

## 不動産業における仕事の特徴

不動産業は、個人資産や日本経済に大きな影響を与える一方、少人数の事業所が多く、付加価値の高い業務が中心となります。個人の働きが会社の売上に直結する危うさもあります。

### 不動産業の4つの仕事の特徴

ここでは、課題について述べていきます。

第1章でこれまで紹介してきた内容から、筆者が考える不動産業の仕事の特徴をまとめました。

1. 不動産は重要な資産であるため、売買や賃貸借などの判断を下すのは他の商品と比べて容易ではなく、販売期間などが長期化しやすい。

2. 不動産業は従業員一人ひとりの裁量が大きく、その創造性で成果が変わることが多い。また、ほかの産業と比べて個人の成果が会社の売上に与える影響が大きい。

3. 個人の裁量大きい反面、経験が組織に還元されず、組織としての継続性や効率の悪さがあり、仕事で成長するまでに時間がかかる。

4. 不動産は顧客にも馴染み深い商品であるため、プロの意見が通りにくい。また、気に入っている、いないという感情が入り込みやすいため、「この不動産はいくら」と**定性化**、**定量化**もしづらい。結果、商品の見せ方、説明の仕方など、顧客と会って1つひとつ地道に理解を得ていくアナログな活動が必要となる。

#### 定性化、定量化

定性化とは不動産の商品の性能などを言葉で表すことで、定量化とは数字で表すことをいう。不動産の商品はこれらが難しく、たとえばきれいな庭がある不動産でも、ある顧客にとっては余計な庭と言葉で表される場合がある。また、価格という数字も顧客の好悪の感情で増減する。

#### AIにとって代わられる職業

オックスフォード大学のオズボーン准教授などによる2013年の論文「未来の雇用」より。人間の仕事の半数がなくなるとしているが、主な代表例として不動産営業（不動産ブローカー）を挙げている。

### 「人対人」の働きが重要な不動産業

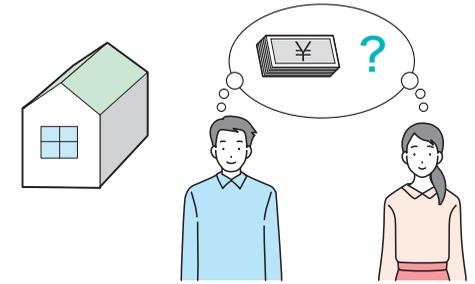
また、**AIにとって代わられる職業**として不動産の営業職が挙げられていますが、**日本の不動産業における営業職の場合は、4で述べたように不動産に顧客の感情が入り込む余地が多く、定性化、定量化しづらいため、数字で判断していくAIではすべてを行うのは難しいのではないかと考えられます。**

### ▶ 不動産業の仕事の特徴

家は人生で最も大きな買い物



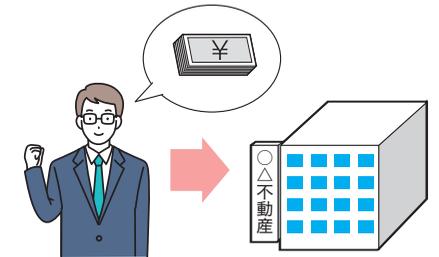
販売期間は長期化しやすい



従業員の個人の裁量大きい



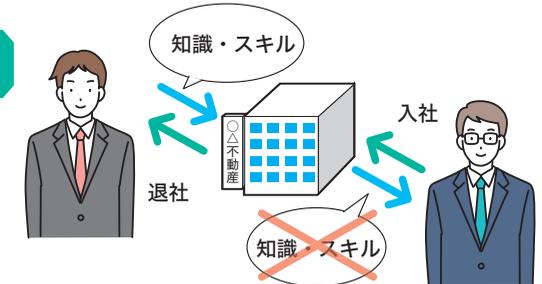
会社の売上に対する影響が大きい



会社に知識・スキルがストックされにくい



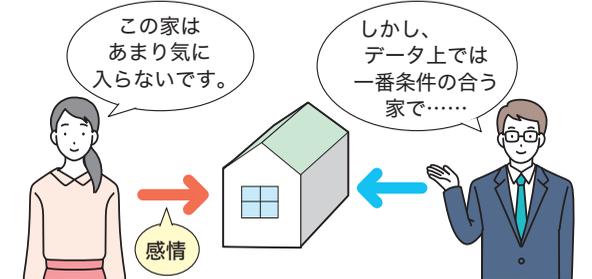
知識・スキルがうまく継承されにくい



取引に感情が入る



定性化・定量化しづらい



## 開発やマンション分譲は大手企業、戸建て分譲はパワービルダーが牽引

ビル・商業施設の開発、マンション分譲事業では、ブランド力と多額の建設費が必要となるため参入障壁が高く、大手企業の勢力が強くなります。一戸建て分譲事業は比較的参入障壁が低く、パワービルダーが活躍しています。

