

今すぐ始める！誰でもできる！
オンライン内見

Provided by **CHINTAI**

はじめに

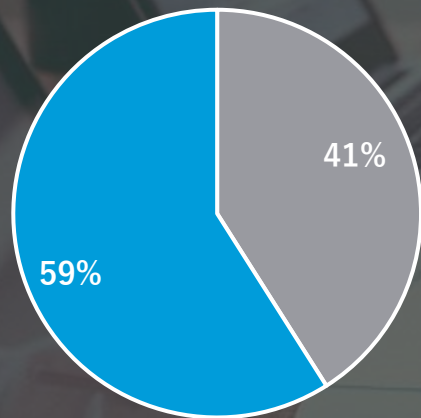
2020年、新型コロナウイルスの世界的大流行で世界が混乱の中にあります。日本も4月7日非常事態宣言が発令されました。各産業が大きな影響を受ける中、不動産賃貸仲介業も従来のやり方から変更していくことを迫られています。

本資料では、不動産会社の置かれている現状、ユーザーのニーズを踏まえた上で、明日からでも実施することができる「オンライン内見」のノウハウを説明いたします。

難しい状況だからこそ創意工夫を行うことで、単純な問題解決以上の、価値のある取り組みが出来ると考えています。

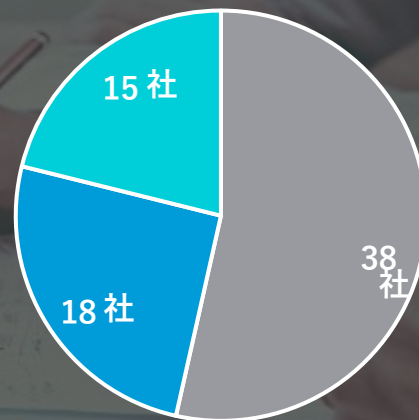
不動産賃貸仲介会社への影響

新型コロナウイルスの感染拡大による 賃貸仲介事業への影響



□影響があった □現状ない

影響の内容



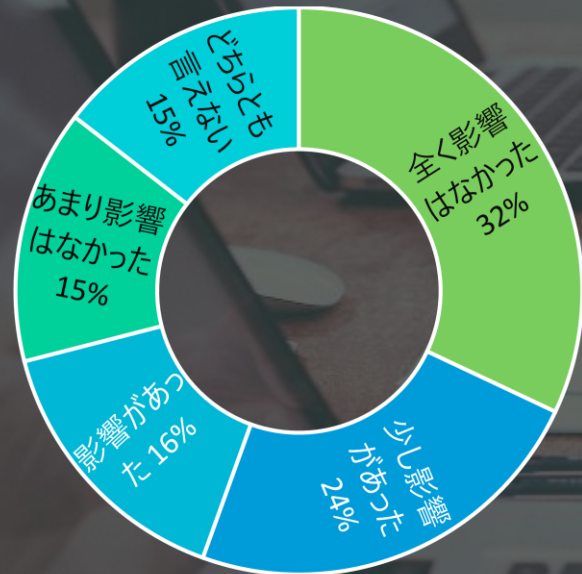
□来店が減った □入居日のずれ □内見が減った

出典：日経不動産マーケット

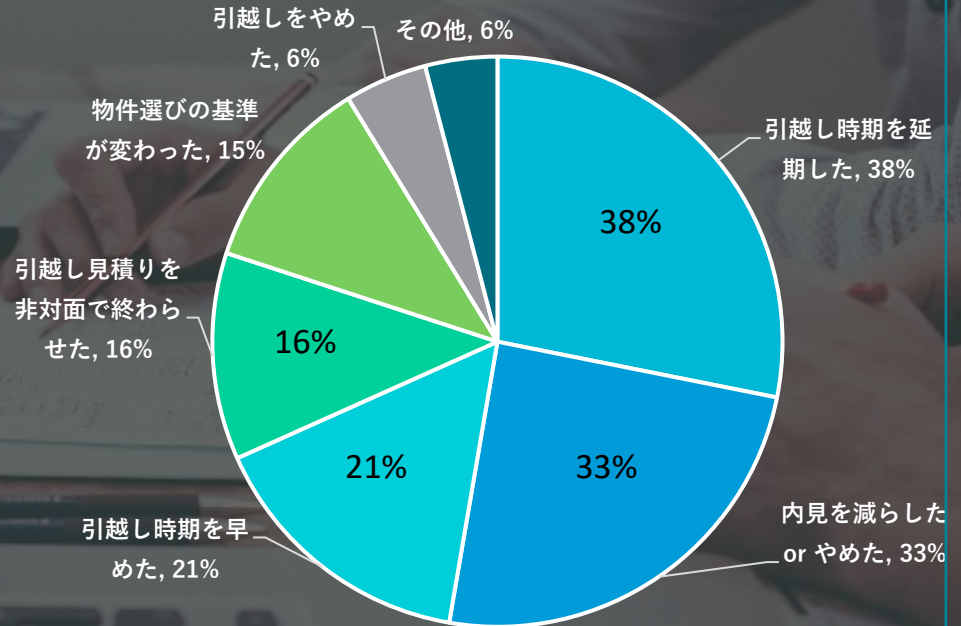
