

インフルエンサーになる 覚悟と効果とは!?

2024.spring



【巻頭企画】

不動産インフルエンサーに聞く
不動産会社のSNS活用術

データ分析責任者が語る
「中古マンション取引姿勢の
大幅な軟化が顕在化!？」

ご成約者様の声
一括査定レビューランキング

X(旧Twitter)フォロワー数1.3万人超の 不動産インフルエンサーに聞く！

不動産会社の SNS活用術

KIZUNA FACTORY代表の稲垣ヨシクニさんは、Xをはじめ、YouTubeやInstagram、LINEなどで多くのフォロワーを抱える不動産インフルエンサーの1人です。SNS活用を始めて、わずか3年余り。短期間でこの地位を確立した秘訣や不動産会社がSNSを活用するメリットについて伺いました。

SNSは「資産」になる

私がSNSの運用を始めたきっかけは、コロナ禍でやる事がなかったからというものです。ちょうどその頃、ビジネス系のユーチューバーも見られ始めていたので、乗っかってみようという軽い気持ちでXやYouTubeを始めました。当時は、SNSで集客できるとは思っていませんでした。また、性格的にも向いていないと思っていました。今も、できれば顔出しはしたくないというのが本音。本来、目立ちたいタイプじゃないんですよ(笑)。ただ、今ではSNS運用が弊社の集客の要となっていますので、必要に迫られてやっている感じです。

とはいえ、SNSの運用を始める前から弊社のお客様は、7割ほどが紹介やリピーターでした。元々、弊社では売主物件を掲載することはあっても、広告目的でポータルサイトを利用することはありません。それは、不動産ポータル

ルサイトによる集客に限界を感じているからです。決定率が低く、リピートしてもらいにくいことから、どうしてもポータルサイトにかけた広告費は掛け捨てに

なってしまう。一方でSNSは無料でできます。もちろん、動画を編集したり、ある程度戦略立てして活用したりするには一定の費用も必要ですが、投稿したものは資産になっていきます。掛け捨てにならないという点でも、SNSを活用するメリットは大きいと思います。

Interview

株式会社 KIZUNA FACTORY

代表取締役 稲垣 ヨシクニ



フォロワーを増やす4つのコツ

④ 読者・視聴者の利益になる投稿をする

フォロワーを増やすポイントは、自分の立ち位置をわきまえること。この業界で少しフォロワーが多いからといっても有名人ではないわけですから、食べたものなど不動産に関係ないものの投稿をしたところでインプレッションは伸びません。そういった意味では、オリジナリティを出すことは難しいかもしれません。私の場合は、マンションの購入に役立つ情報に振り切って発信していますが、たとえば収益物件を販売する会社であれば資産形成の方法、賃貸仲介会社であれば物件内見ツアーなど、事業内容に即した投稿をしていくと良いと思います。

③ SNSを活用する

事業形態によって相性の良いSNSも異なるでしょう。Xは主にテキストを読ませるSNSですから、内見ツアーなどをやるならInstagramやTikTokのほうが相性は良いはずです。一方、賃貸仲介会社であっても、初期費用を抑える方法や入居審査が通りやすくなる方法のような情報を発信するならXでも良いかもしれません。事業形態と発信する内容に合った媒体を選ぶことが大切です。

② 継続する

「決意」にも通ずるのですが、XにしてもYouTubeにしても、フォロワーを増やすコツはまず「続ける」ことです。「なにを発信すればいいのかわからない」「誰にも見られていないんじゃないか」といった気持ちから、アカウントを作ってはみたものの、発信を続けていない方も多いのではないのでしょうか？しかし、最初のうちは誰も見ていないからこそどのような発信が伸びるか研究しやすい時期です。フォロワーの数は、10000人が一つの峠。10000人程度になるまでは、ニュースやインフルエンサーの発信のリポストや解説などをしていき、10000人を越えたところで自分の意見やお役立ち情報などの発信に切り替えるといいと思います。「ルールがわからない」という方もいらっしゃると思いますし、私自身もそうでした。ただ、仕組み自体は決して難しいものではなく、フォロワーが10000人になる頃には、だいぶSNSの暗黙のルールのようなものも理解できてくるものです。

