収支報告し月8万円コスト減

家主との意思疎通に活用 ツール別比較分析

オーナーアプリも登場し、家主向けのコミュニケーションツールはバリエーション豊かになりつつある。従来からの電話やメールに加え、「LINE」を活用している場合もある。各社、どのようにツールを使い分け、費用対効果はどうなのか。管理戸数規模別に管理会社のオーナーコミュニケーションの現場を取材した。

アプリに一本化目指す 郵送有料で利用促進

宅都プロパティ

約3万戸を管理する宅都プロパティ（大阪市）ではWealthPark（ウェルスパーク：東京都渋谷区）が提供する管理会社向けサービスである「WealthParkビジネス」の機能の一つであるオーナーアプリの利用を促進する。

同社は関西を商圏とし、オーナーは約800人。海外オーナーも100人おり、中国系が多い。現場の管理担当者は約50人で1人当たり、オーナー約16人を担当する計算だ。

同アプリは1月に本格導入、国内オーナーで約5割が導入済みだ。毎月の収支報告書の郵送費用1件当たり120～140円を有料化することにより、オーナーの利用率を向上している。

オーナーアプリの利用は収支報告書の閲覧用が中心だ。アプリ導入前は全オーナーに郵送で送っており、海外在住のオーナーにはメールで対応していた。現在は、毎月の収支報告書は半数がアプリを利用し、残り半数は郵送している。巡回報告書は全て郵送する。

半数のオーナーでアプリを導入したため、収支報告書の印刷コストや郵送費用は若干減ってはいるが、現時点では、以前よりコストは高くなっている。その一方で、管理部のスタッフが行っていた封入作業などで負担削減になっている。全オーナーがアプリを導入すれば、トータルで経費削減になると踏む。

最終的にはアプリのチャット機能も活用し、電話やLINEでコミュニケーションを取っているものをアプリ上で行うことを目指す。担当部署が違うことにより物件担当者しか把握できていない情報などの社内共有が目的だ。また、LINEの場合、スマホを機種変更したオーナーがIDの引き継ぎを失念したためにデータが消滅する可能性がある。アプリなら、サーバーにデータが保存できるため、機種変更後のデータの復帰も容易だ。

第一営業部の中尾光一部長は「オーナーアプリの利用促進のため、来期はオーナーを訪問し、再度アプリについて説明し、理解を得ていきたいと考えている」と話す。

宅都プロパティのコミュニケーションツール利用

利用ツール	アプリ（WealthParkビジネス）、LINE（社用の個別アカウント）、メール、電話、郵送
利用方法	アプリは収支報告書の送付がメーン。それ以外のやり取りはLINEやメール、電話を利用。
効果	アプリ：収支報告書の郵送コストの削減 LINE：スマートフォンでメッセージの確認ができる。写真を送ることができる。
課題	アプリの利用がオーナーの約半数に留まっている。
今後	利用者を増やすため、再度オーナーに説明し、理解を得た上で、オーナーとのやり取りもアプリにまとめたい。

紙からウェブへ 再送の手間95%減

アンサー倶楽部

管理戸数4383戸のアンサー倶楽部（福岡県北九州市）では基幹システムをビジュアルリサーチ（東京都港区）が提供する「i-SP（アイピーエス）」に変更したのをきっかけに、基幹システムと情報連携できるオーナーアプリ「家主WEB（ウェブ）」を19年秋ごろから導入した。

同社の商圏は北九州市がメーン。管理を受託するオーナーは480人。現場の管理担当者は8人で1人当たり、オーナー50～60人を担当する計算だ。

毎月の収支報告書はアプリで、巡回報告書は電話かメール、LINEなどを活用する。すでに9割のオーナーは家主WEBを利用し、収支報告書などを受け取っていることから、2年前より郵送はやめた。ただし別途紙で希望するオーナーには有料で郵送している。

家主WEBの導入で、収支報告書の郵送の手間がなくなり、郵送費用と人件費、印刷費用が大幅に削減。全体で月約15万円かかっていたのが10万円程度削減できたという。家主WEBのシステム利用料は月額2万2000円のため、以前より差引8万円ほどコストを削減できたことになる。

年間収支の報告も、毎月送っている収支報告が履歴で残っているので出しやすく、紛失することがないので、毎年150通ほど再送していたが、今では5通ほどで済むようになったという。

収支報告・巡回報告以外の部分でのオーナーとの連絡は電話をメーンに利用しており、まず電話してメールする場合が多いという。

アンサー倶楽部のコミュニケーションツール利用

利用ツール	アプリ（家主WEB）、LINE（社用の個別アカウント）、メール、電話
利用方法	アプリは収支報告書の送付のみ。それ以外の連絡はメールと電話がメーン。
効果	アプリ：収支報告書の郵送コストの削減 メール：管理職がオーナーへの対応を把握できる
課題	アプリの利用がまだ約30%しか確認できていない。
今後	もし、アプリの利用者が9割まで増えれば連絡もアプリにまとめたい。

自社開発ツールを利用 工事承認もボタン一押し

日本エイジェント

約1万4000戸を管理する日本エイジェント（愛媛県松山市）ではLINEを活用した独自のサービスを開発し、オーナーとの連絡に利用している。

同社の商圏は愛媛県松山市が中心。一部東京で仲介店舗を展開するが、管理は松山市内が9割を占める。管理を受託するオーナー数は約1000人。現場の管理担当者は10人で1人当たり、オーナー約100人を担当する計算だ。

同社では、6月中旬にLINEの公式アカウントを一括管理できる「agent CLUB（エイジェントクラブ）」をリリースした。LINEでのチャットに加え、収支報告書や同社がオーナーに対して提案しているリフォームやリノベーションなどの一覧を画面上で確認できる。8月26日現在、利用者は100人を超えている。

基本的に、オーナーとのやり取りはagent CLUBが使えるオーナーには同ツールを利用する。LINE上で画像が送れるうえ、送受信履歴が残るのが利点だ。工事の見積書に関しても同ツールで送付しており、オーナーは画面に表示される「はい」「いいえ」のボタンで承認か非承認を伝えることができる。

同ツールを利用していない場合は今まで通り、メールやファクス、郵送を利用しているほか、訪問する場合もある。

コストに関しては、agent CLUB自体はLINEの公式アカウントのサービスを利用しており、月5000円程度かかっている。

スマートフォンの利用料金としては1カ月1台あたり5000～6000円程度だ。

同社では元々、連絡を取るにあたってオーナーの希望により、LINEを使う事例が4～5年前より増えていた。そのため、LINEを利用したやり取りがオーナーにとっても楽ではと考えてagent CLUBを開発した。オーナーはLINEで友達追加するのみでよく、社内ではパソコンを使いやり取りを管理している。対応履歴を入力することも可能で、社内で共有し、LINEより動画の行社内のように負担経費幸本CTALC目指ってやタも、い」現巡回tcロ

賃貸管理課の山本健斗係長は「現在、約3割しか家主WEBへのログインが確認できていないので、これが約9割に増えればチャットも家主WEBに一本化していく。ただ、現時点では利用者が少ないので家主WEBにまとめると反対にオーナーに負担なのではないかと考えている」とコメントした。

日本エイジェントのコミュニケーションツール利用

利用ツール	LINE（公式アカウント）、メール、ファクス、郵送
利用方法	独自システム「エイジェントクラブ」を利用。
効果	動画を送れる。
課題	社内ではパソコンを使いやり取りを管理している。対応履歴を入力することも可能で、社