

令和元年度事業報告書 (平成31年4月1日～令和2年3月31日)

当協議会は、引き続き、最重要課題の「インターネット広告の適正化」を図るため、「不当景品類及び不当表示防止法」(景品表示法)第31条の規定に基づく、「不動産の表示に関する公正競争規約」(表示規約)及び「不動産業における景品類の提供の制限に関する公正競争規約」(景品規約)の普及啓発・周知徹底に取り組み、規約違反の未然防止に尚一層努めた。

その一方、「おとり広告」などの重大な規約違反については、嚴重警告・違約金を課徴したほか、主なポータルサイトとも連携し、不動産情報サイトへの広告掲載を原則1か月以上、停止する施策を講じた。

このため、消費者庁及び公正取引委員会の指導を仰ぎながら、構成団体はもとより近畿二府四県の景品表示法・宅建業法担当課、首都圏ポータルサイト広告適正化部会(ポータル部会)、消費者モニター等に支援と協力を求め、令和元年度事業計画に則り、①事業活動の広報及び規約の普及啓発に関する事業、②規約の相談業務及び指導業務の推進に関する事業、③規約遵守状況に対する審査・調査及びその是正措置等に関する事業、④渉外及び運営等に関する事業を実施した。

また、令和元年11月13日、景品表示法の規制と景品規約の規定との整合性等を確保するため、後記の資料Aのとおり、景品規約施行規則第1条第5号及び第5条第1項第2号を変更した。

以下、令和元年度の事業活動状況及び会議開催状況の詳細について報告する。

1 事業活動の広報及び規約の普及啓発に関する事業について

(定款第4条第1号、第5号関係 担当：広報・総務委員会)

(1) ホームページの運営 (URL <http://www.koutori.or.jp>)

当協議会の広報に資するため、当協議会の事業活動状況や会議開催状況、所定の業務・財務の関係資料等について適宜、ホームページに加除掲載するとともに、規約違反に対する嚴重警告・違約金課徴の広告事例の概要を掲載したほか、厚生労働省・国土交通省等からの新型コロナウイルス感染症対策のプレスリリースについても広く情報を提供した。

(2) 広報誌の発行

平成31年4月及び令和元年7月、当協議会の事業活動に対する理解と関心を求めるため、広報誌を作成し、関係官公庁、公立図書館、消費者団体、関係団体、構成団体、役員等に配布すると同時にホームページにも広報誌を掲載した。

(3) 規約普及パンフレット・公正表示ステッカーの頒布

規約の普及啓発を図るため、表示規約及び景品規約等の条文を取りまとめた規約集「不動産の公正競争規約」を4,307部、不動産広告作成のための実務者向けの手引書「不動産広告ハンドブック」を140部頒布した。

また、規約に対する遵守意識を喚起するため、構成団体を通じて、規約加盟店の証しとなる店頭掲示用の「公正表示ステッカー」を1,261枚頒布した。

(4) インターネットによる学生向けの賃貸マンション等の「おとり広告」に関するトラブル防止

令和元年10月17日、インターネットによる学生向けの賃貸マンション等の「おとり広告」に関するトラブルを防止するため、引き続き、近畿二府四県内の165の大学と57の短期大学に注意喚起書を送付し、その啓発の協力を求めた。

(5) ノベルティの製作・配布

当協議会のPRを内外に図るため、800本のノベルティのボールペンを製作・配布した。

2 規約の相談業務及び指導業務の推進に関する事業について

(定款第4条第2号、第5号、第7号関係 担当：指導委員会)

(1) 表示規約及び景品規約に関する相談業務

常時、規約の周知徹底と違反行為の未然防止に繋げるため、会員事業者、賛助会員、維持会員、広告媒体社、広告代理店、ポータルサイト運営会社等からの問い合わせ、例えば、不動産広告の表現の可否、景品キャンペーンの企画案、規約の解釈運用などの相談について事務局で対応した。

