

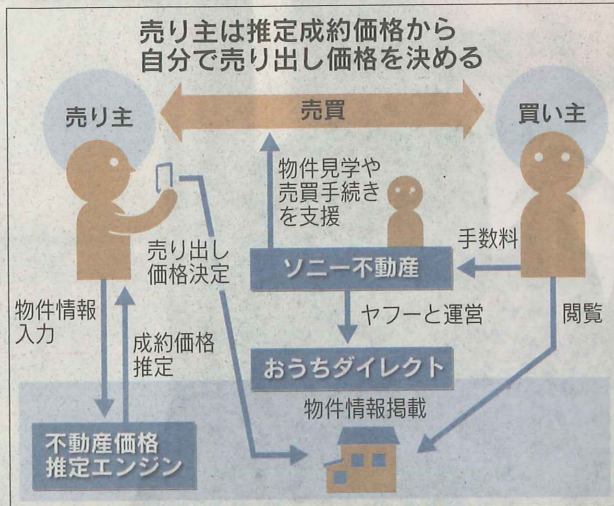
ヤフーとソニー不動産（東京・中央）は5日、個人がインターネットを使ってマンションを売買できるサービスを始めた。と発表した。仲介業者と消費者の間にあった物件情報の格差をIT（情報技術）の活用で解消。売り主が自分で決めた売却価格で買い主を探せるようになる。仲介業者頼みの現状に風穴を開け、中古不動産市場の活性化につなげられるか。

「オープンで公平な仕組みを作る」。記者会見したソニー不動産の西山和良社長は新しいサービス「おうちダイレクト」の意義をこう語った。まず東京都心6区のマンションを対象に立ち上げ、順次地域を広げる。

# 中古マンション自ら売る

## 個人間取引、仲介業者に頼らず

ヤフーとソニー系がサイト開設



マンションの所有者がサイトで登録すれば、購入希望者とネット上で交渉ができる仕組み。物件の見学や売買条件の調整、決済や物件の引き渡



## 業界慣行に一石

トラブル回避策など課題

産が支援。手数料は売り主を無料とし、買い主から「成約価格の3%+6万円」を受け取る。

新サービスの要となるのはソニー不動産がソニーと開発した人工知能による「不動産価格推定エンジン」だ。物件の立地や部屋の特徴といった情報を首都圏約5万棟のマンションの取引データに照らし合わせて推定成約価格をほじき出す。専門

知識や相場情報に乏しい消費者でも売り出し価格の目安がつかう。

加えて、買い主候補もまだ売り出されていない物件に関する購入希望を表明したり、売り出し中の物件の所有者に直接問い合わせたりすることが

既存のサービスで不動産会社から提供を受けた

既存のサービスで不動産会社から提供を受けた

（星正道、花井悠希）

は選択肢の広がる新サービスだが、一気に支持を得られるかは未知数だ。人生で最大の買い物である不動産に消費者の反応は敏感になる。特にネット上での取引には個人情報への扱い、売買成立後のトラブル対応など懸念材料がつきまとう。

例えば、横浜市で発覚したマンション傾斜問題など不測の事態にどう対応するのかが、「想定されるトラブルについては関係省庁や機関と日々詰めている」（西山氏）とは、日本はまだ1割強、人口減に伴う空き家の増加なども問題となるなか、ヤフーとソニー不動産が投じた一石は中古不動産市場を見直す契機になることは間違いない。

情報をネット上で発信しているヤフーに対し、業界団体の不動産流通経営協会は「自らが不動産の取引に関わるのは公平性が保たれない」と主張。

12月以降、住宅情報の提供をやめる。ヤフーの宮坂学社長は「消費者に中立なサービスにしたい」と話すものの、ヤフーの中立性を巡る問題が今後の火種となりかねない。

不動産の取引に占める中古物件の流通量が8割という欧米に比べ、