
インターネット不動産情報サイト
に関するアンケート調査報告書

平成20年12月24日

社団法人首都圏不動産公正取引協議会

I 調査目的等

1 調査目的

近年、インターネット上で行われる不動産広告が増加しており、消費者が不動産を選択する上での情報源として利用価値も高まっているが、その中には、既に契約済みであるにもかかわらず長期間継続して広告していたり、架空物件の広告を行ったりするおとり広告などの公正競争規約に違反する表示も散見される。

公正競争規約に違反する表示をしないようにするためには、当協議会による不動産業者に対する公正競争規約の普及啓発と不動産業者自らが公正競争規約を理解・遵守することが必要であることに併せて、不動産情報サイトのシステム構築等に当たっての、サイト運営業者（以下「サイト業者」という。）による公正競争規約に対する理解と協力も不可欠である。

このため不動産情報サイトの実態を把握し、今後のインターネットによる広告表示の適正化の推進を図るための方策を探ることを目的とする。

2 調査対象サイト数

不動産業者の居住用流通物件の売買又は賃貸に関する広告を掲載しているサイト業者33社の41サイトに対しアンケート調査への協力を求めたところ、24社の31サイト（当協議会賛助会員14社の20サイトを含む。）から回答を得た。

3 調査期間

平成20年1月末に調査依頼書を発送し、同年2月末（回答期限は2月15日）まで回答があった調査表に対して、ヒアリングするとともに、各サイトを見分した。

II 調査結果

1 回答があったサイト業者24社の概要

(1) サイトの開設時期について

平成8年に売買及び賃貸の物件を掲載することができる3サイトが初めて開設され、以降毎年、サイトが開設されて、平成19年には31サイトとなっている。

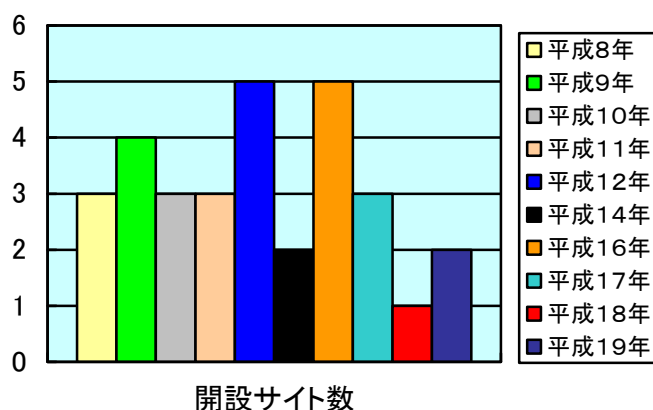
当初の2年間は、売買及び賃貸の物件を掲載することができるサイトの開設であったが、平成10年からは、賃貸のみ、平成11年からは、売買のみ、賃貸のみと、それぞれに特化して掲載することができるサイトも開設されている。

初めてサイトが開設された翌年には、不動産業者に対してFCチェーンを展開する複数業者のサイトも開設されている。

現在の31サイトは、売買及び賃貸16サイト、売買9サイト、賃貸6サイトとなっている。

◆ サイト開設時期

年	開設サイト数
平成 8 年	3
平成 9 年	4
平成 10 年	3
平成 11 年	3
平成 12 年	5
平成 14 年	2
平成 16 年	5
平成 17 年	3
平成 18 年	1
平成 19 年	2



◆ 売買・賃貸別に見た開設時期

年	売買・賃貸	売買	賃貸
平成 8 年	3	0	0
平成 9 年	4	0	0
平成 10 年	2	0	1
平成 11 年	0	2	1
平成 12 年	4	1	0
平成 14 年	1	0	1
平成 16 年	1	1	3
平成 17 年	1	2	0
平成 18 年	0	1	0
平成 19 年	0	2	0

(2) サイトの取引先数及び掲載物件数の変遷について

ア サイトの取引先数は、サイトにより業者数又は店舗数で回答してきている。

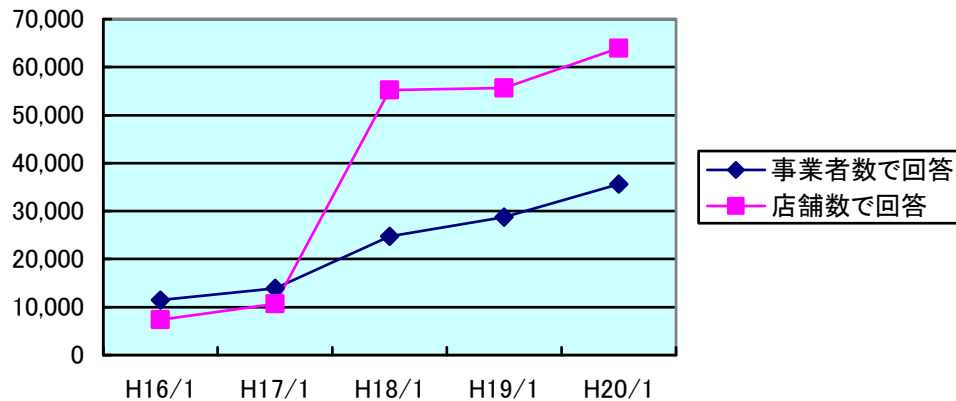
平成16年1月には、17サイトが存在し、うち、7サイトが11,427業者、10サイトが7,397店舗としており、平成20年1月に至ると、31サイトが存在し、うち、13サイトが35,624業者、18サイトが63,923店舗と業者数又は店舗数とも飛躍的に増加している。

