

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

一般社団法人 日本不動産流通アソシエ

代表理事 工藤英寿

# 1. 事業の目的

**目的：流通を阻害する要因の排除**

**【消費者へ売買決断時に不可欠な市場動向情報の適性な提供団体】**

消費者の売買の理想（希望）と現在の市場の売買取引状況（現実）とのギャップにより希望の物件の発見、購入希望者の発見が長期化している。

消費者の半数が「不動産価格の適性な相場がわからない」等の情報不足問題がある

**結論：消費者へ「理想と現実の差を埋める為の情報」が必要である**

その問題を解決し

**「売買期間の短縮」 「売買価格の最大化」を目的とした**

## ①不動産情報プラットフォームの提供（BtoBtoC）

現在の市場物件の売買取引状況（不動産物件市場の動向や網羅された情報、現在売却中の物件情報、直近で売買された物件の情報）

## ②専門家による情報提供（エージェント制）

その市場に対し、より短期で理想（希望条件）に近い物件、また条件で売買を成立する為の、方法や手段の提供を行う専門家（エージェント）のサービスの提供を行う。

# 1. 事業の目的

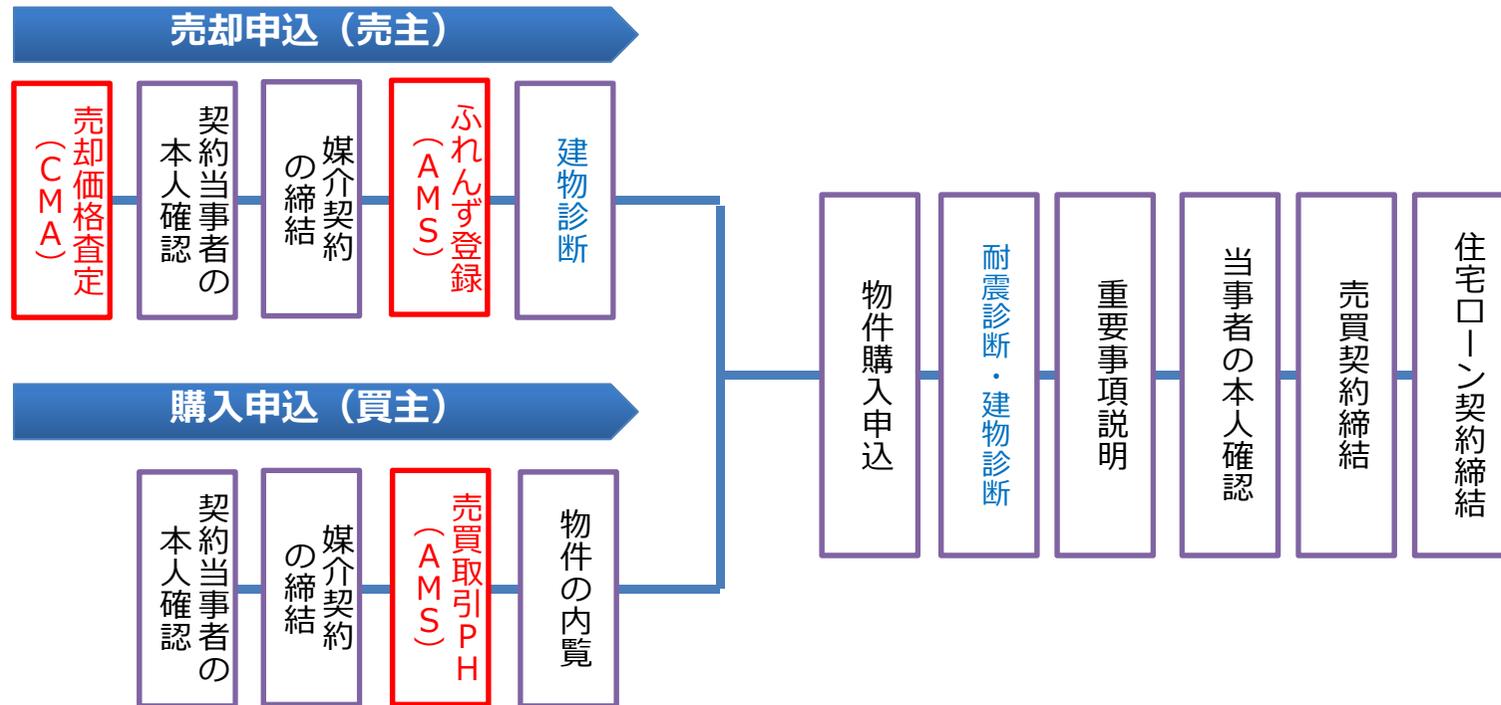
---

## **方針：中古住宅の売買促進を実現するパートナーシップの具体化**

- **不動産価格の善循環を目指した流通市場の実証実験**
  - 売却期間の短縮により価値の損失を防ぐ
  - 消費者の決断に必要な市場動向情報の提供
  - 業者間が連携し統一された思想とルールによる活動
- **消費者への流通阻害要因の排除**
  - 売買時の決断に不可欠な情報の消費者への提供**
    - 網羅された売買物件情報
    - 直近の成約情報により市況分析
    - 必要有益な情報提供の促進（流通促進事業関連 補助 保険等）
