

# 入居率低下でリフォーム提案強化

## 紹介手数料の売上高 昨年対比115%



いるま野サービス  
管理戸数1666戸の  
いるま野サービス(埼玉)  
岩崎晃社長(60)



県入間市)ではリフォーム事業が好調だ。今年の実績は昨年対比115%の売り上げとなっている。リフォーム・リノベーションの提案を強化し始めたのは約8年前。当時、入居率が低下し87%となっていたという。そこで、原状回復時の追加提案や、空室期間が6カ月〜1年を経過した住戸のオーナーに対し、提案を始めた。同社の岩崎晃社長は、「空室に對し、何も提案をしてくれなかったオーナーが感じないようになっている」と話す。

舗合計の施工実績は、原状回復のみを含め270件。売上高だけではなく入居率も改善し、現在は91.92%の入居率となっている。

施工内容は物件によってさまさま。地域柄、新築は少なく、築30年近い建物も多い。3DKや2DKなどの古い間取りに関しては、主に間取りの変更を提案する。ファミリー向け物件であれば、居室を少し狭くして収納を多くする間取りに変更。間取りを変更する場合は平均的な施工金額は65万円ほどだという。大塚近の1R、1Kの単身向けに関してはアクセントクロスなどの細かい提案にとどめる。

リフォームの企画は主

に女性の営業が担当している。「水回りや、生活動線など細かな気配りを自身の経験上で提案しているため、内覧に来た女性からの反響が高い」と不動産課・村田武士課長は語る。

リフォームで家賃を2000〜5000円上げると岩崎社長は話した。

「家賃保証サービス」は、集金代行をセットにした「家賃保証サービス」に、孤独死保険を自動付帯した商品だ。オーナーの指定口座に直接送金する家賃

ハトマーク支援機構の推奨商品に  
「現在、『家主ダイレクト』の契約数は4万7000件を超えている。この利用実績が評価されて推奨商品に追加された。今後は、従業員強化の支援を目的とした団体で、国内最大級の業界ネットワークを持つ。スケールメリットを生かし、会員向けにさまざまなサービスとコメントした。

ハトマーク支援機構を推奨している。『家主ダイレクト』は、2013年1月に設立。公益社団法人全国宅地建物取引業協会連合会と都道府県宅地建物取引業(宅建協会)に加盟している10万会員の事業者、40万従業員」の支援事業の強化を目的とした団体で、国内最大級の業界ネットワークを持つ。スケールメリットを生かし、会員向けにさまざまなサービスとコメントした。

# スマホ専用HPをアイコンで表示 管理業務を伝えるオーナーページも



二葉不動産  
東京都世田谷区  
原啓輔社長(38)

東急電鉄大井町線「尾山台」駅エリアを中心に賃貸仲介、管理事業を行う二葉不動産(東京都世田谷区)は、1年前にスマートフォン専用の自社ホームページを開発した。

スマートフォン専用のホームページには、バストイレ別物件、新築物件、礼金なし物件など、条件別に20個のアイコンを設定した。スマホで物件を探す人が増えていることか

ため、結婚や家族が増えて部屋が手狭になると、同エリアから離れて引っ越し人が多い。流動性のあるエリアのため、同社では自社ホームページに掲載する物件を100件までに限定している。以前は200件ほどの物件を掲載していたが、室内写真の撮影や物件紹介文の作成に手間がかかってしまふ。掲載内容の質を下げないために、自社のスタッフ7人で担える件数に限定している。

「物件探して閲覧する」

先日、オーナー向けのページを見た20代女性が管理委託契約をしたいと来店。夫の海外赴任が決

人々が大半だが近年、オーナーが管理を委託する管理会社選びの際にホームページを訪れることもある。こう語る原啓輔社長は「自社ホームページにオーナー向けのページを設けた。入居者募集から退去時の対応など、管理の流れや管轄エリアを説明するほか、働くスタッフを紹介している。

すことになったためだ。自社ホームページは、こうした新規オーナーからの管理委託に寄与している。同社では他にも、管理受託後のオーナーとのコミュニケーションを大切にしている。同社の店舗から20分圏内に住むオーナーは毎月

# 居住者が自主管理

## 多世代共生住宅の今

<前編>



# 隣人同士の緩やかなつながり

「残さず全部食べるんだよ」。夕飯時に、年の離れた姉妹に中学生の兄が諭す。ダイニングで繰り広げられる家族の会話。しかし、この兄弟・兄妹は本当の家族ではない。彼らは、コレクティブハウジング社が運営する多世代共生住宅、コレクティブハウスで共に暮らす入居者なのだ。

19年前から多世代共生住宅を提案する、NPO法人コレクティブハウジング社(東京都豊島区)。家族以外の人の共同生活の現状とは。前編・後編で伝えていく。

家族でも単身でも入居できる状態を確認。共用部、キッチンやダイニングの清掃や備品のチェック、ランドリールームも住民自ら行う。さらに、などの共有スペースがある「コモンミール」という一方、各戸にトイレ、食卓をつくり合う制度も風呂、キッチンがあり各々ある。これは食事の要・住戸の独立性が高い。不要を世帯ごとに希望をこれらのハード面、条出し、担当者が全員分の件面を並べるとシェアハウスのように感じられる人も多いためだ。だが、同社の矢野浩明理事は「入居者が自主運営をコレクティブハウスは家族でコレクティブハウスし、コモンミールを行う物や生活の在り方を入居して11年が経つことで緩やかな隣人同士者自らが管理し、作り出す。子供が5歳ほどの頃、のつながりができていく」と矢野理事は話す。

ある。居住者組合があり、所のお祭りに連れて行く(次週に続く)

「コモンミール」の用子

「コモンミール」の用子

「コモンミール」の用子

「コモンミール」の用子

「コモンミール」の用子

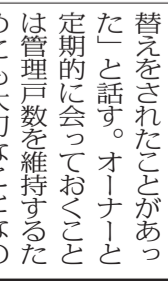


▲スマホ版のトップページ

### 第26号ファンド開始 保育園を取得・運用

ブリッジ・シー・キャピタル  
ブリッジ・シー・キャピタル(東京都中央区)は12日、「第26号関町北保育園ファンド」の投資申し込みの募集を開始した。

同社の運営する不動産投資クラウドファンディングは、2013年1月に設立。同社が管理受託している。同社は現在、60人以上のオーナーから管理受託し、管理戸数は約400戸となっている。



▲第26号ファンドイメージ