じて商品化され、住宅市場に情報提供される。すなわち、宅建業者は商品組成機能も担っている。

1. 5 第5章の要約

第5章は、リサーチクエスチョン1、2、3および4に対応して、宅建業者にアンケート調査を行い分析、考察した。具体的には、宅建業者の情報提供と限界、

宅建業者の仲介サービスの実態、宅建業者のプリンシパル・エージェント問題の発生、売主・買主と宅建業者間の信頼関係構築について考察した。

宅建業者のアンケート結果からは、重要事項説明の法定情報だけでは買主の意思決定には不十分であるので法定以外の必要な情報として、ハザードマップをはじめとして、居住するにあたり重要な生活情報が説明される。近隣関係情報や公害情報などの環境情報や教育情報、商業施設、医療福祉情報、治安情報である。(図 5-4)。しかし、買主の意思決定に不可欠で多岐に渡る情報が提供される重要事項説明の時期について、宅建業者の 67.9%が契約当日に実施しているという実態が明らかになった(図 5-5)。

また、建物状況調査は現状では制度の周知不足や実施するメリットが乏しいことから、調査実施率は極めて低い。その要因としてアンケート結果からは、宅建業者の建物状況調査の推奨に対する消極的対応があげられる(図 5-6)。

このように住宅市場における情報提供には、重要事項説明での内容や説明時期、建物状況調査実施の不徹底などで限界がある。

さらに宅建業者のアンケート結果からは、宅建業者は内面的には高尚な取引姿勢や高い職業倫理感を保持しているが、シグナリング効果が見込める自社の経営方針や営業実績、従業員情報等について、インターネットを活用して積極的に情報公開していない(図 5-22)。買主と宅建業者のインタビュー結果、宅建業者のアンケート結果から見ても、今やインターネットを活用して情報収集が図られ、成約の大半もそれを活用した状況にある。こうした宅建業者自身の情報発信不足により、売主・買主ら取引関係者が容易に業者選択をできないという限界を生じさせている(以上、リサーチクエスチョン 1 に対応)。

このように住宅市場における情報提供には限界があり、それを補完するものとして、宅建業者が存在する。その宅建業者はどのような機能があるのだろうか。宅建業者の中核的仲介業務の結果(図 5-7)から見ると、多数の物件情報を収集して市場に提供し、マッチングなどを行う物件情報提供機能が必要とされてい

る。しかし、それ以上に宅建業者にとっては、売主・買主間の交渉・調整をはじめとして、助言・提案、履行補助などの取引過程全般の進行管理としての調整管理機能が最も重要な機能である。さらに、重要事項説明などに代表される売主・買主に代替して専門的、複雑な調査や諸手続きを行う代行機能も重要である。

仲介業務間の相関分析(表 5-2)では、信頼関係構築については、交渉・調整、助言・提案、重要事項説明、決済・引渡し、取引進行管理の 5 業務と相関を示している。これらの業務はいずれも、的確、円滑な取引遂行のためには重要な役割を果たし、取引上の節目となるものであり、宅建業者と売主・買主間での相互信頼関係が必要とされることを示している。

以上のことから、宅建業者の機能としては、当事者間の調整や専門家としての助言、履行補助等、取引過程全般の調整管理機能と取引の専門家として複雑な調査や諸手続きなどを担う代行機能が中心であることが明らかとなった。併せて、的確、円滑な取引遂行のために売主・買主との信頼関係構築も重要な要因となることが明らかとなった(以上、リサーチクエスチョン 2 に対応)。

アンケート結果からは、宅建業者が締結する媒介契約は仲介手数料の受領を確実にするため、他の宅建業者への依頼を排除した専任媒介契約締結を基本としている(図 5-15)。専任媒介契約では取引成約に向けて協調的關係、つまりコアリッション関係となる。また、宅建業者の仲介者としての立場の相違による成約率の分析結果(図 5-16~図 5-18)から見ると、宅建業者にとっては依然として両手仲介取引による成約が最大である。この両手仲介取引は、プリンシパル・エージェント問題が生じる懸念がある。さらに上述の通り、宅建業者の重要事項の説明時期は依然として大半が契約日当日に行われている(図 5-5)。また、建物状況調査については宅建業法で制度化されたが、宅建業者は制度説明等により積極的に勧奨するのではなく、宅建業法上の義務とされているので勧めているのが多数であり、制度普及はしていない(図 5-6)。こうした宅建業者の対応が、モラル・ハザードによるプリンシパル・エージェント問題を惹起することが

明らかとなった（以上、リサーチクエスチョン3に対応）。

的確、円滑な取引を遂行し、プリンシパル・エージェント問題を回避、解決するためには、宅建業者は売主・買主に対して相互に信頼関係を構築することが必要であり、仲介業務においてもその重要性を認識している（図5-8、表5-2）。宅建業者の顧客への対応では、顧客希望を聴いた上で、迅速に意思疎通を図るとともに、取引目的に合わない物件を勧めない、意思決定を迫る対応をしないとしている（図5-9）。また、トラブル発生時の宅建業者の対応では、専門家として相手の主張を聴き向き合いながら、最後まで真摯に対応し、相手を避けたり、ビジネスライクのような対応はしないとし、プリンシパル・エージェント問題の回避や解決に努めている（図5-21）。さらに、宅建業者自身の接客対応や心構えでは、高額な財産を取引しているという高い職業倫理感を持ち、誠実な対応を心掛けている（図5-20）。そして、宅建業者の取引姿勢では、宅建業者は安全に事故なく取引を遂行するため、提供物件を確実に調査するとともに、顧客の希望をよく聴き最適な物件を提供することに努めている。相手に対してはメリットだけでなくデメリットも伝え、顧客の将来的な見通しを考慮して助言するなどベストプラクティスを目指した取引姿勢で臨んでいる。また、宅建業者は相手が納得するまで丁寧に説明し、知識や経験に応じて説明を工夫する等、金融商品取引法の適合性の原則に準拠する対応も執っている（図5-22）。さらに、宅建業者の自己評価と買主評価による重要事項説明に対する買主の理解度は、概ね理解されている結果が示されており（図5-19）、同意信頼を得ているなど、宅建業者はプリンシパル・エージェント問題の回避や解決に努めている。

こうした顧客への接客対応や取引姿勢を通じて、宅建業者は顧客からの感謝やつながりが業者自身の喜びと考えている。また、顧客からの再依頼や別客からの紹介につながる営業姿勢をもって取引に臨むとしており、宅建業者は依頼者である売主・買主との間に信頼関係を構築しようとする取引姿勢をもっている。さらに、宅建業者が推奨する優良な宅建業者選択の方策の分析結果（図5-23）

から見ると、業者や担当者と話すことが重要であるとしており、信頼関係構築には宅建業者と依頼者との意思疎通などを通じた相互作用が大きな要因となることが示された（以上、リサーチクエスチョン4に対応）。