    - 消費者保護のパートナーシップルール（規約、罰則）

## 2. 事業の概要について

- 取引における情報提供タイミング

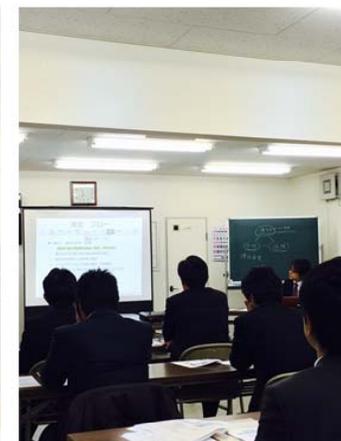


### BtoBtoC

情報提供ツールやマニュアルはエージェント（個人単位）へ提供  
エージェントから顧客へ情報を解説

### 3. 成果物作成に至るまでの取組みについて

- A) 社団法人の設立（情報提供による流通促進）
- B) 地域有力団体、企業への啓蒙活動
- C) 規約作成ワーキンググループ（WG）
- D) 物件情報システムデータ構築WG（連携収集配信）
- E) 取引業務フロー作成WG
- F) 住宅不動産流通状況の調査、分析業務WG
- G) 研修会、講習会の開催
- H) アソシエ会員企業登録
- I) 消費者への告知活動WG



## 4. 成果物及び得られた成果について

### 成果物①理念を共有するシンジゲート（業者間における情報連携）の形成

No.	社名	宅建番号	住所
1	青山地建(株)	福岡(10)第6156号	筑紫野市二日市北2-4-6
2	不動産サービス福岡(株)	福岡(3)14976号	大野城市上大利4-2-16
3	(株)大好産業	大臣(2)第7827号	大野城市筒井4-1-12
4	(有)ハウスマーケット	福岡(4)第14083号	福岡市南区野間4-2-10
5	(株)タカラホーム	福岡(8)第8642号	福岡市南区野間3-14-29
6	フラックスコーポレーション(株)	福岡(3)第14639号	福岡市南区野間1-15-12
7	(株)アーキテックス	福岡(2)第15887号	春日市一の谷1-126
8	(株)広田建創	福岡(1)第14705号	筑紫野市武蔵3-2-26
9	(株)アイム	福岡(1)第17229号	福岡市南区若久1-2-31九積ビル3F
10	(株)三好不動産	大臣(2)第7912号	福岡市中央区今川1-1-1

