

発行人 ㈱アーバン企画開発 三戸部 啓之

～ 一人暮らし女性の心得・注意点 ～

近年、日本の治安が悪くなっており、侵入窃盗・強盗や空き巣、ひったくり・振り込め詐欺などの悪質な犯罪が多発し、安心・安全な暮らしが脅かされています。最近では女性を狙った被害も多発しており、不安を抱かずにはいられません。新生活のスタートといっても、女性の一人暮らしは、防犯の面やセキュリティ面で、とても心配です。一人暮らしをしている女性本人だけでなく、娘が心配で仕方がないといったご両親のお言葉もよく耳にします。女性の一人暮らしにより起きる犯罪から身を守るため、日常生活において、一寸したことでも注意する事と日頃の防犯意識が身を守ることに繋がります。

そこで、お部屋での生活、通勤・通学の際の防犯について深く考える必要があります。一人暮らしの女性が必ず抱える不安のひとつが「防犯性」。セキュリティ設備の充実・治安の良さなどが住まい選びの大きな基準になっています。空き部屋対策に頭を悩ますオーナー様にとっても「女性のための安心できる賃貸物件」は賃貸経営のための大きなヒントになるかと思えます。では一人暮らしの女性はどんな賃貸住宅を望んでいるのでしょうか？

部屋探しの際に重視することとして「家賃」「広さ・間取り」「設備」「日当たり・通風」などが主ですが、一人暮らし男性に比べて女性が圧倒的に重要視するのが「階数」。これは不審者の侵入やプライバシーなどを女性が気にしている結果です。そんな防犯意識を如実に反映しているのが「セキュリティ」への男女の関心度の違いです。女性の場合「セキュリティ」を基準に住まいを探しており、男性はそれほど重要視していないようです。

また、単身者向けとファミリー向け物件の人気設備ランキングでもファミリーよりも、単身者の方がセキュリティを意識しているのが分かります。

2008年人気設備ランキング

単身者向け物件		ファミリー向け物件	
ブロードバンド	1位	追い焚き機能	
オートロック	2位	ブロードバンド	
テレビモニター付きインターホン	3位	テレビモニター付きインターホン	
シャンプードレッサー	4位	オートロック	
地上デジタル放送	5位	シャンプードレッサー	
温水洗浄便座	6位	システムキッチン	
2口コンロ	7位	地上デジタル放送対応	
メールボックス	8位	エレベーター	
エレベーター	9位	温水洗浄便座	
ディンプルキー	10位	メールボックス	

2009年人気設備ランキング

単身者向け物件		ファミリー向け物件	
ブロードバンド対応	1位	追い焚き機能	
地上デジタル放送	2位	地上デジタル放送	
TVモニター付きインターフォン	3位	ブロードバンド対応	
オートロック	4位	洗浄機付き便座	
シャンプードレッサー	5位	TVモニター付きインターフォン	
洗浄機付き便座	6位	システムキッチン	
ガスコンロ	7位	シャンプードレッサー	
CATV	8位	オートロック	
BS. CSアンテナ	9位	ガスコンロ	
ディンプルキー	10位	BS. CSアンテナ	

最近では指紋や静脈などの生体認証のエントランスや防犯窓、警備員の常駐やホームセキュリティなど、防犯に力を入れているマンションが増えています。生体認証はIDやパスワードと違い、その人自身にしか持ち歩けないものなので盗まれる危険性がなく安心です。しかし、これらの多くが分譲マンション。賃貸マンションの場合、キャッシュフローなどを考えると、あまり設備面に投資できないという事情もあり、先進のセキュリティ設備の導入に二の足を踏んでしまうオーナー様も多いと思います。そのような場合でも対処できるセキュリティはあります。例えば、センサーライトを設置するだけでも、「このマンションは防犯を意識している」という“無言の威嚇”を周囲に与えることが出来ます。また空き巣対策のためだけでなく、当

たり前のことかも知れませんが、マンションの周り（玄関やベランダも）はきれいにしておくよう心掛けることです。

家の周りがちらかっていると、空き巣に「この管理・住人はだらしない＝スキがある」と思わせる結果になってしまうからです。また敷地内に玉砂利を敷く、部屋への侵入を音で知らせる開閉センサーを設置することでも効果があると思います。

