

2016年11月に15回目の引率となる「米国不動産研修」に行っていました。

遅くなりましたが、以下にレポートをさせていただきます。なお、本レポートは、現地にてお世話になりましたプライムアソシエイツ社のJACK&TAEKO(才田夫妻)からの研修と、ご準備いただいた資料も参考として原稿を作成しています。

株式会社 RIA コア・ブレインズ
土屋克己

■NARの会員数

米国の不動産市況を測る指標のひとつに「NAR(全米不動産協会)」の会員数があります。日本の宅建協会と異なり、会社単位ではなく実務者(Realtor/リアルター)単位での数字です。原則コミッション制の業界なので、市況の良し悪しにより増減は顕著に表れます。

サブプライム問題の発生前(2006年12月)に135万人まで増えたリアルターは、2012年3月に96万人まで減少し、その後増加に転じました。

GDPが3%を超える米国経済を裏付けるようにNARの会員数も増加し、現在は120万人を超えています。サブプライム問題の直前は135万人だったことを考えると、不動産市況は回復というより好調と言っているようです(NAR=全米不動産協会のホームページより)。

Month	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
January	1,094,303	1,039,988	988,875	979,760	1,028,164	1,090,230	1,155,492
February	1,068,746	1,008,195	964,886	963,478	1,021,283	1,083,914	1,150,141
March	1,063,901	1,003,462	963,455	968,882	1,024,560	1,086,081	1,157,022
April	1,076,235	1,010,176	971,741	983,740	1,037,937	1,103,093	1,173,710
May	1,082,610	1,017,362	981,892	997,148	1,052,143	1,117,566	1,187,786
June	1,085,330	1,022,413	988,734	1,008,659	1,063,950	1,130,211	1,200,840
July	1,088,703	1,024,863	993,715	1,018,510	1,074,123	1,140,516	
August	1,089,839	1,026,973	998,983	1,027,907	1,084,682	1,151,403	
September	1,088,919	1,027,098	1,003,587	1,036,084	1,093,144	1,160,392	
October	1,084,202	1,024,669	1,005,281	1,040,672	1,098,271	1,165,746	
November	1,079,687	1,021,338	1,005,838	1,046,278	1,103,439	1,171,099	
December	1,066,658	1,009,940	999,824	1,042,231	1,099,102	1,167,595	

日本もバブルに乗じて独立し、飛沫とともに消えていく。米国もそれを繰り返しているようです。

■不動産ITへの投資額は5年で10倍 ※Jack Saidaのレポートより

(アディパロビック氏による記事の要約)

不動産ITへの投資が破竹の勢いで止まらない。CBインサイト社の調査によると2011年から同部門に投資された総額はグローバルで60億ドルに及び、この5年間で10倍に伸びたという。そのうちの半分が米国での投資となっている。

2016 年は 8 億 2130 万ドルが投資され、このままのペースで行けば 10 億ドルを突破することになる。

米国における不動産 IT への投資額と投資件数の推移 (X100 万ドル)



CB インサイト社より

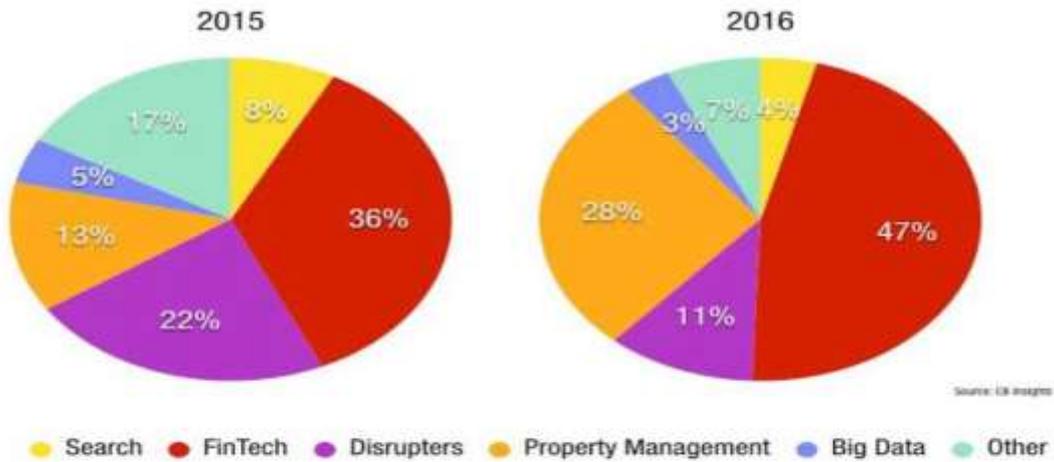
これまで不動産業界は IT 技術革新に対して鈍い反応を示していたが、Zillow、スマートジップ、プレー スターといった企業の出現で多くの起業家や投資家が集中するに至った。上図のように投資額は一定して増加傾向にあるが、今年は投資件数がマイナス 70%と大きく減少しているのが大きな特徴である。これはスタートアップ企業の数が減り投資マネーがより確立された大型案件に流れていることを示している。

