

東京不動産通信



管理スタッフ「クマ」のレポート

駐車場トラブル

アパートやマンションのトラブルは室内だけでなく駐車場でも発生します。よくあるのが無断駐車ですが、「自分の駐車区画に勝手に車が置かれて困る」なんて苦情が入ると管理会社では結構バタバタする事になります。一昔前でしたら「クラクション鳴らしてみてください」と乱暴なお願いをする事がありましたが、今どきは入居者が余計なトラブルに巻き込まれないように、管理会社側で他の入居者さんに連絡をするのがルールです。駐車場トラブルの原因で多いのは、「新しく引っ越してきた入居者さんの区画間違え」と「入居者宅に訪問した方が停めている」というパターンです。その場合は新しい入居さんがいれば真っ先に連絡してみます。該当者がいないときは苦情を連絡してきた方に「現在車が停まっている区画」を教えてください、その区画の入居者さんに連絡を入れてみます。「友達が遊びに来ている」ということは「入居者本人の車も置いてある」と仮定して、可能性の高い部屋から電話すると発見が早いのです。また、日が暮れた後であれば部屋の電気が点いている部屋を教えてください、ピンポイントで電話するのも効果的です。長く賃貸管理をしていると、このような知恵が身につけてきます。

車検切れでも無料で撤去!?

駐車場では「無断駐車によるトラブル」が圧倒的に多いのですが、先日レアな駐車場トラブルが起きました。当社が管理しているアパートに住むAさん(60代男性)が、物損事故を起こした車を修理せずに敷地内駐車場に停めているのを発見しました。運転席側の窓が割れていますので、このまま放置しておく子供が面白がって車の中で遊んだり、ドアを開けたままにされて強風で隣の車に当たる事も考えられます。さっそく訪問して改善を求めましたがAさんは「ドアは壊れて半分も開かないから隣の車には当たらない」と言って聞く耳がありません。「防犯上も良くないので困ります」と言っても、「駐車場代払ってるんだ

から問題ないでしょう!修理代も廃車する金も無いから仕方なく停めている」と開き直っています。そこで少し強く出て、「駐車場は故障車を放置する場所ではありません。壊れた車が放置されているとアパートの価値が下がりますから、早いところ車を撤去して下さい」と言うとAさんは、「そんな事言うならあんた勝手に持って行けよ」と気色ばみました。実は、以前からインターネットで「故障車引き取ります」という広告を目にしていたので、故障車を無料で撤去してくれる業者がいることを知っていました。Aさんの車は車検も切れてるし状態が荒れているので「本当に無料なのか?」と微妙な気がしましたが、そのことをAさんに告げてみると、「本当に?車検が切れてるからレッカー代がかかると思うけど無料なら頼みたいな」と乗り気の様子です。Aさんだけでなく自分も半信半疑だったのですが、撤去業者にその場で電話してみると、「車検が切れていても無料です」という返事でした。撤去業者に用意するように言われた書類は車検証・印鑑証明・実印だったので、準備が出来たところで作業を依頼したら見事に無料で撤去してくれました。Aさんは毎月の駐車場代が不要になり喜びました。大家さんは賃料収入が減ったカタチにはなりましたが、見栄えの悪い故障車放置で他の入居者さんの迷惑を考えれば良い結果です。無断駐車も放置車両の問題も結局は人が絡む人的トラブルです。賃貸物件の現場の異常を見つけたら理屈抜きで迅速に動くことが大事です。そして多くの現場を踏んでいると、経験から色々な解決策を見つけられるのです。



特集1 空室対策はじめての一步

空室対策を 考えるときの 3つのポイント

特集2 管理スタッフ「クマ」のレポート

駐車場トラブル

東京不動産通信 2018年10月号
2018年10月5日発行(毎月1回発行)

発行所:東京不動産株式会社 / 発行人:重永正徳
東京都杉並区成田東5-39-12榎本ビル1階 TEL:03-6383-5671
HP:http://tokyo-hudousan.co.jp/

空室対策 はじめの一歩

空室対策を考えたときの3つのポイント

地方で賃貸経営をされているAさんから空室の相談を受けました。物件の状況は、築25年のRC造2DK（45㎡）、20戸のうち7戸が平均8ヶ月の空室で、最長14ヶ月も空いたままの部屋があります。新築時からAさんの父親が自主管理をしていて、10年前に引き継いでからもAさんが地元の不動産会社5社に募集を依頼しているとのことでした。今後は当社が賃貸管理と募集を任されることになりました。

このような空室の相談を受けたときは3つのポイントをチェックします。

1. 物件の価値と募集条件が合っているか
2. 募集活動は適正に行われているか
3. 差別化のポイントが検討されているか

この3点で合格点を得られるなら14ヶ月もの長期空室は防げるはずなのですが……。

1 物件の価値と募集条件が合っているか

この募集条件は、「月々の賃料」と「入居時に必要な費用」の3年間の平均を計算して、その金額が適正かを評価します。Aさんの物件は「家賃5万円、礼金1ヶ月、フリーレント無し」で募集していました。すると借主が支払う3年間の総額は（37ヶ月×5万円）で計算できますので、36ヶ月で割ると負担額平均が計算できます。今回は51,400円になりました。

$$(37 \text{ ヶ月} \times 5 \text{ 万円}) \div 36 = 51,400 \text{ 円}$$

この負担額と物件の価値が「合っているか」が最初のチェックポイントです。そこで、Aさんの物件に条件が近く、現在、インターネットで募集中の貸室と比較してみたところ、「築15～18年でRC造2DK（40㎡前後）」の物件が「家賃5

