

## 賃貸マンションの“成約率向上”を目指すツール LMCが動画サービス「楽賃ルートナビ」を開始

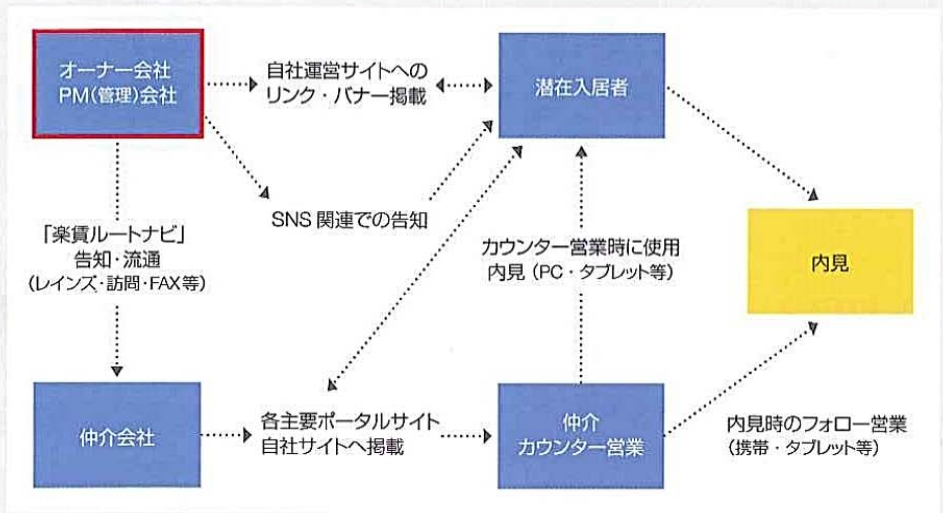
リーシング・マネジメント・コンサルティング（以下、LMC）は、賃貸住宅のオーナーおよびファンドAM/PM事業者向けの動画サービス「楽賃ルートナビ」を開始した。賃貸物件の最寄り駅からのルートや近隣の状況、物件外観やエントランスなどをウェブ上で展開する動画形態で紹介するもので、空室募集の内見率アップや成約率向上を狙うコンテンツ・サービスだ。

LMCはREITや私募ファンド、それらの物件を扱うPMや仲介会社を主なクライアントとし、主として居住用賃貸不動産の競合物件調査や販促ツールの作成、稼働率の維持・向上のためのコンサルティングを手がけている。

サービスの狙いについて、LMCの取締役副社長で最高マーケティング責任者の齋藤晃一氏は「一般ユーザーは部屋の内装だけではなく、建物外観を含めた近隣の状況をより多く知りたいと望んでいる」。さらに「REITや不動産会社などの物件オーナー側は、仲介会社経由ではない直接の集客（直客）の比率を高めるべく自社サイトの開設を行っている。不特定多数の物件を数多く取り扱う仲介会社や仲介サイトとの差別化を図るためにも独自コンテンツを加えることには大きな意味がある」と話す。

仲介会社は流通に特化しているが故に物件の住所など詳細な情報をサイト上には乗せにくいという弱点があった。住所を明らかにすれば、ユーザーが直接管理会社に問合せを行うなど客を逃しかねないためだ。新サービスはこうした不動産流通の盲点を突いたものとも

「楽賃ルートナビ」活用の流れ



いえるだろう。

ただし、新サービスは仲介会社にとっても恩恵が大きい。ある大手仲介サイトの運営会社の調査によれば、仲介会社の社員が扱う賃貸案件の約80%は、一度も見たことがない物件という結果になった。「物件の紹介ページに動画が加えられていれば、知らない物件でもより詳細な説明が可能となり、顧客へのアピール度は格段に強まるはず」（齋藤氏）。

動画作成の費用は初年度が1物件あたり9万5,000円。2年目からは2万円に設定している。オプションで、物件の室内やタウン情報の追加も可能だ。

齋藤氏は動画作成のポイントについて「情報の盛り込み過ぎも良くない。まずは物件の外観および近隣の状況を知りたいユーザーのニーズを満たしてあげるだけでも効果は大きい」と話す。

LMCが楽賃ルートナビを開始したのは、来るべき重要事項説明書の電子化の動きを先取りする意味合いもある。「不動産契約業務のIT化は時代の流れ。その際には物件情報の紹介なども



齋藤晃一氏  
リーシング・マネジメント・コンサルティング  
取締役副社長兼 CMO

オンラインで完結できるよう各社ともサイトのコンテンツを見直す動きが出てくるはず。オンラインで物件の内装や外観、近隣の状況、あるいは設計者による物件の魅力紹介、居住者のインタビューなどの情報が閲覧できれば、遠方からの客の取り込みにも大きな効果を発揮する」（齋藤氏）。

電子化の波は着々と不動産の契約現場にも押し寄せている。この流れが進めば、既存の対面型の不動産賃貸仲介のあり方自体が見直される可能性もでてこよう。LMCの楽賃ルートナビは、オーナー側ばかりでなく、不動産流通会社からも大きな注目を集めそうだ。