不動産市場とインターネット

磯部　裕幸

1．本格化しつつあるネットワーク社会

言葉だけが先行していた感のあった“情報化，ネットワーク化”が，いよいよ社会全体の基本的なインフラになってきた．コンピュータ・テクノロジーの進歩とそれに伴う低コスト化がその原動力になっていることは言うまでもないが，通信回線を利用しての膨大な情報のやり取りを可能にするさまざまなハード・ソフトが急速に進歩してきたことがアクセルの役割を果たし，スピードが急激に加速されている．

一方ネットワークとは，人と人，会社と会社，会社と人など，ありとあらゆる局面での“関係”や“間柄”のことだと言えよう．それでは，人の発する肉声や，活字になった出版・印刷物やテレビ・ラジオなどの電波や，電話やファックスなどのこれまでのメディアに加え，なぜデジタル化された情報のやり取りによるコミュニケーションが，急激に“社会の基本インフラ”とさえ言われるようになってきているのか．

大きく言えば，政治・経済・社会・文化などのグローバリゼーションがすすむ中，“誰でも・どこからでも・誰とでも”コミュニケーションを交わすことのできる手だてがどうしても必要になってきたからであり，世界的な“非右肩上がりの経済”の下では“低コスト”のコミュニケーション・システムが不可欠になってきたからであろう．

一方，“グローバル・スタンダード”に向けたあらゆるセクターにおける情報公開は，待った無しの社会的責務であり，インターネットの活用が，その実現手段として最も効率的だからこそこれほどまでに急速に普及してきていると言えるのである．逆に言えば，ネットワーク技術の急速な進歩とその実用化・一般化こそが，情報公開を否応なく迫っているのかもしれない．

2．情報産業としての不動産流通業

不動産流通業は，マルチメディア化，インターネット活用とどのような関係にあるのだろうか．

その前に，①マルチメディア化，②ネットワーク化，③インターネット化を分けて考える必要があるだろう．マルチメディア化とは，文字，画像，音声など各種の情報を棚（1台または多くのコンピュータ）の中にデジタル化して整理し，好きな時に好きな情報を取り出せるようにしておくことであり，ネットワーク化とは，複数の棚に収まっているそれらの情報が，1台の棚からでもすぐに取り出せるように棚同士をつなぐことであり，インターネット化とは，それら複合的な情報を有料・無料を問わず第三者に一般公開することだろう．①をいかに整備するかはすべての業界にとって現在の基本的な課題だろうが，①が十分浸透しないままに不動産業界で必要性だけが叫ばれているのが②であろう．ただし，時代の要請は，③をいかに早く取りいれられるかどうかというところに一気に到達しているということであろう．

さて，住宅を購入したり建築したりしようとする際に，まず最初に情報誌を買ったり展示場に足を運んだりして入手する事前情報とまったく同じかそれ以上の内容がインターネット上で入手可能だとすれば，消費者は自分の好きな時に好きな場所からそれらを入手できるだろう．しかも，インターネットのリアルタイム性から，日々刻々と更新されている最新情報を入手できるのである．電話で問い合わせることもなく，営業マンのセールス・トークに身構えることもなく，自宅でコーヒーを飲みながらである．さらに，気に入ったいくつかの物件や企業があった場合には，電子メールで問い合わせをすればより具体的な情報を個別に受け取ることもできる．かりに新築マンションで間取の変更を希望するとすれば，変更後の新しいプランを電子

いそべ　ひろゆき　不動産鑑定士・米国不動産カンセラー
株式会社ヒロ・アンド・アソシエイツ
〒171-0033　豊島区高田1－36－14－603

© 日本オペレーションズ・リサーチ学会．無断複写・複製・転載を禁ず．

表1　RTJが紹介している住宅・不動産・建設関連企業のホームページ数

	96/1/1	96/4/1	96/10/1	96/12/1	97/1/1	97/4/1	97/10/1	97/12/1	98/1/1	98/4/1	98/10/1
建設関連企業／個人*1	14	22	74	85	134	181	303	354	372	449	597
住宅・不動産関連企業／個人*2	42	97	367	524	581	830	1,328	1,458	1,525	1,782	2,266
合　計	56	119	441	609	715	1,011	1,631	1,812	1,897	2,231	2,863
指　数	1	2.13	7.88	10.88	12.77	18.05	29.13	32.36	33.88	39.84	51.13

*1：大手ゼネコン・工務店・リフォーム関連などを含む.
*2：広告代理店や公社・公団などを含む.

