

不動産業界に対するイメージに関するアンケート

本データは、東京会場と大阪会場において開催された『不動産における人材育成シンポジウム』にパネリストとして参加された河名紀子様（河名様が主催する『メディア・ハウジング研究所』）が、当該シンポジウムでの発言基礎資料を作成するために、消費者を対象に実施したアンケート結果です。

調査方法は、モニターを対象に、Eメールによりアンケート用紙を送信し、Eメールにて回収した結果を集計したものです。

【調査対象者・属性】

	性別	年代	職業	現在の住まい
1	女性	20代以下	専業主婦	賃貸
2	女性	30代	専業主婦	賃貸
3	女性	30代	会社員	賃貸
4	女性	30代	会社員	賃貸
5	女性	50代	会社員	持ち家(戸建)
6	女性	20代以下	会社員	賃貸
7	女性	40代	パート・アルバイト	持ち家(マンション)
8	女性	30代	自営業	持ち家(戸建)
9	女性	40代	自営業	持ち家(戸建)
10	女性	40代	自営業	持ち家(戸建)
11	女性	40代	自営業	持ち家(戸建)
12	女性	30代	専業主婦	賃貸
13	女性	40代	会社員	賃貸
14	女性	50代	専業主婦	持ち家(戸建)
15	女性	40代	自営業	持ち家(マンション)
16	女性	20代以下	専業主婦	賃貸
17	女性	40代	専業主婦	持ち家(マンション)
18	女性	30代	自営業	賃貸
19	女性	40代	専業主婦	持ち家(戸建)
20	女性	40代	専業主婦	賃貸
21	女性	30代	パート・アルバイト	賃貸
22	女性	40代	自営業	持ち家(戸建)

【単純集計】

性別	年代	職業	現在の住まい
女性	22	20代以下	3 専業主婦
男性	0	30代	7 パート・アルバイト
		40代	10 自営業
		50代	2 会社員
		60代	0 無職
		70代以上	0
総計	22	総計	22 総計

【問1】

不動産業界に対するイメージ	
1	—
2	軽くて、したたかなイメージ。会社や店舗によって対応が異なる。スタッフの対応が軽いイメージがある。言葉遣いもあまり良くない。そのなかで、丁寧で誠実そうな人に当たるとすぐに信頼してしまいそう。人からの「街一番の情報網を持っている」「親身になってくれる」などといった口コミからお店を選ぶことも多い。
3	ものすごく営業されそう。不動産の価値が客には分からない場合が多いので、どこまで彼らが利益を得ているのかがグレーな印象を受ける。
4	入るのに勇気がいる。怖いイメージ。
5	街の不動産屋さんは、賃貸などは親身なって相談に対応してくれるようです。大手の不動産会社は、担当によって良い悪いがでてくるように聞いたことがあります。
6	街の不動産屋さんは、対応が悪く、適当なイメージがある。
7	店に入りづらい、しつこそう。
8	偽装事件以降、ダークなイメージが付いてしまいました。また、歩合制だから大変というイメージもあります。センチュリー21 やエイブルなどは、CMでよく見ると、店舗が明るいので入りやすそうです。
9	安心してお願いできる場所と、そうでないところがある。
10	街の不動産屋さんは、ダークなイメージがあり、店舗にも入りにくい。マンションのモデルルームは、きれいな感じはするけれど、住所や電話番号を絶対に聞かれるので、入りにくい。
11	知り合いになっておかないと損をするように思います。
12	店員さんが怖いイメージがあります。
13	営業マンが強引な印象がある。殿様商売的イメージがある。女性客への軽視傾向。
14	利益の上げ方が不明瞭、暴利を上げていそう。
15	周りの方から見ると、人を見て勝手に判断し態度を変える、都合の悪いことは隠す、説明が足りない等、あまり良いイメージがないようです。
16	店によってもまちまちですが、気軽には入りにくい感じがあります。物件を借りるときでないと入れない。
17	入りづらい、敷居が高い。
18	店舗によって物件の偏りがある。入居してからでないとどこまでフォローをしてくれるのか分からない。
19	入りづらい。
20	契約する気でないと、入りづらい。営業がうまそう、自分のペースで物事を展開できる気がしない。
21	敷居が高い。無愛想なイメージがある。
22	駅の一等地にあるが、決まった人にしか縁がない。

【問2】

不動産業界に対するイメージの理由	
1	—
2	これまで引越しのために不動産屋で物件を探す際、実際にスタッフと接して軽いイメージを強く抱きました。「あまりやる気がないのかなあ」と感じることも何度かありました。ただ、私自身、不動産は物件との縁だという認識が強く、人よりも良い物件に巡り合える方が最優先。スタッフは対応の良い人に当たればラッキーと思っています。
3	賃貸はそうでもないけれど、マンションに興味を持って見に行った時は、金銭的に対応できないと断ったにもかかわらず、何回か電話や訪問があった。売れない物件だったのかなと思ってしまった。
4	怖いおじさんが出てきたらどうしようと思ってしまう。不動産屋=ヤクザというイメージが何故か頭に染みついている。
5	子供などがアパートを探しているときに、とても親切だったと聞いています。大手の場合、売却を頼んだら、担当によって、売らんかなの姿勢で、ひどい目にあったと聞いています。
6	クレームなどがあっても、すぐに対応してくれず、事が大きくなると動いてくれなかった。
7	殆どの店舗が間取りや金額が書いてある POP のようなものを窓やドアにびっしり貼ってあり、中の様子が分りにくい。
8	TV で歩合制の方のお給料を見ましたら、結婚して家族を養っていくのは難しいと感じました。
9	夫が不動産業を営んでおり、色々な地域の不動産屋さんとお会いする機会が多いため。
10	物件情報を見ただけなのに、すぐに声をかけられる。じろりと見られる。マンションのモデルルームに関しては、アンケートに答えると、後々自宅にしつこく電話がかかってくる。
11	広告に目新しい物件が少ない。良い物件は広告に出す前に顧客に案内をする。広告に出ている物件の場所(地番)を教えて欲しいだけなのに、担当者から折り返し電話がかかってくる。こちらの事をいろいろ聞いてくる。
12	女性一人では入りづらい雰囲気がかもしでているから。
13	マンションを購入、賃貸時の経験から。自社で勧めたい物件を契約させようとしているのが、明白だった。
14	礼金や更新料などが物件によっても違うし、統一されていない。
15	自分自身は体験がないが、なりを見られて紹介を断られたり(たまたま童顔の女性で、結婚のために部屋を探していたのに相手にされなかった)、紹介文と内容が大きく違っていたり、説明が足りないなどのトラブルは聞いたことがある。
16	大体の相場とどのような物件があるか、近辺の住み心地などを聞いてみたかったので、下見で不動産屋に入ったのですが、今でないのなら説明しても仕方ないような態度をとられたことがあります。
17	しつこく話しかけられるような気がする、日頃縁がないので敷居が高い。
18	気に入った物件を見たい不動産会社には、必ずしつこいセールスがあるため、気軽に問合せが出来ない。きちんとした管理会社が付いているところは、騒音などの苦情にもきちんと対応してくれる。出来てないところでは、退去の時に何かしらの問題点を挙げて修復代を取られたこともある。
19	街の不動産は店舗が小さいので、用事がない限り入りにくい。
20	契約目的で入ったため私は困らなかったが、物件の希望等をどんどん聞かれたり、住所を書かされたりするため、まだ要望が固まってない人には辛いのでは？
21	今まで何回か引越しを経験し、不動産屋さんに行ったことはあるが、40~50代の男性で明らかに上から物を言っている場合もありイメージが悪い。その頃はまだ20代だったが、こちらがお客だと分かっているのか？というような対応だった。街の不動産屋さんだった。
22	家を持ってしまったら関心がなくなった(もう10年以上縁がないので。)

【問3】

	対応希望年代1	対応希望年代2
1	—	—
2	30～40代男性	20～30代女性
3	20～30代女性	40代以上の女性
4	30～40代女性	40代以上の女性
5	40代以上の女性	30～40代女性
6	20～30代女性	40代以上の女性
7	30～40代男性	50～60代男性
8	40代以上の女性	30～40代女性
9	40～50代男性	40代以上の女性
10	20～30代女性	20～30代男性
11	30～40代女性	20～30代女性
12	20～30代女性	30～40代男性
13	40代以上の女性	20～30代男性
14	40代以上の女性	50～60代男性
15	30～40代女性	30～40代男性
16	30～40代女性	40～50代男性
17	30～40代女性	40～50代男性
18	20～30代女性	20～30代男性
19	40代以上の女性	30～40代女性
20	30～40代女性	40～50代男性
21	30～40代男性	30～40代女性
22	30～40代男性	20～30代女性

