



# 不動産取引における 対面原則・書面交付原則の 撤廃について

2014年6月3日

一般社団法人 新経済連盟（略称：新経連 / JANE）

## 【内容】

### 1 基本的な考え

- (1) 希望者のみがインターネットを使う
- (2) 法律の趣旨はインターネットでも実現できる
- (3) 求める規制改革の内容

### 2 インターネット活用に関する論点

- (1) インターネットでトラブルは増加するか？
- (2) 宅建主任者、消費者の本人確認
- (3) IT技術への理解度、信頼性

### 3 インターネット活用のメリット

- (1) インターネット利用を望む消費者の声
- (2) インターネット利用を望む事業者の声

- ①インターネットによる不動産契約を希望する者に対して、それを可能にするというのが、今回の規制改革である。
- ②インターネットの利用を望まない消費者および事業者はこれまで通り、対面での契約を行うことができる。
- ③対面でしか受けられなかった重要事項説明をインターネットでも受けられることで、消費者はより多くの情報を得られる。  
**(情報の非対称性の解消、消費者保護の充実)**

## 【重要事項説明に関する法律の趣旨】(※1)

消費者の保護のために

- ①重要事項説明書の内容を十分理解した取引主任者が
- ②質問があればこれに十分対応できる状態で説明を行うこと

## 【法律の趣旨を満たすために必要な要素とその実現手段】

### ①の要素・・・取引主任者の本人確認が必要

(インターネットによる実現手段)

→画像による確認、電子認証、等で実現

### ②の要素・・・双方向のコミュニケーションの確保が必要

(インターネットによる実現手段)

→メール、チャット、TV電話、等で実現

インターネットを活用した重要事項説明の  
全面的な解禁を求めます。

取引種類：賃貸・売買の両方

取引相手：法人・個人の両方

説明手段：テレビ電話に限らない。

Web・メール・チャット・電話等の  
活用も認めるべき。

～第一回検討会の資料及び議論において、提起された  
インターネット活用の懸念～

- ・重要事項説明に対する顧客の理解不足による後々の  
**トラブル増加**するのではないか。
- ・消費者サイドとの間に錯誤や誤解が生じ、**トラブル発  
生の原因**になるのではないか。
- ・現状でも消費者が十分に理解していないという行政相  
談が多く、今般の見直しにより**更に相談が増える**の  
ではないか。



「インターネット活用はトラブルを増加させる」という前提  
に立脚しているが、**その前提には根拠があるのか**？

## トラブルの内容(第1回検討会資料)と原因の分析①

### 例1 建ぺい率・容積率の制限に関する買主と売主業者の認識の齟齬による紛争

土地の売買において、売主業者が当該土地の建ぺい率・容積率を単に告げたに過ぎなかったため、買主(消費者)がその意味を理解できないまま契約し、後に、当初予定していた住宅の建築が困難であることを知って契約解除を売主業者に申し入れた。しかし、当該業者は、重要事項説明を果たしていることを理由に契約解除に応じなかったため、紛争に発展した。

### 例2 容積率の制限に関する買主と媒介業者の認識の齟齬による紛争

土地の売買において、媒介業者の説明により容積率が100%であると信じて土地を購入した買主が、その後、実際の容積率が80%であることを知り、結果、予定していた住宅の建築が困難になった。買主は媒介業者に対し、容積率について適切な説明を受けていないと主張する一方、媒介業者は、重要事項説明書には正しい容積率80%が記載されていると主張し、紛争に発展した。



不動産のプロである事業者は、消費者の土地購入目的を十分に確認し、その土地が消費者の目的に合致した土地であるかどうかを、消費者に対して積極的に説明すべきであるのに、それを怠ったところに紛争の原因がある。**トラブルの原因は事業者のモラルにあり、対面で説明するか、インターネットで説明するかといった説明手段とは関係がない。**

### トラブルの内容(第1回検討会資料)と原因の分析②

#### 例3 水道管敷設に関する買主と媒介業者の認識の齟齬により紛争

中古建物付き土地の売買において、媒介業者は買主に対して当該土地の前面道路に水道管が埋設されていないことを口頭では説明したが、重要事項説明書の記載が誤っていた。買主は、契約後になって前面道路に水道管が埋設されていないことを初めて認識し、媒介業者に事前に説明を受けていなかったと主張する一方、媒介業者は当該説明を行っていたと主張したため、紛争に発展した。



そもそも誤っている重要事項説明の内容を口頭で説明して済ませようとしている事業者のモラルに問題がある。

その上で、**口頭で説明したかどうかで争いになっているが、このようなトラブルの防止のためには、インターネットの方が有効である。**

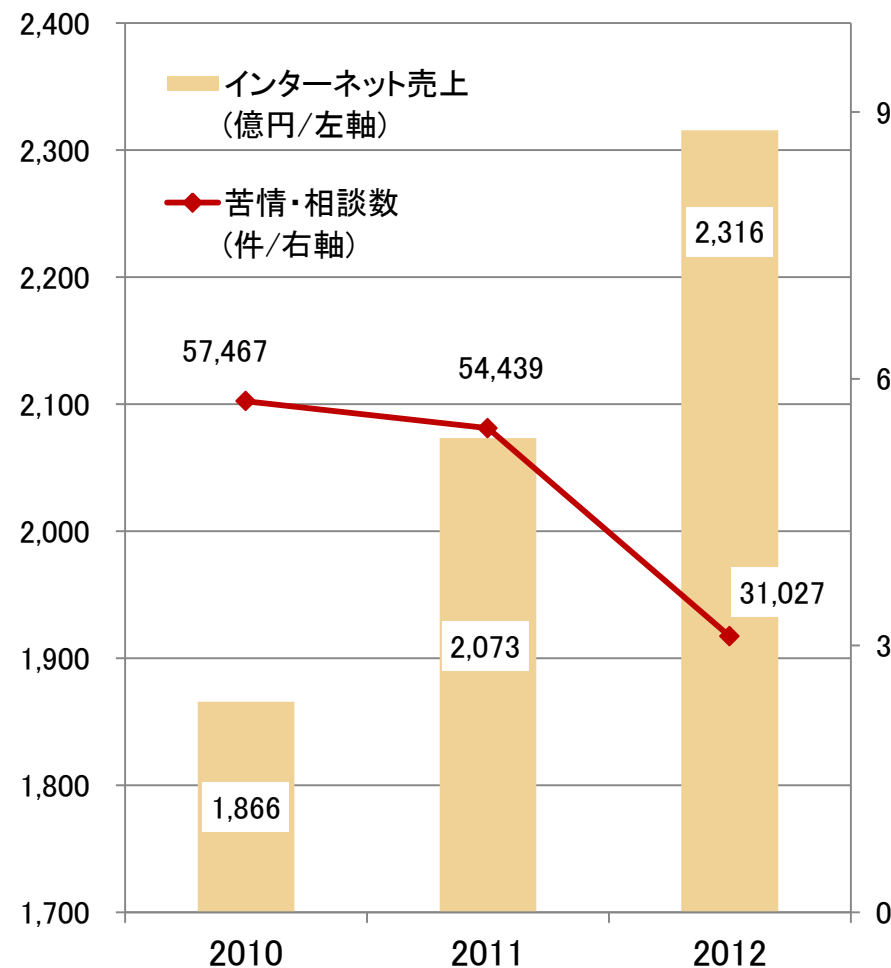
なぜなら、インターネットによる説明の場合は、それがメールやチャット等であれば文字として記録に残すことも可能であり、TV電話等であれば録画・録音することが簡単にできるため、説明内容を後から確認することができるからである。



