



# 2023年繁忙期を終えて、4月から管理戸数を増やし 閑散期でも売上を上げる秘訣を学ぶ！

## ～中四国No.1総合不動産 良和ハウス様勉強会～

### ゲスト講師

株式会社良和ハウス

代表取締役社長 和田 伸幸 氏

総務部 部長 角山 寿伸 氏

資産活用部 部長 仲野 昌平 氏

賃貸営業部 部長 熱田 健輔 氏

2023年繁忙期を終えて、4月から管理戸数を増やし閑散期でも売上を上げる秘訣を学ぶ

全管協会員経営者様のためのオンラインセミナー

### 中四国No.1総合不動産 良和ハウス様勉強会

- ①管理受託のノウハウ（仕組で管理戸数を増やすためには）
- ②管理戸数1,000戸以下の会社様でもできる取り組み
- ③仲介の生産性向上の取組みとKPI（仕入れ/反来率/成約率）



ゲスト講師



株式会社良和ハウス  
代表取締役社長 和田伸幸氏

各部門長の方々にもご登壇いただき、  
実際の取り組みをご紹介します！！

※只今の時間は音声は流れません

登録名を必ず「社名+氏名」に設定して下さい。ご質問等はチャットボタンより承ります。

# 本日の流れ

|                        |                 |
|------------------------|-----------------|
| <b>13 : 00~13 : 05</b> | <b>はじめに</b>     |
| <b>13 : 05~14 : 10</b> | <b>ゲスト講座</b>    |
| <b>14 : 10~14 : 20</b> | <b>質疑応答</b>     |
| <b>14 : 20~14 : 50</b> | <b>総研講座</b>     |
| <b>14 : 50~15 : 00</b> | <b>総研からのご案内</b> |

# 本日の流れ

|                  |                |             |
|------------------|----------------|-------------|
| <b>13 : 00</b> ~ | <b>13 : 05</b> | <b>はじめに</b> |
| 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       | 総研からのご案内    |

# 本日の流れ

|                        |              |
|------------------------|--------------|
| 13 : 00~13 : 05        | はじめに         |
| <b>13 : 05~14 : 10</b> | <b>ゲスト講座</b> |
| 14 : 10~14 : 20        | 質疑応答         |
| 14 : 20~14 : 50        | 総研講座         |
| 14 : 50~15 : 00        | 総研からのご案内     |

# 管理受託と客付け力強化 に向けた取り組み

お部屋探しのベストパートナー

# 良和ハウス





はじめに

お部屋探しのベストパートナー

**良和ハウス**



# 1. 代表挨拶

## 代表取締役社長 和田 伸幸



1996年 入社 店長

2006年 代表取締役 社長



総務部 部長  
角山 寿伸



2006年 入社 広島駅前店 営業  
2009年 府中店 店長  
2010年 広島東エリア エリア長  
2011年 経營業務管理本部 次長  
(総務人事G リーダー兼務)  
2017年 総務部へ名称変更  
2022年 総務部部長

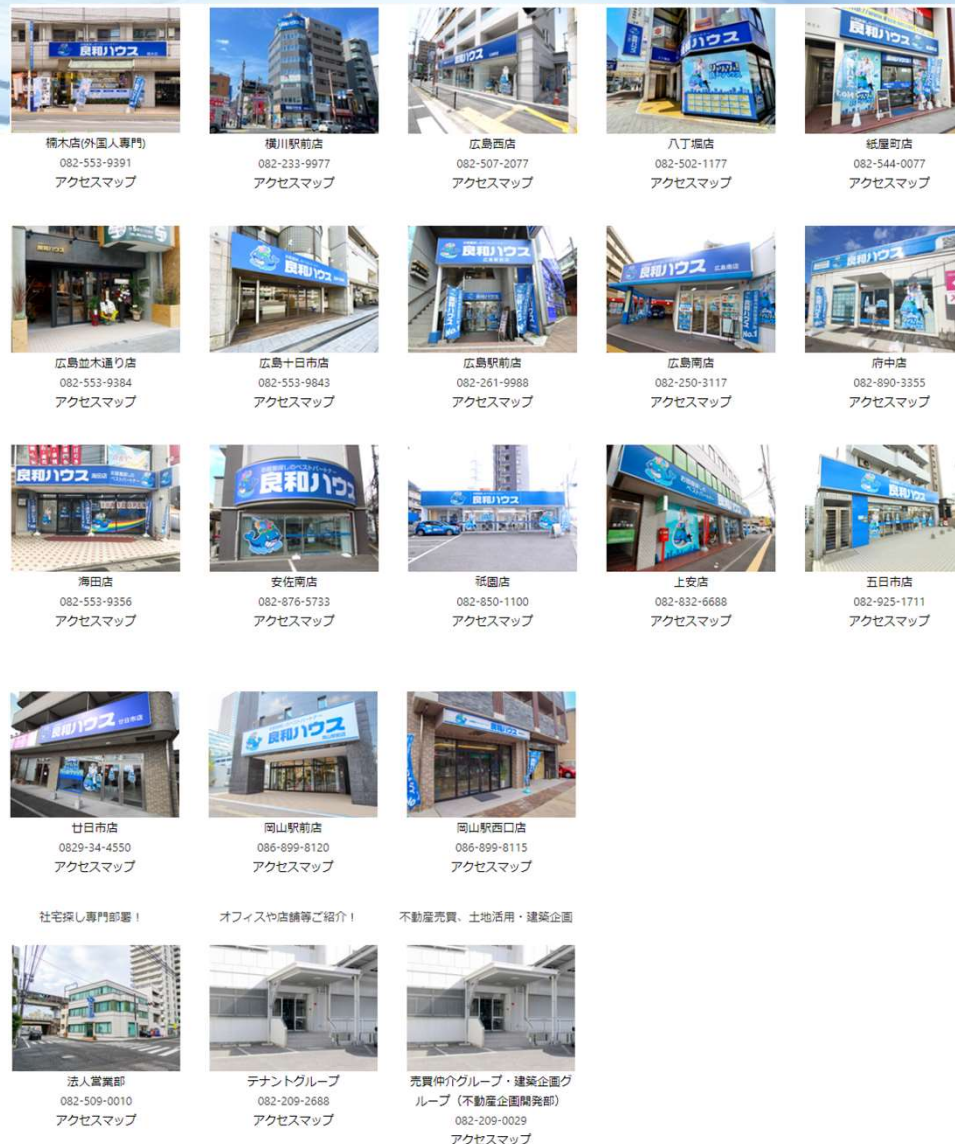




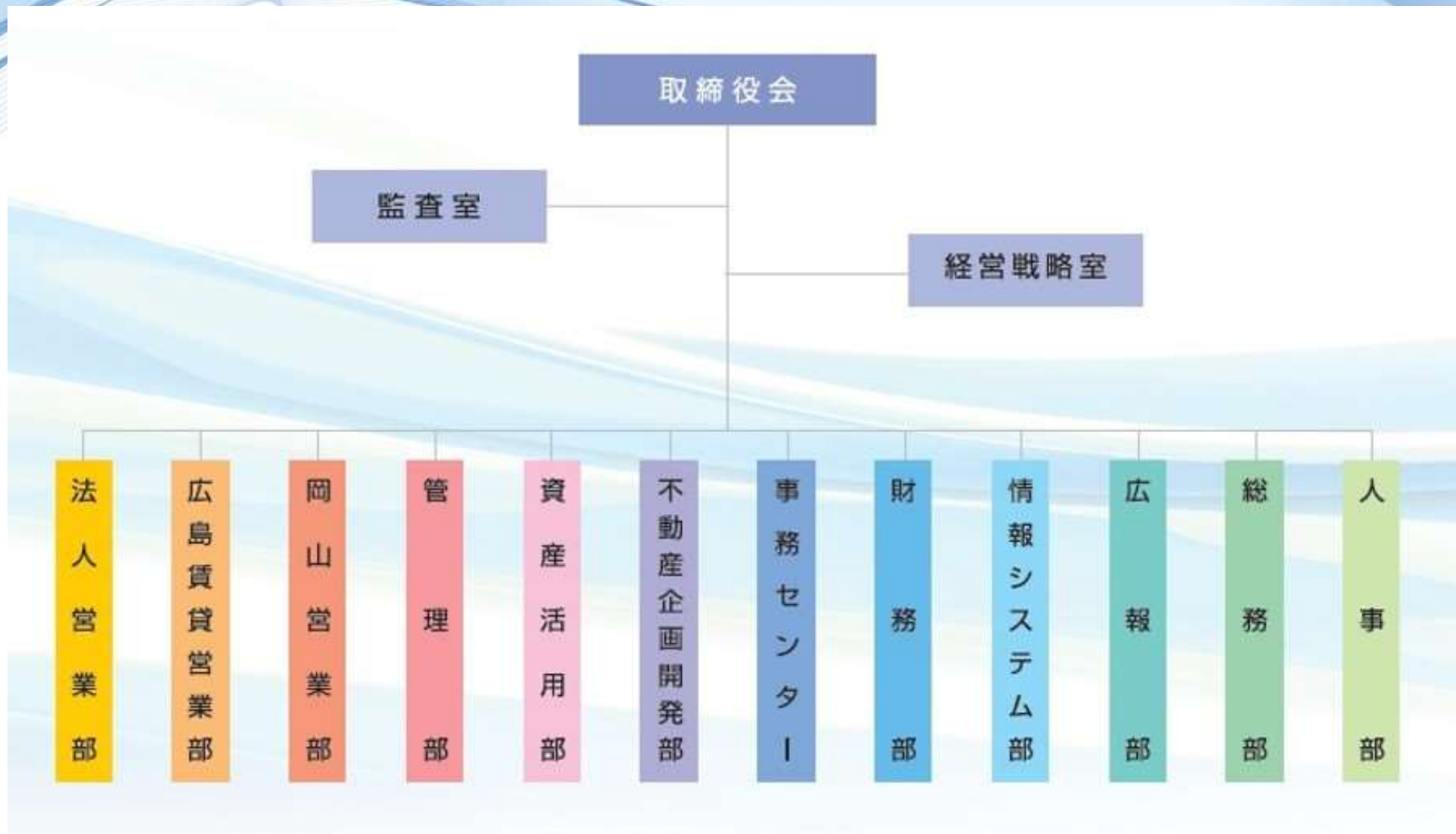
# 3. 会社概要

**社名** 株式会社良和ハウス  
**代表取締役** 和田 伸幸  
**本社** 広島市西区楠木町2丁目1-1  
**設立** 1986年(昭和61年2月)  
**従業員数** 386名(内パート60名)  
男性232名 女性154名  
**仲介店舗** 広島17店舗(法人営業部含む)  
岡山 2店舗

・主なグループ会社  
鷹の巣開発株式会社  
株式会社ドリーマー  
(グループ全体では600名)



