

ハトマークグループにおける 中長期的ビジョンについて

2018年11月8日

公益社団法人全国宅地建物取引業協会連合会

全宅連は2014年にハトマークグループビジョンを策定

ハトマークグループ・ビジョンが必要なわけ

人口・世帯数の減少時代が到来し、不動産を取り巻く市場環境もより厳しい時代となります。その一方、消費者のライフスタイルは多様化し、不動産取引に求める安全・安心は一層の高まりを見せています。

このような環境の中、ハトマークグループは、自らの強みを活かし、弱みを克服し、地域が笑顔となる感動のサービスを提供し続けなければならないと認識し、それに向けた継続的な取り組みを行っていくため、ハトマークグループ・ビジョンを作成しました。

「みんなの笑顔」とは

「みんなの笑顔」とは「消費者の笑顔」「地域の生活者の笑顔」「地域コミュニティの笑顔」を指します。このような環境の中、ハトマークグループは、自らの強みを活かし、弱みを克服し、地域が笑顔となる感動のサービスを提供し続けなければならないと認識し、それに向けた継続的な取り組みを行っていくため、ハトマークグループ・ビジョンを作成しました。



「生活サポートのパートナー」とは

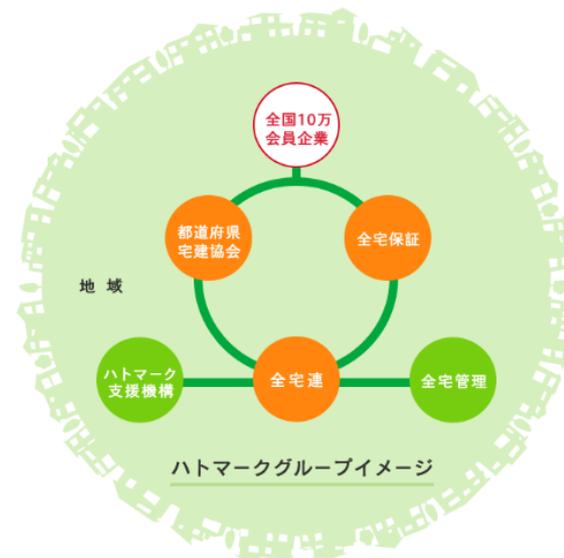
私たちの強みは「地域に密着していること」です。それがハトマークグループ会員の最大の武器となります。その強みを活かし、地域で行われるさまざまな事業の担い手となり、よろず相談の窓口となることで、地域の生活全般をサポートするパートナーとなることを目指します。



ハトマークグループ10年後の理想の姿

私たちハトマークグループは、みんなを笑顔にするために地域に寄り添い、生活サポートのパートナーになることを目指します。

「地域」を顧客と捉え、ハトマーク会員が継続して地域まもり・家まもり・資産まもりのお手伝いを行い、顧客満足度を越えた感動のサービス提供で、「消費者の笑顔」「地域生活者の笑顔」「地域コミュニティの笑顔」を実現します。



全宅連はハトマークグループビジョン2020を策定①

ハトマーク・グループビジョン

私たちが目指す理想の姿とそれに向けた取り組み

私たち、「ハトマークグループ」は、みんなを笑顔にするために、地域に寄り添い、生活サポートのパートナーになることを目指します。

「地域」を顧客と捉え、ハトマーク会員が継続した地域まもり・家まもり・資産まもりのお手伝いを行い、顧客満足度を越えた感動のサービスにより「消費者の笑顔」「地域生活者の笑顔」「地域コミュニティの笑顔」を実現

「ハトマークグループ・ビジョン2020」

(第2期中期計画)の目的

全宅連第2期中期計画 ハトマークグループ・ビジョン2020

環境変化・事業経過に伴う新たな認識

顧客認識

顧客対象＝「みんな」をその地域で生活し諸活動する「地域生活者」とし、「消費者」「ハトマーク会員」「宅建協会」それぞれが「みんな」である。

経営資源認識

これまで培ってきた組織力やノウハウや制度、各種情報提供サイト、さらにはビジョンを体現する会員こそが経営資源である。

競争認識

「個者」が従来の意識を変革し、地域生活者に対して生活サポートのパートナーとなるための継続的努力が必要となる。

機会 (O)

