

特集 不動産テックの動向

米国不動産業界における MLS と不動産テックの最新動向

一般社団法人 日米不動産協力機構 (JARECO) 研究員 和田 ますみ
わだ ますみ

1 はじめに——米国の不動産エージェントの業態と特徴

米国では、売り主もしくは買い主と媒介契約を結んで住宅売買の最前線で仲介業務を行う不動産エージェント(セールスパーソン)は、経営と営業活動の明確な分業体制の下でブローカーに所属して活動を行っている。日本のような雇用契約により給与報酬をもらう会社従業員ではなく、自営業者としてブローカーとの間で契約を結び、反対にエージェントがブローカーに対して所属フィーおよび仲介手数料報酬の一定割合をコミッションとして支払う形態をとっている。

ブローカーは所属エージェントに対して、オフィスの利用、法務面でのサポート、プロフェッショナルトレーニング、専門家賠償保険など、各種サービスを提供すると共に、エージェントが効率的にマーケティングや営業活動を行えるように、テクノロジーを駆使したさまざまな業務システムを提供している。

また、エージェントは、自分が活動する地域の MLS 会員となり、エリアの不動産物件情報にアクセスすることで売買物件のマッチングを行う。エージェントは、個々人が独立した事業の経営者であり、自らの業務をいかに正確・効率的に行うかが成功への重要なキーポイントとなっており、そのために用意された MLS を含む各種の業務支援ツールを駆使して、日常の不動産業務を行っている。業務の IT 化は彼らにとって競合他社との差別化

を図る重要な課題であり、米国においてはこうしたエージェントに向けて、日進月歩で進化するテクノロジーを取り入れた多種多様な不動産関連システムが次々に出現している。本稿では、米国の、特に居住用不動産の仲介に携わる不動産エージェントがどのような不動産テクノロジーを活用しているかについて、最新のトレンドも含めて紹介していく。

2 MLSの概要と提供サービス

MLS とは、“Multiple Listing Service” の略称で、地域の不動産業者が会員となり、物件情報システム (Listing System) による地域の不動産情報共有を中心としたさまざまなサービスを提供する会員制組織のことである。2016 年時点で、米国全土に約 770 の MLS 組織が存在すると言われており、小規模なものでは数百人規模 (町単位) から大規模なものでは数万人単位の MLS が会員にサービスを提供している。MLS 組織には、規模の大小、組織の形態、サービスの範囲などにより、さまざまなバリエーションが存在する。約 770 ある MLS のほとんどは、地域のリアルター協会 (全米リアルター協会 (NAR : National Association of Realtors®) の傘下組織) が所有・運営しており、シアトルの NWMLS、南カリフォルニアの CRMLS のような独立系の MLS は 12 組織ほどを数えるのみである。しかし、これらの独立系 MLS は、専門の民間組織である点から、サービスや規模を拡大して

数万人規模のメンバーを有する大規模なMLSが多い。

MLSは、地域で売買される不動産物件情報を集約したデータベースを元に、不動産事業者にさまざまなサービスを提供している。その中でも一番大きな役割を果たしているのが、MLSリスティングシステムと呼ばれる不動産物件情報の検索システムである。不動産業者はエージェンツ単位でひとりひとりがMLSの会員となり、発行されるユーザアカウントを使ってMLSリスティングシステムにログインして、物件の売り情報、買い情報のマッチングを元に不動産の売買業務を行う。

MLSに登録される物件情報は、リスティングシステムを通じてすべての会員がアクセス可能なことから、エージェンツはこのサービスを利用して、自分が活動している地域で売りに出されている物件を、買い手が希望する条件に応じて、網羅性のあるデータベースの中から探して提案することができる。

