

4年でポータル反響数2倍！
1人当たり平均仲介売上2倍！
現場のノウハウ大公開

はじめに

講師紹介



貸貸事業部
執行役員 統括店長
久保 真心

- 2016年 野村不動産函館(株)
アパマンショップ函館店
貸貸営業として入社及び
函館店副店長就任
- 2018年 函館店店長就任
- 2019年 貸貸事業部執行役員 統括店長就任

会社概要

社名	野村不動産函館 株式会社
代表者	野村 辰男
所在地	<p>【本店】 函館市柏木町26番24号 野村ビル</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アパマンショップ函館柏木店 ・イエステーション函館店 <p>【支店】 函館市美原3丁目2番13号</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アパマンショップ函館店 ・野村不動産函館(株) 管理部 ・アイホーム株式会社 (グループ会社)
設立	昭和53年4月5日 (昭和53年2月3日創業)
社員数	55名 (パート3名含む)
フランチャイズ加盟	<p>賃貸仲介情報ネットワーク／アパマンショップ函館店・アパマンショップ函館柏木店</p> <p>売買仲介情報ネットワーク／イエステーション函館店</p> <p>賃貸管理家賃保証／株式会社JPMC (元日本管理センター(株))</p>
グループ会社	アイホーム株式会社

賃貸のことなら
アパマンショップ
現在登録物件数 **3572** 件

アパマンショップ 函館店
(アパート、マンション、賃貸、店舗の仲介)
〒041-0806 函館市美原3丁目2番13号
TEL:0138-46-9300
(営業時間: 9時~18時【水曜定休】)

函館店の特徴 >
スタッフの紹介 >
アクセス・地図 >

売買のことなら
イエステーション
現在登録物件数 **約300** 件

イエステーション 函館店
(売地、売家、売買マンション、売アパート)
〒042-0942 函館市柏木町26番24号
TEL:0138-55-3811
(営業時間: 9時~18時【水曜定休】)

函館店の特徴 >
スタッフの紹介 >
アクセス・地図 >



会社の変遷

昭和49年	現代表、函館市内の不動産会社へ勤務し、賃貸・売買管理業務を習得する。	平成22年	賃貸管理部、アパマンショップ函館店へ移転 賃貸事業部【アパマンショップ店と管理部 営業と業務の共有化】
昭和53年	25歳にて独立、創業する。営業1人（現代表）、事務員1人でスタート。	平成25年	イエステーション売買仲介FC 投資研究会・マンション倶楽部入会する。 公益財団法人日本賃貸住宅管理協会 健全経営表彰を受彰
昭和60年	テーオーデパート4階へ本社移転する。 住まいの情報ターミナルコーナーへ出店、営業拡大する。 株式会社設立する。【株主16名 大家様・地主様他】	平成26年	アパマンショップ函館柏木店オープン【本社1階】
平成2年	管理課開始（アパート、マンション、借地の管理、家賃保険、リフォーム業務） 野村ホーミング株式会社（現商号 アイホーム株式会社） 資本金1,000万円設立する。 花園町（函館市）へ本社を移転 営業拠点とする。	平成28年	更生保護法人函館創生会 感謝状を受領 公益財団法人日本賃貸住宅管理協会 感謝状を受領 公益財団法人日本賃貸住宅管理協会 功労賞を受彰
平成8年	不動産情報誌発行（有）マラソン設立 アイホーム株式会社 宅地建物取引業者登録 渡島(1)942号	平成30年	公益社団法人北海道宅地建物取引業協会 20年間精励し表彰状を受彰（アイホーム） 公益財団法人日本賃貸住宅管理協会 健全経営表彰を受彰
平成10年	東山ニュータウン（函館市）全36区画販売代理 柏木町へ本社移転【現所在地】旧朝日生命ビル取得	令和元年	社名変更 野村不動産株式会社から野村不動産函館株式会社へ 公益社団法人北海道宅地建物取引業協会 40年間精励し表彰状を受彰（野村不動産函館）
平成11年	野村不動産(株) アイホーム(株) (有)マラソン 三社同時移転	令和2年	アパマンショップ函館店表彰 ・全国アパマンショップ年間黒契約金額5人店舗 第2位 ・全国アパマンショップ年間黒契約件数5人店舗 第3位を受賞
平成13年	アパマンショップ加盟 オープン	令和4年	アパマンショップ柏木店表彰 ・全国アパマンショップ年間黒契約金額3人店舗 第1位を受賞 北海道地方更生保護施設連盟 表彰状を受彰
平成17年	賃貸事業部を美原3丁目（函館市）に移転、アパマンショップ函館店オープン	令和5年	イエステーション函館店 ゴールドチームに選出
平成19年	開発課 アパート・マンション・店舗等収益物件の売買部門開設 賃貸管理フランチャイズ オーナーズエージェント(株)加盟		
平成21年	野村不動産(株)32期 経営計画 強い会社、強い部門、会社組織づくりスタート 日本管理センター(株)FC加盟 管理部強化 アパマンショップ部門、賃貸管理課部門 フランチャイズ、コンサル開始 営業力、専門力、プロセス、ノウハウ向上 人材教育強化		

会社概要

野村不動産函館(株) 令和5年度上半期組織図

令和5年7月6日作成



《令和5年3月現在》
 社員数 55名
 (うちパート6名)
 (執行役員1名)
 (常勤役員1名)
 (現在 新人3人募集中)
 非常勤役員 3名
 株主 6名
 顧問 1名

《グループ会社》
 アイホーム㈱
 ㈱マラソン

会社概要

アパマンショップ 函館店

執行役員 統括店長

久保 真心

受付

荒川 有希

- 受付対応

店長

細谷 和香菜

テナント事業部 課長

山口 輔

IT担当

山口 百合乃

- 物件登録・更新
- 初回反響対応
- 撮影物件選定・共有

IT担当パート

斉藤 萌瞳

営業

久保 鈴鹿

- 反響対応
- 契約書作成
- 物件撮影（1日2枚）

営業

橋口 卓真

営業

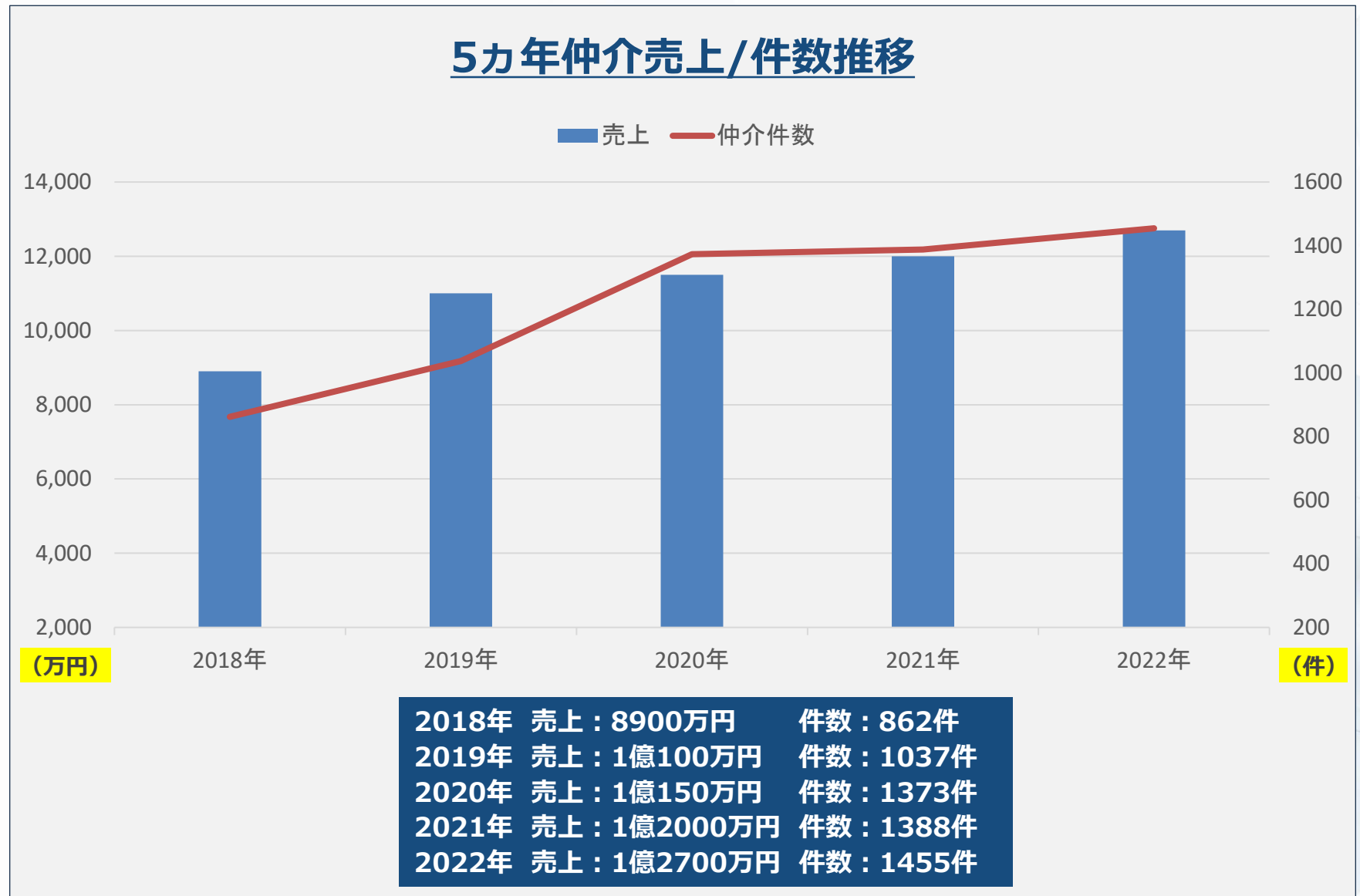
鈴木 信幸

営業補助（外回り）

宮崎 巧

- 退去立ち合い
- 現地案内
- 送迎
- その他雑務

仲介売上・仲介件数の推移 (函館店 スタッフ5名)



仲介売上・仲介件数の推移 (函館店 スタッフ5名)

