

## 不動産物件情報サイトの整備及びレイنزシステムに関する提案について

国土交通省不動産投資市場整備室

消費者への不動産物件情報公開を進めるため、情報を一元的に公開するいわゆる「不動産統合サイト」の整備について、不動産業課として提案しています。また、レイنزシステムに関する提案もあわせて行っています。

まず、「不動産統合サイト」についてですが、この提案の趣旨は、消費者が不動産物件情報をインターネット上で検索する場合に、各種団体等が個々に保有物件情報を公開している現状では、様々なサイトを閲覧しなければならない不便さがあります。このような不便さを解消することを目的とし、不動産業者が取り扱って市場に出ている不動産物件の情報を網羅的に閲覧できるサイト、即ち「不動産統合サイト」を業界関係者が一丸となって構築することを提唱するものです（図1参照）。

そのモデルとなるのは、米国でNAR (National Association of Realtors:全米リアルター協会)が主体となって提供しているリアルター・ドットコム(realtor.com)です。

米国の場合、不動産団体は、ほぼNARのみが唯一の団体と言える状況であるのに対して、日本の場合は、不動産関係の業界団体が複数あるため、関係団体の一致団結した取り組みがなければ実現不可能です。そこで、我々として関係者の一致団結した取り組みを促したいとの趣旨で、提唱したものです。

不動産統合サイトの基本的考え方について、議論のたたき台として、提案している内容について、以下でご説明したいと思います。

次に、レイنزシステムについてですが、不動産物件情報の整備が進んでいく中では、業者間情報である、レイنزのあり方についても検討を行うことが必要と考えられます。特に、西日本レイنزにおいては、現行のVANシステムの改革についての要望も多くあるとお聞きしていることを踏まえつつ、今後の対応について私どもからの提案を行っていきますので、以下でその概要をお知らせしたいと思います。

### I. インターネット上での不動産物件情報公開に関する基本的考え方と検討課題

#### 1. インターネット上での不動産物件情報公開に関する基本的考え方

##### (1) 消費者利便の向上に資する必要性

インターネット上での不動産物件情報提供については、消費者利便の向上に資することが最も重要である。このためには、以下のような点を満たすことが望ましい。

##### ① 消費者がアクセスしやすいこと

○アドレスを把握して直接サイトにアクセスする消費者も一部にいるものの、はじめて調べる場合には、yahoo、nifty、msn、biglobe 等いわゆる「ポータルサイト」にアクセスしてから検索するのが一般的である。

○したがって、不動産物件情報公開サイトを構築し、ポータルサイトと提携を行うことが不可欠である。

○これに加えてポータルサイトで一般消費者が通常検索する用語でヒットしやすいドメイン名を取得することも重要である。

※なお、不動産流通近代化センターにおいて「fudousan.or.jp」のドメイン名は既に確保している。

② 不動産の実質的な「ワンストップサービス」となっていること。

○当該サイトにアクセスすれば不動産情報（不動産物件情報・不動産業者情報・不動産税制融資情報・リフォーム情報等）が網羅的に取得できることが望ましい。

③ 特に、不動産物件情報については、〈売買・賃貸〉、〈土地・戸建て・マンション〉、〈新築・中古〉等市場に出ている物件情報をできるだけ網羅的に取得できること。

④ 検索が容易かつスピーディーに行えること

○1回の検索で消費者が求める物件情報が全て表示されることが理想である。

○沿線別・地域別など検索しやすいことも重要。

○検索項目が利用しやすいことも重要。

⑤ 物件情報の内容が適正であること

○おとり広告・誇大広告などが無い適正な内容（不動産の表示に関する公正競争規約を遵守している）であることは必須である。

⑥ 消費者の求める情報ができるだけ盛り込まれていること。

○公正競争規約での表示義務のない、写真・間取り図などもできるだけ盛り込まれることが望ましい。

(2) 不動産業者の健全な発展に寄与するものであること

不動産業者のIT化への取り組みは、非常に高度の取り組みがなされている者から、ほとんど取り組んでいない者まで様々である。インターネット上での不動産物件情報の公開は最も典型的なIT化への取り組みであり、IT化への取り組みを通じて不動産業界全体の健全な発展に寄与することが期待される。このため、以下のような点を考慮することが必要と考えられる。

① 大手・中小を問わない業界をあげての取り組み

○インターネットは、広告力の乏しい中小事業者が安いコストで大手と対等に同じ土俵で広告できる媒体である。

○特に、1回の検索で消費者が求める物件情報が全て表示される方式であれば、消費者は物件のみに特化して好みの物件を選定することが可能となる。この方式であれば、大手・中小がまさしく対等に競い合えるものである。

○安いコストでサイトを運営できることが不動産業界団体にとって好ましいのは当然である。不動産業界団体がバラバラにサイトを構築し、小さな勢力で情報業者と費用の折衝を行うよりは、まとまって大きな勢力で折衝する方が交渉力は増すのが一般的と考えられる。

○安いコストでサイト上に物件情報を掲出できることを可能とすることは、資金力の乏しい中小業者に大手と対等の広告機会を提供することにつながるため、安いコストの実現は不動産業界の中小事業者対策としても重要である。

② サイトの知名度向上・アクセス向上

○複数の不動産団体が既に不動産物件情報を公開するサイトを運営している。これら

のサイトについては、そのアドレスを消費者に知ってもらい、アクセスしてもらうことが容易ではなく、様々な広報などを実施している。

○不動産関係団体がまとまり、より多くの物件情報が集約されることは、不動産サイトの知名度向上・アクセス増加につながるものであり、運営する不動産団体にとっても大きなメリットがある。