MLSでは、不動産取引がすべての会員にとってフェアに行えるようにするために、物件掲載情報の記載方法、情報の取扱い方、成約時のステータスの速やかな変更など、数々のルールが決められており、会員はこれらのルールに厳格に従うことが活動の条件となっている。ルール違反が発生するとMLSは会員に対して、警告・罰金などのペナルティを課すのみならず、最悪の場合はメンバーから除外する措置を行う。これはエージェンツにとって、営業上の死活問題である。このことにより、地域の不動産業者間でルールを守り、物件を持ち合い（MLSに隠すことなく登録する）、公平で効率的な不動産仲介業務を行うことが可能となっている。

2.1 MLSが提供するサービス

MLSと聞くと、エリア中の物件が集約された網羅的なリスティングシステム（物件検索システム）をイメージすることが多いが、MLSはMultiple Listing Serviceが意味するとおり、リスティングシステム以外にも、さまざまなサービスを会員

の不動産事業者に対して提供している。提供するサービスの種類はそれぞれ各MLS組織により独自に採用が行われているが、一般的には、次のようなカテゴリーのサービスが提供されることが多い。

(1) MLS 物件情報システム

- ・ MLS リスティングシステム＋不動産履歴情報システム
(B2B：不動産業者向けシステム)
- ・ パブリック MLS リスティング公開サイト
(B2C：消費者向けシステム。B2B版のMLSリスティングシステムよりは物件の詳細情報は少ない(個人情報に関するものなどは省略))
- ・ モバイル版のMLSリスティングシステム
(B2B、B2Cそれぞれのリスティングシステムのモバイルアプリ版)

(2) 不動産業務支援ツール

- ・ ロックボックス
- ・ 共通契約書（電子フォーム）、電子サインシステム
- ・ 顧客管理システム、トランザクション管理システムなど業務支援システム
- ・ ローンシミュレーター、クロージングカリキュレーター、e フライヤー（チラシ自動作成）などの業務支援ツール

(3) トレーニング

(MLSリスティングシステムやロックボックス、その他業務支援システムの利用方法、MLSメンバーシップルールの遵守、倫理綱領(NAR)など)

(4) ニュース・マーケットレポートの提供

(5) 看板、ロックボックス、書籍などの物品販売、印刷代行など

3 不動産履歴情報と物件データの流れ

日本では、不動産業者は自社が持つ物件を、REINS、自社のホームページ、所属する協会の物件サイト、B2Cポータルなど、複数の物件情報サイトへ出稿する際に、それぞれのサイトの物件登録ページより情報を入力して掲載を行うことが多い。