日経不動産マーケットが2020年3月5日～3月10日に首都圏（東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県）所在の賃貸不動産仲介店舗151社に対してアンケート調査を実施し、現状の賃貸不動産仲介会社の企業活動への影響を調査しました。約4割が影響を受けたと回答。来店数の減少がもっとも顕著。

一般消費者への影響

コロナウイルスの影響で引越しに関して何か影響はありましたか



引越しに関する具体的な影響はなんでしょう



出典：株式会社GLIDE

株式会社GLIDEが2020年の2月～4月に引越し予定のあった（ある）方の男女400名に対し、新型コロナウイルスの影響で引越しに関して影響があったかアンケート調査を実施。3人に1人以上影響があったと回答。

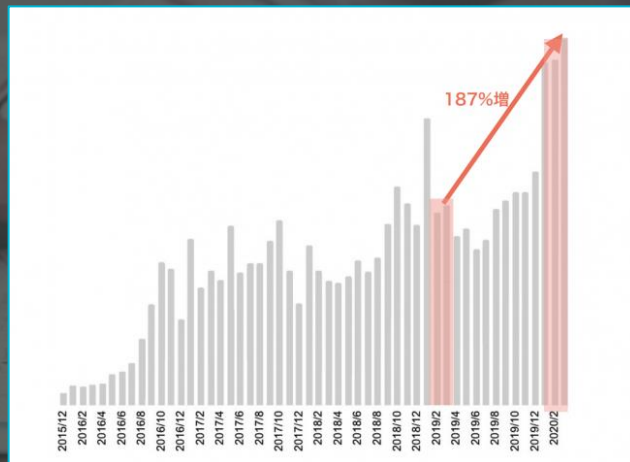
非対面接客へのニーズ

新型肺炎を意識して家から出る
回数は減った？

減った
59%

変わらない
41%

ブライダル業界のチャット相談サービスの利用者数の増加率



出典：冒険法人プラコレ

「新型コロナウイルスへの意識調査」冒険法人プラコレ10代~30代インスタユーザー1466人が回答
新型コロナウイルスを意識し、家から出る回数が減ったユーザーは59%、変わらないと回答したユーザーは41%
新型コロナウイルスで外に出る回数が減少した一方で、外出せず、全てをチャットで完結できるチャットサービスを実施しているブライダル業界のサービスが前年比187%で利用者を増やしています。

