

長野アルプスビジョン

NAGANO

ALPS VISION

～組織が目指す10年後の理想の姿と取り組み～

一般社団法人 長野県宅地建物取引業協会



長野アルプスビジョン

長野県宅建協会は、

会員

消費者

行政

長野県の健全で豊かな社会実現に向けて、
宅地建物取引の公正と安全確保に繋がる事業を推進し、
地域密着で事業を営んできた会員の
専門的知識、技能向上等を通じて、
安全・安心な宅地建物取引の実現に貢献して参ります。

長野アルプスビジョン



長野アルプスビジョン の目的は、

- ・ 会員企業の繁栄と永続のため
- ・ 安全・安心な宅地建物取引のため
- ・ 長野県の豊かな社会の実現のため

長野アルプスビジョン



長野県宅建協会は

会員企業の入会金・年会費で
会員企業のために活動しております。

長野アルプスビジョン



長野県宅建協会は

宅建業法第74条が設立根拠の団体組織です。

(宅地建物取引業協会及び宅地建物取引業協会連合会)

第七十四条 その名称中に宅地建物取引業協会という文字を用いる一般社団法人（次項に規定するものを除く。）は、宅地建物取引業の適正な運営を確保するとともに宅地建物取引業の健全な発達を図るため、社員の指導及び連絡に関する事務を行うことを目的とし、かつ、一の都道府県の区域内において事業を行う旨及び宅地建物取引業者を社員とする旨の定款の定めがあるものでなければならない。

2 その名称中に宅地建物取引業協会連合会という文字を用いる一般社団法人は、宅地建物取引業の適正な運営を確保するとともに宅地建物取引業の健全な発達を図るため、社員の指導及び連絡に関する事務を行うことを目的とし、かつ、全国において事業を行う旨及び前項に規定する一般社団法人（以下「宅地建物取引業協会」という。）を社員とする旨の定款の定めがあるものでなければならない。

3 前二項に規定する定款の定めは、これを変更することができない。

4 宅地建物取引業協会及び第二項に規定する一般社団法人（以下「宅地建物取引業協会連合会」という。）は、成立したときは、成立の日から二週間以内に、登記事項証明書及び定款の写しを添えて、その旨を、宅地建物取引業協会にあっては都道府県知事に、宅地建物取引業協会連合会にあっては国土交通大臣に届け出なければならない。

5 国土交通大臣は、宅地建物取引業協会連合会に対して、都道府県知事は、宅地建物取引業協会に対して、宅地建物取引業の適正な運営を確保し、又は宅地建物取引業の健全な発達を図るため、必要な事項に関して報告を求め、又は必要な指導、助言及び勧告をすることができる。

長野アルプスビジョン



長野県宅建協会には

何故、今、協会にビジョンが必要か？

長野アルプスビジョン

	昭和20年代	昭和30年代	昭和40年代	昭和50年代	昭和60年代～平成初期	平成中期	平成後期
主な出来事	<ul style="list-style-type: none"> ・約60名で長野県不動産協会設立（事務局を県庁建設課に置く） ・宅地建物取引業法制定 	<ul style="list-style-type: none"> ・報酬料率全国一律化、取引員から主任者、登録制から免許制へ ・報酬料率の改正と全国統一運動を展開 ・第1回宅地建物取引員試験 ・協会未加入業者の入会勧誘活動を開始 ・無登録業者の撲滅対策運動を展開 	<ul style="list-style-type: none"> ・市街化区域拡大等の土地政策への要望運動活発化 ・無免許業者の撲滅・取締りについて行政・関連団体へ陳情 ・社団法人長野県宅地建物取引業協会設立 	<ul style="list-style-type: none"> ・情報誌等の発行 ・不動産流通センター発足 ・業者間の紛争解決調停の具体化 ・管理委託契約及び労務報酬について検討開始 ・入会審査制度の設置 ・行政懇談会の実施 ・長野県不動産会館竣工 ・不動産無料相談所の設置 	<ul style="list-style-type: none"> ・会員相互の交流事業が活発化 ・賃貸借・管理業務の実情と展望についてアンケート調査実施 ・新入会員指導研修会開始 ・情報誌（住マイル）創刊 ・消費税研修会 ・レインズ研修会開催と稼働開始 ・協会による宅建取引主任者資格試験の実施 ・ファクシミリ導入推進 ・会員の声を反映させるため投書箱設置 ・県警と協力し暴力団追放運動・防犯キャンペーン実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・全宅連統合サイト（ハトマークサイト）稼働 ・住宅マスタープラン策定 ・宅建業者の資質向上に注力 ・倫理綱領・宅建業者の遵守事項を配布 ・無料相談所アンケート実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・長野アルプスビジョン作成と公益への準備 ・組織改革による各支部地区会スタート ・ホームページリニューアル ・協会50周年記念事業 ・空き家バンク等の行政連携加速 ・賃貸管理について研究検討 ・一般社団法人へ移行 ・移住定住活動の推進 ・支部再編により12支部から6支部へ