■不動産マネーの行く先

不動産 IT ビジネスを 6 つのカテゴリーに分けてみた。

- 検索：売買・賃貸のポータル
- フィンテック：融資、クラウドソーシングプラットフォーム、投資家用分析ツール
- ディスラプター：FSBO（売り手直売）、ディスカウントブローカー、新たな仲介ビジネス
 ※ディスラプター：最新テクノロジーを巧みに利用して既存の市場を切り開くことを”デジタル・ディスラプター”と呼ぶ。Uber、Airbnb、Lyft、OpenTableなどのことを表現する。
- PM：不動産管理業
- ビッグデータ：不動産アナリティクス（市場分析）に必要なツール
- その他主にエージェントのマーケティング、ショーイング（案内）、受諾などに使われるツール

U.S. Real Estate Tech Funding



CB インサイト社より

今年のデータを見ると投資額のほぼ半数がフィンテックに流れている。3 四半期で 3 億 8000 万ドルに達している。典型的な企業はローンデポ、リアルティシェア、カドレ、ブレンド各社である。こういった企業は、融資を消費者にとってわかりやすく簡単にするとともに、融資元の一部を担う役割を果たしている。

フィンテックに次いで多かったのは PM 部門で今年はこれまでで 2 億 3000 万ドルに達している。この部門では SMS アシスト、VTS 各社への投資が著しい。

検索やビッグデータ部門への投資は過去 2 年間かなりスローダウンしてきた。これは市場に参入プレーヤーが増え続け、ほぼ市場規模の伸びが安定し飽和し始めたことを示唆している。

ディスラプター (Disruptor) は既存のマーケティングや仲介システムなどとは異なるビジネスモデルでシェアを増やそうとする企業のカテゴリーである。同カテゴリーに参入しようとするスタートアップ企業の数が多いが、投資額では上図のように伸び悩んでいる。

全米不動産協会の調査によれば、2015 年不動産購入者の 87% がエージェントやブローカーのサービスを受けているという。この数値はディスラプターの存在にもかかわらずこの 10 年以上にわたって一定している。エージェントやブローカーのサービスを受けるといった基本線は崩れていない。

そのため IT 技術はむしろ従来からの不動産ビジネスモデルをさらに良くするといったサポート役として機能している。過去 10 年間にエージェントを使う取引の割合は 10% 増加している。

■FSBO（売主直売）は半減

以下の通りFSBO（売主直売）はこの10年間で半数に減っている。



全米不動産協会より

今後エージェントのサービスを使うという「従来型ビジネスモデル」を基本としながら、アナリティクス、オンライン取引、AIといった最新技術がいたるところで使われることになりそうだ。

約25年前に初めてアメリカの不動産業界を視察したとき、「売主が業者に依頼せずに自宅を売りに出す割合は50%。最終的には20%が直売。不動産エージェントは売主が直接立てる『売家看板』を見て、アプローチを開始する」と教わりましたが、時代は大きく変わりました。