① 基本は実名・顔出し

私のように「顔を出したくない」という人は少なくないと思います。ただ、個人名のアカウントと企業名のアカウントであれば、前者のほうが確実に効果は高いです。SNSは、そもそも個人アカウントを前提としています。企業やニッケンーム・イラストでも伸びているアカウントはありますが、ごく一部。かなりの運用技術が必要でしょう。実名・顔出しはSNSの基本です。不動産領域のインフルエンサーというと、現在10名程度でしょうか。ここまで行くには、まず相当な決意が必要になると思います。



SNSの効果的な活用方法

SNSを集客手段として確立するなら、複数のSNSを使い分け、構造化するのがおすすめです。私の例でいうと、Xはユーザーの興味・関心を得る目的で利用しています。ニュース解説やTIPSの投稿をメインとし、週に1回は3000字程度の長文の投稿。これらの投稿によって私や弊社に興味を持っていただいた方を「顧客」とするために活用しているのは、LINEです。つまり、XからLINEに誘導する構造とされているのです。誘導といっても、営業DMなどを送っているのではなく、基本的にはプロフィールや長文投稿のメッセージ欄にLINEのお友達登録のリンクを貼り付けているだけです。LINEの登録者数は、現在1500名程度。その中で、ご質問やご相談をいただくのは月に10〜20件程度です。LINEでは、月に4件程度の物件情報をお送りしています。



X (旧Twitter)
稲垣ヨシクニ@
都心マンション・ソムリエ



YouTubeも、弊社の中ではXと同様の位置づけです。ただ、XとYouTubeの利用者層は異なりますから、裾野を広げるためにテキストや動画など、多様な形で情報を発信しています。YouTubeとXでは運用労力は大きく変わってきます。動画を撮影し、編集するとなると時間も労力もお金もかかります。そして、YouTubeはアルゴリズムが難しいということもありますので、やや上級者向けの媒体といえるかもしれません。それにに対し、Xはたくさん打席に立てるのがメリットですね。効率の良さから最近ではX中心になっていますが、YouTubeも引き続き頑張っていこうと思っています。

Xは完全に私一人で運用しています。が、弊社には業務委託の方も含めたSNS運用チームがあり、YouTubeやInstagram、LINEを一連の集客チャネルとして運用しています。



YouTube Channel
東京不動産大学



一問一答!!

ユーザーさんに不利が多い
不動産の流通を変えたい!



趣味・特技	食、食べログのレビュー、カラオケ
座右の銘	実るほど頭を垂れる稲穂かな
ストレス解消法	サウナ、筋トレ
好きな本	成功者の告白 (神田昌典作品全般)
好きな映画	TENET (クリストファー・ノーラン作品全般)
好きな音楽	m-flo
好きな街 (駅)	品川
不動産業界の課題と感じること	業務でFAX、紙が未だに多い。情報の非対称性で売上を作っている会社も多い
お客様との信頼関係を築くために心掛けていること	友人や家族に対してと同様の提案を行う
不動産営業において特に重要だと考えるスキルや特性	人に喜んで頂くことにやりがいを感じる
今後の抱負や目標	不動産取引で損する人がいない日本社会にする

社長のこだわり

kodawari



☑ TIME SCHEDULE

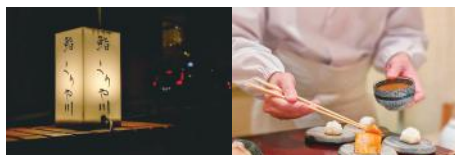
7:00~ 起床	7:30~ 準備・ストレッチ	9:00~ 出社	10:00~ 会社MTG
11:00~ zoom接客	12:00~ お客様ご案内	15:00~ ブログ執筆	17:00~ 移動
18:00~ 会食	21:30~ X発信・情報収集	23:30~ 就寝	