成長戦略

掲載物件数/質の向上・掲載媒体とチラシによる
認知拡大・反響数の増加

×

レスポンスの速さと質の底上げによる
反響来店率の向上

×

ヒアリングからクロージングまでチーム接客で
成約率UPを実現

×

物件選定と単価アップ・付帯商品の提案による
成約単価の増加

4年間で2000件増加

反響来店率は平均80%

店舗：51.1%
トップ営業：68.9%

顧客1人当たり成約単価
AD除く：66,618円
AD含む：143,900円

業績向上のために改善した4項目



反響数

反響数の推移

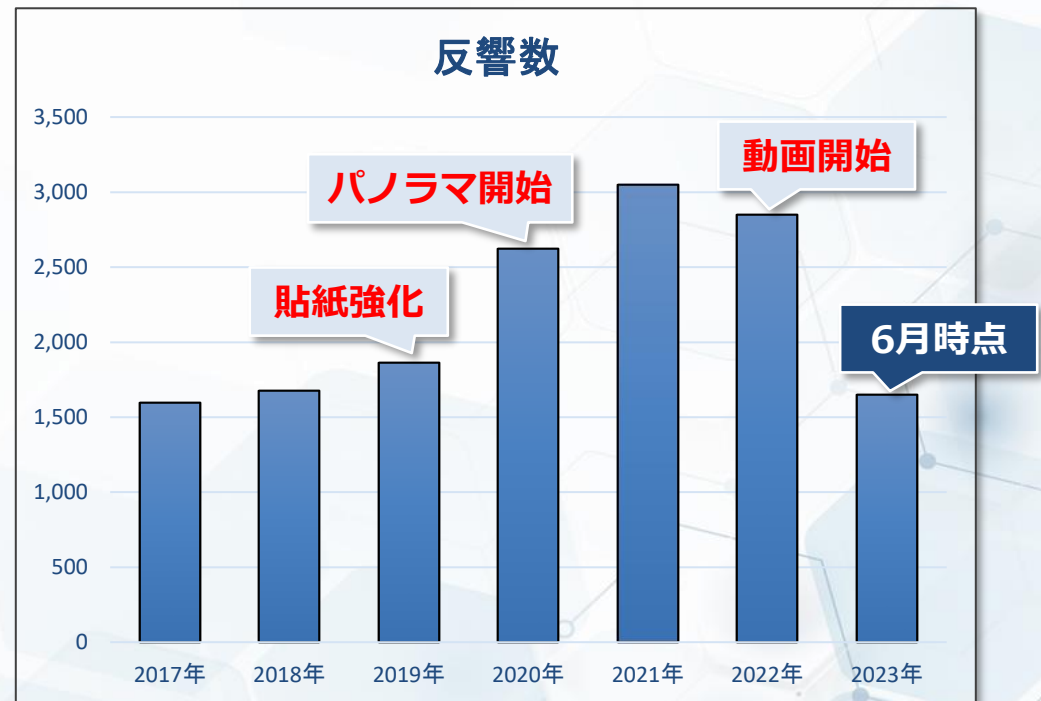
反響の増加と内訳

アパマンショップ函館店の反響数は
4年間で**2000件増加**させ、現在は**3700件/年**程度を維持している。

業務のノルマ化を行い反響数を増加させた。

反響内訳

- ◆ アパマン：35%
- ◆ SUUMO：20%
- ◆ ホームズ：10%
- ◆ 函館不動産連合隊：10%
- ◆ チラシ広告：25%



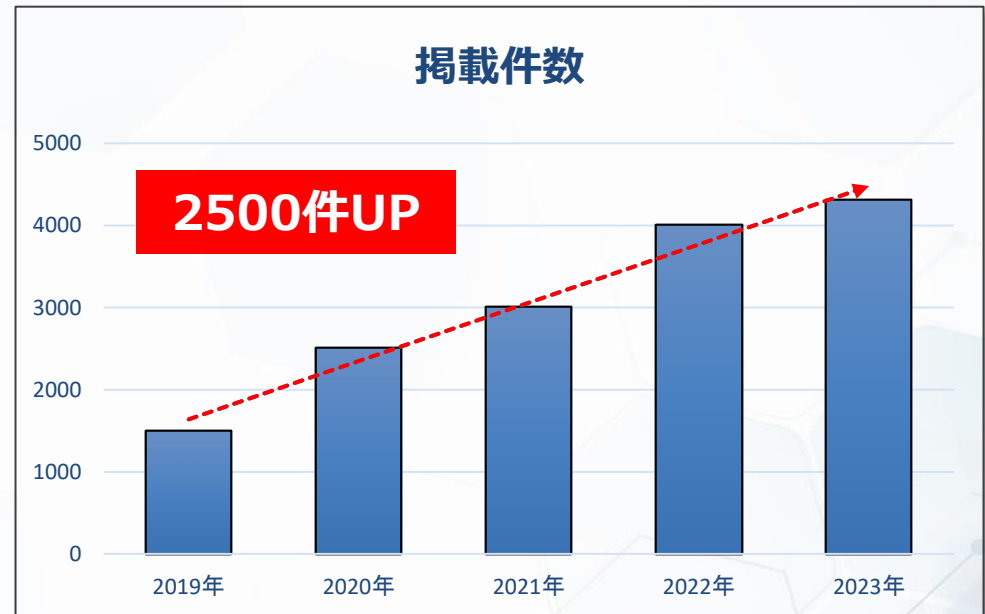
反響数増加施策

① 募集物件数を増やす

4年かけて掲載物件の数を
1500件から4000件まで増加させた。

実施策

- ◆ **自主管理オーナーへの媒介営業**
電話→訪問で媒介獲得。
過去に客付けしたオーナーや
他のオーナーへ挨拶周りを継続。
※5.6人の営業スタッフで実施



② 掲載写真の質向上

実施策

- ◆ iPhone（広角レンズ付き）で撮影して、**写真を一新**
- ◆ 社内で**撮影勉強会**を実施して、下限品質を向上させる



Apamanshop



Apamanshop



Apamanshop



Apamanshop

反響数増加施策

③掲載物件の名寄せの質を高水準に維持

名寄せ率を10～20%から**80～90%まで向上**させ、質を維持するために下記の取り組み実行した。

実施策

- ◆ 写真撮影のタスク化し、WEB担当者が物件選定を行い部署ごとに依頼する
【営業：2件/日、外回り5件/日】
- ◆ 他社との差別化を図るために物件登録の徹底
 - ・メーカー物件などの取り込みできる物件は
「取り込み+パノラマ・動画の追加」
 - ⇒**他社との差別化のためのオプション**
 - ・取り込みできない物件は
「全て直打ちで登録」

※アパマンショップとSUUMOの問合せは比率は7：3程度

反響数増加施策

④ 掲載範囲の拡大と投資額の調整

アパマンショップ・SUUMO・函館不動産連合隊での掲載の他にHOME'Sで掲載再開

実施策

- ◆ HOME'Sの競合状況はパノラマ等の掲載がない状態だったため再開することで上位を取れると確信して再開を検討
- ◆ HOME'Sの担当者に、**反響課金の利率の削減**を依頼して再掲載
- ◆ **反響単価：220円**（広告費÷問合せ件数）
- ◆ SUUMOのオプションを取り下げ、HOME'Sに充てることで経費を変えず反響を高めた

掲載数内訳

- ◆ アパマン：4000件
- ◆ SUUMO：2,000件×2
- ◆ 函館不動産連合隊：3,500件×2
- ◆ HOME'S

反響数増加施策

⑤張り紙チラシの設置を徹底

認知度を高めるために空室物件に自社の張り紙を徹底して貼る。

※張り紙広告からの**反響30~40件/月**

実施策

- ◆ 一般物件と管理物件の「**退去立ち合い・空き状況確認**」時に貼りに行く
- ◆ 1部屋**2枚以上・路面から見えずとも貼る**



反響来店率

反響来店率向上施策

レスポンスの速さと質の底上げ

【2023年6月の実績】

反響来店率 **80%** (来店数：114件/反響数：141件)

<反応内訳>

電話反響来店率：**90%**、メール反響来店率：**60%**

実施策

◆ 反響時の即時対応の徹底

電話：**5秒で出る**、メール：**1分以内に対応、返信(内勤の方は返信)**

※初回連絡は内勤の方がメイン対応

◆ 追客回数3回：翌日、3日後、5日後

◆ 定期的に**社内勉強会を開催**しており、メール返信率が高い人の文章を参考にする

※定型文を5パターン用意している

◆ **女性目線でのライティング**を意識している

初回メール

n-apaman1@h-nomura.com

差出人: n-apaman1@h-nomura.com
送信日時: 2023年7月4日火曜日 17:17
宛先: 'n-apaman1@h-nomura.com'
件名: ~お部屋情報①~

様

この度はお問い合わせいただきありがとうございます。

アパマンショップ函館店 細谷 和香菜 と申します。
こんにちは♪

お問い合わせのお部屋【物件名】ですが、201号室5月末の退去予定となっております。
ご見学する場合は退去後になりますますがまだ立ち合いのお日にちが確定していなかったため、
退去立ち合い日確定しましたら再度お知らせいたしますね！
お引越し希望の日にちはございましたか？

最短のご入居日が退去予定のため6月中旬～となっております。

お問い合わせのお部屋の情報と、
付近のアパートの情報を載せてみますのでお手すきの際にご確認の程よろしくお願いたします。

① (物件名)

インターネット無料でエアコン付きの築年数浅めのお部屋です♪
ペット飼育可のお部屋なのでアレルギーある場合は注意ですm(__)m
(URL)

② (物件名)

灯油ボイラーで光熱費抑え目です♪LDK19.2帖と広々したお部屋でした。
(お問い合わせ物件)と同じくらいの賃料で、築年数は18年となっておりますので新しめがいい
なあ・・という
場合はお問い合わせのお部屋の方がいよさそうでした☺
(URL)

③ 物件名

家賃48000円と抑え目でキレイなお部屋ですよ♪
和室がありますので、カーペット敷いたり工夫が必要かもしれません。

..URL

- ④ 物件名
お風呂が1坪タイプで広々しております♪
(URL)
- ⑤ 物件名
現在駐車場が1台のみで、リビングが8帖程と小さめなのですが、キレイ目のお部屋でしたので
載せてみました♪
(URL)

まだ好みをお聞きする前でしたが気に入っていただけると嬉しいです(*^_^*)
退去日程の件は再度お知らせいたしますね♪

ご希望やご質問など些細なことでも構いませんので気軽にお申しつけください。

ご返信やご連絡は 様のタイミングで大丈夫です。

何卒よろしくお願いたします。

---*---*---*---*---*---

〒041-0806

函館市美原3丁目2番13号 アパマンビル1階

アパマンショップ函館店 野村不動産函館 株式会社

TEL(0138)46-9300 FAX(0138)46-9311

担当 細谷 和香菜(ほそたに わかな) 直通080-5597-5037ショートメッセージ可

---*---*---*---*---*---

差出人: n-apaman1@h-nomura.com
送信日時: 2023年7月16日日曜日 16:00
宛先: 'n-apaman1@h-numura.com'
件名: FW: ~お部屋情報②~

様

先日はお問い合わせいただきありがとうございました。

アパマンショップ函館店 細谷です。

函館は最近暑いですが、曇り空ですね☁

お問い合わせのお部屋空室状況は変わらずでしたよ (* ^ ^ *)

その後他に気になるお部屋はございましたか？

(問い合わせ物件名)と同じ施工会社さんで1SLDKタイプのお部屋9月完成予定のお部屋がございましたのでお知らせでした。

まだ、(お客様名のお引越しの希望時期や、好みのエリアがわからなかったので
ご条件に合うかなあ？と思ったのですがお知らせしてみました♪

ご返信やご連絡はゆっくりでも気が向いたときでも大丈夫です。

夜はまだ冷えるので体調お気をつけてお過ごしください。

---*---*---*---*---*---

〒041-0806

函館市美原3丁目2番13号 アパマンビル1階

アパマンショップ函館店 野村不動産函館 株式会社

TEL (0138) 46-9300 FAX (0138) 46-9311

担当 細谷 和香菜 (ほそたに わかな) 080-5597-5037 (ショートメッセージ・LINE可)

---*---*---*---*---*---

成約率

講師紹介



**アパマンショップ函館店
店長
細谷 和香菜**

2014年	野村不動産函館(株) アパマンショップ函館店 賃貸営業として入社
2015年	個人売上2,300万円 仲介件数 190件 函館店主任就任 野村不動産賃貸事業部として始めて2,000万円を突破
2016年	個人売上2,600万円 仲介件数 210件
2017年	個人売上2,800万円 仲介件数 218件 函館店マネージャー就任
2018年	個人売上3,000万円 仲介件数 225件
2019年	個人売上3,100万円 仲介件数 232件
2020年	個人売上3,300万円 仲介件数 250件
2021年	個人売上4,060万円 仲介件数 300件 過去最高実績
2022年	個人売上3,500万円 仲介件数 260件
2023年	函館店店長就任

高い成約率を維持する秘訣

①ヒアリングで気を付けているポイントはどこですか

お部屋探し 作戦会議シート

年月日 () () () : () ()

お名前 男 生年月日
様 女 年月日(満 才)

ご連絡先 メールアドレス

ご住所

ご勤務先・学校名 ご契約は…個人 or 法人

お引越しのきっかけと入居希望日を教えてください★

Q1 きっかけ **Q2** ()時頃まで

入居希望日 月 日頃迄には引っ越したい 物件見学可能☆

Q3 今回のお部屋探して、気に入っているお部屋はありますか?

ある→物件名: **Q4** ご来店のおきっかけは…

なし ネットアパマンHP 不動産速合帳 SUUMO その他


情報誌不動産スタイル 不動産ガイド 新聞 その他

紹介友人・知人ビーターその他

その他CM 看板・ポスター 店頭看板 その他

希望エリア () ※又は下の地図にOをつけてください★

★お勤め先から ()Km(以内・以上)



北斗市エリア()

七飯町エリア()

これから住みたい理想のお部屋は… **入居予定** ()人(大人 人・子ども 人)

物件種別 アパート マンション 一戸建て住宅 店舗 事務所 駐車場

階数条件 1階 2階以上 こだわいなし

ペット飼育 有 (匹 / 種類) 無し

駐車場 有 (台分 / 車種) 無し

賃料 本当は()万円(共益費・駐車場込)までで探しているけど参考までにMAX()万円(共益費・駐車場込)まで紹介してほしい!!

間取 1人暮らしにオススメ キッチンとリビングが別々 リビング+洋室(or和室) リビング+キッチンが10帖以上の

ワンルーム 1K 1DK 1LDK

ファミリーにオススメ リビング+キッチン 10帖以上の 3つうちファミリーにオススメ リビング+キッチン 10帖以上の

2DK 2LDK 3DK 3LDK

その他の間取でお探しの方はこちらへご記入下さい▶ ()

設備

角部屋 全室洋室 和室有 フローリング バルコニー

ウォークインクローゼット エアコン バス・トイレ別

独立洗面台 室内洗濯機置場 ウォシュレット

IHコンロ ガスコンロ システムキッチン 独立キッチン

対面キッチン 都市ガス(同等料金・低料金LP) オール電化

灯油ポイラー 宅配ボックス 物置 モニター付インターホン

オートロック エレベーター

その他 希望設備など (店舗・事務所をお探しの場合は業種形態もご記入下さい。)

ご記入ありがとうございました。

電話・来店 媒体 担当

高い成約率を維持する秘訣

② 物件提案時のポイントを教えてください。

マンション | 賃貸

ルシエル美原

バス/トイレ別 | 室内洗濯機置場 | 駐車2台以上可 | 独立洗面台

近くて便利! 徒歩5分以内にある施設

コンビニ 5分

アバマンショップ 函館店

☎ 0138-46-9300

物件名	ルシエル美原	築年月	築20年(2003年4月)
賃料・費用	5万9,000円 (+管理費等 3,000円) <small>■なし ■5万9,000円(1ヶ月) □6万4,900円 保証金: なし / 敷引・償却金: なし</small>	主要採光面	南
所在地	北海道函館市美原3丁目32-17	所在階/建物の階建	1階(103) / 地上3階建
最寄駅	北海道函館市美原3丁目32-17	総戸数	9戸
間取・専有	2LDK (59.67㎡) L1階: LD11.5帖 K3帖 洋室6帖 洋室5.5帖	構造	鉄筋コンクリート(RC)造
駐車場	あり(無料) 駐車可能台数: 2台 <small>無料駐車場あり</small>	築約期間	2年間
住宅保険	1万8,000円(2年間)	取引態様	媒介
更新料/更新手数料	なし / なし	管理人	無
バリエーション	あり バリエーション南向き	入居可能時期	即時
その他費用	毎月の費用 2台目駐車場料: 3,000円 一時金 退去時清掃料: 3万3,000円	物件No	
設備・特徴	タイル貼リ 駐輪場 角部屋 日当たり良好 照明器具付 室内洗濯機置場 二重サッシ シューズボックス バス/トイレ別 湯水洗浄トイレ 独立洗面台 シャワー付洗面化粧台 カスコンロ コンロ2口 システムキッチン LPガス 灯油燃焼 24時間換気システム モニタ付インターホン インターネット利用料無料 ケーブルテレビ BSアンテナ 2人入居相談可(ルームシェア含む) 家賃保証会社利用可 灯油配管あり 灯油タンクあり 脱衣所(ユーティリティー) 独立キッチン 閑静な住宅街 ゴミ集積場 アバマンショップ函館店限定キャンペーン実施中 ブロードバンド回線(光ファイバー等の高速インターネット) 保証人不要 インターホン クッションフロア リフォーム・リノベーション物件 フローリング 3面採光 浴室乾燥機 浴室暖房 コンロ3口以上 シニア相談可 クローゼット		
備考	初回保証料: 賃料等総額の50%、月額手数料: 毎月880円(税込)、年間更新料: 10,000円 ※初期費用はカード払可可能です。 ※間取・設備は現状を維持します。 ※退去時に借主費用負担にてハウスクリーニング料がかかります。		

