不況時代に役立つ プロパティマネジメント

第37回 管理会社の業務改革戦略

「アウトソーシング」で得意分野に集中する

今回は「アウトソーシング」することの意義について述べたいと思います。1年少し前の連載で、500戸をスタッフ3人で運営したとして（募集、集金、退去・クレーム・メンテナンス対応の基幹業務を行う）、地方では500万円、首都圏だと1000万円の営業利益を得ることができる、と書きました。3000戸の管理だと3000万円（首都圏だと6000万円）になります！

たしかに理論上はそうなるのですが、なかなか実際には実現していない会社が多いと思います。

その主な理由は、「仕事の優先順位がはっきりしていない」、つまり「業務フローの確立」がなされていないからだと思われます。

賃貸管理業務は、【図1】にあるような業務体系になっていますが、賃貸仲介や売買仲介などに比べて、業務の種類が大変多いのが特徴です。よって、「全ての業務を完ぺきに社内でこなす」という発想を捨てて、「アウトソーシング（業務の外部委託）できる部分は、他者に任せて得意分野を伸ばす、また大事な部分に注力する」という発想が必要です。

一般的に「アウトソーシング」というと、「コストダウン」のためにやるというイメージが強いかと思います。また、「社内のスタッフでは対応できない専門的な業務や、高度なスキルを他者から導入する」という目的もあるでしょう。では自社でできることなら自社内でやったほうがいいのでしょうか？

最近わが社であった日常的な例をお話しします。ある日私の新刊本の原稿をある出版社に届けて、ゲラ校正分をもらって帰ってくるというタスクが発生しました。私はバイク便に頼んでいいよと新人女性社員に命じたのですが、彼女は気を利かせて、バイク便代の4000円がもったいないから、自分で行ってきます、と言ったのです。これは一見「いい話」であり、コスト意識の高い、また自己犠牲の精神がある社員だと言えます。

しかし、私はこう言いました。「行って帰って大体1時間半くらいだよね。あなたが自分は1時間半で4000円稼げない人間だと思うなら行っていいよ。そう思わないならばバイク便に頼みな」と。すかさず彼女は、バイク便に頼みます、と言いました。そう言わなければ今頃クビですね（冗談）。

4000円で他にやってくれる人がいるのに、それをするということは、自分は4000円程度かそれ以下の付加価値しか生むことができないということになります。

また、アウトソーサー（アウトソーシングを受託する会社）は、専門的なものに特化して、それなりのクライアントが一番切望している「空室対策」や、管理会社なのですから「管理物件取得」を推進すべきではないでしょうか。そして、それこそが、より大きな利益を生む源泉なのです。

この「競合他社にないオリジナリティーのある得意分野をつくることや伸ばすこと」、その「スキルやノウハウ」のことを「コア・コンピタンス」といいます。いろんなことを幅広くたくさんやるより「選択と集中」を行い、「市場での自社ならではの価値」を創造したほうが会社はうまくいくことでしょう。

第一、社内の「内部資源（インソース）」は限られています。内部資源とは「人」、「モノ」、「金」、「情報」といったものになりますが、それを満遍なく投入するよりも、集中したほうが効果は高いのです。この「コア・コンピタンス」は会社によって違います。各社ごとに会社独自の特徴とおかれた環境に違いがあるからです。

この「コア・コンピタンス」を見つける方法に、「SWOT（スオット）分析」があります。これは、「自社の強み（Strength）」、「自社の弱み（Weakness）」、「自社の直面する機会（Opportunity）」、「脅威（Threat）」の4つを分析することで自社の「コア・コンピタンス」を見つける作業なのです。【図2】にあるように、自社の分析を冷静に行うことによって、何が問題で、何に注力すべきかがはっきりしてきます。こうした作業を通じて、注力すべきスキル・ノウハウや領域をはっきりさせ、アウトソーシングすべきところをはっきりさせることができます。

では、賃貸不動産の管理会社として、一般的にアウトソーシングできるものには何があるでしょうか。【表1】にあるように多岐にわたります。その他一般的な会社にあてはまることを入れればまだまだあるのです。このように、自社の管理業務をいま一度見直してみてはいかがでしょう。