### 開発、分譲事業ともに大手企業が優勢

開発、マンション分譲、一戸建て分譲の3つの事業に携わる不動産会社の勢力を、売上高、利益、分譲戸数が高い順に見ていきます。

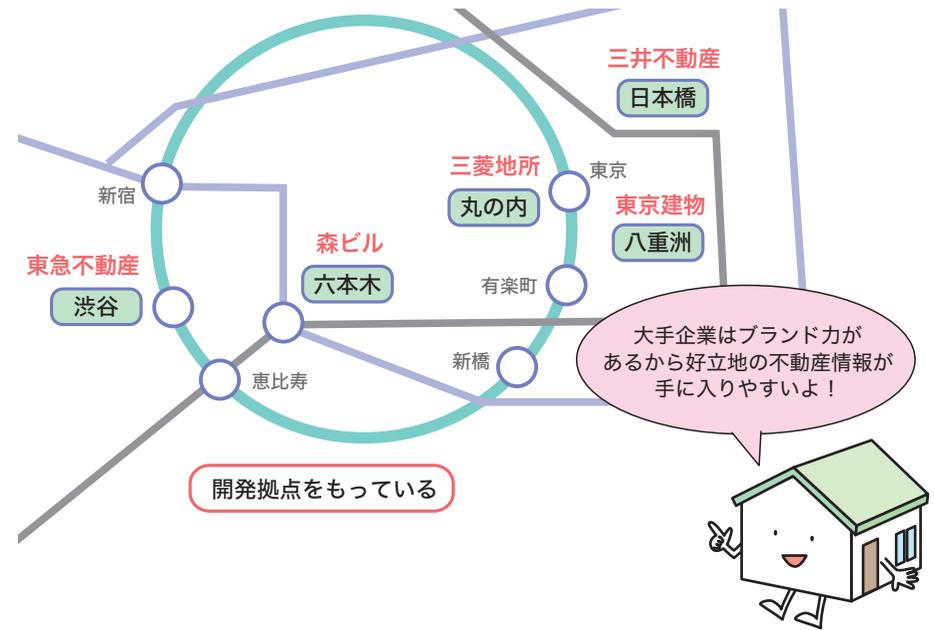
開発事業では、三井不動産、三菱地所、住友不動産、東急不動産ホールディングス、野村不動産ホールディングスの大手5社がリードしています。オリンピックに向けての都市再開発、オフィスビルやホテルの供給、IT化による物流施設の整備など、活躍の場が多く、この状況はこの先も続くと考えられます。三井不動産は日本橋、三菱地所は丸の内、東急不動産は渋谷と、**開発拠点をもっていることが強みになり、ブランド力があるため好立地の不動産情報が手に入り、世間で話題になるような開発を手掛ける機会も多いといえます。**この5社に続くのが、八重洲に拠点をもち、**財閥系**の東京建物、六本木や虎ノ門を拠点に六本木ヒルズなどの大型複合施設をもつ森ビル、都心の駅から近い立地にオフィスビルを保有するヒューリックです。

マンション分譲事業では、三井不動産レジデンシャル、三菱地所レジデンス、住友不動産、東急不動産ホールディングス、野村不動産ホールディングスが上位に入っていて、開発事業でリードする大手企業とほぼ同じ系列会社が牽引していることがわかります。それもそのはずでマンション分譲事業ではマンションに適して採算が合う土地情報が出る頻度がそう高くありませんが、大手5社には開発事業で得た土地情報の中にマンションに適した土地情報があることも多いため、分譲機会が多く、恵まれているからです。他にも大成有楽不動産、東京建物、NTT都市開発といった準大手、マンション専業となる穴吹興産、コスモスイニシア、

#### 財閥系不動産会社

創設母体が財閥による不動産会社のこと。戦後GHQに解体された15財閥の中で、三井不動産、三菱地所、住友不動産、東京建物、野村不動産などがこれに当たる。

### 開発事業をリードする大手企業の強み



プレサンスコーポレーション、ハウスメーカー系の大和ハウス工業、積水ハウスなどが上位を占め、次に電鉄系不動産会社が続きます。

### 一戸建て分譲にける中小不動産会社

一戸建て分譲事業では、積水ハウス、大和ハウス工業の大手2社が上位にいますが、住友林業や三井ホームなど他の大手も含めて注文住宅が多く、一戸建て分譲以外の事業での活躍も多いため、一戸建て分譲に限ると、**パワービルダー**の活躍が目につきます。パワービルダーの筆頭企業は飯田産業などの6社を抱える飯田グループホールディングスで、売上高は1兆円を超えています。また、首都圏で躍進するオープンハウス、埼玉県を拠点とするポラスグループなど、一戸建て分譲はエリア色も強く、参入企業を見ると百花繚乱な顔ぶれです。**一戸建て分譲は30坪程度の土地情報があれば事業を始められ、資金力が弱くても融資を受けることができるため、中小不動産会社でも活躍でき、また生き残れる事業だといえます。**

#### パワービルダー

床面積30坪程度の土地付き一戸建て住宅を2,000~3,000万円程度の価格で分譲している建売業者を指す。一般的には初めて持ち家を購入する人をターゲットにしている。

## マンション分譲事業の6つの業務

マンション分譲事業は投下資本が大きく土地が広いので、チームで行う業務が中心となります。特に近隣対策は、マンション建設・販売の実施に大きく影響するため、専門部署や専門業者による丁寧な対応が求められます。

### 各専門部署の声を活かしてプランを計画する

マンション分譲事業の具体的な業務は、①不動産情報の収集と調査、②企画立案と建物プラン、③条件交渉と取得、④近隣対策、⑤マンション建設、⑥分譲販売と進捗管理の6つとなります。一戸建ての分譲と同じような業務の流れになりますが、**マンション**のほうが投下資本が大きく、土地が広い分近隣への影響力も強いので、企画や調査、交渉、近隣への対策を念入りに行います。

### 不動産情報の収集から分譲販売までの流れ

①不動産情報の収集と調査では、不動産流通会社や金融機関などから情報を収集します。収集方法はさまざまですが、訪問営業は顔つなぎ程度に行い、土地情報が出てきたら連絡が入るしくみになっていることが多いです。また、所有者から直接または入札などで声がかかることもよくあります。

②企画立案と建物プランは、不動産の現地や**市区町村役場での調査**を行い、マンションが問題なく建てられるかを判断します。マンションプランを立て、面積などの規模を把握（**ボリュームチェック**）します。その上で、マンションがいくらで売れるかを、社内の販売部署や販売代理の流通会社の意見を聞きつつ企画し、逆算して土地の購入費を決めていきます。