【単純集計】

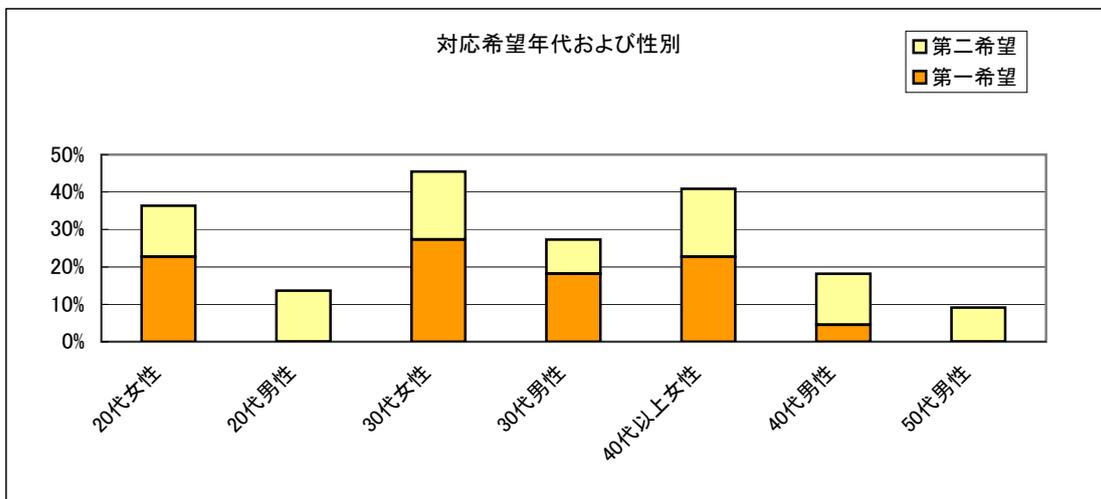
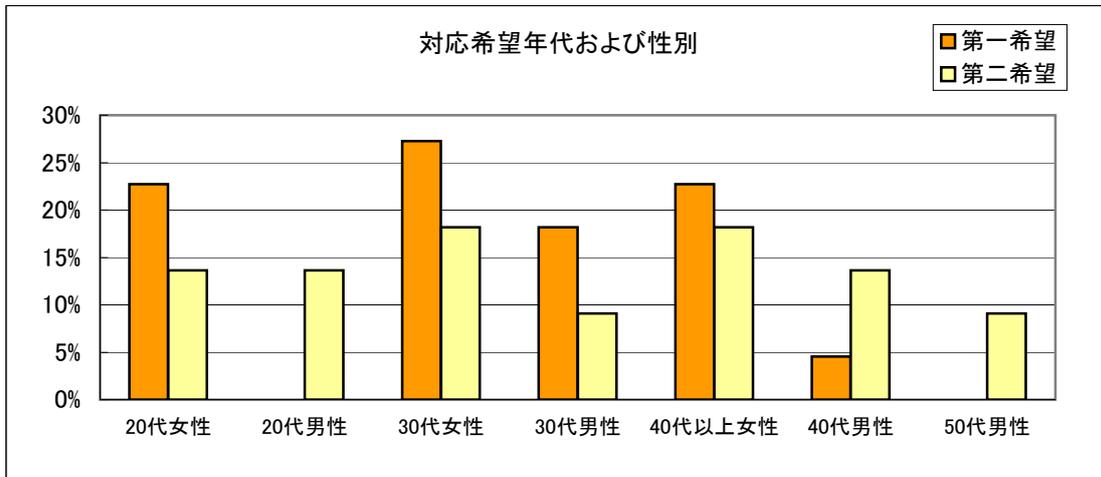
対応希望年代1		対応希望年代2	
20～30代男性	0	20～30代男性	3
30～40代男性	4	30～40代男性	2
40～50代男性	1	40～50代男性	3
50～60代男性	0	50～60代男性	2
20～30代女性	5	20～30代女性	3
30～40代女性	6	30～40代女性	4
40代以上の女性	5	40代以上の女性	4
未回答	1	未回答	1
総計	22	総計	22

【対応希望年代及び性別1】

データの個数 / 性別	集計	割合
問3対応希望年代1		
20～30代女性	5	22.7%
30～40代女性	6	27.3%
30～40代男性	4	18.2%
40～50代男性	1	4.5%
40代以上の女性	5	22.7%
(空白)	1	4.5%
総計	22	

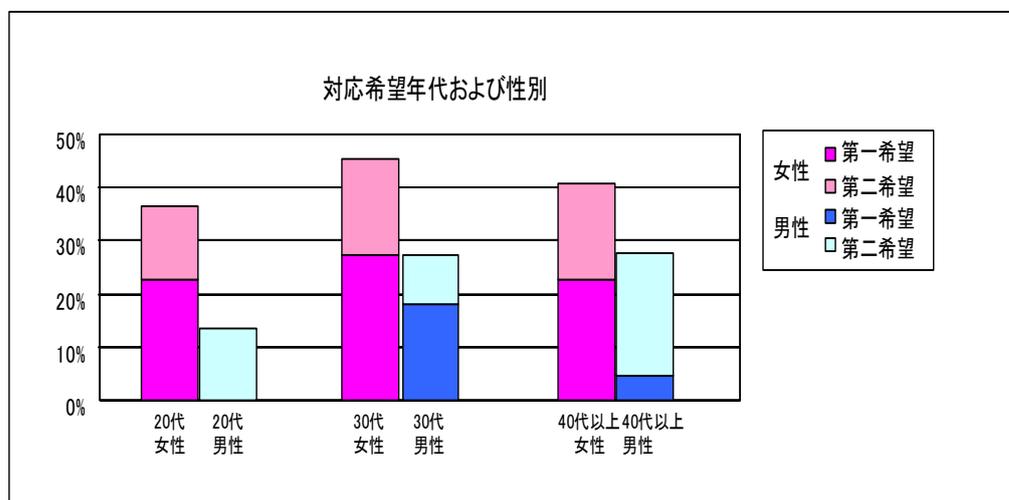
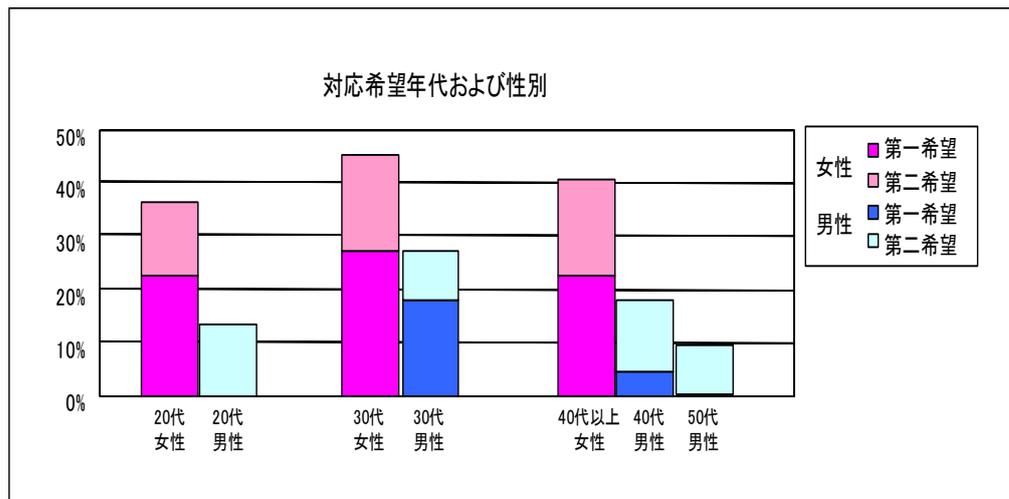
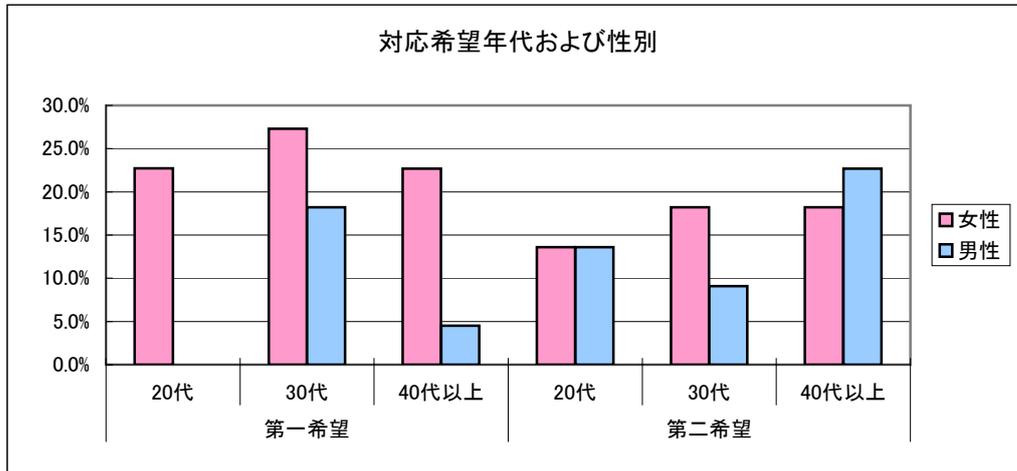
	第一希望	第二希望
20代女性	22.7%	13.6%
20代男性	0.0%	13.6%
30代女性	27.3%	18.2%
30代男性	18.2%	9.1%
40代以上女性	22.7%	18.2%
40代男性	4.5%	13.6%
50代男性	0.0%	9.1%

データの個数 / 性別	集計	割合
問3対応希望年代2		
20～30代女性	3	13.6%
20～30代男性	3	13.6%
30～40代女性	4	18.2%
30～40代男性	2	9.1%
40～50代男性	3	13.6%
40代以上の女性	4	18.2%
50～60代男性	2	9.1%
(空白)	1	4.5%
総計	22	



【対応希望年代及び性別2】

		女性	男性
第一希望	20代	22.7%	0.0%
	30代	27.3%	18.2%
	40代以上	22.7%	4.5%
第二希望	20代	13.6%	13.6%
	30代	18.2%	9.1%
	40代以上	18.2%	22.7%



【問4】

対応既望年代選択の理由	
1	—
2	これまで何件か不動産屋を回った経験から、1位、2位のような人達からの対応に心地よさを感じたから。30～40代の男性はキャリアもある程度あり、情報や知識が豊富で対応もこびておらず、礼儀をわきまえている感じ。20～30代女性は、丁寧に控えて誠実に対応してくれるというイメージが強いです。
3	1位は、隠し事があまりできなさそうだから。2位は、営業だけではないアドバイスもしてくれそうだから。
4	まず女性の方が相談し易いし、住まいに関しては、女性の方が細かい点に気が回る。そういう意味では、女性といっても30代以上。
5	不動産を購入する場合（賃貸も）家を使う時間の多い女性が、間取りや使い易さなどを気にします。人生経験のある女性に対応して、相談に乗ってくれると良いと思います。男性の場合、自分の意見を押し付けて、こちらの希望をあまり聞いてもらえないような気がします。
6	女性の方が同じ女性としての視点から、安全面やセキュリティー面のアドバイスをして頂けそうだから。
7	ある程度実務経験がありそうだから。
8	地域の事情をよく知っていそうだから。自分と同性的の方が話が伝わりそうだから。
9	経験豊富なため安心して相談ができそう。
10	しつこくなさそう。話し易い。
11	話し易い。
12	威圧感を感じずにいられそう。
13	1位：同年代の同性の方が、ニーズを分かってくれそう。2位：こちらの要求に、汗を流してくれそう。
14	20代・30代では経験からくる充実した生活アドバイスの期待が持てない。
15	あまり若いと質問に答えきれない人が多い（すぐ後ろに話を持っていく、自分で判断ができない）、あまり年が上だと見下ろされている感じがする。
16	ある程度のキャリアを積んで説明も上手そうで、信頼感があるから。
17	話し易いのは同性だと思うが、本当に決めるときは男性の方が信用できるような気がする
18	年齢が高いほど、セールストークが自分に合わないと感じる。間取り、部屋のセンスなど。自分の希望が伝わりにくく、何件も付き合わされるため。
19	女性の方が、対応が良いイメージで気軽に質問し易い。また年代的は、不動産に関する豊富な知識があると思うので。
20	同世代の人が、色々伝え易い・伝わり易いかなと思った。女性は、若い人の方が、話が分かり易いように思う。
21	自分と同じ世代の方に担当して欲しい。上の世代だと経験豊富だとは思いますが、私たち世代の頃を忘れてしまっている部分もあるだろうと思うので。同じ世代だと考えや悩みを共有し易いと思う。
22	ある程度の知識があり、話がし易そうだから。

【問5】

【問6】

	不動産業界で働きたい	不動産業界勤務希望の理由
1	Yes	—
2	No	不動産に興味がありません。また、業界全体の雰囲気に合わないと思います。
3	No	何件売らなければならないというノルマがありそう。また、マンションの営業マンは自分でもいくつかマンションを持っている（ローンで）と言っていた。勉強のためとはいえ、会社から無理矢理ローンを組まされたらという印象を受けた。
4	No	顧客の人生・生活状況などプライベートに踏み込む仕事のため、話を進めるのに配慮が必要な気がして、気疲れが大きそう。経済状況にも大きく影響を受け易いため、不安。
5	No	大変そうだから。
6	No	他にやりたい仕事明確にわかっている。
7	No	不動産自体にあまり興味を持っていない。
8	No	別の仕事をしているため。
9	No	働きたいとは思いますが、投資などで携わっていきたいです。
10	No	ノルマとかかせられそうな感じがするし、土日は休めそうにないから。
11	No	自分自身、押しが利かないので。また、お客さんに合わせて休みが取りにくいような気がします。
12	No	専門知識が難しそうだから。土日・祝日は休めないから。
13	No	手数料収入で成り立っている業界に、あまり魅力を感じない。
14	No	個人での決定権が期待できない
15	No	上記のイメージが、自分のセルフイメージと重なってみられるのがイヤ。
16	No	勤務時間が長そう。フルタイム以外では仕事できなさそうです。
17	No	不動産というものにあまり興味がない
18	Yes	モデルルームでの、アドバイザーに憧れた時がありました。綺麗な家で夢のある仕事だと思ったからです。
19	Yes	事務としてなら、定時で帰れそうなので興味がある。
20	No	接客業は不得手、かつ実力主義っぽく、ついていけなさそうだから。
21	No	まず、土日休みではないこと。子供がいると働けるのは平日に限られる。また、業界自体にトラブルが多いイメージで大変そうだから。
22	No	業界の勉強をする気にならないから。

【単純集計】

不動産業界で働きたい	
YES	3
NO	19
総計	22

【問7】

【問8】

	子供に不動産業界で働いて欲しい	子どもへの不動産業界勤務希望の理由
1	Yes	—
2	No	業界的に浮き沈みが激しく、ノルマも厳しそうだから。
3	No	YES でも NO でもない。本人が信念をもって選ぶなら OK。
4	No	経済状況にも大きく影響を受け易いため不安。トラブルにも巻き込まれる可能性が大きそうな気がする。
5	No	売上げの実績で評価されると思うので。
6	No	付き合いなどが非常に多そうなので。
7	No	ノルマなど営業がきつそうだから
8	Yes	子供が女なので設計や内装、営業など、女性でも活躍できる場があれば、良いと思っています。
9	Yes	夫が不動産業界におりますので、そのまま継いでもらえれば嬉しい。
10	No	土日は休めそうにないし、あまり良いイメージはないから。
11	No	—
12	No	子どもの就職自体をまだ感じられません。
13	No	—
14	No	イメージがあまり良くない
15	No	今後、伸びるイメージがない。家は、少子化で家族数も減るため、そんなに作っても意味がないでしょう。むしろリフォームや建て替えの需要の方が増えるのでは。また、不動産業のイメージが子どものセルフイメージと重なるのは悲しいです。
16	No	時代よっての浮き沈みも大きいような感じがします。
17	No	身近に不動産で働いている人がいないので、実感が掴めない。
18	No	現実に勤めている方のお話を聞くと、採用の際に借金があり困っている人を対象に採用しノルマを課していると聞いてから、不動産業界のイメージが変わってしまいました。
19	No	イメージが悪い。営業職の場合ノルマがきつそう。給料が不安定。一生働けるような職場で無いような気がする。
20	No	不動産会社についてよく知らないので、Yes とは書けません。本人が魅力を感じれば、絶対ダメとは言いませんが。
21	No	職業的に安定している感じがしない。知り合いに不動産屋さんで働いている人がいるが、いずれ独立したいと言っていて、勤め上げという感じではない。独立すると言っても容易ではないと思う。
22	No	子供が決めることだから。

【単純集計】

子供に不動産業界で働いて欲しい	
YES	3
NO	19
総計	22

【問9】

【問10】

	不動産業界は女性が働きやすいか	女性の不動産業界勤務についての理由
1	Yes	—
2	No	お客さんあつての仕事で、臨機応変に動けるフットワークの軽さも求められると思うから。残業も多く、休日が忙しいなど、子育て期には難しいため長く継続するのは難しいのではないのでしょうか。
3	Yes	YES でも NO でもない。福利厚生などが予め充実していれば良いかも。
4	No	男社会というイメージがある。
5	Yes	体制を整えれば、女性にとって適した職場だと思います。
6	No	土日の休みではない場合が多いと思うので、子供がいたらなかなか一緒に過ごす時間が取れないのでは？
7	No	職種（窓口など）によっては働き易いかも知れないが、接客することを考えると勤務時間など不規則な気がする。
8	No	不動産を紹介する仕事は、土日がメインなので、子育てするには大変だと思います。
9	Yes	雑務・電話も多いので、また受付は女性が求められるのでは？
10	No	働く時間や休みが不定期であるから。
11	No	どの業界も大変さはあります。若い女性がモデルルームで仕事をしているのは良く見かけますが、不動産会社で中堅の女性は少なく感じるから。
12	No	不動産業界においては、女性＝受付、営業マン＝男性のイメージがあります。
13	No	土日の勤務、夜間の勤務（顧客の仕事外の時間での勤務が必要）が、多いため営業職として継続するのが困難なのではないか。
14	Yes	自分の生活体験のアドバイスができそう。
15	No	たぶん土日の仕事が多いからでしょう。仕方ないと思います。子育て期はどうしても子供が家にいる時間に親がいる必要があると思いますので。
16	No	独身の女性には良いと思いますが、家庭を持った場合、家庭との両立が厳しい業界ではないかと思います。
17	No	男性の職場であるという気がするし、閉鎖的ではないかと思う。
18	Yes	結婚して子供も独立した主婦の方なら、物件などの紹介の際に生活感があつてセールストークに現実感があるのではないのでしょうか？
19	No	女性が働く場所として、適切な環境かどうか疑問。
20	Yes	こつこつ勉強したことを使って上手く接客し、お客と会社に満足と利益を与えられるとすれば、女性にとって良い職業だと思います（働き易いか？と聞かれると実際の職場ごとなか？とも。）。
21	No	上記にも書いたように、土日出勤なのがネックだ。資格を取得すれば強みにもなるだろうが、不動産業界こそ男性の職場のイメージが強い。
22	Yes	資格を持っていれば特に、男性と平等な立場で働けそうだから。

【単純集計】

不動産業界は女性が働きやすいか	
YES	8
NO	14
総計	22

【問11】

女性勤務のための施策	
1	—
2	ワークシェアや時短勤務、在宅勤務など緩やかな就業体制。産休や育児休暇。
3	託児所、あとはいざという時（子供の急病など）のバックアップ体制。
4	男女がきちんと同等に扱われる風土。
5	結婚・出産で辞めない体制は、帰宅時間の問題や休暇を取れる環境にすることです。復帰の問題も、いろいろな制度を整える必要があります。また、制度を整えるだけでなく、その制度を気兼ねなく使える環境を整える必要があると思います。グループで仕事をする、連絡体制、仕事の引き継ぎ、時間枠を設けずフリータイムにするなど。
6	子育ての資金援助があれば、お子さんを預けて仕事に復帰し易いと思う。
7	子育て中の勤務時間短縮、休暇が取りやすい環境。
8	子育て支援金援助と休日は隔週にするなど、土日も子育てにかかわる時間は必要だと思います。子供がいるとどうしても病気などで急に休まなくてははいけません。そんな時でもお互い様精神で、安心して休める体制作りが必要だと思います。安心できる職場にはずっといたいと思います。
9	社内託児所。
10	社内託児所の完備。育児休暇制度が取りやすい職場の雰囲気。子供が小さい間は、短縮時間勤務が可能など。
11	フレックス制。
12	社内託児所、子どもの病気や行事などでの早退や欠勤など勤務体制のフォロー。
13	社内託児所（必須）、女性管理職の積極登用制度。
14	託児施設・育児の為の高額手当て・自由出勤・ノルマなし。
15	不動産業界の仕事にどんなモノがあるのかがイメージできないのと、お辞めになる理由が見えないので、何とは言えませんが、土日の休みの確保など、子育て期に必要な支援をできたらいいのではないですか？どちらかだけでも休みが取れるなど。
16	託児所（病時もみてくれるとベスト）記念日休暇、資金援助。何より、会社内の理解と協力だと思います。
17	出退勤時間の調整や、産休をとりやすくする。
18	勤務時間が一番。あとは、ある程度（割が合うという感覚）に合う給料。主婦になると、勤めるにあたって割が合うか合わないかを基準にするような気がします。
19	フレックスタイム、子供が病気になったときにでも休める環境。
20	出産前後では、周囲の理解とフォローし合う姿勢。自分が、他の社員に迷惑をかけていると感じる（感じさせられる）と続かないと思います。託児所は、あればとても良いと思いますが、新入社員へのアピール度の方が高いのではなかとと思います。
21	託児所があれば全然違うと思う。駅前の保育園と提携するとか、資金援助の前に、働いている間に子供をどうするかというのが問題だ。
22	一定期間の短縮勤務許可。ワークシェア（女性2人で1人分の仕事）。

【問 12】

若者定着のための施策	
1	—
2	実情は良く分かりませんが、他業界、または定着率の高い業界や企業と比べて見直しする方法をとると実情が見えてくるのかなと思います。
3	ノルマを負わされていそうな雰囲気を払拭した方が良い。
4	不動産を扱うことに夢を持てる必要がある。
5	働き続けたいと思うことは、その仕事が好きになることが一番です。そして、その会社が好きになれば、辞めないうでしょう。好きになる条件は、人それぞれだと思います。「仕事そのものが好き。(お客様に感謝されてうれしいとか)」「お給料が、よそよりもいい。(友人と話していて、自分のほうが多いとか)」「会社の人間関係がとてよい。」など、何か条件が合えば、辞めずに会社にいるのでは。
6	目標を持てる環境にするべきだと思う。例えば、独立など。
7	資格取得に対して補助がある、資格手当がある。
8	夢をもって働けるような制度や、お客様の役に立っていることが分かるようにする。
9	無理な勤務体制(休日が不確定・残業が多い、ノルマ)を減らす。
10	何か夢を持てるようなことが提示できると良い。明るくおしゃれな社内環境を作る。
11	—
12	厳しいノルマの廃止。
13	ノルマなどの設定廃止。顧客指向の新しいサービスやビジネスモデルの創造を促す企業が出てくること。
14	高額給与、社長だけが儲けるな！働くのは若手社員だ。
15	若者が定着しないのは、最近どこの業界も一緒だと思います。最近の若者には、元々抛り所がないので(構えて言えば、夢がない、見通しが無い)、ビジョンの共有を早めに出来ると良いかなと思います。それには、今現場で働く人たちが、今の仕事が楽しい、明日への希望がある、君と働くのが楽しいという部分がないと難しいのでは。ただ、これは不動産業界だけに止まらず、全産業的な傾向だと思っています。
16	イメージがなんとなく暗い感じがしますので、会社イメージを上げる。
17	明るいイメージにして閉鎖的なところを改める。
18	ノルマがない。自信を持ってセールス出来る物件がある。会社内の雰囲気。
19	不動産業界のイメージを変える(楽しく働ける、ノルマがないなど)。
20	クリーンな業界イメージを打ち出す(地上げ等から離れる)、エコ等、多くの人に受け入れられることを頑張ってる会社だと宣伝する。
21	まずは店舗自体を明るいイメージになるように徹底すること。警視庁には「ピーポくん」、横浜水道局には「はまピョン」があるように、不動産業界のキャラクターを作ったらどうだろうか。
22	効率的な業務の提案。昔ながらのやり方を押し付けないOJT。

【問13】

若者のモチベーションアップ施策	
1	—
2	成果が強く求められる業界なので、成果報酬は魅力的だと思います。また自分の仕事に誇りを持てるような仕組み作り、キャリアアップを支援する体制も魅力を感じるのではないのでしょうか。
3	客に感謝される（本人でなくとも、上司でも良い）体験が必要かも。自分たちのやっていることが、利益追求のみで客から信頼されない、ノルマもある、では辛いと思う。
4	目先のノルマ等よりも、長期的視点で社会に貢献する視点を持たせること。
5	12番と答えは同じです。
6	勤務年数に対する別の報酬などを検討してみても、働く若者一人一人がいなくては達成出来なかったと思う事の出来る体験をさせたり、計画を実行したり、達成感を味わえる環境にする等。
7	達成感が得られるような責任のある仕事をさせる。
8	お客様からの感謝の言葉が一番大きいと思います。成果報酬でもモチベーションは上がるかも知れませんが、「誰のため」という目的から外れてしまいそうです。賃貸を紹介した後、通常はそれっきり不動産との付き合いはありませんが、その後もその物件はどうだったかなどアンケートを取り、その物件の良いところは次に紹介するときに「実際に住んでいた方の声」として参考になりますし、改善点があれば直していけば良いと思います。アンケート内容には、物件の情報だけでなく、住んでみて初めて分かる地域の情報なども聞けると良いと思います。子育て世帯には、近隣の幼稚園や小学校の状態が分かるだけでもとてもありがたいと思います。
9	経営者の理念を常に掲げ社内に浸透させる。
10	経営者が企業理念を掲げる。
11	—
12	同期入社同士の対抗意識、給料制度の歩合・固定の選択性。
13	先輩や経営者がロールモデルとして、生き生きと活躍する姿を見せる。
14	成果報酬に加え、様々な褒美品。
15	上記に書いたとおりです。先の見通しが立てられる、そこに喜びや希望がある、励まし、目標となる先輩が居る、若者にかかわらず、社員の定着を計りたかったら、メリットと見通しを与えるのが一番です。今は、見通しが無いので一番苦しいのではないですか。小さくても良い、短期的でも良い、見通しを持って、みんなでぶつかっていく体制を見せれば良いのではないですか。
16	インセンティブ制。お客様との会話の中に楽しさを見つける努力、教育をする。きつい仕事であればあるほど会社に惚れないと続かない気がします。
17	営業成績次第でどんどん上に上がることができる、雰囲気オープンにする。
18	入社時期から意識の持ち方を変えるしかないと思います。新入社員研修時に、その会社のルールだけではなく、社会に対してのルールの教えてあげるなど。嫌だと思ってから、意識の改革は難しいと思います。また、資格（勤めている会社では無くても使えるもの・宅建資格など）を取らせてあげ、それに見合った給料にしてあげるなど、能力に合った給料体制も必要かと思います。
19	安定して働ける環境。
20	上記例の他に、色々な仕事をさせたらどうでしょう、厭きないように。上へ行くにも、全体が分かった方が良いでしょうし、長期休暇を取れるようにするなど、他業種と異なる福利厚生を行うと良いかも知れません。
21	成果報酬体系というのは、良い策だと思う。これだけやれば、これだけもらえるというシンプルな給与体系はやる気が出ると思う。
22	あなたレター（木戸一敏氏提案）を作らせてみる。宅建などの資格取得勉強制度（勉強時間と場所を社内に作る等）を作り、取得したものには報奨金。

【問 14】

	良い不動産会社の条件 1	良い不動産会社の条件 2	良い不動産会社の条件 3	良い不動産会社の条件 4
1	6	6	6	6
2	1	6	3	5
3	4	5	3	6
4	3	2	4	5
5	2	6	3	5
6	4	3	2	5
7	5	6	2	3
8	3	2	4	5
9	1	5	2	4
10	6	6	6	6
11	2	3	4	5
12	1	2	5	4
13	2	5	4	3
14	2	5	3	4
15	4	2	3	5
16	3	2	4	5
17	1	3	2	5
18	2	1	5	4
19	2	3	5	4
20	2	4	5	6
21	2	3	4	6
22	2	5	4	6

【選択肢】

- 1 社員の専門知識とスキルが高度である
- 2 社員がいつも笑顔でフレンドリーな対応をしてくれる
- 3 顧客情報管理（コンプライアンス）がしっかりしている
- 4 宅建だけでなく、さらなる専門技能習得のための教育研修が行われている
- 5 消費者の話を真剣に聞いてニーズに応えてくれるヒアリング・コンサルティング力がある
- 6 そのほか

【問 14】

	良い不動産会社の条件 5	良い不動産会社の条件 6	良い不動産会社の条件 6 内容
1	6	6	—
2	4	2	社員一人一人の誠実な対応。
3	2	1	顧客がリスクとメリットを判断するための、他の団体などを紹介するくらいの潔さがある(かといって特定の企業や個人を紹介するのは逆効果。)
4	1	6	—
5	1	4	消費者に不安を与えないように、その会社の業務体系や業務態度を案内する。
6	1	6	—
7	1	4	社内が整理整頓されている、不動産情報が見やすい。
8	1	6	—
9	3	6	—
10	6	6	—
11	1	6	—
12	3	6	良い情報も良くない情報も与えてくれる。
13	1	6	—
14	1	6	—
15	1	6	—
16	1	6	—
17	4	6	—
18	3	6	—
19	1	6	住宅ローン、賃貸や売買に関して適切なアドバイスができる。
20	3	1	安全な住宅を提供していること。
21	1	5	接客対応が良い。マナーがちゃんとしている。
22	1	3	社員同士の連携がしっかりおり、事務所内に協力的な雰囲気がある。

【選択肢】

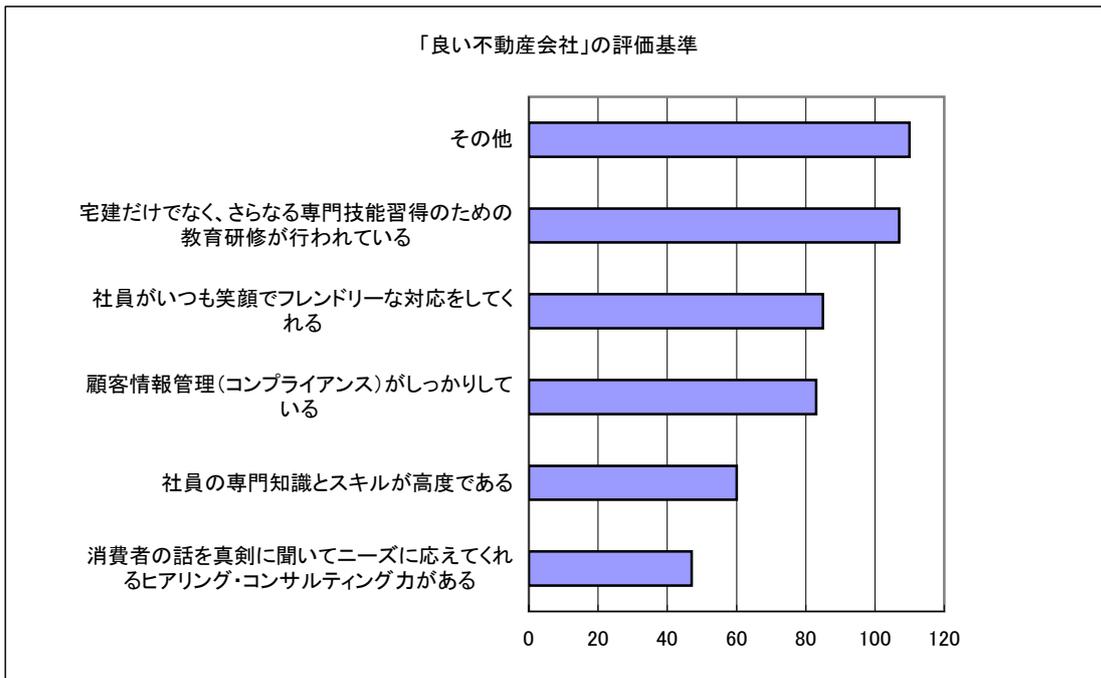
- 1 社員の専門知識とスキルが高度である
- 2 社員がいつも笑顔でフレンドリーな対応をしてくれる
- 3 顧客情報管理（コンプライアンス）がしっかりしている
- 4 宅建だけでなく、さらなる専門技能習得のための教育研修が行われている
- 5 消費者の話を真剣に聞いてニーズに応えてくれるヒアリング・コンサルティング力がある
- 6 そのほか

【良い不動産会社の評価基準】

データ	集計
合計 / 問14良い不動産会社の条件1	60
合計 / 問14良い不動産会社の条件2	85
合計 / 問14良い不動産会社の条件3	83
合計 / 問14良い不動産会社の条件4	107
合計 / 問14良い不動産会社の条件5	47
合計 / 問14良い不動産会社の条件6	110

消費者の話を真剣に聞いてニーズに応じてくれるヒアリング・コンサルティング力がある	47
社員の専門知識とスキルが高度である	60
顧客情報管理(コンプライアンス)がしっかりしている	83
社員がいつも笑顔でフレンドリーな対応をしてくれる	85
宅建だけでなく、さらなる専門技能習得のための教育研修が行われている	107
その他	110

※データは、各項目に対して1位～6位の数値で回答されています。
 そのため、各項目に入力された合計値を算出し、合計値の低いものほど
 ランクが上(評価基準として上位)と判断しました



【問 15】

【問 16】

【問 17】

	消費者にとっての優先順位	宅建資格の必要性	宅建以外の資格
1	専門資格	必須	上級資格があればあるほどいい
2	専門資格	必須	上級資格があればあるほどいい
3	人間教育	必須でない	上級資格より必要なものがある
4	人間教育	必須でない	上級資格より必要なものがある
5	人間教育	必須	上級資格より必要なものがある
6	人間教育	必須でない	上級資格より必要なものがある
7	人間教育	必須でない	上級資格があればあるほどいい
8	人間教育	必須でない	上級資格より必要なものがある
9	人間教育	必須でない	上級資格より必要なものがある
10	人間教育	必須	上級資格より必要なものがある
11	人間教育	必須	上級資格があればあるほどいい
12	人間教育	必須でない	上級資格があればあるほどいい
13	専門資格	必須でない	上級資格より必要なものがある
14	人間教育	必須	上級資格があればあるほどいい
15	人間教育	必須	上級資格より必要なものがある
16	人間教育	必須でない	上級資格があればあるほどいい
17	人間教育	必須	上級資格があればあるほどいい
18	人間教育	必須	上級資格があればあるほどいい
19	専門資格	必須	上級資格より必要なものがある
20	専門資格	必須	上級資格があればあるほどいい
21	専門資格	必須	上級資格があればあるほどいい
22	人間教育	必須でない	上級資格より必要なものがある

【単純集計】

消費者にとっての優位性		宅建資格の必要性		宅建以外の資格の必要性	
専門資格	6	必須	12	上級資格があればあるほどいい	11
人間教育	16	必須でない	10	上級資格より必要なものがある	11
総計	22	総計	22	総計	22

【問 17】

上級資格より必要なもの	
1	—
2	—
3	人間教育。
4	資格取得で得た知識を活かすことのできるコンサル能力。
5	資格に見合うだけの人間性が必要。
6	利益だけを考えず、顧客のニーズに対応してくれれば、資格はそんなに必要ではないのでは。資格があつてニーズに応えてくれて、親身になって相談に乗って頂ける担当者であれば、尚更良いのかも知れませんが、特に資格は関係なく、その人自身の人間性も問われるのでは?と考えます。
7	—
8	お客様の立場に立ち、親身になって相談にのって頂ければ、資格あつてもなくても関係ないと思ったので。
9	やはり経験と知識。契約を何回も成立させて優秀な方でも、ご自身が不動産を持って実際に不動産経営をされていらっしゃる方ですと、口先だけのように聞こえてしまう。
10	コミュニケーションスキル。
11	—
12	—
13	資格よりも、ヒューマンスキル、顧客へのヒアリング能力が必要かと思う。
14	—
15	<p>資格は、持っているからといって信用できません。最低限のものは持っていて頂きたいとは思いますが、取引の経験が長く、ちゃんと納得がいくことを話していただけるのなら資格にはそんなにこだわりません。要は、経験とそれを生かす気持ちの方でしょう。</p> <p>資格は誰でも取れます。でも、人間としてどうかという部分は資格の有無だけでは分からない。むしろ、その会社がどんな人間を使おうとしているかその背景の方がみたいです。ですから、他の社員の動きも私なら見ます。そうすれば、だいたい店舗とその店の店長の考えが見えますから。社員一人がどんなに頑張ったって、報いる気のない経営者が居るような感じだったら、そのお店とは付き合いません。</p>
16	—
17	—
18	—
19	お客様のニーズに合わせての適切な対応。
20	—
21	—
22	消費者の話を聞く力（理解力まとめ力）とそれをまとめて回りに伝える力（文章力）。

【問18】

人材育成に必要な研修	
1	—
2	社内・社外勉強会 業界の全体像や未来像、またスキルアップのための勉強を積んでいくうちに、自分自身の仕事と向き合い、成長したり、基本的なマナーも身についてくるのではないかと思います。
3	社内・社外のレクリエーション。外部からコーチングを入れてみては。
4	シミュレーション研修。
5	社内・社外研修。
6	社外の勉強会などは良いと思う。レクリエーションは、社内のコミュニケーションを図るためにも、在った方がよいと思います。
7	上司の方が率先して実施してお手本を見せる、マナー・接遇などの社外研修。それ以外勤務態度などを給料に反映させる。 ex) 服装がきちんとしているか、接客態度、かかってきた電話を2コール以内にとっているか、など。
8	まずは社会人としてのマナー研修。いくら社内ですぐ上手に対応できていても社外でマナーが守れない人物は信用できません。
9	大きい会社であれば、社内・社外勉強会。小さな会社であれば、社長の理念を社内に浸透させる。
10	接客、マナー研修、社内レクリエーション。
11	—
12	社外セミナーの参加。
13	メンター制度。
14	レクリエーションでの勉強会。
15	経営者の理念の浸透が最初でしょう。どんな人間に売って欲しいのか、どんな人を買って欲しいのか、自分はどんなふう社員と付き合いたいのか。そして、見通しの共有。その上で、必要と思う研修をなされれば良いと思います。
16	社内研修、ボランティア、課内などでのコミュニケーション、社員旅行。
17	活発な意見交換、またそれができる雰囲気をつくる。
18	お客様に対するマナーの研修・説明能力・行動力・仕事（業務）に対する責任意識。
19	マナー研修、接客。
20	—
21	社内ではなく、不動産業界全体の勉強会を定期的に開く。
22	成功経験だと思うのですが。

