

平成27年3月18日(水)

中古不動産取引における情報提供促進モデル事業
活動成果発表会

住宅管理・ストック推進協会

三 好 琢

住宅管理・ストック推進協会 発表概要

1. 事業の目的
2. 事業の概要について
3. 成果物作成に至るまでの取組みについて
4. 成果物及び得られた成果について
5. 今後の活動方針について

1. 事業の目的

不動産流通市場の活性化にはプレイヤー自身が知識と情報を身に付け、役割を果たすことが必要。

消費者(売主・買手)

人生最大の買い物を納得して取引するための基礎的な知識と情報が必要。

消費者と宅建業者を繋ぐ情報伝達の仕組み作り

宅建業者

人生最大の買い物を助けるための幅広い知識、情報が必要。

宅建業者と専門業者を繋ぐ情報伝達の仕組み作り

専門事業者

適切な不動産仲介を支えるための専門サービスの提供と質の向上。

例)ホームインスペクション、瑕疵担保保険、履歴情報管理サービス

3者がしっかりと連携することで市場は活性化

2-1. 事業の概要について

消費者と宅建業者の連携、宅建業者と専門業者の連携に焦点を当てて【消費者向け説明ツール】【専門用語解説書】【業者向け説明資料】を作成して仲介現場で利用し、情報提供モデルとしての有用性を調査。

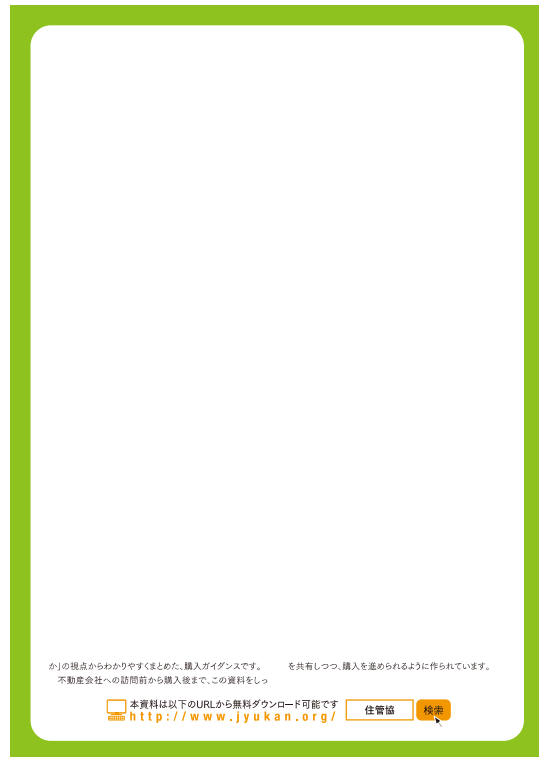
【消費者向け説明ツール】

消費者が知っておくと不動産取引時に役に立つ情報を取りまとめ、ホームページ上に公開。

1. 物件購入を思い立った消費者がインターネット上で検索し、参考とする。
2. 物件購入のために来店した消費者へ宅建業者が説明資料として利用。
3. 取引業務進行中の消費者へ宅建業者が現状確認と今後の段取りを共有する業務資料として利用。
4. 宅建業者が専門業者と事業連携するための説明資料として利用。

