

## Special Issue 2

# OAP問題を契機として 「大切な一人」とともに 家をつくるための体制を整備



それぞれの家族の期待、ローンへの不安、新しい街での暮らしなど、住宅購入ではさまざまな思いが錯綜する。<sup>さくそう</sup>  
 にもかかわらず、住宅を売る側は、そうした思いをきちんとすくい上げてきたのだろうか。

例えば、数百戸規模のマンション販売では、売り主にとっては数百人のうちの一人にすぎず、決して「大切な一人」とはなっていないのではないか。

三菱地所では、事業者と購入者の情報の差を克服し、「大切な一人」と向きあっていくための模索を続けている。そのきっかけとなったのが、2004年に大阪市北区の「大阪アメニティパーク (OAP)」で発覚した土壌・地下水問題だった。

## オフィスやマンションの 枠を超えた先進と歴史が共存する まちづくりへの挑戦

三菱地所は2004年10月、OAPレジデンスタワーの販売に際し、敷地の土壌汚染の事実を購入者に説明しなかったことが宅地建物取引業法違反にあたるとして、取り調べを受けた。OAP問題は、2005年6月に不起訴処分が決まるとともに、表層土の入れ替えをはじめとする対策工事を行うことで住民と合意し、2006年6月から土壌・地下水対策の工事が始まった。

OAP問題は、いわば状況の変化点で起きている。OAPレジデンスタワーの販売が始まったのは1997年だが、工場跡地の汚染の有無について自治体への報告を義務付けた土壌汚染対策法が施行されたのは2003年2月のこと。しかし問題の本質は、法の施行前であったかどうかではない。

三菱地所で住宅関係の販売促進や販売ルールづくりを担当する開発業務部副長の原一史は、「思いがいたらなかった、というのが私たちの決定的に欠如していた部分でした。お客さまの不利益に思いがいたるような仕組みをつくらなければ、大切な住宅購入に誠実にお応えしているとは言えないのです」と語る。

開発業務部ではOAPレジデンスタワー以外の物件も含めて、どのような説明が足りず、またどのような説明をしていたかを徹底的にチェックした。クレーム案件を洗い直し、個別に処理されてきた案件について、クレーム要因とその構造的な背景を探ったのである。

原によると、浮かび上がった課題は2つあった。①購入希望者などに不利益情報をどれくらい提示していたか、②どのようなタイミングで伝えるか、である。

これを踏まえて2005年9月には、『重要事項説明書作成マニュアル』を整えた。その基本的な考え方は「不利益情報はすべて出す」である。さらに、何が不利益情報と考えるかは、各事業部の担当者

や設計者、販売者では異なっている。この課題を解決するために、すべてのプロジェクト担当者が一同に会する「重説会議」の開催を義務付けた。重説会議に向けたチェック事項をまとめた「売買物件確認事項一覧表」も用意した。

「宅地建物取引業法第35条で説明が求められているものはもちろん、判断に悩むものもすべて出すように求めています。例えば、敷地内や解体した既存建物などで過去に自殺があったとしても、そういったことまでも明らかにします。重説会議は、説明すべき情報を共有するだけでなく、お客さまの大切さを全担当者に浸透させる機会でもあります」(原)

2つめの課題は、いつ情報を提示するかである。宅建業法では、重要事項の説明は「契約が成立するまでの間に行わなければならない」としており、従来契約直前に行われることが多かったが、これでは重要事項を購入予定者が吟味する時間が十分とは言えない。



「常にお客さまとコミュニケーションを深めていきたい」

原一史  
 開発業務部 副長

三菱地所では、売買契約締結の1週間前に説明するように改めた。つまり、重要事項を理解したうえで購入してもらおうというのである。

マンション分譲は、着工して2～3カ月で販売センター（モデルルーム）が開設され、申し込みの受付が始まる。契約から竣工・入居までは通常は1年から長いものでは2年程度の時間を要し、当然、建設途中で重要事項に該当するような変化も起こり得る。そこで、「引き渡しの2カ月前までに再度、重要事項の変更がないかを検証し、明らかにすべきものがあればすぐにお客さまにお伝えするようにしました」（原）。

