

# ITを活用した重要事項説明等のあり方に係る検討会 発表資料

---

(公社)全国宅地建物取引業協会連合会



# 一般消費者の意識① (不動産について一般消費者はどう思っているか)

全宅連消費者セミナー来場者164人からアンケート  
2013年9月 (公社)全国宅地建物取引業協会連合会

各項目の具体的内容(自由記述)

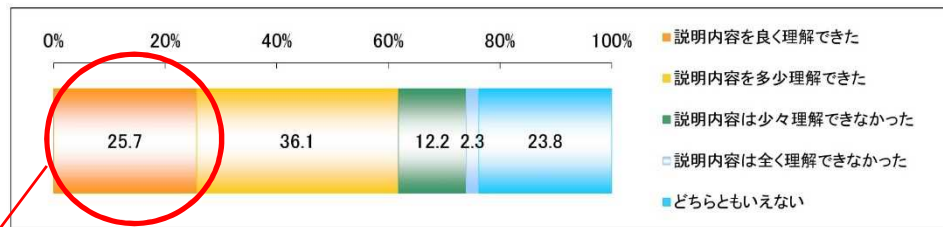
来場者アンケート	「不動産」についてあなたが浮かべるイメージはどのようなものですか？(自由記述回答)」	
記述内容を大まかに分類・整理した結果の項目	件数	
①高額	42(25%)	
②よくわからない・難しい	32(20%)	②よくわからない・難しい 一般市民には、なかなか普段接する機会がない／専門知識がないとわからなさそう／大事なことが解りづらい／何もわからない世界／日頃あまり接点がないためよくわからない言葉／ちょっとお堅いイメージ
③資産・財産	32(20%)	
④悪いイメージ	21(13%)	④悪いイメージ 危ない取引／不可解な世界／少し怖いイメージ／価格が不透明等
⑤取引	14(9%)	
⑥土地・建物	11(7%)	
⑦その他	9(5%)	
⑧安全(良いイメージ)	3(1%)	⑧安全(良いイメージ) 安全 自由／いろいろな条件を聞いてくれる／購入者に対する適切なアドバイス



一般消費者の不動産への意識は、「よくわからない・難しい」や「悪いイメージ」等ネガティブなイメージが上位を占め、「安全(良いイメージ)」の回答が1%程度。以上のことから、一般消費者にとって不動産はそれほど日常的なものではない。

## 一般消費者の意識② (住宅を購入した一般消費者の意識調査)

本会が、過去3年以内に住宅を購入した一般消費者に対しておこなったアンケート調査では、当該住宅を購入した際に受けた重要事項説明の説明内容について、「良く理解できた」と回答した人が約25%程度。  
「少々理解できなかった」、「どちらともいえない」等の回答者が現状でも4割近く存在している。



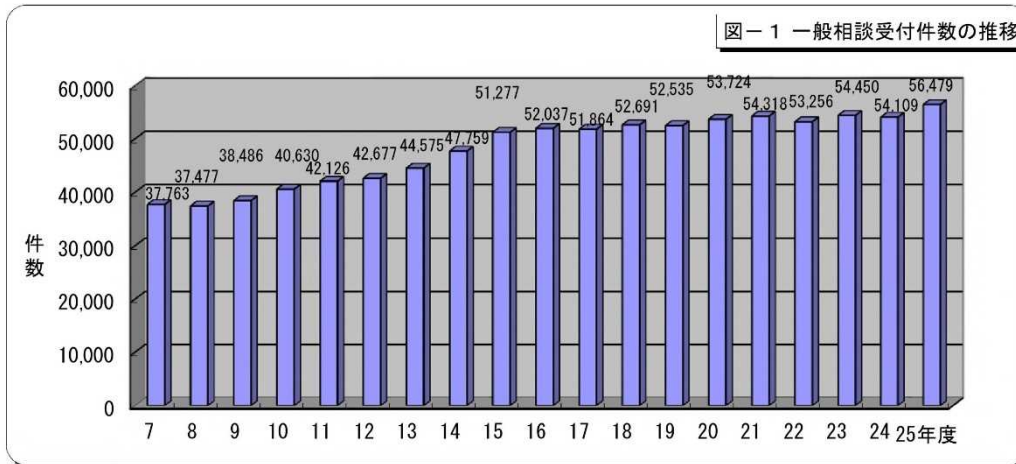
	n	%
全体	1060	100.0
説明内容を良く理解できた	272	25.7
説明内容を多少理解できた	383	36.1
説明内容は少々理解できなかった	129	12.2
説明内容は全く理解できなかった	24	2.3
どちらともいえない	252	23.8

