管理

適正な対応方法を確立へ

日本杭抜き協会　設立総会で正式始動

地中に残置される基礎杭の適切な引き抜きと、その孔（あな）の埋め戻しの問題を考える日本杭抜き協会は5月10日、設立総会を東京・丸の内で開催し、正式に活動を始動した。代表理事の稲積真哉氏は協会設立の狙いを、「蓄積した経験に、確かな理論を加えて適正な対応方法を確立したい」とし、現状では明確でないルールづくりや意識啓発などの活動を推進する方針を示した。

同協会は、従来の専門事業者組織など法人62社、個人17人の会員で組織して18年末に設立し、今回正式に活動をスタート。芝浦工大土木工学科教授を務める稲積氏が追究する地盤環境工学の〝学術〟的な要素を加えた、全国初という専門事業者団体となる。

稲積代表は、「高度経済成長期を経た老朽化や、防災意識の高まり、人口減少で使われなくなった社会基盤構造物の解体の需要が一層高まる」と社会背景を説明し、「残置される基礎杭の産業廃棄物としての扱いや、孔の埋め戻しの不適切な場面が増えている」と、問題点を指摘した。

「確かな理論を」と稲積代表

意識啓発に

また、女子学生からの、「使ったものは次の人が使いやすいように片づけることは、子供でも分かる。なぜ、問題が発生するのか」といった既存杭問題の無秩序な状況を危惧する声を紹介し、「後世に負の遺産を残さないために引き抜き撤去が必須だが、現場では、なぜ抜くのか、何のために埋め戻すのかという意見が少なくなく、意識が低い。持続可能な形で地盤環境を継承していくため、主役である協会員の皆さんと共に協会として意識啓発に努めたい」と宣言した。

桑原専務理事が活動方針を説明した

広がる問題

専務理事の桑原秀一氏は、「施工品質が置き去りにされてきた。起きた時に初めて分かり、目視で確認できないことが、問題の広がる要因」とその根深さを説明。また、「誰も詳しいことが分からないのが現状。全容を解明したい」と、施工方法と管理手法を確立する活動や発注者を含めた勉強会などを開催する方針を説明した。

地位向上を

下部組織となるチャッキング工法部門委員会副委員長の濱田聡一郎氏は、「第三者機関の技術認証を得て、業界全体の地位向上に貢献したい」、比較的歴史のある杭抜き方法である輪投げ工法部門委員会委員長の宮平あかね氏は、「施工品質の均一化を図りたい」と、それぞれ活動方針を提示した。更には稲積代表が起案した地盤改良杭工法部門委員会の立ち上げを会員の橋田弘之氏が紹介した。

記念講演では、京大大学院地球環境学堂教授の勝見武氏が「地盤環境リスクとその対応」をテーマに講話し、土地活用では、「埋設廃棄物や汚染土壌の適切な対応と一定の管理をする方向性の理解の深まりが重要」と説いた。

廣田 信子の 紙上ブログ No.192

マンション管理 応援歌

修繕履歴がない？

修繕履歴がないために、保険料が高くなってしまった…という話が。でも、それは、修繕履歴を整理していないだけ。修繕工事を実施したら、議案書の事業報告、決算報告に必ず記載があります。それを、管理事務室に1日こもる覚悟で過去にさかのぼって調べれば、一覧表にできます。

整理と管理を

「修繕」「規約・細則の改正」「役員」「管理費等、使用料の改訂」「管理委託」などの履歴情報は、整理され管理されているべきものです。しっかり運営されている管理組合では、資料がすぐ出てきます。だから、管理状況を客観的に分析し戦略を立てられるのです。

過去の資料を読みながら整理していくことは、大変だけど、歴史をひも解くようで、なかなか面白いものです。過去の分が整理されていれば、毎年そこに付け加えればいいだけです。

管理会社の担当者だって、このくらいの履歴は持っていないと、理事会で何か聞かれた時に正しい情報をすぐに提供できないし、会社のデーターベースにはその情報があるはずでしょう…と私が言うと、管理会社の人が言います。

リプレイスが当たり前になって、管理会社の変更と共に、管理会社が持っていた情報も捨てられていく。リプレイスで引き継いで管理を開始してみると、本当に過去に関する情報が何もない、というようなケースはざら。契約を切った管理組合に自社が持っている情報を残してなんかいかない。新規の担当になっても、忙しくて、過去の分まで議案書を見て履歴を整理する余裕なんてない…と。

今のように管理会社も担当者も簡単に変わってしまう状況では、担当者が、何を聞かれてもいいように、きちんと情報を整理して持っていようというモチベーションが持てないのは仕方ないかもしれません。

管理会社には期待できない、自分たちでもやれない…というのであれば、一度、きちんと費用を負担してマンション管理士に依頼し、過去の履歴を整理して一覧表にすることをやってほしいです。修繕履歴がない…というようなことは、少なくても管理会社に委託していて、毎年総会が開かれているマンションではありえません。整理がされていないので、一覧表で見ることができず、埋もれているのです。もったいないです。