毎週土曜日はブログを書く日

ネタを思いついたら投稿する、ブログを書く……のではなく、ブログを書く日や
Xで長文を投稿する日を先に決め、そこから逆算してネタ探しや情報収集をしています。

食へのこだわり

私はあまり食欲がなく、これといった趣味ありません。不動産業界の方の趣味に多い
ゴルフもやらないので、尊敬する先輩に「ご飯に詳しくなったほうがいい」と
言われたこともあり、食に並々ならぬこだわりを持つようになりました。
話が弾む会食をセッティングすることに全力投球しております。



鯨 くりや川 050-5456-9153
東京都渋谷区恵比寿4-23-10 ヒルサイドレジデンス地下1F

個室でランチ9350円のコースが商談にはぴったり。個室でも
一貫ずつ握りたてを持ってきてくれるので劣化せず美味しく
頂けます。



ビーフキッチン 中目黒本店 050-5597-2421
東京都目黒区上目黒2-44-8 ロ・カーサ上目黒 B1F

飲み放題8200円のコースのコスパが異常。大人数の食
会も対応可能で仕入れやカットを工夫して最上級のお肉をリ
ーズナブルに提供してくださるので満足度が高い。

会食相手は異業種の経営者がほとんど

同業者の友人はほとんどいません。会食は多いですが、その相手はほとんどが
異業種の経営者さんです。これも、視野を広く持ちたいという気持ちの現れかもしれません。
異業種の方と、美味しいものを食べながら情報を共有している時間が楽しいですね。

さくら事務所会長

長嶋 修

youtubeチャンネル

「長嶋修の『日本と世界の未来を読む』」を運営。
不動産投資・政治・経済・金融全般についての
情報発信をするYouTuberとしても活動中。

尊敬している人は長嶋修さん

長嶋さんの影響を受けている部分はかなりありますね。たとえば、
不動産という小さな世界で物事を考えず、金融や経済などにまで視
野を広げて不動産取引を考えるようになったのは長嶋さんのお考え
に共感したからです。将来的には、長嶋さんのように国土交通省など
の委員を任せられるような人間になりたいと思っています。



株式会社 KIZUNA FACTORY (キズナファクトリー)
代表取締役 稲垣 ヨシクニ

中古マンション取引マーケット、

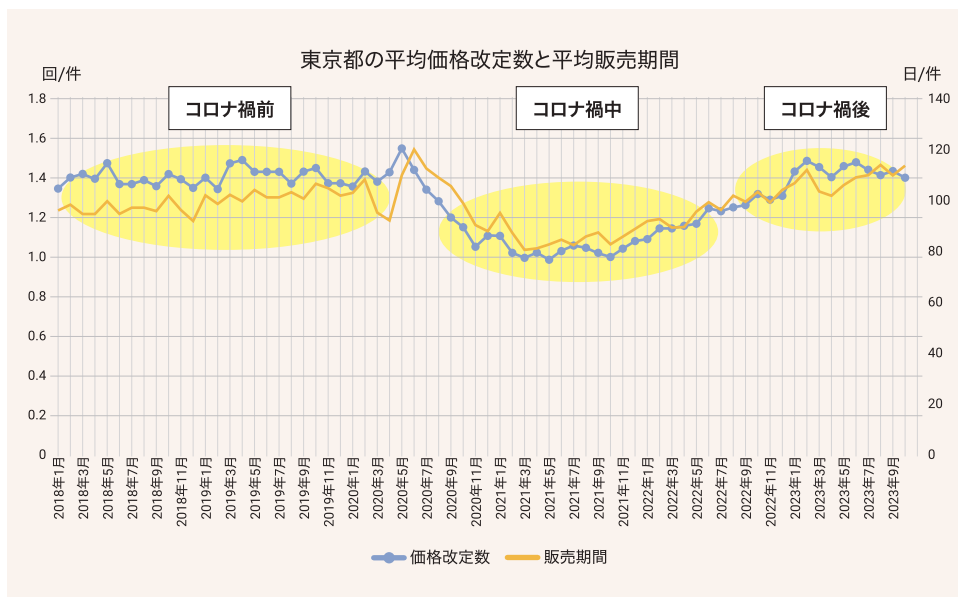
取引姿勢の大幅な軟化が顕在化!?

