



契約書作成のポイント

売買契約書や重要事項説明書において、「容認事項」あるいは「特記事項」と呼ばれる条項が記載されることがあります。

(例)
買主は、以下の点について内容を十分認識・理解したうえで本物件を購入するものであり、売主に対して一切の苦情・異義を申し述べないものとする。

では、具体的にどのようなことを容認事項（特記事項）に記載すべきでしょうか。

ここで参考になるのは、宅地建物取引業法第47条第1項の規定です。宅地建物取引業者は、宅地建物取引業法第35条に定める重要事項等のほか、『宅地若しくは建物の所在、規模、形質、現在若しくは将来の利用の制限、環境、交通等の利便、代金、借賃等の対価の額若しくは支払方法その他の取引条件又は当該宅地建物取引業者若しくは取引の関係者の資力若しくは信用に関する事項であって、宅地建物取引業者の相手方等の判断に重要な影響を及ぼすこととなるもの』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することが禁止されています。容認事項（特記事項）に記載すべき項目についても、これとほぼ同じと考えてよいと思います。

要するに、そのことを知っていたら購入しなかった、あるいはもっと安い値段でなければ買わなかった、と考えられる事柄については、買主に対して告知すべきだということです。売主及び仲介業者の立場からいうと、こうした事実の不告知・不実告知によって後日トラブルとなることを減らすことができます。

買主の立場の場合、容認事項（特記事項）の内容は慎重に吟味し、もし受け入れがたい内容があるなら取引を中止すべきです。そのためにも、重要事項説明書は契約の数日前までに入手し、じっくりと内容を確認するようにしたいものです。

筆者紹介

中沢誠（行政書士）
三井不動産販売株式会社を経て、1999年から2010年までローン・スター・ファンドで不動産アセットマネジメントに従事。2010年不動産法務サポートオフィス設立。同時に株式会社ジャパン・アセット・アドバイザーズ シニアアドバイザー就任。



編集後記

- ◆ お詫び
JAA 通信 2012年4月号 Vol.2 「ワイン・ツアーズ第2回」内に表記の誤りがありましたので、お詫びいたします。
訂正箇所は以下の通りとなります。
「ボルドーワインの歴史」22行目、
(誤) 1972年、シャトー・ムートン・ロートシルトは2級から1級に格上げされたのですが（略）
↓
(正) 1973年、シャトー・ムートン・ロートシルトは2級から1級に格上げされたのですが（略）
- ◆ 関東地方は梅雨入りし、湿気が多く感じられる毎日が続いています。体調の崩しやすい時期ですので十分に気をつけ、梅雨明け後の夏季休暇前にはひとつ大きな成果を上げられるよう、気力を十分に仕事に取り組んでいきたいものです。
次号（8月発行予定）では、当社が何をしている会社なのか、「JAA ってこんなところ」といったご紹介を掲載できれば、と思っております。今後とも引き続き、どうぞよろしく願いいたします。



JAA通信

2012年6月号 vol.3

株式会社ジャパン・アセット・アドバイザーズ

〒101-0045 東京都千代田区神田鍛冶町三丁目3番地4 サンクス神田駅前ビル2階

TEL : 03 (5207) 9231 FAX : 03 (5207) 9232 URL http://www.j-a-a.com/



南一弘の視点

◆ アセットとプロパティは違います

アセットは資産を表し、プロパティは物件を表します。資産と言えばまず思い浮かぶのは、不動産と株と債券です。でもこの様に思い浮かぶのはいつも金融資産を考えているからです。資産にはもっと色々な物があります。個人で言うなら車・宝石・美術品、もっと大きく見るなら船舶・飛行機と、ありとあらゆる物が含まれます。でも我々が金融資産に目が向くのは、常に資産価値の変動に興味があるからなのです。今住んでいる御自宅が持家の方、購入された動機は何ですか？ この質問を投げかけるとたいいの方は「住み心地」と答えます。住み心地とはライフスタイルにフィットしている事です。少々通勤時間が長くても休日はのんびりする為に、郊外の一戸建を購入した方。都心でアフターファイブをエンジョイしたく、都心のマンションを購入した方。彼らはどちらも自分の生活を優先して不動産を購入されているのです。したがって彼らの保有不動産はプロパティと言えます。反対にライフスタイルを犠牲にしてまでも今後の資産価値を考えて自宅を購入される方。たまに相談を受けますが、将来の値上がりばかりを気にしている方。バブルの時は皆さん、住みたくもない家でも値上がりを期待して購入されていました。これはまぎれもなく資産として考えているのでアセットです。