地元有力不動産会社、全国ネットの（売買仲介）FC店が加盟  
（センチュリー21、ERA、イエステーション、HOUSEDO等）

### 地域の売買取引の主要企業が加盟

50万人商圏に50名の  
エージェントを配備



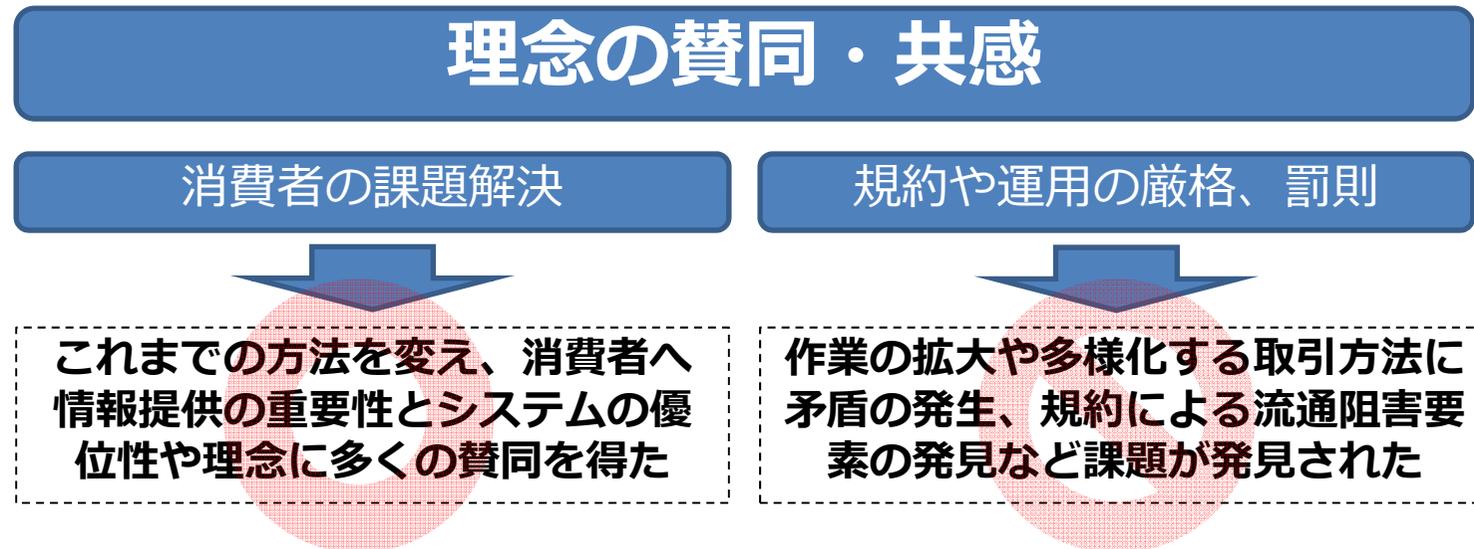
月間約480取引中  
約80取引に関与  
(約17%)



