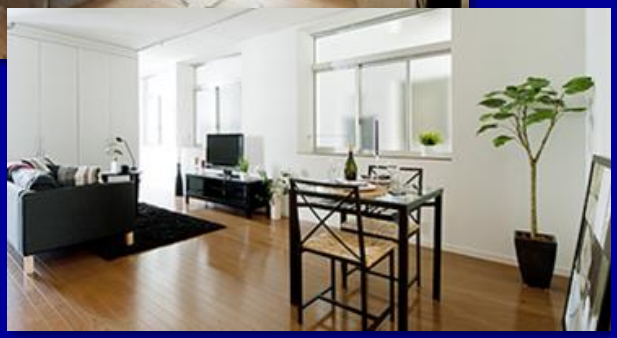
新時代の空室対策



引きつける力がガラリと変わる
進化する動画集客とモデルルーム化

インターネットマーケティングの世界ではすっかりポピュラーとなった動画広告。どちらかといえばアナログな不動産賃貸業界にも、これから徐々に浸透していくのではないでしょうか。動画による入居募集が一般的になるのも、そう遠くない未来の話かもしれません。やはり先見性のある方はいるもので、動画サービスを不動産賃貸に特化して手掛けているのが、株式会社 Noblue の清水信宏さんです。今回はその動画や写真撮影、それに伴う賃貸物件のモデルルーム化についてお話を伺いました。（インタビュアー：編集長けいすけ）

■自分の「あったらいいな」を実現

けいすけ：
僕がどうして清水さんに興味を持ったかといえば、最近、インターネットマーケティングでは、動画がよく使われるようになったからです。これはプロダクトローンチという手法で、読者の皆さんにも経験があるかと思いますが、アドレスを無料登録すると、何かしら不動産投資のノウハウを解説している動画が、3日に1度は送られてきます。それを見た後でセミナーや教材販売の誘導が行われるケースです。そんなわけで、僕は動画広告に可能性を感じているのですが、それをいち早く取り入れた「すごい人だな」と（笑）
ぜひお会いして、お話をお伺いしたいと思いました。

清水：
ありがとうございます。通常、物件案内はがらんどうの空間を内見者に見せるところからスタートします。当然、同じような家賃価格と条件の物件では、差別化が図れません。モデルルームは分譲マンションでは当り前ですが、同じような写真がずらりと並んでいる中で、「こっちを見たい！」と思わせる力があります。それを写真や動画を使って広めることで、空室対策を行うことができればと考えたのです。

けいすけ：
すでに分譲マンションで裏打ちされた効果が約束されていますしね。それを賃貸の方でも応用したということですが、個人でやると面倒くさいことでして（笑）
モデルルーム化の先にある動画ですが、人物と違って部屋自体は動きません。賃貸募集で動画を使うメリットはどこにありますか？

清水：
まず、動画広告を行っている物件が少ないこと、写真では伝わり難いお部屋の空気感がわかるということです。部屋を探している方には、どんな所で暮らすのかよりリアルに伝えられ非常に有効です。一度、見ていただければと思います。

けいすけ：
後程、じっくり見させていただきます。ところで清水さんが、独立してこのサービスを手がけようと思ったきっかけはなんでしょうか？

清水：
もともと注文住宅の営業をしていました。完成現場の見学会で家具がなく困った経験があります。私が勤めたハウスメーカーはルームデザインを売りにしている会社でダサい家具は置けません。そこでオシャレな家具が貸してくれるところを探したのですが見つからない。「そういうサービスがあったらいいな」と思っていたのです。

けいすけ：
僕もアパート経営フェスタで、対談用の椅子を探すのが大変でした。大げさなソファーじゃなくパイプ椅子でもない、ちょっとオシャレな椅子を借りられるところはホントに少ない。そのときは池袋のイベント会場から豊洲まで車で借りに行きました。配送もしてくれないんですね。苦労したので、その気持ちわかります。

