

建物の第一印象を改善して 入居率アップする3つのヒント

物件の「第一印象」は入居率にも影響を与えるもの。物件との出会いが良い印象で始めれば、内見もポジティブな気持ちで進み、入居へと気持ちが傾くことが期待できます。反響を増やし、内見を成功に導くための第一印象づくりを考えてみましょう。

1 外壁塗装で外観を大胆イメージチェンジ。 範囲を絞ればコスト削減も

物件の第一印象を変えようと考えた際、まず思いつくのは外壁塗装です。汚れやひび割れが放置された状態は言語道断、古臭さやくたびれた印象を与えてしまう外観は入居率に悪影響を及ぼします。たとえ築古の物件であっても、きちんとメンテナンスされていれば内見者は悪い印象を持たないものです。外壁塗装は面積が広いので、費用がネックとなりがちですが、防水性の面から10～15年に一度は塗り直しが必要なことを考慮すれば、メンテナンスとイメージ刷新を同時に実施し、コスト削減効果を狙うのも優れた選択でしょう。

外壁の色を大きく変更する際は、全体を単色でシンプルに仕上げた上で一部にアクセントカラーを加えてみたり、1階と2階で色を分けてツートーンにしたり、とアイデアは様々。色はドアや屋根、周囲の建物との相性を考慮して決めていきましょう。メンテナンスと同時に施工できず予算が厳しい場合、エントランスや玄関扉、階段の鉄部など、範囲を絞って目立つ箇所だけを塗り替えるのも手です。



before



after

2 伸びっぱなしの植栽はNG。 建物まわりは清潔感重視でござっぱりと

特に夏場はあっという間に伸び放題になってしまう植栽。敷地内に雑草が生い茂っていたり、生垣の枝葉が伸びすぎていたりすると、内見者の第一印象を損なう

だけでなく、以下のような厄介事まで招き入れかねないため注意が必要です。

植栽の手入れが 不十分だと…

- ・物件全体の景観を損なう
- ・虫や小動物が棲みつく
- ・ごみをポイ捨てされる
- ・死角が増えて泥棒や放火の危険

建物まわりの美観の維持には敷地内の小まめな除草・植栽の剪定が欠かせませんが、手間とコストを省くなら、除草剤を撒いて防草シートを敷き、その上に砂利を敷き詰めるような恒久的対策を講じるのも手。その際、外壁の色に合わせたカラー砂利を使用すれば、統一感が出て、一層のイメージアップも期待できます。

3 見た目だけじゃない！ 建物にマッチした入居者に好まれる物件名に

第一印象を決めるのは、なにも外観ばかりではありません。「物件名」もまた、内見者の心理に少なからず影響を与えます。見た目とちぐはぐの名前だったり、あまりに古い印象の名前の物件は、同じような条件の「ちょっとオシャレな名前の物件」にお客を取られていないか要確認です。

さらに言えば、物件名は住所の一部。書類に書くには長過ぎる名前や恥ずかしくなるような名前では、やはり入居者は嫌がるでしょう。物件名で無意識に敬遠されている可能性があるなら、実にもったいない話です。入居者・ライフライン業者等への通知の手間はかかりますが、名称変更自体に大きなコストはかかりませんが、建物の「館銘板」の更新は必要になるので、この際、物件の格・清潔感・安心感などが伝わるものを設置しましょう。良い名前が思い浮かばない場合は、ターゲット層に近い人の意見を聞いてみたり、管理会社に相談してみるのもいいですね。

「一度与えた第一印象をやり直すチャンスは二度と訪れない」という諺がアメリカにあります。第一印象が悪くて入居者を逃してしまう前に、物件を客観的に見直してイメージアップのポイントを探ってみてはいかがでしょうか。

