

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8回

仲介会社が嫌がるオーナー・管理会社のお客様向けプロモーションとは

今年も繁忙期と呼ばれるシーズンに突入しました。オーナーにとっては仲介会社の力を借りて、1日も早く空室の埋戻しを願っている事でしょう。

今回は仲介会社が嫌がる「オーナー主導のエンド（お客様）向けプロモーション」についてお話をしましょう。  
オーナー（または管理会社）

の誰もが、できることならば「集客コストを抑えたい」と思っているはず。仲介会社へ余計な手数料を払わず、潜在入居者（引越しを希望するお客様）を自ら獲得することができれば……という思いも当然強くなります。そのような動機から、オーナー（管理会社）は大手ポータルサイトへ広告を掲載してしま

この行動を仲介会社はどう感じているのかを知ることも、反響の最大化を達成するためには必要です。  
オーナー（管理会社）と仲介会社は時として競合関係になってしまうことがあります。中小、零細の不動産管理会社では「管理と仲介を兼業している」ケースも多くあります。大手の管理会社でも仲介手数料やAD（広告料）欲しさに知らず知らずのうちに仲介会社の邪魔をしているのが実態なのです。

お客様を獲りにいくことが  
総反響数の低下につながる？

「お客様を獲りにいくことがどれだけプラスになっているのか？」、「仲介会社に紹介しても

らいたい物件の反響を無意識に減らしてしまっていないだろうか？」という視点で考える必要があるのです。  
オーナーの最大の目的は「1日も早く1円でも高い賃料で部屋を借りて欲しい」事のはずです。そのためには「自己都合ではなく仲介会社の都合を優先する思考」を持たなければなりません。

仲介会社に対し「管理会社が主要ポータルサイト等に掲載している物件について」どう思うかというアンケート結果を紹介します。  
①「すでにオーナー（管理会社）が掲載している物件を、同じポータルサイト上へ掲載するか」という質問では69%の仲介会社は掲載しない。

②「その物件を来店した見込み客に対して紹介するか」という質問では62%が積極的には紹介しない。  
③「オーナー（管理会社）による主要ポータルサイトへの掲載は控えてほしいですか」という質問に対しては99%が控えてほしいと答えました。③は想像以上に極端な回答数値ですが、ほ

ほ例外なく仲介会社はオーナー（管理会社）のプロモーション活動を嫌がっています。特に主要ポータルサイトへの掲載に対するアレルギー反応は大きいのです。賃貸仲介会社にとってみればポータルサイトからの反響は生命線だからです。  
管理会社が、あなたの物件が比較的相場より安い賃料設定なので、簡単に集客できるだろうと思いい、仲介手数料目当てに安直にポータルサイト等へ空室を掲載してしまうのは止めなければなりません。戦略的な

B to C（潜在入居者向け）プロモーションを展開しないと、知らず知らずのうちに仲介会社のコンペティター（競争相手）になる恐れがあるのです。  
**すべての仲介会社を  
平等に扱うことが大切**

実際にあった失敗例では、複数の仲介会社がせっかくオーナーの物件をポータルサイトへ出稿してくれているにも関わらず、管理会社が同じポータルサイトへ掲載してしまい、なおかつ特別に自社の募集条件だけを緩和（フリーレント等）してし

まったというケースです。  
仲介会社は各ポータルサイトから広告を掲載できる物件紹介枠を購入しています。自社で購入した貴重なポータルサイト掲載枠を、自分のところだけ優位な条件で募集してきた管理会社の物件のために使いたくないと思うのは必然です。このような事態にならぬよう、すべての仲介会社を平等に扱うことが、結果として総反響の増加につながるようになるのです。

リーシング・マネジメント・コンサルティング

齊藤晃一 取締役副社長兼 CMO

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)ウェブクルー（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等を経験。現在は不動産ファンドや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/>