清水：
そういった経験があって、次に転職をしたのがリクルートから出している住宅情報誌の制作で、それこそビジュアル勝負の世界でした。同じような物件が並んでいる中で、どれを読者の目にとめてもらうかと思案したら、やはりパッと目を惹く写真だったり、他とは違うものが反響につながると実感しました。そんなとき、知合いの大家さんが困っていると聞いたので、「私ならできる！」とやってみたのがきっかけで開業しました。

■モデルルーム化するときのルールは？

けいすけ：
そうやって時代を捉えたサービスが生まれたのですね。実際に大家さんが物件をモデルルームにしてみたいと考えた時に、どんな風に作っていけばいいでしょうか。

清水：
まず必要な情報は床と壁の色です。家具を入れても壁や床の色は変えられません。ナチュラルブラウンか？濃いブラウンか？ またはちがう色なのかを確認し、色に応じて家具を決めます。

コーディネートに使用する家具の一例

・家具には十分な養生と随所にキズ防止策を行い、搬入・搬出の際には細心の注意を払い行ないます。
・万が一、家屋に汚れやキズ等が発生した場合は、損害保険（加入済）により、責任を持って修復等の対応をさせて頂きますので、安心してご利用下さい。※過去 100 例以上の物件でトラブルゼロ。

けいすけ：
「この床にはこの色」という法則性はあるのですか？

清水：
「床・壁の色」という軸と、「インテリアのテイスト」という軸があります。床や壁の色があった上で、インテリアはモダン系なのか？ ナチュラル系か？ 物件タイプや入居ターゲットに合わせて検討します。この大きな2つの軸をうまく組み合わせれば、たいていクリアしますね。モダン系なら黒や茶色。ナチュラル系だと白や明るい茶色を使います。

けいすけ：
色のセンスは難しいですね。では、色を決めた後にどんな家具を？

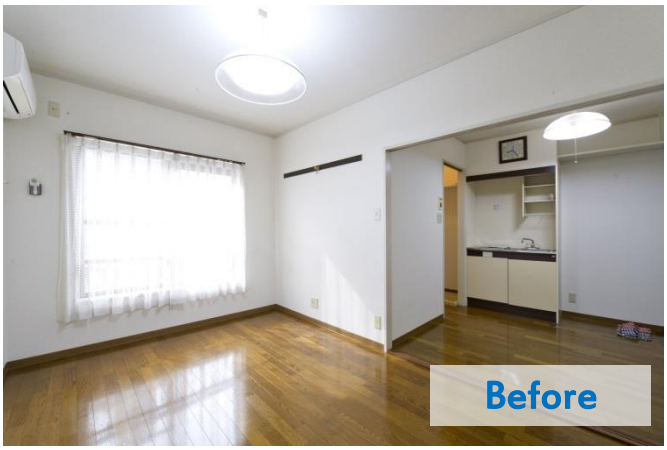
清水：
基本は入居者のライフスタイルを想定して家具を配置します。一人暮らしであればベッドやテレビ台、小さなテーブル。学生向けのアパートだと勉強机。物件が大きく家族で暮すのであれば、ソファーや大きめのダイニングテーブルを置いて行きます。

けいすけ：
自前でやるとレンタルの家具は難しいので買うことになりますが、それを空室が出る度に用意するとなれば、イケアのような品がいいですか？

清水：
やはり自分で組み立てられて高くないもの。入居を決めた方が「この家具を欲しい！」と望まれることも多々あります。パッと手放せる価格という意味でイケアのような安い家具は柔軟に対応できますね。

けいすけ：
逆にやってはいけない注意点はありますか？

清水：
やはり、お部屋を傷つけないようにすることですね。2人のスタッフで行って、細心の注意を払って組み立てるときも養生をしています。ご自身でされるときも、その辺はしっかり気配りしてください。

