

重要事項説明のIT化に伴う取引への影響について

宅地建物取引業法第35条により義務づけられている重要事項説明に関して、対面で行わず、テレビ会議やテレビ電話など、動画と音声を同時に双方向でやりとりできるシステムを使って行う方法（以下、IT重説という）について、平成27年8月31日より、事前に登録された246社の不動産業者により、社会実験が開始されています。

実験は「賃貸取引」および「法人間取引」に限って行われ、IT重説の実施にあたっては、「取引の相手方に宅地建物取引士が記名押印した重要事項説明の書面を事前に送付する」「IT重説に関する同意を相手方から得る」などの手続きが必要となります。

国交省によると、12月31日までに106件の実績が報告されており、その内訳は、法人間売買の仲介・代理が2件、法人間賃貸の仲介・代理が3件、法人間以外の賃貸の仲介・代理が101件とのことです。また、実施した業者数は北海道1社、関東地方14社、近畿地方3社、四国地方1社、九州・沖縄地方4社の計23社という結果です。

なお、IT重説に関してパンフレットをホームページに公開する等、一般への周知が行われています。

この社会実験の結果を受け、平成28年2～3月頃の「IT重説に係る検討会」において検証がなされ、問題がないと判断された場合は本格運用へ移行し、さらに、個人を含んだ売買取引についての社会実験または本格運用を行うことが検討されています。

本研究会では、これを受け、このIT重説が本格運用された場合の取引への影響について考察し、どのように対応すべきかを検討しました。

IT重説が検討されることになった背景として、平成25年6月14日、「デジタル社会を前提とした改革の実行」を盛り込んだ「世界最先端IT国家創造宣言」が閣議決定され、対面や書面交付が前提とされていたサービスや手続きについて精査・検討された結果、不動産関連では「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の具体的な手法や課題への対応策」が検討課題とされ、平成26年に検討会が発足されました。

そもそも、宅建業法において、書面を交付して行うことが義務づけられている業務は、媒介契約成立後の書面交付、契約締結前における重要事項説明書の交付、契約成立時書面の交付です。

従来、不動産業界では、口頭による媒介委託が通例とされてきましたが、いつどのような内容の媒介契約が締結されたのか等が不明確であり、裁判上の紛争が生じることも多く

ありました。そこで、媒介契約の成否や内容の明確化を図るために、昭和55年の宅建業法改正により、売買・交換においては媒介契約を書面化して交付することが義務づけられました。

次に、宅地建物の取引は複雑であり、消費者等が不測の損害を被った場合の被害も高額になり、生活基盤が失われる等、受ける不利益も大きくなるため、買主等が取引条件等について十分理解し、取引に係る紛争を未然に防止するために、専門的な知識を持つ宅建業者（宅地建物取引士）が、宅地建物取引士証を提示したうえで、買主等に対して取引を判断するために必要な事項を記載した書面を交付して説明することを義務づけました。

ここで、書面を交付して説明することと、説明は宅地建物取引士が宅地建物取引士証を提示して行うことが義務づけられているため、対面で行うことが要求されていると解されています。

また、説明は、取引の相手方等が契約内容、取引条件等について、誤解無く十分に理解できる程度に説明することが必要とされるため、時間をかけ、質疑応答が容易な環境で、適宜図面や資料を指し示して、相互の確認ができるような状況にあることも必要とされます。

しかし、これらの要件について、検討会では、宅建業者及び取引の当事者が相応の解像度を備えたテレビ会議・テレビ電話システムを利用することでも満たすことができ、また、宅建業法等には重要事項説明を「対面」で行うことを明示的に義務づけている規定は無く、現在はテレビ会議やテレビ電話等を利用し、対面と同等な状態を実現することが可能であるため、IT重説も適法と解すべきであるとの意見があります。

以上を踏まえ、中小宅建業者および消費者の立場からみたメリット、デメリットおよび克服すべき課題や懸念事項を検討します。

1. 中小宅建業者からみた意見

(1) メリット

- ・ 情報量の増大、利便性の向上による不動産市場（および建設投資）の活性化が見込まれる。
- ・ 土日に集中する重要事項説明・契約締結業務の分散が期待でき、海外や遠方の顧客とのやりとりのコスト、時間を削減でき、経営の効率化につながる。
- ・ 契約書・重説・付属資料をデータで管理できれば、省資源、省スペース、管理コストの低減を図ることができる。

