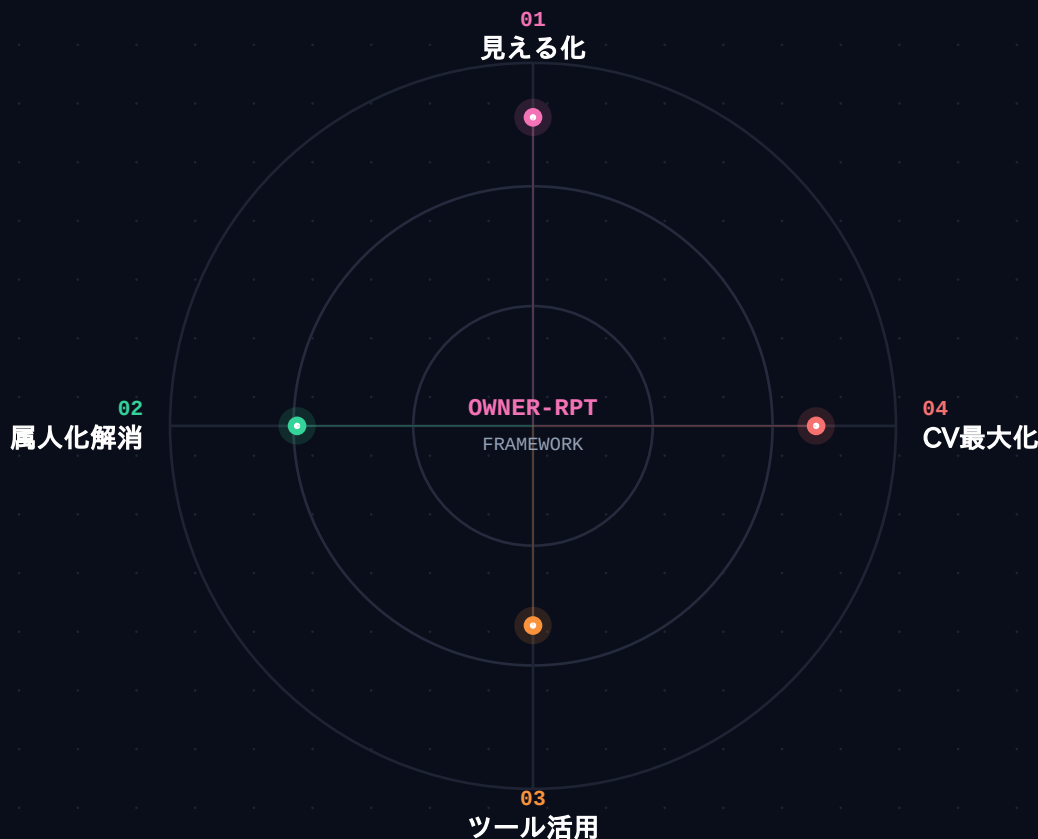




BUSINESS OPS / WORKBOOK

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

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

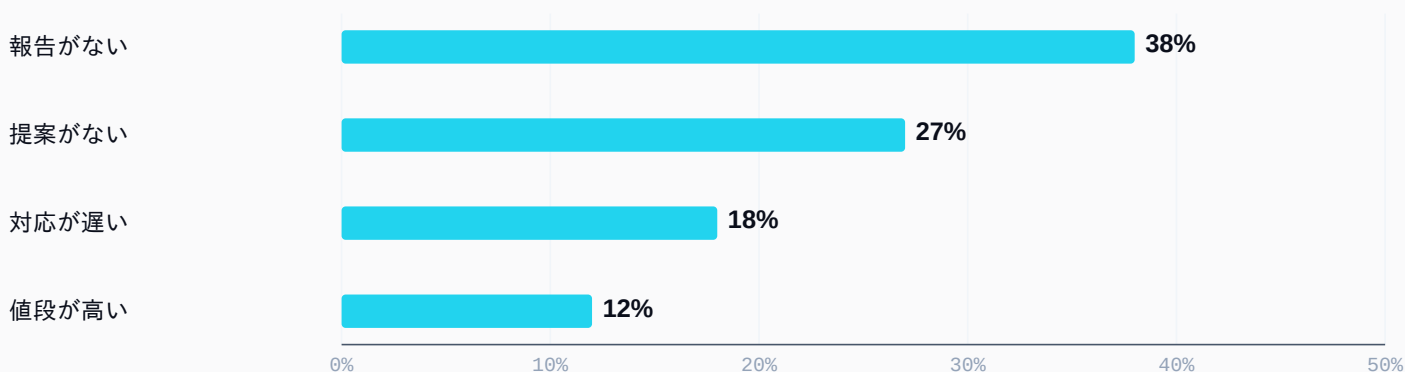
What prevents owner churn

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、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)

■ ウルスタ 現場観測 (n=約200 社)



※出典: ウルスタ 社内サンプル (n=約200 社、2025-2026、匿名化)。一般業界統計ではなく現場観測値。

グラフを見れば明かです。「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。

本章「オーナー流出を防ぐもの」のポイントは、抽象論で終わらせず、明日の現場で1つでも実装することにあります。ここまで紹介したフレームワークやチェックリストは、すべて中小不動産会社の実務に落とし込めるサイズに調整しています。まずは現状把握から始め、1ヶ月後のレビューで何が動いたかを具体的な数字で確認してください。

実装にあたっては「完璧」を目指さず「最小実装で動かす」ことを優先します。1週間で結果が見える小さなアクションから始め、効果が出たら段階的に展開する。この王道のサイクルが、半年後の組織の景色を着実に変えます。