米国における不動産情報ストック整備の仕組み

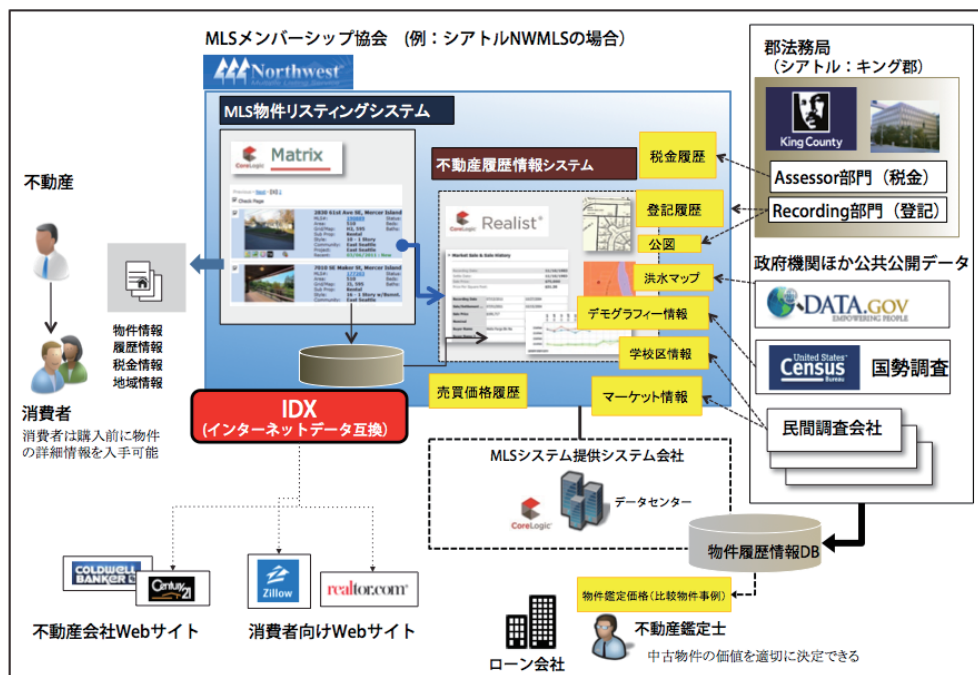


図1 米国における不動産情報連携の仕組み。シアトル NWMLS エリア内で入手可能な不動産情報の例。

また、物件の登録にあたっては用途地域など不動産業者自身が詳細な物件調査を行った上で情報を登録する必要がある。米国のエージェンツも、物件情報の登録を自ら行うのは同じであるが、次に述べる2つのサービスが多くのMLSで提供されており、物件登録に要する手間の軽減と、ひとつの物件に対して消費者に提供することができる情報量の多さを実現している。

3.1 不動産履歴情報システム（不動産情報ストックデータの閲覧）

物件の過去の売買履歴、歴代の所有者と売買時の価格、ローンの額や債権者名、直近数年間の固定資産税の評価額、競売履歴など、パブリックレコードと呼ばれる公的履歴情報をデータベース化して提供する民間機関のサービスにより、エージェンツは自らが法務局などの機関に自ら出向くことなく、該当物件の詳細な履歴情報をMLSと連動した不動産履歴情報システムから入手することができる。

米国には、パブリックレコードやオープンデー

タを収集・データ化して提供する民間企業（データブローカーとも通称される）が存在し、多くのMLSではデータブローカーが提供する不動産履歴情報システムをMLSリスティングシステムと連動して利用できるようにしている。不動産分野のデータブローカー企業はタイトルインシュアランス会社やローン会社のデータ部門が独立してできた会社（例：First American Title Insurance Companyの旧データ部門であったCoreLogic社やFidelityグループのモーゲージデータ部門から発生したBlackNight社など）が多く、長年蓄積された不動産履歴情報の巨大なデータベースを駆使して、不動産取引に関するいろいろな側面のデータをMLSを通じてエージェンツに提供している。

例えばCoreLogic社の場合、全米の居住用不動産の99%、商業用不動産の97%の履歴情報を保有しており、同社の不動産履歴情報システムRealist®を利用すると、MLSで検索した物件の比較対象物件（近似スペックで直近に販売されたもの）や、近隣物件の詳細な履歴情報を瞬時に比較レポートとして生成することができる。また、MLS

米国の消費者が既存住宅売買時に得られる情報



図2 MLS リスティングシステムと物件履歴情報システムから書き出されるレポートの情報項目。
（どの物件についても15～20ページ程度の詳細レポートを作成できる。）

や登記情報に登録された売買価格（Sale Price）を元にエリアの価格変動などのマーケット動向、国勢調査やハザードマップなど、各種オープンデータからアグリゲーションしてきた不動産を購入する際に参考となるさまざまな情報を物件で串刺しにしてレポートとして出力できる。エージェントはこのレポートを元に売り手に対してCMA（Comparative Market Analysis：査定提案書）を作成して、媒介契約の提案を行うための資料としている。買い手側にとっても、購入検討中の物件の詳細な履歴やエリア情報を元に判断を行うことが可能となり、透明性の高い不動産市場を下支えするツールとして、米国内の多くのMLSで活用されている。

3.2 共通データ仕様（RETS）とIDX（データ互換技術）によるデータ連携

多くのMLSではMLSリスティングシステムにIDX（Internet Data eXchange）技術を搭載しており、エージェントが登録した物件情報を、MLSシステムが持つIDXサーバ機能を通じて、外部のB2Cポータル、ブローカーのホームページなど各種の媒