メールで受け取ることも十分可能だということである．つまり，不特定多数に対してホームページで大量の情報を提供することで，潜在顧客とのダイレクトなコミュニケーションの道がまず拓かれ，個々の顧客との間ではより具体的な中身の交渉も可能になるということであり，これらすべてが電子的なやり取りにより進行するということなのである．

消費者＝顧客がこのようにネットワークに参加し，かつインターネットをどんどん使うようになっていくのだとすれば，企業の側がそれらをもっと使いこなせなければならないのは当然だろう．次に，不動産業が“情報”を商品として扱う業種であることを考えた時，世の中の情報化に背を向けていることは最早絶対的にできないだろう．「現地に行き，物件をチェックし，周辺環境を目で確かめ，金融機関への借入申請をし……」，という不動産に関わる意思決定の基本的プロセスが不変であることは当然だが，情報の蓄積や伝達方法が時代とともに変化することも当然である．

つまり，“商品としての情報”をこれまでとは比較できないほど効率的に運用できる手段としてのマルチメディア化は，不動産業界が好むと好むと好まざるとに関わらず取り組まなければならない最重要課題なのである．

3．急展開のわが国不動産業界におけるインターネット利用

私が開設している“リアル・タウン・ジャパンーRTJ”〈http://www.rtj.co.jp/〉（インターネット版不動産業電話帳のようなもの）でご紹介している不動産に関連するホームページの過去3年間余りの急増ぶりを見れば，業界におけるインターネット活用がもはや止めることのできない大きなうねりになってきていることは明白である．一方これら不動産関連ホームページの内，70％以上もの企業が物件情報（賃貸・売買など）を発進している．インターネット活用が単なるお遊びや試験運用ではなく具体的なビジネスの中で着実に位置づけられてきているということなのである．

インターネットは，パソコンと通信回線を介して，①誰でも②どこからでも③手軽かつ④低コストで，デジタル化された情報の発信・受信を行うための仕組みだ．“誰でも”とは，企業の規模や資金力に関係ないということであり，“どこからでも”は「地域格差」というものがないということだ．さらに，“手軽”さというのは，最低限の条件として「パソコンのキーボード操作＋α程度の知識」さえあればよく，“低コスト”は極端に言えば「1ヵ月のお小遣いの何分の一」程度で賄えるというレベルである．要するにインターネットは，立地や企業規模といった従来型の枠組みを容易に超えさせてくれるということなのである．

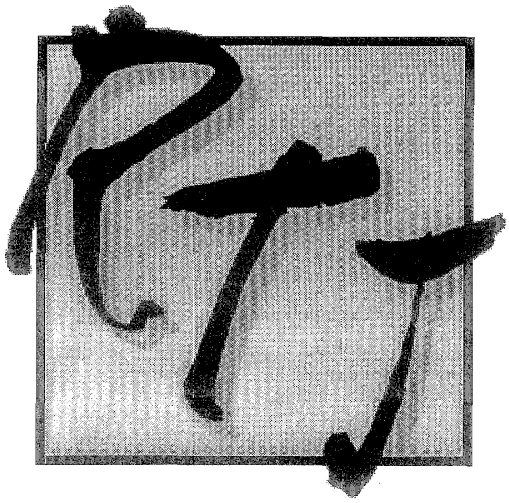
大手不動産各社はホームページをほぼ開設し終わり，業界団体においても，全国レベルだけでなく，傘下の各都道府県単位あるいは各ブロックで様々なビジネス化に向けた取組みが始まっている．既存の不動産物件情報各誌や新聞各紙は全国版・地域版を問わずインターネットによる物件情報サービスに乗り出しているし，特定地域内で業者間のゆるやかな連合体が形成され，相当量の情報が発進されつつあることも新しい動きとして注目に値する．もちろん，企業規模の大小や地域の如何に関係なく，インターネット・ユーザー（消費者）から大いに注目されつつある不動産関連ホームページが登場していることは，これまでのメディアでは絶対に有り得なかった現象である．

