

住宅弱者
問題の解決に挑む
FRIENDLY DOOR

株式会社 LIFULL は不動産・住宅情報サービス「LIFULL HOME'S (ライフフル ホームズ)」の運営を主軸として、老人ホーム・介護施設の検索サイト「LIFULL 介護」の運営、空き家活用を中心とした地方創生を行う「LIFULL 地方創生」など設立以来、暮らしに関わる様々なサービスを消費者に提供し続けている。

本稿では LIFULL HOME'S で展開中の「FRIENDLY DOOR」事業について、同社事業本部 事業統括部 事業開発ユニット ACTION FOR ALL グループ FRIENDLY DOOR 事業責任者で、中国生まれ日本育ちの龔 軼群 (キョウ イグン) 氏にお話をうかがった。

1. ステートメントを体現する事業

FRIENDLY DOOR は、同社が取り組む住宅や住環境関連にまつわる社会課題を解決する活動「ACTION FOR ALL」のプロジェクトの一つである。

様々な事情により住宅を借りづらい立場にある、いわゆる“住宅弱者”と不動産会社・オーナーそれぞれに向けたサービスを展開しており、住宅弱者が住まい探しを相談できる不動産会社を探せるサイトを提供している。

LIFULL ではコーポレートメッセージ「あらゆる LIFE を、FULL に。」に基づき、ブランドの意志・目的を、さらに生活者に対し、より具体的に理解・共感していただくためのステートメントを掲げている。その一節に、「個人が抱える課題から、その先にある世の中の課題まで。安心と喜びをさまたげる社会課題を、視点を変える発想で解決していく。」がある。これはまさにウェルビーイング志向であり、FRIENDLY DOOR はこれを体現した事業といえる。

2. サービス発想のきっかけは自身が体験した入居差別

そもそも FRIENDLY DOOR 事業の発想の最初のきっかけは龔氏自身の体験にあったという。

「2008 年ごろ上海から留学生として来日していたところが、大学の寮から一人暮らしをすることになったときに、家探しのサポートをしたのですが、中国籍であることを理由に家探しが難航し、初めて外国人の入居差別を体感しました。ちょうどそのころ私は就職活動をしていたのですが、そういった社会課題を解決したいとの思いを持つようになり、LIFULL への入社を決めました。」(龔氏)

事業の立ち上げ自体は意外にも早かった。

「弊社の社長が主宰する経営塾がありまして、そこに内定者の頃から参加し、新規事業立案のビジネスコンテストで優秀賞をもらって事業化が決まったのです。ただ私はまだ社会人経験も浅く、一旦営業で修行してから加わるということになりました。」(龔氏)

ところがその後しばらくして事業は休止になる。それからは営業だけでなく、企画職や国際事業を経験するも、外国人の入居差別をなくしたいとの思いは消えることはなく、国内事業に異動になった入社 8 年目のタイミングで再度、新規事業立案のためのコンテストに出場。現場を経験して知り得た課題の解決の必要性を訴え、見事に優秀賞を勝ち取り、再び事業化が決まった。

その頃から社内で社会貢献活動を後押しする制度を立ち上げる中で、LIFULL の社会貢献活動として、生活困窮者の支援を行う認定 NPO 法人自立生活サポートセンター・もやいの「もやい結び事業」をプロボノでサポートしていた。

「生活困窮者の方々も信用リスクが低いいため、オーナーに断られることが多く、もやいのスタッ

フがその方々のサポートで不動産会社に電話しても十中八九断られる状況でした。そこで『龔さん、どこの不動産会社だったら対応してくれるのか一覧リストがほしい』と言われたことが現在のFRIENDLY DOOR 事業のアイデアの源となっています。また、この問題は外国籍の方の住まい探しと同じ問題だと気づきました。」と龔氏は振り返る。

3. サービス内容は対住宅弱者、 不動産会社・オーナーの双方向向け

ここでFRIENDLY DOORのサービス内容を確認しておく。前述したように、まず住宅弱者向けと不動産会社・オーナー向けに大別することができる。

①住宅弱者カテゴリー別フレンドリー不動産会社検索

住宅弱者を外国籍、LGBTQ、生活保護利用者、高齢者、シングルマザー・ファザー、被災者、障害者、家族に頼れない若者、フリーランスの9つのカテゴリーに分類。ユーザーは該当するカテゴ

リーを選び、住みたい都道府県や市区町村、路線・駅から選択することで不動産会社を探せる。

また、「不動産会社から返信が来ない」「不動産会社に訪問したが、住み替えが実現しなかった」などの苦情にも相談窓口を設けており、「私からその不動産会社の営業担当に連絡して、きちんと対処するよう直接伝えることもあります。」と龔氏は語る。

②不動産会社向け接客チェックリスト

不動産会社の住宅弱者への理解を促進し、意識や知識をアップデートすることを目的に作成されている。設問に回答し、正答率を確認できるだけでなく、解説を通して理解を深められるのが特徴である。基礎的な用語紹介に加え、接客時のシチュエーションごとに気をつけるべき点をはじめとした役立つポイントを確認することができる。

現在のところ、外国籍、LGBTQ（初級編・上級編）、高齢者、障害者向けチェックリスト（精神・発達障害編・身体障害編・知的障害編）が用意されている。

また、それを進化させたものとして、ChatGPTの技術を活用した、「接客サポート AI by FRIENDLY DOOR（BETA版）」の提供を開始。まず、外国籍

■フレンドリー不動産会社紹介画面例

The screenshot shows the LIFULL Real Estate website interface for a branch at Hanzon Station. It features a staff photo, a list of store features (e.g., no guarantor required, foreign language staff), and a 'Friendly Categories' section with icons for: 外国籍 (Foreign Nationality), 生活保護利用者 (Life Protection Recipients), LGBTQ, 高齢者 (Elderly), 被災者 (Disaster Victims), シングルマザー・ファザー (Single Mothers/Fathers), 障害者 (People with Disabilities), 家族に頼れない若者 (Young people who can't rely on family), and フリーランス (Freelancers). A callout box highlights the '住宅弱者カテゴリー' (Friendly Categories).

出典：株式会社 LIFULL 提供

と高齢者向けに対応した。不動産会社のスタッフが接客や日常業務の中で疑問に感じた際、対話形式で質問することでその場で回答を得て解決でき、入居希望者とのコミュニケーションがスムーズになる。

③不動産会社・オーナー向け無料セミナー

「FRIENDLY DOOR セミナー」

不動産業界勤務者向けの LIFULL HOME'S のサービス“LIFULL HOME'S Business 仲介・管理”で行われているセミナーのうち、FRIENDLY DOOR で扱う分野に特化した講座である。

住宅弱者支援に詳しい専門家を講師に迎え、対応方法や支援の仕方、不動産活用の実例などをレクチャー。それぞれの分野の現場の声を聞き、今後の学びにつなげる内容となっている。

④不動産会社向け有料研修

FRIENDLY DOOR と不動産特化型学習プラットフォーム“LIFULL HOME'S アカデミー”が共同で行う、不動産会社に特化した講座である。

LGBTQ 接客研修では、当事者のお客様にに向けた接客時の注意点を共有し、今後の業務に活かせる内容となっており、積水ハウスなど大手企業も受講している。

こうした、対ユーザー、そして対不動産会社やオーナー、双方向の働きかけによって、住宅弱者と不動産会社の隔たりを近づけ、“したい暮らし”の実現へと取組みを進めているのが、FRIENDLY DOOR である。

4. 参画不動産店舗はローンチ時の500店から5,000店へ

2019年11月のローンチ時は外国籍、LGBTQ、生活保護利用者、高齢者向けの4カテゴリーで始まった FRIENDLY DOOR。参画する不動産店舗

数は当初の500店から現在は5,000店を超えるまでに大きく伸びた。

「参画していただける不動産会社を増やすことに関してはそれほど苦労したとは思っていません。不動産会社が、LIFULL HOME'S に登録していただく際の店舗情報入力時に、スタッフの案内のもと、様々な項目にチェックを入れていただくのですが、『外国籍の方とか、高齢者のお客様に既に対応されていますか?』というふうに確認するようにしているんです。ですから毎月数十店舗から百店舗といったペースで地道に積み上げていきました。」(龔氏)

加えて不動産会社側にも社会課題意識の高まりを感じるという。

「ここ最近は大手を中心に、SDGs やウェルビーイング、ダイバーシティ&インクルージョンといった考え方を実践される企業が増えてきている点も後押しになっていると思います。お話しする中で不動産会社側にとっても FRIENDLY DOOR に参画することが一つのメリットになっていて、これまでは彼らの対応状況を可視化する手段がなかったただなんだと考えるようになりました。また、住宅弱者への対応ノウハウを提供するセミナーに参加していただいたり、大手企業には営業担当者と一緒にうかがってご説明差し上げたりするなど、地道に取り組む中で徐々に賛同いただける不動産会社が増えていったというのが実情です。」と龔氏は語ってくれた。

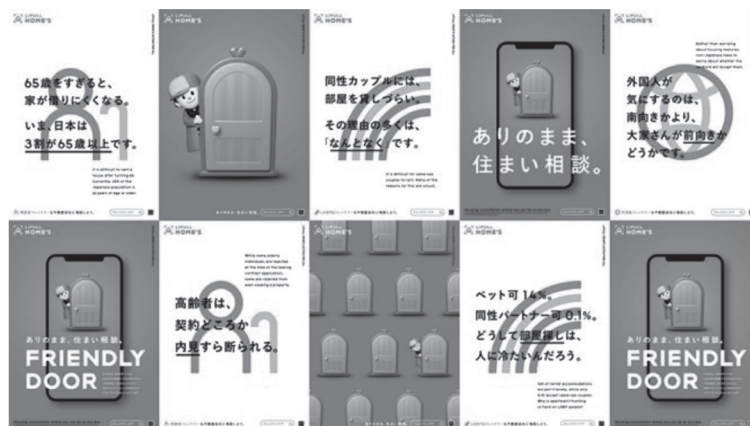
5. 屋外広告で渋谷をジャック

FRIENDLY DOOR の生活者への認知拡大にはそもそも「住宅弱者とは何か」という前提の部分伝える必要があった。そこで2020年に「FRIENDLY DOOR」キャンペーンとして、東京・

渋谷で屋外広告を実施した。

「様々な価値観を持つ人々が集う象徴的な街である渋谷はダイバーシティへの取組みにも力を入れているエリアであるという観点から選定しました。街ゆく人々に、例えば『65歳以上になると住み替えたくても家が借りにくくなるんですよ』といった驚きと気づきを与える現実的且つショッキングな内容となっています。おかげさまでX(旧Twitter)などで多くの反響をいただくことができました。」(龔氏)

■キャンペーン屋外広告



出典：株式会社 LIFULL 提供

その後は、住宅弱者の住まい探しに対する実態や現状の課題を顕在化させることを目的に、実態調査を行ったり、障害者やLGBTQなどに精通しているメディアや記者に、取り組みを取材してもらえよう広報活動を行い、少しずつメディア露出が増えていったという。

6. さらなるサービス充実を図るために

最後に今後の展開について考えている点を龔氏に聞いた。

「まずは不動産会社の対応の可視化についてです。問い合わせされたお客様がきちんと接客を受け、成約まで至ったのかというような結果を明らかにして、それをwebサイトのロジックに反映させていきたいと考えています。二つ目に、お客様の声を聞いていると、自分で入居できる物件を探したいというご希望があります。ですので現在、賛同いただける不動産会社を集めていて準備中です。三つ目が、不動産会社向けに開発した『接客サポート AI by FRIENDLY DOOR (BETA 版)』

をユーザー向けにも開発したいと考えています。例えばユーザーが『自分は外国籍で、この地域で物件を探したいんだけど』と質問すると、不動産会社の対応実績から『この地域だったらこの不動産会社が対応してくれますよ』と Recommend してくれたり、体を壊してしまった方が『生活保護利用を申請するにはどうすればいいですか』と聞くと、きちんとサポートしてくれたり、どこに相談したらいいか答えてくれるようなものを作りたい

と考えています。」

FRIENDLY DOOR のコンバージョンレート(問い合わせ率)は、すべての住み替えユーザーを対象とする LIFULL HOME'S と比べて、3倍にも及ぶという。

これは住宅弱者にとって「住み替えは不安」という意識がある中で、FRIENDLY DOOR が安心感を提供できている証拠である。

住宅弱者のウェルビーイングを高めるため、FRIENDLY DOOR の果たす役割は大きい。社会課題の解決に向け、龔氏は今後も行動し続ける。