### ③ 地域の境界を越えての全国的な取り組み

○インターネットは、最寄りのプロバイダーまでの通信費用などで済むことから、電話・faxなどと異なり遠隔地であることが通信コスト面でハンデとならない。この特性を生かし地域の境界を越えての全国的な取り組みが期待される。

○不動産は地域性があり、消費者が検索したい情報は狭いエリアの場合も多い。在住の市内の物件を検索したい場合であっても当該地域の不動産物件情報を公開しているサイトを見つけるのは一般消費者には難しい。全国の物件を網羅したサイトであれば地域的な検索ニーズにも対応できることから、全国一元的なアクセスしやすいサイトの構築が望ましい。

※ただし、地域的なニーズに対応する都道府県程度のエリアの物件を提供するサイトに対する根強いニーズも存在すると考えられることから、全国一元的なサイトと地域的なサイトとは並存可能と考えられる。

### ④ 不動産業の健全な業務実施に寄与するものであること

○不動産業者が提供する不動産物件情報である以上、不動産業者抜き取引を助長するようなものは考えられない。

○したがって、インターネット上での不動産物件情報公開は物件物色のきっかけとなるにすぎず、不動産取引そのものは原則として仲介業者を介して実施されるとの現状が大きく変わるものでないと位置付けられるものであることが必要と考えられる。また、手数料に関しても何ら現状が変わるものではない。

### ⑤ サイト上での物件情報掲出が不動産取引につながっていくこと

○不動産業者が提供する不動産物件情報である以上、サイト上に物件情報を掲出したことが不動産取引（仲介）につながっていくことが望ましいことも当然である。

○そのためには、物件情報を閲覧して興味を持った場合に、物件情報末尾に不動産業者のアドレスが記載され、そこをクリックすることで不動産業者と連絡がとれる方式とすることが望ましい。これは、消費者にとってもメリットがあることは明らかである。

※不動産業者側には消費者からメールでの問い合わせなどがあった場合に速やかに応答することが必要となるのは当然であり、それに的確に対応できない事業者はビジネスチャンスを失うことになる可能性が高い。当然、不動産業者にはインターネットでの対応能力が求められることになる。

☆インターネットでの対応が可能となるような不動産業者の能力アップのための教育研修については、多くの不動産団体が積極的に取り組んでいるところであるが、今後一層の充実が期待される。あわせて不動産業者の積極的な研修への参加も期待される。

☆インターネット上での物件情報公開は不動産業者間の競争促進という面も否定で

きない。物件情報の掲示の方法が文字情報のみのものと写真や間取り図なども掲示されているものが並んでいた場合、写真や間取り図が掲示されている方の問い合わせ・成約につながっていく確率が高くなるのは当然である。また、事業者自身がホームページを開設して自社の取り扱っている物件をリストアップすることなども効果が期待できよう。写真や間取り図の掲示には当然、一定の技術が必要となるが、この面でも不動産業界団体の教育研修の充実が期待される。また、ホームページ作成などには代行などの技術的サポートの整備による対応も考えられよう。

☆ただし、消費者が実際に物件を見ずに成約にいたることはほとんどないため、結局物件の良し悪しが成約につながる決め手であることは変わらない。したがってインターネット広告を誇大視したり、あまりに神経質になったりする必要はなく、有力な広告ツールの一つと位置付け有効に活用することが期待されるものである。

⑥ 不動産物件情報サイトの模範となるような適正なサイトとなること

○不動産業者が主体となって提供する以上、他サイトの模範となるような適正（不動産の表示に関する公正競争規約を遵守している）なサイトとなることが求められるのは当然である。

○このため、サイトの運営管理者（サブセンターも含む）が適切な管理を実施することが重要である。具体的には、公正競争規約表示義務事項については全て入力しないと送信できないシステムとすること、賃貸料1億円/月などのような明らかな入力ミスを機械的にチェックするシステムなどを導入することが期待される。

また、消費者からの苦情・問い合わせに応じて管理者からの不動産業者に速やかに連絡する体制の整備も必要と考えられる。

○物件情報の適正さの維持は不動産業者自身の主体的な取り組みが最重要である。例えば、成約物件情報や売主が断念した物件をリストからはずす、売主の売却希望価格が変更になった場合に登録している情報を変更するなどは取り扱っている不動産業者しかできない。したがって、不動産業者自らが適正な物件情報提供に努めるような状況を整備することが必要である。そのためには、物件情報の登録・変更などの管理がズサンな業者は掲出を一定期間認めないなどの処分内容も含めた規約を定め、その遵守を確保することが必要である。

(3) 不動産業界団体と情報産業業者の競い合いによる切磋琢磨の必要性

不動産物件情報のインターネット上での提供に関しては、不動産業界団体には、物件を取り扱っている立場からの強みがある一方で、情報産業業者には情報ツールの活用ノウハウを有することや総合生活産業としての情報サービス提供が可能といった強みがある。このようなそれぞれの持ち味を生かして、不動産業界団体と情報産業業者が提供するサイトが並存し、それぞれに良い情報を提供することについて、相互に競い合い、切磋琢磨してより高い消費者サービスを提供することが期待される。

## 2. 不動産統合サイトの構築について

上記のような様々な要請に適切に対応するためには、不動産流通団体が結集して、不動産物件情報をインターネット上で一元的に公開する、「**不動産統合サイト**」を構築することが適当と考えられる。

