

第1章 小売・仲介、代行

不動産

マーケット占有率26% 自動車業界と並ぶ注目マーケット

不動産業界の市場880億円

P.84、「日本の消費者向け（BtoC）電子商取引市場」のデータによると、不動産業界のマーケットは約870億円（全体の26%）と自動車業界と同規模となっている。商品単価が数千万円と高額であるため他産業と一律に述べることはできないが、今後の成長予測を見ても自動車産業に並ぶ注目マーケットとなっている。

物件紹介から営業チャンネルへ

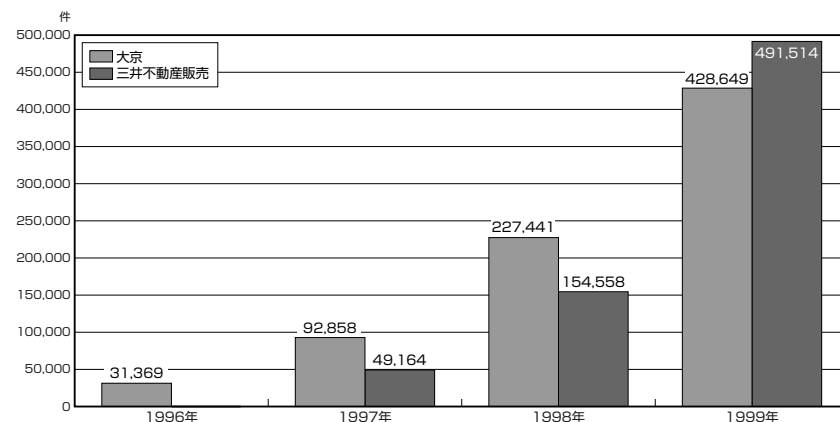
大京や三井不動産販売など既存不動産会社の販売チャンネルの1つとしてインターネットが注目されている。大京の1999年度のネット経由での販売実績は1091戸（契約金額で396億円）となった。これは前年度に比べて戸数は3.5倍、契約金額は3.6倍という大幅な増加で、戸数、金額とも前年の実績を大きく上回る実績となった。三井不動産販売の1999年度の成約件数は1668件と件数で前年同期比2.8倍と大きく跳ね上がっている。これは全取引件数の5~6%（推定）のシェアとなっており、2000年度には10%、3年後には30%のシェア獲得を目指す方針を出している。

両社とも単にネットで不動産物件を紹介しているという段階を終え「営業チャンネル」としての位置づけを強化しているといえる。

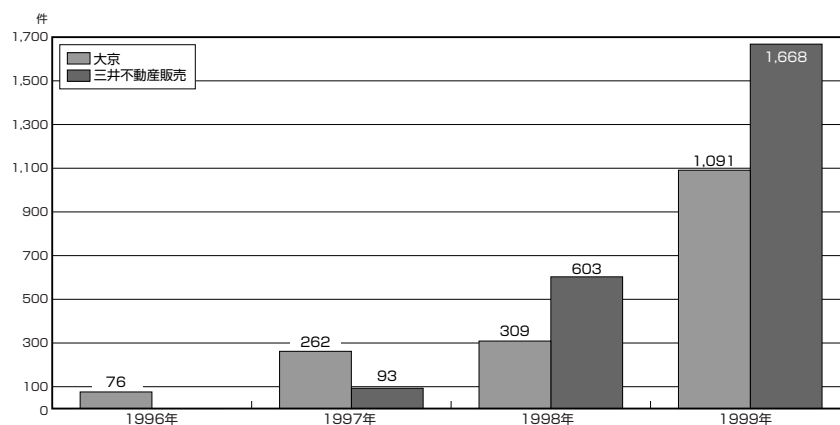
既存不動産会社のIT戦略強化策

大京では1999年9月に新設した「インターネット営業部」の人員を100名に増やし、顧客との電子メール交換などを通じて契約に結び付ける予定で、年間契約戸数の1割に当たる1000戸を販売する予定。2001年度には300人に拡充して全社の営業員のうち4割近くがインターネッ

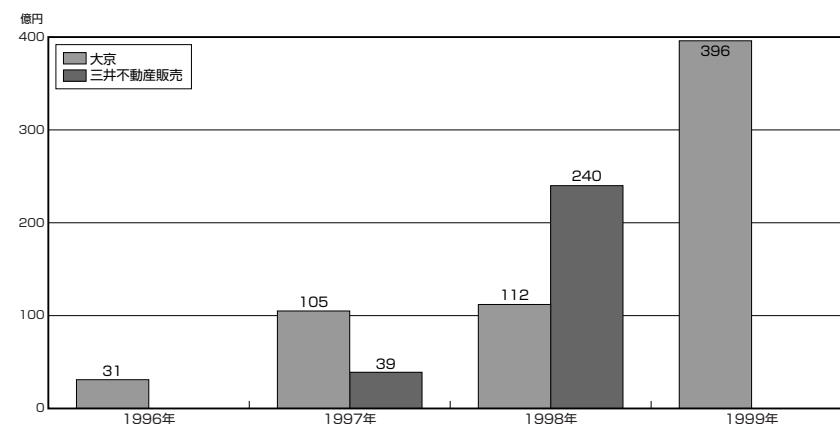
資料2-1-21 大京と三井不動産販売のインターネット取引状況
■ページへのアクセス件数