体に自動的に送信することができる。このことにより、米国のエージェントは、物件の登録は所属するMLSに入力をするだけで良く、あとはIDX機能によりMLSのサーバより各種のリスティング媒体システムへ情報が定期的に自動送信／更新が行われる仕組みとなっている。IDXサーバによる物件情報の送信／更新は、数時間に一回～一日一回といった高頻度で自動的に行われるため、どの提携媒体においても、最新の物件情報を同期して検索・閲覧することができる。MLSによっては、エージェントやブローカーがシンプルなHTMLタグ（Webサイト記述用の言語）を配置するだけで、自社のホームページにエリア内の物件を検索・閲覧する機能を簡単に搭載できる機能も提供している。

これらのデータ連携はMLSリスティングサーバと連動して動いているRETSサーバと呼ばれる特別なサーバにより容易に実装することが可能である。RETSとは、“Real Estate Transaction Standard”の略であり、全米のMLSや不動産関連サービス会社により構成されるRESO（Real Estate Standards Organization）コンソーシアムにより定義された、米国内で不動産情報を取り扱う際のデータの標準

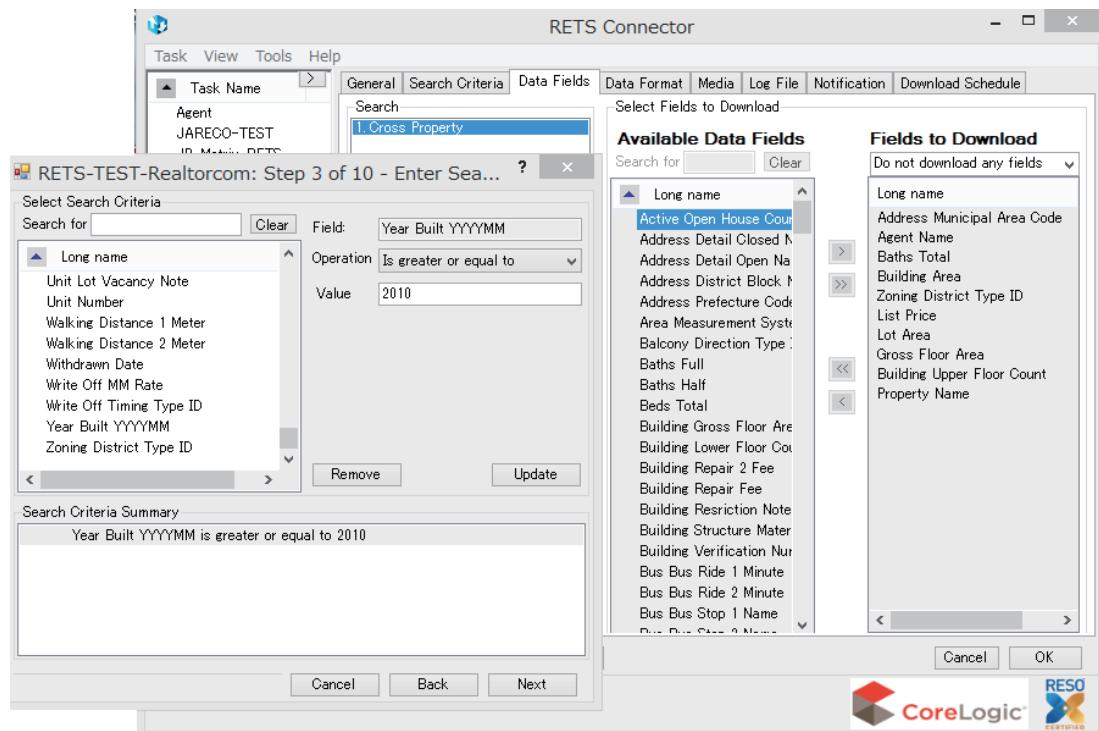


図 3 JARECO で試験運用している RETS サーバの例。簡単な設定をするだけで、リスティングシステムに格納された物件情報を必要な形式に変換して相手先サーバへ送信することができる。

