

2023年度不動産広告の 違反事例の紹介

公益社団法人首都圏不動産公正取引協議会 理事・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2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

【表1】調査対象物件数

物件種別	2023年度	2022年度	増減数
賃貸住宅	448	501	-53
中古マンション	120	61	59
新築住宅・中古住宅	79	182	-103
売地	14	20	-6
新築分譲住宅	11	14	-3
分譲宅地	8	11	-3
新築分譲マンション	1	7	-6
現況有姿分譲地	0	0	0
合計	681	796	-115
うち、おとり物件数	123	150	-27

【表2】事案処理件数

処理	2023年度			2022年度			増減
	表示規約	景品規約	計	表示規約	景品規約	計	
違約金課徴	19	0	19	12	0	12	7
厳重警告	0	0	0	0	0	0	0
警告	67	19	86	77	29	106	-20
注意	80	1	81	74	2	76	5
措置計	166	20	186	163	31	194	-8
不問等	23	8	31	41	7	48	-17
情報提供	71	0	71	134	0	134	-63
合計	260	28	288	338	38	376	-88

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、その内容に応じて一定の措置を講じています。

2023年度は、681物件を調査（表1）し、288件の処理（表2）を行いました（規約違反で措置を講じた件数は措置計欄の186件）。

調査対象物件数は、表1のとおり前年度よりも100件以上減少し、これら物件に占めるおとり広告の物件数も27件減少しました。

一方、事案処理件数は、表2のとおり前年度よりも80件以上減少し、措置件数は8件減少しました。この処理件数は、毎年度、同じ件数の指摘等が入って調査しているわけではないため母数は異なりますので、措置件数も異なってきます。とはいえ、違約金課徴件数は4年連続で減少してきたのが、2023年度は前年度より7件増の19件と、再び、増えてしまいました。これは、特にホームページにおける契約済み物件の削除し忘れによる「おとり広告」が依然として減らないことが要因であると考えています。

また、ここ数年、過大な景品提供企画については、申告事案のほか一斉調査を行うなどして適正化に努めてきました。2023年度は20件の措置となりましたが、前年度よりも11件減りましたので改善傾向にあると思われます。

引き続き、不動産広告のルールである表示規約をご理解いただけるよう、また、過大な景品提供企画を行わず、これらの違反の未然防止に繋がるよう、研修会等、あらゆる機会を通じて啓発に努めて参ります。

それでは、2023年度の違反事例の中から、表示規約違反による違約金課徴事案5件（A社からE社）と景品規約違反による警告事案1件（F社）を紹介します。

A社の事例

対象広告：ホームページ

（2022年11月30日時点の広告）

対象物件：賃貸住宅10物件

措置：違約金課徴（80万円）

【違反概要】

ア 3物件は、新規に情報公開を行った後に賃借人が入居済みとなり、取引できなくなっていたにもかかわらず、長いもので4か月以上、短いものでも1か月以上継続して広告していた「おとり広告」に該当するものでした。

イ 6物件は、新規に情報公開を行った後に契約済みとなり、取引できなくなったにもかかわらず、長いもので3か月以上、短いものでも2か月以上継続して広告していた「おとり広告」に該当するものでした。

ウ 全ての物件について、鍵交換費用（一例：27,500円）やルームクリーニング費用（一例：82,302円）等の諸費用を必要とするのに、その費目及びその額を記載していませんでした。

エ 3物件について、「敷金 1ヶ月」、「ペット飼育可」と表示していましたが、ペットを飼育する場合の実際の敷金は月額賃料の2か月分となるものでした。

オ 1物件について、「ペット飼育可」と表示していましたが、実際には、ペットの飼育はできないものでした。

カ 1物件について、「2面採光 3面採光」と表示していましたが、実際には、2面採光の物件でした。

キ 1物件について、「分譲賃貸」と表示していましたが、実際には、分譲された物件ではありませんでした。

A社は、2014年2月及び2020年10月にも契約済みの「おとり広告」をインターネットで行ったことにより違約金課徴（2014年は35万円及び2020年は40万円）の措置を受けているにもかかわらず、再び、表示規約に違反する広告を行ったものです。その原因や対応策について「インターネット広告を管理する知識が未熟なため、別の事業者任せきりにした結果、管理システムの不具合に気が付かず、契約済み物件が掲載され続けてしまった。今後は人員を増やして、物件の登録画面だけでなく、広告した物件が、お客様からどう見えているのかもチェックしていく。」等と述べていましたが、当協議会が調査に着手した11月末までの約4か月間、システムの不具合に気が付かないという管理の杜撰さが露見されました。