不動産仲介業における中古マンション取引は、売却するマンションの上限・下限価格を売主と取り決めた上で、周辺のマンションの売れ行きや反響を加味しながら上限価格から下限価格へ向けて価格改定(値下げ)をしつつ成約に至ります。

早期に売却をしたければ、改定額(値下げ額)を大きくする、改定頻度を増やすなどで需要を喚起する必要があります。

価格改定頻度は、現場の不動産ブレイヤーの「想定していた相場感」と「実際の相場感」の乖離を表しています。改定頻度が大きくなるほどその乖離も大きくなり、取引姿勢に直結すると言えるでしょう。

次のグラフは、各月に成約したとみなされたマンションの平均価格改定数と、平均販売期間を表しています。



コロナ禍前の平均価格改定数は、1・4回前後を推移し平均販売期間は95日前後で推移しています。コロナ禍中においては、平均価格改定数は1・0回前後、平均販売期間80日前後といずれも大きく減少しました。これは価格改定をしなくても短期間で販売することができたことを表しており、言い換えれば現場の不動産ブレイヤーが強気の取引姿勢を取っていたことが分かります。

一方で、コロナ禍後の平均価格改定数はコロナ禍前と同水準の1・4回前後でしたが、平均販売期間は110日前後とコロナ禍前と比較しても長期化しています。

このことから、上限価格が低く見積もられるなど、今後の不動産ブレイヤーの取引姿勢はより軟化していくことが推測されます。

福嶋 真司

マンションリサーチ株式会社
不動産データ分析責任者

NEWS

2週間無料トライアル
受付中!!

全エリア使い放題
お申し込みはこちら▶▶▶



不動産
DATA CLOUD
売買事例を検索・閲覧できるツール

「間取り図」追加決定!
近日リリース!

ご成約者様の声

マンションナビ一括査定では、ご成約された方にインタビューを実施しています。

今回は不動産会社の選び方や、契約の決め手についてのコメントを抜粋してご紹介します！

皆様の営業活動の一助となれば幸いです。

Voice Of The Customer



他社と比べて非常に高い査定額を出した不動産会社があったのですが「その根拠を教えてください」とご連絡したところ、それについての返答をいただけなくて。

査定額と売れる金額は別物だと思っていたので「高額だから」といって不動産会社を選ぶことはしませんでした。複数の不動産会社の査定額や見解を聞く中で相場も見えてきて、マンション売却についての知識も深まっていたので、このような選択ができたのだと思います。

売却理由: 住み替え

査定価格の高さだけでは
選ばなかった

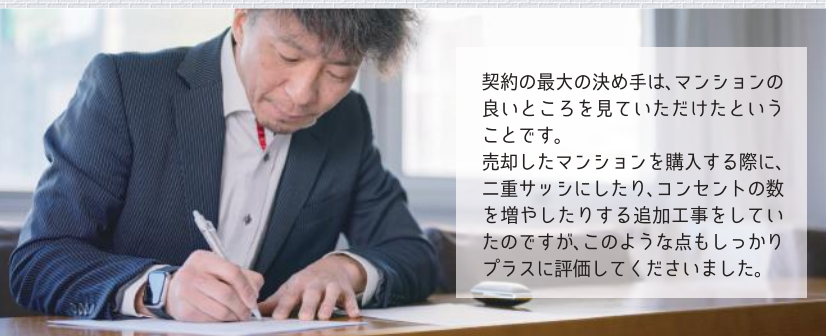
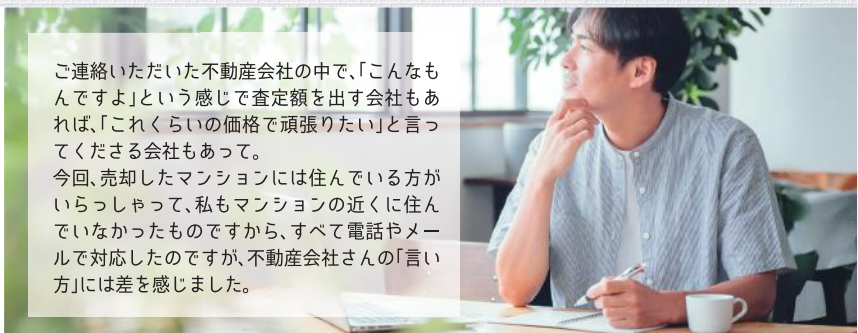