プロパティ 通信

オーナー様向けニュースレター

09

September
2020

入居者ニーズ、大家の対応… コロナ禍の賃貸市場の 影響をデータで検証

増える災害で緊急決定！ 「水害リスク」説明義務化

建物の第一印象を改善して 入居率アップする3つのヒント



株式会社 ユーミープロパティ

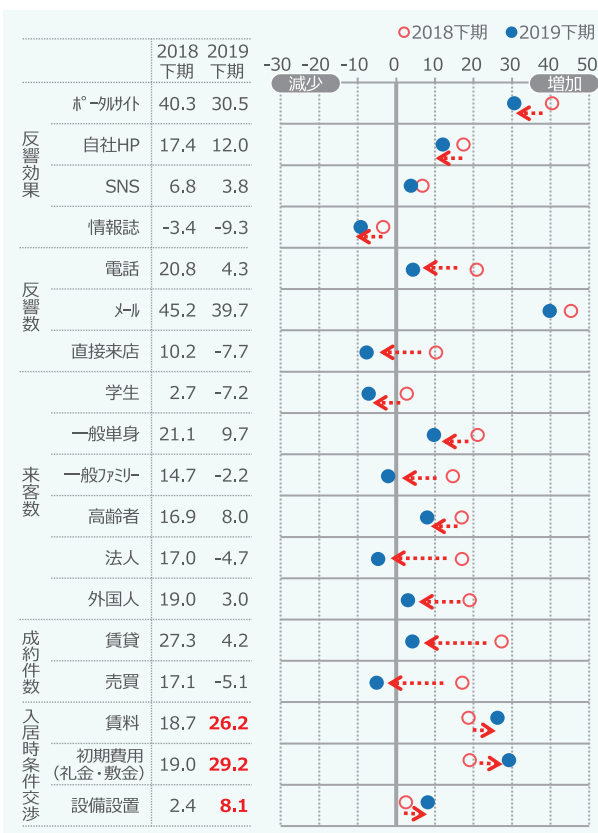
入居者ニーズ、大家の対応… コロナ禍の賃貸市場の影響を データで検証

全世界で猛威を振るう新型コロナウイルス感染症(以下「コロナ」)。日本でも特に観光や飲食業界が大きな打撃を受けていますが、賃貸業界も例外ではありません。果たしてどんな影響が出ているのか、肌感覚だけでなく調査データ等から検証してみましょう。

■ 反響・来店数は減少、入居時条件交渉は増加

賃貸市場について調べる際、参考となるのが日本賃貸住宅管理協会の公表している「日管協短観」です。この日管協短観では、賃貸管理会社へのアンケート結果から業況判断指数(DI値 ※1)を算出し、その推移をもって賃貸市場の景況感を可視化しています。

その日管協短観、最新版はコロナ騒動が本格化しつつあった春の引越シーズンを含む2019年10月～2020年3月を対象。そして結果は、予想通り非常に厳しいものとなっていました。



ご覧の通り、反響・来客・成約とも全ての項目が昨年同期より悪化しています。来客では特に法人、外国人のマイナスが顕著であり、またオンシーズンにもかかわらず学生、単身の項目も悪化しました。

そして当然、成約件数についても賃貸、売買それぞれ大幅に下降しています。表外になりますが、賃貸・売買の仲介

手数料、リフォーム関連の売上についても多くの会社が「減った」と回答。コロナによって外出が自粛された結果、部屋探しの活動や店舗への訪問数も減少し、最終的には不動産の取引数自体が大幅に減少してしまった形です。

一方で、このコロナの時期に「増加」した項目もあります。それは、入居時の賃料や初期費用、設備等の「条件交渉」の項目です。首都圏こそ例年並みだったものの、それ以外の地域では条件交渉が増えたという回答が急増し、3年連続で低下していたDI値が増加へと反転。人の動きが制限される中、賃借人は貸主とのパワーバランスを敏感に察知していたようです。

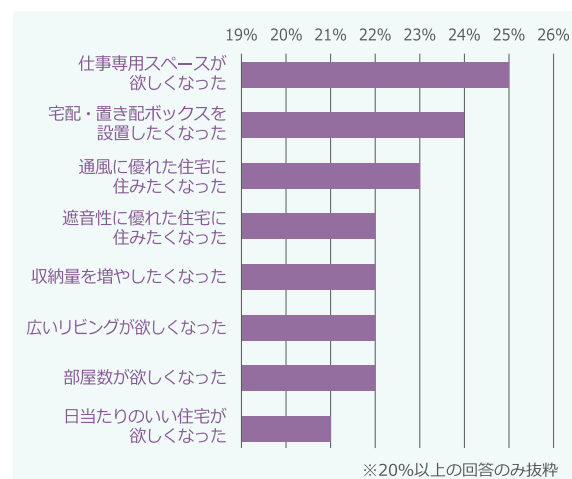
※1 DI値とは、前年よりも増加(≒良い)と感じている企業の割合から減少(≒悪い)と感じている企業の割合を引いて算出する指数。

▶ 日管協短観 <https://www.jpm.jp/marketdata/>

■ 住まいに「働きやすさ」「籠もりやすさ」の新たなニーズ発生

コロナで増加したものといえば、オフィス以外で仕事をする「テレワーク」の採用企業です。先日も大手通信系企業がテレワーク・在宅勤務の無制限化を打ち出して話題となるなど、今後も自宅で仕事をするケースは増えていきそうです。

そうなれば当然、住まいのニーズにも変化が表れます。リクルート住まいカンパニー社が発表した調査(※2)では、「コロナ拡大によって変化した住宅に求める条件」の質問に対し、「仕事専用スペースがほしくなった」「宅配/置き配ボックスを設置したくなった」などの声が上位を占める結果となっています。



仕事専用スペース、遮音性といった項目からは「仕事のしやすさ」のニーズを、宅配ボックス、収納量、広いリビングなどからは「籠もりやすさ」のニーズを感じますが、面白いのはその回答者の年代と家族形態の関係です。

仕事専用スペースを求めるのは圧倒的に20代が多いも

の、単身世帯のニーズは低く、2人以上世帯では高くなっています。また、遮音性については単身世帯が強く望んでいる一方で、2人以上世帯ではそれほど求められていません。つまり、若い単身世帯は「仕事スペースはどうとでもなる。他の部屋からの騒音だけなんとかしてほしい」と考え、2人以上世帯は「まずは室内に仕事のできる空間を確保したい。他の部屋のことは二の次」と考えているのでしょう。