■居住用物件を売買する人のプロフィール（米国）

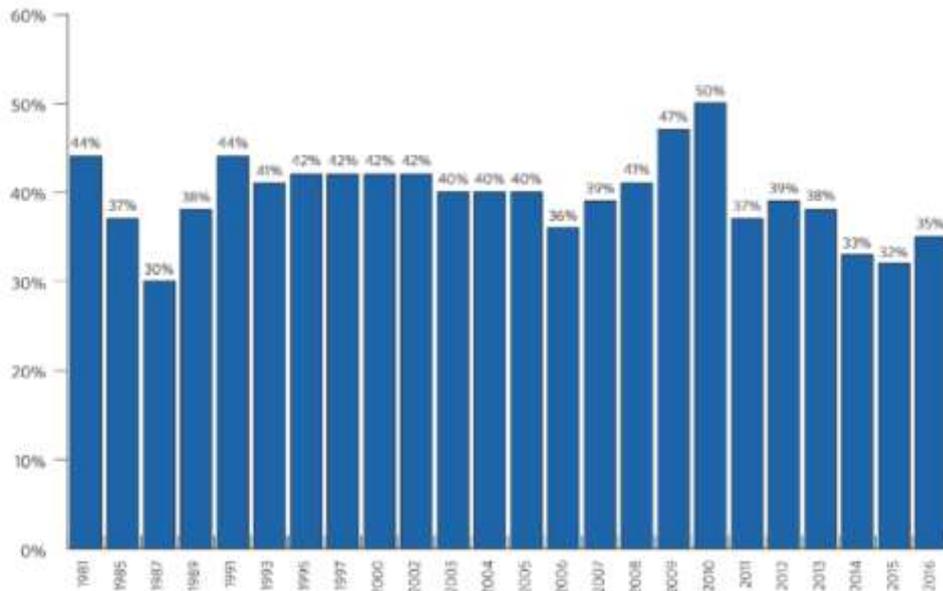
（全米不動産協会報告の要約）

NAR（全米不動産協会）がこの度「住宅物件の購入者・売却者」という年次アンケートレポートを発表した。回答者中90%が売買するときにエージェントのサービスを利用しているという。2000年後半に大不況を経験し、この20年間インターネットが人々の生活を大きく変革した状況の中で、この数値はエージェントにとってグッドニュースだという他ない。ただエージェントの役割はこれまでとは次第に異なり、今後も変わり続けることになりそうだ。

買手側で大不況の影響をもっとも受けたのはミレニアル世代（18-34歳）である。大学卒業と就職が最悪の景気に重なったため、経済的に未だに安定していないという実態が明らかになった。2015年における全購入者中初回購入者の割合は32%と過去30年で最低を記録した。

全購入者中初回購入者の割合推移

EXHIBIT 1-13 FIRST-TIME HOME BUYERS, 1981-2016
(Percent of all Home Buyers.)

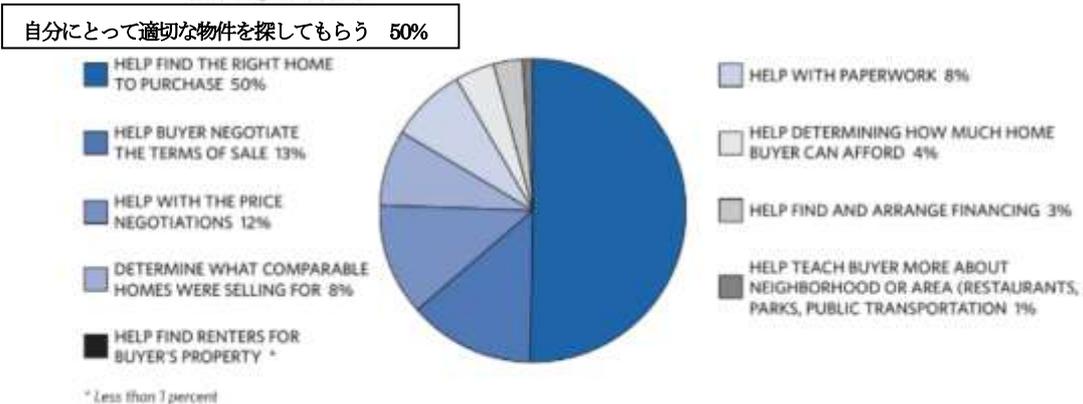


購入者の平均年齢は44歳、平均年収は\$88,500となっている。
 そのうち既婚夫婦が66%を占め、平均年収は\$99,200であった。他の家族構成では女性だけの世帯が17%と男性だけの世帯の7%を大きく上回った。
 女性だけの世帯の平均年収は\$55,300で男性世帯の\$69,600より大きく下回っているにもかかわらず、住宅購入の割合は2倍以上という面白い統計が出ている。

2016年において全購入者の92%がエージェントに交渉、書類手続きや物件を探すサービスをお願いしているようだ。事実インターネットやアプリだけでほとんど可能と思われた物件検索でも、50%の購入者が未だにエージェントに依存していることが判明した。

購入者がエージェントに期待するサービス

EXHIBIT 4-8 WHAT BUYERS WANT MOST FROM REAL ESTATE AGENTS
(Percentage Distribution)



エージェントの選択方法は「口コミ」が42%でもっとも多い。購入者の88%は取引をサポートしてくれたエージェントを周囲の人に推薦すると答えている。しかし過去に使ったエージェントを再び使う割合は11%と低い。

エージェントを選択する際、実際にエージェントに会ってインタビューするのはエージェント1人だけという回答が多いこともわかった。

全購入者が物件検索で利用する情報源

EXHIBIT 3-3 INFORMATION SOURCES USED IN HOME SEARCH, BY FIRST-TIME AND REPEAT BUYERS, AND BUYERS OF NEW AND PREVIOUSLY OWNED HOMES
(Percent of Respondents)