# 3. 会社概要



# 4. 会社の変遷

未上場ではなく非上場企業、良和ハウス・約半世紀の歩み。

1965年 広島市西区横川にて和田良雄が不動産業を始業

1986年 広島市西区楠木にて株式会社良和ハウス設立

株式会社ワンディハウス設立

1991年 店舗へ、パーソナルコンピュータ導入

1994年 株式会社ツールカンパニー設立

1995年 八丁堀店開設

1997年 横川駅前店開設、多店舗展開を開始

1999年 安佐南店開設

2000年 五日市店開設

2002年 祇園店開設

2004年 広島駅前店開設

2006年 紙屋町店・廿日市店開設

和田伸幸 代表取締役社長に就任

鷹の巣開発株式会社がグループ会社となる

2007年 上安店開設

2008年 府中店開設

株式会社R-RYOWA設立

2009年 株式会社ドリーマーがグループ会社となる



2010年 本店を、楠木町2-10-1に移転

旧本店場所に楠木店開設

広島南店開設

広島県内管理戸数No.1を記録

2011年 管理会社・株式会社ワンディハウスを合併

広島西店開設

2012年 中・四国エリア賃貸管理戸数NO.1を記録

2013年 法人事業部開設

特定建設業の許可を取得

賃貸住宅管理業者の許可を取得

2015年 さかなクンがイメージキャラクターに就任

2017年 岡山駅前店開設

2018年 分譲マンション第二弾「エールヴィータ大町駅前」竣工・完売

岡山駅西口店開設

2019年 広島並木通り店・海田店開設

株式会社システムがグループ会社となる

2020年 本社事務所を新社屋カメラアビルに移転

2023年 広島十日市店開設



# 組織で管理受託戸数を 増やす仕組み

お部屋探しのベストパートナー

# 良和ハウス



## 資産活用部 部長 仲野 昌平



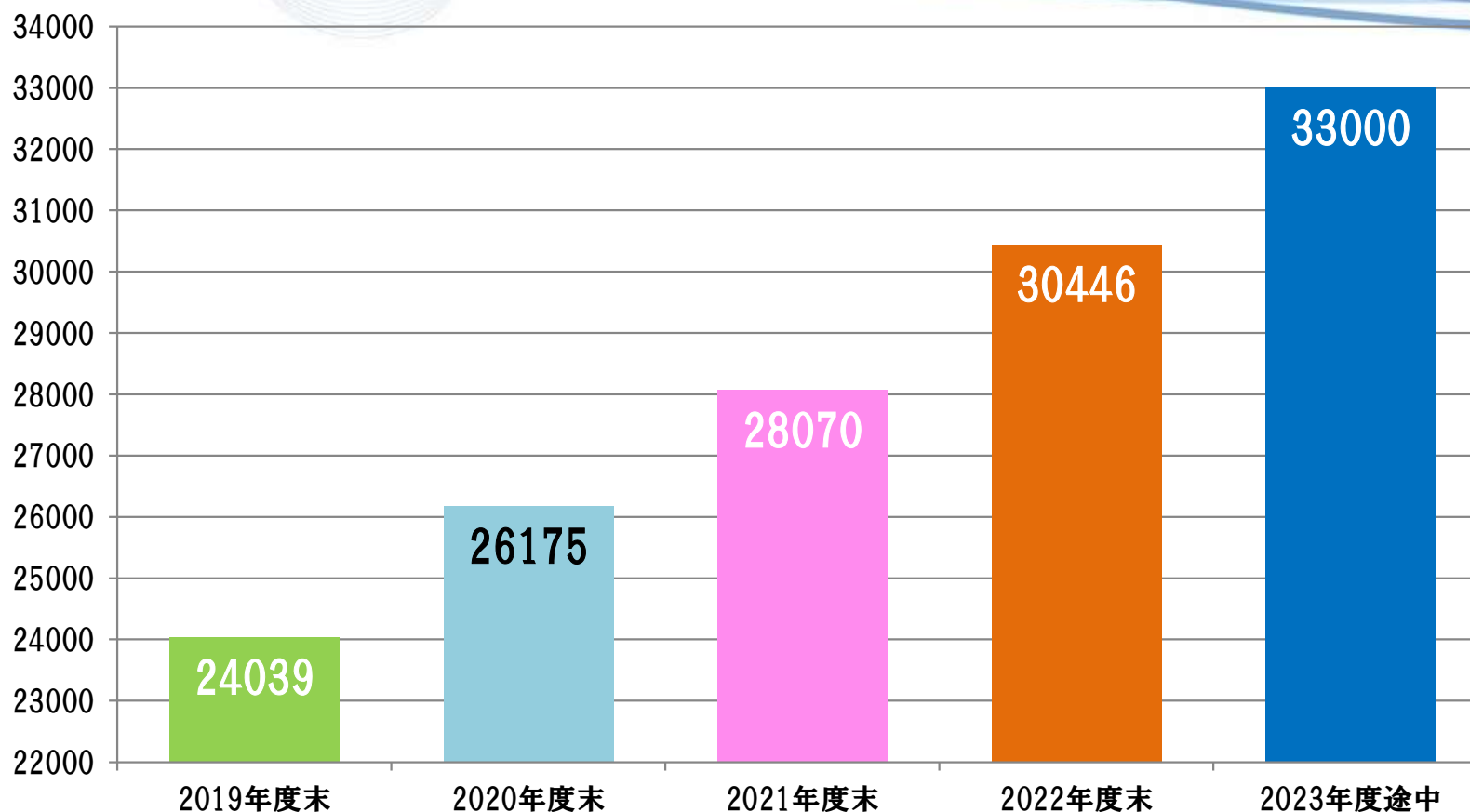
2003年 入社 祇園店 営業  
2009年 安佐南店 店長  
2014年 営業推進部 営業  
2015年 賃貸営業部 課長  
2017年 オナーサポート 営業  
2019年 管理部 部長  
2021年 資産活用部 部長





## 2. 管理戸数の推移と内訳

### 管理戸数推移



受託の理由の内訳： 売買20%、紹介40%、客付け30%、その他（自社企画）10%

2023年3月末時点



## 1,000戸～3,000戸の時代（1986年～1994年）

楠木町周辺の材木業が衰退し資材置き場が空き地となる

和田会長にて周辺の材木屋、針屋に建築営業

当時の建築会社の提案はファミリーが主流だったが、  
収支を考えて単身物件を提案

### 管理

- ◆ **無償管理**から始める
- ◆ オーナーの通帳を預かって**家賃管理、督促**を行っていた
- ◆ 創業時は5名でスタート

### 仲介

- ◆ 募集は**専任のみ、仲介手数料のみ**
- ◆ **店頭チラシのみ**で集客
- ◆ 本店の立地が悪かった為**近隣の管理物件に看板を設置し、写真と間取り図付きの資料を掲載**した（広島では当社が初）



## 3,000戸～10,000戸の時代（1996年～2010年）

- ◆和田社長入社（1996年）翌年に横川駅前店の店長に就任  
当時全社員13名 3店舗
- ◆管理料を「有償化」  
背景：アナログ管理から家賃管理システムを導入、家賃管理業務を効率化  
営業時間のみの対応から「24時間対応に」
- ◆当時の管理受託の需要は「家賃の督促」がメイン
- ◆年間5棟の新築企画→竣工
- ◆地場大手の地場業者の倒産により管理戸数拡大
- ◆店舗数が増え、エリアで担当者を分けての管理営業が可能に
- ◆住宅情報誌の投稿量増加、法人顧客の獲得により、仲介力が向上





## 10,000戸～現在までの時代（2010年～2023年）

- ◆ 毎年着実に管理戸数、仲介件数が増加  
法人営業部の設立により、店舗は個人集客に特化  
ポータルサイトの出稿量、戦略的な集客の実施
- ◆ 毎年10～25名の新卒採用
- ◆ 売買仲介G、資産活用部（受託専門部署）の新設により、受託経路が拡大
- ◆ 新築営業に特化  
建設会社、設計士、オーナーに営業  
建設会社との関係性、信頼関係を構築→紹介が増加  
デベロッパーの案件を受託
- ◆ TVCMの枠増加、さかなくんの起用、カープ、サンフレッチェ、CSR活動等、ブランディングを強化し認知度が向上



## 4. 管理拡大に向けた取り組み

### 管理受託体制と行動量 年間目標：4,000戸

資産活用部 6名（目標：1200戸）

ターゲット・・・大口オーナー様

流入経路・・・建築・設計会社、地場宅建業者、既存オーナー紹介

手法・・・訪問と電話でアプローチ

行動量・・・全社目標、進捗の管理

不動産企画開発部 10名（目標：700戸）

ターゲット・・・新規優良顧客開拓

流入経路・・・企業年鑑、金融機関、税理士等からの情報をリスト化

手法・・・売買、新築企画（土地活用）、リノベーション・改装提案から受託

土地活用（エールカーサ、エールメゾン、エールレジデンス）

相続支援コンサルティング

賃貸営業部120名（1050戸）、岡山15名（400戸/2店舗）、法人営業部25名（50戸）、管理部100名（600戸）

ターゲット・・・自社管理オーナー、自主管理オーナー

流入経路、手法・・・建築ニュースの情報からの新築案件、客付けからの営業  
ネット非掲載物件（未取扱い物件のリストアップ）

## 新規・既存オーナーへの施策

### 担当部署

資産活用部、不動産企画開発部、賃貸営業部、法人営業部、岡山営業部

### ターゲット

自社管理物件オーナー、自主管理オーナー（市場的には自主管理は全体の2割ほど）

新築オーナー、土地活用を始めるオーナー

※他社は営業しない

### リストアップ手法

新規：建築・設計会社、地場宅建業者、既存オーナー紹介、  
企業年鑑、金融機関・税理士等からの紹介、  
建築ニュース、客付け、ネット非掲載物件、現地情報（土地、築古物件）

既存：売買情報の把握、相続、客付け、長期空室物件  
定期訪問時に懸念事項をヒアリング

### 営業手法

案件ごとに仕入れ担当者と担当部署にて営業

EX) 売買・土地活用→不動産企画開発部 空室→賃貸営業部、法人営業部、岡山営業部  
未納・入居者対応・保守…管理部



# 4. 管理拡大に向けた取り組み

## 営業時のツール

不動産仲介会社、管理会社の  
**管理業務をサポートします!**

良和ハウスは、新しい時代に対応した管理体制を実現しています!

賃貸住宅  
管理新法や  
法改正に対応

不動産取引  
の  
電子化

アプリや  
WEBによる  
収支報告

**サービス内容**

- **仲介募集の窓口**
  - ・ネット登録
  - ・各仲介会社への物件公開
  - ・弊社のブランディング戦略
  - ・SEO対策への投資
- **24時間365日の受付対応**
  - ・入居者さまの全てのクレーム窓口に対応

**入居率UP!**

- **各種賃貸業務の事務代行**
  - ・賃貸借契約の新規契約事務
  - ・IT重説と電子契約の実施
  - ・管理会社としての家賃の集金、オーナーさまへの送金業務
  - ・賃貸借契約の更新事務、解約事務
  - ・修理、原状回復時の請求、送金事務
- **事業継承、継続サポート**

**2次管理業務委託によるメリット**

手間のかかる各種賃貸業務を代行しますので、貴社は**売り上げに直結する営業業務に集中**することができます。

良和ハウスが  
オーナーさまから  
選ばれ続ける理由

平均  
約94%の  
高い入居率

24時間  
365日の  
安心管理

法人・  
マンション  
事業部の  
設置

売買仲介・  
テナント等の  
事業実績

お問い合わせは...  
TEL 082-554-2510  
〒733-0002 広島県広島市西区楠木町2丁目 1-1

良和ハウスは  
**国交省に登録して**  
賃貸住宅管理業を  
行っている会社です。

賃貸住宅管理業は登録事業へ  
「賃貸住宅の管理業務等の適正化に関する法律」  
が施行

管理対象物件は「賃貸住宅管理業登録」  
に基づき、国交省の登録が必要となります。  
国交省への登録は、国交省のホームページから申請  
※国交省のホームページは、国交省のホームページから検索  
※国交省のホームページは、国交省のホームページから検索

賃貸管理戸数 中四国 No.1\*  
賃貸仲介件数

良和ハウスは「各部屋探しのベストパートナー」をモットーに  
設立35年以上の歴史を持ち、賃貸管理戸数および  
賃貸仲介件数は中四国No.1の企業です。

良和ハウス

**賃貸住宅管理業  
登録制度とは?**

おまかな内容を  
ご紹介いたします!

**登録制度の概要**

賃貸住宅管理業登録制度は、賃貸住宅における良好な居住環境の  
確保を図るとともに、不良業者を排除し、賃料の健全な回収・管理  
を促すため創設され、令和4年4月15日から施行されています。  
賃貸住宅の維持保全等の業務を行う管理業者は、管理戸数が200戸  
以上の場合、登録を受けなければなりません。

**賃貸住宅管理業とは...**

【賃貸住宅】賃貸借契約を締結し賃借することを目的とした、人の居住の  
用に供する家屋又は家屋の部分。  
※オフィス、倉庫、店舗等は該当しません

**登録義務**

●管理戸数200戸以上...登録が義務  
※令和4年6月15日までに登録することが義務となります。  
●管理戸数200戸未満...登録は任意  
※法令の整備を促す観点から、健全な賃貸市場のため、  
登録を受けることが推奨されています。

**賃貸住宅管理業者に対する罰則**

●1年以下の懲罰料(20万円以下の罰金、又はこれを併科(罰則41条))  
※法第38条第1項(登録)に違反して賃貸住宅管理業を営んだとき  
不正の手段により法第38条第1項の登録を受けたり  
●法第11条(登録)の罰則に違反して他人に賃貸住宅管理業を  
営ませたとき  
●法第41条第1項(登録の取消)の命令に違反したとき

アパート・マンション・駐車場所有のオーナー様へ

**what's 良和ハウス?**

**No.1**

**仲介 & 管理**

中四国エリア No.1

安心の集客力

24時間 365日  
安心管理!

