

URBAN-REPORT

<https://www.urbankk.co.jp>

発行人 アーバン企画開発グループ 三戸部 啓之

【 SNS を使った賃貸仲介の新常識 】

★ はじめに・・・

ネット社会の現代。近年、「スマートフォンがない日常なんて考えられない！」という人々が増えています。私もその中の一人です。移動中にネットニュースを見たり、自宅で動画を見たり・・・。今となつては、日常生活において必要不可欠なものとなっています。全ての年代でスマートフォン・インターネットの利用率が年々増加するにつれて、SNS 利用者も増加傾向にあります。ただの娯楽で使われるだけでなく、様々な業界においてマーケティングツールとして注目され、ビジネスの新常識となりつつあります。

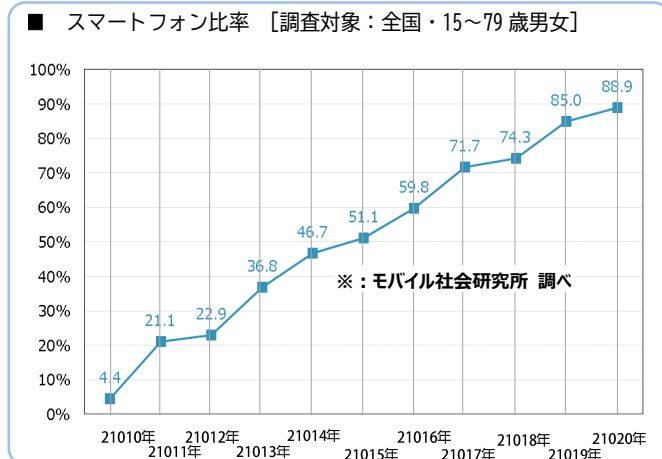
そんな SNS が、我々不動産会社にどのような影響を与えているのでしょうか。

★ SNS について・・・

SNS とは、ソーシャルネットワーキングサービス (Social Networking Service) の略称で、インターネットやアプリを通して、利用者同士が交流できるコミュニケーションの場のことです。また、情報発信や情報収集の場でもあり、特に若年層中心に利用が広がっています。

《主な SNS の種類》

- ・ **LINE (ライン)** : メッセージのやりとりや無料通話などが可能なコミュニケーションアプリ。
- ・ **Facebook (フェイスブック)** : 知り合いとインターネット上で交流できるサービス。
- ・ **Twitter (ツイッター)** : 趣味や出来事などを“つぶやき”投稿・拡散ができるサービス。
- ・ **Instagram (インスタグラム)** : 写真・動画投稿のビジュアル面に特化したサービス。
- ・ **YouTube (ユーチューブ)** : 自作の動画を投稿・公開できる動画配信サイト。
- ・ **TikTok (ティックトック)** : 音楽付きの 15 秒～1 分程度の動画作成・投稿ができるアプリ。など・・・



ICT 総研の調査によると、日本の SNS 利用者は、7,975 万人、2022 年末には 8,241 万人へ拡大すると推定されています。同社が昨年実施したアンケートによると、最も利用率が高かったのは LINE で、それに続き Twitter・Instagram・Facebook・TikTok・・・となっています。コミュニケーションツールとして活用するものや、動画・写真の閲覧を目的とするもの、写真映えのする投稿を目的とするものなど多様化し、用途や目的に合わせて「SNS」を使い分ける人も増えているそうです。そんな「SNS」ですが、不動産会社にとってどのようなメリットがあるのでしょうか。当社での取り組みとあわせてご紹介します！

- ・ モバイル社会研究所 スマートフォン比率 <https://www.moba-ken.jp/project/others/ownership20210414.html>
- ・ ICT 総研より 2020 年度 SNS 利用動向に関する調査 <https://ictr.co.jp/report/233552.html/>

★ SNS を活用するメリット・・・

① 物件情報の公開・投稿

→ 不動産業界で1番重要なポイントである「物件情報」を写真や動画で公開・投稿ができ、視覚を通し顧客へアピールすることができます。中でも、おすすめポイントにフォーカスを当て投稿することで、最も伝えたい情報の提供が可能です。写真に特化した代表的な SNS である Instagram (通称インスタ) は、「インスタ映え」をする写真が若者の間で多く閲覧されています。目をひく物件の写真やユーザー目線の写真を投稿することで、募集図面とは違う角度から物件情報を伝えることができます。また、昨今のコロナウイルスの影響で、遠方からの移動規制などにより、内覧のしにくい状況の中、動画系 SNS の YouTube や TikTok を使ったオンライン内見を取り入れる不動産会社もあります。

② 拡散ができる

→ Twitter の「リツイート機能」、Instagram や Facebook の「シェア機能」を使い、友人へ共有したい情報があった時や良い投稿を見つけた時など、ボタン一つで簡単に拡散が可能です。情報が多く広がれば広がるほど、多くのユーザーの目に止まることが期待され、拡散力の高さがユーザーの関心度にもつながります。そのため、閲覧するユーザーに興味を持ってもらえるような心惹かれる投稿がポイントになります。

③ 検索機能を使い、気になる投稿を見つけられる

→ SNS には検索機能があります。投稿する際の文章にハッシュタグや位置情報をつけることにより、他のユーザーが求めている内容・場所を検索し、知りたい情報を絞り込み閲覧することができます。継続的に投稿を行うことで、ファンが増え、拡散力・関心度につながります。

*ハッシュタグ・・・投稿する時、関連ワードを入力する「#」のこと

④ 顧客とのコミュニケーション手段

→ 連絡ツールとして幅広い年代に利用されている LINE では、顧客とのコミュニケーションを取ることができます。メールよりも簡単な連絡手段として、業界問わず採用している企業も多い SNS です。お部屋探しのやりとりや入居中のフォロー、キャンペーン情報の発信など積極的かつ手軽にコミュニケーションを取ることができ、メールより手軽で素早いやりとりが可能になります。

★ SNS の注意点・・・

SNS は、便利なコミュニケーション手段ですが、自由に手軽に使えるが故に、アカウントの不正利用やウイルス被害、情報漏洩などの事例が発生していることも事実です。また、匿名のまま投稿ができるため誹謗中傷のメッセージなどを発信したりなど、社会的に問題になっているため、利用する際は十分に注意が必要です。

★ 最後に・・・

いかがでしたでしょうか。時代の変化とともに、不動産業界のあり方も変化しつつあります。当社でも少しずつではございますが、取り組んでいます。「SNS」を通してのお部屋探しが当たり前になるにもそう遠くはないかもしれません。

横浜営業所 松井 菜穂



参考：Insta lab 住宅・不動産業界の SNS を活用した集客成功事例と 3 つのマーケティング手法を徹底解説

<https://find-model.jp/insta-lab/sns-marketing-house-real-estate/>