

REAL PARTNER



人と住まいを、
笑顔でつなぐ。

NOVEMBER

2024年11月号 [隔月発行]

令和6年11月10日発行 通巻第522号
公益社団法人 全国宅地建物取引業協会連合会
公益社団法人 全国宅地建物取引業保証協会



特集

不動産業界は、 今後の人手不足にどのように対応すべきか？

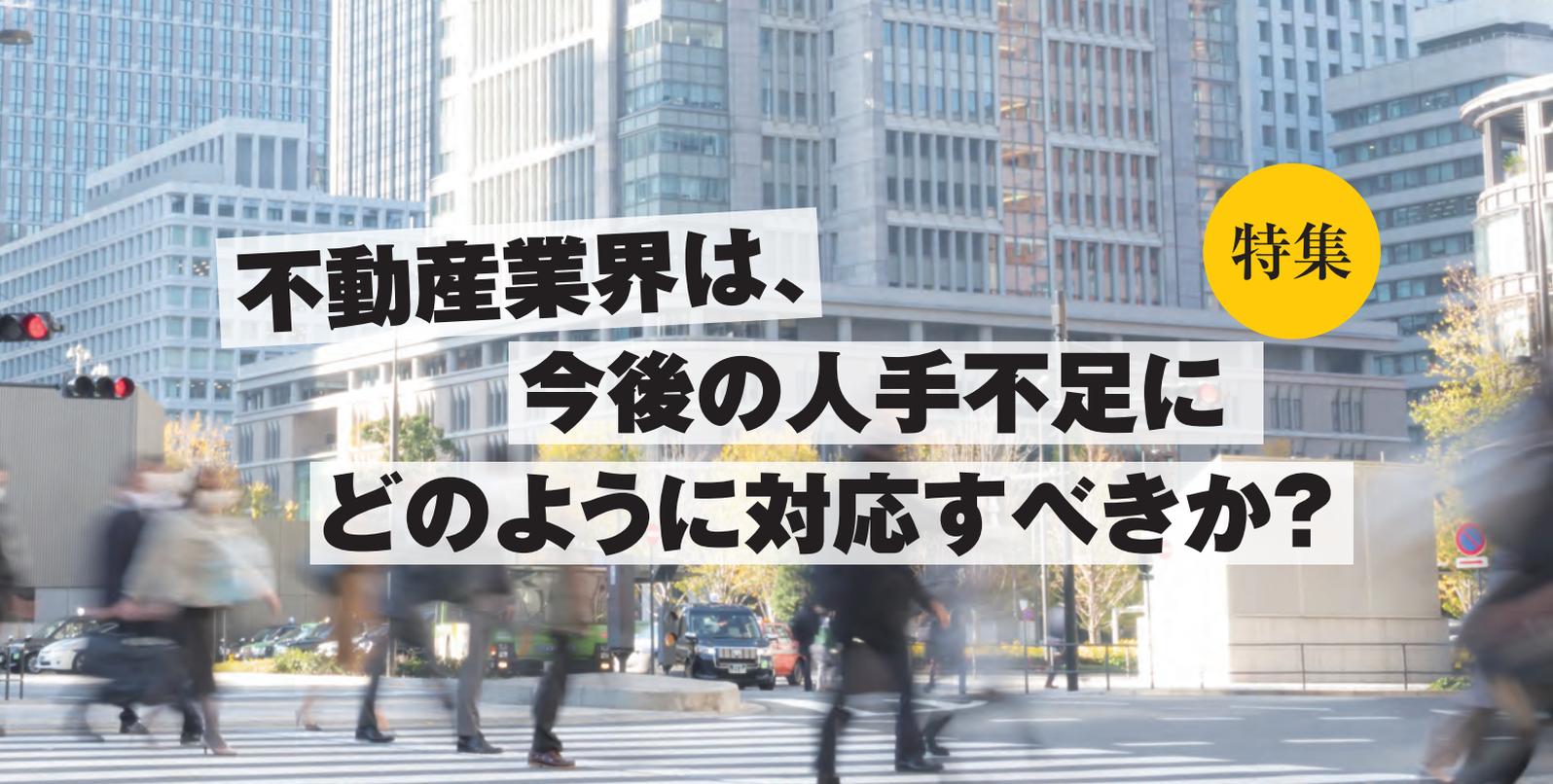
「住」のトレンドウォッチング

- ① 住宅セーフティネット法改正で「居住サポート住宅」創設
- ② 11月から既存住宅広告に「省エネ部位ラベル」

紙上研修

コンプライアンス違反事例と留意点

Hatomark Fellow ハトマーク支援機構からのお知らせ



特集

不動産業界は、

今後の人手不足に

どのように対応すべきか？

日本の人口減少と生産年齢人口の低下が加速するなか、不動産業界でも深刻な人手不足に直面している。業界の高齢化や定着率の低さが課題となる一方、M&Aや働き方改革による対策が模索されている。若手人材の確保と育成が業界の持続可能性のカギを握るといわれる現状についてまとめてみた。

REAL PARTNER

November 2024

特集 不動産業界は、 今後の人手不足にどのように対応すべきか？ .. 2

「住」のトレンドウォッチング 連載 第48回

- ① 高齢者等が住みやすく、大家も安心の賃貸住宅市場へ
住宅セーフティネット法改正で「居住サポート住宅」創設..... 6
- ② 窓の改修・給湯器交換わかりやすく
11月から既存住宅広告に「省エネ部位ラベル」..... 8

注目の書 著者は語る
『行動経済学が最強の学問である』相良 奈美香 10

不動産関連データから読み解く「住まいの今」 連載 第32回
令和5年住宅・土地統計調査
住まいはその時々を映す鏡 12

物価高騰に酷暑や豪雨、災害への懸念が伝わる
「2024年住宅居住白書」からわかる住まいの現状 14

紙上研修 連載 第216回
コンプライアンス違反事例と留意点 16

今月のアーカイブ 20

ハトマーク支援機構からのお知らせ
Hatomark Fellow 2024年11月号 21

表紙デザイン・中村勝紀 (TOKYO LAND)

2024年11月10日発行 通巻第522号
発行／公益社団法人 全国宅地建物取引業協会連合会
公益社団法人 全国宅地建物取引業保証協会
発行人／坂本 久 編集人／角 幸彦

〒101-0032 東京都千代田区岩本町2-6-3
URL <https://www.zentaku.or.jp/>
TEL. 03-5821-8111
FAX. 03-5821-8101

表紙の写真：京都府・瑠璃光院

CONTENTS

人口の減少は確実に訪れる未来

あらためて言うまでもなく、日本の人口は今後、どんどん減少傾向をたどっていく。出生中位・死亡中位で推計した人口推移は、2020年の1億2,614万6,000人から、2030年には1億2,011万6,000人になるとされ（図表1）、その後も減少は止まるところを知らず、2040年には1億1,283万7,000人、2056年には9,965万4,000人まで減ってしまう。

何よりも深刻なのは、生産年齢人口の減少だろう。生産年齢人口とは15～64歳までの、国内の生産活動の核となる人たちの人口のことだ。総人口に占める生産年齢人口の割合は、2020年が59.5%だったのが、2030年には58.9%、2040年には55.1%、そして総人口が1億人を割り込む2056年には52.8%まで低下していく。

生産年齢人口の減少による影響は、年金をはじめと

図表1 年齢3区分別総人口および年齢構造係数：出生中位（死亡中位）推計

年次	人口（千人）				割合（%）		
	総数	0～14歳	15～64歳	65歳以上	0～14歳	15～64歳	65歳以上
2020年	126,146	15,032	75,088	36,027	11.9	59.5	28.6
2025年	123,262	13,633	73,101	36,529	11.1	59.3	29.6
2030年	120,116	12,397	70,757	36,962	10.3	58.9	30.8
2035年	116,639	11,691	67,216	37,732	10.0	57.6	32.3
2040年	112,837	11,419	62,133	39,285	10.1	55.1	34.8
2045年	108,801	11,027	58,323	39,451	10.1	53.6	36.3
2050年	104,686	10,406	55,402	38,878	9.9	52.9	37.1
2056年	99,654	9,507	52,652	37,495	9.5	52.8	37.6

*各年10月1日現在の総人口（日本における外国人を含む）。2020年は、総務省統計局「令和2年国勢調査 参考表：不詳補充結果」による。

出所：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口：令和5年版」より

する社会保障財政の困窮化だけに止まらず、社会全体の活力を削ぐことにもつながるだろうし、何よりもさまざまな業界において人手不足の問題が深刻化する。

特にマンパワーを使わなければ成り立たない業界では、人手不足はより深刻な問題となる。具体的には建設業界や運送業界だ。建設業界においては、高齢者の大量退職が予想される2025年を「2025年問題」ととらえており、その対応は喫緊の課題となっている。

不動産業の人手不足感も深刻

もちろん、人手不足は不動産業界でも深刻な問題だ。厚生労働省が公表している「産業別正社員等労働者過不足判断D.I.（指数）」は、「不足」の比率から「過剰」の比率を差し引いて求められるが、2024年2月調査の不動産業・物品賃貸業では不足の比率が48%、過剰の比率が2%で、D.I.は46P（ポイント）となった（図表2）。

ちなみに産業別にD.I.を比較すると、「学術研究、専門・技術サービス業」が66P、「建設業」が65P、「情報通信業」が62Pで、いずれも不動産業に比べて人手不足は深刻な状況にあるが、不動産業も3年前の2021年2月には、不足の比率が26%、過剰の比率が5%で、D.I.は21Pだった。つまり不動産業は、かなりのペースで人手不足の問題が深刻化しているのだ。

2023年1年間の労働移動者を見ると、不動産業・物品賃貸業では入職者数が13万100人で、離職者数は14万1,100人（図表3）。在籍者に対する入職者の割合を示す入職率は15.0%、一方、在籍者に対する離職者の割合を示す離職率は16.3%であり、入職率は16業種中上から6番目、離職率は16業種中上から4番目だ。

図表2 産業別正社員等労働者過不足状況と労働者過不足判断D.I.

産業	2021年2月調査			2022年2月調査			2023年2月調査			2024年2月調査		
	不足 (%)	過剰 (%)	D.I. (ポイント)	不足 (%)	過剰 (%)	D.I. (ポイント)	不足 (%)	過剰 (%)	D.I. (ポイント)	不足 (%)	過剰 (%)	D.I. (ポイント)
調査産業計	34	7	27	43	4	39	49	3	46	54	3	51
建設業	50	3	47	54	1	53	58	2	56	66	1	65
製造業	30	9	21	46	4	42	50	4	46	52	5	47
情報通信業	34	4	30	43	2	41	52	3	49	63	1	62
運輸業、郵便業	39	5	34	55	4	51	57	1	56	60	1	59
卸売業、小売業	17	8	9	24	6	18	27	4	23	34	4	30
金融業、保険業	10	2	8	11	1	10	20	2	18	37	-	37
不動産業、物品賃貸業	26	5	21	33	3	30	42	1	41	48	2	46
学術研究、専門・技術サービス業	40	4	36	44	1	43	51	1	50	67	1	66
宿泊業、飲食サービス業	16	17	△1	23	4	19	38	3	35	57	1	56
生活関連サービス業、娯楽業	23	8	15	39	5	34	45	1	44	48	2	46
医療、福祉	53	4	49	58	3	55	66	3	63	62	3	59
サービス業（他に分類されないもの）	31	5	26	35	2	33	48	3	45	60	1	59

出所：厚生労働省「労働経済動向調査」より

図表3 産業、就業形態別入職者・離職者状況（2023年）

産業	入職者数 (千人)	離職者数 (千人)	入職率 (%)	離職率 (%)
産業計	8,501.2	7,981.0	16.4	15.4
鉱業、採石業、砂利採取業	1.0	1.0	9.3	9.2
建設業	278.8	281.5	10.0	10.1
製造業	760.8	742.0	10.0	9.7
電気・ガス・熱供給・水道業	20.5	25.7	8.3	10.4
情報通信業	192.7	209.8	11.7	12.8
運輸業、郵便業	300.9	307.1	10.1	10.3
卸売業、小売業	1,425.4	1,354.6	14.9	14.1
金融業、保険業	113.6	142.6	8.4	10.5
不動産業、物品賃貸業	130.1	141.1	15.0	16.3
学術研究、専門・技術サービス業	176.5	185.0	11.0	11.5
宿泊業、飲食サービス業	1,739.0	1,422.7	32.6	26.6
生活関連サービス業、娯楽業	523.3	448.0	32.8	28.1
教育、学習支援業	551.9	510.4	16.0	14.8
医療、福祉	1,266.5	1,157.1	16.0	14.6
複合サービス事業	24.6	30.8	6.2	7.8
サービス業（他に分類されないもの）	995.8	1,021.5	22.5	23.1

