

不動産営業におけるインターネット活用の現状

株式会社長谷工総合研究所（東京都港区、所長・山本 理）では、表題のレポートをまとめました。
レポートの全文は、8月25日発行の「C R I」9月号に掲載いたします。

インターネットの利用人口が着実に増加し、不動産事業でもネット活用が根付き、販売手法の1つとしてのポジションを獲得する兆しが見えたことを指摘したのは2001年10月の特集レポートであった。あれから5年、不動産業界でもネット活用は定着し、営業活動における重要性は高まっている。

今月号のレポートでは、デベロッパーや販売会社の活用事例等を通して、不動産業界におけるインターネット活用の現状を探った。

【インターネット活用の現状】

- インターネットの利用状況は増加傾向が続いている。総務省の「平成17年通信利用動向調査」によると、過去1年間にインターネットを活用したことがある人は推計で8,529万人に達し、2004年(7,948万人)から581万人増となっている。
- 普及率をみても、世帯普及率は87.0%、人口普及率でも66.8%にまで高まっている。世代別の利用率をみても、20歳台・30歳台・40歳台での利用率は90%以上となっている（「平成17年通信利用動向調査」）。
- また、企業のホームページ(H P)の開設率をみても、85.6%の企業がH Pを開設しており、情報発信手段として、相当に普及している（「平成17年通信利用動向調査」）。

【不動産事業におけるインターネット活用】

- 不動産業界においても、デベロッパーを中心にH Pの充実など、インターネットを活用した営業活動にも注力しており、インターネットをきっかけとした営業を行うデベロッパーも増加している。
- 賃貸住宅の入居者募集業務をはじめとして、分譲マンションの販売においても、インターネットをきっかけとした購入件数が4割以上を占めるデベロッパーもあり、不動産の販売手法としても重要性が高まっている。
- インターネットを活用した営業手法の重要性が高まった背景には、住宅を選ぶ際の需要者の行動が変化していることがある。物件検討の際にインターネットを活用した人の割合は増加傾向にあり、最近では80%を上回るという調査もある。インターネットを使った物件検索は便利で、不動産を探す媒体としても、重要と考えている住宅需要者が増加している。

【インターネット活用の現状と課題】

- 様々な考え方にに基づき、営業活動等に活用されており、その活用事例の一部を紹介する。
 - ① 営業担当者の日常業務とサイト運営を連携させることで、顧客のニーズに合った物件の最新情報を正確かつ迅速に提供する。
 - ② ホームページを顧客とのファーストコンタクトの場と位置付け、ネットと担当者による対面営業それぞれの長所を活かし、密に関係を取ることで、営業効率を最大化する。
 - ③ インターネットを、広告媒体だけでなく、顧客と長期に渡り良好な関係を結ぶための媒体として位置付ける。顧客の住宅購入意欲はそれぞれ異なるため、複数のサイトを設け、ユーザーが自分のステージに合わせてアクセスが可能なように多面的なサイト展開を行う。
- 住宅需要者の、インターネットで情報収集を行った上でモデルルームに来場するという傾向は、今後も継続し、不動産業界におけるインターネット活用に対する潜在的なニーズは、多様なものがある。その一方で、今回の特集レポートでは取り上げなかったが、不動産事業は顧客の個人情報が集まる業種であり、その情報管理には、非常な細心さが要求される。