

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 41 回

仲介会社が喜ぶ「募集図面」

先日開催された、「賃貸住宅フェア2017 in 東京」でセミナー講演を務めさせていただきました。会場では、「家主と地主」読者の方々から「コラム読んでますよ」とお声がけいただいたりと、貴重な機会となりました。

今回のコラムでは、セミナー講演でも好評であった、「仲介会社に喜ばれる募集図面」についてお話ししたいと思います。

オーナー作成の図面を仲介店舗はそのまま使う

「管理会社（オーナー）か

ら届いた図面を加工しますか？」という仲介会社向けのアンケートを実施したところ、70%近くの仲介店舗では、そのまま使うと回答しました。多くの仲介会社は元付け会社が流通させている図面をそのまま利用しています。見づらい場合は自社でワードやエクセルを使って作成しています。このような背景を鑑みると、オーナーサイドで「いかに訴求力の高い図面を作れるか」が来店客の反響を増やすポイントになるのです。

「紹介しやすい、紹介しなくなる物件はどんな物件ですか？」という質問では「写真が豊富で想像しやすい物件」「図面がカラーで見やすい物件」が1位、2位という結果でした。

以前に本コラムでも紹介しましたが、仲介担当者の平均勤続年数は3年未満が約4割と非常に短いのです。一度も内

見したことがない物件を数多く取り扱っているため、「いかに過去に見たこと（内見）があるようなセールストーク」が展開できる募集図面（資料）を欲しているのです。

表面にはアピールポイント裏面には間取りと賃料掲載

募集図面は両面で作成すべきです。表面は物件のアピールポイントや競合優位性となるコンテンツをちりばめ、数ある物件情報の中から目に留めてもらうための工夫が必要です。

間取りや具体的な賃料に関しては裏面を活用するのが望ましいです。設備や仕様は視覚的にわかりやすくするためにもアイコン等で表現した方がよいです。

入居申込書情報を集計分析し、「どんな来店客に紹介してほしいか」をターゲットにした図面を作りこんでいくこ

とが大切です。仲介会社の営業担当者にとってみれば、現入居者属性に近い潜在入居者に絞り込んで営業していくことは、内見への誘導率や成約率の向上が期待できるからです。

潜在入居者にとってのメリットは、実際に物件に住んでいる人々がどんな属性なのかかわかるだけで安心感や信頼感が生まれるという点です。サンプル図面を参考に、あなたの物件だけの募集図面（商品広告）を追究してみましょ



表面…写真や地図等でアピールポイントを見やすく

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、㈱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などを経験。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/>



う。こだわりは反響増加に直結するはずですよ。

アトリウム白

ごん方々に選ばれています！

<p>TYPE LINK www.3252.co</p>	<p>名義 2名義 住人数 1名義 敷金保証あり 保証あり 保証料 380万円+200万円</p>
<p>DTYPE LINK www.3172.co</p>	<p>名義 3名義 住人数 1名義 敷金保証あり 保証あり 保証料 580万円</p>

●の項目にチェックあり

賃料 (税込)	月額 (税込)
● 40万円	● 45万円
● 45万円	● 50万円
● 50万円	● 55万円
● 55万円	● 60万円

■ 保証料
● 保証あり ○ 保証なし

● 4名 設備 ● 4名 設備

裏面…間取り図や賃料、ターゲットなど具体的に