出所：厚生労働省「労働経済動向調査」より

全産業の入職率平均は16.4%、離職率平均は15.4%なので、不動産業界を志す人が少ないうえに、入ったとしても辞める人が多いことを、これらの数字は物語っている。人口減少によって、ただでさえ働く人の数が減っているのに、定着率が悪いとなれば、人手不足は一段と深刻化してしまう。

2024年10月10日の東洋経済オンラインでは、『CSR企業総覧（雇用・人材活用篇）』の2024年版をベースにして、2020年4月新卒入社者数と、その3年後の2023年4月1日時点における在籍者数を比較した「新卒3年後定着率・業種別平均」を出している。それによると、不動産業のそれは74.3%で、これは33業種中下から5番目となっている（図表4）。

なかには大手不動産会社で、新卒3年後定着率が100%というケースもあるが、それは大企業ならではの待遇面の良さがあるからだろう。

不動産業法人数は約20年で10万社以上増加

公益財団法人不動産流通推進センターの「2024不動産業統計集」によると、2022年における不動産業の法人数は総数が37万8,460社で、そのうち資本金1,000万円未満の法人数が26万4,791社、1,000万円～5,000万円未満が10万1,619社となっている。これは日本のほとんどの業種と同じだが、不動産事業者も多くが中小企業の区分に含まれる。企業基盤があまり大きくないなかで、従業員の入職率や定着率を高めるには、やはりそれぞれの独自の努力が必要になるだろう。

図表4 2020～2023年の新卒3年後定着率・業種別合計1397社平均（定着率80%未満の12業種）

業種	新卒3年後定着率 (%)
1 証券・商品先物	60.5
2 小売業	64.2
3 サービス業	66.5
4 パルプ・紙	74.2
5 不動産業	74.3
6 鉄鋼	74.5
7 陸運業	76.4
8 繊維製品	76.9
9 銀行業	77.4
10 卸売業	78.4
11 建設業	78.8
12 情報・通信業	79.5
全33業種平均	79.5

* 上場・未上場企業、合計1,397社の2020年と2023年の4月1日の在籍者数による比較
出所：東洋経済『CSR企業総覧（雇用・人材活用編）2024』より

一方で、前出の「2024不動産業統計集」によると、不動産業の法人数は2003年度の27万7,143社から、2022年には37万8,460社に増えている（図表5）。約20年で10万1,317社も増えた計算になる。これは、不動産業のニーズが変わらず高いことや、不動産業経営に魅力を感じる人たちが依然として多いことの現れではないだろうか。ただし、法人数が10万社以上増えても不動産業に就く人たちの数が増えていない現実からは、それだけ1社あたりの平均社員数は少なくなっているという問題も抱えている。

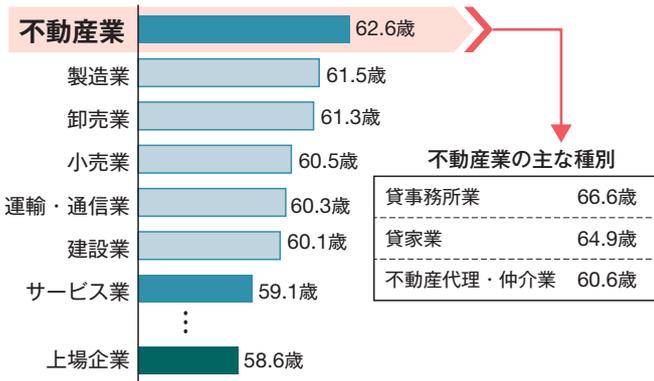
約20年で10万社以上増えている不動産業だが、今後の法人数の増加は徐々にペースダウンしていこう。その理由は経営者の高齢化と後継者問題だ。帝国データバンクが今年4月12日に公表した「2023年全国社長年齢分析調査」によると、全業種の社長の平均年齢は60.5歳で、33年連続の上昇となっているが、

図表5 不動産業の法人数の推移
(社)



出所：財務省「財政金融統計月報」—法人企業統計年報特集—による

図表6 主な業種別社長平均年齢と不動産業の種別社長平均年齢



出所：帝国データバンク「全国「社長年齢」分析調査（2023年）」

業種別の平均年齢を見ると、不動産が62.6歳で最も高い（図表6）。

内訳を見ると、貸事務所業が66.6歳、貸家業が64.9歳、不動産代理・仲介業が60.6歳なので、いわゆる大家さんが平均を引き上げている面はあるが、不動産業を営む社長の平均年齢が高齢化しているのは事実だ。

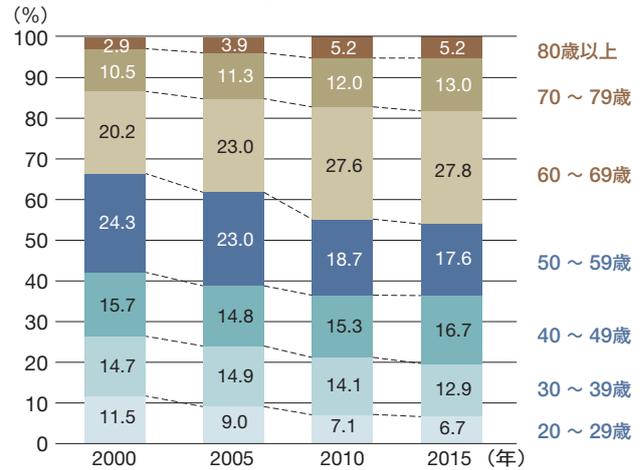
今後、経営者の高齢化と後継者不足によって、不動産業界のM&Aが加速される可能性がある。これが実際に起これば、不動産業界の人手不足をある程度、解消させる働きをするはずだ。不動産業を営む事業者同士のM&Aは、事業の中身が同じであるだけに親和性が高い。経営基盤を強くするだけでなく、新卒採用も中途採用もむずかしい時代であるので、M&Aによって人材を確保するのも不動産業にとっては、これから大きな選択肢の1つになるだろう。

若者が魅力を感じる不動産業界に

不動産業界は経営者が高齢化するだけでなく、若年労働者が少なく、業界全体が高齢化していることも問題となっている。若年労働者の数が年々減少していることは、別段、不動産業界に限った話ではないともいえるが、不動産業界の就業者の年齢構成を2000年と2015年と比べると、20～29歳は11.5%から6.7%に減少、30～39歳は14.7%から12.9%に減少している（図表7）。その一方で、60～69歳は20.2%から27.8%に、70～79歳は10.5%から13.0%にそれぞれ増加している。

こうした数字を見ると、高齢化が進んだ不動産事業者同士のM&Aだけでは、組織の若返りは期待できない。人手不足を乗り越えるうえでM&Aは有効だが、同時に不動産業界を目指す若い人たちを増やすための

図表7 不動産業の就業者の年齢構成



*不動産取引業（開発・流通）、不動産賃貸業・管理業が対象。2002年以降は駐車業を含む。
出所：総務省「国勢調査」より

努力も必要だ。就活サイトなどを見ると、就活生の不動産業界に対するイメージは、以下のようなものがある。「仕事がハード」、「休日出勤が多い」、「多忙のためワークライフバランスが整わない」、「プレッシャーが強い」などなど。

「休日出勤」については、不動産会社を訪れるお客様が休日に集中するので、いかんともしがたいが、「多忙のためワークライフバランスが整わない」については改善の余地がいろいろとあるだろう。不動産取引は金額が大きいため、どうしても対面での応対が多くなるし、1つの案件を成約させるまでには何度も交渉する必要がある。そのうえ各種契約書類などのやりとりも多く、こうした業務の煩雑さが「仕事がハード」のイメージにつながっている。

しかし、これらについては今後、業務支援システムの導入や、一部業務のアウトソーシング、IT化の推進によって、ある程度、負担を軽減できるだろう。また、「プレッシャーが強い」というのは、目標必達のプレッシャーが強く、そのために上意下達の企業文化が根を張りがちだと思われているようだ。

これらのイメージを払拭するためには、働き方や企業文化を変えるしかないだろう。これらを変えるのは容易ではないし、目標必達のプレッシャーを弱めた途端、営業力が落ちることを懸念する向きも少なくないと思うが、若手社員や他業界からの中途採用社員を増やすことは、不動産業界にとって価値ある大きな目標である。将来を見据えれば、営業力を高めることと同じほどの情熱をもって、働き方改革や組織変革に取り組むのが、今後の不動産業界を発展させるために求められていることではないだろうか。

「住」のトレンドウォッチング①

高齢者等が住みやすく、大家も安心の賃貸住宅市場へ 住宅セーフティネット法改正で 「居住サポート住宅」創設

大家と、単身高齢者などの「住宅確保要配慮者」が、ともに安心して貸せる・暮らせる賃貸住宅市場を目指して、2024年5月に「住宅確保要配慮者に対する賃貸住宅の供給の促進に関する法律（住宅セーフティネット法）」が改正された。目玉の「居住サポート住宅」の創設を中心に、ポイントを整理する。

株式会社不動産経済研究所 「日刊不動産経済通信」記者 篠木美由紀（宅地建物取引士）

単身高齢者に家を貸す不安を払拭

国の推計によると、65歳以上の単身高齢者世帯は、2020年の738万世帯から2030年には約900万世帯まで増える見通しだ。単身高齢者の賃貸住宅ニーズは今後も高まると予想される。しかし多くの大家は、単身高齢者に家を貸すことに不安を抱く。入居中に死亡されると、残置物の問題や借家権が相続人に相続される問題が発生し、なかなか次の人に貸せなくなるため、単身高齢者の入居を断る大家は少なくない。こうした大家の不安を払拭し、単身高齢者などの住宅確保要配慮者が住みやすい賃貸住宅市場を目指して、住宅セーフティネット法（以下、住宅SN法）が改正された。住宅・福祉施策の連携をテーマに、高齢者住まい法、住宅金融支援機構法も含めた総合的な改正となった。

改正の目玉は、居住支援法人（要配慮者の居住支援の担い手として都道府県が指定）等と大家が連携する「居住サポート住宅認定制度」の創設だ。居住サポート住宅とは、

- ①居住支援法人等が入居者の日常の安否確認・見守りサポートを行う
- ②入居者の生活・心身の状況が不安定になったら福祉サービスにつなぐ
——という賃貸住宅（図表1）だ。

安否確認・見守りつきの新たな賃貸住宅

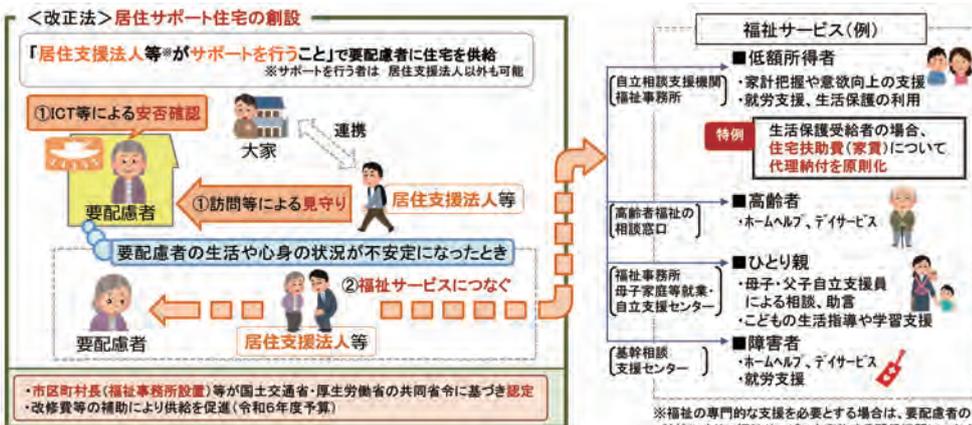
大家・居住支援法人等が共同または単独で「居住安定援助計画」を作成して、福祉事務所が設置された市区町村長が認定する。住宅の床面積や設備、家賃が適正か、入居中のサポート費用が適正かなどが認定基準になる。改正法施行は2025年10月1日の予定。認定基準は、2025年夏ごろまでに国土交通省・厚生労働省が省令で定める。国は、認定基準を満たすための改修費や、家賃低廉化・家賃債務保証料低廉化の補助を今後行う方針だ。

