

「無店舗で直接契約5割に拡大 稼働率7年半で47%アップ」



Brilliance House Management (東京都港区) 岩元 龍彦 社長(60)

無店舗で直接契約5割に拡大 稼働率7年半で47%アップ

低家賃の賃貸住宅を提供する Brilliance House Management (東京都港区) は、独自のリーシング戦略により、管理物件の入居率を大幅に向上。10万戸超の管理物件の平均稼働率は、運営を開始した2017年3月に33・9%だったが、24年9月末には80・8%にまで上昇した。内製化によるデータ集約との分析を基にウェブ集客を実施。新規入居のうち直接契約の比率は5割を占める。



管理戸数10万749戸 サブリースで運営

Brilliance House Management は、インターネット集客を強化したリーシング体制を構築。17年4月から24年9月までの7年半で入居率は47・5%アップの8割超となった。

親会社で、世界的な投資会社である Portment Invest ment Group (フォートレス・インベストメント・グループ・アメリカ) が取得した旧雇用促進住宅の管理・運営をメインに行う。サブリースを中心とし、管理戸数は10万7494戸(24年9月末時点)。アフォーダブル住宅^①以下参照の Brilliance House Management を展開する。

平均住戸面積は42㎡で、最多の間取りは55㎡以下の3DK。平均築年

数は48・9年。そのため住戸面積に比較的確約を持ちつつ、平均賃料は3万6886円と抑えた金額になっている。

運営開始当初は、ほぼ仲介会社による客付だったが、23年10月・24年9月の新規契約1万5878件のうち、56・7%が自社での直接契約になっている。前年同期比で2ポイント以上高まった。自社のリーシング用店舗は持たない独自のスタイルが特徴だ。

電話2拠点に集約 内見は管理人担当
 自社リーシングの比率を高めるにあたって、①内製化②データ化③データ分析の徹底がポイントになっている。

内製化については、自社コールセンターの運営と管理人の社員化がポイントだ。17年5月に入居者対応や新規入居の問い合わせに対応するコールセンター(住まい相談セ

ンター)を福岡市に開設。翌18年1月には、愛知県名古屋市の2拠点を立て上げた。ホームページやポータルサイト(以下、ポータル)経由の募集に対応。希望物件のヒアリングや内見予約、入居申し込みまで受け付ける。

2拠点総計のスタッフ数は60人以上だ。加えて、メールやSNS対応の専門部署である Webウエブマーケティングチームを18年に作り、現在13人を配属する。

内見は、集中管理事務所に所属する管理人が現地で行う。高齢者中心地に対応。高齢者中心地とした管理人は、従来の業務委託から直接雇用の社員とし、社内のスマートフォンを貸与している。スマホで情報共有、報告業務などをを行う。その後の契約業務は、契約事務センターが電子で対応する。

アフォーダブル住宅
 手頃な家賃で取得できる。住み続けられる住宅のこと。賃貸住宅においては、低所得者や外国人、高齢者など住宅確保要配慮者の受け入れ先としても見込まれている。日本では主に公共住宅が供給の役割を担ってきたが、 Brilliance House Management は民間での提供を行う。



内製化により、ポータルやホームページからの反響対応から契約までのすべての情報を自社内で集約する。

SNS集客活用 ポータル見直し
 データ化・データ分析については、20年4月に「Sales force (セールスフォース)」を導入。物件入居者のデータ、部屋探をする顧客からの問い合わせ情報を一元管理するようになった。

コールセンターや Webマーケティングチームからの情報を Sales force に入力することで、新規の問い合わせの流入経路、どのウェブ広告の効果が上がっているかなどを可視化。データ分析に生かせるようになった。

例えは、同社の新規成約の26%を占める外国人顧客では、反響を獲得し

やすい SNS 広告に重きを置く。外国人の新規契約のうち6割と比率の大きいベトナム人向けには「フェイスブック」を活用。インフルエンサーによる部屋紹介のショート動画といった「TikTok (ティックトック)」

投稿も行う。 Sales force の分析を活用した広告戦略により、成約1件あたりの広告費用は導入前後で25%程度減少した。

岩元龍彦社長は「デジタル広告の比率では、SNSなど、ポータル以外に予算を付けるようにしている。ポータルは特に見直しをかけている。報酬金制や成約課金制のポータルも調べており、今後は、費用対効果も見ながらさらへシフトしていきたい」と語る。

リーシングでは、法人顧客の獲得にも力を入れる。法人開拓は22年から強化してきた。法人営業



※ Brilliance House Management 提供資料を基に全国賃貸住宅新聞で作成

部(現・法人営業本部)を新設し、現在9人が所属。契約企業数は767社(24年9月末時点)。同部の立ち上げ前の21年9月末と比べ76・6%増えた。

建物寿命延長 築100年でも活用へ
 同社が次に目指すのは、建物の長寿命化だ。管理物件の平均築年数は約49年とRC造の法定耐用年数を超えている。築60年になる物件もある。

古い建物を長く活用することで安い家賃を実現していくのが社内のシネスモデル。物件の長期利用のための計画策定にフォーカスしている。

法定耐用年数は、あくまで税務上のもの。建物自体はしっかりとできていて鉄筋を保護して建物を長く持たせていく(岩元社長)。長期修繕計画の策定と建物点検による状態把握、時宜にあった工事を行うことで、築100年でも運用し続けられるとみる。(河内)