

# 2020年度不動産広告の違反事例

公益社団法人 首都圏不動産公正取引協議会 事務局長 佐藤 友宏

当協議会は、不動産広告を行う場合のルールである「不動産の表示に関する公正競争規約」(表示規約)と、不動産の取引に附随して景品類を提供する場合のルールである「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)の二つの公正競争規約を運用しており、常時、不当表示等の規約違反行為を未然に防止し、一般消費者に正しい情報を提供していただくため、不動産

広告と景品提供に関する相談に対応・指導を行うほか、規約違反の疑いのある広告表示や景品提供企画を調査し、その結果に応じて一定の処理を行っている。

2020年度は、表1のとおり1,263物件(2019年度は1,136物件)を調査し、表2のとおり173件(2019年度は173件)の処理を行った。

このうち、違反の内容や程度、及ぼす影響等が重大なものについては、違約金課徴の措

【表1】

物件種別	2020年度	2019年度	増減
賃貸共同住宅	510	436	74
新築住宅・中古住宅※	367	393	-26
売地	142	95	47
新築分譲住宅	71	85	-14
中古マンション	124	64	60
分譲宅地	40	44	-4
新築分譲マンション	9	19	-10
現況有姿分譲地	0	0	0
合計	1,263	1,136	127

※一棟売り新築マンション・アパートを含む。

【表2】

処理内容	2020年度			2019年度			増減
	表示	景品	表示・景品	表示	景品	表示・景品	
違約金課徴	19	0	0	31	0	0	-12
厳重警告	0	0	0	1	0	0	-1
警告	69	1	1	58	0	0	13
注意	67	1	0	71	0	0	-3
不問等	15	0	0	11	0	1	3
合計	173			173			0

置を講じているが、2020年度は19件であり、2019年度の31件よりも4割程度減少した。

ちなみに、この19件の全てが不動産ポータルサイトやホームページといったインターネット広告によるものであり、19件のうち、表示規約第21条で禁止する「おとり広告」に該当するものが14件と7割強を占め、これらは全て賃貸住宅の広告であった。

また、残り5件は、売地や中古住宅として販売されている物件情報を基に、新築物件(新築の1棟売りマンションやアパート、新築住宅)として広告しているものであった。当然、建築確認は受けておらず、表示規約第5条の広告表示の開始時期の制限及び第23条の不当表示の規定に違反するほか、宅地建物取引業法にも抵触するおそれがあるものであった。

この違約金課徴の措置を講じた19件の中から6件の事例を紹介する。

**A社の事例**

対象広告：ホームページ  
対象物件：賃貸住宅

**表示**：「間取り 1K 面積 21.04㎡ 賃料 8.3万円 管理費等 5000円 敷金 1ヶ月 礼金 1ヶ月 築年月 2003年2月 入居時期 期日 指定2018年11月中旬 取引態様 仲介先物 情報更新日 2019年12月16日 次回更新予定日 2020年1月15日」等(2019年12月16日時点の広告を対象)

**事実**：新規に情報公開を行った後の2018年10月28日に契約済みとなり、取引できなくなったにもかかわらず更新を繰り返し、広告時点(2019年12月16日)まで1年1か月以上継続して広告していた「おとり広告」である。

事情聴取の際、代表者は、「今回の違反は、物件コンバートシステムの画面において、『掲載中』のステータスになっておらず、『掲載

不備物件』となっていたが、この意味の理解不足により契約済みである物件が掲載されていることに気づくことができなかったことが原因である。契約済み物件を広告し続け、消費者に迷惑かけてしまったことについて申し訳ないと感じている。今回の違反の重大さを認識し、深く反省している。」等と述べていたが、A社は、2019年4月にもインターネット広告で契約済みの「おとり広告」を行ったことにより違約金課徴の措置を受けているにもかかわらず、再び、インターネットで違反広告を行ったもの。

また、当該物件のほか賃貸住宅8物件を調査したが、いずれも契約済みの物件を長いもので11か月以上、短いものでも7か月半以上継続して広告を掲載したおとり広告であったほか、住宅に設置されていない設備(防犯カメラ、ダブルロック、CATV)を記載(2物件)する等の違反も認められた。

