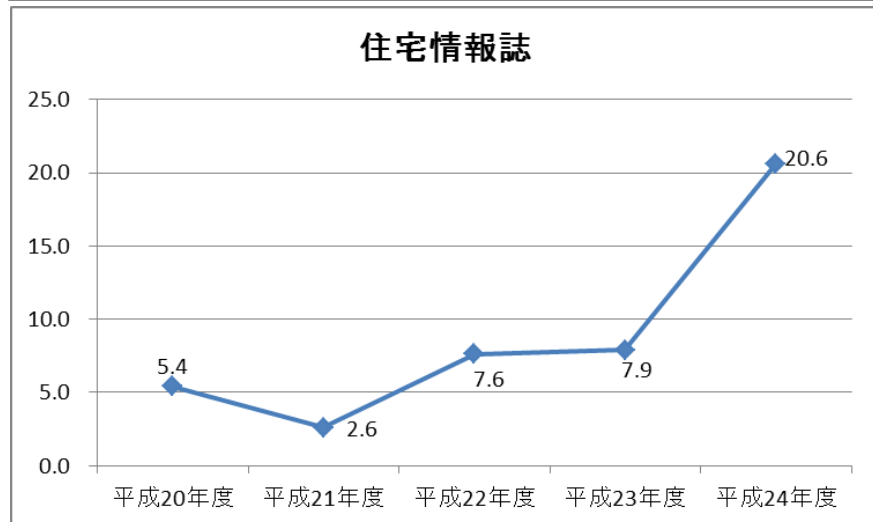
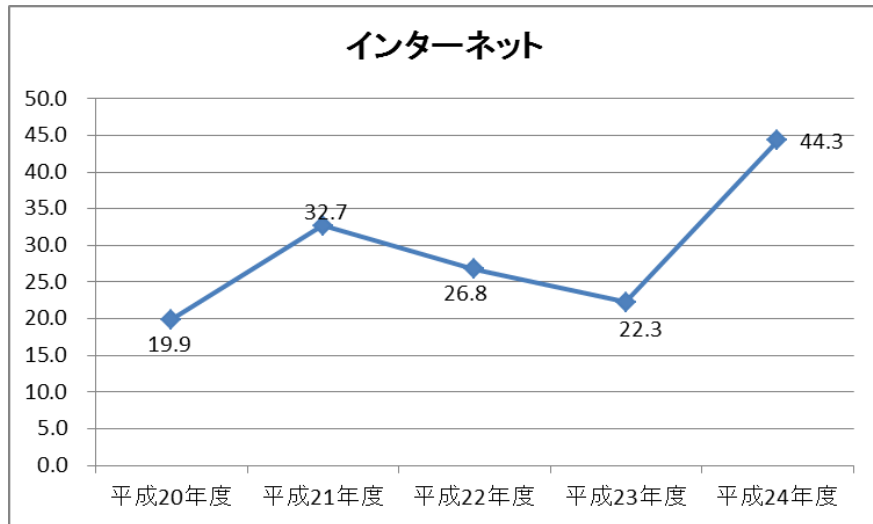
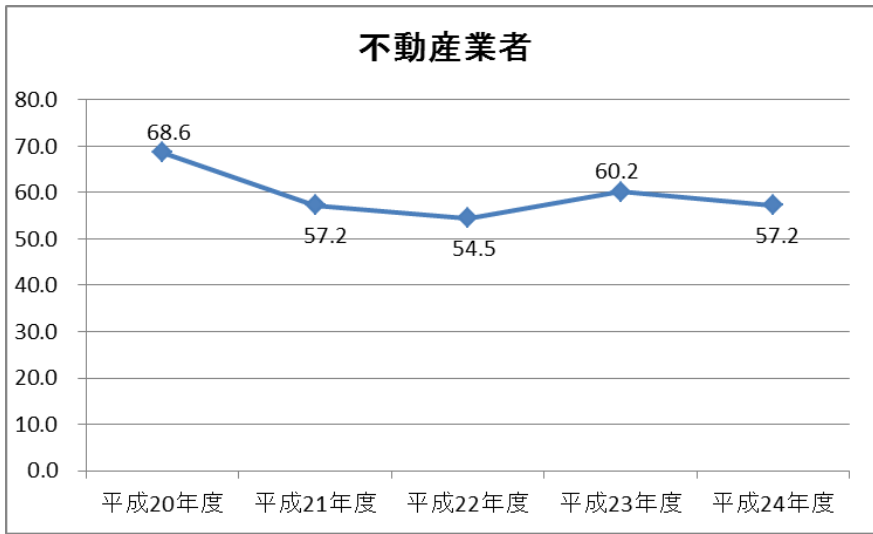
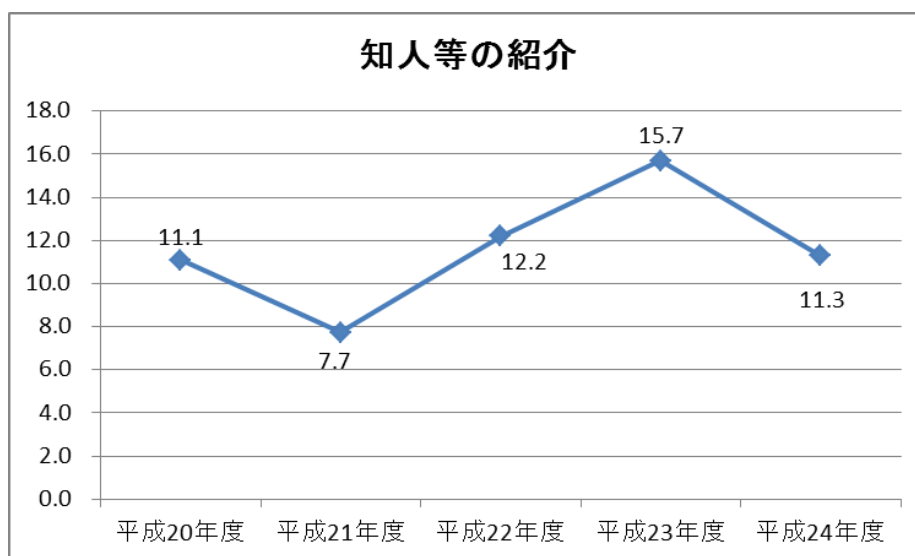