4．ニッポン再生シナリオと不動産市場の新たな展開

ところで，ニッポン再生のシナリオの本質的な構成要素の中に“透明性”と“競争市場”というキーワードが含まれているのは言うまでもない．透明性は情報公開，競争市場は規制緩和と符合し，保護と既得権に替わる秩序メカニズムとして“自己責任”が求められていくことも周知の事実である．好むと好まざるとに関わらずそうした社会システムの構築抜きに，ニッポンの未来は危うそうなのである．

しかも，そうした新しいシステムは，ネットワーク

© 日本オペレーションズ・リサーチ学会．無断複写・複製・転載を禁ず．



01/01/99版

Real town Japan

Welcome to the Real Estate & Architectural Information Window of Japan
日本の不動産・建築インフォメーション・ウインドウ

Change to English

謹賀新年

明けましておめでとうございます。

暗いニュースに慣れっこなってしまったかのような98年もあっという間に終わり、いよいよ21世紀に向けたカウントダウンの年を迎えました。

今年は明るい年になれ！！
今年は楽しい年になれ！！
そして
今年はきっとすばらしい年になる！！

っと誓いながら4回目のお正月を迎えたRTJ事務局です。去年は色々とご迷惑をおかけしてしまい、本当に申し訳ありませんでした。
そして今年もまた、多くの皆さんから力強い励ましやご支援をいただきながら、コツコツやっていきたいと思います。
勿論、5年目に入る今年こそは「大量のデータ更新を手動でこなすという前近代的なシステムからなんとか脱却できればいいなあ」、っと思ってはいますが、でもまあ焦らずに、手作り感覚のデータベースとしてゆっくりじっくり参ります。
また一年、どうぞ宜しくお願いいたします。

皆さんにおかれては、健康で健やかな21世紀前年となりますように!!

RTJ事務局

---

topics
RTJトピックス

98年のRTJを振り返る

不動産物件満載！ HOME'S

(株)ネクストが提供する全国の不動産物件検索サイト

INFORMATION
お知らせ

住宅・不動産・建設業に従事されている方で「不動産メーリングリスト」参加ご希望の方へ

Sens マンション価格自己診断

マンションのデータバンク(株)東京カンテイが提供するマンションの査定・評価サービス

ired real estate directory

アメリカで最も有名な世界中の不動産関連サイトへのゲートウェイです。

GEODAS ジオダス

住宅と土の安全を考えるジオテック(株)のインターネットによる住宅地盤情報サービス

HOUSING ·REAL ESTATE ·CONSTRUCTION
住宅・不動産・建設関連情報

国内の住宅・不動産会社、、建築・家づくり関連会社などを合計で3,167社を紹介しています。

図1

© 日本オペレーションズ・リサーチ学会. 無断複写・複製・転載を禁ず.