年間仲介件数  
14,000件超!

年間来店組数  
20,000件超!

管理戸数  
30,000戸超!

多くの物件を管理しているからこそ  
ノウハウがございませす!

良和ハウスは  
賃貸業界の**2刀流!**

良和ハウス

良和ハウスがオーナー様から選ばれ続ける理由

- 平均約94%の高い入居率  
優良物件の集約
- 24時間365日の安心管理  
・丁寧なコールセンターによる対応  
・入居者からのリクエストへの迅速な対応
- 法人・マンション事業部の設置  
・22都道府県の賃貸法人と協賛提携  
仲介実績 3500件超  
・マンションマンションとしての取り扱いによる  
空室対策の提案
- 売買仲介・テナント等の事業実績  
・当社専任オーナーに対する優良物件の紹介  
及び売却  
・4棟の分譲マンションの分譲実績(全棟売済済)  
・年平均約25棟の収益物件の売買取引実績

空室なら管理手数料0円  
まずは空室1戸からおまかせください!

入居には専任スタッフが必ず丁寧なサポート

下記までお気軽にお問い合わせください!

良和ハウス



## 管理オーナーナーフォロー体制

### ◆役割分担

管理部…PM、BM、精算、入居者対応

PMはオーナーの入居率・資産価値向上に注力

報告はPMから、仲介店舗と共同でオーナーフォロー

賃貸営業部…リーシング

不動産企画開発部…売買・土地活用

### ◆おもてなし

誕生日祝い、ゴルフコンペ、スポンサーム



### スタッフの評価方法

- ◆ 営業系社員の評価項目は売上と日々の勤務態度
- ◆ 資産活用部は受託数が評価基準
- ◆ 事務系も年俸制で定性評価だけで評価している

### その他

- ◆ 管理料、更新料は本社売上になる
- ◆ 定期清掃、退去清算、工事系は管理部売上
- ◆ 完全自社保証でやっている  
(スコアリングと担当者、現場責任者の判断)





# 賃貸仲介で生産性を 向上させる仕組み

お部屋探しのベストパートナー

# 良和ハウス



## 貸貸営業部 部長 熱田 健輔

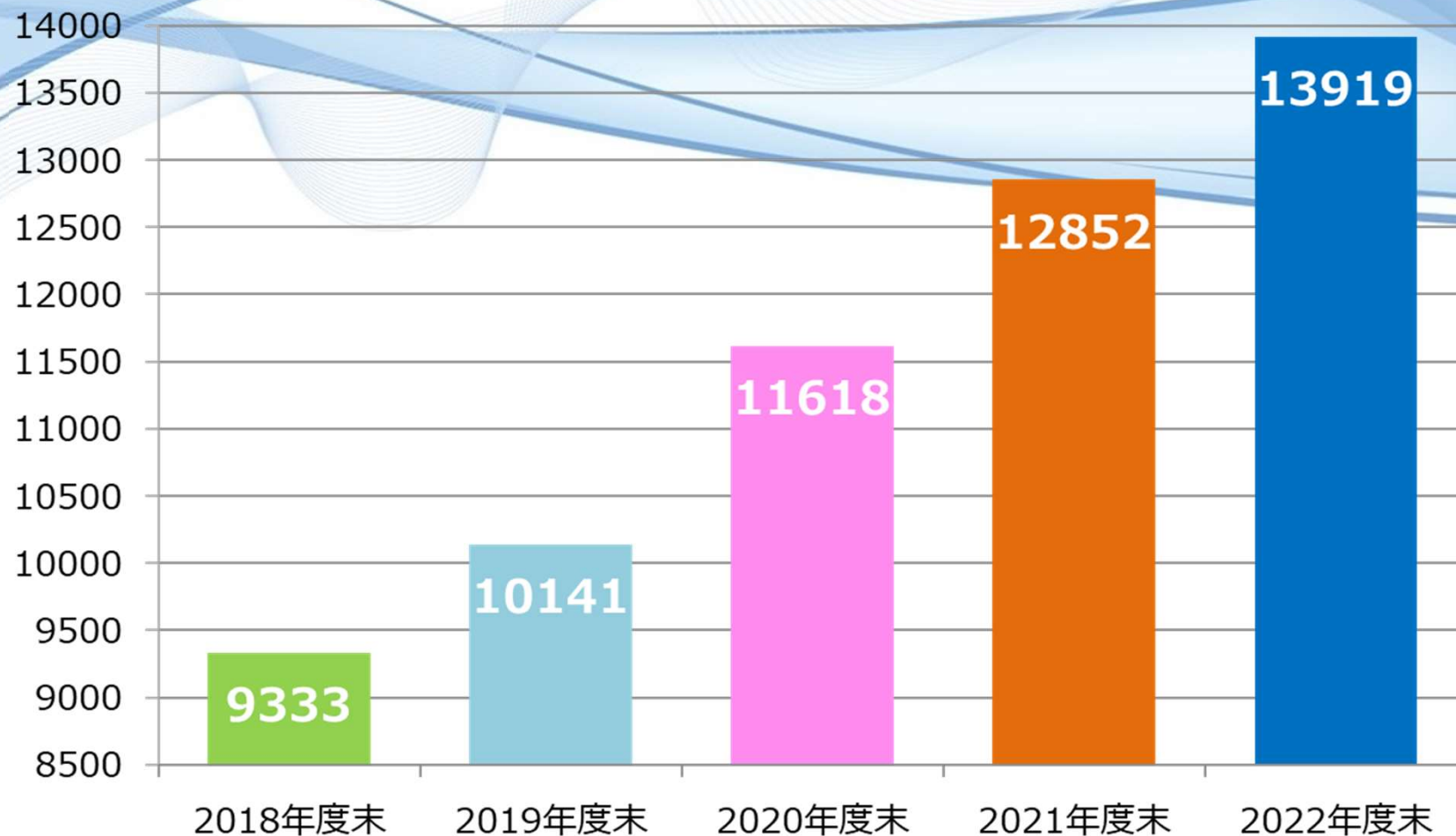


2007年 広島不動産業者入社  
2012年 良和ハウス入社 貸貸営業  
2014年 貸貸営業部 店長  
2019年 貸貸営業部 部長





## 2. 年間仲介件数推移



⇒仲介売上前期比107~110%にて推移



## 賃貸・法人・テナントの部署を独立 ⇒対応窓口を分業

### 【賃貸営業部】

(導線)

- ① 自社HP  
ポータルサイトからの  
反響からの取り込み
- ② 飛込、紹介

⇒国際営業Tにて外国人対応

### 【法人営業部】

(導線)

- ① 社宅代行様からの依頼
- ② 提携法人様の開拓からの依頼

### 【テナントG】

大型案件

(小規模は賃貸営業部)



## 4. 営業、WEBの業務分担

### ◆募集（ネット登録業務）

管理物件

自主管理家主物件

BtoBサイト以外

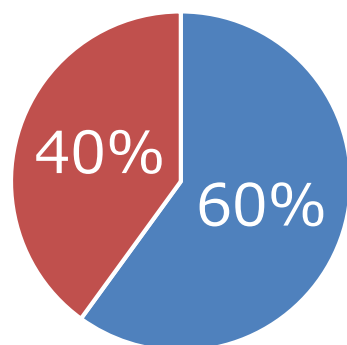
（FAX、メール）

⇒ **各店舗**

BtoBサイト

⇒ **WEBCS（登録チーム）**

年間登録件数の割合



■ WEBCS ■ 店舗



**店舗の登録業務  
60%を分業化！**



### ◆反響対応

電話反響 ⇒ **各店舗**

メール反響 ⇒ **WEBCS**  
(電話番号付含む)

反響対応は『ノマドクラウド』  
店舗への連携は社内間連絡は『サイボウズ』を採用

**WEBCSにて来店量の差配  
飛込客の毀損（取りこぼし）を防ぎ  
一組当たりの対応時間を担保する事で  
決定率UP！！**



## 4. 営業、WEBの業務分担

### ◆接客

#### 案内業務の分業化

若手（決定率下位者）

パート・派遣

#### 接客対応の差配

決定率優位者

弊社CRM（顧客管理システム）で得意属性の差配

### ◆契約業務

#### 事務センターへの集約（2019年7月～）

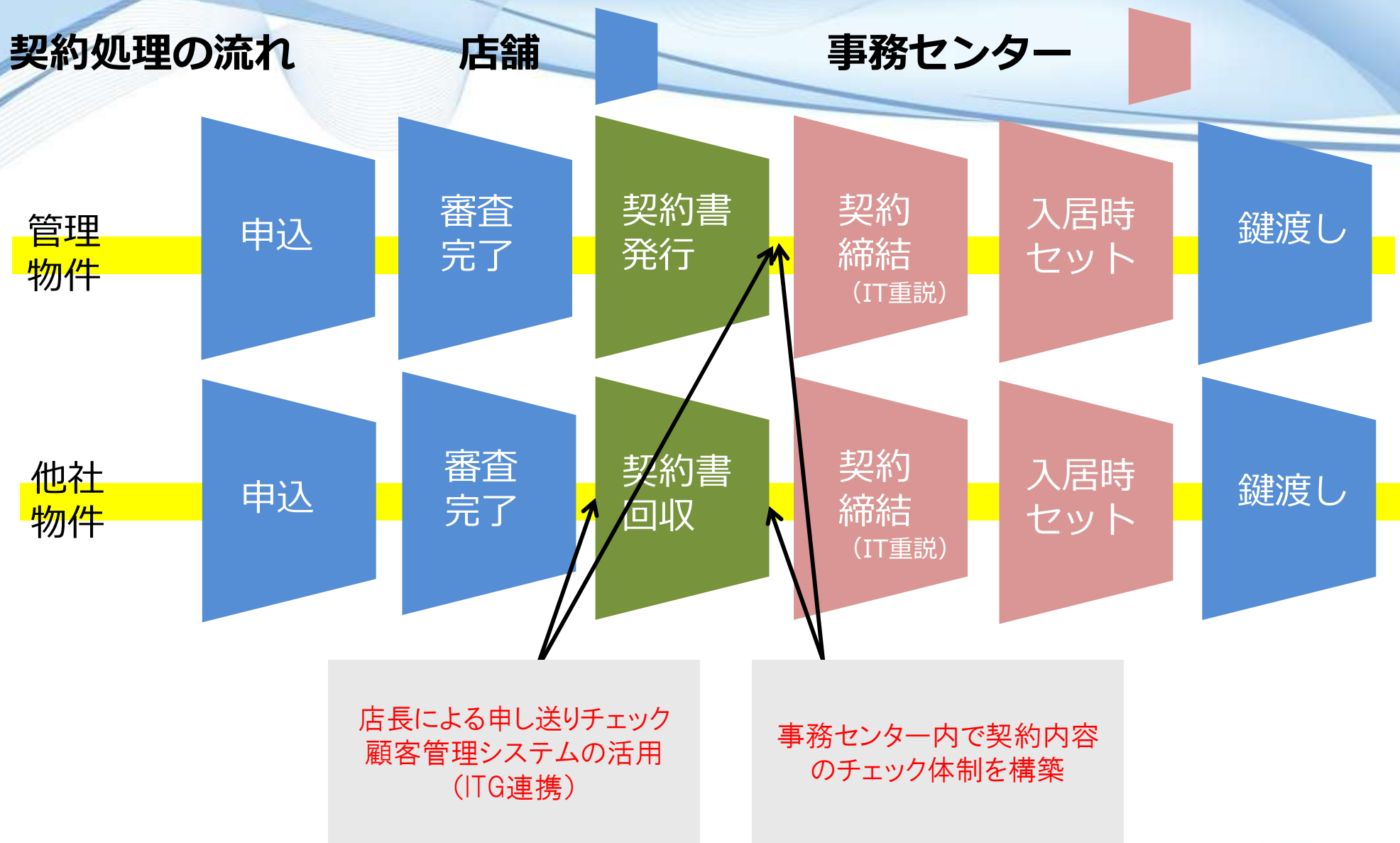
店舗により契約数の差があったので効率性を上げる為に集約

事務員の能力差に偏らない高水準の均一化

店舗の雑務に左右されないことで処理時間の短縮（15%の効率改善）



# 4. 営業、WEBの業務分担



## 5. 仕入れ強化のために行っていること


### ◆他社（競合会社）掲載物件のベンチマーク

支店毎に掲載物件を日々ベンチマーク  
当社で取扱のない物件をピックアップ  
開拓リストを作成して営業

### ◆イエカレ・SUUMO貸す特集へ参画

ともに反響数は多くないが、  
貸主様より直接ご相談いただけるため  
新規募集・新規管理獲得に寄与






 貸し出す部屋の賃料を知りたい 査定は無料!