相談件数については3,758件、相談事項は延べ数で5,593件となり、このうち、表示規約関係は4,561件、景品規約関係は976件となった。

なお、相談件数と規約条項別の詳細については後記の資料Bのとおりである。

(2) 義務講習会の開催

令和元年10月8日、OMMにおいて、規約違反の再発防止に資するため、過去に警告、嚴重警告及び違約金課徴の措置を受けている会員事業者を対象に「義務講習会」を開催した。

なお、「義務講習会」には19社、23名の会員事業者が出席した。

(3) 構成団体等における規約研修会への講師派遣

構成団体や関係団体等からの要請に基づき、インターネットをはじめ不動産広告の表示適正化を推進するため、構成団体等の主催する規約研修会に講師を派遣した。

規約研修会への講師派遣回数は年9回、規約研修会の出席者総数は1,156名であった。

(4) 不動産広告問題研究会の開催

令和元年8月2日及び同年12月10日、実務担当者の不動産広告に係る知見の向上に資するため、賛助会員・維持会員に対し「不動産広告問題研究会」を年2回開催した。

第1回目は「成年後見制度適正化法の視点からのノーマライゼーション」について、第2回目は「表示規約及び同施行規則の変更案」について勉強会を開催したほか、インターネット広告における情報管理・更新の徹底について尚一層の協力を求めた。

(5) 構成団体へのインターネット広告の適正化に係る協力要請

令和元年11月19日、不動産公正取引協議会連合会理事会の合意を踏まえ、インターネットの「おとり広告」の尚一層の未然防止を図るため、あらためて当協議会の構成団体長に対し、後記の資料Cのとおり、「おとり広告」の規制概要及びインターネット広告の留意事項を示し、当該会員事業者への周知徹底の協力を要請した。

3 規約遵守状況に対する審査・調査及びその是正措置等に関する事業について

(定款第4条第3号、第4号、第8号関係 担当：表示審査・調査・措置委員会)

(1) 消費者及び関係官公庁等からの申告・移送案件等の受付・処理

消費者、関係官公庁、関係団体等からインターネットをはじめ不動産広告の情報提供、申告、通知等を受付、規約違反被疑事案については規約の規定に照らして対応した。

他方、規約の対象とはならない不動産取引に係る相談についても、それぞれの内容に応じて、適切な関係機関を紹介することにより解決を促した。

(2) 規約違反被疑事案に係る事実確認等の調査に対する協力義務の周知依頼

令和元年9月17日及び令和2年1月17日、的確かつ円滑な調査業務を恒常的に行うため、表示規約第26条第1項、第2項、第3項及び景品規約第5条第1項、第2項の規定に基づき、規約違反被疑事案に係る事実確認等の調査については協力する義務がある、旨を会員事業者に周知していただくよう構成団体長に依頼した。

(3) 規約遵守に関する各種調査の実施（対象事業者総数：154社・232物件）

インターネット等の不動産広告の適正化を図るため、規約遵守に関する各種調査を次のとおり実施するとともに、ポータル部会の構成会社であるアットホーム株式会社、株式会社CHINTAI、株式会社LIFULL、株式会社リクルート住まいカンパニー、加えてヤフー株式会社にも調査協力と情報共有を求めた。

① 官民合同不動産広告実態調査の実施（対象事業者：85社・95物件）

令和元年11月8日から同年11月25日までの期間、近畿二府四県の景品表示法・宅建業法担当課、消費生活センター、関係団体及び構成団体等に協力を求め、インターネット等の売買・賃貸物件広告を対象に、滋賀県下10、京都府下22（賃貸物件10含む）、大阪府下22（賃貸物件6含む）、兵庫県下18（全て賃貸物件）、奈良県下11及び和歌山県下12（賃貸物件4含む）の計95の物件について調査を実施した。

② 賃貸物件不動産広告実態調査の実施（対象事業者：35社・38物件）

令和2年2月20日から同年3月9日までの期間、滋賀県・大阪府・兵庫県・奈良県の宅建業法担当課及び構成団体に協力を求め、インターネットの賃貸物件広告を対象に、滋賀県下2、大阪府下19、兵庫県下15及び奈良県下2の計38の物件について調査を実施した。

