

# 全国貸地貸家協会新聞

発行 全国貸地貸家協会事務局  
東京都中野区野方一丁目二九一・二〇二  
(株)耶馬台コーポレーション内  
TEL 〇三(三三三八) 七五一五  
FAX 〇三(六八〇〇) 五三九七

〈訪問インタビュー〉

## 熱海復興に参画する

——借り手のニーズをどう掴むか——

株式会社マチモリ不動産 代表取締役 **三好明**

聞き手

全国貸地貸家協会専務理事・本紙編集長 宮地 忠継  
全国貸地貸家協会新聞企画部長 井上 一之

戦前からの大観光地熱海も高度経済成長期を過ぎて、大きく凋落した。そういう熱海を復興しようと、市役所と街の人々を中心に努力が続けられたが、自分たちの創意と工夫でその一助となった人たちがいる。不動産業の在り方を、従来の感覚から大きく変えたやり方である。少子高齢化の進展や、一方で空き家の増加の現実に対して、どう対応するかという点でも、一つの参考になるのではと思われま。マチモリ不動産の三好明社長にお話を伺いました。

### 不動産の使い方の発明

宮地：それでは本日はマチモリ不動産の社長の三好さんにインタビューしたいと思えます。よろしくお願いします。

御社はマスコミでもいろいろ取り上げられていますが、そもそもどのようなお仕事をされてるんですか。

三好：仕事としては、3つの一般的にある仕事を、通気一貫でやるということだと思っております。今、業界でリフォーム、仲介、賃貸管理というの

は、全部いわゆる蛸壺化していて、それぞれ専門は全然違うと。それを全部1つにまとめてやる仕事だと思っております。

例えば、東京とか大きい都市であれば、それぞれが仕事として成り立つと思うんですけど、空き家が多いような所ですと、限りなく価値がなくなっていくような不動産がどんどん増えて来てるんですね。

例えば、1,000万円の予算があつて家を買いたいという人が不動産屋に行くと、何を紹介さ

れるかというのと、980万円の物件を紹介されるわけですね。そうではなくて、例えば100万円の物件を買って、900万円のリノベーションすれば、それは1,000万円の予算でできます。

宮地：確かにそうですね。

三好：不動産屋というのは、仲介手数料は基本的に、法律でパーセンテージが決まっていますから、単価の高いものを買わせたいわけです。空き家ができる要因の一つに、100万円に下がってしまった物件を仲介しても利益が出ない、だから不動産仲介会社は空き家を取り扱いたがらないということがあります。

宮地：100万円の

不動産ですか。

令和6年の改正で、800万円の不動産の売却最大30万円控除を受け取ることができるようになった。また、コンサルテーション料も明確に定められた。

三好：でもリフォームとセットでビジネスができれば、結果的にリフォームの利益と仲介手数料と掛け合わせたビジネスになるという仕組みです。私たちが最初目をつけたのが、熱海には移住したい人がたくさんいるんですが、実は住みたい住宅がない、特に賃貸がない。最初にやったのは、先ず、住む人を先に決めて、その人に合わせてリノベーションするということを考えました。

例えば、家賃8万円で借りたいという人がいたら、大家さんに年間96万円入ります。約100万円だとして、5年経つと500万円です。ポロポロの部屋があったら、この人借りるので大家さんに紹介して、500万円のリフォーム代を出してもらい、住みたい人に合わせてリフォームをします。大家さんは住む人が決まっているので、投資回収が見えています。こちらは仲介もやり、その後の管理もする、というような形で仕事を伸ばしてきたという感じですね。

若い人で移住したい人とか、別荘用に賃貸を使いたいとか、マンスリーで使いたいとか、今、ライフスタイルが多様になって来ています。

ですが、時代の変化の中で、不動産を貸す側に多様性がないんですよ。住居でなきゃダメ、DIYしてはダメ、ペットダメなど、使い方が契約で縛られ過ぎています。使う人に合わせて契約を変えたり、イノベーションで使い方を変えて、柔軟にするという中間に入ってやれば、リフォームの需要もあるし、空き家も使っていける。私どもの仕事は、使い方の発