我が家はいくらで貸せる? まずは気軽に賃料査定をしよう!

【賃料査定依頼の流れ】

① 郵便番号か住所を入力 → ② 物件情報を入力・送信 → ③ 不動産会社から査定結果が届く!

 不動産会社に賃料査定を依頼する

## 6. 反響数増加のために行っていること

### ◆登録業務の分業化（登録チーム）

店舗毎の業務量・意識の差異なく、  
スピード感ある登録を実現

内訳  
反響対応：9名  
登録対応：7名

### ◆広報部によるブランディング

さかなクンCMによるホームページ反響の増加  
ホームページリニューアル

### ◆ポータルサイトへの増資による反響数増

リクルート（SUUMO）  
反響数前期比113%





### ◆メール反響対応業務の分業化（WEBCS）

来店差配を行い、問合せのあった店舗へではなく空いている店舗へ誘導することでの毀損防止に

### ◆夜間メール反響対応アウトソーシング

反響内容により返信を型化することによりアウトソーシングを実現

### ◆来店予約後の店舗アプローチ強化

事前連絡・準備徹底による予約キャンセル防止



### ◆おもてなし精神

ドリンク・菓子・成約プレゼント・全員接客など

### ◆予約カスタマーへの対応

事前連絡・準備・事前オンライン接客の徹底

### ◆階層別営業研修

ベテラン・若手・新卒を階層に分け研修



# 8. 成約率増加のために行なっていること

## ◆データ接客

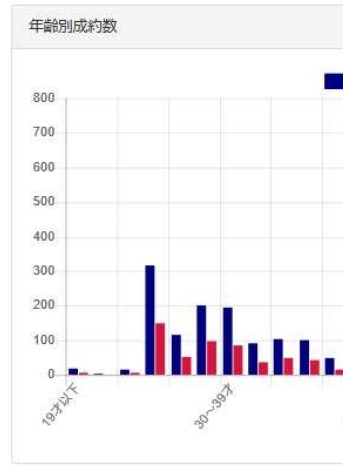
### 当社CRM（顧客管理システム）で得意属性の差配

|       | 来店数 | 決定数 | 成約率       |
|-------|-----|-----|-----------|
| 単身    | 436 | 228 | 52.2936 % |
| ファミリー | 306 | 127 | 41.5033 % |

|      | 件数  | 割合        |
|------|-----|-----------|
| 1番物件 | 131 | 36.9014 % |
| 2番物件 | 29  | 8.169 %   |
| 3番物件 | 195 | 54.9296 % |

|      | 件数  | 割合        |
|------|-----|-----------|
| 即決   | 200 | 55.8659 % |
| それ以外 | 158 | 44.1341 % |

|       | 件数 | 割合        |
|-------|----|-----------|
| 中区    | 57 | 16.0563 % |
| 西区    | 76 | 21.4085 % |
| 東区    | 23 | 6.4789 %  |
| 南区    | 36 | 10.1408 % |
| 安佐南区  | 58 | 16.338 %  |
| 安佐北区  | 6  | 1.6901 %  |
| 佐伯区   | 33 | 9.2958 %  |
| 安芸区・郡 | 14 | 3.9437 %  |
| 廿日市   | 18 | 5.0704 %  |
| その他   | 34 | 9.5775 %  |



店舗分析表

開始日: 2023-04-01 | 終了日: 2023-04-30 | 部署名: 広島興貸當...

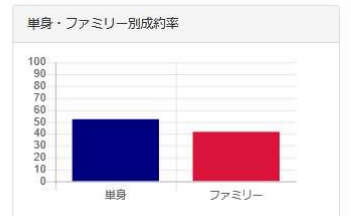
部署接客データ「広島興貸當業部」

|   | 来店数 | 決定数 | 成約率       |
|---|-----|-----|-----------|
| 男 | 409 | 196 | 47.9218 % |
| 女 | 298 | 131 | 43.9597 % |

|    | 来店数 | 決定数 | 成約率       |
|----|-----|-----|-----------|
| 個人 | 619 | 272 | 43.9418 % |
| 法人 | 95  | 64  | 67.3684 % |
| 学生 | 27  | 19  | 70.3704 % |

|     | 来店数 | 決定数 | 成約率       |
|-----|-----|-----|-----------|
| メール | 374 | 168 | 44.9198 % |
| 電話  | 51  | 40  | 78.4314 % |

| 年齢層   | 項目    | 来店数 | 決定数 | 成約率       |
|-------|-------|-----|-----|-----------|
| 19才以下 | 合計    | 19  | 8   | 42.1053 % |
|       | ファミリー | 4   | 2   | 50 %      |
|       | 単身    | 15  | 6   | 40 %      |



## ◆付帯商品の営業 付帯粗利約2万

- ・ **NHK 取得率25%**

契約書類に同封

⇒申込書の物件や住所は店舗で書き、お客様に書いてもらう部分は名前と印鑑だけにしておく

⇒NHKの書類が送られてこなかった場合は鍵渡しの際にWeb申込を誘導

- ・ **抗菌消毒**

- ・ **24時間コールセンター**

- ・ **引っ越し**



## KPI

### ◆店舗

成約率（質）

売上（契約件数＝量）

管理獲得

### ◆WEBCS

送客率

送客後決定率

反響ユニークユーザー数の伸び率



# 本日の流れ

|                        |             |
|------------------------|-------------|
| 13 : 00~13 : 05        | はじめに        |
| 13 : 05~14 : 10        | ゲスト講座       |
| <b>14 : 10~14 : 20</b> | <b>質疑応答</b> |
| 14 : 20~14 : 50        | 総研講座        |
| 14 : 50~15 : 00        | 総研からのご案内    |



# 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        |
| <b>14 : 20~14 : 50</b> | <b>総研講座</b> |
| 14 : 50~15 : 00        | 総研からのご案内    |



全管協総研講座

皆様の会社で良和ハウス様の  
事例を取り入れるためには



全管協総研

## 末松佑基

Yuki Suematsu

中央大学 経済学部 経済学科卒業。

- 新卒で東証一部上場のコンサルティング会社に入社し、  
最年少でチームリーダーに昇格。
- その後50社以上の全国の賃貸管理会社に向けて業績UPの  
コンサルティングを行う。
- 2021年1月から全管協総研の主任研究員として従事。

