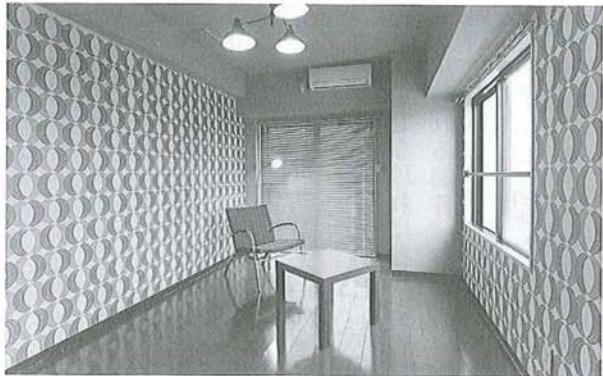


ていたバイク、自転車を整理した。改修コストは1100万円にのぼったが、恒常に空室だった5戸は工事完了後瞬く間に満室となり、空室待ちまで出る状況に。家賃も、各戸月5000円アップできたという。

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18m²未満の狭小



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)

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、「各都市」をイメージしたリ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る。

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で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円高くなつた。「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」(同社営業部部長・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。「最近は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

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：株）日本財託グループ）

今年8月にはサイトを
撮影に回り、精度の高い
写真を同時にアップロー
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）。

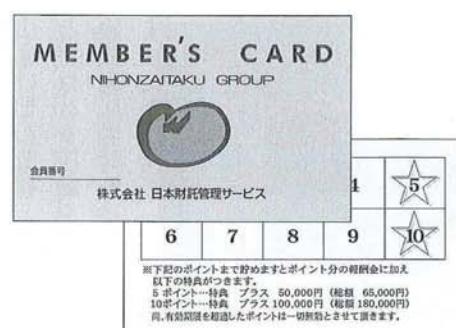
リニューアル。「リノベーション」「バ
イク置き場あり」など、ユーチューバ
ズの高い設備・内装のカタログ別バ
ナーを設置、そこからも検索できるよ
うにしたことで、ユーチューバーの問い合わせにも即対応できると好評だとい
う。

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
ゼントを持つて、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
おりますが、閑散期でも年間稼働率98%

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。貯まつたポイントは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んや、繁忙期以外には全物件1ポイント

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、精度の高い写真を同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る」と（同氏）。

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る場合も、会員様にすぐにお願いできる関係があるのは心強い」（井上氏）。



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、貯まつたポイントに応じて商品券等と交換できる（写真提供：株）日本財託グループ）

成約ポイントサービスで仲介効率化を促進 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

プラスするなどのキャンペーンも行なっている。