明だと思っていて、使われていない不動産の使い方のアイデアを出して、使いたい人と貸したい人をマッチングしていくこと。今は、「住む」の定義が広くなっていて、家が一つじゃなくていいとか、事務所兼でもいいし、一部屋だけ宿泊で貸しながら自分も住むでもいいし、そういう使い方の発明から入って、大家さんと調整をしていき、空き家を活用しています。

**使い手側のルールの緩和**

**宮地**…面白い考え方だと思いますが、それはどういうところで気が付かれたんですか。

**三好**…実は私もがオリジナリではなくて、日本でこれを一番最初にやったのは、北九州の小倉に魚町商店街というところがありまして、そのシャッター商店街の再生をやった人たちがいて、実はその真似なんです。

嶋田さんという豊島区でライオン建築事務所をやっている人、末広町にある3331 Arts Chiyoda 代表の清水義次さん、この人は廃坑を活用したり、

新宿の歌舞伎町に吉本興業の東京本社を作った人ですが、先生として来てもらって、熱海の空き家をどうすればいいのかを教えてください。きながら熱海版に変えてきたということなんです。

地域の中で何かしらニーズはあるはずだと。飲食店でもいいし、宿泊でも住宅でもいい。それを使う人を先に決めなさいと。今日日本で行われているのは、まずリフォームして、貸して、管理していく。逆だ。これだけ家が余っているのだから、供給側を主体にして考えるのではなくて、需要側、使い手側の使いたいように使い方のルールを緩和させる。自分でやっていい範囲、DIYしていい範囲を広げたりとか。

大家さんが本来出さなければいけないお金を、借りる人が負担して、その代わりその家賃を相殺して初期費用を安くするとか、そういう工夫のもとに物件を貸して、街を貸して、というのもあるよ、と教わりました。

**熱海は最初にコンクリートが一斉に建った場所**

**宮地**…三好さん自身は建築については専門なんですか。

**三好**…いや、私はもともとマンションの管理会社出身です。大学卒業してリクルートグループの管理会社で当時コスモスライフという会社のマンション管理部門で働いていて、今は大和ライフネクストというんですけど、建物管理の仕事をしていました。既存の建物をどうやって長く使うかとか、どうすれば使い手にとって良い使い方になるか、あとは所有者にちゃんとメリットがあるかなど、建物管理の専門家としてやってきたという事です。

**宮地**…それでどうして熱海に来られたんですか。

**三好**…熱海って実は日本で一番最初に鉄筋コンクリートが集合して生まれた場所なんです。昭和25年に熱海大火があつて、木造ばかりの密集地で、海の近くの所から燃え広がって、半径2、3キロくらい全焼しちゃったんです。その後、昭和20年代の後半から鉄筋コンクリートが一斉に建った日本で最初の場所なんです。

でも、それを今どうするの。それって不動産仲介業の人ではなくて建物管理の専門家でないとその問題は解けない。区分所有法に従って、例えば建て替えの合意形成はどうするか、この部分の修繕をしたら誰が負担するのとか、そういった意味で建物管理の専門家が必要なんですけど、熱海にはその専門家がいないんですね。リゾートマンションが多いので仲介の専門家は多いんですけど、管理の専門家が熱海にあまりいないと私が目を付けたきっかけが、今から10年くらい前、人っ子一人歩いてない壊滅的な状態で鉄筋コンクリートの長屋がたくさんあつた。

**宮地**…リーマンショックの後くらいですか。

**三好**…地震があつてリーマンショックの後ですね。その時に、今日の日本のマンションの築年数は平均27年なんですけど、熱海は60年、70年のものがあるって、これはある意味、時代の最先端をいってると。20年、30年後に日本にやってくる問題が、今熱海に起きてるわけです。この熱海での新しい使われ方が実践できれば日本中どこでもやっていけるし、建物管理の仕事をしてきた自分を生かせるなと思って、それで熱海に来たんです。

**使う人に合わせ、採算も図る**

**宮地**…御社のサイトに実際にリフォームでこう変

えたという実例がたくさん載っているの、リフォームでアイデアがある会社かと思っていたんですが、今の話はそんなレベルじゃないですね。そうでなくて何とかしようということですね。