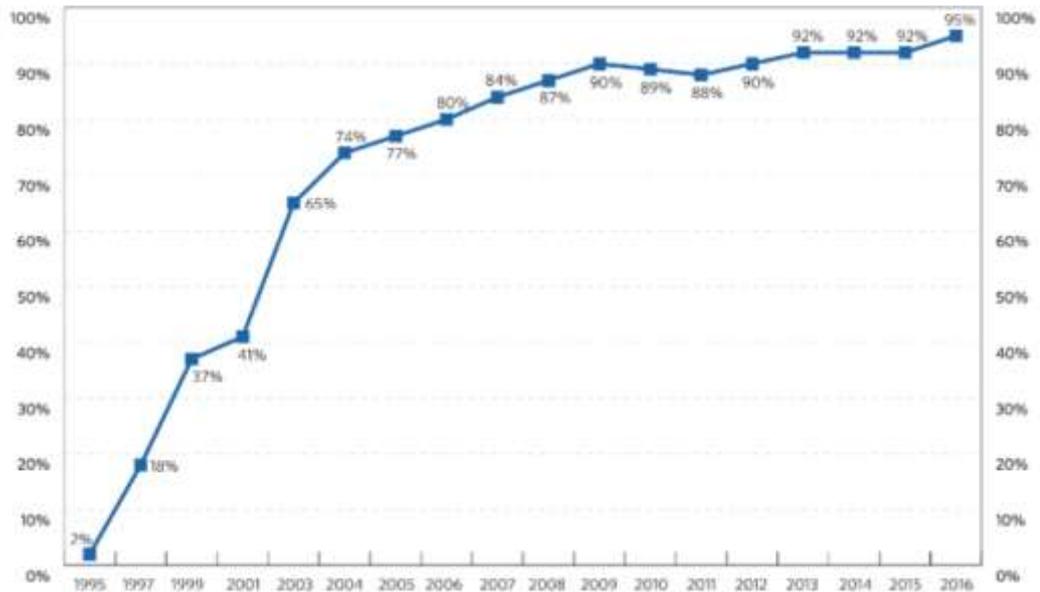
	All Buyers	BUYERS OF			
		First-time Buyers	Repeat Buyers	New Homes	Previously Owned Homes
Online website	95%	95%	93%	90%	94%
Real estate agent	92	88	88	76	89
Mobile or tablet search device	72	78	66	63	71
Open house	50	48	50	51	49
Yard sign	49	46	50	29	50
Online video site	36	32	38	34	36
Print newspaper advertisement	16	15	18	16	17
Home builder	14	13	20	65	10
Home book or magazine	12	11	12	16	11
Billboard	4	6	4	16	4
Television	3	4	3	7	3
Relocation company	3	3	3	5	3

物件検索時の情報源ではインターネットが95%と他を圧倒している。そのほかにも興味深い項目は以下の通り。

- 最初に物件をネット検索する割合は44%。最初にエージェントにコンタクトする割合は17%。
- オンライン検索が有効と回答した割合は89%。エージェントからの情報が有効と回答した割合は79%。
- 家探しにかかる時間は平均10週間（内覧物件数は10件）と1987年における7週間より長くなっている。
- 家探しに時間がかかる理由はインターネットにより検索物件が増えたためだと見られている。ちなみにネット検索をしない購入者が購入に要する時間は4週間（内覧物件数は4件）とかなり短くなっている。
- 買手にとってもっとも重要な情報はやはり写真とリスティング掲載情報である。
- 購入に満足している人の割合は60%となっている。

購入者のうちネットを利用する人の割合推移

EXHIBIT 3-12 BUYER USE OF INTERNET IN HOME SEARCH PROCESS, 1995-2016
(Percentage Distribution)



次に売手のプロフィールを見てみよう。平均年齢は54歳で年収は\$100,700となっている。売却までに住む年数はほぼ10年である。エクイティー（純資産＝不動産価値－負債）は平均\$43,100で2015年における\$40,000を超えた。購入価格からすると平均24%上昇している。これは所有期間が延びていることにも由来している。

- 売却理由で多いのは
- 家が小さい（18%）
 - 友人や家族に近いところが良い（15%）
 - 転勤（14%） となっている。

移動距離別、売却理由

EXHIBIT 6-19 PRIMARY REASON FOR SELLING PREVIOUS HOME, BY MILES MOVED
(Percentage Distribution)

	All Sellers	MILES MOVED					
		10 miles or less	11 to 20 miles	21 to 50 miles	51 to 100 miles	101 to 500 miles	501 miles or more
Home is too small	18%	34%	20%	15%	1%	2%	1%
Want to move closer to friends or family	15	2	8	17	35	30	28
Job relocation	14	1	5	1	17	35	38
Neighborhood has become less desirable	10	15	17	10	*	5	3
Change in family situation (e.g., marriage, birth of a child, divorce)	10	14	14	15	7	4	3
Home is too large	10	18	11	7	1	4	3
Moving due to retirement	7	2	3	3	11	12	16
Upkeep of home is too difficult due to health or financial limitations	5	6	8	8	6	1	2
Want to move closer to current job	5	2	7	15	11	3	1
To avoid possible foreclosure	3	4	2	2	4	*	2
Can not afford the mortgage and other expenses of owning home	2	2	5	3	3	2	1
Other	1	1	2	2	3	*	2