互換形式のことである。RETS では、不動産情報のデータベース形式(データベーステーブル設計定義)やその情報を通信し合う際のプロトコル(API など)が定義されており、多くの MLS が RETS 形式に準拠した形で物件情報を格納していることにより、他のサービスとの間でも同一のデータ形式・プロトコルで情報をやりとりすることが可能となっている。

もう一つの IDX(データ互換)技術の機能は、API による他のアプリケーションとの連動である。RETS では、データベース構造(データベーススキーマ)だけでなく、データを取り扱うための仕様である API(Application Programming Interface)も定義されており、外部のアプリケーションから MLS の RETS 仕様データに対して共通のインターフェース方式で情報の入出力が行えるようになっている。例えば、各種の契約書を自動生成するようなアプリケーションであれば、物件の MLS 番号を指定することで、RETS の API インターフェースを通じて MLS データベースから物件の住所や所有者

などの必要情報を取り出して契約書内に自動的にセットする等の機能を実装することができる。

このように、全米の MLS リスティングシステムが共通のデータベース仕様(RETS)を持つことと、それにアクセスするためのインターフェース仕様(API)が決められていることにより、民間の不動産支援ソフトウェア開発ベンダーは、この RETS 仕様に準拠したアプリケーションを開発すれば、各地の MLS に容易に連携接続させることが可能である。米国内において多くのベンチャー企業が不動産テックシステムの事業に挑戦している背景には、このような参入障壁の低さも一つの要因と考えられる。

4 最新の不動産テックの動向

上述のように、米国では MLS への物件登録を始まりとして、売り手/買い手のマッチング、消費者への情報提供、エージェントの業務支援といった多岐に渡る不動産関連のテクノロジーサービス(米国では PropTech もしくは Real Estate Tech

