反社会勢力

業界全体で排除対応を

国交省　業者には専門部署要請

国土交通省の「不動産取引からの反社会的勢力の排除のあり方検討会」（座長・渡辺晋弁護士）は30日、不動産取引から反社会的勢力を排除するには企業や業界団体による組織的な対応が必要だなどとする報告書をとりまとめた。

報告書は、不動産取引が反社会的勢力の資金獲得活動に利用されやすい点について指摘、排除の必要性や適法性について触れるとともに4つの排除施策を挙げる。まず、反社会的勢力との関係遮断には組織的な対応が不可欠として、企業・業界団体規模での取り組みが必要であるとした。具体的には、個々の企業には反社会的勢力に対応する専門部署の設置などを求める。業界団体には、特に小規模事業者向けのサポート体制構築が必要だとしている。

次に、あらかじめ契約書などに反社会的勢力との取り引きを拒絶する旨を明記した「暴力団排除条項」導入の必要性について指摘。取引後も、相手が反社会的勢力であることが判明した場合、すみやかに関係を解消することなどを規定しておけば有用な排除ツールになるとしている。ただ、契約解除などによる損害賠償請求なども想定する必要があり、実効性の確保については今後の課題として併記された。

3つ目が、反社会的勢力に関する情報共有。暴力団や暴力団関係企業など属性についての情報、不当要求の内容や実際に介入された場合の事例を業界として共有することが有益であるとした。しかし、情報を外部に提供することの抵抗感も予想されることから、事業者間でスムーズに活用、共有できる仕組みを構築すべきとした。情報の共有方法、管理・更新を行う主体、事業費の確保なども検討課題としている。

最後は、事業者や業界だけでなく警察、弁護士会など外部専門機関との連携の必要性についても触れた。こうした事業者の連携を支援する仕組みとして、業界団体が窓口となって外部の専門機関などとの連携の枠組を構築することも考えられるとしている。報告書は、今後の検討について、具体的な排除ケースを想定しての適法性について確認しつつ、実務レベルでの排除策の検討が必要であるとまとめている。

全国データベースが稼働

近畿・西日本物件が検索可能に

東日本と中部、近畿、西日本の4つの不動産流通機構による全国集約データベースが4月1日から稼働した。東日本レインズ、中部レインズの会員は、従来と同じ操作で近畿レインズ、西日本レインズに登録された物件情報を検索できるようになった。

全国4指定流通機構

これまでも東日本・中部レインズ会員が登録した近畿・西日本物件の検索はできたが、1日以降は近畿・西日本レインズ会員が登録した物件情報もあわせて表示する。同様に、近畿・西日本レインズの会員情報も検索できる。ID・パスワードは従来のものと変わらない。

4月1日現在、全国データベースには、東日本・中部の約55万物件に加え、近畿約13万件、西日本約8万3000件が格納されている。

なお、物件の所在地が近畿・西日本圏域で、取引様態が専属・専任媒介契約の場合は、それぞれの流通機構への登録が必要であることはこれまでと同様。

底地再販で地方強化

サンセイランディック　仲介業者との連携図る

サンセイランディック（東京都千代田区、松﨑隆司社長）は、地主から購入した底地を権利調整した上で借地人に売却する再販ビジネスを手がける。同社では今後、地方都市での案件掘り起こしを強化していく方針だ。

■　□　■

地主から底地を買い取り借地人に売却する事業モデルは古くからあるが、権利調整が難しい物件は転売益が見込みづらいことから買い手は少ないのが現状だ。同社では、こうした「入り組んだ」物件についても積極的な購入姿勢を見せる。

例えば、一般的な再販業者は、借地人と接触して底地購入の意思を見極めたうえで仕入れの是非を決める。だが同社ではこうした動きはせず、地主から持ち込まれた案件は「基本的にすべて購入する」（営業第一部・茂田博之部長）。

リスクは抱えるが、借地人の物件取得意欲は総じて高いと判断している。また、事前に借地人と接触するとかえって話がこじれるケースも少なくない。第三者ではなく、初めから当事者（地主）として対応したほうが取引は進みやすいという。

実際、底地売却率は8割前後と高い。単に売るだけでなく、ヒアリングに時間をかける販売体制が結果につながっている。最近は借地人の多くが高齢化しており、融資が受けづらくなっているため資金手当てをサポートすることも増えた。

底地が売却できなかった場合は同社が賃貸物件として中長期で保有する。表面上は在庫だが、月々の地代収入が期待できるほか、買い手が明確で常時売却のチャンスがあるために不良在庫にはなりにくい。今は100物件程度を保有している。