2. 本研究の成果

各章において得た知見を踏まえて、第1章で示したリサーチクエスチョンに沿って本研究における成果を述べる。

2. 1 住宅取引における情報提供状況と限界

（リサーチクエスチョン1に対応）

リサーチクエスチョン1は、「住宅取引には一定の情報が必要であるが、情報提供状況とその限界はどのようになっているのか」である。買主は住宅市場において、インターネットや折込チラシ等の不動産広告情報を閲覧して情報収集を図り、宅建業者に照会する。そして取引が成約に至るまでの宅建業者から買主への最も重要な情報提供は、宅建業法上の重要事項説明である。宅建業者は契約前までに買主に対して、資格者である宅建士により取引上重要な事項の説明が義務付けられており（宅建業法第35条）、重要事項説明は情報の非対称性解消のための法定ツールである。重要事項説明には契約締結判断のための情報提供と買主が居住後に不測の損害を被らないための紛争予防手段の両面がある。説明内容は取引条件のほか、当該物件に関する属性、権利関係、法令上の制限など多岐にわたり、一定の情報提供機能がある。宅建業者のアンケート結果からも仲介サービスにおいても最重要視されている業務である（図5-8）。

しかしながら、買主のインタビュー結果からは、説明を省略することは望んでいないものの、実際に情報提供される内容は法令上の制限をはじめとして専門的、複雑である（図3-1）。住宅取引に係る経験や知識が不十分な一般人にとって説明を受けたところで、全てを理解することは困難である。また、買主のライフスタイルの実現に影響を及ぼす地域情報（教育情報、商業施設、医療福祉情報、

治安情報)、近隣関係や公害情報などの環境情報や資金計画等のライフプランは法定の説明事項ではなく、中古住宅取引におけるリフォーム提案は少ない(図 5-11)。さらに、現行の重要事項説明の実態は、本研究の買主インタビュー(図 3-1)、宅建業者のインタビュー(図 4-1)、アンケート結果(図 5-5)では、宅建業法で契約締結前までに行うとの規定を援用して依然として売買契約当日の契約締結直前に書面交付と説明が行われることが常態化しており、契約締結判断のための情報提供機能は果たされていない。

次いで、建物状況調査についてであるが、住宅の品質情報の透明化を図るために、宅建業法で宅建業者が媒介契約時にこの調査を斡旋することを義務付けた。この調査制度の導入に至るまでに長い年月の検討を要したものの、現状の調査実施率は4%と驚くほど低い(既存住宅状況調査実施状況 2019)。これには2つの原因が考えられる。第一は、宅建業者アンケート結果から明らかになったように、宅建業者は調査の斡旋が義務付けられているが積極的に推奨せず、消極的対応に終始していることである(図 5-6)。第二は、調査の実施が、売主、買主とも任意であり義務付けられていないからである。アメリカでは、「買主注意せよ」の原則で買主責任が徹底されており、建物検査は買主が行い、売主がその検査実施を拒むことはできないとされる(中城 2012)。また実態的にも制度の周知不足もあり、調査費用をかけてまで実施するインセンティブが売主、買主双方に働いていない(淡野 2006)。売主は、調査をすれば住宅の品質情報がシグナリングされ、高値で価格査定されれば普及するが、宅建業者のインタビュー結果からも明らかのように、わが国の中古住宅の建物評価は築後20年程度でゼロとされている実態がある(図 4-1)。仮に建物検査事業者が一定の高評価を行ったとしても、住宅ローン審査に反映されるとは限らない。買主にとっては、値引き交渉の材料ともなりうるが、現行の調査内容では、リフォーム提案に通じるものとなっていない。さらに買主のインタビューでは、建物状況調査を実施したが、宅建業者の説明不足と買主が調査結果の内容を的確に理解できず重要視しなかったため、

購入後にトラブルになった事例があるなど、建物の専門家でない宅建業者からの情報提供の限界が明らかになった。

また、売主からの情報提供についても限界がある。買主インタビューによれば(図 3-1)、中古住宅取引では売主が居住中の物件もあり、買主が物件の内覧時に十分に確認できない。さらに当事者意識の自覚が欠如している売主は、住宅の設計図書などの関係書類の保存状況が悪く、契約時に買主への情報提供の一環として提出される告知書の内容の正確性も担保されていないなど、売主からの情報提供にも限界が生じていることが明らかになった。

以上の通り、重要事項説明も建物状況調査も一定の情報提供機能はあるものの、それらの提供情報だけでは不十分である。また、取引当事者の売主からの情報提供にも限界がある。それを宅建業者が助言や提案などで補完している。

さらに、宅建業者のインタビュー結果からは、業者選択方法の良策は特段ないとし、依頼者自身が調査するほかないとする。しかし、行政庁で公開されている業者情報では当該宅建業者の内実はわからない。宅建業者のアンケート結果によれば、宅建業者は内面的には高尚な取引姿勢や高い職業倫理感を保持しているが、シグナリング効果が見込める自社の経営方針や営業実績、従業員情報等について、インターネットを活用して積極的に情報公開していない(図 5-22)。こうした宅建業者自身の情報発信不足により、売主・買主ら取引関係者が容易に業者選択をできないという限界を生じさせている。

したがって、はじめの推論枠組で示した通り、住宅市場においては一定の情報提供機能があるものの、住宅市場には情報の限界があり、的確、円滑な取引遂行のためには、単に情報の非対称性解消だけでは不十分であることが確認できた。

2. 2 宅建業者の仲介機能 (リサーチクエスチョン 2 に対応)

リサーチクエスチョン 2 は、「仲介者として取引に関与する宅建業者の業務上の機能はどのようなものか」である。

宅建業者は「ブローカー」である。Boissevain (1974) によれば、「利益のためにコミュニケーションを伝達する、人間操作と情報操作の専門家」と例えられている。わが国の住宅取引では、売主・買主間の直接的自己取引ではリスクが大きいため、トラブル回避のためにも宅建業者が取引の第三者として仲介で関与することを望む。したがって、住宅取引では売主・買主は宅建業者と媒介契約をそれぞれ締結して、コアリッション、エージェンシー関係を形成し、宅建業者からさまざまな仲介サービスが提供される。その内容は媒介契約の標準約款に定められ、宅建業者の業務上の機能が網羅されている。従来は上述のブローカーで示す通り、物件情報を多数収集し、その情報をマッチング化して成約させる物件情報提供機能を中心として事業が成り立っていた。宅建業者アンケートでも依然として1/4程度はこの機能が最重要であるとの認識である（図5-7）。

しかし現在では、宅建業者のインタビュー（図4-1）やアンケート結果（図5-8）からは、上述の重要事項説明が最重視される業務であり、その後の契約書作成なども重要である。その前提として、取引の専門家として物件調査や価格査定を行う。また、本研究の買主インタビュー（図3-1）、宅建業者のインタビュー（図4-1）とアンケート結果（図5-11）からも、中古住宅では隣地との境界確認は重要な業務であり、宅建業者は関係者との調整や立会いなどは不可欠であるといえよう。このように的確、円滑に住宅取引を遂行するには、宅建業者が取引の専門家として、専門的で複雑な調査や諸手続きなどを売主・買主に代替して行う代行機能である（図5-7）。それ以上に宅建業者のアンケート結果からは、成約に向けて売主・買主間の調整や交渉、助言や提案などの取引過程の調整と進捗管理が重要な機能であることが明らかになった（図5-7）。宅建業者は買主に対しては、住宅探索時は幅広い視点からの物件選択を提案し、物件評価時には建物状況調査を斡旋し、購入意思決定時には的確な助言や提案を行う。売主に対しては、建物状況調査の斡旋や告知書提出を促す。さらに、契約後も決済、引渡しに向けて金融機関や司法書士との調整、売主の残置物処理や引渡時期遅延などの