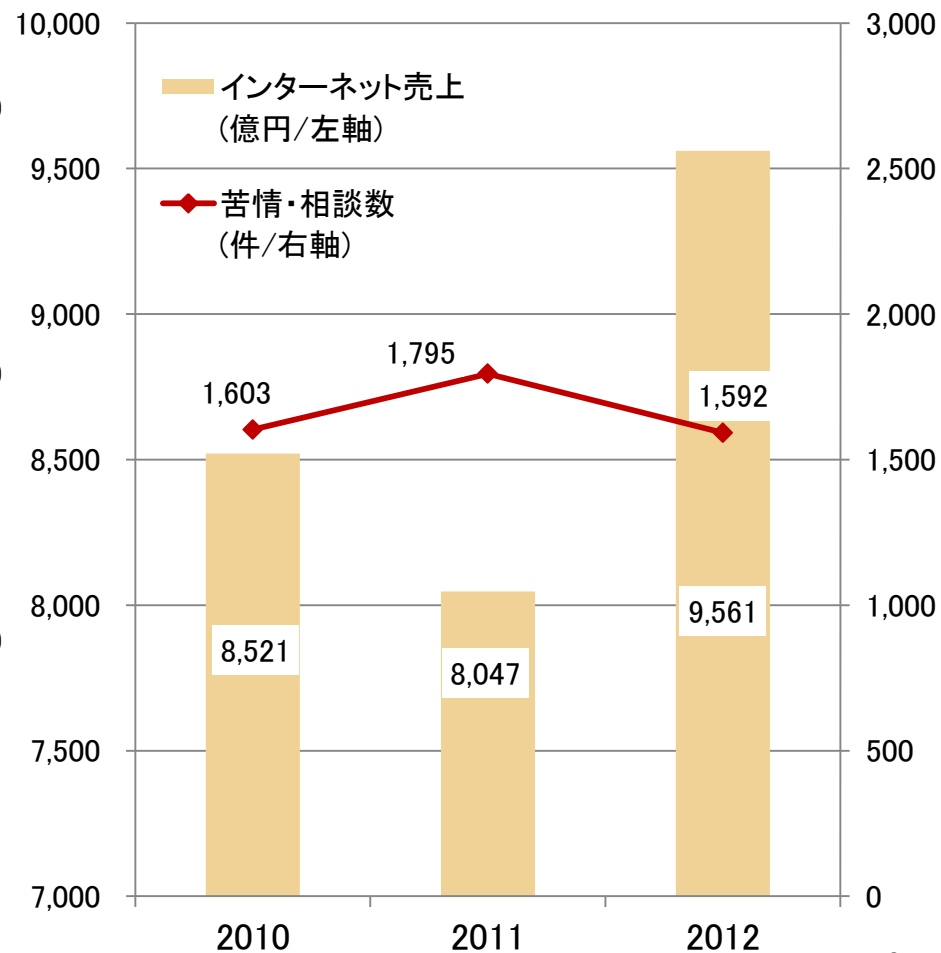
## インターネット売上と消費者トラブル数の過去3年間の推移(※2)

→ インターネット売上は増加しているがトラブルは増加せず

### 自動車保険



### 投資信託



- ①第1回の検討会の資料から不動産に関するトラブルの内容を分析すると、モラルの低い事業者による対面での不十分な説明に起因したトラブルが多い。

トラブルの原因から判断して、説明手段としてインターネットを活用したからと言って、トラブルが増えるとは考えられない。

- ②自動車保険や投資信託は契約内容が複雑であり、消費者の理解のため、重要事項の丁寧な説明が必要な点において不動産取引と類似性がある。

インターネットを利用した契約は増加しているが、消費者からの苦情や相談件数は増えていない。



不動産の取引においてインターネット活用がトラブルの増加につながるとは言えないのではないか。

～第一回検討会の資料及び議論において、提起された  
インターネット活用の懸念～

- ・取引主任者のなりすましの恐れがあるのではないか。
- ・消費者のなりすましの可能性があるのではないか。
- ・消費者の状態(障害の有無等)が確認できないのではないか。



【取引主任者の本人確認について】

インターネットの方が、なりすましが増えると言えるのか？

【消費者の本人確認について】

消費者の本人確認は、法律上はどのように定められているのか？  
消費者の状態は、ネットで確認できないのか？

### 【取引主任者の本人確認について】

・インターネットによる宅建主任者証の提示等は、インターネットを通じた情報のやりとりを証拠として記録することができるので、なりすましは対面以上に行いにくい。

### 【消費者の本人確認について】

- ・消費者の本人確認は、売買の場合にマネーロンダリング防止のために法律で義務付けられているが、その方法として「転送不要郵便」や「電子認証」など対面以外の方法も認められている。  
(マネーロンダリング防止以外に本人確認の義務付けはない)  
よって、消費者の本人確認を理由に対面を義務付けはできない。
- ・対面での消費者の本人確認を希望する事業者は、今後も対面で本人確認をすることができる。
- ・障害の有無など、消費者の状態は、インターネット(メール・チャット・TV電話等)でも問い合わせれば確認できる。