仲介業務の非対面接客の検討

仲介業務の4ステップ

反響対応・追客



反響が社内システムでないと確認できない

接客



レイズが社内システムからでないと使えない

内見



スマホがあればオンライン内見ができる

申込・契約



IT重説なら非対面接客が可能

仲介業務の中でも、「内見」「申込・契約」業務はすぐに非対面接客が実行可能！



オンライン内見とは

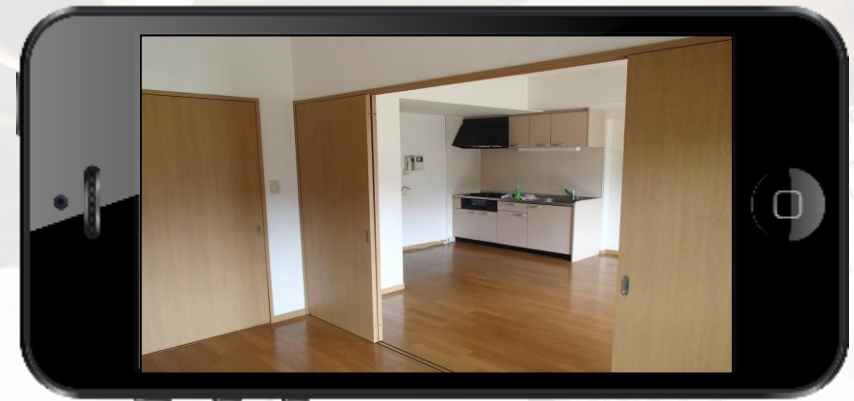


オンライン内見とは

お客様が実際に物件を訪問することなく、オンライン経由で自宅や出先から物件の内見をすることができるサービスです。

利用者はパソコンやスマートフォン・タブレット端末から不動産業者が提供するオンライン内見のサービスにアクセスし、現地にいる不動産会社のスタッフとリアルタイムに映像と音声でやり取りを行います。

現地のスタッフと会話をしながら部屋の様子や間取りなど見たい場所をカメラで映してもらい、リアルタイムの映像で物件を画面越しに内見することができるので、実際に現地に行って内見をするのと同じように物件の詳細を確認することができます。



代表的なオンライン内見サービス

LIFULL HOME'S のオンライン内見・IT重説サービス


Webコミュニケーションシステム「LIFULL HOME'S LIVE」を使用。お客様は検索条件で「オンライン内見可」の物件を選択できる。

トライエルのオンライン内見サービス

ハウスコムは、株式会社Tryell(トライエル)の『オンライン内見』をカスタマイズ導入。1店舗1か月30件の実績。

上記のような有料サービスは、オンライン内見に特化しているため、サポートの手厚さなどメリットもございます。ただし、無料で使えるツールで代用することも充分可能となっています。


 LIFULL
HOME'S

NURVE  オンライン内見

 Spacely  miracle360
360°パノラマVRサービス

※ 平均概算費用

	A社	B社	C社
初期費用	¥200,000	¥380,000	¥300,000
月額	¥60,000	¥75,000	¥50,000



使用ツールについて

無料ビデオ通話ができるアプリ



特にZOOMはビデオ通話に特化した機能を持ち、様々な企業で用いられているツールです。

< ZOOMを利用するメリット >

- ・内見希望のお客様はZoomの[アカウント登録不要](#)(アプリダウンロードは必要)
- ・お客様側はミーティングIDを入力するだけでビデオ通話に参加可能
- ・参加者が1対1の通話であれば[無料で通話時間無制限](#)(3名以上の場合は40分まで無料)

< LINEを利用するメリット／デメリット >

- ・お客様に身近なコミュニケーションツールであり、ほとんどのユーザーが[既にアプリを利用している](#)。
- ・内見前後のやり取りがチャットでできる
- ・お互いの[事前承認\(友だち申請\)](#)が必要



10分で出来るZOOMの利用手順

1

ダウンロード

所要時間
1分

2

インストール

所要時間
2分

3

アカウント作成

所要時間
2分

4

お客様へ事前告知

所要時間
2分

5

内見当日の操作

所要時間
3分



アプリのダウンロード

まずはZOOMのアプリをダウンロードしてください

iPhone:

<https://apps.apple.com/jp/app/zoom-cloud-meetings/id546505307>

Android:

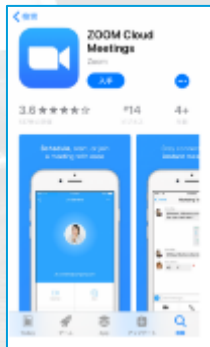
<https://play.google.com/store/apps/details?id=us.zoom.videomeetings&hl=ja>

1



アプリのインストール

ZOOMをiPhoneにインストールする方法



1. 「App Store」を開き、検索欄に「zoom」と入力し、検索します。候補が複数表示されますが、「ZOOM Cloud Meetings」というアプリが該当のアプリです。

2. [入手]をタップします。

サインインしていない場合はApple IDでサインインが求められます。

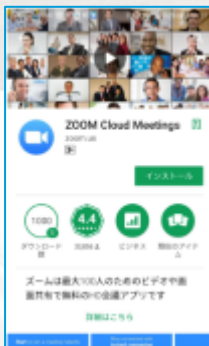
取得しているIDとパスワードでサインインしてください。

あらかじめ設定している場合は、指紋認証や顔認証も利用できます。

正常に認証が行われるとダウンロードが始まり、インストールが終了します。ホーム画面にZoomのアイコンが追加されていることを確認してください。

2

ZOOMをandroidにインストールする方法



1. 「Playストア」というアイコンで開けます。

アイコンはホーム画面、もしくは「設定」にあるケースがほとんどです。

Google Playでは、Google IDを用います。あらかじめ端末にGoogle IDを登録していない場合は、サインインが求められます。また、Google IDを持っていない場合は、作成してから再度Google Playを利用してください。

2. Google Playでもアプリを名前で検索できます。

検索窓に「zoom」と入力します。「ZOOM Cloud Meetings」というアプリが該当のアプリです。

3. 「インストール」をタップすると、ダウンロード・およびインストールが始まります



アカウント作成

3

1. インストールしたアイコンから立ち上げ、はじめにサインアップをタップ
2. 誕生日を入力
3. 登録画面で「メールアドレス」「姓・名」を入力
※確認作業が必要なので、受信できるメールアドレスを入力してください
4. 入力したメールアドレス宛にメールが届きます。
5. 「アクティブなアカウント」をクリックしてください。
6. クリックすると、すぐに「**無料アカウント作成**」のページに移動できます。

<無料アカウント作成>

1. 名前を入力して、次に苗字を入力してください。
アメリカの会社なので、名前、苗字順になります。
2. パスワードを入力します。パスワードは皆さんも用心されている方も多いと思いますが、あまり簡単なものは避けるようにお願いします。
※大文字と小文字を組み合わせないとパスワード設定できないように、Zoom側で設定されています。
3. パスワードと確認用パスワードを入れたら「**続ける**」をクリックしてください。
4. ZOOMテストミーティングを今すぐ開始をクリック
5. 画面上部に出てくる「ZOOMを開始」をクリック ⇒ **表示できていればOK!**