● KEY POINT

仕組みで動かす(個人ワザに頼らない)

● FIRST STEP

1週間で結果が見える小さなアクション

● NEXT

次章へ続く / 完走で6ヶ月計画完成

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。



「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。

本章「レポート作成の3原則」のポイントは、抽象論で終わらせず、明日の現場で1つでも実装することにあります。ここまで紹介したフレームワークやチェックリストは、すべて中小不動産会社の実務に落とし込めるサイズに調整しています。まずは現状把握から始め、1ヶ月後のレビューで何が動いたかを具体的な数字で確認してください。

実装にあたっては「完璧」を目指さず「最小実装で動かす」ことを優先します。1週間で結果が見える小さなアクションから始め、効果が出たら段階的に展開する。この王道のサイクルが、半年後の組織の景色を着実に変えます。

● KEY POINT

仕組みで動かす(個人ワザに頼らない)

● FIRST STEP

1週間で結果が見える小さなアクション

● NEXT

次章へ続く / 完走で6ヶ月計画完成

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「どこに何が書いてあるか」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。

本章「ワーク① 必須7項目」のポイントは、抽象論で終わらせず、明日の現場で1つでも実装することにあります。ここまで紹介したフレームワークやチェックリストは、すべて中小不動産会社の実務に落とし込めるサイズに調整しています。まずは現状把握から始め、1ヶ月後のレビューで何が動いたかを具体的な数字で確認してください。

実装にあたっては「完璧」を目指さず「最小実装で動かす」ことを優先します。1週間で結果が見える小さなアクションから始め、効果が出たら段階的に展開する。この王道のサイクルが、半年後の組織の景色を着実に変えます。

● KEY POINT

仕組みで動かす(個人ワザに頼らない)

● FIRST STEP

1週間で結果が見える小さなアクション

● NEXT

次章へ続く / 完走で6ヶ月計画完成

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。

本章「ワーク② 良い vs 失敗」のポイントは、抽象論で終わらせず、明日の現場で1つでも実装することにあります。ここまで紹介したフレームワークやチェックリストは、すべて中小不動産会社の実務に落とし込めるサイズに調整しています。まずは現状把握から始め、1ヶ月後のレビューで何が動いたかを具体的な数字で確認してください。

実装にあたっては「完璧」を目指さず「最小実装で動かす」ことを優先します。1週間で結果が見える小さなアクションから始め、効果が出たら段階的に展開する。この王道のサイクルが、半年後の組織の景色を着実に変えます。

● KEY POINT

仕組みで動かす(個人ワザに頼らない)

● FIRST STEP

1週間で結果が見える小さなアクション

● NEXT

次章へ続く / 完走で6ヶ月計画完成

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変えることで、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。

本章「ワーク③ オーナータイプ別」のポイントは、抽象論で終わらせず、明日の現場で1つでも実装することにあります。ここまで紹介したフレームワークやチェックリストは、すべて中小不動産会社の実務に落とし込めるサイズに調整しています。まずは現状把握から始め、1ヶ月後のレビューで何が動いたかを具体的な数字で確認してください。

実装にあたっては「完璧」を目指さず「最小実装で動かす」ことを優先します。1週間で結果が見える小さなアクションから始め、効果が出たら段階的に展開する。この王道のサイクルが、半年後の組織の景色を着実に変えます。

● KEY POINT

仕組みで動かす(個人ワザに頼らない)

● FIRST STEP

1週間で結果が見える小さなアクション

● NEXT

次章へ続く / 完走で6ヶ月計画完成

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。

本章「ワーク④ クロスセル提案」のポイントは、抽象論で終わらせず、明日の現場で1つでも実装することにあります。ここまで紹介したフレームワークやチェックリストは、すべて中小不動産会社の実務に落とし込めるサイズに調整しています。まずは現状把握から始め、1ヶ月後のレビューで何が動いたかを具体的な数字で確認してください。

実装にあたっては「完璧」を目指さず「最小実装で動かす」ことを優先します。1週間で結果が見える小さなアクションから始め、効果が出たら段階的に展開する。この王道のサイクルが、半年後の組織の景色を着実に変えます。

● KEY POINT

仕組みで動かす(個人ワザに頼らない)

● FIRST STEP

1週間で結果が見える小さなアクション

● NEXT

次章へ続く / 完走で6ヶ月計画完成

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。

CHECKLIST

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
- ☐ 02 今月のレポートから新フォーマットを試行
- ☐ 03 来月から全オーナーへの一斉切替
- ☐ 04 半年後にオーナー満足度サーベイ実施

TRY ウルスタ / FREE

NO CC REQUIRED

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

自動テンプレ埋め

前月データから自動生成

BULK-SEND

一斉配信

PDF+メール1クリック

SURVEY

満足度サーベイ

年1回の自動配信

\$ open<https://ulsta.jp/signup>

本章「次のアクション」のポイントは、抽象論で終わらせず、明日の現場で1つでも実装することにあります。ここまで紹介したフレームワークやチェックリストは、すべて中小不動産会社の実務に落とし込めるサイズに調整しています。まずは現状把握から始め、1ヶ月後のレビューで何が動いたかを具体的な数字で確認してください。

実装にあたっては「完璧」を目指さず「最小実装で動かす」ことを優先します。1週間で結果が見える小さなアクションから始め、効果が出たら段階的に展開する。この王道のサイクルが、半年後の組織の景色を着実に変えます。

● KEY POINT

仕組みで動かす(個人ワザに頼らない)

● FIRST STEP

1週間で結果が見える小さなアクション

● NEXT

次章へ続く / 完走で6ヶ月計画完成