トラブルも解決するなど、取引関係者との調整管理機能を担っている。

つまり、宅建業者の提供する仲介サービスは単に物件情報提供機能に止まらず、専門的で複雑な業務であり、経験と知識をもって高度なサービスとして、代行機能や調整管理機能を発揮している。さらに、宅建業者は、その特異性として後掲で詳述する商品組成機能および住宅取引における取引の安全確保を図り、信用補完する役割を担っている。

以上を踏まえて宅建業者の仲介機能を図示すると以下の通りである（図6-1）。

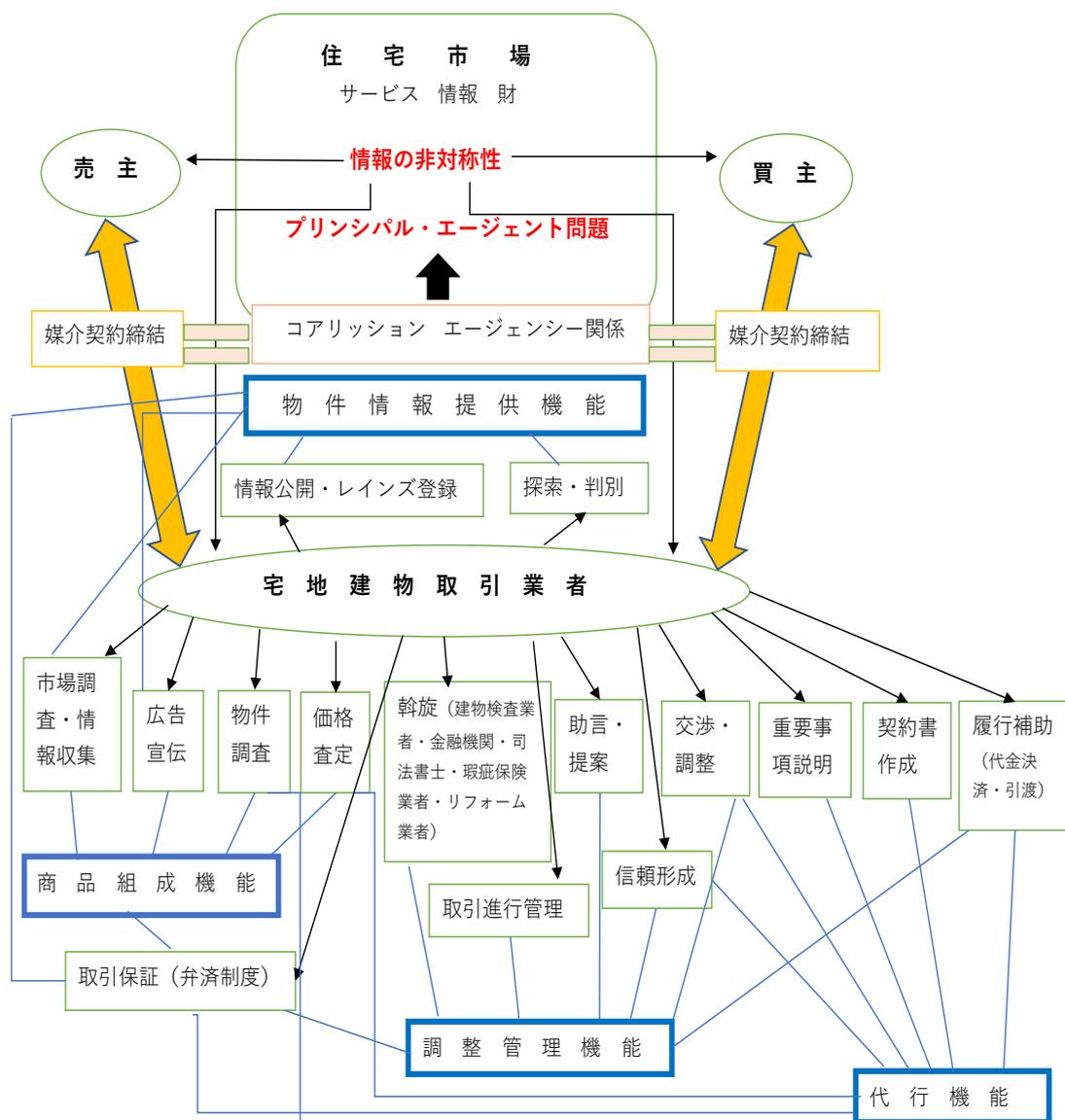


図6-1 宅建業者の仲介機能

2. 3 売主・買主と宅建業者間のプリンシパル・エージェント問題

(リサーチクエスチョン3に対応)

リサーチクエスチョン3は、「売主・買主と宅建業者間には、プリンシパル・エージェント問題が生じていないか」である。わが国の住宅取引における宅建業者の仲介手数料は成功報酬である。宅建業者のアンケート結果によれば、宅建業者が締結する媒介契約は手数料受領を確実にするため、他の宅建業者への依頼を排除した専任媒介契約と専属専任媒介契約が大半を占める(図5-15)。つまり、成約に向けて協調的となるコアリッション関係となる反面、他の宅建業者が関与しないためプリンシパル・エージェント問題を生じる可能性がある。さらに、同一の宅建業者が売主・買主双方の仲介者として取引に関与する両手仲介がプリンシパル・エージェント問題を生じる懸念がある。

わが国の場合は仲介であり、売主・買主の間に立って取引成約に向けて尽力する準委任行為である。アメリカにおいても州により異なるが、相手方に両手仲介(dual agency)であることの下承を得れば可能である。両手仲介のメリットとして、情報、取引の効率性と仲介業者の取扱物件拡大をあげている(Kadiyali 2014)。宅建業者のアンケート結果によると、成約割合で両手仲介は4.29割であり、売主側の仲介成約も3.68割と同程度の成約実績である(図5-18、図5-16)。宅建業者の希望は両手仲介を優先するが、実態的には実現できていない。

また、住宅取引において意思決定に必要な情報は多岐にわたる。宅建業者の買主への最も重要な情報提供手段であり、情報の非対称性解消の法定ツールの役割を果たす重要事項説明の実態について、本研究の買主インタビュー(図3-1)、宅建業者インタビュー(図4-1)、アンケート結果(図5-5)によれば、重要事項説明の時期と書面交付時期は契約日当日が大半である。建物状況調査も宅建業法で宅建業者の売主、買主に対する斡旋が義務付けられているが、消極的対応に終始している(図5-6)。宅建業者のインタビューによれば、長期間成約できない原因は取引の専門家として行った価格査定に問題があるからである(図4-1)。