不動産業の確立から資質向上へ、情報提供の充実やIT化時代へシフト

長野アルプスビジョン



歴史を概観していくと見えてきた



50年の歴史に繋がれてきた大事な要素がある
組織運営の根幹があるという歴史を持っている
「会員や役員が変わっても変えて来なかった」哲学
「取り巻く環境や経済が変わっても変えずに守ってきた」理念

長野アルプスビジョン



歴史から見えてきたもの
それは、



会員の資質向上による業界発展
地域社会への貢献
公正安全な取引による消費者保護
業界や地域発展のための行政への働きかけ
協会組織の会員による融和と団結という暗黙知

長野アルプスビジョン



ただ、この大事な要素が、明確にされていない
⇒ 意識されていない



連続する組織の中の役員の任期による不連続なつながり
役員には考え方や行動には幅があり同じ方向へ向かうとは限らない
また、役員個人の力量のみに頼るのではなく、
全体でみんなで体制や制度づくりに注力していく仕組みをつくる

その架け橋になるのが 長野アルプスビジョンです。

長野アルプスビジョン



長野県ならではのビジョンを掲げましょう

そしてこれを私たちは**長野アルプスビジョン**と名付けました。

羅針盤という仕組みを作りましょう。

平成最後の 大改革を 実行いたしましょう。

そして、次世代へバトンをつなげましょう。

皆さんのお力をお貸しくください。

長野アルプスビジョン



なぜ、長野宅建は「長野アルプスビジョン」を作るのか？

50年の歴史を積み重ね、現役のみならず、次世代へバトンを繋ぐための次なる50年へ向けスタートしました。

社会・経済・業務環境の早い複雑な変化や、各種枠組み体系の転換期を迎えております。連続の中における不連続性を補完するための羅針盤という仕組みを築く必要があります。未来へ向けた指針を描き、会員、消費者、行政と共に融和的に発展、継続成長を果たし、すべての方が笑顔になるように、この『長野アルプスビジョン』を策定し、架け橋とします。

長野アルプスビジョン



長野県宅建協会が目指す理想の姿

私たち長野県宅建協会は、地域に密着した会員の資質向上を推進し、信頼できる不動産取引を継続的に提供することにより、消費者の専門的サポート役として、より良い安全・安心な住まいを提供し、行政やビジネスパートナーとの連携により、地域社会へ貢献することを目指します。

長野アルプスビジョン



50年の歴史を踏まえ、現状分析による3つの戦略認識と変革へ
～変革のための戦略課題～

①顧客認識 (地域を構成する「会員・消費者・行政」すべてが顧客です)

【To 会員】

- ・専門的知識の習得のためのスキルアップ
- ・安全安心な取引実現のための情報提供支援
- ・会員間のネットワーク再構築
- ・会員のために業務及び事業継続支援

【To 消費者】

- ・不動産無料相談等による消費者保護の実施
- ・法令遵守指導や消費者セミナーによる安全安心な取引の実現
- ・(ハトマーク会員に対する信頼性向上)のための情報提供等

【To 行政】

- ・提携業務を通じて緊密な信頼関係の構築
- ・住み良い街づくりへの参画及び支援

長野アルプスビジョン



50年の歴史を踏まえ、現状分析による3つの戦略認識と変革へ
～変革のための戦略課題～

②競争認識 (私たちの組織と競争関係にあるライバルや市場の環境変化を、以下のように認識しております)