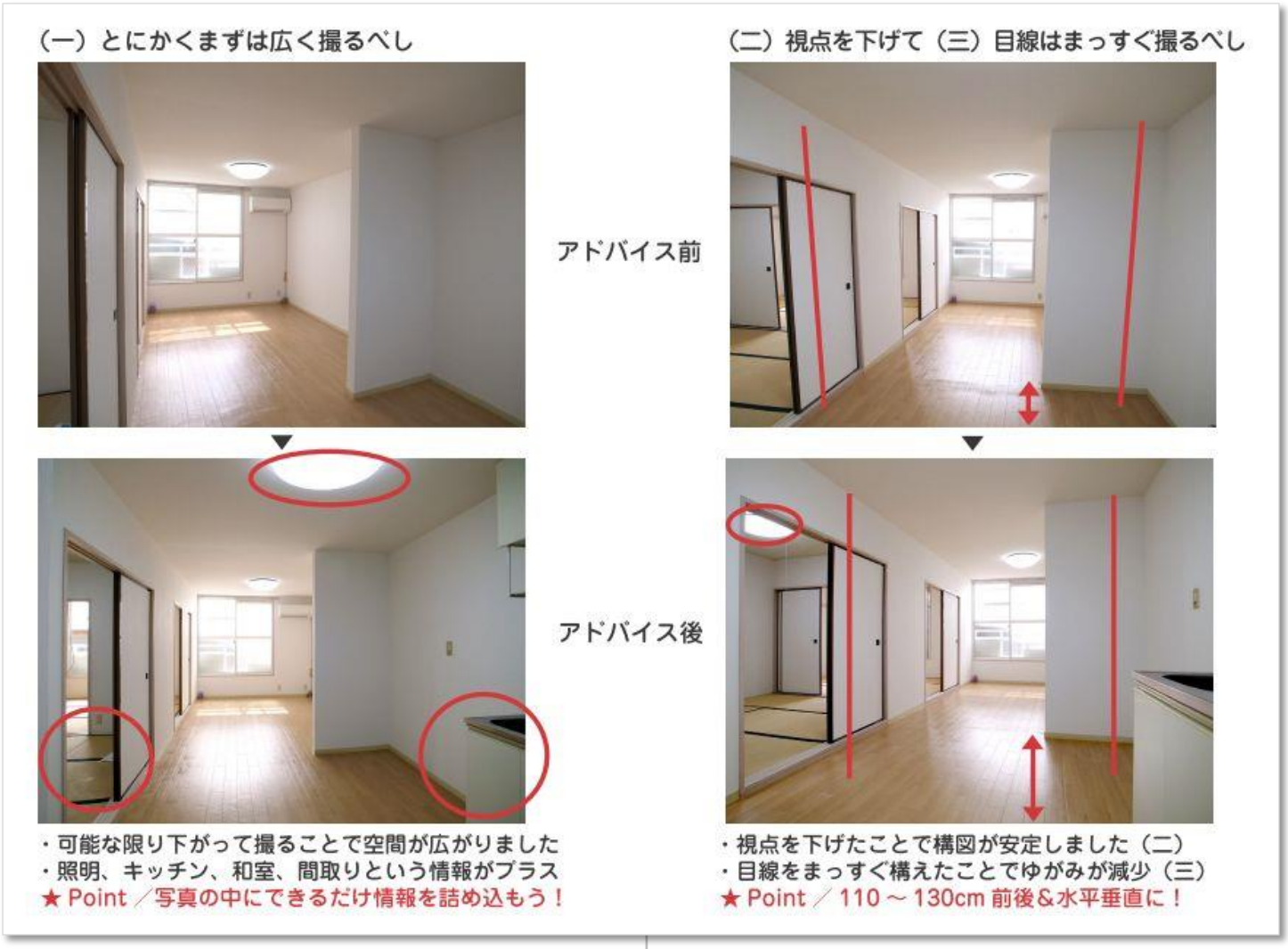


■賃貸物件を上手に撮影するコツ

けいすけ：
モデルルームができた後の撮影方法についてお聞きかせください。

清水：
とにかく一番広く撮ることに尽きます。皆さん、部屋から一歩入ったところでテキトウに撮ってしまいます。そうではなくて壁際までしっかり下がって撮る。この50センチの差が写真に大きく出ます。それと、けっこう皆さん立ったまま写真を撮ります。

