HATOMARK VISION ISHIKAWA

ハトマーク・ビジョン
石川

私たち石川県宅建協会は、不動産取引の専門家である会員とともに、地域に寄り添い、地域の皆様とのふれあいを通じ、宅地建物取引業の適正な発展、安全安心で公正な取引の実現に努め、地域の皆様から気軽に相談できる真の存在（リアルパートナー）であり続けることを目指します。

その理想の姿を実現するため、地域とどう向き合い、どうあるべきか等について、現状を分析し、中長期的な視野で課題を抽出、解決のための戦略や方針を「ハトマーク・ビジョン石川」として取りまとめました。

今後の事業展開の道しるべとなる「ハトマーク・ビジョン石川」、このビジョンに基づき、地域に必要とされる存在であり続けるため、描く未来の実現に向けて、会員とともに取り組んで参ります。

提供：金沢市、石川県観光連盟

REAL PARTNER

50th ANNIVERSARY ISHIKAWA

公益社団法人

石川県宅地建物取引業協会

http://www.takken-ishikawa.or.jp/

ハトマーク・ビジョン策定の背景

なぜ今、ハトマーク・ビジョンが必要なのか？

人口・世帯数の減少、社会経済情勢の悪化、消費者の価値観・ライフスタイルの多様化、北陸新幹線開業による県内の住宅市場の変化など、不動産業界を取り巻く状況は大きな変化の時期を迎えています。半世紀という節目を迎えた今、私たち石川県宅建協会あるいは会員が、ハトマークグループの一員として、この時代を乗り越え、これからどうあるべきか、地域とどう関わっていくかなど、「地域に寄り添う真の存在（リアルパートナー）であり続ける」ための方針・戦略を考える必要がありました。

私たちを取り巻く環境の再確認

私たちが持っている独自の資源を最大限に活かし、地域を顧客として捉え、
人材を育てながら、真のリアルパートナーとして地域密着型のサービスを提供する。

私たちの認識	顧客認識	経営資源認識	競争認識
	●地域に住む生活者（地域住民）および地域社会そのもの ●会員業者（会員予備軍） ●地域行政（官公庁）や他業界団体及びその会員	●石川県内宅建業者の約85%を占める会員規模 ●能登～加賀まで県内を網羅する会員ネットワーク ●全国10万社のハトマークブランドのグループ力（全宅連、都道府県宅建協会等） ●会員ネットワークをより強固なものとする流通システム ●これまで培ってきた継続事業及び事業成果による外部からの信頼	●大手企業の県内進出、業務範囲の拡大 ●他業種からの新規参入 ●民間大手ポータルサイトなどの脅威 ●他業界団体への新規入会者の増加、既存会員の流出

SWOT分析結果			
強み Strengths	・石川県内宅建業者の約 85%を占める会員規模 ・能登～加賀まで県内を網羅する会員ネットワーク ・ハトマークグループの全国的なネットワーク ・地域密着型の取引形態 ・公益社団法人化後、より強化された行政との緊密連携 ・公益社団法人としての信頼 ・公益社団法人の会員としての受益の拡大 ・流通システムによる物件情報の蓄積 ・充実した人材育成（教育研修）制度 など	弱み Weaknesse	・会員数の減少（2007年969会員→2017年871会員） ・金沢一極集中型の会員分布（偏在） ・協会事業への参加意識、所属意識の希薄化 ・公益認定法による財務制限 ・高度情報化の進展による弊害 ・他団体への会員流出、他団体の会員増加 ・ポータルサイトの進化、物件情報量の増大 など
機会 Opportunities	・北陸新幹線開業、金沢以南延伸効果 ・既存住宅流通量の堅調な推移 ・環境対策、環境負荷の低減 ・民泊需要の高まり ・物件検索ツールの多様化 ・地盤の頑健性・耐震性への意識の高まり ・既存住宅やリフォーム市場に対する国策の充実 ・経済の回復基調 ・異業種間連携の萌芽 ・宅建主任者から宅建取引士への移行 ・創立50周年という節目の到来 など	脅威 Threats	・人口減少と高齢化世帯の増加 ・主たる住宅取得者層（世代）の減少 ・未婚・晩婚化による単身世帯の増加 ・在住外国人・外国人留学生の増加 ・空き家の増加 ・新築住宅着工件数の減少 ・他業種からの参入、大手企業の台頭 ・媒介スキームの脆弱化、衰退 ・地域間格差（地価・人口）の拡大 ・所得の減少 ・消費者の価値観多様化、情報量格差の縮減 ・民法改正による取引慣行の変容 など