長野県内2位の
会員数を保つ他団体
(地域により躍進の脅威があり)

資金力やブランド力のある
大手・準大手企業の存在
SNSの普及によるネット系企業の
新規参入や個人間取引の出現

ワンストップサービスの
異業種からの新規参入

市場における消費者の価値観、多様な
社会環境変化、不動産取引の法規制の
割には新規参入が容易である

長野アルプスビジョン



50年の歴史を踏まえ、現状分析による3つの戦略認識と変革へ
～変革のための戦略課題～

③経営資源認識

- ・ハトマークの社会的信用力
- ・高度なスキルを持った会員並びに従業者等の人材
- ・50年にわたる各種協会事業を推進してきた多岐に亘るノウハウの蓄積
- ・地域社会貢献活動を通して培った行政との強固な連携 又、協会と連携する多くのビジネスパートナーの存在

長野アルプスビジョン

【変革のための戦略課題】 「クロスSWOT」

- ①機会／脅威、強み／弱みを整理する
- ②「戦略課題」の位置づけを整理する

機会【O】

- ①移住したい県No.1
- ②顧客ニーズの多様化
- ③中古住宅流通促進政策による行政との連携
- ④各市町村との空き家バンク立上げによる取引の増加
- ⑤IT化によるネット環境やシステムの進化
- ⑥相続による不動産取引の増加
- ⑦外国人との不動産取引の増加
- ⑧単身世帯の増加による不動産取引の増加
- ⑨低金利な住宅ローン
- ⑩地域活性化の取り組みの増加

脅威【T】

- ①大手不動産業者やFC出店と大手賃貸業者の寡占化
- ②不動産取引に伴う手数料の減少
- ③他団体への入会による会員数の減少
- ④外国人取引によるトラブルの増加
- ⑤少子高齢化・人口減少に伴う取引の減少や地域格差
- ⑥消費税増税による購入意欲の減少
- ⑦コンパクトシティ化による購入意欲の減少
- ⑧自然災害に対する不安による購入機会の減少
- ⑨ネットによる直接取引の増加
- ⑩異業種参入による取引の減少
- ⑪宅建士としての責任の重さ
- ⑫(一社)に対する社会的信用度の低さ

強み【S】

- ①県内外からの移住定住促進事業を行っている
- ②行政との連携確認や意思疎通ができる
- ③信州の地域性を活用した様々な取り組みを行っている
- ④充実した研修会やセミナーを開催
- ⑤法改正等に対応した契約書や重説書の提供
- ⑥スケールメリットによるハトマークの信頼性とブランド力
- ⑦会員間の情報の交換・提供・共有等ネットワークがある
- ⑧会報誌・親睦事業・参考書籍等の貸し出し
- ⑨業務関連業種との交流がある
- ⑩地域に密着している
- ⑪法令遵守の会員が多い
- ⑫全国賃貸管理業協会に加盟できる
- ⑬無料相談の実施
- ⑭行政からの受託事業がある
- ⑮本・支部会館がある

【積極的攻勢】自社の強みで取り込めることが可能な事業機会の創出

戦略の柱1 **地域社会への貢献と積極的なビジネス展開**
(八ヶ岳)

戦略1 - S⑥⑦×O⑤

ハトマークブランドを活かした広告展開によるブランド強化

戦略2 - S④⑦⑨×O⑥⑦⑧

ニーズ多様化による新たなビジネスチャンス

戦略3 - S①②③⑩×O⑩

地域に密着した社会貢献

戦略4 - S①②③×O①③④

行政連携によるビジネスチャンス

【専守防衛】自社の弱みで事業機会をとりこぼさないための対策

戦略の柱2 **人材育成の強化と安全・安心な取引の提供**
(乗鞍)