なお、京都府及び和歌山県においては、前記のとおり、官民合同不動産広告実態調査と併せて賃貸物件広告の実態調査を実施した。

③ その他の規約違反被疑事案に係る臨時調査の実施（対象事業者：34社・99物件）

前記①と②の経常的な調査に加え、インターネットの賃貸物件広告を主な対象として、表示規約第26条第2項、第27条第7項並びに違反調査及び措置の手續等に関する規則第5条の規定等に基づき、計99の物件について構成団体と共に臨時調査を実施した。

このうち、軽微な規約違反については、業務の迅速化・効率化を図るため、当該会員事業者の所属する構成団体に調査業務と併せて改善指導についても協力を求めた。

(4) 事情聴取会の開催（対象事業者：19社）

規約違反内容の事実確認や広告作成経緯等を聴取するとともに、当該事業者に対して弁明等の機会を確保するため、表示規約第27条第4項の規定に基づき、事情聴取会を年4回開催した。

加えて、事情聴取会に際し、関係官公庁をはじめ規約違反の掲載サイトに該当するポータルサイト運営会社についてもオブザーバーとして同席を求めた。

(5) 規約違反に対する措置及びポータルサイト掲載停止等の施策

規約違反行為の内容、程度、それらの及ぼす影響、広告表示の改善の見込みその他の事情を勘案し、表示規約第27条第1項、第2項、第3項及び第7項並びに違反調査等事務処理規程第13条、第14条、第19条、第20条及び第26条の規定に基づき、別表1の措置区分のとおり、74社の会員事業者について規約違反に対する措置を講じた。

しかしながら、①適切な更新を怠ったために、掲載途中から取引不可能になった事例、②当初から契約済みであった物件を新規に掲載していた事例、③架空物件を掲載していた事例など、依然、「おとり広告」の疑いのあるインターネット広告が散見されるのも事実である。

従い、令和2年度においては、インターネットの「おとり広告」の規約違反を行い、繰り返し、嚴重警告・違約金課徴の処分を受けた会員事業者については、再発防止を強化するため、プレスリリースやホームページ等を通じて、その違反概要と併せて事業者名まで公表することを協議する。

なお、ポータルサイト掲載停止の施策については各ポータルサイトの規定等に基づき行われており、掲載停止期間を設けることによって、消費者への「おとり広告」等の被害拡大を防ぎ、対象となった会員事業者は当該期間内に掲載物件情報等のメンテナンスを確実に実施するとともに、広告業務の体制を整えることを通じて、規約遵守の意識の向上を求め、また、適正な広告表示を行っている大多数の会員事業者の利益を確保するために引き続き実施しているものである。

規約違反に対する措置区分・件数 (別表1)

区分 \ 媒体	インターネット	新聞折込チラシ等
厳重警告・違約金課徴	17社	—
厳重警告	2社	—
警告	15社	—
注意等	32社	8社
小計	66社	8社
合計	74社	

掲載停止等の施策を実施したポータルサイト (別表2)

ポータルサイト名	開始時期
at home	平成29年8月
CHINTAI	平成29年8月
LIFULL HOME'S	平成29年8月
SUUMO	平成29年8月
ラビーネット不動産	平成29年10月
ハトマークサイト	平成29年12月
ヤフー不動産	平成30年12月

(令和2年3月31日現在)

(6) ポータル部会との連携

ポータル部会との連携については、前記のとおり、厳重警告及び違約金課徴の対象事業者に係る広告掲載停止の施策を継続するとともに、調査業務の強化の観点から、インターネット広告の登録内容とその掲載期間等について、各種データの提供、情報共有の協力を求めた。

なお、令和元年5月24日、大手前類第一ビルにおいて、ポータル部会の担当者(株式会社LIFULL)との事務連絡に係る打合せを実施した。

4 渉外及び運営等に関する事業について

(定款第4条第6号、第7号、第9号関係 担当：総務委員会)

(1) 定時社員総会・理事会の開催

当協議会の円滑な運営に資するため、定款及び運営規程に則り、定時社員総会を年1回、理事会を年4回開催した。

定時社員総会・理事会の開催日と議事については次のとおりである。

① 第1回理事会 (令和元年6月4日 於：OMM)

