

緻密なマーケティングに基づき、高稼働かつ高効率のリーシング戦略を実現



取締役副社長 兼 CMO
齋藤晃一さん

住宅市場のマクロデータから現場まであらゆる情報をデータベース化

PM会社を前身とするリーシング・マネジメント・コンサルティング（2005年10月に現経営陣が三和ビルディングのM&Aを実施）は、これまでの経験を活かし、賃貸住宅のリーシングに特化したサービスを提供している。

同サービスの特徴は、「リーシング・グライレクトマーケティングの追求」を前提に、不動産投資市場のマクロデータを含む膨大なデータベースを基に緻密なマーケティング分析を行い、効率的なリーシング戦略を構築していることにある。なかでも特筆すべきは、エリアごとの賃料水準や稼働率等の統計データに加え、直接エンドユーザーと接する賃貸仲介店舗のスタッフにヒアリングを行い、そこで収集した情報もすべてデータとして蓄積している点である。首都圏および地方の主要都市に

約4万8000にも及ぶ賃貸仲介店舗のネットワークを有しており、そこから集約された現場での最新情報が同社の迅速かつ精度の高いリーシングサービスの裏づけとなっているようだ。

こうした同社の取組みは各方面から高く評価されており昨今では稼働率の改善を図りたい住宅REITやファンド、大手デベロッパー等からの業務受託も増加しているという。

調査・企画立案・実践のワンストップサービスで稼働率を向上させる

「同社が提供するサービスは、主に以下の5つに分けられる。【図表1】」

まず、効果的なリーシング戦略の基盤となる、「入居者属性調査」と「賃貸マーケットデータファイル」である。リーシング戦略には、当該物件のターゲット層およびエリアにおける物件の状況把握が不可欠となることから、「入居者属性調査」として、当該物件の既存入居者について賃貸申込時の個人情報や30項目以上のフォーカストに入力。年齢層や男女比、職業、年収等の入居者属性を割り出し、各データを掛け合わせることで、例えば「年収500万円程度の30代女性が潜在顧客層となり得る」というよ

うなピンポイントのターゲットングが可能となる。

当該物件のエリア内における競合物件の状況を踏まえた、ポジショニング（水準）の把握を目的に行うのが「賃貸マーケットデータファイル」である。競合物件との比較データや賃貸仲介店舗の窓口スタッフの物件認知度や優先度合いなど、現場目線のデータも含めて精緻に物件のポジショニングを導き出す。

次に同サービスのポリシーームゾーンを示すのが、「賃貸シートリストティング」である。これは、顧客層に合わせた各物件ごとのオリジナル入居募集チラシを製作し、同社の選任担当者が1拠点ずつ賃貸仲介店舗を訪問、対面営業で物件の訴求を行い物件の認知度を向上させるもの。さらに、物件について賃貸仲介店舗や入居者にもヒアリングを行うことで現在の空室要因を探り、改善策を構築するというサービスである【図表2】。主にPM会社から業務を委託されるケースが多く、これまでに数百家からの受注、延べ訪問仲介店舗数は、サービス開始から1年半で10万社を超える実績を有する。

また、物件の内見や申込み受付等を含めたコールセンター業務を代行し、寄せられた反響（問合せ）を週・月単位で分析する「コールセンター・反響分析」を有する。

これを体系化することによって、PMのフィー料率の裏づけとするための資料としても活用していきたいという。

リーシングにマーケティング力を融合させ、効率的に稼働率UPをサポートします

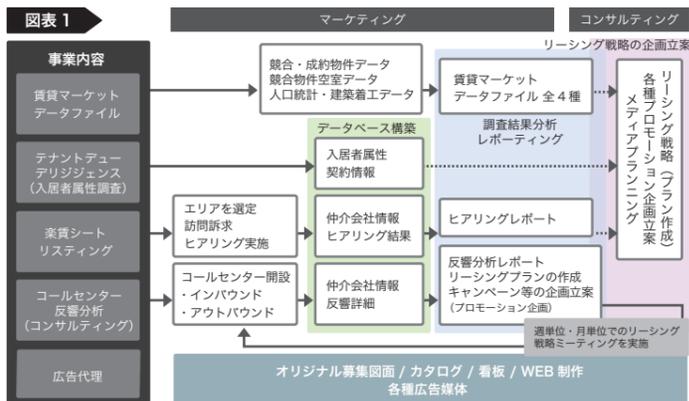
これまではマーケットが好調であったため、リーシング戦略の基盤となるマーケティングに注力せずとも一定の稼働率を維持することができていた。しかし状況が一変し、今後稼働率を維持・向上するためには綿密なマーケティング調査が不可欠となります。

不動産賃貸市場はこれまで「不動産オーナー」PM「賃貸仲介業者」という構図の中でPMが業務の一環としてリーシングを行ってききましたが、リーシングとは、本来マーケティングの追求です。マーケットとしての専門的な知見が必要となります。パフォーマンスの向上、業務の効率化を図るため、アウトソーシングすることで成果を高めることができるのではないのでしょうか。その意味でも当社のリーシング戦略を活用しながら、マーケティング領域の事業分野を外部の専門会社に委託するという発想を賃貸マーケットに浸透させていくことを次なる課題として掲げていきます。



の重要性はより一層高まっている。これまでは流動化ビジネスが状況を呈していたため、リースアップの早さがPMやリーシング業者の評価とされていた傾向が強い。しかし、コアマネーの流入も期待される昨今の状況下では、早さのみならず中長期の視点で安定した稼働率を維持・向上することができ、精度の高い「リーシング能力が評価のポイントとなる。」

「賃貸住宅はオフィスビルと比較すると、テナントの入退去が激しいアセットであり、データベースを基にしたリーシング手法が稼働率の安



「響分析」がある。反響の内容をレポートとして製作するとともに、プロモーション企画等の立案も行う。

そのほか、「広告代理事業」として、賃貸事業者等の顧客を対象にWebや各種紙媒体を活用したPR展開も代行している。

不動産投資市場の悪化に伴い、安定的な賃料収入を確保するリーシング

情報のデータベース化を持続し、いかなる市場変化にも対応する

取材協力 LMC リーシング・マネジメント・コンサルティング株式会社

〒105-0013 東京都港区浜松町 2-8-14 浜松町 TS ビル 9F
TEL : 03-5403-9171 FAX : 03-5403-9172

事業内容

- 賃貸住宅のリーシングマネージメントコンサルティング業務
- 仲介会社向け訴求ヒアリングメディア「案内シートリストティング」の企画運営
- リーシングコールセンターの企画運営 ■不動産マーケットに特化した広告代理事業



http://www.lmc-c.co.jp