戦略5 - W②⑦×O②⑥⑦⑧

研修・講習による資質向上の全県普及

戦略6 - W③④⑧×O⑨

会員企業の経営指導と後継者育成

戦略7 - W⑥⑨×O⑤

IT普及とブランド力のアップ

戦略8 - W①⑧×O③④⑩

他業種・行政との連携を強化する。

【回避または取り込み】自社の強みによって脅威を回避する。あるいは他社には脅威でも自社の強みで取り込むことが可能な事業機会の創出

戦略の柱3 **行政との更なる連携と消費者への情報提供**
(駒ヶ岳)

戦略9 - S③⑩×T⑤

地域密着による発信力の強化と事業参画

戦略10 - S①②③×T⑤⑦⑧

不動産流通を中心とした行政への政策提言

戦略11 - S④⑬⑭×T①③⑩

受託事業の充実と無料相談の実施

戦略12 - S④⑤⑪×T④⑧⑩

各種研修会の充実と情報提供

【防衛または撤退】脅威と自社の弱みが増幅し最悪の事態を招かないための対策

戦略の柱4 **組織強化のための改革と入会促進**
(浅間)

戦略13 - T⑨⑩×W②⑥⑨

ITを駆使した運営

戦略14 - T③⑨×W④

入会促進への取り組み

戦略15 - T③⑫×W⑦

公益化と組織改革

戦略16 - T②⑨⑩×W⑤③

専門的知識を生かした安全安心な不動産取引

弱み【W】

- ①移住定住促進事業に地域間格差がある
- ②会員内で知識・意識・IT技量にレベル差がある
- ③中小零細企業が多いため個々の営業力が弱い
- ④会員の高齢化・後継者不足による廃業が多く会員数の減少
- ⑤兼業業者の会員比率が高く、不動産専業比率が低い
- ⑥ハトマークサイト・住・むずへのアクセスが少ない
- ⑦宅建業者に対する消費者のイメージが悪い
- ⑧金融機関と協会の連携が薄い
- ⑨ハトマークのブランド力が生かされていない
- ⑩協会事業に無関心な会員がいる

長野アルプスビジョン



【長野県アルプスビジョンを実現するための戦略体系図】～4つの頂上と戦略の方向性～

	短期目標 (2019年～2021年)	中期目標 (2022年～2024年)
八ヶ岳 (会員の繁栄の戦略) 戦略の柱1 ・信頼と安心へのアプローチ ・地域深耕へのアプローチ	<ul style="list-style-type: none"> ・ハトマークのPRによる消費者への認知度向上 ・ハトマークサイトの利用率向上 	<ul style="list-style-type: none"> ・ハトマークブランド連携強化とイメージ戦略 ・IT化経営とSNSへの取り組み ・地域一番店に向けた農耕型展開の取り組み ・創造的展開への取り組み
乗鞍 (安全安心満足な消費者への戦略) 戦略の柱2 ・公正で安全安心な取引へのアプローチ ・物件流通促進へのアプローチ ・人材育成へのアプローチ	<ul style="list-style-type: none"> ・後継者安定経営への取り組み ・接客マナー研修会の開催 ・キャリアパーソン研修会への取り組み ・経営指導と後継者育成への取り組み 	<ul style="list-style-type: none"> ・コンプライアンスの徹底 ・ハトマークサイト等とSNS環境への取り組み ・地方創生への参画
駒ヶ岳 (長野県発展への戦略) 戦略の柱3 ・地域社会へのアプローチ	<ul style="list-style-type: none"> ・地域コミュニティと各種イベントへの参画 ・移住定住促進事業への参画 ・無料相談所の適正運営 ・消費者セミナーの実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・行政・他業種連携の強化 ・まちづくりへの提言 ・県下最大業者間ネットワークの強化
浅間 (安定経営組織への戦略) 戦略の柱4 ・公益化と地区会組織	<ul style="list-style-type: none"> ・ペーパーレス化の推進 ・公益法人と地区会への取り組み ・入会促進への取り組み ・開業支援セミナーの実施 ・会員専用相談室の設置と運用 ・女性・若手会員部会の設置 ・会員に対するパソコン・スマホ等の利用支援 ・事務局ビジョン 	<ul style="list-style-type: none"> ・女性・若手会員育成事業 ・本支部会館の管理運営の対応 ・事務局の運営体制の改善と整備 ・優良会員の表彰