売却理由: 収益物件

査定の伝え方で
印象に差が
出ると思う

ご連絡いただいた不動産会社の中で、「こんなもんですよ」という感じで査定額を出す会社もあれば、「これくらいの価格で頑張りたい」と言ってくれる会社もあって。

今回、売却したマンションには住んでいる方がいらっしゃって、私もマンションの近くに住んでいなかったものですから、すべて電話やメールで対応したのですが、不動産会社さんの「言い方」には差を感じました。



契約の最大の決め手は、マンションの良いところを見ていただけたということです。

売却したマンションを購入する際に、二重サッシにしたり、コンセントの数を増やしたりする追加工事をしていたのですが、このような点もしっかりプラスに評価してくださいました。

売却理由: 資産整理

良いポイントを
しっかり評価して
くれた

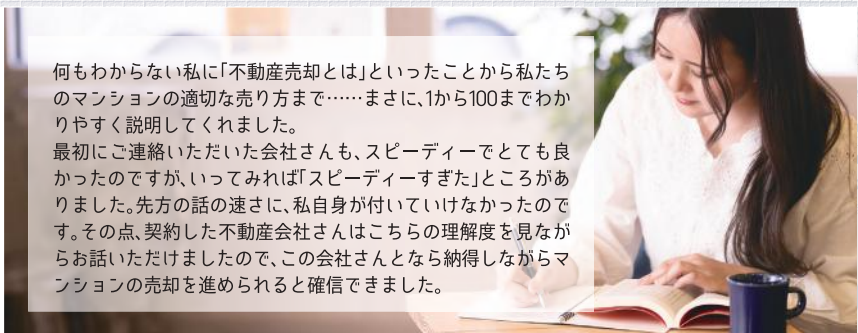


売却理由: 資産整理

理解度に
合わせた説明を
してくれた

何もわからない私に「不動産売却とは」といったことから私たちのマンションの適切な売り方まで……まさに、1から100までわかりやすく説明してくれました。

最初にご連絡いただいた会社さんも、スピーディーでとても良かったです。いってみれば「スピーディーすぎた」ところがありました。先方の話の速さに、私自身が付いていけなかったのです。その点、契約した不動産会社さんはこちらの理解度を見ながらお話いただけましたので、この会社さんとなら納得しながらマンションの売却を進められると確信できました。



マンションリサーチ問題集(中古マンション編)

不動産市況に関する長文問題です。ぜひチャレンジしてみてください!



価格改定の回数から見る、 コロナ禍前後の中古マンション市場

登場人物紹介



先輩A: 穂佐 任朗(まりさ まかせろう)
・高圧的で人情味のあるタイプ
・30代後半



後輩B: 新入 元気(しんいり げんき)
・自信過剰だが素直なタイプ
・社会人3~4年目

ここは東京のとある不動産会社。

中堅社員である先輩Aは、最近少し調子に乗っている後輩Bの案件進捗を心配し、ランチ中にこんな投げかけをした。



【先週紹介した、品川区のマンションのお客様、その後どうなった？】



【あーもうカンペキっすよ! コロナが明けてからずっと価格は上がっているんで、お客様の希望額より200万近く上乗せして出しました! これで余裕で売れますよ。】



【おいおい…市況わかってるのか? そんな価格で売れるわけないだろ!】



【え…? でもコロナ禍では価格改定回数が【問1 A】、かつ価格改定した金額は【問1 B】だったですね? 先輩もう忘れちゃったんですか?】



【いやいや、コロナ明けてからのデータ見てないのか? 東京ではコロナ前の価格改定1回の平均額は①約50万円だったものが、現在は②約240万円ほどになっていて、価格改定の回数は増えているんだ。在庫の㎡単価も③下がり続けていて、昨年末から④在庫数が増え続けているんだ。】