このような不動産統合サイトは、消費者ニーズの強い不動産関連情報をできるだけ盛り込んだ、いわば、「不動産情報のワンストップサービス」を目指すべきものと考えられる。

掲出すべき情報としては、①不動産物件情報、②不動産業者情報、③不動産団体情報、④その他（市況情報・不動産ニュース等）が考えられる。

### 3. 不動産物件情報について

(1) 不動産物件情報については、消費者ニーズの強い、〈売買・賃貸〉、〈土地・戸建て・マンション〉、〈新築・中古〉などの種別ごとに市場に出ている物件情報をできるだけ網羅的に掲出すべきものと考えられる。

(2) 不動産物件情報の検索について

物件の種別（売買か賃貸か等）を指定の上、以下のような手順で検索できるようにすることが適当と考えられる。

① 検索条件の入力（物件の種別・所在地・価格等）

↓

② 条件該当物件一覧リスト（表示項目（案）：所在地、最寄駅、所要時間、価格、面積、間取り、築年、+〈詳細チェック欄〉）の表示

↓

③ 詳細チェック欄をクリックすることにより物件の詳細（不動産の表示に関する公正競争規約に定められた表示事項全てプラス写真・間取り図・不動産業者のメールアドレス等）を閲覧可能とする。

### 4. その他関連情報について

不動産物件情報以外にも消費者が入手を希望すると考えられる、不動産業者情報、不動産団体情報、その他（市況情報・不動産ニュース等）についてもサイト上で提供すべきものと考えられる。

「不動産統合サイト」に関する提案内容は以上ですが、統合サイトに関してしばしば受ける質問に対する考え方を以下でお示しします。

Q1. 先般、一部報道で、国土交通省が統合サイトを開設する旨報道されていましたが、統合サイトは国土交通省が開設するのですか？

A1. ご指摘のような報道があったのは、事実ですが、本稿での説明のとおり、統合サイトの具体的な内容を決定し、実際に統合サイトを保有・運営するのは業界関係者の皆様であり、国土交通省はサイトの開設・運営には全く関与するものではありません。

Q2. 統合サイトに登録される物件情報でも、公正競争表示規約を遵守する必要があるのはなぜですか？

A2. インターネット上で公開される広告と位置づけられるため、公正競争表示規約の遵守が必要であり、これは公益法人が提供主体である場合にも当てはまります。

ただし、一覧リストのところで全て表示されることまで必要ではなく、詳細欄をクリックするなどして、最終的に必要事項が全て表示されることで大丈夫です。

Q 3. 公開サイトに登録される物件情報は広告であるとする、公益法人がサイトの運営を行っているのですか？

A 3. 公益法人の役割は公益業務を実施することです。一般消費者が必要とする物件情報の比較を行うことが可能な程度の、所在地・面積・価格・交通の便程度の基本情報は公益情報であり、その提供は公益法人の本来業務と位置づけることができると考えられ、既に、いくつかの公益法人が物件情報の提供を行っているところです。

公正競争表示規約を遵守するためには、取扱い事業者の連絡先その他広告として必要な情報を表示することが必要ですが、公益法人が本来業務の公益情報の提供に加えて、付加的に関連情報を提供することが禁止されるということはないものと考えられます。

Q 4. 不動産物件情報の公開は民間情報産業が行うので、業界団体で実施する必要はないのではないですか？

A 4. 情報は不動産業の生命線です。インターネット上での物件情報サイトを運営する主体はそこにアクセスする顧客情報など重要な情報を一手に把握することができます。全米リアルター協会は、情報を情報産業に全て握られることに危機感を覚え、自ら物件情報を提供するリアルター・ドットコムを構築しました。

業界団体の運営するリアルター・ドットコムと情報産業関係者の提供する様々なサイトがお互いに競争しあって、切磋琢磨することにより、サイトの内容の向上が進められています。

不動産業界として情報の取扱いについてどのように取り組むかは業界関係者の方々が自ら判断すべきものと考えられますが、米国の例は参考になると思います。

Q 5. 不動産物件情報の公開は、各団体、地域団体で、バラバラでも問題ないのではないですか、なぜ統合する必要があるのですか？

A 5. 不動産業界団体が一体となり、不動産業者が取り扱う物件（＝市場に流通している物件）のほとんどが、一元的に見ることができるサイトが構築されれば、それは消費者にとって非常に利便性が高いということで消費者利便に資するということが第一点です。

事業者側からみると、インターネット上での物件情報サイトを設置した場合の最大の問題は消費者にどうやってサイトの存在を知ってもらい、便利に見てもらうかです。

各団体、地域団体でバラバラだとサイトの存在そのもの、アドレスを知ってもらうことが非常に難しく、消費者に閲覧してもらうためには、別に広告を打たなければなりません。

既に、先行的に物件情報サイトを運営している業界団体の方々はこの点で非常にご苦労されていると思います。業界全体での統合サイトは、わかりやすく、消費者が真っ先に閲覧するサイトとなれる可能性が高いということから事業者の皆さんにとってもメリットがあるのです。（全米リアルター協会が運営するリアルター・ドットコムは米国の不動産物件サイトとして最も多く閲覧されています。）

また、物件情報を公開するサイトの運営コストの面でも業界としてまとまることは、当然、受託する情報産業事業者に対する交渉力が増すのが一般的で、サイト運営コストの縮減も期待できます。