日本不動産流通アソシエホームページ

## 4. 成果物及び得られた成果について

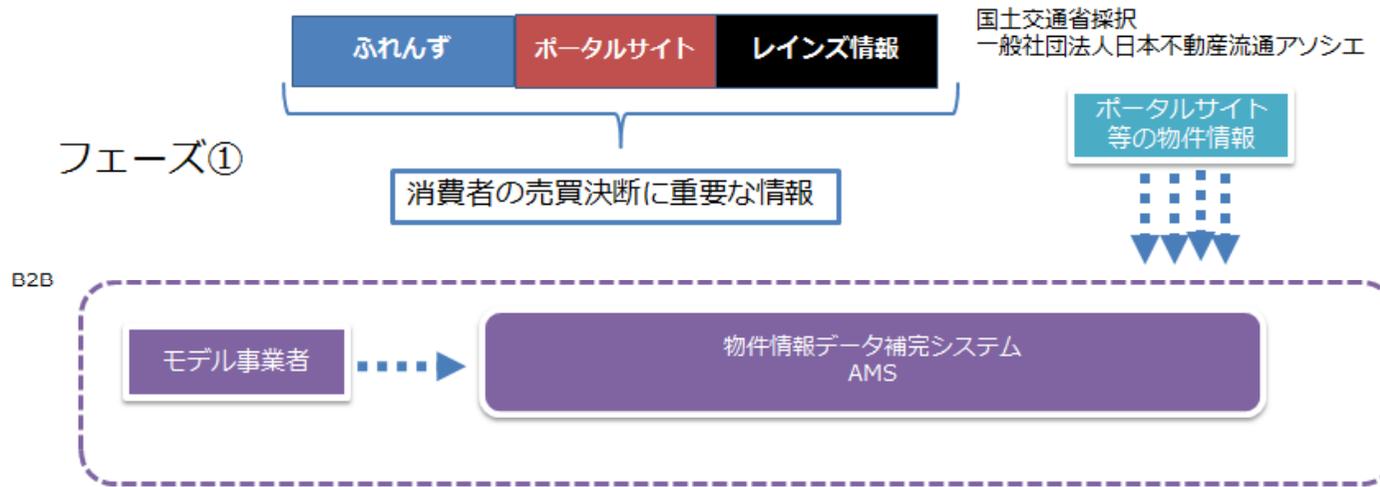
### 成果物②理念に対する賛同・共感



今年度成果としては、賛同する各社の業務フローが異なることもありアソシエとして統一された仕組みは構築できなかったものの、会員規約や誓約書などメンバーとして活動するために必要な書類についての方向性を示すことができたこと、また、各書類を取引のどの段階で提示するかというルールの素案を構築できた。

# 4. 成果物及び得られた成果について

## 成果物③取引過程における情報提供ツールの整備

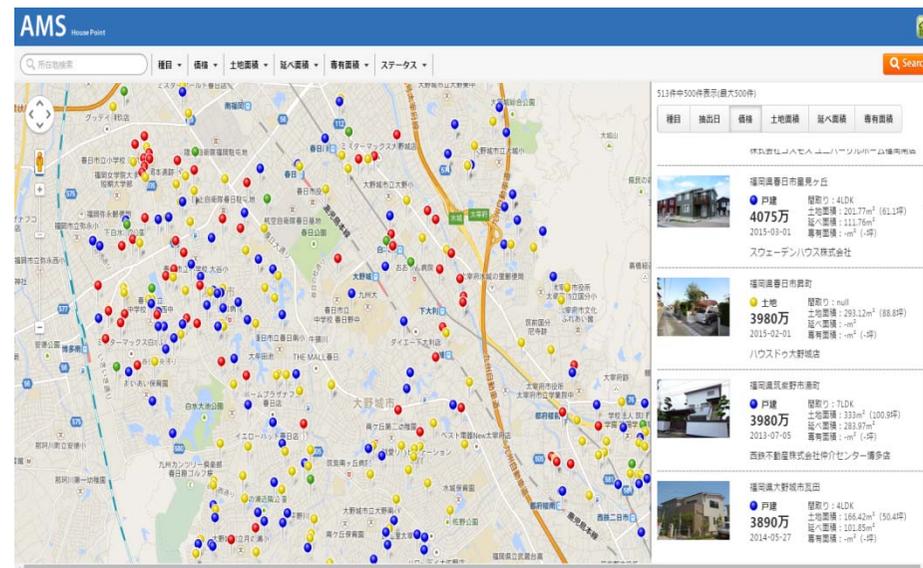


### 【提供できる情報】

- ・ 地域ごとの物件の相場
- ・ 近隣物件比較情報 CMA の作成情報

### 【活用方法】

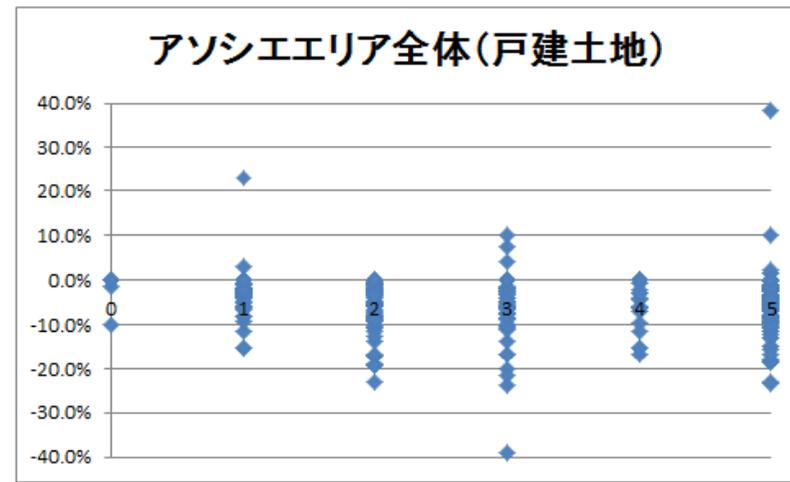
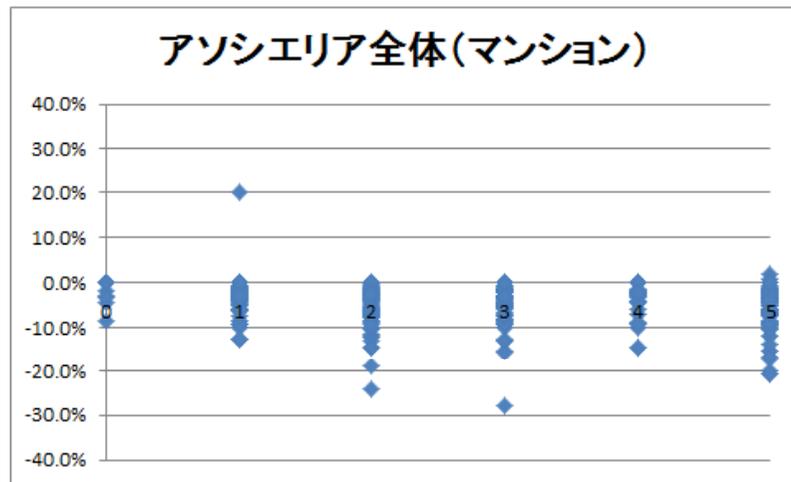
物件条件を入力しその物件情報をPC、タブレット等で一覧、そして地図GIS表示し、市場の相場や物件比較を円滑に行う為の仕組み