ア 会長報告・あいさつ

イ 報告事項 第1号 改元に伴う元号による年表示の取扱い

第2号 令和元年度定時社員総会の開催など

第3号 クールビズの実施

第4号 消費者行政かわら版(消費者庁消費者政策課)

第5号 役員・委員の辞任(交代)に関する書類の提出依頼

- 第6号 関連団体への講師派遣及び規約研修会の開催
- 第7号 ホームページの更新及び広報の発行
- 第8号 規約違反被疑事案に関する委託調査・措置依頼
及びポータル部会構成会社への調査業務の一部委託
- 第9号 財政検印状況など
- ウ 決議事項
 - 第1号 平成30年度事業報告案
 - 第2号 平成30年度決算案
- ② 定時社員総会（令和元年6月21日 於：ホテルグランヴィア大阪）
 - ア 報告事項 第1号 平成30年度事業報告に関する件
 - イ 審議事項 第1号 平成30年度決算案に関する件
第2号 役員を選任・補選に関する件
- ③ 第2回理事会（令和元年6月21日 於：ホテルグランヴィア大阪）
 - ア 決議事項 第1号 令和元年度 副会長及び常務理事の補選
第2号 令和元年度 委員及び調査員の委嘱・補選
第3号 令和元年度 名誉役員(相談役)の委嘱
- ④ 第3回理事会（令和元年11月15日 於：大阪キャッスルホテル）
 - ア 会長報告・あいさつ
 - イ 報告事項 第1号 不動産公正取引協議会連合会第17回通常総会等の開催
第2号 令和元年度第1回消費者モニター懇談会
第3号 規約研修会の開催と講師派遣及び不動産広告問題研究会の開催
第4号 規約違反被疑事案に関する委託調査・措置依頼
第5号 事情聴取会の開催
第6号 規約違反に対する違約金課徴
第7号 広報の発行及びホームページの更新
第8号 財政検印状況など
 - ウ 決議事項 第1号 令和2年度定時社員総会
第2号 賛助会員の入会
- ⑤ 第4回理事会（令和2年3月23日 於：OMM）
 - ア 会長報告・あいさつ
 - イ 報告事項 第1号 構成団体へのインターネット広告の適正化に係る協力要請
第2号 新型コロナウイルス感染症に関する協力依頼など
第3号 クールビズの実施
第4号 規約研修会への講師派遣及び不動産広告問題研究会の開催
第5号 各種実態調査の実施
第6号 事情聴取会の開催
第7号 規約違反に対する違約金課徴
第8号 ホームページの更新及び広報の発行
第9号 財政検印状況など
 - ウ 決議事項 第1号 令和2年度事業計画書案
第2号 令和2年度収支予算書(正味財産増減予算書)案

(2) 不動産公正取引協議会連合会通常総会・理事会・幹事会への出席

令和元年11月1日、ホテル日航金沢において、不動産公正取引協議会連合会第17回通常総会が開催され、①平成30年度事業報告及び令和元年度事業計画、②景品規約施行規則の一部改正、③第18回通常総会の幹事協議会、④会員協議会の課題について審議・報告があり、規約の普及啓発・周知徹底などの共通課題については、九地区の協議会が共に取り組んでいくことに合意した。

また、通常総会の議案の審議を行うための理事会を年1回開催するとともに、規約の見直しや規約運用上の諸問題について協議・検討を行うための幹事会が年2回開催された。

(3) 関係官公庁及び関係団体等との連携

当協議会の事業活動を円滑に運営するため、各種会議や実態調査等の機会を通じて、消費者庁、公正取引委員会事務総局近畿中国四国事務所、近畿二府四県の景品表示法・宅建業法担当課、関西広告審査協会、不動産公正取引協議会連合会等との連携の確保に尚一層努めた。

(4) 賛助会員・維持会員の入会促進

不動産広告の適正化を推進するため、主要な未加入の事業者、広告媒体社、広告会社及びポータルサイト運営会社等に対し、相談業務や入会案内を通じて、入会促進を図った。

(5) 不動産広告に関する消費者講座の開催

令和元年12月3日、OMMIにおいて、「不動産広告に関する消費者講座」を開催し、規約の基礎知識やインターネット広告の見方などを消費者向けに解説した。

また、この開催にあたっては、専用案内パンフレットを作成・配布するとともに、朝日新聞、NHKラジオ、消費者センター、ホームページ等を通じて、消費者講座の出席者を広く募集した。