【問 19】

望ましい報酬体系	
1	—
2	固定給。
3	実際に買ってくれたお客さんからアンケートを取るなどして、顧客満足度も歩合に取り入れれば良いのでは。また、上司・同僚・部下から見た評価も少し入れても良いかも。売上げだけで歩合を決めるのはどうかと思う。
4	固定給+出来高ボーナス。
5	固定給（最低賃金）と歩合制を合わせた給料体系。
6	基本給+成功報酬。
7	基本は固定給である程度の期間で査定がプラスされる。
8	固定給が理想です。歩合制だとは自分のために仕事をしてしまいそうです。短いスパンだけで見れば、歩合でも良いかもしれませんが、業界全体で長い目で見れば、お客様の立場に立ち、信頼を得ていく方がはるかに大切だと思います。
9	自分が雇い主であれば「歩合制」、自分が従業員であれば「固定給」。
10	固定給+歩合制。
11	固定給+歩合制。
12	固定給。昇格を目指すのでモチベーションが上がらないとは考えられません。
13	固定給プラス成果給。
14	高額な固定給に歩合制をプラス。
15	まずは「喰うための」金額は必要です。「喰えなくなる」と思わせるような給与体系は、モチベーションを下げます。だから固定の部分と歩合の部分と作れば良いと思いますし、歩合の部分もある一定の成果を上げられない社員が居たらその原因や手法を検討し直すといいと思います。（社員を叩くのではなく、何故、上げてくれないのか、その背景を見るべきだということです）もし、歩合で成果を非常に上げる人が居ても、それが会社の理念やコンプライアンスを逸脱するような行為の上にあったら意味がないと思いますし。売れたから喜ぶ、といった体制も見直していけたらいいのではないのでしょうか。
16	固定給+インセンティブ。固定給も売上げ、資格などによってがんばった分だけ固定給も上がるようにする。上がった分の固定給の審査はこまめにする。歩合ほどの金額でなくてもそれにインセンティブが付けば頑張り甲斐も出てくるかなと思うのですが。
17	歩合制。
18	固定給にプラス能力給、実績分の手当て（これだけ給料を頂いているのだから、しっかり勤務しなければならないという意識が必要）。
19	年俸制にし、売上げにより達成した人にはボーナスを3か月に一回支給。
20	固定・歩合、半々で。成果があがらなかつたら即×では、気持ちに余裕がなくなりそうです。所で、カネにならない仕事はやらないとか、情報隠しするというのは、人間としてどうかと。歩合制自体の欠点でなく、そういう人を雇用しているということではないのでしょうか。正当な評価システムは難しいので、正当に評価するために手を尽くしているという、会社側の姿勢をみせると多少納得するかもしれません。
21	給料は固定給で、ボーナス時に歩合制を取り入れる体系。
22	固定給7割と歩合給3割、事務所全体の売上げを毎月常に全員に知らせ、ボーナスの時には個人の歩合給と事務所全体の売上げを全員にちゃんと反映させる。

【問20】

	人材定着と信頼度アップのための施策1	人材定着と信頼度アップのための施策2	人材定着と信頼度アップのための施策3	人材定着と信頼度アップのための施策4
1	1	2	3	4
2	1	2	5	7
3	7	1	5	2
4	5	2	1	4
5	2	1	5	3
6	1	5	6	8
7	1	2	6	4
8	4	1	5	2
9	8	1	5	4
10	1	2	3	4
11	1	2	6	3
12	1	2	3	4
13	5	1	4	4
14	1	5	7	6
15	2	3	-	-
16	1	2	5	6
17	1	2	7	8
18	1	4	3	2
19	4	1	2	3
20	1	4	6	7
21	1	2	6	4
22	1	2	6	4

【選択肢】

- 1 不適格・悪徳・無免許業者の取り締まり強化
- 2 もっと人間教育に重きを置き、社員一人一人が消費者から信頼されるためのビジネスマナーやヒアリング能力を高める
- 3 次世代育成のため、一般消費者や中高大学での不動産に関する知識を養える機会をつくる
- 4 インターシップ制を取り入れ、就職前に業務体験する機会をつくる
- 5 結婚・出産で辞めない・退職しても復帰できる復職支援体制をつくる
- 6 売買時の重要説明事項の説明内容をもっと増やすべき／もっと減らすべき
- 7 もっとTVCMやメディアを使ってイメージアップを図るべき
- 8 会社の信条・倫理規定を理想高く掲げている

【問20】

	人材定着と信頼度アップのための施策5	人材定着と信頼度アップのための施策6	人材定着と信頼度アップのための施策7	人材定着と信頼度アップのための施策8
1	5	6	7	8
2	3	6	8	4
3	3	6	6	8
4	3	6	8	7
5	4	7	8	6
6	3	2	4	7
7	3	5	7	8
8	3	7	8	6
9	6	7	3	2
10	5	6	7	8
11	4	5	8	7
12	5	6	7	8
13	2	6	7	3
14	4	2	3	8
15	-	-	-	1
16	5	7	3	4
17	4	6	8	5
18	5	6	8	7
19	5	6	7	8
20	5	2	3	8
21	5	7	3	8
22	3	5	8	7

【選択肢】

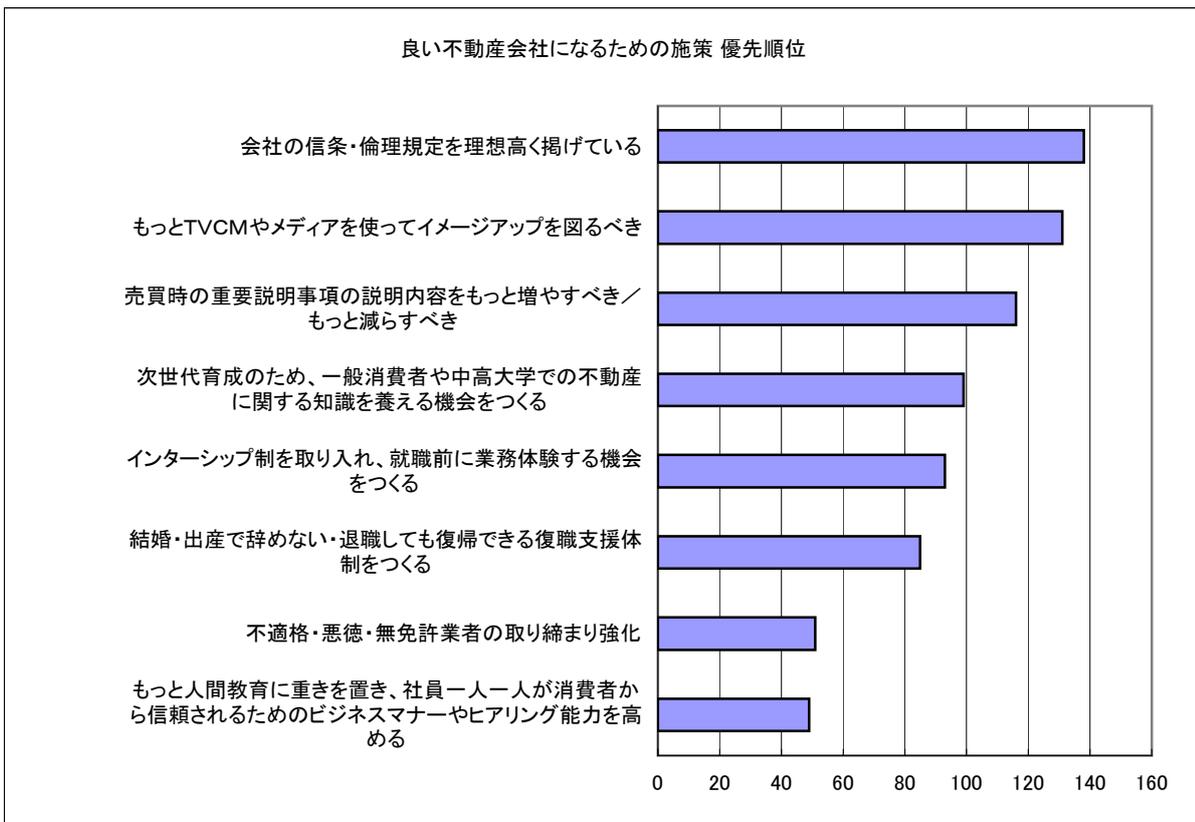
- 1 不適格・悪徳・無免許業者の取り締まり強化
- 2 もっと人間教育に重きを置き、社員一人一人が消費者から信頼されるためのビジネスマナーやヒアリング能力を高める
- 3 次世代育成のため、一般消費者や中高大学での不動産に関する知識を養える機会をつくる
- 4 インターシップ制を取り入れ、就職前に業務体験する機会をつくる
- 5 結婚・出産で辞めない・退職しても復帰できる復職支援体制をつくる
- 6 売買時の重要説明事項の説明内容をもっと増やすべき／もっと減らすべき
- 7 もっとTVCMやメディアを使ってイメージアップを図るべき
- 8 会社の信条・倫理規定を理想高く掲げている

【良い不動産会社になるための施策・優先順位】

データ	集計
合計 / 問20人材定着と信頼度アップのための施策1	51
合計 / 問20人材定着と信頼度アップのための施策2	49
合計 / 問20人材定着と信頼度アップのための施策3	99
合計 / 問20人材定着と信頼度アップのための施策4	93
合計 / 問20人材定着と信頼度アップのための施策5	85
合計 / 問20人材定着と信頼度アップのための施策6	116
合計 / 問20人材定着と信頼度アップのための施策7	131
合計 / 問20人材定着と信頼度アップのための施策8	138

