

相続ビジネス参入(1)…住宅地図で始める地主マーケット開拓

地主さんリストを入手する

地主さんマーケットに参入したいけどリストがない…。

できることからやりましょう。

開業当初の筆者はスキーで骨折し2ヶ月間入院しました。仕事もできず気は焦ります。その時に地主さんマーケット開拓を病院のベッド上で始めました。ツールはゼンリンの住宅地図です。

ターゲットは東京郊外の市街地農地が残るような住宅地です。

更地が多くマンション用地や戸建用地の需要もあり土地が動きます。賃貸住宅建築ニーズもあります。ここの地主さん(賃貸オーナーや都市農家)には相続税対策ニーズがあります。その地で地主さん直のルートを築けば安定ビジネスが成立します。

どの家も30年毎に相続が起り、相続で土地が動きます。

つまり顧客を30人確保すれば毎年1件の不動産が動きます。

ただ新規開拓しようにもリストもコネもありません。

地主さん相手のビジネス経験があれば、住宅地図上でどの家が地主さんの家かはすぐ分かります。狭い区画の住宅地にあるドンと大きな区画のお宅です。

地主さんのご自宅のリスト化

大きな区画に幾つかの家屋があるのも特徴です。自宅、納屋物置、農機具置き場…でしょう。

住宅地図からはそこまでしか読めませんが、今はgoogleマップの航空写真やストリートビュー

で個別詳細に分かります。

住宅地図の1ページあたりに1-2件はそんなお宅があり、そこに付箋を貼り付けます。一冊終わればその付箋のお宅のお名前(名字だけでも多い)と住所を地図から読み取りリスト化します。

一冊の住宅地図から100件程の地主さんリストができるはず。

退院時には1000件程の地主さんリストができていました。

地主さんは引越をしない

だからかなり正確なリストで、郵送DMでほとんど戻りません。後は各社さん使い方や戦略次第。上手い下手はあっても、巡回、セミナー、相談会、会員化。

筆者の場合は地主さん向けレターを作成し一方的に定期的な郵送から。それをずっと続けると地主さんから連絡が入ります。

不動産や建設業での地主さんの新規リスト作りには有効です。広い工場など土地持ち会社探しにも使えそうです。

地主さんの自宅が識別し易い郊外が向いていますが都市部の古い住宅地もそれなり有効です。

東京区部では、酒屋・材木店・銭湯・ガソリンスタンド等は土地持ちです。電話帳から店を拾い出し住宅地図にプロットし確認しながらリスト化します。

登記情報(登記を所有者名で名寄せ)からの地主リストも売られていて使いました。使い方が悪かったのか、住宅地図リストと違いイマイチでした。

勝手に提案すればいい?

提案するといっても情報を頂けなければなにもできない…。

できることからやりましょう。

年1回の路線価発表時にその地主さんの路線価図を送ることぐらいできるはずです。

私が見た提案書…ご自宅の謄本だけ取ったのですが、自宅の敷地だけを相続評価して相続税を計算していました。

「相続人が分からなくては計算できないだろ」「その通り」。

その提案書にはその他財産何千万円として、子供が1人の場合、2人の場合、3人の場合…と税額が書かれていました。そして物件買うと相続税はこんなに減る、との提案まで。そんな「できるところから」勝手提案書でもその地主さん向けオーダーメイド提案書。もし「子供は何人だ」と地主さんが笑って教えてくれれば、お付き合いの始まりです。