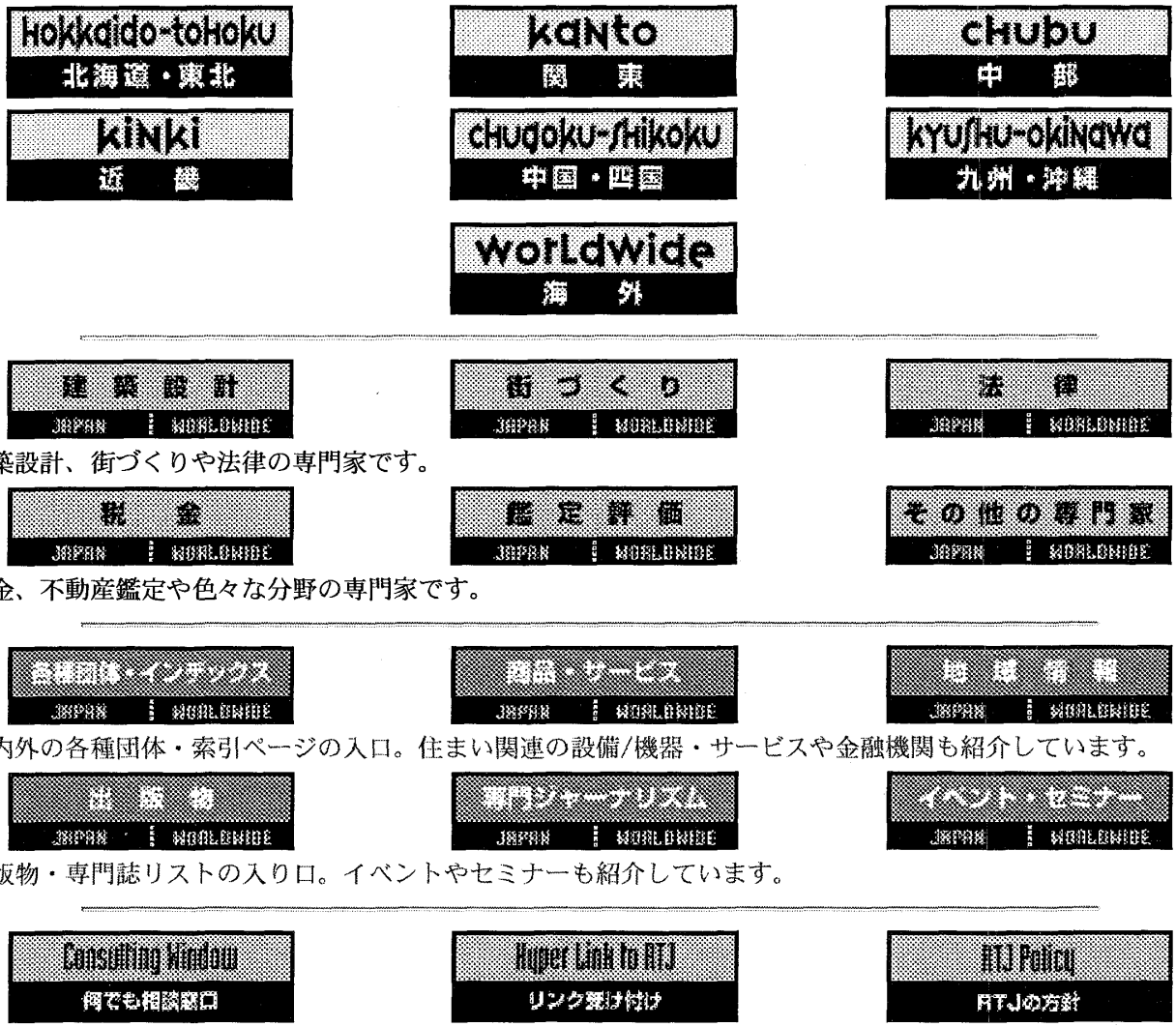


図2

やインターネットと切っても切れない関係にあるだろう．なぜならば，再生シナリオのもう一方の核には“効率性”という大命題が含まれているからである．

それでは，本格的なネットワーク時代も成熟段階に入りつつある今日，不動産の市場構造はどのような変革をとげていくのだろうか．

第1に，ネットワーク内における不動産市場でエンドユーザーをターゲットにしたものは，大きな意味で統合化されていくことになるだろう．

ネットワーク時代とは，あらゆる産業において参入障壁が限りなく低くなっていく時代である．不動産に関わる売り情報や貸し情報，買い情報や借り情報が，プロとアマチュアの区別なくネットワーク上で発進できるようになっていくということである．プロである業者のフィルターを通過して安全性が担保された後に提供される情報であれ，アマチュアによる清濁織り交ぜた情報であれ，すべての情報が自由かつ平等に市場に登場するようになっていくのである．もちろん，そうした膨大な情報を巨大なホストコンピュータで一元管理するのであれば，特定企業や特定団体によるこれまでの情報囲い込みと何ら変わらないのだが，日本中に存在する各社のサーバーに蓄積されている不動産関連情報を限なく収集するロボットの開発や，同様のことを可能にする共通のフォーマット開発が模索されていき，多元的に管理されている情報すべてが一挙に取捨選択できるような市場が形成されていくことになるだろう．