**三好**…何とかしようなんです。そして、白が何で多いかという、採算が合うためです。逆算をしていくと白で塗るしかない。要は事業計画から言ってリノベーションをするときは5年が限度、利回りでいうと20%。5年以内で投資回収ができるようにするにはどうすればいいか。例えば家賃が8万円だったら、先ほどの通り、初期費用500万円までできることは何かという発想でリフォームするんです。そうするとどうしても一点豪華主義をとらざるを得ない。壁一面は好きな柄にすると、だけど抑えられることは抑えようとなると、他は白にせざるを得ないんです。

**宮地**…サイトの写真見ると皆、白で綺麗になっていますよね。

**三好**…例えば和室の場合は、現在あるものを生かすとする、逆に白くしないです。どうコスト的に抑えるか、今あるものをどう生かすかという結果、鉄筋コンクリートの場合は、白に塗った方が安い。でも4面あったら一面だけはちゃんと可愛いものにするみたい。大家さんにまずメリットがあるか、それでかつ住む人も幸せかどうか。

**宮地**…リフォームに対する特別な意識はあるんですか。

**三好**…やはり使う人に合わせるということ。例えばドアの取っ手をどうするか、壁の色は何色にするかなど、自分が選んだものにしていくことが大事だと思うんです。

**宮地**…それはお客さんとじっくり話し合うってこ

とですね。

**三好**…そうなんです。実は全部要望を聞くわけではないんです。その人が出た後に次の人にも受け入れられるところで折り合いをつけて、次の人にも喜んでもらえるようなものを作るといって、そのバランスを大事にしています。

**強いこだわりを持つ人は実は少数**

**宮地**…三好さんの文章とかサイトの文言を見ると、人間の心をものすごく大事していると思えるのですが、事業を通じながら、例えばお客さんの感性、お客さんの心とどういう風に結びつこうと思っておられるんですか。

**三好**…本質的な質問ですね。実は、皆さん、自分がこうしたいということが自分自身、本当は分かってくなくて、例えば壁紙どうしたいですかとか聞いても、ほとんどの人がどっちでもいいとかで、強いこだわりを持つてる人って実は少数で、1割か2割しかないんです。だから全部選んでもらうやり方が逆に重いということがあって、そうすると、お客様が気づいていないところをフォーマット化するか、ひな形を作るとか、ある程度のところまで作る方がいいのかなみたいな。

**ライフスタイルの多様性に合わせる**

**宮地**…お客さんの好みにする場合は、職業とか趣味とか、いろいろなことを知らないといけないんじゃないですか。

**三好**…そうなんです。手間がすごくかかっちゃうんです。最初は、一人一人に合わせて作ってきたんですけど、結局、大体みんなこういうのが好きだということがわかってきて、それをあらかじめパッケージにして用意するように最

近変わってきました。こだわりが強い人には、もうちよつと打ち合わせを多くしてその分お金をいただくようにして、そんなにこだわらない人はもうちよつと安くしてこつちで用意してあげるみたいな、そのバランスを取るようになってきています。

**宮地**…いろいろなパターンが必要になりますね。

**三好**…そうですね。最近、メディアとか外で話すときには、人に合わせて作ってます、という言い方をしているんですけど、正直言うと、今それは多分5%か10%くらいで、ほとんどはこちらで作ったもので決めています。例えばパブリックとか、普通パブリックに出るような奇抜なものって皆買わないですよ。だからブランドとして前面に出している商品と、実際に売れるものって違っていいんです。

**宮地**…これは重要な話ですね。

**三好**…売上の大半は実は普通の人が住む家なんです。大事にしているのは、住む人が住みたいように住めるといって、そういうライフスタイルの多様性に合わせたことができる会社というのが基本ですね。

**空き家ツアー**

**宮地**…そういうテナントはどうやって掴んでくる



んですか。

**三好**..それは大きく2種類あるんですけど、先ずはやはり人の紹介が大きいです。2つ目がSNSですね。インスタグラム、フェイスブック、X(旧ツイッター)などです。

大体大きく3グループに分かれて、今すぐ家を探しているという一番近いお客様の層、一番遠いのは別に家は探してるわけではないけれど、SNS見てファンになってくれてる人、そしてその間の第2層、すぐに家を探しているわけではないけれども、イベントとかに参加するような人。

私たちは空き家ツアーというのをやっているんです。街を紹介しながら空き家を見る。実際に住むことも、そこで商売することもできるという物件を紹介しながら、街も紹介するイベントです。**宮地**..そういう人たちは御社のサイトを見るわけですね。