Q 6. 地方部の消費者は、近所の物件しか探さないのので、他県まで検索できる大規模なサイトとつながる必要はないのではないですか？

A 6. 県内物件情報サイトが地域密着型のサイトとして、高い意義を有することは事実だと思います。ただし、同じ県内、同じ町内の物件を探す場合であっても、インターネット上で物件情報を検索しようとするれば、不動産物件サイトのアドレスを知らなければなりません。物件情報が登録されているサイトの存在とアドレスを知ってもらうには、地域別にバラバラのサイトが存在したのではわかりにくく、全国一元的なサイトであれば、サイトの閲覧が容易です。同じ県内、同じ町内の物件を探す場合であっても、一元的サイトで見られる便利さに対するニーズも大きいと考えられます。

Q 7. 一部報道で、不動産統合サイトに「全国宅地建物取引業協会連合会、全日本不動産協会、不動産流通経営協会が参加」とありましたが、不動産関連団体の取組状況はどうなっているのですか？

A 7. 「全国宅地建物取引業協会連合会、全日本不動産協会、不動産流通経営協会が参加」とあたかも3団体が統合サイトへの参加を決定したかのような報道もありましたが、もちろんこれら3団体では参加については検討を行っている状況です。

3団体の不動産物件情報サイト整備への取り組みは以下のとおりと聞いています。

不動産流通経営協会（FRK）は、全国一元的な物件公開サイト（HOMENAVI）を以前から運営しています。

全日本不動産協会（全日）は全国一元的な物件公開サイトを構築することを機関決定しており、その中の関東情報センターでは、「ゼネット」という名称で、物件情報だけでなく、多様な会員サポート機能を有するサイトが既にスタートしています。

不動産業界で最大の会員を有する全国宅地建物取引業協会連合会（全宅連）は、全宅連統合サイトの構築に向けた議論を鋭意進められているとお聞きしています。傘下の団体でも既に20を超える都府県で物件公開サイトが運営されています。

Q 8. なぜ、統合サイトの運営主体に（財）不動産流通近代化センターを予定しているのですか？

A 8. 不動産業界全体の情報化促進業務は（財）不動産流通近代化センターの本来業務です。不動産流通に携わる関係者である、全宅連、全日、FRK、日住協の4団体と密接に関連している組織としては同センターのみです。また、全国4レイズを束ねる立場としてからも統合サイトの運営主体は（財）不動産流通近代化センターがあたるのが適当と考えられます。

## II. レインズシステム（特に、西日本レインズ）に関する提案

### 1. 指定流通機構（レインズ）の位置付け

レインズは、不動産物件の基礎的な物件データベースとして重要な役割を果たして来た。公開の統合サイト構築以降においても引き続き重要な役割を果たすものであり、宅建業法上の登録義務及びレインズという指定機関は将来的にも残すべきである。

※レインズ固有の機能と公開サイトの機能の違いは以下のとおり。

- (1) 売主の中には、レインズへの登録は認めるが、一般消費者の目に直接触れる公開サイトには物件情報を登録したくないという人が必ず一定割合残るものであり、公開情報に登録されない物件情報はレインズのみでしか閲覧できない。
- (2) レインズには、個別の成約情報が登録され、守秘義務のある不動産業者はその情報を閲覧できるが、公開サイト上では、集計された市況情報を閲覧できるのみである。
- (3) 公開サイト上の物件情報は、その時点でのリアルタイム情報のみであるが、レインズには登録物件に関する成約情報等過去データが蓄積され、不動産業者は当該データの閲覧が可能である。

※過去にレインズ情報の一般公開も選択肢の一つとして検討された。しかし、レインズ情報の基本的な位置付けである、「宅建業法に基づく強制登録」と、「広告として民間業者が競い合ってサービス提供する公開情報」とは相容れないという問題がある。

### 2. サブセンター主体型・ウェブ型情報システム実現への移行について

#### (1) 巨艦型からサブセンター主体型・ウェブ型へ（図2参照）

これまで、レインズに関しては地域毎に分かれていたものをできるだけ集約する方向で関係者の努力が続けられ、全国4レインズへと集約が進んできた。レインズの情報システムは、原則として各会員（不動産業者）が直接レインズにアクセスして、登録・閲覧する、いわば「巨艦型」のシステムが採用されてきた。

従来の情報システム整備の中では、できる限り単一・巨大なシステムを目指すことは当然の流れであった。

しかしながら、インターネットの登場による技術革新は情報システム整備の考え方を根底からくつがえし、「単一型・巨大型情報システム」から「サブセンター主体型・ウェブ型」へと情報システムのあり方の抜本的な見直しが必要となってきた。

不動産物件情報公開に熱心でインターネットの盛んな米国NAR（全米リアルター協会）の不動産業者間物件情報システムは、全国単一のリアルター・ドットコムという形式をとりながら、情報の登録は地域毎のMLS中心型のウェブ型となっている。

#### (2) 巨艦型とサブセンター主体型・ウェブ型の比較

巨艦型システムでは、個別会員（不動産業者）が直接レインズにアクセスして物件情報登録・成約報告を行う。これに対し、サブセンター主体型・ウェブ型では、個別会員（不動産業者）は宅建協会等のサブセンターにアクセスして物件情報登録・成約報告を行い、サブセンターからレインズへ情報をまとめて送ることとなる。

