

コンプライアンスマニュアル

■ はじめに

コンプライアンスを徹底することは、お客様を含む、様々なステークホルダーとの良好な関係を築く上で必要不可欠です。多くの企業ではコンプライアンスマニュアルを制定する等し、コンプライアンス体制の整備を行っておりますが、空き家管理サービス事業者についてはコンプライアンス体制が未整備な事業者も少なくありません。

本マニュアルは、空き家管理サービス業界のコンプライアンス体制の整備と消費者保護を目的とし、特に空き家管理サービスに必要と思われる法令および、事業者が知るべきトラブル事例を紹介したものです。

これから新規に空き家管理サービスを提供しようとしている事業者の方はもちろんのこと、既に空き家管理サービスを提供している事業者の方も本マニュアルをお読み頂き、是非ご活用下さい。

■ コンプライアンスとは

コンプライアンス「compliance」は英語で「従う、遵守する」を意味する動詞「comply」の名詞形であり、日本語では「法令遵守」などと訳され、企業などが法令や各種規則に加え社会常識などの基本的ルールを守ることです。

■ コンプライアンスの重要性

コンプライアンスの重要性は、企業活動全般に言えることであり、空き家管理サービスに限ったものではありませんが、特に空き家管理サービスについては次の点において特に重要と言えます。

・空き家管理サービスは社会問題である「空き家問題」の解決に貢献できる事業であり、不祥事が起こった際、業界全体のイメージダウンに繋がりがねない。

・無人の住宅でサービスを提供する為、サービス事業者にはコンプライアンス意識及び高い倫理観が求められる。

■ コンプライアンス体制

企業内でコンプライアンスの仕組みづくりをする場合、一般的には3つの分野で構成されています。

1 規程（マニュアル）

コンプライアンス体制の確立には、コンプライアンスに関する考え方や、経営理念、行動指針、必要な知識等を「成文化」し宣言することが第一に必要です。成文化したものは「コンプライアンス規程」や「コンプライアンスマニュアル」等とし、

社員・従業員に理解させ、共有することが必要です。

規程には一般的に次の項目が含まれます。

- 目的
- 基本姿勢（経営理念などをもとに構成する）
- 組織体制（詳細は次項参照）
- 違反した場合の罰則（法令に規程のみならず、社内的な措置や処分方法）
- 行動指針（ステークホルダーごとに分類するなどする）
- 特に遵守すべき法令

2 組織

コンプライアンスの推進は、組織として取り組む必要があります。組織の構成例として、コンプライアンスの責任者を定め、責任者の下にコンプライアンス委員会などの組織を置き、違反があった場合には、報告できる窓口などを備えるなどの方法があります。定めた組織体制は前項の規程（マニュアル）に反映させます。

3 教育

コンプライアンスの定着・継続には全ての社員・従業員に浸透させることが必要です。作成した規程（マニュアル）は冊子にするなどして、全ての社員・従業員に配布したうえで、理解させましょう。規程（マニュアル）は配布しただけでは定着することは見込めない為、定期的な教育などの機会を設け、継続的・計画的な教育を心がけましょう。教育の実施についてはコンプライアンス委員会などが担当することがよいでしょう。

■ 空き家管理サービスに関連する法律

空き家管理サービスを行うに際して特に関係の深い法律をまとめました。

1 民法

(1) 空き家の所有者が負う義務に関するもの

民法には、隣り合う土地同士の利用関係を調整するためのルールを定めている条文があります。

隣地の竹木の枝が境界線を越えるときは、その竹木の所有者に、その枝を切除させることができる（233条1項）。

隣地の竹木の根が境界線を越えるときは、その根を切り取ることができる（同条2項）。

また、所有者が空き家を適切に管理せずに第三者に損害を与えた場合には、当該第三者にその損害を賠償しなければならない場合があります。

故意又は過失によって他人の権利又は法律上保護される利益を侵害した者は、これによって生じた損害を賠償する責任を負う（709条）。

土地の工作物の設置又は保存に瑕疵があることによって他人に損害を生じたときは、その工作物の占有者は、被害者に対してその損害を賠償する責任を負う。ただし、占有者が損害の発生を防止するのに必要な注意をしたときは、所有者がその損害を賠償しなければならない（717条1項）。