省令に先行して国交省は、居住サポート住宅の「対応方針（案）」を公表した。それによると、居住サポート住宅の「安否確認」は、ICT機器などの設置その他の方法により「1日1回以上実施すること」を想定している。「見守り」は、訪問その他の

方法により「原則月1回以上、入居者の心身および生活の状況を把握すること（対面必須）」としている。

高齢者向けの賃貸住宅には、同じ住宅SN法に基づくセーフティネット住宅や、高齢者住まい法に基づくサービス付き高齢者向け住宅がある。違いを整理すると図表2になる。

図表1 居住サポート住宅のイメージ



出典：国土交通省資料

図表2 居住サポート住宅、セーフティネット住宅、サービス付き高齢者向け住宅の違い

	居住サポート住宅	セーフティネット住宅	サービス付き高齢者向け住宅
制度趣旨	日常生活を営むのに援助を必要とする要配慮者に対し、居住支援法人等による援助を提供する住宅の供給の促進	住宅確保要配慮者の入居を拒まない住宅の供給の促進	高齢者が日常生活を営むために必要な福祉サービスの提供を受けることができる良好な居住環境を備えた賃貸住宅の供給の促進
対象者	日常生活を営むのに援助を必要とする住宅確保要配慮者	住宅確保要配慮者	60歳以上の者または要支援・要介護認定者等
ハード基準	床面積	25㎡以上 (ただし、共用部分に共同で利用する台所等を備えることで、各戸に備える場合と同等以上の居住環境が確保されるときは、18㎡以上)	25㎡以上 (居間、食堂、台所その他の居住の用に供する部分が高齢者が共同して利用するため十分な面積を有する場合には18㎡以上)
	構造設備	・建築基準法、消防法に適合すること ・台所、トイレ、浴室等の設備を有すること ・耐震性能を有すること	・建築基準法、消防法に適合すること ・台所、トイレ、浴室等の設備を有すること ・耐震性能を有すること
	その他	—	—
サポート	認定事業者が安否確認・見守り、福祉サービスへのつなぎを実施 ※安否確認：装置の設置その他確認を定期的に行うための措置	—	原則として、日中に常駐する生活相談員が、状況把握サービス・生活相談サービスを実施 ※状況把握サービス：毎日
手続き	・大家と居住支援法人等が共同で申請 ※居住支援法人等が自ら貸す場合は単独 ・計画の認定	・事業者が建築物ごとに都道府県知事に申請/登録	・事業者が申請 ・住戸ごとの登録（都道府県） ⇒登録事項を広く公表
供給方法	・既存住宅の活用	・既存住宅の活用	・新築/既存住宅の活用

出典：国土交通省資料

認定家賃債務保証業者制度を創設

大家が高齢者に抱く家賃滞納の不安への対策も措置された。家賃滞納が起きた場合に、入居者に代わって家賃債務保証業者が家賃を立て替える家賃債務保証。この仕組みに、「認定家賃債務保証業者制度」が創設された。居住サポート住宅の入居者である要配慮者に、家賃債務保証を提供する制度だ。認定家賃債務保証業者は、すべての要配慮者の保証に、住宅金融支援機構による保険が利用可能になる。保険割合は最大9割で、認定業者のリスクを低減する。2025年夏ごろから保証業者の認定申請受付が始まる予定だ。

また、生活保護受給者が居住サポート住宅に入居する場合は、「住宅扶助費（家賃）の代理納付」が原則化される。代理納付は、生活保護費が支給される際に、住宅扶助費を直接大家に支払い、生活保護者には住宅扶助費を差し引いた額を給付するもの。原則化の特例も2025年10月から始まる。

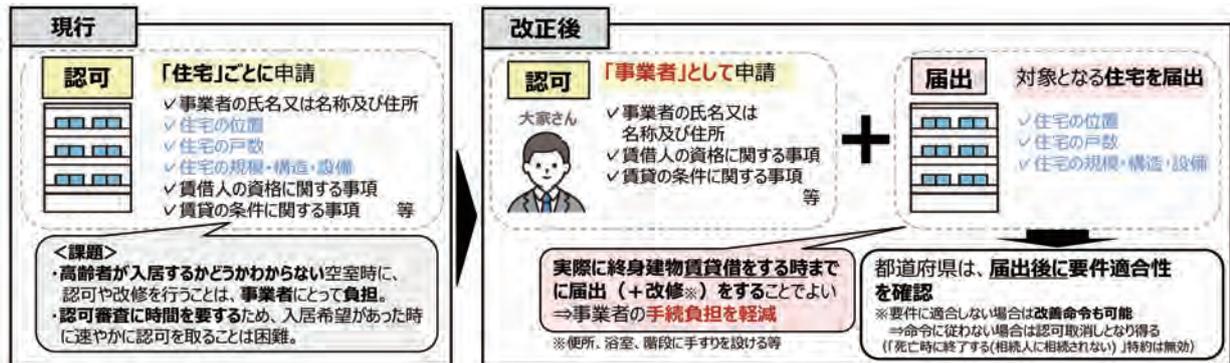
終身建物賃貸借・残置物処理も円滑に

賃借人死亡時に契約が終了し、相続人に相続されない契約として、「終身建物賃貸借」がある。この契約で家を貸すには、事前に対象の住宅を都道府県知事等に申請し、認可を受けることが必要だ。

高齢者住まい法の改正により、終身建物賃貸借の認可手続きが簡素化された。これまでの住宅ごとの認可から、「事業者単位の認可+住宅届出」になる（図表3）。改正前は、住宅が一定の基準（手すり設置など）を満たしていなければ、認可申請までに改修しておかなければならなかったが、改正後は事業者として認可を受けたいうえで、終身建物賃貸借を行うときまでに対象住宅の届出と改修をすればよいことになった。

このほか、入居者死亡時の残置物処理を円滑に行うため、居住支援法人の業務に「入居者からの委託に基づく残置物処理」が追加されるなど、総合的な対策が示された。

図表3 終身建物賃貸借契約の手続きの簡素化（改正高齢者住まい法）



出典：国土交通省資料

窓の改修・給湯器交換わかりやすく

11月から既存住宅広告に「省エネ部位ラベル」

今年4月に始まった「建築物の販売・賃貸時の省エネ性能表示制度」に、11月から既存住宅を対象とする「省エネ部位ラベル」が加わった。一定の性能がある窓・給湯器を備えた既存住宅の売買・賃貸で、国が定めた専用ラベルを広告に表示することができる。先行の「省エネ性能ラベル」との使い分けなど、要点をまとめた。

株式会社不動産経済研究所 「日刊不動産経済通信」 記者 篠木美由紀（宅地建物取引士）

4月開始の制度概要を再確認

今年4月に始まった建築物省エネ法に基づく「建築物の販売・賃貸時の省エネ性能表示制度」は、省エネ性能の高い住宅が選ばれる市場の整備を目的として創設された。2024年4月1日以降に建築確認申請を行う新築建築物の売買・賃貸の広告に、省エネ性能を星の数で評価した「省エネ性能ラベル」を表示するというものだ。省エネ性能ラベルとセットで、より詳しく性能を解説する「エネルギー消費性能の評価書」も発行され、検討客への説明に活用することができる。省エネ性能の評価は、第三者評価（BELS）または国土交通省のウェブプログラムを使った自己評価により行う。

省エネ性能ラベルの広告への表示は努力義務であり、努力義務が課されているのは、販売・賃貸事業者（売主・貸主）だ。賃貸事業者には個人の賃貸住宅オーナーやサブリース事業者も含まれる。国土交通大臣は、ラベルを表示しない売主・貸主に対し

て、表示するよう勧告することができる。勧告に応じなければ、事業者名を公表することもできる。努力義務とはいえ、実質的には義務に近い。

一方で、省エネ性能の把握が困難な既存建築物（制度施行日の2024年4月1日より前に建築確認申請を行った建築物）には、必ずしも省エネ性能ラベルの表示は求めないこととされた。したがって、既存住宅を含む既存建築物は、省エネ性能ラベルを表示しなくとも勧告の対象外となっている。

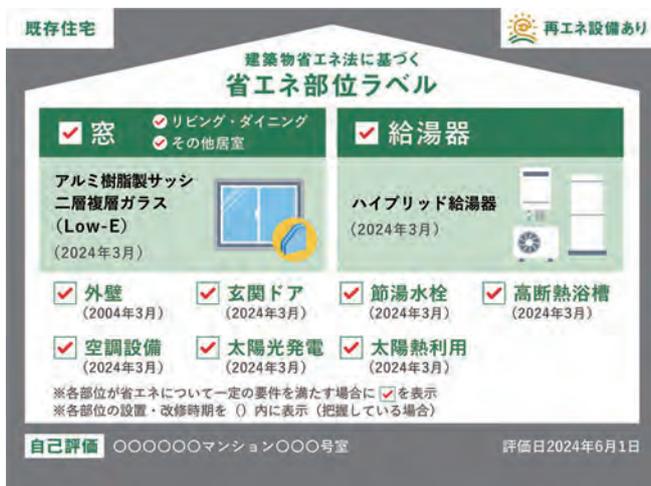
省エネリフォーム物件を差別化

11月から、同制度に既存住宅広告用の「省エネ部位ラベル」が加わった。窓・給湯器のどちらか1つ以上で要件を満たす場合に、広告に図表1のラベルを表示することができる。

住宅のエネルギー消費量のうち、暖房や給湯が占める割合は大きい。開口部（窓）からの熱損失も大きく、（一社）日本建材・住宅設備産業協会によると、冬の暖房時に開口部から熱が流出する割合は58%とされている。そのため、国により開口部の断熱改修や高効率給湯器の導入に対する支援が行われている。既存住宅の省エネ性能を引き上げる重要な部位として、ラベル表示に窓と給湯器が選ばれた。

窓・給湯器の情報の下には、副次的な項目として、外壁・玄関ドア・節湯水栓・高断熱浴槽・空調設備・太陽光発電・太陽熱利用の7項目も表示可能だ。省エネ部位ラベルで「有り」と表示するための要件は図表2のとおり。省エネ性能の把握が困難な既存住宅でも、省エネ性能を引き上げるリフォームなどを行っている場合は、「省エネ部位ラベル」で可視化して、リフォームしていない物件と差別化することができるようになった。

図表1 省エネ部位ラベルの例



出典：国土交通省住宅局提供

図表2 省エネ部位ラベルの表示項目

	部位	表示する事項	「有り」として表示する要件、その他補足事項
主たる項目	窓	・対象部位の有無 ・サッシの仕様 ・ガラスの仕様	<ul style="list-style-type: none"> ・サッシの仕様は、以下のいずれかにより表示する。 「アルミ製サッシ」「アルミ樹脂製サッシ」「樹脂製サッシ」「木製サッシ」 ・ガラスの仕様の表示は、以下のいずれかによる。 「二層複層ガラス」「三層複層ガラス」「真空ガラス」 ※Low-E膜を有する場合は、上記に「(Low-E)」を併記する。例：「二層複層ガラス (Low-E)」 ・内窓の場合は、上記に「(内窓)」を併記する。例：「樹脂製サッシ 二層複層ガラス (内窓)」 ・住宅に複数の窓が存在する場合、リビング及びダイニングに当たる室に設置されている全ての窓が上記の仕様を満たす場合に表示できる。 ・その他の居室の窓を一室以上改修している場合（リビング及びダイニングに当たる室と同様の仕様となる場合に限る）はその旨を表示できる。
	給湯器	・対象部位の有無 ・給湯器の種類	<ul style="list-style-type: none"> ・給湯器の種類は、以下のいずれかによる。 「エコフィール」「エコジョーズ」「電気ヒートポンプ給湯機」「ハイブリッド給湯機」「エネファーム」 ・複数の給湯器が存在する場合、いずれか一つ以上が上記の給湯器の種類に該当する場合に表示できる。
副次的な項目	外壁	・対象部位の有無	リビング及びダイニングに当たる室に存在する外壁（外気と接する壁）の仕様が省エネ基準（仕様基準）に適合する場合。
	玄関ドア	同上	玄関ドアの仕様が省エネ基準（仕様基準）に適合する場合。
	節湯水栓	同上	台所水栓・洗面水栓・浴室シャワー水栓のいずれか一つ以上が、「手元止水機能」「小流量吐水機能」「水優先吐水機能」のいずれかの機能を有する場合（ただし、流量調節部及び温度調節部が使用者の操作範囲内にある場合に限る）。
	高断熱浴槽	同上	浴槽の仕様が、JISにおいて定められた高断熱浴槽の性能を満たす場合。
	空調設備	同上	リビング及びダイニングに当たる室に存在する空調設備の仕様が、省エネ基準（仕様基準）を満たす場合。
	太陽光発電	同上	太陽光発電設備が設置されており、当該設備により供給される電気が住宅で使用できる場合。
	太陽熱利用	同上	ウェブプログラムにおいて評価対象としている太陽熱利用設備が設置されている場合。
その他の表示項目	評価日		省エネ部位ラベルの発行日を表示する。
	各部位の設置・改修時期		各部位の設置・改修時期を把握している場合に、当該時期を表示する。
	再エネ設備の有無		副次的な項目のうち「太陽光発電」「太陽熱利用」の有無に応じて、再エネ利用設備の有無を表示する。
	建物名称等		対象住宅を識別するため、建物の名称、部屋番号等を表示する。
	関係団体による講習等を受けた者が現況確認を行った場合は、その旨		省エネ部位ラベルの発行に当たって、関係団体等による講習等を受けた者が、当該住宅の現況確認を行っている場合は、その旨を表示することができる。