# 4. 成果物及び得られた成果について

## 成果物④物件の動きの変化

### 情報提供における価格の振れ幅に関するグラフ



対象エリア全体 マンション	-25% 以下	-25%~ -15%	-15%~ -5%	-5%~ 5%	5%~ 15%	15%~ 25%	25% 以上	総計
7日以内			1	13				14
8-30日以内			17	133		1		151
31-60日以内		2	33	117				152
61-90日以内	1	2	27	76				106
91-120日以内	2		8	40				50
121日以上	1	9	39	89				138
総計	4	13	125	468		1		611

構成比  
0.7% 2.1% 20.5% 76.6% 0.0% 0.2% 0.0%

うち、0.0%件数 275  
45.0%

対象エリア全体 戸建土地	-25% 以下	-25%~ -15%	-15%~ -5%	-5%~ 5%	5%~ 15%	15%~ 25%	25% 以上	総計
7日以内			1	6				7
8-30日以内		2	10	87		1		100
31-60日以内		8	33	77				118
61-90日以内	1	5	20	44	2			72
91-120日以内	1	3	6	21				31
121日以上	1	10	47	129	1		1	189
総計	3	28	117	364	3	1	1	517

構成比  
0.6% 5.4% 22.6% 70.4% 0.6% 0.2% 0.2%

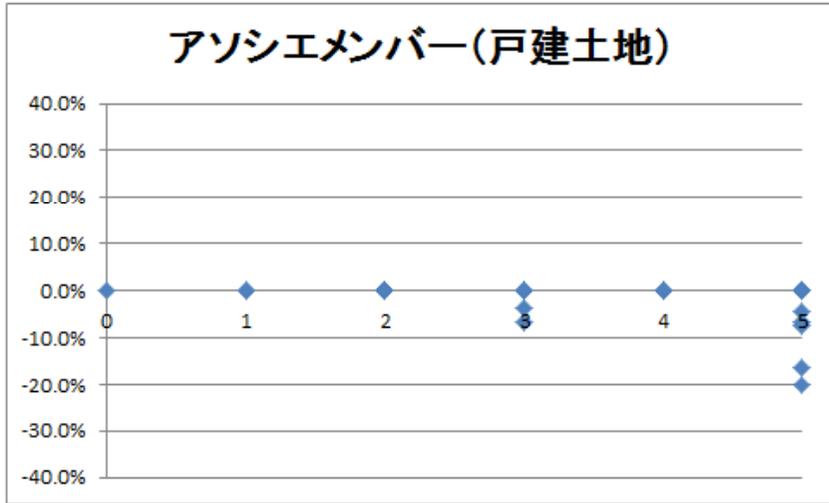
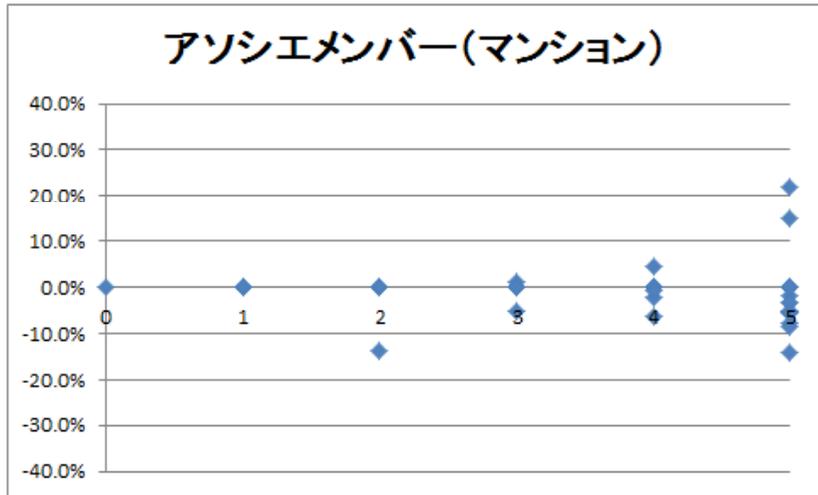
うち、0.0%件数 236  
45.6%

