

- (2) 買い物件に関する情報検索手段
 - (A) アンケート調査による物件の特性別情報検索手段の利用傾向
 - (B) ヒアリング調査による情報検索手段の特徴
- 3 指定流通機構の利用状況と問題点
 - (1) 指定流通機構の利用状況と物件登録普及後の影響
 - (2) 指定流通機構の問題点
- 4 おわりに

はじめに

この研究報告は、不動産媒介の実態を知るため、東京、神奈川、埼玉、千葉、愛知、大阪、兵庫の7都府県において宅地建物取引業を営む一般の不動産業者について実施した郵送方式によるアンケート調査および面接方式によるヒアリング調査のデータに基づいてまとめたものである。

アンケート調査は、平成2年11～12月に、全国宅地建物取引業協会連合会および全日本不動産協会に属する上記都府県の業者（以下、大手業者と区別する必要がある場合には、「一般業者」と呼ぶ）2,014人に対して調査票を送付し、1,111人から回答を得て行われた（回答率55%）。そのうち集計の対象とした有効回答は、1,100通であった。

ヒアリング調査は、平成3年6～11月に、上記アンケート調査回答者のうちからその10パーセントにあたる110人を抽出して行われた。

これと平行して、東京、愛知、大阪の大手不動産会社39社に対してもアンケート調査およびヒアリング調査を実施し、一般業者に対する調査結果を分析するにあたって比較対照の資料とした。したがって、以下の報告では一般業者による不動産媒介と物件情報管理の実態について分析するが、大手業者に関する調査資料も随時参照することとしたい。

ところで、この調査研究に基づいて作成すべき報告書には膨大な紙数を要するので、ここでは第1章で不動産媒介の実態に関する上記調査結果の概要を述べ、そのうち不動産業者による物件情報の管理について第2章で詳しく述べることにしたい。なお、第2章で扱う物件情報の管理に関する諸問題については、共同研究者である五島が、平成3年11月の日本不動産学会学術講演会において、「不動産業者における物件情報の提供と管理」という標題で報告している。