* Less than 1 percent

売手が周囲の人にエージェントを推薦すると回答した割合は85%に上っている。
 また3分の2の売手は口コミか過去の取引からエージェントを選択している。売手の92%がMLS
 （物件情報サービス＝不動産ポータルサイト）を利用している。
 また買手と同様89%の売手がエージェントサービスを利用している。FSBO（売主直売）の割合
 は過去最低を記録した。

売手・買手両者にとってエージェントに求められる重要な資質は

- 誠実さ、正直さ
- 対応の良さ
- 専門知識（取引のプロセス）
- 専門知識（市場の理解）
- コミュニケーションスキル などが上位を占めている。

エージェントに必要とされる資質

Exhibit 4-18 **AGENT SKILLS AND QUALITIES CONSIDERED 'VERY IMPORTANT' BY ADULT COMPOSITION OF HOUSEHOLD**
 (Percentage Distribution)

	ADULT COMPOSITION OF HOUSEHOLD					
	All Buyers	Married couple	Single female	Single male	Unmarried couple	Other
Honesty and integrity	98%	98%	98%	97%	97%	96%
Knowledge of purchase process	95	95	95	95	95	94
Responsiveness	93	93	93	91	95	87
Knowledge of real estate market	92	92	93	87	93	90
Communication skills	85	83	88	78	84	78
Negotiation skills	84	85	87	79	89	88
People skills	79	79	80	76	83	83
Knowledge of local area	79	80	81	75	73	75
Skills with technology	40	40	40	39	37	42

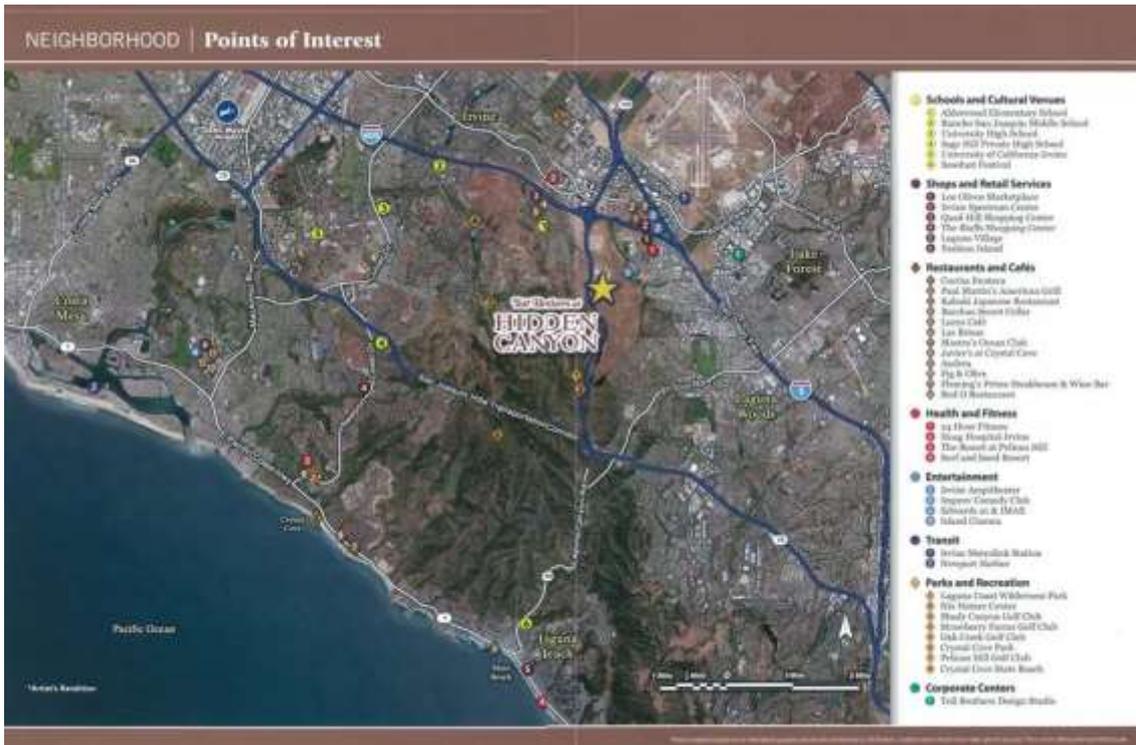
National Association of REALTORS® | Profile of Home Buyers and Sellers 2010 65