【専門用語解説書】

専門性が高く宅建業者も理解していない可能性がある事項をまとめた補助資料。



2-2. 事業の概要について

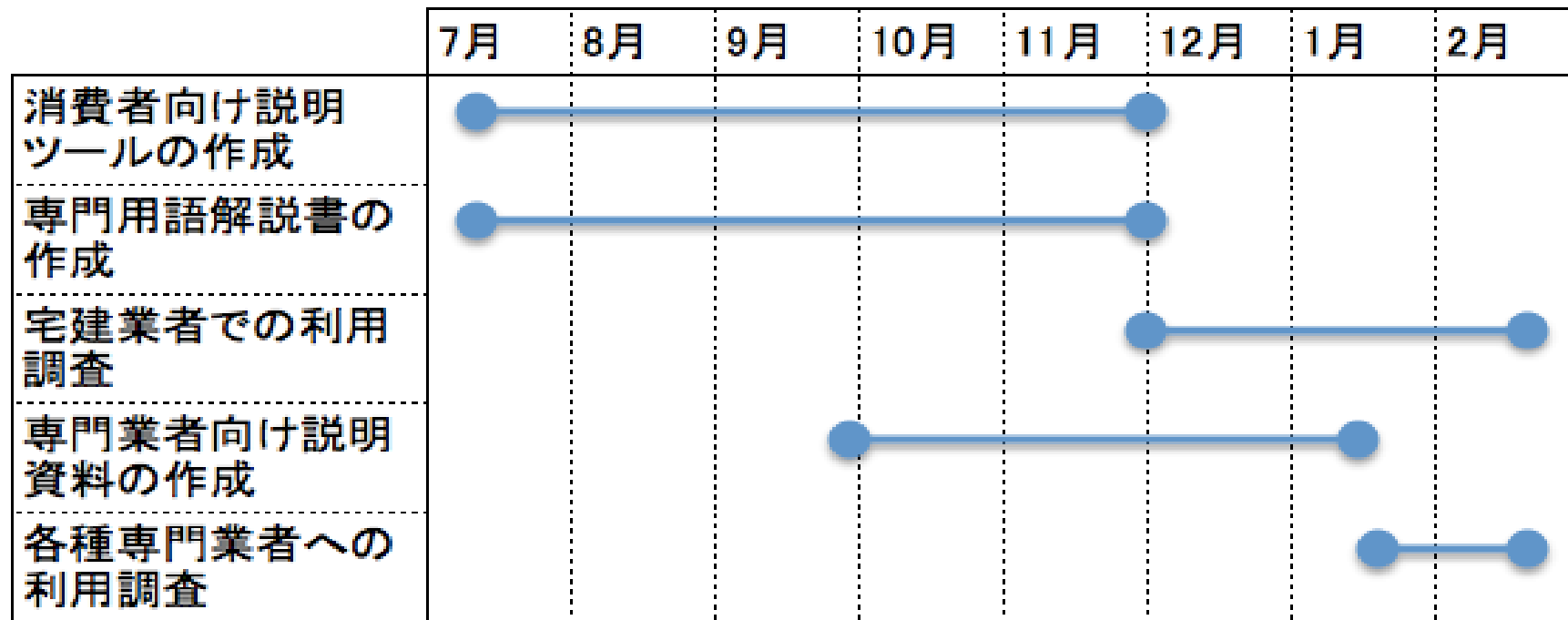


【専門業者向け説明資料】

ホームインスペクション、住宅履歴情報管理サービス等の新規専門サービスの仲介における位置付け等。

1. 宅建業者が各種専門サービスを消費者に提供するに際しての事業者間連携の説明に利用

3. 成果物作成に至るまでの取組みについて



消費者向け説明ツールの利用調査

1. 導入前の宅建業者アンケート
2. 導入後の宅建業者アンケート・ヒアリング
3. 消費者アンケート

専門業者向け説明資料の利用調査

1. 各専門サービス提供事業者ヒアリング

4-1. 成果物及び得られた成果について

消費者、宅建業者、専門事業者への調査によって以下の成果を得た。



(調査対象)
宅建業者3社
営業担当者計6名
12月～2月

消費者は資料の必要性を支持

「見開きのフローチャートは分かり易かった」

「こういった資料があると助かります」等のコメント

宅建業者も資料の必要性を支持

「今までお客様への口頭説明だけではなかなかご理解頂けなかった点に付いても**直ぐに理解頂けた**」「お客様と内容を順番に読み合わせるだけで不動産取引に関する**一連の説明を行うことが出来た**」「宅建業者が説明すべきことが平易な表現で網羅されているため**社員教育にも利用できる**」「これまで不動産取引の一連の流れを説明する資料がなかったのでとても便利」「大切な点に付いては蛍光ペン等で印をしながら説明するとお客様の反応が良かった」

調査協力の宅建業者3社とも業務資料として採用

4-2. 成果物及び得られた成果について

「消費者向け説明ツール」利用による効果。

消費者は流れを理解してして不動産取引ができる

* インспекションサービス実施者は7組中5組。
(残り2組は新築購入者と築浅マンション購入者)

宅建業者は消費者に一定レベルの説明ができる

* 宅建業者の消費者に対する説明のバラツキを解消。

説明漏れを防ぐことができる

取引の流れを効率的に説明が出来る

「専門用語解説書」利用による効果。

業務歴の浅い担当者でも専門事項を説明できる

4-3. 成果物及び得られた成果について

消費者、宅建業者、専門事業者への調査によって以下の成果を得た。



(調査対象)