（毎月第4週掲載）

図1 賃貸管理会社の基幹業務と組織体系

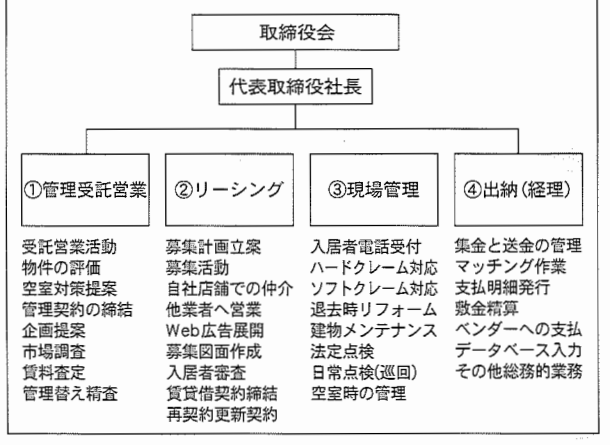

図2 管理会社のSWOT分析の例

強み（S）	弱み（W）
・仲介（リーシング）力がある ・仲介店舗が多い ・建築請負をやっている ・デザイナーがいる ・設計士がいる ・エリアで寡占化している ・管理受託システムがしっかりしている ・ビルメンテナンスに強い ・店舗の場所がいい ・資格者が多い ・サブリースをしている ・空室対策提案に積極的だ ・リノベーションが得意だ ・レポーティングが得意だ ・建築プロデュースが得意だ ・社員数が多い ・社員の質がいい ・社歴が長い ・経営者にビジョンがある	・仲介（リーシング）が弱い ・仲介の意識が強く「管理」が育っていない ・空室対策提案ができていない ・入居者クレームが多い ・入居者の解約率が高い ・入居者の滞納率が高い ・空室率が高い ・管理離れが多い ・管理受託システムがはっきりしていない ・離職者が多い ・ビジネスモデルがはっきりしていない ・ビルメンテナンスに弱い ・マネージャークラスが育っていない ・社員数が少ない ・社員の意識が低い ・管理戸数が伸びない ・営業ツールがない（パンフレット等） ・運営能力が低い
機会（O）	**脅威（T）**
・空室率の高まりから管理受託が容易に ・管理業の高まり ・競合他社の撤退 ・オーナーの意識の高まり ・個人投資家の増加 ・エリア市場の活性 ・不動産投資熱の高まり ・売却収益物件の増加 ・収益不動産の流動化 ・社員の危機意識 ・賃貸住宅における嗜好の多様化 ・新たな貸し方の出現	・空室率の上昇 ・空室率の高まりから管理離れに ・仲介手数料０時代の到来 ・競合他社の成長 ・大手ＦＣ店の出店 ・ＩＴの進化 ・社員の質の低下 ・賃貸住宅着工件数の低下 ・部屋選びにおける入居者の要求の高まり ・オーナーの意識の高まり ・入居者の質の低下（クレーマー） ・社員の高齢化

アウトソーシングの意義

単にコストダウンのためや専門的なことを外注するだけではなく、他者にできることは他者に任せて、自社のコア・コンピタンスを伸ばして差別化するためのもの。

コア・コンピタンスとは

競合他社にないオリジナリティーのある得意分野のスキルやノウハウ

管理会社でアウトソーシングできるもの

表1

- 内装リフォーム業務
  退去立会・不備箇所チェック・鍵交換・工事等
- 建物メンテナンス（点検・修理）
- 日常清掃・巡回
- 入居者からの電話受付（コールセンター）
- ベンダー（業者）への発注判断
- 夜間対応（24時間）
- 滞納督促・訴訟・明渡し
- 滞納リスク
- 賃料集金
- データベース入力
- 契約書作成業務
- レポート作成
- 建築プロデュース
  企画・設計・監理・営業
- 社員教育・研修
- 業務改革（コンサルティング）
- リーシング
- 物件の案内
- ＰＯＰ等の広告作成
- ポスティング
- 入居者サービス

オーナーズエージェント アートアベニュー（東京都新宿区）
藤澤雅義社長（50）

不動産会社、ハウスメーカーを経て、1996年に賃貸物件の企画、プロパティマネジメントを専門とする㈱アートアベニューを設立。2001年、全国の賃貸不動産の企画・コンサルティングおよびPM業務支援を行うオーナーズエージェント㈱を設立し、代表取締役に就任。主な著書に「実践版 アパート・マンション経営 企画運営マニュアル（住宅新報）」。CPM®（米国不動産経営管理士）などの資格を保有。

オーナー様向け新築賃貸物件・内覧会のご案内

内覧会・無料ご相談会同時開催！土地活用でお悩みのオーナー様是非ご参加ください

遊休地を活用したい
相続対策で悩んでいる
空室で悩んでいる
収益物件を探している
オーナー様の土地の悩みを解決します！
老朽アパートを建て替えたい
権利関係を調整したい
有効な節税対策が知りたい
不動産投資に興味がある

新築内覧会開催スケジュール
第1弾 1/27(金)・28(土) RC3F/15戸
第2弾 2/18(土)・19(日) 木造2F/4戸
第3弾 2/25(土)・26(日) RC6F/8戸
第4弾 3/3(土)・4(日) RC5F/18戸
※場所・日時等の詳細は、弊社ホームページにてご確認下さい。

Marketing×Design 賃貸創造研究所
www.csk-inc.com
〒107-0067 東京都港区南青山5-10-1
土地活用のご相談は
0120-29-0055
賃貸創造研究所 検索