けいすけ：
たしかに目線で撮りますね。



清水：
これでは床と天井のバランスで、天井が大きくなってお部屋が狭く見えてしまう。ですから中腰で撮影します。下からの目線で撮ると、床と天井のバランスがとれて一番空間が広く見えます。

清水：
見比べてください。ほぼ同じポイントで撮っていますが、ちょっと後ろへ下がることで写真に入ってくる情報量が増えます。また「視点を下げて」というのがポイントです。床のところが指1本分と2本分・・・。このバランスが非常に写真を見ていく中で重要です。

けいすけ：
なるほど。違うものですね！

清水：
それから考えずに撮った写真は歪んでいることが多いです。パッと見てどちらが気持ちいいのかと問われると、やはり真っ直ぐ。建築は真っ直ぐ撮るのが大事です。

■物件撮影に適した天気は晴れ？それとも曇？

けいすけ：
あの、素人的な質問なのですが、撮影日に土砂降りの雨だとどうするのですか？

清水：
家の中は大丈夫ですが、外観は土砂降りだと困るので撮り直します。これは写真の技術的な話になりますが、室内写真の難しさは窓から入ってくる光の明るさと、お部屋の中の暗さとのギャップをいかに埋めるかが勝負です。晴れている日の場合は、外が明るすぎて家の中が暗くなります。その光を調整しないとキレイな写真が

撮れないのです。

けいすけ：
なるほど。土砂降りでもいいのですね。では、曇りや雨の場合は、実際にその日に目で見ている部屋より明るくなっているってことですね？

清水：
そうです。土砂降りでもピーカンでも撮りますが、できれば曇っている日が適しています。

けいすけ：
次に動画です。僕もそうですが、そもそも賃貸物件の動画を見ている人っては少ないと思います。なんとなく静止画より動画の方が難しいっていうのは、想像つくのですが・・・。

清水：
ほとんどの動画は写真をスライドさせているだけでスライドショーの域を出ていません。それに手ブレで酔いそうな動画ばかり。そのレベルでは「見たい！」と思わせるのは難しいです。弊社では、さも内見者がお家の中に入っているような、疑似体験できる流れにすることにより最後まで見てもらえます。

けいすけ：
百聞は一見にしかずですよね、見せてください。

清水：
皆さん玄関のドアが自動で開くのを感動してくれます。これはドアを閉めるのを逆回転させ、自動で開くようにしています。

けいすけ：
音楽やテロップも付いている!カメラが全然ぶれていないですが、どうやって撮っているのですか？

清水：
ドリー（台車による移動撮影）です。

けいすけ：
すごいですね。映画やドラマ撮影の領域に入っていますね！

清水：
物件は人物と違って動きがありません。何もない空っぽの部屋を見せられても、間が保てないのですが、家具を配置することで生活感が出るから見てもらえるのです。

けいすけ：
この動画を見て、モデルルームの内見時にも家具が置いてあればギャップも無くていいでしょうね。置き方も上手です。ぬいぐるみもレンタルしているんですか？

清水：
雑貨も全てです。正直、ここまでになると普通の大家さんがやるのは難しいかもしれません。

けいすけ：
このクオリティは素人ではちょっと難しいですね。ありがとうございました。

動画を見ると、その場にいるかのように部屋の様子がわかる。

■物件動画の効果的な使い方は、とにかく見せること！

けいすけ：
このように撮影を行った後は、スーモなどポータルサイトに写真を載せることだと察しますが、ポータルサイトには動画は載せられません。皆さん、どういう風に活用されていますか？