なお、「不動産広告に関する消費者講座」には25名の消費者が出席した。

(6) 消費者モニターの運営・活動状況（事項3の事業を一部含む）

令和元年度の消費者モニターの構成については、滋賀県2名、京都府6名、大阪府14名、兵庫県11名、奈良県4名及び和歌山県3名の総数40名、その活動状況については次のとおりである。

① 消費者モニター説明会の実施

当協議会の設立目的や規約の規制内容、消費者モニターへの委託業務などを説明するため、「消費者モニター説明会」を年4回に分けて実施した。

② 消費者モニター懇談会の開催

令和元年10月29日及び令和2年3月30日、景品表示法の普及啓発と規約に係る要望・意見等を把握するため、「消費者モニター懇談会」を年2回開催した。

第1回目は、公正取引委員会事務総局近畿中国四国事務所の担当官から、「私たちの暮らしと法律 ～独占禁止法と景品表示法～」と題する講義を受けた後、消費者モニターと不動産広告に関する意見・情報を交換し、第2回目は、当協議会から規約違反に対する嚴重警告及び違約金課徴の広告事例などを報告した後、不動産広告のテーマにとどまらず、不動産取引に関する様々な質疑応答を軸にして、消費者モニターとの懇談を進めた。

③ インターネット広告及び新聞折込チラシ等の収集

官民合同不動産広告実態調査の対象物件を選定するため、315枚のインターネット広告と1,189枚の新聞折込チラシ等を消費者モニターから収集し、事前審査会及び実態調査の結果、表示規約に違反する新聞折込チラシ等について注意処分(2社)を講じた。

なお、この2社に対する注意処分については、前記の別表1の措置件数に含まれている。

④ 令和2年度消費者モニターの募集・選定

令和2年度消費者モニターの募集にあたっては、専用案内パンフレットを作成し、広く公立図書館や消費者センター等にその窓口掲示をお願いしたほか、NHKラジオ、新聞媒体及びホームページ等を通じ募集したところ、計155名の応募があり、府県区分や志望動機などをもとに選定した結果、滋賀県3名、京都府6名、大阪府13名、兵庫県11名、奈良県4名及び和歌山県3名の総数40名を選定した。

(下線部が変更箇所)

新	旧
<p>(値引と認められる経済上の利益)</p> <p>第1条 不動産業における景品類の提供の制限に関する公正競争規約(以下「規約」という。)</p> <p>第2条第3項ただし書に規定する「正常な商慣習に照らして値引と認められる経済上の利益」とは、事業者が取引の相手方に対し、不動産の売買代金、借賃、媒介報酬等(以下「代金等」という。)を減額し、又は割り戻すこと等をいう。</p> <p>2 前項に規定する値引と認められる経済上の利益に該当するものを例示すれば次のとおりである。</p> <p>(1) 不動産の代金等を減額すること。</p> <p>(2) 不動産の割賦販売をする場合において、無利息とすること。</p> <p>(3) 2以上の不動産又は不動産と密接な関連を有する物品等を合わせて販売する場合において、それぞれの価格の合計額から一定額を減額し、又は一定率を割引すること。</p> <p>(4) 取引の対象となる不動産の品質等を高めること。</p> <p>(5) 価格交渉過程において不動産の代金等の減額に代えて住宅機器その他住宅に関連する物品等を付加又は提供すること。</p> <p>(6) その他これらに類似するものであって、不当に顧客を誘引するおそれのないもの。</p> <p>(取引価額)</p> <p>第5条 規約第3条に規定する取引価額は次の各号に掲げるところによる。</p> <p>(1) 事業者自らが当事者(代理して取引を行う場合を含む。)となって不動産の売買又は交換を行う場合(媒介を行う事業者と共同して行う場合を含む。)は、当該不動産の売買代金若しくは交換に係る不</p>	<p>(値引と認められる経済上の利益)</p> <p>第1条 (略)</p> <p>2 前項に規定する値引と認められる経済上の利益に該当するものを例示すれば次のとおりである。</p> <p>(1)～(4) (略)</p> <p>(5) 価格交渉過程において不動産の代金等の減額に代えて住宅機器その他住宅に関連する物品等を付加若しくは提供すること。</p> <p>(6) 略</p> <p>(取引価額)</p> <p>第5条 規約第3条に規定する取引価額は次の各号に掲げるところによる。</p> <p>(1) (略)</p>

