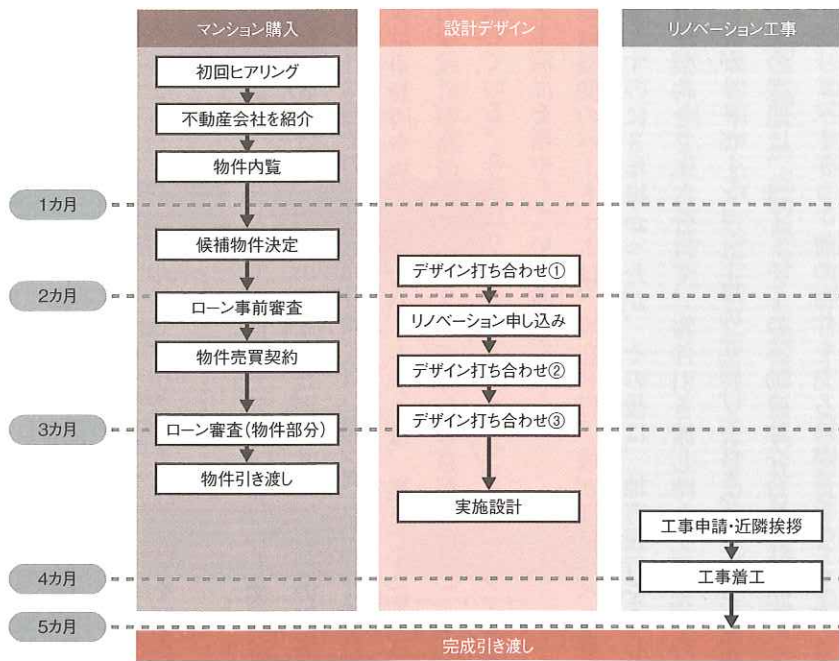
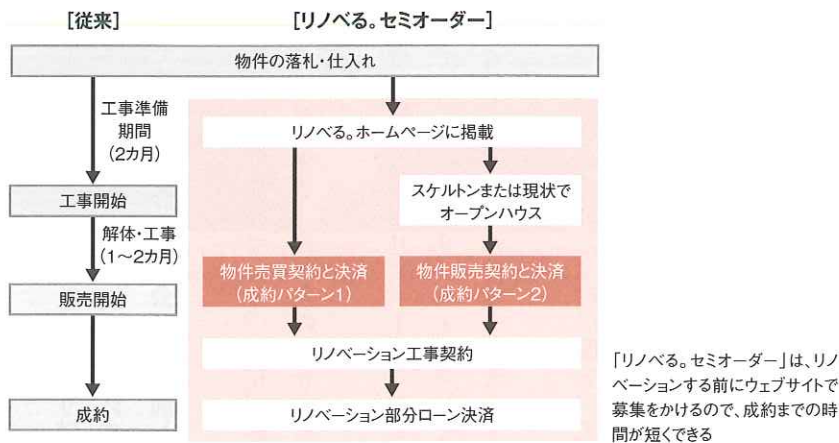


● 「リノべる。」のスケジュール

(資料:リノべる)



● 「リノべる。セミオーダー」と従来型買取再販のフロー比較



アイデア③ リノべる 仲介とリノベージョンをセットで

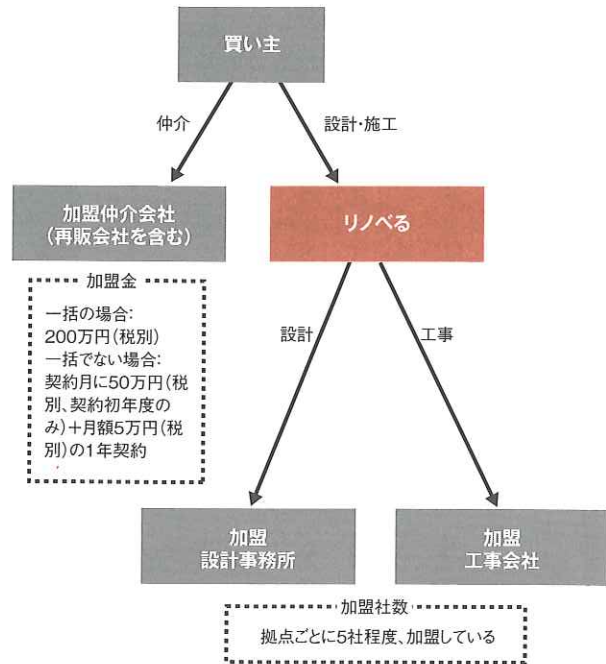
リノべる（東京都渋谷区）は、ウェブマーケティングを活用して中古マンション仲介とリノベーション工事をワンストップで提供する。顧客をサポートする自社の「コーディネート」を中心に、不動産仲介会社、設計事務所、施工会社、提携金融機関が連携してサービスを提供するパートナー方式を採用。設立4期目の2014年3月期で売上高20億円を目指す。