お客様へ事前告知

4



<STEP1>

ログイン後、下部メニューの「ミーティング」にて、個人ミーティングIDを確認。「編集」ボタンをタップし、「ミーティングパスワード必須」をオフする。

<STEP2>

一旦、右上の保存をタップする。
個人IDが表示された下部の「招待の送信」をタップすると、どうやって送るかを選べます。

例えば、「メールの送信」とすると
本文にミーティングURLや、ミーティングIDも記載されるので簡単です。コピーして使えます。



内見当日のやり方

5



<STEP1>

アプリを立ち上げログイン後「新規ミーティング」をタップ。

<STEP2>

「ビデオオン」と「個人ミーティングID」をオンにし、「ミーティングの開始」をタップ。

<STEP3>

カメラ画面が起動したら顧客側にアプリを立ち上げミーティングに参加するよう依頼し、参加を待つ。

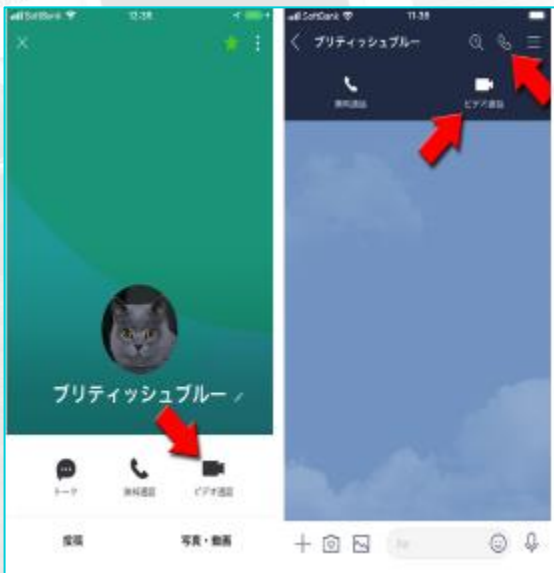
<STEP4>

お客様がミーティングに参加してきたら、内見開始。



LINEの場合

6



<STEP1>

プロフィールもしくはトークルームから
ビデオ通話を選択

お客様のプロフィール画面のビデオ通話か、もしくはトークルームにあるビデオ通話を選択してください。

※無料通話と同じ操作です。

<STEP2>

相手が応答すると画面に相手のビデオ映像が写され、画面上部に自分の映像が表示されます。通話はスピーカー状態になっており、ハンズフリーで会話ができますので、内見開始です。