**不動産取引における重要事項説明についてはその内容が特殊かつ複雑で対面による説明でも一般消費者の理解が得にくいのが現状。**

※過去3年以内に住宅を購入した一般消費者1060人より調査  
土地・住宅に関する消費者アンケート調査 2013年5月(公社)全国宅地建物取引業協会連合会

	n	良く理解できた	多少理解できた	少々理解できなかった	説明内容は全く理解できなかった	どちらともいえない
購入者全体	1060	272	383	129	24	252
	100.0	25.7	36.1	12.2	2.3	23.8
【購入者】エリア軸						
【購入】首都圏	260	71	107	37	3	42
	100.0	27.3	41.2	14.2	1.2	16.2
【購入】中部	120	24	40	13	6	37
	100.0	20.0	33.3	10.8	5.0	30.8
【購入】近畿	190	43	70	26	8	33
	100.0	23.9	38.9	14.4	4.4	18.3
【購入】その他	500	134	166	53	7	140
	100.0	26.8	33.2	10.6	1.4	28.0
【購入者】購入形態						
【購入者】新築小計	826	204	284	113	21	204
	100.0	24.7	34.4	13.7	2.5	24.7
【購入者】新築注文	569	135	175	71	21	167
	100.0	23.7	30.8	12.5	3.7	29.3
【購入者】新築建売	137	38	53	23	0	23
	100.0	27.7	38.7	16.8	0.0	16.8
【購入者】新築マンション	120	31	56	19	0	14
	100.0	25.8	46.7	15.8	0.0	11.7
【購入者】中古小計	234	68	99	16	3	48
	100.0	29.1	42.3	6.8	1.3	20.5
【購入者】中古戸建	126	44	41	7	2	32
	100.0	34.9	32.5	5.6	1.6	25.4
【購入者】中古マンション	108	24	58	9	1	16
	100.0	22.2	53.7	8.3	0.9	14.8
【購入者】年齢軸						
【購入】25-29才	65	13	23	11	0	18
	100.0	20.0	35.4	16.9	0.0	27.7
【購入】30-34才	224	53	85	29	7	50
	100.0	23.7	37.9	12.9	3.1	22.3
【購入】35-39才	283	73	94	42	5	69
	100.0	25.8	33.2	14.8	1.8	24.4
【購入】40-44才	195	49	78	24	4	40
	100.0	25.1	40.0	12.3	2.1	20.5
【購入】45-49才	105	29	38	13	3	22
	100.0	27.6	36.2	12.4	2.9	21.0
【購入】50-54才	90	27	33	8	3	19
	100.0	30.0	36.7	8.9	3.3	21.1
【購入】55-59才	41	11	12	0	1	17
	100.0	26.8	29.3	0.0	2.4	41.5
【購入】60-64才	40	9	16	2	1	12
	100.0	22.5	40.0	5.0	2.5	30.0
【購入】65才以上	17	8	4	0	0	5
	100.0	47.1	23.5	0.0	0.0	29.4

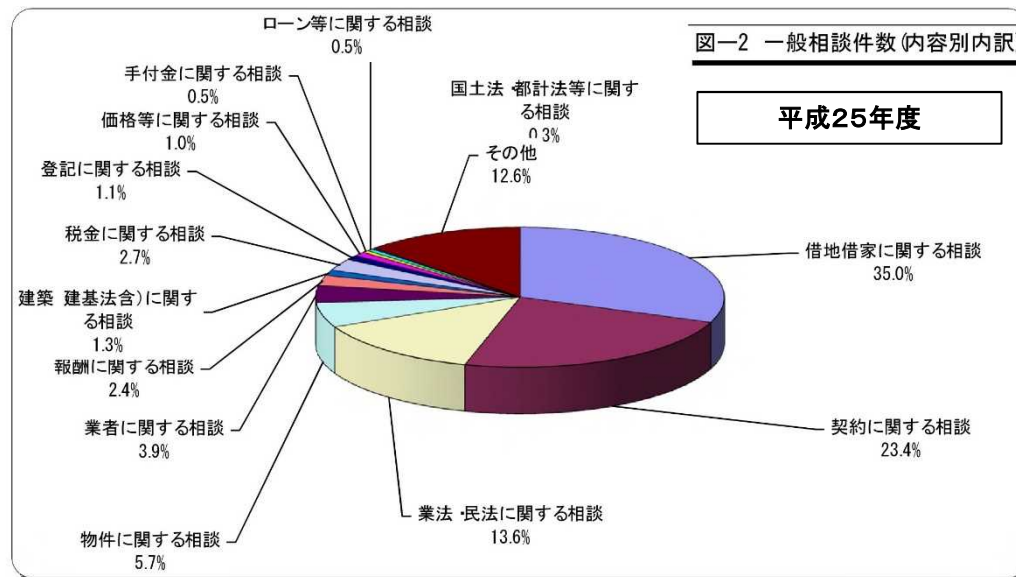
# 各都道府県宅建協会一般相談件数の推移 (47都道府県宅建協会にて実施)