## 賃貸住宅入居者の物件探索方法





賃貸借契約は最終的には不動産業者で行うケースがほとんどであり、現在も情報収集としても最も多くの消費者が不動産業者への直接訪問をあげていますが、すでに頭打ちの状態となっています。またネットで下調べをして、不動産業者を回る方法も一般化しています。

インターネットの利用に更に拍車がかかっています。アットホームやホームズといった物件検索サイト以外にも、大東建託やレオパレス 21 等の独自サイト、FC のアパマンショップ、スターツ、ERA 等のサイトも一般化しています。

FC 等の利点はタレントを使用した TVCM 等によるイメージ戦略で「不動産業者＝入りにくい」といった一般消費者の不安を払しょくさせ、消費者と不動産業者の垣根をなくしたことにあります。また、大手が市場参入を急拡大させている東京の高価格帯の賃貸物件については、ケンコーポレーションが運営を任されている独自サイト（TokyoRent.jp）等もあり、大手が地場の客付会社を利用しながらも、独自ルートによる客付にも力を入れていることがわかります。

「知人等の紹介」は平成 24 年度は減少していますがそれでも 1 割を超えています。近年はフェイスブック等の SNS の急速な普及により、シェアハウス、自分のバイクが玄関に置いて部屋から見える、サーフボード専用の置き場がある、ドックランやペット専用の洗い場やダストボックスがあるといった賃貸物件の情報が、ある特定のつながりを持ったグループ同士で交換されていることが大きな要因のひとつとなっています。

参考文献等

国土交通省「平成 24 年度住宅市場動向調査」のデータを基に株式会社リアルプロ・ホールディングスが作成。