

# ニュースが分かる! Q&A マッチングサイト普及の鍵は? 大手の本格参入や理念の浸透

カテゴリ: 総合, ニュースが分かる! Q&A, 住宅新報 2022年6月21日号

デスク 住宅の売却や購入を検討している消費者が不動産会社ではなく、いろいろな会社の仲介担当社員(エージェント)を直接選ぶことができるマッチングサイトが話題になっているね。今後、定着していくと見ていいだろうか。

記者 三菱地所リアルエステートサービスが5月にスタートした「TAQSIE(タクシエ)」には約100人のエージェントが登録されています。公式サイトトップページを開くと、例として有名な流通会社に所属するエージェント数人の得意分野や仲介実績、保有資格、出身地など簡単なプロフィールが顔写真と共に掲載されています。

デスク そのページを見た人は、その後はどういう手続きになるのかな。

記者 売却検討者が会員になるためにはメールアドレス、物件所在地、売却に際しての希望条件などを登録します。するとその条件とのマッチ度が高い数人のエージェントからメールでの提案が届くので、その中から気に入ったエージェントに連絡を取り、チャットでの相談が始まります。会員のほうから連絡を取らない限り、エージェントのほうから営業電話やメールが来ることはありません。

デスク 大手系の企業が約10社も参加しているということで、業界に与えるインパクトは大きいということだね。

記者 そうですが、ただ仲介実績でいうと上位クラスの手続き企業はまだ参加していません。運営会社は3年以上に20社・300人を目指すとしていますから、ここに上位クラスが参加してくると、かなりのインパクトになると思います。

デスク なるほど。「タクシエ」は会員としては売却検討者向けということでスタートしているようだが、その点はどう評価すればいいと思う?

記者 会員はマッチ度が高いとして紹介されてきたエージェントの提案内容を見て、相談するパートナーを選ぶわけですが、本当に自分にマッチしているかどうかの判断は難しいと思います。その点、売却検討者の希望条件というのは、「なるべく早く、なるべく高い価格で」というのが一般的なもので、様々な希望条件を抱える買い手と比べるとシンプルです。つまり、マッチングしやすいといえます。運営会社としては、トラブルを避けるという意味でも売却検討者向けから始めて、実績とノウハウを蓄積してから買主向けも始めたいということなので、慎重に進めているのだと思います。

デスク 不動産会社ではなく営業社員を直接選べるという理念は素晴らしいけれど、万が一、選んだ社員との間にトラブルが発生した場合、その責任は誰が持つのかという課題があるよね。

記者 通常、営業担当者側に業法違反などがあればその不動産会社の責任が追及されます。マッチングサイトでも法律的にはそうなると思います。なぜなら、チャットでのやり取りの後、正式に仲介を依頼するとなれば、そのエージェントが属する不動産会社と媒介契約を結ぶことになるからです。

「タクシエ」を運営する三菱地所リアルエステートサービスは、同サイトを起点に将来の本格的エージェント制を見据えつつ、不動産取引の透明性向上や取引活性化、不動産価値向上への寄与など明確な理念と目標を掲げています。本格的エージェント制の具体的な姿はこれからですが、いずれ仲介市場の大きな変革につながっていくそうです。

デスク この前、1面で取り上げた「オークション」もそうだけれど、最近耳にする

「セカンドオピニオン制」など、中古住宅市場に今、大きな変革がもたらされようとしているのかな。

記者 多くの物件が流通している中古市場の中から、買い手の希望と予算を照らし合わせつつ、ふさわしい住宅を紹介する仕事には営業マンの個人的能力が大きく影響します。ところが、これまではユーザーは不動産会社は選べても担当する営業マンを選ぶことができませんでした。ここを本格的に改革しようというのがマッチング

サイトであり、「オークション」や「セカンドオピニオン制」は、今の仲介の仕組みを補完していく役割ではないでしょうか。

デスク これからも取材を続けて、見通しを書いてほしいね。

copyright© 住宅新報web <http://jutaku-s.com/>

---