



コラボレーションの一例

- 1 カメラ教室の体験教室。
- 2 アロマショップからサンプルを提供していただき、見学者のお土産に。
- 3 入居者募集中の賃貸物件に展示したパンフレット。

※1 ホームステージング…住空間を演出することで不動産の魅力を高め流通を促進する手法

空室は、ワークショップや個展の開催、商品やサービス紹介の場として活用することもできます。集客はもちろん、物件の認知度向上やイメージアップも期待できるのです。

実際の例をあげると、カメラ教室に声を掛け、空室で体験レッスンを開催してもらいました。また、近隣インテリアショップの商品やパンフレットを空室に展示・紹介し、インテリアショップに物件チラシを配布していただくという相互広告も実施しました。

オーナー様がオープンルームなどを予定される場合に、このような空室の活用方法もご提案します。イベントは事前予約制とし、入居者募集中の居室である旨をご参加者様にしっかりとご理解いただくことも大事なポイントです。

様々なコラボレーション

お話を伺ったのは



株式会社すまいごごち 代表取締役
矢野 万里絵さん

宅地建物取引士・マンション管理士 ホームステージャー1級。大手不動産会社に10年間、人事・広報、不動産管理チームを率いる。2018年に株式会社すまいごごちを開業し、19・20・21年日本ホームステージング協会コンテストで3年連続グランプリ受賞。空室のプロモーション、ホームステージング、仲介業に加え、SNS運用アドバイザー、発信力セミナー講師としても活動中。

空室 & Instagramの
プロデュース術を
ご紹介します!

古くなった物件、長期空室の物件であっても、
ライフスタイルを提案し、告知方法を工夫すればまだまだ生かせるはず!

空室のプロデュース法と、

集客のためのInstagram活用法をご紹介します。

ホームステージングの
成功例

前職では不動産管理会社に勤務し、賃貸住宅の稼働を上げることを得意としていましたので、老朽化や入居率の低下で取り壊される物件を見ると、「もっと魅力的な住み方を提案できていたら、住みたい方はいたはずだ」と思っていました。そんな時ホームステージング(※1)と出会い「これだ!」と思ったのです。欧米では不動産売買・賃貸時、ホームステージングをするのは当たり前だそうです。

共用部分のリニューアルに前向きになれます。また、入居者のターゲットを絞ることもとても重要で、相場調査してみると、同じような広さ・築年数のファミリー向け物件が周辺にたくさんあります。ところが、この物件の入居者属性は、女性の1人暮らしが多かったのです。築古でも、オートロックでなくても気にしない、「サバサバとした女性」をターゲットにしたホームステージングで印象付け、ゆとりある広さをアピールし、集客できました。

ホームステージングの効果を実感したのは、1棟(40戸弱)の中で10戸が1年以上も空室という物件をプロデュースした時です。比較的きれいな1戸を選び、オーナー様が持っていた家具を活用してホームステージングしました。この部屋はわずか5営業日で成約が入り、ほかの部屋もリフォーム待ちの状況で満室になりました。

「募集→即入居」の好循環が生まれれば、オーナー様も思い切ったリノベーションや、

ホームステージングの成功例

Before

After

サバサバとした女性にウケる「男前インテリア」に

	Before	After
家賃	-	2,000円UP
共益費	0円	6,000円
礼金	0円	家賃の1ヵ月分
Wi-Fi	なし	Wi-Fi 無料
ペット	ルールなし	ペット可*
ターゲット	新婚	サバサバとした女性

■間取り 2LDK(47.38㎡) ■築42年

*ペット飼育時は賃料と敷金はUP(共用部の空きスペースにドッグランを設置)

あったら便利!
成約キャンペーンのプレゼント



どちらか
選べるように
しました

話しかけるだけで
様々なことが
できる!

ネコを飼ってる
ご入居者様に

Instagram フォロワー数アップのコツ

半年でフォロワー数
100人→1万人に増やした実績を持つ
矢野万里絵さんのアカウントはこちら
https://www.instagram.com/marieyano_sumaigokochi/

ストーリーは
ここから
作成できます



今や集客に欠かせないツールとなったInstagram。不動産業界での需要も高まっていくと予想されます。ここではInstagram投稿のコツをご紹介します。

Instagramの影響力

空室のホームステージングに欠かせないインテリア商品。最初は、協業先がなかなか見つけれませんでした。それが、Instagramで「こういうことができる」と見せるとイメージが伝わり、インテリアショップの家具や雑貨などを紹介することで、そのショップの商品を無償で提供していただくばかりか、広告報酬もいただけるようになりました。

より多くのお客様の目に留まるためのコツ

名前(1)は30文字入力できます。SEO対策を兼ねて、店名だけでなく、お店の強みやエリアなど、検索してほしいキーワードを入れます。

プロフィール(2)は150文字という字数制限があるので、営業時間などHPを見ればわかるような基本情報は不要です。それよりも、このアカウントをフォローしようと思えるような、ほかの不動産屋とは違う、印象に残るようなことを入れましょう。

ストーリー(3)はぜひ活用してください。24時間で消えるので、雑誌でいうと編集後記のような、人柄が垣間見える、親しみ

の持てるものをアップします。お店のそばで食べたランチでもストーリーズならOKです。宣伝ばかりをストーリーズにアップしていると、見てもうえなくないので気を付けましょう。

フィード(5)はメイン投稿なので、しっかりテーマを決め、それに沿った投稿をしましょう。ここへ社員の家族やランチを投稿すると、何をお客様に伝えたいのかわからなくなってしまうので、ここへは、店舗のイベントなど本当に伝えたい内容を載せます。

ハilight(6)の機能を使えば、通常は24時間で消えてしまうストーリーズをいつでも見ることが出来ます。残しておきたいストーリーズは、カテゴリ分けしてここに保存しましょう。

リール(4)は15秒〜60秒の動画を投稿・視聴できる機能。2020年8月にリリースされた新機能なので、投稿数が少なく、差別化につながります。また、フォロワー以外のユーザーにおすすめ表示される機会も多いので、拡散力が高まります。