

透明性の高い、 公平な不動産流通体制の整備は 不可欠!



超満員になったフォーラム会場

前号でもお伝えしましたが、全宅連は2月7日に東京・経団連ホールで、不動産流通の変革をテーマに「不動産流通革命フォーラム」(国土交通省後援)を開催しました。今号ではその概要について報告します。

フォーラムには、定員(200名)を大幅に上回る400名以上の方が来場されました。人口減少社会の到来や激変する不動産業環境を踏まえて、透明性の高い、公平な不動産流通体制を整備することが不可欠であることが強調され、IT・インターネットの利用、オークション、循環型住宅市場の育成などについての講演やパネルディスカッションが行われました。

フォーラムは、藤田和夫全宅連会長の挨拶で始まり、続いて、基調講演、特別講演、さらにはパネルディスカッションが行われました。挨拶と講演の要旨、およびパネルディスカッションでのパネリストの発言で印象的だった内容をご報告します。

藤田和夫全宅連会長挨拶(要旨)

不動産流通市場の活性化に いっそうの寄与をしていく

全宅連は宅建業法に基づく団体であり、宅建業者13万社中11万社を組織する最大の業界団体です。私どもは最大団体の使命として、国民に対して、安全、安心な住まいの提供に努めることはいうまでもありません。

それに加えて、住宅金融支援機構が実施する長期・固定の住

宅ローン「フラット35」を提供する全宅住宅ローン株式会社を設立し、336金融機関中第5位の実績を誇るまで成長を遂げました。さらに、保険業では約50万件の契約保有がある宅建ファミリー共済会が、2月4日に金融庁より「少額短期保険業者」として登録を認められました。また重要課題である賃貸管理業については、全宅連、日管協、全日、日住協の4団体で賃貸不動産経営管理士協議会を昨年設立し、業界横断的に取り組んでおります。

今後は不動産取引についてもオークションなどの手法を活発化させていくとともに、ゆくゆくは私の夢であります「東京不動産取引所」を構築し、不動産流通市場の活性化にいっそうの寄与をしていきたいと考えております。



主催者挨拶をする藤田会長

基調講演(要旨)

「不動産と住宅の新しい売り方と買い方」

講師:川口有一郎 早稲田大学大学院ファイナンス研究科教授

不動産流通革命こそ 日本経済復活への道

私は米国に滞在経験がありますが、米国では1980年代に製造業が失速し、経済も低迷しました。一度勢いを失った国が復活することはこれまでの歴史ではまずありませんでしたが、米国は2000年代に入り劇的に復活を遂げました。製造業に替わって米国経済を牽引した1つがサービス業、そしてもう1つが『FIRE』です。『FIRE』とは、金融(Finance)、保険(Insurance)、そして不動産(Real Estate)の頭文字を取ったものです。活力ある『FIRE』が米国経済を救ったといえるでしょう。

今、日本経済は世界的に存在が薄れています。製造業が復活すれば、日本経済は持ち直すという意見がありますが、私は疑問を感じます。製造業だけに頼ってもグローバル経済の中では大きな成長は望めません。ですから『FIRE』の成長なくして日本経済復活の道はないのです。たとえば、日本の住宅資産は1,700兆円、企業不動産は500兆円もありますが、市場での流通は十分とはいえません。不動産流通を活性化させるだけで、今すぐにでも貿易黒字の数倍の市場が生まれる可能性があります。

しかも日本は世界で唯一、不動産バブルの崩壊を体験した国であり、その苦い経験から学んだ知恵を生かすことができます。また現在では、J-REITや「フラット35」といったインフラが整っていることも有利な点です。

私は早稲田大学で不動産公開検索所の実験システムとして、サイト(いえーい <http://www.ie-ei.jp/>)を運営し、そこでは売買価格、賃料、総流通量、利回り等を公開しています。宅建業者の方々は今後、こうした情報を参考にして、取引の際の判断材料としてご利用いただけます。

そもそも不動産には、「空間消費財」と「投資財」という2つの側面があります。日本では「空間消費財」の側面が強調されやすいですが、「投資財」としてみれば、利回りなどは非常に重要な情報です。その際、こうした情報があれば、持ち家の利回りとJ-REITを比べて、住まい方を換えてみるという判断材料にもなります。

今後の不動産流通の役割としては4点あげられます。第一は情報のディスクロージャーであり、宅建業者は幅広く情報伝達することが必須となります。第二はコスト低減であり、宅建業者に手数料を支払いしても、なお消費者にとってはより多くの便益が得られるということが重要です。第三は価格の適正化であり、場合によっては



川口教授が基調講演

宅建業者がマーケット・メーカーになっていくということです。第四は重要事項説明やデューデリジェンス(適正評価手続き)等を通じた品質保証を図っていくということです。

このような不動産流通の環境整備により、宅建業者を介在させた取引が必然となっていくわけです。そして、こうした変化に対応し、公平、透明な不動産流通が実現できるようにしていくことが重要になります。

以上のようなことからも、私は「不動産取引所」構想に賛成であり、そのために尽力していく所存です。

特別講演(要旨)