清水：
動画をディスクに焼いて業者さんに持って回ります。そして「とにかく流してくれ！」とお願いします。PCに入れておいてもらえるのが理想ですね。そんなに重たい動画ではありませんから。そして、不動産業者さんが部屋探しにきたお客さんの前で再生してもらいます。

けいすけ：
なるほど！

清水：
例えば店頭のテレビで流してもらって、それを見たお客さんが「ここに住みたい！」と直ぐに決まった例もあります。あとはそれぞれのオーナーさんのホームページに載せてもらっています。

けいすけ：
自分でホームページを作るのですね。業者さんにそのURL を伝えて、店頭のお客さんに「ここを紹介して！」とやるのもいいかもしれないですね。

■事例紹介・・
リフォームより費用対効果に期待できる

けいすけ：
自力でがんばる根性のある大家さんもいると思いますが、入居が早く決まるのであれば、相応の投資は惜しまないという方がほとんど。「プロに頼みたい！」と興味を持たれている大家さんもかなり多いと思います。実際にどういう感じで入居が決まったり、問合せが増えるのでしょう。

清水：
まず新築アパートで繁忙期を過ぎてしまったケースです。4月の段階で8部屋中4部屋が埋まらず、ご相談いただきました。動画をアップしたところ、ホームページ経由で内覧の数が上がって、成約に結びつきまして、結果的に満室になりました。
実際には撮影やモデルルームが、契約に即結びついたのか確証はありません。「動画見て気に入りました」ということはあっても、「動画を見て決めました！」と申し込みに直結するものではないので。ただ弊社で撮った写真や動画を不動産会社さんに配った経緯があり、その後に入居が決まっていったという事実があります。

けいすけ：
これ、僕はよく理解できます。ただ「お願いします」と大家さんが頼むだけより、「こういう事をやりましたのでお願いします」という方がしっかりとした効果があるのです。
今まではチラシを作ったり、「広告料を上げましたのでお願いします！」という頼み方が多いと思いますが、「モデルルームにしました！」とか「動画を作りました！」というのは、仲介会社さんへ営業しやすいのが特徴ですね。それは管理会社さんが他社（仲介会社）に営業に行く場合も、推す理由が明確になるので、おすすめしやすいです。

清水：
たしかに業者さんへの働きかけというか、実際にお客さんが見て決まる以前での効果も高いですね。あと古い物件での事例ですが、築 24 年くらいの物件が、これも8室中4部屋、半分空いていて、ずっとその状態が続いていました。

けいすけ：
それは厳しいですね。

清水：
そんな困っているオーナーさんに、うちのサービスをご利用いただきました。すぐにというわけではなく、半年かけ

「インテリアレンタルサービス」導入事例　2013年7月現在107件の物件でご利用頂いております。

広島市西区／空室対策 1K

千葉県柏市／新築完成時 1K+L

千葉県船橋市／空室対策 1K

広島市西区／空室対策 1K

山口県防府市／空室対策 2DK

東広島市／空室対策 1K

広島市安佐北区／空室対策戸建

広島市安佐南区／モデルルーム

岡山県岡山市／空室対策 1K

て満室になりました。オーナーさんはチラシ、写真、動画をツールとして一式そろえて、仲介会社さんに物件を認知してもらえました。

写真や動画もあるので、そもそも内見する前にお客さんの印象のレベルが高く、決まるのも早いそうです。「案内したら埋まる部屋」という認識を業者さんに持っていただくことができて、空いてもすぐに埋められるようになり、ずっと満室です。そういう効果もいただいております。

けいすけ：
テコ入れができたという感じですね。物件のレベルを上げているようなイメージに近いと思います。

清水：
はい。それから弊社のサービスは、リフォームをする前にできるひとつの対策でもあります。ちょっときれいにするリフォームでも数十万円、大掛かりなリフォームは何百万円とかかります。それより費用対効果があります。

