

T SUGITE

つぎで

特集 管理会社と一緒に解決! 仲介業者が紹介したい部屋 キメ物件になるための『4か条』!

CONTENTS 「記憶に残る」「案内しやすい」「印象がイイ」「決め手がある」
勝負できる物件へ! 選ばれるための施策を一挙ご紹介!
オーナー様に聞きました! 徹底したお客様目線で最良のおもてなしを追求する。

5



カギを握るのはパートナーシップ



オーナー様 管理会社 仲介業者

つながりをしっかり作る

経営の秘訣です。安定した賃貸マンションに對して迅速に対応することが、安定した賃貸マンションの要望や課題を汲み取り、それらに對して迅速に対応することが、安定した賃貸マンションの秘訣です。

空 室が出ても次の入居者がすぐ決まり、安定経営を実現する「キメ物件」。自分の所有する賃貸マンションがそのキメ物件になるためには、商品である物件をどのように演出し、どのような戦略でPRしていくかが重要です。そのためには、オーナー様に代わって入居者様のニーズに合った管理サービスを行う管理会社や、入居者様との窓口になってくれる仲介業者と良好なコミュニケーションをとって信頼関係を築くことがとても大切。その中で入居者様の要望や課題を汲み取り、それらに對して迅速に対応することが、安定した賃貸マンションの秘訣です。

ズームアウトズームイン 2つの見方で物件をチェック

決まらない場合は何か問題が隠れている可能性も。そんなときは、物件を違った視点から観察してみるのもおすすめ。「ズームアウト」して、外観の印象、周辺の競合物件、沿線の賃料水準の推移、最新入居者ニーズなどを大局的に分析してみる。また「ズームイン」して郵便ポストやゴミ置き場、募集チラシのPR文の内容、インターネットに掲載されている写真まで、細かい点に目を向けてみる。そうすることで、気づかなかったものが見えてくることもあります。



今 は仲介業者も競争の時代なので、入居者を案内する際には「本命」キメ物件」を決めています。自分の物件が何度も案内されているのに

選ばれる決め手は、ヒト・コト・モノ

選ばれるには決め手があります



自 分の物件を「キメ物件」、つまり仲介業者の本命に選ばれる物件に仕上げていくには「ヒト」「コト」「モノ」について考えることが大切です。「モノ」はその物件に関わる人たち。もちろんオーナー様をはじめ、仲介業者、管理会社、入居者様も含まれます。コトはアクションプラン。何をやるのかという活動内容を指します。そして、モノは物件です。オーナー様のマンションは入居者様に選んでいただく商品です。この「ヒト」「コト」「モノ」の3点にしっかりとしたビジョン・目標・戦略を立てていくことで「キメ物件」に近づき、賃貸経営の大きな推進力になります。

特集 管理会社と一緒に解決！ 仲介業者が紹介したい部屋

キメ物件になるための『4か条』

執筆・監修

株式会社パワーコンサルティングネットワークス
代表取締役 谷崎憲一

自らアパート・マンションなどの大家業を営む傍ら、地主さん家主さんの抱える様々な問題の相談機関としてコンサルティング会社を経営。地主さん家主さんを支援する公益法人の代表で、精力的に無料相談を実施している。著書「土地活用の教科書 谷崎憲一のその土地活用ちよっと待たせ！」

あしたの資産価値を高める読本

TSUGITE 5

C O N T E N T S

- 2 特集
キメ物件になるための『4か条』
- 5 インタビュー
目指すはホテルのような心地よさ。徹底したお客様目線で最良のおもてなしを追求する。<大阪府大阪市 金田 康彦 様>
- 7 マンション経営 Q&A
- 9 あんなこと!こんなこと!できるんです!高松グループ取扱説明書!
- 11 賃貸経営成功術 成功パターン <愛知県名古屋市長 横井 様>
- 12 イマドキ賃貸設備<キッチン編>
- 13 成功事例に学ぶ改修事例
- 14 ギフトリレー <中金硝子株式会社 様> ご相談窓口

笑顔リレー

この笑顔で20年

高松建設 営業部 今井 博幸



「TSUGITE(つぎて)」とは、人から人へ想いや資産をつなぐ、継ぎ手。そして、古くは木材、現在では鉄筋などといった、2つの部材をつなぐ構造を意味します。それは、賃貸マンションおよび事業用建物を経営するオーナー様が先代より受け継いだ資産や企業の資産を次代へつなぐ、また、オーナー様の想いと高松建設の技術をつなぐ、そして「アイデアが土地を活かす」を次へつなぐ想いを込めた言葉。そんな強い結び目を目指して、資産価値のあしたをお考えの皆様へ寄り添う情報誌です。

さらに、勝負できる物件へ!