なお、この取引先の増加は、主としてサイト数の増加に加えて、総じてサイト開設後の取引先拡大といえるが、サイト数の増加等に伴い取引先が減少しているサイトも見受けられた。

イ サイトの掲載物件数は、平成16年1月時点のものを13社が回答してきており、その合計は3,287,103件であり、平成20年1月時点のものとなると29社が回答してきており、その合計は、13,605,958件という膨大な数となっている（ちなみに、東日本レインズの平成20年1月末時点の登録件数は、422,000件である）。

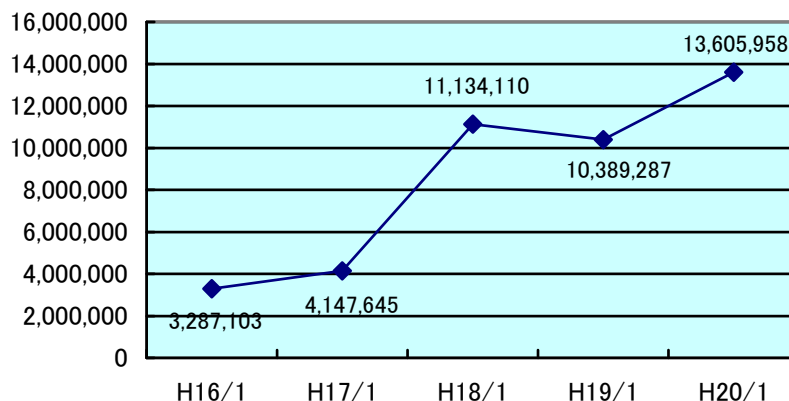
◆取引先数

	H16/1	H17/1	H18/1	H19/1	H20/1
業者数で回答	11,427	13,931	24,773	28,774	35,624
店舗数で回答	7,397	10,650	55,207	55,683	63,923



◆掲載物件総数

H16/1	H17/1	H18/1	H19/1	H20/1
3,287,103	4,147,645	11,134,110	10,389,287	13,605,958



2 取引開始の手続等

(1) サイト利用開始の手続における書面等の要否について

不動産業者が、新規にサイトに広告掲載する場合の利用開始の手続において、書面等を必要とするか否かは、31サイトのすべてが書面等を必要としており、利用の条件等を双方が理解の上、取引が成立する仕組みが整えられているとみることができる。

(2) 不動産業者に対する信用等の調査について

不動産業者が、そのサイトの利用開始の手続きを行う際に、不動産業者に対し信用等の調査が行われるか否かは、行方が28サイト、行わないが2サイト、未回答が1サイトであった。

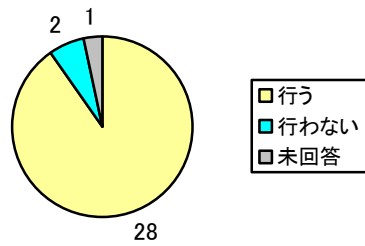
信用等の調査を行わない2サイトをみると、別サイトの情報を転載しているものと、グループの不動産業者のみの情報を掲載しているものとであった。

から、未回答の1サイトを除き、すべてのサイトが信用等の調査を行っているといえる。

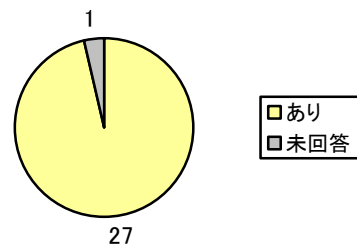
この調査の内容については、サイト業者によって千差万別ではあるが、少なくとも宅地建物取引業法の免許を持っているか否かについての調査は行われているとみられる。

また、この信用等の調査を行うと回答した28サイトのうち、その調査を行う際の審査基準等があるかどうかについては、ありが27サイト、未回答が1サイトであった。

【信用等の調査】



【審査基準等】



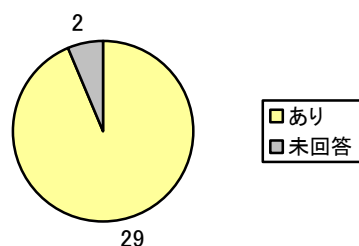
(3) 広告掲載基準等について

サイト業者が独自に広告掲載基準等を設けているかどうかについては、ありが29サイト、未回答が2サイトと、ほとんどのサイト業者に広告掲載基準といったものが存在していた。

