



全管協総合研究所

オーナーセミナー  
開催  
ハンドブック

# 第一章

## オーナー集客の仕組み

# オーナー集客の仕組みづくり

## 継続的な情報発信

- ・自社管理オーナー向け通信
- ・キャンペーンDM
- ・WEB上でのブログ/お知らせ
- ・TV CM
- ・新聞折り込みチラシ
- ・SNS広告 (YouTube・Facebook)
- ・地域情報誌 など

×

## 効率的な集客

- ・できる限り少ない経費と労力でオーナー集客できる仕組みを構築する。
- ・集客数が安定してくると営業数値も安定する。
- ・管理部社員がコア業務(対オーナー業務)に集中できる体制を構築する。

# オーナー集客の仕組みづくり

## Point 情報発信の方法

1・オーナー向けの情報誌の送付（**顔が見え、賃貸仲介・管理にとどまらない情報発信**）

・社長のあいさつ  
・自社の強み  
・スタッフの紹介

毎月または隔月などで  
定期的に発送

反響誘導につながる  
DMの同封

2・WEB媒体を連携させた情報発信（**HPを作成し、それに合わせてメルマガやSNSで発信**）

メルマガは週1回、月4回の配信  
※100リストで2組の集客見込み

SNSはFBで広告掲載  
※セミナー毎の更新の場合  
5000円で1名の集客見込み

# オーナー集客の仕組みづくり

## ■ 販促物のキャンペーン例

- ・管理料半年間無料キャンペーン
- ・オーナー紹介キャンペーン(クオカード〇〇円プレゼント)
- ・定期清掃3か月無料キャンペーン
- ・お得な設備パック導入キャンペーン(セットで〇〇%お得)
- ・無料建物診断(外壁・排水管・シロアリなど)



面識のないオーナーに対していきなり営業をかけ、管理オーナー化することは難しい。

まずは**キャンペーン**で**無料期間(お試し期間)**をつくり、その期間でしっかりとコミュニケーションを取って信頼を獲得し、管理を頼む**“きっかけ”**をつくるのが大切。