前項の規定は、竹木の栽植又は支持に瑕疵がある場合について準用する（同条第2項）。

（2）空き家管理サービス契約に関するもの

空き家管理サービスの利用者が管理事業者との間で締結する空き家管理サービスに関する契約は、民法で定める請負契約（632条）又は準委任契約（656条）に該当します。

請負契約は、仕事の完成を目的としており、仕事の目的物に瑕疵がある場合、利用者は、管理事業者に対して、修補や損害賠償を請求することができます（634条）。

準委任契約は、事務の委託であり、管理事業者は、善良なる管理者の注意をもって、空き家管理サービスを行う義務を負っており、管理事業者がこの義務に違反した場合、利用者は、管理事業者に対して、損害賠償を請求することができます（415条）。

2 消費者契約法

消費者契約法は、消費者と事業者との間で交渉力に差があることを踏まえて、以下のようなルールによる消費者を保護しています。空き家管理サービス契約は、消費者と管理事業者との間で締結されることが多く、管理事業者は、消費者契約法を理解しておくことが必要です。

（1）次のアからオまでのような場合に消費者に契約を取り消す権利を与える（4条）

- ア 消費者が事業者から重要事項について事実と異なることを告げられた場合
- イ 消費者が事業者から将来不確実な事項について断定的な判断を提供された場合
- ウ 消費者が事業者から重要事項について消費者にとって利益となる旨を告げられたのに、不利益な事実は告げられなかった場合
- エ 事業者に退去するように言ったのに退去せずに消費者が困惑して契約した場合
- オ 事業者に退去したいといったのに退去させてもらえずに消費者が困惑して契約した場合

(2) 次のアからオまでのような消費者に不利な契約条項を無効とする（8条から10条まで）

ア 事業者の責任の全部を免除する条項

イ 故意又は重過失があるのに事業者の責任の一部でも免除する条項

ウ 瑕疵担保責任の全部を免除する条項

エ 事業者が生ずべき平均的な損害の額を超える解約金を定める条項

オ 消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重する条項であって、信義則に反して消費者の利益を一方向的に害するもの

(3) 消費者団体に差止請求権を認める（12条）

上記（1）のアからオまでの行為を現に行い、又は行うおそれのある事業者に対し、消費者団体は、事業者に対し、当該行為の停止等を請求することができます。

3 特定商取引法

トラブルが起きやすい取引（訪問販売、電話勧誘販売、通信販売）を対象に、主に消費者を保護するために以下のようなルール定めています。空き家管理サービス契約は、訪問販売、電話勧誘販売、通信販売に該当するケースが多いと考えられ、管理事業者は、特定商取引法を理解しておく必要があります。

(1) 再勧誘の禁止（訪問販売・電話勧誘販売）

事業者は、いったん契約を断った消費者に対して、勧誘を継続し、又はその後改めて勧誘することはできません（3条の2、17条）。

(2) 書面の交付（訪問販売・電話勧誘販売）

事業者は、利用者に対し、法律で定められた事項を記載した書面を渡す必要があります（4条、5条、18条、19条）。

(3) クーリング・オフ（訪問販売・電話勧誘販売）

訪問販売・電話勧誘販売の場合、利用者は、いったん契約しても、法律で定められた書面を受け取った日から数えて8日以内であれば、損害賠償や違約金を支払うことなく、契約を解除することができます（9条、24条）。

(4) 広告の表示（通信販売）

事業者は、広告に、法律で定められた事項を表示する必要があります（11条）。

4 個人情報保護法

事業者は、空き家管理サービスを実施するに当たり、ほとんどの場合、利用者から個人情報を取得することになります。

そこで、管理事業者は、個人情報の保護に関する法律を理解しておく必要があります。個人情報保護法では、情報取扱事業者に対して次のような義務を課しています。

(1) 利用目的の特定（15条）

(2) 利用目的による制限（16条）

特定された利用目的を超えて個人情報を取り扱うことはできません。

(3) 利用目的の通知（17条）

本人から直接書面に記載された個人情報を取得する場合は、利用目的を明示しなければなりません。

(4) 安全管理措置（20条）

個人情報の漏えい、消滅の防止など、個人情報の安全管理のために必要かつ適切な措置を講じる必要があります。従業員や委託先の必要かつ適切な監督を行う必要もあります（21条、22条）。