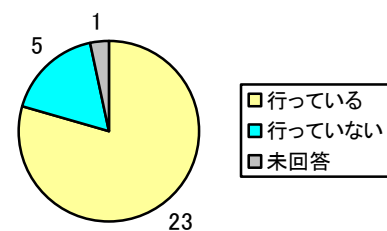
これら基準等を記載した書面の提出も受けたが、これらには、押し並べて法令遵守、規約遵守などを記しており、更に独自の内規や具体的な表示例を記しているものもあるなど、かなり充実した内容のものも見受けられた。

また、この広告掲載基準等を設けていると回答した29サイトのうち、サイト業者がこれらを遵守させるために定期的に啓蒙活動を行っているか否かについては、行っているが23サイト、行っていないが5サイト、未回答が1サイトであった。多くのサイト業者が広告掲載基準等を設けるだけでなく、サイトを利用する不動産業者に対し、積極的にその周知を図るための活動を行っていることがみてとれる。

【広告掲載基準等】



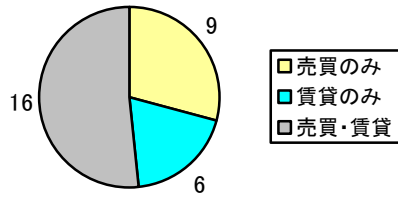
【定期的な啓蒙活動】



3 掲載できる物件の種別、入力フォーマット等について

(1) 掲載できる物件の種別（居住用流通物件の売買及び賃貸）は、売買のみの掲載が9サイト、賃貸のみの掲載が6サイト、いずれの物件も掲載できるが16サイトであった。

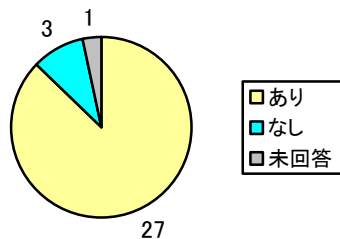
これらのサイトにおいて物件検索をする際には、売買物件であれば、新築住宅や土地等の種別で、賃貸物件であれば、マンション、アパート等の種別でそれぞれ絞り込むことが可能なシステムとなっている。



(2) 不動産業者が物件を掲載する場合に使用する物件入力フォーマット等があるかどうかは、ありが27サイト、なしが3サイト、未回答が1サイトであった。

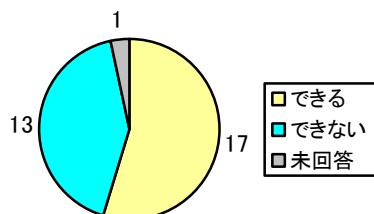
フォーマットがないと回答した3サイトのうち、2サイトは別サイトの情報を転載しているものであり、1サイトはグループの不動産業者のみの情報を掲載しているものであったことから、ほぼすべてのサイトにフォーマットがあり、不動産業者の利便性を高めているとみてとれる。

また、このフォーマットによって入力必須項目を設けることを可能とし、表示される内容をリストから選択させる方式をとることによって表示内容を統一することができるなどの工夫がなされ、一般消費者にとっても見やすい情報の提供がなされてきているといえる。



(3) サイトに掲載した不動産業者の広告表示に誤り等があった場合に、サイト上で訂正の広告ができるか否かは、できるが17サイト、できないが13サイト、未回答が1サイトであった。

訂正広告ができるサイトが過半を超えているだけでなく、現在、できないと回答した13サイトのうち、4サイトが訂正広告をできる方向で検討中との回答をしている。

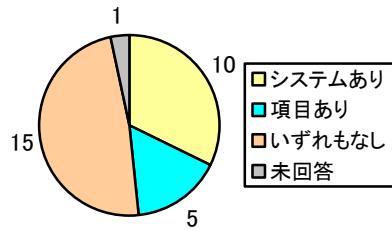


4 表示規約の実体規定への対応について

(1) 広告表示の開始時期の制限※の違反を未然に防止するために、開発許可番号又は建築確認番号を入力しないとエラーとなるシステムがあるのが10サイト、エラーとなるシステムはないが建築確認番号等の入力項目を設けているのが5サイト、システムも入力項目もないものが15サイト、未回答が1サイトであった。

建築確認番号等を入力しないとエラーとなるシステムがあるサイトが3分の1と少なかった。

※ 「広告表示の開始時期の制限」とは、宅地についての開発許可や建物についての建築確認がなければ広告表示ができないとする規定である（表示規約第5条）。

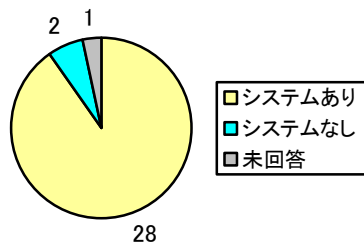


(2) 必要な表示事項※をすべて入力しないとエラーになるシステムがあるかどうかは、ありが28サイト、なしが2サイト、未回答が1サイトであった。ほとんどのサイトに必要な表示事項を入力しないとエラーとなるシステムがあり、必要な表示事項についての認知度は高いとみることができる。

