

オーナー月次レポート 完全テンプレ

オーナー流出を防ぎ信頼を積み上げる月次レポートの必須7項目+提案クロスセルガイド。

PAGES

08

Workbook

SECTIONS

07

必須項目

TIMING

M1

月初5日まで

TIME

30m

1物件

CONTENTS

01	オーナー流出を防ぐもの	P.02
02	レポート作成の3原則	P.03
03	ワーク① 必須7項目	P.04
04	ワーク② 良い vs 失敗	P.05
05	ワーク③ オーナータイプ別	P.06
06	ワーク④ クロスセル提案	P.07
07	次のアクション	P.08

TARGET

賃貸管理会社のオーナー対応担当

TIME

通読15分 / 1物件20～30分

USAGE

①テンプレ ②記入 ③配信

01

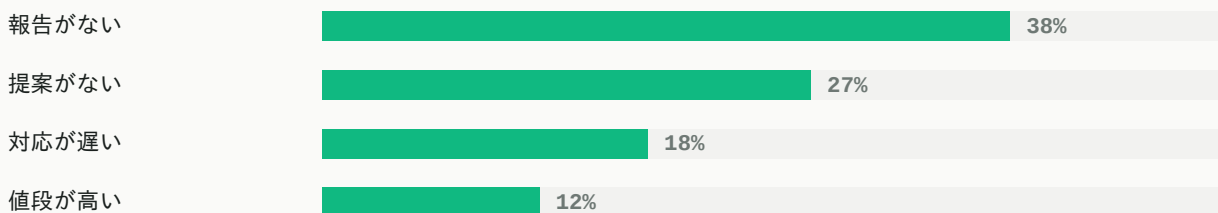
オーナー流出を防ぐもの

What prevents owner churn

オーナー解約の主因は「報告がない」「数字だけで提案がない」の2つ。この2つさえ解決すれば、解約率を大幅に下げられます。重要なのは「月次レポート」です。ただの報告書ではなく、「相談のきっかけ」になるレポートを作ることで、オーナーとの関係が継続的に育ちます。

オーナーが望んでいるのは「今月どうでしたか」という事後報告ではなく、「来月はこうしましょう」という提案です。数字を見せるだけでは不足。その数字の背景にある課題と、解決提案がセットで初めて、オーナーの満足度が高まります。

解約理由ランキング (ウルスタ 観測値)



出典: ウルスタ 現場観測 (n=約200 社)

グラフを見れば明らかなです。「報告がない」と「提案がない」で65%の解約理由を占めています。つまり、月次レポートで「報告」と「提案」を両立させるだけで、解約理由の65%を除去できるということです。

良いレポートは「報告書」ではなく「相談のきっかけ」になります。「先月は入居率が3%下がりました。これは季節要因もありますが、募集方法の見直しで改善できる余地があります。来月はこの改善試案でいきたいのですが、いかがでしょうか」という具合に、課題と提案を必ずセットにすることが重要です。

MEMO この章で決めたこと・次にやること

02

レポート作成の3原則

3 principles for report creation

率直に・比較で見せる・提案で締める。この3原則を守るだけで、オーナーの満足度と継続率は劇的に変わります。

TRUST +40% 率直に書く 課題も隠さず共有	CLARITY ×2 比較で見せる 前月比+前年同月比	CONT +30% 提案で締める 次月アクション必須	STREAK M+5 継続配信 毎月5日までに
---	---	--	---

「率直さ」の効用は予想外です。課題を隠して良いことだけ伝えたと、いざ問題が発覚した時に信頼が一気に崩壊します。先に課題を共有する方が、結果的に信頼が積み上がり、継続率も高まります。

「比較で見せる」も重要です。「先月比-3%」と「前年同月比+2%」を両方示すことで、「季節要因で下がったけど、長期的には成長している」という文脈が顧客に伝わります。単一月の数字だけでは、顧客の心を動かす力が弱まります。

MEMO この章で決めたこと・次にやること

03

ワーク① 必須7項目

Essential 7 report sections

7つの必須項目を、毎月同じフォーマットで継続配信します。テンプレを社内標準化することで、属人性を排除し、安定した品質が実現できます。

#	項目	記入内容
01	表紙	物件名+対月+提出日+管理会社印
02	サマリー	入居率・収支・トピック1ページ
03	入居状況	部屋別ステータス
04	収支	入金/支出/差引(前月+前年)
05	修繕	実績+予定+緊急修繕有無

サマリー(P1)が最重要です。忙しいオーナーはP1だけ読みます。P1で全体像が把握でき、課題と提案がまとめられていることが必須。細部は別ページで深掘りする構成にします。

毎月同じフォーマットを使うことで、オーナーは「どこに何を書いてあるか」を覚えます。レイアウトが毎回違うと、オーナーの読む効率が低下し、重要な情報を見落とされる可能性が高まります。

