

賃貸経営ニュース

11月

■発行日； 2013.11.1 第2巻5号(通算17号)
 ■発行所； (株)イーストエイジアコーポレーション
 福岡県福岡市早良区百道 1-20-3 TEL 092-833-5060
 ■発行人； 山口俊史 <http://www.eastasiacorp.jp/>

今月のトピックス ●空室対策実践塾 「カリスマ大家のノウハウを実践する方法」
 ●賃貸経営「ちょっと一言」「日常清掃が必要な理由とは」 ●おすすめ「賃貸の本」



11月の花 びわ(枇杷) 中国南西部原産。

薔薇(ばら)科。花言葉は「温和」「治癒」「あなたに打ち明ける」
 ビワの原産は中国で6世紀頃には栽培されていて、葉の形が楽器の琵琶(びわ)に似ているところから名づけられました。日本で栽培が始まったのは江戸時代の中期頃で、千葉県富浦では宝暦元年(1751年)に栽培がスタートしたといわれています。ビワに関する日本の文献は奈良時代に記述された書物が最も古いものです。葉を煎じたものが、せき止め・利尿などの民間薬として古くから利用されてきました。「桃栗3年、柿8年」ということわざは、さらに「ビワは9年でなりかねる」と続くバージョンもあるそうです。きっと栽培が難しいんですね。

空室対策実践塾

カリスマ大家のノウハウを実践する方法

カリスマ大家と言われる方たちが、本を出版したり講演をされたりしています。築年数の古い建物や、駅から遠く立地の悪い物件でも、満室に近い状態を維持しているようです。もちろん収益もあげています。“彼ら”の本を読んだり話を聞いて“彼ら”の行動を知ると、世の中のオーナーが簡単に真似できるものではないことに気がきます。

では諦めて、ある程度の空室には「目をつぶる」しか方法はないのでしょうか。今回は、「管理会社に、オーナーの代わりになって、カリスマ大家のような行動をとってもらおう」という提案です。



もちろん管理会社は、カリスマ大家のすべてを真似することはできません。ひとつの物件に掛けられる時間とエネルギーが違います。一人の管理スタッフが100室~200室、多いところでは500室以上を担当していますから、「ご自分の物件だけを見る」カリスマ大家さんと同じレベルの行為はできません。しかし「その行動」の一部分だけでも実施してもらえたら、収益増に役立つのではないのでしょうか。

それでは「カリスマ大家」はどのような行動をとっているのでしょうか。

優先的に紹介してもらうために

まず、近隣(不動産)業者に自分の空室を

優先的に紹介してもらう必要があります。そのために「お客様に説明する案内図面」をこだわりを持って工夫しています。間取図と写真が一点ずつでは、貸室の「良いところ」を訴えきれません。室内や周辺施設の写真を多く使って、貸室の魅力を余すところなく訴えた図面を自ら作成します。



つぎに、用意した写真を「インターネット掲載用」に近隣業者に提供します。業者がお客様を募集するのはインターネットですから、そこに掲載する写真は枚数が多く質が高いと反響

も増えます。反響が増えれば案内の回数が多くなるので貸室も早く決まります。掲載する写真は各業者がそれぞれに撮影するのが普通ですが、カリスマ大家は自ら用意するのです。

ひとつの貸室に30～40枚の良質な写真を撮っておいて業者に選ばせたりします。こうすることによって、同じ時期に募集中の、同じようなタイプのライバル物件より目立たせることができます。

つぎは、多くの近隣業者（100件以上の場合も）を訪問して、用意した図面と写真を配って回ります。その際は、貸室の「セールスポイント」をしっかりと説明します。客付けしてくれる業者やスタッフにインセンティブ（報奨金）を与えることもあります。

いかがでしょうか。空室を優先的に紹介してもらうために、カリスマ大家たちはこのような行動をとっています。正直なところ「とても真似できない」と思われたのではないのでしょうか。ですから、募集や管理を依頼している業者に「このような」行動をとるようにお願いするのです。すべて、というのは無理だとしても・・・。

部屋を「良く見せる」ために

2番目はいつ案内されても「こんな部屋に住みたい」と思われるようにしておく必要があります。せっかく近隣業者が紹介してくれてお客様が部屋に案内されても、「トキメキが感じられない」と思われてしまったら決まってもらえませんが、そのような部屋では業者も紹介するのを敬遠し始めるでしょう。そのために、定期的に空気の入替えや簡単な清掃をしておくべきですね。