この必要な表示事項に、不足する事項があるかどうかを調べてみると、「次回の更新予定日」の項目がないサイトもあったが、大半のサイトでは、むしろ必要な表示事項で定める項目よりも多くの項目を表示するようになっていた。

これは、一般消費者からすればより多くの情報が得られる状況があるとみてとれる。

※ 「必要な表示事項」とは、いわゆる物件概要のことで、物件の種別ごとに物件の所在地や取引態様、面積、価格など一定の項目を必ず記載するよう義務付けている規定である（表示規約第8条）。



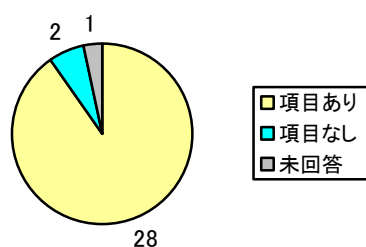
(3) 特定事項の明示義務※を記載しなければならない物件を表示する場合において、その事項を記載できる項目があるかどうかは、ありが28サイト、なしが2サイト、未回答が1サイトであり、サイトの大部分に記載できる項目があった。

しかしながら、項目があるとするサイトであっても、特定事項のみを記載するための専用の項目を設けているサイトはなく、いずれも「備考」や「特記事項」といった項目にこれを記載してもらっているというのが実態のようである。

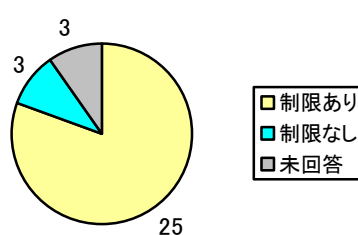
特定事項はその内容によっては、明示しなければならない文字数が多くなってしまいうこともあるため、これら「備考」や「特記事項」といった項目において入力できる文字数に制限を設けているかどうかについても回答を求めたが、文字数に制限があるというサイトは25サイトにも及んでいた。

※ 「特定事項の明示義務」とは、建物の建築、もしくは再建築することができない土地や中古住宅、路地状部分の面積が土地面積の30パーセント以上の物件、土地面積に30パーセント以上の傾斜地を含む物件、土地の形状が著しく悪い物件などを広告する際に、これらの事項を記載しなければならないという規定である（表示規約第13条）。

【特定事項の記載項目】



【文字数制限】



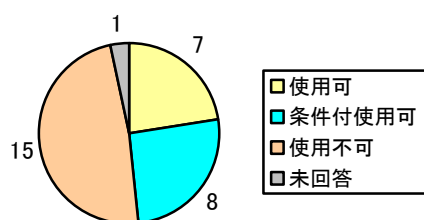
(4) 特定用語※を使用できるか否かは、無条件で使用できるが7サイト、条件付きで使用できるが8サイト、使用できないが15サイト、未回答が1サイトであり、特定用語の使用が条件付きを含めてできるとするサイトと、使用ができないとするサイトとが半々であった。

また、「条件付使用可」、もしくは「使用不可」と回答した23サイトのうち、合理的根拠を明示しないときを含めて、これらの用語が入力された場合に、入力エラーとなるシステムがあるかどうかは、ありが10サイト、なしが13サイトと、過半のサイトで特定用語が合理的根拠の有無に関係なく表示できるものであった。

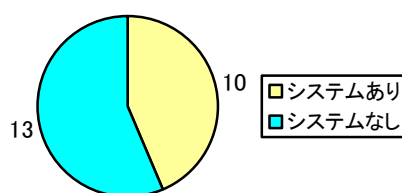
なお、サイト側がシステムエラーとなる特定用語を登録していても、それと類似するエラーとならない文言で記載したり、写真や間取り図等と特定用語を合成した画像を掲載したり、エラーシステムがない項目欄に特定用語を入力するといったことも可能な状態となっていることが見受けられた。

※ 「特定用語」とは、完全、万全、日本一、当社だけ、抜群、特選、最高、買得、格安、完売などの用語を使用してはならないという規定である（表示規約第18条第2項：一部の用語については、その合理的根拠があり、その根拠を明示して使用する場合は可能）。

【特定用語の使用可否】



【特定用語の入力エラーシステム】



5 おとり広告の未然防止に係る登録・更新システムについて

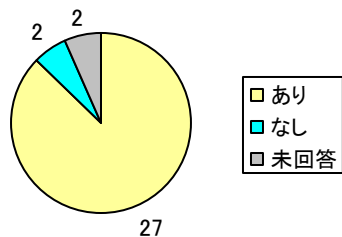
(1) インターネット広告の必要な表示事項の一つとなっている「情報登録日又は直前の更新日及び次回の更新予定日」の表示項目があるかどうかは、ありが27サイト、なしが2サイト、未回答が2サイトであった。

また、この表示項目があると回答した27サイトのうち、「情報公開日又は直前の更新日及び次回の更新予定日」について、「情報登録日」（新規に物件を登録した日）との項目があるサイトが25サイト、「直前の更新日」（登録済み物件の情報を更新した日）との項目が「情報登録日」との項目と併記又は単独であるのが19サイトあり、「次回の更新予定日」との項目があるサイトが25サイトであった。

