

首都圏調査視察
報告書

昭和 58 年 5 月



札幌不動産リステイング協会
教育委員会

目次

首都圏調査視察の成果に期待する 会長 藤田紀郎	1
調査視察コース	2
首都圏調査を顧みて 団長 山本栄一	3
座談会 首都圏調査視察に参加して	4
I 不動産の動向	12
II 業者サイドによるサービス	13
III お客をどうつかむか	13
IV 社員教育	13
V 賃貸物件について	14
IV 大手との対応	14
VII 業者の目ざすもの	15
VII 提 言	16
調査視察団名簿	18

首都圏調査視察の成果に期待する

札幌不動産リスティング協会

会長 藤田 紀 郎

媒介契約制度がスタートして、全国各地に流通機構がつきつぎに誕生しました。その数は95にも達しています。

情報の収集も容易になりました、情報処理システムの完成に伴って、広域的に大量の情報が迅速に処理される状況にまで進んでいます。

多店舗戦略をとるチェーンシステムや瑕疵保証等の消費者サービスをうちだす差別化戦略等、企業間競争、流通機構間のネットワーク競争も一層強化しています。これにつれて、流通業界の再編成は勿論のこと、中小業者の組織化を促して、現状は依然として流動的です。

こうした状況は、低い経済成長と成熟社会にあって、なおのこと私達に不安と戸惑いをもたらしています。

私達のグループが、最適な行動をとるために、現状の変化を「徹底的に考える」こと、そしてあらゆる営業機会を利用し得る「態勢を整える」ことを共通の認識としようとしたのはつい先年のことです。

事態は更に進みました、今年策定の第3期中期計画にあっては、無慈悲な競争に生き残る方策を基本としています。そして最も訴求される方法は、どの様にして信用とサービスを創り出すかにあります。

「物件情報の多寡は、最早競争の条件とはならない — 消費者は如何なる物件であるかで仲介業者を選択せず、どんな内容の“媒介”を提供してくれるかで、仲介業者を選択するであろう。それは仲介業者が個々の消費者の側に立ってどの様なサービスを提供するかと云うことである。」第3期中期計画はこの様に訴えています。

今度の調査団が信用とサービスの創造に数々のヒントをもたらしてくれることを、そして流通の近代化を推進する流通機構がどこまで機能しているのか、中小企業の協業はどうか等大きな役割をになっているものと思います。

幸い調査団の皆さんが私達の代表に最もふさわしい人々であり、この報告書が私達グループにとって新しい歴史の一頁であることを信じています。

【調査視察コース】

5月26日 6:30 日航ターミナル集合
 8:20 千歳発 — 羽田
 午前 東京都中央区八重洲2丁目
 住友信託銀行不動産部
 東京住宅営業室
 不動産部次長 吉田 雄一郎
 業務推進役 井伊 勝男
 営業室副長 和賀 富夫

午後 大田区鶴の木3-19-2
 不動産ニュース株式会社
 代表取締役 松村 文衛
 取締役本部長 島田 恒彦
 業務部長 玉井 了

5月27日 午前 埼玉県浦和市常盤2-1-1
 代表取締役 大岩 博信
 ㈱尾張屋土地開発
 資本金 1千万円
 大正13年「尾張屋」として呉服商を始め昭和48年スーパーのニチイと合併。
 昭和55年12月ニチイ北浦和店内に支店を開設。
 昭和57年「住通」に加盟。
 従業員 営業16名(内取引主任者12名)
 事務 4名
 マンション主体の自社開発業と仲介業、建物の賃貸業の3本柱。

コンピューター。ファクシミリ(G2)、輪転印刷機、原版製版機各一台。

おもな実績

昭和48年~52年 一戸建住宅 約300棟分譲
 昭和56年~58年 売買の仲介料年々50%アップ
 収入家賃約4,000万(年間)