(5) 第三者提供の禁止（23条）

原則として、個人情報を第三者に提供することはできません。

(6) 公表等（24条）

個人情報取扱事業者は、法律で定められた事項について、本人の知り得る状態に置く必要があります。

5 廃棄物の処理及び清掃に関する法律

(1) 管理に関する事項

廃棄物処理法5条

- 1 土地又は建物の占有者（占有者がない場合には、管理者とする。以下同じ。）は、その占有し、又は管理する土地又は建物の清潔を保つように努めなければならない。
- 2 土地の所有者又は占有者は、その所有し、又は占有し、若しくは管理する土地において、他の者によって不適正に処理された廃棄物と認められるものを発見したときは、速やかに、その旨を都道府県知事又は市町村長に通報するように努めなければならない。
- 3 建物の占有者は、建物内を全般にわたって清潔にするため、市町村長が定める計画に従い、大掃除を実施しなければならない。

(2) 許認可に関する事項

空き家管理サービスのオプションサービスとして庭の草刈やゴミ処理などの一般廃棄物の収集・運搬を請負場合には、当該業を行おうとする区域（運搬のみを業として行う場合は、一般廃棄物の積卸しを行う区域に限る。）を管轄する市町村長の許可を受けなければなりません。（第7条）

6 条例

空き家管理に関する条例を定めている自治体が多数あります。例えば、次のような内容が定められていることがあります。

- 所有者等に適正に維持管理する義務を課す。

- 自治体の職員に空き家への立入調査権限を与える。
- 所有者等が自治体からの命令に従わない場合には、自治体が代わりにその命令の内容を強制的に実行する権限を与える。
- 自治体に応急措置を講じる権限を与える。

※詳細については、自治体ごとに異なりますので、各自治体に問い合わせる必要があります。

■ 消費者トラブルの防止について

コンプライアンスの意識の欠如から消費者トラブルが起こる場合があります。ここでは、空き家管理サービスの業務実施に際し、想定されるトラブルの未然防止や、いざ起こってしまったときの解決方法を事業者の視点でまとめました。

想定されるトラブル内容 (消費者の視点で記載)	トラブルの解決方法
強引なセールスで仕方なく契約してしまった。	<ul style="list-style-type: none"> • 特定商取引法では、訪問販売や電話勧誘販売などの場合で、契約等を締結しない意思を表示した消費者に対する勧誘の継続や再勧誘を禁止しているため、同法を遵守すること（特定商取引法3条の2、17条）。 • また、訪問販売や電話勧誘販売の場合、クーリング・オフの起算日は法定の書面の交付した日とされているため、必ず法定の書面を交付すること（特定商取引法9条、4条、5条、24条、18条、19条）。
<p>空き家管理サービスの結果、報告書などで、不安を煽られ、別の高額な商品やサービスを契約してしまった。</p> <p>（例：根拠がないにも関わらず、家屋が老朽化しており倒壊の恐れがある等といわれ、リフォーム工事をすすめられるがまま契約してしまった。）</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 消費者が遠隔地に居住しているなどの理由で空き家を確認することが困難な状況を悪用し、事実でない情報を伝え他のサービスの契約に誘導するようなセールス活動は絶対にしないこと。 • 他のサービスを提案する場合は、消費者がサービスの要否について、正しく判断できるように正確な情報提供や根拠を示すこと。