## オーナー集客の仕組みづくり

 **Point** 広くオーナーニーズに合致するテーマから始める

セミナー内容をシリーズ化して定型化する

シリーズテーマ例:空室対策・リフォーム/リノベ・売却・相続対策・税金対策・繁忙期の振り返り など

 **Point** 集客スケジュールの定型化

DM1回目の発送は40日前  
2回目の発送は14日前

当日はオペレーション表を  
用いて参加社員の動きを管理

# オーナー集客の仕組みづくり

## ■オーナーセミナー集客



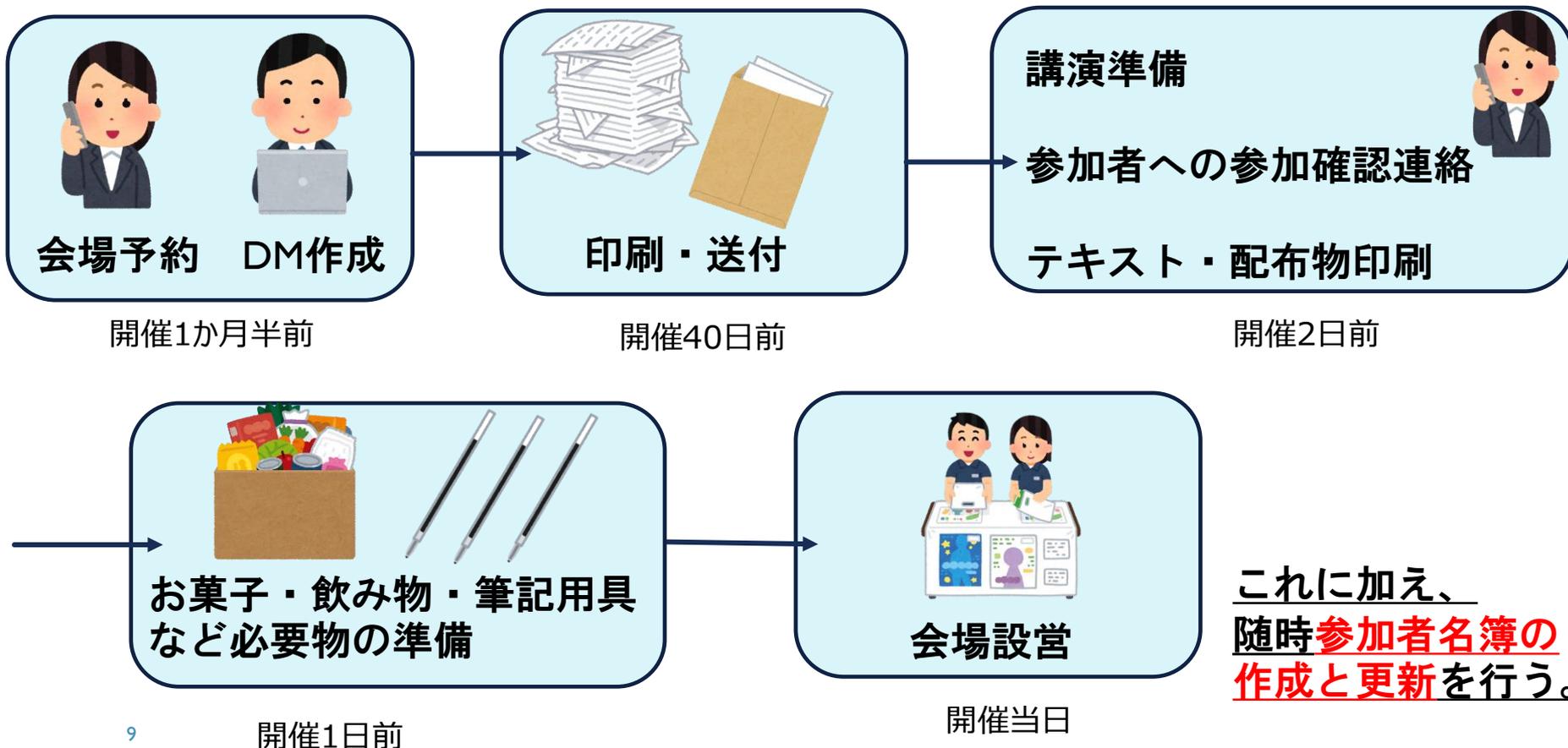
- ・ 管理オーナー, 一般・新規オーナーに対して集客。開催1か月前にはDM送付。
- ・ 一人〇名集客など、部署や課で目標を定めて集客すると多く集められやすい。
- ・ 顧客ごとに興味を引く内容、自社が訴求したい内容は異なる。そのため前段階での顧客のリスト化により集客したいターゲットに対して「参加したくなる」セミナーを企画する。
- ・ チラシ、DMを送っただけではセミナー参加数は増えない。電話、訪問によるフォローも合わせて重要な集客方法になる。

## 第二章

# オーナーセミナーの準備

# オーナーセミナー開催準備

## ■ セミナー準備スケジュール目安



# オーナーセミナー開催1か月半～2日前

## ■会場予約、DM作成と送付

この時点で最大何名募集にするのかを決めておいて、収容人数に見合った会場を予約しておく。

(例：ホテルの会場、セミナールーム等)

オーナー様の興味を引くような題材で、題名は大きく簡潔にして目に入った段階で情報が入ってくるようにする。  
キャッチコピーをつけることで後に続く詳細にも目を向けてもらいやすくする。

作成したDMは開催の40日前から順次発送する。

※全管協総研では、有料でDMの作成代行・郵送を行っております。  
詳しくは下記をご参照ください。

<https://zenkansoken.com/service/>

5年後も賃貸経営を成功させ続けたい家主さん向けセミナー  
△△市の賃貸経営者のための  
"満室"応援セミナー  
先着30名様 参加費無料  
要予約  
※江別市に物件を所有されている家主様、これから不動産投資を始めたい家主様ならどなたでも無料でご参加いただけます。

講義テーマ **そうか！こうすれば満室になるのか！**  
～あなたの物件が60日で満室になる方法を大公開！～  
講師 〇〇氏 シニア経営コンサルタント 〇〇 〇〇氏