オートロック、TV付インターフォンなどの設備はもちろん重要ですが、犯罪を未然に防ぎ、安全な住環境を作り出すには、日々生活する上での自身の心がけも肝心です。未然に防ぐ工夫や努力をしていると被害に遭いにくく、万が一の時に差が出ます。

郵便物に対して危機管理を持っている人は、少ないのではないかと思います。郵便物から個人情報や奪われます。口座を持っている銀行からの通知、携帯電話の料金、クレジット会社からの請求書など、重要なものがたくさんあります。個人情報を奪われない為にも定期的な郵便物を把握しておく事はとても大切です。特に個人情報が記載されているような郵便物で定期的に配達されてくるもの（例：銀行・クレジットカードの利用明細、携帯電話番号など）があれば、それらの郵便物がいつ届くのかを正確に把握しておく必要があります。届かない場合には速やかに対応できるように、きっちりと把握しておくことが大切です。もちろん、そもそも郵便物は何時ごろに配達されてくるのかを把握しておきたいものです。

また、他にも注意しなければいけないのが、訪問者が来た時です。必ずドアスコープで確認し、相手の身分と用件がはっきりするまで、チェーンを開けないことです。「誰からの荷物なのか」「何の検査なのか」等をきちんと確認し、心配な場合は荷物を玄関前に置いて行ってもらい、検査を担当する会社に確認の電話を入れる、等してからドアを開けるよう心掛けなければいけません。実際、私もつい先日、思い返すと怖い事かも？という出来事がありました。「お届け物です。」と言うので宅急便だと思い込み、確認せずドアを開けると、いきなり粗品のようなタオルを差し出されました。何？と聞いたら勧誘でした。差し出されたものがタオルだったからよかったものの、刃物だったりしたらと思うと…。

心細さを感じない一人暮らしをする為には、オーナー様が近くに住んでいるのか、管理会社は近い場所か、そして地域社会に溶け込んだ暮らしをするなど、人と地域の繋がりが大きな意味を持ち、密接な近所付き合いが防犯に役立つと思います。私が学生時代に借りていた物件はオーナー様の家が目の前にあり、困った事があるとすぐに助けてくれ、勧誘がしつこく玄関で困っていたら駆けつけてくれたりと、私はもちろん両親もとても安心して過ごすことが出来ました。心細さを解消できる物件であれば、最新設備がなくても、まったく不安はありませんでした。

入社して2年弱ですが、不動産業界は初めてで、宅建取引主任者は学生の時に取得したのですが10年以上も前の事なので毎日新鮮な事ばかりで、勉強の日々です。今後も自ら体験した事、お客様・オーナー様からの声など耳にした事を真摯に受け止め行動していきたいと思っています。

私は今年の6月にセンター南店から異動になり、港北高田店・法人営業課に配属されました。センター南店では管理物件の契約と社宅の斡旋業務をしておりましたが、現在は社宅斡旋業務・物件チェック・解約処理・立会・敷金精算などを主にさせていただいております。

社宅斡旋業務は個人契約のお客様とは、少々違ったポイントでの物件探しであったり、要望・問題点も多く、ご自身が契約する立場とは違った感覚の方もいらっしゃると思います。ご自分の意思で動くのではなく、突然の社命で土地勘のない場所に転居しなくてはならない事情も汲んであげる気持ちも必要です。それが入居者様とオーナー様の距離を縮め、よりよい関係を築いていただけるよう努めるのが、単なる仲介業務を超える弊社の行き方だと思います。




港北高田店 山本 真智子

発行人 (株)アーバン企画開発 三戸部 啓之

～ 空室0を目指して 終わりなき空室対策 ～

おかげさまで東横綱島店が開設してから早いもので2年の月日が経とうとしています。

私自身が東横綱島店に赴任した当初は、レンタルアドバイザーとして席を構えていました。その当時は、いかに
 お客様に当社の物件を決めていただけるかを考えて、他社の物件を当て馬にしてみたり、仲介手数料の減額サービスをしてみたり、ある時は朝から晩までお客様を連れまわしてみたり、又ある時は無理を承知で店長にお願いして自社物件の家賃交渉をして頂いたり、まだまだここには上げ足りないぐらいの色々なことをしてきました。