そして、玄関にスリッパ、玄関マット、消臭剤などを用意しておけば、お客様の印象も良いでしょう。スーパー、公園、学校、病院などの周辺施設の情報（物件からの距離など）を説明した用紙を用意したり、室内に家具や家電を設置したり、オーナーからの「お礼メッセージ」を置いたりしています。ここで設置する家具や家電は



決して高価なものではありません。貸室の魅力を少しでも際立たせるための「ちょっとした小物」で充分です。

もちろん外観と共用部分を常に清掃しておくことは不可欠です。

いかがでしょうか。案内されたお客様がお部屋に好印象を持ってもらうために、カリスマ大家はこんなことをしています。

「ムリムリ。真似できない」と思われたのではないのでしょうか。この一部だけでも管理業者に依頼してみてもはどうでしょうか。

「長く住んでもらう」ために

3番目にカリスマ大家は、入居した借主にはなるべく「長く住んでもらいたい」と考えます。退室の機会が減れば、募集のために苦労をする回数が減ります。賃貸経営にとって最も大事な考え方といえます。

そのためには、よく現場に行き入居者とのコミュニケーションの機会を多くとっています。そんな日頃の会話から入居者の不満や希望を聞いて、「暮らしやすい賃貸住宅」へのヒントを得るのです。また、長く住んでくれた借主に設備（エアコンやドアホンなど）をプレゼントすることもあります。お金は出ていきますが「退室を止められる」と思えば「安いもの」と考えます。プレゼントと言っても設置した設備はオーナーの所有物ですから、次の募集のときには「エアコン付き、ドアホン付き」で募集できるのです。そしてここでも「共用部分を綺麗に保つ」ことが重要なので日常清掃は欠かせません。

また、借主は「長く住んでもらいたい大切なお客様」ですが、他の借主に迷惑をかけるような（不良）借主には毅然と注意をして、程度によっては排除する行動もとりません。不良借主を放置すると優良借主が静かに退室してしまい、全体のグレードが下がってしまうのです。

いかがでしょうか。借主に長く住んでもらうために“彼ら”はこんなことをしています。「分かるけど、実行するのは難しい」と思われたのではないのでしょうか。だから募集や管理を頼んでいる業者に任せればいいのです。



まだまだ色々あります

4番目に「貸室の価値を上げることでお客様に決めてもらう」必要があります。

そのために、入退去のたびにマメに部屋に手をかけます。決して多額の費用をかけるのではなく、小まめに細かなところに少しずつ「手をかける」のです。また案内されたお客様から、家賃の値引き交渉やフリーレントの希望があったときのために、あらかじめ「応じられる条件」を決めておいて、紹介してくれた業者に「裁量の幅」を与えたりしています。そして条件交渉のときは、いつでも連絡がとれるようにしておきます。たとえオーナーが旅行に出ているときでも・・・です。

5番目に収益を増やすためには「運営費を効率よく使う」必要があります。そのためには、リフォームやメンテナンス業者を選ばなければなりません。リフォーム



賃貸経営「ちょっと一言」

業者なら「どこも同じ」ではないからです。

仕事が早くしっかりしていて、相手が素人でも暴利を要求するようなことをしない「真面目な」業者を見極めなければなりません。つぎに、マメな点検によって、設備等は壊れる前に修理することを心がけます。

点検のために経費や時間をかけるのは無駄に感じるかもしれませんが、それが経費節約の近道であることを知っています。

「無駄な出費は省き、必要なことにはお金をかける」のです。

いかがでしょうか。誰もがカリスマ大家になることは難しいでしょう。だからといって悲観することはありません。賃貸経営に対する情熱や価値観、そこに費やすことのできる時間には個人差があるのですから。だからその分、募集や管理を依頼している業者に、「その行動」の一部だけでも実施してもらえるようお願いしてみてもいかがでしょうか。