講演内容  
● 急激に変化する江別市の賃貸市場と入居者ニーズ  
● 満室になる物件とは？満室オーナーが実践する4つのポイント  
1 物件が決まりやすくなる募集方法 2 すぐにできる、あなたの物件が入居者の心にのこる美化・演出  
3 入居しやすく退去しにくい、物件の収益を高める最新の条件とは？  
4 築40年の中古物件でも入居者が殺到する、費用をかけない"お化屋リフォーム"とは？  
● 全国で入居率95%以上を維持し続ける家主さんの取り組み

日時 〇/×日 受付 12:30～ 開始 13:00～ 終了 16:00  
会場 〇〇

地図

講師 〇〇 賃貸仲介・管理業ビジネスコンサルティングチーム  
チームリーダー シニア経営コンサルタント 〇〇 〇〇氏

不動産市場の調査、研究、企画提案を行う中で全国の不動産会社の現場型経営支援を行う一方、50回以上のオーナーセミナー、オーナー勉強会などを通して全国の家主との交流の中で、賃貸経営に多角的に関わる。地域の不動産市場に即した英に必要な今後の対策を広く公開し、不動産市場の明るい未来づくりを目指す。

株式会社 不動産  
00-0000-0000  
予約受付中 | ご予約はセミナー事務局まで

## ■ 当日のタイムスケジュールと原稿の作成

当日のスケジュール、内容、担当者、原稿を一枚にまとめておくことでスタッフ全員がスムーズに業務を遂行できる。

時間	所要時間	演出	内容	担当	司会原稿	備考
12:00 ~ 12:45	0:45		場内案内	受付・誘導担当者		
12:45 ~ 12:47	0:02		セミナー開始前ご案内	司会:〇〇	セミナー開始に先立ちまして、簡単に会場のご案内をいたします。 ・お手洗いは、エレベーター横にございます。 ・喫煙スペースは、エレベーター前にございます。 それでは、セミナー開始まで、今しばらくお待ちください。	
12:55 ~ 13:00	0:05		直前アナウンス	司会:〇〇	間もなく開始となります。 皆さま、ご着席下さいますようお願いいたします。セミナールーム内では、携帯電話の電源をオフまたは、マナーモードに切り替えてくださいますようお願いいたします。	
13:00 ~ 13:05	0:05		DVDを流します(照明消灯)	DVD放映		
13:05 ~ 13:06	0:01	はじめに	セミナー開始挨拶(DVD説明) 始まるの言葉	司会:〇〇	皆さま、本日はお忙しい中、「~~~~セミナー」にご参加いただきまして、誠にありがとうございます。 ただ今ご覧いただきましたのは、現在J:COMにて放映中の当グループのテレビコマーシャルです。 それでは、只今より、プログラムを始めさせていただきます。 講座に先立ちまして、弊社、代表取締役 ☆☆☆よりご挨拶申し上げます。	
13:06 ~ 13:08	0:02	主催者代表挨拶		△不動産代表取締役 △△△様		
13:08	13:10	0:02	配布物の確認	司会:〇〇	ありがとうございます。 次に、配布物の確認をさせていただきます。 本日の配布物は、テキストを1部、情報共有シート、アンケート用紙の3点と冊子やDMが入っている、クリアファイルがございます。クリアファイル内には弊社の管理メニュー、建物診断などが入っております。 すべて、お手元にありますでしょうか。 万一、不備があった場合は、お近くのスタッフまでお申し付けください。 また、本日のセミナーは2部構成となっております。1部は講座、2部は情報交換会となっております。是非、最後までご参加	

## オーナーセミナー開催1日前

### ■ 当日に必要なものの準備

- テキスト
- 事後アンケート
- 紙袋（配布物持ち帰り用）
- 筆記用具（メモ用紙/ボールペン/マーカー など）
- 自社パンフレット
- キャンペーンチラシ
- お菓子
- 飲み物
- その他必要物