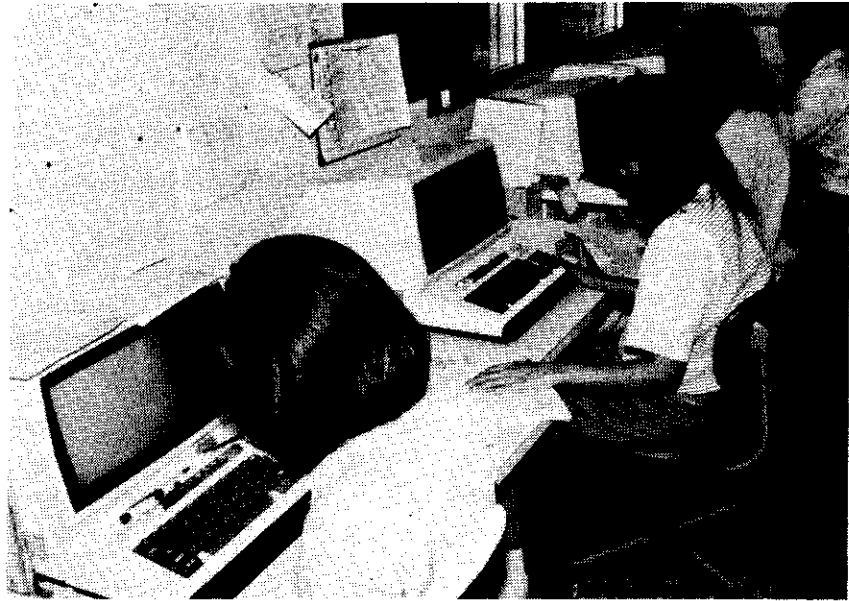
5月27日 午後 神奈川県横浜市中区吉田町5-2
 吉田興産株式会社
 代表取締役社長 吉田 貞一郎
 代表取締役副社長 吉田 征三郎
 明治時代に横浜吉田新田開墾を手掛けて以来の大地主。資本金 6千万円。
 従業員 24名(内不動産部8名)
 建売、タウンハウス、マンション分譲・管理、土地・建物・ビル仲介、コンピューター導入。

5月28日 午前 千葉県南町2丁目17-11
 三幸商事株式会社
 代表取締役 提 法 乗
 千葉県不動産流通センター
 運営委員長
 従業員 8名
 建売、売買仲介、賃貸仲介管理、マンション分譲
 コンピューター、ファクシミリ
 ビデオによる物件説明

午後 池袋サンシャイン見学

18:30 羽田発 — 千 歳

21:30 札幌着



← 不動産ニュース コンピュータールーム



→ 浦和、尾張屋土地開発で研修

首都圏調査視察を顧みて

㈱ 栄不動産商会

団長 山本 栄一

此の度リディング協会の首都圏調査視察の一員に選ばれる光栄に浴し感謝感激の至りでございます。

この企画をされた会長始め会員の皆様には心からお礼を申し上げる次第です。

お蔭様をもちまして5月26日から5月28日迄の三日間、一度も雨に降られることもなく、至極快適な旅を終えることが出来ました。(行く迄は会の貴重な財源を使う関係上、責任の重大さを感じて居りましたが、結果として“案ずるより生むが易し”が現在の心境です。)

今回の最大の目的は不動産流通近代化に対応して、①中小零細業者はどう変革したか、②そのためにどのような経営戦略をとっているか、を目で確かめることでした。

結論として近代化に対応したのは大手不動産業者並びに信託銀行等であり、中小零細業者に於いてはほんの一握りの部分でしかないと云う事です。

依然として“駅前不動産”の状態を呈しており、大手攻勢に対しじりじりと後退を余儀なくされているのが一般的な状況と見受けました。しかしながら吾々が訪問した店はいずれも県No.1の業者であり、十分に大手に互して行ける状態でした。(この事については教育委員長のレポートをご覧いただきたいと存じます。)

いずれに致しましても流通の近代化は、結果的には新しい時代に対応できない零細業者の自然淘汰を運営つけています。

吾々はまず自分自身の意識改革から始めようではありませんか。決して淘汰される方に行かない覚悟を以って、今後リディング協会を中心としたお互いに自己研鑽を重ね大いに仕事の上に反映させようではありませんか。