アセットとは値上がりも値下がりもあるのです。当たり前の事ですが、意外と値下がりを考えていない方が多いのです。右肩上がりの曲線が崩壊して久しい不動産マーケットでは、値上がりではなく価値の維持が重要なのです。価値の維持が大変なのです。それは常にメンテナンスし、またマーケットを見つめていなければならないからです。不動産がアセットとして考えられてきた事を歴史から考えても、それは金融機関からの担保評価が大きな役割を担ってきたのです。土地神話がはびこっていた頃には、個人も法人も不動産を競って購入していました。有事の時には金融機関

に持ち込めば担保として新たな融資が受けられる、言わば資産としての最後の切札だったのです。土地神話が崩壊してからは収益を生む商品として考えられ、株・債券などと共に三大金融資産の一角を占める様になったのです。アセットとしての価値を測るには今も昔もその物の担保価値による所が大きいのです。

ではプロパティとして見るとどうなのでしょう。プロパティというのは自分自身での絶対評価が大きいのです。いわば自己満足の世界でもあるのです。『俺はこの様な物件を持っているのだ』、これだけで価値が判断される物もあるぐらいです。ホテルなどではオーナーがこの境地に浸って、オーバースペックやオーバーサービスにより破綻した話をよく聞くとします。但し不動産案件としての評価を考えるのであれば、いかに使い勝手が良いかです。使う立場に立って見て価値のある物件です。すなわち価値はテナントが決めてくれるのです。ではどのようにしてテナントに支持される物件にするのか。それには競合物件を知る事が一番です。言い換えれば、如何にマーケットに関心を置いているかです。アセットのところでもマーケットの重要性は話しましたが、ここでのポイントはテナントが何を欲しているのかというニーズの問題です。そのように考えれば、アセットは金融商品としてのニーズであり、プロパティはテナントのニーズだというのがはっきりしてきました。ニーズのある所に商品が必要となり、そこにマーケットが生まれるのです。

アセットとプロパティはお互い背中合わせに存在しあいながらも、そのニーズの違いによって分けられています。不動産を金融商品として捉えがちな現在にもう一度、あくまでも不動産なのだプロパティとして捉えてみて下さい。デジタルだけでは物足りなくなっている社会には、アナログとしての見方も大事なのです。小生はかなりのアナログ親父なので嬉しいのは事実ですが、デジタルの重要性もちゃんと解っているつもりです。

筆者紹介

南一弘
株式会社ジャパン・アセット・アドバイザーズ 代表取締役

◆ 7月9日（月）開催、第6回JAA不動産ゼミナールを開催します

本年2月よりスタートした「JAA 不動産ゼミナール」も、お陰さまで順調に回を重ねて参りました。

本セミナーは参加者様20名程度の少人数の勉強会となっております。毎回、時流に沿った話題を取り上げ、時には参加者様にも発言して頂きながら進行する、熱気溢れる勉強会を目指して取り組んでおります。

今回は7月9日（月）、19:00～を予定しております。テーマは「マーケットプライスと実際の取引価格の違いについて」。皆様のご参加をお待ちしております。

会場： エッサム神田ホール 7階702会議室
(千代田区神田鍛冶町3-2-2)

定員： 20名
費用： 2,000円

講師：
有限会社アッシュ インベストメント テクノロジー 代表取締役 萩原 淳
株式会社ジャパン・アセット・アドバイザーズ 代表取締役 南 一弘

お申込は当社ホームページ (<http://www.j-a-a.com/>) より受付しております。

皆様のご参加を心待ちにしております。



「第5回 JAA 不動産ゼミナールへアセットとして見るのか、プロパティとして見るのか～」より、会場の様子。



講師はこちらの2名。

ストラテジストの萩原氏（写真向って左）と弊社代表の南（写真向って右）が務めさせて頂いております。

◆ フェイスブックページを作成しました

当社のフェイスブックページを作成いたしました。現在は主に、当社主催のセミナーのお知らせ及び開催報告、関連メディア掲載情報等をご提供しております。

今後は皆様の声を取り入れながら、バラエティに富んだ情報を提供できる場にして行きたいと思っております。

ぜひ一度、ご覧になってみてください。

<http://www.facebook.com/japan.asset.advisors>



Wine Tours

ワイン・ツアーズ 第3回 カリフォルニア（ナパ・ソノマ）前編

今回はニューワールド（ワインの新興生産国）の雄であるアメリカはカリフォルニアのワインについてお話ししましょう。私の意見ではカリフォルニアワインをニューワールドに含めることは既に時代遅れの呼び方であって、伝統的生産国を含めて世界を代表するワイン産地であると言っても過言ではありません。そのカリフォルニア州のナパ、ソノマは銘醸地としてその名を知られています。最初にナパを筆頭にカリフォルニアワインが現在の地位を築いた事件についてお話ししましょう。