さらに、買主インタビューによれば、宅建業者は取引成約のため意思決定を急かすとともに、建物状況調査結果について買主に適切に説明を行わず取引後にトラブルが発生し買主に不満を抱かせた(図 3-1)。宅建業者インタビューからも、仲介業務は売主と買主間の調整など難しいことから、早く取引を進めて終了したいと考えている(図 4-1)。こうした両手仲介の問題、不適切な価格査定、契約直前の重要事項説明書の交付と説明、建物状況調査に対する消極的対応と不適切な情報提供、早期の業務終結期待で示された宅建業者の取引姿勢は、モラル・ハザードによるプリンシパル・エージェント問題を惹起する。

2. 4 住宅取引における信頼の役割 (リサーチクエスチョン 4 に対応)

リサーチクエスチョン 4 は、「宅建業者はプリンシパル・エージェント問題への回避や売主、買主との信頼関係構築に取り組んでいるのか」である。

信頼の役割は経済取引において重要な基礎となっており、市場活動の円滑化にも資する (Douma & Schreuder 2002、坂井 2019)。宅建業法においても、業務処理原則として、「宅建業者は、取引関係者に対し、信義を旨とし、誠実に業務をおこなわなければならない」と定められており (宅建業法第 31 条)、売主・買主に対して信頼形成が求められている。

買主インタビューによれば、宅建業者は取引成約に向けて売主、買主間の調整や交渉に尽力し、適時適切な助言を行う。重要事項説明も契約の一定期日前に事前に書面を交付して説明も行い、買主の調査と検討の時間を設けている。さらに、契約後から引渡しに至るまでに発生するさまざまなトラブルの解決に向けて真摯に対応し、専門的な知識や経験のない買主は宅建業者に感謝するとともに、信頼関係が構築されている (図 3-1)。

宅建業者のインタビューやアンケート結果からも、重要事項説明の際には買主が適切に判断できるよう契約の一定期日前に書面を交付し説明している。説明時には売主にも同席を求め、買主が理解、納得できるよう丁寧に 1 時間以上

かけて説明し（図 5-12）、知識や経験に応じて説明を工夫する等（図 5-22）、金融商品取引法の適合性の原則に準拠する対応も執っている。こうした宅建業者の説明で買主は一定の理解をしており（図 5-19）、概ね同意信頼を得ている。また、顧客本位に立って不利益情報の伝達など真実を伝え、顧客対応は顧客の希望を聴いた上で、迅速に意思疎通を図り、目的に合わない物件の推奨や意思決定を迫ることはしないなど、ベストプラティクスを追求している（図 5-22）。トラブル発生時には、専門家として最後まで真摯に対応する（図 5-21）。また、宅建業者は高額な財産を取引しているという職業倫理感を持ち、顧客からの感謝やつながりが業者自身の喜びと考えている（図 5-20）。取引姿勢として顧客からの再依頼や別客からの紹介につながる営業姿勢をもって取引に臨んでいる（図 5-22）。このように宅建業者は依頼者である売主・買主との間に信頼関係を構築しようとする取引姿勢をもっている。

また、宅建業者がプリンシパル・エージェント問題を惹起した場合であっても、多くの苦情がないのは、住宅取引が専門的、複雑な内容で、提供されるサービスの評価が困難な信頼財サービスだからである（Gottschalk 2018）。宅建業者や宅建士は免許業者で資格者であり、専門家システムに対する一般的な信頼がある（Giddens 1990）。売主・買主はリスクを最小化し取引の安全安心を求めることから、信義誠実な取引対応を期待して宅建業者を信用して取引を一任する。

一方、宅建業者のアンケート結果によれば、内面的には高い職業倫理感と信頼形成への意欲はあるが、シグナリング効果があるこうした取引姿勢を外部に対して情報発信していない。自社の経営方針、営業実績、従業員情報の公表をしているのは少数に止まる（図 5-22）。こうした宅建業者自身の情報発信不足により、売主・買主ら取引関係者が容易に業者選択をできないばかりか、相互信頼の機会の減少を招いている。

また、宅建業者が推奨する優良な宅建業者を選択するための方策としては、業者や担当者と話することが重要であるとしている（図 5-23）。信頼関係構築には宅

建業者と依頼者との意思疎通などを通じた相互作用が大きな要因となると考えられる。さらに、シグナリング効果がある自社の可能な限りの情報開示と宅建業者自身のコミュニケーション能力の向上が不可欠といえよう。

したがって、宅建業者と売主・買主間の信頼関係構築は、住宅取引遂行にあたって重要な役割を果たすが、単にプリンシパル・エージェント問題が惹起する際に生じるものではなく、情報提供段階から、あるいは取引前の専門家に対する信頼から必要となる。本研究において信頼は、各段階で通底する概念として捉えた。図示化したものが以下の通りである(図6-2)。

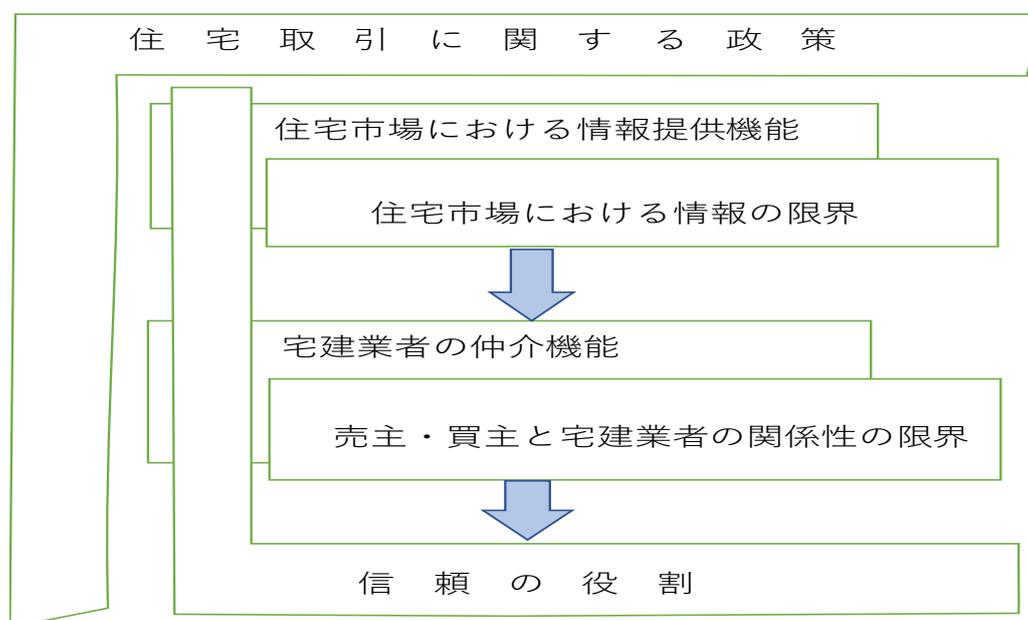


図6-2 本研究における推論の結果

2. 5 宅建業者の仲介機能の特異性

宅建業者の仲介機能の特異性について2点述べる。

第一は、宅建業者は商品組成機能を有しているということである。住宅は個別のであり、非代替的な単一財である。また、立地や環境が価格に影響を及ぼすことから、地域特性が強い財でもある。さらに、住宅は経験財、信頼財の側面もあ

