

ART TIMES

January
2021 **01**



コロナが生んだ7つの変化に対応
2021年を生き残るための
賃貸経営戦略

長期安定経営の基本
修繕積立を始めよう

写真映えで反響を勝ち取る
話題の空室対策

「ホームステージング」とは?



大雄開発株式会社

コロナが生んだ7つの変化に対応

2021年を生き残るための

賃貸経営戦略

いよいよ迎えた2021年、新しい年の幕開けです！ 昨年は新型コロナウイルスによって賃貸業界もさまざまな影響を受けましたが、今年はその「変化」をしっかり受け止め、先手先手で立ち回る一年としたいものです。

まもなく本格化する春の引っ越しシーズンも、おそらく例年とは異なるものとなるでしょう。文科省の発表によれば、未だ全体の約8割の大学が登校不要の「オンライン講義」を併用しているとのこと（※1）。今春卒の大学生の就職内定率も5年ぶりの低水準と報道されています。また、法務省は在留外国人について、昨年6月末時点で約4.7万人が減少したと発表（※2）。オンシーズンといえど、賃貸需要減の不安は拭えません。

厳しい戦いが予想されますが、しかし「変化」に応じて適切な対策を打てればまだ勝機はあります。今年の「丑年」は、前年に撒いた種が芽を出し成長する年、今を耐え忍べば発展が待つ辛抱の年とも言われます。コロナ禍を切り抜けるヒントとして、7つの戦略をご紹介します。

※1. 文部科学省:「大学等における後期等の授業の実施方針等に関する調査結果(地域別)」

※2. 法務省:「令和2年6月末現在における在留外国人数について」

戦略その1: 入居者ターゲットを確認し再設定

コロナによって従来の入居者層のニーズが見込めそうもない場合には、早急にターゲットの拡大・再設定が必要でしょう。空室損が膨らむ前に、管理会社と相談したうえで新しいターゲット候補を探すべきです。学生需要がメインだった1K・1Rの場合、増加を続ける単身シニアや、元々のターゲットに近い若手社会人・フリーター等の需要の検討、思い切って「ペット可」の需要に応えるなどの戦略も考えられます。

大事なのは、手当たり次第ではなく、周辺地域のニーズを調査したうえでターゲットを広げること。資金に余裕があるなら、宅配ボックスやネット無料等の人気設備を導入し、選ばれる可能性を高めましょう。

戦略その2: 非対面で現地に行かずに内覧できる取り組みを

全国的に「非対面営業」が広がりを見せる今、ITを活用した「リモート内覧」「バーチャル内覧」等に対応させる手は有効でしょう。管理会社等から提案があった際は、前向きに導入を検討してみましよう。

現地に行かずに内覧(または疑似的な内覧)ができる状態は、コロナ対応だけでなく、遠隔地の方や、多忙で

内覧できない方を捕まえるチャンスも生み出します。最近では疑似内覧でも室内採寸ができるサービスが登場するなど、今後の技術発展にも期待できます。

戦略その3: 貴重な現地内覧者に直接アピールで好印象に

リモート内覧が台頭するこのご時世、現地への内覧希望者は貴重、かつ確度も高めといえます。是非とも、現地で良好な第一印象を抱いてもらいたいものです。

まず気遣うべきは清潔感。室内の見た目もちろん、第一印象を左右する外壁、廊下、植栽、エントランス等にも気を配りましょう。また、「におい」にも要注意。かび臭さやタバコ・下水のにおいはNG。定期的な換気、消臭剤、アロマなどで対策しましょう。

一時間かかるものの、内覧者のために寸法の分かる間取り図や周辺のエリアマップ、簡単なプレゼントを用意するのも手です。インパクト重視なら、「大家さんからの内覧のお礼の手紙」という戦略も！

戦略その4: 契約電子化は賃貸経営者入居者双方にメリット有り

昨年新たに「賃貸住宅の管理業務等の適正化に関する法律」が公布されましたが、2021年もルール面での変更がありそうです。2020年10月には、国土交通省が不動産取引における契約書面のデジタル化を進める意向を表明。IT重説に続き、契約の完全電子化に向けた法改正等が予想されます。

電子化が実現されれば賃貸経営者の手間も軽減されるほか、入居者側にも時間的拘束や手間の軽減などメリット多数。実現・導入となった際は是非前向きに対応を。

戦略その5: DIY可に条件変更して解約抑止の布石を打つ

コロナによる巣ごもり需要の高まりで、増加しているのがDIYに親しむ人たちです。入居条件に「DIY可」を加えることで魅力アップを狙えるかもしれません。

DIY可のメリットは、自主改装によって入居者が部屋に愛着を抱きやすくなり、長期入居が期待できる点。



供給が少ないため差別化も期待できます。お部屋を自分好みに改装したい層にとっては、大規模な改修許可でなくとも嬉しいもの。まずは「壁一面だけ」「キッチンのみ」など限定的な許可から始めてみましょう。

**戦略その6:
家具家電付きで短期需要やシンプルライフ派を取り込む**

需要減が予想される一方で、コロナの感染状況に振り回され、住まいの確保に困っている大学生や外国人もいるのではないのでしょうか。いつ登校授業に切り替わるかわからない、いつ帰国が必要になるかわからない…、長期契約に不安を感じる層のために、家具家電付き・短期契約可の物件を用意するのも手です。

先の読めない状況だからこそ、入居者が借りやすいお部屋を提供するのも一つの空室対策。家具家電を用意する必要がないので、引っ越し費用や初期費用が気になる人、最小限の持ち物で暮らすミニマリストやシンプルライフ派の関心も集めそうです。