【パリ対決】

カリフォルニアが銘醸地として世界に認知されるきっかけになった大事件があります。それは1976年にアメリカ合衆国建国200年の記念行事として、イギリスの著名ワイン評論家で、アカデミー・デュ・ヴァン（ADV）（私もこのADV日本校で勉強しました。）の創始者であるスティーブ・スバリエがパリで行った、フランスワインとカリフォルニアワインのブラインドコンテスト（銘柄を隠して評価し順位を決めるコンテスト）です。当時、歴史ある銘醸地のフランスワインと粗雑な味覚で安ワインイメージのカリフォルニアワインでは当然フランスが圧勝すると多くの人が疑いませでした。しかし、結果は赤白共にトップに輝いたのはカリフォルニアワインだったのです。何と云うことか、その審判を下した審査員は、ロマネコンティのオーナーや著名なワイン評論家やソムリエなどフランス人でしたので、世間は大騒ぎとなりました（詳しくはこのイベントに唯一立ち会ったジャーナリスト、ジョージ・テイパー著葉山孝太郎・山本侑貴子訳「パリの審判」をお読みください。）。



1976年パリ対決 赤ワインの部で第一位を獲得したスタッグス・リープ

【ニューヨーク対決】

パリ対決敗北をプライドの高いフランス人は「カリフォルニアワインは若いうちに飲むと美味しく、フランスワインは充分熟成してから真価を発揮する。」と説明したものですから、10年後の1986年に場所をニューヨークに移し、10年間熟成させた当時の同銘柄ワインで再対決が行われました。結果は何と1位2位をカリフォルニアワインが占めました。この2回の対決を通じてカリフォルニアワインは真の銘醸地となりました。

【ロンドン対決】

パリ対決から30年経った2006年にロンドンとナパで同銘柄を審査する方式で対決する企画が催され、やはり1位リッジ・モンテ・ペロ、2位スタッグス・リープ、3位ハイツ・マーサズ・ヴィンヤード、4位マヤカマス、5位クロ・デュ・ヴァル、とカリフォルニアワインが上位を占めました。

【世界の銘醸地】

1976年から始まったカリフォルニアワインとフランスワインの対決によってカリフォルニアワインの地位は確立され、ワイン産業がますます盛んになりました。そして、世界中のニューワールドが第2のカリフォルニアを目指すことになったのです。そしてナパヴァレーワインツアーに訪れる人は年間約2000万人で、全米ではディズニーランドに次ぐ人気スポットです。そのナパヴァレーに私は2009年夏に訪問し、あまりの素晴らしさにその年の秋に再訪してしまいました。

今回はカリフォルニアワイン中心地、ナパヴァレーにスポットを当てましょう。



ナパヴァレーワイン畑

【1976年パリ対決】

赤ワインの部(カベルネ・ソーヴィニオン主体)	
1位	カリフォルニア 1973年スタッグス・リープ・ワイン・セラース
2位	ボルドー 1970年シャトー・ムートン・ロートシルト
3位	ボルドー 1970年シャトー・オー・ブリオン
4位	ボルドー 1970年シャトー・モンロー
5位	カリフォルニア 1971年リッジ・ヴィンヤーズ モンテ・ペロ
白ワインの部(シャルドネ)	
1位	カリフォルニア 1973年シャトー・モンテリーナ
2位	ブルゴーニュ 1973年ムルソー・シャルム ドメーヌ・ギル・ルロ
3位	カリフォルニア 1974年シャロン・ヴィンヤード
4位	カリフォルニア 1973年スプリング・マウンテン
5位	ブルゴーニュ 1973年ボヌ・クロ・デュ・ムージュ ジョセフ・ドルーアン

【1986年ニューヨーク対決】 *赤ワインのみ

赤ワイン	
1位	カリフォルニア 1972年クロ・デュ・ヴァル (前回8位)
2位	カリフォルニア 1971年リッジ・ヴィンヤーズ モンテ・ペロ (前回5位)
3位	ボルドー 1970年シャトー・モンロー (前回4位)
4位	ボルドー 1971年シャトー・レオヴィル・ラス・カース (前回6位)
5位	ボルドー 1970年シャトー・ムートン・ロートシルト (前回2位)

筆者紹介

萩原 淳
有限会社アッシュ インベストメント テクノロジー
代表取締役 ストラテジスト