そのようなオーナーの「想い」に応える業者がきっといるはずですよ。

管理会社の上手な選び方

「なぜ、日常清掃が不可欠なのか」

あるオーナーから「日常清掃」について質問を受けました。そのときの会話の一部を紹介させていただきます。

Q. 借主さんが退去するときに理由を尋ねたところ「入口や共用部分が汚れていて友達を呼ぶのに恥ずかしかった」と言われてショックでした。清掃会社が月一回は清掃しているのですが、それでは足りないのでしょうか？

A. 賃貸物件のエントランスや共用部分の定期的な清掃（日常清掃という）は賃貸経営にとって不可欠です。その目的は借主さんの環境を「綺麗に保つため」です。

そのために、どのくらいの頻度で掃除すべきかを考えると月に一回では足りないのではないのでしょうか。少なくとも週に一回は必要だと思いますが、いかがでしょうか。

Q. 毎週ですか？それほど日常清掃に手間と費用をかけなければなりませんか？

A. 日常清掃をマメに行うのは賃貸経営で「収益を増やす」ためです。確かに費用がかかりますので収益を圧迫すると感じるかもしれませんが、借主の居住環境が良くなれば、

かけた経費より収入が増えて、結果的に収益が良くなるのです。

Q. 分かりやすく説明してください。

A. 一番の理由は、借主さんに永く住んでもらうためです。退去された借主さんが言っていたように、居住環境が汚れていると、そこで暮らす人にとってストレスとなります。

綺麗好きな人なら、毎日でも自分で掃除をしたくなるでしょう。でも、賃貸住宅の共用部分を掃除する借主はいませんね。友達も呼べないなら「いつか引っ越そう」と考えても不思議ではありません。

二番目の理由は、部屋に案内されたお客様に、良い印象を持ってもらいたいからです。お客様は「この物件に決めるかどうか」の判断を、室内を



見る前に決めるときがあります。まず外観を見て、ゴミ置き場や駐輪場が乱れていたり、粗大ゴミが放置されたままになっていたらどう感じるでしょう。つぎに、部屋に行くまでのエントランスや通路が汚れていたら、部屋を見る前に「ここはやめよう」と決めてしまいます。どんなに室内が原状回復されていても、そのマイナスを埋めることは難しいと思います。お客様がインターネットで物件を選んだ時とのギャップが大きすぎるのです。

三番目の理由は、定期点検ができるということです。週に一回以上は清掃のために現場に行くので、その際に必要な箇所をチェックできます。たとえば、通路に無断で自転車や段ボール等の私物を置



いているのを発見したら、その都度、張り紙などで注意を促すことができます。このようなルール破りが放置されていると優良な借主が退去してしまうのです。

また、共用灯の球切れや、駐輪場やゴミ置き場の状態もチェックできます。事前に対処できれば、クレームに発展する前に防ぐことができます。ついでに、募集中の部屋の窓を開けて、空気を入れ替えることもできます。

Q. しかし業者から見積りを取ると、週一回の清掃費用が家賃の5%近くでした。管理料で5%が差し引かれているので、さらに5%は経営的に厳しいと思います。

おすすめ『賃貸の本』

著者は、築25年 総戸数63戸の賃貸マンションのオーナーです。2011年に大家として引き継いだときは、空室率27%の問題物件でした。「自分だったらどんなマンションに住みたいか」という問いかけから「行列のできる賃貸マンション」への取り組みがスタートします。

2年後の現在は、「空いたら住みたい」という人が100人以上も登録しているという人気マンションに。どんなことをしたらそうなったのか……。この本にはその間の著者の考えや実行したことが綴られてい

A. まず、オーナーご自身が日常清掃する時間は取れないのでしょうか。日常清掃の基本は「掃き掃除」と「拭き掃除」の簡単な作業です。廊下や階段部分を箒(ほうき)で掃いて、材質によっては床にモップをかけて、手すりやドアやガラス部分を拭くのが基本作業です。専門的な作業ではありません。そして、オーナーご自身が清掃するメリットは経費だけではありません。ご自身が毎週現場に行くことによって色々なことが見えますし、入居者とコミュニケーションをとる機会を得ることができます。

Q. それは無理です。1~2ヶ月間のことなら可能でしょうが、ずっと続けるのは無理です。時間もとれませんし「毎週欠かさず」となると体力的にも自信がありません。

A. そうですね……。それでも(しつこいですが)、1度か2度はご自身でやってみると、必要な時間や清掃の程度が分かりますので、業者の「言いなり」にはならないで済みますし、提供されている掃除の質が良いか悪いかのチェックもできます。



そのうえで、家賃の2%~3%以内で週一回の(質の良い)清掃を請け負ってくださる場所をお探してください。管理会社がその程度の日常清掃を提供すべきだとも思います。いざれにしても、日常清掃と定期点検は地味ですが、賃貸経営で収益を増やすためには大切な作業であることを、ご理解ください。

「大家も住人もしあわせになる 賃貸住宅のつくり方」 青木純 著

ます。一言で表現すると「住み手の視点に立った空間づくり」。それは「カスタマイズ賃貸」という呼び名で世間に紹介されることとなります。この本を読んだ多くの人は「そこまでやるか」「そんなことできない」と思うかもしれませんが、でも、マンションに行列ができたのも事実のようです。