- ①地域コミュニティ希薄化・居住ニーズ・ライフスタイルの多様化
- ②消費者の不動産リテラシー向上
- ③個人主体のキャリア開発、働き方改革
- ④相続税増税
- ⑤東京オリンピック
- ⑥業法に関連事業者と連携（土業との協調拡大）
- ⑦業者選択基準が知名度よりサービス内容、業者への期待
- ⑧空き家対策としての民泊参画
- ⑨住宅ローン低金利
- ⑩単身世帯、外国人増加
- ⑪女性の社会進出・従業員増加
- ⑫IT化進展
- ⑬公益法人としての行政・地元団体・地縁組織への影響力、宅建試験・法定講習実施、
- ⑭既存住宅活性化の流れ

脅威 (T)

- ①消費税増税、政策変化、取引書式不統一
- ②人口減少による取引機会減少、地価下落
- ③業者への期待（知識・提案）増加
- ④大手の寡占化、異業種参入、FC展開会社の攻勢
- ⑤ネット社会（IT進展、AI出現・仲介業不変）の進展
- ⑥事業承継問題、後継者不足
- ⑦東京オリンピック後の冷え込み
- ⑧人口減少による業者数減少の懸念
- ⑨他団体との入会競争激化・会員増加
- ⑩都市と地方の格差
- ⑪経営資源（財源、体制）不足による会員要求（PR、サイト等）の未達

強み (S)

- ①ハトマークブランド
- ②47協会体制、10万会員の多様性
- ③中小企業活躍、地域密着
- ④公益法人、業法に規定された唯一の団体
- ⑤行政・有識者等とのつながり（政策提言力・立案力・実現力）
- ⑥教育研修システム（キャリアパーソナルなど）
- ⑦データ・ノウハウ、契約書式等や報告書などの多様なコンテンツ
- ⑧ハトマークサイト運営
- ⑨ハトマークG（全宅管理、支援機構、全宅住宅ローン）の会員支援
- ⑩ハトマークGの後継員
- ⑪不動産総合研究所

弱み (W)

- ①不動産業界の根深いイメージの悪さ
- ②47宅建協会が別法人組織、公益法人での事業制約
- ③スケールメリットが活かされていない
- ④会員の大半が中小零細、会員格差、帰属意識薄い
- ⑤宅建協会、会員、消費者への情報伝達体制不足
- ⑥ハトマークの認知度の低さ、情報発信力不足
- ⑦ハトマークサイトの活用不足
- ⑧会員データ収集力・分析力不足
- ⑨全宅連財政基盤のぜい弱性
- ⑩会員業者の高齢化、後継者不足
- ⑪会員数減少（女性会員少ない、会員離職率高い）
- ⑫組織・経営のPDCA不回転
- ⑬政策の変化

ハトマークグループ・ビジョン

私たちが目指す理想の姿とそれに向けた取り組み

私たち、「ハトマークグループ」は、みんなを笑顔にするために、地域に寄り添い、生活サポートのパートナーになることを目指します。

「地域」を顧客と捉え、ハトマーク会員が継続した地域守り・家守り・資産守りのお手伝いを行い、顧客満足度を越えた感動のサービスにより「消費者の笑顔」「地域生活者の笑顔」「地域コミュニティの笑顔」を実現。

全宅連の理念

理想の姿



全宅連はハトマークグループビジョン2020を策定②

私たち、「ハトマークグループ」は、みんなを笑顔にするために、地域に寄り添い生活サポートのパートナーになることを目指します。

2017年 → 2020年 戦略課題及び具体的事業

戦略の柱

To 消費者

全国10万社のスケールを活かした地域生活者の豊かな住生活の実現

To ハトマーク会員

地域生活者に選ばれる
個者になるための実践

※「個者」とは…ハトマーク会員（会社）及び従事者（個人）を含みます。

To 宅建協会

ハトマークグループカ
強化のための取組

戦略のテーマ



「住生活をサポートする政策の実現」



「居住ニーズに応える住まいの情報発信・交流」



「人生を豊かにする住生活教育」



「持続的な事業環境の改善」



「地域貢献活動の向上を通じた
ハトマークブランドの確立」



「家守り・資産守り・地域守りに
応えるための人財育成」



「家守り・資産守り・地域守りに対応する組織変革」



「地域パートナーシップの構築」



「不動産業への就業者増加」

具体的事業

- ◆ 国民の住宅取得を支援するため土地宅税制の見直し
- ◆ 空き家対策・地方創生等のための各種規制緩和等
- ◆ 47協会連携による震災等大規模災害時における賃貸住宅の供給体制の整備

- ◆ 居住ニーズ多様化に対応した情報提供（含むサイト）の体制構築・実施
- ◆ 業界統一の取引書式制定
- ◆ ハトマークサイトの信頼性やハトマークサイトにしかない物件情報のPR
- ◆ 47協会連携による空き家・相続相談

- ◆ 消費者に対する住生活教育の実施

- ◆ 民間情報サイトとの提携
- ◆ 建築業界、金融機関等との連携強化
- ◆ 経営コンサル講座、ビジネスモデル策定支援
- ◆ マーケットデータの収集
- ◆ 会員の業態とニーズの把握
- ◆ 全宅管理、ハトマーク支援機構との連携強化

- ◆ 会員業者の成功事例を通じた啓発、PR展開
- ◆ 成功事例収集、事例発表会・表彰の実施
- ◆ 全国、地区連で一体的・効果的PRの展開

- ◆ 空き家対策の相談・提案
- ◆ 不動産キャリア形成
- ◆ 教育研修体系モデルの構築（資産守りが出来るスキル=FP等）
- ◆ タウンマネジメントスクールの実施
- ◆ 会員向けIT・AIへの対応

- ◆ 支部単位での地域守りのための活動への協力
- ◆ 女性・青年会員向けセミナーの実施、活用
- ◆ 協会ビジョン策定支援
- ◆ 一般社団法人協会の公益移行支援
- ◆ 組織的PR戦略の専門家の招聘・助言
- ◆ 全宅連と宅建協会の人事交流

- ◆ 地域内における関連業界・土業ネットワーク構築
- ◆ 地域経済団体（商工会議所等）・他業種（建築系団体等）と地域大学との情報交換
- ◆ ハトマークグループポータルサイトの一元化

- ◆ 不動産業界の魅力発信、就業のためのセミナー、出前授業の実施
- ◆ 開業支援研修パック

(各宅建協会におけるビジョン検討事例)

2017年ハトマークグループ埼玉県宅建協会版ビジョンを作成①



ハトマークグループ
埼玉県宅建協会版ビジョン

ダイジェスト版

2025年、 埼玉県宅建協会は ビジョン実現に 挑戦します！



公益社団法人 埼玉県宅地建物取引業協会

身近な専門的パートナーとして 価値ある地域社会と豊かなくらしの創造のために

公益社団法人 埼玉県宅地建物取引業協会
会長 内山 俊夫

本会は2017年に創立50周年を迎えます。本会は創設理念「会員の資質向上による業界発展、地域社会への貢献、消費者保護」を常に取り組んでまいりました。

この度、会員企業の更なる発展を目指すとともに協会のあるべき姿を再認識する為、10年先を見据えた「ビジョン」を策定させていただきました。不動産は情報産業であり、地域密着型産業です。「地域とともに歩む力」という会員の本来の強みを活かす「地域密着戦略」の取り組みを開始します。会員の皆様にはご理解とご協力を賜りますとともに、会員研修会への参加、不動産キャリアパーソンの取得、専門的知識の研鑽、法令遵守など、本会事業への積極的なご参加をよりしくお願い申し上げます。



「ハトマークグループ・埼玉県宅建協会版ビジョン」策定の意図

■ なぜ今？

低成長の日本経済の中、我々は取引の専門性向上、事業継承問題をはじめとする内的要因、IT化や大手の業務シェア拡大をはじめとする外的要因を起因とする経営課題を多く抱えています。このような時代だからこそビジョンを描き、具体的行動指針を示し、「生活者・会員・行政」三者の「Win-Win構築」を実現する必要があります。

■ 何のために？

- 協会は専門性高まる不動産取引を最前線で実践する会員の皆様のスキルアップサポートを実施し続けます。
- 協会は精度を高めた公益事業を実施するとともに、行政との有機的な繋がりを持つことで、会員企業の更なる信用、信頼の向上、同時にビジネスチャンス創出を実現します。
- 協会に関わる「ひとりひとり」がビジョンを理解し行動する必要があります。マイナス要因を積極的に解消するだけでなく、精度を高める事業を明確化し会員、生活者、行政（地域）の更なる発展を実現します。



今年度の重点項目 平成28・29年度の取り組み

ビジョン元年のスローガンは「クリーン！ビジョン！アクション！」

- ★ 会員ファーストの取り組み、ワンストップ営業力強化支援
- ★ 新不動産情報サイト『ハトラぶ』の推進とITスキル向上支援
- ★ 不動産キャリアパーソンなど人材育成事業推進
- ★ 法令遵守指導による会員コンプライアンス意識向上
- ★ 行政と連携し空き家バンク推進と住宅確保要配慮者の居住安定支援
- ★ 埼玉宅建協同組合による会員支援サービス充実と収益拡大

長期 (2022~2025)
プロバディマネージャー系
レベルアップ

中期 (2019~2021)
高度コンサル系
レベルアップ

短期 (2016~2018)
宅建業務・ネット系レベルアップ

ハトマークグループ・埼玉県宅建協会版ビジョン

ダイジェスト版 2017.4



～人と住まいをつなぎます～

公益社団法人 埼玉県宅地建物取引業協会

2017年ハトマークグループ埼玉県宅建協会版ビジョンを作成②



ハトマークグループ・埼玉県宅建協会版ビジョン
～ 2025年に目指す理想の姿とそれに向けた取り組み～

埼玉県宅建協会は、生活者・会員・行政のため、宅地建物取引の安全と公正確保に繋がる事業を推進し、地域密着で営業を行う会員の専門的知識・技能の向上などを通じて、生活者の安心・安全な宅地建物取引の実現に貢献してまいります。

埼玉県宅建協会が考えるビジネスモデル みんなの力で！回そう！Win-Win「ハトたまの輪」

協会は「生活者」のために

- 市町村と連携した不動産無料相談所による紛争の未然防止
- コンプライアンスの徹底と宅地建物取引知識の情報提供
- 子育て世代・高齢者、震災被災者などの居住支援
- 空き家、空き店舗、既存住宅の利・活用支援
- 資産有効活用・適正管理への相談等を実施

安心・安全、
困った時のハトマークブランド確立。

会員企業の
ビジネスチャンスを出します！

協会は「行政」とともに

- 空き家・空き店舗対策の連携と支援
- 自治会加入促進など地域コミュニティ支援
- 子育て世代・高齢者・外国人などの住宅確保要配慮者と震災被災者の居住支援
- 緑化・環境美化、防犯、暴力追放、不法投棄防止、振込詐欺被害防止、危険ドラッグ防止等を実施

行政が目指す住みやすい
「まち」実現を最前線でサポート。

「まち」に人が集まり、
会員企業のビジネスチャンスが増加！



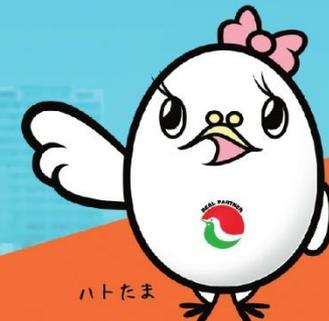
「Win-Win好循環サイクル」
本会が一方所にアクションを起こせば、すべてに反応があるという考え。しかし、効果的な「Win-Win好循環サイクル」は常に「三者」に対して行動し続ける必要があります。この理想的なWin-Win好循環サイクル実現の根拠には、会員企業の皆様のご理解とご協力が必要不可欠です。2025年の理想的な姿に向け、一緒に歩んでください。

協会は「会員」のために

- 新不動産情報サイト「ハトラぶ」の最高スペック不動産管理システムで情報流通支援
- 「地域一番店」としてのワンストップ営業の支援
- 宅地建物取引業法と関係法令のコンプライアンス徹底
- 事業承継プログラムの実施による後継者問題の解消
- 女性活躍・多様な働き方推進、会員ネットワーク強化
- 不動産キャリアパーソンの取得促進
- ITスキルなど専門的知識の研修
- 空き家バンクへの協力と既存住宅市場の活性化への取組
- 経営バックアップとキャリア支援等を実施

不安の無い企業経営と安心、
安全な取引の実現。

地域で根差すハトマークブランド企業への安心感
＝生活者からの信用・信頼



私たち「ハトマークグループ」は、
みんなを笑顔にするために、
地域に寄り添い、生活サポートの
パートナーになることを目指します。

ハトマークビジョンの実践事例① 不動産業者のためのタウンマネジメントスクール開催

公益社団法人埼玉県宅地建物取引業協会

不動産業者のための「タウンマネジメント・スクール」を開催

「負」動産を「豊」動産に。
宅建業者が空き家再生を通じ地域活性化の原動力へ

(1日目)

