

ン下の収納の形やサイズ」が分からないことが多いです。特に女性は、鍋類や調理道具が今の住まいと同じような場所に収まるかが知りたいので、収納の内部には関心があります。最近のキッチン引き出し型の収納も増えていますから「今より物がたくさん収まりそう」というプラスの要素は写真で訴えるべきでしょう。お風呂の写真も、窓があるとか、浴室乾燥機のポールが2本ついているなどプラスの要素が写っていないことがあるので「もったいない」と感じます。浴槽を新しくしたり、浴室乾燥機を付けた場合は、写真で伝わるようにアピールしたいものです。



トイレの写真は、特に築古物件に残念なものが多いです。ただ古いだけの便器の写真を積極的に見たい人はいないと思います。もし温水洗浄便座が設置されていない場合は、せめてコンセントの有無が分かるようにすべきです。そしてもしコンセントが無ければリフォームの時に設置するべきでしょう。出来れば温水洗浄便座は「設備」として導入してその新しさを写真でアピールしたいですね。トイレに窓があって換気がしやすいとか、棚が付いているので突っ張り棚は必要ないとか、デザイン性の高いトイレトーパーホルダーがあるとか、なるべくプラスの要素を見つけて写真に盛り込みたいものです。無ければ付け加えることも検討しましょう。

収納量の大きさを写真の中に表現する

洗面台も収納能力が気になる場所です。洗面化粧台のミラーキャビネットの収納量は、化粧品類をたくさん持っている女性にとってはとても重要なのですが、三面鏡の全ての鏡が開いて裏側にたっぷり収納できるタイプなのに、鏡の扉を閉めたままの写真ではそれが伝わりません。洗面台を新しく設置したなら、その魅力がきちんと写真から伝わるようにしたいものです。

各部屋の収納も、その内部がとても大切です。自分が今の自宅で使用している収納家具が使えるそうかも見ておきたいですし、棚やハ

ンガーポールがある場合とない場合ではそこに収納するものや収納の仕方が大きく変わってきます。今の住まいでクローゼットや押入れに収納されているものが、引越し先でもちゃんと収まりそうだと分ければ、それは大きなプラスとなります。写真が逆効果になる使いにくい収納ならば、やはりリフォームで解決すべきでしょう。

玄関は何と言っても下駄箱の容量です。たくさん入るタイプなら当然内部も見せるべきです。内部の棚が可動式ならそれが分かるような写真にするとよいと思います。もし入居人数に対して下駄箱が小さいならば、大きなタイプに変えることを検討した方がよいかもしれません。

お客様は写真に多くの情報を求めている

バルコニーはどうでしょうか。洗濯物も室内干しが主流となりましたが、広いバルコニーは嬉しいものです。実際にはエアコンの室外機が置かれることも多いため、間取り図で見た広さのイメージと実際が違う場合もあります。広々と使えるバルコニーは写真でアピールすべきです。バルコニーからの景色が良いならそれも写真で表現したいですね。



最近のお部屋探しはポータルサイトが主流で、写真で関心を引かないと問い合わせがもらえません。広角レンズで撮影されたカッコいい写真をよく見かけますが、お部屋探しの方にとってはそれだけでは情報が足りず、機能など詳細がわかる写真も合わせて掲載すべきだと思います。そして、写真を撮りたいプラス要素が少ないと感じたら、それは「リフォームなどで工夫すべき」というサインなのでしょう。募集を任せている不動産会社から提案がないなら、オーナー様の方から問いかけても良いのではないのでしょうか。お部屋を探す人の視線を意識すると写真が変わり、写真を撮る際に足りないものに気づくとリフォームも変わり、結果としてお問い合わせが増えることになるのです。

賃貸トラブルの現場レポート ～防止・解決するために～



Vol.2 いちばん困る家賃滞納

賃貸経営において、いちばん困るのが家賃滞納でしょう。空室なら工夫次第で入居者を確保することができます。しかしながら滞納は、督促という後ろ向きな作業が精神的に重くのしかかります。しかも退去させようと思っても、ひと苦勞。そもそも「払います」「貸します」という賃貸借契約の大原則を守ってくれないのですから、家主さん側のストレスは相当なものです。一方で「騒音問題」や「ペット不可マンションでのペット飼育」等、他のトラブルに比べると、最終的には訴訟手続きで簡単に追い出すことはできます。ただこの時に注意しなければならないのは、追い出すことはできても滞納分の回収は「ほとんどできない」ということです。



家賃滞納する人は、ほぼ間違いなく他に借金があります。収支のバランスが既に崩れていて、督促の緩（ゆる）い家賃の支払う優先順位が低いだけなのです。また支払わなければならないものの中で、家賃はおそらくいちばん大きなウェートを占めているでしょう。そのため他の細々としたものを支払い、家賃が後回しになってしまうのです。そのような状況で回収していくのは、至難の技です。しかも退去してしまえば、新たな生活の上に滞納分の支払いが必要となるので、さらに支払いは望めなくなってしまうます。