■契約件数



■契約総額



出所 各社資料を元に作成

ト営業に切り替わる狙い。モデルルームに依存した旧来型の販売手法を見直し、営業経費の削減と顧客の囲い込みにつなげようとしている。また、販売段階の利用だけでなく、入居者向けに仮想商店「ライオンズファミリーオンラインショップ (LFOS)」を開設し、物品販売や各社付帯サービスの提供をしている。当初はパソコンや家電製品など約20品目であるが、介護保険制度の導入をにらんだホームヘルパー派遣仲介やベビーシッターの紹介なども順次開始する予定である。

一方の三井不動産販売も1999年11月にまとめた「事業構造改革3ヶ年計画」でIT戦略を経営の重要課題に据え、インターネットを通じた契約件数の比率を現在の5%から30%まで引き上げる考えを打ち出している。ネットでの販売戦略の一環としてフリーメールサービス「Mailくん」を11月にスタートしたり、世界最大のオークション会社「イーベイ」の日本法人と提携して不動産を対象にしたオークションを2000年春から展開する。不動産仲介最大手の三井不動産販売がオークションを手がけることで、不動産の新たな取引手法として拡大する可能性もある。

顧客の囲い込み戦略始まる

商品としてのインターネットへの取り組みとして「インターネット対応型マンション」も主流になってきている。大京、ダイア建設は2000年に入って建設するマンションをネット対応型にすることを発表している。インターネットマンションとは棟内にLANを構築し外部プロバイダーに接続するもので、専用回線の料金は入居者の頭割りとなるため、1戸当たり1か月2000円前後の定額で常時接続サービスが利用できる。これは単に販促だけを狙ったものではなく、コンビニなど各産業がネットビジネスを拡大するなか、家庭のインフラ整備を担う住宅産業も、将来のビッグマーケットをにらんで顧客の囲い込み戦略として取り組み始めているのだ。

ニュービジネスモデル続々登場

三井不動産販売がイーベイと提携して不動産オークションサービスを開始することは前述の通りだが、このほかネットを使った新しいビジネスについていくつか紹介しておきたい。

建設業界における調達コストの削減や業務の効率化を狙ってECを採用する動きが加速している。ネットでの優良取引先の公募をスタートさせた戸田建設やフジタでは、取引先との購買見積りもデータの交換にネットを使う試みがスタートしている。これまで系列色の強かった建設業界ではあるが、発注先の多様化、受注機会の拡大と、双方に利点が出てきそうだ。コーポラティブ住宅の企画・販売を行っているアーキネットでは参加者募集にネットを活用することで、募集コストを抑えて低コストの住宅建設を後押ししている。またオプトが提供している「e-sumai.com」**Jump01**で新築マンションの情報を割安な価格で仲介するサービス（キャッシュバック方式）をスタートした。利用者が購入希望条件を登録すると物件探しからマンションの評価・査定、適正価格のアドバイスまで一貫して行ってくれる。販売価格の3%相当が手数料として一般のだが、これを1.5%に抑えることで売り手の利益を確保しながら買い手にとっても割安感のある価格を設定している。販売支援サービスにおいても広告掲載費型ではなく、成果報酬型のサービスがスタートしている。新東通信が提供している「mansion-net」**Jump02**では資料請求1件あたり3000円、モデルルームへの訪問予約で2万円という料金体系になっている。広告というよりは新たな不動産仲介ビジネスといえる。

一方、住宅関連の総合サイトとしてリクルートが1999年から提供している「ISIZE住宅情報」**Jump03**では、登録されている物件情報を消費者が検索するという基本サービスだけではなく、「こんな生活がしたい、こんな物件を探して欲しい」というニーズ登録変更型のサービス

「匿名要望発信サービス」をスタートしている。利用者は匿名で複数の不動産会社にリクエストを発信でき、それぞれの回答の中から気に入った会社との交渉をネット上で行えるというサービスである。これもネットの双方向性を活かした新しい住まい探しの方法といえるだろう。

(木下浩一 株式会社リクルートWebマスター)



図1 新築マンションを仲介「e-sumai.com」



図2 ニーズ登録変更型サービスを提供「ISIZE住宅情報」

Jump01 <http://www.e-sumai.com>

Jump02 <http://www.mansion-net.com>

Jump03 <http://www.isize.com/house/>



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容（技術解説、データ、URL、名称など）は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者（執筆者、写真・図の作成者、編集部など）が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元（株式会社インプレスR&D）などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D（初期は株式会社インプレス）と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接的および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp