

不快指数を下げて家賃を上げる!?

オススメ梅雨対策アイテム

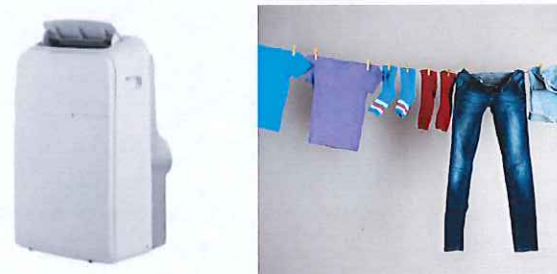
暖かい陽気を感じる日が多くなってきた今日この頃ですが、あっという間にやってくるのがジメジメとした梅雨の季節。今回は、入居者が感じやすい梅雨の時期のお部屋の不便を解消することで、長期入居促進策や空室対策となるお勧めアイテムをご紹介します。

「乾かない」の悩みはシンプルに乾燥機で解決!

湿気の多いこれからの季節、入居者の頭を悩ませるのは「洗濯物が乾かない」という問題です。これを解決するのなら、王道はやはり「浴室換気乾燥機」でしょう。

昨年10月に全国賃貸住宅新聞社が発表した『この設備があれば周辺相場より家賃が高くても決まる』ランキングでは、浴室換気乾燥機はシングルで5位、ファミリーで9位にランクイン。他物件と差別化を図って賃料を上げつつ、梅雨時の不便を解消して入居満足度を高められる同商品は、この時期の空室対策にぴったりではないでしょうか。物件タイプや商品のグレードにもよりますが、設置のコストは工事費込で10~15万円程度です。

そこまでコストをかけられない、という場合には、家電の「衣類乾燥除湿機」を導入するのもオススメです。昨今は技術の進歩と共に除湿性能が向上。60~90分程度で洗濯物が乾くうえに、除菌・脱臭といった機能も備え、さらに価格は2~5万円程度と、「乾かない」の解決策としては十分なコストパフォーマンスと言えるでしょう。



なお、こうした機能向上施策・長期入居促進策にコストをかけることを迷う場合には、次回の契約更新などを条件に交渉してみるのも手。「次の更新まで住んでくれるなら〇〇をつける。途中で解約する場合は費用を賃借

人が負担する」といった条件を提示しても、意外と多くの賃借人がすんなり同意し、結果的に長期入居にもつながります。

もっと低コストで解決するなら室内物干しDIY

「洗濯物が乾かない」の前に、そもそも「干す場所がない」という悩みを抱えている入居者も少なくありません。雨に濡れないバルコニーがない、室内物干しも設置されていない、というお部屋は、どうにかしてこの点を解決しておきたいものです。

まず検討したいのは、天井吊り下げ型の室内物干しの設置。工事費込みで3万円程度からと、比較的lowコストで干す場所問題を解決できます。

もっと低コストかつ手軽に解決したいなら、少し大型の突っ張り棒式室内物干しをDIYで設置してしまう、という方法もあります。今回、実際に設置をしてみました。成人男性1名で、30分もかからず取り付けことができました。これなら壁や天井を傷付けることもなく原状回復も簡単で、作業に慣れていない方でも簡単に設置できそうです。



このような窓枠物干しなら、単身タイプで3,000円前後、ファミリータイプでも5,000円前後とお手頃。2段式なら天井から吊るタイプよりもたくさん干せるメリットもあります。(アイリスオーヤマ「窓枠物干し 2段 MW-260NR」を使用)

最近では防犯上の理由から外干しを嫌がる女性入居者や、花粉・PM2.5・黄砂などを気にされる方が増えています。梅雨対策としてはもちろん、高まる部屋干しニーズに応えることが物件の競争力向上につながります。

SAKURA

PREMIUM OWNER'S NEWS

さくらハウジングのオーナー様向け会報誌

May 2019 **5**

置き配、宅配ボックスetc.

