

## 住宅流通研究所など4者、道内不動産業分析の共同研究

道内不動産業者の約半数が自社サイトでの広告宣伝に注力——。住宅流通研究所と北海道建設新聞社、北海道住宅産業新聞社、札幌学院大の共同研究で、こんな実態が明らかになった。4者は道内の不動産業者359社を調査し、このほど報告書「北海道不動産業の調査研究」を発行。中小企業を中心とした道内不動産業界の現状を分析している。

4者は2020年冬に「北海道不動産研究会」を発足。全日本不動産協会北海道本部、北海道宅地建物取引業協会の協力を得て2団体の会員企業にアンケートを実施し、共同研究を進めていた。

企業に、現在力を入れている広告宣伝の手法を複数回答で尋ねたところ、「自社ホームページ」が49.8%に当たる179社で最多だった。「不動産情報ホームページ」が174社で続いた一方、「新聞折り込み」は62社、「不動産情報誌」は50社、「テレビ・ラジオ」は12社で、インターネット系と差が開いた。「人的紹介」も136社あった。

自社の不動産取引の増減見通しを尋ねたところ、「横ばい」が46%で最多、「減少」が34%、「増加」は20%だった。理由は物件の供給減、また少子高齢化に伴う顧客減少など理由はさまざまだが、今後の取引数増加は期待しがたいとの予想が多かった。

自社の競争戦略として重視していることを聞くと、「差別化」が50%を占めた。次に多かったのは「差別化と低コスト」で30%、「低コスト」は12%だった。競合他社とは異なるターゲット設定やサービス提供を目指す事業者が多いことが分かる。

アンケートは20年12月から21年2月にかけてネットと郵送式で実施。その後、回答企業のうち31事業者に対してヒアリング調査をした。報告書では聞き取り結果の詳細も掲載している。

A4判で全96ページ。希望者に無料配布している。部数限定で、なくなり次第終了する。問い合わせは北海道建設新聞社総務、電話011(611)6311まで。

(了)