おとり広告が掲載され続けてしまった原因として、「システムの不具合が起きた」等と述べる事業者が数多くいますが、日々の業務の中ですぐに気づけなかったというのは、首を傾げたくなる思いです。

B社の事例

対象広告：ポータルサイト
 （2023年6月2日時点の広告）
 対象物件：賃貸住宅10物件
 措置：違約金課徴（50万円）

【違反概要】

B社の事案には、契約済みのおとり広告はなく、実際のものよりも優良又は有利であると誤認されるおそれのある「不当表示」が非常に多いものでした。

ア 8物件について、「保証会社利用可 貸主指定」と表示していましたが、実際には、家賃保証会社と契約することが取引の条件であり、家賃保証料（一例：契約時201,600円、毎月5,040円）を必要と

するものでした。

イ 5物件について、「ペット可」等と表示するのみで、ペットを飼育する場合は敷金が賃料の1か月分増額されるのに、その旨を記載していませんでした。

ウ 1物件について、「敷金 460万円」、「敷引・償却 -」と表示していましたが、実際には、敷金460万円のうち230万円は償却されるのに、その旨を記載していませんでした。

エ 9物件について、鍵交換費用（一例：22,000円）やルームクリーニング費用（一例：79,640円）等の諸費用を必要とするのに、その費目及びその額を記載していませんでした。

オ 3物件について、「損保 -」と表示していましたが、実際には、損害保険への加入が取引の条件であり、損害保険料が必要となる旨を記載していませんでした。

【注】表示規約においては、保険料の額の記載は必須ではありません。

カ 6物件について、「駐輪場」、「バイク置場」又は「トランクルーム」とのみ表示し、無料で利用できるような表示となっていました。実際には、利用料（一例：バイク置き場の月額利用料として3,300円）が必要となるものでした。

キ 1物件について、「南向き」、「南面バルコニー」と表示のうえ、バルコニーが南側を向いている間取図を掲載していましたが、実際のバルコニーの向きは北向きでした。

ク 2物件について、「駐車場 敷地内 40000円」等とのみ表示し、40000円で利用できるかのような表示となっていました。実際には、このほかに敷金又は登録料が必要であるのに、その額（一例：

敷金120,000円)を記載していませんでした。

ケ 2物件について、「駐車場 敷地内 47,000円」と表示していましたが、実際の毎月の利用料は52,800円でした。

コ 1物件について、「分譲賃貸」と表示していましたが、実際には、分譲された物件ではありませんでした。

サ 1物件について、「JR山手線／品川駅 徒歩5分」と表示していましたが、同駅までの実際の徒歩所要時間は、7分(道路距離500m)でした。

シ 1物件について、「管理費・共益費 -」と表示していましたが、実際には、毎月15,000円の共益費が必要となるものでした。

このような広告を行ってしまった理由として、B社の部長は「広告は社長が担当していたが、助言等がなかなかできず、このようなことになってしまった。今後は、広告の知識がある私が担当し、違反しないようしっかり行っていきたい。」等と述べていました。

取引できる物件を広告することが当たり前ではありますが、一方で諸費用や利用料といった費用に関する取引条件の不当表示が数多く認められたことは、契約に至った場合にトラブルになる可能性が高く、その解決のために貴重な時間を使わざるを得なくなります。広告ルールを知っている社員が管理していれば防げたのではないかという事案でした。

C社の事例

対象広告：ポータルサイト

(2023年5月18日・25日、6月1日及び8日時点の広告)

対象物件：賃貸住宅7物件

措置：違約金課徴(50万円)