第2に，不動産取引を構成する各種手続きの電子化

© 日本オペレーションズ・リサーチ学会．無断複写・複製・転載を禁ず．

が着実に進んでいくだろう．契約における“押印”の必要性が対面契約を不可欠にしている重要な要素であることは当然だが，ネットワーク経由での契約書取り交わしの実現も夢ではない．金銭授受の電子決済化は，その前に一般化していくであろうし，インターネット利用による各種証明書の発行や登記手続き，融資審査の迅速化も進むだろう．もちろん，取引当事者や金融機関が購入物件を事前調査するために必要な各種情報収集が，有料・無料を問わずインターネット経由でますます広範囲に可能になっていくことは確実である．要するに，インターネットというツールを利用した商取引が，経済全体の中でのシェアを一層高めていくことになるだろう．

5．ネットワーク先進国米国の不動産業界動向

A．米国不動産業界のインターネット利用現況

そうした中，インターネット先進国アメリカにおける昨今の不動産業界では，以上のような事態が現実問題としてもっともっと急速かつ具体的に進行しつつあるのである．

そこでは，アメリカ国民の日常生活の中にインターネットが定着しつつあるということがその背景にあるのはもちろんである．

ニューメディア関連調査会社のヴァーツ社が発表したいくつかの調査結果を見ても，インターネット利用がいかに一般国民の中に浸透してきているかは明らかだ．同社によれば，「1997年の米国における株取引の17%はオンラインで行われ，今年はそれが30%に増加する」「全インターネット利用者の内，高齢者の割合が15－20%を占めるが，彼らのうちパソコンを購入した者の比率は40%に上り，一般ユーザーのパソコン購入率37%を上回っている」「インターネットの低コスト性とエンドユーザーとの直結性は，あらゆる業界に流通革命を起こしつつあり，流通経路がますます簡素化されていく“ディスインターミディエーション”が様々な業界に及びつつある」「ホームページ上でカバーされる生活領域は，まさしく“ゆりかごから墓場まで”となってきており，消費者ニーズをつかんだウェブ上のサービスは確実に消費者の心をつかんできている」「“ヴァーチャル・オフィス化”や“テレワーク化”をサポートするために，セキュリティーの確保された社員専用ホームページを活用する企業が急増している」

不動産業界においても，もちろん新たな進展が目白押しである．

「yahoo.com」によれば，不動産関連企業のホームページ数は約18,000社に上っており，不動産の物件情報を大量に発信する民間のサイトも，売買物件では「cyberhomes.com」の90万物件，「homeseekers.com」の60万物件，「homescout.com」の35万物件などがしのぎを削っている．賃貸物件サイトでは，「allapartments.com」が546万室のアパート・賃貸マンション情報を掲載して全米最大の情報量を誇っている．

一方，米国で唯一最大の不動産流通業界の大元締めである全米リアルター協会（NAR）が1995年秋から取り組んでいる「realtor.com」は，売買物件の検索サイトとして継続的にトップの座を占めてきている．現在の掲載物件数は約133万物件を数え，市場に流通している中古住宅150万物件の90%近くを占めているのである．このホームページは，米国のホームページランキングでも常に上位にランクされ，月間で検索される物件数は，延べ1億1千700万物件にも上っているなど，インターネット・ユーザーによる認知度がいかに高いかは明らかである．

消費者のライフスタイルの中にインターネット利用が確実に定着しつつある中，住宅の購入や賃借に際しての情報入手において，インターネットは言ってみればなくてはならない存在にまで成長してきているのである．