ただ、その頃は“空室対策”という言葉は頭の片隅にはあったものの、実際に“そのことで頭が一杯”というほどではありませんでした。しかし、昨年から東横綱島店を任せていただけるようになり、それまで“頭の片隅”にあったモノが今では“頭の中央”にドンと鎮座し、「ソレを考えなければ他に手につけられない」ほどまで、私の頭はソレに支配されてしまっています。

では、“空室対策”とはいったい何なのか。“空室対策としてできること”をあげるとすると考えられるのは…

① 募集条件の変更

② リフォーム (リノベーション)

当然上記以外にも募集店のスタッフでできることは数限りなくありますが、オーナー様を巻き込んだ大きな改善点を考えると、この2つになるのではないのでしょうか。

① 募集条件の変更

これは言わずもがなですが、賃料・礼金・敷金・仲介手数料 etc.について増減額をすることで、エンドユーザーのニーズや周辺相場に合わせた内容に変更をして締結に近づけてゆくようにしてゆきます。

“周辺相場”と一言で言いますが、同じ地区でも募集する時期やタイミング、更には近隣に競合する新築物件などが建築されたりすると、それによってもその金額は様々に変化してゆきます。

又、これまでも申し込みの段階での賃料交渉はよくあるお話ではありましたが、ここ最近のエンドユーザーから特に多く聞かれるのは「とにかく初期費用を減らしたい」というお言葉です。

今の時代、パソコンの普及率は“一家に一台”どころではなく“一人に一台”。携帯電話などの所持率も考えると“一家に2台3台は当たり前”の時代になっています。事実、当社のホームページをご覧になって頂いているお客様の数と、携帯電話から当社のホームページをご覧になって頂けるお客様の数を比較するとその数約25倍！圧倒的に携帯電話からネットをご覧になるお客様のほうが多いのです。一昔前までは携帯電話＝持ち運べる電話機でしたが、今は単なる電話機ではなく“いつでも・どこでも・好きなときに・好きなだけ”さまざまな情報入手することができる「携帯するパソコン」になりえているのです。このことから、一時期賃貸業界を震撼させた京都の更新料無効判決についてなどの「大家さんにとってはマイナス」な情報でもエンドユーザーが簡単に知りえる時代になっています。その為、これまでは当たり前であった「礼金」や「仲介手数料」果ては「敷金」なども、最近のお客様には“本当に必要なお金？”という見方をする方も多くでてくるようになり、それを無駄と考え、「無駄を減らしたい＝初期費用を減らしたい」と考えるエンドユーザーや、同じように考える大手法人が増えてきているのが近年の現状です。

② リフォーム (リノベーション)

最近、大手のグループ会社や、建設会社等も力をいれているリノベーション。

築20年30年…といったお部屋を新築並みの設備や見た目に変えてしまうという画期的なものではありません。

床の張替えから天井・壁のクロスの張替えはもちろん、キッチンセットの交換、お風呂やトイレといった水周りの設備交換などなど、キリがないくらいに様々なことがあげられますが、本気でリノベーションをするとなると百万円単位で資金がかかりますが、その効果は絶大です。

当社でもオーナー様とご相談の上で大幅なリフォームをしたお部屋があります。下記はその一例です。

【リフォーム前】



【リフォーム後】



築 29 年の RC マンション、2DK (DK、和室 6 畳、洋室 6 畳) のお部屋を 12 畳の洋室 1DK に大幅なリフォームをした事例です。リフォーム後すぐにお客様も決まり現在もご入居継続中です。

しかし「実際にここまでのことをしなければ中古物件は決まらないのか？」といいますが“決してそれだけではない”と思っております。例えば…

【大きな変更】

壁紙をデザイン調のものに変更、洗面化粧台をシャンプードレッサーに交換、追焚機能付きのお風呂に交換、和室を洋室に変更するなど

【見た目にもわかり易い変更】

インターホンモニター付に変更、木枠の塗装、襖をフラッシュタイプ (上記写真参考) に変更、キッチンの蛇口をシングルレバーに交換、エアコンを設置するなど

【軽微な変更】

照明のスイッチカバー類の交換、シャワーヘッドの交換、トイレのペーパーホルダー交換、居室のドアノブの交換など・・・これ以外にもいろいろな工夫でお客様に与える印象を良くすることから、入居への誘引をすることが可能だと考えております。

