

広告掲載は両極化傾向

東京23区内賃貸仲介店の集客戦略

リーシング・マネジメント・コンサルティング(本社・東京都港区)は、東京23区の賃貸不動産を扱う不動産仲介店舗を対象に集客・営業戦略についてのアンケートを実施した。インターネットの普及により、「部屋探し」におけるエンドユーザーと不動産業界の情報格差が無くなりつつある今の現状を探るのが狙い。10月21日から11月29日にかけて実施されたもので合計171店舗から回答を得た。

それによると、ポータルサイト・雑誌媒体等への広告掲載件数を尋ねた設問では、1カ月当たり「50件未満」と「500件以上」という回答が多数を占め、両極端な結果となった。

リーシングMC調査 「写真は自社で撮影」

掲載件数が少ない店舗は地域密着の地場系仲介店舗が多く、掲載件数の多い店舗は大手・新興系で、数100件規模で広告掲載をしているケースが多かった。広告掲載費も1カ月当たり5万円未満、10万円未満と31万円以上の比率が高く、同様に両極化傾向を示した。

その他WEB出稿や店舗で使用する図面制作のために、物件まで写真を取りに行くことがあるかという設問では、94%が撮影に行くという回答。動機として自社で撮影した方が「アピールしやすい・使い勝手がいい」「他社との差別化がしやすい」との前向きな答えに加え、「貸付・元付会社に写真がない・少ない」というオーナーサイドによる理由もあった。