③条件交渉と取得は、価格や条件の交渉をして土地を取得することです。土地が広い分、一戸建てや土地の分譲の場合と比べて所有者や関係者が多いため、交渉して、さまざまな条件をまとめて同意を取り付けます。

④近隣対策では、「中高層建築物の建築に係る紛争の予防と調整に関する条例」（→P.69）により、近隣住民へマンション計画

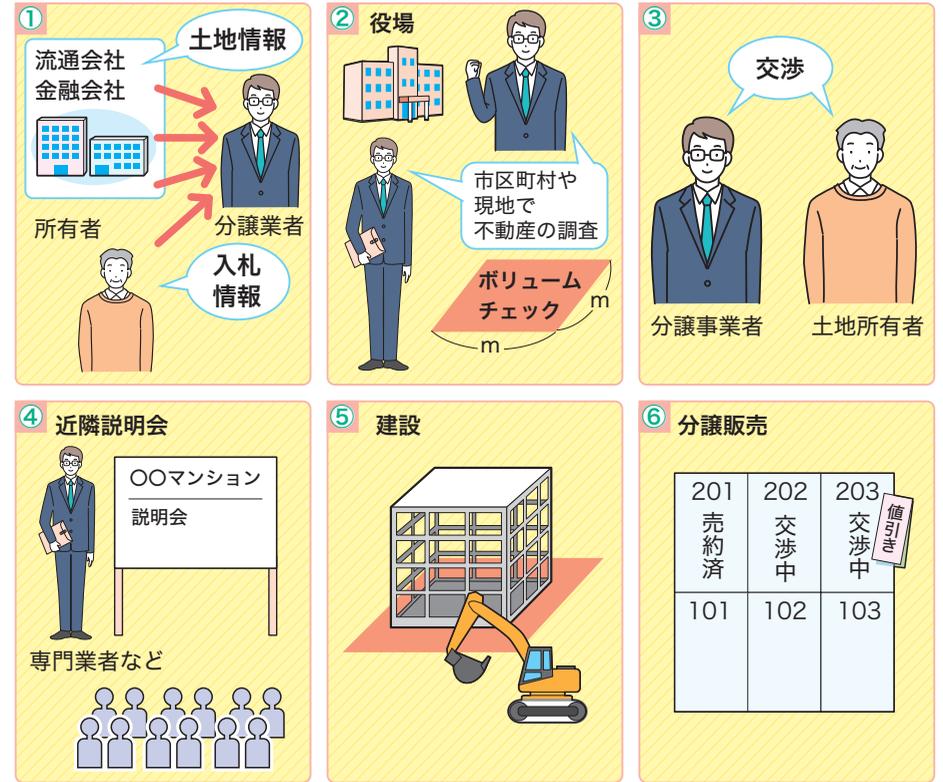
#### マンションにおける市区町村役場での調査

マンションは規模が大きく高さがあるため、近隣やインフラへの影響があるので、計画や建設にあたり市区町村役場との緊密な協議や、建築指導課との調整などが必要となる。そのため調査のこと。

#### ボリュームチェック

土地の面積と容積率を把握した上で、建築基準法などの各法律や条例などに適合し、その土地にどれくらいの高さと面積（ボリューム）の建物を建てることができるかを確認（チェック）する業務のこと。

### マンション分譲業務の具体的な流れ



に関する説明を行い、意見の調整を行っていきます。話し合いは感情的になり対応が難しいことも多いので、近隣対策の専門部署や専門業者に依頼して進めます。

⑤マンション建設とは、土地を取得後、建築確認申請（→P.71）の許可を得てから建設に入ることです。設計監理をしながら建設の進捗状況を管理していきます。一戸建てなどよりも建設期間は長く、200戸規模であれば目安として建設に2年ほどかかります。

⑥分譲販売と進捗管理は分譲会社（子会社）で行う場合と、販売代理をしている流通会社に任せる場合の2つのケースがあります。どちらの場合も、週ごとにどの部屋がいくらで売れたか、値引き交渉があるのかといった販売状況の進捗管理を行っていきます。完売すれば、プロジェクトは終了となります。

## 中古住宅の状態や性能を明確にし 取引が活性化する時代へ

日本では新築住宅の取引割合が多いのが現状で、中古住宅の取引を活性化させようと国や地方が市場の整備に乗り出しています。その一環として、既存建物状況調査を行い、中古住宅の性能を確認して取引するしくみがあります。

### 複雑化する中古住宅に関する業務

仲介業務では中古住宅（既存住宅ともいう）も扱いますが、中古住宅の性能などを明らかにするしくみの改変が年々行われており、不動産会社にとっては業務が増え、高度化してきています。

その中で代表的なのが既存建物状況調査です。既存建物状況調査とは、国土交通省の定める講習を修了した建築士が、建物の基礎、外壁など建物の構造耐力上主要な部分や、雨水の浸入を防止する部分に生じているひび割れ、雨漏りなどの劣化・不具合の状況を把握するための調査のことです。簡単にいうと、**中古住宅の現在の状況がわかる健康診断のようなもの**です。