仲介業者が紹介しやすい関係と環境をつくる。そして、案内後の

キメ物件をつくる『4か条』

入居決定率を上げる施策がキメ物件になるために不可欠です。

4 決め手がある



**少ないコストで、決め手をつくる
入居の決断を
後押しするお得感**

コストを抑えながら他物件との「差別化」や「付加価値」を狙っていく一番有効的な方法は、パートナーである管理会社からの提案に耳を傾けることです。たとえば、TVモニター付きインターネットや無料インターネットなど、人気

設備の導入提案は費用対効果も高く、前向きに検討する価値があります。このような現場のニーズをしっかりと反映した提案を上手に取り入れていけば、所有する物件は「キメ物件」に生まれ変わります。

仲介業者の『ココ』だけの話

入居まであと一押し!?
迷いを断ち切るのに
押さえておきたいこんなこと



お得感は競合物件との差をつける重要なポイント。エアコンやリビング照明といった生活必需品を予め設置しておくなど、入居者様の経済的な負担に配慮すると入居は決まりやすくなります。

3 印象がイイ



**魅力を最大限伝える
内見者を惹きつけ、
第一印象に強い部屋**

どんなに誠実で優れた資質をもっている、清潔感に欠ける外見の男性はなかなかモチませんよね。身なりをきちんとした上で、初めて自身が評価されるのです。それは物件も同じこと。お見合い写真ともいべき募集チラシは

物件の魅力をしっかりと伝えていきますか? 内見の際、最初に目に入るエントランスの雰囲気づくりや、印象の良さを左右する清潔感のある部屋を実現するためには、ホスピタリティ豊かな管理会社のサポートが必要です。

仲介業者の『ココ』だけの話

見た目でもリード!?
内見者の表情は
どこで笑顔になるか険しくなるか



内見者は見た目から、そこがどんなマンションかを考えます。部屋だけでなく共用部もしっかり見て、入居者層の雰囲気を推し量って検討材料にします。

2 案内しやすい



**仲介業者が手間をかけずに
スムーズに案内できる
環境をつくる**

「来て」「見て」「決めて」といった、謳い文句ではありませんが、できる仲介担当者はお客様を案内する際、できるだけ負担が少なく、効率的な方法を考えます。一度に内見できる物件数はせいぜい3件から5件程度。内見数がつながります。

多ければ選択肢も増え、お客様は悩みます。わかりやすい募集チラシや充実した物件説明パンフ、管理会社やオーナー様の手際のよい差配など、仲介業者が案内しやすい工夫が入居率アップにつながります。