福岡市南区・大野城市・春日市・太宰府市・筑紫野市の全体取引事例において、成約期間区分別（横軸）に、当初価格からの変動幅を縦軸にマトリクスに図示して状況を見たものです。

# 4. 成果物及び得られた成果について

## 成果物④物件の動きの変化

情報提供における価格の振れ幅に関するグラフ



メンバー マンション	-25% 以下	-25%~ -15%	-15%~ -5%	-5%~ 5%	5%~ 15%	15%~ 25%	25% 以上	総計
7日以内				1				1
8-30日以内				4				4
31-60日以内			1	4				5
61-90日以内			1	13				14
91-120日以内			1	14				15
121日以上			7	8	1	1		17
総計			10	44	1	1		56

構成比  
0.0% 0.0% 17.9% 78.6% 1.8% 1.8% 0.0%  
うち、0.0%件数 37  
66.1%

メンバー 戸建土地	-25% 以下	-25%~ -15%	-15%~ -5%	-5%~ 5%	5%~ 15%	15%~ 25%	25% 以上	総計
7日以内				1				1
8-30日以内				2				2
31-60日以内				8				8
61-90日以内			1	4				5
91-120日以内				3				3
121日以上		2	2	9				13
総計		2	3	27				32

構成比  
0.0% 6.3% 9.4% 84.4% 0.0% 0.0% 0.0%  
うち、0.0%件数 25  
78.1%

同エリアにて今回シンジゲート（業者間における情報連携）会社の事例において、成約期間区分別（横軸）に、当初価格からの変動幅を縦軸にマトリクスに図示して状況を見たものです。これによれば、提供情報の網羅を高め「相場」を示すというセールスステップを取り入れている会社の取引では変動幅が小さいことがわかります。報提供により市場の売買物件と自分の物件を比較し、適性相場での売却を行った結果、最終的な値引きや価格変更を行わなくても売買される可能性が高い事が示された。

