

不動産会社経営者向け
オンライン勉強会

全管協総合研究所

開催日程 2021+ 10月21日 開催時間 13:00~15:00 開催方法 ZOOM開催 初回参加のみ
参加費無料

管理部門一人当たり
租利生産性 **2,240**万円 戸当たり租利 **7.5**万円

管理戸数 **12,500**戸を達成した事例から学ぶ

賃貸管理の**高収益化**
生産性向上



株式会社 ブルーボックス
代表取締役
全国賃貸管理ビジネス協会
理事
山内 隆嗣氏



株式会社 ブルーボックス
代表取締役
篠本 秀一氏

このような会社様は是非ご参加ください

- 競合が強く管理戸数が伸びていない
- 管理物件の戸あたり租利が低い
※戸あたり年間平均租利:約4.5万円(全管協総研調べ)
- 管理部門の生産性が低い
- 他社の成功事例を自社に取り入れたい



全管協総合研究所
代表取締役
加藤 莉香



全管協総合研究所
代表取締役
前田 健司

お問い合わせございましたら全管協総研担当窓口までお気軽にお問い合わせください
TEL:03-3272-9155 E-mail:zenkansoken@pbn.jp

お問い合わせ・お申込み
右記QRコードから
お申込みください



全管協総合研究所 〒103-0028 東京都中央区八重洲1-3-7八重洲ファーストフィナンシャルビル19階

セミナー開始時刻は13：00です。
開始までもうしばらくお待ちください。

＜セミナー前のお願い＞
お手数おかけしますが、
下記設定にてご参加お願いいたします。

**必ず表示名を
会社名/名前（フルネーム）に設定してく
ださい。**

◆質問はQ&Aの画面から随時受付ます

本日の流れ

- 13 : 00~13 : 05** はじめに
- 13 : 05~14 : 10** ゲスト講座
- 14 : 10~14 : 20** 質疑応答
- 14 : 20~14 : 50** 総研講座
- 14 : 50~15 : 00** 閉会の挨拶、アンケート記入

第1部

管理物件の戸あたり収益拡大に向けた取り組みと 管理部生産性を向上させる仕組みづくり

株式会社ブルーボックス
代表取締役 山内隆嗣

統括部長 篠本秀一

目次

1

会社概要・業績数値

2

管理戸数拡大

3

戸あたり収益アップ/管理部生産性アップ

4

賃貸仲介部門における取り組み

5

まとめ/お伝えしたいこと



株式会社ブルーボックス 代表取締役
全国賃貸管理ビジネス協会 理事

山内隆嗣

1964年11月生まれ(56歳)

社是に有る！住まいを通して社会に奉仕する会社
として地域社会に愛される会社として創業36年！！
『やれると思ってやれ』をモットーに、社業も私生活も
意識している自称ナイスミドルのシャンクするけどゴル
フ好きな東海支部長！！ ^ _ - ☆



会社概要・業績数値

▶ 会社概要

社名	株式会社ブルーボックス
代表取締役	山内 隆嗣
設立	1985年2月
本社	愛知県稲沢市正明寺二丁目16番4号
業種	不動産、建築、設計
事業内容	アパート・マンションの賃貸仲介業、不動産管理業、不動産の売買仲介業、保険代理業、分譲住宅販売業、注文住宅販売業、アパート・マンション建築提案業、リフォーム業、中古住宅再生再販業
登録	宅地建物取引業者免許：国土交通大臣(6)第5463号 特定建設業許可：国土交通大臣 許可(特-30)第25138号 一級建築士事務所登録：兵庫県知事登録 第01A02423号
資本金	4,300万円
売上高	84億3200万円（2020年6月実績）
従業員	233名（2020年6月）
所属加盟団体	（公社）全国宅地建物取引業協会、（公社）全国宅地建物取引業保証協会、（公財）日本賃貸住宅管理協会、全国賃貸管理ビジネス協会、ERA

1 会社概要・業績数値

▶ 事業所



東海



全国18事業所
※本社など含む



関西

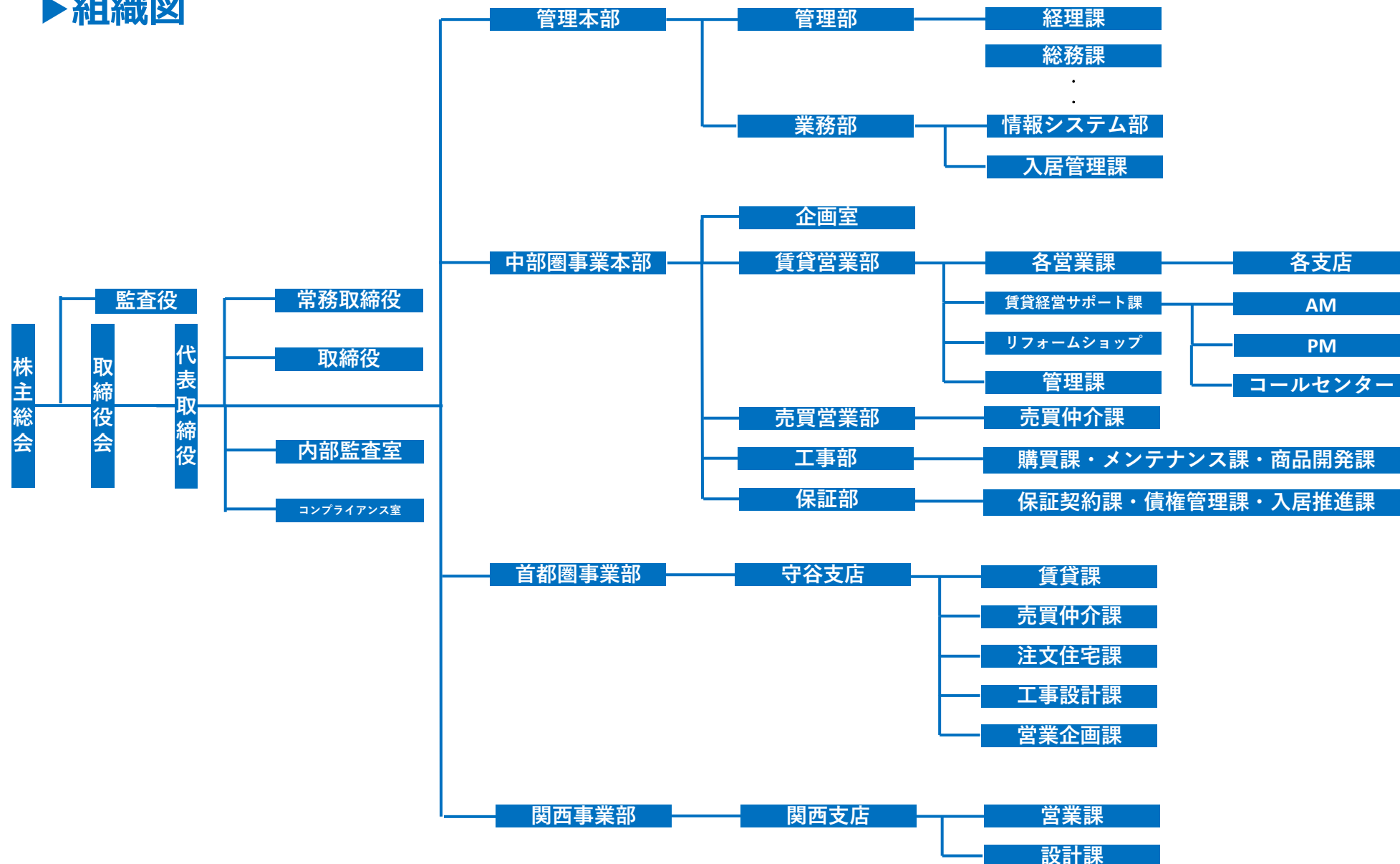


関東



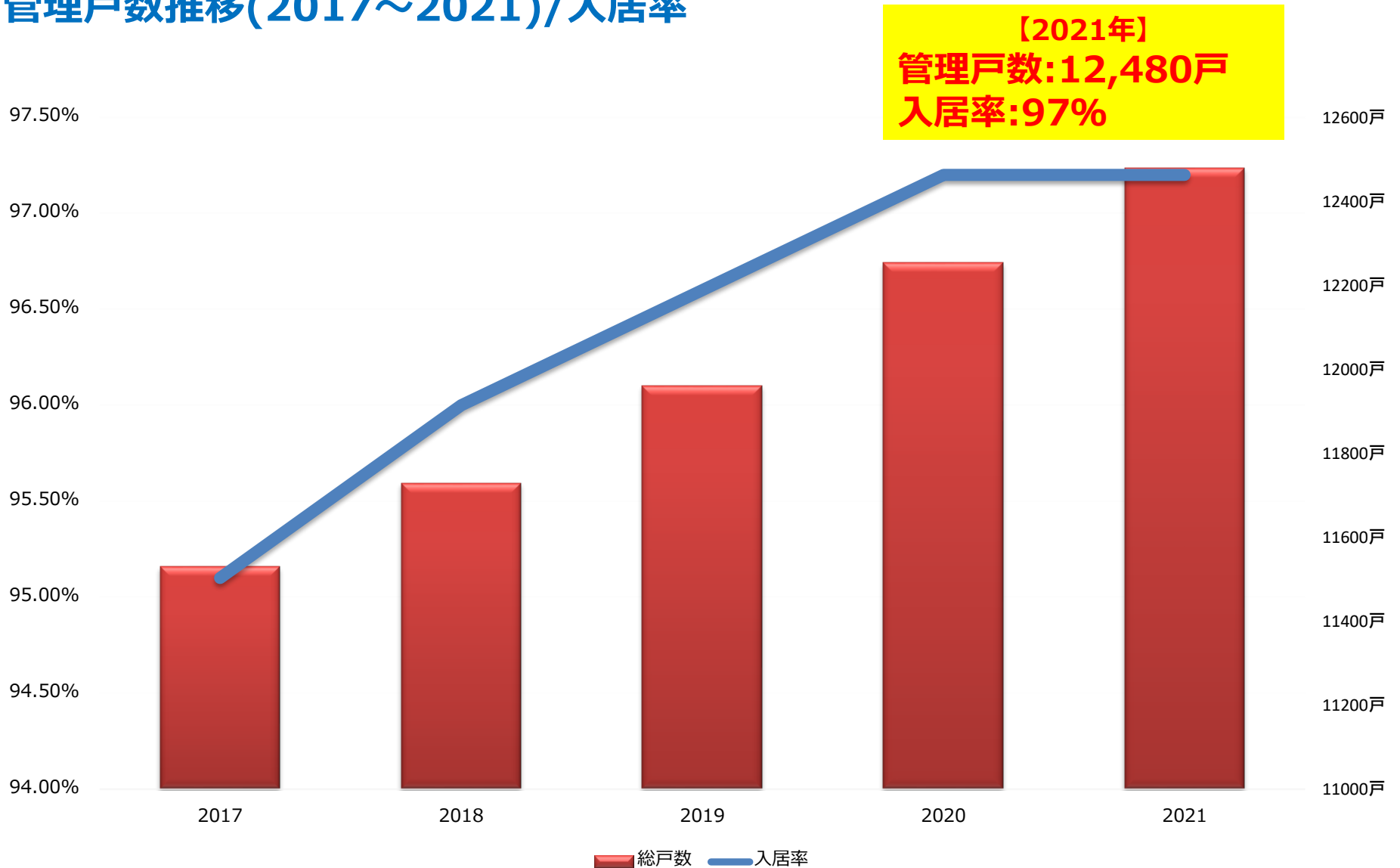
1 会社概要・業績数値

▶ 組織図



1 会社概要・業績数値

▶管理戸数推移(2017~2021)/入居率





管理戶数拡大



株式会社ブルーボックス
統括部長

篠本秀一

1978年9月生まれ（43歳）

2001年からブルーボックスで賃貸事業に従事し、2009年より売買事業に転任。
2014年からは賃貸・売買の責任者として事業を統括する。



管理戸数拡大に向けた施策の変遷



▶ 管理戸数拡大に向けた取り組みと戦略の変遷

施策①:オーナーセミナー

- ・収益売買案件中心
- ・他社物件仕入れ→売買→管理
- ・LINEで情報発信
- ・オーナー通信定期発刊



施策②:相続アンケート実施

- ・土地活用や物件売買に関する案件の吸い上げ



施策③:BBラボ

- ・BBラボを設立し、アンケート調査やBBラボ新聞の発刊を開始

- + 新規営業(新規)
- + 仲介きっかけの管理獲得(一般)
- + 紹介(既存)

▶オーナー向けセミナー

管理オーナー・一般/新規オーナー向けに定期セミナーを開催。

【テーマ】

- ・相続税
- ・土地活用
- ・ニューノーマル時代のメゾネット賃貸
- ・節税
- ・空室対策
- ・リノッタ説明会 など

～その相続対策、本当に万全ですか？～
相続税の基本と家族信託 定員20名様
参加無料・要予約

令和**3年7月17日** **土**
13:30 ~ 15:40 (受付開始 13:10～)

第1部
 ～これを知られば相続も怖くない～
相続税基本の“キ”
税理士法人 リアン・パークス
秋田 和宏氏

第2部
 ～財産の管理と円満な引き継ぎ～
家族信託の活用事例
司法書士法人みつ屋グループ / 行政書士法人みつ屋グループ
中原 亮氏

参加無料 失敗する不動産投資にならない為には？ お申し込みは、お早め！
第28回
ブルーボックスセミナー
先着30名様

**アパート経営をお考えの方への
不動産投資セミナー** 要予約

『皆さんが気づいていない不動産投資の落とし穴』

**不動産管理会社
が教える**

- 日時 **3月26日** **日** 受付 13:00～ (セミナー) 13:30～17:00
- 会場 **アストラレ名駅6F Time Office**
- 住所 **名古屋市中村区名駅2丁目 41-10** (名駅徒歩5分)

持たざる者より、持てる者が苦勞する時代!? (土地の価格は下がり、資産は増える)

**親から引き継いだ
土地問題・相続税問題を
同時解決セミナー**

新手法【相続税60%OFF】は、
当セミナーだけ!

予約制
先着**24**名

3月**24**日 土 セミナー2部制
 ●受付/申込 ●開演/10:00-11:50
 ●会場/アストラレ名 | 名駅5-1丁目 | 名1-301号 Day Oneタワー3階 |

第1部 土地問題を解決
 地産地消やつくづくの10年の地産地消中心、
 10年間の地産地消を体験して知ることが出来ます!

買って「感謝」、もらって「自分年金づくり」セミナー

講師 **宇佐美 望**
「買」は「感謝」を、「もら」は「自分年金づくり」をテーマに、
 10年間の地産地消を体験して知ることが出来ます。また、
 10年間の地産地消を体験して知ることが出来ます。また、
 10年間の地産地消を体験して知ることが出来ます。

第2部 相続問題を解決
 相続税の減額、控除の活用は、気がつかないままかもしれません。
 相続税の減額、控除の活用は、気がつかないままかもしれません。
 相続税の減額、控除の活用は、気がつかないままかもしれません。

めざせ「相続税ピタリ0円にする」セミナー

講師 **大島 一弘**
ファイナンシャルプランナーが分かりやすくお伝えいたします!
 相続税の減額、控除の活用は、気がつかないままかもしれません。
 相続税の減額、控除の活用は、気がつかないままかもしれません。

BLUE BOX

▶ 相続アンケート

担当2名で管理オーナーに訪問
土地活用や税理士紹介希望などの案件が継続的に上がった。

無料

相続診断

相続の健康診断で 家族も安心できる！

よく聞く遺留分ってなに？家のことで兄弟喧嘩
安心したい！借金は？資産の大半が不動産
共同名義の不動産がある
税金って誰が払うの？私の相続は問題ない？
お父さんが保証人になってる？信託って？

相続の問題を早期発見することで、しかるべき対策を取ることが可能になります
相続診断士が簡単な質問で危険度・緊急度を診断します。

相続の手続きって大変かな？生命保険？
子どもは海外に住んでる 贈与税？
子ども達には仲良くして欲しいな！
相続税？おじいちゃんの名義の土地

あなたの
危険度
何点？

やさしい
解説

相続相談チェックシート

12.1 笑顔相続の日
毎年エンディングノートを読み直しましょう

お名前 様 ご年齢 歳

ご住所 連絡先

下記項目で当てはまるものに✓を入れて下さい 記入日

- 1. 相続人に長い間連絡が取れない人がいる
- 2. 相続人の仲が悪い
- 3. 親の面倒を「見ている子ども」と「見ていない子ども」がいる
- 4. 上場していない会社の株式を持っている
- 5. 分けることが難しい不動産や株式がある
- 6. 財産は何があるのかよく分らない
- 7. 一部の子どもや孫だけにお金をあげている
- 8. 会社を継ぐ人が決まっていない
- 9. 先祖名義のままになっている土地がある
- 10. 家族名義で貯めているお金がある
- 11. 特定の相続人に多く財産を相続させたい
- 12. 再婚している
- 13. 配偶者や子ども以外の人に財産を渡したい
- 14. 連帯保証人になっている
- 15. 相続する人に「障がい」や「未成年」「認知症」等の人がいる
- 16. 「借りている土地」や「貸している土地」がある
- 17. 相続人が「海外」や「遠い場所」にいる
- 18. 財産に不動産が多い
- 19. 借金が多い
- 20. 友人や知人にお金を貸している
- 21. 誰にも相続しないで作った遺言書がある
- 22. 相続税がかかるのか全く分からない
- 23. 誰も使っていない不動産がある
- 24. 大きな保険金をもらう子どもや孫がいる
- 25. 子どもがいない
- 26. なかなか入居者が決まらない古いアパートがある
- 27. 誰にも相続について相談したことがない
- 28. 子どもは皆、自宅を持っている
- 29. 古い書画や骨董を集めるのが好きだ
- 30. 子どもが相続対策の相談に乗ってくれない

相続でお悩みの方は
「相続診断士」が個別で
ご案内いたします。
宅地建物取引士 / 賃貸経営管理士 / 相続診断士
担当：富岡、滝田、伊藤、加藤

BLUE BOX 住所：〒492-8213 稲沢市高御堂一丁目1-14
TEL: 0587-34-6266 FAX : 0587-33-0090

国土交通大臣(6)第5463号 国土交通大臣許可(特-30)第25138号(公社)東海不動産公正取引協議会加盟
全国宅地建物取引業協会 全国宅地建物取引業保証協会(財)日本賃貸住宅管理協会 全国賃貸管理ビジネス協会 ERA

ご予約お問い合わせは FAX
☎ 0800-170-7007 0587-23-1616

16

Copyright © 2021 BlueBox inc. All Rights Reserved.