出典：「建築物省エネ法に基づく建築物の販売・賃貸時の省エネ性能表示制度ガイドライン」より

省エネ性能ラベルとの違い

新しい省エネ部位ラベルの評価方法は自己評価のみで、「エネルギー消費性能の評価書」は発行されない。広告表示の努力義務が課された主体（売主・貸主）は省エネ性能ラベルと同じだ。ただし省エネ部位ラベルは、表示しなくても、売主・貸主が勧告を受けることはない。売主・貸主のどちらでもない不動産仲介業者にはラベル表示の努力義務はなく、勧告を受けることもないが、物件広告の作成を担うのは通常仲介業者だ。売主・貸主からの委託を受けて、仲介業者が対象部位の有無を確認し、ラベル発行を行う流れが想定される。国交省は、省エネ部位ラベルについても、ウェブ上から簡単にラベルが作成できるプログラムを11月から稼働予定だ。

国交省は、既存建築物でも「建築時に省エネ性能を評価している場合には、（略）省エネ性能ラベルの表示を行うことが望ましい」（制度ガイドラインより）というスタンスだ。特に2021年4月以降は、おおむねすべての建築物で建築物省エネ法に基づく「省エネ基準への適合義務」「所管行政庁への届出義務」「建築士による説明義務」のいずれかが新築時に課されている。これらの過程で省エネ性能が評価されるため、同時期以降の新築物件は、比較的容易に省エネ性能ラベルを取得することが可能だ。

2つのラベルの同時表示は不可

既存住宅の現況をチェックし、各部位の有無や仕様によりラベル表示を行うが、設備に明確な不具合が認められる場合は「有り」とは表示しないようにする。また、国交省は、2種類のラベルを同一の広告に表示しないよう呼びかけている。消費者の混乱を招かないようにするためだ。

既存住宅でも省エネ性能評価が可能な場合は、省エネ性能ラベルを優先的に表示する。先に省エネ部位ラベルを表示していて、その後に省エネ性能を把握した場合は、国交省は省エネ性能ラベルに移行するよう促している。

国交省は今後、断熱・設備仕様などの現況確認の方法について、関係団体（建築系の団体を想定）が講習を行えるよう支援していく方針だ。関係団体による講習が始まり、講習修了者が現況確認を行った場合は、その旨をラベルに表示できるようにする。

制度担当の国交省住宅局参事官（建築企画担当）付の井波まどか課長補佐は、「個人の賃貸住宅のオーナーは、これまでに省エネ性能の高い窓への改修や給湯器交換を行っていても、制度を知らない方がいる。住宅の省エネ性能を消費者にアピールする機会なので、不動産仲介業者の皆様からも、省エネ部位ラベルの表示を働きかけていただければ」と話す。



本書を書くことになったきっかけを教えてください。

私は日本の高校を卒業すると同時に渡米し、オレゴン大学で行動経済学、といっても当時は「デシジョン・メイキング・コース」と称していましたから、「意思決定」という意味合いが強かったのですが、そこで学び、卒業後は同大学院、同ビジネススクールで博士号を取得しました。その後は研究者の道を選ばず、米国で「行動経済学コンサルティング会社」を起業し、現在に至ります。

起業後もずっと海外生活を続けてきたので、日本語を使うことがまったくなかったのですが、ある日、突然、私のメールボックスに日本語のメールが送られてきました。それが本書の編集担当者からのものでした。

もともと本を書いてみたいという想いがあったのと、日本ではまだ行動経済学があまり浸透していないという印象もあり、6カ月くらいの時間をかけて書き上げたのが、この本です。

「行動経済学」というと、やはりむずかしい学問というイメージが先に立ちます。実際に執筆するにあたって、どういう点に苦労しましたか。

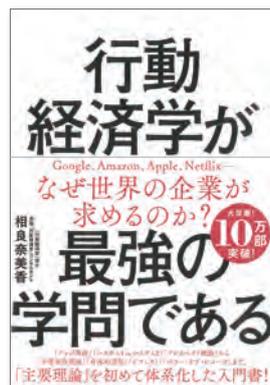
担当していただいた編集者と、どういう本にするかについて何度もミーティングを繰り返したのですが、私のなかで「こういう本にだけはしたくない」というのはありました。それは、辞書のような本です。「確証バイアスとは何々」「埋没コストとは云々」といった解説本にしてしまうと、おそらく読者の皆さんの頭には何も残らないでしょう。それでは、この本に書かれていることを、ビジネスの現場で使うことができません。

一方で、行動経済学は比較的新しい分野ということもあって、体系化されないうまま今日に至っています。そのため理論を丸暗記するしかないことが、行動経済学の本質をつかみにくい、むずかしい学問にしてきたという経緯があります。

行動経済学が最強の学問である

相

良



『行動経済学が最強の学問である』

SBクリエイティブ 1870円（税込）

いまビジネスパーソンが最も身につけるべき教養ともいわれる行動経済学だが、新しい学問であるがゆえに、これまで体系化されてこなかった。本書では、基礎知識をおさえたいと、「ナッジ理論」「システム1 vs システム2」「プロスペクト理論」から、「身体的認知」「アフェクト」「不確実性理論」「パワー・オブ・ビコーズ」まで、「主要理論」を初めて体系化するという、これまでにない手法で、行動経済学を解説する。



さがら なみか ● 「行動経済学」博士。行動経済学コンサルタント。オレゴン大学卒業、同大学院心理学「行動経済学専門」修士課程および、同大ビジネススクール「行動経済学専門」博士課程修了。デューク大学ビジネススクールポスドクを経て、行動経済学コンサルティング会社であるサガラ・コンサルティング設立、代表に就任。現在は、ビヘイビアル・サイエンス・グループ代表として、行動経済学を含めた、行動科学のコンサルティングを世界に展開しており、株式会社GA technologies 執行役員CBO (Chief Behavioral Officer) も務める。

そこでこの本では、行動経済学の主要理論を体系化して解説することにより、誰が読んでも理解できる内容にすることを目指しました。

行動経済学は、ビジネスのあらゆるシーンで役立つ知識だという印象を受けました。

行動経済学は、ビジネスや人間関係のさまざまな分野に活用できます。経済活動における「人間の行動」のメカニズムを解明する学問ですから、顧客体験から商品・サービス開発、上司と部下のコミュニケーションに至るまで、ビジネスのあらゆる場面においてスキルを活かします。また人間関係という点では、ビジネス現場だけでなく家庭や友人、チームメイトなど、さまざまな場面での関係構築、円滑な人間関係の維持にも役立ちます。

だから多くの米国企業が行動経済学チームを設け、有名ビジネススクールは行動経済学のカリキュラムを積極的に導入し始めているのです。米国以外の国の大学でも、行動経済学部を創設する動きが散見されます。

消費者の消費行動において、行動経済学を役立てられるような場面はありますか。

もちろん、行動経済学は一消費者、一人間として、賢く生きるためのスキルにもなります。たとえばポイント制などは、その裏側に少しでも消費者にお金を使ってもらうための、行動経済学の仕掛けが隠されています。「もう少しで上級ステータスになれる」「ボーナスポイントがもらえる」と思った途端、消費者は冷静さを失い、非合理的なお金の使い方をしてしまいます。行動経済学を、賢く生きるためのスキルとして身につけておけば、こうした企業側の思惑に簡単に乗せられないようになるはずです。

不動産業界のビジネスパーソンに何かメッセージをお願ひできますか。

日本では、商品・サービスを販売するに際して、お客様に提示する情報量が多過ぎると思います。人間は与えられる情報量が多過ぎると、選ぶことを止めてしまう傾向があります。大事なことは、お客様にとってベネフィットとなる情報のみを伝えること。

不動産業であれば、間取りや機能面のスペックを伝えるよりも、駅から何分とか、お客様が生活するうえで必要な情報に絞って提供することがいいのではないのでしょうか。

{ 行動経済学は、ビジネスや人間関係の }
{ さまざまな分野に活用できます。 }

令和5年住宅・土地統計調査 住まいはその時々を映す鏡

不動産エコノミスト
吉崎 誠二

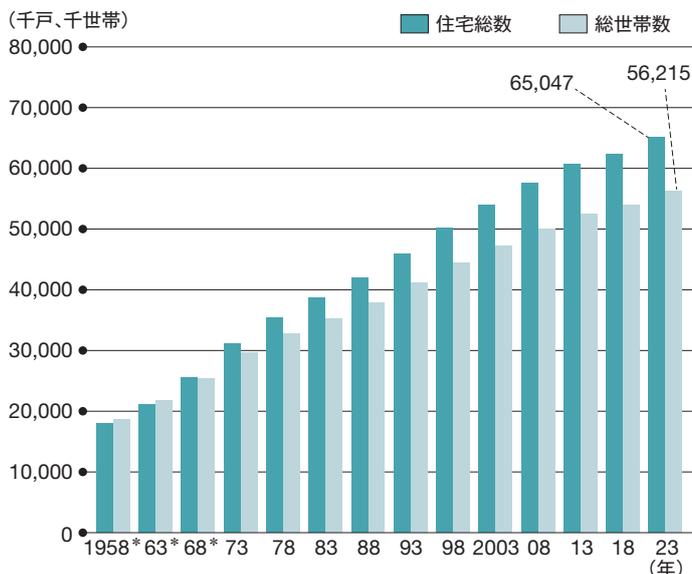
2024年9月25日に「令和5年住宅・土地統計調査」の確報値が総務省から公表されました。国民の間にどのくらい住宅が行き渡っているのか、それぞれがどのような住まいで暮らしているのかがわかるこの調査のデータから、日本の住まいの実情について見てみましょう。

住宅・土地統計調査は、5年ごとに行われる日本の基幹統計の1つで、初めて調査が実施されたのは1948年のことです。

第2次世界大戦中に日本は空襲によって焼け野原となり、戦後、家を失った人たちが数多くいました。終戦から3年後、国民の間にどのくらい住宅が行き渡っているのか、それぞれがどのような住まいで暮らしているのかを把握する目的で始められたのが、この住宅・土地統計調査です。

今年は4月30日に速報値が発表されて、本誌7月号でも取り上げましたが、そのときに発表されたのは、2023年10月1日時点における総住宅数や、空き家の状況でした。今回の確報値では、これらも含め、住宅の建て方、住宅の構造、住宅の規模、借家の家賃、高齢者のいる世帯の状況など、幅広い内容について報告されています。

図表1 総住宅数、総世帯数の推移 — 全国(1958年～2023年)



