



日本財託グループのリノベーションは各国の都市がテーマ。写真はイタリア風の柄のクロスが印象的な「Milano Style」(写真提供：(株)日本財託グループ)

ていたバイク、自転車を整理した。改修コストは1100万円にのぼったが、恒常的に空室だった5戸は工事完了後瞬く間に満室となり、空室待ちまで出る状況に。家賃も、各戸月5000円アップできたという。

東京23区を中心に首都圏全域で約1万1000戸の賃貸物件を管理する(株)日本財託グループ(東京都新宿区、代表取締役・重吉勉氏)も、バブル期に建てられた専有面積18㎡未満の狭小

ワンルームの空室解消に向け、昨夏から1戸当たり約40万円で、各国の都市をイメージしたりノベーションパッケージプランをオーナーに提案。例えばイタリア・ミラノ風ではレトロな柄のクロス・落ち着いた照明、アメリカ・ニューヨーク風ではモノトーンを基調にした内装材で仕上げています。

視覚的に印象の強い内装材の導入、水回りの一部と照明の刷新に絞ること40万円という価格を実現、これまで100戸以上をリノベしたが、同タイ

プの未改装物件と比較し、客付期間が約2週間短く、家賃は相場より約3000円高くなった。「それでも、費用を捻出するのが難しいオーナーには、最低でも床をフローリング、コンロをIHにする改修をお願いしています」(同社営業部部长・井上浩明氏)。

また、壁紙や接着剤などはホルムアルデヒドの放散量が最も少ないJIS規格Fランク4つ星のものを採用し、その内容を説明した資料を室内に置くことで、顧客の安心感につなげている。

## 独創性で競争力強める。 デザイン内製化でコスト圧縮

東京都大田区・品川区で約2300戸を管理する(株)メイショウエステート(東京都大田区、代表取締役・石川英嗣氏)の管理物件稼働率は、ほぼ98%を維持。その秘訣の一つが、「10人中9人に嫌われる部屋」へのリフォームだ。ライバルの新築物件と差別化するために3年前から開始した取り組みで、

独創性の強い部屋づくりを提案している。「最近のリノベーション物件が増えてきており、中途半端なデザインだと決まりにくい。ここにしかない物件」と思われるデザインで差別化を図っています(石川氏)。

これまでワンポイントクロスにチェッカー柄を採用した和モダン部屋、

繁忙期が来る前に！  
空室解消大作戦



日本財託グループの、仲介会社専用ホームページ。精度の高い写真を用意して、仲介会社の事務負担を軽減（写真提供：㈱日本財託グループ）

成約ポイントサービスで奮起促す。  
専用サイトで仲介効率化を促進

日本財託グループは、02年、仲介会社向けの無料ポイント会員システムをスタートした。会員が同社管理物件を

成約すると、1契約につき1ポイントを付与。貯まったポイントは3ポイント（1ポイント当たり3000円）から商品券等に交換できる。優先的に案内して欲しい物件が成約した場合には2ポイントを付与するキャンペーンや、繁忙期以外には全物件1ポイント

プラスするなどのキャンペーンも行なっている。

「口コミなどで噂が広がり、会員数は10年間で約2500になりました。募集に苦戦している物件がありました。も、会員様にすぐにお願ひできる関係があるのは心強い（井上氏）。

08年には、仲介会社向け専用のサイトを設置。同社で撮影した写真を最低10枚は掲載し、自由に利用可能として

いる。「写真の見やすさ、多さは重要なポイント。撮影専門スタッフが撮影に回り、精度の高い写真を即時にアップロードしています。それらを自由に使っていただくことで、手間を省き、効率的に動いていただいています（同氏）。

今年8月にはサイトを



日本財託グループは、仲介会社向けポイントサービスを運営。会員は1契約1ポイントがもらえ、貯まったポイントに応じて商品券等と交換できる（写真提供：㈱日本財託グループ）

リニューアル。「リノベーション」「パーク置き場あり」など、ユーザーニーズの高い設備・内装のカテゴリー別バーナーを設置、そこからも検索できるようにしたこと、ユーザーからの問い合わせにも即対応できると好評だという。

さらに、仲介会社とのパートナーシップを構築するため、夏と冬にはプレゼントを持って、社員が仲介会社全社を訪問するなどの取り組みなども奏功。「客付けはほぼ外部にお任せしておりませんが、閑散期でも年間稼働率98%を維持できています（同氏）。