**三好**..そうですね。今こういう物件が出ましたとかという物件の紹介だけでなく、最近だと、熱海は自然災害が多いので、防災の記事なども載せています。

**宮地**..SNSを見てくれる一定の人がいるということですね。それをどうやって増やしていくんですか。

**三好**..SNSで見た人が、これいいよと他の人にシェアしてくれて拡散してくれます。あとはメディアで取り上げていただくときに大事にしているのが、ただビジネスのためというのを超えて、社会的な課題、例えば空き家問題や、移住したいけどどうすればいいかわからないとか、相続の話、人口減少とか、そういう社会の課題が自分のビジネスを通じてどう解決されていくかを大事に

考えたいと思っています。

**宮地**..そうですね、それは最終的にビジネスと繋がっていくんですね。

**三好**..自分がやっていることがどう社会的に影響があるのか、誰の役に立ってるのか、そこが大事で、最近で言えば環境問題もそうですし、人材不足もそうですよね。

**不動産業と信頼関係**

**宮地**..大家さんはどうやって探しているんですか。

**三好**..大家さんは地道に、例えば町内会の会合に出るとか、お祭りの下働きをしてみるとか、飲み屋に行つてずつと話を聞くとか、そういうことで繋がりを持てるようにしています。神輿を担ぐのが大事なのでなくて、事前の準備と事後の片づけが大事で、更にはドブ掃除とか草刈りとか。地方で仕事をする時は、都内とは違って、一人の職業者という前に、どういう人なのか、人となりをまず見られるんです。人として信頼できるのか、これが一番大事で。

熱海は古い物件が多くて家賃が4万円とか5万円だったりするわけです。不動産屋は儲からないからやらないんですね。だから熱海では不動産屋が信頼されてないんです。どうせ依頼してもやってくれないしと。

**宮地**..大家さんもそう見てるわけですね。

**三好**..だから建物が自主管理になって、プロが入らないからどんどん悪循環にいく。一個ずつを丁寧に形にしていくと、この人困っているから、ちよつと話を聞いてあげてというふうに広がって来ます。

**宮地**..新天地に乗り込んで、そこまできちっと

やるって立派なことですよ。

それと、今三好さんがおっしゃったことは、ある意味で不動産業の本質なんですよ。不動産業は本質的に信頼関係で、この人は信頼できるとなるといういろいろな人を紹介してくれるんですね。

**三好**..最初は私も東京でやってたように、提案書をパワーポイントとかでカラーでバッチリ作って、どうだつて提案すると、あんたいろいろ難しいこと言うけど、あんた一体誰つて言う。最初そうでした。目の前の困りごとを一個一個丁寧に解決していく、もうそれだけです。

**復興と地域活性化**

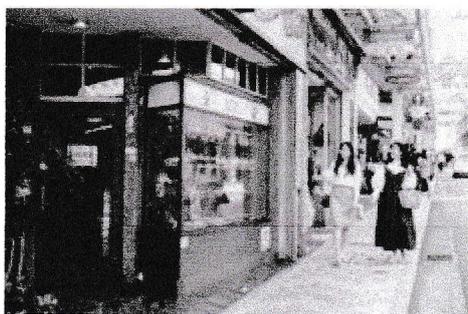
**宮地**..三好さんは、構想を練りながら熱海の復興に努力されたということを書いておられるんですけど、どんな構想でどんな風に尽力されたんですか。