*印の数値は、沖縄県を含まない

出所：総務省「令和5年住宅・土地統計調査住宅及び世帯に関する基本集計」より

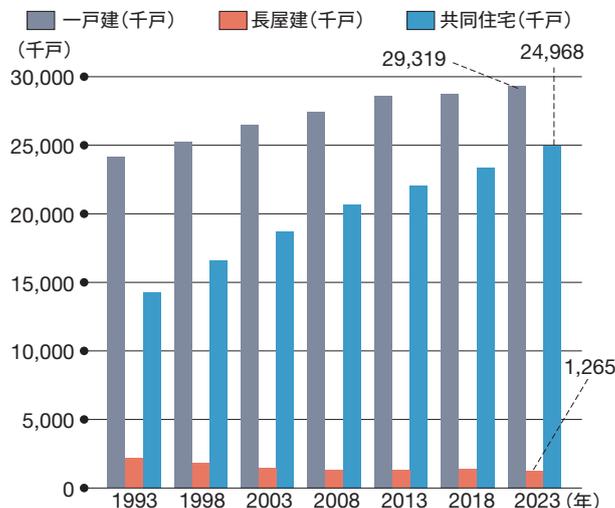
都心部を中心に 共同住宅の割合が増加

住宅・土地統計調査によると、2023年の総住宅数は6,504万7,000戸。前回調査の2018年に比べて264万戸増加し、過去最高になりました(図表1)。

その内訳は、一戸建てが2,931万9,000戸で52.7%、共同住宅が2,496万8,000戸で44.9%を占めました(図表2)。数の上では一戸建てが多いのですが、1993年からの伸び率で見ると、一戸建てが21.44%増であるのに対し、共同住宅は75%増になっています。また住宅数に占める共同住宅の割合は、1993年の35.0%に対し、2023年は44.9%ですから、それだけ共同住宅、なかでもマンションに住む人が増えているということです。この数字は人々の住まい方が大きく変化したことを意味しています。

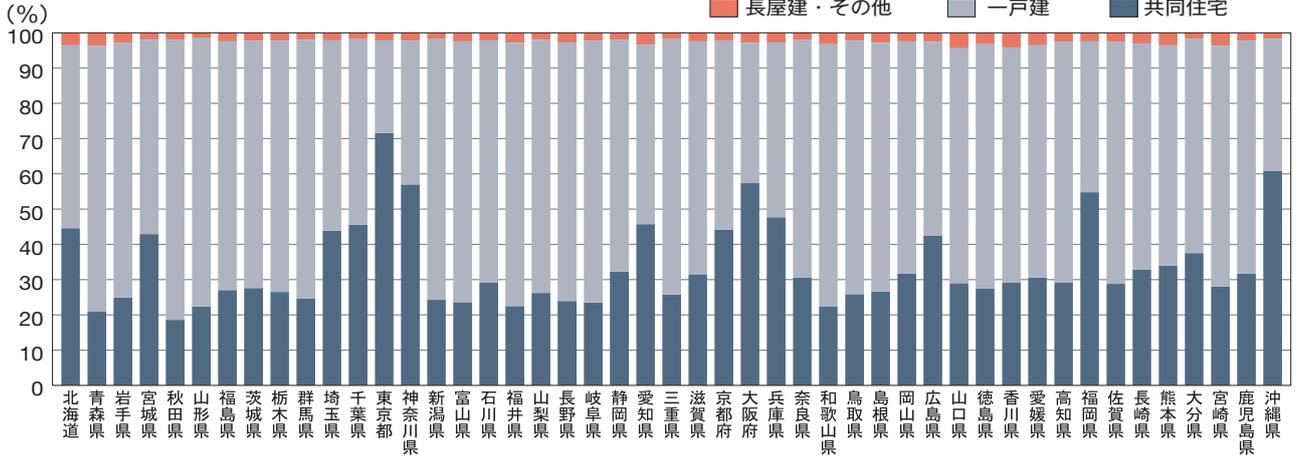
高度経済成長期には「住宅すごろく」といって、た

図表2 住宅の建て方別住宅数の推移—全国(1993年～2023年)



出所：総務省「令和5年住宅・土地統計調査住宅及び世帯に関する基本集計」より

図表3 都道府県別住宅の建て方の割合(2023年)



出所：総務省「令和5年住宅・土地統計調査住宅及び世帯に関する基本集計」より

例えば都市居住者の場合は、「子ども部屋→寮・寄宿舎・下宿→アパート→賃貸マンション→分譲マンション→郊外の一戸建て」というように住む場所を替えていったのが、今はそうではなく、都心回帰で賃貸マンション、あるいは分譲マンションに住み続けるケースも増えています。

住宅に占める共同住宅の割合を都道府県別に見ると、1位が東京の71.6%で、次いで沖縄県の60.9%、大阪府の57.4%となっており、その他、神奈川県と福岡県も50%を超えています(図表3)。

一方、共同住宅の割合が低いのは東北地方で、東北6県はいずれも20%台に止まります。東北地方で共同住宅の比率が著しく低い理由は、住まいに対する文化・嗜好・風習など、習慣的なものが大きく影響しているのではないかと考えられます。

東京都や沖縄県、大阪府で共同住宅の割合が高いには、いくつかの理由が考えられます。たとえばその1つに「生涯未婚率」という数字があります。生涯未婚率とは、50歳時点で一度も結婚したことのない人の割合ですが、この数字が1990年代以降、急速に伸びています。

2020年の国勢調査によると、生涯未婚率は男性が28.3%、女性が17.8%です。この数字は今後も伸び続ける見通しで、2040年には男性が30.4%、女性が22.2%になるという予測もあります。一般的に見て、単身者世帯がいきなり一戸建てを購入するケースは非常に少なく、多くの単身者は共同住宅、とりわけ賃貸マンションやアパートに住む傾向があります。

逆に、離婚も住まいに影響を及ぼします。離婚して1人で暮らす、あるいは子供と暮らす場合も、一戸建てより共同住宅(特に賃貸住宅が多い)を選ぶケースが多いものです。

家族の形態を反映して、住まいの仕方も変化していく

人口移動調査によると、地方圏から大都市圏に向かう人流は、男性よりも女性が多いという数字が出ています。その理由の1つとして、地方では特に女性の働く職場が少ないことがあげられます。たとえば、旅客機の客室乗務員を希望しても、現実的には地方在住のまま、この仕事に就くのは非常にむずかしいといえるでしょう。地方の女性で客室乗務員を希望するならば、東京などの大都市圏に移り住む必要があり、その場合、最初に住む場所は共同住宅がほとんどでしょう。

住まいの場所も形も、その人の暮らしを反映する鏡です。日本経済が戦後の焼け野原から立ち上がり、高度経済成長→バブル経済→長期デフレ経済へと移行していくなかで、家族の形態も大家族から核家族、そして単独世帯の増加というように変わってきました。

ここから先、再び大家族が見直されるようになるのかどうかは、現時点ではまったく不明ですが、住宅・土地統計調査をはじめとする統計には、その時代時代を生きてきた人々の生活様式が伺われます。そして、その生活様式の根底には、必ず住まいがあります。

こうした数字をじっくりとチェックすることはなかなかないと思いますが、住まいを扱う不動産事業者の方々は今一度、日本人の現代史を読み解くイメージで、この統計に関心を持ってみてはいかがでしょうか。

吉崎誠二(よしざき せいじ)

1971年生まれ。早稲田大学大学院ファイナンス研究科修了。立教大学博士前期課程修了。1997年船井総合研究所入所。Real Estateビジネスチームの責任者、上席コンサルタントを経て、2013年に株式会社ディー・サインに取締役として参画し、ディー・サイン不動産研究所所長に就任。2016年より一般社団法人住宅・不動産総合研究所理事長を務める。著書に『大激変 2020年の住宅・不動産市場』(朝日新聞出版)、『不動産サイクル理論で読み解く——不動産投資のプロフェッショナル戦術』(日本実業出版社)などがある。



物価高騰に酷暑や豪雨、災害への懸念が伝わる 「2024年住宅居住白書」からわかる住まいの現状

文・住宅ジャーナリスト 高橋洋子

金利上昇、物価高騰の影響を受け、「持ち家派」は過去最低、賃貸派が増加

今年は1月に能登半島地震が発生し、9月には能登で再び豪雨災害が発生して、自然災害の恐ろしさを思い知らされる年となった。また長期間に及ぶ酷暑に加え、電気代の値上がりや物価高騰の波も押し寄せた。

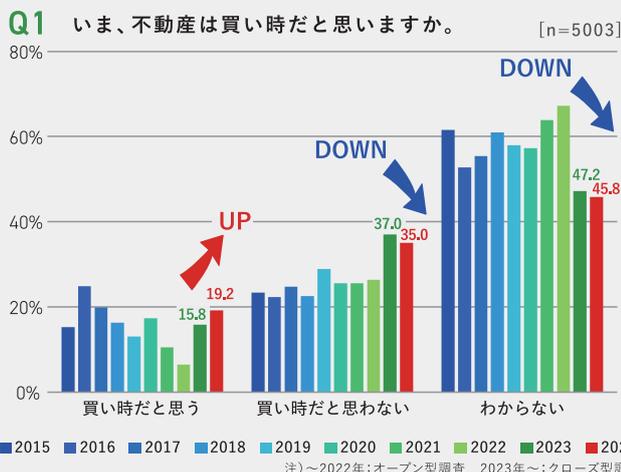
こうした社会情勢の影響が、住宅居住白書の結果からも読み取ることができる。まずは「いま、不動産は買い時だと思うか」の問いから見ていきたい。昨今の金利上昇の流れや資材や人件費の高騰から、ここ数年、都市部を中心に不動産価格が上昇しているが、「買い時だと思う」と回答したのは19.2%と、昨年引き続いて上昇した。理由のトップは「今後、住宅ローンの金利が上昇しそうなので〔今の金利が低いので〕(49.8%)」。次いで「住宅ローン減税など住宅取得の為の支援制度が充実しているから(28.6%)」「不動産価値(価格)が安定または上昇しそうだから(17.1%)」となった。

一方、「買い時だと思わない」と回答した人は35.0%と、急上昇した前年から微減した。理由のトップは「不動産価値(価格)が下落しそうだから(26.5%)」、ついで「自分の収入が不安定または減少しているから

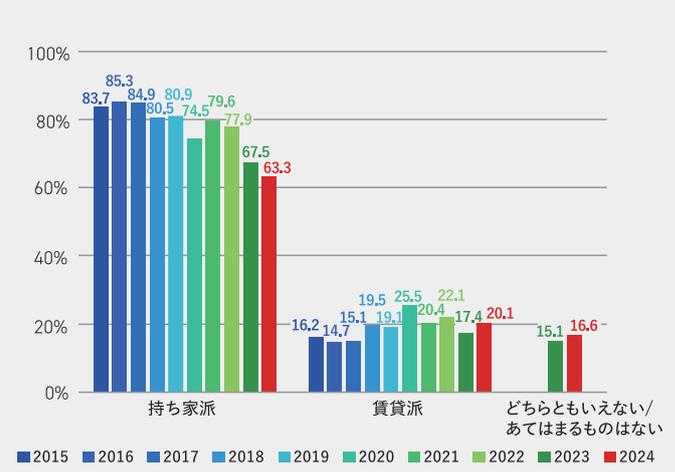
(20.8%)」「地震や水害などの天災が心配だから(18.0%)」との結果に。物価高騰に対して、賃金上昇が追いついていない現状や自然災害への懸念がうかがえる。不動産価格について、今後、上がると考える人もいれば、下がると考える人も一定数いて、買い時かどうか「わからない」と回答した人は昨年につき多く、45.8%と半数近くに及んでいる(図表1)。不動産価格や社会情勢が今後どうなっていくのか、先行きがわからないなかで、買い時を見極める困難さが伝わってくる。

次は「持ち家派」か「賃貸派」かの考え方の変化をみていきたい。「持ち家派」は63.3%と前回から4.2pt減少し、調査開始以来、過去最低になり、「賃貸派」は20.1%と微増している(図表2)。「持ち家派」の理由は「家賃を払い続けることが無駄に思えるから(55.8%)」「落ち着きたいから(40.2%)」「老後の住まいが心配だから(32.9%)」と、長期的な視点で家を所有したほうがいいと考えていることが伝わってくる。一方の「賃貸派」の理由は「住宅ローンに縛られたくないから(42.1%)」「税金や維持管理にコストがかかるから(34.1%)」に続き、「天災が起こった時に家を所有していることがリスクになると思うから(30.3%)」と自然災害の影響が読み取れた。

図表1 2015～2024年度不動産の買い時感



図表2 2015～2024年度 持ち家派・賃貸派に関する意識調査



全宅連では住宅の居住志向および購買などに関する意識調査を行っており、今年度は2024年8月16日～8月21日の期間にインターネット調査を行いました。その結果から見えてきた、住まいの現状や課題をお伝えします。(有効回答:20～65歳の全国の男女5003名)
 ※2022年までは「不動産の日」にちなみ回答者を募集したオープン型調査、2023年からはモニターによるクローズ型調査を実施。

