亀岡大郎のトップ対談

経済評論家 亀岡大郎氏

■プロフィール
★大正15年京城生まれ。新大阪新聞経済部長を経て経済評論家となる。文芸春秋、"サンデー毎日など一流誌で、経済・財界問題を中心に、精力的な活動を続ける一方で「自動車戦争」「ゲリラ商法」「IBMの人事管理」などベストセラー多数。

リーシング・マネジメント・コンサルティング（東京都港区）
齊藤晃一社長（38）

1976年10月26日生まれ。神奈川県横浜市出身。戦略系コンサルティングファームにて、大手飲料メーカー・大手製薬会社をはじめとする、ダイレクトマーケティング事業の新規参入戦略立案・実行支援のコンサルティングを多数経験。その後、ＩＴマーケティング企業の株式会社ウェブクルー（東証マザーズ8767）にて新規事業企画室長として10以上の新規事業の立ち上げ、グループ会社のＭ＆Ａ等を経験し、リーシング・マネジメント・コンサルティング株式会社に参加。趣味は、読書。忙しくても毎週３冊の本を読んでいる。

ＡＭ会社やファンド運営会社などの法人オーナー向けに賃貸住宅の入居者募集コンサル業務を行っているリーシング・マネジメント・コンサルティング（東京都港区）。昨年11月に齊藤晃一社長が新社長として就任した。今までの会社の事業や今後の展開を聞いた。

2014年11月末 新社長に就任

電話対応や内見申込み行う派遣事業が好評

家賃保証事業からスタートし入居者募集支援事業を展開

亀岡　社名がわかりやすいのが成功する会社の秘訣です。

齊藤　私どもの社名は少し長いのですが、社名通り賃貸住宅の空室対策を管理会社やＰＭ会社に代わって入居者募集（リーシング）のお手伝いするサービスを行っています。

亀岡　対象は地主や家主ということですか。

齊藤　ＡＭ会社やファンド運用会社が顧客の中心になります。

亀岡　それだと数が限りがある。対象が多い個人家主を取り込む方法を考えなければ。

齊藤　そうですね。弊社はもともと2005年に700～800戸管理する管理会社を買収し、家賃債務保証会社としてスタートしました。買収した会社は1986年に設立した会社でした。立ち上げ当初は、不動産業界の経験なく参入したため、この会社の20年の実績をベースに横のつながりで営業を考えました。

亀岡　2005年というと家賃債務保証会社が増え始めた時期ですね。

齊藤　なかなか家賃債務保証の営業は難しく、待っているだけではだめだと考えました。

亀岡　なにか秘策があったのですか。

齊藤　家賃債務保証は借りる人がいなければそもそもサービスが利用されないというところに気が付き、弊社で空いている部屋の入居者募集のお手伝いを始めたのです。

亀岡　いつからはじめたのですか。

齊藤　2007年頭からスタートしました。入居が決まったら、当社の家賃債務保証を利用してもらうということで始めたものでしたので、当初は無料で行っていました。

亀岡　不動産会社への営業はなかなか一筋縄ではいかないでしょう。何度も足を運んで顔を覚えてもらってと根性が必要です。

齊藤　私自身、もともと営業というものをやってきませんでしたが、地道に管理会社に営業しました。初めのころは区分所有の1部屋のマンションや築30年の木造アパートなどの入居募集を行ってきました。

亀岡　入居者募集や客付けと言葉で言うのは簡単ですが、実際はどのようなことを行ってきたのですか。

齊藤　前職の関係で得意としているマーケティングを活用しました。商材が賃貸住宅というだけで他の業界と同じことをごく当たり前のように行っただけです。

亀岡　具体的には。

齊藤　まず、入居者属性調査。マーケティングでは、対象になる商品がどのような層にニーズがあるかというものの分析を行います。賃貸住宅でも同じです。例えば10戸の賃貸住宅があり、2戸が空室だったとします。その場合、他の8戸に入っている入居者の契約書から入居者属性のデータを拾い上げ、そのターゲットに合った集客戦略を考えていきます。そのほかに競合他物件のデータ分析も行いました。そこから適正な家賃も割出し、プロモーションを行ってきます。決まらない理由を明確にしていくことも重要ですね。