～第一回検討会の資料及び議論において、提起された  
インターネット活用の懸念～

- ・テレビ電話等が広く国民の間で普及することが条件ではないか。
- ・消費者のITスキルは多様であり、現状の見直しには慎重な検討が必要ではないか。



【懸念に対する回答】

- ・インターネットの活用が義務付けられるわけではなく、希望者のみがインターネットを利用する制度である。
- ・IT活用が苦手な消費者は、対面での説明を行う業者を選ぶことができる。

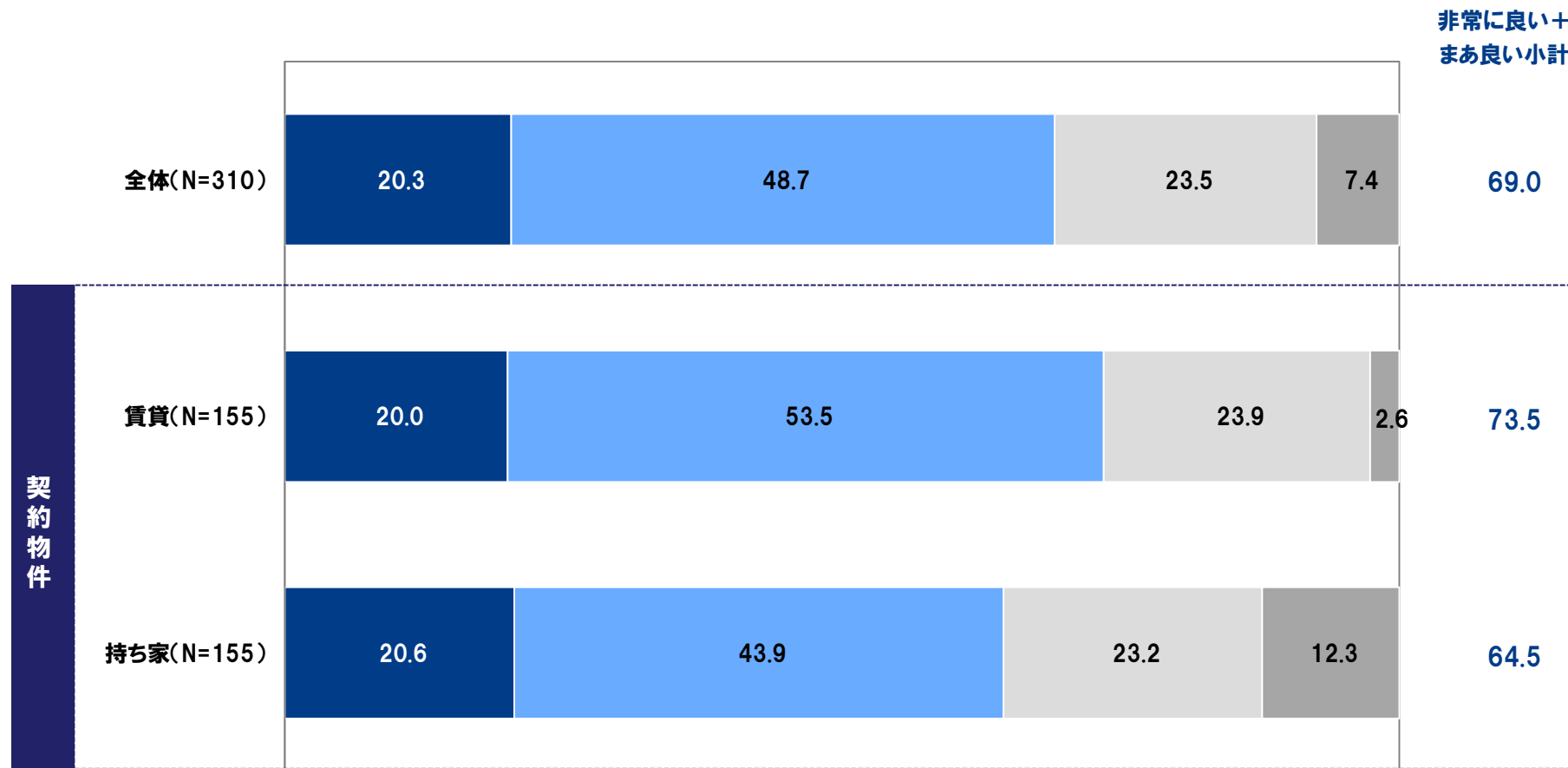
## ネット取引による「重要事項説明」への評価

アンケート出典※3

### 賃貸・売買（持ち家）共に賛成派が6割を超える結果に

契約者が希望した場合に、インターネットで重要事項説明を受けることができるとしたら、どのように思いますか。（Q11）【単一回答】

■非常に良いと思う ■まあ良いと思う ■あまり良いと思わない ■まったく良いと思わない