B．情報産業の不動産ビジネスへの参入

こうした中，マイクロソフト社は「HomeAdvisor」（homeadvisor.com）という住宅物件検索ホームページの本格稼動を本年7月13日に開始した．全米をカバーするこのホームページは，物件数30万件でスタートしたもので，全米リアルター協会や「homeseekers.com」や「cyberhomes.com」などから比べれば物件数としては大きく水をあけられているが，150万物件の住宅が常時売りに出されているという巨大マーケットにおける物件検索ホームページの覇権争いは，いよいよ熾烈を極めてきたと言えるのである．

ホームアドバイザーは，当初「不動産業界にフレンドリー」をキャッチフレーズにしていると言われていたが，「Do You Need Agent？－あなたはエージェントを必要としますか？」というセクションで，購入に際して業者に頼む際のメリット，個人で探す場合の責任についていくつかの項目が列挙されていて，その中で業者に依頼した場合には「買わないといけないと

© 日本オペレーションズ・リサーチ学会．無断複写・複製・転載を禁ず．

Welcome to **www.REALTOR.com**

The Official Internet Site of the NATIONAL ASSOCIATION OF REALTORS®

Operated by RealSelect, Inc.

Equal Housing Opportunity.

Try AOL for 100 Hours FREE to enjoy in your first month.

Download the PointCast Network Real Estate Insider

Areas of this site require the RealAudio® player.

Member of the NBC Interactive Neighborhood.

FOR CONSUMERS

Find A Home • Find A REALTOR® • Why Use A REALTOR®? • Resource Center • Mortgage Rates
Real Estate Library • Real Estate News • REALTOR® Associations • Contact REALTOR.COM

FOR REALTORS®

One Realtor Place ™ • Internet Marketing

REALTOR® - A registered collective membership mark which identifies a real estate professional who is a member of the NATIONAL ASSOCIATION OF REALTORS® and subscribes to its strict Code of Ethics.

© Copyright NATIONAL ASSOCIATION OF REALTORS® and RealSelect, Inc. 1995, 1996, 1997, and 1998. All rights reserved. No reproduction, distribution, or transmission of the copyrighted materials at this site is permitted without the written permission of RealSelect, Inc.

図 3

© 日本オペレーションズ・リサーチ学会. 無断複写・複製・転載を禁ず.

HomeAdvisor™

go to msn.com

Home Page | Getting Started | Neighborhoods | Homes | Financing | Offer & Closing | Help

Today's Rates* 12/6

30-Year Fixed	6.375%
15-Year Fixed	6.000%
1-Year Adjustable	5.500%

Get Qualified

Apply for a loan

Refinance now

Get the latest rates by e-mail

Homes
Find homes for sale and compare details.

Financing
Get information and tools to explore your financing options.

Neighborhoods
Find information on schools, crime and demographics.

Getting Started
Understand the home buying process and get prepared.

Offer & Closing
Learn about negotiating, inspecting the house, and closing the deal.

Enter text to search and click **Go**.

Go

◉ Keyword Search ○ Full Text Search

MLSs & Brokers:
Advertise your listings free with HomeAdvisor by becoming a member of our Listing Partner Program .

*Lowest HomeAdvisor rates based on 1 point and a 30- to 60-day lock-in period.
Terms of Use and Privacy Policy . © 1998 Microsoft Corporation and/or its suppliers. All rights reserved.

Home Page | Getting Started | Neighborhoods | Homes | Financing | Offer & Closing | Help

Get Hotmail, free e-mail you can use from any PC with Internet access.

services: Autos · Buyer's Guide · Computing · Entertainment · Games · Holidays · MSN Insider · News · Personal Finance · Real Estate · Shopping · Small Business · Sports · Travel · Web Communities · Web Events · Women

quick links: Air Tickets · Buy Books · Buy Music · Chat · Downloads · E-cards · E-mail · Encyclopedia · Maps · Movie Times · Stock Quotes · Sports Scores · TV Listings · White Pages · Yellow Pages

search the web: advanced searc

© 1998 Microsoft Corporation. All rights reserved. Advertise

図 4

© 日本オペレーションズ・リサーチ学会. 無断複写・複製・転載を禁ず.