「CGM時代のマンション購入行動に関する研究」

講師:島原万丈 リクルート住宅カンパニー住宅総研主任研究員

インターネット上の口コミは 必ずしもネガティブでない

昨今、ブログ、掲示板、SNS(Social Networking Service、コミュニティー型のWebサイト)、Q&Aサイトなど、インターネット上で消費者自身が情報を発信するCGM(Consumer Generated Media、消費者生成メディア)が活性化していますが、不動産・住宅業界にとっても例外ではありません。こうしたCGMは、無責任で、偏見に満ちたネガティブな口コミを広げ、マンション購入についても悪影響を与えるのではないかという懸念を持つ方も多いのではないかという印象を受けます。

私どもリクルートでは昨年、マンション購入者に対してインターネット調査を実施しました。

ある大手マンション掲示板サイトで、どんな書き込みが多いか調査したところ、否定的な書き込みよりも、肯定的な書き込みが多いことがわかりました。また、実際にマンションを買いたい人が書き込みをしているので、大手掲示板サイトのように荒れることは少ないということもわかりました。

現在では、マンション購入希望者の4人に1人がCGMを利用しており、候補物件を比較検討している時期に利用することが多いようです。マンションのスペックなどの客観的な情報は広告チラシに、検討物件の住み心地やマンション会社の情報の信頼性などの主観的な意見、情報はCGMに求めていくようです。

また、CGM利用者と非利用者では、利用者のほうが、購入ステージが前に進んだ割合が多く、CGM利用によって購入ステージが停滞したり後退したりするとはいえないようです。CGMはマンション購入希望者が感じていた意志を後押しする役割を果たしており、必ずしも市場に悪影響を及ぼすというわけではないようです。



島原主任研究員が特別講演

さらに、CGM利用者の約1割は、契約後もインターネット上で印象的な出来事やノウハウなどの情報発信も行っています。ここでも、否定的な体験よりも肯定的な体験の書き込みの方が多いといえます。また、最近はマンションの入居者専用のコミュニティーサイトが作られることが多いですが、こうしたコミュニティーサイトへの参加人数が多いほど、居住満足度も高まっているようです。

消費者自身が情報発信するという流れは止められません。消費者は、良いことは良いと、悪いことは悪いと書きますから、不動産業に従事する方々は売りっぽなしにするのではなく、正直、誠実に対応し、顧客満足度を高めていくことが必要です。

そして、CGM時代のリスク管理として、不本意な口コミに対する最大の防御策は、徹底的な情報開示であると思います。

パネルディスカッション「進化を遂げる不動産流通」



パネルディスカッションのもよう

●パネリスト

毛利信二 国土交通省総合政策局不動産業課長

池添吉則 (株)アイディーユー代表取締役社長

庄司利浩 アットホーム(株)取締役執行役員

松尾宣文 全宅連副会長(福岡県宅建協会会长)

●モデレーター

川口有一郎 早稲田大学大学院教授

宅建業者の役割がますます重要視される時代

■情報化の進む不動産業について

(各パネリストの発言は要旨)

—毛利氏—

不動産業は全産業に占める割合が売上高では3%、生産額では13%で、我が国の基幹産業です。そして「人」と「情報」が鍵の産業もあります。国土交通省ではみなさまのご理解をいただいて、幾多の宅建業法改正等を通じて不動産市場の変化に対応するインフラの整備に取り組んできました。たとえば、約40年前に重要事項説明制度を創設し、昭和55年



パネリストの毛利課長

には媒介契約制度を整備し、価格査定マニュアルも数次の改訂を重ねてきました。さらに昭和63年の専属専任媒介契約の際に不動産流通機構(レインズ)に登録義務を課すとともに、平成15年には公的インターネットサイトである「不動産ジャパン」を発足させました。

また人材育成という面では、昭和55年に宅建主任者制度を創設、各種研修制度等と併せてその充実を図ってきましたが、全宅連等でも研修制度に幅広く取り組まれ、充実を図っていただいております。

不動産取引では「情報の非対称性」(売り手と買い手の情報格差)が課題と言われてきましたが、今日、インターネットの普及により逆に情報が氾濫しており、その「質的選別」にこそ宅建業者の果たす役割が重要となっています。

—池添氏—

近年、不動産業界ではITの利用が進展し、急速な情報化が進みました。当社では不動産インターネットオークションを運営していますが、それにより既存不動産の透明、公平、合理的なマーケットを創りたいと考えております。オークションを支えているのは、豊富な不動産の電子情報と利便性の高いソフトであり、今後はデータベースが重視されてくるでしょう。

パネリストの池添社長



当社の「ロケーションビュー」(<http://www.mothers-auction.net/>)では、物件や街並みを360度の角度から見ることができます。久しぶりにIT先進国である米国の技術を凌いだと自負しています。

—庄司氏—

不動産業は情報産業だと思います。当社(<http://www.athome.co.jp/>)では、更地、戸建て、マンションの評価額等、豊富な情報を活用し、幅広い事業展開をしています。情報化の進展によって、従来、エンドユーザーと宅建業者の間にあった情報格差も解消されつつあると思います。情報化に伴いエンドユーザーの環境も変化してきました。エンドユーザーは豊富な不動産情報を入手できる一方、誤った先入観を持つてしまうという課題もでてきました。