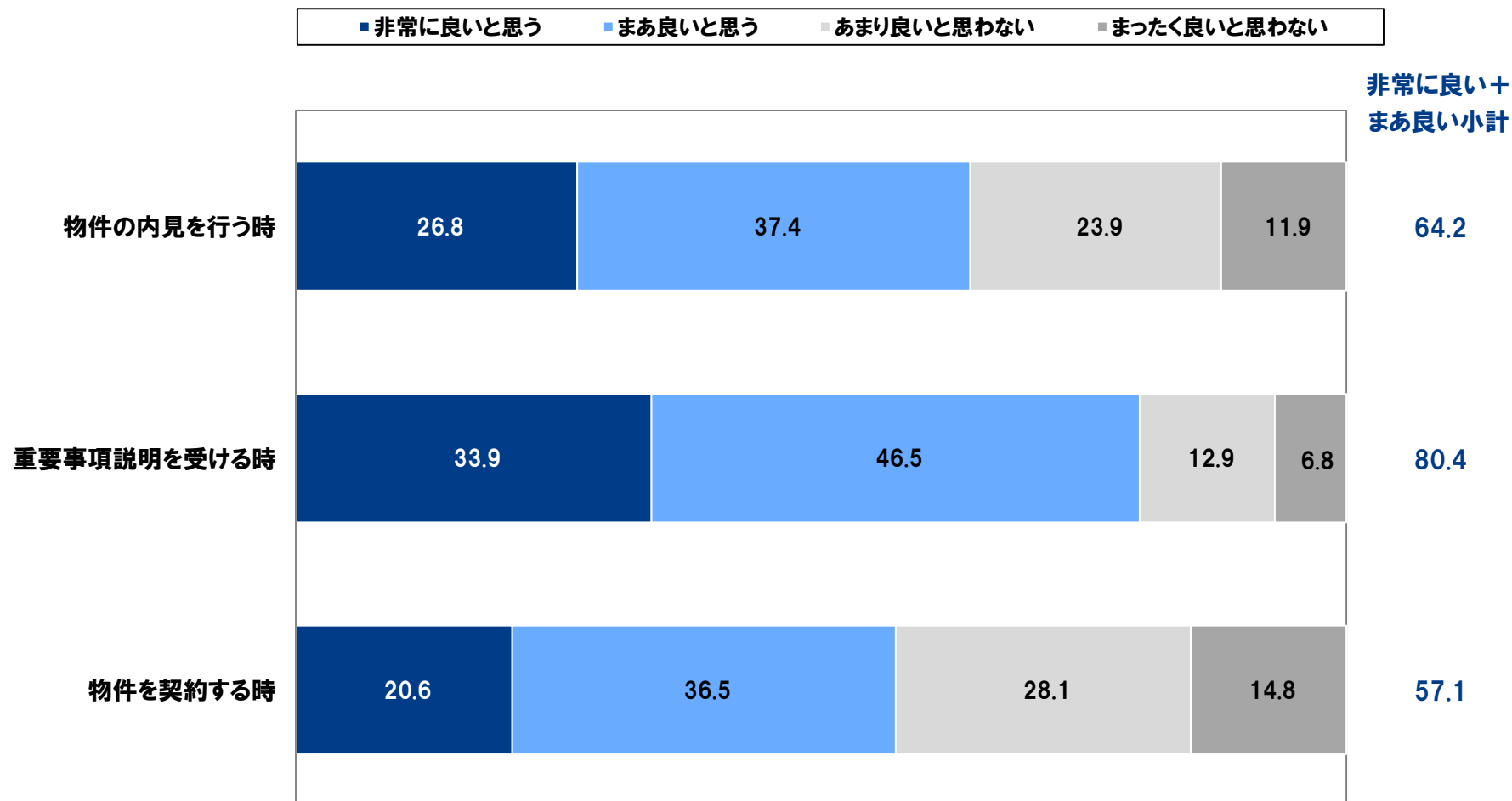


## ネット取引による様々なやりとりへの意向

アンケート出典※3

### 重説> 内見> 物件契約の順に意向が高い。重説は肯定派が8割にのぼる

下記のプロセスそれぞれにおいてインターネットでのやりとりができるようになれば良いと思いますか。



## ネット取引による、不動産取引の活性化

アンケート出典※3

### 「活性化する」という意見が6割強で、否定派を上回った

〈質問〉住まいに関して、対面ではなくインターネットを通じてできることが増えたとしたら、もっと不動産取引は活性化したいと思いますか。

■ 非常にそう思う    ■ まあそう思う    ■ あまりそう思わない    ■ まったくそう思わない

非常にそう思う+  
まあそう思う小計

全体(N=310)

14.2

47.1

31.6

7.1

61.3

賃貸(N=155)

14.2

47.1

35.5

3.2

61.3

持ち家(N=155)