専門サービスを提供する専門事業者、工務店、ハウスメーカー、宅建業者、建築士

宅建業者が各専門サービスについての認識が低い

- 宅建業者からのホームインスペクション依頼は少ない。消費者からの問合せ、もしくは住宅ローン控除利用の観点から照会あり。
- 住宅履歴情報管理サービスは宅建業者からの依頼ゼロ。ハウスメーカー、工務店以外では同サービスを提供している宅建業者が自社仲介顧客を対象に実施しているのみ。
- 一方で、各専門サービス業者と消費者の接触機会は少なく、消費者の補佐役である宅建業者が専門業者と連携する必要がある。
- 講習会等を開催し、専門サービスへの理解を深め、事業者間連携の機会を作ることが必要である。

4-4. 成果物及び得られた成果について

消費者、宅建業者、専門事業者への調査によって以下の成果を得た。



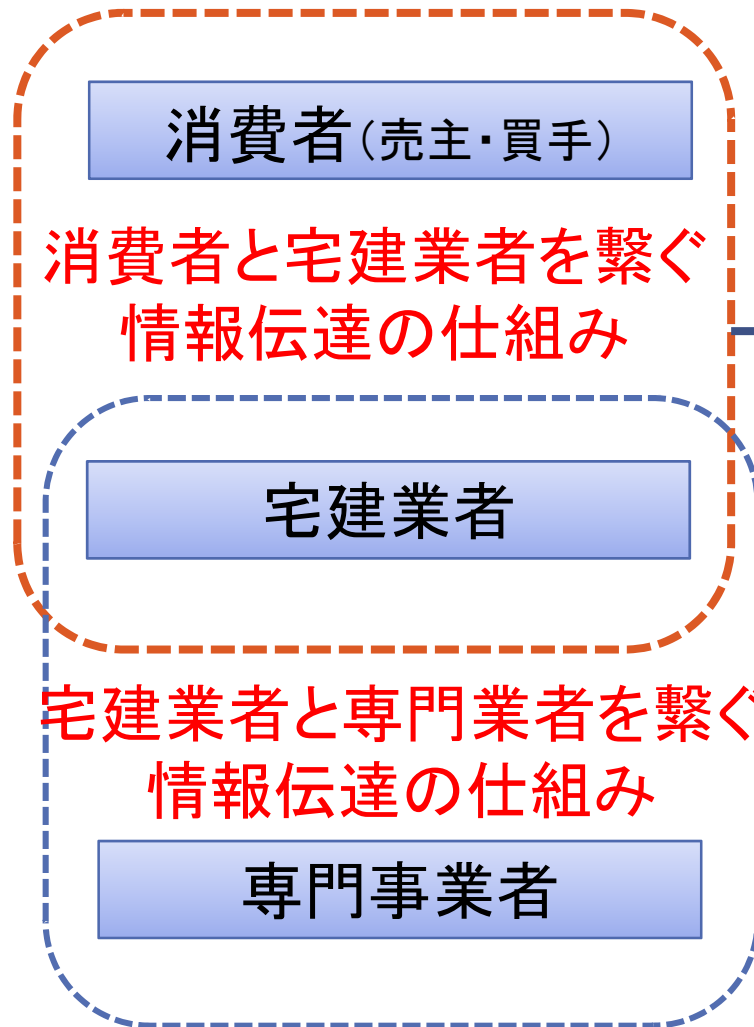
(調査対象)

専門サービスを提供する専門事業者、工務店、ハウスメーカー、宅建業者、建築士

専門サービス会社が事業者間連携を行う必要性について理解を促進

- 本協会から各専門サービス会社に対して消費者が安心して中古住宅を購入するためには専門サービスを提供することが重要であることを説明した。
- その結果、専門サービス会社は仲介業務を行う宅建業者と連携する必要性があることについての理解が進んだ。

5. 今後の活動方針について



3者を繋ぐ役割の割進

消費者、宅建業者、専門事業者の3者が
安心して中古住宅を取引するため必要事
項を理解することが流通活性化の第一歩。

本事業の成果を共有するための活動を継続します