BBラボについて



▶ BBラボ

1



各エリア担当者がオーナー定期訪問
一人あたり10件/日

2

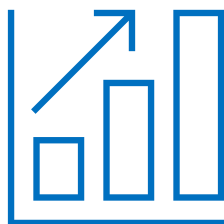


アンケート実施

アンケート項目

- ・空室状況
- ・今後の賃貸経営について
- ・賃貸経営の悩みや不安
- ・サブリースの有無
- ・管理会社選びのポイントなど

4



追加管理依頼・新規管理獲得

3



BBラボ新聞発行

▶ BBラボ新聞

1版 2021年9月発行 BBラボ新聞 株式会社ブルーボックス

BBラボ新聞 No.2

発行所 BLUE BOX Laboratory.
〒492-8213 愛知県稲沢市高師第1丁目1-14 ハイパー1号店
TEL 0800-170-7007

2021年 9・17 No.002

発行所 BLUE BOX Laboratory.
〒492-8213 愛知県稲沢市高師第1丁目1-14 ハイパー1号店
TEL 0800-170-7007

BBラボ新聞は、尾張地域の賃貸住宅市場の動向を調査・研究し、経営に役立つ情報を発信する一冊向け情報紙です。

1 新ルールを知らないか? 答えたオーナー様約8割

民法改正により、建物や設備の不具合で賃料減額されるようになったことをご存知ですか?

合計 266人

2 設備の故障等による賃料減額が必須事項に

3 「賃料減額」の新ルール対策

2020年4月に施行された改正民法では、賃貸物の修繕義務と賃料減額に関する第611条の内容が変更されています。賃貸オーナーの立場のもと、今回は民法第611条についてアンケート調査を実施。賃貸経営の負担になる可能性がある新ルールが、どれくらい把握しているのか、認知と対策の実施状況を紹介します。

民法第611条 条文

1. 賃借物の一部が滅失その他の事由により使用及び収益をすることができなくなった場合において、それが賃借人の責めに帰することができない事由によるものであるときは、賃料は、その使用及び収益をすることができなくなった部分の割合に応じて、減額される。

2. 賃借物の一部が滅失その他の事由により使用及び収益をすることができなくなった場合において、残存する部分のみでは賃借人が賃借をした目的を達することができないときは、賃借人は、契約の解除をすることができる。

平成29年改正前民法第611条

1. 賃借物の一部が賃借人の過失によらないで滅失したときは、賃借人は、その滅失した部分の割合に応じて、賃料の減額を請求することができる。

2. 前項の場合において、残存する部分のみでは賃借人が賃借をした目的を達することができないときは、賃借人は、契約の解除をすることができる。

4 過去に修理した設備1位エアコン、給湯器

過去に入居者からの依頼で、オーナー様負担で修理した設備は? (複数回答あり)

1位 エアコン 69名	1位 給湯器 69名	2位 パソコン・携帯電話 (複数回答あり) 57名
3位 トイレ修理(水漏れ) 56名	4位 換気扇 51名	
5位 TVモニター アンテナ 27名	6位 湯水洗浄便座 24名	
7位 照明器具 14名	8位 ビルドインガスコンロ 4名	
9位 床クッキングヒーター 2名		※前問数 477名

5 民法改正に詳しいか? 対策を講じたか?

民法改正に詳しいか? 対策を講じたか?

民法改正に詳しいか? 4.2% (はい)、95.8% (いいえ)

対策を講じたか? 4.2% (はい)、95.8% (いいえ)

民法改正に詳しいか? 対策を講じたか? 3%は未対策

合計 48人

民法改正に詳しいか? 対策を講じたか? 3%は未対策

① メンテナンス※ここが落としどころになる

② 実際のアンケート結果、周りの状況を知る

③ 解説

④ 対策方法・自社への相談を促す

・発行は3カ月に1度

・記事構成は自社で記事作成は編集ライターが担当

▶ BBラボアンケートのポイント

①訪問がしやすい

➡営業ではなく“アンケート調査”の名目で訪問するため、オーナーからも受け入れられやすい。

※非管理オーナーにも訪問しやすい ※最終的には営業につなげることが重要

②既存オーナーと定期的に接点を持つことができる。

➡入居率が高いオーナーなど、困っていないオーナーに関しては訪問する“キッカケ”がないため、そこに訪問することで管理離れや収益低下を防止できる。

③管理部社員以外もオーナーと接点を持つことができる

➡管理部社員だけでなく、その他の社員もオーナーと接点を持つことで様々な角度から提案ができ、またオーナーにとっても会社全体として対応してくれているという満足感を得ることができる。

仲介きっかけの管理拡大



▶ 管理委託の事前承諾

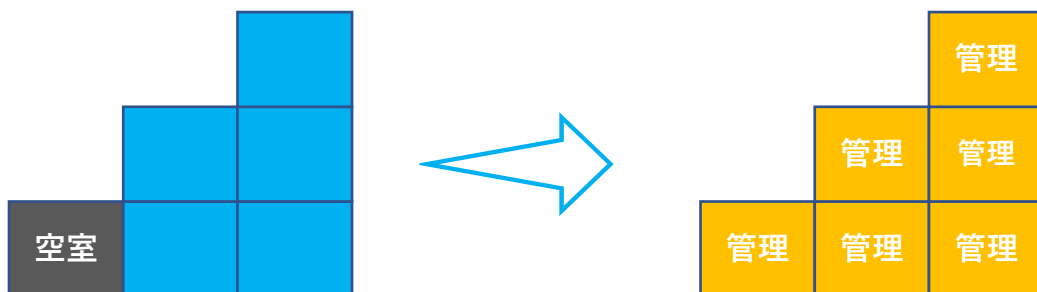
事前に管理委託同意書を事前にオーナーと交わし
空室への入居付けから管理受託につなげる。

(決めたら管理)

口頭約束など曖昧にしないことが重要。

【ポイント】

- ・長期空室物件をターゲット化
 - ➡ 毎月最低1回は必ず空室確認
- ・店長クラスの仲介社員が交渉
- ・仕入れの際(WEB掲載承諾)に交渉を入れる



➡ 空室に対しては「ネット無料」や「初期ゼロ」など
自社オリジナルの商品化を施して入居を促進させる。





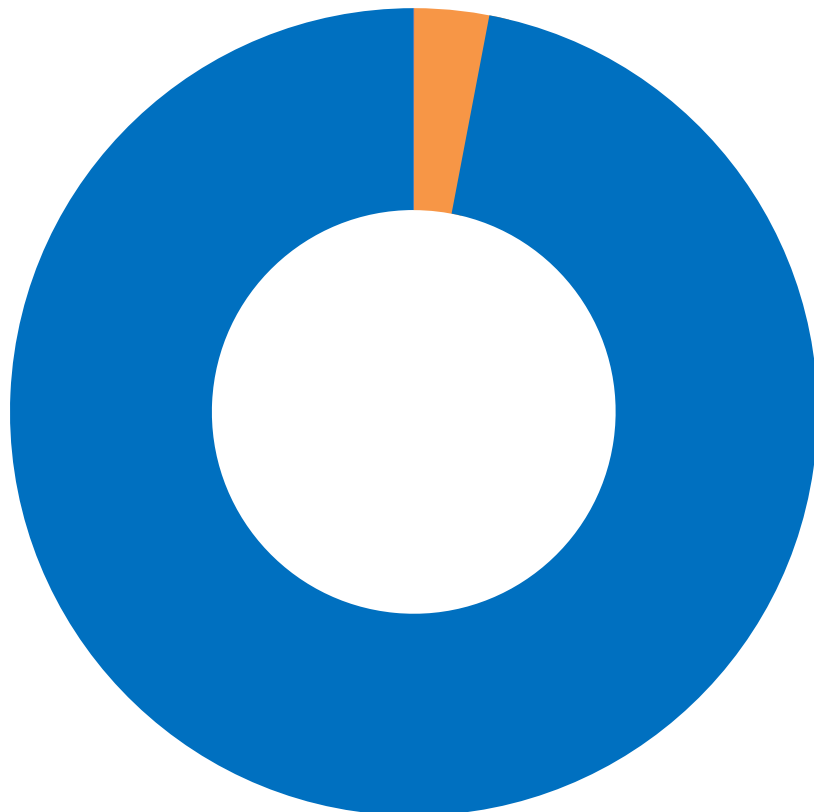
戸あたり収益アップ
管理部生産性アップ

クレーム(お問い合わせ)対応



▶クレーム対応効率化

クレーム発生件数 4%以下 ※クレーム件数/管理戸数



管理物件 約13,000戸

年度	室内修繕	共用	マナー	入居時	合計
2020年	2,971件	1,937件	1,248件	461件	6,617件
2021年	3,579件	1,350件	1,167件	565件	6,661件

▶クレーム件数減少のために①

共用部

■ゴミBOX設置



ゴミ出しに関するクレーム割合が高かったため、共用部のゴミ置き場にゴミが散らかりにくい「ゴミBOX」を設置。

共用部

■LED電球



共用灯をLEDに変え、電球替えの頻度を減らした。通常の白熱電球の寿命が約半年程度に対してLED電球は約10年。

共用部

■定期点検



1か月に2回実施している定期清掃の際に物件共用部の点検も合わせて実施。異常があればすぐに対応し、常にクレームが起こりにくい状態にしておく。

➡提案をし続けているが、どうしても承諾してもらえないオーナーに関しては自社で費用負担の上設置

▶クレーム件数減少のために②

室内クレーム

■ 入居者アプリ



<https://app-me.jp/>

入居者アプリで「チャット問い合わせ対応」を推進。
電話対応や不在時の対応を無くし、効率化。
アプリ導入率10%前後。

室内クレーム

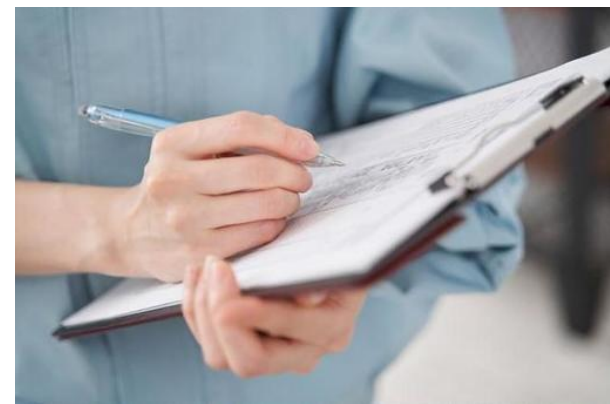
■ 1室→全部屋提案



1室の設備故障などによる修繕対応の際、他の部屋の設備もまとめて設備入れ替え提案をすることでクレームの未然防止につなげる。

入居時クレーム

■ 空室点検



3カ月以上空室の物件には室内清掃を実施、内見時に部屋を清潔な状態に保つことや、室内の劣化を防ぐ目的がある。

▶クレーム件数減少のために意識したこと3つ

①ソフトクレーム(モラルクレーム)以外は基本的に未然防止の観点で対策をする。

➡クレーム発生後からの対応だと、後手後手になり余計に煩雑化する。

②自社での費用負担対応も視野に入れて対策を打つ。

➡クレーム未然防止の観点からオーナー提案をしても、中には提案をなかなか受けてくれないオーナーも一定数いるため、自社の費用対効果アップのために、場合によっては自社負担で設備導入等を進める。

結局、提案やクレーム対応にかかる人件費や時間と天秤にかけたときに自社で費用負担したほうが損失は小さい。

③コールセンターから送付される月次報告書をよく分析する

➡コールセンターからのクレーム受付に関する資料(クレーム件数やクレーム分類)をよく見て、分析をする。

そうすることで管理物件のクレーム傾向やクレーム発生時期、入居者の傾向がわかるため防止策も立てやすい。

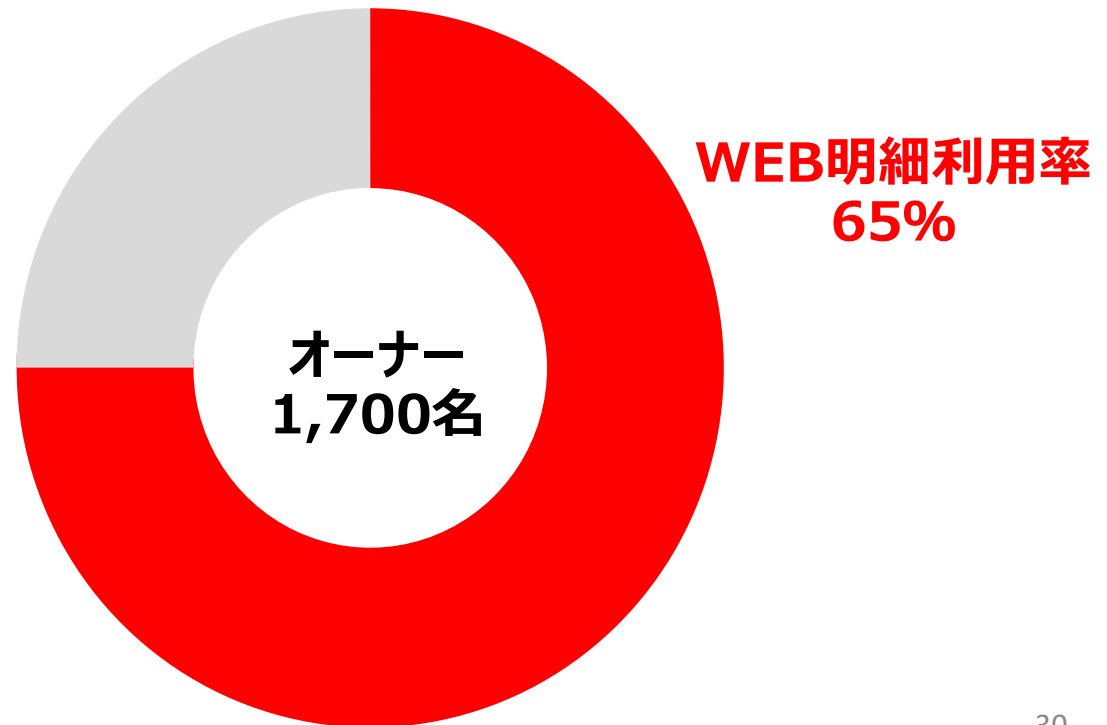
IT化や仕組み化による業務効率化



▶送金明細

紙の明細からWEB明細への切り替え

- ➡基本的にWEBでの明細送付へ切り替える旨をオーナーに告知
郵送(紙での明細送付)を希望の場合は1通200円
- ➡どうしても従わないオーナーは従来通り対応
- ➡確定申告の時期は全員に郵送発送
- ➡半分以上のオーナーに承諾してもらい
今まで時間がかかっていた郵送業務やそれにかかる費用削減につながった。



▶退去立会

現地精算

- ➡工事業者にiPadを渡し、現地精算を行う。
- ➡見積確認後、入居者がドキュサインで署名
- ➡希望によってその場でクレジットカード決済

退去進捗確認

- ➡“アンドパッド”を活用し、工事の進捗を追う。
- ➡立会日や工完日、入居可能日をリアルタイムで仲介部が確認できる。

1

2

3

4

【業者立会】

業者による立会い。
見積作成。

【現地精算】

入居者が見積確認後、
承諾の場合はドキュサインで
署名。その場でクレジット決
済も可能。

【工事施工・進捗管理】

業者に
アンドパッドの権限を付与し、
工事進捗を入力。
写真付きで進捗確認可能。

【入居付け】

仲介店舗の営業マンはアンド
パッドを確認し、工完日や入
居可能日を確認。

※揉めた場合など、イレギュラー
な対応が必要な場合のみ社員
が対応

 ANDPAD



<https://lp.andpad.jp/>

▶ 業者への対応について

単価決め

- ➡ あらかじめ自社で工事単価表を作成し、それに合う業者に対応してもらう。
- ➡ 業者ごとに単価を変えることはしない。

工事業者教育

- ➡ 月に1回の業者会を開き、情報共有。(現在はコロナのため不定期開催)
- ➡ 工事に対して採点を行う。各工事対象項目に対して点数付けを行い、あまりにも雑な対応をしている場合は、リフォーム費用(原価)の減額を行う。

写真撮影

- ➡ 現場の状況確認やオーナー提案に必要なため、現場の写真はあらゆるところまで写真撮影してもらう。

オーナーへの取り組み



3 戸あたり収益アップ/管理部生産性アップ

▶外壁工事提案



目前 創業30年記念!! 限定30棟

★建物長持ちキャンペーン★
白蟻防除工事とセットでさらにお得!!

