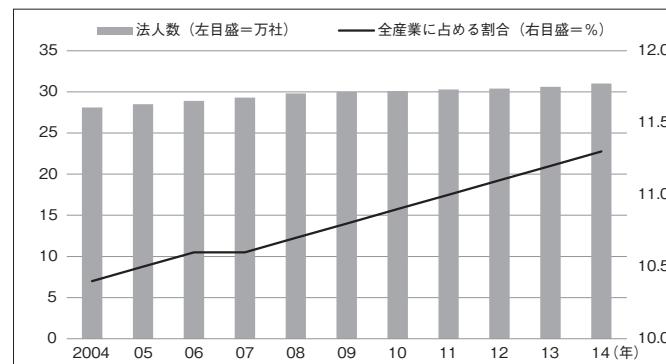


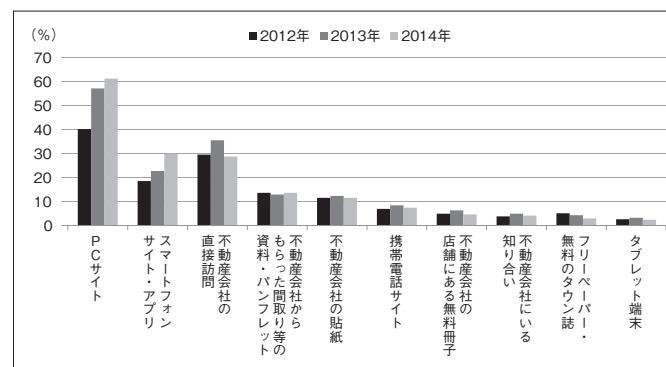


図表1 不動産業の法人数と全産業に占める割合の推移



(資料：不動産流通推進センター『2016不動産業統計集』)

図表2 部屋探しの時の利用情報源（複数回答・上位10項目）



(資料：リクルート住まいカンパニー『2014年賃貸契約者による部屋探しの実態調査（首都圏版）』)

遇を行っているか、社員が定着しているかななどを見ておきたい。

中小零細企業から一定のプロセスを経て中堅クラスに発展していくためには、既存事業だけではなく、今後の成長分野への取組みが進んでいるかどうかも重要なポイント。わが国ではすでに人口が減り始めているうえ、近い将来世帯数の減少も始まる。これらは、不

動産業界にとってニーズの減少を意味する。

新築住宅や中古住宅の売買・賃貸・仲介・管理といった業務だけでは、大きな成長は期待できず、むしろじり貧になる可能性が高い。それを補うためには、成長が期待されるリフォーム市場（別項で解説）への参入、また、高齢化の一層の進行に対応して、サービ

ス付き高齢者向け住宅等の、高齢者向け事業などへの進出が不可欠になっている。

不動産テックの流れを受けたITスキルがあるか

さらに、最近では「不動産テック」が注目されている。これは、金融分野においてIT技術が活用され、新たな金融サービスが次々に生み出されている流れ「フィンテック」の不動産業界版。すでに、リクルートとマイクロソフトのコラボレーション、ヤフーとソニー不動産とのコラボレーションによる新ビジネスなども登場している。

この不動産テックによつて異分野からの参入も激しくなる可能性があり、生き残り競争はいつそう熾烈なものにならざるを得ない。たとえそうした領域まで達しなくとも、一定

のITスキルがないとやっていけなくなりつつあるのは確かである。

従来、消費者が不動産情報を収集する場合には、不動産会社に足を運んで情報を集めるというのが基本だった。もちろん、情報誌や折込みチラシなどの情報をもとに、不動産会社の店頭に足を運んで物件を絞り込むという人も少なかった。

しかし、最近では図表2にあるように、パソコン・スマホなどで情報を集め人が中心という傾向に変化している。入手できる情報も充実しているので、事前にしっかりと絞り込み、訪問する不動産会社は1社だけというケースが中々なってい。中には、1社も訪問しないまま物件を決めたといふ人もいるほどだ。

今後は、こうした傾向が賃貸分野だけではなく、売買やその他の分野で広がっていくのは必至。それだけに、不動産テックとまではいかなくとも、一定のITスキルの確立が不動産会社の発展には欠かせない。

案件獲得のために優良住宅業者との関係を深めよう

STEP 1

住宅ジャーナリスト 山下和之

STEP 2

住宅ローンアドバイザー 谷口 敬

住宅業者の中から、優良先・成長先を見極めるポイントとアプローチ法を解説する。

業者1

高度なITスキルが必須

不動産業者

不動産業は、情報産業といわれる。宅地建物取引士の資格を持ち、周辺の不動産に関する情報

情報を有していれば「電話一本で開業できる」ビジネスであり、参入障壁は低い。もちろん、開発業など膨大な資金が必要になるが、不動産売買・賃貸の仲介であれば、ほとんど元手も必要ない。極端にいえば、オフィスなしでも開業できてしまう。

このため、業界で一定の経験を積んだ人による独立開業が多い。図表1にあるように、不動産業に携わる法人数は31万社を超え、全

法人に占める割合は11・3%にも達している。日本の企業の9社に1社は、不動産業を営んでいる計算になる。

しかしその分、事業規模の小さい企業が大半を占める。全産業では従業員規模が5人未満の事業所の割合は6割弱だが、不動産業界では9割近くに達している。

今後の成長分野への取組みが進んでいるか

不動産業者には中小零細規模の企業が多いことから、それだけにその経営の安定度、成長力などについては十分な見極めが必要にな

る。中小零細企業が成長を目指す過程においては、ヒト・モノ・カネなどの様々な面で無理をせざるを得ない面が出てくるものだが、特に不動産業においては、社員の待遇面で歩合給による処遇、長時間労働などの問題が発生しがちといわれる。ブラック企業と噂される例も少なくなく、結果、社員の定着率が低い会社が多いともいわれる。

まずは、社員をしっかりと育成していく姿勢があるか、十分な待



業者別 地元の優良・成長先は「このように見極める