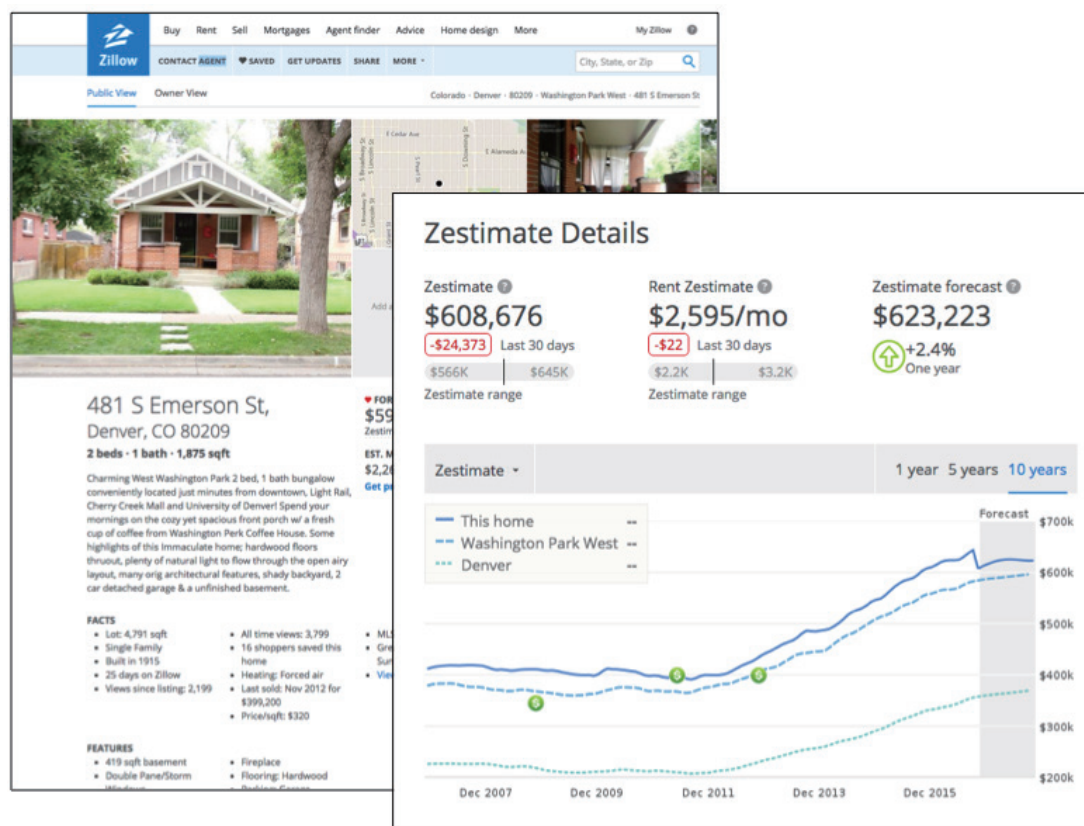


図 4 Zillow の Zestimate®。物件の売買査定価格、賃貸予想価格、一年後の予想価格が、過去の推定価格と共に可視化される。

と総称される)が提供されている。不動産テックの各分野と代表的なサービスとしては次のようなものがある。

4.1 B2Cポータルサービス(消費者向け物件検索システム)

消費者に向けて公開された物件検索情報サービスであり、Zillow、Realtor.com、Trulia など多くのポータルサービスが一般消費者へ向けて使いやすいサービスを展開している。住宅の売買を検討している消費者(買い手または借り手)向けに、希望に沿った物件を条件や地理情報から自在に検索できる機能だけでなく、物件の過去の購買履歴、税金情報、エリアの属性(国勢調査情報など)、学校といった、物件を検討するために必要なさまざまな関連情報も含めて、消費者へ向けてわかりやすいインターフェースで豊富な情報を提供してい

るのがこれら米国の人気ポータルサイトの特徴である。また、スマートフォンやタブレットへ向けた使い勝手のよいモバイルアプリを提供することで、急速に進む消費者のモバイルシフトへ対応している。

4.2 AIを活用した価格査定(AVM)・ビッグデータによる予測分析

近年急速に人気を博しているポータルサイトである Zillow では、現在の売り出し価格の他に、Zestimate®と呼ばれるその物件の査定価格情報を提供している。Zestimate®では、その物件の現在の売買価格、賃貸に出した場合の価格だけでなく、向こう一年間の予測価格を独自の査定システムを使って算出する。これらの価格査定は AVM (Automated Valuation Model) と呼ばれ、その物件の属性、過去の売買価格、固定資産税評価額など

多岐に渡るデータを元に、最新の AI 技術により毎日すべての住宅に対して価格査定モデルを更新している。その後、住宅が売買された際の成約価格を結果としてフィードバックしていくことで、機械学習を進めてモデルをさらに有効なものへ更新させている。

B2B で提供されている事例として、CoreLogic 社による AVM では、①自動査定価格 (AVM)→②MLS での売出し価格 (Listing Price)→③MLS 内での価格推移→④物件成約価格 (Sale Price)→⑤登記された売買価格 (Sale Price)の各段階での物件価格を収集することで、価格査定モデルをより精度の高いものへ学習させている。

他には、ここ数年で登場してきた新たな取り組みとして、不動産売買価格だけでなく、登記情報や、ソーシャル・ネットワークなどから得られる世帯情報、居住者の購買情報などのビッグデータを元に、どの住宅が近いうちに売りに出される可能性が高いか?といった予測分析 (Predictive Analysis) サービスをエージェント向けに提供する SmartZip®、Remine®といったベンチャー企業も出現してきている。