物流新時代、 賃貸経営への影響を考える

いまさら聞けない「公示価格」
「実勢価格」「路線価」の違い

不快指数を下げて家賃を上げる!?

オススメ梅雨対策アイテム

有限会社さくらハウジング

置き配、宅配ボックスetc.

物流新時代、賃貸経営への影響を考える

2019年3月、日本郵便株式会社がゆうパックの「置き配(おきはい)」を開始したことが話題となりました。置き配とは、玄関先やドア横のパイプスペースなど、指定の場所に荷物を「置く」だけで配達完了とできる配達形式のこと。実施の目的は、なんとといっても再配達問題の解決です。

大きく変わろうとしている物流システム。賃貸業界にも少なからず影響を与えそうです。

置き配の魅力は受取人の立ち会いやサインがいらぬこと

インターネット通販の拡大に伴って問題視されるようになった「再配達」問題。国土交通省の発表によれば、再配達は日本全国で平均15~16%の割合で発生しています。問題が世間に認知されるに従って様々な防止策が講じられるようになったものの、未だに7件に1件は再配達。再配達の増加は、運送業界の人手不足を加速させるのももちろんのこと、CO₂排出量の増加や宅配便の料金値上げ、最終的にはインターネット通販事業の成長停滞も引き起こしかねない重大な問題です。



この再配達問題の救世主となるのではないかと期待されているのが、「置き配」の実用です。置き配は、先述の通り荷物を「置く」だけで済むため、受取人の立ち会いやサインも必要ありません。再配達の発生率を大きく下げられる可能性があるとして、既にインターネット通販大手のAmazon、楽天も一部サービスで対応を開始しています。利用者の指定があれば、玄関先だけでなく車庫やガスメーターボックス、自転車のかごにまで配達可能とのこと。意外と柔軟な対応ができることに驚きの声が上がっています。

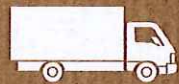
今後どこまで普及するか？ 置き配のメリットとデメリット

しかし、置き配がすぐに普及するかというと、そういうわけでもなさそうです。事実、日本郵便の置き配も、初

日の依頼数は0件だったと発表されました。置き配普及の障害は何なのか、メリットとデメリットを確認してみましょう。

●置き配のメリット

- ・受け取り不要 様々な配達場所を指定可能
- ・再配達の面倒がない



●置き配のデメリット

- ・荷物を盗まれる可能性がある
- ・天候やいたずらで中身が壊れる可能性がある
- ・留守であることが分かりやすい
- ・オートロック物件の対応が難しい

こうして見ると、置き配は主にセキュリティ面で不安が残ることが分かります。この点は、やはり作りがしっかりしており、入居者が共同で利用する「宅配ボックス」に分があると言えるでしょう。「置き配の一般化で、せっかく取り付けた宅配ボックスが使われなくなるのではないか」と心配される方もいらっしゃるかもしれませんが、むしろ置き配が普及するほど、宅配ボックスのニーズが高まる可能性も。手間なく、けれど安全に荷物を受け取りたい、という心理は万人共通であるはずだからです。



置き配支援アイテム「OKIPPA」は空室対策になるか

とはいえ、物件に宅配ボックスを設置するとなれば、それなりにコストがかかります。かつては総戸数に対して25%程度が目安とされましたが、ネット通販の利用が拡大した今、宅配ボックスは総戸数の35~50%は必要という説も。ニーズが高いとはいえ、なかなか導入に踏み切りにくい金額と言えます。

では、「置き配」を前面に押し出した空室対策は考えられないでしょうか。たとえば、置き配バッグ「OKIPPA」(Yper株式会社)という置き配支援ツールがあります。撥水加工が施されたバッグには、南京錠と簡易的なセ