もっと人間教育に重きを置き、社員一人一人が消費者から信頼されるためのビジネスマナーやヒアリング能力を高める	49
不適格・悪徳・無免許業者の取り締まり強化	51
結婚・出産で辞めない・退職しても復帰できる復職支援体制をつくる	85
インターシップ制を取り入れ、就職前に業務体験する機会をつくる	93
次世代育成のため、一般消費者や中高大学での不動産に関する知識を養える機会をつくる	99
売買時の重要説明事項の説明内容をもっと増やすべき／もっと減らすべき	116
もっとTVCMやメディアを使ってイメージアップを図るべき	131
会社の信条・倫理規定を理想高く掲げている	138

※データは、各項目に対して1位～8位の数値で回答されています。
 そのため、各項目に入力された合計値を算出し、合計値の低いものほど
 ランクが上(優先順位が上位)と判断しました



【問21】

	不動産会社との接触経験	具体的な接触経験
1	賃貸	—
2	賃貸	会社によって接客のイメージは違います。名前が良く知られている大手は、基本的なマナーはきちんとできていて情報も豊か。知名度が中途半端な会社は内容もしかり。街に1件しかないような地元根付いた会社は、最初は入りづらいけれど濃い情報を得られるなど。
3	賃貸	最初のアンケート回答と重なるので割愛。賃貸はわりと信頼しやすい。新築のマンションや一戸建ての専門業者は余裕のない雰囲気。
4	両方	社員の人が良い。話をするのが苦にならない。
5	賃貸	対応はよく、親切でした。契約時に色々説明されるが、一気に説明され理解していたか不明です。今のところ問題はないですが、重要事項説明というのものも、義務的にされているので、お客の立場でされているのかは不明でした。
6	賃貸	もっと親身になって対応して欲しかった。
7	持ち家	売りっぱなし。
8	賃貸	対応してくれたのは30~40代女性でした。その地域に住み、買い物や通勤にも便利であると教えてくれました。家賃は高めでしたが、とても良い物件に住むことができました。
9	賃貸	以前、家族がマンションを建てるためにオーナーとして接触。現在は不動産会社と接触する機会が多いですが、私たちとお付き合いがある不動産会社の方々は真面目で親切丁寧、明るい方たちばかりです。
10	両方	賃貸の時に接触した不動産屋は、親切だった。しかし、家を建てる時に最初に訪ねた住宅会社は、出来ないことを出来るようにいい、結果的に予定していた期日に間に合わなくなり、別の会社に変えた。そこも、こちらとしては、一生に一度くらいの大きな買い物なのに、軽くあしらわれて、親身になってくれない感じがした。
11	持ち家	こちらの要望とは違う物件を薦めてきて感じが悪かった。複数の不動産会社に声を掛けるのが悪い気がして、ひとつの不動産会社で出ている物件を全て見ることが出来れば良いと思いました。
12	賃貸	上記を選択しましたが、不動産会社と接触したことはありません。
13	両方	—
14	賃貸	会社、担当者により対応は様々。親切に対応してくれた人もいれば、いい加減な人もいた、最後は顧客のために自分の労力を惜しまない人が良い物件を探し出してくれた。
15	持ち家	お願いした会社の方は大変良い方でした。後に、義父母が家を売る時も相談にのってもらい、事なきを得た経験もあります。相手の状況を良く見て、無理は言わない。よいと思う提案には十分な根拠を添えて提案してくる態度に好感を覚えましたし、良い取引をさせて頂いたと思っています。
16	賃貸	なんとなくとつきにくい印象があります。引越しが多かったのもとても良い会社もありましたが一番ひどかったのは退去のときに怖そうな男性が3人も来て鍵を返すだけと思っていたので怖かったです。(当時一人暮らしだったので)。小さな不動産屋ではなかったのですが、1~2年しか住んでいないのに敷金が笑うほどしか返ってきませんでした。
17	持ち家	比較的若い人だったが、知識も豊富で信頼できる感じがした。
18	賃貸	何度もアパートを引越しました。引越しをする理由は、それぞれ違いますが、都度感じたことは、CMなどで知名度がある会社は、メンテナンスなどもしっかりしており物件も安心して使用出来る。家賃はやや高いものの、フォローがある点を考えれば仕方ないと思いました。逆に、地域に密着した不動産会社(昔から地元の人には知られているような会社)は、大家さんとの関わりが微妙だったので直接、大家さんと交渉をしたこともあります。貸すまでは、余計なことまで心配してくれますが、決まってしまうからはノータッチです。いざ、退出となると態度が変わり、壁紙、トイレ・台所の清掃を言われたこともあります。敷金・礼金はきちんと支払って入居しているので、それでクリーニング代がまかなえると思っていましたが、掃除して引渡しにもかかわらず、クリーニング代として5万円ほど払った記憶があります。その場で現金を払ったのですが、払った瞬間からまた態度が変わり、どこに引越すのか。紹介してあげるなど、しつこい質問に合いました。さすがに『あなたの態度が』と言える状況ではなかったと言われたまま退室した経験があります。

19	持ち家	不動産を決めるまでは、非常に熱心だった。購入後、近隣でトラブルがあった時に対応してくれず態度が一変した。
20	賃 貸	現在のところは、契約をした不動産屋が夜逃げ状態で、他の不動産屋に引き継がれた形です。引継ぎ先も、当初こちらとの契約書もない様子で、要領を得なくて、お互い困りました。今は、契約更新時のみ、お付き合いしています。初回、色々頼んでもレスポンスが悪かったので、今は、あまりモノを頼む気がしません。
21	賃 貸	以前、街の不動産屋に接触した経験は最初書いた通りだが、今住んでいる賃貸マンションを借りるときに接触した不動産屋は大手不動産会社だった。その担当者は女性で同年代だったが、それまでで一番好印象だった。本音で対応してくれている感じがして、こちらの要望も聞き入れて熱心に物件を探してくれた。
22	賃 貸	私（20代女性）が夫と住むアパートの契約をしようとしたら「ご主人を連れてきて下さい」と再三言われ、非常に腹立たしい思いをした。

【単純集計】

不動産会社との接触経験	
賃 貸	14
持ち家	5
両 方	3
売 却	0
総 計	22

【問22】

	頼みたい 不動産 会社	不動産会社規模についての理由
1	大手	—
2	大手	家族があるので安心感を一番に得たい。
3	地場	地元の良いところ悪いところを知っている。マンション見学の際に、地元の反対運動団体のHPの存在は、マンション業者は一言も言わなかった。
4	地場	生の情報を持っている。
5	地場	インターネットなどが普及しているので、情報は中小にも流れていると考え、信用の問題で地場不動産会社。大手は、部署、転勤などで、責任の所在がはっきりしないこともある。
6	地場	大手の全国チェーン展開している不動産会社で物件を探すより、格安で良い物件が見つかりそう。地域に強いのは地域密着型の不動産会社のように思えるため。
7	地場	どちらかといえば地場で長年活動している会社の方が信頼できそう
8	地場	その地域のことを良く知っていそうだから。何かあっても担当者がいなくなるのがなさそうだから。
9	地場	地域に根強い方が、生活環境などの知識も豊富で、大家さんとのコミュニケーションもよくとれているから。
10	地場	地場であればどこでもよいということではないが、地域のことをよく知っていて、親身になってくれる人がいる会社に頼みたい。
11	地場	地元のことを良く知っていると思うので。
12	大手	TVCMなどで、なじみやすいから。
13	地場	情報が豊富。地域での信頼を売りにしているので、顧客に対して誠実な印象。
14	大手	名前にキズは付けられないはず。
15	地場	地域の状況を知りたいので、情報を持っていそうな業者が良いですね。学校のこと・病院のこと・地域の人たちの地域に対する感想を知っている・地域の変化にきちんと興味を持っている・そんな業者が良いんじゃないですか。大手の支店でも、中小でも（メリットばかりを強調するより、デメリットも知って一緒に悩める方が良いですね、地域で一緒に生きていくわけですから）。
16	地場	話しやすい雰囲気がある。住んでから質問などあったても気軽に対応してくれそう。
17	地場	地元の情報に詳しいと思うし、細かい対応が期待できる
18	大手	マニュアルがしっかりしている所がいいと感じます。苦情だけをきちんと受ける部門があったりするので、借りる場合の担当者と、隣室がうるさい・自分の駐車場に知らない車が止まっているなどの処理してくれる担当者が違いました。地域密着型の不動産会社は、親身な点はあると思いますが、私にとっては余計なお世話と感じます。年齢的に、お母さんが娘の部屋の心配をするといった感じでしょうか。どの部屋を寝室に使うなど、使う・借りるのは「お客様」という認識が甘いと思います。
19	地場	地域の情報があり、適切なアドバイスをしてくれると思う。また何か問題があっても、対応してくれそうである。
20	大手	何かあったときに強いかなと思うので。
21	大手	少し前に中古分譲マンションを探した時期があり、その時も大手不動産会社にお世話になった。担当者は同年代男性で、非常に印象が良かった。接客態度も良く、電話やFAXでのやり取りも不快に感じたことは一度もなかった。先方に利益がない、新築物件情報も丁寧に調べて報告してくれた。もし購入するのならこういう人を介した方が良く夫婦で話した。その後、事情も変わり購入予定がなくなったが、もし購入することになったら是非その方に担当してもらいたいと思う。
22	地場	その土地の事情に詳しいから（でもどちらにも行くと思います）。