14.2

47.1

27.7

11.0

61.3

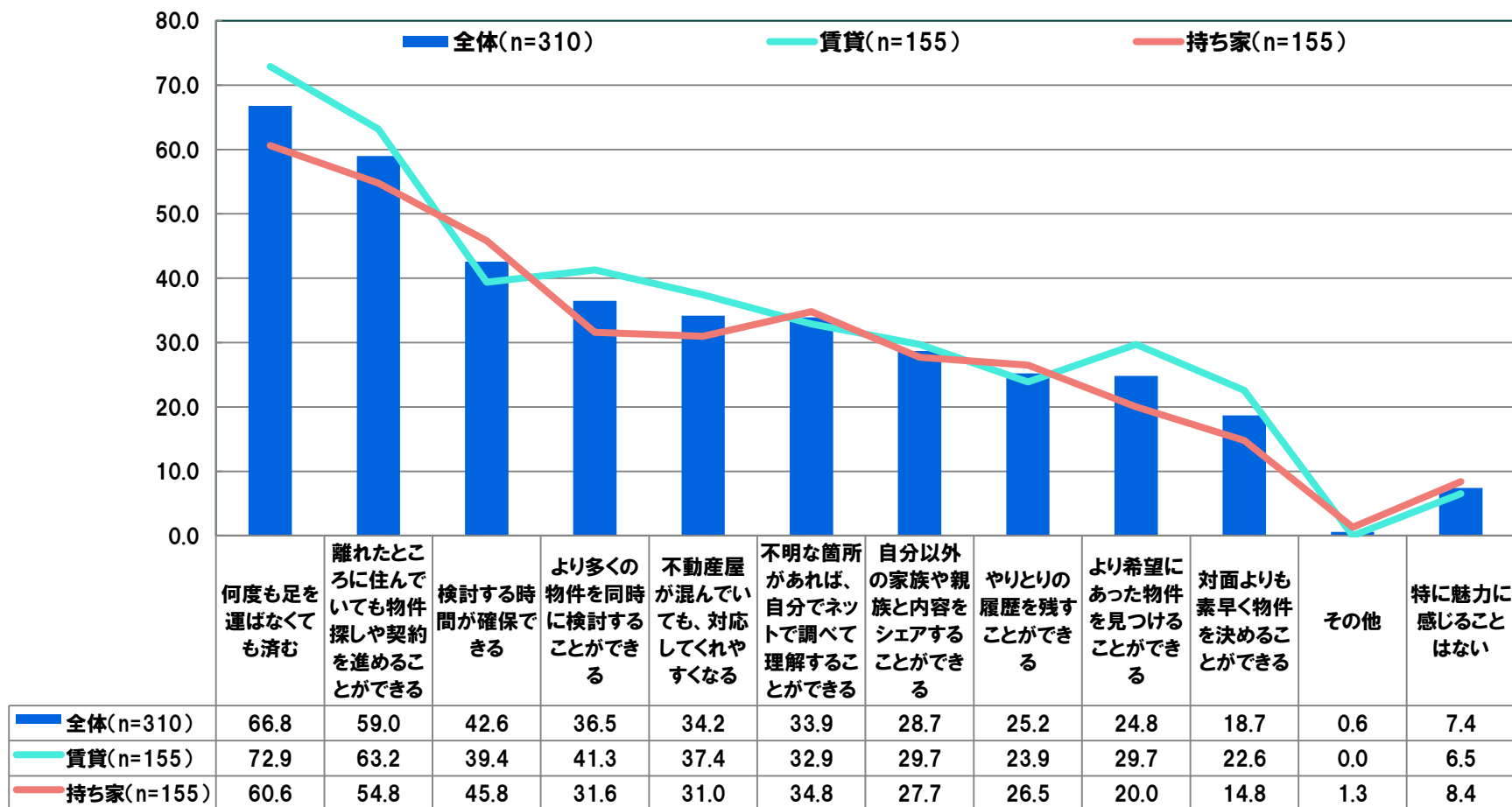
契約物件



## 不動産のネット取引において考えられるメリット アンケート出典※3

### 利便性の向上に加え、よりよい取引の可能性を挙げる声が多い

インターネットを通じて、住まいにかかわる取引や説明を受けることができるとしたら、どのような点に魅力を感じますか。(Q8)【複数回答可】



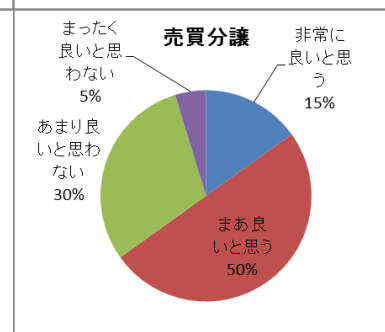
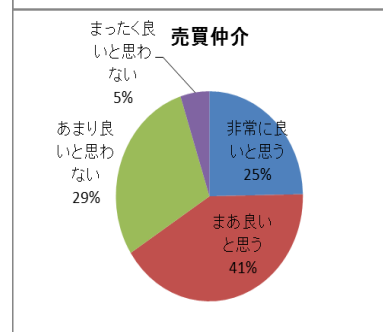
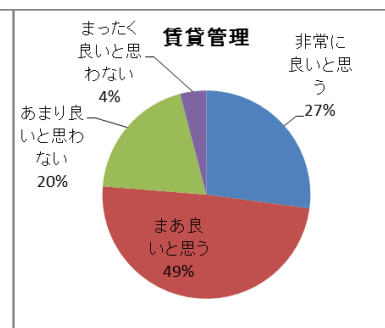
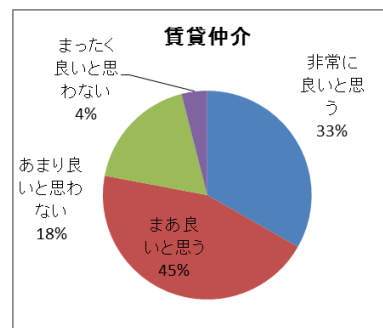
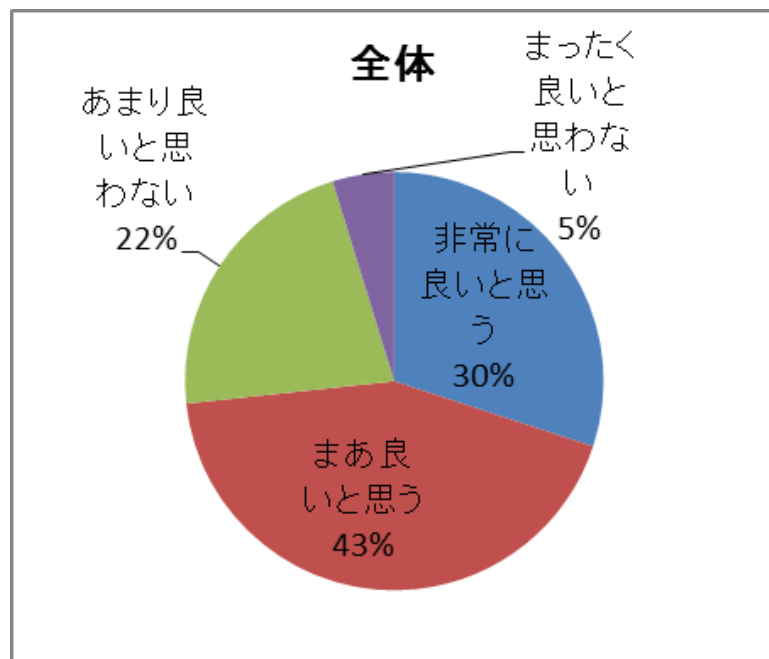
1. 重要事項説明をインターネットで受けることを「非常に良い、まあ良い」と考える消費者は8割を超えており、**消費者のニーズは非常に高い**と言える。
2. インターネットによる説明の魅力を感じる点として、「何度も足を運ばなくて済む」「不動産屋が混んでいても対応してくれやすくなる」に代表される**①利便性の向上**や「検討する時間が確保できる」「不明な箇所があれば自分でネットで調べて理解することが出来る」に代表される**②理解度の向上**の2点を挙げる声が多い。
3. インターネットによる重要事項説明を可能にすることで、消費者のニーズに応えることができ、**サービスの向上やひいては市場の拡大につながる**のではないかと。