**三好**..やってきたこととしては、例えばこの銀座商店街というのは、2011年の時点では、30店舗あるうち10店舗しか入っていませんでした。

**宮地**..2011年というのは震災のあった年ですね。

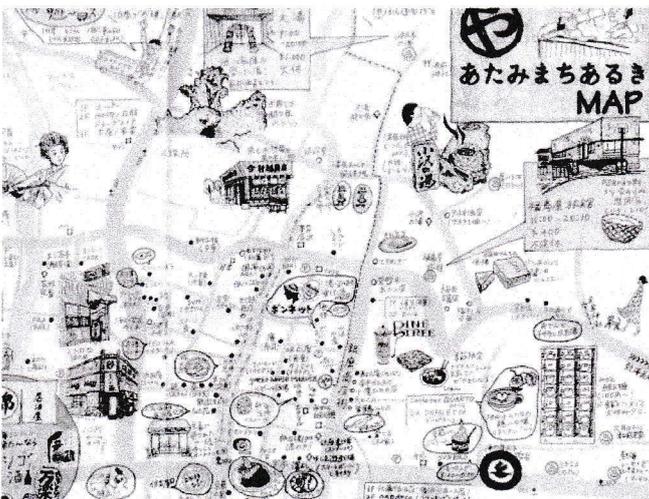
**三好**..はい。地震が起きた時ぐらいが最悪で、昼間のこの時間帯で誰も歩いていない、ランチの時でも誰も歩いていない、本当にシャッター商店街でした。

**宮地**..そんな状況だったんですか。



銀座商店街(熱海市観光サイトより)

**三好**…それが6年半かかってやっと全部埋まったんです。当時、店舗は1円でも借りたいという人がいなくて、募集しても仕方ないから、自分たちでやるしかなかったんです。どうせなら自分たちが欲しいものをやろうということで、カフェとか飲食店から最初入ったんです。みんなで集まれるところを作り、次に遠方から友達を呼びたいときに、当時1泊1万円とかの宿泊施設しかなかったので、いわゆる



昔のユースホテルみたいな、今で言うゲストハウスを、一泊素泊まりで4,000円で泊まれるところを作り、それからシェアアオフィス、月1万1千円だったから払うという人たちがいたので、自分たちの事務所でもありつつ、他の人も借りられる場所を作ったりして、とにかく自分たちが必要なものを一つずつ作っていったんですね。

**歩行者天国化してイベントを開催**

**井上**…マルシェも開催されたんですね。

**三好**…誰も歩いてないところを歩行者天国化して、マルシェを開催しました。新しくお店をやっ

てみたいという人たちに声をかけて。

**井上**…誰も歩いてないところに人が出て来るんですか。

**三好**…出て来ないんですよ。だから自分たちで呼んだんですね。

**井上**…どうして出したりするわけですか。

**三好**…そうですね。出店してくれませんか、1日単位で。それがだんだん増えて行ったんですが、一つの転機となったのは、2017年に熱海プリンが出店したことでした。1号店が駅前です。思ったより流行って、2号店を作ろうという話があった時です。

銀座商店街は熱海の最初にできた観光地なんです。駅ができたのは昭和に入ってからで、もともとは海を中心に考えていて、徳川家康がよくきたのは大湯というところなんです。

熱海プリンの川越社長さんが、銀座商店街が熱海の最初の観光地だし、そこで若い子たちが頑張っているから、ここでぜひ出店したい。でも、そんなに売れるわけじゃないかもしれないから、9割は工場で、表の1割だけを店舗にするということになって、それがすごく流行って、行列ができるようになり、そこから次々と店が決まり始めたんです。

**プロモーション戦略**

**宮地**…当初「田」と市役所が一緒になって、調査結果を基にどうしたらいいかを考えたというのが載ってたんですが、そういうことも何か関係あるんですか。

**三好**…直接的には関係ないです。私たちは、本当に一民間企業としてできることを小さくやってきただけで、熱海の最大のヒットしたきっかけとい

うのは、「TBさんと市長が仕掛けた「意外と熱海」というプロモーション戦略なんですね。

**宮地**…熱海は意外といいねみたいなの？

**三好**…はい。それをキャッチフレーズにしてプロモーションを仕掛けたんですね。あと「ごさんいらっしやい」という企画を市役所の職員がやって、ロケしやすいように、ここでロケするといいですよ、とお店とか場所とかを全部手配したんですね。泊まる所も食事処も全部手配して。

**宮地**…素晴らしいですね。徹底的にごを呼び込んだわけですね。

**三好**…テレビで取り上げるのが多分一番効いたと思うんですね。あと、熱海には古い店、老舗はたくさんある中で、新しい動きがあまりなくて、だけど古い熱海を残したまま新しい熱海もある

**三好 明(みよし あきら)氏**

プロフィール



株式会社マチモリ不動産 代表取締役  
高校生の時、1年間アメリカ留学。  
大学卒業後、マンション管理会社で13年勤務し、株式会社 machimori 取締役就任。  
2019年 株式会社マチモリ不動産設立。  
不動産を通じて地域の可能性を広げることが、まちの不動産の役割だと考える。