## 4. 成果物及び得られた成果について

### 成果物④物件の動きの変化

平成26年7月から1月までの売却顧客の状況確認（モデル店3店舗の取り組み報告より）

売主へCMA情報提供	適正価格で売却	希望価格で売却
成約までに要する平均期間	36.4日	133日

平成26年7月から1月までの購入顧客の状況確認（モデル店3店舗の取り組み報告より）

買主へNW物件情報提供	現実理解で検討	理想重視で検討
成約までに要する平均期間	36.1日	109日

## 4. 成果物及び得られた成果について

### 成果物④物件の動きの変化

#### アソシエエリアにおける、アソシエメンバー・それ以外の平均取引期間（日数）

アソシエ対象地域

平均 / 市場登録期間

市場登録期間区分	8-30日以内			31-60日以内			61-90日以内			91-120日以内		
モデル事業開始前後	開始前	開始後	効果 (差分)	開始前	開始後	効果 (差分)	開始前	開始後	効果 (差分)	開始前	開始後	効果 (差分)
中古マンション												
アソシエメンバー	19.9	13.5	-6.4	34.4	40.5	6.1	71.7	75.7	4.0	106.5	110.7	4.2
メンバー以外	18.9	18.9	0.0	45.4	44.2	-1.2	75.1	72.9	-2.2	103.8	100.2	-3.6
効果(差分)	-	-5.4		-	-3.7		-	2.7		-	10.5	
中古戸建												
アソシエメンバー	15.3	29.6	14.3	54.9	46.4	-8.5	86.3	83.6	-2.7	117.3		
メンバー以外	19.1	19.2	0.2	47.4	45.1	-2.3	73.8	75.4	1.5	107.1	109.0	1.9
効果(差分)	-	10.3		-	1.3		-	8.2		-		
土地												
アソシエメンバー					38.3	38.3	73.8		-73.8	104.3		-104.3
メンバー以外	20.6	21.3	0.8	43.3	46.3	2.9	73.7	75.6	1.8	105.5	108.0	2.5
効果(差分)	-			-	-8.0		-			-		

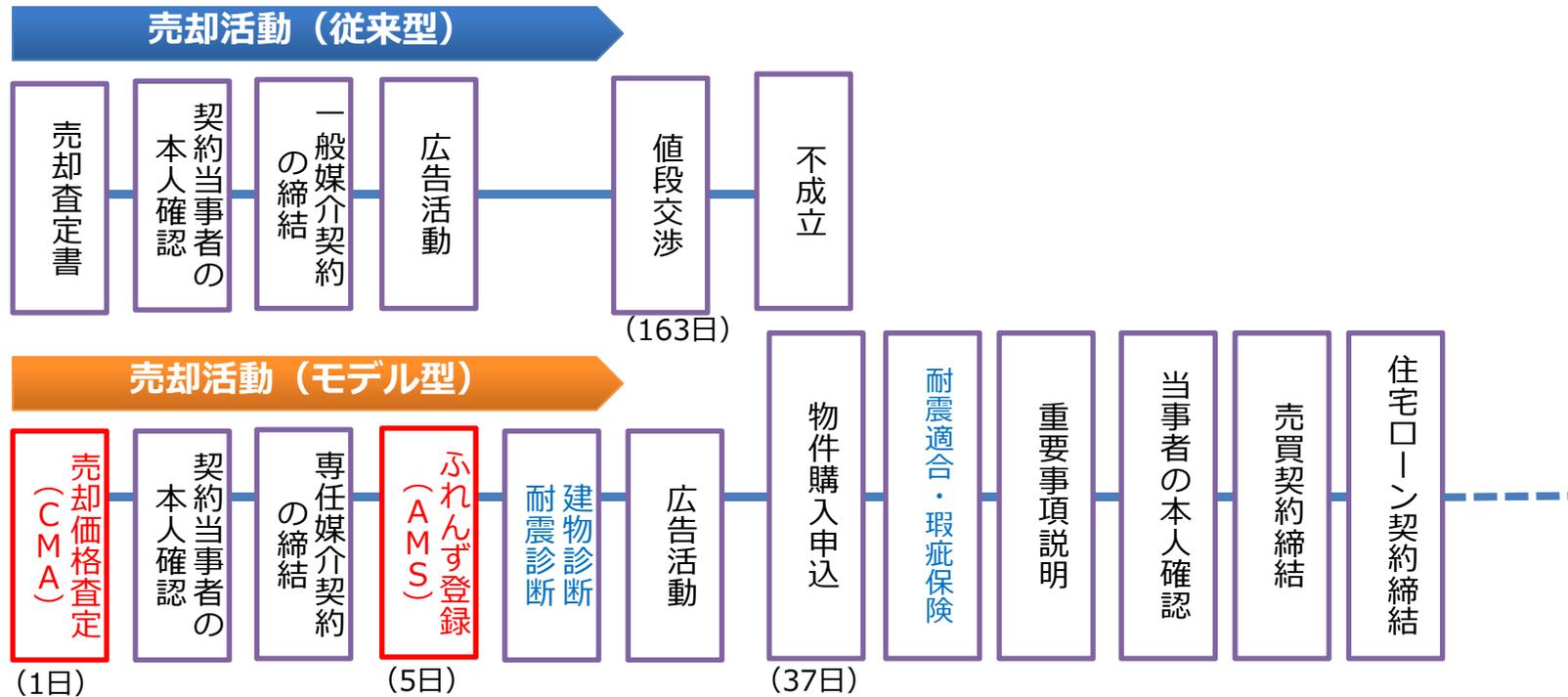
モデル事業が始まった時期以降（2014年7月以降）の取引について、シンジゲート（業者間における情報連携）会社の取引における成約期間の平均値を詳細に見ると、マンションでは、1か月以内の取引で6.4日短縮、戸建では2か月以内の取引で8.5日、3か月以内の取引で2.7日の短縮が確認できる。また、モデル事業の取り組み前後という比較ではなく、シンジゲート（業者間における情報連携）会社の取引かそれ以外かを比較すると、マンションで1か月以内の取引で5.4日早く、2か月以内の取引で3.7日早いという結果が確認できます。