り、品質が不確実で不均一である。特に所有者にとっては、自らの住宅を売却しようと市場に提供する際に、合法的、合理的に売却できるリテラシーを十分に持ち合わせていないことから、的確な情報提供をなし得ない。そうした中で、住宅取引には多岐に渡る情報が必要となるが、その内容は専門的で複雑である。

こうした特殊な財である住宅は、各地域にそれぞれの個々人が単一財として所有する。したがって、売却される住宅が市場に公開されるには取引の専門家である宅建業者の関与が必要となる。宅建業者は営業地域内の個別的で単一財であるさまざまな住宅について、経験と専門的な知識を活かして情報収集し、取引に係るリテラシーが不十分な売主に代わって、マーケティング調査や物件調査、価格査定等を行う。そして、宅建業者は売主からの情報提供が不十分な中で、売主自身が認識していない情報や視点を踏まえて、また中古住宅を選択肢とする購入者ニーズに合う地域財として住宅市場に公開し、商品化する役割を担う。宅建業者はその商品化された住宅に対して広告宣伝を行い、売り出す。こうした機能は宅建業者の商品組成機能であり、上述した仲介機能とは違った特異性がある。この商品組成機能については、宅建業者の中核的仲介業務としての回答数は少数であったが(図 5-7)、宅建業者自身がこの機能の重要性に気づいていないからではないかと考える。

第二は、宅建業者は住宅取引成約時には依頼者から手数料を受領することである。安藤(2017)は、不動産仲介サービスの機能として、売主・買主の当事者が直接相手を探すよりも宅建業者を利用する方がサーチコスト(探索費用)の縮減になるとする。柿本(1999)は、不動産に係る情報が不完全であることから、依頼者である売主・買主は宅建業者を介在させることにより調査費用や交渉費用を縮減できるが、その代わりに仲介手数料が発生する。さらに、宅建業者が介在する意義は売主、買主の効用を最大化させるとともに、取引の安全を図ることにあるとする。

わが国においては売主・買主間の直接的な自己取引は皆無である。本研究の買

主インタビューによれば、売主との直接的な自己取引はトラブル時の対応や取引への不安から、リスクが大きく望んでいない。上述の通り、宅建業者の基本的な機能として、収集した物件情報の中から売主・買主の希望をマッチングさせて成約させる物件情報提供機能がある。さらにより重要な機能は、住宅取引の専門家として専門的で複雑な調査や諸手続きを代替する代行機能と、成約に向けて売主・買主間の調整や交渉、助言や提案などの取引過程の調整や進行管理である調整管理機能である。売主・買主間で直接的な自己取引ではこれらの宅建業者の機能からのサービスは享受できない。

住宅取引において宅建業者が仲介として関与した場合には一定の仲介手数料^{注1)}が掛かる。それにも関わらず大半の売主、買主が宅建業者に住宅取引を依頼するということは、支払う仲介手数料と比較して、依頼者の取引の安全が確保されている効用の方が大きいからである。このように的確、円滑な住宅取引遂行と取引の安全を確保するためには、取引の専門家である宅建業者が仲介者として関与することが求められている。それは売主・買主からは専門家である宅建業者への信頼があるからである。一方、本研究の成果からからは、宅建業者は高い職業倫理感のもと、依頼者の希望に沿ったベストプラクティスを追求し、信頼関係を構築する取引姿勢で応えている。このように宅建業者は売主・買主以外の第三者で仲介として取引に関与し、取引の安全確保に努めているものの、成約時には手数料の支払いがなされる業態として確立しているという特異性がある。

2. 6 宅建業者の機能と限界

研究目的を達成するため設定した4つのリサーチクエスションへの対応と宅建業者の仲介機能の特異性を踏まえ、本研究の目的にある宅建業者の機能と限界についてまとめる。

住宅取引するにあたり住宅市場は情報の非対称性があり、また、住宅取引は信頼財サービスであることから、サービス品質が不確実である。取引前の情報提供

として、行政庁では宅建業者名簿が公開されているがそれだけで業者の内実はわからない。さらに、インターネットで容易に閲覧することができず利便性を欠く。宅建業者自身も自社の営業実績や経営方針、従業員情報などの情報発信がされておらず、売主・買主の業者選択に影響を及ぼしている。また、買主が物件情報を収集する際の不動産広告情報においても基本的な情報に限定されている。

住宅取引を掌る法律は宅建業法である。宅建業者が住宅取引に関与する場合には媒介契約を締結する。媒介契約を締結すると、宅建業者は標準約款に基づき売主・買主に対してさまざまな仲介機能からサービスを提供することになる。

宅建業者の仲介機能として、宅建業者は物件情報を多数収集して、住宅取引の専門家として物件調査を行い、的確な物件情報を住宅市場に公開し、マッチング化して成約させる物件情報提供機能がある。また、住宅取引の専門家として、売主、買主に代替して物件調査や価格査定、契約時の重要事項説明や契約書作成などの代行機能がある。さらに、成約に向けて売主・買主間で交渉や調整、助言や提案を行い、取引過程の管理を行うなどの調整管理機能がある。こうして宅建業者が持つ各種機能を発揮することにより、住宅取引が的確、円滑に遂行され、取引の安全の確保につながっているといえよう。併せて、宅建業者の仲介機能として、経験と知識を活かして地域内の個別的で単一財であるさまざまな住宅について、地域財として商品化する商品組成機能もある。

しかしながら、すべての宅建業者が依頼者の期待に応える取引対応をしているわけではない。宅建業者の提供するサービスは取引後においても評価が困難である信頼財サービスである。宅建業法には宅建業者が契約前までに物件および取引に係る重要な事項について買主に対して説明しなければならない重要事項説明制度が規定されているが、これは情報の非対称解消の法定ツールである。しかし法定の情報提供だけでは、買主の意思決定に十分ではなく、宅建業者が補完して必要な情報提供を行うなど、重要事項説明の限界がある。重要事項説明は契約締結までに説明が義務付けられているが、実態的には契約当日に書面交付

と説明がされており、契約締結の判断資料とする制度趣旨が徹底されていない。また、住宅品質情報の透明化を図るため推奨されている建物状況調査についても宅建業者は消極的対応に終始している。こうした宅建業者の対応は、売主・買主と宅建業者間がエージェンシー関係にあることから、プリンシパル・エージェント問題を惹起している。

また、宅建業者が売主・買主と締結する媒介契約は、他の宅建業者が仲介できない専任媒介、専属専任媒介を基本としており、プリンシパル・エージェント問題を生じる可能性がある。さらに、宅建業者は一つの取引において売主、買主双方の仲介者として関与する両手仲介での成約を目指すことから、プリンシパル・エージェント問題が生じる懸念がある。その他にも宅建業者の不適切な価格査定や説明などにより依頼者が不満を抱くこともある。こうした両手仲介問題、契約直前の重要事項説明書の交付と説明、建物状況調査に対する消極的対応、不適切な価格査定と説明などで示された宅建業者の取引姿勢は、モラル・ハザードによるプリンシパル・エージェント問題を惹起しているという宅建業者の限界が明らかとなった。

