マンション管理

サービスの本質を追求

「マンション管理は究極のサービス業」――。この『サービス力』を高めるため、管理会社が取り組みに力を入れている。専有部サービスはその1つだが、「そもそも良いサービスとは何か」という原点に立ち返り、質の底上げを図ろうとする動きも出始めている。

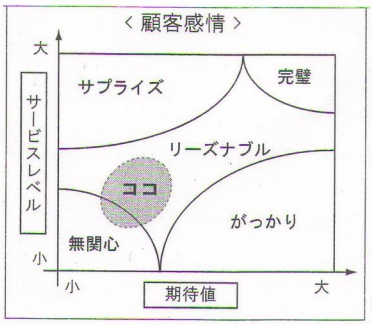
「勘、経験に依拠」から脱却

サービス業としての在り方が、今後ますます問われる（写真はイメージ）

「サービスサイエンス」（以下SS）という言葉を聞いたことがあるだろうか。欧米で生まれた、文字通り「サービスを科学的に分析する」手法のことだ。エンターテインメントやサービス業などの個人向けビジネスを中心に、近年日本でも広がりつつある。伊藤忠アーバンコミュニティ（東京都中央区）のCIOを務め、一般社団法人・情報処理学会でも活動している小柳津（おやいづ）誠氏は、この手法をマンション管理業に取り入れようと尽力している1人だ。

無形の商品を扱うサービス業は、特殊な新興産業だと言える。提供する個人の勘や経験に頼る部分が大きく、同じ会社の社員であっても、その質に差が生じやすい。そうした状況を改善するため、製造業などで重視される「手順」や「訓練」といった要素を定着させ、品質水準を向上させるのがSSの狙いである。

サービスに対する評価を左右するのは、顧客の満足度だ。SSの考え方によると、「サービスレベル」と「顧客の期待値」の2つが高いほど、満足度が向上するという（図参照）。小柳津氏は特に期待値に関して、「一般的なサービス業とマンション管理業とでは、大きく異なる」と指摘。と言うのも多くの場合、マンションを購入するに当たって「『管理』を選んで買う」という認識はなく、期待値が低い状態でサービスの提供が始まるからだ。満足度を上げるには、サービスの内容を改善するだけでなく、「居住者の期待値を上げる努力も必要」と話す。



期待値が低い状態でサービスが開始されるという意味で、マンション管理は特殊だ

具体的には何をすればいいのか。「物件担当者が、1人の人間として居住者に気に入ってもらうこと。その結果、仮にミスを犯したとしても『○○さんなら』と大目に見てもらえる場合もあるし、改修工事など利益につながる事業を受注しやすくなる。居住者はサービス云々よりも、それを提供する〝人〟で判断するもの」（小柳津氏）。

とは言え、誰もがそこまでの信頼関係を簡単に築けるわけではない。そこで、その一助として、「トラブルが発生した時点から問題解決までの手順を、あらかじめマニュアル化しておくのがよい」と説く。そうすれば、どの担当者でも十分な対応が可能、という考えだ。

マニュアルを作成するには、居住者の不満や要望を日頃から把握しておくことが前提。そのために、「顧客との接点を積極的に持つ」（小柳津氏）姿勢が求められる。最近ではインターネットの掲示板などで相談事例が多数紹介されており、ここからヒントを拾うのも手だが、「相手の表情や反応は、やはり実際に対面しなければ分からない」と小柳津氏。「理事会や総会への出席といった通常業務以外にも、マンションへ足を運ぶ回数を増やし、居住者に対する情報収集に努めてみては」と提案する。

キーパーソンは〝管理人〟

サービスの受け手である居住者と接する機会が1番多いのが、〝現場〟に駐在するマンション管理員。彼らが『専門職』としての意識をより強くを持つことができれば、提供するサービスの質、ひいては業界水準の向上にもつながる。こうした目的のもとで10年夏に設立された、一般社団法人マンション管理員検定協会（東京都中央区）では、11年夏に第1回検定試験の実施を予定している。実務と法的知識、一般常識で問題を構成し、管理員の資質に統一基準を設ける考えだ。

日下部理絵　理事長

現在、マンション管理士として活動する日下部理絵理事長。独立前は管理会社の社員としてフロント業務にも携わり、多くの管理員と接してきた。その経験を踏まえ、管理員に求められる資質の1つに『気配り』を挙げる。

受付や点検の立ち会い、巡回などが管理員の主な仕事だが、そうした日常業務は居住者から見えにくい。では、どんな場面で仕事ぶりが判断されるかと言うと、「例えば電球が切れかかっているのに気付き、早めに取り換えてくれるかどうか」（日下部氏）。細かい対応だが、その積み重ねが評判を呼び、雇用する立場である管理会社の評価にも直結する。そのように、「世間でイメージされているような楽な仕事では決してない」（日下部氏）からこそ、『プロとしての心構えや知識を持つ管理員である』と客観的なものさしで示すことに、意味があるという。

受験に関する問い合わせは年配層が中心だが、最近は20代前半の世代も目立つという。現在の平均的な給与水準では難しいが、「将来的には、若い人たちの職業として確立していければ」と語る。

〈会員の特典〉
・瑕疵担保保険が通常よりも年間206,400円(J10利用年間12棟の場合)割安になります
・充実した講習会が会員割引費用で受講できます
・販促用DVD・カタログ・チラシ等営業支援ツール類が活用できます
・技術相談にも応じています
社団法人 日本ツーバイフォー建築協会
〒105-0001 東京都港区虎ノ門1-16-17 虎の門センタービル8階
TEL.03-5157-0831　FAX.03-5157-0832
2×4　検索

対応に苦慮する3課題

糸口は自主規制と第三者との協力

賃貸住宅

東京都宅地建物取引業協会立川支部が創立45周年を記念した座談会を開き、賃貸仲介・管理を手掛ける地域密着業者が中心はやはり原状回復と敷金精算、仲介手数料に係る問題、家賃滞納という賃貸業の3大テーマ。いずれも業界がタブーかつ平等に対応を促すことができる今以上に明確なルールを希望する意見も一部で出ました。

成長への羅針盤

発展する可能性は低くなる。

空室増加で家賃や一時金の調整、リフォーム・設備の交換、フリーレントなど入居促進の限界も話し合われた。そこで最近目立ち始めたのが、広告費名目で経費を付与するAD物件。広告料は、家主の実費負担と決められているが、このAD物

広告規定と共に手数料を定めた業法にも抵触しかねない行為により、市場をゆがめる弊害が懸念されるところだ。ここは業界挙げての自主規制に頼る以外に有効な手立てに乏しいのも事実。問題が深刻化しないうちに早めの手当が必要だ。

のを機に明らかに風向きは変わった。

滞納家賃の回収がより厳格に規制されることになるため、当然、入居の事前審査もより厳格に行う必要に迫られるようになるためだ。家賃保証業者の間では保証料が引き上げられたばかりだ。

空室を埋