すべてのアンケート結果は、
 右にあるQRコードよりご確認ください。不動産店選びのポイントなど実務に役立つ調査結果も掲載されていますので、ぜひご活用ください。



「省エネ性能表示制度」がスタート！ 宅建業法の改正で空き家の流通に期待

次に物件情報の入手の際に基本情報以外に「あると便利」な情報に目を向けたい。「物件写真 (54.6%)」「周辺物件の相場 (35.8%)」に続いて、「物件の品質情報 (省エネ・耐震等) (34.2%)」が10ptほど急上昇した前回調査に続いて重視されている (図表3)。2024年4月から「建築物省エネ性能表示制度」の努力義務が始まり、物件情報サイトで住宅の省エネ性能が表示されるようになったが、住まいの省エネ性能への意識の高まりがうかがえる。この制度を「よく知っていて、今後、住まい選びの参考にしたい (8.2%)」「よく知らないが、今後、住まい選びの参考にしたい (29.1%)」と

あわせて40%程度が参考にしたいと答えている (図表4)。また天災に対する住まいの意識も見逃せない。建物の築年数や構造や避難場所、ハザードマップや地盤への関心も高まっている (図表5)。

増加する所有者不明の空き家を抑制するために、2024年4月から相続登記の義務化が始まり、7月には宅建業法の改正があり、800万円以下の物件の仲介手数料が拡大されたが、「空き家問題」の解決に有効な対策についての問いには、「解体費用の補助 (39.9%)」「新しい空き家利用者への税制優遇や補助金支給 (22.2%)」とあわせて60%以上が補助金の支給を望んでいる結果となった (図表6)。こうした意見が施策に反映されるといいが、気象や災害、社会情勢が住まいへの意向に色濃く反映されることが伝わる調査結果であった。

図表3 「あると便利」な物件情報 (複数回答)

Q7 物件情報の入手の際、基本情報以外に「あると便利」な情報は何ですか。(複数回答) [n=5003]

1位	物件の写真	54.6%
2位	周辺物件の相場	35.8%
3位	物件の品質情報(省エネ・耐震等)	34.2%
4位	物件周辺の防災情報	27.3%
5位	物件紹介の動画	24.8%
6位	物件周辺の医療機関の情報	21.8%
7位	エリアの年齢層や世帯層	21.4%

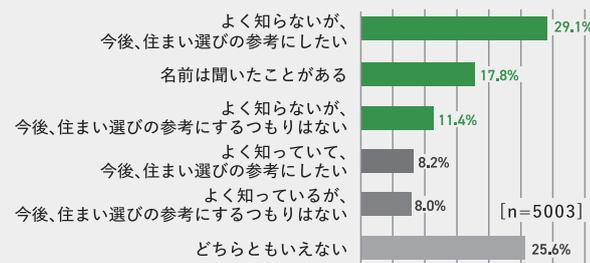
図表5 天災に対する意識 (複数回答)

Q5 天災に対する住まいの意識についてあてはまるものを選択してください。(3つまで回答可) [n=5003]

1位	築年数や構造(免震・耐震)について考えるようになった	35.3%
2位	緊急避難場所や防災マップ・ハザードマップを意識するようになった	35.2%
3位	地盤などの状況を意識するようになった	29.0%
4位	特になし	23.6%
5位	防災グッズを家に用意するようになった	23.4%
6位	冷蔵庫や家具などの耐震対策をするようになった	16.0%
7位	学校や勤務先から帰宅経路について意識するようになった	12.7%

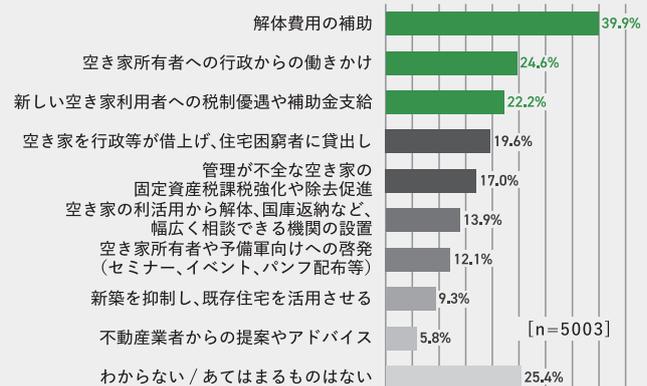
図表4 省エネ性能表示制度を知っているか

Q18 2024年4月から建築物の省エネ性能表示制度が開始されました。これは、建築物の省エネ性能を客観的な数値(星印等)で評価することができる制度です。あなたはこの制度を知っていますか。



図表6 「空き家問題」の解決に有効な対策 (3つまで回答可)

Q17 今、増加している「空き家問題」の解決のため、有効と思われる対策は何ですか。あてはまるものを教えてください。(3つまで回答可)



コンプライアンス違反事例と留意点

企業や個人が守るべき法律や社会的規範であるコンプライアンス——私たち宅地建物取引業者になぜ必要なのか、トラブルや不祥事が起きる原因や日常業務における留意点など、紛争事例を交えつつ考えてみたいと思います。



東急リバブル株式会社顧問
橋本不動産コンプライアンス研究所代表
橋本 明浩

1 宅地建物取引業とコンプライアンス

今日もニュースを見ると、インサイダー取引や不正会計・粉飾決算、自動車のデータ改ざんによる不正証取得や個人情報漏洩・不正利用、脱税や談合、そしてパワハラやセクハラなど、さまざまな不祥事や事件が取り上げられ、たとえ法を犯したのが個人であったとしても、組織としての責任を問われるなど、コンプライアンス違反に対する社会的制裁はますます厳しいものとなっています。

一方で、私たち宅地建物取引業者の関わる事件でマスコミが取り上げるケースはそれほど多くなく、地面師などに代表される詐欺事件や金融機関に対する不正融資手続きなどの犯罪に関するものがほとんどですが、実態は、昨年度だけを見ても宅建業法所管行政庁が行った免許取消や業務停止などの監督処分（いわゆる行政処分）件数は139件に上り、行政指導としての勧告等も528件となっています。これほど多くの宅地建物取引業者が宅建業法違反で、なんらかの指導や処分を受けていることは、実は大きな問題ではないでしょうか。もちろん故意、すなわち悪意で顧客を騙すといったケースよりも、多くは知識不足などによる「過失」がその原因かもしれません。しかしながら法令違反により多くの消費者がトラブルに巻き込まれ、なんらかの損害を与えたことには違いありません。

2 コンプライアンスは社会的要請

それではここでもう一度、コンプライアンスとは何かを、その導入背景と合わせて整理します。我が国においてコンプライアンスという言葉が使われるようになったのは1990年代の終わり頃、当時米国で粉飾決

算による大型倒産が多発したことから、日本でも金融機関を中心に業務の適正を確保する内部統制システムの整備が求められることとなりました。

参考：コンプライアンスの解釈・定義の複雑化の一因として、コンプライアンスを包含したCSR（企業の社会的責任）の考え方が広まったことが挙げられます。これに対して、A.BキャロルはCSRピラミッド（2003. Carroll & Buchholtz）の概念において、企業がコンプライアンスとして遵守すべきは法令と倫理であり、CSRではそこに社会貢献活動と財務的責任の二つの要素が加わると定義しています。

図表1 A.B キャロルの CSR ピラミッド



出典：Carroll（1991：42）の図3をもとに筆者作成

やがてこの動きは上場企業に波及し、企業は「行動規範」や「倫理綱領」などを制定し、内部通報制度（いわゆるヘルプライン）を整備するなど、健全な事業活動を行うためのインフラを整備することで、株主や顧客、従業員や取引先などの多種多様なステークホルダーの期待に応えることが求められるようになり、現在に至っています。

今日では国民の誰もがコンプライアンスという言葉を理解し、使うようになったことで、それが企業・団体等の事業活動の適正化に寄与する一方で、過剰な批判材料として企業の生産性を低下させている側面もあ

るのではないかと思います。

私たちの宅地建物取引の現場でも、ひと昔前なら社員に対して「失敗を恐れずにどんどんやれ。責任は取るから心配はするな」などと言って社員を鼓舞してきましたが、もしも顧客との間に、なんらかのミスが原因でトラブルや紛争が発生する事態が起きたら、顧客は改めて私たちの作成した重要事項説明書や紹介図面、あるいは契約書などを仔細に点検し、宅建業法違反が発見されようものなら「会社はコンプライアンス違反を放置していた」とか「利益重視のために契約を急がせ、適切な調査を怠った結果、顧客を犠牲にしたのではないか」という主張がなされ、解決のための賠償金額を宅建業者側が提示したとしても折り合わなければ、訴訟のみならず宅建業法違反で宅建業法所管行政庁に告発するといった事態を容易に招くようになりました。

つまり、私たちが認識しなければならないのは、顧客（消費者）側もコンプライアンス違反（法令等遵守違反）に対してこれまで以上に感度が高くなり、私たちに求める業務の資質も、よりいっそう高い水準になってきているということです。そこで活動する私たちは、今まさに改めてコンプライアンスの実践を理念に掲げ、事業活動を通じて体現してゆくことが求められています。

3 コンプライアンスと宅地建物取引に関する法的規制

このようにコンプライアンスは事業活動を行う上で必須の要件、すなわち「できて当たり前」のこととなった以上、国民にとって最も高額で重要な「財」の一つである不動産を取り扱う、私たち宅地建物取引業者においても、当然の社会的要請となっていることは改めて強く認識しなければなりません。

平成26（2014）年に行われた宅地建物取引業法改正により「宅地建物取引主任者」は「宅地建物取引士」に生まれ変わりましたが、これにより宅地建物取引士に公平性・公正性や高度な知識の習得・維持、信用や品位の保持などが求められるようになったことは、私たちが属する宅地建物取引業界に、高度な倫理観に基づくコンプライアンスが求められていることの証左と断言していいでしょう。

実際、宅地建物取引に携わる者であれば、私たちの活動は広告活動から勧誘、そして契約締結から決済・引き渡しまで、ほぼすべての局面において宅地建物取引業法をはじめとした数多の法令による規制がかかっていることに気づかされます。そしてそれらの規制に

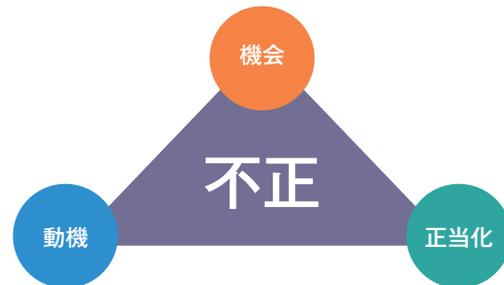
違反した場合には、一定期間の業務の停止や免許の取消し、罰則など厳しい処分がなされ、会社が築いてきた社会的信用が、瞬時に失われることになるのです。

4 コンプライアンス違反はなぜ起きてしまうのか

上述したような厳しい事業環境下にあるにもかかわらず、私たち宅建業者がトラブルを起こしてしまう理由はどこにあるのでしょうか。米国の犯罪学者ドナルド・R・クレシーの理論を基にW・ステイブ・アルブレヒトがモデル化した「不正のトライアングル」によれば、不正に手を染めてしまう理由を

1. 不正を行うことができる「機会」がある
2. 不正を行うための「動機（プレッシャー）」がある
3. 不正を犯したことが「正当化」できると定義しています。

図表2 不正のトライアングル



私たち宅地建物取引業者は常日頃から不動産という高額な財産の取引を依頼され、その相手方はほとんどの場合が素人である消費者です。もし不心得者が不動産取引を利用して悪事を働こうと思えば、容易にその目的を果たすことが可能な環境にありますから、「機会」は常にあると言っていいでしょう。

次に「動機」としては、たとえ悪事を働く意思がなかったとしても「今月の営業成績目標をなんとかして達成したい」などという強い欲求から、本来なすべき調査を端折ってしまったとか、契約が壊れることを恐れて説明すべき事実を伏せてしまった、といったことなどが挙げられます。

