



# 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

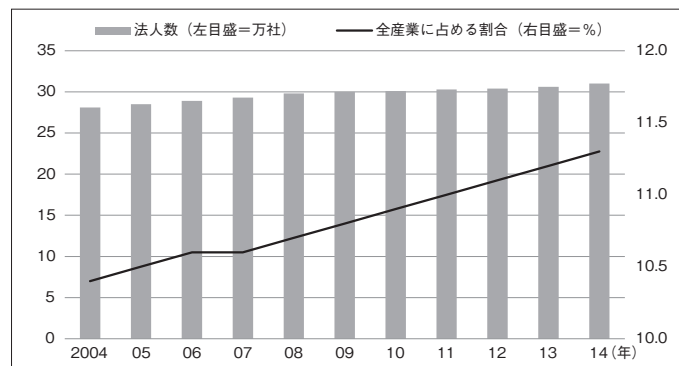
住宅ジャーナリスト 山下和之

## STEP 2

住宅ローンアドバイザー 谷口 敬

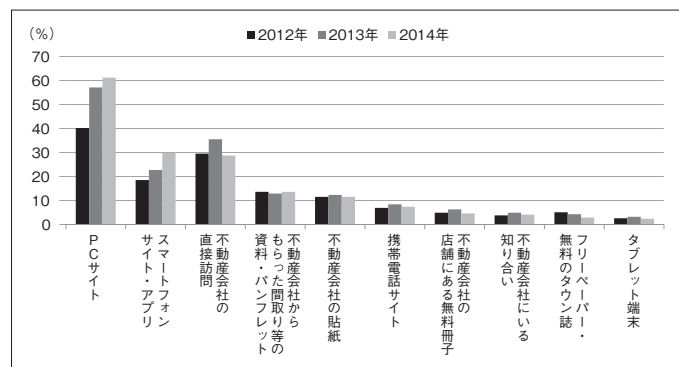
住宅業者の中から、優良先・成長先を見極めるポイントとアプローチ法を解説する。

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年賃貸契約者に見る部屋探しの実態調査 (首都圏版)」)

この不動産テックによる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ても、一定

のITスキルがないとやっていけない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、不動産会社の店頭で足を運んで物件を絞り込むという人も少なくなかった。

遇を行っているか、社員が定着しているか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重要なポイント。わが国ではすでに人口が減少の減少も始まる。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たITスキルがあるか

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る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ため、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心になっている。中には、1社も訪問しないまま物件を決めたという人もいるほどだ。

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、全業

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

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1**

**社員育成への取組みや  
高度なITスキルが必須**

不動産業者

**STEP 1 業者別 地元の優良・成長先はこのように見極める**

