

# 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74回

## 「ウイズコロナ」時代の 賃貸仲介営業

控えていた層の動きが活発化したことが要因だと思われる。このような背景もあり、東京都内の居住系賃貸仲介会社のほとんどが通常営業しています。

繁忙期に例年通りの売り上げを確保できなかったこともあり、躍起になっている仲介会社も多く存在します。

### 無駄な内見はしたくない 内見価値を高める努力

新型コロナウイルスの影響がある中でも動きが出てくることは、オーナーにとっても望ましいことではありませんが、やはり「無駄な内見はしたくない」という思いは、入居希望者、仲介会社双方にあります。

入居希望者は、「内見する価値があるか？」を強く意識して物件探しをしています。ポータルサイト上に掲載されている多くの物件の中でも目

を引くのは、写真が多く掲載されていたり、室内動画などが充実している物件です。

内見する価値のある物件に意思決定するために必要なコンテンツをオーナーが準備し、仲介会社に供給することは、今まで以上に求められてきています。

### 「エリアマップ」「物件周辺の案内動画」を提供

仲介会社目線では、物件を中心とした近隣の住環境や、タウン情報を盛り込んだ「エリアマップ」は、仲介会社の営業トークの充実につながり、潜在入居者に対しては、「内見・申し込み」への意欲に効果を発揮します。

ターミナル駅から離れた駅に所在する物件は、普段内見に行く機会も少なく、街自体の魅力を伝える知識が少ないからです。

また、「最寄り駅から物件

までの案内動画」や、「物件周辺の動画」などのコンテンツは、仲介会社があなたの物件を積極的に紹介してくれるきっかけにもつながります。

本コラムでも以前に紹介しましたが、一つは仲介会社スタッフの平均勤続年数は3年以下が約5割であること。二つ目は仲介担当者が来店客に紹介する物件のうち8割近くが、一度も見なかったことのない（内見したことのない）、詳しい情報のわからない物件です。

仲介スタッフの中には、勤続年数が短く、経験値の浅い新入社員も数多くいます。そのような背景もあり、一度も見なかったことのない物件を断片的な情報だけで営業しているのです。だからこそ、営業トークが膨らみややすいカラー図面や、写真データが豊富な物件情報を喜び、優先的に来店客へ紹介してくれるのです。

そこで、さらに来店客へ営業しやすい物件として取り扱ってもらうために「案内動画」が活躍します。1度も見たことのない物件を取り扱う

ということとは、当然、あなたの物件の詳細な立地や、近隣の住環境を把握していない可能性が高いはず。物件の立地を動画で正確に把握してもらうことで、「地図などで場所を確認しなくても内見に行ける物件」＝「1度以上内見したことのある物件」に昇格することができます。

「ウイズコロナ」の空室対策としてオーナーサイドのコンテンツ拡充やインフラ整備が大きく求められる時代です。できることからすぐに始めましょう。

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/>



本コラム執筆中の現在（5月中旬）、6日までを期限に全国に出されていた緊急事態宣言が31日まで延期されています。

緊急事態宣言が延長される中、現下の反響データをみると（筆者経営企業が運営するコールセンターの受電データ）、反響数は増加しています。当初、期限以降最初の週末である同月9日、10日の問い合わせ数、内見数は3月末の水準まで回復しました。

保留になっていた法人の転勤需要や、学生、引越しを