### 中古住宅の流通を活性化したい理由

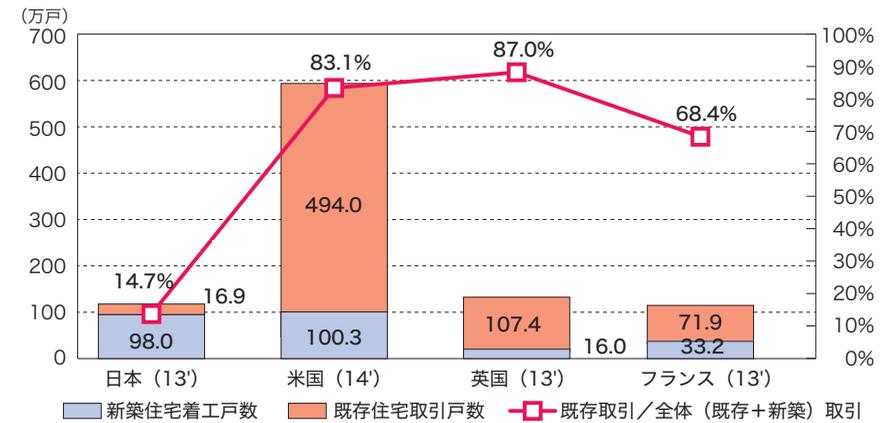
この調査は手配や調査自体に時間や手間がかかります。また調査結果の解釈や対応でも時間や費用がかかることから、仲介業務がより複雑になります。それでも調査を行う背景には、**日本は既存住宅の流通割合が少ないため、流通をより活性化させようと、国や地方が積極的に施策を行っている現状**があります。

データを見てみると、2013年時点で日本の既存住宅流通数の全体に占める割合は14.7%であり、米国の83.1%、英国の87.0%、フランスの68.4%と比べてかなり低い数字となっています。この背景には、日本特有の新築住宅が好まれる市場や、海外の地震が少なく湿度が低いために傷みにくい中古住宅とのちがいがあります。ただ、それらを考慮しても大きな差があり、**中古住宅の状態や性能が消費者にとってわかりづらいことが最大の要因**と考えられています。その結果、既存建物状況調査のしくみが導入されました。

#### スクラップアンドビルド

老朽化したり物理的・機能的に古くなったりした建物や設備を廃棄し、最新のものに置き換えること。「S&B」と呼ぶこともある。

### 国が公表している既存住宅流通シェアの国際比較



※国土交通省「既存住宅流通を取り巻く状況と活性化に向けた取り組み」を基に作成

### 既存建物状況調査の様子

#### 【木造戸建て住宅の場合】



「土台・床組、基礎」調査の様子

#### 【共同住宅の場合】



「外部（バルコニー）」調査の様子

#### 【検査機器（例）】



「基礎配筋」の調査機器



「小屋組・梁」調査の様子



「外部（外壁）」調査の様子



「床の傾きを計測する」調査機器

※建物状況調査は、国土交通省の定める基準に従い、原則として目視・非破壊検査を行う  
出典：国土交通省土地・建設産業局不動産課

また、**スクラップアンドビルド**によるCO<sub>2</sub>排出量を抑制する意味でも、既存住宅流通を活性化させたい意向があります。この傾向は今後も続くと思われるので、**この流れにどう乗っていくかが今後の流通事業の要点になる**でしょう。

## 集客に重要な不動産情報サイト

不動産情報をインターネットで検索し、掲載された情報を検討してから問い合わせや会社訪問をする顧客が多くなっています。賃貸管理業務を行う上で、不動産情報サイトの重要性が増しています。

### 不動産探しに欠かせなくなった不動産情報サイト

IT化が進むにつれ、顧客はインターネットで不動産情報を検索し、賃借したい不動産を決めてから、その情報を掲載している不動産会社の店舗へ訪問して契約をするという流れが多くなりました。今や目的の不動産もなく店舗を訪問して、その場で不動産を紹介してもらい、賃借を決めるケースはほとんどありません。

日本賃貸住宅管理協会が会員会社に行った2020年度下期のアンケートによると、回答のあった217社のうち、**不動産の情報が集まったポータルサイト**での反響(問い合わせなど)は56.4%、自社のホームページでは33.7%と前年と比べてインターネットでの問い合わせが増加したとの回答でした。SNSでの反響も10.9%で、ITツールでの集客が年々増えていることが見て取れます。

### ネットで情報を選別してから来店

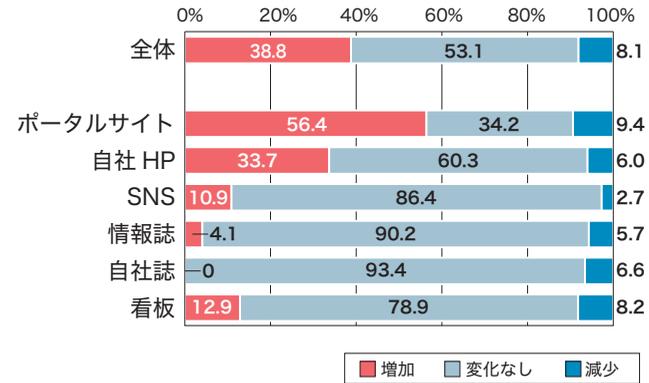
また、不動産情報サイト事業者連絡協議会が公表したデータでは、賃貸物件を契約した423人中、問い合わせをしたのは1社のみという回答が21.3%、2社は25.8%となっています。合わせて50%ほどになり、**契約者のほぼ半数が、不動産情報のある程度選別してから問い合わせをしていることがわかります。**「1社」と回答した21.3%の人は、問い合わせをした会社でそのまま契約をしていることになります。

また、不動産会社への訪問数で見ると、賃貸物件を契約した378人中、36.2%の人が訪問した会社数は1社と回答しており、2社という回答は30.2%、つまり全体の7割近い人が、多くの不動産会社を訪問するよりも、不動産情報サイトなどで情報を選別して、かなり絞った上で不動産会社の店舗に訪れています。

#### 不動産の情報が集まったポータルサイト

代表的なものは、SUUMO(スーモ)、LIFULL HOME'S(ライフフルホームズ)、アットホームなど。特定の物件や地域に特化して不動産の情報を集めるポータルサイトが増加している。

### 媒体別の反響効果



ポータルサイトには、SUUMO(スーモ)、LIFULL HOME'S(ライフフルホームズ)、アットホームなどがあるね!



