

2013年7月 No.143号

Partnership

Ranz グループ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

平成24年度住宅市場動向調査報告書を発表（国土交通省）

国土交通省はこの度、平成24年度住宅市場動向調査報告書を発表。調査は民間賃貸住宅に平成24年度に入居した人の実態を調査したもの。上記調査の内容を当協会相談員が以下に解説する。

入居した住宅を見つけた方法（カッコ内は23年の数値）

- (1) 不動産業者にて 57.2% (60.2%)
- (2) インターネットにて 44.3% (22.3%)

<相談員の解説>

前年度比でインターネットによる部屋探しが増加しているのは、告知媒体としてのIT化がさらに進んでいるのと、都市部より遅れていた三大都市圏以外の地区でのIT化が急速に進んでいるためである。さらには貸主や管理会社が媒体としての自社のホームページの内容を鋭意工夫し、ユーザーに直接にアピールするなどの努力が成果をあげていると見られる。また、スマートフォンでの部屋探しが普及していることも一因として考えられる。

今回の住宅に決めた理由（建物ハード面）

- (1) 間取り、部屋数が適当 60.3% (68.6%)
- (2) 住宅の広さが十分 54.8% (51.4%)
- (3) 住宅のデザインが気に入った 33.3% (25.9%)

<相談員の解説>

賃貸人や管理業者が景気低迷の中でややマンネリ化した市場の活性化を図っていることや、差別化を視野に入れた対策を取っているためと、借主にも住宅購買層の様子見として賃貸居住の継続や、持家から賃貸への意識変化の傾向による外観や設備重視の現れと考えられる。

賃貸契約の種類

- (1) 通常の借家 96.4% (96.4%)
- (2) 定期借家契約 3.0% (2.9%)

<相談部の解説>

定期借家制度の普及があまり進んでいない中、一定の法定手続きがあるものの、定借家賃相場は低いので、入居者にとってのメリット感を打ち出す必要がある。リーマンショック後の市場回復に伴い、建て替えや賃貸需要層の移動の増加などを視野に入れた活用対策も必要である。

【日管協メールマガジンより引用】



今月のTopics

- ◆ 平成24年度住宅市場動向調査報告書を発表
- ◆ 閑散期の対処法を検討して勝ち組になろう!
- ◆ 自転車置き場も侮れません!

miniTech
west japan





閑散期の対処法を検証

毎年、この夏前の時期は賃貸不動産業界で言う「閑散期」に当たります。

この閑散期には物件を所有されているオーナー様や管理会社、また、仲介不動産業者も一段落感に浸り、9月からの第二繁忙期に向けて準備をしていることが多いです。

今回は色々な閑散期の対処法を検討してみたいと思います。

賃貸条件の緩和

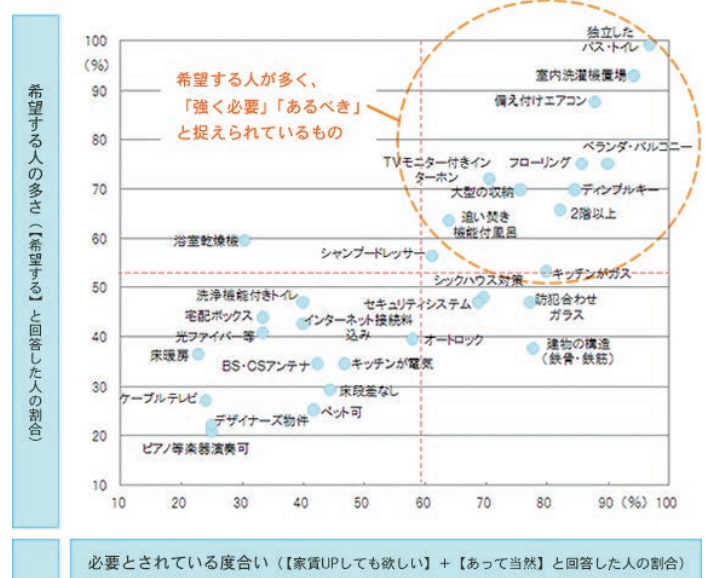
今現在空室、閑散期に退去予定となっている物件を抱えている場合は、何らかの手を打って、空室を埋めないといけません。入居一時金(敷金・礼金・保証金)、賃料の値下げ、フリーレント、ペット可条件の付加など、幅広い層のお客様にアプローチを掛ける為の条件緩和は手っ取り早い空室対策でしょう。ただ、やみくもに入居一時金ゼロ、やフリーレント〇ヶ月と謳っても、相場以上の値引きで得られたはずの利益の喪失があっては最適な閑散期対策とは言えません。

現在弊グループでは蓄積した既存データとリクルートの提供する相場データを融合した独自の査定を行っております。地域の競合物件から抜け出した募集条件を導くことで、空室を早期に埋めつつ最適な募集条件でオーナー様の利益を守ります。」

物件の再生、リノベーション

魅力的な物件に生まれ変わらせるための設備や内装の充実、個性的な物件を作りだし、「物件力」を向上させるのも効果的な空室対策です。この場合、大事なことは“入居者の属性”と“入居者がどのようなものを望んでいるのか”のバランスだと思えます。大体の共同住宅では入居者の属性は似通ってくるものです。

既存の入居者宛てに、アンケートを実施してニーズを吸い上げることは有効な空室対策に繋がります。またオーナー様サイドで入居者属性を絞っておられる場合(学生専用マンション、新婚夫婦向け等)は対象顧客向けの設備導入を行うべきです。



討して勝ち組になろう!