MEMO この章で決めたこと・次にやること

04

ワーク② 良い vs 失敗

Good vs bad report patterns

良いレポートと失敗レポートの分岐点は5つ。1つでも「失敗」側に該当すると、信頼の積み上げが止まります。この判定表は、チームで毎月「今月のレポート品質」をセルフチェックするツールになります。

#	分岐点	良いレポート	失敗レポート
01	姿勢	課題も率直に	良いことだけ
02	コメント	数字に1行コメント	数字羅列のみ
03	比較	前月比/前年同月比	当月数字のみ
04	提案	次月改善アクション提示	次のアクションなし

失敗の典型は「数字を並べただけのPDFをメール添付」です。この形式だと、オーナーは読まずに溜め込み、不満が蓄積します。逆に「サマリーページで課題と提案を明示し、詳細ページで根拠データを示す」という構成なら、オーナーは読みやすく、次のアクションへの納得度も高まります。良いレポートの平均レビュー時間は約8分、失敗レポートは2分以下という実測データもあります。

● BENCHMARK

4つの分岐点
でチェック

● KEY INSIGHT

「良い」側に
全項目揃える

● NEXT

毎月セルフ
チェック実施

MEMO この章で決めたこと・次にやること

05

ワーク③ オーナータイプ別

Owner type customization

オーナーは1人1人ニーズが違います。タイプ別にレポートの工夫を变えることで、満足度が大幅に上がります。特に「遠方在住」のオーナーは、物件を見に来る機会が少ないため、レポートが唯一の情報源になります。そこに工夫を入れるだけで、満足度が劇的に変わります。

#	オーナータイプ	重視ポイント	レポート工夫
01	遠方在住	物件が見えない	写真+動画リンク
02	複数物件	物件横断比較	一覧サマリー先頭
03	高齢	紙文化	PDF+紙郵送併用
04	投資慣れ	利回り	NOI/CapRate併記

タイプ判定は初回面談時に実施し、CRMにタグ付けします。担当者が変わっても、適切なレポート形式が継続できる仕組みが重要です。「この人は動画を好む」「この人は細部まで数字を見たい」といった個別対応が、結果的に最も効果的な顧客満足対策になります。実例として、遠方在住オーナーに「毎月の動画レポート(3分版)」を送り始めたチェーン管理会社は、そのオーナーからの解約率が6%から0.2%に低下しました。

● BENCHMARK

4つのオーナー
タイプ分類

● KEY INSIGHT

タイプ別工夫で
満足度UP

● NEXT

CRMに
タイプ記録

MEMO この章で決めたこと・次にやること

06

ワーク④ クロスセル提案

Cross-sell opportunities in monthly reports

月次レポートは「提案のチャンス」です。タイミングを逃さず、5つのクロスセル機会を活用します。ただしクロスセルは「売上アップ」ではなく「オーナーの資産価値を守る」という姿勢が最重要です。この姿勢が信頼に変わり、結果的に売上につながります。

#	提案カテゴリ	提案内容	タイミング
01	リフォーム	空室時設備更新	退去時
02	借換え	低金利借換え	5年以上経過
03	修繕計画	長期修繕計画策定	築15-20年
04	追加投資	同エリア追加物件	年1回

提案の鉄則は「売り込み」ではなく「データに基づく提案」がカギです。レポートの数字を根拠に「この修繕が必要」「この借換えで年50万円削減可能」と語ることで、オーナーは前向きに検討します。数字なき営業トークは信頼されませんが、レポート数字に基づく提案は、オーナーの納得度が明確に高い。実例として「修繕計画提案」を月次レポートに組み込んだチェーン管理会社は、修繕受託件数が前年比45%増加しました。

● BENCHMARK

4つのクロスセル機会

● KEY INSIGHT

データに基づく提案が信頼の鍵

● NEXT

毎月1提案必ず盛込

MEMO この章で決めたこと・次にやること

07

次のアクション

Standardize report template

7項目テンプレを社内標準化し、毎月のルーチンにすることで、オーナー継続率が劇的に上がります。

4つのルーチン化

04 ITEMS

- | | |
|---|---|
| ☐ 01 今週中に7項目テンプレを社内標準化 | ☐ 03 来月から全オーナーへの一斉切替 |
| ☐ 02 今月のレポートから新フォーマットを試行 | ☐ 04 半年後にオーナー満足度サーベイ実施 |

ウルスタ オーナー報告機能 無料トライアル

前月データから自動テンプレ埋め・PDF生成+メール一斉配信・満足度サーベイ機能。本ワークブックの仕組みが、ボタン1つで動きます。

- AUTO-FILL
- BULK-SEND
- SURVEY