出典：公益財団法人日本賃貸住宅管理協会日管協総合研究所第25回賃貸住宅市場景況感調査「日管協短観」2. 反響効果(2020年度下期)

### 訪問した不動産会社の接客について満足だったこと(賃貸)

満足だったこと	(人)	割合 (%)
問い合わせに対するレスポンスが早かった	271	64.1%
内見をさせてくれた	219	51.8%
言葉遣いや対応が丁寧だった	203	48.2%
物件の提案や追加の連絡などをしてくれた	186	44.2%
物件まで同行してくれた	162	38.5%

※ 423人の回答によるもの

※ 2021年10月不動産情報サイト事業者連絡協議会(RSC)を基に作成

### 問い合わせへの迅速な対応で安心感を

この結果から、**不動産情報サイトの充実やその情報の正確さが賃貸管理業務を行う上でかなり重要であることがわかります。**

また、訪問した不動産会社の接客について満足だった理由の1位は「問い合わせに対するレスポンスが早かった」で全体の64.1%でした。**顔の見えないネット時代だからこそ、問い合わせがあったらすぐに対応することで安心感を与えることも大切です。**

## 必要とされる老朽化対策

分譲マンションの29%は築年数30年以上の古いマンションですが、築年数が古いほど必要とする大規模修繕工事ができていないのが現状です。そこには修繕積立金の不足などの要因があります。

### マンション管理における老朽化問題

マンション管理の課題はいくつもありますが、その中で最も大きな課題は、マンションの老朽化への対応です。老朽化が加速する背景には、築年数が古いマンションの増加、耐震性や修繕積立金の不足、専門家の不在があります。老朽化を放置しておくと、建物が倒壊する危険性だけでなく、空室が増え、**犯罪の巣窟**になるなどの問題も生じます。そのため、老朽化への対策は今後避けては通れない課題といえます。

#### 犯罪の巣窟

空室が増えることでスラム化や犯罪者の隠れ家に利用されるといった問題も生じている。

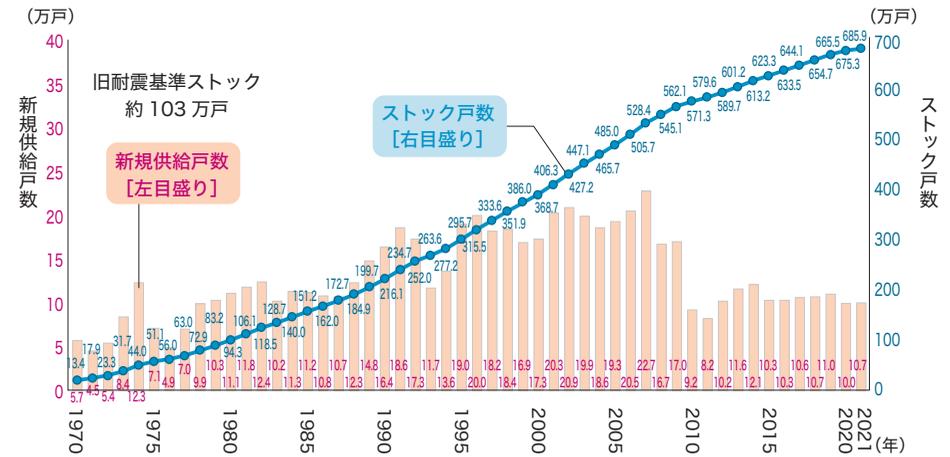
### 築年数が古いマンションほど工事ができていない

国土交通省「マンションの管理適正化に関する調査検討業務（平成28年）」によると、分譲マンション約686万戸のうち築年数が30年以上（1989年以前）のものは約200万戸（29%）、その中でも古い耐震基準（旧耐震基準）で建てられたのは約103万戸（15%）です。老朽化を避けるために12年に1回の大規模な修繕や改修工事は必須なのですが、**築年数が古いマンションほど工事ができていません**。2016年の国土交通省の調査では、1993年から2004年築のマンションで標準回数（12年に1回大規模修繕工事を行った回数）を下回ったのは12.3%であるのに対して、1969年から1980年築のマンションでは44.7%と約4倍になっています。築年数が古いほど、本来必要な大規模修繕工事ができていないのが実態です。その要因のひとつは、修繕積立金の不足が考えられます。修繕工事の計画に対して現時点で資金が不足しているとの回答は34.8%もあり、また築年数が古いほど多くの工事が必要なのにも関わらず、築年数に応じて修繕積立金を多く取る「**段階増額積立方式**」を採用している割合は少なくなります。

#### 段階増額積立方式

段階的に徴収する金額を増やしていく方式。そのほかには、必要とされる修繕費用の総額を計画期間の月数で割った額を徴収する「均等積立方式」や大規模な修繕工事のように多額の費用を要する場合に一時金を徴収する「一時金徴収方式」などがある。