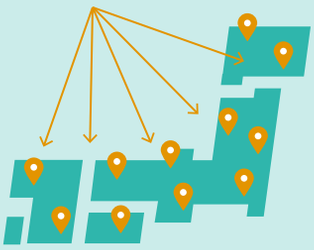
REAL PARTNER

ハトマークグループとは？

全宅連、47 都道府県宅建協会、全宅保証、全宅管理、ハトマーク支援機構などを含む、全国10万社の仲間、40万人の従事者を誇っている不動産業界最大のグループです。

目標を達成するための４つの柱

**理想の姿を実現するため、取り組むべき４つの柱を掲げ、
実行するための具体的な戦略・方針等の検討を行いました。**



スケールメリットを活かした情報共有と発信

全国では約10万社、県内では約900社という会員間ネットワークが私たちの最大の強みであり、大切な経営資源です。各々が地域に根差した取り組みを行い、その貴重な経験や情報を共有・発信することで、スケールメリットを最大限活かすことができます。

地域への貢献 ～信頼関係・ふれあいの強化～

人口減少・空き家率の上昇など地域の住生活を取り巻く状況が大きく変わりつつある中で、地域に密着できる中小不動産業の強みを活かし、長期的な視野から地域において不動産業が一定の役割を継続的に担うことが重要となってきます。そのため、日頃から地域に貢献し、地域の皆様との信頼関係・ふれあいを維持・強化することが大切です。

人材育成（教育研修）事業の充実

宅地建物取引業者及び宅地建物取引士は、安全な不動産取引を実現するために法的な責任を負い、経験を積み重ね、専門的な知識を駆使して業務にあたっており、専門家を育成するための継続的な人材育成は不可欠です。

組織及び財務基盤（プラットフォーム）の維持・強化

人口減少、高齢化の進展等の影響により、今後、石川県宅建協会の会員数も減少し、組織及び財務基盤が脆弱化することが予想されます。
この局面を乗り切ることこそ、ビジョン達成の鍵となります。

ビジョンの実施体制

目標達成に向けて、PDCAサイクルの実践により、継続・発展的な取り組みを行なっていきます。

今後の主要な取り組みと目標達成までの道筋

戦略の方向性	短中期的な課題（2017～2022）
●会員業務支援事業の充実 ●要望提言機会の確保	・必要分野の見極め、支援事業の拡充 ・会員の経営環境の整備 ・高度情報化及び大手台頭に対する媒介スキームの確保等、業域の確保 ・要望提言事項の確実な集約 ・要望提言事項の精査基準の確立
●流通システムの利便性向上	・今後の流通体系のあり方の結論付け ・ハトマークサイトとの連携推進 ・他民間ポータルサイト対策、対応
●広報戦略の充実	・会員・消費者向け情報提供の強化 ・マスコット「ハトまるくん」の活用 ・地域貢献ハトマークイベントの効果検証 ・費用対効果の分析、改善
●福利厚生事業の充実	・参加率の向上、受益の均等化 ・受益者負担の浸透、推進 ・参加、参画意識の強化
●ハトマークの認知度向上、信頼性の確保	・ブランド力向上施策の検討、推進 ・地域貢献ハトマークイベントの継続、再検討
●不動産無料相談所の充実	・機会の拡充 ・相談員の研鑽、相談体制の強化
●地域行政との連携強化	・既存領域、新規連携分野の精査 ・地域密着型の貢献、空き家対策・住宅確保要配慮者対応の強化
●他業種（異業種間）連携の強化	・業容業態別ネットワークの構築
●受託事業の適正な実施	・宅建試験受験者数の維持 ・学生受験者の確保 ・法定講習会カリキュラムの充実
●業務研修内容の充実	・会員の資質向上、受講率の向上施策の検討 ・会員外受講者数、受講率の向上施策の検討 ・周知体制の強化、受益の拡大
●開業支援セミナーの展開促進	・内容の充実、周知体制の強化 ・受講者の入会促進
●新規入会者研修の充実	・フォローアップ施策、ツールの検討
●キャリアパーソン受講者の拡大	・規定による受講義務の遵守 ・規定外受講者獲得策の検討
●公益社団法人としてのプラットフォーム・ガバナンスの維持・強化	・会員数減少対策の検討、実施 ・組織体制、諸規程の見直し ・事業承継スキームの構築 ・特定資産の運用方法の検討 ・会館老朽化に伴う新会館のあり方の検討 ・公益目的事業比率の固定化、財務リスクの回避

2026年の目標 → 私たちの理想の姿

不動産発信情報の充実

ハトマークブランドの向上
コミュニティとの共存共栄

単独受託維持

育成体系の充実及び
参加率向上

地位の強化
正会員数700名確保
県内業者比率80%維持

不動産・住宅市場の活性化とハトマーク会員の取り扱い件数の増加を目指す

地域に寄り添う
真の存在（リアルパートナー）であり続ける

自らの強みを活かし、弱みを克服し、ハトマークの会員店とともに、地域に寄り添い、地域の皆様とのふれあいを通じて、宅地建物取引業の適正な発展、安全安心で公正な取引の実現に務め、地域の皆様から気軽に相談できる真の存在（リアルパートナー）であり続ける。