さらに、「情報登録日又は直前の更新日」のいずれかの表示を義務付けして

いるところ、このいずれの表示をすればよい項目なのか、明確にされずに項目が設けられていたサイトが11サイト存在した。

なお、次回の更新予定日の表示項目がないサイトは本アンケート調査等を契機に表示項目を設けている。



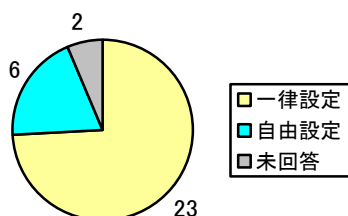
- (2) 物件情報をサイト上に公開した日（直前の情報更新日を含む。）から次回の更新予定日までの期間の設定は、サイト業者が一律に設定しているのか、不動産業者が自由に設定するのかは、サイト業者が一律に設定しているのが23サイト、不動産業者が自由に設定するのが6サイト、未回答が2サイトと、大部分のサイトがサイト業者によって一律に設定しているものであった。

なお、サイト業者が一律に設定しているこの期間は、売買物件と賃貸物件とをみると、賃貸物件の期間は短く設定されているものが多い。一方、売買物件の期間は賃貸物件よりも長く設定されているものが多く、元付物件※1の場合には30日から60日程度、先物物件※2の場合は30日程度の期間を設定しているサイトが大半であった。

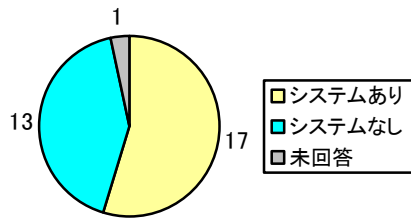
いずれにしても、この更新までの期間には、随時とするものから2か月とといった長期間のものまでであった。サイト業者は、不動産業者が掲載した物件が契約済みになった場合は、更新予定日においてその情報を放置することなくサイトから削除することを念頭においてはあるが放置される可能性もあるため、例えば更新日を「随時」とするものにあっては、掲載日から最短1週間経過後に掲載物件を自動的に削除するなど、設定した期間が経過した際に、一旦、掲載物件を削除するシステムを採用しているものもあった。

※1 元付物件とは、不動産会社が、その物件の売主又は貸主と媒介契約を締結し、直接、売却又は賃貸の依頼を受けている物件。

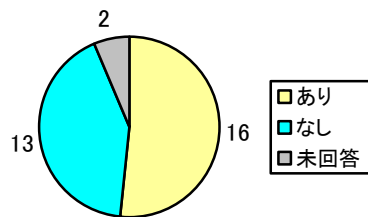
※2 先物物件とは、元付である不動産会社から、情報提供を受けた不動産会社が広告している物件。



- (3) 物件情報の次回の更新予定日が近づいてきた際に、不動産業者に対してその更新作業を促すシステム（例えば、メール配信を行うなど）があるかどうかは、ありが17サイト、なしが13サイト、未回答が1サイトと、過半数のサイトに更新を促すシステムがあった。

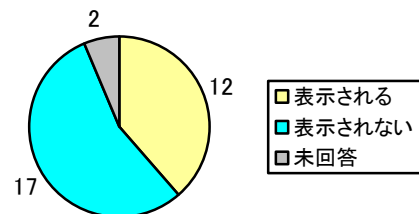


(4) 物件情報を更新する際に、例えば、100物件を一括で更新できるシステムがあるかどうかは、ありが16サイト、なしが13サイト、未回答が2サイトと、過半のサイトに一括更新できるシステムがあった。

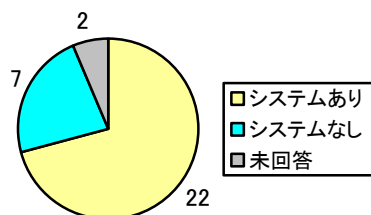


(5) 新規に情報登録したのものではなく、既に掲載していた情報を更新しただけであるのに、新しく登録されたことを意味する「NEW」等のマークが表示されるかどうかは、表示されるが12サイト、表示されないが17サイト、未回答が2サイトであり、3分の1以上のサイトで表示されるということであった。

情報登録日又は直前の更新日を記載する項目に、このいずれであるかを明確にしないで、新規に情報登録したかのような「NEW」等の表示がなされているのであり、一見して、新規の情報登録なのか、既に掲載していた情報を更新しただけのものであるのか理解されにくい状況を生じさせている。