日頃からお愛顧を賜り、厚く御礼申し上げます。
おかげさまで平成27年2月に創業30年を迎えます。
そこで日頃のご愛顧に感謝いたしまして、建物長持ちキャンペーンを実施する運びとなりました。
この機会が、より良い賃貸経営の一助となればと思います。
ご検討の程、宜しくお願い申し上げます。

外壁塗装工事ご成約の方 通常の工事価格の8%引き
さらに! 外壁塗装工事+白蟻防除工事とセットでご成約の方 通常工事価格の10%引き

国の補助金制度 改修工事費用の1/3

分割払いOK! (10回〜)

※空室状況等により使用条件が異なります。
※国の補助金をご利用の場合、分割払いも制度の都合上ご利用いただけません。
※平成26年9月30日までのご契約が条件となります。

前期実績:89件/年間売上:約1億5千万

9～10年スパンで継続的に提案することで安定して売上を上げることができる。また足場を組んだ際に屋根の補修など追加工事受注も。

▶ 大家会の設立



■ 費用

1棟につき、月1000円

プレミアム会員約650名/年間売上約1,000万円

施設賠償保険

定期セミナー

確定申告会

イベント参加

各種割引

など



定期税務セミナー



確定申告会

項目	課税	計算書	
		2019年	2020年
固定資産	建物	100,000	100,000
	土地	800,000	800,000
	車	10,000	10,000
	家具	10,000	10,000
負債	借金	10,000	10,000
	負債	10,000	10,000
合計		900,000	900,000
減価償却累計額		10,000	10,000
合計		890,000	890,000
減価償却累計額		10,000	10,000
合計		880,000	880,000

概算相続税算定サービス



入居者への取り組み



3 戸あたり収益アップ/管理部生産性アップ

▶ BBファン(入居者サイト)

1 HOME

1.1 お困りごとサポート

1.2 マイホーム購入

1.3 管理入居者限定サービス

1.1.A 各種トラブル
シューティング

1.2.A キャンペーン

1.3.A 商品販売

1.1.B 退去受付

1.3.B キャンペーン

1.1.C インターネット
回線申込

1.3.C テナント紹介

1.1.D 更生依頼

1.3.D ペット写真掲載

<https://bbfan.bluebox.co.jp/>



▶入居者サイト/サイトコンテンツのポイント

①入居者限定プラットフォーム化(≒入居者の囲い込み)

➡生活に関わる情報、お得な情報など全て集約することによって定期的に訪問させ、情報伝達を行う。

②入居者接点の機会をつくる

➡商品販売キャンペーンや特選市の開催を通して、入居者アンケートの取得してNPSを取る。(詳細は後ほど説明します)

③ライフステージに応じたサポート

➡「賃貸→賃貸への引越し」「賃貸→マイホームへの引越し」「リフォーム」「土地購入」など入居者のライフステージに応じたキャンペーンやサポートをサイト上で告知。

管理物件から管理物件への住み替え:年間約100件

紹介入居:年間約80件



▶コワーキングスペース(SHARE WORK LOUNGE)

月額会員料金表(税込)

初回に決済する金額は「入会費」+「入会月会費」+「入会翌月会費」の合計となります。

入会費 (初回のみ)	5,500円
Early Time プラン (平日10:00~12:00)	1,100円/月
Day Time プラン (平日10:00~17:00)	4,400円/月
Night Time プラン (平日17:00~22:00)	5,500円/月
Holiday プラン (土日10:00~22:00)	3,300円/月
All day プラン (全日10:00~22:00)	8,800円/月



NPSについて



▶顧客満足度アップに向けた評価制度

NPS(ネット・プロモーター・スコア)

➡「あなたはこの商品(店)を親しい友人や家族にどの程度すすめたいと思いますか？

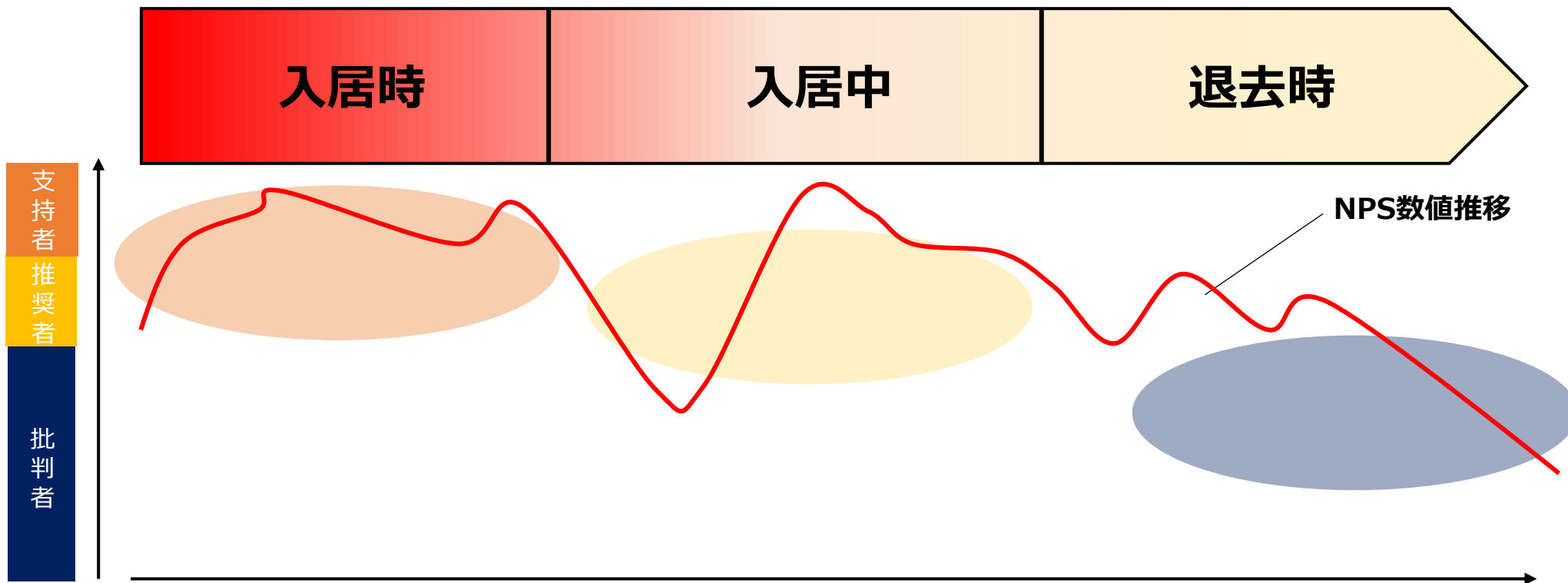
0～10点で点数を付けてください。」

Ex. 推奨者40%-批判者20% = NPS20



- ・NPS評価も個別評価に含める
- ・NPSが高い社員ほど売上も高い傾向にあり、NPSが高い社員から現場でのノウハウや立ち振る舞いについて学ぶ。

▶ NPSの効果検証



①入居時 ②入居中 ③退去時 各段階におけるNPS数値を取得することで
**どのタイミングで顧客をつかめているか、または客離れが起きているかを把握でき
的確なマーケティング施策を策定できる。**

※入居時:入居月翌月にコールセンターよりサンキューコールでNPS調査実施

※入居中:BBファンサイトでNPS調査実施

※退去時:ヒアリングの一部でNPS調査実施

▶ NPS業界別トップ企業(参考)

不動産管理会社 (マンション) 部門 第1位
住友不動産建物サービス **NPS 37.4**

カーシェアリング部門 第1位
タイムズカーシェア **NPS 5.9**

転職関連サイト部門 第1位
Indeed (インディード) **NPS 21.1**

都市ガス部門 第1位
ENEOS都市ガス **NPS 34.4**

電力部門 第1位
楽天でんき (楽天エナジー) **NPS 18.7**

セキュリティソフト部門 第1位
ESET **NPS 10.2**

対面証券部門 第1位
大和証券 **NPS 56.4**

ネット証券部門 第1位GMO
クリック証券 **NPS 35.0**

転職エージェント部門 第1位
ジェイエイシーリクルートメント **NPS 22.2**

動画配信サービス部門 第1位
Netflix **NPS 4.4**

代理店型自動車保険部門 第1位
東京海上日動火災保険 **NPS 40.4**

生命保険部門 第1位
アフラック **NPS 37.1**

NTTコムオンライン「NPS業界別ランキングトップ企業 2021」

ブルーボックス NPS 11.0

4 賃貸仲介部門における取り組み

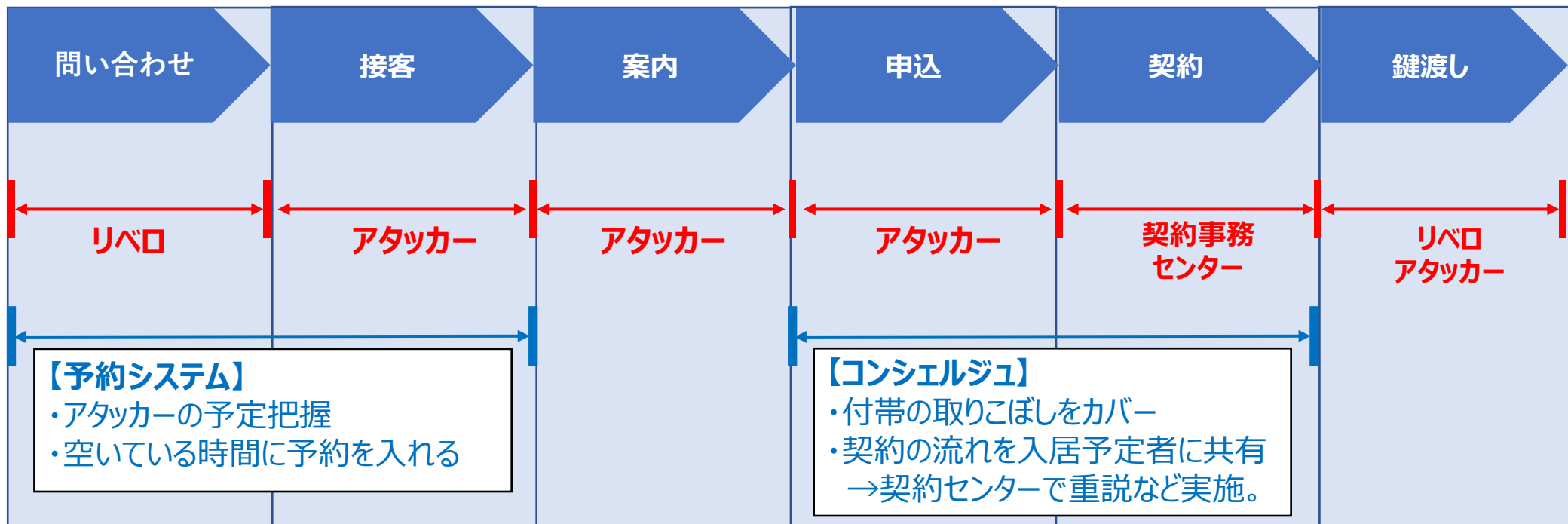
▶ アタッカー・リベロ(店舗内分業体制)

■ 目的

得意分野に特化することによる呼び込み率・成約率の向上

分業による時短社員の活用

連携業務によるお客様フォロー体制





賃貸仲介部門における取り組み

WEB集客对策

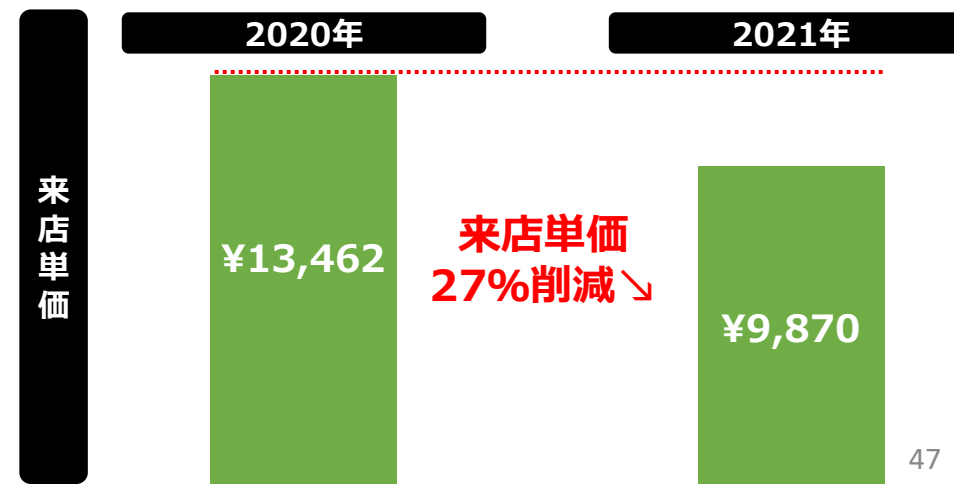
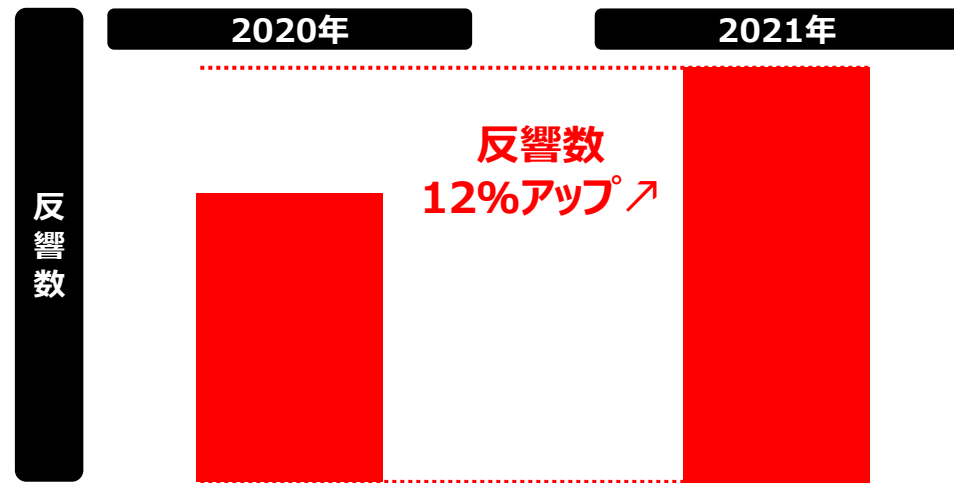
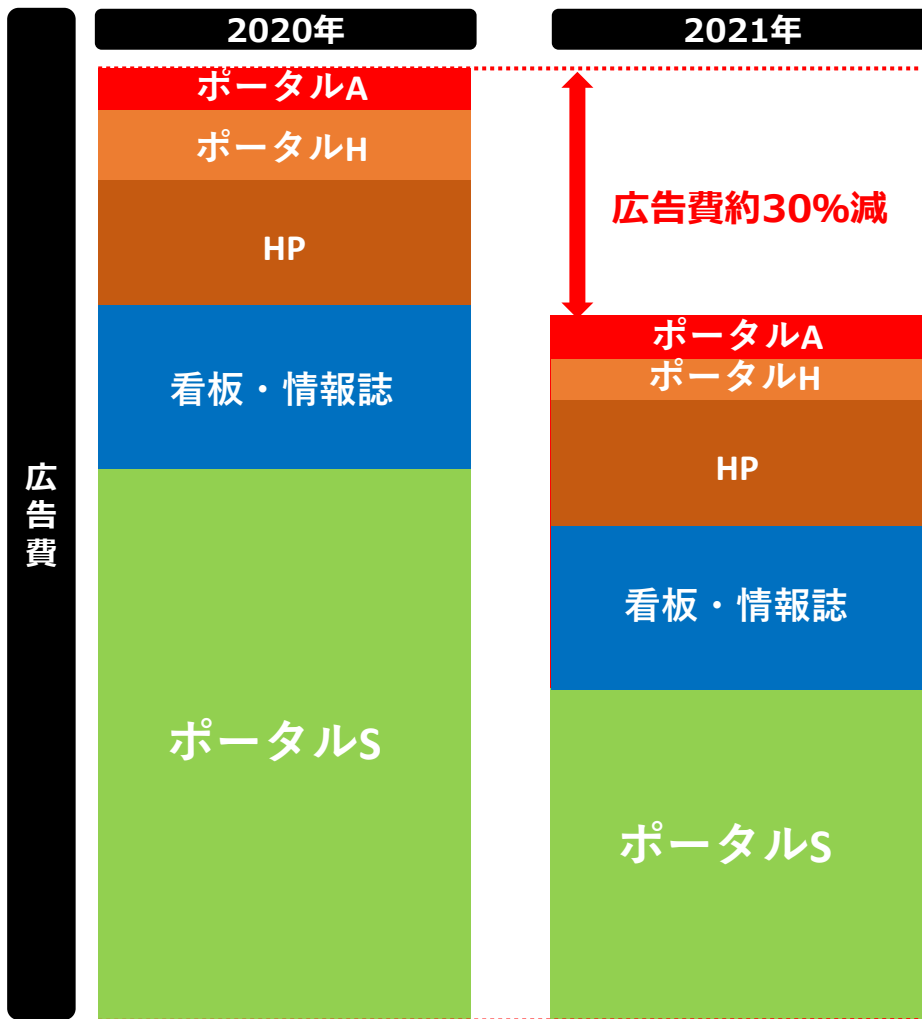


4 賃貸仲介部門における取り組み

▶ 広告費の見直し

コロナを機にポータルサイトを大幅見直し。

合わせてSNSや口コミ運用を行うことで大幅に広告費削減。(⇒後のページで説明)