**B社の事例**

対象広告：不動産ポータルサイト  
対象物件：賃貸住宅

**表示**：「賃料 8.2万円 共益費 10,000円 専有面積 35.93㎡ 礼金 0円 敷金 164,000円 入居可能日 即可 取引態様 仲介(一般) 情報掲載日 2020年03月20日 次回更新予定日 2020年04月04日」等(2020年3月24日時点の広告を対象)

**事実**：新規に情報公開を行った後の2018年9月22日に契約済みとなり、取引できなくなったにもかかわらず更新を繰り返し、広告時点(2020年3月24日)まで1年6か月以上継続して広告していた「おとり広告」である。

事情聴取の際、代表者は「掲載していたサイトは当社の怠慢で放置状態だった。現在は、2週間で物件掲載が必ず落ちる仕組みとな

り、同じことは2度とおきない。」等と述べていたが、掲載しているサイトにより物件情報の管理レベルに差があること自体、不動産広告に対する責任の持ち方に疑義があり、その信頼性を著しく損ねるものである。

また、当該物件のほか賃貸住宅9物件を調査したが、このうちの7物件は、契約済みの物件を長いもので1年1か月以上、短いものでも1か月半以上継続して広告を掲載したおとり広告であったほか、家賃保証会社と契約が必要である旨及びその額不記載(10物件)、住宅保険への加入を必要とする旨不記載(10物件)、鍵交換費用、クリーニング費用等の諸費用不記載(9物件)等の違反も認められた。

C社の事例

対象広告：不動産ポータルサイト(2サイト)  
対象物件：賃貸住宅

**表示**：「賃料 4.2万円 管理費・共益費 - 敷金 - 礼金 - 専有面積 27.54㎡ 入居即取引態様 仲介 情報更新日 2020/11/09 次回更新日 情報更新日より8日以内」等(2020年11月10日時点の広告を対象)

**事実**：新規に情報公開を行った後の2019年11月17日に契約済みとなり、取引できなくなったにもかかわらず更新を繰り返し、広告時点(2020年11月10日)まで約1年間継続して広告を掲載していた「おとり広告」である。

事情聴取の際、代表者は、「契約済み物件は、空室確認の見落としによるミスであり申し訳ないとは思いますが、故意ではないので『おとり広告』といわれると気持ちとして納得できない部分がある。とはいえ、契約済み物件が広告されるようなことは、今後は絶対になくしていく。」等と述べていた。

ちなみに、広告主の故意によるもの、意図

的に紹介しないものなどの悪意があるものが「おとり」であって、ミスは故意でも意図的でもないのだから「おとり」ではないと主張する不動産事業者が少なからず存在するが、物件を探している一般消費者からすれば、不動産事業者がその物件を広告するに至った経緯等はわからないので、現に広告されている物件は全て取引できるものとして認識することから、ここに過失があるか否かの言い分が入る余地はないことを肝に銘じておかないと再び、同様の違反を起こす可能性があることを知っておかなければならない。

また、当該物件のほか賃貸住宅5物件を調査したが、全ての物件は、契約済みの物件を長いもので7か月半、短いもので16日間継続して広告を掲載したおとり広告であったほか、クリーニング費用不記載(4物件)等の違反も認められた。

D社の事例

対象広告：不動産ポータルサイト  
対象物件：新築1棟売りマンション

[ 新築一棟売りマンション ]

**表示**：「1棟マンション 本案件、賃料の見直しは無しで空室に対して5年間の保証で、初期想定賃料の80%を保証して頂けます！(サブリースではございません) 販売価格 3億6500万円 表面利回り 10.03% 建物構造 鉄骨造 階数 4階建て 築年月 2020年12月(新築) 建物面積 0.00㎡ 間取り 1K×52戸 土地面積 780.30㎡ 現況 未完成 次回更新予定日 2020/01/06 更新日 2020/10/08 建築確認番号 000000」等(2019年11月20日時点の広告を対象)