仲介業者の持つ概念を変えてしまう

空室が決まるのは大抵地域の仲介業者経由になります。

仲介業者営業マンは地域の主要な物件の情報を頭の中に入れており、お部屋探しのおお客様の条件に合わせてマッチングさせていきます。インターネットの普及で“この物件見せて下さい!”と来店されるケースが増えているのも事実ですが、お客様の目前に物件資料が出てくるには仲介業者営業マンのフィルターを通すことが通常です。なので営業マンが抱えている物件イメージを変えてしまう程のインパクトある取組みが有効です。

例えば、

- 外壁塗装(建物の塗替え、洗浄、サイディング工事等)
- エクステリア工事(外灯の新設、駐輪場の新設、植栽等)
- エントランス工事(集合ポスト入替、宅配BOXの新設等)

などの物件の第一印象が変わるような取組みは非常に効果があると思います。



また仲介営業マンから好まれる方法として、

- 広告料のアップ
- 営業謝礼の支払い

等が挙げられますが、目の前のニンジンで・・・というカンフル剂的な使用方は良いと思いますが、物件自体の“価値”を上げることに注力すべきだと思います。

現在の空室を埋めるべき対策と、来るべき繁忙期へ向けての準備を並行して行うのが効果的です。

私たちグループの担当者と共に、有意義な閑散期とし勝ち組大家となりましょう!

First Line

自転車置き場も侮れません!

賃貸管理をしていると意外と多いのが『自転車置き場』についてのクレームです。

- ・誰も使用していないような自転車が放置してある。
- ・敷地内に自転車を置く場所がない。
- ・建物が自転車で傷ついた。 などなど・・・



一番の問題は入居したけど、自転車を置く場所が見つからないというクレームだと思います。後から入居したとはいえ、以前からの他入居者と自転車スペースの取り合いに発展してしまいます。敷地内に置けないからと言って、道路に置いてしまうと近隣からのクレームになり、撤去されても誰にも文句を言えません。

リクルートが実施したアンケート結果の一部で、『駐輪場自体必要ない』と回答した入居者の結果は下記の通りです。

■ひとり暮らし・・・ 6.2% ■ふたり～ファミリー・・・ 4.6% ■全体・・・ 5.7%

『駐輪場自体必要ない』と回答した入居者は全体の1割未満になり、大半の入居者が駐輪場を必要としている事がわかります。しかしながら、世帯数分の自転車置き場を確保していない賃貸物件が沢山ある事に驚きます。賃貸建築の際に、敷地いっぱいには建築する事を優先し、自転車置き場を疎かにしていた結果と言えます。いくら建物の仕様やグレードにこだわっても、置けない自転車を無理やり敷地内に乱雑に置かれた状況は、建物外観を損なうでしょう。建物を敷地いっぱいには建てる事を考えずに、建物世帯数を減らしてでも多目的な共用スペースを確保する事が必要です。世帯数分の自転車は最低限必要です。1LDKや2LDKで1世帯2人入居や3人入居で想定していたら、入居想定分の自転車置き場の確保がベストです。バイク置場があれば尚良いと思います。十分な駐輪スペースを確保できない場合は駐輪ラックを設けると自転車が綺麗に並びますので、外観を損ないません。また、あきらかに使われていない自転車を発見したら、全入居者に通知し、持ち主が現れなければ早めに撤去する事をお勧めします。出来れば年に数回、最低でも年に1回は実施したいものです。

幣グループでは不要な自転車は1,000円／1台で事前の通知～撤去回収まで引き受けておりますので是非御利用下さい。また最近ロード自転車等の高級自転車を所有するのがブームです。そのような入居者向けに高級自転車用の駐輪場を設置すれば他の物件との差別化が図れます。たかが駐輪場、されど駐輪場です。

新たな切り口で、建物のイメージアップ出来る可能性があるのかもしれない!



編集後記

京都の7月は祇園祭一色です。
ミニテック西日本の本社は月鉾、ファーストライン ミニミニ四条烏丸店は郭巨山と山鉾を目前に見ることが出来ます。祇園祭にお越しの際は是非お立ち寄りください。

発行所 パートナーシップ編集局 TEL 075-253-1332 / FAX 075-253-1282