#### (3) サブセンター主体型・ウェブ型のメリット

レインズという広域を担当する法人は、個々の不動産業者にとっては遠い存在で、物件登録・成約報告などの促進を図る施策を講じたりする上で、会員への周知・徹底



が難しい存在であった。

これに対し、宅建協会等は、レインズと異なり日頃から接触の多い身近な団体であることから以下のような効果が期待できる。

#### ① 物件情報登録の促進

身近な存在である宅建協会等への登録となることで、専任媒介物件等宅建業法上の登録義務のあるものに限られず一般媒介や賃貸物件などのレインズへの登録促進も期待される。また、登録義務のあるものについても早期の登録が期待される。

#### ② 登録物件情報の適切な管理の促進

現在のレインズでは登録した物件が成約した場合に、速やかにリストから落とすなどの作業が適切に行われなくても多いと言われている。これについて、身近な存在である宅建協会等では、相互に会員業者の動向がつかみやすく、登録物件情報の削除などを適切に実施していない事業者の存在もわかりやすいと考えられることから、それらの事業者に注意を与え、適切な管理を促進することが可能と考えられる。

#### ③ 成約報告の促進

成約報告は宅建業法上義務付けられているにもかかわらず、現在のレインズでは成約報告を適切に行っていない事業者も存在すると指摘されている。身近な存在である宅建協会等への報告となることにより成約報告の促進が期待される。

※登録件数が一定以上の事業者について成約報告が極端に少ない場合などの明らかにおかしいと見られる場合に、サブセンター事務局が問い合わせを行うなどのルールを定めて実施することも期待される。

#### ④ 不動産情報の公表等

不動産物件の動向（成約件数の動向・価格動向等）に関する情報は地元に着した情報である。サブセンター主体型に移行することにより、これらの情報の広報はサブセンターが主体となって実施する方向に切り換えることが可能となる。

具体的には、都道府県単位のサブセンターから担当地区の不動産の動向に関する情報を積極的に地元新聞社などに提供する方式となる。これにより当然成約報告促進が期待されるし、各地域の宅建協会等の地元における注目度アップにもつながり各団体の活性化も期待できる。

#### ⑤ 過去データの蓄積・閲覧機能の充実

成約報告が適切に実施されれば、過去の不動産取引データ（売買価格等）が蓄積されることになる。このような過去データについてもレインズのような広いエリアを管轄する組織で保存するよりも、都道府県単位程度のサブセンターで身近な団体の方がデータ量の適正化が可能と考えられる。また、各会員（不動産業者）の照会・閲覧のニーズも通常は都道府県単位程度と考えられ、この面からサブセンター主体型が好ましいものと考えられる。

※データベースは最終的にはレインズ全体として整備されるため、サブセンター主体型であっても都道府県を越えた過去データの照会・閲覧は当然可能である。

#### ⑥ レインズ本体のシステムの軽減化

サブセンター主体型・ウェブ型の場合、登録・成約報告などはサブセンターの

サイトで行われることになる。このため、各会員からの登録・成約報告・閲覧の全てを直接レイズと行う現行方式に比べて、レイズ本体のサーバー容量・回線容量等の軽減が可能と考えられ、コスト縮減につながるものと考えられる。

#### (4) サブセンター主体型実現についての検討課題

サブセンター主体型の実現にあたっては以下のような課題があることにも留意することが必要である。

##### ① サブセンター候補の団体でのデータベースの整備

サブセンター主体型を実現するには、サブセンター（宅建協会・全日・FRKなど）に、レイズ情報のデータベースが整備されることが必要である。

##### ② いずれのサブセンターにも所属しない不動産業者の取扱いを検討する必要がある。（宅建協会等団体そのものの会員にならなくても情報化会員だけにはなれるといった方式（既に一部の団体にはこの方式があると聞いている）も一案と考えられる。）

#### 4. 西日本レイズにおけるサブセンター主体型・ウェブ型システムの先行実施について

サブセンター主体型・ウェブ型システムの実現には、現行システムの抜本の見直しが不可欠である。東日本・中部・近畿の各レイズについては、コンピューターシステムの契約面との関係から16年度までは対応が事実上困難であり、早急な対応が可能なのは以下のとおり、西日本レイズのみである。

##### (1) 西日本レイズは先行実施の環境が整っていることについて

##### ① コンピューターシステムの契約面での制約の少なさ

西日本レイズにおいては、現時点ではIP型コンピューターシステムを保有しておらず、コンピューターシステムの契約面での制約は少ない。

現在稼動しているVAN型は本年6月をもって契約期限が切れる予定とのことである（もちろん交渉により延長も可能と考えられる）。

##### ② 宅建協会等の情報センター化の進展

西日本の各宅建協会等ではレイズへの代行登録を実施しているため、他地域に比べてF型会員が少なく、宅建協会等の情報センター化が進んでいる。

##### ③ サブセンター主体型・ウェブ型システム導入による会員サービスについて

現行VANシステムでは、会員は登録された情報の閲覧は効率的でなく、業者間情報データベースとしての機能は低かったが、サブセンター主体型・ウェブ型システム導入により、西日本レイズ会員の業者間情報についてのサービスは飛躍的に向上するものと考えられる。