↑ 不動産ニュース㈱で記念撮影

【座談会】

首都圏調査視察に参加して

昭和58年6月4日

片岡ビル

出席者

- 団 長 山 本 栄 一
- 団 員 広 瀬 彰
- 〃 鳥 瀬 欽 司
- 〃 飯 田 正 美
- 教育委員 福 士 克 年
- 〃 小 林 修 (司会)
- 特別出席 藤 田 紀 郎 会長

会長 ただいまから首都圏調査団の座談会に入るわけですが、はじめに調査団派遣の目的について一言申し上げます。

昨年来全国各地で不動産流通機構が次々と誕生し、現在95にも達しているということです。この新しい流通機構は、例えば、フランチャイズ方式による店舗拡大、

価格査定マニュアルの開発、コンピューター・ファクシミリ・オンラインシステムなどの情報機器の活用、更には中古住宅の下取り・修理・手付保証・瑕疵保証などを積極的にとり入れることによって、流通市場を活性化し、マーケットを拡大する方向に進んでおります。

札幌圏でも「住通」が進出し、MRDの異業種との提携がうわさされて流通の最前線が上陸してくることが予想されております。

これに対して、零細な中小不動産業者は、生存に危険感を募らせているという実情があります。

こうした中で私どもリスティング協会は、昭和40年の創立以来、会員相互が協力して物件の情報を交換し合う共同斡旋機構として活動して参りましたが、現在のように不動産流通機構が近代化されていく中でも果して、不動産流通の

仲介業者としてうまく時代の流れにのっていかれるかが大きな問題となっています。そこで調査団を派遣し、首都圏では流通機構の近代化がどこまで進んでいるか、どう対応しているかを実際に見てきていただいたわけです。皆さんの率直な感想とご意見を伺いたいと思います。

司会 それでははじめに、今回のスケジュールについて、山本さん、簡単にご説明をお願いします。

山本 見学したのは、信託銀行としては住友、中小業者としては、横浜の吉田興産、千葉の三幸商事、浦和の尾張屋土地開発の3ヶ所、それに不動産ニュース社でした。中小業者といっても、それぞれ土地のナンバーワンといわれるところでしたが……。

司会 見学してみたご感想はいかがですか。

山本 私は2年前からの流通近代化に、東京とその近辺の中小業者がどう対応しているかに大きな関心があったのですが、今回見学してみて、近代化をとり入れたのは最大手のみで、駅前不動産といわれる弱小業者の近代化は余り進んでいないという感じがしましたね。私たちが見たのは、県を代表するような大きな業者でしたから、十分対応していましたがね。

例えば、埼玉の尾張屋では去年の10月に住通に加盟したそうですが、それを機会に社員教育に力

を入れ、また店舗のイメージを変えることによって、業績はかなり向上したそうです。

又、横浜の吉田興産は昔からの大地主だったそうですが、そこでは、営業の姿勢といったものをよく聞いてきました。

千葉の三幸商事では宅建の流通センターだけで、他の大手のセンターには加盟していませんでしたが、コンピューターやファクシミリをフルに活用していました。お客の条件に応じていろいろな情報が出てくるわけですが、最近私たちも勉強した価格査定マニュアルもインプットしており、又、お客がローンを組みたいといういろいろな数値がすぐコンピューターから出てくるようになっているなど、進んでいるな、という印象を受けました。