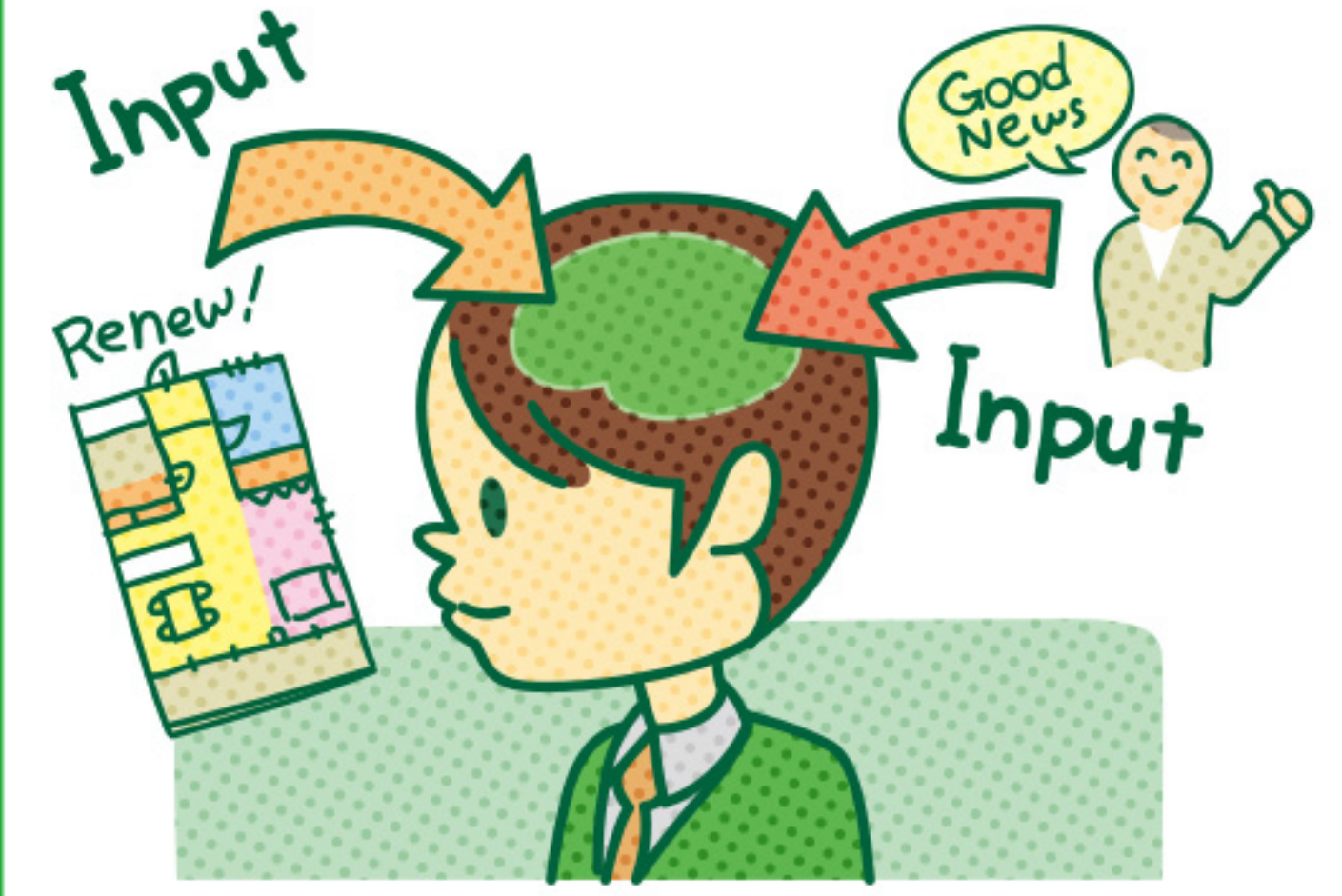
仲介業者の『ココ』だけの話

みすみすチャンスを逃す…
案内したかったのにできない
あんな部屋、こんな部屋



お客様の希望に添うにもかかわらず内見に手間がかかる部屋、せっかくリフォームしたのにホコリが溜まり臭いが籠っていたりする部屋などは紹介の対象外となることがあります。

1 記憶に残る



**日々のやりとりから多くの情報が入る
仲介業者を味方につけることが
満室経営への近道**

入居者様と直に接する仲介業者は、最近の入居者ニーズをはじめ、内覧の感想、入居が決まらない原因まで、現場からの貴重な情報を多く持っています。そして、管理会社は仲介業者に対して空室やリフォームの情報伝える

という役目を担っています。日々のやり取りを通して管理会社や仲介業者と良好な関係を築き、何百件の物件を扱う仲介業者に、自分の物件を積極的に紹介してもらうよう働きかけることが満室経営への近道となります。

仲介業者の『ココ』だけの話

圧倒的多数の声!
だから紹介したくなる
仲介業者とオーナー様(管理会社)のいい関係



仲介業者から見た紹介したくなる物件って… 日本建商調べ (2015年8月)

- 1位 問い合わせの対応が、早く丁寧
- 2位 リフォーム状況などの情報をタイムリーに提供してくれる
- 3位 管理会社が足しげくお店に通ってくれる

部屋の状況が分からないと、仲介業者はお客様を案内することができません。だからこそ、風通しの良いこまめな情報提供がよい関係をつくる秘訣です。