新	旧
<p>動産の価額とする。</p> <p>(2) 事業者自らが当事者（代理して取引を行う場合を含む。）となって不動産を賃貸する場合（媒介を行う事業者と共同して行う場合を含む。）は、当該賃貸借契約を締結するために必要な費用の額（名目のいかんを問わず賃貸借契約満了後に返還される金銭を除く。）とする。<u>また、一定期間契約を継続した後に賃借人に景品類を提供するとして、賃貸借契約締結前に告知して景品類を提供する場合は、この費用に、当該契約締結から一定期間に当該賃借人が支払った総額を加えることとする。</u></p> <p>ただし、土地の賃貸借で権利金（権利金その他いかなる名義をもってするかを問わず権利設定の対価として支払われる金銭であって返還されないものをいう。）の授受があるものについては、当該権利金の額とする。</p> <p>(3) 事業者が不動産の売買、交換又は賃貸借の媒介を行う場合は、媒介に際して受けることができる報酬の額とする。</p>	<p>(2) 事業者自らが当事者（代理して取引を行う場合を含む。）となって不動産を賃貸する場合（媒介を行う事業者と共同して行う場合を含む。）は、当該賃貸借契約を締結するために必要な費用の額（名目のいかんを問わず賃貸借契約満了後に返還される金銭を除く。）とする。ただし、土地の賃貸借で権利金（権利金その他いかなる名義をもってするかを問わず権利設定の対価として支払われる金銭であって返還されないものをいう。）の授受があるものについては、当該権利金の額とする。</p> <p>(3) (略)</p>

附 則

- 1 この規則の変更は、公正取引委員会及び消費者庁長官の承認のあった日（令和元年11月13日）から施行する。
- 2 この規則の変更の施行の日前に事業者が行った景品類の提供については、なお従前の例による。

資料B**令和元年度相談件数・規約条項別内訳****1 相談件数 (計3, 758)**

区 分	件 数
事業者	1 4 1 5
広告媒体社・広告会社等	2 0 9 8
関係官公庁	3 2
構成団体・関係団体	6 3
消費者	1 4 7
そのほか	3

2 相談事項 (計5, 593)

区 分	件 数
表示規約関係	4 5 6 1
景品規約関係	9 7 6
宅建業法等関係法令	4 7
そのほか	9

3 規約条項別内訳**(1) 表示規約関係 (計4, 561)**

区 分	件 数
事業者の責務	1 1
広告会社等の責務	4
用語の定義	1 2 5
広告表示の開始時期の制限	5 3 2
建築条件付土地の建物表示	1 8 3
自由設計型マンション企画	1
必要な表示事項	6 8 2
予告広告	3 1 2
副次的表示	2
シリーズ広告	3
必要な表示事項の適用除外	5 1
特定事項の明示義務	1 3 8
記事広告の広告明示義務	1 3
見やすい文字の大きさ	2 9
内容・取引条件等の表示基準	7 9 0
節税効果等の表示基準	1 7
入札・競り売りの表示基準	5
特定用語の使用基準	1 8 9
物件の名称の使用基準	2 6 4
不当な二重価格表示	2 3 2
おとり広告	1 5 2
比較広告	2 3
その他の不当表示	5 8 5
表示の修正・内容変更の公示	1 6 7
違反に対する調査・措置	3 8
そのほか	1 3

(2) 景品規約関係 (計976)

区 分	件 数
総付景品	3 2 6
懸賞景品	1 4 2
共同懸賞	3
値引き	3 9 0
アフターサービス	3 0
付属するもの	1 7
取引価額の算定	2 8
取引上の経済上の利益	1 2
オープン懸賞	2 6
そのほか	2