2008年は全国62物件（約7万平方㍍）を仕入れた。取得面積は年々拡大しており、今後は地方都市での案件掘り起こしを図っていく。現在は東京のほか、札幌、名古屋、大阪、福岡に支店があるが、さらに静岡、広島などでの市場開拓を目指す。

同社では、物件購入時に仲介業者を挟むことが多い。昨年は取引のおよそ9割が仲介案件だった。地方強化にあたって仲介業者との連携をさらに強めていく。「大手流通との取引が多いが、地域業者ともつながりを深めたい」（同）とする。

同社の08年12月期売上高は81億7600万円、営業利益は16億8600万円だった。今期は売上高は未定だが、営業利益18億5000万円を目指す。

〝ラブホ〟の売買サイト

全国の物件集約して開設

トラストウィン

ハート・トラストウィン（東京都新宿区、山内和美社長）はこのほど、ラブホテルの売り物件に特化した不動産情報サイト「トラストウィン」（http://www.trustwin.jp/、写真）を開設した。

同社によると、売り手からの物件掲載料を収益基盤としたラブホテル専門のポータルサイトは全国初。同社では1年後、300件程度の物件掲載を目指すとしている。

広義のラブホテルは、全国に3万件程度あると見られるが、住宅やオフィスビルと比べると流通が難しい。売り情報を前面に押し出しにくいことや、個別案件での取引が多く相場や利回りなどの明確な指標が存在しないことも障害となっている。

同社では、サイト上に全国の売り物件を集約することでマーケット把握を進めるとともにラブホテルの流通促進を図りたい考えだ。

具体的なシステムは、売り手や仲介業者が物件を登録し、それを見た購入希望者がサイトの管理システムを介して匿名でメールのやりとりをする。物件登録業者が不動産業者の場合には、連絡先を公開し直接問い合わせを受け付けることもできる。

同社の収益は売り手からの物件掲載料で、1カ月あたり1物件につき数万円程度となる見込みだが当面は無料で物件を募る。

同社によると、市況悪化でファンドの保有物件が放出されるなどの影響を受けて、秋口以降ラブホテルの売買価格は下がっている。

地方では表面利回り100%超の物件も珍しくないが、ホテルは金融機関のファイナンスが付きづらいことや、購入希望者の多くが首都圏物件を求める傾向にあることから買い手不在の状況が続いている。

ラブホテルの運営会社で仕入れ担当だった山内社長は、全国のラブホテル物件を数多く査定してきた。「（ポータルサイト開設により）地方の資産家など、新たな顧客層が開拓できる可能性もある」と見る。「ラブホテルの流動化および、ラブホテル跡地の有効活用に役立つサイトにしていきたい」としている。

新CMを放映

中古の価値訴求　三井販売

三井不動産販売は30日、「三井のリハウス」2009年度の新TVCMを発表した。CMでは、中古住宅の良さを知ってもらうために「価知住宅」という考え方を提案。住まいのことをじっくりと知った上で選べるなど中古住宅ならではの良さを訴えていく。新リハウス

成約4割

築30年以

首都圏中古マンション

2008年中に取引された首都圏中古マンションのうち、築浅物件の占

不動産流通

総額2000万円

住替えで現金贈呈　ネクスト

不動産情報サイト「HOME'S」を運営するネクストは1日、住み替え者などを対象にした総額2000万円の現金プレゼントキャンペーンを開始した。住み替えが減る4月以降にキャンペーンを打つことで会員企業の集客につなげる狙い。

6月末日までに、キャンペーン参加企業（不動産会社）を利用して住み替えた人100人に現金10万円を贈呈する。応募方法は、成約時に参加企業からもらえるハガキで応募する。住み替えについて賃貸・売買は問わない。参加企業は、キャンペーンサイト（http://www.homes.co.jp/2000/）から検索できる。

あわせて、クイズに答えて現金を贈呈するキャンペーンも実施。1等100万円などが当たる。こちらは誰でも応募可能。応募方法は、キャンペーンサイトの応募ページから、クイズに回答する。

