

不動産広告表示 実務上の留意点

明海大学不動産学部特任准教授

(株)不動産アカデミー代表 不動産鑑定士 中村 喜久夫

トラブルのない広告表示を行うためには、
表示規約の条文を知っていればそれで十分というわけではありません。
市場の多様化、社会情勢の変化に応じた誤解のない広告表示を
行う必要があります。今回は、シェアハウス、リノベーション(リフォーム)、
キャンペーン賃料を題材に、不動産広告表示の実務上の
留意点について解説します。

I シェアハウス物件の広告表示

■「いいシェアハウス」と「悪いシェアハウス」

まず始めに取り上げるのは、シェアハウスの広告表示です。シェアハウスとは、一般には、1つの物件に他人同士が居住する賃貸物件のことを指します。賃料が安い、居住者間でコミュニケーションでき安心感がある、といったことが支持され、市場も拡大しているようです。

賃貸形式の多様化ということで評価されているシェアハウスですが、昨年5月には、「脱法シェアハウス」が問題になりました。居室を細分化し多人数を居住させたシェアハウスが、消防法違反(火災警報器が備えられていない)や、東京都建築安全条例違反(最低居室面積である7㎡に満たない約1.7畳の部屋が存在)の指摘を受けました。9月には国土交通省より「マンションにおける『違法貸しルーム』への対応について」という通知が出されたことも記憶に新しいと思います。

本稿で解説するのは、適なシェアハウスの広告表示についてです。通常の住宅の1室を複数の人に貸し出すといった場合に、どのような点に注意すればいいのかを解説したいと思います。

■シェアハウス物件を広告する際の3つのポイント

4LDKのマンションをシェアハウスとして貸し出す場合を例に考えてみます(図1)。4つの居室には他人同士が居住します(友人同士が共同で借りるわけではありません。貸主は4人の借主と賃貸借契約を結びます)。バス、トイレ、DK等は共用することになります。



図1の「募集中」の部屋を広告するにあたってのポイントは次の3点です。

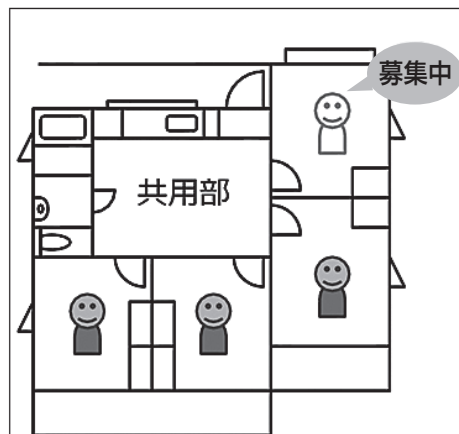
- ①シェアハウスであることを明示する。
- ②入居条件があれば明示する。
- ③間取り図、面積は専用使用できる部分のみを表示する。

以下、順番に解説していきます。

①シェアハウスであることを明示する。

通常の賃貸物件と異なり、1つの物件に複数人で居住する

図1●シェアハウスの例



Ⅱ リフォーム物件(リノベーション物件)の広告表示

■中古住宅の流通促進への動きが活発になってきた

中古住宅の流通促進が大きな課題となっています。昨年6月には「中古住宅の流通促進・活用に関する報告書」が、今年3月には「中古戸建て住宅に係る建物評価の改善に向けた指針」が国土交通省から発表されました。今後、リフォームによる中古住宅の質の向上、リフォーム履歴情報の提供、適切な評価が進んでいくと思われます。

またリノベーションという言葉も耳にする機会が多くなってきました。クロスの張替え等小規模な工事ではなく、既存の建物の用途や機能を変更して性能を向上させることを指すようです。中古住宅のリフォーム、リノベーションが広まると、その内容を正しく伝えることも不動産流通業者の重要な役割となってきました。

■規約上はリノベーション物件の定義はない

リフォームとリノベーションについては、「リノベーション=新築時の目論見とは違う次元に改修する(改修)」「リフォーム=新築時の目論見に近づくように復元する(修繕)」という使い分けをする方も多いようですが、表示規約上は、このような区分けはありません。したがって現時点では、改修(リノベーション)であれ、修繕(リフォーム)であれ、リフォームに関する規定(施行規則第10条第21号)が適用されることになります。以下の規定です。

建物をリフォーム又は改築(以下「リフォーム等」という。)したことを表示する場合は、そのリフォーム等の内容及び時期を明示すること。

「リフォーム等の内容及び時期を明示」とありますから、単に「全面改装済」「全面リフォーム済。新築同様です」といった表示をするのは規約違反となります。時期、内容を明示しないと、「リフォームしたのは事実だが、20年前だった」とか「クロスの一部を張り替えただけで、大部分は何も手をいれていない」という物件も「リフォーム済」と表示され、一般消費者の期待を裏切ることになると考えられるからです。

■築年月にも注意

リフォームの表示に関する違反例としては、「増築年月を築年月として表示した」というものもあるようです。平成10年6月に建築された建物を、平成20年6月に増築したとしても、建築年月は平成10年6月のままです。これを平成20年6月築とすることは不当表示になります。

増築部分は平成20年に造られたのだからという気持ちがそうさせるのか、元付図面に増築年月が大きく表示されているからなのか、理由はわかりませんが、増築年月を築年月として表示している広告も少なくないようです。リノベーションと呼ばれるような建物の大規模な改修、用途変更があったとしても、表示すべき築年月に変わりはありません。ご注意ください。

参考までにリフォームの表示例をあげておきます。

【表示例】

平成23年7月 屋根・外壁塗り替え済

平成20年3月 2階増築(洋室6畳、和室8畳)

