

不動産コンサルタントが教える 仲介会社との 上手な付き合い方

第 45 回

集客プロモーションの 効果測定とは

- 出) ③反響数（問い合わせ件数をカウント）
- ④レスポンス率（発行部数に対するどの程度の問い合わせがあったかを算出）
- ⑤内見件数
- ⑥C P R (Cost Per Response)

文（1人の顧客）を獲得するのにかかった費用のこと。つまり、「出稿料金 ÷ 成約獲得

文 = C P O
リアル・Webプロモーションを問わず、レスポンス広告を取り扱う事業者にとっては本当に当たり前のことでも賃貸不動産業界には根付いていません。
しかし「何をご覧になつてお電話いただきましたか？」というレスポンス集積が可能になれば、効果測定もできるようになります。

家主は「TVでよく見るあの名物社長」と同じ

通販企業であれば広告出稿する前に必ず「目標C P R」や「目標C P O」を設定します。

あなたも見たことのある「あの独特の言い回しの名物社長の家電通販会社」も目標C P Oを設定してTV通販に臨んでいます。「1回のTV通販広告枠を100万円で購入して10万円のパソコンを売

るのであれば、目標C P O 10万円で、この通販枠だけで10台売つて100万円の売り上げを上げよう」といった具合に目標を定めているのです。「まずは資料請求を」でおなじみの通信教育会社も「100万円の広告枠を使って、資料請求客を1000人獲得すればC P R 1000円。C R（コンバージョン）が10%だったらC P O 1万円」という目標を立てています。本来R（コンバージョン）が10%も同様の考えを基に目標C P RやC P Oを立ててリーシングに取り組んでいかなければならぬのです。オーナーと管理会社で、事業計画やN O Iを設計するときには、集客のための広告宣伝費を定める必要があるというわけです。プロオーナーの世界では、内見客獲得コストの試算や分析等も根付きつつあります。

賃貸不動産業界には費用対効果分析は根付いていない

まずは広告出稿している媒体の一覧表を作成し効果測定に必要な数値を入力します。

- ①発行部数（ネット媒体で用）
- ②出稿料金（看板や自社作成チラシ等は製作費を算

賃貸の集客活動は、「ダイレクトマーケティング = 効果測定できるレスポンス広告」です。これから解説する効果測定はオーナーまたは管理会社が必ずやらなければならることです。※図表参照

媒体名	出稿部数(P V)	出稿料金(月額)	反響数(入電)	レスpons率	内見件数	C P R	成約件数	C R(内見～成約率)	C P O
ネット媒体A	60,000	150,000	167	0.28%	18	¥8,333	6	33.33%	¥25,000
ネット媒体B	30,000	80,000	70	0.23%	6	¥13,333	2	33.33%	¥40,000
ネット媒体C	15,000	35,000	10	0.07%	2	¥17,500	1	50.00%	¥35,000
ネット媒体D	10,000	150,000	50	0.50%	9	¥16,667	4	44.44%	¥37,500
紙媒体	5,000	200,000	98	1.96%	11	¥18,182	4	36.36%	¥50,000
訪問訴求	500	300,000	97	19.40%	34	¥8,824	12	35.29%	¥25,000
フリーペーパー	10,000	80,000	15	0.15%	3	¥26,667	1	33.33%	¥80,000
雑誌A	100,000	250,000	15	0.02%	4	¥62,500	2	50.00%	¥125,000
ポスティング	5,000	100,000	12	0.24%	7	¥14,286	3	42.86%	¥33,333
現地看板	-	100,000	20	-	12	¥8,333	2	16.67%	¥50,000
メルマガ	500	10,000	11	2.20%	3	¥3,333	1	33.33%	¥10,000
FAX	2,000	24,000	112	5.60%	18	¥1,333	8	44.44%	¥3,000
自社HP	2,000	50,000	60	3.00%	5	¥10,000	3	60.00%	¥16,667
合計	240,000	1,529,000	737	3.07%	132	¥11,583	49	37.12%	¥31,204



リーシング・マネジメント・コンサルティング

齊藤晃一

代表取締役社長

Profile

コンサルティング会社で、大手飲料メーカー、大手製薬会社をはじめとするダイレクトマーケティング事業の新規参入戦略および実行支援を多数経験。その後、(株)ウェブクリー(東証マザーズ8767)で新規事業企画室長として新規事業の立ち上げ、M&Aなどを経験。現在は不動産アンドやJ-REITの空室対策コンサルティングに携わる。著書に「本気で満室稼働を考える人だけが読む本」。

URL : <http://www.lmc-c.co.jp/>