一方、宅建業法における業務処理原則として信義誠実が定められている。宅建業は免許制が敷かれ、宅建士は試験と資格制度が採られ、システム信頼がある。また、宅建士は法定講習が義務付けられており、宅建業者には宅建士の設置が義務付けられていて専門信頼がある。宅建業者は取引の専門家として、依頼者の希望を実現するためベストプラクティスを追求し職業倫理感を保持して取引を遂行する。契約日の一定期日前に重要事項説明書を事前に交付して説明を行い、買主の調査と検討の時間を設けるなどの対応をとり同意信頼を得ている。さらに、取引過程において発生するトラブルの解決に向けて真摯に対応する。こうして宅建業者は信義誠実な取引姿勢をとり、依頼者とのプリンシパル・エージェント問題を回避または解消するため、信頼関係の構築に努めている。

以上をまとめると、宅建業者には3つの大きな果たすべき役割がある。

第一は、物件情報提供機能や商品組成機能から、情報提供の役割がある。

第二は、住宅取引の専門家としての的確、円滑な取引のための調整管理機能や代行機能をはじめとして、物件情報提供機能、商品組成機能も含めた取引仲介の役割である。

第三は、宅建業者の持つさまざまな機能を駆使して取引の安全を確保し、依頼者に対する信用を補完する役割である。

したがって、依頼者である売主・買主は、宅建業者が取引に関与し、上述の情報提供、取引仲介、信用補完の3つの役割が果たされることで仲介手数料を支払う以上の効用を得ていることになる。宅建業者の機能と限界について、まとめて図示すると以下の通りとなる（図6-3）。

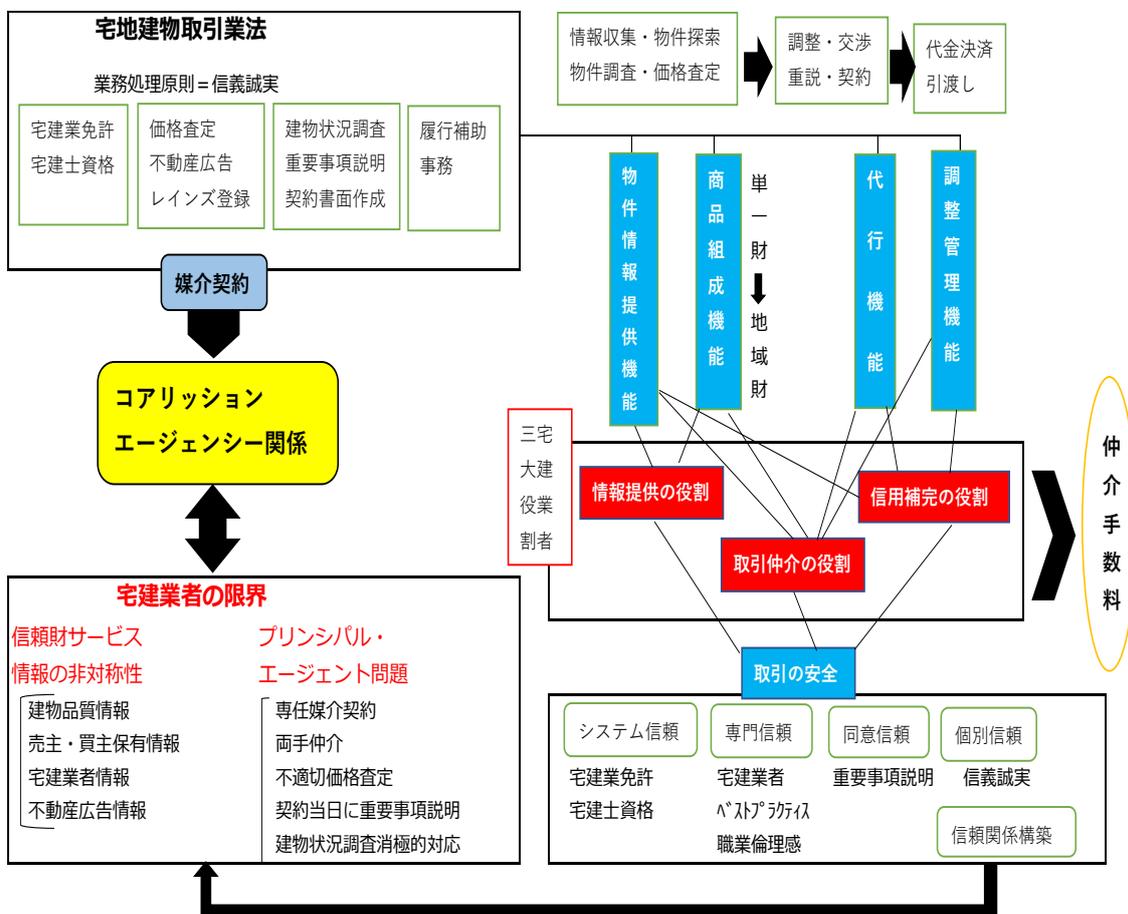


図6-3 宅建業者の機能と限界 (まとめ)

2. 7 今後の住宅取引に係る政策上の課題

本研究の成果である宅建業者の機能と限界を踏まえて今後の住宅取引に係る政策上の課題について述べる。住宅取引は信頼財サービスであることから、取引前後においても一般人では宅建業者のサービスの品質を評価することは困難である。ついては、それらサービス品質のいっそうの透明化、情報の非対称性解消、紛争の未然防止を図るために、以下の5点の施策の実施を検討すべきである。

第一は、宅建業法における重要事項説明の書面交付については、契約日の一定期日前に交付することを義務付けることである。本研究の宅建業者のアンケート結果から、重要事項説明が契約当日に行われるのが2/3を占めた(図5-5)。国土交省が行った消費者向けアンケート(2006)では、9割以上の買主が契約直前での説明を望んでいないにも関わらず、契約当日の説明が約4割を占めていた。また、宅建業者向けアンケート(2006)では、重要事項説明は契約当日が62.1%と最多であった。重要事項説明の書面交付は、説明前の事前交付は56.4%に止まり、4割超は事前交付されていない。事前交付の場合においても、説明前3日前から1週間までが50.7%、説明前日から3日前までが26.2%と説明まで1週間以内での交付が3/4以上を占めており、1週間以上前に書面交付することは23.1%に止まる。重要事項説明書の事前交付は、買主自身の調査や十分に検討するための情報提供手段として有効であるが、実態的には宅建業者はその期待に応えていない。国土交通省においては、現在ITを活用した重要事項説明の実施に加えて、重要事項説明書について電磁的方法を活用して迅速な情報提供するための社会実験を実施中である(2020年11月)。インターネットを活用した迅速な情報収集は一般人の購入者等にとっては日常的である。政府が進めるDX(デジタルトランスフォーメーション)化も踏まえて、宅建業者はその要請に応えていかなければならない。そのため重要事項説明は契約前までに行うとしても、少なくとも重要事項説明書は契約の一定期日までの事前交付は検討すべき課題である。一案として、買主に対して調査と十分な検討の時間を与えるため、