主な周辺施設

- | | |
|--------------------------------------|---|
| 1 北海道教育大学教育学部附属函館幼稚園 ... 約458m(徒歩6分) | 2 セブンイレブン函館美原3丁目店 ... 約333m(徒歩5分) |
| 3 医療法人亀田病院 ... 約455m(徒歩6分) | 4 かめっこ保育園 ... 約386m(徒歩5分) |
| 5 ビッグハウスアドマーニ ... 約556m(徒歩7分) | 6 セイコーマート函館美原店 ... 約958m(徒歩12分) |
| 7 サッポロドラッグストア-美原店 ... 約609m(徒歩8分) | 8 ベスト電器函館店 ... 約505m(徒歩7分) |
| 9 函館昭和郵便局 ... 約469m(徒歩6分) | 10 フレッシュネス(バーガー)函館昭和タウンプラザ店 ... 約597m(徒歩8分) |

学区

- | | |
|--------------------------------|-----------------------------|
| 1 函館市立北美原小学校 ... 約1.2km(徒歩15分) | 2 函館市立亀田中学校 ... 約522m(徒歩7分) |
|--------------------------------|-----------------------------|



北海道知事 消息(12) 第409号

アバマンショップ 函館店 [WEB面談可]

〒041-0806 北海道函館市美原3丁目2番13号アバマンビル 1F

TEL: 0138-46-9300
FAX: 0138-46-9311
営業時間: 9:00~18:00
定休日: 毎週 水曜

☎ 0138-46-9300

～函館市・北斗市・七飯町のお部屋探しはアバマンショップ函館店へ～
 ♪お部屋探しは♪アバマンショップ函館店 野村不動産函館株式会社へ!! ☆営業時間: 09:00~18:00☆
 ◆◆定休日【毎週水曜日】◆◆空港・駅までの送迎でのご案内はお気軽にお申し付けください(˘_˘)

加入団体 : (公社)北海道宅建物取引業協会、(一社)全国賃貸不動産管理業協会、(公社)日本賃貸住宅管理協会
 保証協会 : (公社)全国宅建物取引業保証協会
 公正取引協議会 : (一社)北海道不動産公正取引協議会

※掲載されている写真・図面と実況が相違する場合は、実況が優先されますので予めご了承ください。

高い成約率を維持する秘訣

③内見に向かう車内で気を付けているポイントを教えてください。

④内見時のポイント

成約単価

講師紹介



アパマンショップ函館店
営業
久保 鈴鹿

2021年 野村不動産函館(株) 管理課 入社

2022年 アパマンショップ函館店に賃貸営業として部署異動

2023年 自社物件、管理物件申込件数及び現在のところ年間売上が賃貸事業部でNo.1

成約単価向上施策

成約単価への意識

【平均賃料】

函館店取り扱い物件

平均賃料：約45,000円

繁忙期平均賃料：60,000～70,000万円

【顧客1人当たり成約単価】

AD除く：66,618円

AD含む：**143,900**円(賃料の約**3.2**倍)

【成約単価内訳】

仲介手数料 + 広告料(AD) + 付帯商品売上

成約単価向上施策

自分の強みと意識していること

① 管理部での経験

管理部での業務の中で、管理物件はある程度把握していたので営業に異動直後から管理物件は問題なく紹介できた。

② 前職での経験

アパレル業での接客の経験をもとに、お客様との距離感や営業としての立ち位置の把握に苦労しなかった。

③ お客様への想い

部屋探しだけでなく、入居者が入居するまでの過程にも触れたい。

申込みから契約、入居まですべてのフローでお手伝いをしたく引越し取次ぎなどは必ずお伝えする。

「弊社からの紹介でご依頼いただいた方が引越し費用が安くなります！」

ご入居されるお客様へ
～この度はご契約 誠にありがとうございます～

新生活にあわせて
お部屋の電気・ガス・水道などの
お手続き、ご案内に関しまして
新生活サポートセンターより
ご連絡させていただきます

ガス 電気 水道
インターネット ウォーターサーバー

アパマンショップ新生活サポートセンター
【通話無料】0120-957-191 【受付時間】10:00～20:00

成約単価向上施策

提案する物件の選定と付帯商品の提案

◆ 管理物件への誘導

基本的に管理物件を紹介。

案内時に条件を変えて物件の再提案をすることも多く、
管理物件の方が単価アップ(後述)も含めてオーナーに交渉がしやすい。

◆ 賃料の高い物件への誘導、オーナーへの交渉

インターネットやエアコンなどが設置されていない物件をあえて紹介

- ・似た条件で設備が設置済みの物件があればそちらを紹介。
- ・オーナーへ希望設備の導入提案をし、承諾を得られれば賃料を上げて申込に。
(例)エアコン無し物件にエアコン導入する場合：賃料**3,000~5,000円アップ**

◆ 付帯商品の紹介

引越し業者の紹介を100%実施しており、電気・インターネット・サーバー営業のコールセンターも基本的に入居者に受けていただいている。

引越し取次ぎ会社は3社提携しているが、**紹介料単価の高さよりもお客様満足度で取次ぎ会社は決定**している。

**皆様の会社で野村不動産函館様の
事例を取り入れるためには**



全管協総研

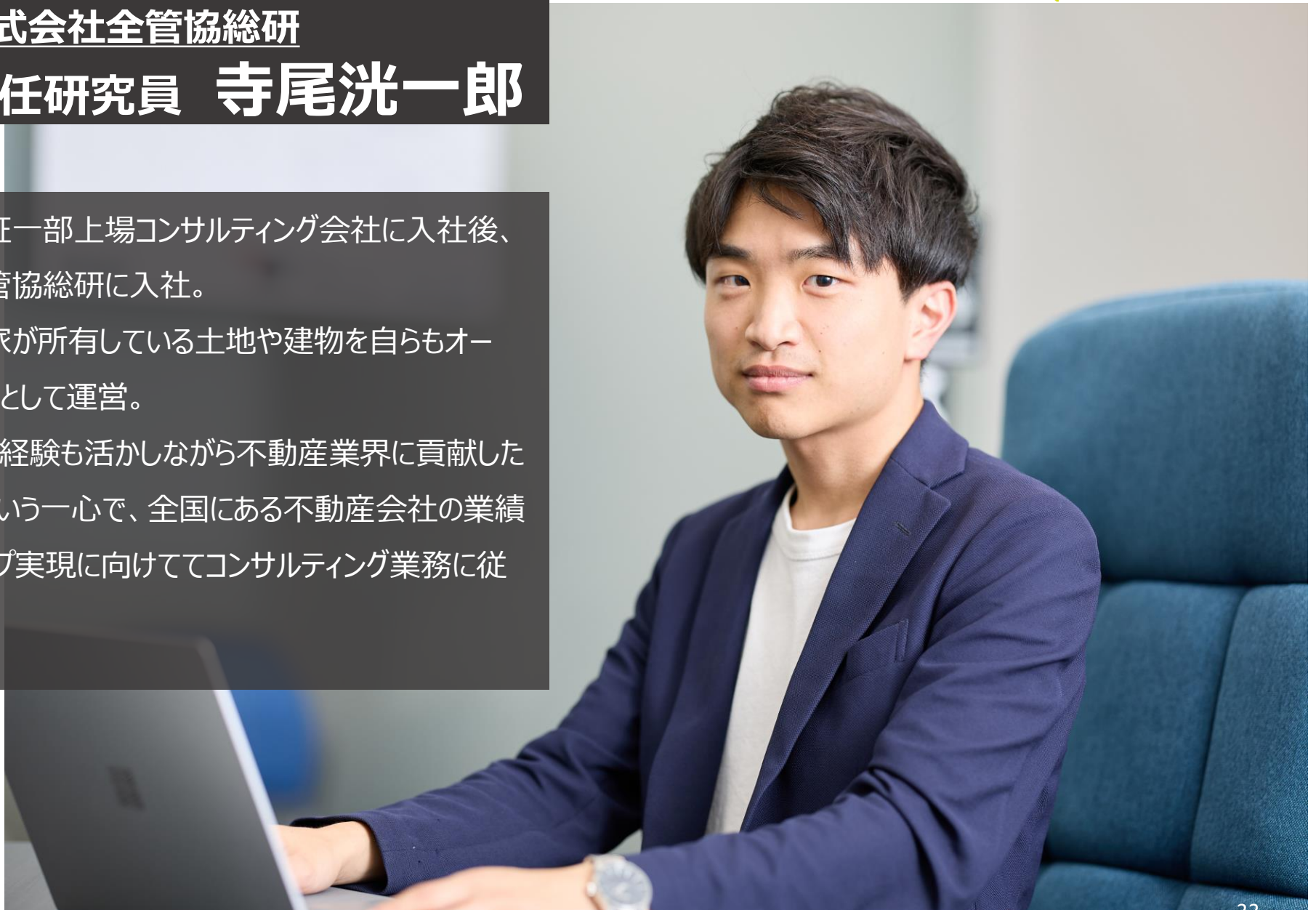
株式会社全管協総研

主任研究員 寺尾洸一郎

東証一部上場コンサルティング会社に入社後、
全管協総研に入社。

実家が所有している土地や建物を自らもオーナーとして運営。

その経験も活かしながら不動産業界に貢献したいという一心で、全国にある不動産会社の業績アップ実現に向けてコンサルティング業務に従事。



-Chapter1-

野村不動産函館様講座のポイント

売上の要素ごとに対策を立てている

売上

総来店数 × 成約率 × 単価

反響来店 + 飛込・紹介

申込率 × 契約率

仲介手数料 + 広告料 + 付帯手数料

反響240件/月
1人当たり80件/月

× 反響来店率80%以上 ×

店舗平均
成約率51%

平均賃料4.5万円
成約単価14万円

IT担当1.5名

営業3名

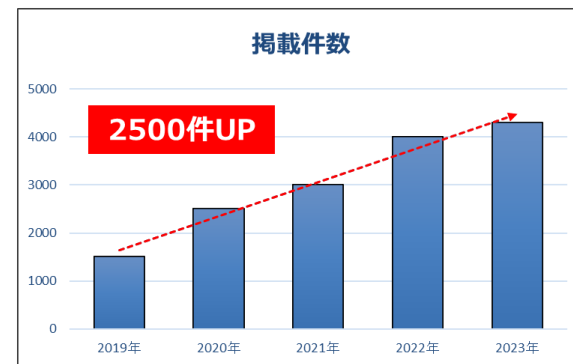
-Chapter2-
要素ごとの考え方

反響数—野村不動産函館様の場合—

掲載数

商圏内で**4,000**件掲載

- 管理物件 **10%**
- オーナー直物件 **40%**
- メーカー、他社管理物件 **50%**



掲載の質

名寄せ超え率**80~90%**

- ・写真撮影KPI
【営業：2件/日、外回り5件/日】
- ・写真の質の向上

掲載案内ビジュアルアップ

- 掲載案内ビジュアルアップ (掲載案内ビジュアルアップ) 4点
- 目的なエリア特 (目的なエリア特) 2点
- 物件バナー (物件バナー) 4点
- 物件詳細 (物件詳細) 5点
- ネット用キャッチ (ネット用キャッチ) 2点
- 写真 (写真) 25点

写真 25点
ネット用キャッチ 2点
物件詳細 5点
物件バナー 4点
目的なエリア特 2点
掲載案内ビジュアルアップ 4点

写真 25点 + ネット用キャッチ 2点 + 物件詳細 5点 + 物件バナー 4点 + 目的なエリア特 2点 + 掲載案内ビジュアルアップ 4点 = 最高 52点

他社の掲載との差別化

- ・自動取り込み物件には「パノラマ+動画」オプション
- ・取り込みできない物件は「直打ち」で登録

反響数

掲載数のKPI設定

① 空室物件数で設定

商圏内物件におけるシェアを基準に目標値を設定する。

10,000民営借家、入居率80% → 空室2,000室の場合

ランチエスターによるシェア理論

シェア	名称	状態	参考取扱い空室数
73.9%	独占シェア	競合がない独占状態、もしくは競合が少数しか存在しない寡占化状態の時のシェア	1,478室
41.7%	安定シェア	地域内に競合と呼べるレベルが存在しなくなるシェア	834室
26.1%	優位シェア	〇〇ならあのお店（企業）が一番と認識されるシェア	522室
19.3%	上位シェア	〇〇ならあのお店（企業）と言われるようになるシェア	386室
10.9%	影響シェア	エリアで二番目、人気店と呼ばれるシェア	218室
6.8%	存在シェア	自社の人気や活動が他社に影響を与えるようになるシェア	136室
2.8%	生存シェア	自社の存在が認識されており、購入の際に候補に挙がってくるシェア	56室