## 重要事項説明のための ガイドブックを作成 建築進行レポートも発行

OAP問題以後、三菱地所はさまざまな改革を進めてきた。そのなかの一つに、麗澤大学の高 巖教授を委員長とした5人のメンバーからなる「コンプライアンス特別委員会」の設置がある。委員会は2006年1月に、企業体質の改善に関する「提言」を発表。そのなか「住宅販売に関するガイドラインの策定」があり、重要事項説明のあり方や販売員の対応・説明姿勢に対して一定のガイドラインを設けるよう求めている。

先に紹介した重要事項説明の改善は、この提言を「先取り」する形で始められたものだが、委員会からは、「そもそも重要事項説明書を契約者が読みこなすことができるのか」という疑問も出されていた。結論を先に書けば、この課題を克服するために購入検討者へ重要事項説明書の重要性とともに区分所有法や建築用語を解説する『重要事項説明書ガイドブック』を2007年5月から配布し、ガイドブック、説明書、販売員の丁寧な説明を「3点セット」とした新しい対応を始めている。

「コンプライアンス特別委員会」の委員であり、消費者保護の問題に長く関わってきた弁護士の片山登志子さんは「重要事項の説明が、マンション購入でいかに大切なプロセスであるかということ自体が説明されていないため、お客さまの方でもその重要性を理解していない。説明は儀式化し、お客さまからクレームが出たときの言い訳のように一方的に説明がなされているだけ。売る側は、お客さまに詳しいことを説明してもわからないだろうと考え、わかってもらうための努力をしてこなかったのではないかと厳しく指摘する。

三菱地所では「コンプライアンス特別委員会」からの提言を受けて、片山さんが副理事長を務める消費者支援機構関西（KC's）の協力を仰ぎ、販売センターでの物件説明、現地モデルルームの見学、契約前の重要事項の説明といった、一般のお客さまが契約にいたるまでの一連の流れを体験していただいたうえで、問題点と改善方法を提言してもらった。その成果を活かしたものが、2007年の『重要事項説明書ガイドブック』の作成だった。

『重要事項説明書ガイドブック』は、いわば「重要事項説明の入門書」。難解な専門用語や、各種の費用負担、契約にあたっての注意事項などをイラスト入りで詳しく説明し、ガイドブックを参考書にして重要事項説明書が読みこなせるようにしてある。さらに契約者には、工事の進捗状況をつぶさに報告する『チェックアイズレポート』

### Stakeholder OPINIONS

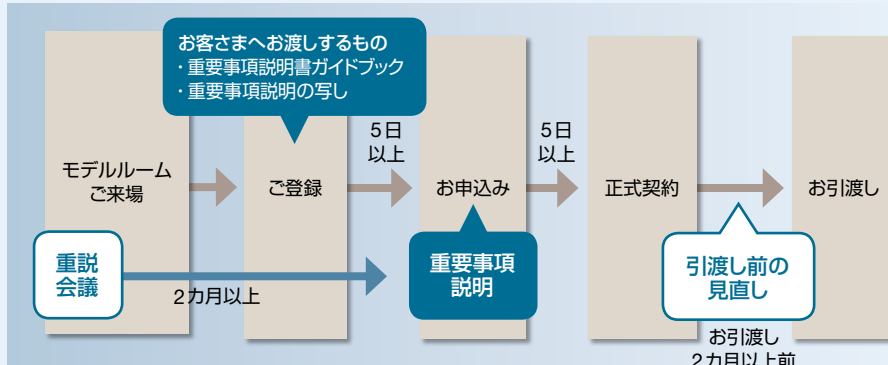
#### お客さまの立場を考えた対応を

藤 麻紀

三菱地所リアルエステートサービス 営業第一部 課長

私たちは物件の販売センターで、直接お客さまと接する立場です。お客さまの心配ごとにはいち早く対処し、重要事項説明もできるだけわかりやすく、丁寧に説明しています。お客さまが入居するときによかったなと思っていただけるよう、常にお客さまの立場に立って、これからもさまざまな情報提供を心がけたいと思います。