ちなみに、成約物件の中で、取引額が大きいエリアかつ、単価の高い【問3 A】が占める割合が上昇しているらしいぞ。それとコロナ禍では、主に【問3 B】の住み替え需要が上がったことも、マンションの価格上昇の一因なんだ。

そもそも、コロナ禍から成約価格が伸び続けている最大の要因を分かっているのか? 【問4 A区・B区】の二区とその他の区の「エリア」による二極化が進んでいることだ! (※当社調べ)

今回の案件は品川区だろ? 特殊な物件でない限り、そんなに強気で出すのは危険だぞ。

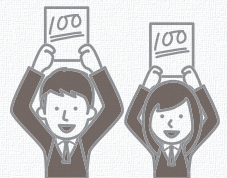


【すみません!! 完全に勉強不足でした!! すぐにお客様に説明して来ます!!! (先輩は不動産のことになると早口になるなあ〜〜) 穂佐先輩はどうやって勉強しているんですか?】



【そりゃあ日々の取引での肌感覚と、マンションリサーチ福嶋さんの動画を見て大まかな市況の動向を探っているのさ。】

Level Up!



★マンションリサーチ福嶋の動画はこちら

マンションリサーチ公式 Channel



福嶋 真司

マンションリサーチ株式会社
不動産データ分析責任者



■問1 正しい組み合わせを選べ。

- (1) A.少なく B.小さ
(2) A.多く B.大き
(3) A.少なく B.大き
(4) A.多く B.小さ

■問2 下線部に誤りがあれば訂正しなさい。
なければ丸を記入しなさい。

- ① _____
② _____
③ _____
④ _____

■問3 正しい組み合わせを選べ。

- (1) A.タワーマンション B.一次取得層
(2) A.リノベマンション B.一次取得層
(3) A.タワーマンション B.二次取得層
(4) A.リノベマンション B.二次取得層

■問4 A・Bに入るエリアとしてもっとも適切なものを、以下選択肢より各一つ選べ。

・足立区・板橋区・江戸川区・葛飾区・江東区・品川区・墨田区・世田谷区・中央区・千代田区・港区・目黒区

課金対象外申請の審査

マンションナビ一括査定は完全反響課金制となりますが、お客様に売却意思が無い等の場合には、課金の対象外とするための申請をいただいております。
この課金対象外の審査の仕組みについて、どうやって判断しているの?というお声をいただくことがあり、今回この場でご共有させていただきます。



課金対象外申請の審査とは

弊社の審査部では申請をいただいた場合、査定依頼者様にお電話(+SMS)とメールで確認を行っております。
※重複など、依頼者様への確認なしで判断ができる申請を除く
申請から2週間でお電話は最大6回、メールは最大2回お送りし、
申請の内容と相違ない場合、もしくは審査部で確認が取れなかった場合に課金対象外としております。

審査部ってどんな感じなの?

不動産会社様や査定依頼者様からのお問い合わせも含め、常時2~3名で対応。依頼者様のご状況について、なるべく詳細にお返事いただけるよう、日々工夫しております。

迅速丁寧な
対応を心がけて
います

集客面での
改善も進めて
います



皆様のお手数をおかけしており誠に恐れ入りますが、課金対象外のご申請が1件でも少なくなるよう、今後も質にこだわり集客に取り組んでまいります。今後もマンションナビ一括査定をよろしく願いいたします。



- マンションナビ イタン相談室 -

itan COUNSELING ROOM

PICK
UP!

あなたの 答えを知っているあなたへ
答えを持っている人がいます

不動産にまつわる悩み事は

『不動産 売却』のような単純な悩みではないことが多いと思います。

ネットやSNSの普及によって、より深い悩み事を検索しているユーザーに
あなたの持っている“答え”を届けてみませんか?