万円、礼金1ヶ月」とほぼ同じ条件で7～8件見つけることができました。募集条件だけを見たら、Aさんの物件がこれらのライバル物件より先に選ばれるのは難しいと思われるので、Aさんが希望する募集条件と物件の価値のバランスが合っていないように思われます。

2 募集活動は適正に行われているか

今までの募集活動の、①インターネットの掲載状況、②近隣不動産会社への公開状況の2つをチェックします。代表的なポータルサイトである「スーモ」「アットホーム」「ホームズ」には、それぞれ2～3社がAさんの物件が一部屋ずつ掲載していました。外観と各部屋を撮影した写真が10～15枚で動画やパノラマはありません。各社の写真に問題はありますが、かといって目を引くカットも特に見つけることはできません。そして近隣不動産会社への公開状況は、1社だけ「仲介手数料100%を客付けした業者が受け取る」という条件で募集図面を配布している他は、特に積極的には行われていないようです。

3 差別化のポイントが検討されているか

この「差別化されているか」とは、小さなコトでも良いので、ライバル物件と「違う部分」をAさんの物件に見つけることができるかがポイントになります。「それ」があればインターネットでお客様に問い合わせただけなのですが、残念ながら、そのような提案は何もなかったようです。

この3つのチェックポイントを踏まえてAさんの提案内容を検討するのですが、その際に「Aさんの賃貸経営に対する考え方と今後の予定」を考慮する必要があります。空室対策の処方箋

は、「募集条件を引き下げる」とか「リフォーム工事に投資する」とか、その方法は一つではありませんので、オーナー様の考え方や今後の予定をお聞きして、それに合わせる必要があるからです。あくまでもオーナー様の意向が第一です。お聞きするとAさんは、「出来るだけ費用はかけたくない。だからと言って家賃を下げるだけでは老朽化に拍車がかかるので心配。そして5年や10年で取り壊す予定もない」とのことでした。難しいご意向ではありますが、以下のような提案内容をまとめました。

この処置で1ヶ月の様子をみることに

まず募集条件は、Aさんの物件より築年数の浅いライバル物件と同じ「5万円、礼金1ヶ月」では、インターネットで見つけてもらうことすら望めません。そこで2つの案を考えました。ひとつは「家賃5万円、礼金ゼロ、フリーレント2ヶ月」です。これで3年間の平均負担額を計算すると47,200円になります。ライバルより3,000円ほど有利になります。

$(36 - 2) \text{ ヶ月} \times 5 \text{ 万円} \div 36 = 47,200 \text{ 円}$
もうひとつは「家賃を47,000円に下げ礼金ゼロ、フリーレント無し」という案です。両方共に借主の平均負担は47,000円ですが、Aさんの「出来れば家賃を下げたくない」という意向で前者の募集条件とすることにしました。「3年トータルで“平均47,000円”という説明をインターネットで強調することにします。

つぎに差別化として洋室に2台目のエアコンを提案しました。最近では気象庁も「命を守るためにエアコンをつけて」と呼びかけるご時勢ですから、就寝する部屋にエアコンは必須となりました。エアコンが2台になればインターネットで「全居室にエアコン付き」と表記することができます。加えて、玄関と洋室にアクションクロスを採用します。これはインターネットで目立つ写真を撮りたいからです。玄関はシックな柄の入ったクロスを、洋室には思い切った色遣いのクロスを選びました。まず空室7戸のうち2戸だけ工事をしました。この写真をインターネットのメインで使うことで、お客様の目を引くことが出来るのではと期待しています。

募集活動については、まずインターネットに掲載する写真の質と量でライバルに差を付けることです。お客様は写真で「内見したい部屋」を選ぶからです。物件写真の撮影のコツは、「明るく、広く、真っ直ぐに」撮ることです。一枚の写真に出来るだけ多くの情報を写すようにします。もちろん新設のエアコンやアクションクロスが目立つように撮りました。近隣の不動産会社に募集図面を流して、主要な業者には図面を持って回ります。当社だけでなく近隣業者もAさんの物件を優先して紹介してくれることを期待します。以上の提案を実施して1ヶ月の様子を見ることにしました。これで反響やお申し込みがないならば、さらにつぎの対策をとることにします。結果はどうなったかといいますと、インターネットでお客様からの問い合わせと近隣不動産会社からの問い合わせが10数件あり、1ヶ月で6件の内見で2件の申込みが入りましたので、このままの条件を継続することになりました。さらに2部屋にエアコン取り付けとアクションクロスの工事を施しました。

このように、長引く空室には必ず原因があります。今回のご相談に対するチェックポイントは

1. 募集条件が適正かどうか
2. 募集活動が100%行われているか
3. 差別化できるポイントがあるか



の3点でした。このチェックで空室の原因を知って、大家さんの「賃貸経営の考え方や予定」を考慮に入れた解決策を提案して、あとは実施しながら結果をみて改善していくのが正しい空室対策ではないでしょうか。