▶ MEO対策

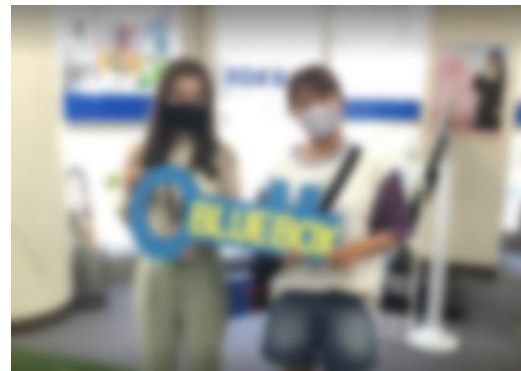
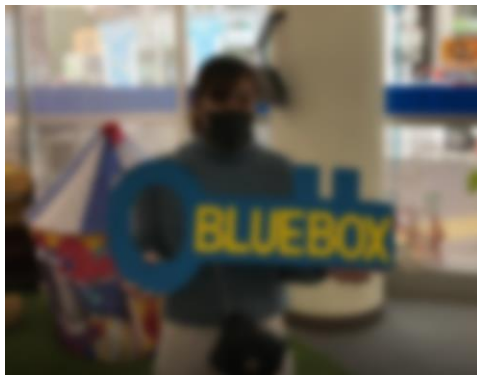
Google口コミ対策で

来店率向上/来店単価減少

成約者に対してGoogle口コミへの投稿を勧める。
近年、業界業種に関わらずGoogleの口コミを一度確認してから来店する割合も増えているため店舗ごとにしっかりと対策を打っておく。

■ 口コミを投稿してもらうポイント

- 鍵渡し = 小セレモニーとして開催する。
(新車購入時の鍵渡しのようなイメージ)
- 写真も一緒に投稿してもらうことで口コミの信ぴょう性が上がる。



株式会社ブルーボックス 稲沢支店

ウェブサイト 経路案内 保存 電話

4.2 ★★★★★ Google のクチコミ (127)

稲沢市の不動産仲介業

サービス オプション: オンライン予約・実店舗の営業

所在地: 〒492-8220 愛知県稲沢市前田1丁目1-1

営業時間: 営業時間外・営業開始: 10:00 木・詳しい営業時間

健康、安全: 要予約・詳細

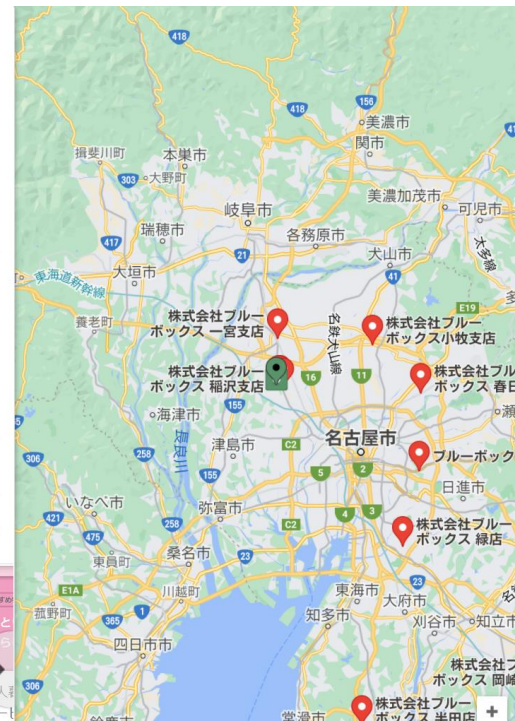
電話: 0587-23-0015

情報の修正を提案・このビジネスのオーナーですか?

この場所に行ったことがありますか? 最新情報を共有する

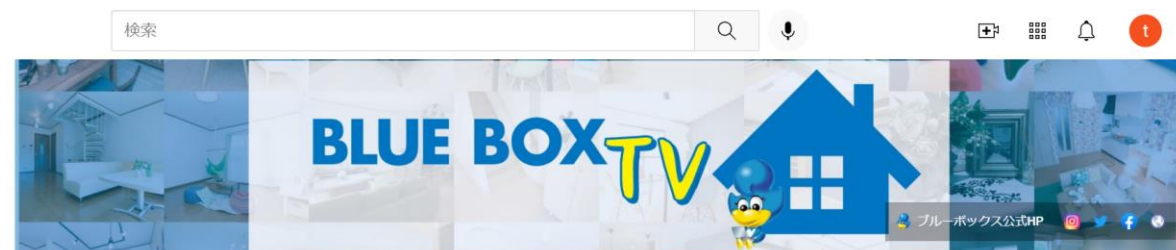
商品

すべて表示



4 賃貸仲介部門における取り組み

▶ YouTube動画(自社認知拡大)



人気のアップロード動画 ▶ すべて再生



【ロフト】女性ひとり暮らしにピッタリのお部屋を内見... 1.5万 回視聴・6 か月前
【女性必見!】まるで一軒家?! ロフト付きオシャレ... 1.3万 回視聴・9 か月前
【変わった】地下室で実... 1.1万 回視聴



名古屋市
【ロフト】女性ひとり暮らしにピッタリのお部屋を内見in名古屋 第21軒【ゆっくり内見】
15,150 回視聴・2021/03/22

チャンネル登録1,000人超

- ・撮影・編集はクラウドワーカー外注
- ・YouTubeからの来店も出てきている
- ・YouTubeにアップ後、公式LINEタイムラインに投稿

是非一度見てみてください!



<https://www.youtube.com/watch?v=50MzBbnmz2w>

入居率アップに向けた取り組み



4 賃貸仲介部門における取り組み

▶チョイスレント

物件を入居者好みにカスタマイズ

➡特定の物件について、入居前に入居者自身が好きな設備を選択(2~3つ)し、部屋に追加できる。

■導入可能設備

- ・エアコン
- ・クロス
- ・便座
- ・階段手すり
- ・サーモスタット水栓
- ・フリーレント1カ月
- ・室内物干し
- など

希望の物件がもっと魅力的なお部屋に！
 いろんな快適設備の中から好きなモノを**3チョイス**しよう！

欲しかった設備をチョイス！
 お得に新しい生活が
 はじめられるね！

Choice Rent

CRのマークが対象物件の目印です！

例えば
 こんなお部屋に！
(施行の一例です)

階段手すり
 選べるカラークロス
 選べるカラー化粧シート
 気になる設備がいっぱい、どれにしようか迷っちゃうね。

1 エアコン 2 チョイス	2 選べるカラークロス (1枚) 1 チョイス	3 選べるカラー化粧シート (7色) ※キッチン、トイレ、浴室用 1 チョイス
4 シャワー付き便座 1 チョイス	<div style="text-align: center;"> 3Choice! 合わせて3チョイス分 お好きな設備を選べます！ </div>	
5 階段手すり 1 チョイス	6 照明 (1灯) 1 チョイス	7 サーモスタット 1 チョイス
8 ミッドガルレバー 1 チョイス	9 室内物干し 1 チョイス	10 TVモニター付インターホン 2 チョイス
11 フリーレント1ヶ月 家賃・駐車場が1ヶ月分無料		2 チョイス

例えば

エアコン 2チョイス	+	室内物干し 1チョイス	=	3 チョイス		
シャワー付き便座 1チョイス	+	階段手すり 1チョイス	+	サーモスタット 1チョイス	=	3 チョイス

※写真は実際の商品とは異なる場合がございます。 応募する商品は写真と同等品となります。
 ※お部屋の広さによって設置ができない設備がある場合がございます。
 ※入居日によっては後日の設置となる場合がございます。 ※設備ご注文後の変更はできません。
 ※他のキャンペーンとの併用はできません。

51

Copyright © 2021 BlueBox inc. All Rights Reserved.

4 賃貸仲介部門における取り組み

▶ 100日前入居契約

早得プラン(100日前入居契約)で早めに入居を確定させ、入居率アップ。

■ プラン概要

- ・指定物件限定
- ・100日前から入居契約が可能
- ・申込時に家賃1ヵ月分を支払い、キャンセル時も返金なし
- ・荷物の搬入は入居1ヶ月前から可能

→物件が少なくなっている繁忙期明けの利用率が高い

※繁忙期明けの物件確保

→新婚夫婦などの需要が高い

※新規で購入した家具家電を家賃発生前に搬入できるため



通常は、入居希望日の1ヶ月前からしかご契約できませんが…

早得プランなら

最大**100日前**から
ご契約ができます!

気に入ったお部屋を
早めにキープ!

ご契約～入居前は
家賃0円!

入居前に
荷物の搬入OK!

※荷物の搬入は入居1ヶ月前からとなります。



例えば家賃7万円のお部屋の場合、早得契約と一般的な契約を見比べてみると…



つまり

前のお部屋との
家賃の二重
支払いを解消!

家具家電を
早めに設置!

最大100日かけて
自分のペースで
お引越し!

※荷物の搬入は入居1ヶ月前からとなります。

家賃がおトクでカギも借りられる
早得はとってもおトク!!

※当日指定物件に限りです。
※費用のイメージはあくまで目安です。
※申込時に家賃1ヵ月分をお支払いいただくため、キャンセルは返金対象外です。
※本事業は賃貸仲介サービスとして、賃貸料1ヵ月分をお支払いいただくためです。
※荷物の搬入は入居1ヶ月前からとなります。
※詳しくは営業スタッフまでお問い合わせください。

