

## リサーチ・メモ

# 売り手の半数は不動産テックを使いたいと考えているが、必ずしも仲介業者の代わりになるとは思っていない：米国の民間調査より

2019年4月2日

売り手の半数は買い手の探索に AI を使いたいと考えているが、こうした不動産テックが仲介エージェントを超えるものであると考える人は 4 割弱にとどまる。米国の民間調査が明らかにしている。

米国の不動産テック企業 Clever Real Estate は 2019 年 2 月、調査会社 Pollfish を通じて、今後 1 年以内に自宅の売却を検討している全米の 1,000 人を対象にオンラインアンケート調査を行った。

調査結果によると、売り手の 50.7% が、買い手の探索に AI プラットフォームを使うことを考えている（表 1）。他方で、現状の AI、機械学習のテクノロジーが従来型の仲介エージェントより優れていると思う人は 37.0% にとどまる（表 2）。

（表 1）あなたは自宅を売却するときに、自分の住む地域で最も適した買い手を見つけられるような人工知能 (AI) プラットフォームを利用することを考えていますか。

	%
はい	50.7%
いいえ	49.3%

（注）末尾参考資料より作成。2019 年に自宅を売却予定の 1,000 人からの回答。

（表 2）あなたは AI のテクノロジーが今や従来型のエージェントより優れていると思いますか。

	%
はい	37.0%
いいえ	63.0%

（注）末尾参考資料より作成。2019 年に自宅を売却予定の 1,000 人からの回答。

Clever Real Estate は、住宅の売り手と地元の仲介エージェントを手数料一律 3,000 ドル（35 万ドル以上の物件の場合は手数料率 1%）でつなぐプラットフォームを運営している。調査実施主体がテック企業であり、かつ売り仲介業者であることを鑑みれば、回答者が不動産テックを利用することに好意的で、買い側の都合を考慮せずに答えることでバイアスが生じている可能性も考えられることから、結果については多少割り引いて見るべきと考えられる。その一方で、売り手は不動産テックを使いたいと考えている一方で必ずしも仲介業者の代わりになるとは思っていないという米国での調査結果は、不動産テック、その前提にあるインターネット利用が、店舗や雑誌などの既存のサービスを代替するものではなく、補完する関係にある可能性を示唆する当研究所の日本での調査結果（表 3）とも整合的であり、注目に値する。

もっとも、この米国の調査では、どのような場面で AI プラットフォームを利用することを想定しているのか（物件情報の掲載、物件状況調査、買主とのマッチング、手続など）、またそうした場面においてどのような専門性・経験が求められるかなど、AI プラットフォーム利用の背景に関する質問がなされて

いない。物件情報の掲載のような定型業務と、契約手続のような専門家の関与が求められる業務では、例えば AI の利用範囲においても違いが生じ得る。不動産取引における業務内容の違いが、AI の利用や従来型の方法との優劣に対しどういった影響を与えるかは、今後詳細に解明されるべきである。

(表 3) 他の物件探索の方法との併用関係

	インターネット で探した (N=489)	インターネットで探 さなかった (N=593)	
不動産業者の店舗に直接出向く	324 (55.5%)	260 (44.5%)	***
新聞等の折り込み広告を見る	113 (48.5%)	120 (51.5%)	
住宅情報誌・雑誌で探す	136 (63.0%)	80 (37.0%)	***
家族・友人・知人の紹介で	51 (23.6%)	165 (76.4%)	***
以前からつきあいのある業者からの紹介で	29 (31.5%)	63 (68.5%)	***
現地を通りかかって	62 (39.2%)	96 (60.8%)	

(Fisher's Exact Test) \*\*\*:  $p < 0.01$ , \*\*:  $p < 0.5$ , \*:  $p < 0.1$

(出典) 白川慧一・大越利之(2017)「インターネット利用、不動産テックが住宅取引に与える影響」土地総合研究 25(3), pp.164-173. ([http://www.lij.jp/html/jli/jli\\_2017/2017summer\\_p164.pdf](http://www.lij.jp/html/jli/jli_2017/2017summer_p164.pdf))

(注) 2017年1月、(株)インテージのオンライン調査モニターから全国の20歳以上の不動産取引経験者1,082名(家を売買した535名、家を借りた547名)を対象として行ったオンライン調査の結果。

#### (その他の興味深い調査結果)

Clever Real Estate の調査では、その他の質問も同時に行われている。

米国では通常、売り手は、自ら依頼した仲介業者の手数料だけでなく、買い手の仲介業者の手数料もあわせて負担することになっている。しかしながら、売り手は仲介手数料の負担について十分に理解していないことが、調査から明らかになっている。例えば「不動産取引において、誰が買い手側の仲介エージェントの手数料を負担しますか?」という質問に対し、売り手の45.5%が「買い手が負担する」と回答している。

両手仲介(dual agency) (1人の仲介業者が一つの不動産取引において、買い手と売り手の両方の仲介を担うこと)に関しては、売り手の38.8%が両手仲介を検討すると答えた一方で、39.2%が分からない(unsure)と答えている。レポートでは、両手仲介には売り手と買い手のどちらの利害を代弁するか不明確になるというリスクがあるにも関わらず、消費者がそれを認識していないことを問題視している。

FSBO (For Sale by Owner : 仲介エージェントを使わずに住宅を売却すること)に関する質問では、売り手全体の52.3%が仲介エージェント無しでの取引に不安を感じ、61.8%が自分で申請をしなければならぬことに不安を感じている。FSBOでの売却を計画している145人の回答に限定したとしても、仲介エージェント無しでの取引に不安を感じるのが46.2%、申請に不安を感じるのが46.2%にも上る。結果的に、全体で63.9%の回答者が仲介エージェントを「とても重要」「重要」と答えており、特に知識面(33.9%)や交渉スキル(33.7%)での貢献を期待している。

なお、FSBOでの売却を計画している145人のうち、ミレニアル世代(18~34歳)が96人、X世代以上(35歳~)が49人である。世代別での割合で見ると、ミレニアル世代で19.05%、X世代以上で9.9%と、FSBOでの売却を計画しているミレニアル世代はX世代以上の2倍近くにも上る。これについて調査報告では、住宅を売却した経験の不足(ミレニアル世代の61%が未経験と回答している)とそれに伴う過剰な自信をその理由に挙げている。

(参考資料) Thomas O'Shaughnessy, “The Role of the Real Estate Agent in 2019 – and Beyond” ,  
February 26 2019, Clever Real Estate  
(<https://listwithclever.com/real-estate-blog/the-role-of-the-real-estate-agent/>)

(白川 慧一)