（マンション総合コンサルティング代表取締役）

「廣田信子のブログ」発信中

オーナー利用が急増

みんなのマーケット　サービスマッチングサイト

ハウスクリーニングやリフォームなど出張・訪問サービスの事業者とユーザーをつなぐサイト『くらしのマーケット』の月間訪問者数が120万人を超え、管理会社や物件オーナーなどの利用者が急増しているようだ。

同サイトは、みんなのマーケット（東京都品川区）が11年7月に開設した。出張・訪問サービスを提供する地元中小企業を中心とした約2万4000店舗の登録事業者は、「顔写真や作業内容、定価料金を掲載して明確にしており、ユーザーからは、星印の数や口コミで評価されている」（同社コーポレート本部の小滝万結氏）ため、ユーザーとなる管理会社や物件オーナーなどにとっては、優良なサービス提供事業者なのかどうかが分かり、利用に際して安心できるようだ。各社を比較検討しながら、エアコンクリーニングや害虫駆除、家事代行、防犯カメラ設置、リフォームなど200種類以上から登録事業者を選べる。

トップインタビュー

滝沢潔氏

ライナフ　代表取締役

世の中に普及し始めている。しかし、単に設置するだけではなく、生活サービスの〝価値〟も加える考え方が、ライナフ（東京都千代田区）が提供するスマートロックにある。鍵・錠前総合メーカー美和ロックと共同開発した次世代製品『NinjaLock M』（ニンジャロック・エム）をリリースするなど、同社社長の滝沢潔氏に、スマートロックから広がる暮らしの未来を聞いた。（聞き手＝坂元浩一）

――スマートロックを。

「自身で不動産オーナーになった際、不動産愛にあふれる一方で〝空室〟という緊張と非常な危機感を持った。空室を解消して収益化するには、民泊などのアイデアが浮かぶが、入退室管理の〝鍵〟がネックだった。当時は会社員で、受付スタッフを置くほどの物件規模でもない。そこで自動化を考えた。海外製品を取り寄せたが、どれも日本のドアには適合せず、その〝困った〟が自身で製品化するきっかけになった」

「不動産は最強のプラットフォームになる」と滝沢社長

不動産活用ツール

――製品化を自身で。

「単なる鍵の機能だけでなく、不動産活用を広げるツールととらえた。スマートロックは、スマートフォンなどで解錠できる。限られた人だけだが、居住者以外も入退室が可能となり、ホテルのように週1回の清掃サービスなどを付けると、賃貸物件を差別化して訴求できる。専用冷蔵庫を設置して飲食した分だけを補充し、宅配やクリーニング、洋服レンタルなどもあれば、家賃と同時に精算できるそれらサービスを家の中に入れることができる」

――家の中にサービス。

「単身や共働き世帯が増えて日中に居住者が不在がちで、様々な生活サービスが生まれている。スマートロックはそれらの利用を叶えて、消費生活の世界観を変える。例えばスマートロックの設備投資で、家賃を1000円高くすると居住者に嫌がられる、という旧来の発想を変える。生活サービスが付加価値となり、そこから得られる収益が資産価値を高める」

――物件の価値に。

「生活スタイルを劇的に変える可能性があるが、現状ではサービスコンテンツを迎え入れる環境に最適化されていない。それはスマートフォンの普及当初に似ている。従来の携帯電話に比べ、電池消耗が早いなど、有用性を確かめづらかったが、地図アプリの登場で一気に普及した。今や音楽、映像、ゲームアプリが増え、スマートフォンは手放せなくなった」

――黎明期。

「単にスマートフォンなどで解錠できるだけ、と考えると現状の物理的な鍵でも不便はなく、スマートロックを設置する誘因になりづらい。スマートフォンで例えるならば、現状は、ゲームなどのアプリがあまり開発されていない段階にある。今後、もっと楽しく、魅力的な生活サービスが充実すれば、それを利用しやすくするスマートロックを使いたくなるはず。当社ではスマートロックを使う〝スマート内覧〟などの付帯サービスを一通り揃えているが、他社サービスも増えればその時に、要としての役割を果たすスマートロックの本当の価値を享受できると思う」

スマートロックが変える世界観

暮らしを豊かに

――本当の価値。

「消費というのは、実は家の中で非常に行われている。不動産は、色々なサービスをつなぐ〝最強のプラットフォーム〟だと思う。家の中に入る生活サービスが充実すると、暮らしがもっと便利に、豊かになり、入居者の満足度を高める。その付加価値のある物件は、入居者の人気を集め、オーナーの収益性を高める。不動産に新しい価値を加えることが当社のビジョン。今までにない世界観を不動産テックを通じて今後も伝えていきたい」