BBおトク情報へ戻る

トップページへ戻る



まとめ/お伝えしたいこと

▶ 今後取り組みたい内容

① 管理拡大

-2022年 管理戸数13,000戸を目標

② DX化推進

-更なる効率性の強化,管理は増えても人(人件費)が増えない会社に。

-現状維持はゼツタイ×。時流に乗れない会社は潰れるか業績悪化。

③ 空室対策の強化

-築古の物件が社会問題になっている中、リフォームやリノベ商品の強化を通して
問題解決を後押ししたい。

④ 周辺事業の強化

-不動産小口化事業を新たに設立して自社、管理オーナーの収益向上を目指す。

▶全管協の皆様へ

本日はご視聴いただきありがとうございました。

この講座が少しでも皆様の会社の業績向上のきっかけになれば幸いです。

また、日本最大の不動産ネットワークである全管協・全管協総研を通じて、

自社・地域・不動産業界を盛り上げていきましょう。


株式会社ブルーボックス代表取締役
全国賃貸管理ビジネス協会 理事 山内隆嗣

株式会社ブルーボックス
統括部長 篠本秀一



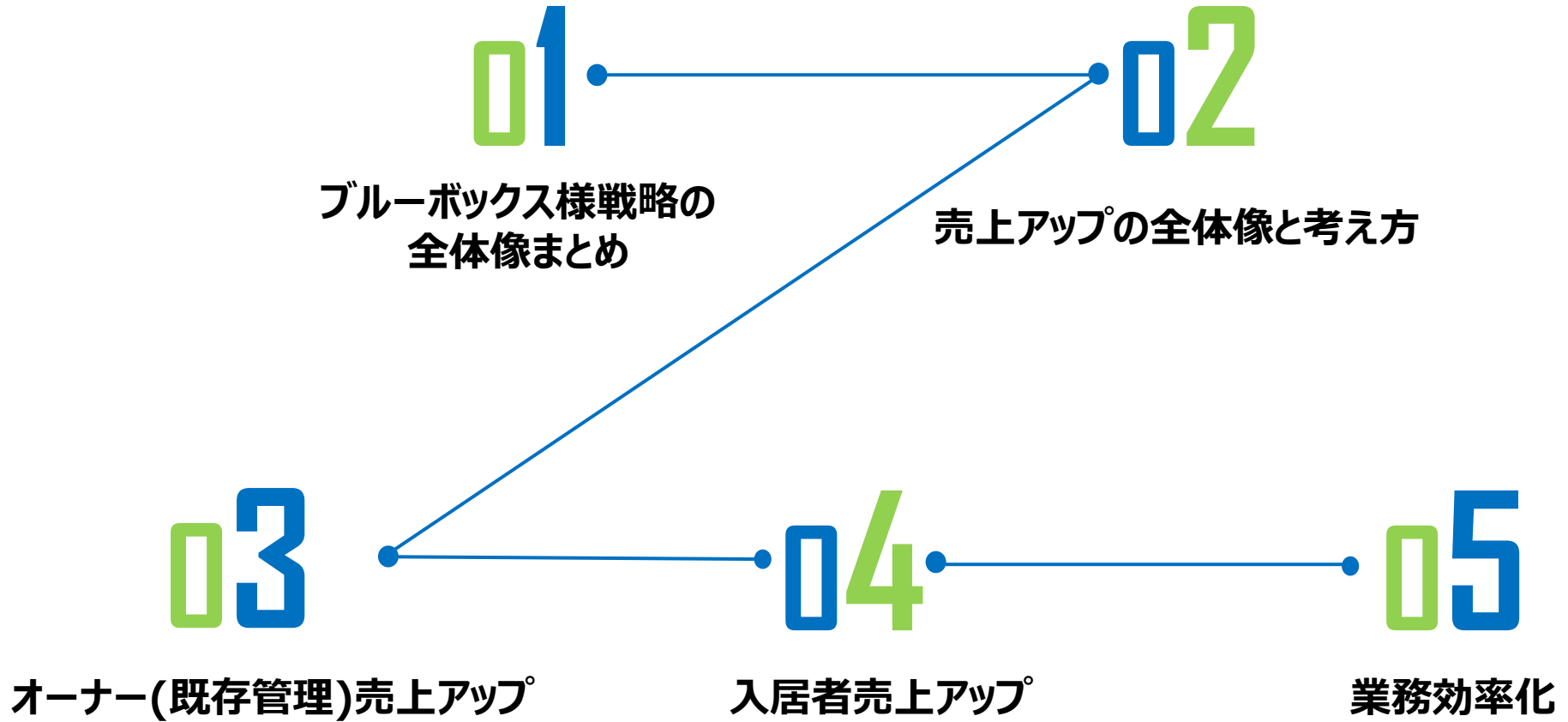
第2部

全管協総研講座



**ブルーボックス様の取り組みを
皆様の会社でも取り入れていくために**

目次

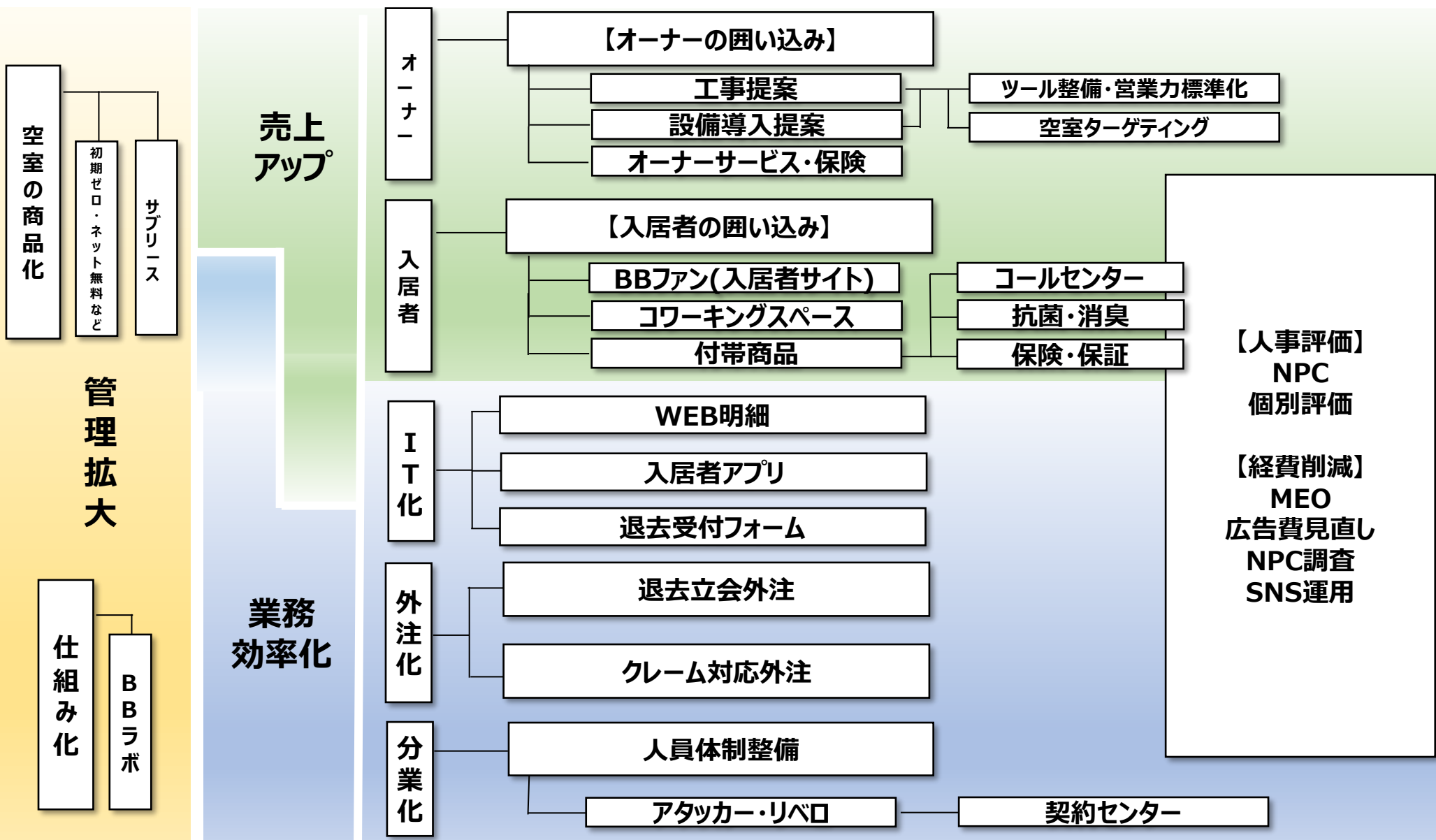


01

ブルーボックス様戦略の全体像まとめ



ブルーボックス様まとめ ▶ 戦略の全体像 ※今回ご講演いただいた部分のみ

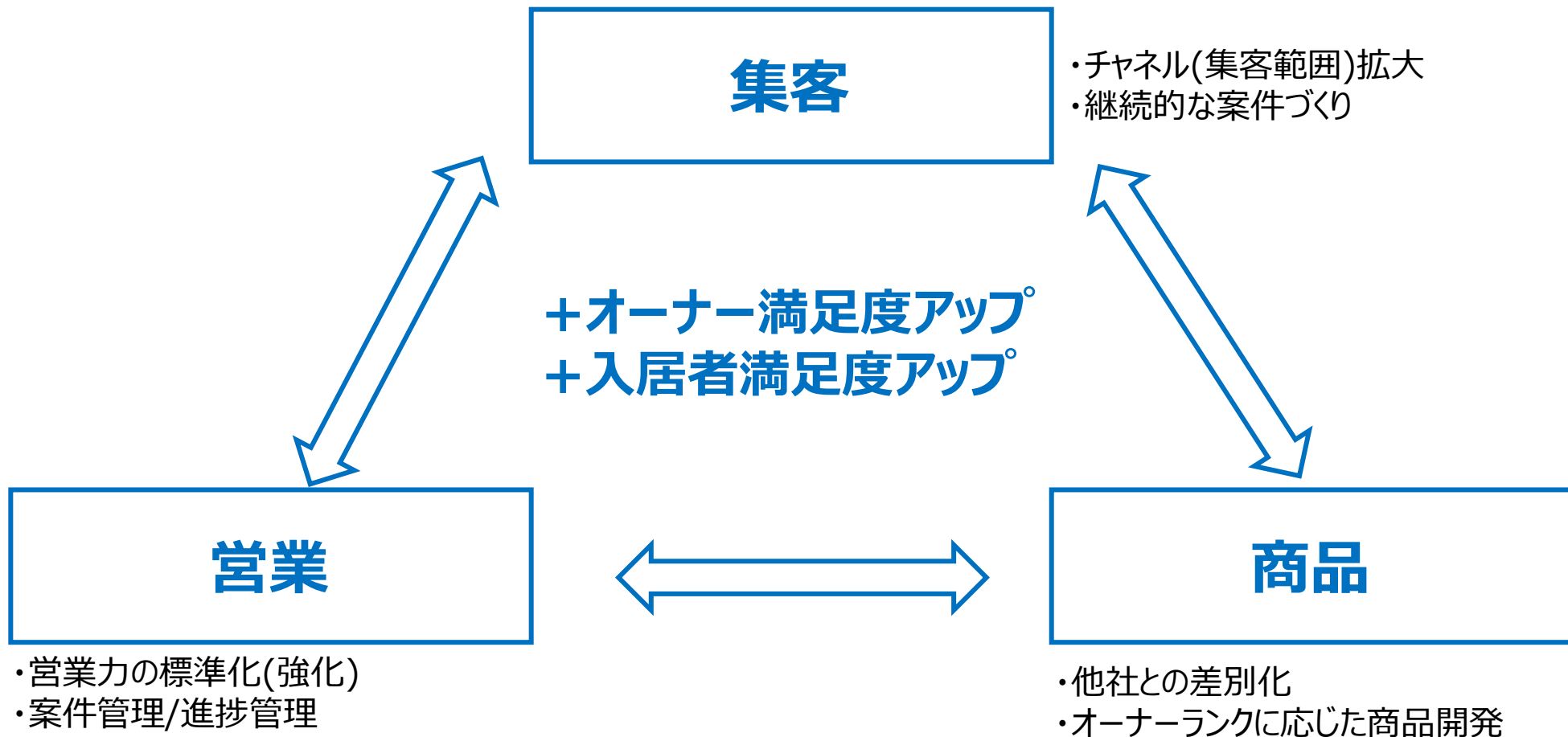


02

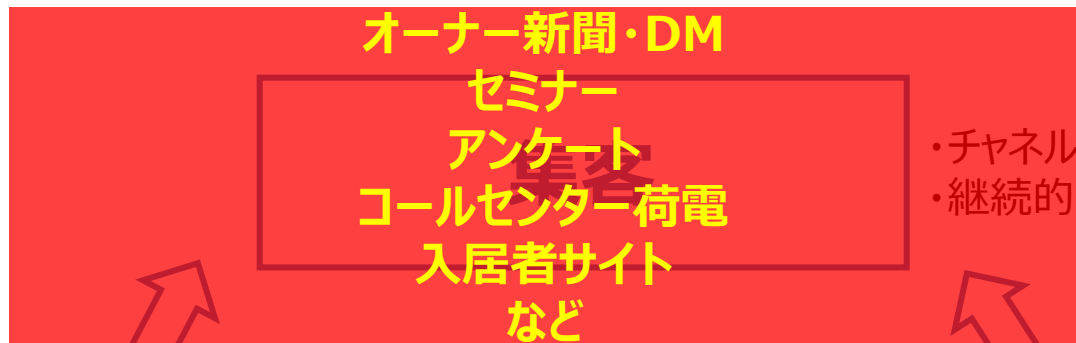
売上アップの全体像と考え方



売上アップの考え方 「何を誰にどのように販売していくか」

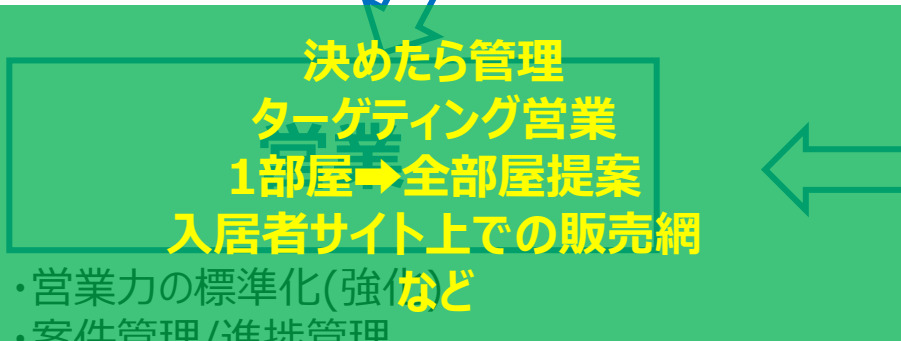


ブルーボックス様の場合

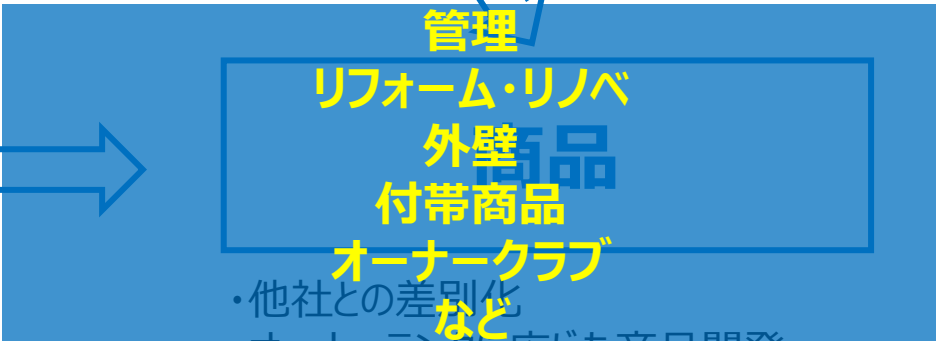


- ・チャンネル(集客範囲)拡大
- ・継続的な案件づくり

+オーナー満足度アップ
+入居者満足度アップ

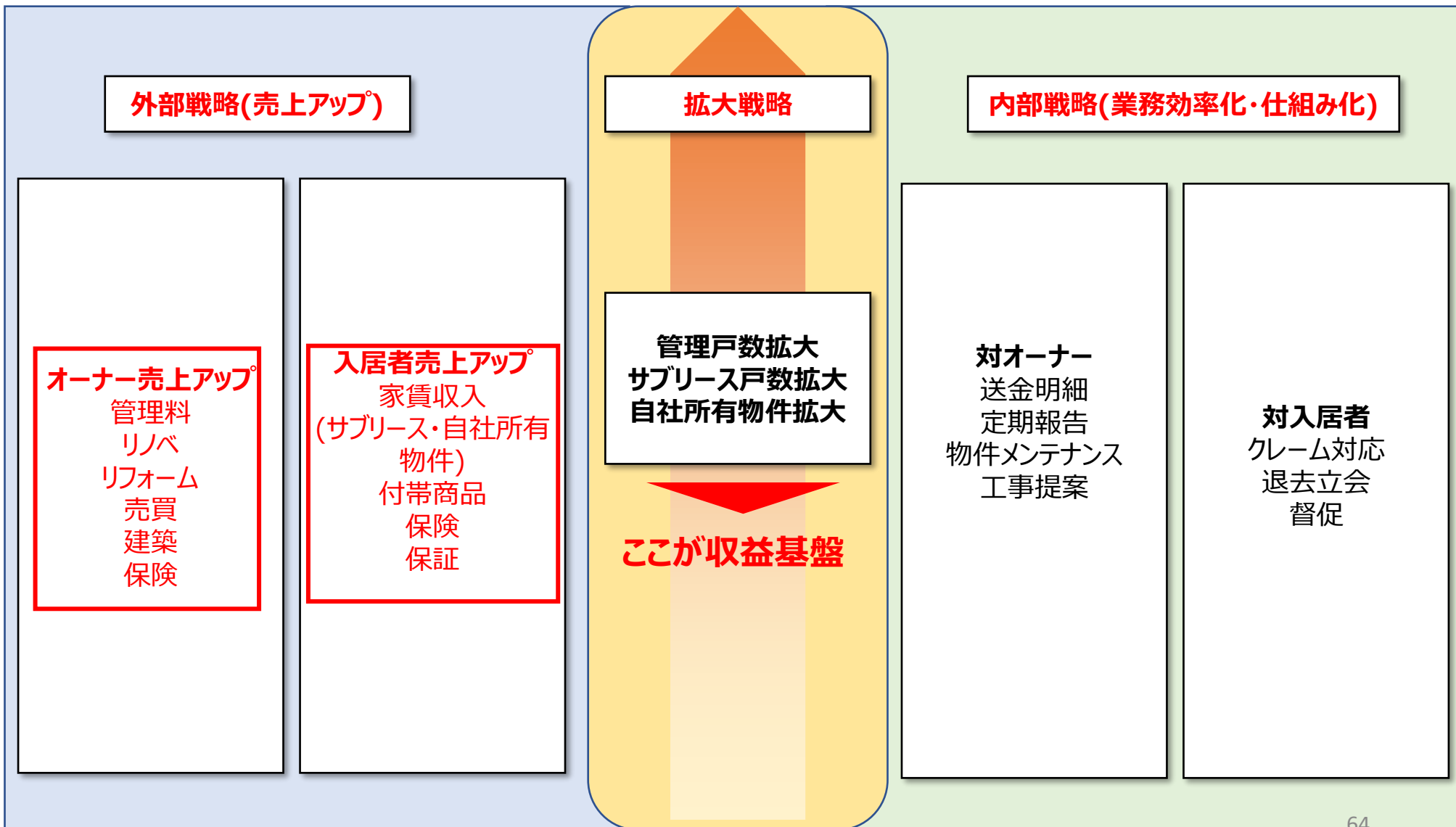


- ・営業力の標準化(強化)など
- ・案件管理/進捗管理



- ・他社との差別化
- ・オーナーランクに応じた商品開発

売上アップのための全体像



売上の構成要素と施策

売上項目	売上アップKPI	売上アップへの施策
オーナー		
管理料	オーナー営業数・管理受託数	管理拡大・入居率アップ
リノベ	提案数・リノベ受注率	パック商品化・提案仕組み化・営業力の標準化
リフォーム	提案数・リフォーム受注率	パック商品化・提案仕組み化・営業力の標準化
売買	仕入れ数・契約率	DM・セミナー
建築	提案数・受注率	DM・セミナー・営業力の標準化
相続(売却・管理受託)	提案数・受注率/契約率	DM・セミナー・仕組み化
保険	提案数・受注率	営業力の標準化
入居者		
家賃収入 (サブリース・自社所有物件)	入居率・入居期間(テナントリテンション)	空室対策提案・入居者満足度アップ
付帯商品	仲介件数・提案数・付帯率	集客力・営業力の強化
保険	仲介件数	集客力・営業力の強化
保証	仲介件数	集客力・営業力の強化

03

オーナー(既存管理)売上アップ°



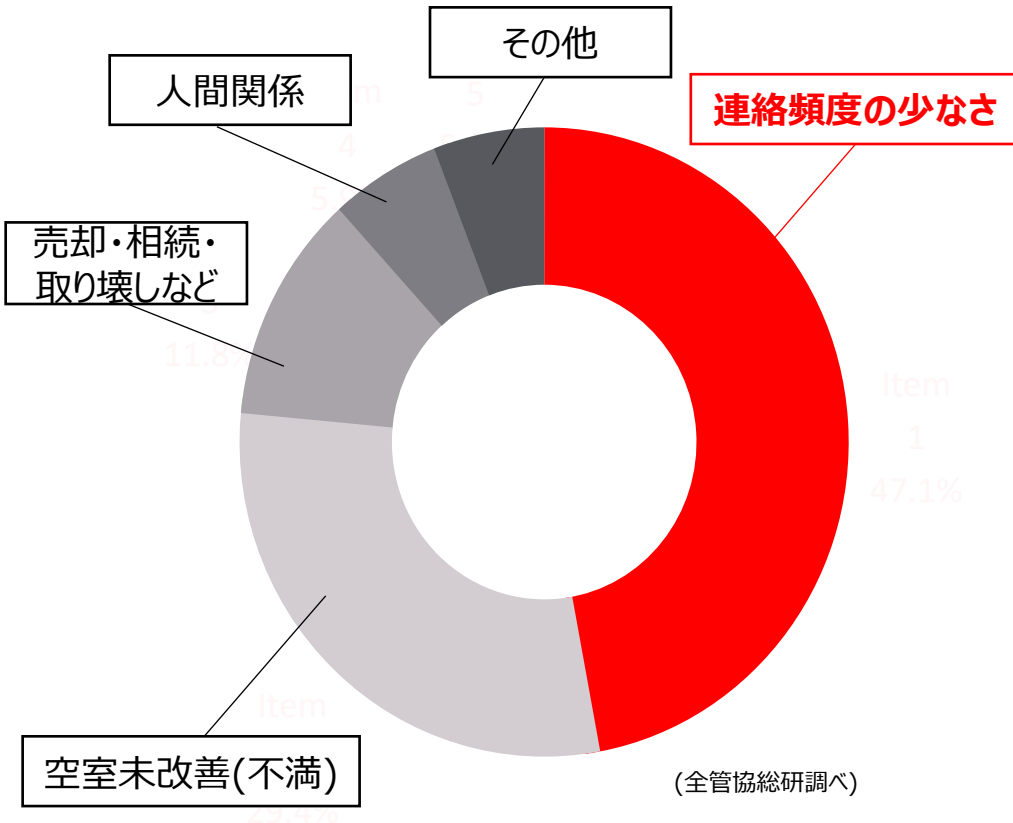
オーナー(既存管理)売上アップ°

オ ー ナ ー 管 理

売上アップ ▶ 困り込み

オーナーの困り込み

管理委託契約解約原因



オーナーアプローチ

管理委託契約が切れる最も多い原因はオーナーとのコミュニケーション不足。特に入居率の高いオーナー(困っていないオーナー)や競合不動産会社が多い商圈のオーナーの管理解約が顕著。

オーナーにとって管理会社は賃貸経営のパートナーであり、**入居率が高い = 満足度が高いではない。**定期的にコミュニケーションと取り、賃貸経営状況の確認やオーナー高齢化による悩みや不安などを定期的にヒアリングする必要がある。