4.3 エージェントの営業活動を効率化する各種サービス

エージェント向けの不動産テックサービスとしては、業務効率化のシステムも米国のエージェント間で広く利用されている。業務支援ツールとしては、顧客管理を自動化する CRM (Customer Relationship Management) システムの Top Producer®、案件毎の進捗管理から書類作成、電子サインまでの契約実務を管理するトランザクションマネージメントシステムの、TransactionDesk®、Transaction Rooms®、Skyslope®など、煩雑な業務管理を PC やモバイルで一元管理するシステムがここ数年の間に急速にエージェントの間に浸透しつつある。また、契約書面の締結については、MLS の物件データと連動して自動的に各種契約書面を作成する zipForm®などの書類自動作成ツールと DocuSign®、Authentisign®などの電子署名システ

ムの普及で、エージェントは直接顧客の元に出向くことなく、各種契約書の締結をオンラインで行うスタイルが一般化してきている。

4.4 その他の不動産支援サービス、ブロックチェーンを利用した新たな試み

この他にも、MLS の情報から物件のチラシ(フライヤー)を自動作成して指定されたエリアのエージェントに配信するサービスや、鍵の貸し借りなくいつでも内覧を可能とするロックボックスの設置、ローンシミュレーションサービスなど、さまざまなサービスが、個人ベースで活動する米国の不動産エージェントの業務効率化に役立っている。

また、ブロックチェーンを不動産取引や登記に活用するための試みも試行実験段階ではあるが、行われている。昨年(2016年)には、シカゴのクック郡においてブロックチェーンとビットコインを使った不動産権利移転の実証実験が実施されている。

5 不動産テックの活用を実現しているバックグラウンド

ここまで見てきたように、米国の不動産エージェントは MLS リスティングシステムを始めとして、取引の各段階においてさまざまな不動産テックシステムを活用して効率的な業務を行っている。それに対して、日本では不動産業は他の業界に比べてシステムの活用が遅れていると言われている。同じ不動産業でありながら、米国でこれだけ多岐に渡る不動産テクノロジーがエージェントに活用されていることには、次のような環境・背景が寄与していると考えられる。

5.1 不動産データの整備・公開体制

以前の章で出てきたように、米国においては MLS が第一次の物件情報の集積場所として機能しており、MLS 内に登録された物件情報は厳格なルールにもとづいてその情報の正確性・鮮度が高く保たれている。MLS に登録された正確な物件情報や成約価格情報は、共通仕様である RETS を通じて、各

種の不動産テックサービスに連携されてさまざまな業務に再活用されている。また、登記情報や固定資産税情報もデータブローカー企業の手によりデータベース化され、全米中のどの物件についても正確な履歴情報や周辺情報を、エージェントがシステムから簡単に閲覧・入手することができる。

日本においては、成約価格情報は REINS に登録が義務付けられているとはいえ、まだ網羅的によく機能しているとは言えず、不動産の履歴情報の要である登記情報についても、個別の物件の情報は法務局から入手することが可能ではあるが、米国のようにそれを一括してデータベース化した上で利用できる環境は存在しない。登記の全部事項情報は現在一筆 335 円でインターネットから入手可能であるが、全国の物件情報をデータベース化することは事実上不可能である。

5.2 新サービスが生まれるエコシステム

また、米国では RESO コンソーシアムにより不動産データの標準化 (RETS) が行われており、MLS をはじめとする各種の不動産テクノロジー間でのデータの連携を容易とすることで、新しいベンチャーが不動産分野へ進出するための参入障壁を低くし、さまざまなイノベーションが生まれる要因となっている。また、フィンテック同様に、比較的新しい産業分野である不動産テック (PropTech) へ参入しようとするベンチャーに対して、積極的に投資を行う VC やインキュベーターも多く、ハッカソンと言われるスタートアップ向けのプログラミングコンテストも活発に行われている。

5.3 ミレニアル世代の台頭

全米リアルター協会 (NAR) が毎年発表する不動産エージェント (Realtor®) の平均像は、2016 年の白書では「53 歳、大卒の白人女性」とされている。日本の宅建業者の平均年齢 (平成 27 年度の個人事業者の統計で 65.1 歳) 同様に、年齢層の高い職業であると言える。しかし、近年は 1980 年代以降に生まれたミレニアル世代が成人して不動産エージェントとして活躍を始めており、また、住宅購入