	プログラム
	主催者挨拶 埼玉宅建・内山俊夫会長 全宅連不動産総研・武井建治所長
90分	基調講演「不動産業のこれから進む方向について」清水千弘教授（日本大学スポーツ科学部）
10分	埼玉宅建ビジョン 埼玉宅建・奥山寛副専務理事
30分	現状分析 不動産市場の動向 全宅連不動産総研・岡崎卓也氏
50分	チームディスカッション① テーマ「10年後の市場予測」
60分	講演①「地域の価値向上の取り組み-既存建物の活用によるエリア価値向上とBuyLocal運動-」小山隆輝氏（丸順不動産㈱代表取締役）
60分	講演②「地域の価値向上の取り組み-地域貢献を通じて空き家・空き室を解消する」杉本浩司氏（㈱エスエストラスト代表取締役）
50分	チームディスカッション② テーマ「現状認識～顧客/経営資源/競争認識」
30分	各チーム発表

(2日目)

	プログラム
午前	リノベーションまちづくり現地見学 （草加市/谷中/入間市）
60分	講演③「リノベーションの手法～建築業との連携～木造空き家・アパートの新たな改修手法-」 連勇太郎氏（NPOモクチン企画代表理事）
40分	チームディスカッション③ テーマ「経営課題を明らかにする」
60分	講演④「リノベーションにおける資金調達のコ考え方」 栗本唯氏（清陽通商㈱代表取締役）
50分	チームディスカッション④ 「目指すべき姿、今後の戦略」
45分	各チーム発表、講評
	参加者交流会・名刺交換会

タウンマネジメントスクール 研修プログラム
講義とチームディスカッションに現地見学を2日間に凝縮した。

公益社団法人埼玉県宅地建物取引業協会（以下「埼玉宅建」）は、2018年1月30日・31日の2日間にわたり「タウンマネジメント・スクール（以下「スクール」）を開催した。スクールでは、「地域資産の活用により空き家対策と地域の活性化に貢献できる高度な不動産人材を育成すること」及び「専門家とのネットワークの構築」を目的に、空き家の先進的な有効活用事例と手法を、その実践者から学習すると共に、現地視察やチームディスカッションを通じて理解と認識を深める研修プログラムとなっている。10年後の市場予測をもとに、中小不動産業者がどのような未来を描くことができるのか、年代や業種を超えて県内各エリアから72名の参加者が集まり、共通のゴールに向けて熱い議論を交わした。

研修プログラム（講演）



1日目講演①

既存建物の活用による
エリア価値向上と
Buy Local運動

講師：小山隆輝氏
（丸順不動産株式会社 代表取締役）



1日目講演②

地域貢献を通じて
空き家・空き室を解消する

講師：杉本浩司氏
（株式会社エスエストラスト 代表取締役）



2日目講演①

木造空き家・アパートの
新たな改修方法

講師：連 勇太郎氏
（NPO法人モクチン企画 代表理事）



2日目講演②

リノベーションにおける
資金調達の考え方

講師：栗本 唯氏
（清陽通商株式会社 代表取締役）

ハトマークビジョンの実践事例② 不動産業者のためのタウンマネジメントスクール開催

現地見学会（3コース）

埼玉・草加市
（埼玉宅建・
埼玉東支部 P106）



現地見学 — 第1コース「草加市」—

「そうかりノベーションまちづくり構想」
における草加市と不動産業者の取組み

草加市産業振興課、埼玉県宅建協会埼玉東支部

遊休資産のリノベーションによる地域を活性化する試みに、
不動産業者が主体的に関わり、行政と異業種（オーナー、建
築士等）との連携を図る取組み。

東京・谷中・千駄木
（株尚建 P120）



現地見学 — 第2コース「谷中・千駄木」—

空き店舗プロジェクト「Things.YANAKA」
谷中・千駄木の築古物件の再生

株式会社 尚建 代表取締役 徳山 明 氏

不動産業は人のやりたいことを叶えることを先に考えそれに
あった不動産を提供する「コトづくり」の信念でプロジェクト
を実行する。

埼玉・入間市
（株磯野商会 P112）



現地見学 — 第3コース「入間市」—

「ジョンソントウン」
歴史を継承したエリアのリノベーション

株式会社 磯野商会 代表取締役 磯野 達雄 氏

米軍ハウスをリノベーションして残したアメリカの郊外のような
街並み“ジョンソントウン”。歴史を継承しつつ美しい景観を
持った街並みを生み出している。

ハトマークビジョンの実践事例③ 不動産業者のためのタウンマネジメントスクール開催

研修プログラム (チームディスカッション)

