

# 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 66 回

## 物件が在庫過多のエリアは 訪問営業での認知向上が鍵

傾向で、AD（広告料）も抑え

られ、「貸し手市場」といつ

たマーケットになっています。

直近で空室改善の相談を受

ける大都市圏は名古屋と仙台

など限定的です。この二つの

エリアは、人口流入超ではあ

るのですが、新規供給や住戸

ストックが高止まり傾向にあ

り、苦戦物件が月を追うこと

に増加傾向です。

いわば在庫過多になってお

り、仲介会社もエンド客に紹

介できる物件が非常に多い状

況です。

紹介されない物件は

レインズで検索されない

このような在庫過多のエリア

には空室情報を当然掲載しなければなりません。しかしながら、ここで、レインズを利用する仲介会社目線で考えてみましょう。

仲介営業担当者は、エンドユーザーが大手ポータルサイトで物件探しをするのと同じように、レインズでも検索条件を入力し、お客様に紹介できる空室物件を絞り込んで探します。検索する条件で優先

のはありません。

仲介会社の営業マンはさまざまな手法を用い、日々、空室物件情報を取得していま

す。以前に本コラムでもご紹介

しましたが、筆者経営企業

が実施した「空室情報の取得

源（ソース）について」のアー

ンケート調査では、（公財）

東日本不動産流通機構が運営

する「東日本レインズ」が情報

取得源先の1位でした。

この結果からも、レインズ

には空室情報を当然掲載しな

ければなりません。しかしな

がら、ここで、レインズを利

用する仲介会社目線で考えて

みましょう。

すべきことは、「決めやすい物

件」になるので、当然、「安い」

「近い」「築浅」等の条件で絞

り込まれるというわけです。

今現在も空室で困っている物

件には、「相場より高い賃料

設定」や「築古」「駅歩15分

以上かかる立地」などのウイ

ークポイントがある可能性が

高いはずですが。このような条

件下の物件は、せつかくレイ

ンズに掲載していたとしても、

そもそも仲介営業担当者の検

索条件から漏れてしまうので、

「仲介会社に認知してもらえ

る機会すら発生しない」のです。

「勤続年数が短く人がすぐ

に入れ替わる（勤続年数3年

未満は約40%）」ので、過去

に、問い合わせ（内見）や申し

込みを入れてくれたことのある

営業担当者も、年月の経過と

り、新たな営業担当者の開拓もできず、認知率ゼロの物件になってしまいかもしれません。だからこそ店舗へ訪問し、あなたの物件に初めて直面する担当者を増やし、認知を維持させる活動を、継続し続けなければなりません。

業務委託先の管理会社からの、「レインズや有料業者間

流通サイトへの掲載をきちんとやっています」という報告

に満足しては危険です。

訪問営業こそが反響の最大化

に直結し、必然性のある営業

活動なのです。

リーシング・マネジメント・コンサルティング

齊藤晃一 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/>

