名古屋大家塾の塾長が語る

# 空き家時代に備えて、大家は今どうあるべきか

空室で多くの大家さんが頭を悩ませている時代です。
競合の中で抜きん出た物件にするには
何をすべきか、経験に基づいた手法を紹介しましょう。

名古屋大家塾塾長
**石黒 博章氏**

会員数400名以上の名古屋大家塾の塾長を11期務め、９棟123戸を経営する大家さん。入居率20%を満室にした伝説を持つ。現在新築ＲＣ60戸を建築中。

## ネットをフル活用して市場調査を

空室が出た場合、まずやるべきことは現状の把握です。市場調査と建物調査を徹底的に行って現状を把握します。私の購入した物件を例に紹介しましょう。名古屋市の新栄に建つ、築7年の重量鉄骨造マンションは築年数が浅く外観も綺麗でしたが、いろいろな問題があり36戸中22戸が空室でした。

市場調査で大事なのは賃貸需要を探ることです。入居者層は単身者かファミリーか。職業や属性、性別・年齢・収入などは？ 加えて近隣情報も重要です。周辺の企業・店舗・学校、危険要因や住人特性、歴史などです。調べることは多岐にわたりますが、非常に役に立つのがインターネットです。グーグルマップで検索すれば、物件周辺の生活施設情報や賃貸仲介会社の情報を得られます。ウィキペディアで地名を検索すれば、地域特性もわかります。例えば新栄は「オフィスビルが立ち並ぶ」「外国系のお店が多く外国人居住者の多い」などと知ることができました。

## プロである仲介会社から積極的に情報収集を

また実際に物件周辺を歩いてみることも大切です。駐車場の車を見れば、住んでいる人たちの所得階層がわかります。地元の大家さんに聞いてみるのも効果的で、意外と積極的に話してくれます。そして何よりも大事なのが、周辺の仲介会社への聞き込みです。日々お客様と対面している仲介会社は有益な情報を持っているプロです。できれば多くの情報を持っている店長や営業担当者から話を聞きましょう。家賃相場や人気の設備、どんな設備を入れるといくら家賃アップが見込めるかなどを聞いてください。また近隣の競合物件の広告をもらってみましょう。設備や環境などをご自身の所有物件と比較して、家賃設定等に反映させるのです。

周辺調査が終わったら、所有物件の魅力を診断します。どこが競合物件に優れていて劣っているのか、リフォームのポイントなどが見えてきます。

## 清潔感が第一のリフォーム、モデルルーム作成も効果的

現状把握が必要な理由は、ターゲットの絞り込みをするためです。入居ターゲットを想定すれば、余計な手間やコストをかけずに効果的な営業・広告戦略が立てられ、有効なリフォーム計画が実行できます。新栄の物件の場合、ターゲットは「ちょっとお洒落に暮らしたい学生・社会人・飲食関係者」とし、若干治安に不安な地域だったので「安全・安心」を売りにするリフォームを行いました。

共用部で徹底したのが清掃です。ゴミ置き場はスペースがあったものの乱雑だったので、大型のゴミストッカーを設置。郵便受けを修理し、放置自転車を撤去しました。照明を取り替えて、明るく清潔感あふれる空間になりました。居室は生活をイメージしやすいようにモデルルームを作りました。欧風家具量販店のＩＫＥＡを利用すれば、お洒落な家具や小物などを驚くほど安い金額で購入できます。そしてモデルルーム内の随所に、使い勝手や設備をアピールするＰＯＰを貼っておきました。

リフォームでは、古い設備の入れ替えや安い設備の増設も積極的に行いましょう。設備は残るものですし、入居希望者の意識が向きやすいところです。宅配ボックス・防犯カメラ・温水洗浄便座・ＴＶモニター付きインターフォン・室内物干しなどは入居者のニーズが高く、喜ばれます。

次に広告戦略ですが、より多くの入居希望者にチラシやインターネットで情報を見てもらう必要があります。そこで、物件チラシはぜひご自身で作成することをおすすめします。仲介会社では定型のフォーマットで作成することが多く、大量の管理物件に埋もれてしまうため、所有物件の良さをアピールできないことがあります。

## 即決してもらうため仲介会社に権限委譲も

募集業務をお願いする仲介会社への営業も欠かせません。訪問する際に管理会社の担当者と一緒に行けば、連携が取れていると安心してもらえます。また、より多くの会社訪問を心がけてください。私は1日に15社を訪問しました。そして入居希望者に即決してもらうチャンスを逃さないために家賃の２０００円引きまではＯＫですと伝えました。週1回に加え、入居状況が変化したタイミングでファックスとＥメールで仲介会社に連絡し、こまめにフォローするようにしました。結果は短期間で22戸すべてを満室にできました。

今後も厳しい状況は続くかと思いますが、常に前向きに、どうしたら埋まるかを考え、行動してください。答えが必ず出てくるものです。ぜひ成功する賃貸経営を実現してください。

### 空室を埋めるには？

**市場調査**
- インターネットで調べる
- 仲介会社で聞き込み

↓

**賃貸需要**
入居者層、職業・属性、性別・年齢・年収

**近隣調査**
企業・店舗・学校、危険要因、住人特性、歴史

↓

**ターゲットを決定**
手間・コストを減らし、効果的な計画・戦略を立てる

↓

**「リフォーム」計画**
**「広告・営業」戦略**

**リフォーム**
徹底した清掃、明るい建物、大規模修繕の検討、入居者ニーズに合ったリフォーム、設備追加

**広告・営業**
広告作成、多くの仲介業者を活用、インターネットへの掲載

**▲POP事例**
この物件をよく知らない仲介会社が案内しても、魅力が内見者に伝わるよう、アピールポイントをＰＯＰにして目につくところに貼る

**▶チラシ事例**
物件の「安全・安心」が伝わるよう、セキュリティへのこだわりや充実した設備を吹き出しで強調、写真の品質にもこだわって作成

## 36戸中22戸の空室を満室に！

**石黒さんの事例**

場所：新栄
築年数：築7年
構造：重量鉄骨
階数：10階
間取り：1K×36戸

### 購入時の状況
36戸中22室が空室。所有者が何人も入れ替わり管理会社も管理することを放棄していた。共用部は荒れ放題の状態。

### 現状把握で分かったこと
現地はビジネス街と商業地、住宅街が混在した地。周辺には飲食店が多く、外国系のお店も。外国人の居住者も多い。

### どんな物件にしたか
学生・社会人向け、飲食店勤務者をターゲットに設定。安全と安心に配慮したリフォームを実施。家賃プランは初期費用ありと初期費用なしで月々の家賃に上乗せの２プラン用意した。

### 結果
10戸は学生、７戸は社会人、５戸は飲食関係と、ほぼ想定通りの入居者が決定。広範囲のエリアの仲介会社から紹介があった。



 取材・文／本多 智裕 撮影／鈴木 暁彦 イラスト／黒崎 玄