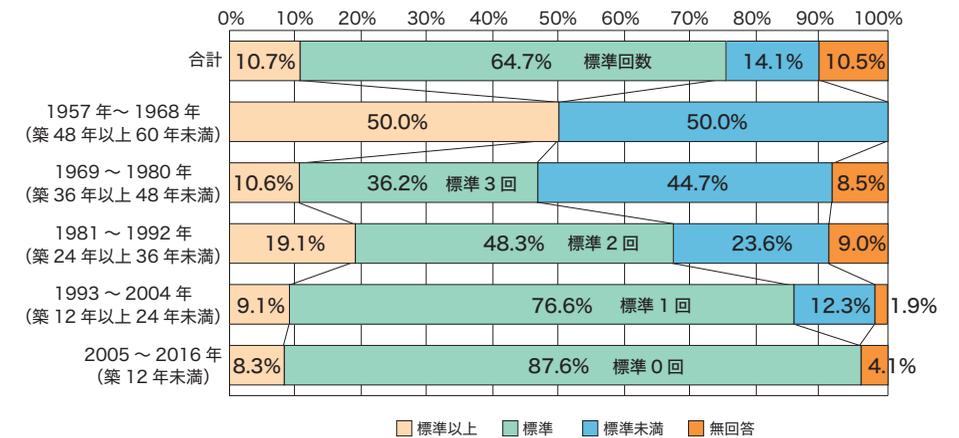
### 分譲マンションのストック戸数



- 現在のマンションストック総数は約685.9万戸（2021年度末現在）
- これに令和2年国勢調査による1世帯当たり平均人員2.21をかけると、約1,516万人が居住している推計となり、これは国民の約1割に当たる

\*国土交通省ホームページ「分譲マンションストック戸数（2021年度末現在／2022年6月28日更新）」を基に作成

### 大規模な修繕・改修工事の実施回数



資料：国土交通省調査（平成28年12月）  
※国土交通省「マンションの管理適正化に関する調査検討業務（平成28年）」を基に作成

今後、建材費や人件費が上がる中で修繕工事費がますます増えていくことを考えれば、各戸からの修繕積立金を増額するしかありません。管理組合や区分所有者との綿密な相談と、将来を見据えた長期修繕計画の策定が求められています。

## 宅地建物取引士は 不動産取引の法務の専門家

宅地建物取引士は、不動産取引の法務の専門家の資格であり、不動産の取引の際になくてはならない資格です。不動産業界全体で取得を求められている傾向があるので、就職前に取得しておくことが望ましいです。

### 宅地建物取引士とは

#### 不動産取引の法務

不動産取引での法務とは、不動産の売買、賃貸、媒介などを扱う法務のこと。

宅地建物取引士は、**不動産取引の法務**の専門家です。不動産の取引に求められる資格ですが、取引をあまり行わない会社も含めて**不動産業界全体で資格取得を求められるケースが多く、就職前に取得しておくことが理想**です。

宅地建物取引士は略して「宅建士」といいます。過去には「宅地建物取引主任者（宅建主任者）」という名称でしたが、不動産購入者などの利益保護の徹底や、コンサルティングによる土地建物の円滑な流通を目的に、士業として責任を明確にしたことから2015年4月に現在の名称へと変更されました。

宅地建物取引士となるには、都道府県知事の委任を受けた一般財団法人不動産適正取引推進機構が実施する試験に合格した後、都道府県知事への資格登録を行い、当該知事の発行する宅地建物取引士証の交付を受ける必要があります。

試験は年齢・性別・学歴・国籍などの制限はなく、誰でも受験でき、例年10月の第3日曜日に行われます。2021年の受験者数は約23万5,000人、合格者数は約4万2,000人、合格率は約18%となっています。

### この資格が必要な理由

宅地建物取引士の資格があることで、不動産取引の際にしなければならない宅建業法第35条に定める重要事項の説明と、重要事項説明書への記名押印、同第37条に定める書面（契約書など）への記名押印を行うことができますようになります。

また、宅地建物取引業者は、その事務所などごとに、事務所などの規模、業務内容などを考慮して国土交通省令で定める数の成

### 宅地建物取引士ができること



- ① 重要事項（権利関係、法令上の制限、取引条件、その他の事項など）の説明
- ② 重要事項説明書への記名押印
- ③ 契約内容書面への記名押印

不動産の取引ができる！

### 宅地建物取引士の試験内容

- 土地や建物の形や構造、種別に関すること
- 土地や建物についての法令上の制限に関すること
- 土地や建物についての権利に関する法令
- 宅地や建物についての税に関する法令

のほか、不動産取引や宅建業者の業務内容、不動産に関わる税金などが、民法や宅建業法、不動産に関する法律から出題される

### 資格を取得すると……

不動産およびその取引に関する各種法律や民法、税制などの知識が身につく。また、不動産業界だけでなく、不動産に関連するあらゆる業種（金融、保険、証券、建設、小売など）で役立つ

宅建士は  
ぜひ取得したい  
資格だよ！



年者である専任の宅地建物取引士を置かなければならないとされています（宅地建物取引業法第15条第1項）。そのため、主な業務が不動産取引の会社では必須の資格であり、創業する場合にも必要です。

# 不動産業界における 4つのキャリアプラン

時代の変化により、経営幹部や創業社長などのキャリアプラン以外にも、不動産の知識やスキル、ネットワークを活かせる投資家や専門家、コンサルタントといったキャリアプランが出てきています。

## 社内でのキャリアプラン

不動産業界のキャリアプランは大きく分けて4つあります。

1. 会社の経営幹部になるプラン（転職含む）
2. 会社内で職域の専門家となるプラン
3. 創業して法人代表や投資家となるプラン
4. 創業して専門家・コンサルタントとなるプラン

ほかにも考えられますが、この4つが代表的なものといえます。

会社の経営幹部になるプランは、最も代表的なキャリアプランで、当然、経営面の知識・スキルが必要となります。特に財閥系や電鉄インフラ系の大手不動産会社に勤務する場合には、勤務している会社と同じ事業規模の企業で経営幹部になることを目指すのが一般的です。その理由は、高い資本力を利用した会社独自の業務が中心となるので、知識やスキルもそれに準じたものとなり、資本力が低い他社への知識・スキルの援用や創業ではうまくいかないことが多いからです。

