

# EX 不動産 実務アカデミー

～ 現場で差がつく 不動産実務の教科書 ～

## 第 2 章 契約・法務編 第 19 回

### 広告規制（景品表示法・おとり広告）と個人情報保護

監修 株式会社 EX 不動産

制作 EX 不動産 実務アカデミー編集チーム

Ver.1.0 / プロジェクト開始日：2026 年 7 月 14 日

## 目次

---

1. 学習目標
2. 宅建業法上の広告規制
3. 景品表示法（不動産の表示に関する公正競争規約）
4. おとり広告の3種類
5. 個人情報保護法と顧客情報の取扱い
6. 実務で確認すべきポイント
7. お客様への説明トーク集
8. よくある質問（FAQ）
9. ケーススタディ
10. EX 実務メモ
11. チェックテスト
12. 今日のまとめ

## 1. 学習目標

本講座を修了すると、以下ができるようになります。

- 宅建業法上の広告規制（誇大広告等の禁止・広告開始時期の制限）を説明できる
- 景品表示法上のおとり広告・不当表示を理解する
- 個人情報保護法に基づく顧客情報の取扱いの基本を把握する

## 2. 宅建業法上の広告規制

### 2-1. 誇大広告等の禁止（32条）

実際のものより著しく優良・有利であると人を誤認させるような表示は禁止されています。第1章で扱った建ぺい率・容積率・用途地域等の法令上の制限、環境、交通の利便等について、事実と異なる表示や誤解を招く表示をしてはなりません。

### 2-2. 広告開始時期の制限（33条）

未完成物件については、開発許可・建築確認等、一定の許可等を受けた後でなければ、広告を開始することができません。

『確認申請中』の物件を、確認済証の交付前に広告してしまうケースは、宅建業法違反の典型例です。第1章第16回で扱った建築確認の流れと合わせて理解しておくべきポイントです。

## 3. 景品表示法（不動産の表示に関する公正競争規約）

不動産業界には、景品表示法に基づく公正競争規約（不動産の表示に関する公正競争規約）があり、広告表示の具体的なルールが定められています。

| 表示項目   | 主なルール                              |
|--------|------------------------------------|
| 徒歩所要時間 | 道路距離 80m につき 1 分として計算し、端数は切り上げ     |
| 新築の表示  | 建築後 1 年未満で未使用の建物に限り『新築』と表示できる      |
| おとり広告  | 実際には存在しない、または取引する意思のない物件を広告することは禁止 |
| 二重価格表示 | 実際の取引価格と異なる高い価格を比較対象として表示することは原則禁止 |

## 4. おとり広告の3類型

- ① 存在しない物件の広告（架空物件）
- ② 実際には存在するが、既に売約済みで取引できない物件の広告（成約済み放置）
- ③ 実際には取引する意思のない物件の広告（他の物件へ誘導する目的等）

成約済みの物件情報を『集客のため』に広告に残しておく行為も、おとり広告に該当し得ます。ポータルサイト等への掲載情報は、成約後速やかに更新・削除することが実務上の基本です。

## 5. 個人情報保護法と顧客情報の取扱い

- 氏名・住所・連絡先等の個人情報を取得する際は、利用目的をできる限り特定し、本人に通知または公表する
- 取得した個人情報を、本人の同意なく目的外利用してはならない（例：物件案内のために取得した情報を、無断で別サービスの勧誘に使う等）
- 第三者への提供には、原則として本人の同意が必要（例外あり）
- 反社チェック等（第9回参照）で取得した情報も、適切な安全管理措置のもとで管理する必要がある

EX 不動産のように SNS・Web サイトで問い合わせを受け付ける事業者は、プライバシーポリシーの整備・掲示が実務上不可欠です。第1章で扱った HP・LP 制作時に、プライバシーポリシーページの設置も合わせて検討すべき事項です。

## 6. 実務で確認すべきポイント

- ☐ 未完成物件の広告は、必要な許可等の取得後に開始しているか
- ☐ 成約済み物件情報を速やかに広告・ポータルサイトから削除・更新しているか
- ☐ 徒歩所要時間・新築表示等が公正競争規約のルールに沿っているか
- ☐ 顧客情報の取得・利用目的が明確で、プライバシーポリシーが整備されているか

## 7. お客様への説明トーク集

### トーク例：広告の見方について説明するとき

「弊社の広告は、宅建業法や公正競争規約のルールに基づいて表示しております。徒歩分数や築年数の表示など、疑問点があればいつでもお尋ねください。」

## 8. よくある質問（FAQ）

---

### Q. 『新築』はいつまで表示できますか？

A. 建築後1年未満かつ未使用であることが要件です。それを過ぎると『新築』と表示することはできません。

### Q. 成約後すぐに広告を消さないとうなりますか？

A. おとり広告と判断されるリスクがあります。成約後は速やかにポータルサイト・自社サイトの情報を更新・削除する運用を徹底すべきです。

### Q. お客様の情報を社内の別サービス案内に使っても良いですか？

A. 取得時に特定した利用目的の範囲を超える場合、本人の同意が必要です。目的外利用にならないよう、利用目的の設定・説明を丁寧に行う必要があります。

## 9. ケーススタディ

---

### ケース：成約済み物件の広告放置でクレームに

状況：成約済みの物件情報がポータルサイトに掲載されたままになっており、複数の問い合わせが来た後にお客様から『おとり広告ではないか』と指摘された。

原因：成約後の広告更新フローが定まっておらず、担当者任せになっていた。

教訓：成約が決まった時点で、全ての広告媒体の更新・削除を行うチェックリストを整備し、担当者以外にもダブルチェックする体制を作る。

## 10. EX 実務メモ

---

☐ 四街道市で実際にあった事例：

☐ 佐倉市で注意したいポイント：

☐ 千葉市での実務：

☐ お客様から受けた質問：

□ 自社ルール：

## 11. チェックテスト

問1. 未完成物件の広告を開始できるのはいつか。 ①必要な許可等を受けた後 ②契約直前 ③引渡し後

問2. おとり広告に該当しないものはどれか。 ①架空物件の広告 ②成約済み物件を放置した広告 ③現存し取引意思のある物件の広告

問3. 個人情報の第三者提供に原則必要なものはどれか。 ①本人の同意 ②行政への届出のみ ③特に手続きは不要

解答：問1＝① 問2＝③ 問3＝①

## 12. 今日のまとめ

- 宅建業法は誇大広告の禁止・未完成物件の広告開始時期を規制している
- 公正競争規約は徒歩分数・新築表示・おとり広告等、具体的な表示ルールを定める
- 成約済み物件情報の速やかな更新・削除がおとり広告防止の基本
- 個人情報保護法に基づき、利用目的の特定・同意なき目的外利用の禁止を遵守する

次回予告：第20回「ケーススタディ（契約・法務編総まとめ）」－第2章全19回を横断した総合演習を扱います。