当然、上記のことにプラスして私ども店舗サイドも同業者への空室紹介回りや、アットホーム等の広告業者から募集図面の配布、店舗での空室対策会議の開催など足を使い、頭を使いオーナー様の大事なご資産を守る仕事に全力を尽くさなければなりません。



最終的には“空室 0”が目標です。これからも、その目標に向かってスタッフ全員でガッチリとスクラムを組んでより一層の努力を持って走り続けてゆきます。

東横綱島店

店長 秦 健一

～地域密着型経営 優良管理会社の義務とは～

早いものでもう 2010 年を総括する時期にきた。この時期は新聞紙上などでも、「2010 年 10 大ニュース」とかで賑わうはずだが、賃貸に特化し、しかも身の丈に応じた内容をまとめてみるのは、地元密着型経営トップとしての義務でもある。

2008 年のリーマンショックの後遺症が日本経済を覆っているとされるが、一部の学者はそれが原因ではなく、少子高齢化という日本のパラダイムシフトが起こっているからだと分析している。

日本はすでに人口減少社会に突入した。核家族化を背景に増加してきた世帯数も数年後には減少に転ずることが予想され、市場は益々借り手市場にシフトしていく。オーナー、賃貸管理会社は立ち止まっている余裕がない事を認識する必要がある。こうした市況下ではより多様化するユーザーニーズを満たせるよう賃貸住宅のハードやソフトの魅力を高めながら、且つ高いパフォーマンス（リーズナブルな賃料）を実現するという極めて高いハードルを乗り越えていかなければならない。消費者意識の高まったユーザーに疑念や不安を抱かせない、明確な情報開示もより重要となる。例示的には、消費者契約法による様々な無効判決による契約自由の原則の制限、社会的弱者保護の流れ、新築しても賃料の設定を間違えると入居者が入らない等に現れている。高齢化社会の出現やシングルマザー、共稼ぎ世帯の増加も今後無視できない。単なる箱物の提供からソフト面の提供如何が満室経営のポイントになってきたし、従来の常識や判断が否定されてもいる。

都市の高齢化が地方を上回るペースで進んでいる。65 歳以上の高齢者は 1 年前より約 79 万人増え、其の 63%を三大都市圏が占めた。1960 年代に地方から出てきた世代が高齢化しているため、25 年後には高齢者の半分以上が三大都市圏に住む時代が来る。地方で見られる店舗が遠方であり買い物ができない「買物難民」は 600 万人といわれ、商業施設の都心集積により都市郊外から人々が次第に増加する。高齢化は労働人口の減少や個人消費の減退などを通じ、日本経済にマイナスの影響を与えるが、より問題となるのは、都市は地方より地価や人件費が高く、医療や介護施設の確保に制約があり社会保障のサービスが追いつかなくなる恐れがある。つまり厚生医療の不備を民間賃貸でカバーする必要があり、間取りの再考、バリアフリー



は勿論、介護等様々なネットワークを付加価値とする必要がある。それは国策である「在宅介護」の流れと一致し、「国交省の高齢者等居住安定化推進事業」による助成金を通じて「高優賃」「高専賃」の建設促進に現れている。

高齢者単身世帯は 2005 年の 387 万世帯から 30 年には 717 万世帯と倍近くに増える。高齢者単身世帯の持ち家率は 64% (08 年総務省住宅土地統計調査) で、高齢者のいる世帯全体の持ち家率 (83%) と比べるとかなり低い。今後は家を持たない高齢者世帯の増加に備える必要があるが、預金の取り崩し、所得の減少面からも低廉な賃料と老後の安心できる住いの提供が、賃貸経営のポイントになる。1975 年世帯の構成比は単身世帯 2 割、夫婦と子供世帯は 4 割となっていたが、2005 年においては単身、夫婦と子供世帯ともに構成比は 3 割 (平均世帯人員は 2.56 人) そして 2020 年には単身世帯が 4 割、夫婦と子供世帯は 2 割と逆転する。この背景として少子高齢化の急速な進展、家族形態やライフスタイルの変化を指摘でき、便利な住環境を求める傾向がある。当社でも確実に高齢者世帯、単身者世帯は増加している。駅近で生活利便施設が近く、保育園や託児所が併設している、遮音性が高く入居者の生活サイクルに支障がない等の物件が生き残ることになる。近年コンビニが近くにある、防犯対策ができている事は絶対条件に