勤務する会社内で職域の専門家となるプランもあります。独自の知識やスキルを有する専門家を目指すプランですが、不動産業界ではまだ認知度の高いキャリアプランとはいえ、活躍の場も限定的なので、これからの進展に期待したいところです。

## 創業するキャリアプラン

創業して法人代表となるプランは、ひと昔前は中小不動産会社に勤務する人の最善のキャリアプランと考えられていました。不動産の商品特性上、大きな金額を動かすので、それに伴う借入れができる信用や勇気があり、人を動かす力があればこのプランは最適です。なお、不動産業の創業者には大手不動産会社の出身

### 不動産コンサルタント

顧客のさまざまな要望を不動産の専門家という視点で解決する職種のこと。相続に関係する不動産を専門とする者、資産運用に関係する不動産を専門とする者など、さまざまな不動産コンサルタントがいる。

## 4つのキャリアプラン

### 勤務先で

#### ① 経営幹部になる



#### ② 職域の専門家になる



### 創業して

#### ③ 法人代表や投資家になる



#### ④ 専門家やコンサルタントになる



者は多くありません。中小不動産会社では何でも一人でやることが多く、経営者の働き方が身につくものに対して、大手不動産会社では分業による部分的な働き方になるからです。

一方で、近年では個人大家（5-07参照）や投資家になるというキャリアプランも出てきました。不動産業界で働いていると、投資に最適な不動産商品に出会う機会は多くあります。勤務しながらそれらを購入しているうちに、独立するという人もいます。

創業して専門家・コンサルタントになるプランは、ネットやSNSの発達により専門家・コンサルタントとしての知識やスキルなどをPRして事業化できるようになったことにより生まれたキャリアプランです。シェアオフィスの登場や創業融資のハードルが下がったことで、今後も多くの人がこのプランを選ぶことが予想されます。多様化した不動産問題の解決にはさまざまな専門家やコンサルタントが不可欠なのでまだまだ需要がありますが、集客面で他社との差別化は必要で、事業として成り立たせるには、かなりの知識とスキル、経営的な知識が不可欠となります。

大手も参入するシェアビジネス

# 所有から利用への転換とITの発展によるシェアビジネスの活性化

シェアハウス、シェアオフィス、貸会議室など、不動産のシェアビジネスはさまざまな形態が出てきています。しかし、今のところ都市部に集中しており、地方・郊外はまだ開発の余地があります。

## 不動産におけるシェアビジネス

シェアとは、ひとつのものを複数人で共同利用することです。不動産事業では、ひとつの不動産を複数人に利用させて収益を高くし、その分サービスとして還元すると同時に、普段使われていない不動産を時間貸しすることで効率的な利用を促進します。

シェア化の背景には不動産の「所有から利用」への事業者の意識転換と、IT化によるプラットフォームの充実、交通の便がよく価値の高い不動産の共同利用意識の高まり、消費者の趣向の多様化に向けた小口化、テレワークなどの働き方改革などがあります。

シェアハウスでは、寝室だけを利用者の個室とし、リビングやキッチンなどは他の利用者と一緒に利用するものが多く見られます。他の利用者とのコミュニケーションを楽しむ利用者が多く、好立地の住居を低賃料で借りることを目的とする人が多く、2015年の国土交通省の調査ではシェアハウスを選択した理由として「家賃が安いから」が55.3%と最も高くなっています。

## シェアハウスの多くは東京23区に集中している

シェアハウスは全国で5,057件あり、多くは東京23区内に集中しています（日本シェアハウス連盟「シェアハウス市場調査2021年」）。23区内ではさまざまなコンセプトを設けて競合していますが、一方で地方・郊外では開発の余地が残されています。

シェアオフィスは大手不動産会社、関連会社も競って参入しており、年々好立地で高いサービスを提供するようになっていきます。フリーランスや副業の利用もあることから、郊外住宅地には中小不動産会社も参入しており、今後もさまざまなサービス提供が考えられ、事業機会が増えることが予想されます。