反響数

掲載数のKPI設定

② 商圏内他社との比較で設定

商圏内の他社の掲載物件数をもとに自社の目標数を設定

商圏内で上位の掲載数を目標とする

順位	店舗名	掲載件数	全体の件数に対する割合
1	他社	338件	15.4%
2		288件	13.1%
3		265件	12.1%
4		234件	10.7%
5		234件	10.7%
6		151件	6.9%
7		124件	5.7%
8		112件	5.1%
9		81件	3.7%
10		72件	3.3%
11		68件	3.1%
12		51件	2.3%
13		30件	1.4%
14		30件	1.4%
15		29件	1.3%
16	自社	25件	1.1%
17	他社	13件	0.6%
18		7件	0.3%
19		5件	0.2%
20		4件	0.2%
その他	16店舗	31件	1.4%
合計件数		2,192件	100%

反響数

掲載数、質の確保

○流通物件の掲載

流通物件の取り込みは他社も当たり前に行っている場合が多い

取り込みだけではなく、“差別化”が必要

- ・反響は無かったが閲覧数が多い物件
- ・反響や閲覧数は少ないが、決めたい物件

⇒写真やコメントの見直し、「パノラマ・動画」オプションの付与

○一般物件の獲得

自主管理オーナー・過去客付けオーナーへの**媒介獲得営業**

- ①物件のリスト化
- ②物件のランク付け
- ③訪問or電話による媒介営業

<野村不動産函館様の場合>

実施策

- ◆ 自主管理オーナーへの媒介営業
 - ◆ 電話→訪問で媒介獲得
 - ◆ 過去に客付けしたオーナーや他のオーナーへ挨拶周りを継続
- ※5.6人の営業スタッフで実施

反響来店率

反響来店率KPI

-野村不動産函館様の実績-

反響来店率 80%

→電話反響来店率90% メール反響来店率60%

-一般的なKPI-

反響来店率 50%

→電話反響来店率70% メール反響来店率40%

反響来店率

対策

-野村不動産函館様の場合-

○反響時の即時対応の徹底

電話 : **5秒**で出る

メール : **1分以内**に対応、返信(内勤の方は返信)

○追客の徹底

追客回数**3回** : 翌日、3日後、5日後

反響来店率

対策

-メールテンプレの活用-

○テンプレは複数作成する
“反響時”、“追客用①”など用途ごとに作成しておく

○導線は複数用意
“LINEで返信”“内見予約フォーム”
メールでの返信よりもSNSやフォームの方が返事をもらいやすい

この度は弊社HPより弊社取り扱い物件にお問い合わせいただきましてありがとうございます。
【██████████店】の██████と申します。

お問い合わせいただきました下記物件 **ご紹介可能** です！

■お問い合わせ物件
 物件名：██████████
 交通：西武池袋線 ████████駅
 間取り：2K
 詳細：<https://www.██████████/>

是非一度ご紹介できればと思いますので
ご都合が宜しければお部屋探しにお越しください！
 ご希望の日をごちらのメールに直接返信いただくか
 下記ご予約フォームよりお知らせ下さいませ。

◆かんたん来店予約フォーム◆
[内見・来店予約](#)

◆LINEでのお問い合わせ・ご連絡も可能です◆
[LINEで返信](#)

当社グループは██████████おりますので
 このあたりの物件であれば他社さん掲載の物件も一緒にご紹介可能です！
 他業者さんがインターネット掲載されている物件で
 気になるお部屋がありましたらURL等お送り下さい。
 まとめてご紹介させていただきます。
 それではご連絡をお待ちしております！

反響来店数を増やすために

掲載数

- 掲載数のKPIを設定する
- 流通物件、一般物件の掲載数をいかに増やすか

順位	店舗名	掲載件数	全体の件数に対する割合
1	他社	338件	15.4%
2		285件	12.1%
3		265件	11.7%
4		234件	10.7%
5		151件	6.9%
6		124件	5.7%
7		112件	5.1%
8		81件	3.7%
9		72件	3.3%
10		67件	3.1%
11	51件	2.3%	
12	30件	1.4%	
13	30件	1.4%	
14	29件	1.3%	
15	29件	1.3%	
16	13件	0.6%	
17	7件	0.3%	
18	5件	0.2%	
19	4件	0.2%	
20	3件	0.1%	
その他	16店舗	2,192件	100%

掲載の質

- まずは名寄せ対策！名寄せ超え率90%以上！
- 他社の掲載との差別化

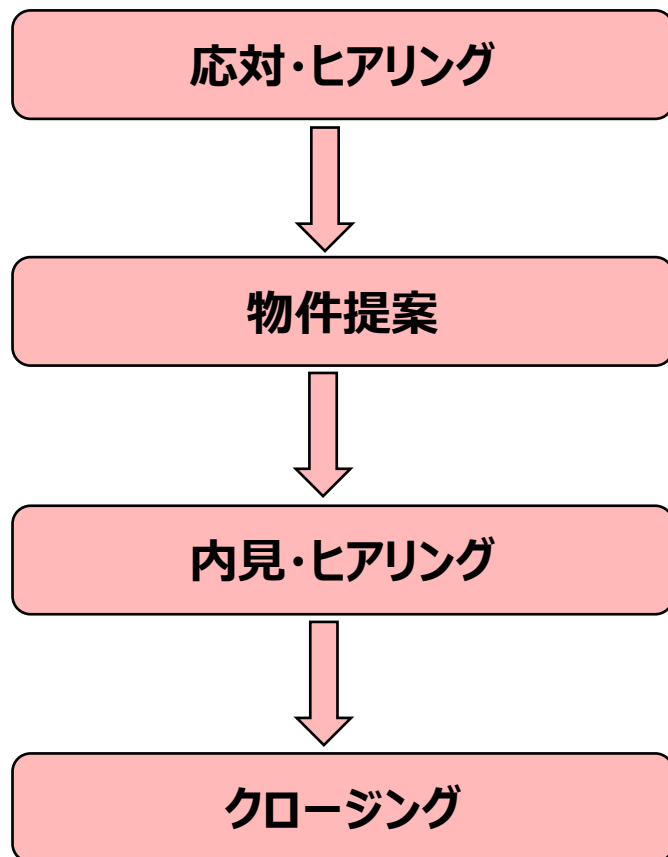
業種別	業態別	2020年												
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
不動産	住宅	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
	商業	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
流通	食品	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
	ファッション	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800
その他	サービス	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
	教育	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

反響来店率

- 反響対応は“返事の速さ”と“いかに返事がもらえるか”
返事スピードの徹底。LINEやフォームなど、導入先を増やす。

成約率

来店からクロージングまでの流れ



成約率が悪い場合、どこに原因があるのか
要素ごとに確認する

- ① チーム接客
- ② 社内ロープレ
- ③ 接客マニュアルの活用



単価

成約単価 = 仲介手数料 + 広告料 + 付帯商品

増額は難しい

営業次第！

○ 1成約当たり付帯商品粗利目標：10,000円

繁忙期、月間仲介件数40件の場合の付帯商品粗利

項目		参考粗利単価(円)	付帯率	繁忙期3ヶ月間の粗利合計(円)	
取次商品	24時間サポート	600	100%	$600 \times (40 + 80 + 120) \times 100\%$	144,000
	NHK 取次	3,000	20%	$3,000 \times 120 \times 20\%$	72,000
	インターネット 取次	5,000	40%	$5,000 \times 120 \times 40\%$	240,000
	引越 取次	5,000	50%	$5,000 \times 120 \times 50\%$	300,000
付帯商品	SAT119	3,000	20%	$3,000 \times 120 \times 20\%$	72,000
	抗菌・消臭	8,000	50%	$8,000 \times 120 \times 50\%$	480,000
	浄水器	688	20%	$688 \times (40 + 80 + 120) \times 20\%$	33,024
				3ヶ月合計	1,341,024
				1ヶ月合計	447,008
				1成約当たり	11,175

各社で進めていただくにあたって

掲載物件数

一般物件の仕入はどう進める？

掲載の質

現状の名寄せ率は？効果的な名寄せ対策は？
他社の掲載はどうなっているのか？

反響来店率

メール反響来店率どうあげる？
現状の自社の文章はいい？
他社はどのような対応をしている？

接客対応

自社の接客レベルは？

ロープレの実施

他社はどのようにロープレしているの？

付帯商品

簡単に始められる商品は？
他社ではどのように取得率を
高めているの？

各社で進めていただくにあたって

総研サービスをご活用ください！

- ・ 他社の掲載状況(掲載数、名寄せ越え率など)
- ・ 覆面調査(メール対応、接客)※有料

競合サイト名	掲載数	名寄せ越え率
1	123	61.2%
2	45	22.5%
3	78	47.4%
4	90	50.0%
5	110	55.0%
6	130	65.0%
7	150	75.0%
8	170	85.0%
9	190	95.0%
10	210	100.0%
11	230	115.0%
12	250	125.0%
13	270	135.0%
14	290	145.0%
15	310	155.0%
16	330	165.0%
17	350	175.0%
18	370	185.0%
19	390	195.0%
20	410	205.0%
21	430	215.0%
22	450	225.0%
23	470	235.0%
24	490	245.0%
25	510	255.0%
26	530	265.0%
27	550	275.0%
28	570	285.0%
29	590	295.0%
30	610	305.0%
31	630	315.0%
32	650	325.0%
33	670	335.0%
34	690	345.0%
35	710	355.0%
36	730	365.0%
37	750	375.0%
38	770	385.0%
39	790	395.0%
40	810	405.0%
41	830	415.0%
42	850	425.0%
43	870	435.0%
44	890	445.0%
45	910	455.0%
46	930	465.0%
47	950	475.0%
48	970	485.0%
49	990	495.0%
50	1010	505.0%
51	1030	515.0%
52	1050	525.0%
53	1070	535.0%
54	1090	545.0%
55	1110	555.0%
56	1130	565.0%
57	1150	575.0%
58	1170	585.0%
59	1190	595.0%
60	1210	605.0%
61	1230	615.0%
62	1250	625.0%
63	1270	635.0%
64	1290	645.0%
65	1310	655.0%
66	1330	665.0%
67	1350	675.0%
68	1370	685.0%
69	1390	695.0%
70	1410	705.0%
71	1430	715.0%
72	1450	725.0%
73	1470	735.0%
74	1490	745.0%
75	1510	755.0%
76	1530	765.0%
77	1550	775.0%
78	1570	785.0%
79	1590	795.0%
80	1610	805.0%
81	1630	815.0%
82	1650	825.0%
83	1670	835.0%
84	1690	845.0%
85	1710	855.0%
86	1730	865.0%
87	1750	875.0%
88	1770	885.0%
89	1790	895.0%
90	1810	905.0%
91	1830	915.0%
92	1850	925.0%
93	1870	935.0%
94	1890	945.0%
95	1910	955.0%
96	1930	965.0%
97	1950	975.0%
98	1970	985.0%
99	1990	995.0%
100	2010	100.0%

- ・ 無料経営相談会
 実際に取り組みを進めるにあたって、
 あらゆるご相談をお受けいたします。
 アンケートフォームからお申込ください。

反響数
 反響来店率
 成約率
 単価
 システム活用
 組織体制

年間業務時間30%削減を 実現した弊社の 考え方と業務効率化

ランド・ジャパン有限会社

2023年8月18日（金）

本日の内容

● 01

**従業員と会社の利益を考えた
1人あたり業務時間と
高労働生産性の確保**

代表取締役 橋本 真一

● 02

**実際に現場で行った業務改革の
事例大公開！**

管理部統括主任 青野 祐貴

1

従業員と会社の利益を考えた
1人あたり業務時間
高労働生産性の確保

自己紹介

ピタットハウス郡山店・郡山富田店

不動産鑑定士・宅地建物取引士 他

代表取締役 橋本 真一

福島県郡山市出身

高校から上京し、明治大学法学部卒後

大手デベロッパーでの勤務を経て

1992年にランド・ジャパン有限会社を設立

令和4年で創立30年を迎える



不動産鑑定士・宅地建物取引士・賃貸不動産経営管理士・相続支援コンサルタントの資格を有し、郡山市内2店舗で不動産資産運用のプロとして投資家として不動産全般をコンサルティングさせて頂いております

【趣味】

スキューバダイビング

ツーリング・音楽鑑賞（演歌・ジャズ）



1-1 会社概要

1-2 会社として目指す姿

1-3 付加価値労働生産性と業務時間

1-4 お伝えしたいこと

1-1 会社概要

社名	ランド・ジャパン有限会社
代表取締役	橋本 真一
創業	1992年(平成4年)
従業員数	18名 (内パート3名)
管理戸数	1,937戸
事業部	リーシング部・管理部・ PM事業部・売買部・営繕部
店舗	ピタットハウス 郡山店 ピタットハウス 郡山富田店

ピタットハウス
最優秀店舗賞も2回受賞！
(2018年、2021年)