## IT活用による不動産取引への賛否

アンケート出典※4

### 「非常に良いと思う」「まあ良いと思う」という意見が7割強で、否定派を大きく上回った

＜質問＞ 契約予定者が希望した場合に、重要事項説明や契約について、テレビ電話等(skype等)のITを活用して行うことができるようになったとしたら、どのように思いますか。(ひとつだけ)



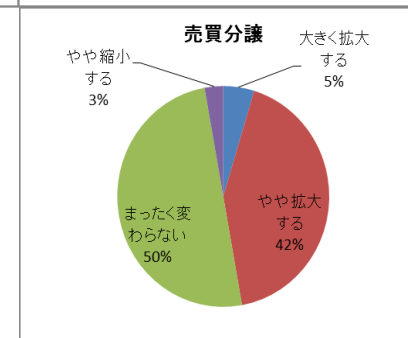
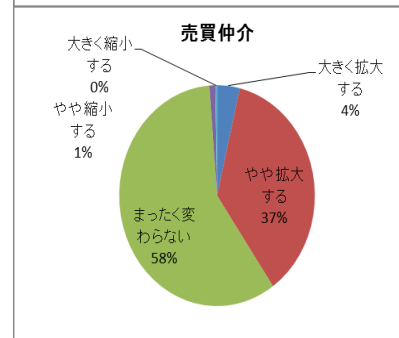
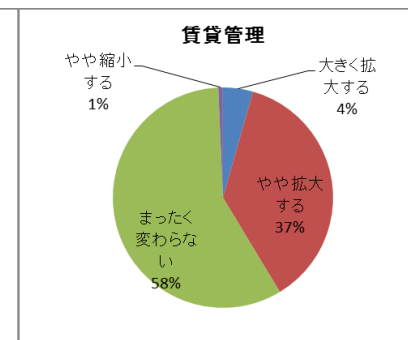
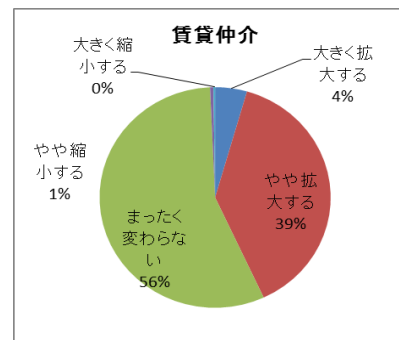
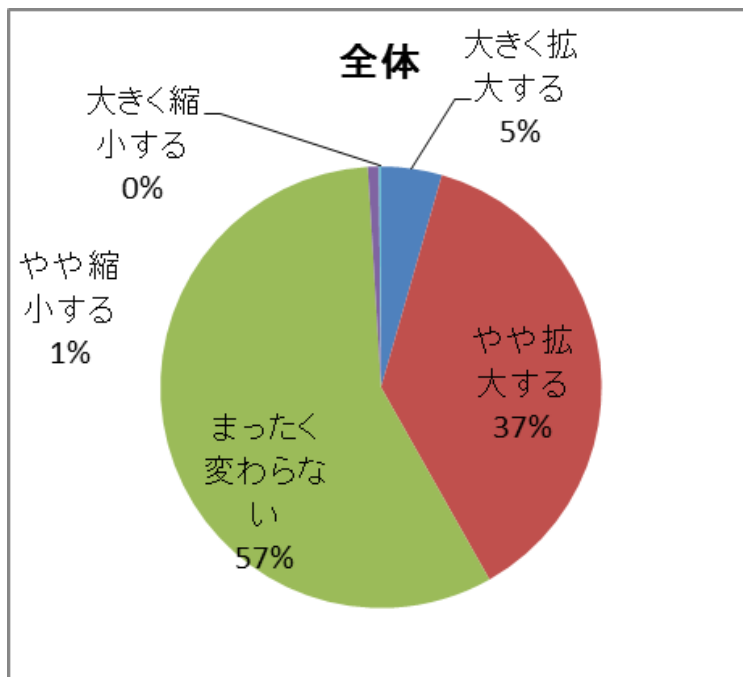
|      | 非常に良いと思う | まあ良いと思う | あまり良いと思わない | まったく良いと思わない | 総計  |
|------|----------|---------|------------|-------------|-----|
| 全体   | 189      | 272     | 138        | 30          | 629 |
| 賃貸仲介 | 142      | 191     | 77         | 17          | 427 |
| 賃貸管理 | 80       | 145     | 58         | 12          | 295 |
| 売買仲介 | 79       | 132     | 93         | 16          | 320 |
| 売買分譲 | 16       | 53      | 32         | 5           | 106 |