- ※ 1の相談件数は相談内容が複数であっても、事業者等の実数で表記している。
- ※ 2の相談事項及び3の規約条項別内訳は、相談内容を延べ数で表記している。

公社近畿公取発第244号

令和元年11月19日

構成団体長 各位

公益社団法人近畿地区不動産公正取引協議会
会長 松尾信明

インターネット広告の適正化について（お願い）

平素は、当協議会業務に特段のご高配を賜り誠に厚くお礼申し上げます。

この度、当協議会の上部団体である不動産公正取引協議会連合会より、全国9地区の不動産公正取引協議会に対し、別紙「『おとり広告』の規制概要及びインターネット広告における留意事項（周知依頼）」を加盟事業者に周知するよう要請がありました。

現在、当協議会は、「おとり広告」の撲滅をはじめ不動産広告の適正化に努めておりますが、本留意事項は、加盟事業者がインターネットにおける「おとり広告」を未然に防止するための考え方を示しております。

つきましては、当協議会の加盟事業者である貴会所属の会員事業者に、本留意事項を広報誌やホームページ等を通じて広くご周知いただきますよう、お願い申し上げます。

「おとり広告」の規制概要及びインターネット広告の留意事項

不動産公正取引協議会連合会

I 「おとり広告」の規制概要

1 不動産の表示に関する公正競争規約違反となる「おとり広告」

不動産の表示に関する公正競争規約（以下「表示規約」という。）第21条（おとり広告）では、不動産事業者は次に掲げる広告をしてはならないと規定している。

- (1) 物件が存在しないため、実際には取引することができない物件に関する表示
- (2) 物件は存在するが、実際には取引の対象となり得ない物件に関する表示
- (3) 物件は存在するが、実際には取引する意思がない物件に関する表示

なお、「おとり広告」に関しては、公正取引委員会が昭和55年公取委告示第14号として指定している「不動産のおとり広告に関する表示」がある。この告示は、原則、当連合会会員の不動産公正取引協議会（以下「会員協議会」という。）に加盟する不動産事業者であるか否かにかかわらず、不動産事業者のすべてに適用されるが、表示規約と規定振りに若干の相違があるものの内容は同一である。

2 「おとり広告」の態様（例示）

「おとり広告」がいかなる態様のものかは、公正取引委員会が定めた『「不動産のおとり広告に関する表示」の運用基準』（昭和55年6月事務局長通達第9号）に例示されているので、これを表示規約に援用して示すと次のとおりである。

(1) 「物件が存在しない」場合の例示（表示規約第21条第1号）

- ア 広告に表示した物件が広告に表示している所在地に存在しない場合
- イ 広告に表示している物件が実際に販売又は賃貸しようとする不動産とその内容、形態、取引条件等において同一性を認めたい場合

(2) 「実際には取引の対象となり得ない」場合の例示（表示規約第21条第2号）

- ア 広告に表示した物件が成約済みの不動産又は処分を委託されていない他人の不動産である場合
- イ 広告に表示した物件に重大な瑕疵があるため、そのままでは当該物件が取引することができないものであることが明らかな場合（瑕疵があること及びその内容が明瞭に記載されている場合を除く。）

(3) 「実際には取引する意思がない」場合の例示（表示規約第21条第3号）

- ア 合理的な理由がないのに広告に表示した物件に案内することを拒否する場合
- イ 広告に表示した物件に関する難点をことさら指摘する等して当該物件の取引に応ずることなく顧客に他の物件を勧める場合

3 インターネット上の「おとり広告」

インターネット上の広告（ホームページ又は不動産情報サイト事業者が運営する不動産情報サイト等に掲載するもの）も、表示規約第4条にいう「表示」に当たる。したがって、不動産事業者がインターネット上で、前記1及び2のような実際には取引することができない物件の広告を行えば、表示規約第21条に違反する「おとり広告」となる。