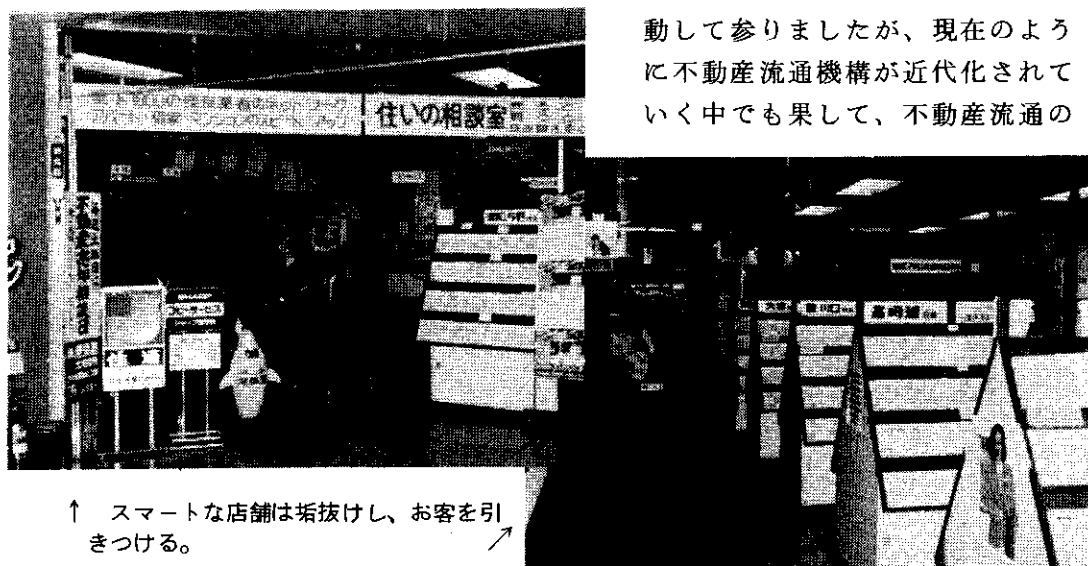
今回は業者がどう変わったかを一ばん知りたかったのですが、余り変わってなくて安心した一方、これでいいのかな、という気もしましたね。

近代化に背を向けていては淘汰されてしまいますが、建設省のいう程には変れるものではありません。

団長としては、みんな健康で、和気あいあい、楽しく視察出来たこと、本当によかったと思っています。

広瀬 住友で、仲介に対する取り組みが随分進んでいると思いました。

これまではどこの業者でも、3



↑ スマートな店舗は垢抜けし、お客を引くつける。

行広告、ちらし、看板などで情報を提供していたわけですが、住友では、それを通りこして、買手が固いとみると、地域を一部に限って“求む広告”を出すんだそうです。

そこから上ってくるものは非常に成果があがるそうで、大手業者は、一般業者の先を行く手を打ち始めているようです。

飯田 見るものがみんな新しく、これからの不動産のあり方といったものを考えさせられました。これからは大手の傘の下でのびていくのではないかという気がしました。

中小なら賃貸を重く見るとか、アパートの管理をこまかくやるとか……。とても勉強になりました。

司会 千葉県の分譲地で、区画の仕方が大変ユニークなものがありました。

福士 土地の区画の仕方で、どうしても袋地が出来てしまう場合、駐車場をとることによってそれを救っ



↑ 共有のパーキングスペースを作り袋地の感じを与えない土地の区画。

ている、というのですね。確かにいいアイデアで、区割りの仕方はあちらが進んでいると思いたね。

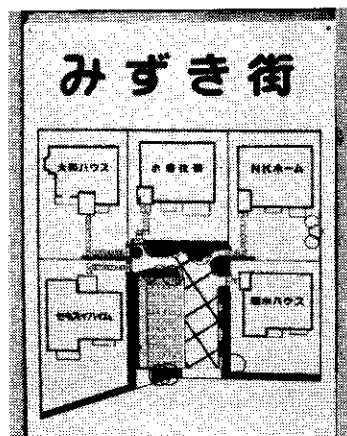
但し、雪国ではどうなるかちょっとわかりませんが……。

鳥瀬 私は、情報処理をどうやっているかに非常に興味があったのです。このところ旬報とか図面配布とか住宅関連雑誌などが沢山出てきていますから。

住友信託銀行では、これまでは展示場を設けて情報を流していたのですが、そういう漠然とした形ではなく、地域を小さくしぼって求めに応じて重点的に知らせるといふ集約的情報処理をしていましたね。

中小業者は近代化にどう対応しているか、という点ですが、見学した三社は、それぞれ異ったやり方をしていたようです。

尾張屋は、入りやすい明るい店舗作りをし、常設展示をしていましたが、客の信用を得るといふ目的で住通に加盟し、保証制度を取り入れるなどして近代化をはかっ



ていました。

吉田興産では、これまでは自社所有の不動産の賃貸、管理が主体でしたが、最近では進んで仲介もするようになってきているそうです。つまり、意識改革をして近代化をはかる、ということでしょうか。大手といろいろな形で交流することによって情報を得、また大手の良いところをまねていくという方法をとっているのですね。