キュリティワイヤーが付属。宅配ボックスほどの頑健性・防犯性はありませんが、そのぶん価格は3,980円(税込)と安価で、しかも、年間1,000円程度の保険料を別途支払えば、万一、荷物が盗難に遭ったとしても30,000円まで補償される「置き配保険」も用意されています。置き配のデメリットをある程度解消しつつ、宅配ボックス同様の「荷物受け取り不要・再配達防止」というメリットを提供してくれるのです。

まだ登場したばかりの商品であり、オートロックの物件に対応できないなどの短所もありますが、一定の安心を担保したうえで全戸に、安価に宅配ボックス機能を提供できる点は大きな魅力。置き配の普及具合によっては一考の余地がありそうです。



宅配の利便性から考える賃貸住宅の魅力

置き配の取り組みもさることながら、昨今は提携のドラッグストアやカラオケ店の冷蔵宅配ボックスで生鮮



食品が受け取れる「クックパッドマート(クックパッド)」や、関西電力とフルタイムシステム社の共同開発「電柱吊り下げ型宅配ボックス」など、先進的な荷物受け取り支援サービスが続々と登場。また、「はこぼす(日本郵便)」「PUDOステーション(Packcity Japan)」といった宅配便受け取りロッカーの設置も進んでおり、自宅以外の場所で荷物を受け取れる環境が整ってきています。

こうした便利な施設がさらに増えるようであれば、将来はコンビニまでの距離表示の代わりに「宅配便受け取りロッカーまで100メートル」といった内容を賃貸ポータルサイトに記載することで、お部屋の訴求力を高められる日が来るかもしれません。荷物の受け取りに悩まされる一人暮らしがメインターゲットの賃貸業界、物流との親和性を高めるということも、賃貸経営の成功を左右するポイントとなりそうです。



ワンポイントコラム
one point column

いまさら聞けない

「公示価格」「実勢価格」「路線価」の違い

全国の土地取引価格の指標となる「地価公示価格」が3月に正式発表されました。商業地の全国平均価格が+2.8%と4年連続の上昇となっただけでなく、下落が続いていた地方住宅地の平均も27年ぶりに上昇に転じるなど、全体としてポジティブな印象の結果に。スキーリゾートとして地位を確立した北海道ニセコ地区(+58%)をはじめ、どうやら外国人観光客の増加等によって、主に宿泊施設や飲食店の需要が高まっていることが背景にあるようです。

さて、毎年ニュースとなる公示価格ですが、土地にはその他にも「実勢価格」「路線価」といった価格の基準が存在します。混同されるケースもあるので、この機会にそれぞれの違いを確認しておきましょう。

1. 公示価格・公示地価

地価公示法に基づいて土地鑑定委員会が公表する土地の価格。都市計画等で設定された「標準地」を鑑定し、その年の1月1日時点の「正常な価格」を3月に公示します。ちなみに、正常な価格とは、土地の特性や売り手・買い手双方の事情(売り急いでいる、など)がない状態で成立すると認められる価格のことです。

2. 実勢価格

実際に市場で取引される際の価格です。いわゆる「時価」であり、売り手と買い手の間で需要と供給が釣り合う価格を指します。公示価格や路線価のような公表はありません。

3. 路線価

道路(路線)に面する宅地1㎡あたりの評価額で、その年の1月1日時点の価格が毎年7月頃に発表されます。課税価格を計算する基準となっており、国税局長が定める「相続税路線価」と、市町村長(※)が定める「固定資産税路線価」の二種類がありますが、単に「路線価」と言う場合には、大抵は相続税路線価を指します。

評価には前述の地価公示価格や売買実例価額、不動産鑑定士等による鑑定評価額等が考慮され、公示価格の8割程度の価格を目安に、道路ごとに細かく指定されます。

公表される地価は、土地の売買や資産評価をする際の客観的な目安となるだけでなく、日本経済の動向を示す指標にもなっています。幸いにもプラス評価となった今回の公示価格、「令和」時代の好景気を予言するものであってほしいですね。 ※東京都区部は東京都知事が定める