# オーナーセミナー開催当日

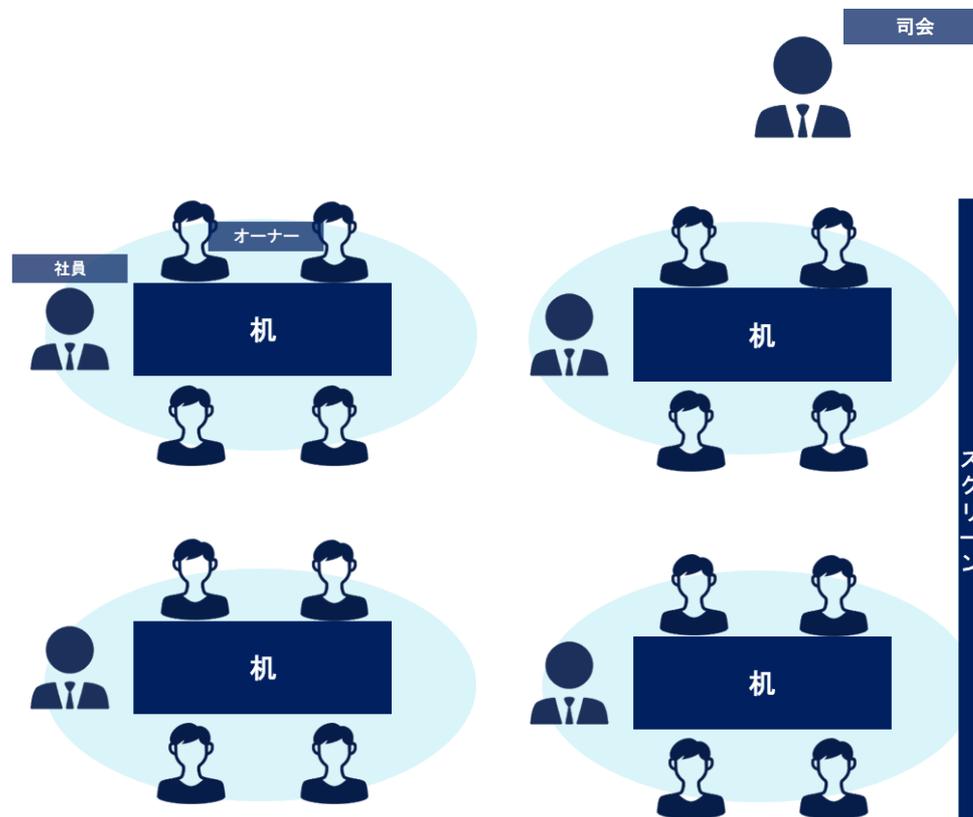
## ■ 当日の運営

席配置島型形式にし、  
オーナー2~3名につき社員1名を配置する  
ようにする。

休憩時など島内ではオーナー同士で  
積極的にコミュニケーションが取れるよう  
に各社員がファシリテートする。当日は  
司会が中心となって進行する。

### 💡 Point

- 参加者が名札を手にしたら、付近に控えている営業担当が席までご案内する
- その後、参加者と名刺交換し、今回のセミナー参加理由を伺う（具体的なニーズの確認）
- 必要であれば、役員まで紹介する
- 声のかけていない人がいないようにする
- テーマに興味が高く、質問等を営業担当にする人についてはしっかりとフォローする



## ■当日の会場のレイアウトとチェック事項



### Point

- 会場入りを会場担当者に連絡
- 配布物を机の上に並べる（テキスト、相談用紙、質問用紙、封筒、その他資料）
- 受付を作る（メモ用紙、筆記用具、名簿）
- マイクテスト
- マーカーテスト
- 機材などのチェック
- 冷、暖房、電気の位置確認
- トイレ、タバコの場所確認
- 注意事項&本日の予定をホワイトボードに記入
- 講師と当日の打合せ

配布物を机の上に並べる



入場前

入り口からネームプレートの名前がお客様から見えるように配置する



入場後

講師にお客様の名前がわかるようにネームプレートを正面に向けてもらう



## ■セミナー後はアンケート記入と宿題を出す

**「満室経営」オーナーセミナー アンケート用紙**

本日はセミナーにご参加いただきまして、誠にありがとうございました。お手数ですが、最後に皆様のご意見を頂戴して、今後のセミナーに反映させていきたいと考えています。ご協力いただきますよう、よろしくお願ひします。  
**\*\*\*\*\*株式会社 オーナーセミナー事務局**