**株式会社マチモリ不動産**

設立: 2019年3月  
事業内容: 買取再販、不動産仲介、リノベーション  
賃貸管理・サブリース、プロデュース  
所在: 静岡県熱海市渚町5-4 大館ビル204号  
Tel: 0557-83-1551 080-4132-6562  
Mail: info@machimori-fudosan.jp  
Web: https://machimori-fudosan.jp/

よっていう、古いものと新しいものの掛け合わせという形で私たちを取り上げてくれて、そこが大きいところだったと思います。私たちが熱海を再生したとは全然思っていないですけど、一つの象徴というか、事例として取り上げていただいたことが、結果的にいろんな広がりになっていったと思います。

### リピーターを獲得できるか

**宮地**…新幹線が停まって、東京から40分で、温泉があつて、海があつたら、最高の条件ですよ。本来、そこが寂れるはずがないですよ。

**三好**…そう思います。今まで一見さんでもどんどん来てくれたし、胡坐をかいてたところがあつて、結局のところ、顧客満足度が低かつたんじゃないかと思えます。

地方で再生してないところの共通点は、政治が悪い、役所が悪い、誰々が悪いとか他人のせいにしてるところだと思えます。今、行政に金はないし、環境や時代のせいにならないで、要は、あなたがやるかやらないか、なんですよ。

一回来て、また行きたいねって思ってもらえるにはどうしたらいいか。大人数でドンと来て、みたいな時代は終わって、今は個人旅行だし、また行きたい町だねと思えるリピーターをちゃんと獲得できなかったということが、寂れた要因だと私は思っています。

**宮地**…そこにみんな薄々気がついてるんだけど、そこを改革できないんですよ。時代が変わって、大企業が一泊旅行で来るのが減った時に、どうしたらいいかを考えられるかということですね。

**三好**…お客様が満足してまた来たいと思ってもら

えるか、シンプルにそこだけなんじゃないかと思えます。

### イベントツアーと地域コミュニティ

**宮地**…もう一回来たいと思ってもらえるようにするには何がいいと思われたんですか。

**三好**…結局、人だと思えます。熱海で生活してる地元の人たちの行動を見てると、何で楽しんでるかというところ、東京にはないような純喫茶とかあつて、そこで皆幸せそうに話してたりします。

ほかには魚屋さんとか肉屋さんがあつて、買う時のちよつとしたコミュニケーションがあつたり、あと面白いのが熱海って仕事一つじゃない人が結構多いんですよ。自営業をやってる人が多いので、仕事以外にも趣味を持っていたり、個性がある人が揃つて、面白い人がたくさんいるんです。

実は私たちが最初にやったのが、面白い人に会

### 〈寄稿〉

## 地図の歴史は古い！

——土地取引で重要な「公図・地図・地積測量図」の変遷——

FP EYE 澤田朗FP事務所 代表 澤田朗



日本全国にある各法務局・地方法務局・出張所に備え付けられている「公図・地図」、また「地積測量

図」などの図面は長い歴史を経て現在に至っています。その作成された経緯や背景を確認すると、その時代ごとの土地に関する考え方が見えてきます。今回は日本の土地調査の歴史や現在の公図と地図の違いなどについてお伝えします。

いに行くというイベントツアーだったんです。例えば、純喫茶巡りをツアー化して、あとは和菓子を探るとか、野菜作ってる人を回ったり。熱海の面白い場所や面白い人に会いに行くというツアーをする、イベント参加者同士も仲良くなるし、また行きたいねって思ってもらえる。

**宮地**…さっき人がたくさん来てましたよね。

**三好**…街歩きなんですよ。何を紹介してるかというところ、ここのお肉屋さんこれが美味しくて、このお店は豚カツが看板なんですけど、実はハヤシライスが美味しいとか、そういうのを一歩ずつ徹底的にやってみて行くということから始めたんですね。それで繋がって、空き家ツアーをやってるんですけど、街のファンになつてもらおうファンビジネスみたいなものに近いんじゃないかなと思つていて、そこを中心をやつてきたって感じですね。

(次号に続く)