■ 物件視察

今回はカリフォルニア州南部にあるオレンジカウンティ（オレンジ郡）の郊外の分譲住宅を視察しました。分譲会社はToll Brothers, inc（トール・ブラザーズ社）。米国各地で高級住宅の販売を手掛けています。

Toll Brothers <https://www.tollbrothers.com/>

1967年創業。NY証券取引所上場企業。フォーチュン誌の品質と顧客満足において上位600社に選ばれる



場所はIrvineの南に位置するHidden Canyon（ヒドゥン・キャニオン）。
訪問した際は202区画を分譲中。202区画のうち13区画を残すのみとなっていた。

視察した物件概要は次の通り。

	<p>The Avalon \$3,255,795 (約3億5000万円) 4~6ベッドルーム、4.5~6.5バスルーム、 ガレージ3~4台、4,795sf (約133坪)</p>
	<p>The Cassis \$2,914,270~\$3,210,395 (約3億2000万円~約3億5000万円) 4~5ベッドルーム、4.5~5.5バスルーム、 ガレージ3~4台 4,995sf (約140坪)</p>
	<p>Santa Monica \$2,799,995~\$3,620,795 (約3億円~約3億9000万円) 5~6ベッドルーム、5.5~6.5バスルーム、 ガレージ3~4台、5,536sf (約155坪)</p>

販売センター



アイランドキッチンが主流なのは変わらないが、最近ではアイランドが大型化もしくはダブルアイランドが主流になってきています。



リビングは庭とつなげ解放感を演出。雨がほとんど降らないカリフォルニアであれば有益です。日本でも一時期、分譲マンションでリビングとバルコニーを一体化するスタイルが流行りました。



また、日本でいうスマートハウスとは異なりますが、新築住宅では複数のタッチパネルモニターが設置されており、これにより空調、セキュリティ、照明、オーディオなどを操作できるようになっています。



ステージングは当然に行われています。



高級住宅地内にあるカフェでランチを取った際に、周辺を案内いただく。外壁は「スムーズスタッコ」というモルタル仕上げがトレンドとのこと。



シャープな雰囲気、日本でも「若者受け」しそうな外観です。

この住宅地は「商住混在エリア」で、1階がオシャレなショップやデザインオフィス。2階を自宅という使い方で若い方が自宅兼事務所として購入されていました。



■業者ベンチマーク：チーム営業で年間60億円の取扱い

今回は高額物件の仲介を行っている「Surterre Properties（サーテラ・プロパティズ）社」に訪問をさせていただきました。

Surterre Properties <https://surterreproperties.com/>
1400 Newport Center Dr. Ste. 100 Newport Beach, CA 92660 TEL:949-717-7289



迎えてくれたのは、同社トップセールスのサマー（Summer Lynne Perry）さん。

サマーさんはブローカー（経営者）ライセンスを持つセールスエージェント。個人的に営業アシスタントを2人雇い、年間6000万ドル（約70億円）の不動産を取り扱っています。

米国には法定手数料が無く、通常は物件価格の約6%。高額物件になると手数料率のディスカウントもあるが、割り引いて3%と見ても2億円超の手数料売上げがあり、この売上を所属している不動産会社と契約内容にそって分

配します。

新人のエージェントの場合は50:50が一般的であるが、生産性の高いエージェントは自分の取る割合が減ります（この辺りは過去のレポートに書いたので割愛します）。

また、米国のセールスエージェントは、不動産会社と個別に業務委託契約を締結し働く「個人事業主」。よってアシスタント2人の給与も所属している会社ではなく、サマーさんが負担する。

彼女はオレンジカウンティ（カリフォルニア州オレンジ郡）の海岸沿いの高級不動産の取扱いを得意としています。東テネシー州大学（ETSU）の経営学の学位とUCアーバイン（UCI）大学で建築管理（LCDM）関係の学位を持ち、その知識を活かしクライアントへ適切な提案を行っています。また、コミュニケーション能力向上のために自らプライベートコーチをつけるなど、高額物件を取得する顧客との折衝能力を上げるための自己研鑽を重ねています。

【二人のアシスタント】



ジョアンナ・ガンツ（Joanna Ganz）さん。

金融機関で養った住宅ローン等の専門知識を活かし、不動産購入に必要なファイナンス支援を行っています。また居住用不動産のみでなく不動産投資についても適切なアドバイスをに行える彼女に対する評判は、オレンジカウンティでの不動産業界内でも高いものがあります。ニューポートビーチの商工会議所、コロナ・デウ・マー居住者協会など多数のコミュニティでの活動は顧客に活かされています。