家賃の回収ができないとなると、滞納額をためないことが絶対条件になります。家賃の3ヶ月分の滞納額があれば、訴訟手続きを進めることができます。そこまでは地道に督促をし続け、それでも支払いが改善されなければ訴訟手続きに入る。これが最

終的に家主さんの背負うリスクを最小限にする法則です。

では、どのように督促をすれば良いのでしょうか。まず大原則として、絶対に感情的にしないこと。ここを感情的にしてしまうと回収率が下がってしまうので、淡々と督促することを心がけてください。

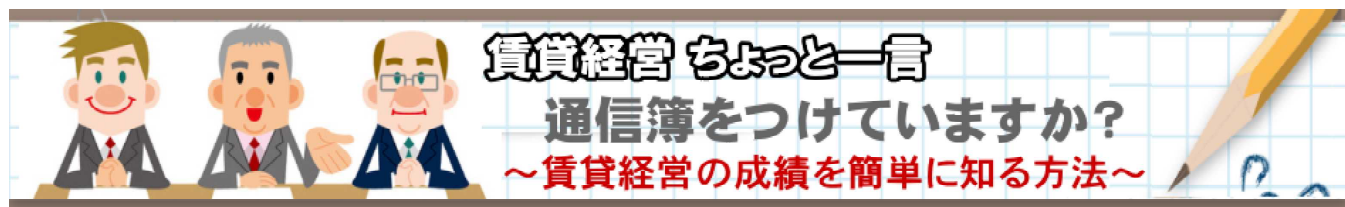
書面でする場合、内容証明郵便は費用が高いので使わないことをお勧めします。普通郵便で督促状を送るか、物件が近ければポストイングでも大丈夫です。大原則を守り、督促状には滞納の事実と、振込先を明記します。1週間程度の支払い期限もしっかりとつけます。そして最も重要なのが、必ず記録を残しておくということです。いつ、どのような方法で、どの書面を滞納者に届けたか。そしてその反応はどうだったか。ここは必ず記録しておきます。手書きの書面の場合には、コピーをとっておきましょう。

電話の場合も同様です。いつ、誰が、誰に対して（賃借人本人や連帯保証人、賃借人の家族等）、携帯なのか固定電話なのか、そしてその時のやり取りの一部始終を記録しておきます。もし留守番電話になった場合には、淡々と支払いがない事実、期限を切ったの支払いのお願いを吹き込みます。そして折り返しがあったかどうか、きちんと残しておくことが大切です。

賃貸トラブルの場合、「出て行って」と言えるためには、家主と賃借人との信頼関係が破綻した事実が必要となります。滞納というだけでは弱く、家主側はこんなに督促をしたのに、それでも支払われなかったという部分を裁判所はチェックします。そのためにただ漠然と督促するのではなく、万が一訴訟になったときにすぐに出せる記録は、家主さんの命綱となるのです。

2回目の督促の時には「〇月〇日付の書面でもお伝えした通り……」と、こちらが記録をとっていることを相手方に分かるようにしましょう。こうすることで、回収率はアップします。

章（あや） 司法書士事務所
代表 司法書士 太田垣章子



「賃貸経営の通信簿」を定期的に不動産会社から受け取っていますか？投資した土地建物が「収益を生み出しているか」を客観的に知る必要がありますので定期的なチェックが必要です。一般にオーナー様や管理会社が賃貸経営を判断するのは「入居率が高い低い」「修繕費用等の経費が多い少ない」など表面的な部分だけを見ていることが多いのですが、それでは本当の姿が見えません。たとえ部屋が満室でも大幅に家賃を値下げして決めていたら収入は減ってしまいます。表面的に満室に見えても必要な収益は稼げていない可能性が高いです。あるいは、経費削減のために必要なメンテナンスやリフォームを行わなかったら、結果的に家賃収入は「削減した経費以上」に減ってしまうでしょう。常に「賃貸経営に必要な収益が得られているか」という目線で評価する必要があるのです。投資分析という難しい手法でなく、単純な数字を計算するだけで出来る方法がありますので覚えていただきたいと思います。

満室時に得られる想定収入合計を「あるべき賃料収入」と呼ぶことにします。もちろん適正に査定された範囲であるとしします。家賃が 5 万円で 10 世帯のマンションの「あるべき賃料収入」は月額で 50 万円、年間で 600 万円になります。しかし、大家さんは実際に年間 600 万円の家賃収入を得ることは難しいです。なぜなら、空室や値引きや未回収損失という「ロス」が発生するからです。その結果で得られた家賃収入を「実際の家賃収入」と呼ぶことにします。前述のマンションで計算してみると、

あるべき賃料収入	600 万円
△空室等のロス	120 万円 (20 %)
実際の賃料収入	480 万円

のようになります。本当は年間 600 万円の能力があるのに 480 万円の収入に甘んじていることが分かります。つぎに「運営費」を計算します。運営費には、税金、保険料、光熱費、交通費、販促費（広告料など）、管