## IT活用による市場予測

アンケート出典※4

### 「拡大する」「やや拡大する」という見立てが4割を超える結果に

＜質問＞重要事項説明や契約について、テレビ電話等(skype等)のIT活用が認められた場合、市場全体の契約数はどのように推移すると考えますか？（ひとつだけ）



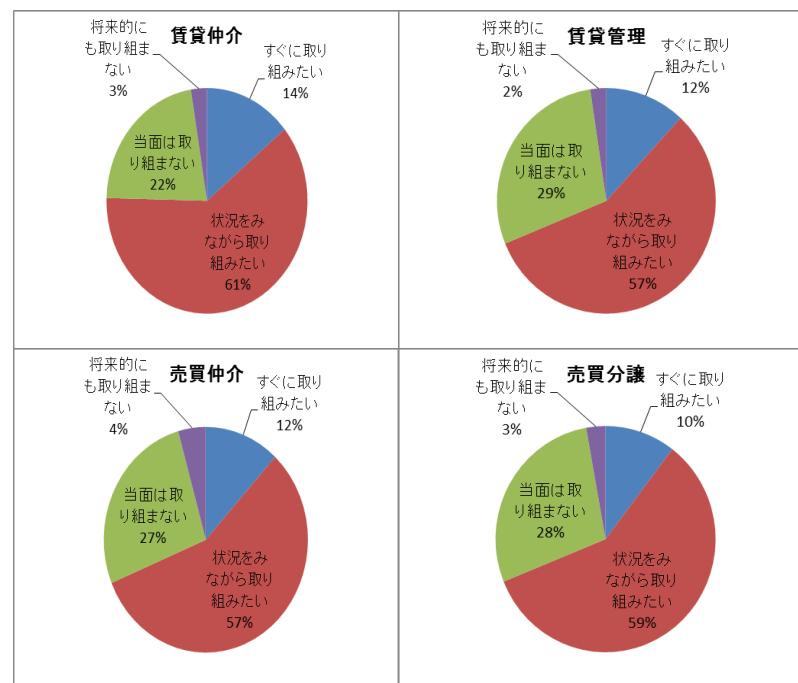
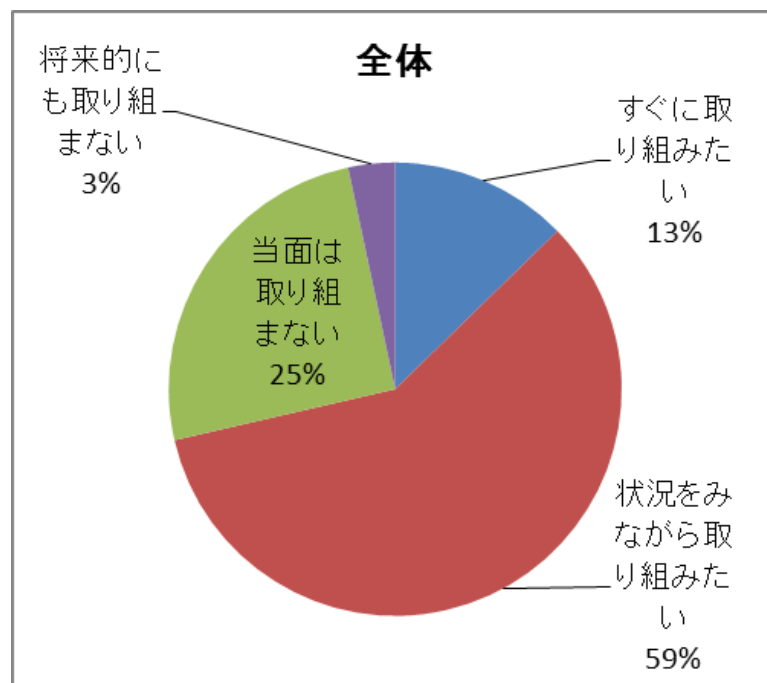
|      | 大きく拡大する | やや拡大する | まったく変わらない | やや縮小する | 大きく縮小する | 総計  |
|------|---------|--------|-----------|--------|---------|-----|
| 全体   | 28      | 235    | 360       | 5      | 1       | 629 |
| 賃貸仲介 | 19      | 165    | 240       | 2      | 1       | 427 |
| 賃貸管理 | 13      | 109    | 171       | 2      |         | 295 |
| 売買仲介 | 12      | 117    | 187       | 3      | 1       | 320 |
| 売買分譲 | 5       | 45     | 53        | 3      |         | 106 |

## IT活用が認められた場合の取り組み意欲

アンケート出典※4

### 「すぐに取り組みたい」「状況を見ながら取り組みたい」が7割を超える結果に

＜質問＞重要事項説明や契約について、テレビ電話等(skype等)のIT活用が認められた場合、貴社では取り組みたいと考えますか？（ひとつだけ）



|      | すぐに取り組みたい | 状況を見ながら取り組みたい | 当面は取り組みない | 将来的にも取り組みない | 総計  |
|------|-----------|---------------|-----------|-------------|-----|
| 全体   | 80        | 369           | 159       | 21          | 629 |
| 賃貸仲介 | 60        | 262           | 94        | 11          | 427 |
| 賃貸管理 | 35        | 168           | 85        | 7           | 295 |
| 売買仲介 | 38        | 182           | 86        | 14          | 320 |
| 売買分譲 | 11        | 62            | 30        | 3           | 106 |

## 不動産のネット取引において考えられるメリット

アンケート出典※5

### 業務の効率化により、消費者へのサービス向上に繋がるという声が多い

- ・オンライン説明に切り替わることで、社員側での業務の組み立てがスムーズになる。店頭来店の場合は、担当営業マンがいないときにユーザーが来店したり、飛び込みの対応などでユーザーが重複したりと業務の面で非効率の部分が多かった。またターゲットとして地方から上京する学生層が多いので、その**集客強化**に生かせる。(東京都・神奈川県/賃貸管理業者A)
- ・繁忙期は特に営業力のある店長が契約業務に取られる時間が大きいため、**オンライン化により接客時間の確保をはかることができればメリットは大きい**と考えている。(東京都/賃貸仲介業者B)
- ・**土日に契約が減り**、営業に専念できそう(東京都・埼玉県/自社分譲・仲介業者C)
- ・**海外のお客様、遠方のお客様**には良い(東京都・売買仲介業者D)
- ・**投資には使える**。今後の購入はこれがスタンダードになるだろうから、取り組み事態は良い(東京都/売買仲介投資物件専門業者E)
- ・**距離的問題解消**(コスト面、人材面、)仲介会社は特に(神奈川県/売買仲介業社F)
- ・全成約の約3割が遠方オーナーのため、**時間、コストにおいて緩和ができる**(東京都/海外不動産投資業者G)

## 不動産のネット取引において有効だと考えられるターゲット アンケート出典※5

### 若い層や遠方在住の方との取引に有効だと考える声が多く オプションの一つとして活用が期待される

- ・**遠方**から来店された契約者(**転勤者・学生**)など(東京都・賃貸管理、仲介業者H)
- ・高額契約が見込める層(DINKS、ファミリー)など (東京都/賃貸仲介業者B)
- ・**共働き**の夫婦、**乳幼児を持つ家庭**など(東京都・埼玉県/自社分譲・仲介業者C)
- ・**遠方顧客**、夜間にしか時間が取れない**不規則な方**(東京都/売買仲介投資物件専門業者E)
- ・**若いユーザー**、**遠隔地**(神奈川県/売買仲介業社F)
- ・**40歳まで**の顧客。経験上、遠方で40歳までの顧客であればSkypeで面談している。  
(東京都/海外不動産投資業者G)