希望者に対してはインターネット等を活用して、契約日の7日前までに書面の交付を義務化することが考えられる。

第二は、調査実施率が低迷している建物状況調査実施の義務化である。同調査は情報の非対称性解消と住宅品質の透明化を図るために行うとされているが、売主、買主双方にとって調査を行うメリットが少ない。売主は価格評価が向上することを期待するが、住宅品質の瑕疵が指摘される可能性もあり、買主から値下げ交渉の材料となりかねない。買主にとっては現在の調査ではリフォーム実施に向けた内容となっておらず、また高評価の場合においても住宅ローンでの優遇措置などに関連付けられていない。さらに、現在の建物状況調査は瑕疵保険やフラット35のための検査と直結しておらず、それらを利用する場合には複数の調査が必要となり、利便性に欠ける。しかし制度趣旨を勘案すれば、指摘した調査内容の改善や利便性の向上を図ったうえで建物状況調査の推進を図るべきである。今後の中古住宅市場の透明化、活性化のためには、建物状況調査の実施を義務付けるとともに、既調査結果は個々のデータとしてではなく、建築基準法で規定する特定行政庁等の公的主体が蓄積・保管する体制を構築し、今後の購入希望者等には開示をする方策およびデータを有効活用できる仕組みを検討していく必要があると考えられる。

第三は、売主・買主と宅建業者間のプリンシパル・エージェント問題の発生が懸念される両手仲介の問題である。両手仲介を他の業態で見ると、わが国における結婚の仲人業に近い。仲人は男性、女性の双方と相談し、両者に助言や提案をしながら、縁談を進めていく。Kadiyali (2014) は、アメリカにおいても両手仲介は全面的に禁止されているわけではなく、州により異なるが、相手方に両手仲介であることの下承を得れば可能である。両手仲介のメリットとして、仲介業者の取扱物件情報の拡大による選択肢の増加とワンストップによる取引の効率性を指摘する。しかし、売主、買主にとっては、果たして宅建業者はどちらの立場にたって取引を遂行しているのか疑念や不信感を抱きかねない。そのためにも、

宅建業者は両手仲介を行う場合には、相手方の了解を得ることの義務付けを検討すべきであると考えられる。

第四は、わが国の不動産流通機構（レインズ）改革などを中心とした不動産情報に係るプラットフォーム構築の検討である。一般人が住宅取引を的確、円滑に遂行するためには、自身で容易に簡便に一定の情報を入手できるプラットフォームの構築が重要となる。アメリカにおける不動産情報のプラットフォームにはMLSがある。NAR（全米不動産協会）に所属する不動産業者は仲介依頼時より24時間以内にMLSに物件情報を登録しなければならないなど、迅速な情報公開が義務付けられている。また、情報登録項目や公開情報量が多く、不動産業者以外の買主ら取引関係者の利便性にも役立っている。

翻ってわが国における不動産情報に係るプラットフォーム構築やその提供内容、情報量は格段に遅れている。わが国の不動産権利関係や所在を示す不動産登記簿は、地番と住居表示が異なるうえに、取引時の売買価格が掲載されていないため、実売価格が公表されていない。地価は、非公表の時価（成約価格）のほか、取引指標とされる地価公示（都道府県地価調査）、相続税評価（路線価）、固定資産税評価（固定資産税評価額）があり、一物四価でもある。国土交通省においては、不動産登記に基づき買主に対してアンケートを実施し、不動産取引価格情報としてホームページを通じて公表しているが、詳細な情報開示にまでは至っていない。また、住宅取引に必要な多岐に渡る情報は法令上の制限に係る情報なども、都市計画や建築、道路、ハザードマップなど役所内の各部署の確認が必要となり、ガス、水道は別に確認を要するなど一元的に網羅されていない。さらに、レインズにおける情報開示も業者間情報システムであることから、詳細な取引データは開示されておらず、不動産情報のプラットフォームの役割を果たしていない。ただ、地域の行政においては、一例として大阪市が「マップナビおおさか」として、地図や画像などをインターネット上に掲載し、行政情報や地域情報を公表している^{注2)}。このような一覧性の高い不動産情報プラットフォームの構築の検

討が必要であると考えられる。

また、現行の媒介契約約款におけるレイنزへの情報登録までの期日は、専任媒介が7日以内、専属専任媒介が5日以内とされている。わが国のレイنزはアメリカのMLSと比べても、情報公開に向けた迅速性が欠けている。今後は、媒介契約締結後数日以内（1日から3日以内）まで短縮することを検討する必要があると考える。

第五は、宅建業者の自社情報の開示促進に向けた取り組みである。住宅取引時に売主や買主ら取引関係者がインターネットを通じて迅速に容易に業者選択を可能とするためには、業界団体は会員業者に自社ホームページの開設とそれを通じた一定の情報開示を促す取り組みの検討が必要になると考えられる。

3. 本研究の限界と課題

3. 1 本研究の限界

本研究の限界として、その調査対象者として売主に対して調査を実施することができなかった。わが国では上述のように住み替えが少なく、また住宅を売却した事情等は個人の機微にふれることもあり、実施することができなかった。

宅建業者向けアンケート調査については宅建協会会員業者のみしか実施できなかった。会社規模の相違により、営業方針や人材育成方針なども相違があることが想定されるが、実施できなかった。そのバイアスを補完すべく宅建業者のインタビューについては、地域で営業する宅建協会会員業者のみならず、大手不動産流通会社勤務者に対して実施し、アンケート項目にはインタビュー結果を反映して実施した。なお、宅建業者向けアンケートについては詳細で多角的な質問内容であったため、回答率が2割余り、回答数が200程度にとどまった。それ故、アンケートに回答しようとする意欲が高い宅建業者からの回答が多いと想定され、その点で分析、考察結果に影響を及ぼしている可能性があり、限界が生じている。

3. 2 本研究の今後の課題

本研究の成果からも、住宅市場の情報提供には限界があり、それを補完し的確、円滑に住宅取引を遂行するため、専門家としての宅建業者が仲介者として関与する。宅建業者はさまざまな機能を持ち、その果たす役割が極めて重要であることが確認できた。宅建業者の多くは顧客本位に真摯に信義誠実に取引を遂行し、信頼関係構築に努めている。しかしながら、宅建業者自身がそれらを外部に対して情報発信、PRすることが不足している。今後は、本研究の成果をもって宅建業者の実態を取引関係者に幅広く周知し、的確、円滑な取引に資するよう努めていくことが今後の課題である。

注 1) 国土交通省が定めている媒介報酬告示（昭和 45 年 10 月 23 日 建設省告示第 1552 号）においては、売主・買主の一方から受領できる上限額を定めている。成約額に対して、200 万円以下の場合は 5.5%、200 万円超 400 万円以下の場合は 4.4%、400 万円超は 3.3%であり、その合計した金額以内である。ただし売主は、その売買物件が 400 万円以下の低廉な場合には 198,000 円以下を上限としている。いずれも消費税総額が含まれている（2020 年 10 月末現在）。