月間11万人以上のユーザーが訪れるマンションナビでは
“答え”が見つかる『場所』の提供を、スタートいたしました。

回答とあわせて
HPや
SNSリンクが
掲載できます。



無料

本当の答えは
あなたに巡り会うこともね



担当：山本

一括査定レビュー★ランキング

集計期間: 2023.11.1 ~ 2024.01.15



RANKING **1位**

★★★★★ **4.00**



Reviaance

株式会社リバイアンス

株式会社 リバイアンス

住所 東京都豊島区南大塚3-32-10
今井保全ビル2・6F

URL <https://www.reviance.co.jp/>



★★★★★

・福岡県福岡市 ・査定時期 / 2023年10月

複数の会社から連絡がありましたが、中でも、担当者が謙虚で誠実な対応が良かったのと、説明もわかりやすく契約までスムーズに進みました。



受賞コメント!

初の1位を受賞でき、大変嬉しく思っております。

お話をさせていただいたお客様には、心より感謝申し上げます。

ご査定いただく際に、弊社ではお客様の様々なニーズにお応えできるよう

査定を心がけております。親切・丁寧・いち早くをモットーに、

これからも真摯にお応えできるよう精進して参ります。



RANKING **2位**

★★★★★ **3.60**

住友林業の不動産仲介



住友林業ホームサービス 株式会社

住所 東京都新宿区西新宿3-2-11
新宿三井ビルディング11F

URL <https://www.sumirin-hs.co.jp/>



★★★★★

・兵庫県神戸市 ・査定時期 / 2023年12月

いろいろ相談に乗っていただいた結果、もうしばらく様子を見た方が良いということになりました。目先の利益を考えるだけでなく、顧客の立場に立った大変誠実な対応で本当に感謝しております。



RANKING **3位**

★★★★★ **3.40**



DAIKYO 大京穴吹不動産

株式会社 大京穴吹不動産

住所 東京都渋谷区千駄ヶ谷4-19-18
オリックス千駄ヶ谷ビル

URL <https://www.daikyo-anabuki.co.jp/>



★★★★★

・東京都豊島区 ・査定時期 / 2023年11月

机上査定(AI査定)が非常に早く、情報も詳細。担当者さまの説明が丁寧でわかりやすく、金額の根拠や戦略も明確で、満足のできる売却が期待できると判断しました。

? 一括査定レビュー★について

マンションナビ一括査定では、査定依頼者様より各社様へのレビューをしていただいております。

レビューの評価が高いと...反響を優先して受け取ることができます!

査定依頼者様とお話しできたタイミングで、ぜひレビューをご回答いただけるよう

各社様からもお声がけください。管理画面から査定依頼者様に対して、

レビューの回答依頼をお送りいただくことも可能です! 詳しくはマニュアルをご確認ください ▶▶▶

毎月上位3社様にはこちらのステッカーをお送りしております!

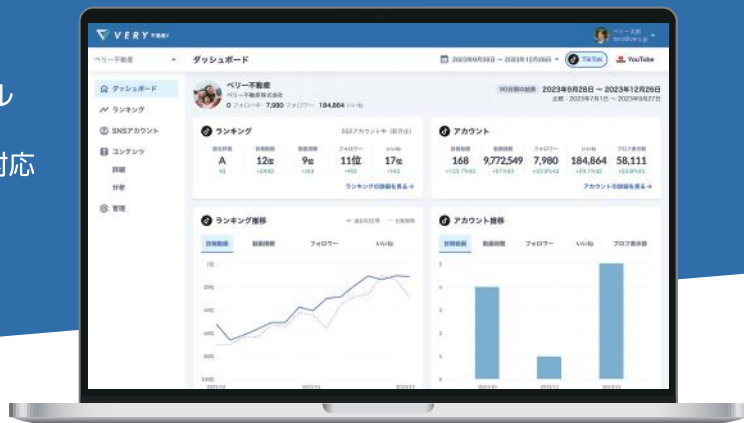


もうポータルサイトに依存しない

SNSショート動画分析・運用ツール

- ✓ 不動産会社特化の動画分析・運用ツール
- ✓ TikTok、YouTubeのSNSアカウント対応
- ✓ Instagramリールも近日リリース予定

2024年2月9日リリース



TikTok YouTube Shorts Instagramリール※

不動産業界に特化した ショート動画分析運用ツール

この度、当社UPPGO株式会社は、
不動産業界に特化したショート動画SNS分析・運用ツール
「VERY」の提供を開始いたしました。
当社はTikTok運用代行の支援サービスも展開しており、
ポータルサイトに依存しない潜在層集客のための
最新マーケティング手法を提案しております。