亀岡　不動産業界では、集客するときにマーケティングというものを重要視してこなかったように考えられます。また、他業界とは別なものを行わなければならないようにも感じますが。

齊藤　マーケティングはどの業界も同じです。通販業界とやっていることは同じです。問い合わせは何かの情報を見てきています。それは何なのかを追求してそこに対してのプロモーションを行っていくのです。

亀岡　しかし、話を聞くとかなり手間のかかることをやっている。家賃債務保証の獲得のためにこのサービスを無料で行っていたのですか。

齊藤　2007年の6月末から有料化をスタートしました。営業していた管理会社を通じてＡＭ会社やファンド運用会社と知り合う機会がありＰＭ会社や管理会社の支援という形でリーシング業務を担いました。ＰＭ会社や管理会社の業務とは異なるところでサポートし、空室率を下げていくことに徹しました。

亀岡　ニッチなところに目を付けましたね。

齊藤　他にはなかったところでビジネスが成立しました。

亀岡　するとそのコンサル事業を中心に事業展開をしてきたのですか。

齊藤　2008年に家賃債務保証事業を事業譲渡し、リーシングマネジメントコンサル事業を主軸にしました。

亀岡　今も管理会社が顧客の対象なのですか。

齊藤　現在の取引先は、Ｊリートや私募ファンド運用会社が中心です。居住系ファンド会社はほとんど何かしらの接点があります。

亀岡　コンサル事業だけではなかなか顧客が増えない。他のサービス提供は。

齊藤　入居を決めるために必要なことを当社ですべて行っています。物件の流通、電話対応、反響の履歴集計など。「集客のすべてにコンサル業務は必要なけれど、この部分だけが弱い、必要だ」という声から各業務を切り売りしてサービスを提供しています。

亀岡　実際にはどのようなものがあるのでしょう。

齊藤　物件流通という部分では、「楽賃シートリスティング」というサービスを提供しています。これは、依頼された物件を仲介店舗に対して物件情報を認知させるサービスです。弊社スタッフが直接仲介会社に足を運び、物件チラシの配布や状況を店舗スタッフに直接ヒアリングをしています。コールセンター業務も行っており、管理会社に対して仲介会社からの電話対応を行っています。

亀岡　コールセンターというと入居者トラブル対応が思い浮かびますが面白い発想です。リーシングに特化して行ってきた御社ならでは。

齊藤　他にも、珍しいところだと業界に特化した人材派遣事業を行っており、電話対応や内見申込み対応など事務回り全般を対応しています。やりとりなど反響、対応履歴を残しているため、利用企業から好評です。これからの繁忙期は受注数が増えてきます。

亀岡　賃貸住宅と言ったら一昔前はトイレも風呂もない時代から大きく変わってきました。さらにここ数年で不動産業界も大きく変化してきています。

齊藤　はい。「重説ＩＴ活用」など時代は確実に変わってきています。昨年9月に「楽賃ルートナビ」をスタートしました。「重説ＩＴ活用」についても視野に入れたサービスになっています。部屋探しをするユーザーが求める動画コンテンツです。タウン情報や最寄り駅から物件までのナビを動画で閲覧できるというものです。

亀岡　より入居者重視のサービスが注目されてきますね。

齊藤　また、今後は、より「重説ＩＴ活用」を重視した新しいウェブサービスも考えています。先ほどお話しした「楽賃シートリスティング」は、2007年からスタートしています。仲介会社に延べ53万回足を運んでおり、約25万人の営業スタッフの名刺を集めました。それらをデータベース化しました。このデータベースを活用した新サービスを考案中です。

亀岡　頑張ってください。

齊藤　ありがとうございます。

▶個人家主向けにも情報発信をしていく考え

会社概要

社　名：	リーシング・マネジメント・コンサルティング株式会社
本　社：	東京都港区芝３－６－９ 芝公園プラザビル３階・６階
設　立：	1986年９月（2005年12月資本構成経営陣一新）
資本金：	２億円
事業内容：	賃貸住宅のリーシングマネジメント コンサルティング業務など