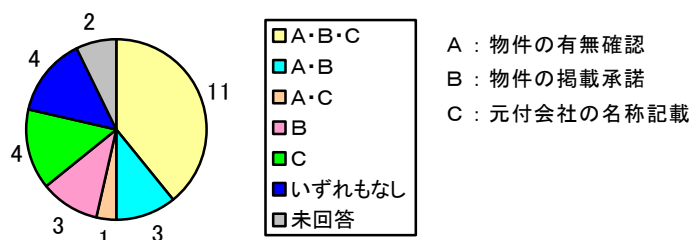
(6) 「次回の更新予定日」を意味する項目に記載の日が到来した物件を、サイト業者の判断で一括してサイト上から削除することができるシステムがあるかどうかは、ありが22サイト、なしが7サイト、未回答が2サイトであり、大部分のサイトに一括削除できるシステムがあった。



(7) 先物物件をサイト上に掲載する際に、「A. 元付会社に対する物件の有無確認」、「B. 元付会社に対する物件の掲載承諾」、「C. 入力フォーマット等への

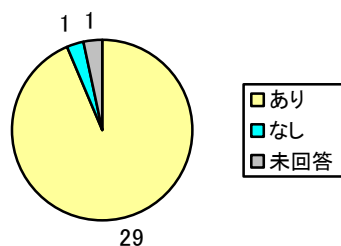
元付会社の名称記載」を義務付けているかどうかは、いずれも義務付けているが11サイト、A及びBを義務付けているが3サイト、A及びCを義務付けているが1サイト、Bのみを義務付けているが3サイト、Cのみを義務付けているが4サイト、いずれも義務付けていないが4サイト、未回答が2サイトであった（残る3サイトは、先物物件の掲載自体ができないもの。）。

先物物件を広告表示する際には、物件の取引及び広告掲載の可否を確認する必要があるというのが不動産業界の商慣習としてあるが、これをまったく義務付けていないサイトが4サイトあった。

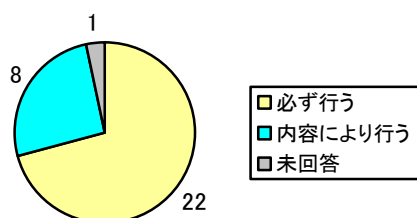


6 苦情対応・処理等について

- (1) 苦情受付の窓口があるかどうかは、ありが29サイト、なしが1サイト、未回答が1サイトと、大部分のサイトが苦情対応の窓口を設けており、消費者保護、不動産業者間の公正な競争への取り組みがみてとれる。



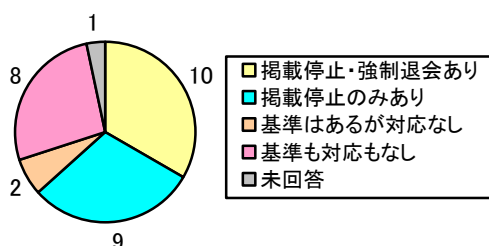
- (2) 苦情の申し出があった広告に対して、調査を行うかどうかは、必ず行うが22サイト、内容により行うが8サイトであり、未回答の1サイトを除くと何らかの対応をしており、これらのサイトの中には、公的機関へ通報するというサイトや不動産公正取引協議会へ通報するというサイトがそれぞれ1サイトあった。



また、これらの調査を行った結果、掲載停止や強制退会の対応をとったことがあるかどうかは、いずれもありが10サイト、掲載停止のみありが9サイト、処理基準等を設けているが、対応なしが2サイト、基準も対応もなしが8サイト、未回答が2サイトであった。

なお、寄せられた苦情を元に調査等を行った結果、その内容により「減点

ポイント」が加算され、ポイント数に応じてペナルティを課しているというサイトもあった。



Ⅲ 適正な広告表示が行われるための視点からの問題点と課題

サイト業者への総括的な期待

本調査においては、不動産業者が不動産情報サイトに掲載する不動産の広告表示が適正に行われるための方策を探るため、サイト業者を対象にその運営するサイトの実態を把握することに努めた。

表示規約には、賛助会員である広告会社等(サイト業者を含む。)の責務を「不動産広告の社会性にかんがみ、深くその社会的な責任を認識し、この規約の趣旨にのっとり、一般消費者の適正な選択に資する広告を制作するよう努めなければならない。」と規定(第3条)している。

不動産の広告表示とは、不動産業者が供給する不動産について顧客を誘引するための手段として物件の内容又は取引条件に関する事項について行う広告その他の表示である。

このため表示規約に違反する広告表示か否かなど広告表示の内容に関する責任は、不動産業者が負うべきものであるが、これら不動産業者が行う広告表示に関与する広告会社等は、不動産業者との広告に関する取引において相応の責任を負うのであるから、サイト業者が積極的に不動産業者の広告表示が適正なものとなる取組をいただきたいものとする。

当協議会は、かかる意味でサイト業者が、サイトの構築等に際して表示規約に理解・協力をいただくとともに、不動産業者に対して表示規約を遵守した適正な広告表示を行うように誘導いただくことを期待するものである。

1 広告掲載基準等

調査結果2の(3)「広告掲載基準等について」をみると、サイト業者のほとんどに広告掲載基準等が存在し、その基準に法令遵守、規約遵守などを記しており、加えて独自の内規や具体的な表示例を記しているサイト業者もあり、その上で多くのサイト業者が、これらの掲載基準等を不動産業者に積極的に周知を図る活動を行っているとのことであるから、引き続きこれらの取組が行われるようお願いしたい。