当日の準備とノウハウ

当日に準備しておくモノ

★スマートフォン 通信機能付き

マイク付イヤホン 双方の声が聞き取りやすい

★Wi-Fiルーター LTEでも映像の乱れや通話の切断が発生することがあります。

★モバイルバッテリー もしもの充電切れに対応

小型照明 通電していない場合に備えて

メジャー

電子メジャー 天井の高さを聞かれた場合に備えて

バインダー 大きさを例える際にA4サイズなどの目安に

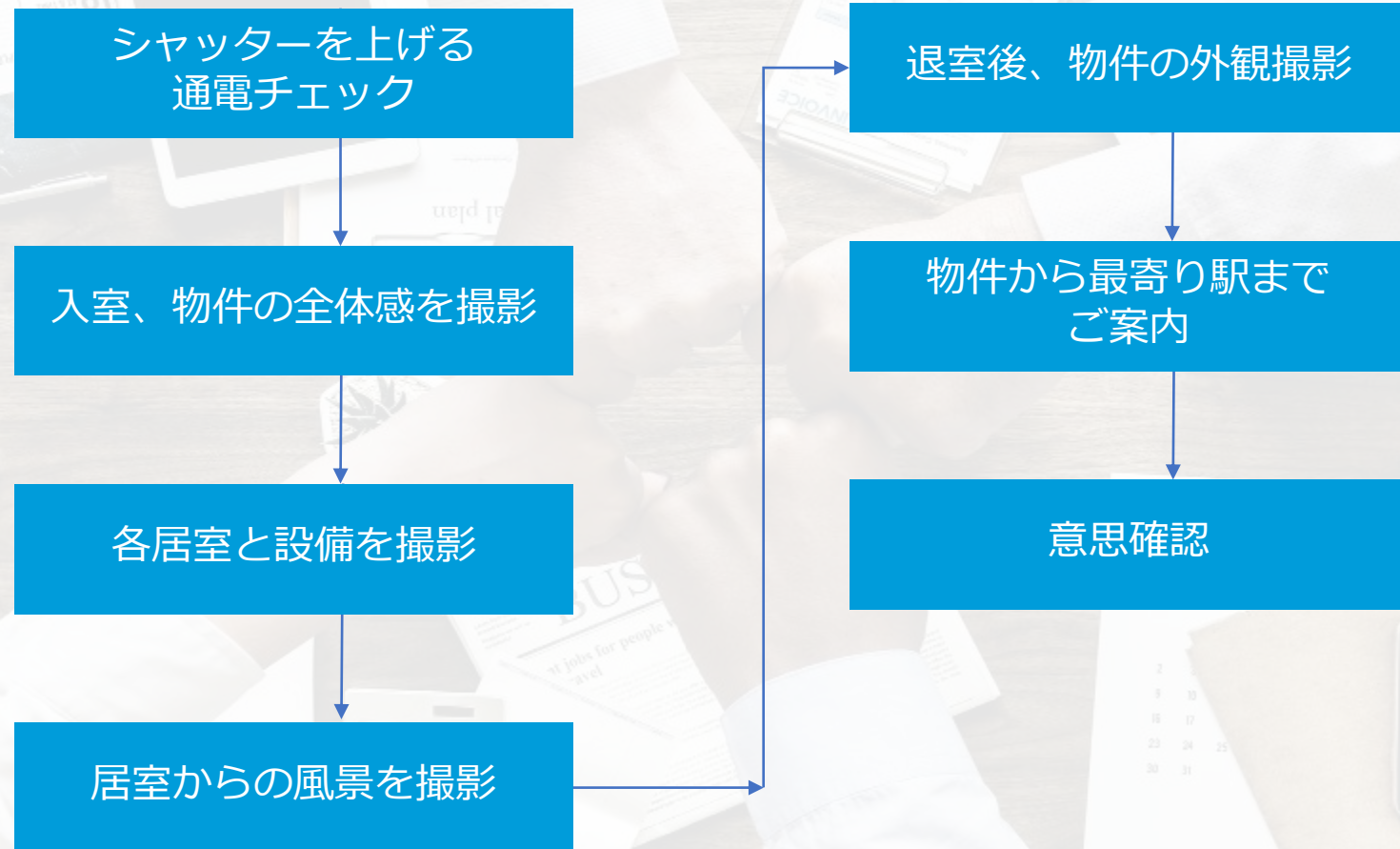
名刺

マイソク

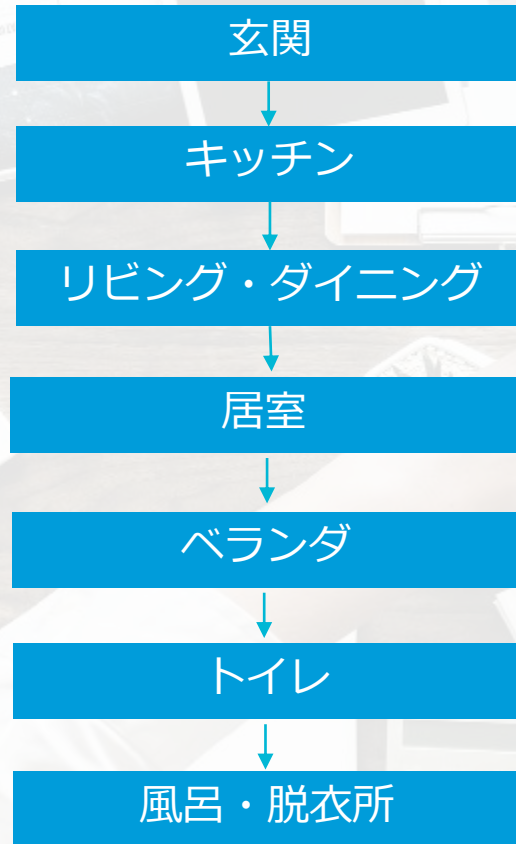
筆記用具



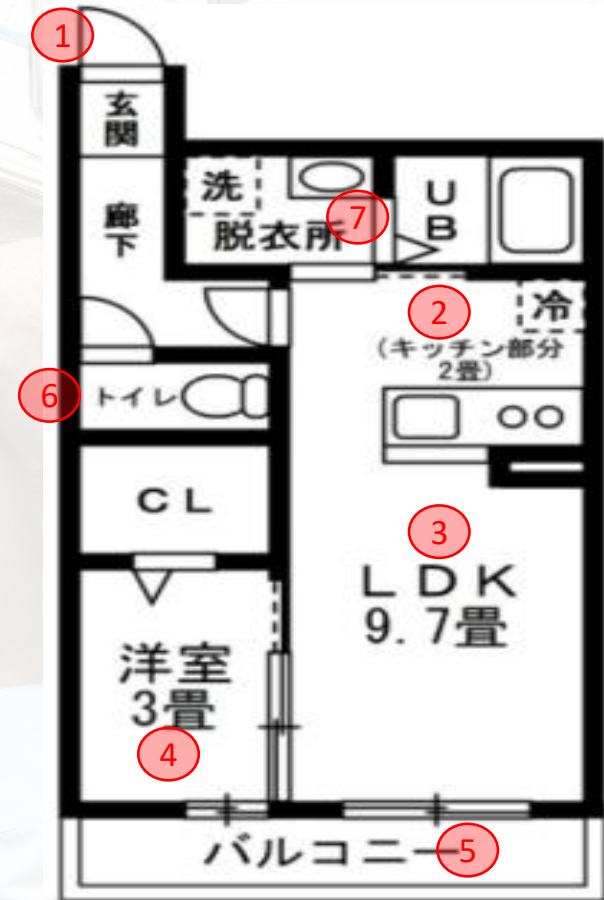
オンライン内見の手順



オンライン内見の案内順

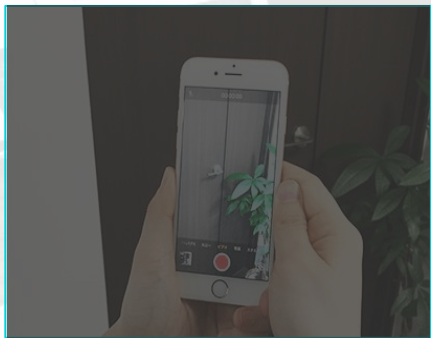


間取り次第で
前後OK

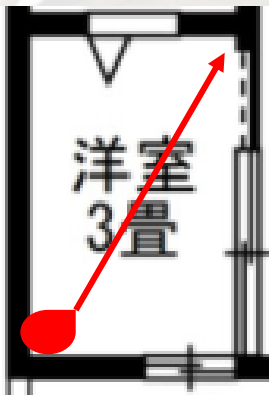


撮影時のポイント（基本編 1）

1) カメラ撮影時は縦ではなく、横向きの方が広範囲を撮影できて見やすい。



2) 撮影時はなるべく全体を撮る為、対象物の対角線上の四隅などに立つとよい。



スマホ・カメラの撮影方向

撮影時のポイント（基本編2）

3) 撮影対象が画面に入りきらない時は、上から対象物全体を上下左右に動かして押さえる。



●立付けの状態をわかりやすく撮影するため、扉や窓は閉まった状態から、開ける様子を見せてあげるとよい。

●カメラ移動はゆっくり行う。早い動きをすると動画にカクツキがでたりお客様が画面酔いをしてしまう為。