不動産は個別性の強い商品ですので、情報の急増で宅建業者の役割はいっそう重要なになってくると思われます。

—松尾氏—

全宅連は消費者のみなさまからの信頼確保のため、会員の資質の向上や物件情報サイト「ハトマークサイト」の運営による情報発信などに努めてきました。一方、消費者のみなさまも環境への配慮から、従来よりもモノを大切に使っていこうという意識が強くなっています。

■既存(中古)住宅市場の育成について

(各パネリストの発言は要旨)

—毛利氏—

国土交通省では人口減少社会等に対応すべく、住宅政策をストック重視に切り替えました。その一つの表れが今国会にも提出している「長期優良住宅普及促進法案」(200年住宅法案)です。日本の住宅文化はスクラップ・アンド・ビルドのように見られますが、た

とえば京都における京町家のように、我が国でも手入れをしながら、長く住み継がれている例は少なくありません。そこで長く使用できる住宅を積極的に生み出すとともに、適切にリフォームを施し、資産価値を高めていくという趣旨です。そして、リフォーム歴等を履歴(住宅履歴書)に残し、それを媒介のプロである宅建業者が適確に査定、金融機関が評価し、買い手に説明する、場合によってはインスペクション(建物調査)によって確認するという流通プロセスが定着してこそ既存住宅市場も活性化していくのではないかでしょうか。またそれに伴い、媒介契約のあり方等も検討し、併せて複雑化している現在の重要事項説明制度なども見直していく必要があるでしょう。

—池添氏—

まず「中古住宅」ではなく、「既存住宅」と呼ぶことが必要です。既存住宅では、「立地」「商品性」「価格」の3つの条件が良いものは、おのずと高値で流通されます。この3つの価値を高めるとともに、デザインを改善したり、エコロジー的な価値を付与したりするなどして、商品性を高め、選ばれる不動産を作っていくなければなりません。

既存住宅のプランティング(ブランドの価値を高める活動)が重要です。そこで必要なのは、デューデリジェンスとデータベースであり、それを実践するオークションという選択肢を今後は発展させていきたいです。

—庄司氏—

パネリストの庄司取締役執行役員

既存住宅の価値向上はハード面だけでなく、ソフト面の充実も大きな要素になっています。マンションの場合、大規模修繕の計画がきちんとあり、コミュニティーがしっかりしているところは、築25年や30年の物件でも比較的高値で売買されています。また、消費者自身の意識の変化も感じます。

既存物件の広告では、「この物件は〇〇年にリフォーム済み」といった一言を入れることで販売に役立つ時代になってきています。とくに、水回りのリフォームをしたことを知らせると、売れ行きが非常によくなっています。

—松尾氏—

情報化は進みましたが、既存住宅の情報については、実はこの20年間あまりかわっていません。全国に700万戸近い空き家があり、無駄になっているというのが実情です。

これらを流通させ、循環型住宅市場の形成が必要です。そのためには、ローンの借り換えなどに係る金融面からの支援や地

域全体を魅力的なものにしていく街づくりなどの視点が重要だと思います。

■今後の不動産流通の展望について

(各パネリストの発言は要旨)

—松尾氏—

不動産については、宅建業者が弁護士や司法書士、税理士より頼りになる存在にならなくてはと思っています。不動産の多面的な情報を持ち、その流通を担い、価値ある街づくりを支援する専門家であると自負しておりますし、その役割を果たすためにいっそうの研鑽に努めています。



—庄司氏—

不動産業は、地域に特化した情報産業でもありますし、宅建業者は情報を駆使して、地域に根ざしたサービスを提供していく必要があると思います。

—池添氏—

私は今後の不動産事業者像を「不動産家(ふどうさんか)」と呼ぶべきだと思います。また、知識と情報の共有化が重要であり、情報産業である不動産業は情報が売買できる輸出産業にもなりうる可能性があると思います。

—毛利氏—

民間競売の検討もなされていますが、国土交通省としても不動産に物件番号を付与する制度等の検討や既存住宅市場の活性化に向けた新たな不動産流通基盤の整備等に引き続き取り組んで参ります。今後も「Look Market」の気持ちを大切に不動産行政に臨んでいく所存です。

■モデレーターの川口氏による パネルディスカッションの総括(要旨)

- ・日本は不動産情報のインフラ整備はトップレベルに達しています。
- ・地域情報は宅建業者が熟知しています。
- ・一方、消費者の意識を変えていく必要があります。そのためにも「不動産取引所」を創設し、消費者の注目を集めることで、いっそうの不動産流通市場の活性化を図るべきです。
- ・地価上昇に頼らない不動産業の展開のためにも、情報が価値を生むような仕組みの構築が必要です。



フォーラム全体の司会は
福士正全宅連専務理事が
務めました。



フォーラム閉会の挨拶をする
伊藤博全宅連副会長