※Instagramリールは近日中にリリース予定

特徴
1

自社アカウントの
評価がわかる

特徴
2

デイリーレポートで
細部を分析できる

特徴
3

自社と競合アカウントを
比較できる

こちらの広告を見ていただいた方へ特別に

＼ マンションナビマガジンを見たと伝えたら /

3月末まで無料



UPPGO株式会社

☎ 03-6431-8345

✉ support@very.fans

申し込みはこちら

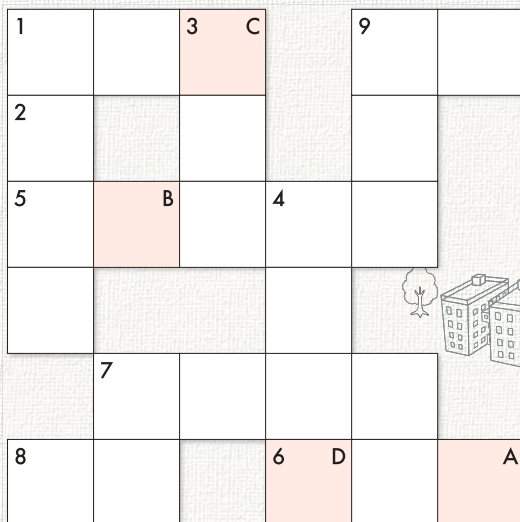


VERY ショート動画分析

検索

https://very.fans/real_estate





不動産クロスワード



- ① 資産管理。〇〇〇〇マネジメント。
- ② 2項道路に接している敷地において、道路の境界線を後退させること。〇〇〇バック。
- ③ 集合住宅だけど、一戸建てのような住み心地を得られるのが長所! 〇〇〇ハウス。
- ④ 最も一般的な屋根。
- ⑤ マンションナビ一括査定は質の向上に〇〇めている。
- ⑦ レアで美しい、複雑な木目。
- ⑨ 建築工事の開始を記念して埋め込まれる石(プレート)。(開けてみたい...)

■ ABCDの順で並べると…
(答えはページ下部)



- ① 未完成の建物を販売すること。〇〇〇売り。
- ⑤ 古い基礎にプラスして新たにRC造の基礎を設置する、耐震性をあげるために行う工事。
- ⑥ マンションリサーチ株式の略称。
- ⑦ 顧客から直接売買の依頼を受けた不動産会社。〇〇〇〇業者。
- ⑧ ロボ査定を導入したら、査定書作成が〇〇になった!(当社比)
- ⑨ 住宅や土地を住宅ローン等の担保とする、〇〇とう権



地元自慢

埼玉県(編集長堀江の出身地!)

埼玉には秩父や長瀬を始め、豊かな自然が広がっています。特に桜や紅葉などは観光におすすめです。

また、さいたま市や川口市などは商業施設が多くショッピングにも最適。都心へのアクセスが便利なのも魅力です。

私のお気に入りには「小江戸」と呼ばれる川越。江戸時代の雰囲気を残す歴史的建造物が立ち並び、日本の伝統や文化を感じることができます。

新メンバー紹介



北の大地ならではの、
大胆にして細かな営業でお客様を笑顔に
営業: 門前 美き野

まさかの第二号から参加させていただくこととなりました!
「あ～次の号そろそろ届かないかな～自分も載りたいな～」
そう思っていただけのZEROを目指します!
よろしく願いいたします。

編集後記



テクニカルサポート 遠藤 あかね

ZEROの前身であるマンションリサーチ通信の編集長をしておりまして、遠藤です。
皆様に有用な情報を発信するべく、毎月不動産業界の情報交換会に参加し
業界内のトレンドや取引現場でお困りのことが無いかな、日々探しまわっております。
過去10年で交換した名刺の枚数が累計1800枚を超えましたので、今年は2000枚突破を目指します。