注 2) マップナビおおさかには、住宅取引関連情報としても、都市計画図や固定資産税評価路線価のほか、ハザードマップ、学区、医療マップ、公共施設情報などが一元的に掲載されており、利便性が高い。

<https://www.mapnavi.city.osaka.lg.jp/osakacity/Portal> （参照 2020.11.15）

参考文献

- ・国土交通省「不動産取引における消費者への情報提供のあり方に関する調査検討委員会報告」2006年
- ・坂井素思『経済社会を考える』第13章「ネットワーク社会と不確実性」p.235-251,第14章「信頼社会の可能性」p.252-269 一般財団法人放送大学教育振興会 2019年
- ・Giddens Anthony. “The Consequences of Modernity ,Stanford University Press 1990(アンソニー・ギデنز著, 松尾精文・小幡正敏翻訳「近代とはいかなる時代か?ーモダニティの帰結ー」而立書房 1993年
- ・Kenneth J. Arrow. “Uncertainty and the welfare economics of medical care” The American Economic Review 1963 Vol. 53 No.5 p.941-973
- ・国土交通省住宅局「既存住宅状況調査の実施状況に関するアンケート調査結果」2019年
- ・中城康彦「不動産流通市場の将来像 ～今後の行規制のあり方について～」日本不動産学会 2012 Vol.26 No.1 p.61-66
- ・淡野博久「中古住宅市場の効率性向上に向けた政策デザインに関する考察」日本建築学会計画系論文集 2006 Vol.71 No.607p.119-126
- ・Jeremy Boissevain. “ Friends of Friends Networks,Manipulators and Coalitions “ 1974(岩上真珠・池岡義孝訳『友達の友達ーネットワーク、操作者、コアリッション』未来社,1986年)
- ・Vrinda Kadiyali ; Jeffrey Prince and Daniel H.Simon."Is Dual Agency in Real Estate a Cause for Concern ? “ Journal of Real Estate Finance and Economics 2014 No. 48 p.164-195
- ・Sytse Douma ;Hein Schreuder” Economic Approaches to Organization” 2002 (丹沢安治、岡田和秀、渡部直樹、菊澤研宗、久保知一、石川伊吹、北島啓嗣訳『組織の経済学入門 (第3版)』文眞堂 2007年)

- ・ Felix Gottschalk. “What characterize Credence Goods ? A critical look at the literature” SSRN Electronic Journal January 2018 p.1-23
- ・ 安藤至大「不動産取引の仲介サービスと事業規制のあり方」土地総合研究 2017 Vol.25 No.1 p.66-70
- ・ 柿本尚志「<論説>不動産流通市場と仲介機能について」大阪府立大学経済研究 1999 Vol.45 No.1 p.97-110
- ・ 清水千弘・西村清彦・浅見泰司「不動産流通システムのコスト構造 不動産取引コストの把握」季刊 住宅土地経済 2004 年冬季号 p.28-37
- ・ 高田光雄「産業社会のなかの住まいー住みごたえの住居論およびソーシャル・ハウジングの展望」住まい論 1989 通巻 12 号 p.13-18
- ・ 神林龍・児玉直美「結婚情報サービス業調査に関する報告書」一橋大学経済研究所 Discussion Paper Series 2018 No.687
- ・ 小松楠緒子「医師ー患者の協同参加型モデルーDeep・Value・Pairing モデルを超えて」2001 東京工業大学博士論文甲第 4843 号
- ・ 戸ヶ里泰典・中山和弘『市民のための健康情報学入門』一般財団法人放送大学教育振興会 2013 年
- ・ 中谷内一也『安全。でも安心できない… 信頼をめぐる心理学』ちくま新書 2008 年
- ・ 坂井素思『椅子クラフトはなぜ生き残るのか』左右社 2020 年

既発表論文一覧

著者氏名：篠崎一成

論文題目：宅地建物取引業法上の重要事項説明書の機能と限界

－不動産購入者のリスク予防および軽減手段として－

学術雑誌名：危険と管理（日本リスクマネジメント学会誌）第49号

38頁～54頁 2018年6月発行

本文との関連：第2章「住宅取引における政策上の宅建業者の機能と限界」

（一部改変・加筆）

著者氏名：篠崎一成

論文題目：中古戸建住宅購入者のインタビュー調査から見るリスクマネジメントの考察

学術雑誌名：生活経済学研究（生活経済学会誌）第46巻 25頁～38頁

2017年9月発行

本文との関連：第3章「買主のインタビュー調査に見た住宅取引における宅建

業者の機能と限界」（一部改変・加筆）

謝 辞

不惑を越えてリカレントした私に、「研究すること」とはどのようなものかを真摯にご指導をいただいたのは、本論文の主査であり、放送大学大学院の修士課程、博士課程において指導教官であった奈良由美子教授です。本論文の完成により改めて師弟関係を取り結ばせていただくことになるのですが、師の「大丈夫、あなたならできる」という奈良マジックに何度も励まされ、人生における最大の挑戦を成し遂げられたことに対して心より御礼を申し上げます。

放送大学での学内副査を務めていただいたお二人の先生方に対しても御礼申し上げます。坂井素思教授は私の研究の行方が混乱し困惑した際に、新しい視点をご教示いただくとともに大変親身にご指導いただきました。石丸昌彦教授は専門家と一般人との関係性についてご教示いただきました。また、外部副査を務めていただいた池邊このみ千葉大学大学院教授は日本学術会議会員に就かれご多忙の中、私の専門領域の関係で多角的視点からご指導をいただきました。改めて御礼申し上げます。

奈良研究室の皆様には多くの示唆をいただきました。特に TA として佐田、小林両氏には、適時的確なご助言をいただきました。御礼申し上げます。

さて、本論文の完成は偏に本研究にご協力いただきました多くの方々のお陰であります。修士課程、博士課程でインタビューした方は買主、宅建業者、行政関係者の 40 名余りで、各人のお名前は記せませんが協力いただきました方々に対してはこの場を借りまして御礼申し上げます。私は全国 10 万の宅建業者が傘下会員となっている公益社団法人全国宅地建物取引業協会連合会事務局に奉職しています。住宅を買うことは人生の一大転機であり、取引には様々な目的や過程があります。的確、円滑、安全な取引を行うために宅建業者が関与します。私は両者の立場を踏まえながら、多くの方へのインタビューを通じて様々な点をご指摘いただきました。また、宅建業者のアンケートについては、勤務先の会員の皆様方のご協力を得て貴重なデータを収集できました。真摯な取引姿勢に感銘を受けましたが、それを発信するシグナリング効果を発揮していないことが明らかになりました。今後は宅建業者自身の情報発信推進に取り組んで参りたいと思います。

最後に 2012 年 9 月に放送大学へ修士選科生として入学以来 8 年半にわたり見守り続けてきてくれました勤務先の役職員の皆様方、そして何よりも家族に対して心より御礼するとともに、本論文を捧げたいと思います。