

TOPICS
01
ご挨拶

新年明けましておめでと
うございます。皆様におか
れましては、お健やかに新
春をお迎えのこととお慶び
申し上げます。

近年、核家族化や高齢者
の一人世帯の上昇を背景に
世帯数の増加が続いていま
したが、国立社会保障・人
口問題研究所によれば、日
本の世帯総数は今年5、4
19万世帯でピークを迎
え、減少が開始すると予測
されています。賃貸市場に
もその影響は波及すると思
われますが、今年はそう
いった不安や苦難を跳ね返
す、しなやかさや柔軟性が
求められる一年になるのだ
はないでしょうか。



出典：一般社団法人 日本流行色協会

(一社) 日本流行色協会
が選定した2023年の
テーマカラーは、「ルミナ
スイエロー」だそうです。
ほんのりとした陽だまりの
ような、明るく穏やかな黄
色です。淡く柔らかい色は
不安な心に無理なく入って
いきそつと癒やしてくれそ
うです。キーワードは、多
様性、共生、つながる、広
がる。厳しい情勢に立ち向
かうヒントがここにありそ
うです。

本年も何卒よろしくお願
い申し上げます。

TOPICS
02
築15年を超えた物件の課題とは

新築、築浅の頃は入居率もほ
ぼ100%、退去が出てもすぐ
に次の入居が決まり、設備のト
ラブルもなく順風満帆。そんな
優良物件も、5年10年と経って
いくと、様々な課題が増えてい
きます。一度退去が出ると、数ヶ
月決まらない。エアコンが効か
ない、宅配ボックスが開かない
などの設備トラブルもチラホ
ラ。外壁の塗り替えも検討時期
となり、いつのまにか周りに新
築が建ち始め競合物件が増えて
いく。それだけでなく、キャッ
シュフロー上の大きな課題も立
ちはだかります。築15年を超え
ると、経費算入できる設備の減
価償却費がなくなり、

税金の負担が大きくな
ります。入居率が下が
り、修理費用が増加、
計上できる経費が減少
するなど、トリプルパ
ンチとなるのが、築15
年頃というわけです。
そんな物件のオーナー
様にとって、一番気にな
るのが入居率なのか
もしれません。しかし、
「周りの物件にくらべ
て築も古くなったし、空室を埋
めるには致し方ない・・・」と
安易に家賃を下げてしまうこと
はできる限り避けたい対処法で
す。確かに、設備トラブルや減
価償却費の問題に比べたら、コ
ントロールできうるのが入居
率。であれば、家賃を下げずに
入居率を改善できるに越したこ
とはありません。満室デザイン
では、オーナー様に寄り添い、
物件を理解し、最適な入居率改
善方法をご提案致します。築15
年超の物件にお悩みのオーナー
様、満室デザインにご相談くだ
さい。一緒に解決していきま
しょう。

り、修理費用が増加、
計上できる経費が減少
するなど、トリプルパ
ンチとなるのが、築15
年頃というわけです。
そんな物件のオーナー
様にとって、一番気にな
るのが入居率なのか
もしれません。しかし、
「周りの物件にくらべ



満室稼働の鍵は入居満足度にあり！ 共用部改善アイデアで長期間入居

新しい年になり、いよいよ春の引っ越しシーズンが始まります。大家さんの多くは、この繁忙期が勝負とばかり、設備刷新等で入念な空室対策を行ってこられたことでしょう。その甲斐あって無事に「満室」を達成したとしても、それで安心することはできません。なぜなら、成約の後には入居者保持、つまり「入居者にどれだけ長く住んでもらうか」という新しい戦いが始まっているからです。

解約抑止は最大の空室対策

昨今、賃貸業界では「テナントリテンション」という言葉が聞くことが増えました。直訳すると

「入居者保持」となりますが、この言葉の指すところは「今の入居者にできるだけ長く住んでもらい、毎月きちんと家賃を払ってもらおう」という賃貸経営戦略です。

礼金2ヶ月取得が当然だったようなかつての時代とは異なり、近年は敷礼ゼロやフリーレントでの募集も珍しくない「大家さんに厳しい時代」です。さらには、ここに現状回復費や高額な広告宣伝費（AD）も加わるのですから、下手に解約を出すよりも、どうにかして今の入居者を保持するほうが得策ではないか、と考えるのも当然でしょう。何より、解約を出さないということは、最大の空室対策であるとも言えます。テナントリテンションによる入居率維持が現代の賃貸経営の成功を左右するのです。

入居者の暮らしの質を 共用部で高める

テナントリテンションの基本は「入居者の満足度を高める」

ことにあります。方法はさまざまですが、たとえば建物共用部に工夫を凝らすことも入居満足度アップにつながります。

具体策1…共用部の清掃・装飾

毎日の暮らしの場でもある以上、エントランスや共用廊下が汚れていたり殺風景であったりではマイナスです。定期的な清掃はもちろん、アートやグリーンを飾ることでワンランク上の空間を演出し、自分はこんなに素敵な物件に住んでいるんだ、という入居者の自尊心をくすぐりましょう。

昨今は定期的に生花を届けてくれる定額制サービスのほか、本物そっくりの造花や有名絵画の複製画、アートなどをレンタルできるサービスも登場。これらを活用すれば季節ごとに装飾を変えられるため、手軽に飽きの来ない空間づくりが叶います。

額の家賃で使えるとしたら、入居者としては嬉しいものです。共用ラウンジに無料Wi-Fiを設置してワークスペースとしたり、敷地内にドッグランを整備して入居者に開放したりといった施策は、増加しているテラワーカーやペット飼育者の満足度に大きく貢献しているようです。

また、とある物件では共用部に冷蔵庫と商品棚を設置して、入居者がいつでもドリンクやお菓子、カップラーメン等を購入できる「コンビニ」をつくったとのこと。入居者の暮らしの質に着目して入居満足度を高めた面白い事例といえるでしょう。

一度の施策で全入居者に「価値」を感じてもらえる共用部への投資は、アイデアによっては専有部単体への投資よりも高い費用対効果を発揮します。また、入居満足度向上への姿勢は、部屋探しのお客様の第一印象改善にもつながり、空室期間の短縮も期待できます。

メリットの多い共用部改善、テナントリテンションの考えのもとに是非、挑戦してみてくださいね。