【違反概要】

ア 全ての物件は、新規に情報公開を行った後に契約済みとなり、取引できなくなったにもかかわらず、長いもので1か月以上、短いもので15日間継続して広告していた「おとり広告」に該当するものでした。

イ 3物件について、「加入要 保証会社 利用料：総賃料の100～120%」等と契約時の家賃保証料を表示するのみで、2年目以降の家賃保証料(毎年10,000円)を記載していませんでした。

ウ 1物件について、「鍵交換費用：10,450円」と表示していましたが、実際の額は16,500円でした。

エ 1物件について、鍵交換費用を必要とする旨及びその額(16,500円)を記載していませんでした。

オ 1物件について、「バイク置き場あり」とのみ表示し、無料で利用できるかのような表示となっていました。実際には、利用料(毎月1,100円)が必要となるものでした。

C社は、2022年2月にも契約済みの「おとり広告」をインターネットで行ったことにより違約金課徴(25万円)の措置を受けているにもかかわらず、わずか1年ほどの間に、再び、表示規約に違反する広告を行ったものです。その原因と対応策について「昨年の措置を受け物件確認をするための社員を増やしたが、このような結果となり反省している。今後は、毎週1回は物件確認を行い、契約済みの物件があれば他店舗と情報を共有し、再度、指摘がないように徹底していく。」等と述べていましたが、今回の調査対象となった3店舗は、2022年に措置を受けた広告を行った店舗ではありませんでしたので、反省の弁で述

べていた他の店舗との共有ができていなかったことも発生原因ではないかと思われます。

店舗間での競争等は否定しませんが、それと意思統一や情報共有等の連携は別物だと考えます。広告ルールを順守するという気持ちをしっかりと持ってやっていただきたいと思えます。

D社の事例

対象広告：ホームページ

(2022年11月9日時点の広告)

対象物件：賃貸住宅10物件

措置：違約金課徴 (50万円)

【違反概要】

ア 9物件は、新規に情報公開を行った後に契約済みとなり、取引できなくなったにもかかわらず、長いもので5か月以上、短いものでも1か月以上継続して広告していた「おとり広告」に該当するものでした。

イ 全ての物件について、ルームクリーニング費用（一例：60,500円）やインターネット使用料（一例：毎月1,650円）等の諸費用を必要とするのに、その費目及びその額を記載していませんでした。

ウ 2物件について、「保証会社 加入要（賃貸保証：加入要／2年間 19,000円）」と表示していましたが、実際の家賃保証料は、A物件は契約時に78,000円、B物件は契約時に142,000円であり、さらに2物件とも毎月890円及び2年目以降毎年10,000円が加算されるものでした。

エ 1物件について、「駐車場有」と表示していましたが、実際には、駐車場はないものでした。

オ 4物件について、「管理費 -」と表示していましたが、実際には、2物件は10,000円、残る2物件は15,000円の管理

費を必要とするものでした。

カ 7物件について、「取引形態 代理」と表示していましたが、実際の取引態様は媒介（仲介）でした。

キ 1物件について、「オール電化」と表示していましたが、実際には、オール電化ではありませんでした。

ク 6物件について、賃貸住宅の必要な表示事項のうち、入居可能時期を記載していませんでした。

このような広告をしてしまった理由として、D社は「管理会社の情報を一括して取り込んで広告に反映させるシステムを利用していたが、うまく取り込めていなかった。現在は、このシステムの利用をやめ、親会社の物件以外の取り扱いをやめることにした。入力については、今後は、二重でチェックする体制にし、掲載物件数も大幅に減らし、しっかり対応していく。」等と述べていました。

システムがうまく動いていなかったことが原因だったようですが、システムは絶対大丈夫！という思いが強すぎたのか、実際にどのように広告されているか（=表示されているか）の確認をしていなかったと思われる事案でした。

表示すべき事項について、公開前のデータベース等には表示されていたのに、いざ公開したら表示されていなかったというケースもあるようですのでご注意ください。

E社の事例

対象広告：ポータルサイト

(2023年10月16日・24日 及び
2024年2月19日)

対象物件：中古マンション4物件・新築
住宅1物件

措置：違約金課徴 (15万円)

