

# オンシーズンが早まった! 「学生」の部屋探し最新傾向と対策

長期間の空室だったお部屋も3月までには決め切りたいところ。この時期は進学を機に引越しをする「学生」をターゲットにすることが特に重要ですが、学生を狙うなら相応の対策も必要です。

## 部屋探しの「ギャップ」を埋めて成約率を高める!

昨今、学生が部屋探しをする時期と、実際に入居した時期との期間が広がってきていることはお気づきでしょうか。入学試験といえば「2月」の印象ですが、最近の大学入試は学生数の減少もあって「10月~11月」の推薦入試がメインとなりつつあります。文部科学省の調査によれば、私立大学では半数以上の学生が、年内には合格発表まで済んでしまう推薦入試で入学しているとのこと。結果として、学生の部屋探しはひと昔前よりもずいぶん早まってきているのです。



進学先が決まってすぐ部屋探しを始めるとしたら、彼らの部屋探しのピークは12月~1月。そうなると問題は「契約開始日(賃料発生日)」です。実際に通い始めるのが4月である以上、学生はなるべく3月末ごろの契約開始を求めます。一方で、1月に部屋を決めたなら、せめて2月には賃料が欲しいというのがオーナー側の本音。2月が部屋探しのピークであった頃はそれほど意識しなくて済んだ問題ですが、今はこの部屋探しから住むまでの期間のギャップ、そして学生たちと私たちの意識のギャップを解決しないと、成約の大きな障害となってしまふ時代なのです。

そこで有効なのが、学生の申し込みに限って賃料発生日を一定期間遅らせてあげる「ギャップを埋める施策」です。3月末までは難しいとしても、多少なりとも賃料発生日を後ろに倒してあげられれば、それだけで「交渉に応じてもらえた」という好印象を与えることが可能です。ここで大事なのは、事前に不動産会社と後ろ倒しの

許容範囲を決めておくこと。相談への回答に時間がかかってしまうと、特に遠方から来た「今日のうちに部屋を決めたい」という方を逃がしてしまう可能性が高くなります。「賃料発生日を遅らせられないか」という相談に即答できる準備をしておくことが成約率を高めるのです。

## 学生の不安はセキュリティで解決

セキュリティの充実している物件も学生には特に人気です。多くの学生は初の一人暮らしですから、安心できる物件に住みたいと考えるのは当然でしょう。女子学生となれば、本人はもちろん親御さんも相当な心配をされます。学生の部屋選びは、初めての一人暮らし、そして親御さんが最終決定権を持っていることが多いからこそ、セキュリティが重要なポイントとなるのです。

オートロックや防犯カメラなど、コストをかけて物件全体のセキュリティを高める方法もありますが、ダブルロックやディンプルキーといったピッキングに強い玄関鍵を導入するだけでもアピール材料としては十分です。また、エントランスや共用部分が暗くなるのを防ぐために、センサーライトや管球切れを起こしにくいLED照明を設置するのも効果的でしょう。共用部に投棄物や伸び放題の植栽があるなら、空き巣の侵入を招きかねないのですぐに処分・剪定の手配を。雑然とした雰囲気は自然と入居希望者の不安感を煽ってしまうものです、ゴミ置き場や共用廊下なども清潔に保ち、内見者に安心感を与えられる物件づくりを心がけましょう。ポイントは、子供を住ませる親御さんの目線で物件の安心度を計ることです。

日本全国の大学が生徒の獲得に苦心していることから分かるように、努力なしには学生入居者を獲得できない時代です。年に一度の勝負どころ。最大限の工夫を凝らしてオンシーズンに臨みましょう。



# SAKURA PREMIUM OWNER'S NEWS

さくらハウジングのオーナー様向け会報誌

January  
2019

1

## 2019年、賃貸経営成功のための 重要キーワード

ワンポイントコラム

### 「ホームステージング」で お部屋の魅力アップ

## オンシーズンが早まった! 「学生」の部屋探し 最新傾向と対策

有限会社さくらハウジング





# 2019年、賃貸経営成功のための 重要キーワード

新年あけましておめでとうございます。賃貸業界は年明けからさっそくオンシーズンを迎えますが、賃貸経営で成功するためにはその「先」も見通しておきたいところ。2019年の注目ワード5点をチェックします。

## 収支にも影響大、「消費税増税」10%へ

あまり明るい話題ではありませんが、今年もっとも注目すべきキーワードと言えば、やはり「消費税増税」でしょう。軽減税率制度に関する混乱は残っているものの、昨年10月の安倍首相の表明によって、2019年10月からの消費税率10%への引き上げはほぼ確実に、2014年の8%への引き上げ時と同様、賃貸経営においても色々と影響が出てきます。

何より気にかかるのは、増税による支出の増大。設備の購入や修理、工事の発注はもちろんですが、経営を支える「建物」も消費税の課税対象です。2%といえど、何千万、何億という金額となる買い増し・新築には大きな影響が。経過措置によって、本年3月31日までに契約した場合は10月以降の引き渡しでも8%の消費税で済ませられますが、多くの方が8%での購入を望む以上、駆け込み需要によって引き渡しの遅延や価格の高騰が起こることを念頭に置いて、スケジュールや予算に余裕をもっておきましょう。

また、店舗の賃料や駐車場代は消費税の課税対象。契約書で消費税に関する規定をきちんと定めていれば、税率変更によって請求額も変わります。トラブルになりがちなので契約書を確認し、金額変更の場合は賃借人に通知を行なうなどの事前対策を行なっていきましょう。