##### (2) 西日本レイズにおけるサブセンター主体型・ウェブ型システム先行実施への段取り

##### ① 西日本レイズにおけるサブセンター主体型・ウェブ型システムへの切り換え導入の可否については、ユーザーであり費用負担を行っている会員の意向を踏まえ西日本レイズとして判断することである。

##### ② サブセンター主体型・ウェブ型への切り換えと深く関係のある、サブセンター（宅

建協会等)の西日本レイズ受託についての宅建業法に基づく国土交通大臣承認手続きは、西日本レイズからの申請を受けて行われる。したがって、サブセンター受託方式を希望するか否かについては、西日本レイズの総意としての要望を国土交通省宛てに提出されて、所要の措置の検討がスタートすることとなる。

※ ここでの「サブセンター主体型・ウェブ型」は、サブセンター(宅建協会等)を指定流通機構に指定(宅建業法34条の2第5項、50条の2の4)する訳ではない。あくまでも宅建業法上の指定を受ける法人は、「西日本指定流通機構(西日本レイズ)」のままで、サブセンターは西日本レイズから業務を受託(宅建業法50条の3第2項)するのみである。

#### 5. サブセンター主体型・ウェブ型システムその他レイズへの展開

西日本レイズでの先行実施の状況を踏まえ、東日本・中部・近畿の各レイズにおいても同様の検討が行われることが期待される。

これについては、早くても17年度以降でないとは切り換えの環境が整わないことから、先行する西日本レイズにおけるサブセンター主体型・ウェブ型システム導入の状況をよく見極めながら、引き続き検討を進めることが期待される。

また、西日本レイズに加え、東日本・中部・近畿の各レイズにおいても西日本レイズと共通システムでのサブセンター主体型・ウェブ型の導入が進められた暁には、全国的なレイズのあり方についての検討もあわせて行うべきものと考えられる。

#### 6. ウェブ型実現への手続きについて

サブセンターとなる宅建協会等をレイズ受託者とする場合の、国土交通大臣の承認(宅建業法50条の3第2項)・登録証のサブセンターからの発行等の手続きについて検討が必要である。その詳細については、西日本レイズでの検討状況を見ながら国土交通省で検討を行う予定である。

#### 7. 公開情報と業者間情報の関係のあり方の整理

インターネット上で公開する不動産物件情報を公開するにあたって表示すべき事項については、「不動産の表示に関する公正競争規約」に基づいて定められている。また、レイズに登録すべき事項については、宅建業法及びレイズの内部規則で定められている。

同一の物件に関する情報については、業者間情報の方が一般消費者に公開される情報よりも詳しいことが常識的である。このため、両者の関係としては、公正競争規約上表示義務がある事項は全てレイズにも登録されるということが通常のあるべき姿と考えられる。しかし、現状では、公正競争規約上表示義務がある事項であってもレイズ登録事項となっていないものがある。

また、米国では、一般消費者が閲覧できる公開情報は10項目程度と極めて限定している(消費者にインターネット上で多くの情報を流しすぎることは情報洪水を起こすことを懸念している)一方、業者間情報は50~60項目と非常に多くの項目の登録義務がある。

米国のような極端な方式は現実的ではないと考えられる。しかし、一般消費者はインターネット上で物件情報を吟味した上で不動産業者と連絡をとって取引を行うことを前提とする以上、米国的な考え方のように、公開サイト上で提供する情報は「きっかけ」程度で十分ではないかとの考え方もあり得る。

将来的に公開情報と業者間情報の登録事項というものはどのようにすることが適切かについては、消費者が求める情報ニーズと消費者保護、不動産業者の果たすべき役割に対する考え方を整理しつつ、突っ込んだ検討が行われることが望ましいと考えられる。

おわりに

以上が「不動産統合サイト」と「レイنزシステム」に関する提案です。

「不動産統合サイト」に関する提案は、あくまでも議論のたたき台で、関係者全ての合意を得たものではありませんし、中には反対とのご意見をお持ちの方もおありかと思えます。いずれにしても、統合サイトの具体的な内容を決定し、実際に統合サイトを保有・運営するのは業界関係者の皆様です。

Q&Aのところにも書きましたが、統合サイトの具体的な内容を決定し、実際に統合サイトを保有・運営するのは業界関係者の皆様であり、国土交通省はサイトの開設・運営には全く関与するものではありません。