いうプレッシャーを感じるかもしれない」と書かれていることについて，業界関係者からは「不動産取引で消費者が業者に依頼しないことを助長しかねない」として不快感があらわにされたりしている．

しかし，「ホームアドバイザー」は8月半ばまでにヤフー，インフォシークをはじめとしての9つの米国内主要総合検索ホームページと提携し，全米インターネット人口の30%以上が利用しているといわれるマイクロソフト社関連のインターネット・サービスにおける「住宅購入チャンネル」でも，本ホームページの情報が独占的に提供されことになった．

消費者から見た場合，情報ソースがどこであれ，その内容が信頼に足るものであれば良いのであり，全米リアルター協会だろうがマイクロソフトだろうが，あるいは一民間のデータ会社のホームページであれ構わないだろう．不動産業者から見ても，自社の物件の成約率が向上するのであれば，インターネット上での情報の露出が特定のサイトでなければならない必然性はないことになる．

つまり，インターネット上での情報提供サービスは不動産業界を超えたところにまで波及し，かつその急先鋒としてマイクロソフトという巨人が登場してきたということなのである．ただし，不動産業界側からすれば，マイクロソフトの参入が大いなる脅威であることは当然だろう．しかし，全米リアルター協会ではこの事態を真っ向から受け止め，「中身」の勝負で全面的に戦おうとしている．

インターネット内における「不動産業界」は，単に不動産業界内の取組みというだけに止まらず，情報産業の「雄」をも巻き込んだ大きな動きを呈してきているのである．

6．米国不動産業界インターネット・シーンのインプリケーション

以上の議論の中で不思議なのは，不動産所有者のプライバシー保護や業者の守秘義務の問題があたかもすべてクリアされているかのように，私には映ることだ．情報公開に関しては市場原理が効率的に機能することによるメリットをすべてのセクターが十分理解しているということなのだろうか．

無尽蔵に情報公開がなされていくことに対するコンセンサスの背景には，情報発信側・受信側双方において徹底した「自己責任」原則の定着ということがあるのだろうか．

一方，情報量の追求と，データとして自動的に提供できる関連サービスの追求という形で，とことん熾烈な競争に入っているこの現状を見る時，米国では「情報の質」に対する信頼感が基本的に定着しているということなのだろうか．

しかしながら，誤った情報の提供者に対しては厳しいペナルティーが課せられる，あるいはペナルティや不利益というリスクをあらかじめ想定して意思決定するという緊張感も一方では確固として存在しているということなのだろうか．

いずれにしても，「業界の死活問題」とか「他産業に不動産業界が乗っ取られる」とかいう次元の話ではなく，インターネットという革命的なツールの利用に対する社会的ニーズの増大と共に，情報ソースや情報の発進形態などに対する発想が根本的に大きく変わろうとしているということなのであろう．

閉鎖的，保守的，不透明というレッテルを貼られがちだったわが国の不動産業界も，こうした流れの中で，間違いなく一大変革を迫られようとしているのである．

◉会員名簿刊行のお知らせ　（事務局）

1998年版の会員名簿（**会員限定**）が発刊されました．E-mail addressも登録され，3年振りの改定版です．購入ご希望の**会員**の方には，1冊4,000円でおわけいたします．FAXもしくはハガキでお申込みください．（消費税は非課税です）

氏名・会員番号・代金支払方法（振込でお願いいたしますが，請求書等必要の有無など）をご記入ください．

◉平成11年度会費納入のお願い（事務局）

平成11年度の会費請求書をお送りいたしましたので，お早めにご送金くださるようお願いいたします．なお，10年度以前の会費を未納の方は合わせてお支払いくださるよう重ねてお願いいたします．

〔預金口座振替ご利用の方へ〕

平成11年度から預金口座振替をご希望の正会員の方は，学会事務局までTEL，FAX，郵便にてご連絡ください．折り返し**預金口座振替依頼書**をお送りいたします．

© 日本オペレーションズ・リサーチ学会．無断複写・複製・転載を禁ず．