1. 今回のセミナーは、ご理解いただけましたか？

大変理解できた  理解できた  あまり理解できなかった  参考にならなかった

2. 講座について、特にご興味あった内容は何でしょうか？

<満室経営について>

賃貸経営で損をしないために知っておきたい4つの数字  
 儲かるオーナーさん、儲からないオーナーさん、何が違う？  
 満室大家さんになるための3つのルール

3. これからの成功する賃貸経営を目指して

①. 現在の土地活用及び、資産状況を教えてください。

アパート・マンション経営(棟 戸) → 入居率(%) → 住所地( )  
 駐車場経営(台) → 利用率(%) → 住所地( )  
 建体売却(坪) → 住所地( )  
 物件管理はご自分で管理ですか？管理会社に委託してありますか？○をつけて下さい。  
 ご自分の管理  管理会社 (会社名: )

②. 現在、賃貸経営・不動産・債務等で何かお困り事、また実現していきたい事はございますか？

空室問題  滞納問題  入居者トラブル  退去後の修繕・精算  設備交換  
 リフォーム  大規模修繕  賃貸住宅の新築建築・建替え  物件売却  
 土地有効活用  税務対策  相続事業継承  投資物件購入  キャッシュフロー  
 その他( )

③. 講座内でお伝えした内容について、詳しい説明・相談をご希望の方はチェックをお願いします。

無料空室対策診断プログラム  
 所有の空室物件を現場確認し、早期に満室にする為に何をすべきか、具体的に診断します。  
 個別相談希望  
 (ご相談内容: )  
 その他ご要望  
 ( )

お名前 \_\_\_\_\_ ご住所 \_\_\_\_\_  
 電話番号 \_\_\_\_\_ 携帯電話番号 \_\_\_\_\_

※ご記入頂いたお客様の個人情報、当社の市場調査及びサービスの研究や各種商品に関するご提案などに利用いたします。用紙は慎重な取り扱いをさせていただきます。ご協力ありがとうございました。

セミナー後のアンケート調査はもちろん  
**「宿題」を出すことでより参加者にセミナー内容を落とし込んでいただくことが重要！**

## 〇〇不動産 賃貸経営応援セミナー宿題シート

【提出期限】 \_\_\_\_\_  
 【提出方法】 ご記入の上配布した返信用封筒にご返答ください。

物件名：〇〇ハイツ	2017年	記入例
<b>1.概要 &lt;月平均&gt;</b>		
① 総居室数		24
② 入居数		20
③ 平均家賃/戸		¥50,000
<b>2.収入 &lt;年間&gt;</b>		
④ 潜在家賃収入 (①×③×12ヶ月)		¥14,400,000
⑤ 実質家賃収入 (②×③×12ヶ月)		¥12,000,000
⑥ 空室ロス(⑤-④)		¥2,400,000
<b>3.支出 (運営コスト) &lt;年間&gt;</b>		
a. 固定資産税		¥400,000
b. 管理料		¥1,470,000
c. 修繕費		¥1,030,000
d. 保険料		¥100,000
e. その他費用 (AD等)		¥700,000
⑦ 運営コスト計(a+b+c+d+e)		¥3,700,000
<b>4.営業純利益 (⑤-⑦) &lt;年間&gt;</b>		<b>¥8,300,000</b>
<b>5.借入返済額 &lt;年間計&gt;</b>		<b>¥6,000,000</b>
<b>6.キャッシュ・税引前 (4-5) &lt;年間&gt;</b>		<b>¥2,300,000</b>

※2棟以上物件をお持ちの方は物件毎に作成をお願い致します。

お名前

# オーナーセミナー開催後

## ■ 参加者への対応

- ・ 出席者には当日中または翌日中にお礼状の送付を行う
- ・ セミナー当日は参加者の意識が高いが、時間を空けてしまうとせっかくフォローしても反応が鈍くなってしまうので早めに行う
- ・ 宿題の返送を促す