**事実1**：売主(不動産事業者)が「6,980万円の売地」として取引しようとしているものを、D社が勝手に架空の建築確認番号を記載のうえ、新築の一棟売りマンションとして広

告したものを。

**事実2**：「賃料の見直しは無しで空室に対して5年間の保証で、初期想定賃料の80%を保証して頂きます！（サブリースではございません）」記載しているが、D社が5年間にわたり初期想定賃料の80%で保証する事実はない。

[ 一棟売マンション ]

**表示**：「1棟マンション 二棟一括 販売価格 3億6500万円 表面利回り 6.26% 築年月 2018年06月（新築）建物面積 346.17㎡ 土地面積 443.15㎡ 現況 賃貸中 次回更新予定日 2019/08/04 更新日 2019/05/06」等（2019年11月20日時点の広告を対象）

**事実**：2棟のうち、1棟は2018年8月31日に契約済みであるため、二棟一括で取引することはできず、広告時点（2019年11月20日）において取引できるのは、1棟（価格1億9,900万円、土地面積236.09㎡）のみである。

事情聴取の際、代表者は、「広告管理を全て社員に丸投げしてしまっていた。現在は事務員がチェックしたものを、私自身が広告担当者としてどの物件が広告されているか、すべて把握するようにしている」等と述べていた。

また、これら物件のほか一棟売マンション2物件を調査したが、1物件は契約後、7か月以上、もう1物件は販売中止（売り止め）後、少なくとも1か月半以上、広告時点（2019年11月20日）まで広告していた「おとり広告」である。

E社の事例

対象広告：不動産ポータルサイト

対象物件：新築の賃貸併用住宅

**表示**：「賃貸併用住宅 価格（税込）1億

1,030万円 築年月 2020年12月 建物面積 177.19㎡ 土地面積 93.12㎡ 現況 未完成 階数 3階建て 建ペイ率 容積率 60% 200% 引渡時期 相談 取引態様 一般媒介 管理情報 間取りは参考プランですので、住居部分の間取りや賃貸部分を何部屋造るか等ご変更いただけます。登録年月日 2020/03/15 情報更新日 2020/03/15 次回更新予定 2020/06/15」等（2020年3月23日時点の広告を対象）

**事実1**：実際の容積率は道路幅員により160%であるため、表示の建物（177.19㎡）はこの容積率を超過しているため、建築することができないもの。

**事実2**：売主（不動産事業者）が「6,880万円の売地」として取引しようとしているものを、E社が勝手に新築の賃貸併用住宅として広告したものであって、広告時点においては建築確認を受けていないもの。

事情聴取の際、代表者は、「この広告は、入社したばかりで知識もない営業が売り上げをあげるためにやってしまった。今後は広告掲載前に宅建士が最終確認をするようにする。」と述べていたが、不動産広告の知識が浅い者が自らの判断で元の情報（売地）とは違う内容（新築物件）で広告をするというのは俄かには信じ難い話である。とはいえ、最終的な責任は代表者が取らなければならないことには変わりはなく、監督責任をしっかりと果たしてほしいところである。

また、この物件のほか7物件についても調査を行ったが、いずれも事実2と同様の違反が認められた（7物件の元の情報は、5物件は売地、2物件は中古住宅）

## F社の事例

対象広告：不動産ポータルサイト  
対象物件：新築1棟売りアパート

**表示**：「1棟アパート 新築・想定利回り9.18% 販売価格1億2980万円 築年月2020年07月 土地面積264.57㎡ 取引態様一般媒介 おすすめポイント 劣化対策等級3級取得 建物面積435.96㎡ 間取り1K×15戸 現況 未完成 引渡し 相談 次回更新予定日2020/03/22 更新日2019/12/23 建築確認番号 第18SKYI-12085号」等（2019年12月25日時点の掲載広告を対象）

**事実1**：売主（不動産事業者）が「4,980万円の売地」として取引しようとしているものを、F社が勝手に架空の建築確認番号を記載のうえ、新築の一棟売りアパートとして広告したもの。

**事実2**：劣化対策等級3級を取得している事実はない。

事情聴取の際、代表者は、「ブローカーからもらった資料の情報を自ら調査することなく、そのまま広告してしまった。今後は、物件確認をしっかりと行い、社内に表示のチェックを行う担当者を置き、ダブルチェックの体制で広告していく。」と述べていたが、情報の信憑性に疑義があるのに、自ら調査せずに広告を行うことにより、どのようなリスクが発生するのかということについて、今一度、再考いただく必要がある。