千葉の三幸は、昔は分譲が主体だったが、今は賃貸中心になっているそうです。近代化をはかるために機械化はしたそうですが、機械化即近代化ではない、として、大手と共存しながら、大手の出来ないところを進んでやろうとしている、という印象を受けました。

司会 このたび四つの会社を訪問しましたが、大手も賃貸を重視していたようです。

山本 それは、一つには賃貸は売買に結びつく可能性があるということ、もう一つは、賃貸はベースになる安定収入だという考え方からでしょうね。中小業者は賃貸を中心にして、売買は月1件か2カ月に1件のボーナスといった考えですね。

さらに、大手のしないところに目を向け、すべてのことを扱える業者にならなければならないと考えているようです。

千葉の業者でしたが、1台1,000円で駐車場の管理をすとか、古いアパートは家賃の10%、新しいものは5%で管理する、などで

す。

広瀬 私は賃貸はほとんどしませんが、近所で賃貸を中心している業者を見ていると、賃貸、管理、仲介の三本立てのやり方には魅力を感じますね。決めるだけ、という賃貸では衰退していくでしょうね。管理といっても、どこまできちんとするかによるわけで、家賃保証をするという形でなら太刀打ち出来るのではないのでしょうか。

福士 私も賃貸はほとんどしていませんが、単なる賃貸ではなく、いろいろな保証制度を取り入れる総合管理という形は、これから考えられていいのではないのでしょうか。

山本 これは難しい問題ですね。

若手を多勢入れて、賃貸を中心している業者もいますが、1人でするには限界があります。

鳥瀬 賃貸は地域差があると思いますね。

東京で賃貸が多いのは、土地の動きが少ないからではないでしょうか。札幌ならまだ売れる土地も沢山ありますし、新しい家もアパートもどんどん出来ていますね。札幌で中小業者が賃貸を取り入れるのはむずかしいと思います。

しかし、賃貸も受けとめていく気持ちがなければ行きづまるのではないかと思います。

司会 見てきたこと、感じたことをいろいろ話していただきましたが、それでは、今回見てきたことを、今後リビング協会にどう生か

したいと思いませんか。

山本 3～4年に一度はこうしたことを是非やりたいですね。見てきたことを仲間に率直に話すことは大切だと思います。

今回特に思ったのは、大手の傘の下に入らざるを得ないのではないかということです。

今後のあり方ですが、今回見てきた中以上の業者がそうであったように、二つや三つのセンターに加盟するのは当然で、プラスになるものは何でも活用するという考えは大切ですね。大手とどう組み合わせるか、大手の中に日常的にどのように積極的に入っていくか、得た情報をどう活用するか、といったことですね。

広瀬 今回、近代化の流れの中で一つのパイを中小業者が大手にくわれているということを実感しました。その中で生き残る、という考えをもつのはすでに負けだと思います。この仕事を始めた時の原点に戻ってみることが必要だと思いますね。「買い」から入った人もいるかもしれませんが、9割以上は「売り」から入ったと思うのです。だから今の時代には弱い体質になってしまうのですね。行きやすいところばかり選んで廻っているのではないですか。

今、我々に一ばん大切なのは、自己啓蒙だと思うのです。

それと、住通では、手付保証、瑕疵保証、それに社員教育ということに重点をおいていますが、

リスティング協会では教育には前から力を入れていましたね。これからはやり次第では、手付保証、瑕疵保証をとり入れていくことが出来るのではないのでしょうか。住通に払う金額をリスティング協会に払えばいいわけです。

今回の研修で私は、自分がどう努力するか、ということと、今あるリスティング協会をどう生かすか、ということが今後大きな課題だとつくづく思いました。

鳥瀬 流通の近代化の中で私たちのような伝統的な手法の業者が生きのびていくには、地域に密着した固定客作りをしっかりとすることではないかと思えます。

確かに大手は保証もするし、信用もあると思えます。しかし、親身なサービスをし、それが口コミによって次々と効果を表わしていくということなどは、大手が真似の出来ないいき方ではないかと思うのです。そうなれば、大手はもはやこわくない、ということですね。