2 物件入力フォーマット

調査結果3の(2)「物件入力フォーマット等について」をみると、ほとんどすべてのサイトに入力フォーマットがあることは、不動産業者の利便性を高めているだけでなく、これによって入力の実必須項目を設けることを可能としており、これを調査結果4「表示規約の実体規定への対応について」において一層活用されることが望まれる。

3 広告表示に誤り等があった場合における訂正広告の可否

調査結果3の(3)「サイト上での訂正広告の可否について」をみると、訂正広告ができるサイトが過半を超え、現在できないというサイトの中にも訂正広告ができる方向で検討中という複数のサイトがあり、一般消費者対応に積極的であり、不動産業者間の公正な競争に配慮しているものとみてとれる。しかしながらこれらのうちには、訂正広告が可能な場合でもその掲載期間が3日間とか文字数が20文字までしか入力できないといったものもあるので、訂正広告のあり方などは以下の点に留意されたい。

① 掲載場所

サイトのどこに掲載するかは、例えば、トップページに訂正広告がされていることを明示し、そこから訂正広告を表示しているページにリンクを張るなどの方法が適当と考える。

なお、サイトのシステム等の問題でサイト上に訂正広告を掲載することができない場合は、例えば訂正広告を必要とする不動産業者が開設するホームページで行うことも考えられるが、その場合でもサイトからリンクを張ることが前提であると考ええる。

② 掲載期間

掲載する期間は、その誤り等のあった内容及び広告期間にもよるが最低1週間以上は必要であると考ええる。

③ 訂正内容

訂正内容は、単に誤りがあった旨の記載だけでは不十分であり、何がどのように誤りがあり、実際はどのようなものであったのか具体的に記載することが必要であると考ええる。

なお、訂正広告は、一般消費者に対して、当初に誤って得られた認識(誤認等)を正確な事実が何かについて改めて認識(誤認等の排除)してもらおうと同時に、他の不動産業者に迷惑(不当な顧客誘引による公正な競争の阻害)をかけたことの反省に立って行われるものであることに理解をいただきたい。

4 広告表示の開始時期の制限

調査結果4の(1)「広告表示の開始時期の制限の違反を未然に防止するため、開発許可番号又は建築確認番号を入力しないとエラーとなるシステムについて」をみると、これらを入力しないとエラーとなるシステムがあるサイトが全体の3分の1と少ないので、広告表示の開始時期の制限に違反する広告表示を未然に防止するために多くのサイトにおいて本システムの導入が望まれる(特

に未完成の売買物件を扱うサイトにあっては不可欠であろう。)

5 特定事項の明示義務

調査結果4の(3)「特定事項の明示義務について、その事項が記載できる項目の有無について」をみると、大部分のサイトに記載できる項目があるとの回答であるが、特定事項のみを記載するための専用の項目ではなく、いずれも「備考」や「特記事項」といった項目に記載ができるとするものであり、しかもこれらの項目に入力できる文字数に制限を設けているのが9割にも達していた。

これら備考等の項目は、本来、物件のセールスポイントなどを記載するのが一般的であり、これらを記載したことにより文字数の制限枠を超え、又はその残りが僅かしかなく、特定事項を記載できないこととなったり、記載することそのものを怠るケースが想定される。

また、他のサイトから情報提供を受けているサイトの中には、文字数制限などを含めた物件表示の項目が異なる等により、提供元のサイトには表示されていても提供先のサイトでは文言が一部削除されたり、表示自体がなくなるということも聞く。更に物件情報を一元管理して、複数のサイトにデータを配信することができるといったシステムがあるが、配信されたサイトによっては、そのまま表示されず一部の表示が欠落するということもあると聞く。

したがって、一般消費者が事実を誤認し、その結果、不動産業者が表示規約違反を問われることにならないように、新たな項目を設けるか、既存の「備考」等の項目の文字数制限の緩和を含めた改善とこれらへの記載励行の啓発や提供先のサイトにおいて表示が欠落することなどを防ぐシステムの改善等々の対応が望まれる。

6 特定用語の原則的使用禁止

調査結果4の(4)「特定用語は原則的に使用禁止か否かについて」をみると、合理的根拠の有無にかかわらず、使用できないとするサイトが半数ある一方で使用できるとするサイトが7サイト存在していた。

また、条件付きで使用できるサイトと使用できないサイトとの計23サイトのうち、合理的根拠を明示しないことを含めて、これらの用語が入力された場合に、入力エラーとなるシステムがあるのは10サイトしかないから、この過半のサイトで特定用語が合理的根拠の有無に関係なく表示できるものであったことは残念な結果である。