**戦略その7:
ワークスペースや会議室など仕事場として活用**

住まい方と同様に、大きく変化しているのが「働き方」です。緊急事態宣言で全国的にテレワークが普及したことをきっかけに、感染状況に合わせて在宅ワークと出社を切り替える会社が増加。住まいに「仕事をする空間」が突然必要になって困っている層も多いでしょう。

さらに、「会社でも自宅でもない場所」で仕事をしたいというニーズも増加しています。思い切って空室をワークスペースや会議室に改装し、時間貸しで運用するというのも手かもしれませんね。



長引くコロナ禍ですが、最近はワクチン開発等の明るいニュースも増えてきました。知恵と工夫で難局を乗り切り、2021年を明るいものにしていきましょう！

長期安定経営の基本 修繕積立を始めよう

人間は歳を重ねるごとに身体にガタが出てくるものですが、実は建物も同様です。ただし建物の場合は傷むサイクルが概ね決まっているため、前もって修繕計画を立てておくことが長期安定経営の基本です。



しかし、問題は多額の修繕費用です。あくまで概算ですが、シングルタイプ10戸・木造2階建のアパートでは、20年間で700万円程度の費用が必要とも言われます。

●5～10年目:約70万円(ベランダ・階段・廊下の塗装、排水管の高圧洗浄など)

●11～15年目:約520万円(屋根・外壁の塗装、ベランダほか床の塗装・防水、エアコン、給湯器などの設備修理・交換など)

●16～20年目:約180万円(ベランダほか塗装・防水、外構等の修繕、室内設備の修繕・交換など)

特に重いのが外壁・屋根の塗装です。また、15年を超えてくると設備も頻繁に故障するようになり、どうしても維持費が増大します。

将来に備えるには、やはり毎月コツコツ積み立てるのが一番でしょう。積み立ての目安は賃料の5%程度。1部屋5万円としたら、先ほどの10戸のアパートでは毎月2.5万円です。次のような金融・保険商品の満期を調整して積み立てると便利です。

- 積立定期預金… 配当は僅かですがほぼノーリスク
- 満期返戻金のある火災保険… 一部保険に限られますが、配当は定期預金よりは多め
- 積立型金銭信託… 元本割れのリスクはあるものの配当は多め

アパート経営における大規模修繕は、実施後に減価償却資産として経費化できますが、そのための積立金は分譲マンションと異なり経費にできないことから、現実には積み立てをしていない方が多いようです。緊急事態が発生して入用になる前に、少しずつでも積み立てをしましょう。

写真映えで反響を勝ち取る、話題の空室対策 「ホームステージング」とは?

ここ数年、急速に認知が広がっている「ホームステージング」。直訳すると「家を舞台のように演出する」といった意味ですが、要するに、空室に家具や小物を配置して空間演出する施策のことです。

あらかじめ家具類が設置されていると入居後の暮らしをイメージしやすくなるため、ポータルサイトからの反響獲得、そして内覧時の成約率の向上が期待できます。特に最近インターネット普及による部屋探しの変化に加えて、コロナ禍における「非対面」の需要が発生したことで大きな注目を集めています。



■ スマホで部屋を探す時代に適した戦略

『30歳未満の学生・社会人の部屋探し徹底調査』(アットホーム社・2019年11月発表)によれば、不動産情報を探す手段は学生・社会人とも「スマートフォン(インターネット検索)」が第1位でした。今やWEB上でどれだけアピールできるかが、反響率・内覧発生率を大きく左右する時代です。

さらに、2020年度はコロナ禍によって店舗(または内覧)に行きたくても行けない人々が発生し、「最低限の内覧数で時間をかけず決めたい」というニーズが増大。インターネットを介した非対面での接客や内覧・契約が不動産会社の工夫によって実現した一方で、「内覧前にどれだけ情報を提供できるか」が申し込みを獲得するための重要なポイントとなりました。

その点、「ホームステージング」が施されたお部屋は、ポータルサイト等で目立ちやすくなるだけでなく、内覧の前から「入居後のリアルなイメージ」をターゲットに伝えやすくなります。また、実際の現地内覧時にも家具類をセッティングしておくことで、がらんとした冷たい印象ではなく温かな暮らしの印象が伝わり、前向きな検討を促せるようになるのです。

■ 反響獲得から検討深化まで驚きの効果

一般社団法人日本ホームステージング協会の発表する『ホームステージング白書2019』では、ホームステージングの実施による内覧数、内覧時間、成約期間等へのプラスの効果が示されています。

ホームステージング導入企業等へのアンケート

□ 導入後の問い合わせ数



□ 導入後の内覧数



□ 導入後の内覧時間



□ 導入後の契約までの期間



問い合わせ数では全ての企業が増えたと回答し、内覧数も85%以上が増えたと回答するという驚きの効果の高さです。これは家具類の設置によって、WEB掲載の「映える」写真が目にとまり、物件が魅力的に見えたためでしょう。

また、内覧時間の増大は、お客様が入居後の生活をイメージし、有力候補物件としてじっくり検討されている結果と考えられます。契約までの期間についても85%以上が短くなったと回答しており、内覧の段階で「この部屋に住みたい!」という思いが生まれていることが予想されます。

このように大きな効果が期待できるホームステージングですが、大量の家具類を選定・購入して運用すると、なかなか一歩を踏み出せない賃貸経営者も多いことでしょう。

しかし、一度に多くの家具や小物を揃える必要はありません。大事なのはお部屋探いをされるお客様の目にとまり、快適で過ごしやすいお部屋であることをきちんと伝えることです。それは決して家具の量や値段に比例するものではありません。

また最近では、安価な「家具レンタル」や「レンタル家具で写真撮影のみ」といったサービスも増えています。センスや在庫の問題は専門家にお任せし、気軽に1部屋だけ導入してみるのもひとつでしょう。家具類を購入する場合は、入居者への販売やプレゼントも視野に計画するのもお勧めです。