飯田 尾張屋ではスーパーの中に店舗を出していましたね。リスティング協会も、利用者の多いスーパーの中に常設展示場を設けるなど、どうでしょうか。

司会 それでは最後に、今回の調査団の日程や内容など全体的な感想をお願いします。

飯田 規模の大きいところばかりだったのがちょっと残念でした。もう少し小さいところの方が私たちの

参考になったと思えます。

鳥瀬 行った先がそれぞれ離れすぎていましたね。浦和から、東京を通り越して横浜へ1時間半もかけて移動するというのはちょっと無駄なような気がしました。

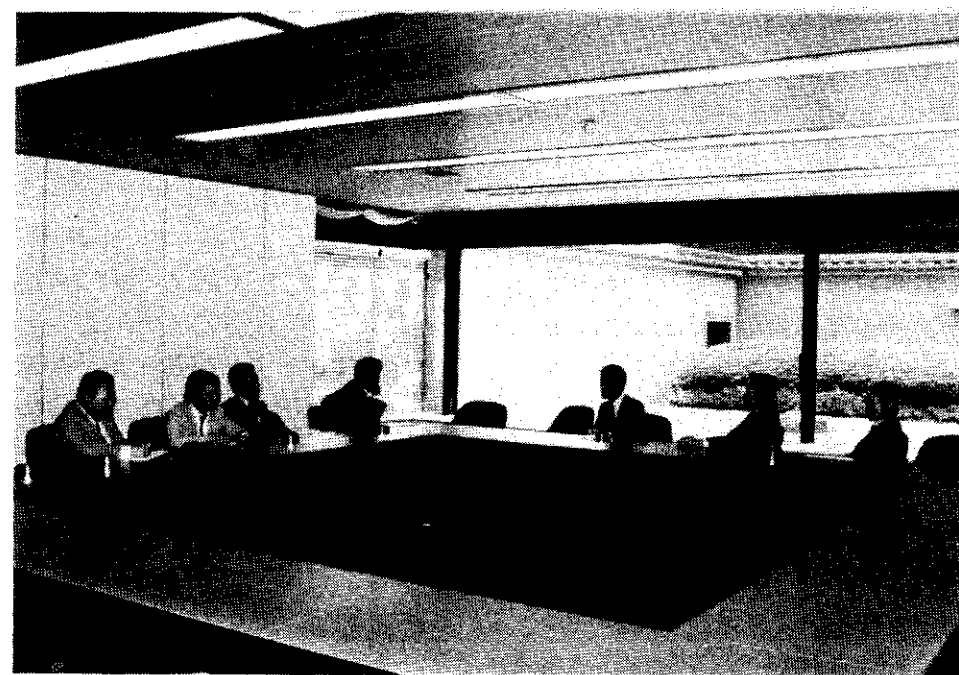
同じ土地で大きい業者と小さい業者を見る方がよかったと思えます。

会長 今回皆さんが視察されて、リスティング協会に注文が多くなったのは素晴らしいことだと思います。

例えば、先程広瀬さんが言われたように、手付保証、瑕疵保証をやるんじゃないか、というように、いろんな角度からの積極的な発言を是非みんなのものとしていきたいと思えます。

とにかく、皆さんの情熱をかき立てたということでも、調査団は大成功だったと思えます。

司会 それでは長時間どうぞ苦勞様でした。



↑ 住友信託銀行不動産会議室

I 不動産の動向 教育委員会

不動産業者でない者による情報の販売、分業化

- ① リクルートセンター
住宅情報誌 7万物件
毎週発行 2000円
- ② 不動産ニュース
東京 1回 300物件
3日に1回配布
50%が図面作成依頼
(図面がきれい)
作成料 1物件
15,000～17,000円
会員 12,000社
- ◎ コンピューター、オンラインに移行
コンピューターは特殊検索とか、資料の保管あるいは価格査定でお客様に説得力がある(三幸商事)などの点では良いが、端末機は消化しきれていない。今後も伸びないと思う(不動産ニュース)
- ③ 東京カンテ(女性主体で27・8名でやっている)
マンションの販売当時の価格、間取図、パンフレット等全てのストックデータをインプット。
12,000棟のマンション95%をカバーしている。
入会金50万円、毎月5万円、1件600円。
会員はファクシミリで受取る。
会員300社。
- ④ 委託業務

