

日本財託 法人向け営業強化

内見代行 足を運ばず物件探し

飛躍カンパニー

投資用ワンルームマンション仲介の最大手である日本財託（東京都新宿区）が、法人向け営業の強化に乗り出した。大企業を中心とした法人ルートの顧客は、転勤を伴うケースが多いため、じっくりと物件を見極める時間が足りない点を考慮。ビデオや写真のほか、インターネットを利用した無料通話サービス「スカイプ」なども活用して、実際に現場に足を運ばなくても物件を選択できる事業モデルを本格的に展開する。

ワンルームマンションでは、入学・転勤シーズンの3～4月が居住者の入れ替わりが最も激しい。しかし、社会人は時間の制約上、物件を十分に吟味することが難しい。図面などを判断材料として契約するケースもあるが、「実物とは異なる」といった理由でトラブルに発展する事例も散見される。こうした事態を未然に防ぐのが、新サービスの狙いだ。

具体的には東京を中心とした首都圏の物件を対象に、「内見代行サービス」といった形で実施する。企業と契約を交わした上で、スカイプなどを有効に活用して部屋の状況だけでなく、駅からの道のりや街並みに

関する各種情報を、入居予定者に紹介していく。

特に多忙でなかなか現地を訪問することが難しいような顧客層を、取り込んでいく考えだ。

日本財託は約1万1000戸の中古ワンルームマンションを管理しており、年間1000戸程度のペースで増えている。中長期的には1万5000～2万戸程度まで拡大する方針を掲げている。

内見代行サービスは、競合他社との差別化につながるだけ



法人の顧客にワンルームマンションの物件を紹介する営業社員。日本財託は、転勤の需要が大きいシーズンに向けて効率的な営業を推進する。

に、この数値の達成に向けた有力な武器になるとみられる。

同社は2011年末に法人営業部を設立。店舗を持たない効率的な営業体制を売り物に、優良な顧客の開拓に力を入れている。今後は、駅ごとの詳細な情報をデータベース化。顧客が迅速に

物件を決定できるような環境を整備していく。

管理物件に占める法人ルートの割合は、現段階で15～20%。一連の取り組みを通じ「30%まで引き上げることを努力目標として掲げている」（法人営業部の佐藤友昭部長）。（伊藤俊祐）