**感謝!**

拝啓 立豆の候、貴社ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

さて、過日は「省エネ・コスト削減セミナー」にご参加いただき、誠にありがとうございました。

今後とも皆様のご期待に沿えますよう、全力をあげて努める所存でございますので、引き続き倍旧のご厚信を賜りたく、切にお願い申し上げます。

まずは、略儀ながら書中をもってお礼申し上げます。

敬具



株式会社  
代表取締役



株式会社  
代表取締役

先日は、「省エネ・コスト削減セミナー」にお越しいただき、誠にありがとうございました。

弊社のセミナーをお聞きになって、どのようにお感じになられたでしょうか？

「予想していた内容と違ったな・・・」  
「うちにはスケールが大きい話だなあ・・・」  
「今後も情報収集はしたいけど事業化には検討が必要だな・・・」  
「やるなら今のタイミングが最適・・・早速に取り組んで行きたい！」

様々なご意見・ご感想をいただいておりますが、いずれにしても、今回のセミナーにご参加いただいた皆様は今後の環境問題や省エネビジネスに対して非常にアンテナの高い方です。

本セミナーが、有益な情報として今後の皆様の業績アップにつながるきっかけとなれば幸いです。

今後とも、何卒宜しくお願い申し上げます。

株式会社 企画開発部  
小林誠



## ■ 欠席者への対応

### ① 当日欠席者の対応

当日欠席者とは参加申込をしながら、当日参加できなかった顧客のこと。  
欠席者に対しては「セミナー講演資料送付」＋「電話」などのフォローをする。

### ② 不参加者の対応

#### ・ 講演資料の送付

セミナーで使用した資料を送付することでセミナー欠席者のロイヤリティアップ。

#### ・ 開催報告 ＋ 次回セミナー申込み受付

次回セミナー開催予定がある場合、欠席者には必ず次回セミナーの案内をする。  
開催報告を行うことでセミナーの関心度を持続させる。

## その他トラブル対応

セミナー前	<p><b><u>受講票が届かない</u></b></p> <p>①送付後すぐの場合 送付日を伝え、数日たっても着かない場合または連絡を下さいと伝える</p>	<p>②送付後かなりたっている場合 送付日を伝え、受講票を送っていることを伝える日数に余裕がある場合は再度郵送をする。もし、開催前1週間をきっている場合は、FAXする（お客様が郵送ではなく、FAXを希望する場合はFAXでもOK）</p>
セミナー当日	<p><b><u>会場がわからない</u></b></p> <p>①事前に会社に残っているスタッフに地図を置いておく</p>	<p>②もし、人数に余裕がある場合は、誰かが迎えに行ったり、道中に誘導員として配置する</p>
セミナー後	<p><b><u>会場に忘れ物をしてしまった</u></b></p> <p>①セミナー終了時に、忘れ物がないようにアナウンスする</p>	<p>②忘れ物があったら、保管し、席から持ち主を割り出して、連絡する</p>

## オンライン開催の場合のポイント

- セミナー前
- ① zoomウェビナーを設定し視聴用URLを発行する。（運営側には代替えホストを招待する。） ⇒案内メールには視聴用URLを記載しておく。
  - ② お申込み者には開催 1 週間前、前日、当日にご案内メールを送付する。
  - ③ アンケートはQRコードやURLから回答できるように準備しておく。

- セミナー当日
- ① 30分ほど前からウェビナーを開始する。  
（セミナー参加の際の注意事項を記載したページなどを画面に出しておく。）
  - ② 参加可否のチェックのためにzoomの表示名は個人を特定できるものにしてもらう。
  - ③ 講演内容の質問に関しては、Q&A画面から随時受け付け、質疑応答の時間に回答する。（質問がなかった時のためにこちらからの質問を3つほど準備しておく。）
  - ④ アンケートを記入してからウェビナーを退出してもらうよう促す。
  - ⑤ 次回の日程・内容が決まっている場合はご案内する。

- セミナー後
- ① セミナー終了直後に参加の御礼とアンケート回答のお願いメールを配信する。
  - ② アンケート、参加者レポートをもとに追客する。

## 第三章

# セミナーで外部講師を呼ぶ

## セミナーを外部講師に依頼する

### ■ 講演内容に関して

①セミナーのすべての講座内容のつながりから考えて、「結論」として参加オーナーにお伝えしたい事項を明確にし、“**こういうカタチで締めをお願いしたい**”という要望を伝えておく。