また、行為者が普段は真面目な人間だったにもかかわらずそのような業務を行ってしまう背景には「上司からとにかく急げと言われプレッシャーがあった」とか「先輩や同僚から『そんなことを説明したら契約できない』と言われて従った」など、職場における「集団的倫理観」が欠如していたことから、不適切な業務を自分自身の中で「正当化」してしまい、その結果、重大な宅建業法違反、すなわちコンプライアンス違反を犯してしまったというケースもよく見られます。

35年以上にわたり不動産取引紛争の解決・防止に

取り組んできた立場で、改めてコンプライアンス違反を誘発する原因を先の「不正のトライアングル」を基に考えると、いくつかの主要な要因があることに気づきます。

まず昇進や収入増加への「欲求」あるいは「欲望」です。それらの欲求が過剰になると、顧客のために安全な取引を提供するという本来の使命が二の次になり、たとえば必要な調査を端折って無理な契約をしてしまったとか、説明すべき事項を告げなかったといったトラブルが発生することとなります。

次に要因としてよく見られるのが「知識不足」です。宅地建物取引業者に必要な法的知識は広範であり、かつ法令は日々アップデートされています。そうした知識の習得を怠り、学習することなく漫然と業務を行った結果、重要事項として説明すべき事項に気づかぬまま取引を終えて、後日トラブルになってから法違反を指摘されてしまったりするケースもあります。そして最後に「懈(け)怠(たい)」、すなわち「面倒だから」と必要な手続きを怠ることです。たとえば近隣の建築計画、危険な擁壁を見逃したり、会社がルールとして定めた重要事項説明書や契約書の複層的チェック体制を回避したりするケースが当てはまります。時には「うっかりミス」も考えられますが、たとえば会社が定めた複層的なチェックシステムを「面倒だ」という理由で懈怠した場合には、トラブルが起こるべくして起こったということになるでしょう。

それでは以下のトラブル事例を基に、その原因がどこにあったのかを考察してみたいと思います。

CASE 1

最近顔見知りになった不動産投資コンサルタントから「当社のクライアント同士がワンルームマンションを売買することになったので、貴社を仲介業者として重要事項説明書と売買契約書を作成してもらえないか」と頼まれた。両手成約の媒介報酬に相当する謝礼がもらえるとのことだったので、物件の価格が高すぎる気はしたが、当事者の事情や取引対象物件の価格相場などの詳しいことはあえて調査も確認もせず、依頼に応じた。

数カ月後、当該取引の買主に融資をしたという金融機関から連絡があり、買主の返済が滞り、売買価格が不当に高額に設定されていたことや買主の年収が書類上、実際よりはるかに高く改ざんされていたと告げられた。

これはここ数年、メディアでも取り上げられることの多い不正融資、いわゆるローン詐欺の事案で、たとえ自らが主犯ではなかったとしても明らかなコンプライアンス違反です。両手媒介相当の報酬が得られるという金銭欲に負けて、実際は仲介業務を行っていないにもかかわらず、取引の不自然さに目をつぶり、金融機関を信用させるための契約関係書類をあたかも実際に仲介したような形にして交付しているわけですから、事案が発覚した場合には共犯ではないかと疑われても仕方ないでしょう。

CASE 2

閑静な住宅地に所在する古家付き土地の客付けを、売主宅建業者の子会社である媒介業者より依頼された。当該物件については、道路を挟んだ向かい側3軒隣の家が音楽教室を営んでいることを告げてほしい旨の申し送りを売主より受けていた。後日、買希望顧客を現地案内したところ、購入申込が入った。再度、現地を案内した際にも楽器の音は聞こえず、閑静な状況であり、特段説明は不要であると考え、重要事項説明書への記載はせず、売買契約を締結した。

ところが数カ月後買主がハウスメーカーと現地を訪れたところ、楽器の大きな音が聞こえ驚いてしまい、「こんなに大きな音が聞こえる環境では自身の文筆業に支障が出る。売主に買い戻してもらえなければ訴訟も辞さない」と激しく抗議がなされた。売主も子会社の元付業者も「音楽教室の存在は伝えておくように言ったはずで、自分たちに責任はない」と強硬に主張しており、解決するには自社で本件土地を買い取るしかないのだろうかという途方に暮れている。

本件は近隣の音楽教室の存在という、住環境に影響を与える重要な事実を知っていながら媒介業者の勝手な判断で買主に告げなかったという事案で、媒介業者は宅建業法第47条違反により監督処分（行政処分）に該当する可能性が高い、重大なコンプライアンス違反です。買主に事実を伝えたら売買契約が成立せず、媒介報酬が得られなくなってしまうおそれが、故意、すなわち悪意による事実の隠蔽という行為を誘発したわけで、宅建業者が起こす典型的なトラブルの一例と言えます。

CASE 3

買主は海が見えるリゾートマンションを購入したいとの意向であったことから、海岸から数十

メートルほど離れたところに所在する低層物件を紹介し、売買契約が成立した。

ところが、引き渡しを終えてしばらくした時点で買主から連絡があり、当該マンションの南側開口部と海岸の間にある学校のグラウンドに新校舎が建築されるため、眺望が遮られてしまうとのことである。驚いて現地へ赴き建築予定地を確認したところ、海側の道路に面して「建築計画のお知らせ」看板が立っている。契約前の現地調査の際、海岸に面した道路側まで出るには距離があるためおっくうであったし、学校のグラウンドだから当面何の変化もないだろうと考え、建築計画の有無に関する調査をまったく行わなかった。

買主は白紙解約に伴う売買代金の全額返還と引越し代を含めた諸費用の負担を要求しており、売主が解約に応じない以上、媒介業者として責任をとらなければならないのはわかるが、仲介手数料の返還だけでは解決しそうになく、どうしたらよいものかと悩む毎日である。

本件は先に挙げたトラブル要因の中の「懈怠」、すなわちやるべき調査を行わなかったことが原因となっています。買主から「海が見えるマンションを買いたい」という動機が明示的に示されたということは、その目的に応じた調査をしてもらいたいという「特目的な依頼」があったと見なされますから、宅建業法第35条に具体的な記載はなくても、少なくとも当面の間は眺望が確保されるかどうかを「重要事項」と認識し、現地周辺の確認はもちろん、所有者である学校にも調査して説明すべきであったということになるでしょう。「宅建業法第35条には隣地まで調査しろ、とは書いてなかったから調べなかった」というような反論をしても正当化できるものではありません。

これに類似したケースでは、隣接地に崩壊が懸念される危険な擁壁があるにもかかわらず、隣地まで調査するのは手間がかかりすぎるなどの理由で調査を怠った結果、買主が建物を建築しようとした際に隣地擁壁から一定のセットバックを余儀なくされてしまうことが判明する事案もあります。

私たち宅建業者は取引の関係者のために調査をし尽くすことが使命です。それを忘れて必要な調査を行わず、買主に不測の損害を与えるようでは宅建業者として失格でしょう。

上記の法違反に伴うトラブル事例を見ると、それぞれ不動産取引という「機会」、契約を成立させて媒介報酬を受領したいという「動機」、そして「顧客」「会社（または自身）の成績」のためには宅建業者あるい

は宅建士としての本来の義務を果たせなくても仕方ないなどといった、誤った「正当化」の心理が見え隠れしています。

改めて怖いと感じるのは、不動産という高額な「財」を扱う立場としてコンプライアンスは重要であると頭では理解していても、日頃、何気なく行っている平和な不動産取引が連続することで、リスク感覚が麻痺し、リスクを矮小化して慎重さを欠いたりすることが起きてしまうということです。宅建業法違反というコンプライアンス違反は、決して他人事ではなく、いつも身近に潜むリスクであると認識することが、宅地建物取引に携わる者にはとても重要なことだと考えます。

5 終わりに

現代社会においては、私たち宅地建物取引業者はもちろんのこと、国や自治体、事業法人などあらゆる集団において、またそこで仕事に従事する個人々人にとって、コンプライアンス＝法令等遵守はすでに常識であり、決して無視することのできない社会的要請であることは理解いただけているものと思います。

ただ昨今の風潮を見ると、コンプライアンスとは「あれをしてはいけない」とか「これをしたら批判されてしまう」という堅苦しい社会の掟、しきたりのように受け止められているとも感じられ、それが時折目にする「コンプラ疲れ」などという言葉を生んでしまったのだと思います。

しかしながら本来のコンプライアンスとは単に法令等を遵守することではなく、社会（市場）から期待され、求められる存在になるということです。消費者が不動産を購入したり、売却したり、あるいは転勤や就学により賃貸住宅を借りるというライフステージにおける重要な局面を迎えたときに、顧客や社会のためにコンプライアンスに真摯に取り組んでいる会社と、そうでない会社のどちらに自身の人生を委ねるのかを考えれば明白でしょう。

日々の取り組みにより社会や顧客から得られた「コンプライアンスを重視する信頼できる会社」という評価は、将来に向けた成長の原動力となり、継続的な業績向上に資することになるのです。

そのために私たち宅地建物取引業者は、高い倫理観と高度な業務知識を備え、日々取引の相手方に対して真摯に尽くすことで、不動産業界全体の持続的な発展と成長を支えることが使命であると、今改めて認識することが重要と考える次第です。



全宅連・全宅保証アーカイブ

全宅連

令和6年8月 インターンシップを実施

不動産業界への就業を希望する提携大学の学生4名〔明海大学不動産学部（千葉県）1名／城西大学現代政策学部（埼玉県）3名〕が、宅建協会会員企業にて不動産取引の実務について就業体験をしました。

【実習先の宅建協会会員企業】株式会社菊家商事（千葉県）、株式会社東上不動産（埼玉県）、株式会社谷澤総合コンサルタント（埼玉県）



写真（左から）：菊家商事、東上不動産、谷澤総合コンサルタント



インフォメーション

ハトマーク支援機構



「REAL PARTNER DIARY2025（不動産手帳）」販売のお知らせ

「REAL PARTNER DIARY 2025（不動産手帳）」を販売します。
上記QRコードから注文書を取り出しFAXにてご注文ください。

価格 1冊**420円**（税込、送料別）

11月下旬より順次発送

お申し込み先

(株) 文寿堂
TEL 03-3948-6631
FAX 03-3948-6635



全宅連



賃貸住宅管理業法に基づく宅建士向け「指定講習」のご案内

「賃貸住宅管理業法」では、賃貸住宅管理業者として国に登録する際、事務所等ごとに1名以上の「業務管理者」を設置しなければなりません（管理戸数200戸未満の場合、登録は任意です）。全宅連では、宅建士が「業務管理者」となるための「指定講習」を実施しています。受講のお申込みは全宅連ホームページから随時受け付けています。



全宅連



リアルパートナー等に関するアンケートご協力をお願い

不動産総合情報誌「リアルパートナー」等の改善のため、アンケートを実施しています。ぜひご協力ください。

【回答期限】
2024年
12月15日(日)まで





ハトマーク支援機構は、全国の宅建協会にご所属の会員の皆様の業務に役立つ商品やサービスをご紹介します。

提携企業数は37社！ 日頃の業務にお役立てください。



ハトマーク支援機構では、民間企業各社と提携し、宅建協会所属会員様の業務の様々な場面で役立つ商品やサービスをご紹介します。

売買の場面で

- 住宅ローン ▶P22
- 価格査定システム
- 物件パンフレット作成システム
- 建物状況調査
- 擁壁保証
- シロアリ検査&工事
- フラット35適合検査
- 地盤調査
- 土壌汚染コンサルティング
- リフォーム工事
- リフォーム用住宅建材

など

賃貸・管理の場面で

- 家財保険
- 家賃保証
- コールセンター&駆付け代行
- 貸店舗物件
- テナント発掘
- ウォーターサーバー
- 引越
- ホームセキュリティ
- アイリスオーヤマ家具家電
- 駐車場運営管理システム
- 太陽光発電システム
- みまもりサービス

など

業務効率化・経費削減に

- 携帯電話、スマホ ▶P21
- 物件掲載プラン ▶P23
- ホームページ作成支援
- キーボックス ▶P21
- 事務用品全般
- 第三者事業承継支援
- がん保険、医療保険
- マイカー共済
- エレベーター保守・リニューアル

など

全ての商品・サービスの詳細はハトマーク支援機構ホームページからご覧いただけます。



ハトマーク支援機構

検索

宅建協会
会員限定

「ハト電話」は宅建協会会員だけが利用できる通信サービス(携帯・タブレット)です。全国会員10万社のスケールメリットをいかした特別価格でお得にご利用下さい。

- ✓ 大手キャリアで安心！
- ✓ 1台から利用料金がお得！
- ✓ 仕事で使えるオプション無償！



ハト電話で 携帯電話料金 大幅削減！



詳しい内容は**ホームページ**をご覧ください！

ホームページの閲覧にはID・パスワードが必要となります。フリーコールまでお問合せ下さい。

ハト電話 810

検索

ksk-hatodenwa@mx1.ksknet.co.jp

建築資料研究社 日建学院

0120-988-489
フリーコール 受付時間：平日 10時～12時・13時～17時

(ハトマーク支援機構から宅建キーボックスのご案内)

売れて
ます!!