なお、リフォームしたからと言って必ず表示しなければいけないわけではありません。リフォームしたが時期が古いとか、小規模のものなので、あえていう必要がないと考えるのであれば表示しなくてもかまいません。

Ⅲ キャンペーン賃料に関する広告表示

■キャンペーン賃料をネットで広告する

キャンペーン賃料とは、期限内に契約した場合に一定期間の賃料を割引くというものです。「今月中に契約すれば、賃料9万円(契約期間2年)の物件を、当初3ヵ月間は賃料7万円で借りることができる」というのが、その例です。従来からある営業手法ですが、ネットで広告する際には注意が必要となります。

■割引前の賃料で表示する

上記の例、つまり「最初の3ヵ月間は賃料7万円だが、4ヵ月目から賃料は9万円になる」という場合、不動産情報サイトに広告掲載する際の賃料は9万円として広告表示しなければなりません(図4参照)。首都圏不動産公取協のHPIには次のような解説があります。

通常、顧客がインターネット不動産情報サイトで物件検索を行う場合、検索対象となる賃料は、当然、「賃料欄」の項目に記載されている金額が対象となるため、賃料7万円の予算で物件を探している方にとってみれば、賃料欄に記載されている金額が契約期間中支払う賃料であると誤認することになりますので不当表示に該当します。

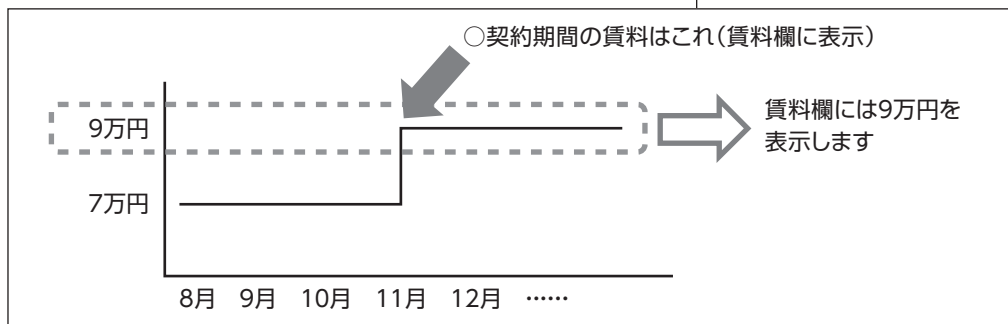


図4●割引前の賃料で表示する

(中略)

したがって、キャンペーン賃料物件の表示方法は、賃料欄には割引前の賃料である9万円を表示し、備考欄等に「○月○日までにご契約していただいた方は、当初3ヵ月間の賃料は7万円となります。」等と表示してください。

キャンペーンの内容は、あくまでも補足の情報として掲載するという意識が大切です。また、インターネット不動産情報サイトに限らず、自社運用のホームページ等においても同様ですのでご注意ください。

(首都圏不動産公取協HP 「不動産広告の相談事例」より一部抜粋)

「賃料欄には割引前の賃料である9万円を表示し」がポイントです。広告する側としては、3ヵ月間だけとはいえ賃料を下げたのですから、それを強調したいと思うのは当然です。賃料7万円と表示したくなるのですが、それは認められません。賃料欄は高い賃料(9万円)を表示せよ、ということです。

折り込みチラシなど、賃料が割引かれるのは3ヵ月間だけだとすぐにわかる媒体であればこのような問題はないのですが、検索により絞り込みを経て詳細情報を表示するネット広告においては、注意が必要だということです。

■定期借家にすれば問題ないのか?

キャンペーン賃料に関連して、「定期借家にすれば問題ないのか?」という質問を受けたことがあります。次の表示は認められるのか、というのです。

【表示例】(不当表示の例)

賃料7万円(定期借家 3ヵ月)
賃料減額キャンペーン☆3ヵ月間の特別賃料です!

貸主が了承しているのであれば、定期借家3ヵ月にすることはもちろん問題はありません。賃料も7万円という表示でウソはありません(3ヵ月間の定期借家契約で借りる一般消費者がどれくらい存在するのか疑問ではありますが)。

とはいえ、この場合は契約期間(3ヵ月)の賃料が7万円であるというだけの話です。表示例にあるような「減額キャンペーン」「特別賃料」といった表現はできません。契約期間中の賃料はずっと7万円なのですから、「減額」は事実ではありません。不当表示になります。また「特別賃料」は、特定用語の使用基準(表示規約第18条第2項第5号)に該当するため、表示の根拠となる事実をあわせて表示しない限り使用することができません。

Ⅳ 専門家として多様な知識が求められる

シェアハウスのように多様な賃貸形式が登場することは好ましいことですが、賃料の安さだけを強調して、誤った表示をしては一般消費者の期待を裏切り、業界の信用を失わせます。中古住宅の流通促進のためには、リフォームに関する正確で詳細な情報提供が求められます。キャンペーン賃料のようにネット広告の独特の注意点もあります。

一般消費者の意識の変化による居住形態の多様化、中古住宅流通の促進という社会的テーマ、ネット広告の普及。これら社会のさまざまな変化が不動産取引や広告表示にも少なからぬ影響を与えているといえます。

社会の変化をとらえ、政策課題を理解し、顧客のニーズに応えていく。不動産流通業者の役割は、今後ますます大きくなり、活躍の場もさらに広がっていくと思います。

ご質問について

紙上研修についてのご質問は、お手数ですが「文書」で下記あて先までご郵送くださいますようお願いいたします(電話・FAX・電子メールによるご質問はお断りさせていただいております)。なお、個別の取引等についてのご質問・相談にはお答えできません。

ご送付先●(公社)全国宅地建物取引業保証協会 紙上研修担当
〒101-0032 東京都千代田区岩本町2-6-3