ジェシー・ホルチェック（Jessie Holechek）さん。

プリンストン大学で建築の学位を取得。

両親と共に数多くの住み替えを経験した彼女は、シーフロントの住宅を中心に17回の転居を経験しています。

その中で養われた「独特の洞察力」は、不動産、建築にとどまらず、インテリア・デザインまで広範囲な知識をクライアントに提供しています。

サマーさんが扱う高額物件の購入者は海外の投資家が8%。主に中国が多い。マーケティングは中国のポータルサイト「Baidu (バイドゥ)」でも展開。ポータルサイトには写真も活用するが、効果的なのは映像。

彼女が自信で負担する広告費は年間約8万ドル(約900万円)。高額物件を紹介する映像の作成費や、質の高いプロシーヤ(パンフレット等)に費やしている。

サテラ・プロパティ社には、このような高額物件の販売図面を作成するデザイナーが15名在籍しており、エージェントのサポートをしている。そして社内には印刷会社と同様の設備があり、パンフレットなども内製化できている。



なお、サマーさんの物件紹介の映像は以下からご確認いただけます。
(契約締結後は閲覧できなくなってしまうかもしれません)

- 60 Sidney Bay, Crystal Cove
3 bed, 2 Bath, \$3,195,000 (約3億5000万円)
<https://www.youtube.com/watch?v=KmFISULp3m8>

- 318 Poppy, Corona Del Mar / Newport Beach (この映像はサマーさんのお勧めです)
4 Bed, 4.5 Bath, \$4,328,335 (約4億7000万円)
<https://www.youtube.com/watch?v=oPQa5-dEjhs>

- 4525 Camden Drive, Corona Del Mar
3 Bed, 4 Bath, \$3,985,014 (約4億4000万円)
<https://www.youtube.com/watch?v=507SL1FSUwA>

- 2148 E Oceanfront, Newport Beach
5 Bed, 4 Bath, \$6,339,869 (約7億円)
<https://www.youtube.com/watch?v=vJ1hK3nkwRE>

※その他、サマーさん関連の映像は以下のURLでご確認いただけます。
https://www.youtube.com/channel/UCkU7H_DXTERODBoiDkxONNA

毎回思います、アメリカの不動産業界はとても合理的な働き方ができます。しっかりと働きたい人や稼ぎたい人は、時間や休日に関係なく働くことができる。個人事業主なので日本のような「さぶろく協定」なども関係ありません。積極的に働きたい人はサマーさんのように、個人的な営業アシスタントを雇って、大きな規模で仕事を展開しています。

また、ほとんどのエージェントは会社には来ません。パートタイムで不動産営業をしている人も多く、自分のペースで仕事をしている方も多くいます。

一方で経営者は固定給を支払うがないので、日本の不動産会社と異なり「給与」という資金繰りを心配する必要もありません。所属しているエージェントのために働きやすい環境を整えるコストは必要ですが、「稼げない＝収入がない＝勝手にやめていく」という循環が働くので、生産性の低い人に対してコストをかけるというストレスはありません。

但し、生産性の高いエージェントを多く採用すること、他社から引き抜かれないようトップエージェントが働きやすい環境を整備することなどへの配慮は必要です。

サーテラ・プロパティ社のオフィスも洗練され、世界中から高額物件の購入を検討する顧客が来社するにふさわしい環境が演出されていました。現在 500 名を超えるエージェントとスタッフが所属しています。



レセプション



ミーティングルーム

■エスクローオフィス視察：Freedom Escrow 社

同社は 1971 年設立。現在は年間に 1500 件以上の案件を処理している。今回は代表者（スコット）の弟さんが、対応してくれた。

Freedom Escrow <https://freedomescrow.com/>
1200 Newport Center Dr. Ste. 180 Newport Beach, CA 92660 TEL:949-644-3939

仮契約（日本でいう購入申込みのイメージ）の段階になるとエスクローがオープン（開始）する。カリフォルニア州では契約から 3 日以内に手付金を支払ってもらう。手付金をはじめ金銭はすべてエスクローの銀行口座に振り込んでいただく。

この口座は利息が付かない口座で、あくまでもお客様のお金を管理するための専用口座です。

契約に関する書類や金銭は売主、買主、売主側のエージェント、買主側のエージェントが管理・受け取りをすることはなく、中立の立場でエスクローが管理します。

代金がすべて支払われ、物件が引き渡されたことを確認（登記が完了）したことが確認できると、エスクローカンパニーが売主に代金を支払います。宅建業者（エージェント）がいただく手数料も、いったんエスクローがお客様から預かり、取引が完了したことを確認した後に支払われます。



エスクローはカリフォルニア州で 1960 年代に始まりました。

それまでは不動産取引において、書類の偽造、お金の持ち逃げなどが多く、社会問題となっていたようです。その結果、州がエスクローの制度をつくり、エスクローの資格を与えたものにこの仕事をさせるようになりました。