したがって、いずれも合理的根拠がない場合又はこの根拠を証明し難い場合には使用できないとする方向でのシステム採用や啓発対応が望まれる。

なお、特定用語と同義の類似文言の使用による抜け道等への対応は、当面、積極的な啓発を行うことが望まれる。

7 おとり広告の未然防止に係る登録・更新システム

(1) 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項目の有無

調査結果5の(1)をみると、インターネット広告の必要な表示事項の一つで

ある「情報登録日又は直前の更新日及び次回の更新予定日」の表示項目について、ほとんどのサイトが設けており、次回の更新予定日の表示項目のなかったサイトも本調査を契機にこの項目を設ける改善を図ってきている。

しかしながら、次回の更新予定日の表示項目の意味については、サイト業者及び不動産業者に誤解する余地はないものの、情報登録日又は直前の更新日の表示項目にあっては、サイト業者がそのいずれか一方を意味する表示項目としたり、双方を意味する表示項目としたりしており、サイト業者の意図するところと不動産業者の理解するところに相違が生じているとみられるところがある。現行の表示規約では、いずれか一方を表示すればよいとされているが、混乱が継続するようであれば双方を表示するということが視野に入れての検討が必要となる。いずれにしても当面は、サイト業者がこれらの表示項目を情報登録日(新規に物件を登録した日)とするのか、直前の更新日(登録済みの物件の情報を更新した日)とするのか、そのいずれもととするのか、サイトにも明確にした上で、不動産業者に対してその意図する内容を記載してもらうよう周知することを望むものである。

(2) 次回の更新予定日までの期間の設定

調査結果5の(2)をみると、物件情報は、原則、リアルタイムに成約状況の確認を行い、成約済みの物件を削除することが最善であるところ、次回の更新予定日までの期間については、随時とするものから2か月という長期間のものまであった。

随時と表示している場合は、成約済み等となった物件について削除する等の対応を速やかに行っているものと認識されるから実態が伴っていないと問題となる。

また、2週間を超える日付を表示している場合は、「次回の更新予定日までの期間が(2週間程度の)長期にわたらないことを前提として、この期間内に成約済み等となった物件があっても、原則、『おとり広告』として取り扱わない」とする趣旨(平成20年3月26日付け当協議会構成会員22団体長あてインターネット広告の適正化について〈お願い〉の文書『おとり広告』の規制概要及び不動産業者の留意事項)に照らして問題となる。

いずれにしても、サイト業者は、これらの趣旨に沿った期間とするなどの改善を図ってきている。

ただし、この期間内に成約済みとなったり、物件の内容や取引条件が変更した場合に、次回の更新予定日前に削除したり、変更したりすることを妨げる趣旨ではないから、これらに対応できるシステムになっていることが求められるのは当然であると考えられる。

(3) 物件情報の更新を促す、一括更新、一括削除等システムの有無

調査結果5の(3)「物件情報の更新を促すシステムの有無」、同5の(4)「物件情報の一括更新システムの有無」及び同5の(6)「一括削除できるシステムの有無」をみると、不動産業者に物件情報の更新を促すシステム及び不動産業者が一括更新できるシステムがサイトの過半にあり、また、サイト業者の判断で、次回の更新予定日記載の日が到来した物件をサイトから削除するこ

とができるシステムがサイトの大部分にあったが、サイト業者はこれらシステムを置いている意義を不動産業者に対し、十二分に周知され、不動産業者が物件の有無等を確認することなく又は成約済みの物件があるのにも関わらず、安易に一括更新するなどのことがないよう誘導されることを望むものである。

(4) 「NEW」等のマーク表示の有無

調査結果5の(5)「『NEW』等のマーク表示の有無」をみると、既に掲載していた情報を更新しただけであるのに、新しい情報を登録したことを意味する「NEW」等のマークが3分の1以上のサイトで表示されるというのは問題である。これらは、上記(2)に記載のとおり、情報登録日又は直前の更新日の表示項目に、このいずれであるか明確にしていなくて、「NEW」等のマークを表示しており、一般消費者に誤解される表示である。

したがって、新規登録の表示項目に新規に登録したとき（賃貸物件に関しては新たに募集するものとして掲載したとき）のみにこのマークを表示するシステムにすべきであり、当面、新規登録と直前の更新日のいずれの表示項目か明確でない場合は、新規登録以外にこのマークの表示をしないこととする必要がある。

(5) 先物物件の物件取引及び広告掲載の可否確認

調査結果5の(7)「先物物件の物件取引及び広告掲載の可否確認」をみると、これを義務付けていないサイト業者が未回答のサイトを含めて6サイト・20パーセントがあり、物件確認、広告掲載確認という業界の商慣習は、おとり広告の未然防止にも繋がるのであり、これを義務付けられることを望むものである。

おわりに

本調査にご協力いただきましたサイト業者の関係者の皆様にはご協力に感謝し厚く御礼申し上げます。

私ども協議会は、皆様のご理解、ご協力を得て、公正競争規約の適正かつ公正な運用機関として、引き続き、皆様との連携を密にして、インターネット広告の表示の適正化を推進して参りますので、よろしくお願ひします。