

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 70 回

**不動産テックサービスに
 求められる要素と意見**

自動応対システムは、「情報鮮度」が鍵

仲介会社からの物件確認の電話対応を、自動音声で対応するシステムを導入する元付け会社が増えてきています。

アンケート調査結果では、約89%の仲介会社が、「知っている、使ったことがある」と回答しました。

B to B to C (オーナー⇄仲介会社⇄入居者) の集客が主流の中、各不動産テックサービスについて、仲介会社はどのような意識を持っているのでしょうか。根付き始めたサービスもあれば、これから求められていくであろうサービスもあります。

そこで、筆者経営企業が昨年未だに実施した、アンケート調査(首都圏の仲介担当者207名を対象)を紹介し、今現在、仲介会社が不動産テックに対し抱いている印象をみていきましょう。

せん。

「仲介会社が便利だと思っサービスを追求するのか」、それとも「元付け会社にとつての業務効率化を求めめるのか」のバランスが求められるのではないのでしょうか。

そもそも、レインズや元付け会社が運用するB to Bサイトに空室情報が掲載されているのにもかわらず、何故、物件確認の電話が入ってくるのでしょうか？

理由は、仲介会社が掲載物件情報の鮮度を信用していません。B to Bサイトの情報をもとにして接客したら、トラブルになった経験がある仲介会社は多く存在し、リスクを回避するために、「電話で直接確認」しているのです。

現状では、自動応対で案内している「情報鮮度」に対しても同じようなイメージを持っています。空室情報を、極限までリアルタイム化するこ

とができれば、仲介会社の満足度も、より一層高まっています。また、それが実現できれば、同時にB to Bサイトの情報鮮度も上がり信ぴょう性も高まるので、自動応対システムへの入電も減り、各B to Bサイトの情報だけを信じて接客できるようになり、仲介会社にとつても、業務効率化につながるのではないのでしょうか。

スマートロックや電子契約はB to Cのニーズ

スマートロックを活用した「内見予約システム」については、約9割の仲介会社は「知っている、使ったことがある」、「電子契約」に関しては約14%が「認知、利用経験がある」という結果でした。

内見時間を予約できるという機能にはメリットがある一方で、内見接客時の注意点や、駐車場や共用部の案内方法等、電話で直接確認したいことがたくさんあるので、自動内見予約だけでは不便という声も多く上がりました。また、「内見鍵は現地設置物件が主流な

ので、元々の便利さとあまり変わらない」等の意見もありました。

不動産会社(仲介会社)を訪れずに、Webで内見予約し、申し込み以後契約まで、人を介さずにストレスなくWebで完結を望むエンドユーザーニーズは確実にあると思います。今後高まるB to C集客比率と、まだまだ仲介会社のチカラが必要な「現在地」で求められているサービスへの見極めが、オーナー(元付け会社)には求められ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/>