# アジェンダ

1

良和ハウス様講座のポイント解説



2

管理1000戸以下でも管理拡大できる手法



3

客付け力強化の手法



4

まとめ



# アジェンダ

1

良和ハウス様講座のポイント解説



2

管理1000戸以下でも管理拡大できる手法



3

客付け力強化の手法

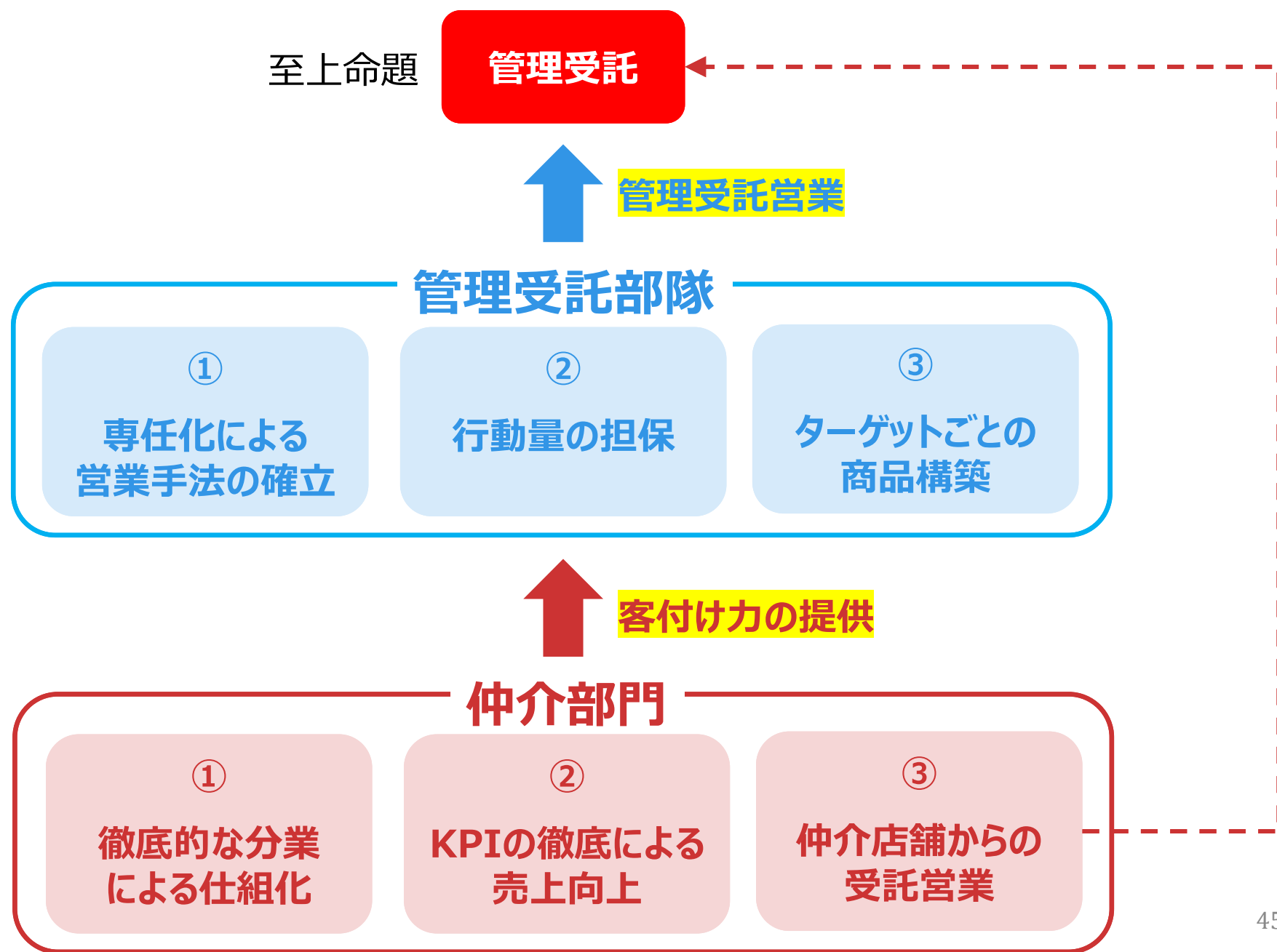


4

まとめ



# 良和ハウス様講座のポイント解説



# アジェンダ

1

良和ハウス様講座のポイント解説



2

管理1000戸以下でも管理拡大できる手法



3

客付け力強化の手法



4

まとめ



# 管理1000戸以下でも管理拡大できる手法

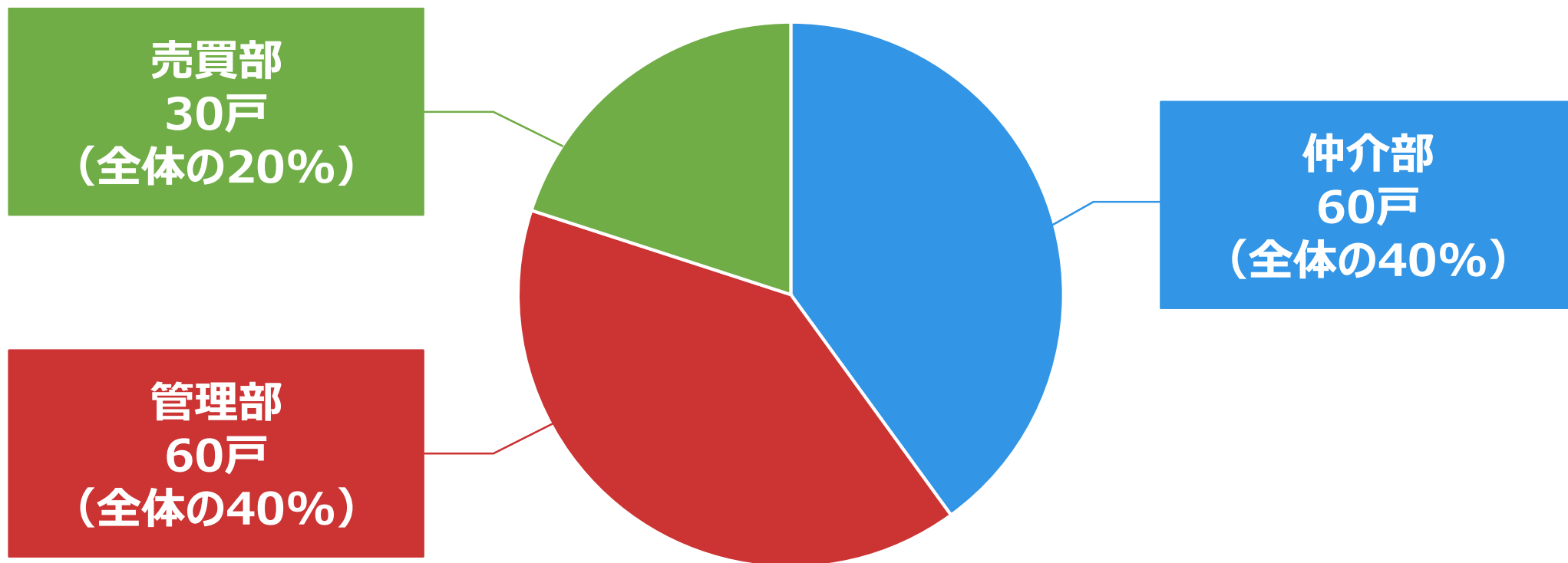
## ▶管理受託目標の適切な設定

**管理受託目標は現管理戸数の15%で設定する**

管理戸数1000戸の場合、

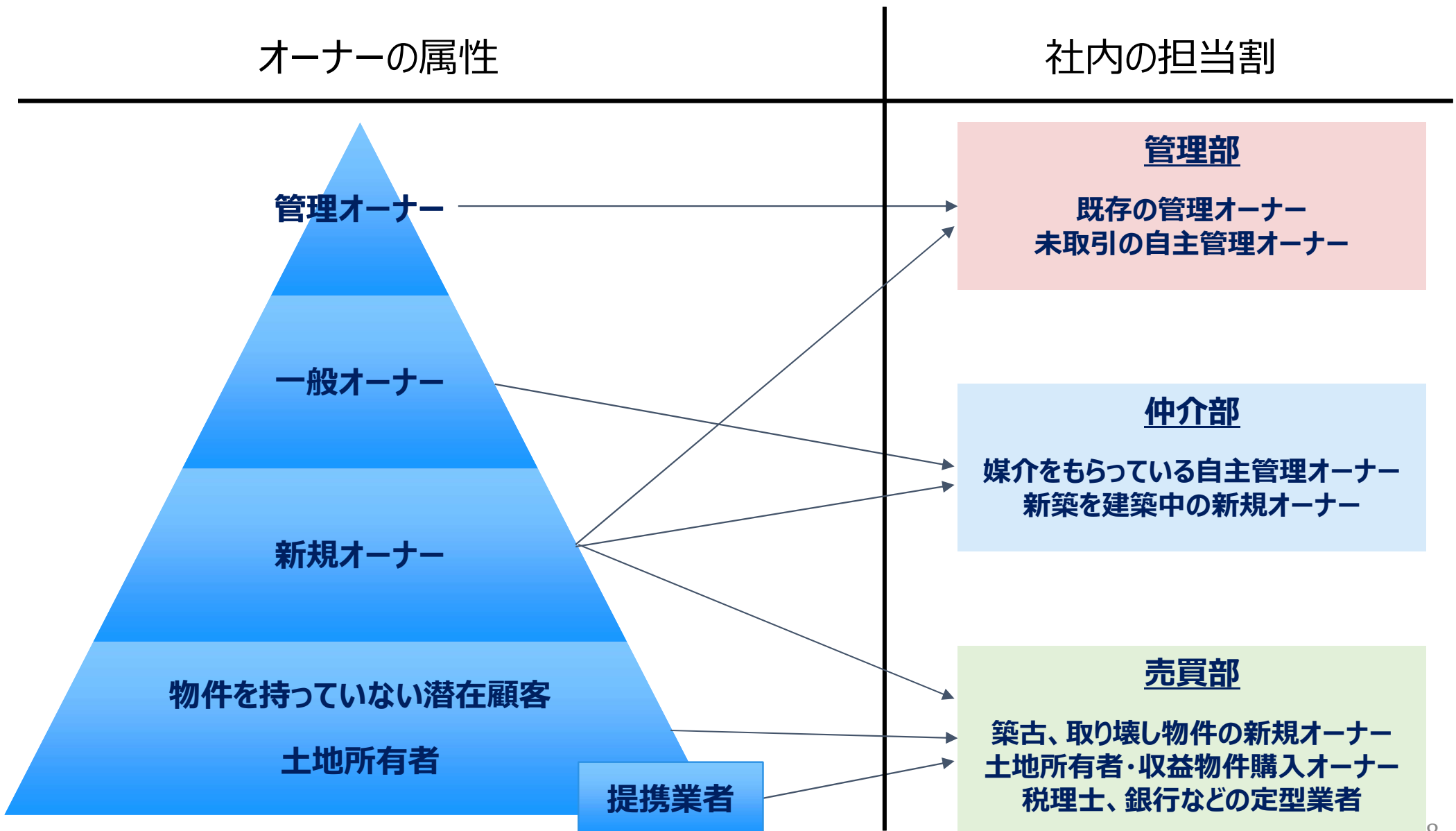


**年間管理受託目標：150戸**



# 管理1000戸以下でも管理拡大できる手法

## ▶管理受託部隊-専任化による営業手法の確立





# 管理1000戸以下でも管理拡大できる手法

## ▶管理受託部隊-行動量の担保

|                        | 5,000戸~<br>の会社様 | 1,000~5,000戸の<br>会社様                              | 管理1,000戸<br>以下の会社様                             |
|------------------------|-----------------|---|--|
| 受託部隊人数                 | 5,000戸につき<br>1名 | 管理オーナー営業<br>兼務で1名<br><small>管理部を営業と事務に分ける</small> | 賃貸管理業務<br>兼務で1名<br><small>会社を仲介と管理に分ける</small> |
| DM発送数                  | 1商圈につき1000件     | 1商圈につき1000件                                       | 1商圈につき1000件                                    |
| 1人あたり訪問・電話件数/月         | 300件            | 130件  | 60件  |
| 訪問からのアポ率               | 15%             |   |  |
| 1人あたりアポ件数/月<br>(話せた件数) | 50件             | 20件   | 10件  |
| アポからの受託率               | 30%             |   |  |
| 1人あたり受託件数/月            | 15戸             | 6戸  | 3戸   |
| 訪問からの受託率               | 4.5%            |   |  |

## ▶アプローチリストの作成

アプローチ先(=「誰にアプローチするのか」)を明確にする必要がある

### ① 自社が戦う商圈を明確化

どこで戦い、どれほどのシェアを獲得すれば地域一番店になるのかを明確にすることを目的とする

### ② 商圈内オーナーの明確化

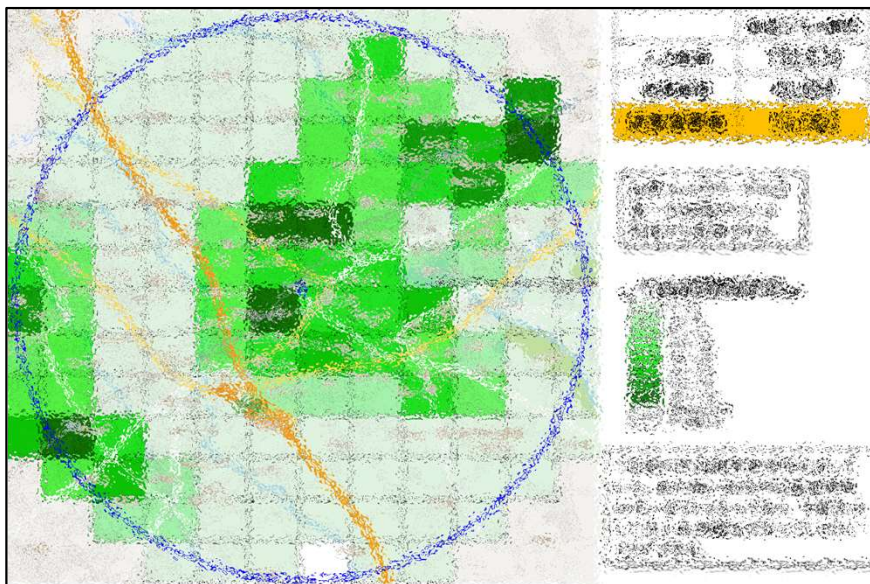
管理・専任・一般オーナーが何名いて、どこにいるかを把握することを目的とする

### ③ 商圈内アプローチリストの作成

アプローチ先の情報を明確にし、管理しやすくすることを目的とする

# 管理1000戸以下でも管理拡大できる手法

## ▶ 自社が戦う商圈の明確化



## 自社商圈設定について

### 地方商圈

**1万民営借家**(アパートマンション等)の範囲で設定

### 都市商圈

**2.5万民営借家**(アパートマンション等)の範囲で設定

※都市部は地方商圈に比べて競合他社が乱立しているため商圈は広めに取る

商圈設定後、余力があれば…

## 商圈の市場を知っておく

- 商圈内の入居率、空室数
- 賃貸入居者の世帯年収状況

⇒ 事業戦略を考える上で非常に参考になる

全管組合研究部 賃貸動向調査 居住用(秋田市)

調査対象地域: 秋田市

調査期間: 2018年10月1日～2019年9月30日

| 調査項目 | 調査結果      |
|------|-----------|
| 賃貸戸数 | 158,430戸  |
| 入居率  | 78.5%     |
| 空室数  | 34,200戸   |
| 世帯数  | 131,811世帯 |

| 世帯年収状況     | 世帯数    | 割合    |
|------------|--------|-------|
| 200万円未満    | 14,100 | 10.7% |
| 200万～300万  | 41,200 | 31.3% |
| 300万～400万  | 42,500 | 32.3% |
| 400万～500万  | 4,504  | 3.4%  |
| 500万～700万  | 4,610  | 3.5%  |
| 700万～1000万 | 2,187  | 1.6%  |
| 1000～1500万 | 682    | 0.5%  |
| 1500万円以上   | 153    | 0.1%  |

| シニア層 | 戸数     | 割合    |
|------|--------|-------|
| シニア層 | 30,451 | 19.2% |
| シニア層 | 17,110 | 10.8% |
| シニア層 | 10,730 | 6.8%  |
| シニア層 | 7,953  | 5.0%  |
| シニア層 | 4,491  | 2.9%  |
| シニア層 | 3,868  | 2.4%  |
| シニア層 | 1,154  | 0.7%  |

全管組合研究部 市場規模調査(賃貸仲介) 居住用(秋田市)

調査対象地域: 秋田市

調査期間: 2018年10月1日～2019年9月30日

| 市場規模    | 仲介件数    |
|---------|---------|
| 9.9億円   | 10,301件 |
| 4.3万円   | 1,112件  |
| 41,205件 | 2,689件  |
| 4       | 1,889件  |
| 9.6万円   | 258件    |

| シニア | 戸数    | 割合    |
|-----|-------|-------|
| シニア | 73.9% | 71.9% |
| シニア | 2.1億円 | 20.1% |
| シニア | 41.7% | 40.7% |
| シニア | 2.8億円 | 27.8% |
| シニア | 2.5億円 | 24.5% |

全管組合研究部 市場規模調査(賃貸管理) 居住用(秋田市)

調査対象地域: 秋田市


調査期間: 2018年10月1日～2019年9月30日

| 市場規模    | 仲介件数    |
|---------|---------|
| 6.9億円   | 10,301件 |
| 4.3万円   | 1,112件  |
| 41,205件 | 2,689件  |
| 4       | 1,889件  |
| 2.6万円   | 258件    |

| シニア | 戸数    | 割合    |
|-----|-------|-------|
| シニア | 73.9% | 71.9% |
| シニア | 2.1億円 | 20.1% |
| シニア | 41.7% | 40.7% |
| シニア | 2.8億円 | 27.8% |
| シニア | 2.5億円 | 24.5% |