駅前の大きな駐車場と自宅とでも同様の提案書でした。

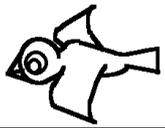
駐車場の謄本をとれば所有者名と自宅住所が分かります。

だから駐車場と自宅だけです。

その地主さんの玄関には不動産建設会社のパンフレットが山ほどに積まれていました。目立つために、できることから…。

地主さんは、休日や夜でなく平日昼間にお会いでき、働き方改革向きのいいマーケットです。

弁護士法・税理士法・個人情報保護法には違反せぬように。



相続ビジネス花盛り(2)…法人化メリットとオーナー会展開

アパート法人化のメリット

賃貸物件法人化で所得分散や相続税軽減と言われますが…。

法人化最大のメリットは「名刺」。個人地主さんには名刺がない人も多く、あっても寂しい名刺。肩書なし名刺や、せいぜい「貸家業」「〇〇ビル」です。

法人化すれば「株式会社〇〇代表取締役」の名刺を持てます。

飲み屋でモテるためには、「一般社団」「合同会社・LLC」等のヤヤコシイ法人はダメで、「株式会社」に限ります。大切なのは見栄えのいい名刺です。

アンケートの職業欄に「貸家業」でなく「会社社長」と書け、税メリットなんかより感動的。

自分の財布でなく、会社の財布を使えるので(お金の元は同じなのですが)、おおらかな気持ちで飲みにいけます。

これが法人化最大(?)のメリット。サラリーマンのコンサルにはそれが理解できていません。

地主囲い込みで相続ビジネス

建築会社や不動産会社等が運営元となり地主さんの囲い込み。

例えば「(賃貸物件の)オーナー会」運営。専門家によるセミナー、新路線価で相続税額試算、旅行観劇その他いろいろです。

さて地主の気持ちは地主でなくては分かりません。サラリーマンには理解できません。

囲い込まれる側のメリット

地主さんが、運営元会社「オーナー会」に参加し「幹事」に

までなり、なぜ囲い込まれるか。

地主さんは孤独です。サラリーマンのように会議はなく同僚との飲み会歓迎会も社内旅行もない。それがあるのが当然のサラリーマンには気づきません。

「今日は幹事会だから」と奥さんを気兼ねせずに外出でき懇親会まで堂々参加できる幸せ。

オーナー会旅行なら「幹事だから行かざるを得ない」と言い訳しながら、ニコニコ参加。

「オーナー会」は楽しい会社(ノルマのない会社)、「幹事会」は楽しい会議(上司のいない会議)。運営元がそう誘導します。

「会社」なのだからと「〇〇不動産株式会社(運営元会社)幹事」との意味不明名刺を提供して喜んで使ってもらいます。もう運営元と地主さんは一体。

運営元視点からは、オーナー会旅行は、何日も地主さんと密に過ごせる海外旅行が一番。温泉旅館なら若いスタッフが地主さん背中を風呂で流して当然。どれほど親しくなれるかが勝負。

様々な運営方法がありますが、セミナーや相続試算等に大差なく、この辺りの発想の違いで大きな差がつかます。

転勤族には参入困難、地場に根を張る中堅中小の社長だからこそ、社長率先で取り組むビジネス展開です。「私も当社も地元から逃げられませんから」と言い切ることで、大企業に勝てるビジネスモデルになります。

先生になってするビジネス

オーナー会での相続セミナーの定番講師は税理士等ですが、運営元社長が講師になります。相続テーマなら比較的容易です。

一度壇上に上がれば、呼称が「社長」から「先生」に変わり、実際にそう振る舞えて、ビジネスがしやすくなります。

サクラに「先生質問です」と叫ばせるのがテクニックだとか。

ただし簡単には仕事になりません。売上の為の「建築しませんか…」との言葉に地主さんは敏感で、簡単に信頼を失います。「やせ我慢ビジネス」です。

ノルマを付すなら「売上幾ら」でなく「相談何人」でしょう。

すぐに成果を出すには親しい地主さん数人だけの気楽な相続勉強会がお勧め。勉強会で地主さんの頭の中が「相続問題」だらけになったまま、その場でそのまま、講師同席で酒飲み懇親会に突入。その家や親戚の相続話や質問で盛り上がること間違いない。そのまま受注直結です。

地主リストがほしいなら

登記情報が基の地主名簿もあるようですがどうでしょうか。

郊外都市農地の地主さんリスト作成は容易です。住宅地図上には「いかにも地主さんらしい自宅」多数、住宅地図からリストを作成できます。高層化した大都市部の地図では難しいですが、酒店材木店銭湯等の地主割合が高いリストを代用できます。