郡山店

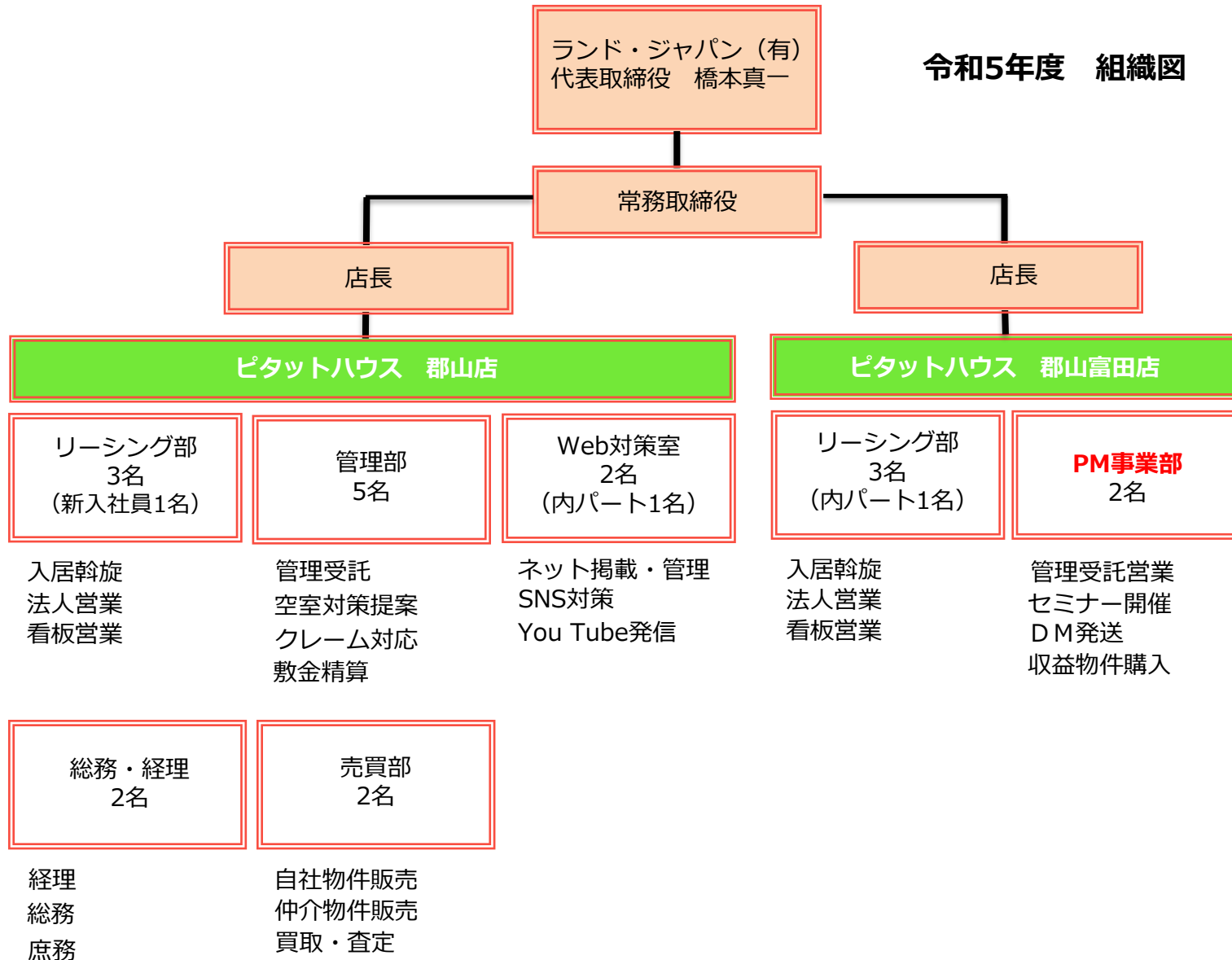


郡山富田店



1-1 会社概要

令和5年度 組織図



1-2 会社として目指す姿

Land Japan's MVV

ランド・ジャパンが目指す姿

Company mission

人が、心が、すべて。

Company vision

幸せな住まいを提供し続け、
地域で1番必要とされる存在を目指す

ランド・ジャパンは福島県郡山市を拠点に
不動産事業を通じて地域の方々の笑顔を生み出し続けます
『その笑顔のために、夢中になろう。』

**地域の信頼度No.1 従業員満足度No.1
の会社となることを目指す！**

1-2 会社として目指す姿



他業界からも来たいと思われる会社に！

(例)郡山店仲介リーダー Sさん

私がランド・ジャパンを選んだ理由は「職場の雰囲気」です。
当時業種にこだわりは無く、「長く勤められる環境」を
主軸に転職活動をしておりました。
内定後、職場見学を希望したところ快く承諾いただき、入社後のギャップ
も最低限に抑えられたように考えております。
また、YouTube・インスタなどのSNSを見て入社前に雰囲気を知ることが
でき、応募するきっかけになりました。

今後はこのような人材も増やしていきたい！

1-2 会社として目指す姿



社員定着率を維持しながら、利益も確保する！

【社員定着3ポイント】

1. 新入社員を怒らない（3年程度まで）
 2. 社員は会社として全面的に守る
 3. 楽しく仕事をさせる
- ※社員は強要されても給料が高くて働いてくれない。
仕事に遊びをいれる。

【私が考える社長の役割】

- ・利益が出る仕組みを作る（数字に強く・目標設定・人材育成）
- ・社長が責任を取る（権限委譲と決断）
- ・しっかり報酬をだす（しっかり稼ぐ体制づくり・信頼を築く）
- ・小さくてもいいので未来の夢を語り続ける（ぶれないビジョンを持つ）

1-2 会社として目指す姿



未来を社員に提示する

項目	現在	中長期
役員登用	1名	3名
社員数	18名(20代41%)	30名
平均年齢	34歳	34歳
宅建保有率	83%	80%以上
平均年収(役員除く)	528万円	600万円(上場会社平均)
年間休日	112日	150日(週休3日)
月残業時間	20時間+α	無し(0時間)
永年勤続表彰制度	10年50万 / 20年100万	継続
付加価値労働生産性/人	21,778,275円	30,000,000円
付加価値労働生産性/時間	9,619円	17,442円
自己資本当期純利益率(ROE)	17.7%	20.0%
労働分配率	35.5%	40.0%
自己資本比率	32.0%	50.0%
グループ社有世帯	721世帯	1,000世帯
管理戸数	1,937世帯(シェア4.3%)	5,000世帯(シェア10.8%)
入居率	96.1%	98%

“会社として目指す姿”を共通認識に！

1-2 会社として目指す姿



特に意識している数字

付加価値労働生産性

付加価値(円)

従業員数(人)

不動産業界ならではの
古い体質にこだわらず
生産性を上げて
給料水準をあげる!

1人当たり業務時間

- ・年間出勤日数
- ・残業時間

ワークライフバランス
を重視し
社員のしあわせを実現!

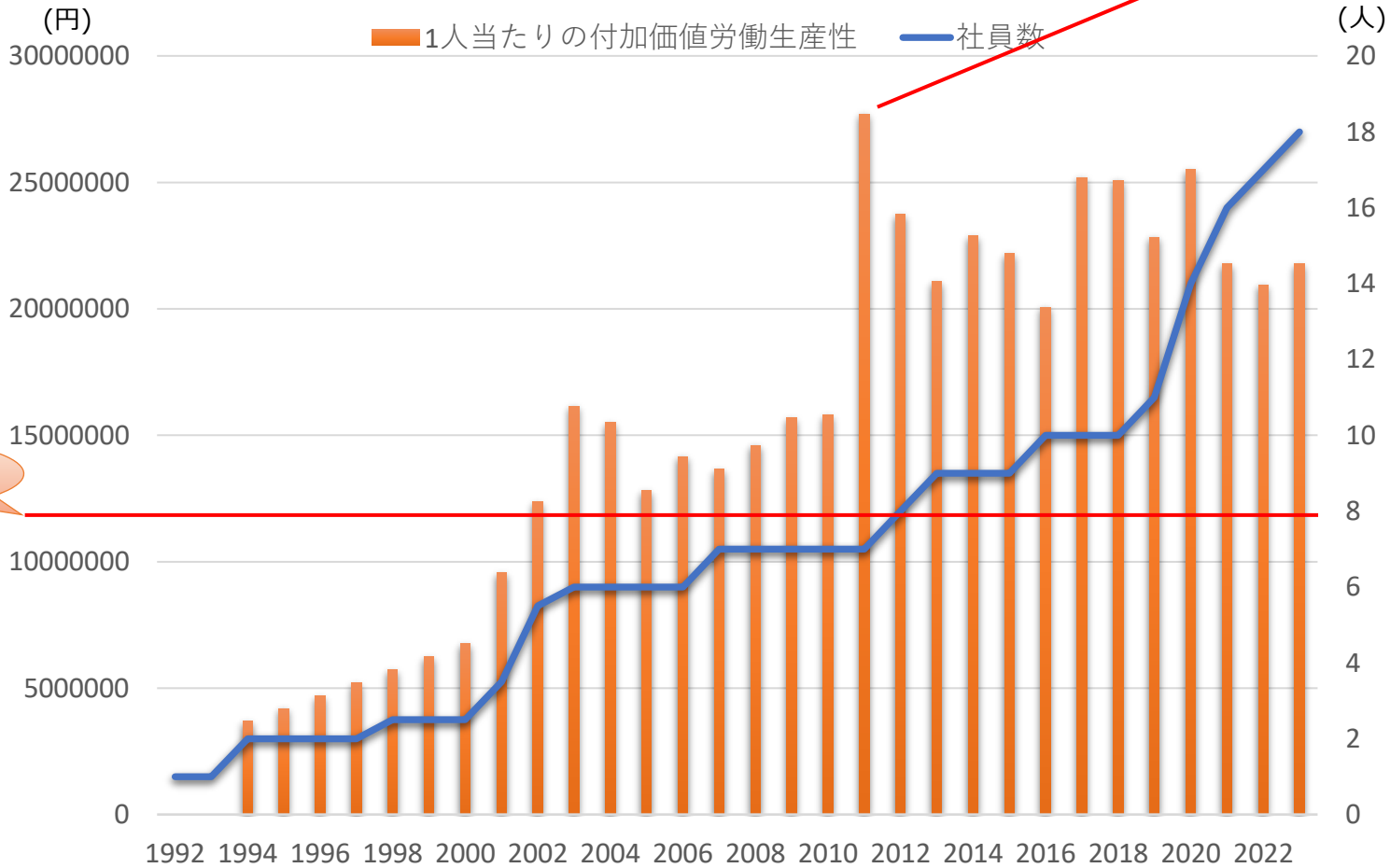
付加価値(加算法) =
経常利益 + 人件費 + 賃借料 + 減価償却費 + 金融費用 + 租税公課

1-3 付加価値労働生産性と業務時間

付加価値労働生産性の推移

2011年 東日本大震災

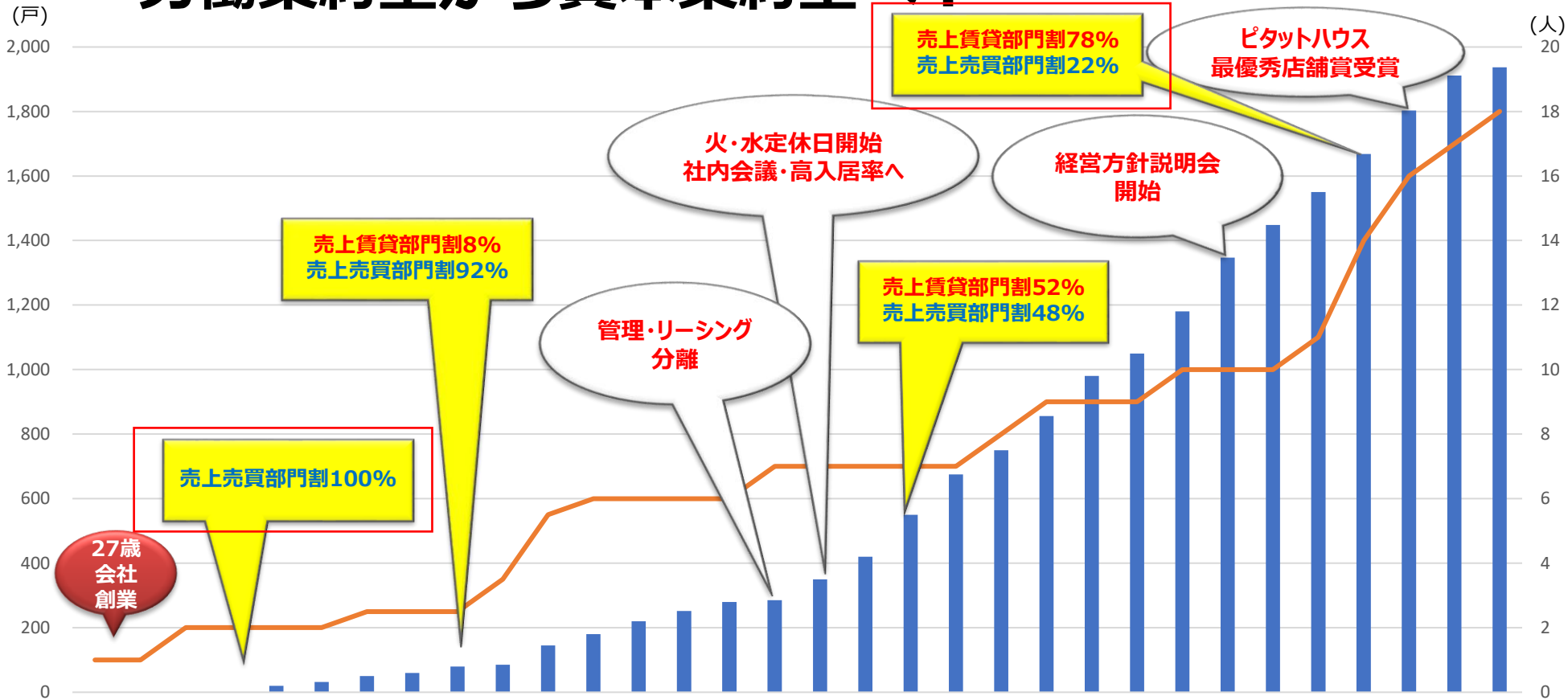
業界平均



労働生産性2,000万超えを継続！

1-3 付加価値労働生産性と業務時間

労働集約型から資本集約型へ！



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
管理戸数	0	0	0	0	20	32	50	60	80	85	145	180	220	252	280	285	350	420	550	675	750	856	980	1,050	1,180	1,347	1,448	1,550	1,668	1,803	1,911	1,937
社員数	1	1	2	2	2	2	2.5	2.5	2.5	3.5	5.5	6	6	6	6	7	7	7	7	7	8	9	9	9	10	10	10	11	14	16	17	18
宅建保有率	100%	100%	50%	50%	50%	50%	40%	40%	40%	57%	36%	50%	67%	67%	67%	57%	57%	57%	57%	57%	63%	56%	56%	56%	60%	70%	70%	73%	71%	69%	81%	83%