➡ブルーボックス様の場合、
BBラボによる定期的なアプローチ
オーナー新聞の発行
セミナーやオーナー会の実施

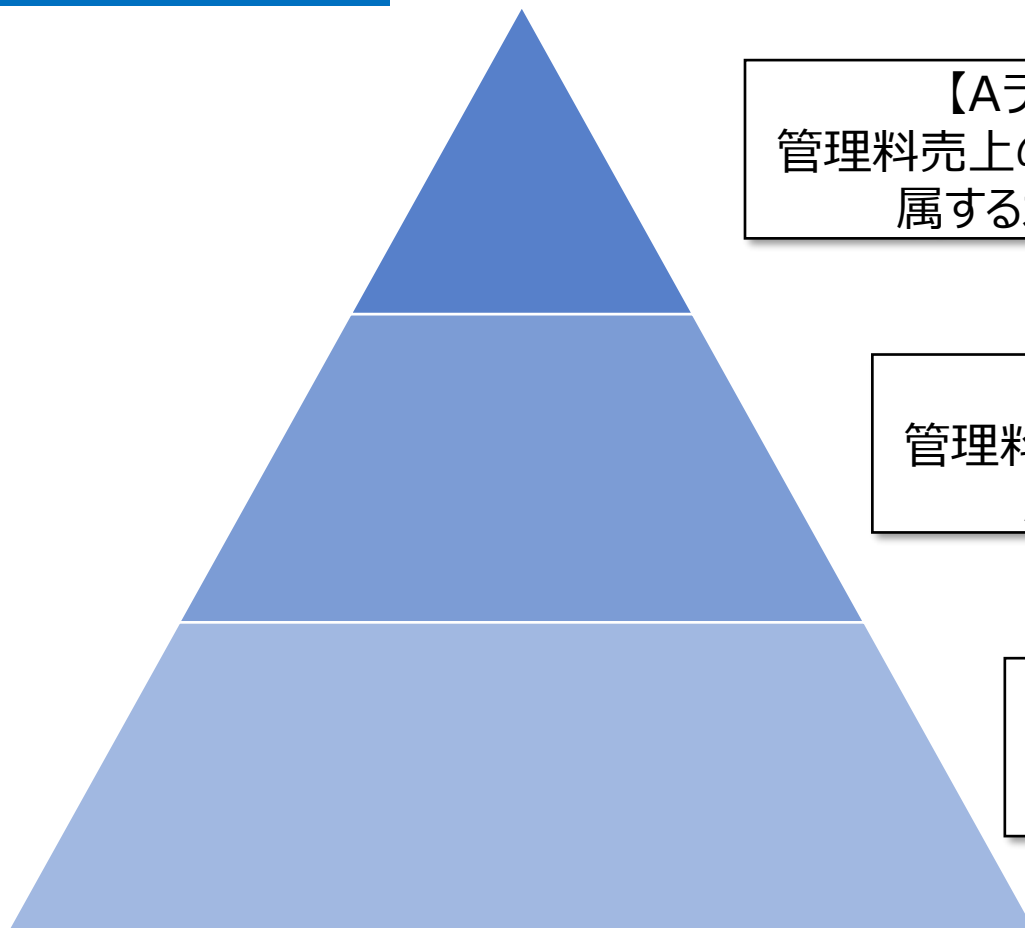
➡最低でも2か月に1度はオーナーと接する機会を作る。

売上アップ ▶ オーナー管理

空室ランク分け

営業の基盤になるため、ここが最も重要。ランク分けの際は担当部署全員でランク分けして平均を取る。※属人的な判断にならないようにするため。

オーナーランク



【Aランク】
管理料売上の上位20%に
属するオーナー

【Bランク】
管理料売上の中位60%に
属するオーナー

【Cランク】
管理料売上の下位20%に
属するオーナー

オーナー収益リスト

現段階での物件状況を記録することで
どの提案ができるか/どの設備が導入できるかなどを把握できる。

NO.	建物名	所在地	オーナー	竣工年月	総戸数	消防設備点検	消火器	火報設置	防水層清掃	排水ポンプ更新	加圧ポンプ更新	水槽・架台更生	制御盤更新	浄化槽清掃	水中ポンプ更新	送風機更新	制御盤更新	施設更生	エレベーター	耐震検査	屋根塗装	外壁塗装	木部塗装	鉄部塗装	フローリング	防水	アンテナ更新	パーテーション	避難器具等更生	吊钩・配管更生	電気配線更生	制御盤更新	
1																																	
2																																	
3																																	
4																																	
5																																	
6																																	
7																																	
8																																	
9																																	
10																																	
11																																	
12																																	
13																																	
14																																	
15																																	
16																																	
17																																	
18																																	
19																																	
20																																	
21																																	
22																																	
23																																	
24																																	
25																																	
26																																	
27																																	
28																																	
29																																	
30																																	
31																																	
32																																	
33																																	
34																																	
35																																	
36																																	
37																																	
38																																	
39																																	
40																																	
41																																	
42																																	
43																																	
44																																	
45																																	
46																																	
47																																	

オーナー情報
物件情報

防災設備メンテナンス状況
耐震・防火など

物件メンテナンス状況
外壁・屋根など

オーナー情報のシステム管理



登録した家主情報を検索・閲覧できます。
物件は家主氏名や物件名等で絞り込み検索が可能です。



コスモテクノロジー社「BAIZO(倍増)管理」ホームページより



家主の氏名や住所などの基本情報はもちろん、勤務先情報や連絡先、DMの送付先住所などを保存・閲覧可能です。



コスモテクノロジー社「BAIZO(倍増)管理」ホームページより

エクセルやスプレッドシートのほか、システムによる一元管理を行う。
詳細情報までを記録しておくことでマーケティング施策展開の際のターゲットの絞り込みや施策内容策定の際に効果的である。



コスモテクノロジー社
「BAIZO(倍増)管理」

<https://lp.baizo-kanri.jp/>

オーナー(既存管理)売上アップ°

営

業

オーナーへの定期アプローチ

営業時にオーナー様にする話

- 世間話
- 賃貸市場の話（空室率、人口減少、物件の老朽化）
- 外壁改修工事で成功した事例（自社オーナー）
- 他物件とオーナー様保有物件との比較
- 掛かる費用を家賃で償還する期間、効果

【ポイント】

他オーナーの成功事例が効く！

大規模修繕工事を受注するポイント

- 対象物件の劣化が軽ければ鉄部塗装工事のみ提案する
- 見積りを依頼された工事を除きアポイントは工事で取らない、送金明細の説明等が名目
- 送金明細で予めオーナー様の財務状況を把握する
- オーナー様の賃料収入以外の収入の有無（話している途中で聞く）
- オーナー様宅・土地の大きさ、築年数をチェックする（財務状況の目安となる）
- 決定権が誰なのか、オーナー様の細かい情報をできるだけ把握する
- オーナー様との日々のコミュニケーション・信頼関係構築

オーナーへの定期アプローチ

多くのオーナーにとって**不動産会社の訪問 = 何かを売られる**

ブルーボックス様の場合、あくまでアンケート調査という名目で訪問し、そこで潜在ニーズを引き出す。

■ アンケート項目例

- ・電話に出るまでの時間は如何でしたか。
- ・担当者への取次ぎ時間は如何でしたか。
- ・電話に出た時の挨拶はいかがでしたか。
- ・対応は丁寧でしたか。
- ・担当者不在の対応は如何でしたか。
- ・現在の入居率に満足されていますか。
- ・現在の管理体制に満足されていますか。
- ・現在の管理内容に満足されていますか。
- ・空室を埋める対策として、お考えの空室提案項目をお教え下さい。
- ・不動産有効活用・不動産売買について弊社にご相談を頂けるとしたらどのような内容でしょうか。
- ・弊社に任せて頂いている以外に賃貸物件を所有されていますか。 など

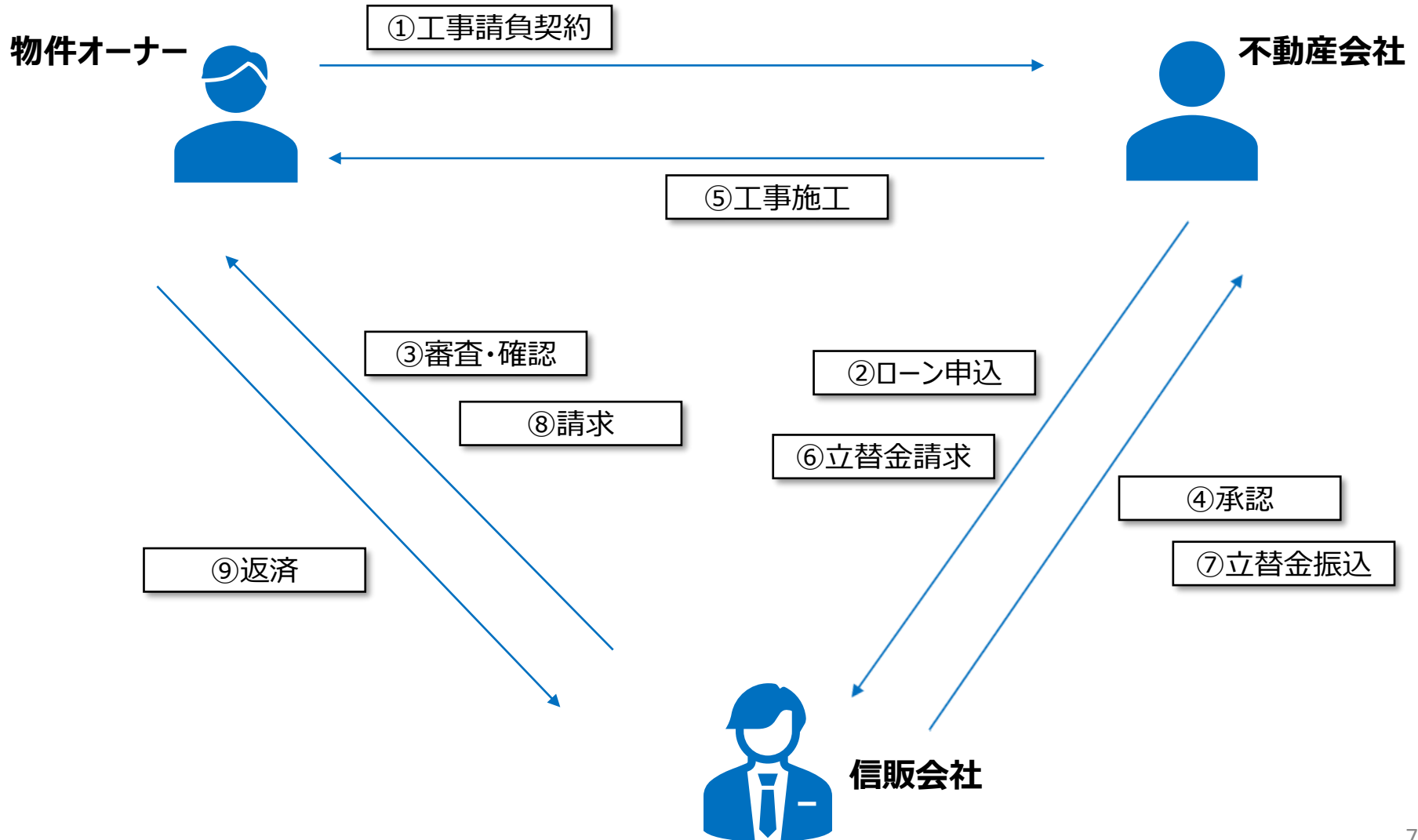


オーナー(既存管理)売上アップ°

商 品

ゼロ金利リフォーム

オーナー負担金利ゼロでリノベーションを可能にすることで
資金繰りに厳しいオーナーや大きな持ち出しを嫌がるオーナーからも
受け入れられやすくなる。



04

入居者売上アップ°



入居者売上アップ^o

入 居 前

付帯商品

1件当たりの業界平均単価 = **約12万円**

54,000円(仲介手数料)+50,000円(客付け協力金)+**16,000~20,000円(付帯商品)**

仲介単価アップのポイント

- ①付帯商品の目標KPIを定める
- ②客付け協力金については必ずオーナー交渉(難しい場合は店長や責任者が交渉)

商品例

コールセンター

保証・保険

消臭

抗菌※今、コロナ需要で付帯率上昇中(コロナウイルス不活性化が証明されている商品も有り)

新電力

ネット回線

引っ越し

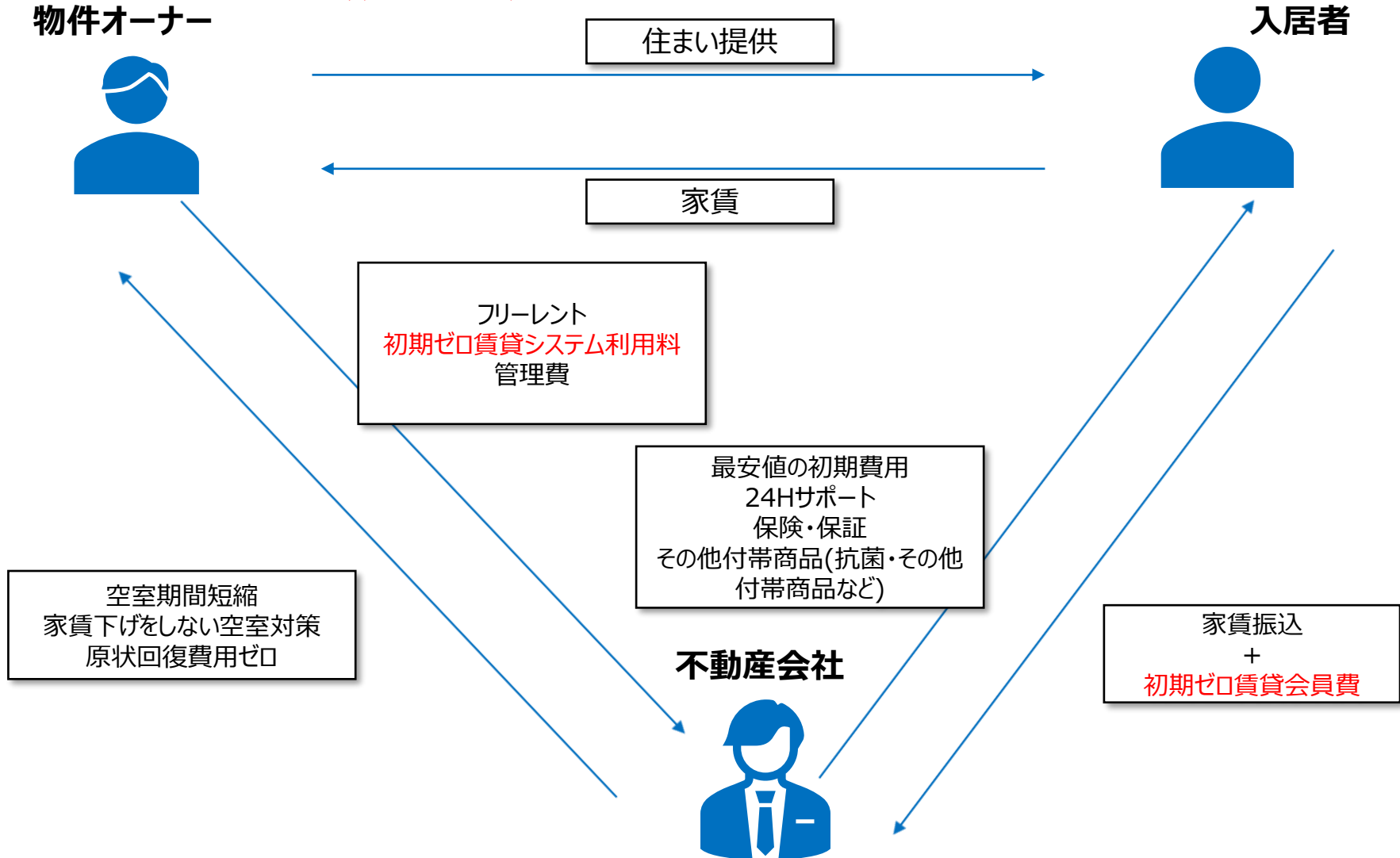
防災グッズ

+ネット回線や新電力は顧客紹介(申込書データ提供)で無条件に紹介料が入るものもある。

売上アップ ▶ 入居前

初期ゼロ賃貸

初期ゼロ賃貸での会員費によって、損益分岐点を超えた段階から会費がそのまま自社の収益になる。また早い段階での入居付けを可能にするためオーナーキャッシュフロー改善にもつながる。

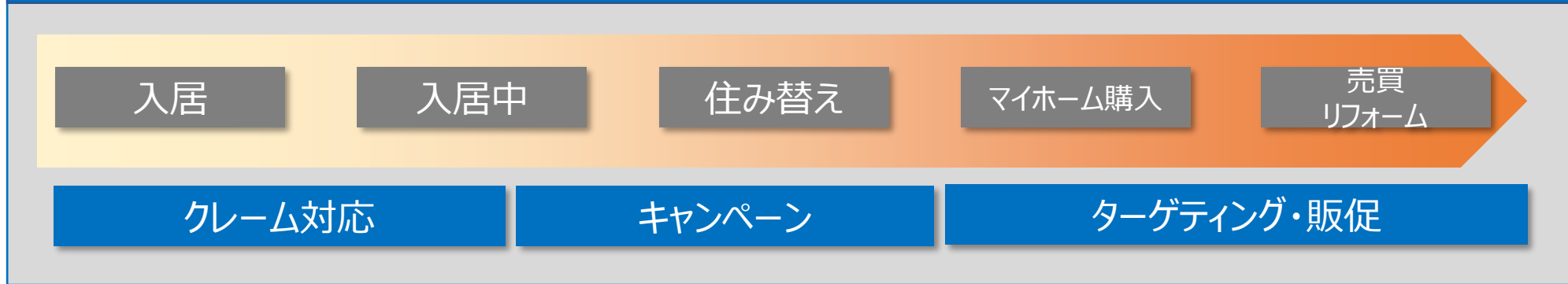


入居者売上アップ°

入 居 中

入居者プラットフォーム(囲い込み)戦略

入居者プラットフォーム化(入居者の囲い込み)



入居者≠一時顧客

入居付けした後、入居者を固定客化する。

入居→住み替え→購入→売却までを自社内でサポートできるように入居者プラットフォームを構築。

➡ブルーボックス様の場合、BBファンサイト(入居者専用サイト)を構築

入居者サイト：サイト内で全て管理でき利便性が良いが、構築費用や浸透までの期間が長い
小～中規模で行う場合は、

➡クレーム対応: コールセンター導入・HPに入居者問い合わせフォームやQ & A作成

➡ターゲティング・販促: LINEビジネスなどで顧客のステージ分け & 定期情報発信

入居者売上アップ^o

退

去

時

売上アップ ▶ 入居後(退去時)

住み替え需要

例①

〇〇不動産管理物件の入居者様限定!

住み替えキャンペーン

仲介手数料 **0** 円

住み替えを現在検討されている方で、弊社管理物件に住み替え頂いた方限定で仲介手数料を無料にさせていただきます!



物件情報はここから

例②

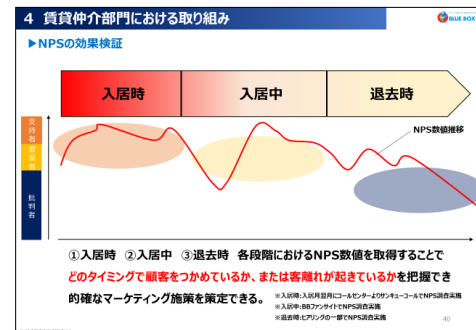
〇〇不動産管理物件にお住いの皆様へ

旅行券プレゼントキャンペーン!

当社管理物件から管理物件へのお引越しで旅行券
〇〇万円分を全員にプレゼント!



キャンペーンの詳細や
物件情報はこちらから!