また、この物件のほか4物件についても調査を行ったが、事実1と同様の違反が3物件、事実2と同様の違反が4物件に認められた。

続いて、表2に記載のとおり、2020年度は景品規約に違反する事例が3件（うち1件は表示規約違反と重複）あったが、同年度は、

売買物件の仲介広告において、提供できる景品類の限度額を超過している景品提供企画を実施している広告が散見され、それに対する指摘が寄せられた（これら事案の措置は、順次、講じていく予定）。

いずれも警告又は注意の措置ではあるが、このうち警告の措置を講じた2件の事例を紹介する。

## G社の事例

対象広告：不動産ポータルサイト  
対象物件：新築住宅9物件

**表示**：「期間限定ご成約特典『30万+10万POINT』プレゼント！（オプション品や家具家電などに使用可）」（2019年11月6日時点の掲載広告を対象）

当該表示は、30万+10万で計40万円相当のポイントが付与されるかのような表示になっているが、実際の1ポイントあたりの単価は1円ではなく0.25円で計算されるものであり、実際には、10万円相当のポイントしか付与されないもの（この表示については、表示規約第23条で規定する不当表示に該当）。

**事実**：対象物件はG社が媒介として取引するものであり、購入者に対して10万円相当のポイントを付与するものであるが、この場合に提供できる景品類の限度額は媒介報酬限度額の10分の1であって、対象物件で最も価格が高い2,990万円の物件であっても、媒介報酬限度額は821,700円であり、その10分の1である82,170円相当までしかポイントを付与することはできない。したがって、提供できる景品類の限度額を超過していることから、これらの物件の購入者に10万円相当のポイントを付与することはできないもの。

H社の事例

対象広告：物件の敷地に設置した広告  
対象物件：新築分譲住宅1物件（販売戸数4戸）

**表示**：「プレゼントキャンペーン中・家具・家電・住宅設備30万円分（税込）」（2020年12月11日から27日まで広告）

**事実**：対象物件はH社が媒介として取引するものであり、購入者に対して30万円分の家具、家電等をプレゼントするものであるが、この場合に提供できる景品類の限度額は媒介報酬限度額の10分の1であって、販売戸数4戸のうち最も価格が高い14,290万円を購入した場合の媒介報酬限度額は、物件価格の消費税額を考慮しないとしても1,481,700円であり、最も価格が高いものであっても提供できる景品類の限度額は148,170円である。したがって、当該企画は、景品類の提供限度額を超過しているため、実施してはならないもの。

景品提供企画が行われる背景としては、売れ残り物件で行われるケースや季節の節目等

でキャンペーンとして実施されているケースがあるが、違反として指摘されるケースは、前者の場合が多く、また、違反している景品提供企画を実施している地域にも偏りが見られることから、他社の違反している景品提供企画を真似て実施していることが多いのではないかと推察されるため、当協議会は、景品規約に違反する景品提供企画を行わないよう、2020年9月29日付けで下記文書を当協議会正会員の長宛に発出し、それぞれの会員事業者に周知いただくよう依頼した。

また、景品提供企画を行う際には、表3の「提供できる景品類の限度額」と、表4の「取引態様に応じて決まっている取引価額の考え方」を理解し、特に仲介会社が提供する場合の取引価額は物件価格ではなく媒介報酬限度額であり、提供できる景品類の限度額は、その報酬の10分の1までである、ということ覚えておいていただきたい。

なお、当協議会では、2021年度に景品規約に違反する景品提供企画（広告）の実態調査を行う予定である。

首公協発第20-36号  
2020年9月29日

〈正会員の長〉様

公益社団法人首都圏不動産公正取引協議会  
調査指導委員会委員長 小田桐 信吉

景品規約に違反する広告表示の是正（周知依頼）

拝啓

時下ますますご健勝のこととお慶び申し上げます。日頃は当協議会の事業運営にご協力いただき、厚く御礼申し上げます。

さて、昨年11月頃から特に北関東エリア（茨城県、栃木県及び群馬県）において、「不動産における景品類の提供の制限に関する公正競争規約」（平成15年公正取引委員会告示第3号。以下、「景品規約」という。）に違反するおそれのある景品提供を行っている仲介事業者の広告が当協議会に申告として多数寄せられております。