大阪、神戸で行われている、物件の調査の依頼を受けて、朝受ければその日のうちに調査して届ける。1件3万円。

その他検討されているもの

- (i) マンションマップの作成
3,400の駅を中心としたマンション地図の作成。駅を指定してもらえば、半径500～1,000mまでのストックデータを提供する。
- (ii) 取引事例地の販売
- (iii) 現地ルポ
現地見分の依頼を受けて、写真ビデオを作成、1件2万円。
- ◎ 千葉の三幸商事では、独自でビデオを作成し、事務所でお客様に見せ、賃貸など現地案内せずその場で契約している。

II 業者サイドによるサービス

- (1) 瑕疵保証 中古住宅を購入後、1年間は、故障がおきた時に無償でなおす。(免責1物件3万円、限度額30万円)
10年以上の住宅設備器機を除く。保証料は売主が5万円負担。「瑕疵」という言葉を使わず性能保証と云いかえているようだが保証の中身を見れば、やらなくてもよいようなものの保証であり、もっぱら宣伝効果を狙ったものといえよう。それでも口コミで徐々に効果があるようである。
- (2) 手付金保証 万一契約が途中で

こわれた時、かわってすぐに手付金を返す保証。

- (3) 買取保証 売却を依頼され、一定期間内に売れない時は、業者が買取る。
- (4) 買い換えつなぎ資金 自分の家が売れるまで、家の購入資金や担保抹消の資金を融資する。
- (5) エスクロー業務(費用負担がネック、検討中)

III お客をどうつかむか

売情報は余っている。それをいかにお客様と直結させるか

- (1) 展示場、不動産フェア
最近はやっているところは少ない。(住友信託2年前中止)
- (2) チラシの反響、良くない。(住友信託、以下同)
- (3) モニター制度
特定グループ(保険、デパートの外商等の紹介による。1率1件5万円の謝礼)
- (4) 求む広告
地域を集中的にやる。(売主即ち買主の原理から効果的である。)
- (5) 出張相談
自衛隊等300人以上の職場で不動産相談会並に展示現場持込。
- (6) お客様による紹介(吉田興産、三幸商事はこのウエートが高い)
- (7) 旬報の配布(千葉県不動産流通センター)
旬報の業者名が入っていないものを、表紙に自社の名称を入れて、

集会所、銀行、スーパー等に配布。

- (8) 各種会合に出席(吉田興産)
金融機関、ロータリークラブ、商工会議所、経済同友会等に入り情報を得てだんだんとビジネスに結びつける。名刺を交換し自分を知ってもらおう(売込む)。

IV 社員教育

住友信託では窓口の女性全員が取引主任者で契約書の作成、重要事項の説明を行っている。

浦和の尾張屋における「案内の計画と方法」に関する指導

- (1) 1週間の案内計画、リストの点検。
- (2) 日中物調、夜間訪問をくり返す。
- (3) 本命物件を中心に案内する。
- (4) 物調のとき建物とお客様のイメージを重ねて似合うものをすすめる。
- (5) 訪問はできるだけ2人で行くよう準備する。2人の方が客も信頼してくれるし、こちらのペースで話をすすめられる。

方法

- (1) 価格のやゝ安いもの
- (2) 価格を合せた比較物件
- (3) 本命物件
- (4) 価格のやゝ高い良い物件
- ◎ 訪問は夜7時～9時頃最適(夜の訪問は金)
- ◎ 案内をとれるかどうかは経験でなく、お客様に夜どれだけ電話しているかによる。