利益安定に向けて、売買から賃貸にシフト

1-3 付加価値労働生産性と業務時間

生産性を上げるだけでなく、働き方も変える！

1人当たり業務時間の推移

	2018年(5年前)	2023年(現在)
年間休日	87日 (週休1.6日)	112日 (週休2.1日)
残業時間/日	平均4時間 (勤務時間： 8:30-21:20)	平均45分 (勤務時間： 8:45-18:30) <small>※固定残業代20時間分/月 支給</small>



年間業務時間で**33.6%**削減!!

1-3 付加価値労働生産性と業務時間

生産性と業務時間を意識して取り組んだこと

	2018	2019	2020	2021	2022
生産性向上	<ul style="list-style-type: none"> ・リーシング強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・WEB対策室新設 ・従業員1人あたりの労働生産性の向上を目指す 	<ul style="list-style-type: none"> ・ゼロ賃貸開始 ・人事評価開始(年功序列型から能力給へ) 	<ul style="list-style-type: none"> ・PM事業部(オーナー営業部)新設 ・表彰式(士気の上昇) 	<ul style="list-style-type: none"> ・付帯商品取り扱い開始
業務時間の短縮	<ul style="list-style-type: none"> ・業務改革、働き方改革を意識 	<ul style="list-style-type: none"> ・コールセンター活用 ・解約受付、退去立ち合い ・更新の自動化 	<ul style="list-style-type: none"> ・WEB接客 ・送金明細のデータ送付 	<ul style="list-style-type: none"> ・イタジ活用 ・セルフ案内 ・賃貸革命ver10導入 	<ul style="list-style-type: none"> ・RPA導入の検討
その他戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・他業者様のベンチマーク参加 	<ul style="list-style-type: none"> ・ゼロリノベ開始 	<ul style="list-style-type: none"> ・MEO対策 ・SNS配信開始(YouTube/insta/FB/twitter) ・競合調査 ・採用サイト制作 	<ul style="list-style-type: none"> ・経営方針説明会キックオフ ・全社員社長面談 ・採用サイトの有料広告 	<ul style="list-style-type: none"> ・残業を申請型に ・Salesforce導入 ・LINEの活用(社内・社外)

1-4 お伝えしたいこと

ランド・ジャパンの利益の出る仕組み

ビジョンの共有 PMVV

未来へ…
管理拡大
資産拡大

信頼の
地域No.1

高入居率の
DX効率化

事業計画
(部門別)
PDCA

業務効率
自動化

強みを知る

利益の柱

働き方改革

表彰
スタッフへ感謝

従業員
満足度No.1

KGI
KPI

中長期計画
事業戦略
人財戦略
DX戦略

～会社の存在意義・使命～

1-4 お伝えしたいこと

この後、詳しい取り組みを話しますが...
「うちだから出来た！」 わけではない。

○成功している他社へのベンチマーク、情報収集

経営陣だけではなく、現場担当者も一緒にベンチマーク
 現場にしっかり落とし込むには、現場に見てもらう必要
 がある










○自社でのチャレンジ「まずはやってみる」

(この後、青野の発表にもありますが)
 成功ばかりではない、試行錯誤の繰り返し

1-4 お伝えしたいこと

ピタットハウス郡山店 SNS QRコード一覧

<p>SNS ホームページ</p>	 Instagram	 facebook	 twitter	 YouTube	
<p>QR コード</p>					<p>郡山店 採用サイト</p> 

チャンネル登録、フォロー、 いいね！ 宜しくお願いします！！



2

実際に現場で行った業務改革の
事例大公開！

自己紹介

ピタットハウス郡山店

宅地建物取引士・賃貸不動産経営管理士・2級自動車整備士
管理部 統括主任 青野 祐貴

福島県郡山市出身

帝京安積高等学校卒

1985年3月生まれ 38歳

2級自動車整備士から不動産業へ転身し12年

【趣味】

ロードバイク・ソロキャンプ



2-1 サービスリクエスト対応
(コールセンター活用)

2-2 解約・退去立ち合い

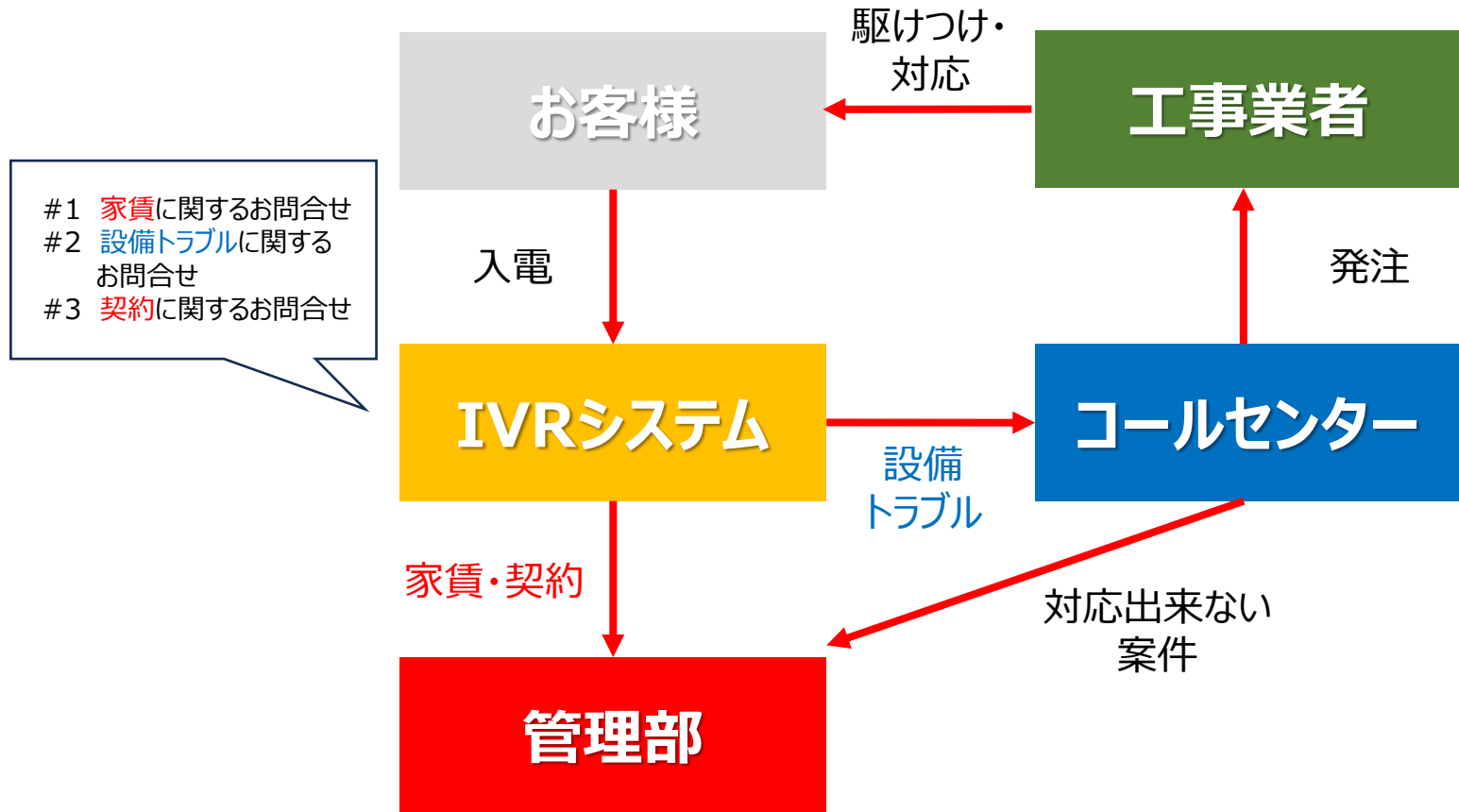
2-3 更新業務

2-4 送金明細

2-1 サービスリクエスト対応

突発的に発生する入居者からの「サービスリクエスト」対応は、**社員で対応しない**⇒コールセンター・工事業者へアウトソーシング

サービスリクエストフロー図



2-1 サービスリクエスト対応

導入時の目標

月間入電数を管理物件数の**5%**に抑える

例) 管理物件が1,500戸の場合、 $1,500\text{戸} \times 5\% = 75\text{件}$

導入時のポイント

- ① ツリー電話を導入し、社内入電本数の削減
- ② 専門業者への委託マニュアルを作成し対応品質の向上
- ③ オーナーへの一定額内修繕の事前承諾を得る
(30,000円以内)

2-1 サービスリクエスト対応

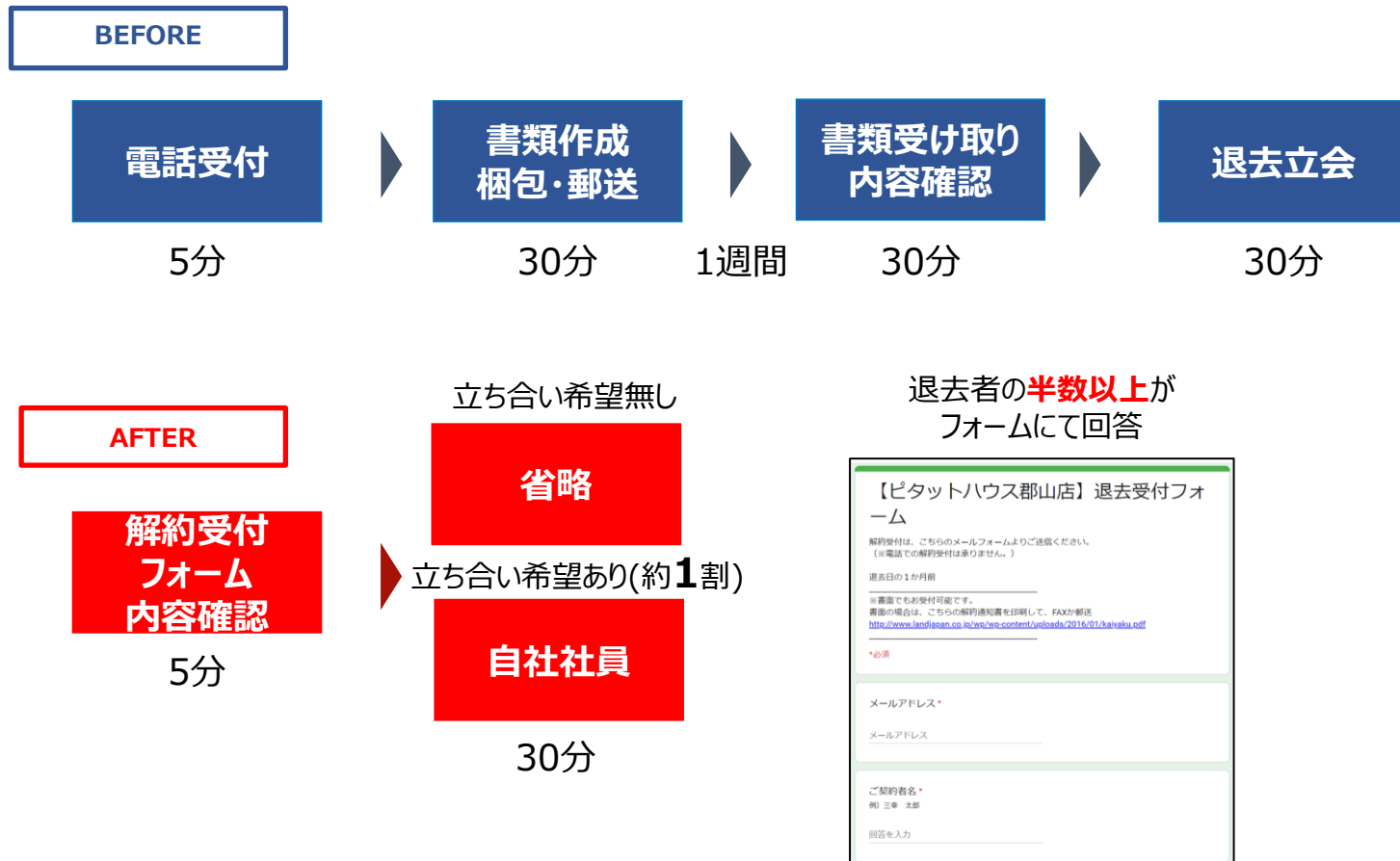
苦戦したポイント

- ① ツリー電話導入企業が周辺に少なかったこともあり、オーナーから「電話がわかりにくい」との声があった。
→ **IVRシステムの分岐ルートの改善や、通電時に押す番号の通知**
- ② 業者への説明と理解を得るのに時間がかかった。
コールセンター指定業者よりも、自社と付き合いのある修繕業者への発注を優先したかった。
→ **時間をかけて修繕業者への説明**
- ③ オーナーへの承諾にも時間がかかった。
「確認しなければ、勝手に修繕の金額があげられるのでは」というオーナーの声も多く、最初は事後承諾は1万円以内であった。
しかし、**1万円以上の工事(水回りの修繕)が多く、効率化が図れなかったため、3万円に進めた。**