つきましては、当協議会の加盟事業者である貴協会所属の事業者に景品規約に違反する景品提供を行わないよう、ご周知いただきたくお願い申し上げます。

なお、実際の事例を基に作成したQ&A（別紙）を添付いたしましたので、周知の際に、ご利用いただければ幸いです。

敬具

【問合せ先】

（公社）首都圏不動産公正取引協議会 事務局  
担当：齋藤太郎・古賀  
電話 03（3261）3811

【表3】提供できる景品類の限度額

景品類の提供の方法	景品類の最高限度額
① 一般懸賞景品 (来場者、購入者等に抽選等で提供する場合)	取引価額の20倍又は10万円のいずれか低い価額（取引予定総額の2%以内）
② 総付景品 (購入者全員に、又は先着順で提供する場合)	取引価額の10%又は100万円のいずれか低い価額
③ 共同懸賞景品 (多数の事業者が共同して実施する年末大売り出し等で抽選等で提供する場合)	30万円 (取引予定総額の3%以内)
④ 取引の勧誘をする旨を明示しないで行う旅行等への招待、優待	0円（禁止）

【表4】取引価額

取引態様等		取引価額
①	売買等で売主又は代理の場合	・物件価格
② 賃貸	貸主又は代理の場合で賃貸住宅等の場合	・賃貸借契約を締結するために必要な費用の額（敷金など賃貸借契約満了後に返還される金銭を除く。） ・契約締結前に、一定期間契約を継続した後、賃借人に景品類を提供する旨を告知した場合は、上記費用に加え、当該期間内に賃借人が支払った賃料等の総額
	貸主又は代理の場合で借地権付物件の場合	・権利金など返還されない金銭の授受があるものは、当該権利金の額（保証金、敷金など賃貸借契約満了後に返還される金銭を除く。）
③	媒介の場合	・媒介報酬限度額（ただし、売主、貸主等と共同して行う場合はそれぞれ上記による。）

### 終わりに

違約金課徴の措置を講じた件数は、2018年度の49件から2019年度は31件と18件減少、2020年度は、さらに2019年度から11件減少して19件と2年連続で減少している。新型コロナウイルスによる感染症の影響で事情聴取会が4月から8月まで開催できなかったことが減少要因の一つではあるものの、2020年度の処理件数の総数は結果として2019年度と同数（表2参照）であり、表示規約関係の警告の措置件数（69件）が2019年度よりも11件増加していることは、違約金を課徴するほどではない違反は一定数あるものの、おとり広告や悪質な不当表示が減少してきたと言える。

2017年1月から実施している違約金課徴事

業者に対する9つの不動産ポータルサイト（表5参照）への掲載を原則として1か月以上停止する施策が広く不動産事業者に周知されてきたこと、ポータルサイト広告適正化部会と連携して実施している賃貸物件のインターネット広告一斉調査（年2回）、当協議会の正会員（宅地建物取引業協会、全日本不動産協会等、関東甲信越の26の不動産業界団体）が主催する公正競争規約研修会において、違反事例の解説を主眼においた説明等により、違反広告をしないという意識がより高まってきていると思われる。

今後も正会員、賛助会員、ポータルサイト運営会社等と緊密に連携してインターネット広告はもとより、全ての不動産広告の一層の適正化を推進していくこととする。

【表 5】

	サイト名	運営会社・団体
1	a t h o m e	アットホーム株式会社
2	C H I N T A I	株式会社CHINTAI
3	L I F U L L H O M E ' S	株式会社LIFULL
4	S U U M O	株式会社リクルート
5	健美家	健美家株式会社
6	スマイティ	株式会社カカコム
7	ハトマークサイト	公益社団法人全国宅地建物取引業協会連合会
8	ヤフー不動産	ヤフー株式会社
9	ラビーネット不動産	公益社団法人全日本不動産協会

※ 上記1から4の事業者は、当協議会に設置している「ポータルサイト広告適正化部会」の構成会社である。