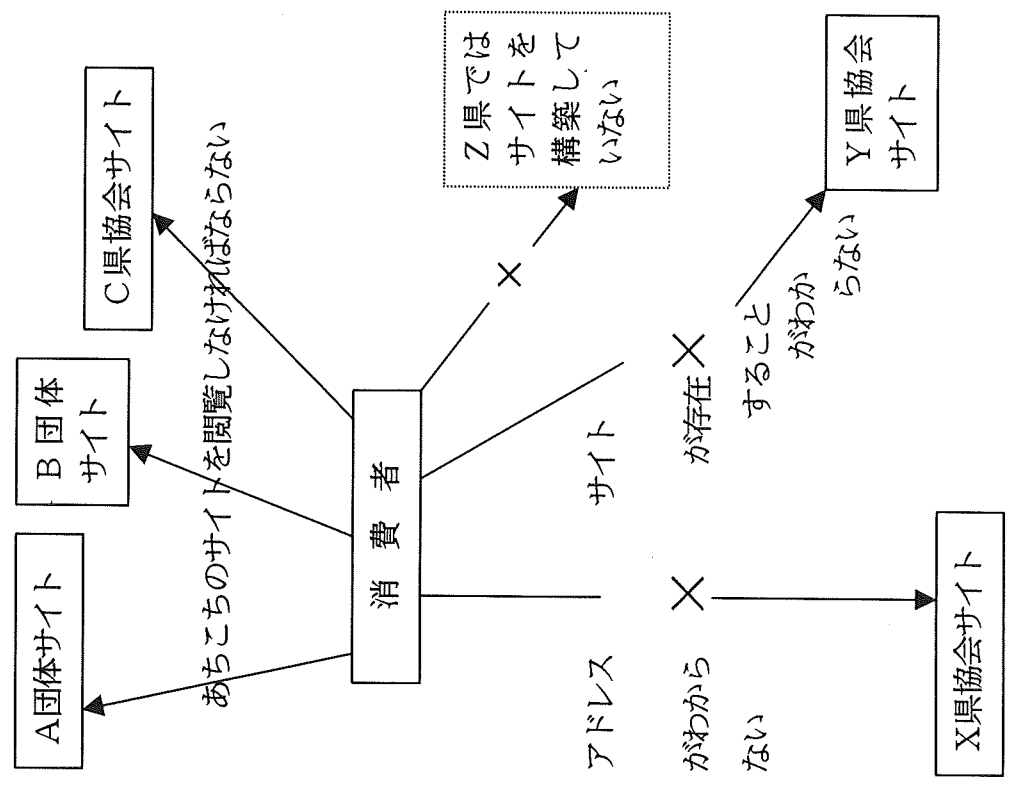
また、「レイنزシステム」に関する提案も同様にあくまでも議論の材料を提供したにすぎません。今回国土交通省がこのような提案を行う理由は、レイنز制度の趣旨に合うよう適正な登録の促進・成約報告の促進を進める上で、効果が期待できるのではないかとということによるものです。

国土交通省からの提案というとそれを国土交通省が強引に進めるつもりだなどと言われる方も一部にはおいでのようです。しかし、レイنزシステムのような会員サービスは、会員である不動産業者の方々にとって使い勝手がよく、機能が高く、コストが安い方式を自ら決めるもので、国土交通省が決めるものではありません。もちろん、レイنز受託者の承認のような宅建業法に基づく手続きは国土交通省で行うことは当然です。

今回の「不動産統合サイト」と「レイنزシステム」提案のそれぞれに対して賛成・反対と色々なご意見があろうかと思えますので、関係者の皆様で活発な議論が行われることを期待しています。