#### ■ 分譲マンション販売時のお客さまへの対応



重要事項説明書ガイドブック

契約前にお客さまへお渡しするもので、重要事項説明書を読みこなせるように、建築用語や法律の説明、契約にあたっての注意事項などを記載している

も発行している。マンション建設の各工程や検査結果が写真入りで報告され、契約者はガイドブックやマンションの性能を解説した『チェックアイズブック』も参考に、确实・正確に建設が進められているかを確認できる（46ページ参照）。

KC'sとの議論を重ねていくうちに、問題の本質がより鮮明になってきた。つまり、重要事項説明のテクニカルな改善はもちろん、本当に必要なのは、マンション建設・販売の全プロセスをお客さまにも理解してもらって、共有できるような仕組みをつくることであつたのだ。

「重要事項説明会も、単なる読み上げ方式による説明にしないで模型を見せながら説明するとか、難しい専門用語はわかりやすい表現に置き換えるとか、契約条件についてはなぜこのようなルールになっているのかを説明するなど、お客さまの立場に立って、どうすればわかってもらえるかを考えれば、工夫改善できるところはたくさんあつたのです」と片山さんは語る。

## 一人ひとりのお客さまに 読み・理解していただく そのための工夫こそ売り手の責任

国土交通省は、2006年12月、宅建業法第35条に規定する重要事項説明のあり方について検討を重ねてきた「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」の報告書を公表した。その内容は、重要事項の説明を契約の3日前程度に行うことが適当であるとするなど契約者への配慮拡大を求めているが、三菱地所の取り組みは、さらに先行したものになっている。

既に重説会議用の売買物件確認事項一覧表を数度にわたって改訂したり、重説会議の内容を開発業務部がチェックしたり、ニュータウン開発など工期が長い場合は半期ごとに重要事項説明書を見直すことを義務付けたりもしている。原は、「私たちが業界の模範となる気概で取り組んでいます」と語る。

片山さんからは、一連の取り組みを通じて「真にお客さまの立場で考えるとはどういうことか」が提示された。「マンション用地の取得から、建築、販売、そして引き渡し後まで、マンション販売に関わるすべての担当者が、そこで生活する一人ひとりのお客さまをイメージすることが大切。重要事項説明も、どうしたらお客さまが関心を持ち、説明書を最後まで読み、理解してくれるだろうかを徹底して考え、そのための仕組みを用意することが大事で、そういったことが消費者の視点に立つということであり、消費者への責任を果たすことであると思います」。

OAP問題は、三菱地所にとっては不名誉な事件であつた。しかし、そこから学び、売り主と購入者の「情報格差」を解消して、購入者を「大切な一人」と考え、その「大切な一人ひとり」ときちんとコミュニケーションを図りながらマンションを建築し、販売する体制をつくり出すきっかけにもなつた。それは言葉を換えれば、家を「売る、買う」ではなく、家を「ともにつくる」ための体制づくりでもあるのだ。

（経済ジャーナリスト 船木 春仁）



「三菱地所にとっては1,000戸中の1戸でも、お客さまにとっては一生に一度の買い物である大切な1戸なのです。お客さまが求めていることが何かを常に意識して、対応してほしい」

片山 登志子 氏  
片山・黒木・平泉法律事務所 弁護士

### OAP問題に関するご報告

大阪市北区に所在する大阪アメニティパーク（OAP）の土壤・地下水問題に関しては、ご購入者の皆さまをはじめ、取引先、株主の皆さまなど関係各位にご迷惑をお掛けしておりますことを深くお詫び申し上げます。OAPレジデンスタワーの土壤・地下水汚染に対しては、管理組合との合意に基づき、2006年6月12日には対策工事に着手し、順調に工事を進めています。

■ 詳細はホームページを参照  
<http://csr.mec.co.jp/houkokusho2007.html>