定期的に住み替えキャンペーンを実施し、入居者の他社流出を防止する。
住み替えのほか、紹介キャンペーンなども実施し、固定顧客の増加を目指す。
ブルーボックス様の場合、キャンペーンなどのマーケティングをNPS数値に基づいて行う
ことでより効率的に施策を推進できている。(詳細はブルーボックス様の講座参考)



売上アップ ▶ 入居後(退去時)

退去～募集までの期間短縮(物件の早期商品化)

3 戸あたり収益アップ/管理部生産性アップ

▶退去立会

現地精算

- 工事業者にiPadを渡し、現地精算を行う。
- 見積確認後、入居者がドキュサインで署名
- 希望によってその場でクレジット決済

退去進捗確認

- “アンドパッド”を活用し、工事の進捗を追う。
- 立会日や工完日、入居可能日をリアルタイムで仲介部が確認できる。

【業者立会】

業者による立会い、見積作成。

【現地精算】

入居者が見積確認後、承諾の場合はドキュサインで署名。その場でクレジット決済も可能。

【工事施工・進捗管理】

業者にアンドパッドの権限を付与し、工事進捗を付与し、写真付きで進捗確認可能。

【入居付け】

仲介店舗の営業マンはアンドパッドを確認し、工完日や入居可能日を確認。

※採れた場合など、イレギュラーな対応が必要な場合のみ社員が対応

<https://fp.andpad.jp/>

ブルーボックス様の場合、現地で退去費用精算を完了させ、その後の工事進捗管理は“アンドパッド”を活用。

【これから取り組む会社様向け】

退去受付一覧表 (H27.8~.xls)

部屋番号	エリア	入居者名	電話番号	家主連絡	退去予定日	退去理由	退去却E	精算完了	オーナー退去予定日	退去連絡を受けた方がAFS退去受付入力を行なって下さい。	提案内容	提案結果	解約月	家賃最終引落日	礼金/保証	引渡時期	工事手配日	工事完了予定日	工事完了日			
3					11/20	2/18	不要になった	2/22	3/23	3/23	3/23	不要	不要	2/29	2月分まで		2/23					
4	202				1/4	2/3	住み替え	2/1	3/6	3/6	3/1	3/6	クロス	クロス	2/5	2月分まで		2/1	2/1	2/6	2/6	
5	105				1/5	1/19	費用にならなくなった	1/12	1/31	1/31	1/31	クロス	クロス		2月分まで					1/31		
6	202				1/25	2/18	住宅購入	2/18			2/18	クロス/クロス/クロス/クロス				2月分まで					2/28	
7	105				オカガ	1/31	住替え	1/31	2/5	自社	自社	自社	引入	築造		2月分まで					3/31	
8	101				1/11	2/29	転勤	2/29	3/4	3/4	3/4						2018/02	3/6	3/12			
9	201				1/11	2/7	住替え	1/31	2/7	2/7	2/7						2/29					
10	101				1/11	2/29																
11	103				1/12	2/11	住替え	2/1	2/1	2/1	2/1						2/1	2/1	2/1	2/1	2/1	
12	1/12				1/12	1/31	住替え	1/31	2/1	1/31	2/1	クロス	クロス	2/7	2月分まで		1/31	2/6	3/7			
13	201				12/19	2/29	住替え	2/29				リフォーム				2月分まで		2/29				
14	O-1				1/14	2/14	住替え	2/14	2/14	2/14	クロス	築造	2/14	2月分まで		2/14						
15	206				1/15	2/12	滞納	2/1	2/14	2/14		洋室化	築造		2月分まで						3/28	
16	305				1/16	2/27	住替え(移居)	2/27	3/4	2/28	3/4	クロス/クロス			2月分まで							

入居者情報
オーナー情報
退去予定日・精算完了日
工事手配日・工事施工日・工事完了日など

- ①単価表を作成
- ②(業者による立会い)
- ③その場で清算書を発行し、後日精算
- ④工事進捗は左のようなエクセルやスプレッドシートで代用

05

業務効率化



業務効率化 = (一人当たり粗利)生産性アップ

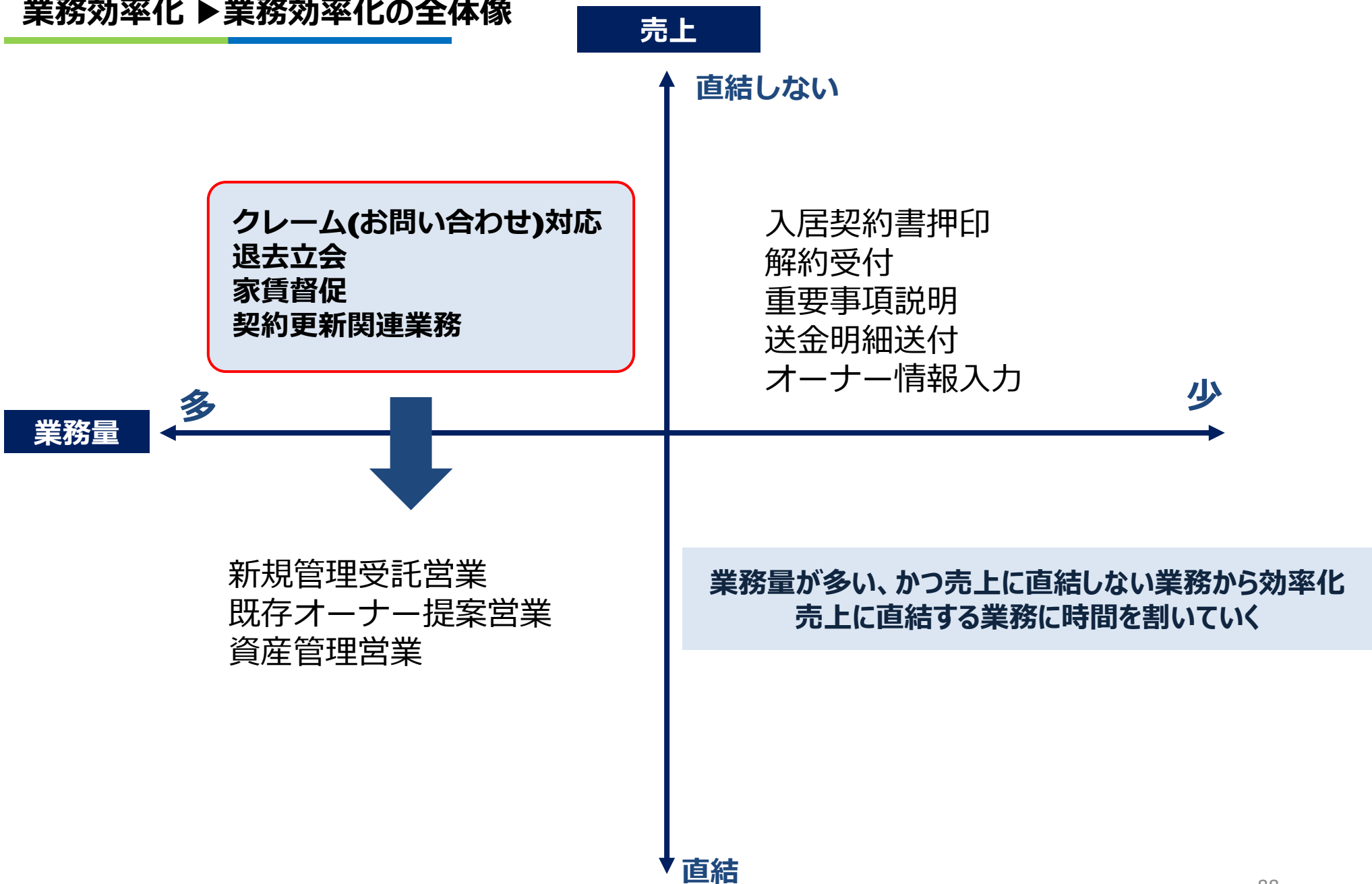
生産性 =
$$\frac{\text{粗利(売上-売上原価)}}{\text{社員数}}$$

※社員1名/パート社員0.5名

売上アップ
経費削減

➡①売上を上げて②経費を削減する(より少ない人員で営業)

業務効率化 ▶ 業務効率化の全体像



業務効率化 ▶ 業務効率化の全体像

売上

直結しない

① アウトソーシング

クレーム(お問い合わせ)対応
退去立会
家賃督促
契約更新関連業務

② IT化

入居契約書押印
解約受付
重要事項説明

③ 専任化

送金明細送付
オーナー情報入力

多

少

業務量

新規管理受託営業
既存オーナー提案営業
資産管理営業

オーナー提案

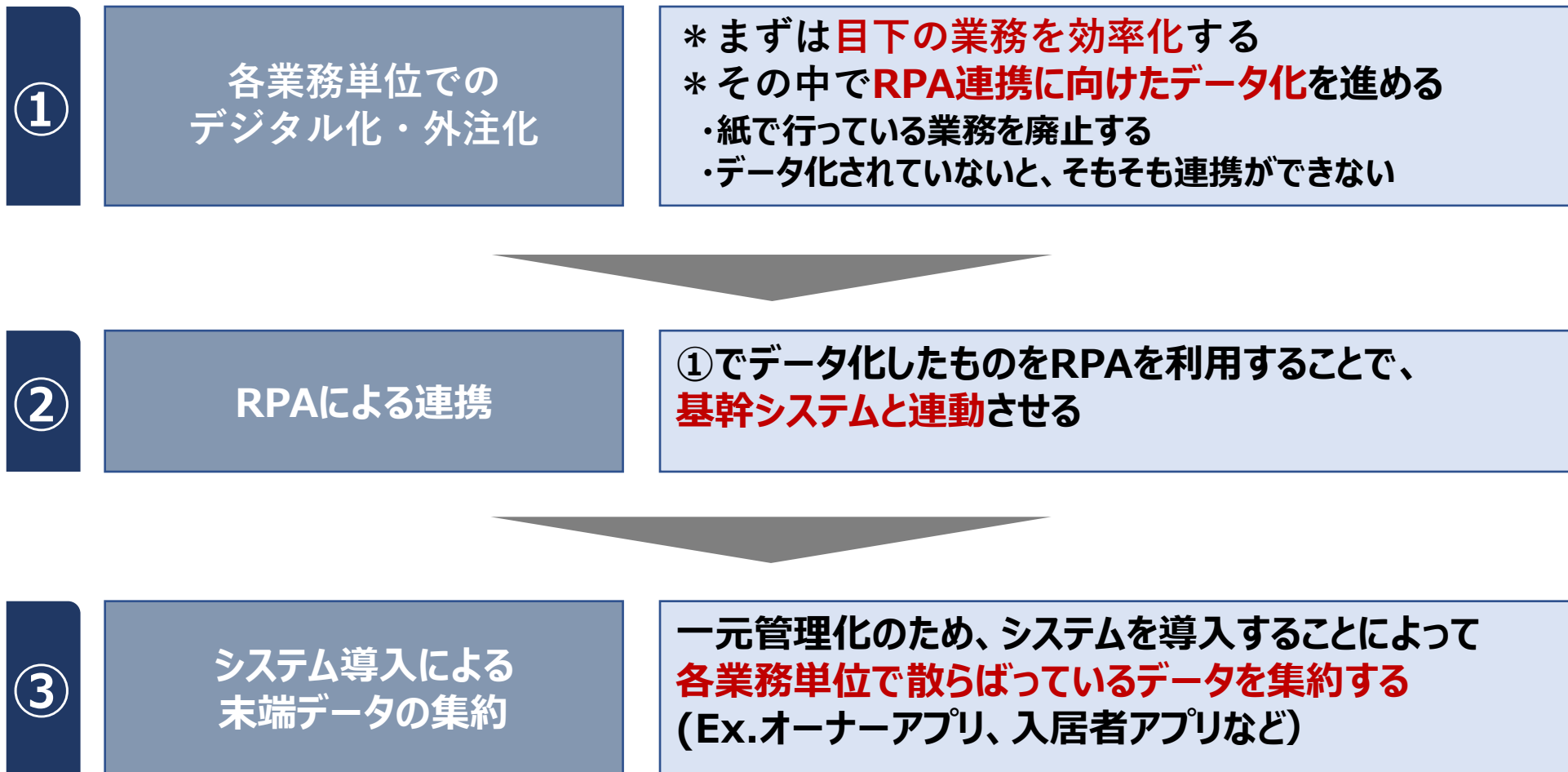
業務量が多かつ売上に直結しない業務から効率化
売上に直結する業務に時間を割いていく

① 管理戸数の増加

② 戸あたり粗利の増加

直結






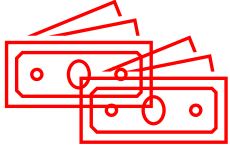




売上アップ ▶ 業務効率化の全体像



業務効率化 ▶ 業務効率化KPI

標準レベルの会社

効率化モデルの会社

1000戸あたり 人員数	 3.5名～4名	 1.5名～2名
入居率	 88%～90%	 95%～98%
戸当り粗々利 ※年間	 4.5万円	 6.0万円
営業利益率	 10%	 30%
管理戸数 増加数/商圈	 100戸前後	 200戸～300戸

業務効率化で重要なこと3つ

①長期的な目線で対策を打つ

対オーナーや対入居者への業務効率化に関する提案の際、一定の割合は承諾を得られない場面もある。業務効率化を長期的な目線で捉え、将来的に削減できるコストと比較して、自社が費用負担しても業務効率化を進めていく。(ブルーボックス様の場合、クレーム防止のための設備導入費用負担など)

②業務の一貫性を重要視する

“とりあえず導入してみよう”、“なんとなく便利そう”で業務効率化を進めることは、逆に効率性を下げる。最初に業務のフローチャートなどを作成して、業務の一貫性を担保することが重要。(ブルーボックス様の場合、退去立会・生産～募集までの一貫した効率化など)

③現場の意見を聞き過ぎない

現場社員やオーナーにとって、やり方や対応が変わることを嫌がるのは当たり前。“現場が○○と言ってるから”、“オーナーに何か言われる”などの意見をなんでも聞いていたら一生効率化できない。一定数の反対意見は勿論ある前提で、経営者または責任者が舵取りし、「自社はこのような対応で行く」と決めて推進していくことが重要。(ブルーボックス様の場合、篠本統括部長が舵取りを行う。WEB明細など、反発するオーナーもいたが、やり切ることで導入率も上がってきた。)

業務効率化 ▶ 具体的施策

内見予約

内見予約はこちら

バナーを反響対応メールの
テンプレートとHPに挿入



予約フォーム～Web内見～

シディライフにお問い合わせ頂き誠にありがとうございます。
本フォームでWeb内見のご予約用となっております。

Web内見とは？
お客様の代わりに不動産営業のプロが実際のお部屋をご案内いたします。
ご自宅でリラックスしながら内見が可能です。物件のポイントやおすすめの物件のご紹介も
可能ですので、ぜひご利用ください。

*必須

お名前*

回答を入力

ご連絡先（電話）*

回答を入力

メールアドレス*

Googleフォームで作成した
内見予約フォームへ記入

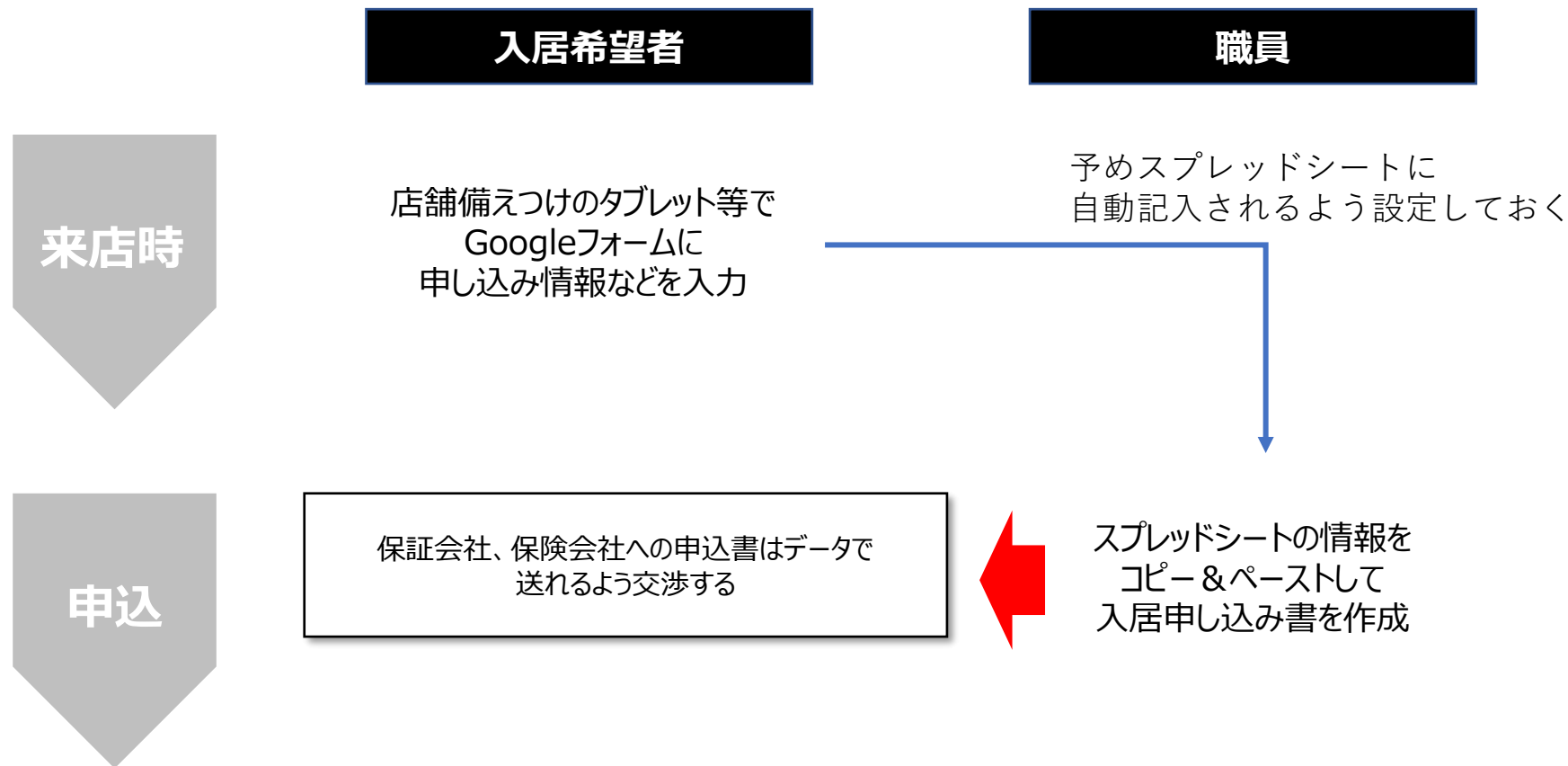


内見日当日、LINE電話案内
※内見数は2件までに絞る



電話で内見日確定連絡および
LINEの友達登録バナー送付

入居申し込み



- ・ 申し込み時における「入居申し込み書の記入時間」が減るため、顧客対応時間が短くなる。
- ・ またRPAを使うことで申し込み書作成作業(コピー＆ペースト)自体を自動化できるようになる。