鍵の保管箱・空室案内の強い味方 宅建キーボックス

お申込みから
約2~3週間後
のお届け

- 1個 2,805円 (税込)
- 20個セット 53,900円 (税込@2,695)
- 50個セット 126,500円 (税込@2,530)

*沖縄・離島へのお届けについては、別途送料がかかります。



カギは現地に。
返すのも現地で！

鍵や小物・伝言メモなども収納・保管できる「キーボックス」。ハトマーク支援機構は、ハトマーク会員限定でハトマーク付キーボックスを販売中です。

大変お得な宅建協会会員価格でご購入いただけますので、ぜひお申込みください。商品は「たのめーる」でお届けしますので、「たのめーる利用登録」が必要になります。

「宅建キーボックス」注文書 兼
「たのめーる」ご利用申込書

「宅建キーボックス」のご購入の場合には、「たのめーる利用登録」(「たのめーる」商品が宅建協会会員限定価格で購入可。登録は無料)が必要です。このページをコピーしてご記入の上 FAX.03-5821-0678 までご送信ください。
※「宅建キーボックス」のお申込み後のキャンセルはできませんのでご了承願います。

イメージ・実物とは異なる場合があります。

お申込み数	個	お申込み日	年 月 日
ご登録会社名		部署名	
事務所ご住所	〒	ご担当者名	
		宅建業免許番号	大臣・知事 () 号
お電話番号	FAX番号	メールアドレス	
ご請求方法	()日締め 翌月()日のお支払い・代金引換	「たのメール」 カタログ送付	<input type="checkbox"/> 希望する <input type="checkbox"/> 希望しない

※大塚商会の「たのめーる」はハトマーク支援機構が提携しているオフィス用品通販システムです。お申込みの際は、審査がございます。
※沖縄・離島へのお届けについては、別途送料がかかります。

宅建キーボックス
申込書送付先

▶ FAX: 03-5821-0678

(一財)ハトマーク支援機構

フラット35・フラット50 といえは 全宅住宅ローン

【フラット35】子育てプラス好評受付中!
金利引下げ幅が最大 年▲1%に拡充!
**住宅ローンのことならなんでも
ご相談ください!**



**中古(既存)住宅販売促進
キャンペーン実施中!**
事務取次手数料増額!

詳細はお問合せください。

- ① **事務取次手数料のお支払い**
宅建協会会員様限定、事務取次手数料をお支払!
- ② **最長50年の長期固定金利** (フラット50利用の場合)
団信特約料が金利に含まれさらに便利に!
- ③ **事前審査制度でスピーディー**
事前審査は、当日または翌営業日回答!
- ④ **建設費・購入額の100%融資**
建設費・購入額の100%融資・諸費用も借入可能
- ⑤ **つなぎ融資の充実**
利息は後払いも選択可能
- ⑥ **融資実行がますます便利に**
お客様のご希望日が最優先、
当社全営業日(毎月13日除く)が融資実行日に
- ⑦ **令和6年10月から
ペアローン取扱い開始!!**



人と住まいを、笑顔でつなぐ。

全宅住宅ローン株式会社

〒101-0047 東京都千代田区内神田 2-16-9 センボービル 1階
<https://www.zentakuloan.co.jp>

TEL : 03-3252-1414

FAX : 03-3252-1415

関東財務局長(6) 第01431号
日本貸金業協会会員 第003606号
公益社団法人 全国宅地建物取引業協会
協会連合会賛助会員



中古(既存)住宅仕入+リフォーム 買取再販ローン「希望」



全宅住宅ローングループ

全宅ファイナンス株式会社

〒101-0047 東京都千代田区内神田 2-16-9 センボービル6階
<https://www.zentakufinance.co.jp>

TEL : 03-6206-0431

FAX : 03-3252-8288

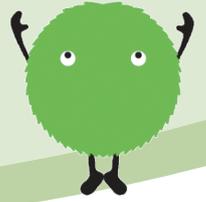
一括融資 好評取扱い中!



貸金業者登録番号：関東財務局長(6) 第01453号
宅建業免許番号：東京都知事(4) 第87476号
日本貸金業協会会員 第003559号
(公社) 東京都宅地建物取引業協会会員
(公社) 全国宅地建物取引業保証協会会員

ハトマーク加盟店様限定! ハトサポBB・SUUMO連動キャンペーン

ハトサポBBマルチポータル機能で
「SUUMO賃貸」を**新規利用**される企業様向け
賃貸掲載枠料金キャンペーンを実施中!



お申込み締め切り: **2025年3月31日(月)**

特典 1

ハトサポBB「マルチポータル機能」SUUMO賃貸連動キャンペーンの2つの特典

SUUMOへの賃貸居住用の「物件掲載枠料金」を以下のとおりいたします。

物件枠数	月額費用 (税別)
5件枠 (ユーザー向け)	10,000円 → 1,250円

※月額プランは10枠~50枠までのご用意もございます。★1枠: 250円単価

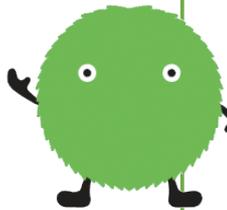
特典 2

(株)リクルートへの「**初期システム登録料 (20,000円)**」が**無料**となります。

物件数 **No.1**

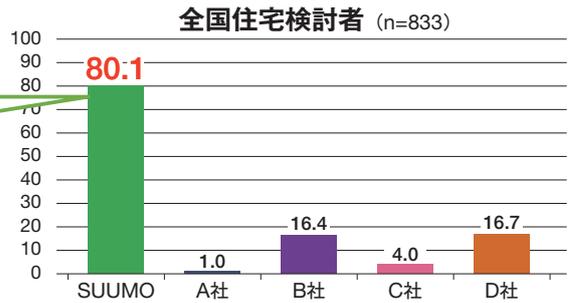
SUUMOは 不動産ポータルサイトにおける **掲載物件数 No.1**

※不動産ポータルに掲載する賃貸、マンション、戸建、土地の日本全国総計2024年8月時点 (株)東京商工リサーチ調べ



**SUUMOの認知率は、
他社と比較して
圧倒的に多いです!**

※純粹想起: 「住まい探しといえば思い浮かべるブランドは?」という質問に対してフリー回答でブランド名をお答え頂いた比率
※2024年2月時点



※注: SUUMOではハトサポBBがご利用いただける会員様*を対象に、上記のキャンペーンを開催しています。キャンペーンへのご参画には条件がございます。詳しくはハトサポBBをご確認ください。

*ハトサポBBは一部の宅建協会所属会員様はご利用いただけません。

SUUMO (賃貸) では過去のウェビナーをご覧いただけるようサイトを開設しました!

ご希望の方は以下URL、またはQRコードからご登録ください。ご登録完了後、自動で閲覧ページに遷移いたします。

<https://share.hsforms.com/1PQHg5TCzTwGXj1aOxQ6BBAd3aeb>

- マンスリーウェビナーの過去動画**無料視聴**
- SUUMO独自調査資料の**無料ダウンロード**
- リクルート内関連サービス資料**無料ダウンロード**



これまで公開したことが無い
ポータルを試しに使ってみたい

年に数回しか
物件掲載しない

皆様のご要望に
お応えしました!

物件公開しない月の
ポータルの固定費が負担

ハトサポBB から LIFULL HOME'S at home suumo に加盟料不要で1物件から公開できる!

民間ポータル
連携

スポット公開

スポット公開
についての
詳細はこちら→



ハトサポログイン画面
QRコード

「スポット公開」機能とは?

「スポット公開」機能は、ハトサポBBが提供する民間ポータル連携機能です。
民間ポータルの月々の会費無しで、公開したいときに1物件から公開可能!

スポット公開 費用

- ・スポット公開のご利用には、「①事前エントリー時」と「②物件公開時」それぞれ以下の費用が掛かります。
- ・各費用はいずれもハトサポBB側へのお支払いとなります。
- ・お支払い方法は「クレジットカード」または「コンビニ払い」です。

LIFULL HOME'S

随時公開型
事前エントリー完了後、公開したいタイミングでいつでも物件公開ができる

■利用条件：LIFULL 未加盟店のみ利用可能
■費用(税込) ※同時公開数の上限：賃貸3件 売買1件

①事前エントリー時に必要な費用	初期費用 (2,200円) + 事務手数料 (220円)
②物件公開時に必要な費用	$\left[\begin{array}{l} \text{物件公開費用} \\ \text{下表: 単価} + \text{連動手数料} \end{array} \right] \times \text{公開物件数}$

■物件公開費用単価表(税込) ※1物件あたり

期間	賃貸(居住用/事業用)	売買
7日間	330円	660円
14日間	660円	1,320円
21日間	990円	1,980円
28日間	1,320円	2,640円

at home

随時公開型
事前エントリー完了後、公開したいタイミングでいつでも物件公開ができる

■利用条件：at home 加盟店・未加盟店問わず利用可能
■費用(税込) ※同時公開数の上限：なし

①事前エントリー時に必要な費用	初期費用 (2,200円) + 事務手数料 (220円) × 利用種類数
②物件公開時に必要な費用	$\left[\begin{array}{l} \text{物件公開費用} \\ \text{下表: 単価} + \text{連動手数料} \end{array} \right] \times \text{公開物件数}$

■物件公開費用単価表(税込) ※1物件あたり

種類(期間)	一般/一般+会社間	会社間のみ
賃貸居住用(14日間)	759円	55円
賃貸事業用(14日間)	1,518円	55円
売買(14日間)	1,518円	55円

suumo 賃貸

公開上限(事前)設定型
事前エントリー完了後、公開したい月の公開上限数(利用枠数)の設定と公開費用の支払いが必要

■利用条件：SUUMO賃貸 未加盟店のみ利用可能
■期間：利用月の21日～翌月20日
■費用(税込) ※同時公開数の上限：設定した利用枠数 (0枠～10枠)

①事前エントリー時に必要な費用	初期費用 (2,200円) + 事務手数料 (220円)
②物件公開時に必要な費用	$\left[\begin{array}{l} \text{物件公開費用} \\ 550円 + \text{連動手数料} \end{array} \right] \times \text{利用枠数}$

■「②物件公開時に必要な費用」価格表(税込)

利用枠数	公開費用+連動手数料
0枠	0円
1枠	(550円+330円) × 1枠 = 880円
2枠	(550円+330円) × 2枠 = 1,760円
...	...
10枠	(550円+330円) × 10枠 = 8,800円

suumo 売買

公開上限(事前)設定型
事前エントリー完了後、公開したい月の利用エリア・利用枠数の設定と公開費用の支払いが必要

■利用条件：SUUMO売買 未加盟店のみ利用可能
■期間：利用月の第1水曜～翌月第1火曜(原則)
■費用(税込) ※同時公開数の上限：設定した利用枠数 (0枠・1枠・3枠)

①事前エントリー時に必要な費用	初期費用 (2,200円) + 事務手数料 (220円)
②物件公開時に必要な費用	$\left[\begin{array}{l} \text{物件公開費用} \\ 8,250円 \text{ or } 3,300円 + \text{連動手数料} \end{array} \right] \times \text{利用枠数}$

■「②物件公開時に必要な費用」価格表(税込) ※1

利用枠数	関東・関西・東海 エリア※2	その他エリア※3
0枠	0円	0円
1枠	(8,250円+440円) × 1枠 = 8,690円	(3,300円+440円) × 1枠 = 3,740円
3枠	(8,250円+440円) × 3枠 = 26,070円	(3,300円+440円) × 3枠 = 11,220円

※1 設定した利用エリア外の物件は公開不可(利用エリアは毎回変更可能)
 ※2 関東(1都6県)/関西(2府4県)/東海(4県)
 ※3 その他エリア：北海道/東北/甲信越・北陸/中国/四国/九州・沖縄

※ハトサポBBは一部の宅建協会所属会員様はご利用いただけません。