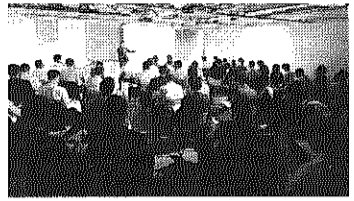


ニュースフラッシュ

LIFULL

「不動産・住宅」の人財育成プログラム提供

不動産情報サイト「ライフフルホームズ」を運営するLIFULL(東京都千代田区)は、不動産・住宅業界に特化した人財育成プログラムの提供を今春から開始し好評を得ている。



▲第2期のプレセミナーの様子

特徴は、メンタルトレーニングする「修行」に近い内容であること。3日間の集中研修の間はチーム制で様々な課題(例えば「今から時間内に外で3000円稼いでください」など)を与えられ、解決に向けて奮闘していく。

異なる内容の研修プログラムだが、第1期、第2期とも好評。受講料は1人税別5万円(集中研修3日+フォローアップ研修半日、教材・昼食・懇親会費含む)。今後は年4回程度開催予定。

レーサム

コミュニティ型ホテル「WeBase 博多」開店

レーサム(東京都千代田区)は、コミュニティ型ホテル「WeBase 博多」を福岡市博多区店屋町に開設した。外国人旅行者、中でもアジア圏の若者を主なターゲットとし、手頃な価格で長期滞在できるのが特徴だ。



9階建て、客室内部は船室を模したつくりで2人用、4人用、ドミトリータイプ。ドミトリータイプは、1ベッド3000円から。最上階の9階には、旅の情報交流ができる利用者専用のラウンジや自炊できるスペースもある。

楽土舎

介護家庭の家事代行サービス開始

楽土舎(神奈川県横浜市)は横浜市勤労福祉共済「ハマふれんど」と提携し、会員を対象にした家事代行(ハウスクリーニングサービス)を開始した。介護のある家庭の家事負担を減らし、ワークライフバランスの推進のサポートが目的。

楽土舎が運営する家事代行「つながり〜さくらハートフルサービス」はヘルパー養成スクールを運営し、プロの知識と技術を提供するサービス。エアコンクリーニング、浴室やキッチンクリーニングとレンジフードクリーニングといったメニューを提供する。

議論の焦点

中古売買時に建物調査の告知義務化  
インスペクションは普及するか?

北海道札幌市を地盤に中古住宅仲介やリフォーム事業を手掛けるスマスタ。佐藤直樹社長は「インスペクション」のこれからについてどう考えるのか、聞いた。

普及します。第一に、やはり宅建業法の改正が大きいでしょう。斡旋の義務化となるので、消費者がインスペクションを求めてきますので、その求めに応じていくことになるでしょう。また、業界の中には、インスペクションを広めていく動きも活発になってきています。弊社も、その一社です。

さらに、ポータルサイト運営事業者も、インスペクションの推進とその情報公開を考えています。すでに、LIFULLさんのサイトが発表しており、8月ぐらいからその仕組みを実践するでしょう。ますます

中古は古くて、汚い、「これは業界の怠慢」

面は何かありますか? まだ、インスペクションの第三者性について明確ではありませんが、インスペクションの導入により、不動産業界、リフォーム業界で悪用する企業も生まれるでしょう。悪くないところも、問題ありという検査結果を出し、リフォームの受注を取ることや不動産会社が検査結果を黙殺

現時点での予測は難しいですが、インスペクションの結果を価格に反映させて流通させるのが正しいと思うので、売り主側で推進した方がスムーズです。そして、検査結果に問題があれば、売り主に解決提案(リフォーム)をして、価値を高めた既存住宅として市場に出した方が、買い手の信頼は得られるでしょう。

取ること、また、検査結果を悪くして、その物件を安く買い取ることなど、想像できます。すでに存在しているかも、しれません。ただ、この業界にもモラルのない企業は存在します。宅建業法の罰則強化など、生まれそうな気がします。



スマスタ 佐藤直樹社長

安、不信を持っていました。一つには、価格の妥当性です。現実、不動産会社の価格査定は、かなりの加減です。なぜなら、不動産会社は、建築に疎く、建物の評価に自信がないこと、また過去のリフォーム履歴を考慮する評価を知らないことなどです。その他、建物の見えないうち

既存住宅に価値をつけて流通していたら、もっともって件数は増えていたでしょう。インスペクションは、価値の一つです。ただ、すべてではありません。他にも、消費者のためになる価値を創造できるものはあります。そして、次から次へと価値を消費者に提供できれば、現状の2倍、3倍の流通市場になるでしょう。

情報が公開は売り出しと同時に進みます。アメリカは、買い手がインスペクションすることが普通ですが、日本の風土・慣習には合わない気がします。

インスペクションは中古住宅に対して、いろいろな不満、不

必須です。かなり前から、消費者は中古住宅に対して、いろいろな不満、不

がどうなっているのか、か

がどうなっているのか、か

がどうなっているのか、か

がどうなっているのか、か

【プロフィール】 不動産事業とリフォームを展開する北海道の事業者。札幌市内で年間約1000件の中古住宅の仲介を行い、リフォーム部門は年間約9億円の売り上げ。2016年4月に社名を副都心住宅販売からスマスタに改めた。

ガイソーと共に歩むご加盟店様の声
地域での知名度はありましたが、スタッフの塗料や建材への知識不足を懸念して、今後の方向性に迷いが生じた時にガイソーに加盟し、「日本の住宅を守る」という強い想いに感銘を受け加盟を決定しました。塗料や金属屋根、金属サイディングなどを全てガイソー商品に切り替えたことで、スタッフの知識が向上し、会社として「ガイソー商品提案する」という売物が明確になった事で外装工事の受注拡大に繋がりました。また、イメージキャラクターの照英さんがチラシやホームページに使える事で「安心と信頼」と言うコンセプトがお客様に伝わり、クオリティーの高いカタログや「外壁・屋根リフォーム専門書 GAISO」を活用することでスムーズに商談が進んでいく実感があります。様々な交流会を通じて本部や全国の加盟店から販促や営業手法などを惜しみなく教えて頂けることは本当に助かっています。加盟前に比べ確実に売上は上がっていますし、母体である工務店と競合することも珍しくなくなりましたので、更に知名度を高め外装工事を通じて1人でも多くのお客様に幸せになっていただきたいと思います。

ガイソーと共にご加盟店様の声
年間売上2.4億円
ビジネスモデルを大公開
8/22 13:00-15:30
9/26 13:00-15:30
ガイソーグループ代表 小川博司

日本外装リフォームネットワーク GAISO ガイソー
http://www.gaiso.co/vc
ガイソー運営本部 株式会社オリバーサポートデスク TEL:076-482-4211