現状は 22 の州において「エスクローカンパニー」が存在しています。エスクローカンパニーが無い州では、弁護士資格をもつ人が対応しています。

■賃貸物件の視察

今回は 1970 年に作られた 200 世帯の賃貸物件を視察。築 46 年。賃料は 1500 ドル（約 16 万円）で、入居率は 98%。



7 年サイクルで屋根や外壁の修繕を繰り返し、室内は適宜リノベーションを行っている。



敷地内の共用施設も充実しており、オーナーカンパニーの努力が随所にかがええました。



■最後に

日本は既存住宅流通促進に向けてのインスペクションが本格的に始まります。大手流通各社はインスペクション+保証を内製化。中小業者においてはほとんど進んでいません。

米国では 1970 年代から始まったホームインスペクション。州により違いはあるようですが、カリフォルニアでは 40 年数年間でほぼすべての中古住宅に対して、取引前のインスペクションがなされるようになりました。

日本でこの制度がどれほどの速度で普及するかは未知数ですが、誰が調査を行うのか、誰が費用を負担するのかという部分が现阶段では「ぼやっ」としています。

米国では民間やNPO がインスペクターを養成。日本では建築士の資格をもつ者が調査をすべきという論調です。調査結果に対する責任という意味では建築士にインスペクションをしてもらうのが

いいのかもしれませんが、建築士が数万円の調査業務に対して積極的に取り組み、インスペクションという概念が早期に一般消費者に対して広がっていくのかという部分については疑問が残ります。

日本人が持つ「サービスに対する意識」についても、米国をはじめインスペクションが導入されている国との違いがあります。

既に導入されている先進諸国では、インスペクションに対するフィーは受益者である買主が負担しています。

もちろん日本でも買主様が自ら費用を負担してインスペクションを依頼するケースはありますが、まだまだレアケースです。多くの場合、取引単価の高い不動産を扱っている会社（1件当たりの手数料売上が大きい会社）が「インスペクション」のフィーを消費者へのサービスとして提供しています。

日本は連邦政府ではなく、すべての都道府県で同じ宅建業法のもとに仕事をしています。都心のように単価の高いエリアで不動産を購入する人は無料でインスペクションを受けられ、それ以外のエリアで不動産を購入する人はインスペクションのサービスは受けられない（もしくは自己負担で依頼する）という現状が、今回の業法改正で全国に広がっていくのかという点も冷静に見ていきたいと思っています。

今年は「不動産テック」という言葉を耳にする機会が増えました。カリフォルニアでは売主と買主は最後まで顔を合わせることは無い。お互いにできれば会いたくないと思っていると伺いました。だから一部の高齢者層を除いて、メールと電子署名での書類のやり取りを行い不動産取引を完結する土壌がわずか2年間で定着しました。

昨年日本でスタートしたIT重説。
1年経過しても全国でわずか560件。そのうちの約7割は3社が実施。

消費者にとって、そして宅建業者にとって役立つ仕組みであれば、もっと急速に普及していくはずでしょう。

不動産先進国であるアメリカの制度を真似ることは悪いことではありませんが、表面的な仕組みを法律を変え「力技」で業界に落とし込むよりも、不動産の営業ライセンス制度と法定手数料の廃止（もしくは見直し）をしたほうが、消費者保護や宅建業者が提供できるサービスの向上につながるような気がしています。

住生活基本法（基本計画）の考え方については賛同しますが、日本国内では低コスト住宅がものすごい勢いで増えています。毎月の家賃よりも建売を買ったほうが毎月の支払いが低い。家が売れたほうが経済効果は高い。

その通りです。

ローコスト住宅を非難しているのではなく、住生活基本計画の「既存住宅の質を上げる」、「既存住宅の流通量を増やす」とい基本からはずれているような気がします。

「アメリカの住宅は日本よりも雑」、「質が悪い」と言う人がいますが、カリフォルニアでは建築確認が下りるまで1～2年かかります。

今回視察させていただいた建築現場でも、非常に強固で厚みのあるベタ基礎、数多くの接合金物など、築100年の住宅が数多く流通するための環境は行政が整えています。



今回のレポートは以上です。

今回一緒に渡米いただいた皆様、現地で視察をさせていただいた関係者の皆様、そしてジャックさん、妙子さんの才田夫妻に心より御礼を申し上げます。有難うございました。

※不動産ポータルサイト、ハイブリッドブローカーについては昨年（2015年）のレポートをご参照ください。

<http://www.ria-corebrains.co.jp/archives/5016>

2016年12月26日



株式会社 RIA コア・ブレインズ
代表取締役 土屋克己

Phone : 03-5643-2296
Mibile : 090-9299-7280
katsumi-tsuchiya@ria-group.jp