



武蔵コーポレーション

大谷義武社長



— 最終回 —

前回までで、管理会社が仲介店舗を持つと構造的に空室が埋まらなくなるというお話をしました。では、空室を埋めるためにはどのような行動をしていけばよいのかをお話したいと思います。

管理会社は、管理物件の空室を埋めるのが目的ですから、できるだけ多くの仲介会

仲介会社営業マンといかに人間関係を築くかが鍵

1日40〜50件の訪問活動を徹底

前回までで、管理会社が仲介店舗を持つと構造的に空室が埋まらなくなるというお話をしました。では、空室を埋めるためにはどのような行動をしていけばよいのかをお話したいと思います。

管理会社は、管理物件の空室を埋めるのが目的ですから、できるだけ多くの仲介会

社に客付け依頼をする活動を行います。つまり、管理会社は自社で仲介(客付け)をしてはだめで、仲介会社に入居者募集依頼をするという行動をとるべきです。これをリーディングマネジメントと言います。オフィスビルや住宅系でもファンドはすべてこのやり方をとっています。

具体的には仲介会社に対し、電話、ファクス、訪問という三つの手法により販促活

社を徹底して訪問します。次に重要なのが、仲介会社の営業マンと自社管理物件を優先的に紹介してもらえ人間関係を築くことです。

世の中には空室があふれています。一人の入居者に対して紹介できる物件はせいぜい3〜4件です。いかに仲介の営業マンに紹介してもらえかが重要です。さらには、紹介してもらえただけではなく、いかにその営業マンから

自社の管理物件を入居者に勧めてもらえるかという点が非常に大切です。これを当社では「決め物件にしよう」と言います。紹介をされるとしても、ほかの物件を決めるための「当馬物件」(引き立て役)にされてしまえば、いつまでも空室は決まりません。ネット

ズに紹介してもらえますから、はじめの関係づくりが重要といえます。

以上のように管理会社とは、メーカーと同様に、いかに自社の空室を埋めるかに注力した行動をとるべきであることがお分かりいただけたと思います。私見ですが、将来的には管理と仲介は賃貸アパートの世界においても分化していく、必然的にせざるを得なくなると思います。そして、管理会社同士、つまりプロ同士による入居者獲得競争が開かれていくことになると考えています。しかし、業界の状況を見渡すともうしばらく先のことかもしれません。今回の連載が管理会社選びの参考になれば幸いです。

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2445戸、入居率は96%。