2-2 解約・退去立ち合い

解約受付時の確認にかかる時間や、立ち合いのための人員・日程調整を簡略化⇒WEB受付・工事業者へアウトソーシング

フロー図



2-2 解約・退去立ち合い

導入時の目標

解約対応の手間・時間を無くす
工事完了までの時間を短縮する

導入時のポイント

- ① 解約受付のWEB化、窓口の一本化
- ② 立ち合いする物件の明確化(入居者属性や居住年数など)
→ 普段の電話対応や内容でも判断

苦戦したポイント

- ① 立ち合いなしの場合でも、鍵の返却の手間がかかってしまう
→ 鍵返却ボックスの設置

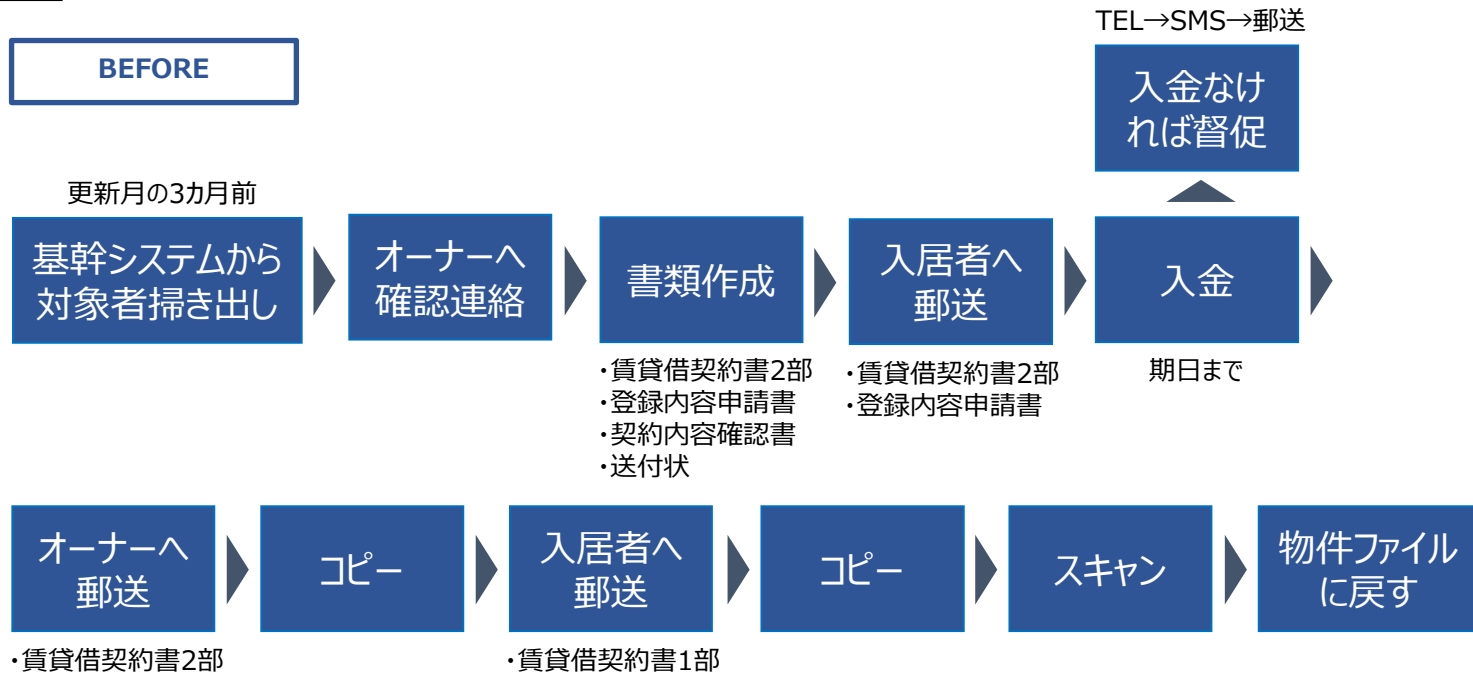


- ② 事後トラブルを避けるために、電話でのヒアリングをする

2-3 更新業務

書類作成や返送確認、更新事務手数料の督促に時間がかかっている
⇒更新業務自体を大きく簡略化

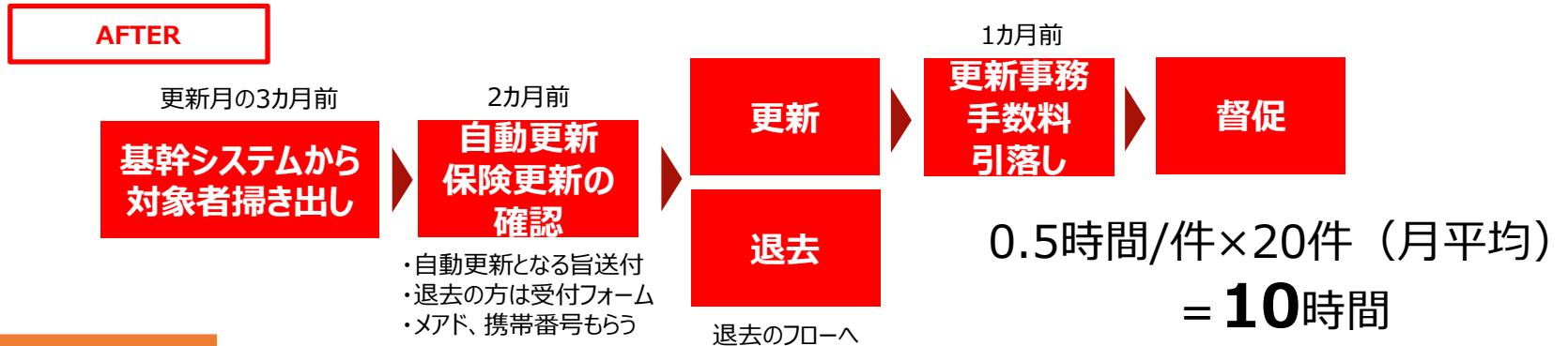
フロー図



1.5時間/件×20件（月平均）
= **30**時間

2-3 更新業務

フロー図



導入時のポイント

- ① 更新時の書類の取り交わしを無くし、自動更新に変更する
→ 書類回収・内容確認の手間を無くす
- ② オーナー様へ更新契約についてご案内
- ③ 振込から引落しに変更(収納代行会社活用)
→ 家賃と合わせた引落しで新規手数料がかからないように
- ④ 火災保険更新業務との連動

2-3 更新業務

苦戦したポイント

- 入居者から「今月の引落日料が多い」という問合せが少し発生した

※うまくいった理由※

- ・元々の入居者で、振込のお客様が少なかった
→更新料の引落日への変更がスムーズに出来た

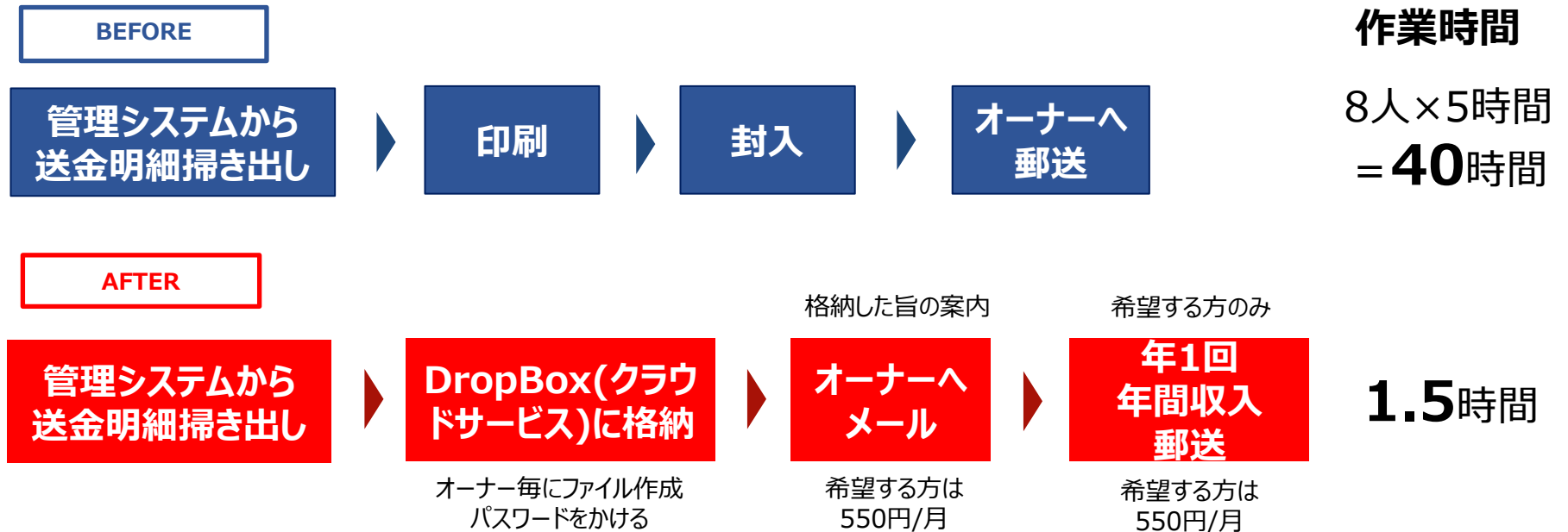
今後進めたいこと

- 完全ペーパーレス化！
入居者への通知方法をメール or SMSに変更し、書類作成自体を無しに！

2-4 送金明細

印刷・郵送コストがかかっている、オーナーの保存方法にリスクあり
⇒紙ではなくデータで通知

フロー図



毎月の郵送にかかっていたコストを大幅削減！
(参考) DropBox利用料：6,600円(3アカウント)

2-4 送金明細

苦戦した・しているポイント

- ① オーナーの理解がかなり難しかった。
→ **オーナー訪問時には必須でお話した。**
**次の代の方を繋いでいただくなどの対応をし、
3カ月で8割越えのオーナーから承諾を得た。**
- ② オーナーから、データの見方などの問合せがあった。
→ **直接ご説明する対応も多かったが、訪問するいい機会になった。**
- ③ URLやパスワードを毎回送付していないので、問合せがたまにくる。

今後進めたいこと

- **毎月の送金明細の格納をRPAにて代行！
送金明細のPDF化からDropBoxへの格納までをRPAにて自動で
出来るようにしたい！**

ご清聴ありがとうございました！

Landjapan

皆様の会社でランド・ジャパン様の 事例を取り入れるためには



全管協総研

-Chapter1-

ランド・ジャパン様講座のポイント

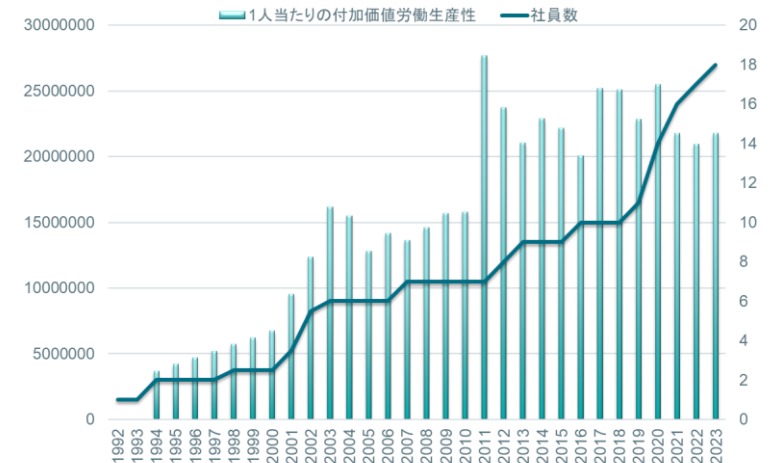
“生産性を意識”した業務改善

付加価値労働生産性

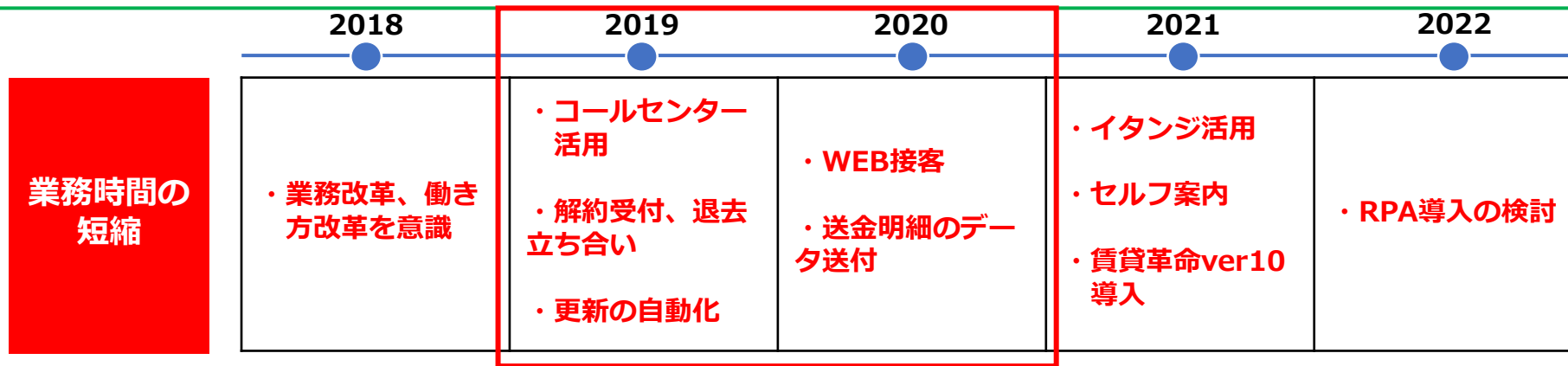
- ・ 付加価値(加算法) = 経常利益 + 人件費 + 賃借料 + 減価償却費 + 金融費用 + 租税公課
- ・ 付加価値労働生産性 = 付加価値 / 従業員数

