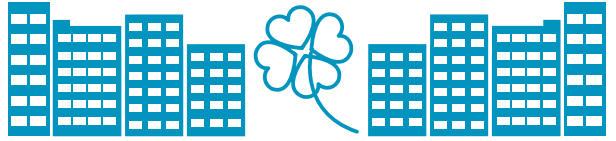


# 不動産コンサルタントが教える 仲介会社との 上手な付き合い方



最近、IOTを導入したスマート賃貸住宅の募集コンサルティング相談が増えてきています。新築物件に限らず、オーナーサイドは築古物件のリノベーション時にIOTで住宅の使い勝手を向上させ、稼働率アップや賃料アップを目指しています。

新しく高機能な設備は、住んでみれば、付加価値を体感できるかもしれませんが、現状では、実際にスマート住宅に住んだことのある人はそれほど多くありません。ポータルサイトで部屋探しをする際、検索条件を絞り込む上で

第 63 回

## IOT住宅と不動産テックの登場 営業支援に直結せず戸惑い

「IOT機能」を重視する人も当然少数に限られます。

また、スマート住宅は付加価値機能の分だけ高い家賃設定になるため、ポータルサイト上での物件検索の際、希望賃料帯の検索条件から漏れてしまい、候補物件の選択肢にすら上がらないといったこともあり得ます。

### エンド客への説明には時間を要する

ポータルサイトでの検索に漏れやすい物件の主戦場は、仲介会社でのカウンター営業になります。オーナーサイドがIOTのある生活利便性、付加価値をアピールしても、仲介する側が価値に対して理解がなければエンド客に営業することはできません。

オーナー（元付け）会社によつては、物件のホームページを作成し、スマート住宅機

能の魅力を十分に訴求できるコンテンツを用意していません。しかしながら、仲介会社は元付け会社の連絡先が掲載されているそのコンテンツをカウンター営業時に使用することはできません。そこで知り得た、元付け会社に直接問い合わせされてしまえば、仲介手数料収益の機会損失につながるからです。

「BtoC」ではなく、「BtoBtoC」が主流の集客となる以上、まずは仲介会社へスマート住宅のメリットや付加価値を理解させることが必要ですが、仲介会社のスタッフがスマート住宅の利便性を、体感値を基にエンド客へ説明できるようにするには、もう少し時間がかかると思います。

### 業務効率化の裏で 増える手間と不具合

筆者経営企業では、首都圏を中心に毎月3000社から5000社の仲介会社へ、訪問リサーチを続けています。「スマートロック」や「物件確認の自動応答」「電子契約」等、いろいろなサービスが普及しつつありますが、それらのサービスについて仲介会社からはさまざまな声があがっています。

「オーナー（元付け会社）にとつては、業務効率化につながるかもしれないが、仲介会社にとつては手間や不具合が増えた」という声も少なくありません。

黎明期、過渡期だからこそ意見だと言えるのかもしれませんが、「誰のためのサービス（機能）なのか」ということを考えさせられることもあります。

IT重説化の浸透等も含め、「BtoC」の契約比率はますます高まっていくと思われれます。しかしながら現状は、仲介会社の力を最大限に引き出すことが早期満室稼働には必要不可欠です。

オーナーや管理会社の「B

toC」の契約比率がどこまで高まった時が転換期となるかは断言できませんが、少なくとも今はまだ、「仲介会社を主人公とした業務効率化」「営業支援」に直結するテック化も求められていると思います。

首都圏中心部では、広告料（AD）の水準も下がりはじめ、仲介会社の収入（客単価）は減少しつつあります。

このような仲介会社の背景も意識し、良好な関係構築とは何かを考える必要があるのではないのでしょうか。

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/>