目的

・10年後の住宅市場と不動産業界を予測し、まちづくりや地域活性化の視点から中小宅建業者として進むべき方向について考える

1日目

テーマ①

「10年後の市場を予測する」・・・需要予測、供給予測、業界、経済状況、技術革新、消費者意識の変化

テーマ②

「現状認識」・・・3C分析 (顧客、経営資源認識、競争認識)

2日目

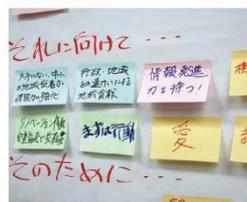
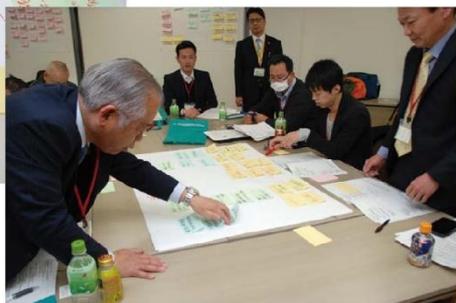
テーマ③

「経営課題を明らかにする」・・・SWOT分析 (強み、弱み、機会、脅威)

テーマ④

「目指すべき姿、今後の戦略」・・・10年後の住宅市場は？そこに向けて目指すべき姿、そのために取り組むべきこと、とるべき戦略

グループ発表



ハトマークビジョンの実践事例④ タウンマネジメントスクール開催後の感想

草加市のように、不動産業者と建築士・企業家・銀行・市民等と一緒にまちづくりを行う講座を企画し実践したいと思った。特に良かったのは、草加市への現地見学で「そうかりノベーションまちづくり構想」の話が聞けた事。草加市のポイントは、主管が建築不動産関係部署でなく、産業振興商工部門が中心になり声かけしている点と、お互いのパワーを生かす気持ちと機会の場であると点だと思う。

地域での交流を持つことで専門家としての地域貢献ができ、そこからビジネスモデルを作ることに取り組むべきだと思います。

大規模なリノベーションをせずに、空き家・空き店舗の特性を見極め、小さな成功を積み重ね、地域の価値向上・活性化を目指したいと思います。自分自身も今後のビジョンをしっかりと考え、空き家ごとのストーリーを作り、地域住民・行政と連携して魅力ある街づくりを実践していきます。

今後の業界や社会状況が厳しくなると思われるが、中小の強みを自覚・発揮し、空き地や空き家の再生・活用を図り大手のやらない低価格、事業化困難な物件にも取り組み、地域ブランド力を高め、地域に貢献する会社として地域とともに業績を拡大できるよう頑張っていきたい。

スクールの受講者に概ね好評であり、
業界の将来に対する強い問題意識を共有

時代の流れを的確につかみ、ニーズを生み出すことができる様にならないといけないと思いました。ITやAIがより一層進歩する中で、求められる業者、会いたくなる人物(人格)にならないといけないと思いました。そのためには仕事を通じて人格を磨くべく、日頃の業務や仕事に対する姿勢を見直さなければいけないと思いました。

今回、参加して未来がとても不安になりました。しかし、そこには新たなビジネスがあると感じるようになりました。空き家活用を上手に行うことによって街を活性化させていく。それには行動、思い、協力が不可欠。現状すぐには行動に移せませんが力をつけて何年後かに実施していければ。

地元根づいた人脈づくりと専門性の高い人達との連携がとても必要だと思った。まさにタウンマネジメントというタイトルどおり、これからの不動産は個々の不動産を再生すると同時に街ぐるみでマネジメントする必要があると思いました。



将来の市場を予測し、そこから逆算して今すべきことを考えなければならないことにあらためて認識

ビジョンの策定後の将来像

今後、地域や行政からの期待はさらに高まり、**地域の不動産業者の社会的な介在価値や存在意義**はこれからますます重要になってくる。

清水千弘 日本大学スポーツ科学部教授（講評）



一人でも**地域のスター**が生まれると、その**地域は元気**になり、地域が元気になると自分も元気になり、そして儲かる。
地域の不動産業者は社会と地域の発展とともにある存在であり、そのスターになりうる存在。会員の中から、1人でも多くの**地域のローカルスター**が誕生することを期待。



地域のローカルスター育成プロジェクト

「地域守り・家守り・資産守り」を体現し、地域力のある会員を育成する取り組み

会員、行政、金融機関、建築等との連携を視野に、地元には根ざす不動産業者が、空き家や空き地などの地域資産を再生し、**ローカルスターとして活躍**することは、不動産業界を持続的に発展させる**新たなビジネスの種**になる。