## 財産の遺し方にも変化。 約40年ぶり「相続法改正」施行

民法改正の陰に隠れがちですが、実は昨年7月に約40年ぶりとなる相続法の改正が行われ、大部分が今年施行されます。

### 相続法の主な改正ポイント

- ・配偶者居住権の創設
- ・自筆証書遺言の作成時の要件緩和
- ・自筆証書遺言の法務局での保管制度
- ・遺留分侵害に対する請求が金銭支払い請求に
- ・介護貢献度を評価する「特別寄与料」の制度など

改正は、法律内で想定された「相続」と、現代の「争族」とのギャップを埋める内容が主となりました。施行は2019年7月1日。ただし、一部は施行が前後に倒れ、まずは自筆証書遺言の要件緩和に関する改正が1月13日に施行。最近「相続＝トラブルの元」というイメージが定着しつつありますが、法改正によって少しでも円満な相続が増えてほしいものです。

## スマートスピーカー普及で 「スマートホーム賃貸」が加速?



2018年の家電業界を大いに賑わせたのが、google homeやAmazon Echoを代表としたスマートスピーカーです。スマートスピーカーとは、AIアシスタント機能によって音声での対話と命令実行が可能なスピーカーのこと。「今日の天気を教えて」「JAZZをかけて」などと話しかけるだけで、インターネット上から情報を収集したり、音楽をかけたりといった命令を実行してくれます。

しかし同商品の本領は、なんといってもネットを介して他の家電と連携できる点。連携家電が揃った「スマートホーム」なら、「明かりを消して」「暖房を入れて」「お湯張りをして」「鍵を閉めて」と、スマートスピーカーやスマートフォンに話しかけるだけで各種操作が実現します。

賃貸住宅であれば「設備」となるエアコンや給湯器の対応が必要ですが、リモコン部分の交換や、連携する総合家電リモコンの導入で実現できるケースも。家電の進化に合わせて「スマートホーム賃貸」も増えそうです。

## 世帯数減少の「2019年問題」回避。 4年先延ばしに

かつて国立社会保障・人口問題研究所が発表した推計によれば、日本は少子高齢化によって「世帯数が2019年をピークに減少の一途をたどる」とされていました。人

口はともかく、世帯数が減れば住まいの需要は確実に減少します。世帯数減少による需要減の危機、これがいわゆる不動産業界の「2019年問題」でした。

しかしこの2019年問題、実は回避されていたことはご存じでしょうか。昨年1月の同研究所の発表では、「世帯総数は2015年の5333万世帯から増加し、2023年の5419万世帯でピークを迎えるが、その後は減少に転じ、2040年には5076万世帯まで減る」と更新されており、今年はまだ世帯数が増加する予測となっているのです。

ただし、安心してはいられません。上述の通り、世帯数減少の問題は単に4年後の2023年に先延ばされたにすぎないからです。また、20年後には約300万世帯、全体の5%の世帯数減少が予測されています。将来「物件の入居率が5%下がる」という可能性も考え、今から十分に対策を練っておくべきでしょう。



## スタンダードになるか? 「電子契約」の普及

このところ普及が進んでいるのが「電子契約」です。紙の契約書から脱却し、新規契約や更新をすべてデジタルで行なってしまおう、という流れが昨年から加速しています。効果は主に事務手続きの場で発揮されるため、反響数や成約率の向上に直接影響するわけではありませんが、事務作業が効率化されれば成約までの期間短縮や更新手続き失念・書類紛失等の防止といった効果も期待できるでしょう。



また、兼業等で忙しくされている賃貸経営者にとって、契約処理をスマートフォンやPCからサクサク行えるのは嬉しいところ。デジタルなら過去の契約書の保管や検索もスムーズです。契約自体は、メールで届いた契約画面に自分の名前を入力したり、登録しておいた署名を選択したり簡単に済むものが大半。宅建業法35条や37条、重要事項説明書などの課題もありますが、不動産にも電子化の波がすぐそこまでやって来ています。

## ワンポイントコラム one point column

## 「ホームステージング」でお部屋の魅力アップ

『ホームステージング』という言葉をご存じでしょうか。家(ホーム)がより魅力的に見えるよう、きれいに片付けて家具や照明、小物類で演出(ステージング)し、売買や賃貸の成約につなげる手法です。同じ意味で「モデルルーム化」という言葉も使われてきましたが、近年は中古物件売買を中心にこの言葉の認知度が高まっています。

### 反響率にも成約率にも期待できる空室対策

同じ部屋の写真でも、ガラんとした様子とは、素敵なインテリアが施された様子とは、どちらが好印象かは言うまでもないでしょう。ホームステージングは、まずは「写真」で入居者の心を掴みます。今は売買も賃貸もネットで検索するのが当たり前、そうなるほど重要なのはネットに掲載される写真の品質。オシャレな家具の入った素敵な写真を掲載できれば、反響率も大きく変わってきます。

家具販売の二トリグループでホームステージングを扱う㈱ホームロジスティクスによれば、Webサイトの写真閲覧数が施策後になんと7倍になった実績も。内見時においても、実際に住むイメージが湧きやすいため

に成約率UP。日本ホームステージング協会の売買事例調査では、販売開始から成約までの期間も平均で約三分の一に短縮できるという結果が出ています。

手間や費用面から売買で先行するホームステージングですが、賃貸でも積極的に活用すべきでしょう。今月から大がかりなリノベーション・設備交換を行うとベストシーズンを逃してしまいがちですが、ホームステージングなら時間をかけずに空室対策が施せます。費用は1~2ヶ月の家具レンタル込みで概ね10万円前後から。広告用の写真のみにすれば費用の圧縮も可能です。また、ご自身でカーテンやラグ、ちょっとしたテーブル、観葉植物や小物を用意するだけでもお部屋の印象はグッと変わります。このくらいなら、そのまま入居者にプレゼントするキャンペーンにしてもよさそうですね。