「もともとは建築デザイン事務所を経営してきたが、顧客からは、^よ尖った提案を求められることが多く、ニーズが限られてしまう。それじゃ、尖った提案をたくさん載せられる受け皿をつくらうと考えた」と代表取締役の山下智弘さんは語る。

受け皿の発想がパートナー方式のビジネスモデルにつながった。リノベーションビジネスは、買取再販型と請負型に分かれるが、リノべるが目指す請負型では物件探し、設計・施工、住宅ローン提供の三つの要素が重要になる。会社を設立して2年間は、社内体制の整備と各分野のパートナー獲得に奔走してきた。

リノべるでは、マンションのストック数と密集度で選んだ全国13都市には自らショールームなどの拠点を設置する。13年10月に仙台市、12月に広島市に拠点を開設すると、残すは札幌市だけだ。13都市以外は101のエリアに分けてFC本部を任せる企業を募集する戦略を立てた。まずは群馬県、熊本県で

● リノベるの本部と加盟各社の役割



リノベるが設計・施工を、加盟している不動産会社が仲介業務を担当する。リノベるのサイトで獲得した買主は、加盟不動産会社に紹介する



施工例。左は、東京都江戸川区にある築26年のマンション。右は、大阪市中心区にある築30年のマンション。いずれもブルースタジオが設計した (写真:リノベる)

の目標は顧客獲得の5割をパートナー経由にすることだ。「不動産仲介の成約率は7%程度と言われる。残り93%を逃しているわけで、リノベーション提案で少しでも成約率が上がれば互いにメリットはあるはず。そのためにも営業マンの意識を変えていくことが重要だ」と山下さんは語る。

FCパートナーを得た。

不動産流通のパートナーは現在約150社となった。うち約80社が不動産仲介・管理会社で、残りは買取再販会社。買取再販会社は、競売などで落札した物件がそのままでは売りにくいのでリノベーションしているケースがほとんどで、リノベるのサイトを利用して短期間で物件を売却したい会社が参加している。

リノベるは、設計と施工を自社で元請けし、仲介業務はパートナー会社に全て任せている。現在、顧客獲得の8割はリノベるのサイトだが、サイト経由の顧客はパートナーに紹介する。売り手の仲介会社がなければ、その会社に売り側と買い側の両方の仲介手数料が入る。

設計事務所や施工会社のパートナーは、拠点ごとにそれぞれ5社程度を確保した。リノベーションで有名な設計事務所・ブルースタジオ(東京都中野区)とも業務提携してセミナーリノベーションを提供している。今後はリノベーションのセレクトショップを目指して、有名デザイナーが提案するセミナー商品を増やしていく考えだ。

金融機関のパートナーは、現在8行。最初にリノベる専用ローンを商品化してくれた金融機関を口説き落とすのに3年掛かったが、その後は、地方銀行を中心に着実に広がっている。専用ローンは金銭消費貸借契約を2本に分けて、物件引き渡し時と工事完了時の2回に分けて決済を行える商品で、リノベる自身がリノベーション工事の元請け会社となることで実現した。

今後の課題は、パートナーの不動産仲介会社の強化だ。不動産仲介会社は実物を見せて売るのは得意だが、リノベーション前の物件を売るのが苦手なようだと感じ取り、教育研修に力を入れている。当面