を行う側にもこの世代が急速に増えてきている。ミレニアル世代は、米国では最大の人口を持つ世代であり、今後の不動産売買の中心を担う世代となりつつある。

ミレニアル世代は生まれた時からデジタルデバイスに慣れ親しみ、子供の頃から当たり前のようにインターネットを活用して情報を自ら入手してきた世代であり、彼らが不動産の売買において、テクノロジーを駆使して豊富な情報量の中から欲しい物件を自らの手で検索し、取引の過程でオンラインを通じた効率的な作業を求めていくのは自然な流れとして考えられる。

5.4 エージェントの IT 化をささえるトレーニング/サポート体制

デジタルネイティブであるミレニアル世代の台頭だけでなく、その上の中高齢層のエージェントにおいても、不動産テックを利用して豊富な情報量の入手や、効率的な業務の推進を進めていくことは重要な課題である。そして、この業界の変革にともなう新たな技術の習得を助けているのは、MLS やリアルター協会によるトレーニングやサポートである。MLS では、会員向けサービスの一貫として、MLS リスティングサービスの利用方法だけでなく、各種の不動産テックサービスの利用方法、さらには iPad などのモバイル機器の使い方にもいたるまで、さまざまなトレーニングプログラムを提供して、エージェントの IT リテラシーの向上を手助けしている。

6 おわりに——不動産テックの今後

これまでに見てきたように、米国では日本より一歩先んじて不動産業へのテクノロジー導入が進んできている。また、不動産テック自体も、AI (人工知能) やビッグデータ、ブロックチェーンなどの、これまでの仕組みや概念を大きく変革する可能性を秘めた技術の進歩により次々と新しいシステムが、意欲的なベンチャーにより開発され市場に出現している。テクノロジーの進歩は、米国だけでなく世界各国にも国境を越えてどんどん伝播して

おり、日本のシステム関連企業も決して他国に比べて遅れた技術知識や開発力を有しているわけではない。開発力だけをとってみれば、国内にも、十分米国に劣らないだけのシステムを開発することができるシステムベンダーが多数存在するはずである。しかし、米国と比較して、不動産分野でのテクノロジー利用が爆発的に進まない要因としては、不動産情報(データ)そのものの整備や入手が困難なことがあげられる。

米国では、データブローカーと呼ばれる不動産情報提供企業や、米国政府の Data. gov 政策による活用しやすいオープンデータの提供環境を背景に、若いスタートアップベンチャーでさえも、大企業を凌駕するようなイノベーティブなサービスを開発、提供するチャンスに恵まれている。例えば、ビッグデータ解析の基盤情報として重要な登記情報にしても、米国であれば全米を網羅するデータ化された登記情報が流通しており、システムベンダーがそれらを元により詳細な物件情報の提供サービスや、予測解析サービスを開発・提供することが可能である。

また、前述のように MLS による正確な不動産物件情報の登録と、RETS 標準仕様に基づく IDX 連携技術の公開により、物件検索だけでなく、関連する不動産取引業務を効率化するさまざまな業務システムへデータを連携することが可能であり、それがエージェントの日々の業務を軽減することで、エージェントはより本来のミッションに即した業務(顧客との対応・良質な物件の発掘)へその時間をシフトすることができ、結果として良質なサービスに基づく不動産流通を増加させることに寄与している。

日本においても、今後、不動産業者の IT リテラシーの向上、ミレニアル世代の台頭などにより、不動産業におけるテクノロジーの活用はより一般的に浸透していくこととなるだろう。そのためには、行政の持つ情報のオープンデータ化の推進と、各所に分散されている不動産情報を連携して活用できるような仕組みづくり、例えば RETS に習った不動産データの標準化・連携技術仕様の策定など、

米国の事例よりヒントを得て取り入れることが可能なコンセプトも多くあるのではないかと思う。