現状と統合サイトの比較イメージ図

現状イメージ図



統合サイトイメージ図

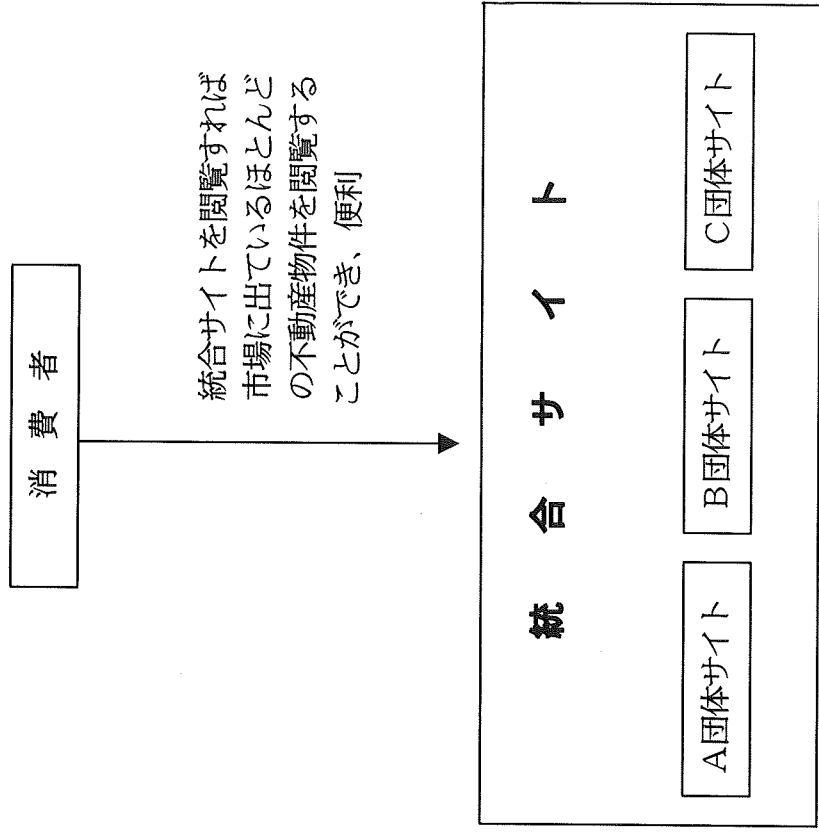
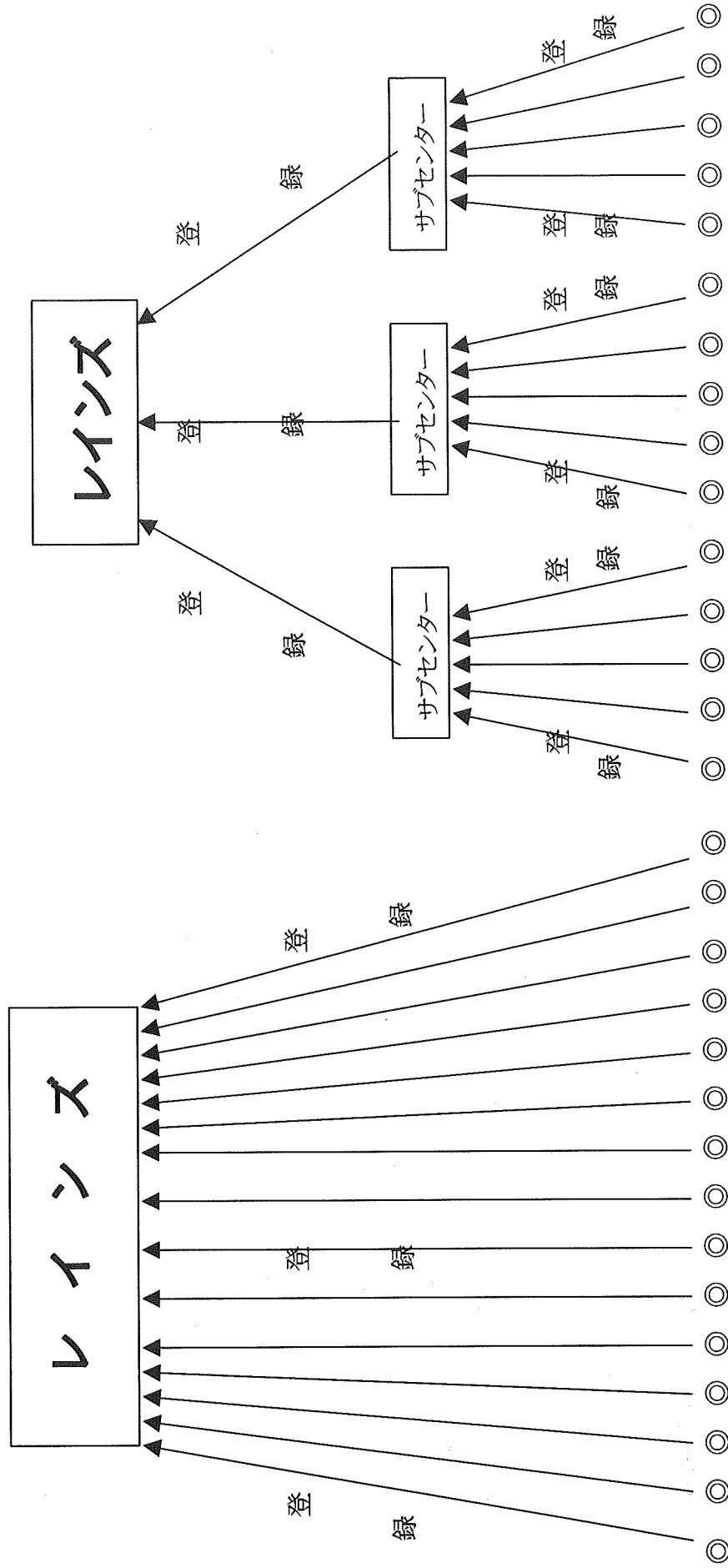
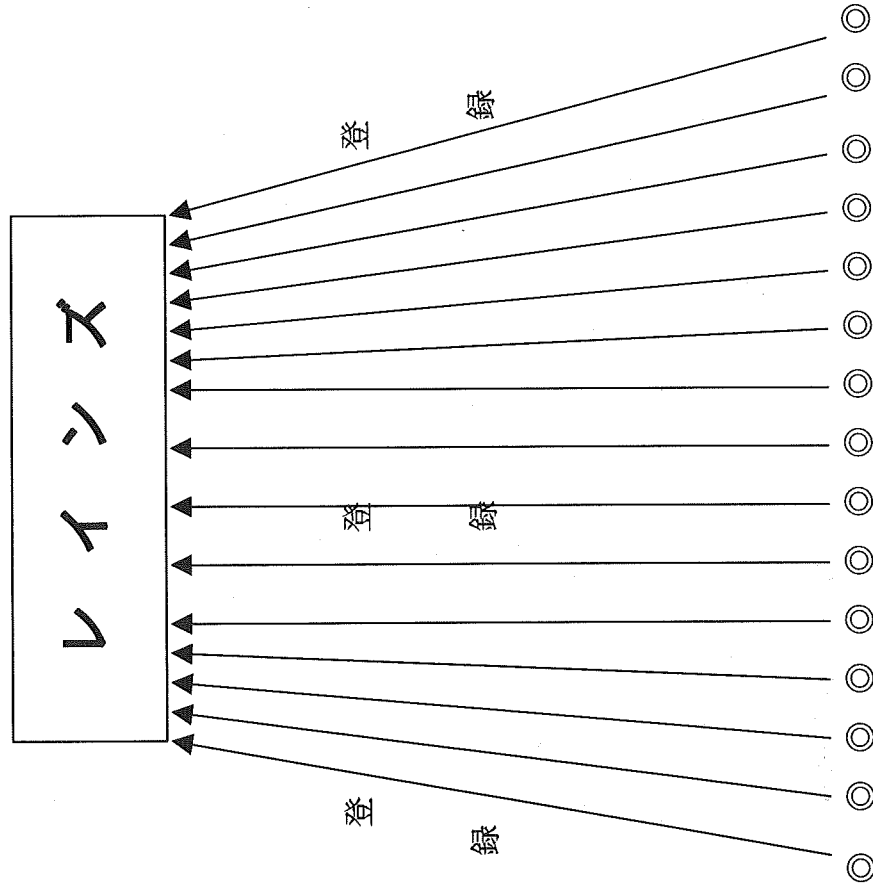


図 2

サブセンター主体型・ウェブ型イメージ図



巨艦型イメージ図



注) ◎不動産業者