撮影時のポイント（玄関）

1) 外のドアから入室する所から撮影

→入室した際の第一印象を言葉で伝えられるとよい。

例) 「〇〇の香りがします」「日当たりが良く玄関まで明るいです」

2) 靴箱が有る場合は扉を開けて内部を撮影

→内部の奥行きや高さが分かるように、撮影者の手を入れてみたり、靴を実際に置いた所を撮影すると分かりやすい。

→可動式かどうかにも実際に持ち上げて確認してあげると親切。



撮影時のポイント（キッチン）

- 1) 作業スペースに手を置いてサイズ感を説明
→まな板を置けるか？など想像しやすいようにする。



- 2) キッチン収納はすべて開けて撮影
→見せる事で、キッチンツールや調味料などをどのように収納できるか想像できるようにする。



撮影時のポイント（リビング・ダイニング）

- 1) ロボットのように規則正しく動き、ルートに沿って歩く + 基本編の撮影方法でリビング全体を撮影

<基本ルート>

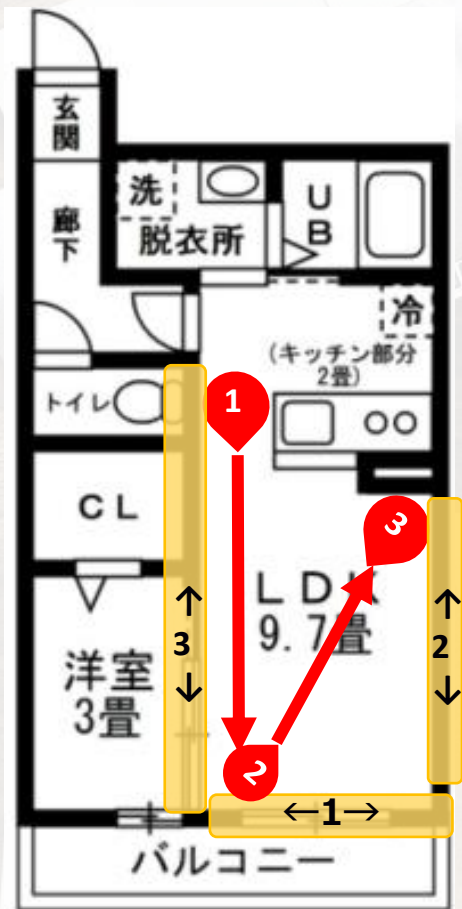
玄関を背にした位置(1)から、バルコニー側の壁と窓を撮影



(2)まで歩き45度回転し、その位置から対角線上の壁を基本の撮影方法で順番に撮っていく。



(3)まで歩き、上記と同様に撮影。



撮影時のポイント（居室・ベランダ）

- 1) リビングダイニングと同様、四隅から対角線上の壁面を順番に撮影
- 2) クローゼットが有る場合は、扉を開けて撮影
→かび臭い、木材にシミがある、ハンガー用のバーがついていないなど、入居後のトラブル防止のため、口頭でも説明しておくが良い。
- 3) ベランダに面している場合は、そのままベランダに出てOK