# 管理1000戸以下でも管理拡大できる手法

## ▶ 商圈調査



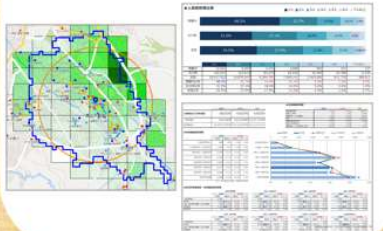
### 商圈調査・競合調査 代行サービスのご案内

#### 商圈調査

① **自社商圈設定**  
貴社が攻めるべき商圈について明確に設定します

② **市場調査**  
商圈内の人口数や世帯数、入居率、世帯年収等、マーケティングの観点での情報を調査します


③ **商圈内シェア分析**  
商圈内の掲載物件、管理物件シェアを調査し、目標件数を算出します



#### 競合調査


① **反響調査**  
自社の店舗と貴社の競合店舗5社のポータルサイトにおける反響対応のスピード、追客回数、返信内容について調査し、貴社が取るべき戦略をご提案します

② **競合調査**  
自社の店舗と貴社の競合店舗5社の接客覆盖面調査を代行し、貴社が取るべき戦略をご提案します



上記パックで通常30万円のところ、本日の参加者様に限り  
**20万円** (税別) で代行します！

お問合せ・お申込みはQRコードか、弊社に直接ご連絡ください

QRコード:  TEL:03-6810-0920  
MAIL:zenkansoken@pbn.jp

### ○ 管理拡大に向けた戦略設定

- ・店舗ごとに商圈の再設定
- ・商圈内の詳しい情報
- …民営借家数、人口ピラミッド、1世帯当たり人数、年収階級別世帯数

### ○ 仲介売上げアップに向けた現状把握

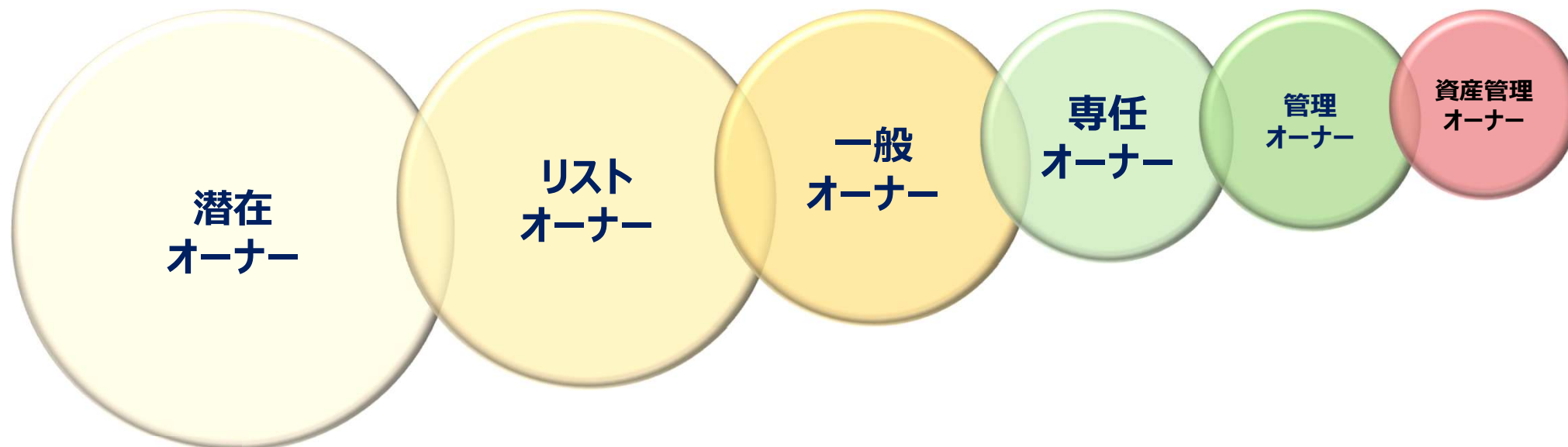
- ・商圈内掲載物件シェア
- ・反響対応(メール)覆盖面調査
- ・店頭接客対応覆盖面調査

お申込・お問合せはこちら



# 管理1000戸以下でも管理拡大できる手法

## ▶ 商圏内オーナーの明確化



**専任オーナー・一般オーナー・リストオーナーが何名いるのか、  
情報は正確かどうかを明確にする**

### 【目標】

- ・商圏内2,000件の賃貸物件で、自社が知らない物件がない  
(1万民営借家⇒1棟平均5戸と仮定する)
- ・すべての物件のオーナー情報も把握している



# 管理1000戸以下でも管理拡大できる手法

## ▶ DM送付

### ○新規・一般オーナー

自社の認知度アップ

自社の認知拡大のためのツールを送付する

⇒自社を知らないオーナーに、自社の存在を知ってもらうためのツールを作成する

#### ・オーナー通信

空室対策、資産管理  
などオーナーが興味のあるテーマ

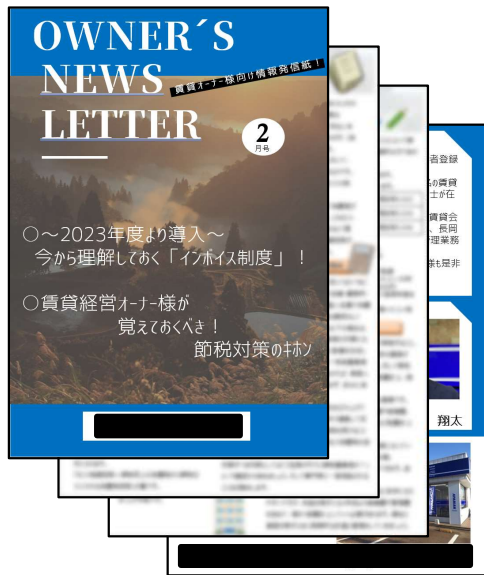
#### ・管理募集チラシ

管理内容のアピール

#### ・自社ならではの取り組み

「賃貸住宅修繕共済」など  
特別な取り組みは反響率が高い

1回/月



※「オーナータイムズ」2.2万円/月

都度送る



都度送る



# 管理1000戸以下でも管理拡大できる手法

## ▶ DM送付

### ○資産管理・管理・専任オーナー

## オーナーの満足度アップのためのツールを送付する

### ・物件管理のご案内

外壁、物件無料診断  
定期清掃など

都度送る

### ・資産管理のご案内

売買、相続対策相談など

都度送る

### ・オーナーセミナーのご案内

都度送る

オーナーの満足度アップ



# 管理1000戸以下でも管理拡大できる手法

## ▶オーナーセミナーの開催

### POINT

- ・オーナーセミナーはオーナーの温度感も高く、商談の場になりやすい  
⇒**集客、追客が大切**

### ○集客

#### ・DMの送付

住所のわかる自社商圏内のオーナーから優先的に送付。  
開催30日～45日前にはDMお送りする。

約1,000通/商圏

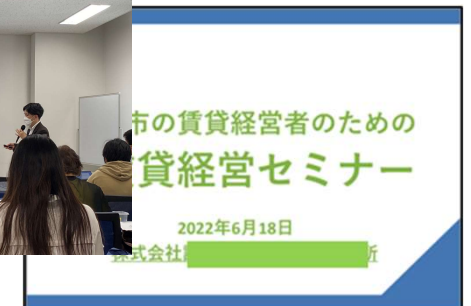
#### ・訪問 or 電話

部署ごとに目標集客数を決めて集客する。  
管理オーナー：新規一般オーナー＝7：3

約10～20名

### ○追客

- ・セミナー来客者には、後日お礼も兼ねて訪問する。  
→オーナーの興味が冷めないうちに接触する。  
→事前のセミナーアンケートで**オーナー様のお悩みを把握しておくことが大切。**



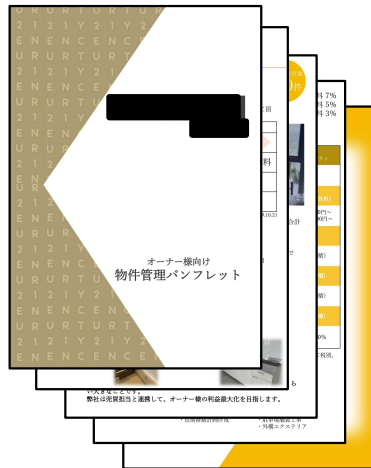
# 管理1000戸以下でも管理拡大できる手法

## ▶ 訪問・電話営業

### ○ 訪問時のツール整備

自社の管理内容や強みを伝えるためのツールを持参する

#### ・管理パンフレット



#### ・各種サービス資料



#### ・セミナー案内



### ○ 営業力の標準化

誰でも同じ営業レベルでオーナー訪問ができるように、動画やマニュアルなどを作成する。



# 管理1000戸以下でも管理拡大できる手法

## ▶ 訪問・電話営業

|                        | 5,000戸~<br>の会社様 | 1,000~5,000戸の<br>会社様                              | 管理1,000戸<br>以下の会社様                             |
|------------------------|-----------------|---|--|
| 受託部隊人数                 | 5,000戸につき<br>1名 | 管理オーナー営業<br>兼務で1名<br><small>管理部を営業と事務に分ける</small> | 賃貸管理業務<br>兼務で1名<br><small>会社を仲介と管理に分ける</small> |
| DM発送数                  | 1商圈につき1000件     | 1商圈につき1000件                                       | 1商圈につき1000件                                    |
| 1人あたり訪問・電話件数/月         | 300件            | 130件  | 60件  |
| 訪問からのアポ率               | 15%             |   |  |
| 1人あたりアポ件数/月<br>(話せた件数) | 50件             | 20件   | 10件  |
| アポからの受託率               | 30%             |   |  |
| 1人あたり受託件数/月            | 15戸             | 6戸  | 3戸   |
| 訪問からの受託率               | 4.5%            |   |  |