(2) デメリット

- ・ インターネット用のカメラやマイクまたはテレビ電話の導入コストや手間がかかる。

現在はまだパソコンを使用していない業者もある。

- ・ 新築物件の売買等、取引の内容によっては重要事項が膨大で長時間（2時間超）となるため、インターネット回線の速度が維持できない場合が考えられる。
- ・ 関係者が多数に及ぶ取引では、システム上困難な可能性がある。また、当事者全員がIT重説による方法に合意すること、全員に通信システムが整っていること等が必要であり、それらが揃わないと契約が困難となる可能性がある。
- ・ 実情として、対面で感じることができる相手の雰囲気等や、画面上だけでは得られない情報が多くある。対面の場合は、それによりトラブルを未然に防止できることがある。
- ・ 画像データは画像加工ソフトなどを使用して改ざんすることができるため、トラブルの増加が懸念される。

2. 消費者からみた意見

(1) メリット

- ・ 在宅で重要事項説明を受けられ、学生・転勤者など遠隔地居住者・高齢者・障害者・海外赴任者等の利便性が向上する。
- ・ 消費者のペースで説明が受けられるため、より冷静な判断が可能。
- ・ インターネットを利用することにより、提供する情報量が増加される。

(2) デメリット

- ・ 記載されている文字並びに写真が判読しづらいため、宅地建物取引士証や本人確認書類の偽装やなりすましの恐れがある。
- ・ 通信環境によっては、対面説明と同一の効果が得られない可能性がある。
- ・ 買主が遠隔地や多忙等の理由によるニーズは想定されるが、取引当事者の事情で契約スケジュールに余裕の無い場合はまれである。
- ・ 最終的な契約行為は対面が望まれるため、ニーズがあまりないのではないかと。
- ・ 同意書等、事前に交付する書類が多数あり、映像や音声の確認作業も手間がかかるため実務が煩雑になる。

3. その他の意見（行政、大手宅建業者等含む）

(1) 肯定意見

- ・ 環境が整っていて、消費者が遠隔地や事業者間取引等、一定の条件を付して、かつ、説明対象者の了解があれば、対面にこだわる必要はない。
- ・ 消費者の不利益とならない方法であれば問題ない。

- ・ 宅建業者同士の取引や、買主が宅建業者の取引の場合にニーズがあると思う。

(2) 否定意見

- ・ 重要事項説明については、対面の説明でも消費者が十分理解しておらず、行政相談に来る件数が多い。本人のなりすましや誤操作等によってトラブルが増加することが懸念される。
- ・ 宅地建物取引士の常勤性が薄れ、名義貸しが横行する危険がある。
- ・ 海外等との通信も可能になるため、消費者の利便性が向上する一方、業者側の勤務時間が延びたり、24時間体制が可能な大手企業に有利になる可能性がある。
- ・ パソコンなどのIT機器の操作に不慣れな高齢者等を狙った詐欺犯罪が増えるのではないか。
- ・ 現在は、小学校からコンピューターについて学んでいるため、その世代が大人になって、IT重説も当たり前の実用できるまで待つべきではないか。

【まとめ】

現在、インターネットは国民のツールとして浸透しつつあり、宅建業者は、持っている情報をデータ化したり、今後の更なるIT化社会に備える必要があると思われま。それと同時に、データ化された情報が信頼できるものかどうか見極める能力をつけ、将来に向け複合的な対応をしていくことが求められます。

そして、不動産取引のIT化については、まず第一に、現在の社会からニーズがあるかどうか、一部の事業者のみに有利な制度ではないかどうか慎重な判断が求められます。

そのうえで、社会実験の結果、本格運用へ移行される際には、トラブルを未然に防止するため一定の制限を設け、かつ、次の課題または懸念が解消されるよう、しっかり議論すべきと考えます。

克服すべき課題および懸念事項

- 1 トラブル防止の観点から、IT重説をする際の手続き要件を厳格に定め、対面による方法かIT重説かを顧客が選択することが望ましい
- 2 宅地建物取引士証等を含め、個人情報画像データや音声データとして通信されることに対して、個人情報の保護および改ざんや偽造の排除のためのセキュリティ対応
※ 国交省は、住所欄はシールを貼る等して隠して提示することを認めている。
- 3 データの信憑性を損なわないためのメンテナンスやインスペクション等に関する規制
- 4 テレビ会議やテレビ電話等のシステムがより一層普及し、多くの人が操作できること
- 5 複数拠点で使用できること、かつ、通信が安定して長時間行えること
- 6 クーリングオフ制度の適用制限の有無
- 7 登記手続きに関する書類の受け渡しや確認が必要な取引に備えた、法務局や金融機関

とのネットワークシステムの構築

今後、本会では、社会実験や検討会の結果を受け、政策提言をはじめ、有用な情報を広報やホームページ、メールマガジン等で周知するとともに、必要に応じて会員向けの研修会等の実施を検討します。

以上