※例：

- . . . ということであるので、対応についてはお付き合いのある不動産会社を通じて専門家である\*\*士などと相談して進めたほうがよいと思います。
- . . . ということであるので、\*\*や\*\*といった方法で準備・対応するために、お付き合いのある不動産会社に相談するか、対応してくれなければ、専門家である\*\*士などへの直接の相談、別の不動産会社への問合せをするのがよいと思います。

■ 講演内容に関して

②外部講師に講演していただくテーマに関して、“**こういう流れでお願いしたい**”  
**という要望を伝えておく。**

※例：弁護士・会計士・税理士の方が講師のケース

- ・ \*\*という法案・条例・判例・制度の概要，目的とするところ。



- ・ 要するに、\*\*ということであるので、制度上は\*\*な対応が求められる（\*\*するということができる）



- ・ 現実的には、\*\*というケースが多い。「**実例**」でお話すると...



- ・ ... ということであるので、  
対応についてはお付き合いのある不動産会社を通じて～

## ■ 講演の盛り上げに関して

士業の先生方は、講演についてはあまり慣れていない場合も少なくない。  
また、職業上、質問・相談に答えることは得意だが、自ら組み立てて話をするには得意でない方も少なくない。  
せっかくお越しいただいた先生に気持ちよく講演していただくために、ちょっとした工夫が必要となる。

### ① 講演の始めと終わり

講演の始めには、司会者から、講師・所属会社のプロフィールを紹介したあと、「拍手をもってお迎えください」などと促す。  
終わりにおいても、司会者から、「\*\*先生よりご講演いただきました。皆様、いま一度拍手をお願いいたします」などと促す。

### ② 質疑応答

専門的な内容の後の質疑応答はなかなか手が上がりづらい。疑問が解消されない状態でセミナーを終わると参加者の満足度低下につながりかねない。  
そこで司会者から**事前に用意していた質問を投げかける**。  
先鞭をつけることで後から質問が出てきやすくなる。反対に、当日質問が出すぎた場合には一旦区切って、後は個別で対応する。

## ■司会者の役割に関して

### ①各講演の締め

特に、セミナー慣れしていない講師の場合には重要。よい内容の講演であっても終わり方がまとまっていないと、参加者の印象が弱くなってしまいます。そのような場合、司会者は、「\*\*といった内容のお話であったかなと思います。私としても、今後\*\*を意識していきたいと思います。」などという「簡潔なまとめ」を加えると締まった内容になる。

### ②セミナー全体の締め

以上を持ちまして、本日のセミナーを終了させていただきます。お手元のアンケートをご記入いただいた方から順にご退出ください。などというあっさりした締めでは、なんとなく“不時着”のような印象で終わってしまう。

上記のような内容に加えて、「本日は、\*\*といったテーマでお伝えさせていただきました。何か1つでも、皆様の賃貸経営にプラスになるものがありましたらうれしく思います。それでは、皆様のご健康と益々の～」などという言葉を添えると、気持ちよく締まる。

### ③その他のアシスト

緊張のあまり講師が真っ白になってしまったり、不慣れなせいで時間が余りすぎたりしてしまうことがある。そのような場合には、司会者は空気を読んで素早く前に出て行って、質問タイムにしたり、自社での事例をもとに補足をしたり、少し長めにまとめをしたりして、“場の雰囲気を取り持つアシスト”を行なう。

## ■全管協総研オーナーセミナー開催一覧

全管協総研で各テーマごとに以下のサポートが可能です！

①**全管協総研メンバーが講師をさせていただきます**

②**無料で講師をご紹介させていただきます**

※ご依頼の際はこちらにお問い合わせください⇒**全管協総研事務局（03-3272-9155）**

空室対策

火災保険

相続対策

リフォーム・リノベ

税金対策



## 「オーナーセミナー開催ハンドブック」

発行/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

※本ハンドブックは最新の市況や全国の不動産会社様の事例をもとに随時バージョンアップ予定です。

全管協総研HP



当コンテンツ（文章、イラスト、画像、その他）の著作権は、著作権法によって権利が守られています。それらのコンテンツを当社の許諾無く無断で使用・複製・改変・公開及び頒布することを一切禁止します。