<p>空き家管理サービスが無料で利用できるとの説明だったのに、利用するには他の有料のサービスと抱き合わせで契約しなければならなかった。</p>	<ul style="list-style-type: none">• 空き家管理サービスと関連するサービスをセットで販売する際には、契約条件等を正しく消費者に開示すること。
<p>契約の意思がなく、契約書も作成していないのに、事業者側が一方向的に契約の成立を主張し、サービスを開始してしまった。</p>	<ul style="list-style-type: none">• 契約は口頭の合意だけでも成立するが、口頭の合意だけでは、契約の成立や内容を証明することが困難である為、必ずお客様の意思を確認した上で、契約書を作成すること。特に訪問販売や電話勧誘販売などの場合には、契約時に法定の事項を記載した書面を必ず消費者に交付すること（特定商取引法 5 条、19 条）。
<p>契約を途中解約したら違約金を請求された。</p>	<ul style="list-style-type: none">• 契約内容として契約解除に伴う違約金を設定する場合には、必ず契約時に十分な説明をすること。• また、特定商取引法や消費者契約法で契約の解除等に伴う損害賠償等の額が制限されており、定められた金額以上の支払を消費者に請求することはできないこととなっているので、設定した違約金の金額等を確認すること（特定商取引法 10 条、25 条、消費者契約法 9 条等）。

<p>契約書面にクーリング・オフについての記載がなく、クーリング・オフできないと言われた。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・訪問販売や電話勧誘販売などにおけるクーリング・オフは法律上消費者に認められた制度であり、書面に記載がなくても消費者は行うことができる（特定商取引法 9 条、24 条）。また、訪問販売や電話勧誘販売の場合、特定商取引法で契約の前後で法定の事項を記載した書面の交付が義務付けられており（特定商取引法 4 条、5 条、18 条、19 条）、クーリング・オフについても記載が必要とされている。 ・事業者がこの書面交付義務に違反した場合は、行政処分及び罰則の対象となるほか、クーリング・オフの起算日にも影響する（特定商取引法 7 条、8 条、9 条、22 条、23 条、24 条、72 条等）。事業者が不実の告知を行って消費者が誤認してクーリング・オフを行わなかった場合には、クーリング・オフができることなどを記載した書面を事業者が改めて交付し、かつ、その意味を説明した日から 8 日間経過するまではクーリング・オフ期間が延長されるので（特定商取引法 9 条、24 条）、そのような説明をしないようにすること。
<p>請求された金額が、広告表示と比べ高額になった。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・広告やホームページ等ではサービス概要のみを案内するケースが多い。このため、商談時にはサービス金額等の契約内容を明示すること。特に、訪問販売や電話勧誘販売の場合、事業者は、料金について、契約の前後で書面に記載して交付しなければならず、また、通信販売の場合は広告の中で料金について明記する必要があるので注意すること（特定商取引法 4 条、5 条、18 条、19 条、11 条）。 ・事実と異なることを告げて契約を締結した場合には、消費者契約法に基づき契約が取り消される（消費者契約法 4 条）。
<p>サービスの内容が契約時と異なっている。また、十分な説明がないまま、想定外の作業を行われた。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・契約書に定めたサービス内容と、実際に行うサービス内容は同一とすること。 ・消費者に必要と思われるサービスについて追加で実施する場合は、追加分のサービスについても別途契約書を締結した上で行うこと。

<p>サービス中に事業者の不注意により家財を壊されてしまった。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業者には責任がある場合は、弁償（損害賠償）に応じること。 ・ 責任の有無を明確にするために、サービス開始前の状態を写真等に撮影して記録として残しておくことが重要。 ・ 十分な賠償限度額の賠償責任保険に加入するなどし、万一の損賠賠償請求に耐えられるようにすること。 ・ 契約書に損害賠償に関する条項を記載し、損害賠償の条件や範囲、金額等について定めた場合には消費者に説明をすること。 ・ 損害賠償については消費者契約法に基づいた契約内容とすること。※例）消費者契約法では損害賠償について、「その全部を免除する（事業者側が一切責任を負わない）」という内容は無効となる（消費者契約法 8 条）。
<p>消費者が事業者に苦情を申し出ても、取り合ってもらえない。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 問い合わせ先（苦情窓口）を設置し、契約書類等にわかりやすく記載する。また、苦情が入った場合は誠実に対応すること。
<p>契約解約後に他の業者からの勧誘電話やDMが急増した。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 個人情報の取扱いについて、個人情報保護法上の制限を遵守すること（個人情報保護法 15 条～23 条） ・ 個人情報の取扱いに関する認定であるプライバシーマーク（P マーク）や JIS Q 15001（個人情報保護マネジメントシステム）等の取得も、消費者が優良な事業者を選択するひとつの目安となる。

公表日

平成 27 年 2 月 27 日