### ■日本の土地調査、地図の歴史は古い

現在、土地については地番・地目・所有者・地積(面積)等の「地籍」が登記されており、土地に関する戸籍とも言えます。その内容は地番ごとに登記事項証明書に記載され、誰でも閲覧が可能です。

地籍調査等で明確となった地積が記載されているのですが、土地について調査が行われたのは大化の改新まで遡ると言われています。まずは、主

な土地調査や地図作成の歴史についてお伝えします。

## 1. 大化の改新

大化の改新によって導入された「班田収授の法（701年）」では、6年ごとに戸籍と税を徴収するための台帳が作成され、「口分田」として人民に分け与えられました。

当時の土地は全て国有で売買も禁止されていて、死亡した場合には国に返納されました。分け与えられる口分田の大きさは6歳以上の男子で2反（約23a）、女子はその2/3の4/3反（約15a）で、この田を分ける時に作成された「田図」という地図が地図の始まりだと言われています。

## 2. 太閤検地

豊臣秀吉が行った「太閤検地（1582年）」では、農民の田畑を一筆ごとに大きさを測り土地の石高等を定める政策を取りました。

これが全国規模で統一に行われた最初の土地調査となり、従来の土地管理制度を大きく変えるものとなり、江戸時代に入ってから同様の方法で土地の調査が行われました。

## ■公図の基となる地図が作成された

明治時代に入ると「地租改正（1873年）」により土地制度の改革が行われ、土地ごとの位置・面積・地目・地価・所有者が記載された「地番」が発行されました。その際に土地の「地番」の付与と土地調査が行われました。

所有者を確定することで納税義務を課し、地価に対する税金を従来の物納から金納へ移行させた時期でもあります。土地の私的所有が認められ売

買等も可能となりました。

この時期に作成された地図・図面が現在の「公図（地図に準ずる図面）」の基となっていますが、当時の作成期間が短期間であった、土地所有者自身が測量を行い政府が検査する方法であった、当時の測量技術が現在よりも精度が低かった、という理由で、面積や形状等が実際の土地と合っていないという問題が当時から生じていました。

## ■現在法務局にある「公図」と「地図」

戦前までこのような問題を抱えていたため、戦後になると国土の実態を把握する目的で「地籍調査（1951年）」が行われるようになりました。現在も調査は行われていて、調査結果を基に登記簿情報も修正されていますが、全体の進捗率は令和5年度末時点で53%にとどまっています。

これは、境界の確認に手間と時間がかかることに加えて、都市部では土地の細分化による費用の増大や、隣地とのトラブルを避けたいというところで、土地所有者の協力が得られないといった理由、山村部では土地取引等が都市部よりも低く優先順位も低くなっている他、調査や測量が物理的に困難な地域が多いといった理由が挙げられます。

このように、地籍調査が行われた場所とまだ行われていない場所が存在し、現在法務局には次の2つの地図が存在します。

1. 不動産登記法14条1項に規定する「地図」  
いわゆる「14条地図」と呼ばれているもので、筆界点（一筆ごとの境界点）に公共座標値が

ある等、精度の高いもので、万が一災害等で土地の位置や筆界がわからなくなった場合にも、正確に現地を再現できる地図となっています。地籍調査によって作成される他、土地区画整理事業等によって作成される土地の所在図もこれに当てはまります。

2. 不動産登記法14条4項に規定する「地図に準ずる図面」

いわゆる「公図」と呼ばれているもので「旧土地台帳付属地図」が代表的なものになります。地図が備え付けられる間の代わりの図面で、前述のとおり明治時代の地租改正時の内容が反映されているため、それぞれの土地の位置や形状等の概略は分かるものの、地図に比べて精度が低いものも存在します。

## ■いわゆる「縄伸び・縄縮み」はなぜ起こるのか？

このように、地図の種類によって精度が異なるため、14条地図が無い場合の土地の売買や相続時等では、確定測量や現況測量を行い、正しい土地の形状や地積を確認する必要があります。

「地図に準ずる図面」の場合には、土地の形状や地積が現状とは全く異なる場合もあり、「地積測量図」が備え付けてあれば、それで現状の地積を確認できますが、そもそも「地積測量図」がないならない場合も多くあります。それはなぜでしょうか？