けいすけ：
そうですね。お金をかけて部屋をリフォームするより、一度御社のサービスをやってみたらいいかもしれません。ただちょっと心配があります。このような動画、チラシ、写真を見て「素晴らしいな！」と思う反面、ずっとモデルルームをやっているわけではないので、内見者が見学したとき動画や写真より見劣りすると思うんですよ。そのギャップで決まらないことになりませんか？

清水：
仮にギャップがあってダメな人は、もともと最初から動画を見てなくて来ていてもダメだと思います。賃貸で古い場合は特にそうかもしれませんが、決して嘘をついているわけではありません。家具が無いだけで部屋の状態や雰囲気はそのままです。同じ家具を買って置いてもらったら、同じ生活ができるというのが基本ですから。

ご案内の仕方もあると思いますが、ちゃんと電気をつけても明るく見える状態にしてもらえれば、納得していただけます。これまで「動画と差があるからここはやめ

た！」というのは聞いたことがないですね。そもそも内見すらなかった部屋なのですから、マイナスにはなりません。

けいすけ：
うーん、個人的にもブレイクする予感がします。モデルルーム以外の写真や動画は一度サービスを受ければずっと使えるのが大きいですね。

■やっぱりプロに任せたいと思ったときは

けいすけ：
具体的にノーブルーさんが手がけているサービス内容について教えてください。

清水：
まず家具をお持ちします。それをコーディネートして設置した後に写真と動画を撮ります。オプションですが簡易的なチラシやポップもお作りします。

けいすけ：
ほぼ内見対策をやっていただける感じですね。僕も最初は自分で物件チラシを作っていました。後にプロへ頼みますが、モデルルームだと写真が作りやすいですね。

清水：
写真はもっとも差がつけやすい部分です。

けいすけ：
「自分のアパートは築古でシングル向け、家賃も3万円程度。こんなオシャレに撮れるはずがない！」という物件の場合どうなりますか？

清水：
これらの写真、見た感じオシャレに見えますけど、本当に普通のお部屋ばかり。むしろ築20年すぎた古いアパートもありますよ。

けいすけ：
（チラシを見ながら）あ、ホントだ。2.8万円の部屋がありますね。「自分の物件なんか・・」とあきらめる必要はありませんね。

清水：
もちろんです。少々狭かろうが古かろうが声をかけていただきたいと思います！

「インテリアレンタルサービス」とは？

① 人気家具で物件をコーディネート&レンタル※

＋

② 建築写真のプロが物件を写真&動画撮影

＋

③ 物件告知用の簡易チラシ&物件アピールPOPを制作※

① 「IKEA」「Francfranc」など人気家具を使って、物件を見栄えのする空間にコーディネート。ご希望によりモデルルームとして家具を一定期間レンタル※。
※「決まるまでレンタルパック」ご利用の場合。

② 賃貸情報誌や検索サイトなどで自由にご利用いただける広告用物件写真や動画を撮影して提供します。※他物件への写真流用はご遠慮下さい。

③ 仲介業者様のカウンターや物件ファイルの中で、他物件との差別化を図り、入居者の目をひく「チラシ」と案内時に印象に残る「POP」を制作します※。
※オプション対応となります。

清水：
メニューにはワンコーナーコーディネートもありまして、全室ではなくて一角（LDKなど）だけならお安くさせていただきます。それから先ほどのチラシ制作がオプションで1万円です。

けいすけ：
なるほど。繁忙期を目指して家具を置いた方がいいかな？　実は13部屋が空室なので、絶対に埋めたいんですよ（苦笑）
成果がどう出たかは読者のみなさんにもご報告したいですね。最後にお願いがあるのですが、御社へ申込みをした満室経営新聞の読者さんへ、なにかサービスをお願いできますか。

清水：
動画付のサービスをお申込みいただきましたら、オプション1万円のチラシをプレゼントさせていただきます。

けいすけ：
ありがとうございます！　今日はすごく勉強になりました。

■申込み方法■
問合せ・申込みについては、後日ご案内メールを満室経営新聞からお送りいたします。