# アジェンダ

1

良和ハウス様講座のポイント解説



2

管理1000戸以下でも管理拡大できる手法



3

客付け力強化の手法



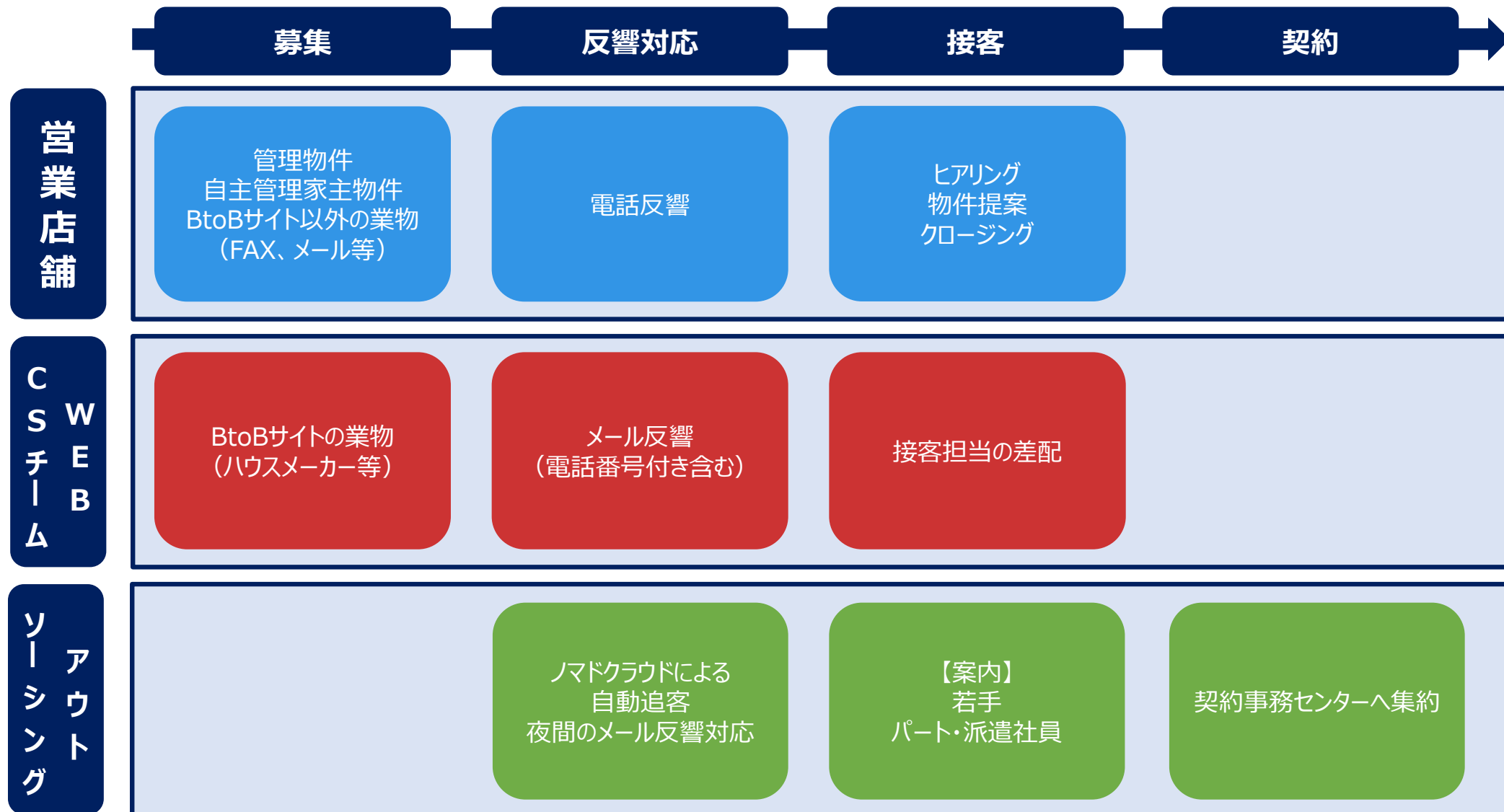
4

まとめ



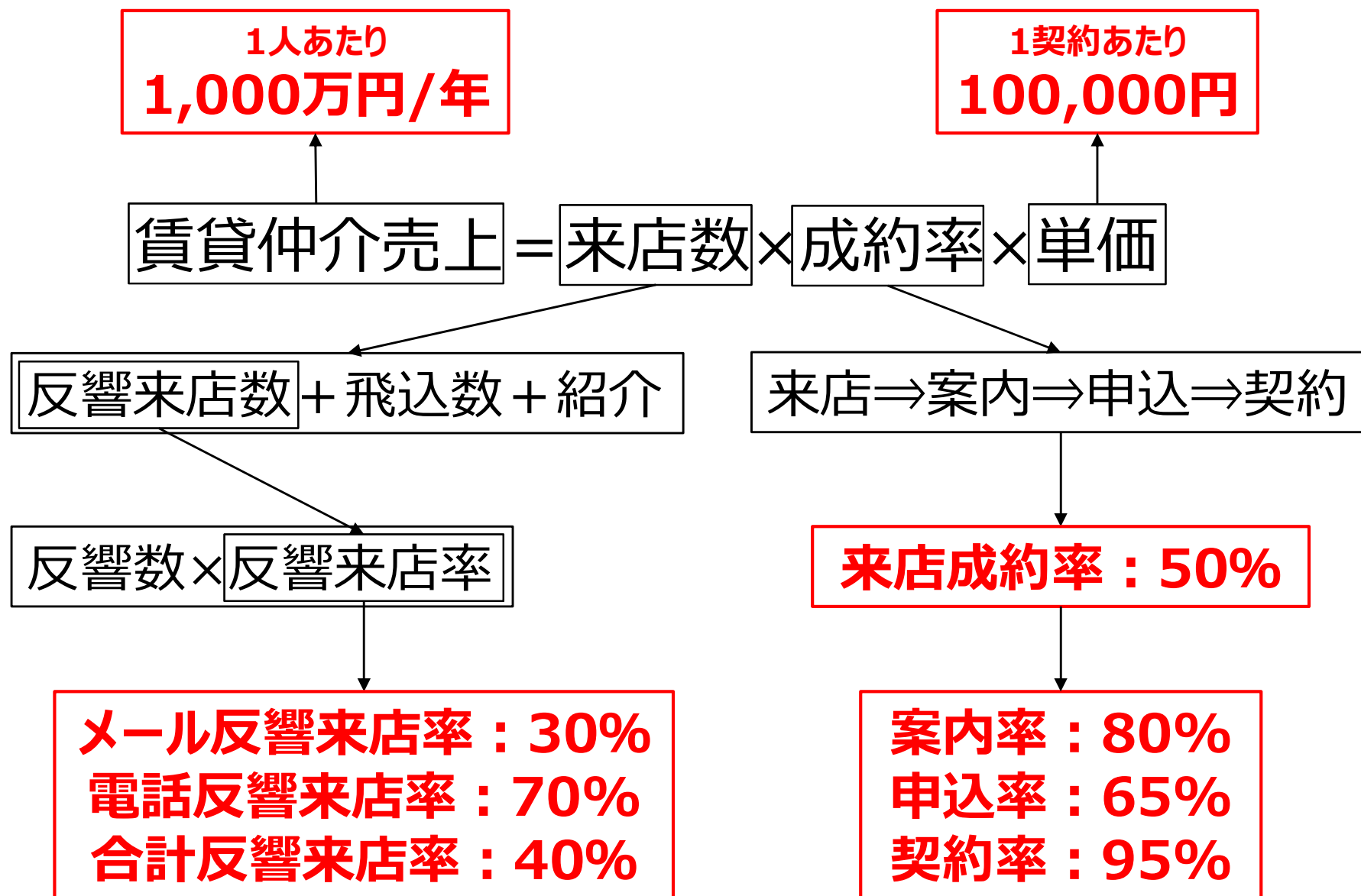
# 客付け力強化の手法

## ▶ 仲介部門-徹底的な分業



# 客付け力強化の手法

## ▶ 仲介部門-KPIの徹底による売上向上



# 客付け力強化の手法

## ▶ 反響数アップのためにすぐできる取り組み

### ＜ポータルサイトからの反響数アップ＞

#### ○ 名寄せ超え率90%以上

→ オプションを利用する前に写真をそろえる！

→ 15枚あれば名寄せ超え可能

#### ○ 回転率150%以上

→ 何もしなくても総掲載数の20%は落ちる

→ +αで30%の物件の入れ替えを行う！

（1週間で閲覧されていない物件を中心に入れ替える） ※日次レポート活用

The image shows four screenshots from a web portal report. The top-left screenshot is a title page for 'WEB掲載調査レポート' (Web Listing Investigation Report) from '全国回転率研究所' (National Turnover Research Institute). The top-right screenshot shows a grid of four small images, likely representing different property listings. The bottom-left screenshot is a table with columns for '掲載順位' (Listing Rank) and '掲載数シェア' (Listing Count Share) for various companies. The bottom-right screenshot is a large data table with multiple columns, likely representing a daily report of listing performance.

競合調査（右上の資料）と合わせて反響数アップの施策をご提案します

### ＜Google口コミからの反響数アップ＞

#### ○ 最低限月5件の口コミを獲得する！

→ 契約時に告知、口コミ返信は必須

#### ○ Googleマイビジネスの情報を充実させる！

→ 基本情報、商品、キャンペーン、社員の写真



# 客付け力強化の手法

## ▶ 来店数アップのためにすぐできる取り組み

### <メール反響来店率アップの取り組み>

#### ○ 初回返信は10分以内

→ WEB対策室で対応が望ましい

#### ○ 初回自動返信を活用する

→ 来店予約フォーム、LINEの友達追加URLを記載する

#### ○ 追客は最低3回

→ 初回返信後3日間は追客する

→ 自動追客機能があれば活用する

→ 夕方以降の追客だと返信率高め

### <LINEの活用>

#### ○ 来店までのやり取りで活用する

→ お客様との距離感を詰めておく

→ メール文に友達追加のURLを入れておく

#### ○ 初回来店後の追客で活用する

→ 再来店までの追客、申込までのやり取り

→ 友達追加のポップをカウンターに用意しておく

ご来店予約フォーム

この度は弊社 [redacted] にお問い合わせいただきまして、誠にありがとうございます。  
ご来店希望日を下記フォームにご記入いただき、弊社スタッフよりご希望日確定のご連絡をさせていただきます。

titanium1263@gmail.com アカウントを切り替える  
共有なし

\* 必須の欄です

氏名\*

回答を入力

電話番号\*

回答を入力

メールアドレス\*

回答を入力

お問合せ内容\*

お郵慮探しについて相談したい  
 その他

【第一希望】来店希望日時 (定休日: 水曜)\*

日時

年/月/日 時





## ▶ 成約率アップのためにすぐできる取り組み

### 〈チーム接客〉

#### ○案内終了後の連携

- お客様の申込可否状況を店舗に電話して伝える
- 申込にならなそうな場合、不満に感じている点を共有して店長に物件を探しておいてもらう

### 〈ロープレ〉

#### ○ロープレの実施

- 1回/週実施することが望ましい

全管協総研で会社間のZOOMロープレを1回/月実施しています！（視聴のみでも可）  
ご希望の方はお問い合わせください！

### 〈マニュアルの活用〉

#### ○全管協総研のマニュアルを活用

全管協総研の会員ページにマニュアルが掲載されています！  
PDFでダウンロードして社内で活用ください！



# 客付け力強化の手法

## ▶ 仲介部門-仲介店舗からの受託営業

1店舗あたり目標管理受託戸数

**70戸/年**

※ターゲット：一般媒介オーナー

※担当：店長

|                 | 週    | 月          | 年    |
|-----------------|------|------------|------|
| 訪問・電話           | 6件   | 25件        | 300件 |
| <b>訪問からのアポ率</b> |      | <b>70%</b> |      |
| アポ              | 4件   | 16件        | 200件 |
| <b>アポからの受託率</b> |      | <b>35%</b> |      |
| 受託              | 1.5戸 | 6戸         | 70戸  |

# アジェンダ

1

良和ハウス様講座のポイント解説



2

管理1000戸以下でも管理拡大できる手法



3

客付け力強化の手法



4

まとめ



## ▶まとめ

1

### 明確なKPIの設定

管理受託、仲介それぞれのKGIまで設定する

2

### 管理受託の分業化

ターゲットの属性ごとに担当を決める

3

### 管理受託の準備を整える

ターゲットリスト作成、商圈調査、商品の構築

4

### 分業化で客付け力機能の強化

パート、Web対策チーム、営業で明確に分業

5

### 総研サービスの活用

オーナーリスト作成、商圈調査、マニュアル、ポータルサイト競合調査、接客ロープレ

# 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            |
| <b>14 : 50~15 : 00</b> | <b>総研からのご案内</b> |

## 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！



# 全管協総研メンバーズクラブのご案内

加盟コンテンツ(会費月額16,500円)

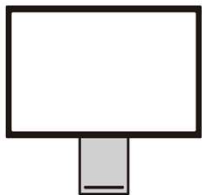
※税込み

全管協総研加盟社数

130社

別途ご依頼

-オンラインゼミ(勉強会)-



-プロパティレポート  
(オーナー提案資料)-



PROPERTY REPORT

-個別コンサルティング-



-ライブラリ(動画アーカイブ)-



-社員様向け  
業務ハンドブック-



-OWNER TIMES(オーナー通信)-



OWNER TIMES

-企業マッチング(視察)-



-オーナー名簿取得サービス-



-空室診断レポート-



-YADOCAREE(採用サービス)-



# 商圈調査・競合調査について

## 商圈調査・競合調査 代行サービスのご案内

### 商圈調査

**① 自社商圈設定**  
貴社が攻めるべき商圈について明確に設定します

**② 市場調査**  
商圈内の人口数や世帯数、入居率、世帯年収等、マーケティングの観点での情報を調査します

**③ 商圈内シェア分析**  
商圈内の掲載物件、管理物件シェアを調査し、目標件数を算出します

### 競合調査

**① 反響調査**  
自社の店舗と貴社の競合店舗5社のポータルサイトにおける反響対応のスピード、追客回数、返信内容について調査し、貴社が取るべき戦略をご提案します

**② 競合調査**  
自社の店舗と貴社の競合店舗5社の接客覆盖面調査を代行し、貴社がとるべき戦略をご提案します

上記パックで通常30万円のところ、本日の参加者様に限り  
**20万円** (税別) で代行します！

お問合せ・お申込みはQRコードか、弊社に直接ご連絡ください

QRコード:

TEL:03-6810-0920

MAIL:zenkansoken@pbn.jp

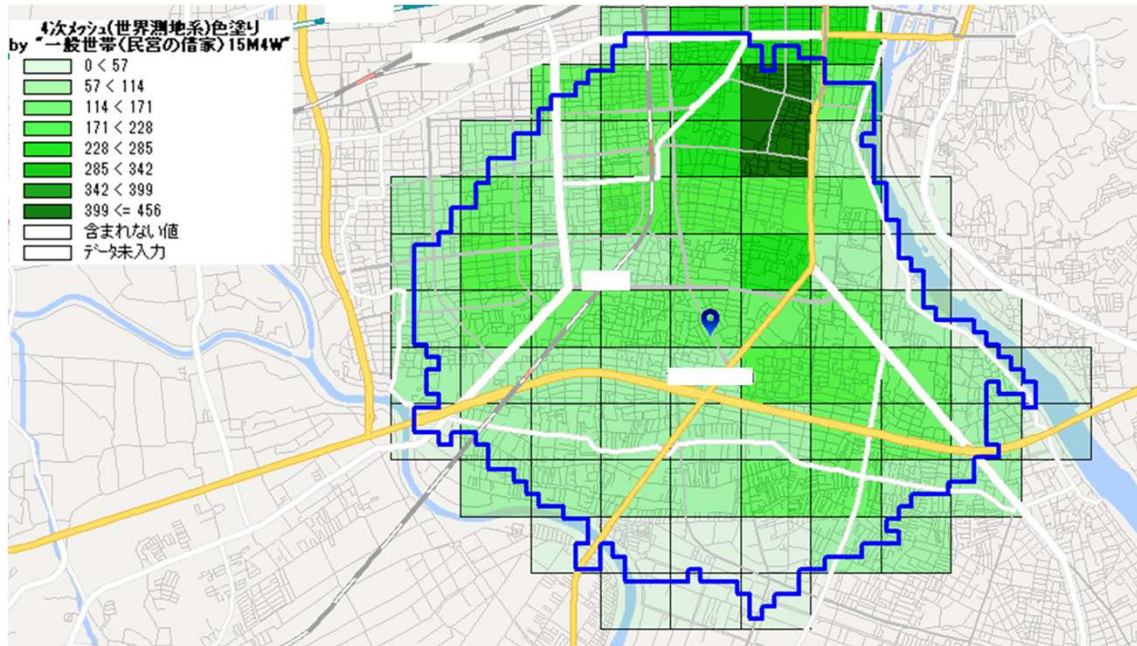
- **管理拡大に向けた戦略設定**
  - ・店舗ごとに商圈の再設定
  - ・商圈内の詳しい情報
  - …民営借家数、人口ピラミッド、1世帯当たり人数、年収階級別世帯数
  
- **仲介売上げアップに向けた現状把握**
  - ・商圈内掲載物件シェア
  - ・反響対応(メール)覆盖面調査
  - ・店頭接客対応覆盖面調査

※チャット欄に記載のURLもしくはQRコードを読み取っていただくと『商圈調査・競合調査』のチェック欄がございますので、そちらにチェックをお願い致します。





# 商圈調査で市場・顧客を知る



商圈内民営借家 20,387

現状シェア

| 管理戸数シェア目標参考値 |       |                             |
|--------------|-------|-----------------------------|
| シェア率         | シェア名称 | 今後取るべき戦略                    |
| 73.9%        | 独占シェア | 新規事業・関連事業の創出                |
| 41.7%        | 安定シェア | 新商品や新ソリューションを開発し、他社との圧倒的差別化 |
| 26.1%        | 優位シェア | 商圈拡大や既存顧客に対するアプローチの強化       |
| 19.3%        | 上位シェア | 他社の得意とする商品を取り込む             |
| 10.9%        | 影響シェア | 地域1番店の弱点をカバーする商品構築          |
| 6.8%         | 存在シェア | 集客チャネル・範囲の拡大                |
| 2.8%         | 生存シェア | 自社認知拡大・ターゲットを絞る             |

| シェア実数値 |        |   |
|--------|--------|---|
| シェア率   | 戸数     |   |
| 73.9%  | 15,066 | 戸 |
| 41.7%  | 8,501  | 戸 |
| 26.1%  | 5,321  | 戸 |
| 19.3%  | 3,935  | 戸 |
| 10.9%  | 2,222  | 戸 |
| 6.8%   | 1,386  | 戸 |
| 2.8%   | 571    | 戸 |

| ■住宅所有の関係    |          | 商圈内   |  |
|-------------|----------|-------|--|
| 一般世帯数       | 69,343世帯 | -     |  |
| 住宅に住む一般世帯   | 68,546世帯 | -     |  |
| 持ち家世帯       | 44,335世帯 | 64.7% |  |
| 公営公団公社の借家世帯 | 1,028世帯  | 1.5%  |  |
| 民営の借家世帯     | 20,387世帯 | 29.7% |  |
| 給与住宅世帯      | 1,902世帯  | 2.8%  |  |
| 間借世帯        | 895世帯    | 1.3%  |  |

※画像はサンプルです

## 管理拡大に向けた戦略を設定するにあたり、商圈の詳細を知っていただく

- ・店舗ごとの適切な商圈
- ・商圈内の詳しい情報  
→ 民営借家数、1世帯当たり人数、民営借家入居者の年収など
- ・現状の貴社のシェア、今後目指すべき目標
- ・他社の物件掲載状況(SUUMO)

# 競合調査で自社の客付け力を知る

$$\text{売上} = \text{来店数} \times \text{成約率} \times \text{単価}$$

来店数を増やすためにメールでの呼び込み力はどうか

- ・メール文章の内容
- ・反応スピード
- ・追客回数

## 03 ポータルサイト反響調査

○サマリー

総評

返信速度は遅くはないが、追客回数が少ない。最低三回の追客をおすすめします。文章については、**視覚的な工夫**、来店フォームやLINE紹介による**来店誘導**、物件の強みの紹介、自社に来てもらうための**囲い込み**となる文章を入れるなど、改善の余地が見られます。

| 店舗名 | SUUMO<br>初回返信までの<br>時間(分) | SUUMO<br>追客回数 | その他ポータル<br>追客回数 |
|-----|---------------------------|---------------|-----------------|
| 貴社  | 31                        | 0             | 1               |
| B社  | 5                         | 14            | 1               |
| C社  | 19                        | 0             | 0               |
| D社  | 10                        | 0             | 0               |
| 平均  | 16.25                     | 3.5           | 0.5             |

※黄色枠赤文字の店舗は各項目の一番店

## 03 ポータルサイト反響調査

○ B社

<SUUMO>追客4回目 12/8 11:06 ※以降、2週間にわたって同じ内容で毎日追客

【お部屋探し】 B社 です！ 返信履歴

B社

To 自分

英語 > 日本語 > メッセージを翻訳

1 件

B社 から 返信 です。

LN 宛にオススメの物件をピックアップ致しました！

本日は、お問合せ頂いたご希望物件に類似したお部屋の資料をお送りいたします。

新着情報！

お住まいの物件情報①: 最終空室確認日2022/12/06

お住まいの物件情報②: 最終空室確認日2022/11/24

お住まいの物件情報③: 最終空室確認日2022/11/24

気になるお部屋はございますでしょうか？

少しでもLN 宛のご希望条件に近いお部屋をご紹介できるよう、希望条件に変更がございましたら気兼ねなくご相談くださいませ。

●お部屋探しの条件(参考例)

- 1.家賃(月謝)かかる費用
- 2.地域・路線・駅など(駅からの徒歩距離)
- 3.広さ(敷取りなど)
- 4.入居希望時期
- 5.その他、設備や条件など  
例)駐車場有、オートロック・バス、トイレ別など

LINEでのお問い合わせも対応しております！

下記URLよりご登録いただき、コメント欄に氏名を入力をお願い致します。  
http://nav.cx/9E9P8X

LN 宛にとって大切なお部屋探しをお手伝いできるよう、頑張っております！

ぜひ B社 にお任せください。

ご連絡、お待ちしております。

※物件情報は常に更新されているため、お客様が資料を閲覧した時点で、募集を終了している可能性があります。予めご了承くださいませ

—英語 (及) 対) っばい！

三方兼しの戦略ストーリー

Team for promoting strategy story of the three-way satisfaction

B社

〒000-0000

東京都港区\*\*\*\*\*

<営業時間> TEL: 03-10-00

TEL: \*\*\*\*\*

FAX: \*\*\*\*\*

MAIL: \*\*\*\*\*@\*\*\*\*\*

【メール配信停止のご案内】

※このメールは、弊社にお問い合わせいただいた方を対象にお届けしております。

ご不要の方は以下リンクよりいつでも配信停止可能です。

配信停止はこちら

# 競合調査で自社の客付け力を知る

$$\text{売上} = \text{来店数} \times \text{成約率} \times \text{単価}$$

## 来店後のスタッフの接客力はどうか

- ・基本対応
- ・ヒアリング、物件提案
- ・内見、クロージング

### 04 接客調査

○貴社

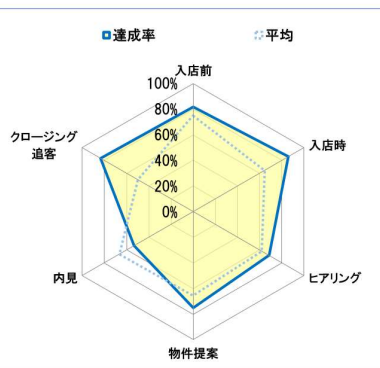
#### 総評

全体的に丁寧で明るい印象を受けた。事前準備や退店後の追客は徹底されていたが、物件提案時やその他接客に改善の余地はあった。(詳細は前ページ)

総点数 得点率

64点 74%

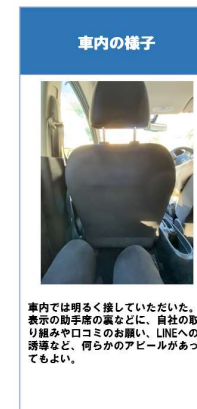
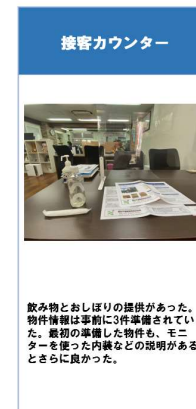
| 調査項目             | 講評  | 点数  |
|------------------|---|-----|
| 入店前 (11項目)       | のぼりや物件情報のボードが大きく出ており、店舗入り口横の物件情報もカテゴリ分けされた物件情報が掲示されていた。   | 9点  |
| 入店時 (14項目)       | 挨拶が徹底できており、入店時だけでなく従業員が横を通る際も挨拶があった。お茶出しの対応も早く、おしほりまで出していた。また、言葉遣いもかなり丁寧であった。                         | 12点 |
| ヒヤリング (19項目)     | 前に電話でのヒアリングがあったのでシートは使われなかったが、電話でのヒアリング内容の丁寧な確認があった。  | 13点 |
| 物件提案 (16項目)      | 事前のヒアリング内容をもとに、3件物件を準備していた。3件の物件を丁寧に説明した後、その3件から優先順位を聞いて、その場で見直しを説明。条件を広げたり、他物件の提示は、見直しの説明が終わった後にされた。 | 12点 |
| 内見 (15項目)        | 内見時は明るい接客でプライベートな話なども積極的に出来ていた。また、物件ごとにお客様に寄り添っていい点や悪い点を伝えられていた。スリッパを持っていなかったのは改善の必要あり。               | 8点  |
| クロージング 追客 (12項目) | クロージング時に、自社で決めてもらうためのアピールとなるような話がなかった。退店後の追客は他店と比べて一番多く、早めの申込を促すような文書もあった。                            | 10点 |



### 04 接客調査

○貴社

#### 調査中の様子



## 無料個別相談のご案内

**本日の内容を自社で取り入れるために、  
個社別で相談会を実施します**

- ①現状の業務の“見える化”
- ②改善する業務の選定
- ③改善後に目指す姿を明確に

**場所：オンラインもしくはご訪問にて実施予定**

**内容：管理拡大の他、賃貸仲介、業務効率化、組織体制などのお困り事についても幅広くご相談に乗らせていただきます**

※チャット欄に記載のアンケートフォーム  
もしくはQRコードを読み取っていただくと  
『無料個別相談』のチェック欄がございますので、  
そちらにチェックをお願い致します。



# 6月ベンチマーク勉強会のご案内

## 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！