## 平成25年度

相談内容	件数	割合	相談内容	件数	割合
1 借地借家に関する相談	17,451	30.9%	8 税金に関する相談	1,521	2.7%
2 契約に関する相談	13,244	23.4%	9 登記に関する相談	616	1.1%
3 業法・民法に関する相談	7,706	13.6%	10 価格等に関する相談	537	1.0%
4 物件に関する相談	3,237	5.7%	11 手付金に関する相談	286	0.5%
5 業者に関する相談	2,201	3.9%	12 ローン等に関する相談	301	0.5%
6 報酬に関する相談	1,370	2.4%	13 国土法・都計法等に関する相談	149	0.3%
7 建築 建基法含)に関する相談	719	1.3%	14 その他	7,141	12.6%
			合計	56,479	100.0%

※少数点以下第2位で四捨五入



平成25年度の一般相談件数は約56,000件強。依然一般消費者からの相談件数は増加している状況。相談内容の詳細は多岐にわたるが重要事項説明に係る事項も多く含まれている。

※各都道府県宅地建物取引業協会および公益社団法人全国宅地建物取引業保証協会地方本部が共同で運営する不動産相談所は、不動産に関するさまざまな事柄についての相談(一般相談)業務、公益社団法人全国宅地建物取引業保証協会が行う宅地建物取引業法64条の5に定める苦情の解決業務として、保証協会会員を相手方とする「宅地建物取引」についての苦情の解決を目的とする相談受付(苦情解決相談)業務を行っている。

## 各都道府県宅建協会の意識①(重要事項説明をインターネットにて行うことについて)

47都道府県宅建協会に緊急に調査を実施。以下のとおり回答を得られた。

重要事項説明について、対面での説明に加えてインターネットを活用した説明方法についてどう思うかとの質問に対し各協会の主な意見

◎経済のグローバル化や取引内容の変化等によると必然と考え肯定的に受け止める。但しトラブルの増加等、IT化による様々な影響も予想されることから、その具体的方法や技術基準等の策定については、慎重に検討を進めるべき

◎時代の流れに沿うべき。個人情報については十分注意の必要があるが一般的なものの説明資料としては活用すべきと考える。

◎最近インターネットの普及に伴って海外在住者や国内でも相当な遠隔地居住者からの問合せも増えている。近い将来には現在当たり前に行われているネット通販のように、より手軽に契約を行いたいとの要望が高まるのでは

◎対面でなくとも、双方が重説を確認することが出来る環境であれば、インターネット等の活用により説明は可能であり、特に業者間説明の場合は比較的問題が少なく行えたと考える。

◎対面で重要事項説明をしても、説明後になって「言った・言わない」の問題になるケースが多々生じているのが現状。

◎不動産関連トラブルの大半が消費者の重説に関する理解不足によるものであり、IT化によりトラブルが増加し苦情相談が増える。

◎重要事項説明においての現状は、契約締結と同日日に2時間近くの時間をかけて多くの項目を説明し、その後37条書面を兼ねた契約書面を説明する。受け手側である消費者が複雑・多様な35条に基づく事項と付帯添付される公図・上下水道図・道路図・建物図面等を当日に理解し契約締結することは非常に難しいと思われる。不動産取引に於ける苦情・相談の多くはこのことに起因している。また、以前より消費者団体等において指摘された部分でもある。

従って消費者保護の観点から、登記事項等一部当日説明が必要な部分を除き、少なくとも契約締結の前日までに重要事項説明書類の送付は必要となる。また、売主(貸主)と買主(借主)の情報量の格差解消の側面においても、如何に詳細な情報を事前に伝達するかが媒介業者(仲介)の責任と信頼につながる。

◎重要事項説明不足によるトラブルが多いことから、現段階では時期尚早と考える。

## 各都道府県宅建協会の意識②(宅建業法37条書面を電磁的書面で交付することについて)

### 宅建業法37条書面(売買契約書、賃貸借契約等)の交付について、電磁的書面による方法に関する質問に対し各協会の主な意見

◎重要事項説明のインターネット活用も37条書面の電磁的書面の方法についても、実態的取引の現状と宅建業法との適合性が高まることがメリットの一つと考えるが、反面、取引物件を実地に確認しないまま、取引がなされるケースが増加すると予測されるため、当該リスクについては、事前に買主、借主等に説明することが肝要と考える。

