

2012年12月 No.136号

Partnership

賃貸管理業

minitech西日本は不動産のトータルパートナーシップカンパニーを目指します



秋の賃貸住宅仲介市況を発表 今秋も初期費用圧縮傾向続く ハウスメイトパートナーズ

ハウスメイトパートナーズ（東京都豊島区）は、今年の賃貸住宅仲介市況を発表した。全国にある同社のハウスメイトショップ、ハウスメイトパートナーズの直営92拠点とハウスメイトネットワーク加盟店の71店舗、合計163店舗を対象にアンケートを実施。その結果を集計・分析した。

今年の傾向は大きく3つ。

1. 一昨年より続く、初期費用圧縮のさらなる増加。
2. ハウスメーカーによる既存物件の管理変え。
3. 不動産売却相談・依頼の増加。

詳しい分析は以下の通りだ。

部屋探しの際の初期費用は下落傾向が続いている。東京都内でも礼金を取得できるのは、限られたエリアのみ。物件の供給過多や人口減に加え、税金や社会保険料の負担が増加傾向にあることが理由と考えられる。

来店経路は、パソコンやスマートフォンで下調べをしてから来店するパターンが増えている。法人客は、社宅規定が厳しくなっていることが影響。賃料や間取り・構造だけでなく日割り賃料の免除など細部にわたる要望が徐々に増加傾向。

学生の部屋探しは減少し、大学周辺物件は苦戦。インターネット無料などで対応している。空室対策は、賃料の値下げかリフォームによる対応の二択のみ。プロとして入居者ニーズを踏まえた提案力が管理会社には求められている。

売買については、今年は空室の分譲マンションや自己使用の戸建住宅などを売却して他物件に買い替え、資産の組み替える動きも出ている。

CONTENTS

- 1 秋の賃貸住宅仲介市況を発表 今秋も初期費用圧縮傾向続く ハウスメイトパートナーズ
- 2 改装改築を投資として考えると？
- 3 改装改築を投資として考えると？
- 4 一戸建てにした理由は「駐車場が無料」、マンションにした理由は「交通アクセスの良さ」

改装改築を投資として考えると？

景気低迷のなかでは、「売る」より「改装改築」に

アメリカでは中古一戸建て住宅セールスが不動産ビジネスの大きな柱となっている。築100年から数年前に建てられた物件まで、各時代に渡り充分過ぎるほどの品揃えだ。家を買う側からみれば、自分の予算や必要条件に合わせて沢山の物件からあれやこれやと選べるが、家を売る側からすると中古物件が沢山出回っている分、競争が激しいことになる。不動産は価格がその時々によって上下し「定価」がない。ここ数年の景気低迷で、家を売りたいければ価格を下げなくては売れない状況。そのため、無理して売るよりはむしろ家の改装改築へと目を振り向ける人々が多いようだ。

建材や床材、ペンキ、照明器具からカーペット等、住宅に関するすべての品を販売する全米規模の超大型店、ホーム・デポの売り上げが大幅に上がっている、というニュースを過日ラジオで聞いたが(10/30/2012 WBBM radio)、さらに11月13日にも、ホーム・デポの株が急上昇というニュースをNPR(全米公共)ラジオ放送で聞いた。人々が、自宅を改装、改築しつつ住宅価格が全体的に上がる時期を待ちわびている様子が見えてくる。

将来「売る」時のために、絶えず「投資」

住宅は古くなれば価値が下がる。住み手の手入れ次第で将来家を売る際に価格に差が出てくるから、人々は家の手入れや改装を継続的な“投資”と考え、住宅の価値を保つ努力を怠らない。「改装」(redecorating)とは、ペンキを塗り替えたりカーペットを取り去って木の床にするなどの軽い模様替えの方法で、老若男女貧富の別なく多くの人々が自分でペンキ塗りやキャビネットを替えたり窓の取り付けなどする。

「改築」(remodeling, renovation)では、まず計画を練る必要があり、それから工事開始。工学的構造的に建材などを付け加えたりしてのち、取り去った箇所を元通りにして仕上げを行なう方法で、多くは下請け専門業者に頼む。

「ガットリハブ」(gut rehab)は大掛かりな大改造で、主要な構造(外壁や支柱)のみ残して中味をすっかり取り去り新しく建て加える方法。これは自分でするのは難しく、業者か建築家に依頼しさまざまな専門下請け業者が働く。

まずは問題箇所の修理から

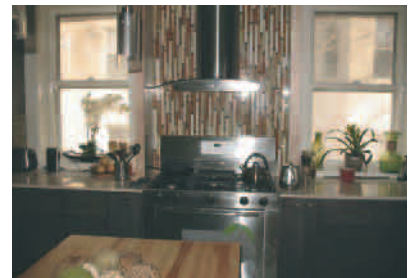
改装、改築を考える場合には、まず第一に問題がある箇所の修理を優先したい。これは改築改装というよりはメンテナンスの範疇だが…。



増築中の家。ここ数年、あちこちでこのような改造中の家を見かける(イリノイ州シカゴ市。以下同)



ジェームス・ライ夫妻。キッチンの隣の部屋を加えて大きなキッチンスペースに。数日前に完成したばかりだ。



ライ夫妻の築100年の家。シンクもストーブもキャビネットもすべて新調。レンジフードの向こうの壁は珍しいグラススタイル

地下室に水漏れがないか、屋根のふき替えはまだ大丈夫か、等。屋根の葺き替えは少なくとも百万円はかかるので、中古物件の売買において最も注意を要する箇所である。屋根の葺き替えが済んでいれば、家売る際、大きなプラス要因となる。