## 非対面で期待する新たなサービスイメージ

アンケート出典※5

# 人材や時間の有効活用により事業活動の拡大が図れることから 消費者に新たなサービスの提示が期待される

- ・24時間利用できるのであれば、**朝と夜の時間**を活用していきたい(東京都/賃貸仲介業者B)
- ・沖縄の不動産だが、お客さんはほとんど本土から来る。下見をして帰ったお客様から**後日に購入したいという電話を頂いたとき、すみやかにインターネットで重要事項を説明したい。**  
(沖縄県/売買仲介業者I)
- ・特に遠隔地ユーザーや若い人に進んでSkypeを利用しサービスの**差別化**を図りたい(神奈川県/売買仲介業社F)
- ・**顧客を選ばずに営業活動**(あまりにも遠方の場合、コスト的に見合わないケースもある)ができる。(東京都/海外不動産投資業者G)



- ① 重要事項説明をインターネットで実施することに「非常に良い、まあ良い」と賛同する事業者は7割を超えており、事業者のニーズは非常に高いと言える。
- ② 市場の拡大についても4割を超える意見が「拡大する、やや拡大する」と答えており、市場拡大への期待も伺える。
- ③ IT活用が認められた場合「すぐに取り組みたい、状況を見ながら取り組みたい」と答える事業者が7割を越えており、取り組みへの意欲も非常に高いと言える。
- ④ 事業者の意見として、遠方顧客に対する活用や乳児を抱えているなど時間的制約がある家庭に対するサービスの拡大を期待する声が多く挙がり、結果として業務の効率化や市場の拡大に繋がり、更には消費者へのサービス向上に繋がるという意見が見られた。

# 資料編

## 世界最先端IT 国家創造宣言(平成25年6月閣議決定)

**成長戦略の柱が、IT戦略であり、**しっかりと突き刺さるとがった矢尻となる本戦略は、この日本の閉塞そくを打破し、国民が希望と自信にあふれる未来を切りひらき、**持続的な成長と発展を可能とする(的の中心を射抜く)ものである。**

## 規制制度改革集中アクションプラン(平成25年12月)

国土交通省は、インターネット等を利用した、対面以外の方法による重要事項説明について、具体的な手法や課題への対応策に関する検討に着手し、平成26年6月に中間とりまとめを行い、平成26年中に結論を得て、必要な方策を講じる。

## ITコミュニケーション活用促進戦略会議 提言(平成26年6月)

**IT利活用の阻害要因を取り除くことができれば、ITは全要素生産性の向上を通じて経済成長へますます貢献していく**

## 【試算/参考】(※6)

(1)投資用不動産への投資増加額 2, 200億円

(インターネットによる投資信託の販売額より推計)

(2)遠方への転居者の経済的負担の軽減 800億円

(人数×機会費用と交通費の合計額)

(3)引越しの増加による経済効果 600億円

(引越し費用×転居人数の増加)

(1)～(3)合計 約 3, 600億円

※少なくとも上記の経済効果があるが、この他にも、消費者保護の充実、在宅勤務による人材の活用など多くのメリットが発生する。

## 【現在の不動産市場の問題点】

不動産事業者……不動産に関する豊富な情報と知識を有する  
消費者……………情報も知識も不足している



情報の非対称性が存在し、消費者の保護や最適な取引の  
障害となっている

## 【インターネットの活用による問題解決】

対面でしか受けられなかった重要事項説明をインターネットでも  
受けられるようになり、消費者はより多くの情報や説明を受けや  
すくなる。**消費者の安心感・納得感が高まり、消費者は、より  
積極的に不動産取引に参加できるようになる。**

## ※1

岡本正治・宇仁美咲「改訂版 逐条解説 宅地建物取引業法」(大成出版社) 405頁～406頁 の「そのためには取引主任者が、重要事項説明書の内容を十分理解した上で、買主等からの質問があればこれに十分対応できる状態で行うことが前提である。」との記述より。

## ※2

- ・自動車保険のインターネット売上げは、通販型自動車保険の売上(正味保険料)をネット通販各社(ソニー損保、アクサ、三井ダイレクト、チューリッヒ、SBI、アメリカンホーム、そんぽ24、セゾン自動車保険、イーデザイン損保、セコム損保)の決算公表資料より合計して計算した。
- ・自動車保険の苦情・相談件数は、そんぽ協会ADRセンターの自動車保険関係の苦情・相談受付数(そんぽ協会HPより)
- ・投資信託のインターネット売上げは、日本証券業協会「インターネット取引に関する調査結果」より計算した。
- ・投資信託の苦情・相談件数は、国民政策センターの受付総数(国民生活センターHPより)

## ※3

2013年11月に株式会社マクロミルが実施

実施方法: インターネットによる調査

対象: 半年以内に不動産の取引(売買または賃貸)を行った人

人数: 全国から310名が回答

## ※4

2014年5月に新経済連盟会員企業が実施。

実施方法: インターネットによる調査

対象: 新経済連盟会員企業の取引先にwebアンケートを実施

店舗数: 全国567店舗が回答

業態に関しては、複数選択した不動産事業者は重複してカウント

## ※5

2014年3月～4月に新経済連盟会員企業が実施。

インターネットの利用に積極的な宅地建物取引事業者10社を訪問し、ヒアリングを実施して回答を得た。

※6

(1) インターネットによる投資信託の販売額①×金融資産1000万円以上の個人投資家比率②×0.5③

①出典: インターネット取引に関する調査結果(平成25年12月6日/日本証券業協会)の2012年の金額

②出典: 個人投資家の証券投資に関する意識調査報告書(平成24年12月/日本証券業協会)

③半分程度を不動産投資に向けると仮定

$$9,561\text{億円}① \times 0.457② \times 0.5③ = 2,185\text{億円}$$

(2) 230万人①(2012年県外転居者数)×{14,600円②(日額給与)+20,000円③(交通費)} = 796億円

①出典: 総務省統計局 ②(350万円/出典: 国税庁平成23年分民間給与実態統計調査)÷240(年間労働日数)

③東京-名古屋間を新幹線で往復する場合の交通費20,720円より

(3) 12万円(一人当たり引越し費用)×50万人

年間転居者数(500万人/出典: 総務省統計局)が10%増加すると仮定