

# 「困い込みしない」を宣言 仕組みでポリシー強化

不動産仲介のツクルバ（東京都目黒区）はこのほど、自社で不動産情報提供の強化も始めた。通常売主の望みは「適正価格でなるべく早期に売りたい」ということ。そのために、導入したと発表した。併せて他社仲介事業者に向けて不

件情報が届く状況をつくり出すことが必要と考えた。同社は従来から社内ポリシーとして「困い込みをしない」を掲げていたが、今回、それを仕組みで実効性を持たせた格好だ。

一般的に売主から売却の仲介を依頼された仲介業者はデータベース（不動産流通標準情報システム）に物件情報を登録し、業界全体でその情報を共有し、できるだけ早く買主が見つかるよう努めることが求められている。ただ、自社で見つけた購入検討者に買ってもらいたいという意識が先立つと、他社にその物件

を紹介しない、内覧希望があってもその日時を意図的に遅らせるといったいわゆる「困い込み」が起きてしまうことがある。

今回の通知システムは、物件概要資料の内見依頼申込フォームに内見希望連絡が入った際に、その通知が売却仲介営業担当だけでなく売主にも同時に届く仕組み。つまり、営業担当が内見希望連絡を自分の都合で売主に連絡しなかったり、遅らせたりすることはできない。

## 広く買主を集める

同システムを導入した理由について同社サプライサイド事業部執行役員の山田悠太郎氏は、「広く買主を集めたほうがより早く売れるはずという考えがベースにあり、当社売主向け事業では従来から社内ポリシーとして『困い込み』行為を禁止し、売主の利益の最大化を目指してきた」「これまで社内ポリシーとして実行してきたことを蓋然（がいぜん）性の高い状態で外に発信すると、『ツクルバはそういうことをしないと明言しているから、ツクルバの物件に自分の購入検討者を紹介しよう』と、外の仲介事業者とつ

まぐパートナーシップを組むことができる」と話す。

## 対応を明確に

外の仲介事業者から見たときに、仮に内覧可能連絡が遅い、日程が決まらないなどがたびたび起きると、自分の顧客（購入検討者）の信頼を損ねる可能性がある。そのため、対応が明確な会社のほうが、顧客を紹介しやすくなるだろうと考えた。

また、同社は今回、同じようにより多くの購入検討者に向けて情報を届けるための取り組みとして、①他社仲介事業者に向けた媒介物件情報提供の強化、②他社仲介事業者による広告掲載の制限撤廃を始め

た。①は、これまで媒介物件をそのエリアに強みのある事業者など個別に提案する活動をしていたが、それをよりシステムチックに多くの事業者に即時に共有できるようにした。②は、これまで売れ残りなどの印象を持たれないよう、自社の同じ媒介物件が1つのポータルサイトに複数掲載にならないよう他社仲介事業者による広告掲載を制限していたが、それを撤廃した。

山田氏は、「人生の中で、『暮らす場』は重要なファク

ターだ。ライフスタイルや仕事、家族構成が変わる中で、スムーズに住み替えられることが望ましい。その際、持ち家になると売却が一つのハ

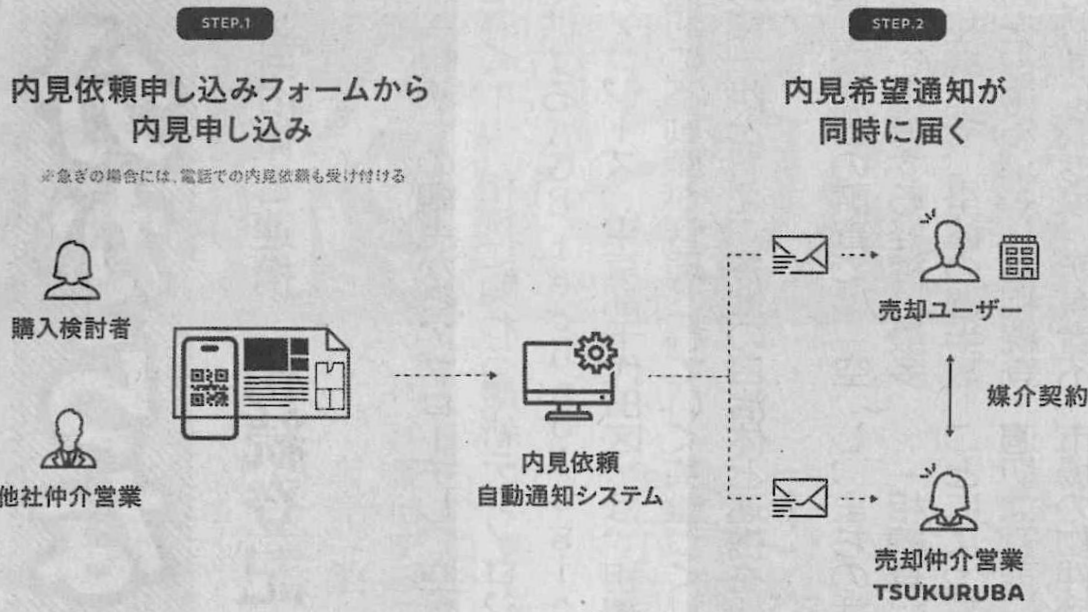
ドルになる。売り・買いがセットになって順々に住み替えることができれば人生における大切な場が選びやすくなる」と指摘した。

## 記者の目

「困い込みをしない」ことは不動産業者として本来当たり前のはず。それをあえて対外的に明言したこと、今回の意義がある。外部に積極的に発信すること、消費者の不動産リテラシーが高まるし、会社の姿勢、大切にしていることも伝えることができる。他社仲介事業者に対しても当社も

担当者による対応のバラつきがないため、安心して購入検討者を紹介してもらえ（情報率が集まりやすくなる）、成約率が高まるので互いにメリットがある。持ち家の売却がハードルとならなければ買い替える人も増えるだろう。中古流通活性化の大事な力ギ

は、建物に対する不安解消だけでなく、こういうところに（井川弘子）もあるはずだ。



# 他社からの信頼も確保



ツクルバの山田執行役員

「暮らす場」は重要なファク

ターだ。ライフスタイルや仕事、家族構成が変わる中で、スムーズに住み替えられることが望ましい。その際、持ち家になると売却が一つのハ

ドルになる。売り・買いがセットになって順々に住み替えることができれば人生における大切な場が選びやすくなる」と指摘した。