最も効果的な改装改築は？

さまざまなデータが… さて、第2には将来家売ることを考えて、最も効果的な改装改築をしたい。つまり、改装改築を投資として考え、どのような箇所の改装改築をしたら、家売る際、その改築にかかった費用を回収できるか？沢山のリサーチ結果が出回っている。

風呂場の改造に投資した金額（中規模の改造で100万円位）を例にあげると、その家売る場合にはかけた金額の102%戻るといわれる。つまり、かかった費用である100万円ちょっとを売値価格に上乗せしても売れるというわけだ。

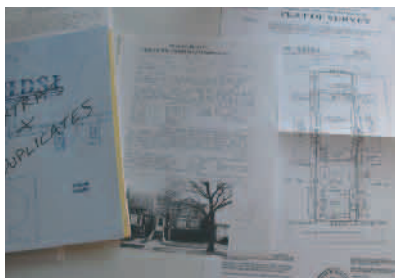
一方、主寝室を贅沢に改造した場合は、かけた金額の80%しか戻らない。興味深いのは、家の正面外観を魅力的に改装するよう強く提唱する不動産エージェントのロン・フィブス氏。家を探している人が最初に目にするのは正面外観だから、例えば“ウエルカム!”と暖かく迎え入れるようなフロントポーチを増築しては？という提案をしている。外観が目を引き付けなければ、中がどんなに素晴らしく改造してあっても潜在的買い手は足を踏み込まない…、さすがに不動産売買専門家の目のつけ所は違う。

圧倒的に人気があるのは、キッチン

第3に、すぐに引っ越す予定がないのなら自分が最も楽しめる家の部分を改築すべきだ。不動産エージェントの友人は「家売る際、キッチンが古いままだと売るのは難しい」と言っているが、たしかにキッチンの改装改築は圧倒的に人気がある。820万円もかけるアップスケールな改築は85%、450万円かけて大改造すると91%、150万円止まりのマイナーな改築は投資金額の99%元がとれるようでうれしい。

また、地下室や屋根裏にもう一部屋増やすのは投資として100%以上のリターンがあるそうだが、子供が成長すれば部屋数は多い方が便利だし、ホームオフィスとしても需要は今後さらに多いので、家売る際にプラス面となるのは間違いない。このようにアメリカ人は改装改築を「投資」として考えるふしがあるが、そういった合理性に加えて、家を使い捨てでなくできるだけ長持ちするように手を入れる考え方はぜひとも学ぶべきではなかろうか。

【R.E.port 海外トピックス:コーン 明美】



さまざまな住宅履歴は公表される。売り手は不動産エージェントを通じて、わかる限りの情報を顧客に知らせる



"ガット"リハブの例。
外壁と土台以外はすべて改築



売りに出されている家。古い時代の面影を残しながら、よく手入れがされてきた様子がうかがわれる

一戸建てにした理由は「駐車場が無料」、 マンションにした理由は「交通アクセスの良さ」

アットホーム(株)はこのたび、「1都3県在住で、今年住宅を購入した600人にアンケート」調査の結果を発表した。1都3県(東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県)在住で、平成24年1月1日～9月20日の間に住宅を購入した20代～40代の男女600人を対象に、購入した住宅や購入までの経緯や住まい探しについて、インターネット上でアンケート調査を行ったもの。調査期間は平成24年9月14日～18日。購入した住宅のタイプは、新築一戸建て(建売住宅)が25.0%、新築一戸建て(注文住宅)が18.2%、中古一戸建てが7.0%、新築マンションが38.2%、中古マンションが11.7%だった。

一戸建て購入者とマンション購入者それぞれに対して、一戸建てまたはマンションにした理由を複数回答で聞いたところ、一戸建て購入者(301人)では「駐車場が無料」(51.8%)、「住宅街の静かな環境」(48.5%)、「管理費や積立金を払いたくない」(45.2%)の順となり、同社は「購入後はできるだけ維持費をかけたくないと考える人が多いことがわかる」としている。マンション購入者(299人)では「駅の近くなど交通アクセスの良さ」(64.5%)、「セキュリティ」(48.8%)、「管理が楽」(40.8%)の順で、「『利便性』『安心・安全』がキーワードのようだ」と見ている。住宅購入の際に重視した設備(仕様)を複数回答で聞いたところ、一戸建て購入者では「システムキッチン」(36.9%)、「カウンターキッチン」(32.9%)、「追い焚き機能付きバス」(30.6%)の順、マンション購入者では「追い焚き機能付きバス」(30.4%)、「モニター付きインターホン」(28.8%)、「浴室乾燥機」(28.4%)の順となった。

※上記データは不動産購入時のものですが、賃貸市場にも十分参考になると掲載させていただきました。



編集後記



先日、宅建協会の定期研修・勉強会に参加してきました。その中で投資不動産について話される講演があったのですが、その中に“物件選択は最初の2秒で決まる”という話があり、投資効果として、室内のリフォームより共用部のほうが高く、エントランスに入ったときの匂いは物件に好印象を残す、心地よい音楽で当該物件に居住した時のイメージが高まる、等の事例を話されていました。年が明ければ賃貸市場は慌ただしく動き出します。競合物件との差別化にいずれか採用してみませんか？

発行所 パートナーク編集局 TEL 075-253-1332/FAX 075-253-1282

miniTech
west japan