

# 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72回

## 仲介会社から見た コロナウイルスの影響

る売り上げ面への影響はありましたか？」という設問では、全体の約4割(38.3%)が「影響があった」と回答しました。具体的な影響としては、来店客の減少が最も多くありました。

その他の影響としては、中からの資材仕入れの遅れなどにより、「新築の竣工が遅れた」「原状回復が遅れ入居日が延びた」などがありました。

法人契約(転勤)に関し15%が動きを回答

「法人の動きに影響があったか？」という設問では、約15%が「影響がある」と回答しました。「転勤が無くなった、または延期になった」「住宅などの相談が減った」などがあり、少数意見としては、「入国が延期になった」「国籍で審査が通らなかつた」など、外国籍の人への影響が出ているようです。

震災時の市場動向を振り返る

東日本大震災後にも「都心賃貸マンション市場動向」をテーマとしたアンケートを複数回にわたり実施しました。

当時、大きな揺れに見舞われた首都圏に住む人々の家探しには、さまざまな影響や変化が起こりました。

地震が起きるたびに、家主にもさまざまな影響が発生します。教訓を今後に生かすためにも、当時のアンケート結果を幾つか紹介したいと思います。

第1回調査(11年5月24日～6月14日)時に実施した「例年と比べて、震災の発生で3月繁忙期の客足はどのように変化したか」という設問では、回答店舗288店舗の約86%にあたる250店舗が「減少した」と回答しました。また、減少した割合について

は「3割以上」との回答が、過半数にあたる146店舗から寄せられるなど、震災が3月繁忙期の客足に与えた影響は深刻でした。

一方、4月以降の客足について聞いたところ、4割以上が「増加した」と回答しました。震災の影響で3月の引越見合わせを促したエンド客

が、再検討のために来店したのと、仲介会社側でも3月に減少した売り上げを取り戻すために、5月の連休中の店舗営業など、その後の集客活動を強化したという点がプラスに働いたと考えられます。

その後、震災から4カ月経過した第2回の調査(7月11日～8月5日)では、6月以降の客足が「増加した」店舗は25.0%にとどまりました。

「客足や反響数に対して、まだ震災の影響は残っているか」という設問では、「震災の影響からは完全に抜け出した」「完全ではないが震災の影響からはだいたい抜け出した」が合わせて60.8%と過半数を占めました。この結果から、仲介会社の実感では、

第1回の調査時に見られた、震災による入居タイミングのズレは、比較的早期に解消に向かったと考えられます。

震災後当時、仲介会社の体感値では、「エンド客への影響は期間限定的だった」という声が多かったのが印象的でした。

コロナウイルスの一刻も早い感染拡大の収束を願うばかりですが、さまざまな事象によるエンド客の意識や動向に変化が起きることを、常に考えておく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

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/>