直近10年間で**2,500万円**前後を推移

- ・ 従業員数が増えても大きく生産性を落とさない
- ・ 将来的に3,000万円を目指している



業務改善の順番



業務改善の順番



時間のかかっていた業務、効率化しやすい業務から効率化を進める

“業務改善”を重ねることで、大きな業務改善につなげる

$$1.2 \times 1.2 \times 1.2 \times 1.2 \doteq 2$$

1つの取組みで大きく効率化したわけではない。
小さな改善の掛け算が大きな改善を生む。

(ランドジャパン様の例)

クレーム対応

解約受付
退去立ち合い

更新業務

送金明細作成

業務効率 1.2 倍 × 1.2 倍 × 1.2 倍 × 1.2 倍 \doteq 2 倍

POINT

一度にすべての業務が効率化できる術はない。
業務ごとに効率化ができれば、大きな効率化に。
手段はDX導入ではなく、アウトソーシング(外注)やパート雇用でも良い。

-Chapter2-

効率化を進める上でのポイント

生産性を上げるために

当たり前ですが改めて…

生産性を上げるためには



売上

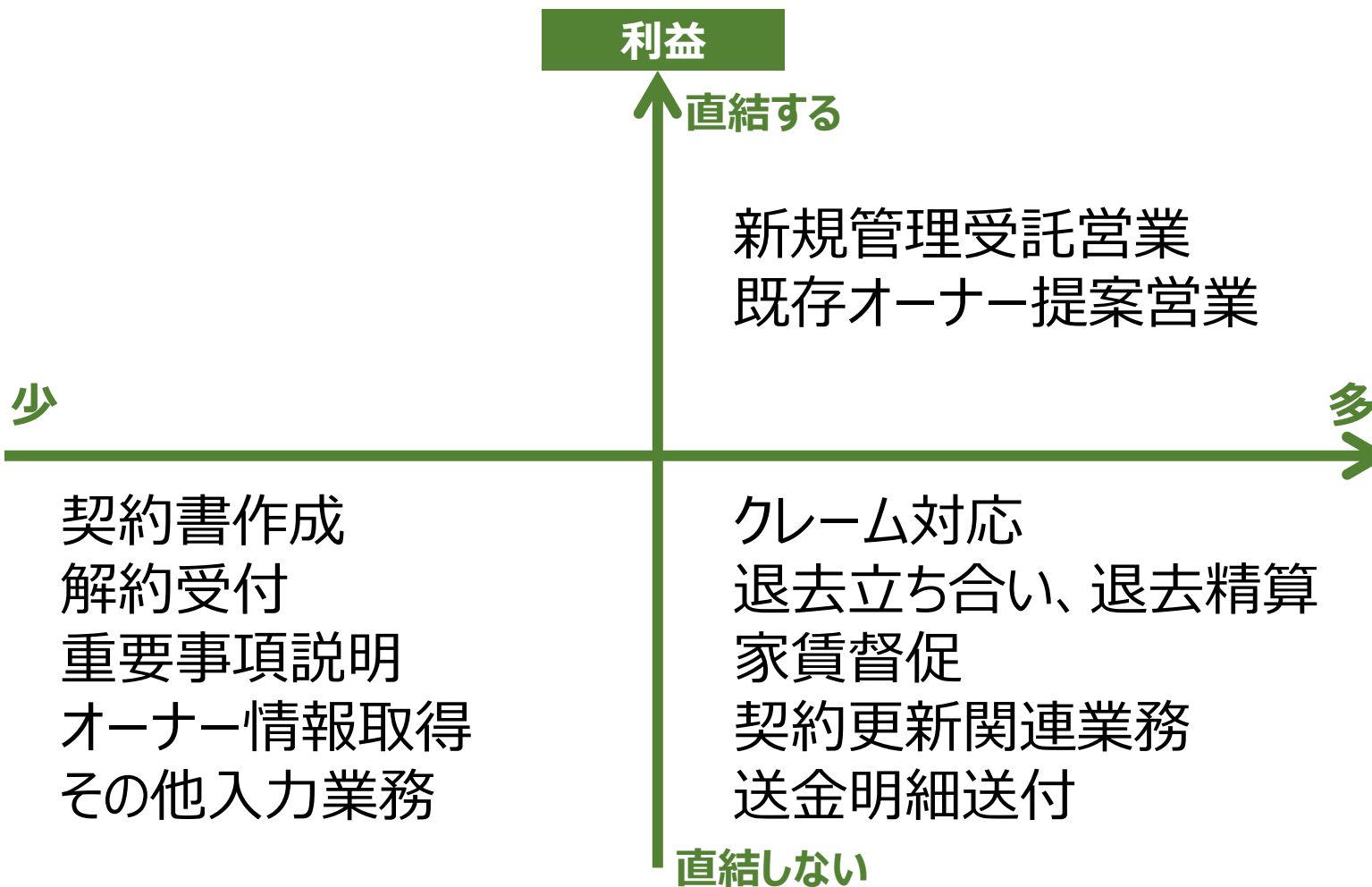


労働時間

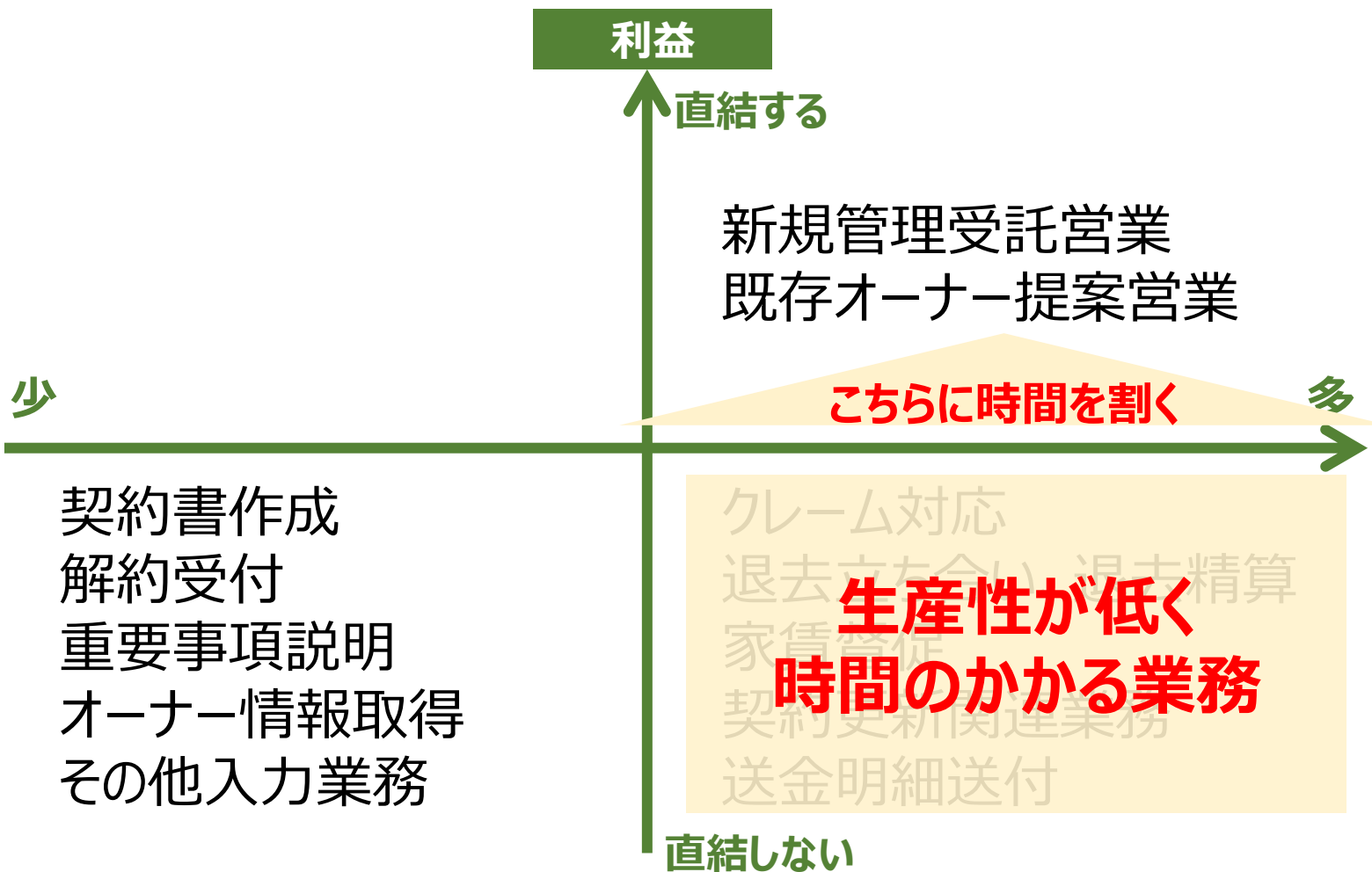


管理部には利益のあがる業務に注力してもらいたい！

管理部の業務



最初に効率化を進めるべき業務



現状の業務フローと課題点を明確にさせる

(ランドジャパン様の例：送金明細の送付)

BEFORE

管理システムから
送金明細掃き出し

印刷

封入

オーナーへ
郵送

8人×5時間
= **40**時間

課題①

印刷・郵送にコストがかかっている

書類の印刷・郵送にコストがかかっている
毎月の業務のためかなりのコストが必要

課題②

封入作業にかなりの時間がかかっている

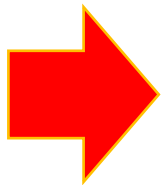
封入時は社員一丸となって作業を。
皆で残業することもあり。

課題③

オーナーの保存方法にリスクがある

紙での送付なので、紛失をされた場合
再度印刷・封入・発送する必要がある。

改善



改善点①

紙での送付を無くす

紙ではなくデータでの通知に変え、
印刷・郵送コストや封入にかかる時間を無くす

改善点②

データをクラウド保存し、
紛失・盗難リスクを減らす

オーナーもいつでも閲覧可能なクラウドに過去の明
細を保存することにより、紛失時の対応も楽に。

改善後のフローも明確にさせておく

(ランドジャパン様の例：送金明細の送付)



改善点①

紙での送付を無くす

紙ではなくデータでの通知に変え、印刷・郵送コストや封入にかかる時間を無くす

改善点②

データをクラウド保存し、紛失・盗難リスクを減らす

オーナーもいつでも閲覧可能なクラウドに過去の明細を保存することにより、紛失時の対応も楽に。

様々な業務で“小さな業務改善”が可能

<他社での業務改善例>

- ・入居申込み(フォーム使用による入居者情報の即時データ化)
- ・契約(専用アプリやLINEを活用したIT重説)
- ・入居前チェック、巡回清掃(パートの活用)
- ・クレーム対応(IVR、コールセンター活用)
- ・家賃回収、督促(SMS活用による督促通知方法の変更)
- ・解約受付(WEBでの受付への一本化)
- ・退去立会(業者の活用で社員の立会をなくす)
- ・送金明細(クラウドサービス活用による明細のデータ化)

などなど…

※業務ごとの詳しい改善方法は過去のオンラインゼミのアーカイブ、もしくは全管協総研メンバーに問合せください

⇒業務を細かく分けて、項目ごとに効率化を進めていく

<まとめ>

1

細かい業務ごとに効率化を考える

$1.2 \times 1.2 \times 1.2 \times 1.2 \div 2$

2

効率化する業務の順番を決める

利益にならなくて時間のかかっている業務から始める

3

現状の業務フローを明確にし、課題点を把握する

業務の流れを細かく書き出し、課題点を見つける

4

改善後に目指す姿(フロー)は明確にしておく

どこを改善するか、改善後にどのようなフローになるかを明確にさせたうえで進める