理フィー、原状回復と修繕にかかる費用などがあります。そして「実際の家賃収入」から「運営費」を差し引くと「純利益」が算出されます。これこそがオーナー様が目指す「収益」であり物件の実力です。最後に「収益」からローン返済額を引くと「キャッシュフロー」が計算できます。このキャッシュフローは、収益と並んで賃貸経営の通信簿をつけるときの重要な数字になります。すべてを計算してみましょう。

あるべき賃料収入	600 万円
△空室等のロス	120 万円 (20 %)
実際の賃料収入	480 万円
△運営費	120 万円
収益	360 万円
△ローン返済額	240 万円
キャッシュフロー	120 万円

これが賃貸経営の成績を判断するための基本となる数字と計算式です。

この計算による収益表を毎月、あるいは 6 ヶ月、または年間ごとに作成して、さらに複数年を通して眺めると、賃貸経営の課題が見えてきます。賃貸経営の目的のひとつは「収益をあげる」ことですが、その収益に重大な影響を与えるのが「あるべき賃料収入」「空室等のロス」「運営費」という 3 つの数字ですから、これらを改善することが、賃貸経営の課題となるのです。

1. 「あるべき賃料収入」という潜在能力をもっと引き上げられないか
2. 「空室等のロス」をもっと小さくすることはできないか
3. 「運営費」の中の必要な支出と不要な出費を分けて効率を上げていくには

この 3 つは賃貸経営の「永遠の課題」でもありますが、ご自身の物件のリアルな数字と向き合うことで、具体的な改善方法を考えていくというベースになります。不動産会社から提供されないなら、ご自身でも作れる通信簿ですので、まずは簡単な計算をしてみたいと思います。

賃貸経営で満室を維持するための

株式会社大和興産

賃貸経営ニュース

7月

■発行日：2018.7.1 第4巻8号 (通算44号)
■発行所：株式会社大和興産
広島市安佐北区可部4丁目11-5
■発行人：水田優樹 TEL 082-814-1111 <http://www.daiwa-kosan.co.jp/>

今月のトピックス ●賃貸経営塾 「お客様に“部屋”を確実に見つけてもらう方法」
●賃貸トラブルレポート ●ちょっと一言 「賃貸経営の通信簿をつけていますか？」

賃貸経営塾

お部屋探しのお客様に“募集中の部屋”を見つけてもらう方法とは？

アットホームというポータルサイト（お客様が賃貸物件を探すサイト）を運営する会社がお客様に向けて、「お部屋探しの際、ホームページで見たいと思ったものは何？」というアンケートを行いました。過去 2 年以内に引越しをして、一人暮らしをしている全国の社会人 1,113 人が対象です。このアンケートに「いまお住まいの部屋を探した際に、写真・動画で見たいと思った、または見て良かった部分はなんですか？」という質問がありました。回答には「居室、キッチン、風呂、トイレ」などが並んでいますが、とても印象的なのは、どの項目も「女性の方が男性より割合が多い」ということです。たとえば、洗面所は男性 34.2% に対し女性 58.2%、収納は男性 35.9% に対し女性 57.0% という具合です。居室は男性もそこそこ高い割合を示していますが、その他の場所では男性より女性の方が 20% 程度高いという結果でした。「お部屋を決めるのは女性が主導」と言われてはいますが、男女でこんなにも違いがあるならば、私たちが撮影する物件写真も「女性が見ること」をより意識すべきではないか、ということになります。

お客様が「見たい」写真が少ない

私たち不動産業者も、物件を探すためポータルサイトで検索をすることがありますが、実は、掲載されている写真を見ると「残

念だな」と感じるものが少なくありません。物件に興味のある立場から、「ぜひ見たいと思う部分」が写っていないことが多いのです。撮影するときに「お客様の見たい写真を撮ろう」という意識がないのかもしれませんが、一方で、自分たちが物件写真を撮る時のことを考えると、あえて「お客様に見てほしくないマイナス要素」がある場合もありますし、プラス要素を撮りたくても「なかなか見つけられない」という物件もあります。つまり、もっと根本的なことを言うならば、「お客様が見たい写真が撮影できない時は、見たくなるような写真が撮れるように、物件に工夫をすべきだ」ということになるのではないのでしょうか。ポータルサイトでお部屋を探す人は、「エアコン 1 基あり」など、文字だけでは分からない多くの情報を写真から得たいと思っているからです。オーナー様にも、そのような目線で、ご自身の物件をポータルサイトでご覧になっていただきたいと思います。そこで今回はポータルサイトに載せる写真について、一歩踏み込んでみたいと思います。

キッチン、浴室、トイレの場合

まずはキッチンから考えてみましょう。大抵の写真ではコンロの数や、魚焼きグリルがあるかどうか、調理スペースの大きさなどは分かりますが、「吊り戸棚やキッチ