

## 《売り主への対応力を身につける》2回目

# 売主に選ばれるために「エビデンス」①

売り主はできる限り高額で売却したい。私たちは適正価格で媒介契約を締結したい。

売り主が高く売りたいという気持ちは理解できますが、目的は売却すること（売買契約を締結すること）です。私たちと同じです。マーケット（相場）とかけ離れた価格で売りに出せば、販売は長期化し、最悪の場合は目的を達成できないということになります。

このように売り主と私たちの間には「価格のギャップ」と「気持ちのギャップ」があります。感情論で話をしていても解決はしませんし、強引に説得しようとするれば嫌われてしまい、他社に媒介を依頼するかもしれません。

### ■顧客（売り主）は大人

私たちの仕事（不動産仲介業）の顧客はほとんどが大人です。不動産業界については素人でも景気が悪ければ不動産は強気では売れない。人口が減少しているエリアで将来的に価格上昇は見込めない。不動産の価格は需要と供給で決まる。ということはしっかりと説明すればわかってくださる人もいます。ただし営業担当者が人口動態、在庫の数、成約までの日数などの推移について分かっていないケースが多く見受けられます。

### ■マーケットの把握

価格は上昇しているのか、下降しているのか。市場にある物件数は増えてきているか、減ってきているか。成約までの日数は短くなってきているか、長くなってきているか。成約事例をチェックしている営業担当者は多くいますので、価格が上がっている（下がっている）の説明は誰だってできるでしょう。だから価格の動きだけ説明しても差別化になりません。差別化するためには、他のデータを確認しておくべきでしょう。

例えば、在庫数が増えてきているマーケットであれば……

在庫が増えてきている＝競争相手が多く売りづらい。  
・在庫が増えてきている＝買い手の動きがスローになってきている。  
・在庫が増えてきている＝強気の価格では売りづらい。  
とロジカルに説明ができますが、調べていないと「今のマーケットではそんな高い価格ではうれないっすよ」と言葉で説得しようとする。売り主からすると「この営業は、自分が仕事をしやすいように私を誘導しようとしている」と思います。

上記のデータはホームページで入手できるので、少しだけ時間を割いて「エビデンス（根拠）」を準備し、売り主と一緒に内容を確認したらいいのになあと考えています。

### ■緊急性とマーケット

早く売却することを望む売り主もおられますが、大都市圏であれば価格が上がっているエリアもあります。急いでいない売り主であれば、価格の上昇について説明しながら、高値売却を提案してやったほうが、納得していただける場合もあります。

もちろん、未来のマーケットは誰にも分かりませんので、いいことばかりでなく「時間をかけて売却をする際のリスク」も説明してやる必要があります。

次回も引き続き「売り主に選ばれるために必要となる要素」についてです。

株式会社RIAコア・ブレインズ

代表取締役 土屋克己

RIAコア・ブレインズのEラーニング：基本編から応用編まで

<https://ria-corebrains.co.jp/about/e-learning>