◎ 成約できるかどうかは、経験、知識でなく、どれだけ多くの優良物件を見ているかである。

その他初級、中級、上級社員によるノルマと歩合給。

V 賃貸物件について

今回訪問した業者で賃貸を扱っていないところはない。外国人向けの高級マンション(賃料70万以上)を専門に扱う業者もでてきている。

住友信託でも賃料300万円のマンションを扱ったことがある。マンション所有者はプロであり、賃貸のみに終らない。

千葉の三幸商事では管理費として集金額の5%をもらっている。毎週1回必ずアパート周りの掃除をする。但し、賃料の遅延や空室の保証はしない。個室や6×6でも風呂付でないものは空室が多くなっている。

神奈川県宅建協会の掲示

建物の契約更新時の労務報酬

建物に関する賃貸借期間満了の場合、その契約更新に関する依頼を受けたその依頼者より、当該建物の月額賃料の50%以内の労務報酬を申受けます。

尚、賃貸借期間中、賃料の値上げの依頼を受けた場合も右に準ずる。

VI 大手との対応

お客は大手業者に行った方がなんとなく安心だという。知名度、信用力に劣る中小業者はどこかの傘下に入るか、どこかに入らなければ不安だといった戸惑いをみせている。反面大手の傘下に入っても一定のノルマを消化できない業者は、良いところだけ吸い取られて、あとは切り捨てられるのではないか。昔の小作人のように働き蜂に終らされるのでないかといった不安もある。しかしながら少なくとも一匹狼的時代は終わったといえよう。そこで共同仲介機構に参加して、その有効利用を考える。それをうまく利用できない業者は脱落して行くことになる(不動産ニュース)。大手に対しアレルギーを示す必要はなく、大手の長所をうまく取り入れるべきである(吉田興産)。中小業者にとって、地域性に関しては、大手より良く知っているのであるから、自社の特性を発揮し、その優秀性を示さなければならない。

まず、自社近辺のエリアに熟知して、仲介物件なら何でも扱うというだけでなく、商品を限定した販売の検討も必要であろう。

大手の宣伝は、専門企画マンがやっているのだから、それらをまねても良いのでないか。社員教育、経営指導などもまねても良いのでないだろうか。



↑ 住友信託銀行正面入口

VII 業者の目ざすもの

近代化とは何か

不況時に大型物件がでるなど、むしろ業績が上っている(吉田興産)。大手を向うにまわし50億の物件を扱ったという。(推定)

景気が悪いと云って嘆き、何もしないでいて、良くなるわけがない。物件の受託と販売機能をいかに高めるかを考えるとき、まず、業者はもっとスマートにならなくてはならない。店舗や事務所の机の配置やインテリア等のレイアウトもアメリカの業界は大いに参考になる。好むと好まざるにかかわらずアメリカ型の不動産流通機構が日本で展開されてい

る。(①海外研修は絶対すべきだ：吉田興産副社長。②法律そのものが違うし、即取り入れようとしてもむずかしい、過大の期待はしない方が良い：不動産ニュース社長)

薄暗い事務所の改善や事務所に感謝状をたくさん掛けるより、名画を掛けた方が垢抜けするのでないか等の配慮が、他の産業に較べても宅建業者は遅れている。

尾張屋土地開発の男性は全員同じカラーのスーツを着ていた。又、名刺の中に短いキャッチフレーズ「住まうところでおつきあい」等入れているなど、非常にこまかいところまで配慮している。

住友信託不動産部は120名のスタッフで行っているが、店内や会議

調査視察団名簿

団 長	山 本 栄 一	㈱栄不動産商会	
	中央区南1条西14丁目		☎ 251-4700
団 員	広 瀬 彰	広瀬商事	
	白石区菊水元町6条2丁目6-26		☎ 873-5044
団 員	鳥 瀬 欽 司	㈱大地企画	
	中央区南7条西1丁目		☎ 511-7735
団 員	飯 田 正 美	札幌不動産商事㈱	
	中央区南1条西10丁目		☎ 231-7377
教育委員	小 林 修	小林住宅㈱	
	豊平区平岸4条14丁目1-12		☎ 831-8570
教育委員	福 士 克 年	福士不動産㈱	
	中央区南大通西12 西ビル		☎ 221-0376

以上 6名

昭和58年7月1日発行

編集

教育委員会 小林 修

発行

札幌市不動産リスティング協会

札幌市中央区南7条西1丁目

電話(011)521-0730