→ベランダの床を手前から奥に撮影後、景色全体を一望できるようゆっくり左右にカメラを動かす。

※景色撮影時の注意点※

入居後のトラブルを避ける為、「面する道路の交通量」「電車通過中の音」「公園や学校などで遊ぶ子供の声」等、騒音のトラブルの原因となりえる音と共に撮影するよう意識する事。

撮影時のポイント（トイレ・バス）

- 1) 「清潔感」「臭いの有無」等を口頭で補足
- 2) ウォシュレットの有無を念のため再確認



- 1) 蛇口やシャワーヘッドの形状を撮影し、余裕があれば水圧も確認
→撮影前にシャワーの水を出すと床やバスタブが濡れて撮影しにくいので、水圧チェックは最後に行うと良い。

- 2) 洗面台収納は扉を開けて内部を撮影

- 3) 洗濯機置き場を撮影する際、
「洗濯パン」「蛇口」を必ず映す



撮影時のポイント（物件・最寄り駅まで）

物件の前で外観全体を映す



顧客ニーズがありそうなスポットを紹介しながら最寄り駅へ



最寄駅入り口まで案内



THANK YOU

CONTACT

c-product@chintai.co.jp

Company

株式会社CHINTAI

<https://www.chintai.jp/>

〒107-0051

東京都港区元赤坂1丁目2番7号

AKASAKA K-TOWER 10階

03-5771-4600 (代表)



不動産賃貸仲介会社向け
お役立ち情報サイト



賃貸仲介お役立ちメディア

賃貸仲介業務をもっと楽にするためのメディア！
日頃の業務へのお役立ち情報を配信しています。



反響対応 2020.07.13

来店率・反応率アップ！反響対応の6
つの心得

<https://fudosan-chukai.net/>