

1. 経緯

- H10.3 【国】「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」を取りまとめ（H16,H23改訂）
賃貸住宅退去に、損耗等の補修や修繕費用を、借主・貸主のどちらが負担するのか等原状回復をめぐるトラブルが問題となっており、国交省がガイドラインをとりまとめ
- H16.10【東京都】賃貸住宅紛争防止条例施行（H29、R4に改正：民法改正）
入居時の重要事項説明に併せて、原状回復の基本的な考え方を書面で借主に対して説明するよう、宅地建物取引業者に義務付け
- H18.4【大阪府】啓発冊子の作成・周知
- H25.3【大阪府】「大阪府版ガイドライン」作成（R1改訂）
国ガイドラインの内容をわかりやすく示した、府独自のガイドラインを業界団体とともに作成。
貸主・借主負担区分を図解するとともに、困ったときの相談窓口等を掲載。
契約～退去の各場面で、事業者（仲介・管理・家主）から、借主への説明を実施。
- R2.4 民法改正（賃借人の原状回復義務について明文化）

2. 実態把握の概要及び結果

●府住宅相談室等に寄せられた相談

- ・府住宅相談室への相談件数は横ばいであるが、府ガイドライン（原状回復の考え方）認知度の認知度は増加傾向にあるものの、依然低い

	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
原状回復	333	323	264	255	253	313	267	275
うちガイドライン認知	26 (7.8%)	37 (11.5%)	38 (14.4%)	36 (14.1%)	51 (20.2%)	73 (23.3%)	61 (22.8%)	76 (27.6%)

- ・国民生活センターへの年間の相談件数は横ばい。月別相談件数では、2月から4月にかけて相談件数が増える傾向

●不動産業界の動向（※リクルート 賃貸契約者動向調査 他）

- ・賃貸契約等の不動産契約について、オンライン契約のニーズが上昇。物件の内見についてもパソコンやスマートフォンを用いて実施するオンライン内見の利用者が増加

●府民向けアンケート（対象：大阪府在住、10年以内に民間賃貸住宅退去経験者 1000人）

- ・府ガイドラインの認知度は2割と低い
- ・府ガイドラインを知っている場合の方が、退去時に借主としての意見が反映される傾向がある
- ・トラブル防止には、契約や退去時の不動産業者による説明や、府ガイドラインの周知が有効とする回答数が多く、特にトラブルを経験している場合は、府ガイドラインの周知が有効とする回答が最も多い

●事業者向けアンケート（対象：仲介、管理、家主団体の会員）

- ・宅建業者における、契約時の説明内容「経年変化や通常損耗の復旧は貸主が行うこと」の説明実施率：93%（H23当時 90%）
- ・管理事業者における、退去時等の取組退去後 明細書交付による説明の実施率：77.5%（H23当時 59%）
- ・仲介・管理業者の大阪府版ガイドラインの認知度 57.6%
- ・仲介・管理業者における借主への原状回復の説明手段 府ガイドライン30.5% 契約書等68%

3. 現状・課題と対応方策

	現状と課題	取組の方向性
①	・借主から「不動産業者による説明はトラブル防止に有効」とする回答が多いが、不動産業者からの説明は徹底されていない	府ガイドラインを用いた不動産業者による確実な説明
②	・借主からは、「府ガイドラインの周知啓発が有効である」という回答が多いが認知度は低い ・事業者による借主への原状回復の説明時の府ガイドラインの活用率は低い ・オンラインでの契約や内見が増加	借主の理解を促す分かりやすい情報発信
③	・トラブルの相談は2月から4月にかけて増加傾向にある	適切なタイミングを捉えた周知啓発

4. 取組の内容

①不動産事業者による府ガイドラインの配付のルール化

- ・宅建業者だけでなく、管理業者、家主の団体も含め、契約・入居に加え退去時において、府ガイドラインを借主に配付することを業界としてルール化

②原状回復の考え方をわかりやすく伝えるツールの作成

※R6年度予算要求

- ・府ガイドラインの内容を、さらに分かりやすく解説したチラシの作成
- ・オンライン契約で活用できる動画などのデジタルツールの作成

③「トラブル防止啓発月間」の実施

- ・府と業界団体が連携し、入居・退去の多い時期を捉えた「トラブル防止啓発月間」を実施
期間 毎年度 2～3月（R6.2～3は試行）
団体 府・市町村、不動産団体（仲介・管理・家主）
内容 団体：各会員による契約・入居・退去時の借主への説明の徹底
行政：デジタルサイネージ、ポスターの掲示、広報紙等やセミナーによる周知啓発、大学生協や教育機関と連携した周知・啓発

	R5年度			R6年度	
	1	2	3	4～1	2～3
取組内容	<p>★方向性のとりまとめ</p> <p>強化期間（試行）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・行政による広報媒体を活用した周知 ・業界団体の取組の推進 ・教育機関のセミナーでの周知 ・チラシ、ツールの作成 			<p>強化期間</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ガイドラインの改訂ツールの作成 ※新たなツールを活用した行政・業界団体・教育機関と連携した取組 	