輝く女性 インタビュー

女性心理をビジネスに

賃貸女子応援企画グループ　エイブルホールディングス　赤星昭江 リーダーに聞く

対談企画に登壇し、若年層〝女子〟のインサイト（心理）をとらえるビジネスモデルを紹介した。賃貸仲介契約数の大幅な伸び率で、確かな成果を得ているその方法とは何か。赤星昭江氏に聞いた。（聞き手＝坂元浩一）

――対談に登壇した。

「シンクタンク宣伝会議の主催で約1万人が来場した、新しい希望や未来を語る講演イベントの対談企画で、スイーツの提供も始めた回転寿司スシローの担当者と共に登壇した。そこでは、様々な産業で重要視され始めている女性顧客の獲得を考えた」

女性チームだからこそ、心を動かすポイントが分かる（写真左から、松原瞳子氏、赤星昭江氏、柴田絵梨子氏、田中杏奈氏）

一人暮らし女性応援

――女性顧客を獲得。

「当社は賃貸の一人暮らし女性を応援するブランド『メゾンエイブル』を発足させ、仲介手数料の〝女子割〟や洋服レンタル、東京・神宮前にスイーツカフェを開店するなど、女性向けの様々な施策を展開している」

――異業種の展開を。

「3年前に女性のみでチームを編成し、不動産業の枠を超えて発案している。男性にとっての部屋探しは進学や転勤時の大きな節目の時期だが、女性のそのタイミングは恋人との出会いや別れ、おしゃれな部屋に住み替えたいなど、ライフスタイルに合わせている」

――ライフスタイルに。

「女性の方が消費活動に積極的な側面もある。一人暮らしを考える前の段階から、住み替えや結婚と、その女性の生涯にわたって当社のサービスに触れてもらう。いわば、愛用者をつくり、LTV（顧客生涯価値）を取り込む観点が企業で重要になってきた」

――生涯にわたって。

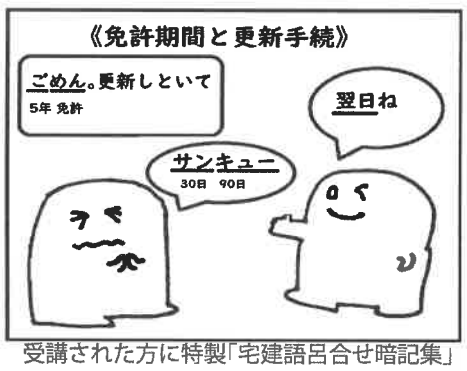
「部屋探しの潜在層である女子学生などの気持ちをくすぐるには、単に企業名を訴求しても逆効果。例えばスイーツカフェには一切、当社の名称は出していない。動画やインスタ映えを意識した可愛い店づくりが彼女たちの心に触れ、お友達にも口コミで広がる。公式アカウントを訪問した際に初めて、当社名が分かる仕掛けになっている」

心をキャッチする

――潜在層に訴求する。

「出会いの恋活イベントや〝衣食職住〟の観点で就活女子を応援するカフェも開店した。長期的な顧客関係を築くことができ、部屋探しの際に自然と〝エイブル〟を選んでもらえる。実際に単身女性の賃貸契約率は右肩上がりで伸びている。迂遠なようでも可愛さなどで心をキャッチし、共感を得ることが女性顧客戦略のポイントになると思う」

《免許期間と更新手続》



受講された方に特製「宅建語呂合せ暗記集」を進呈！（上記はイメージです。）
合格に役立つ！　講習受講特典です！！

宅建士登録講習（5点免除講習）

今年こそ合格を実現！
まだの方は今スグ！！

「自宅学習」＋「スクーリング」のカリキュラム！
スクーリングはプロ講師の生講義で分かりやすい！
いよいよ今年度の最終締切が迫っております！

担当講師：受験指導界のトップクラス講師！
田中　謙次（Kenビジネススクール代表）
・人気シリーズ「うかるぞ宅建士シリーズ」他を執筆
・企業研修　宅建士試験　合格率100%実現！
（2018年度某大手不動産会社）
・その他、会場ごとに精鋭講師陣が講義を担当いたします！

最終申込

◆オリジナルテキストとWeb講義で事前学習
⇒講師自ら執筆しました分かりやすいテキストと、スマホでも見られる詳しいWeb講義で、ご自宅での事前学習も効果的に行なえます。
◆スクーリングは東京都内その他の地域で開催！
⇒東京、千葉、名古屋、広島、沖縄ほか（詳しくは弊社HPをご覧ください）
◆研修内容は宅建士試験の出題傾向にも対応！
⇒実務的な研修のみならず、宅建士試験対策にもつながる講習を展開します。
◆講習受講特典「宅建語呂合わせ暗記集」付き
⇒担当講師が考案した楽しい語呂合わせで、暗記項目を手早くインプット！

詳細は弊社にご連絡下さい　Ken　〒160-0023　東京都新宿区西新宿6-12-7 ストーク新宿 1F　https://www.ken-bs.co.jp/　TEL. 03-5326-9294　窓口対応時間／月～金　10:00～18:00　株式会社 Kenビジネススクール