



# 武蔵コーポレーション

## 大谷義武社長



— 第2回 —

### 管理と仲介の分業化が入居者募集の近道

### 募集窓口を限定せず広く募集が肝

前回のコラムで、「管理会社が仲介店舗を持つ」という構造的な理由によって空室が埋まらないことをお話し致しました。では、なぜ、他の仲介会社(店舗)に入居者募集の依頼をしないのか? 結論は、しないのではなく、できないのです。

仲介店舗を持つことにより、管理会社と仲介店舗の関係はメーカーと小売店の関係に似ています。管理会社はメーカーと立場が似ています。どの小売店に販売依頼をすればよいか。家電であれば、ナショナルや東芝はメーカーです。メーカーはビックカメラやヨドバシカメラ等の小売店

(部屋を売るか)ということになります。管理会社と仲介店舗の関係はメーカーと小売店の関係に似ています。管理会社はメーカーと立場が似ています。どの小売店に販売依頼をすればよいか。家電であれば、ナショナルや東芝はメーカーです。メーカーはビックカメラやヨドバシカメラ等の小売店

しかし、管理会社が自社で仲介店舗を持つと、募集窓口が自社店舗のみに限定されてしまい間口が狭くなって、空室が埋まりません。昔の「ナショナルショップ」の構図に似ています。第二次オイルショックまでは、経済が右

て、賃料や人件費といった店舗の維持費がかかります。維持するためには、仲介料収入が必要。仲介手数料を稼がなければ店舗を維持できません。そのため、自社店舗で自社の管理物件を囲い込むという構造になってしまいます。

このため、募集間口が自社店舗のみになってしまい、結果として客付けが出来ずに空室が埋まらないという構造に

に販売依頼を掛け、自社製品を売ってもらうかという行動を取ります。メーカーからすれば、どの小売店で売れるかは重要ではなく、どれだけ売れるかが重要です。管理も同じです。どの仲介会社が客付けするかは重要ではなく、(審査さえ通れば)どの仲介会社の紹介でも良いはず。大事なはいかに管理物件の空室を減らすか

制となり、今日に至ります。賃貸業界も同様です。バブル経済までは入居者が貸室よりも多く、部屋が空けば右から左へ部屋が埋まる時代でした。しかし、バブル経済以降貸室のほうが入居者よりも多く、いかに部屋を埋めるかという時代になりました。これに加えて、人口減少の現実が追いつちをかけています。にもかかわらず、管理と仲介は分業化せず、いまだに「ナショナルショップ」を展開しているのが賃貸業界の現状です。ただ、人口の少ない地方都市で管理会社が数えるほどしかないエリアでは、管理会社と仲介会社が一体でも問題ありません。

(次回5月発行号に続く)  
 (プロフィール)  
 1999年に東京大学経済学部卒業後、三井不動産に入社。2005年に退職し、同社を設立した。現在、賃貸アパート・マンションによる資産運用のサポートを行っている。また、埼玉エリアにおいて賃貸管理(プロパティマネジメント)を展開し、管理戸数2300戸、入居率は96%。