

地場流通の戦略

需要深掘りで逆境克服

若手向けに営業指針など

流通市場の減速感が鮮明になる中、生き残りをかけ次の一手を打ち出そうとしている地場業者もある。地域の有力企業が重視するのは営業体制の見直しなど基礎体力の強化。市況回復を待ち、さらなる飛躍を実現するために地道な取り組みを進めている。新興企業では、仲介手数料サービスや建物調査付き仲介などで差別化を図る動きが見られる。

狙いだ。その内容は、物件紹介で断られたときにはその理由を必ずヒアリングするなどごく基本的なことだが徹底できている企業はそう多くない。

地域大手

基礎体力を強化

埼玉県を中心に17支店を構える尾張屋（さいたま市、大岩博信社長）。ショッピングセンターに出店する独自の店舗展開で、ファミリー層の住宅需要を巧みに取り込んだ（大岩学副社長）。

11月、12月は持ち直したものの集客は前年から1割程度減っている。同社のように「引き合

いはあるが成約が長期化している」状況は大手も同様。まだ価格が下がるという消費者心理に加え、景気後退に伴うマインド低下や住宅ローン審査の厳格化が影響している。こうした状況を改善する特效薬はなく、買える顧客をいかに囲い込むかが大きな焦点となる。カギとなるのは情報の新鮮さやマッチングなど仲介業の本質的な部分だ。

物件見学会で集客

浦安市内に5支店を開設し、「浦安最大手」を標榜する明和地所（千葉県浦安市、今泉太爾社長）も9月と10月は成約が例

年の7割ほどに落ち込んだ。ただ11月は前年比5割増、12月も好調をキープするなどここにきて調子を上げている。人気エリアの物件に値がる感が出てきたことに加え、以

厳しい冬をどう乗り切るか、各社工夫を凝らす