全体的な改善までは見られませんでしたでしたが、シンジゲート（業者間における情報連携）会社の効果として認められるものと考えます。

# 4. 成果物及び得られた成果について

## 成果物④物件の動きの変化

事例1: 通常の売買取引方法で約163日売却できなかった物件が  
規約に則った活動と業務フローの実施により37日で売却が終了



情報連携アソシエ (NW)	NWなし	NWあり
成約までに要する平均期間	163日	37日
購入申込価格	¥ 1480万	¥ 1980万
手数料収入	50.4万円	65.4万円
日数あたり生産性	¥ 3,092	¥ 17,675

## 5. 今後の活動方針について

- 情報提供事業者の拡大

### アソシエ会員エージェントの増加

情報提供により市場の動向や相場など消費者が売買の決断における

- ①理想（希望条件）と 現実（現在の市場取引実態）の差を埋める情報提供
- ②情報提供方法の統一化へ向けた 課題の解決
- ③業者間連携と共同仲介の生産性の向上成果共有

### データや事例の共有

事例（ケース）などが数多く生まれてきている。いろいろな消費者や物件がある為、方法やひと括りにするは困難だが 情報流通促進の実証データや事（ケース）を共有することでエージェントの質や情報量が向上する。

この善循環を継続して行う事、そして更なる賛同者エージェントの増加に努めたい。

### 課題として

事務局運営に関しての支援、実証実験として活動支援を引き続きお願いしたい。

レインズなど機関システムとの連携や改善に積極的に意見交換し、改善改革によりエージェントが使える、流通を妨げない情報システムを確立したい。

## 6. その他

- **適正な市場相場の形成への取り組み**

2つの課題の解決が急務となる、

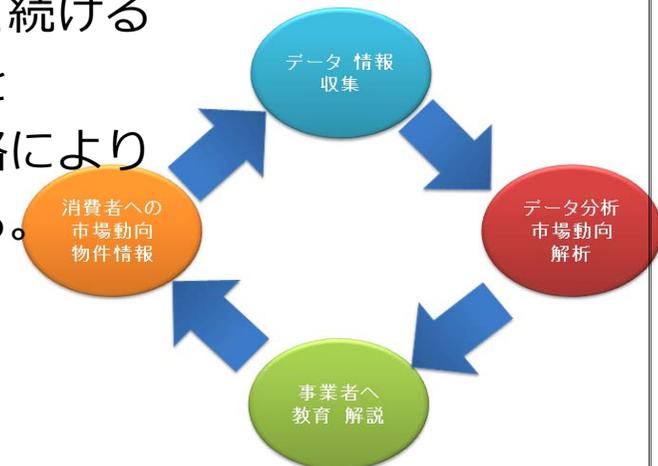
① **相場以上の売出し価格を最小限にする**

② **相場 以下の価格での売却活動を最小限にする**

この問題を解決する為には現在の市場の適性価格 = 網羅された物件情報が不可欠であり、事業者に向けた継続的な物件情報提供が必須であり、売主に対し相場情報を影響し、適切な価格で売却活動に努めなければならない。

- **好循環を生む住宅不動産流通社会の実現へ向けて**

連続して図のように市場動向を観測し、役立て続ける必要がり、**小商圈における業者間の情報連携**を確立する事で、小商圈内に置いての適切な価格により近づき、短期間で売買を実現することができる。



好循環を生む住宅事業者のタスクとその関連