売上直結！

メールからの顧客開拓

㊷

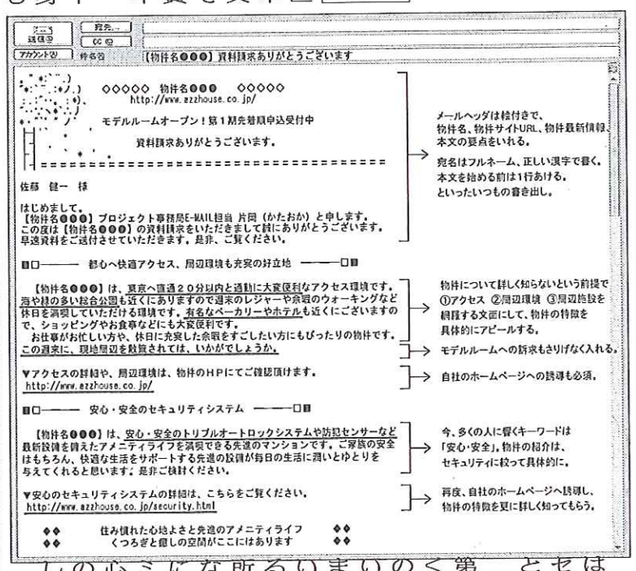
アズハウス代表　片岡婦美江

地元外×不動産ポータルの場合

前回の「地元×自社サイト」に続き、今回は「地元外×不動産ポータル」のお客向け文例を取り上げます。物件のそばに住んでいない、しかも資料請求は不動産ポータルサイトからというこのケース。

たとえば、沿線などのキーワードで検索し、物件の中身も確認せずに一斉に何十件も資料請求しているということも十分考えられます。それだけに、相手がどんな物件に資料請求をしたのか一つひとつ覚えていない可能性もあります。つまり、どの程度、この物件を購入したいという意欲があるのか見当がつかないお客ということになります。

そんな競争相手の多い、そしてとりとめのないターゲットなだけに、まずは全方位的なファーストアプローチとなることが大事です。



宛先…
CC 宛
アカウント(1)
件名 【物件名●●●】資料請求ありがとうございます

◇◇◇◇◇ 物件名●●●　◇◇◇◇◇
http://www.azzhouse.co.jp/

モデルルームオープン！第1期先着順申込受付中

資料請求ありがとうございます。

佐藤 健一 様

はじめまして。
【物件名●●●】プロジェクト事務局E-MAIL担当 片岡（かたおか）と申します。
この度は【物件名●●●】の資料請求をいただきまして誠にありがとうございます。
早速資料をご送付させていただきます。是非、ご覧ください。

■□――― 都心へ快適アクセス、周辺環境も充実の好立地 ―――□■

【物件名●●●】は、某京へ直通２０分以内と通勤に大変便利なアクセス環境です。
海や緑の多い総合公園も近くにありますので週末のレジャーや余暇のウォーキングなど休日を満喫していただける環境です。有名なベーカリーやホテルも近くにございますので、ショッピングやお食事などにも大変便利です。
お仕事がお忙しい方や、休日に充実した余暇をすごしたい方にもぴったりの物件です。
この機会に、現地見学を数度されては、いかがでしょうか。

▼アクセスの詳細や、周辺環境は、物件のＨＰにてご確認頂けます。
http://www.azzhouse.co.jp/

■□――― 安心・安全のセキュリティシステム ―――□■

【物件名●●●】は、安心・安全のトリプルオートロックシステムや防犯センサーなど最新設備を備えたアメニティライフを満喫できる先進のマンションです。ご家族の安全はもちろん、快適な生活をサポートする先進の設備が毎日の生活に潤いとゆとりを与えてくれると思います。是非ご検討ください。

▼安心のセキュリティシステムの詳細は、こちらをご覧ください。
http://www.azzhouse.co.jp/security.html

◆◆　住み慣れた心地よさと先進のアメニティライフ　◆◆
◆◆　くつろぎと癒しの空間がここにはあります　◆◆

メールヘッダは絵付きで、物件名、物件サイトURL、物件最新情報本文の要点をいれる。

宛名はフルネーム、正しい漢字で書く。本文を始める前は1行あける。といったいつもの書き出し。

物件について詳しく知らないという前提で①アクセス ②周辺環境 ③周辺施設を網羅する文面にして、物件の特徴を具体的にアピールする。

モデルルームへの誘求もさりげなく入れる。

自社のホームページへの誘導も必須。

今、多くの人に響くキーワードは「安心・安全」。物件の紹介は、セキュリティに絞って具体的に。

再度、自社のホームページへ誘導し、物件の特徴を更に詳しく知ってもらう。

自社サイトへの誘導図る

資料請求してもらえるかどうかは、物件の魅力ももちろんですが、ホームページの作り方次第です。

ホームページ上で、物件の特徴を具体的にアピールすることはもちろんですが、物件の周辺環境や、物件の特徴を網羅する文面にして、物件の特徴を具体的にアピールする。

また、物件について詳しく知らないという前提で、①アクセス ②周辺環境 ③周辺施設を網羅する文面にして、物件の特徴を具体的にアピールする。

モデルルームへの誘求もさりげなく入れる。

自社のホームページへの誘導も必須。

今、多くの人に響くキーワードは「安心・安全」。物件の紹介は、セキュリティに絞って具体的に。

再度、自社のホームページへ誘導し、物件の特徴を更に詳しく知ってもらう。

資料請求をしたのか一つひとつ覚えていない可能性もあります。つまり、どの程度、この