昨今は賃貸でもテレワークニーズを意識したさまざまな空室対策が登場しています。賃貸住宅の先行指標ともいえる購入・建築検討者の調査を参考に、ターゲットによって重点を置くべき部分をきちんと変えていくなど、いち早い打ち手が必要となりそうです。

※2 株式会社リクルート住まいカンパニー
「コロナ禍を受けた『住宅購入・建築検討者』調査(首都圏)」
▶ <https://www.recruit-sumai.co.jp/press/2020/06/-8-4222.html>

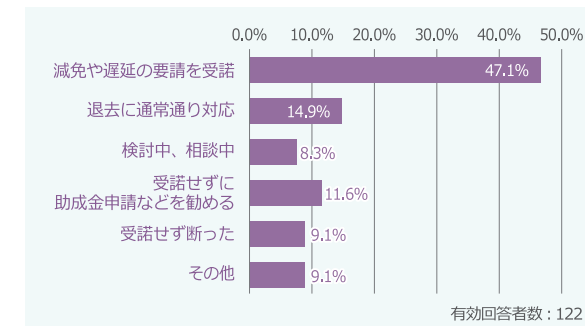
■ 家賃の滞納・交渉の経験3割、要請受諾は約5割

コロナによる滞納関連の影響については、賃貸経営者に向けた実態調査(※3)も発表されています。その結果から分かったのは、5月後半の時点で30.3%の賃貸経営者が家賃の減免・猶予の要請あるいは退去等の影響を受けていた事実です。

要請の内容は、家賃の減額要請が約半数の48.5%、退去が35.1%、支払い猶予の要請が25.4%となっており、コロナによる賃借人への経済的打撃が、そのまま賃料支払いや契約継続に影響を及ぼしていることが分かります。

また、賃借人からの賃料減免や遅延の要請に対して、拒絶した方が約9%に対し、受諾した方は約47%と多く、「大家さんはやさしい」という見方ができます。また、11%の方は「助

成金申請等を勧めた」と回答しており、どちらにせよ賃借人の契約継続を促す賃貸経営者が多い結果となりました。



しかしながら、コロナ禍の長期化によって賃借人の滞納リスクが上昇していることは間違いありません。慎重な審査はもちろん、保証会社の活用等によって、少しでもリスクを遠ざけていきたいものです。

※3 株式会社オーナーズ・スタイル
「新型コロナウイルス感染拡大が賃貸住宅の大家さん、入居者へ与えている影響 緊急アンケート」
▶ <https://www.atpress.ne.jp/news/214395>

なかなか終わりの見えてこないコロナ騒動。完全なウイルス駆逐が不可能である以上、事業を維持するには工夫してウイルスと戦いながら経営を続けるしかありません。賃貸業界においても、今回の騒動を機にVR内見や電子契約といった「非対面対応」をはじめ、新しい手法が発生・定着しつつあります。そして新手法の中からは、アフターコロナの「新常識」も登場することでしょう。行動は制限されますが、自由な発想で新しいものを取り入れ、騒動収束後の賃貸経営に備えたいものです！



増える災害で緊急決定!「水害リスク」説明義務化

近年、集中豪雨や台風起因する大規模な水害が頻発しています。今年も既に九州各県や西日本を襲った令和2年7月豪雨をはじめ、日本全国で被害が発生。事態を重く受け止めた政府は8月、宅地建物取引業法施行規則の改正を実施しました。不動産の賃貸・売買どちらにおいても、重要事項説明における「水害ハザードマップ」を用いた水害リスクの説明を義務化したのです。

整備を急がせた重大災害。危険性の再認識を!

当改正、昨年12月に答弁を開始し今年7月に成立、8月から改正法実施というスピーディーな展開でした。しかし、西日本を中心に甚大な被害をもたらした平成30年7月豪雨、そして信州～東北に記録的な被害をもたらした、台風として初めて「非常災害」に指定された昨年(令和元年)の台風19号(令和元年東日本台風)を鑑みれば、非常に高い緊急度で法整備が進められた背景も頷けます。

これまで不動産取引では、当該物件が「土砂災害警戒区域」「津波災害警戒区域」「造成宅地防災区域」にある場合のみ説明義務が課されましたが、今後は「水防法に基づき市町

村が作成した水害ハザードマップを利用し対象物件の概ねの位置を示すこと」が義務に追加されます。義務化によって契約者に対象物件の水害リスクを認識させ、有事の際の逃げ遅れを防止することが狙いですが、物件が水害予測範囲にある場合には、成約率にも影響が表れるかもしれません。

また、これを機に確認したいのは、火災保険における「水災特約」の付加の有無です。昨今の異常な雨量、そして下水などが溢れる都市型水災の頻発を考えると、「ここは河川から遠い」「床上浸水でなければ保険がおりない」といった理由での特約未加入は不安が残ります。私達や入居者の生活に多大な影響を及ぼす水災害の増加。台風シーズン直前の今こそ、改めて被災リスクについて考え、備えが万全である



か確認しましょう。

国土交通省
ハザードマップポータルサイト
<https://disaportal.gsi.go.jp/>