

地元の宅建業者・ 宅建士が守る地域社会

日本大学スポーツ科学部教授・マサチューセッツ工科大学不動産研究センター研究員 清水 千弘

東日本大震災は、東北地域だけでなく、多くの地域に甚大な被害をもたらしました。被災地では、私たちの仲間も多くの命を落としました。首都圏においても液状化の被害を受ける地域もありました。このような大震災だけでなく、毎年のように、台風や豪雨などによって、がけ崩れや川の氾濫など、様々な自然災害によって、私たちの生活が脅かされるようなことがあります。

地域の事情に最も精通している専門家

地域の中小宅建業者・宅建士は、その地域で長く仕事をしている方が多く、実は当該地域の事情に最も精通している専門家の一人です。今では住宅が建っていたとしても、一昔前は田んぼや沼地などであったり、もともとは工場やクリーニング店、ガソリンスタンドなどであったりと、地盤や土壌に影響をもたらす土地であったかどうかなど、不動産の専門家という視点で評価ができます。

とりわけ二代目、三代目と地域で事業が承継されている中小宅建業者では、親世代から子世代と街の歴史が伝えられ、またご自身がその地域で生まれ育ってきているために、地域とともに専門家の視点で不動産市場の成り立ちを実際に見て来られてきているわけですから、それ以上の専門家はいません。このような特性を生かして、街を守り、広く社会に地域の情報を発信する仲間が出てきました。

ここで、家を買うということをもう一度考えてみましょう。家の購入を検討されている方々は、結婚や出産など、人生のイベントに伴い新しい生活を夢見ていらっしゃる方々です。家を選ぶということは、その方またはご家族が過ごす場所を選択されていくわけであり、家だけを選んでいくわけではありません。家とともに地域を一緒に選んでいるわけです。前述のようなネガティブな情報だけでなく、地域のおしゃれなカフェや魅力的なレストラン、気の利いた花屋などなどポジティブな情報もあります。また、お祭りなどの地域の行事など、生活をしていくうえで、その地域のコミュニティやその活発度など、その方が生活を始め、そして地域の一員としてコミュニティを形成していくうえで重要な情報などは、住んでみて初めて分かる情報となります。

家とのマッチングとともに、地域とのマッチング

家は、私たちにとって人生で最も高額な買い物です。家族とともに幸せになろうと思って、何十年もの住宅ローンを組んで購入した家によって、突然の災害だけでなく、住んで初めて知ったことによって不幸になってしまうことも少なくありません。ちょっとした大雨でたびたびに浸水被害にあう、抜け道になっていて交通量が多い、買い物が思ったより不便である、病院がない、学校の環境が子供に合わなかったなど、地域とのミスマッチで起こることがあります。

そのような不具合が、家が原因であれば、それを修理したり、リノベーションをしたりして自分の生活に合うように改善することができます。しかし、地域は自分の力だけでは改善ができないため、大きな不満になってしまうのです。

働き方改革で労働時間が短縮されたり、在宅勤務などが進んだりすると、一層、家またはその地域で過ごす時間が長くなります。高齢化社会の進展とは、多くの方々が家または地域で過ごす時間が長くなることを意味します。

これからの宅建業者・宅建士は、家とのマッチングとともに、地域とのマッチングをしていくことが一層求められていきます。さらには、その地域の情報を発信するだけでなく、その地域の魅力を高めていくように働いていくことが求められていると言ってもいいでしょう。



住宅購入…「周辺・生活環境が良い」が1位

全宅連が実施した「不動産の日アンケート」(2016年9-10月調査)によると、住宅を購入する際のポイントは(3つまで選択可)、1位が「周辺・生活環境が良い」(65.0%)、2位が「交通の利便性が良い」(57.2%)で、3位の「不動産の価格」(40.8%)を上回っています。住まい選びで、地域がいかに重視されているかがうかがえます。