### プラットフォームの充実

ITの活用などにより、売り手、買い手、不動産をつなげる場やポータルサイトなどが増え、不動産のサービスを手軽に利用できるようになってきている。

## シェアオフィスの多様なサービス

### シェアオフィスとは

- 複数の企業や個人が、働く環境を共有すること
- 月額料金や時間料金を払えば利用できる

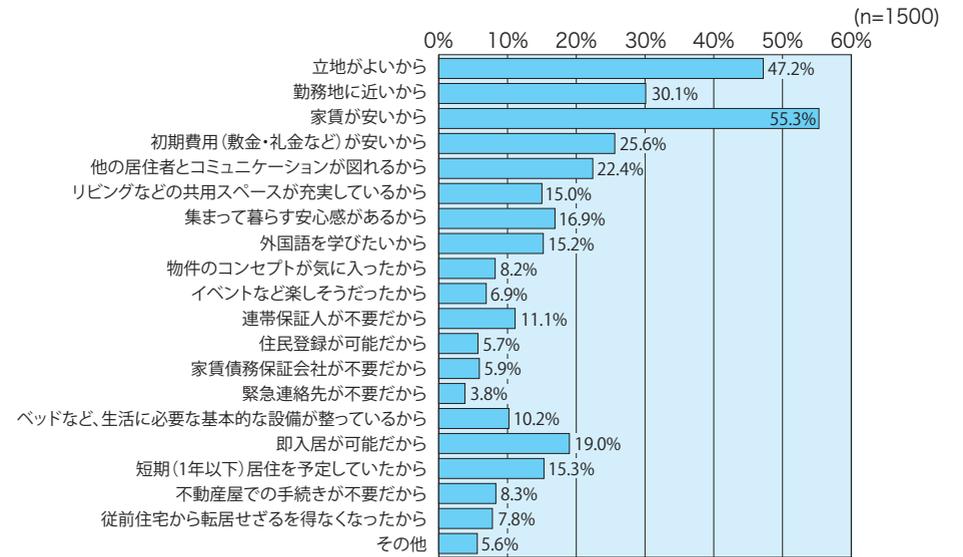
### シェアオフィスを使用するメリット

- 立地がよいのに低コストで利用でき、家賃や光熱費は払わなくて済む
- OA 機器など仕事に必要なものが揃っているため、独立した家で機材が買えなくてもすぐに仕事ができる
- 仕切り付き・ブースになっていて仕事に集中できるタイプや、オープンになっていてほかの利用者とコミュニケーションがとれるタイプのオフィスがある

さまざまな種類のシェアオフィスがあって、自分の働き方に合ったタイプが選べるよ！



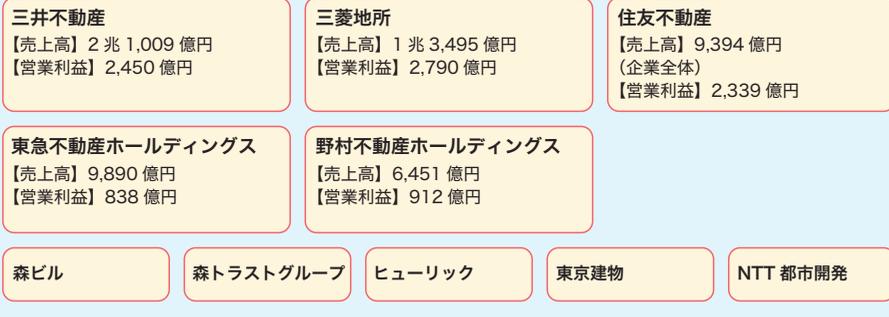
## シェアハウスに入居した理由



※国土交通省「シェアハウスに関する市場動向調査結果について」を基に作成

# 不動産業界の勢力図

## 開発事業

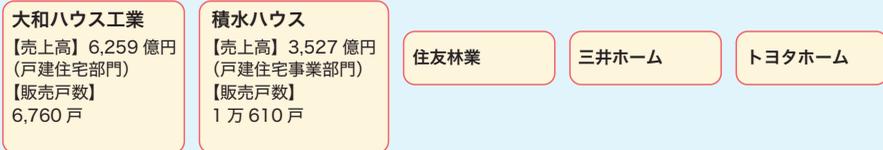


## マンション分譲事業

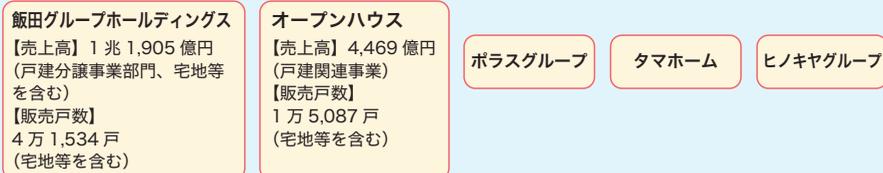


## 一戸建て分譲事業

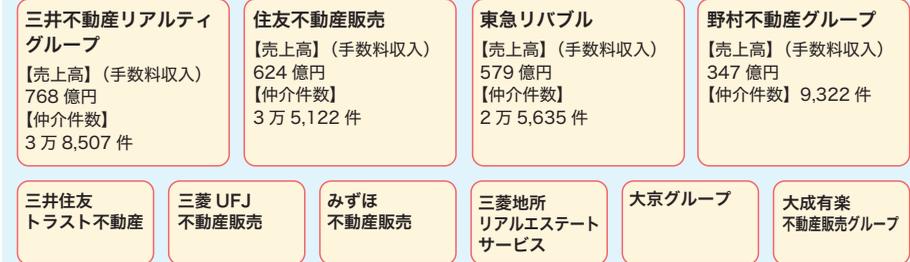
### 大手系



### パワービルダー系



## 流通事業 (売買)

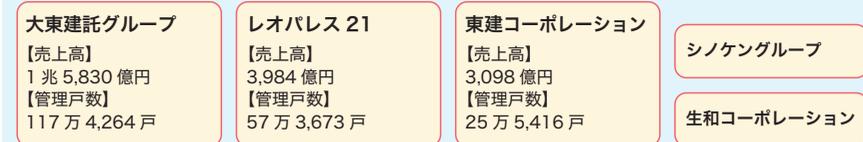


## 賃貸事業 (賃貸)

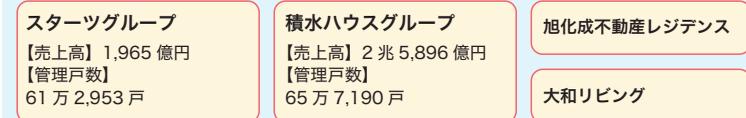


## 管理事業 (賃貸物件の管理)

### アパート系



### ハウスメーカー・その他



※「2022 不動産統計集 (3 月期改訂) — 2. 不動産開発、3. 不動産流通、5. 不動産管理」 「全国賃貸住宅新聞 (2021 賃貸仲介件数ランキング)」 および企業が公表している最新データを基に作成

※マンション分譲事業の分譲戸数、流通事業 (売買) の仲介件数、管理事業 (賃貸物件の管理) の管理戸数は 2021 年のデータ。それ以外は企業が公表している最新のデータ