【違反概要】

ア 全ての物件は、新規に情報公開を行った後に契約済みとなり、取引できなくなったにもかかわらず、長いもので4か月以上、短いものでも1か月以上継続して広告していた「おとり広告」に該当するものでした。

イ 1物件について、「建物面積 105.4㎡（壁芯）」と表示するのみで、この面積には車庫面積が含まれているのに、その旨及びその面積（12.66㎡）を記載していませんでした。

ウ 1物件について、新築住宅の必要な表示事項のうち、私道負担面積（17.81㎡）を記載していませんでした。

このような広告を行ってしまった理由として、E社は「今まではパートに入力を任せきりで確認ができていなかった。今後は社員が入力を行い、それを店長がチェックし、さらに、1週間以内に物件確認することを徹底していく。」等と述べていました。

入力する方が誰であろうと複数名でチェックする体制が整っていれば違反は起きにくいと考えられますし、表示規約の研修会に積極的に参加いただき、知識の習得をお願いしたいと思います。

なお、E社の事案は2023年度の違約金課徴19件のうち、唯一の売買物件の事案でした。警告以下の事案はまだまだあるものの違約金課徴に占める売買物件の事案は年々少なくなっており、かなり適正化が進んできていると思われます。

F社の事例

対象広告：ポータルサイト
(2023年10月23日時点の広告)
対象物件：中古住宅1物件
措置：警告

【違反概要】

「ご成約のお客様にはカーポートやお庭の外構費等の費用を50万円分プレゼント♪」、「ご成約後のお客様に当社のグループ会社のH社にて50万円分のリノベーションサービスをプレゼント!」、「購入された家のリフォーム費用にお使いください♪」と表示し、F社の媒介により当該物件（価格：3,499万円）を購入した者に、50万円相当のカーポート、外構費又はリノベーション費用を景品類として提供する企画を行いました。

しかし、この場合に提供できる景品類の限度額は当該物件の媒介報酬限度額1,169,235円の1/10（116,923円）までであることから、当該企画は、提供できる景品類の限度額を超過しているため、実施してはならないものでした。

商品やサービスの販売促進のため、景品類の提供はあらゆるところで行われていますが、なぜ、過大な景品類の提供を禁止しているかということ、一般消費者が「景品」によって商品やサービスを選んでしまうようになると、質の良くない商品や価格の高いものを買わされて不利益を受けてしまうおそれがあるからです。景品表示法や景品規約では、このような不利益を一般消費者が受けることがないように、景品類の最高額などを制限しており、不動産取引においては、総付景品（懸賞の方法によらないで、もれなく又は先着順で提供するもの）の限度額を取引価額の10分の1又は100万円のいずれか低い方としており、景

品表示法による規制（20%以内）より厳しい制限をかけています。

なお、景品規約違反で措置を受ける物件は、圧倒的に売買の仲介物件が多くを占めています。

ご紹介した事例は全てインターネット広告ですが、2023年度の措置件数166件のうち157件（94.5%）がインターネット広告となっており、更なる適正化を推進していかなければなりません。

また、昨今ではSNSを活用した広告も盛んに行われていますが、幸い、全国9地区の不動産公正取引協議会において規約違反として違約金課徴の措置を講じた事例はゼロとなっています。とはいえ、物件概要が足りないもの、表示規約で原則として使用を禁止している「日当たり最高」、「格安物件」等の特定用語が投稿した動画内で音声で流れてくるものもあると聞いています。ポータルサイト等では使えなくてもSNSであれば使えるというものではありません。販売中又は募集中の物件広告については、ポータルサイト等と同様に表示規約の規制がかかることを忘れないでいただきたいと思います。

おとり広告もなかなかゼロにはなりません。ウツカリミスや消し忘れといった理由が大半ではあると思いますが、消し忘れ等は事業者側の理屈であり、家探しをしている一般消費者にとっては何ら関係のないことです。

「今日見た広告の物件は、当然、取引ができる。」と思いますし、「昨日、問い合わせた物件が『終わっている』と言われたのに今日も広告されているのはおかしい。」と一般消費者は認識するということを忘れないよう、適正な広告を行っていただくようお願いします。