II インターネット広告の留意事項

不動産事業者が「おとり広告」の未然防止を図るためには、前記 I の「規制概要」を理解するとともに、以下に例示する「おとり広告の具体的な態様」と「発生原因」について、それぞれ留意し、「定期的な情報更新の重要性」を認識する必要がある。

1 インターネット上の「おとり広告の具体的な態様」

会員協議会が表示規約違反として措置したおとり広告の具体的な態様は、以下のとおりである。

(1) 適切な更新を怠ったために、掲載途中から取引不可能になった例

新規に広告を掲載した時点では、取引することができる物件であったが、掲載後に契約済みとなった物件を削除することなく更新を繰り返す等、適切な更新（削除）を怠ったために、実際には取引することができない物件となっていたもの。

(2) 当初から契約済みであった物件を新規に掲載していた例

(3) 架空物件を掲載していた例

まったく架空の物件や既に契約済みの物件をもとに、賃料又は価格を安くし、面積を広くし、間取り図を改ざんするなどした物件を掲載したことから、実際には存在しない物件であったもの。

(4) 取引する意思がない物件を掲載していた例

相場に比べて安い賃料又は価格で掲載し、一般消費者からの問い合わせも相当数あるにもかかわらず契約に至っておらず、また、契約しない合理的な理由もなかったもの。

2 発生原因

(1) インターネット広告に対する不動産事業者の認識が希薄なこと

インターネット広告は、情報の更新が容易であるという特性があること等から、一般消費者は、常に取引できる物件が掲載されていると認識するのが一般的であることから、不動産事業者は、これらを理解して物件の広告を行う必要がある。

(2) 不動産事業者が管理能力を超えた多数の物件を広告していること

「おとり広告」となった事案では、これを少人数でしかも管理能力を超えた多数の物件を広告していたこと、これらの管理をアルバイト等に任せきりにして責任者によるチェックを怠っていたことなどを挙げるることができる。広告に際しては、適正な物件数の掲載と責任者による管理が必要不可欠である。

(3) 新規掲載時又は更新時に物件の取引状況等の確認を怠っていること

不動産事業者は、前記(1)に記載した一般消費者の認識を理解すれば、取引状況等の確認を怠り、契約済みの物件を新規に掲載したり、契約済みとなっているのに削除せず、広告を継続するといったことがあってはならないことを肝に銘ずる必要がある。

3 定期的な情報更新の重要性

前記2の「発生原因」を踏まえると、定期的な情報更新は極めて重要であることから、不動産事業者は、その更新する期間を最長でも2週間とし、この期間内に契約済みとなったことが判明した物件は、当該期間が到達する前であってもすみやかに削除することを徹底する必要がある。

4 「情報登録日又は直前の更新日及び次回の更新予定日」の表示

表示規約では、インターネット広告の必要な表示事項として「情報登録日又は直前の更新日及び次回の更新予定日」の表示を義務付けているが、この事項を表示していないケースや、表示していたとしても、広告の下部に小さな文字で表示しているなど明瞭性に欠けるケースも多く見受けられる。

この事項は、広告がいつの時点の情報に基づき表示されたものなのか、次にこの情報がいつ更新される予定なのかを明らかにするものであり、一般消費者、不動産事業者双方にとって極めて重要な事項の一つである。

これを踏まえると、この事項は、広告の上部等の見やすい位置に、見やすい大きさの文字で明瞭に記載する必要がある。

以上

[参 考]

不動産公正取引協議会連合会の会員協議会

- ・一般社団法人北海道不動産公正取引協議会
- ・公益社団法人首都圏不動産公正取引協議会
- ・東海不動産公正取引協議会
- ・中国地区不動産公正取引協議会
- ・一般社団法人九州不動産公正取引協議会
- ・東北地区不動産公正取引協議会
- ・北陸不動産公正取引協議会
- ・公益社団法人近畿地区不動産公正取引協議会
- ・四国地区不動産公正取引協議会

令和元年度事業報告

令和元年度事業報告には、「一般社団法人及び一般財団法人に関する法律施行規則」第34条第3項に規定する附属明細書「事業報告の内容を補足する重要な事項」が存在しないので作成しない。

令和2年5月

公益社団法人近畿地区不動産公正取引協議会