「縄伸び」「縄縮み」という言葉をお聞きになったことがあると思います。土地の地積は一筆ごとに法務局に登記されていますが、実際に測量をすると登記されている地積と違う場合があります。このように公簿地積と現況地積が違う状態で、

現況地積のほうが大きい場合を「縄伸び」、現況地積のほうが小さい場合を「縄縮み」と呼んでいます。

測量は江戸時代にも行われていましたが、当時は縄を使って測量をしていました。その縄に例えて、実際の地積が公簿地積よりも「縄が伸びている」、反対に実際の地積が公簿地積よりも「縄が縮んでいる」、という表現が今でも使われています。

当時の測量の目的は現在のよう境界確定や地積確定ではなく、年貢などの額を決めるために行っていたという側面があります。そのため、実際の地積より小さく申告をしていたケースや、現在よりも測量技術が低かったことなどが、縄伸び・縄縮みが起きた原因の一つだと考えられます。

なお、1960年以降に分筆された土地は測量を行い、地積測量図が備え付けられています。このような土地の地積の信頼度は高いですが、それ以前に分筆した土地やこれまで分筆をしていない土地、地籍調査や地積更正を行っていない土地については今でも地積測量図がありません。

そのため昔からの測量結果が現在まで残っている、公簿地積と現況地積に違いがある可能性があります。

また、地積測量図があっても、縄伸び・縄縮みが残っている可能性があります。

2005年までは「残地法」と呼ばれる地積の算出方法がとられていました。この方法は、一筆の土地を二筆に分筆して売却する場合、売却する土地は測量をして地積を確定させますが、売却をしない土地（残地）は測量を行う必要が無く、元

の一筆の地積から売却する土地の地積を差し引いて新しい地積とする方法です。

ただしこの場合、そもそも分筆前の地積に縄伸び・縄縮みがあった場合、残地についても同様のことが起こります。例えば、分筆前の地積が1,000㎡、売却する土地の地積を測量したら300㎡、結果、残地は700㎡となりますが、そもそも「分筆前の地積1,000㎡が正しくない」というケースが多くあるのです。

2006年以降は、分筆する場合にはすべての筆を測量することになりましたが、2005年以前に分筆された土地は、残地部分に縄伸び・縄縮みがある可能性があります。

■売買時や相続発生時には要注意

土地の売却時に測量したら公簿地積と違っていた、という場合には売買価格に影響が出ますし、新たに建物を建築する場合にも地積が違えば建てられる建物の大きさも変わってきます。固定資産税等にも影響し、実際よりも税負担が多かったということも起こり得ます。

土地を相続する時の相続税評価額にも影響が出てきます。土地の相続税評価は、路線価地域であれば路線価に地積を掛けて計算しますが、様々な減額要因があれば評価額が下がり最終的な評価額が決まります。

この計算の根拠となる地積が違っている場合、他の財産を含めた課税遺産総額や相続税額にも影響が出てきます。土地の評価額は相続財産に占める割合が大きくなる場合がありますので、相続時には現況測量を行い、公簿地積との差異を確認することで、税負担を軽減することもできます。

きます。

このように公簿地積との差異の大きさによって影響が大きくなる場合もありますので、地積測量図が無い場合には、まずは縄伸び・縄縮みがあるかどうか現況測量を行い、必要に応じて地積更正等を行うことで、売買・相続時に備えることができます。

澤田朗(さわだ あきら)氏

プロフィール

- ・FP EYE 澤田朗FP事務所代表
- ・NPO 法人日本相続士協会 理事 相続士上級
- ・相続支援ネット エリアメンバー
- ・NPO 法人日本空き家再生協会 認定講師
- ・空き家再生アドバイザー
- ・ファイナンシャル・プランナー (AFP) (日本FP協会 東京支部所属)
- ・二級ファイナンシャル・プランニング技能士 (資産設計 提案業務)

2005年、34歳の時にFP事務所「FP EYE」を設立。これまでライフプラン相談を通じて約800世帯の家庭と関わり、家計の収支改善や効率的なお金の活用方法、将来の資金計画のコンサルティングなど、今後の生活設計に必要な情報の提供やアドバイスをを行うFPとして活動中。

事務所

〒121-0816 東京都足立区梅島3-33-6

TEL : 090-1655-7638

mail : info@sawada-fp.com