なった。特に当社での騒音に関するクレーム件数が月 20%を占める状況では、コンクリートスラブ、界壁厚は従来の 150 ミリから 200 ミリ、二重サッシが必要であり、入居選択肢の一つになるだろう。又、木造と非木造の賃料差は今まで以上に広がるだろう。

駅から遠い物件は、貸し農園があるとか、戸建であるとかのハード面と低額な賃料が必要になる。

駐車場も料金収受は難しく、収納ボックスも入居促進策の一つとしての意味しかなくなる。

建てれば何とかなるとマーケットを無視した賃貸経営は破綻せざるを得ない。

反面、高齢者、独身世帯、シングルマザーの増加は賃料滞納のリスクに晒される。

「無縁社会」を反映して、一時「貧困ビジネス」と騒がれたが、連帯保証人が「賃貸保証会社」に替わる機関保証が当たり前になってきた。それに伴い保証会社の限度を超えた督促も社会問題化し「家賃債務保証業の登録制度、家賃等弁済情報データベースの登録制度、家賃等の悪質な取立て行為の禁止」を導入する為の、「賃借人の居住安定化確保法」が来年 6 月に成立する予定である。しかも、違反行為には 2 年以下の懲役、300 万円以下の刑事罰も伴っているので、滞納督促に対するアクションはかなり後退する。財政基盤や督促要員のスキルがない保証会社の合従連衡や倒産は、大手といえども今後避けられない。今後一年間は火事場泥棒的な保証会社の乱立が予想され、安易な提携は信用失墜になりかねないので注意が必要だ。

地元賃貸管理会社も、従来のような保証会社へ丸投げ体質では、不良入居者の退去や滞納リスクに晒される。




そのため「定期借家契約」が増加するが、再契約拒否権を定めておく等、予防法学的なノウハウも必要になる。しかし万全ではない。係争上「債務名義がとりやすい」だけで法的な手続きが必要となることは変わらない。

借り手市場になって久しい。従来は「早く入居者を決める力」が仲介会社の選定基準だった。今年目立ったものは、契約時金の支払い負担軽減の為のカード決済と、長期空室の家具、照明器具付きのモデル展示、シェアハウス、高齢者を含む生活保護世帯の積極的対応、自社ホームページ、ポータルサイトの見直しがあった。最近では当社でも自宅 PC からではなく、携帯電話からの問い合わせが 30%を占めてきた。まさに「移動モバイル」で賃貸物件だけでなく周辺生活情報も簡単にチェックでき、物件提供会社のクイックレスポンス如何で決まってしまう怖い存在になった。

営業時間も朝 10.00~18.00 が普通だが、夜 10.00~の店も都内では出てきた。入居者も駅や地域を指定するケースも増えてきており、生活利便施設の案内は必須になった。また市内移動、近隣地域移動が 30%を占めてきたので、既存入居者の評価如何は管理会社の重点留意事項となった。

優良入居者を長く居住させる「テナントリテンション」も管理会社の知恵の見せ所でもある。

その一環で、「更新料無効判決」は法的妥当性の問題よりも、更新を契機に退去する事が多い現状では「入居者を長く居させる」方向から早晩廃止される事は間違いない。当社が加盟している(財)日管協でも消費者の立場から、誤解が無いように「めやす賃料制度」を 11 月から開始した。家賃以外にかかる礼金、更新料等の費用を 48 ヶ月で割ったものを提示するものだが、従来賃料交渉だけだったものが、礼金も含む総額となり貸主側の負荷は倍加する。

原状回復工事の貸主負担の増加、契約時金の総額抑制、賃料の低下、更新料不払いと貸し主側のキャッシュフローは悪化するとともに滞納リスクやクレーマーは間違いなく増加する。優良管理会社の出番であるが、当社がその評価に耐えうるかが課題である。地元密着型企业として


社長 三戸部 啓之