◎電子署名等で、電子文書が可能な取引相手だと可能と思われるが、契約内容の重要事項説明が十分されているのであればよいと考えられる。

◎電子申請方式がまだ一般に浸透していないので、導入は時期尚早である。

◎37条書面の交付については業務上、契約書の作成、交付を兼ねるための電磁的書面では説明不足になる可能性が高く、消費者の理解を得られずトラブルの原因となりやすい。

◎電磁的書面だけでは、紙と異なり説明事項を見落とす可能性が高く、見落とすことになれば消費者にとって不利益になる。

◎電磁的書面(PDFファイルも含む)は、画像加工ソフトなどを使用すれば内容を巧妙に改ざんすることができ、消費者とのトラブルが増加することが懸念される。

◎特に売買契約の買主は、安全に売主と契約締結および金銭の支払いを行いたいと考える方が多く、対面契約のニーズが高い。

◎契約書面等を大量交付・管理したり、遠隔取引を行う際には便利だと思われるが、誤送信、交付年月日が不明確になる等の不安要因もある。

## 重要事項説明をインターネット等で行うことによる懸念

### ①宅地建物取引主任者のなりすましの横行

現行法では、宅地建物取引主任者は主任者証を提示して重要事項の説明を行う必要がある。主任者証の偽造等でなりすました者による説明が容易に行える危険性が潜んでおり、結果的にトラブルの増加につながるのでは。

### ②一般消費者の十分な理解を得られるかどうかへの懸念

現行の重要事項説明も売買等の場合は説明書の他に図面や添付資料を多用して説明を行うことが一般的。これらをインターネットで行うことによって、一般消費者への十分な理解を得られるかどうかは不透明。

### ③説明責任に関するリスク増加への懸念

上記②に関連して、現行でも説明責任を問われるケースは少なくない。インターネットによる非対面での説明によって、後日紛争に発展した場合宅建業者のリスクの増加が懸念される。

### ④重要事項説明書の事前交付による一般消費者への理解浸透の確保

重要事項説明の理解が進まないのは、契約直前に重要事項説明を行い一般消費者に判断の時間が確保されていないとの指摘がある。これに関し、消費者保護の観点からメール・書面等にて重要事項説明を事前送付し、内容について理解の浸透を図ることが先決であり、説明自体は対面で行うことが消費者の理解を深めるためにも必要。

## 宅地建物取引業法37条書面を電磁的書面で行うことによる懸念

### ①契約締結の際の本人確認

○契約締結における本人確認について、現行は対面にて本人確認を詳細に確認しているのが現状。契約行為の中で重要な行為であり、非対面で行うことによって契約者本人の特定が十分に行えない等、トラブルの増加が懸念される。

○売買契約の場合犯罪収益移転防止法における本人確認では、現行非対面取引でも認められているが本人確認の書類が増える等、実務上の負担が増加する。

○反社会的勢力排除の社会的重要性が高まるなか、顧客のなりすまし等の問題をどう処理するか。慎重な議論が必要。

### ②契約の際の説明不足によるトラブルの増加

売買、賃貸ともに契約締結にあたっての契約条項等の条件について詳細に説明し契約締結に至るのが一般的。また、説明に際しては買主・借主だけでなく、売主・貸主への説明も必要となる。非対面での取引における説明不足によりトラブルの増加が懸念される。

### ③電磁的書面交付に係る取引の必要性

通常の不動産取引は売買契約締結に伴う金銭の授受、住宅ローンの手続き等付随する業務は対面で行うことが多い。これらを踏まえると電磁的書面による取引を必要とするニーズはかなり限定的では。



## まとめ

- ①宅地建物取引業のこれまでの規制強化の歴史を辿ってきた現在でも、取引の事故・紛争が絶えないなか、取引の安全を犠牲にし、インターネット技術の利用による利便性の向上や業務の効率化を優先するような、足早な規制緩和は適当ではない。
- ②不動産取引は個別性が強く、物件そのものの個性、契約当事者の属性等によって重視すべき説明内容も若干の差があるのが現状。しかし、賃貸の場合借主が遠隔地に居住している場合や売買における宅建業者間に係る取引等、インターネットによる説明が有効に作用する可能性もあるため、これらを踏まえた今後の活用方策について、慎重かつ詳細に検討する必要がある。
- ③不動産取引は取引自体の価格が高額であり、一般消費者の取引の頻度も決して高いものではないため、取引にはトラブル回避のため細心の注意が必要となる。以上のことから医薬品等他の分野とは分けて議論すべき。
- ④現在、法務省法制審議会において民法(債権法)改正が議論されており、契約に係る情報提供義務のあり方等が議論されている。これにより従来の契約形式自体も大きく変わる可能性がある。これらの動向も合わせ消費者保護の観点からしっかりと議論をすべき。