【単純集計】

頼みたい不動産会社	大手	7	総 計	22
	地場	15		

【問23】

勉強する場を広げるためには	
1	—
2	不動産について学べる大学を増やし、社内でも知識向上のための研修に力を入れるべきだと思います。
3	地域に気軽に相談できるFPがいると嬉しい。また、その存在のアピールの必要も。
4	専門学校（オンライン含む）の創設。
5	社員のために、大学で不動産学部ができるのはいいと思います。通信制度や社会人入試枠などがあるといいと思います。他に専門学校も。また、公民館などで一般の方向けにセミナーなども多くあってもいいと思います。その時に社員も参加して、消費者がどんな気持ちを多く持っているかをしるのもいいと思います。
6	不動産知識を有する人間が、就職、転職の際に有利になるようになれば勉強の場も増えてくるとは思います。専門的な分野のため、そこまで必要とされない場合が多いのかもしれませんが、もっと不動産に関する知識が身近に活用出来るような環境があれば、勉強の機会も増えるのだと思います。
7	市民講座のようなかたちで普通の人でも受講できる場があれば良いと思う。ネット講座でも可。
8	会社に勤めながら学べるシステム。通信教育等。
9	インターネットやメディアを活用する。
10	地域でミニセミナーや講演会、イベントなどを行う。
11	—
12	子どもの頃からの、基礎学習。
13	社会人向け専門教育機関の充実。
14	社員に勉強する時間を会社が与える。
15	問題意識を持つ、会社や従業員たちでまず話し合ってみてはいかが。横のつながりを、まず持たれてはいかがかと思います。『大学ですか。どうですかねえ。』社会人がよく学ぶみたいではあります。
16	消費者が気軽に参加できるセミナーなどの開催。
17	自治体で勉強会の機会をもうける。
18	まずは、自分の会社はどう思われているのだろうかという感覚を持って欲しい。自分のところが一番なのではなく同業者同士、勉強が必要なのではないのでしょうか。わが道を行くのはいいですが、それが必ずとも顧客満足に繋がっているとは限りません。関係した不動産会社に気兼ねなく、借りている現状の問題点をあげることが出来るシステムなどあれば利用します。簡単なアンケート調査でも構わないのではないのでしょうか。とにかく、お客様のニーズを聞く体制を取ることを最初にやるべきだと思います。入居者様は、家賃を払ってくれる大切なお客様で、要望にあった部屋であれば何年でも住み続けようと思うものです。
19	不動産会社毎にきちんとした研修制度を確立。不動産業界で研修センターを作り、そこで専門知識を学んだり、営業の経験などができるようにする。講師には専門分野の講師や有能な不動産営業マンを抜擢し、優秀な人材を育てていく。
20	プロ向けは分かりません。就業時間中に勉強する時間を会社が取ってくれるのが理想かな。自分には、業界団体が主催する、市民講座みたいなものが良いです。短期集中で希望者が安価に勉強できそう。リクルートのもの、行ってみようかなと思っていたのですが。
21	県や区の情報誌に掲載されている定期講座が良いと思う。県や区の施設を使用するので施設使用料も安いし、例えば、全10回というように日程を決めて募集すると、社会人も受講しやすいと思う。
22	これから不動産を取得したい人、取得したばかりの人向けの勉強機会が一番効果的だと思います。特に不動産契約をしてくれた人向けに幅広く勉強する機会（無料勉強会）やテキストの無料送付を行うとよいのでは。

【問24】

憧れの業界になるためには	
1	—
2	わかりやすくいえば、目標となれる生き生きと働いている女性の存在。美容業界や職場に女性の多い業界で感じる、きれいで福利厚生が充実していて、就業体制にゆとりのあるイメージ。
3	やっぱりイメージではないでしょうか。月9でドラマでもやると良いのでは。
4	社会への貢献度を分かりやすく伝えること。業界についてのマーケティング。いまは、言葉だけは華やかだけれど、どこか嘘くさい広告で溢れている。キレイな言葉で飾ることに重点を置きすぎず、住まいとは何かを誠実に考え、それぞれの会社がオリジナリティを持って発信すること。色々な意見があっというし、それが然るべき姿だから。
5	不動産を単に売るだけでなく、建築会社などとタイアップして、住む方のための不動産の総合アドバイザーとして宅建知識はもちろん、建築デザインなどもある人材へと成長してもらい、会社の中でも必要な一員として、結婚・出産・子育て中も、お客様の不動産アドバイザーとして時間に縛られない働き方ができるといいなと思います。
6	女子大生や子供が憧れるような、不動産業界でのサクセスストーリーを何らかの方法で配信して、憧れの職業というイメージ作りを手がける。花形と呼ばれる職業はいつでも子供や、女子大生の憧れであるのは当たり前前のことではありますが、そういったイメージ作りも大切であると思う。
7	職場体験など仕事の内容について知る機会があればよい。
8	小学生の場合は、建物を建てる流れをわかりやすく説明できるTV番組などがあると良いと思いました。バラエティ番組と組み合わせると。個人的に好きなのは、TVチャンピオンです。建物が作られていく様子が（一部ですが）伝わります。小さい子向けですが、12chの朝の子ども番組にある「ボブとブーブーズ」という番組も楽しいです。夏休み等に、小学生向けのイベントはいかがでしょう。企画から設計、資材集め、建築の流れを3日ほどで体験できる本格的なものから（子どもは秘密基地が大好きです）、その場で一部を体験できる単発のものなど。中学生や高校生でも良いと思います。レベルに合わせて不動産・建築に触れあう機会を作ると良いと思います。女子大生の場合は、やりがいと働きやすさです。子供がいても続けられる仕組みがあり、会社全体（社員全員）に浸透していることです。
9	明るい職場作り・店舗のイメージも明るく、不動産業界のイメージを明るくする。
10	明るくクリーンなイメージ。かわいいキャラクターやイメージカラーなど、見た目も重要。
11	—
12	顧客から喜んでもらえる
13	現在業界で勤務している人たちが、ロールモデルとして輝いて仕事をしていること。例えば親の自宅購入、自分の下宿がしなどで若者も不動産会社と接する事も多い。そこで満足感があれば、「私もこういう仕事してみたい」と思うはず。
14	良心的な不動産屋のドラマを作る。例えば、イメージは『さざえさん』に出て来る花沢不動産のような業者。
15	小学生には、不動産業界の仕事は全く「見えない」と思います。子供は、見えない仕事は全く分かりません。だから、手っ取り早く目に見える、アイドルだの芸能人だのゲームのプログラマーだのと言いつつ出するのは無理があると思いますが、何か、見せられるような仕事があるならば、職場体験などを通してアピールされるといいと思います。不動産業の仕事は、私でもよく分からないくらいですから、すごく「見えない」商売なのです。買うとき：売るとき、一時だけ関わる方々なので。 こういう仕事は、憧れを持ってするというよりは、看護師や介護士のように、地域の役に立っている・買う人売る人の役に立っている、心に沿っている、将来の日本、将来の地球をイメージして活動している等のイメージをきちんとつけて行かれるのがいいと思います。例えば、うちの近所で大規模の住宅の造成がありました。そこは、もともと大きな雑木林だったのですが、不動産業者の小ずるい計略に市がまんまと罠にかかり、本来なら残されるはずだった雑木林が全て、家が変わってしまいました。そういう事例を見たら、その周りに住む人たちは皆、「不動産業者というやつは…」と思いますよね。また、これは神奈川のあるところで見たのですが、やはり景勝豊かな土地に、その景観を破壊して大型マンションを建てようという計画があるそうです。周辺では大反対で、たくさんの看板が立てられ、未だに話が進展していないようです。ああいうのを見てしまうと、将来を見越しての行為なのか、疑わしくなります。他にも、「〇〇不動産はオソロシイ会社だ」という看板を掲げてあった反対運動なども見ました。こうしたことが、不動産業者の見通しを暗くしていくのだと思います。

16	CM・インターンシップ等、女性社員がイキイキとおしゃれに働いている環境にすること（どうも抽象的すぎみません）。
17	堅苦しい、古いイメージをこわす努力をする。
18	不動産に関する明るいニュース。怪しいというイメージから脱皮するような戦略づくり。資格を持つ強みが出れば、若い人にも興味を持ってもらえると思う。興味を持ってもらえるということは、給料が高いからという理由で就職するのではなく、不動産に関して、色々な角度から真剣に考えてくれるはずだと思います。仕事をしていて、「極めている」ということからくる自信というものは大きいと感じます。
19	イメージの改革。
20	小学生には、人が安心して暮らせるための土台となる「家」を、造ったり売ったり紹介したりする大事な仕事だと伝える。女子大生には、結婚・子育てと自己実現が両立でき、優秀ならば報酬も高く、たくさんの人から感謝を受けられるという貴重な仕事です、とアピールしましょうか。
21	まず、大人たちが持っているダークなイメージを払拭しなければならないだろう。私たち世代でも、不動産屋さん＝金満主義みたいなイメージが根強くあると思う。仕事も昔からのやり方ではなく、新しい風を吹き込むような人材が必要だと思う。
22	子供が憧れるのは夢なので難しいと思いますが、環境に配慮した開発が必要だと思います。女子大生は自分の力が反映できる（男女平等の立場と給与体系の準備）が必要だと思います。

国土交通省委託業務
不動産流通業における人材育成活動に関する調査研究報告書

平成20年3月28日発行

発行 財団法人 不動産流通近代化センター
不動産流通センター研究所 研究部

〒170-6065 東京都豊島区東池袋3丁目1番1号
(サンシャイン60・32階)
電話 (03) 3986-0575 (代表)
(03) 3986-8162 (研究部)