契約(IT重説)

事前準備

- ①借主にIT重説を行うことを電話：2分
- ②借主にメール (IT重説への同意と接続テストのURL送信):6分
- ③接続テスト(前日までに最低一回): 2分
- ④事前に重説郵送 (返信用封筒含む)/重説の控えコピー: 5分
- ⑤進行表作成：10分

IT重説

- ①機器設定：3分
- ②重説実施：30~40分
(契約事項の説明中心)

事後

- 録画データの保存:2分

事前準備、事後業務目安 (全体) : 約12分
事前準備、事後業務目安 (一件毎) : 約18分
重説実施目安 : 30~40分

解約受付

HP

電話

HPから解約申し込みができるような**バナー**を挿入。
そこから解約受付フォームの記入をしてもらう。
新規入居者は退去受付フォームを記載した案内を渡す
既存入居者はポスティングチラシと共用部への掲載で告知

ツリー電話を設定
HPの**解約受付フォーム**へ誘導
⇒窓口をHPに一本化する

退去受付フォーム (アパート・店舗)

解約受付は、こちらのメールフォームよりご依頼ください。
(※電話での解約受付は行いません。)

*必須

メールアドレス*

メールアドレス

物件名*

例) みるねハウス

電話番号*

例) 201

電話番号

- 退去関連書類は不要になり、経費削減につながる
- 解約受付に係る受電数が減少し、業務負担軽減につながった
- 解約情報をデータ化することにより、いずれRPAを使うことで解約情報の自動記録が可能

業務効率化 ▶ 具体的施策

更新受付

更新を口座引き落としの自動更新へ変更（保証会社の口座振替を利用）

更新案内送付前

該当入居者のリストアップ

更新通知書の送付

いずれはショートメッセージで更新通知を行い、
オンライン上でやり取りを完結させる

受付

退去の場合は、退去フォームから受付

更新の場合は自動更新⇒オーナーへ送金明細で通知

* 補足 更新方法変更に係る業務フロー ↓

既存入居者

集金方法変更の告知（DM等）
返答がない入居者へ架電

保証会社へ
加入しているか

Yes

口座振替サービスの利用へ誘導

No

保証会社加入へ誘導

Yes

審査合格か

No

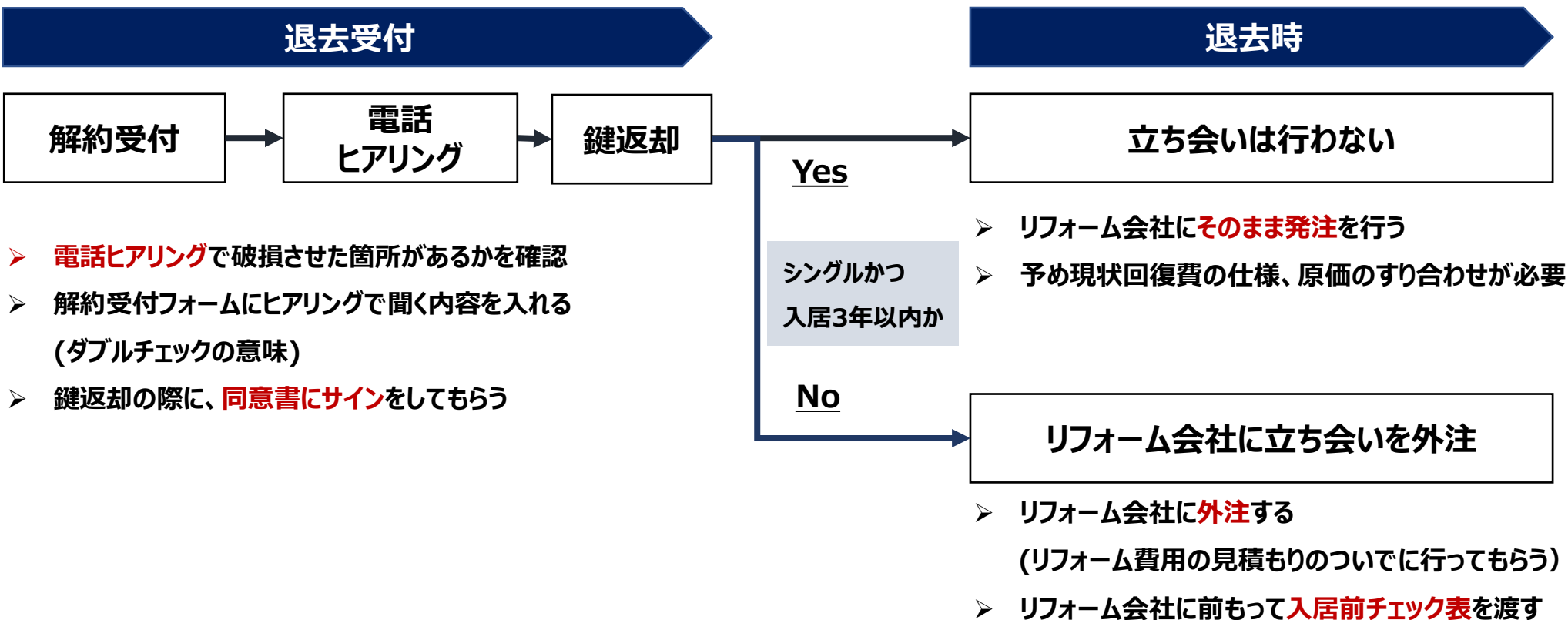
銀行の口座振替へ

新規入居者

保証会社加入の義務化

退去立会い

退去立ち会い業務をリフォーム業者へ外注



送金

送金明細送付



紙で郵送するのではなく、メール（または共有ストレージサービスなど）で送る

更新通知



更新通知書を作成、郵送でなく
送金明細の備考欄に記載して通知する

送金明細書、更新通知書作成に係る紙代、郵送費等の経費節約につながる

更新通知作成の必要がなくなり、業務効率化につながる

送金明細をデータ化することにより、いずれRPAを使うことで送金明細の作成自体が自動化できるようになる

業務効率化▶その他(参考)

ポータルサイトの競争率増加

問い合わせ物件数が減少傾向にあり、よりWEB上での競争が激化。

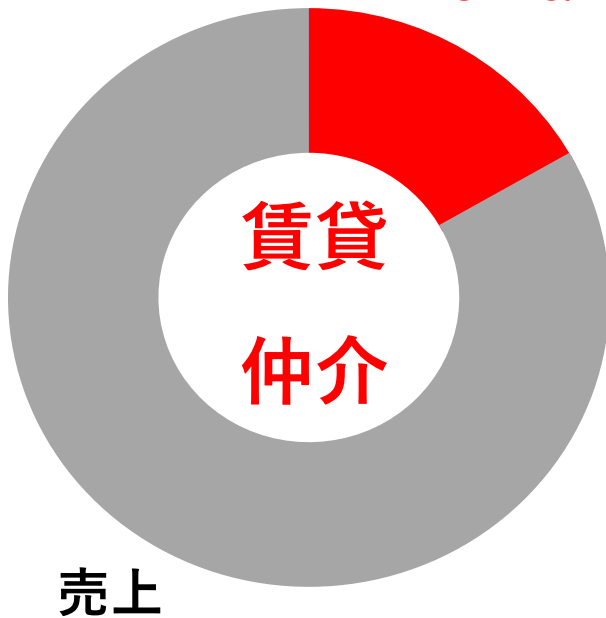
中でもポータルサイトなど他社と物件被りが起きやすい媒体においてはより競争率が上がってきている。

		(n)	1社	2社	3社	4社	5社	6社以上	平均社数	
全体	2020年	295	14.2	24.7	23.4	11.9	12.5	13.2	3.6社	
	2019年	343	18.1	26.2	21.3	11.7	14.0	8.7	3.2社	
	2018年	320	18.1	20.0	24.4	13.8	11.9	11.9	3.4社	
	2017年	437	23.6	27.9	22.7	11.2	9.8	4.8	2.8社	
	2016年	389	17.2	21.3	26.0	13.6	10.5	11.3	3.3社	
物件種別	賃貸	2020年	148	16.9	31.1	25.7	10.8	8.8	6.8	3.0社
		2019年	155	22.6	30.3	14.8	12.9	11.6	7.8	3.0社
		2018年	186	19.4	24.7	24.2	12.4	12.9	6.5	3.1社
		2017年	375	22.9	28.8	22.9	10.9	9.3	5.2	2.8社
		2016年	245	18.4	24.5	23.7	15.1	9.8	8.6	3.2社
	売買	2020年	147	11.6	18.4	21.1	12.9	16.3	19.7	4.2社
		2019年	188	14.4	22.9	26.6	10.6	16.0	9.5	3.5社
		2018年	134	16.4	13.4	24.6	15.7	10.4	19.4	3.9社
		2017年	62	27.4	22.6	21.0	12.9	12.9	3.2	2.8社
		2016年	144	15.3	16.0	29.9	11.1	11.8	16.0	3.6社

広告宣伝費削減

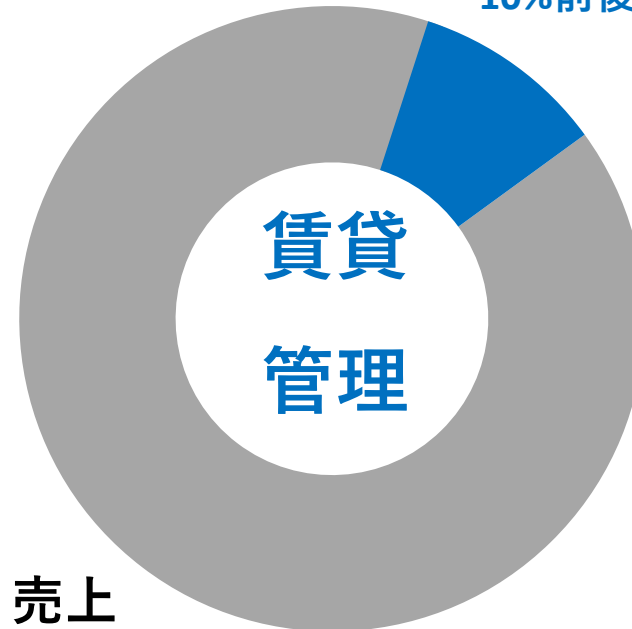
広告宣伝費割合の目安

15~20%



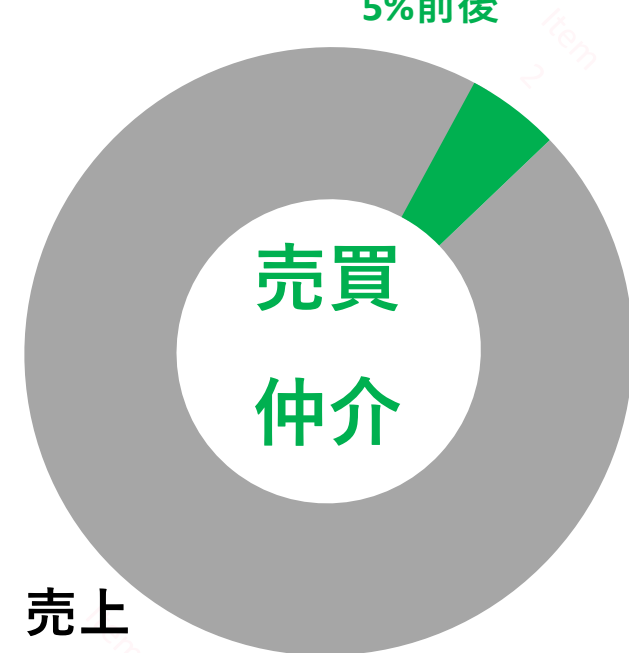
広告宣伝費割合の目安

10%前後



広告宣伝費割合の目安

5%前後



各媒体での反響数/反響来店率/申込数/申込金額から費用対効果を算出する。

➡ブルーボックス様の場合、広告費約30%を削減。

➡ポータルサイト広告費削減の際にはエリアごとの反響率を出し、
反響率の低いエリアの物件広告を落としていくことで効率的に広告費削減ができる。

まとめ



まとめ

【囲い込み戦略】

新規管理受託や新規客付けの動きと同時に、顧客の囲い込みも合わせて実施し、収益基盤の安定化を図る。
(既存売上アップ・顧客流出防止)

【アプローチ量】

オーナーへのアプローチ数をKPIにする。
入居時、退去時以外でも接点を持ち、キャッシュポイントを逃さない。

【やらない業務を決める】

全ての業務を抱えずに、やるべきこと/やらないことを明確化する。

※やらない＝手を抜くではない

※もっと詳しい内容は前回(2021年8月)の講座で→会員ページから振り返り可能です

【業務の一貫性】

その場しのぎの効率化はただの“便利化”、一貫性を担保できて初めて“効率化”になる。

※もっと詳しい内容は前回(2021年8月)の講座で→会員ページから振り返り可能です



まとめ

今回の講座でご説明した売上アップや業務効率化のご相談やツールや販促物を自社でも使用したいという会社様がいらっしゃいましたらアンケートの中にその旨をご記入ください。



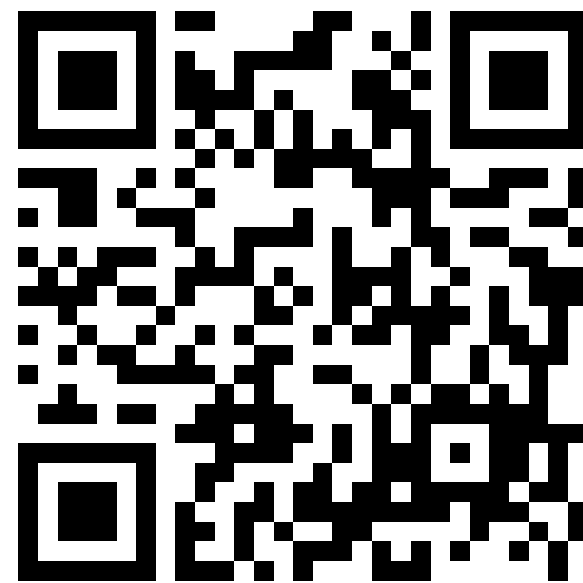
この後のスライドにも再度アンケートQR投影します

全管協総研は、全管協会員様の**業績アップ・事業の活性化**を目的に活動する団体です。全管協のプラットフォームを最大限に活かし、会員様の課題解決を実現します。

①総研会員サービス(税込1.65万/月)

- 年間6回開催！業績アップ勉強会の開催
- 業績アップ動画コンテンツのご提供
- 業務別マニュアル（10テーマ）のご提供
- オーナー提案レポートのご提供
- ポータルサイト運用状況調査レポート

ご入会申込・問合せは
こちらから👉



②その他会員様限定サービス

- 個社別コンサルティング(税込16.5万~/月)
- 倍増管理(管理営業支援システム)
- オーナー通信作成～発送代行

■新サービスの紹介

オーナー通信作成～発送代行

手間のかかる通信作成・印刷・封入・発送を**全てワンストップで全管協総研が請け負います。**

→不動産会社様のほうでやっていただくことは、

「発送前の内容確認作業だけ」

●費用(全管協総研総研限定価格)

・作成費用

一律 ¥22,000(税込)

・印刷・封入・発送費用

1部 ¥98～(税込)

※発送部数により変動します。

※印刷～発送のみのご依頼も可能

お申込はこちらから



全管協総合研究所 全管協総研の会員様限定サービスにオーナー通信作成・送付代行サービスが新たに加わりました。

全管協総研会員限定

月額 **2万円** からはじめる
不動産会社の収益向上施策

オーナー通信作成から
印刷・封入・発送まで全て
ワンストップで!

宅地建物取引士・司法書士・不動産鑑定士・ファイナンシャルプランナー・元不動産関連会社代表など不動産関連分野に特化した専門家が監修!

通信作成	月額/全管協総研会員限定価格 一律 ¥22,000(税込)	お申込み
印刷・封入 発送	全管協総研会員限定価格 ¥98～/部 ※送付部数により変動/印刷～発送のみの請求も可能	
その他任意 オプション	追加お見送り デザイナーによる表紙デザイン オリジナルロゴ作成 など	

全管協総合研究所 Tel : 03-3272-9155
Mail : zenkansoken@pbn.jp

アンケートのお願い

本日はご参加いただき、誠にありがとうございました。
お手数おかけしますが、アンケートのご回答をお願い致します



<https://forms.gle/KUPfcZbJBXFNN9tq9>

次回以降勉強会開催のご案内(予定)

第5回勉強会 12月9日(木) 13時-15時

※会員様はお申込不要でご参加いただけます