

平成28年度不動産実務セミナー第2部『不動産をとりまく環境の変化や諸課題への対応と展望』
講義内容への質問に対する回答一覧

(公社) 全国宅地建物取引業協会連合会

1. PART 1 『これからの不動産市場と展望』

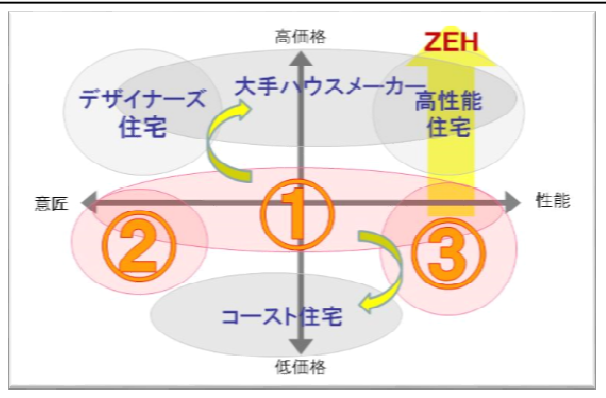
①建物状況調査（インスペクション）関連

建物状況調査（インスペクション）に関連するご質問については、現時点で明確になっていない部分に関する内容もありますので、今後法律の施行に向けた詳細情報については全宅連ホームページや不動産総合情報誌「リアルパートナー」、研修会等において随時情報提供を行ってまいりますので、そちらにてご確認いただければと思います。

②賃貸管理業関連

質問内容	回答
賃貸管理業者登録制度は、賃貸管理をする業者のすべてが登録しなければならないのか。	賃貸管理業者登録制度は任意の制度であり、登録するかどうかは、各管理業者の判断によります。登録を受けなくても、そのまま管理業務を営むことができます。
賃貸住宅管理業者登録制度について、貸主と法人（業者）が直接契約するのであれば、登録制度は不要になるのか。適用条件がわからなかった。	
今後は、賃貸不動産経営管理士の資格がないと、賃貸仲介ができなくなるのか？	賃貸不動産経営管理士の資格がないと、賃貸仲介（宅地建物取引業）が出来ないということはありません。

2. PART 2 『時流変化と宅建業法改正から考えるこれからの不動産取引』

質 問	回 答
<p>ライフサイクルについて、総合化→専門家→専門複合化の先にはどのような流れが待っているのでしょうか？</p>	<p>それは今のところ、私にも分かりません。ただ、私が知る限りでは全国の中小不動産会社のなかで専門複合化へと事業展開を進め、業績を伸ばしている会社はまだ少ないです。 従って、これから業績を伸ばそうとするときは、まずは専門化へと事業を進め、それぞれを強い事業としたうえで専門複合化へ発展させていくのが多くの会社に必要なことと考えています。</p>
<p>自社HPに流入させるチャンネルを増やすのに当たり、ツールが数多くあるのは理解しているが、媒体のなかで優先順位はどのように判断して選択していったら良いのか？</p>	<p>今すでに取り組み成果を上げている媒体とこれから新しく取り組もうとする媒体があるかと思います。まずは既存の媒体については費用対効果を確認します。1件当たりの反響を得るのにいくらかかっているかです。 そのうえで、上限予算を決めて新しい媒体にチャレンジし、その結果を費用対効果で確認します。 そこで既存の媒体よりも費用対効果が高ければ、その分のコストを減らして新しい媒体に費用をかけていきます。 このように1件当たりの反響を得る費用対効果で確認していくと良いでしょう。</p>
<p>「スマートハウス」という言葉が突然出てきましたが、これは省エネ住宅（ZEH）と同義ですか？言葉的に少し違和感がありますが、採用に活用すべき「indeed」とは何ですか？</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ ZEHに限らず省エネタイプの住宅を全般に示す意味でスマートハウスと表現をしています。 ・ 「Indeed」 アメリカで創業した求人情報専門の検索サイトです。 日本では2012年にリクルートの完全子会社となり進出をしています。
<p>下のセミナーレジメ115ページ図(チャート)の説明が知りたい。</p> 	<p>これはポジショニングを説明しています。現状、これから伸びる可能性が高いマーケットとして①、②、③を表しています。 そして、ZEH事業については、③のマーケットが空白として空いており、狙うべきマーケットとして紹介しています。</p>