



地方や激戦区で空室を埋めて

実現するテクニック

募集戦略や
リフォームなど
成功の法則を伝授



人口減少により空室が目立つ地方エリア、
さらに物件供給が過剰な激戦区など、
入居者を決めるのが難しい状況で、
満室経営を実現する凄技をご紹介します！



1 地方物件で入居を決めるために 必要な戦略とは

成功の法則

1

**地方物件で入居を決めるために
必要な戦略とは**

5つの基本を押さえ 空室を減らす！

一般的に入居者に選ばれる部屋には、大きく分けて以下の5つの条件が存在します。(1)管理が行き届いている、(2)物件に強みがある

て差別化ができる、(3)適正な家賃設定がなされている、(4)業者さん側で物件の認知度が高い、(5)大家さんが経営に参加している。これらの条件を満たしていない物件は、どんな場所にあっても入居を決めるのが難しくなります。

つまり、この基本さえ押さえていれば、まったく需要のないエリア以外は空室を埋められるわけです。私がアパートを所有している札幌は現在、日本屈指の激戦区と言われています。しかし私の物件は数年に渡って高い入居率を維持し

ているのです。なぜなら周りにこそ基本条件を満たしていない大家さんが多いからです。さらに賃貸経営で長く成功し続けるためには、満室経営の基礎となる「戦略」も必要です。何か問題が起きたとき、そこに戻れば安心

できる「軸」を持つわけです。

大家業で効果の高い 4P+1P戦略

私はそのためにマーケティング界でも有名な4P戦略①「商品戦略(Produkt)」「価格戦略(Price)」「流通戦略(Place)」「プロモーション戦略(Promotion)」に「物件巡回戦略(Patrol)」②「物件巡回戦略」を加えた「4P+1P戦略」を実践しています。

まず商品戦略では、自分の物件に差別化対策を施して競争力を高めるために、どのような部屋を作り上げるべきかを考えます。どういった層のお客様をターゲットにいるのかを予想して、求められる価値を提供する方法を決めます。その時に大切なのが、お得感を感じる「価値」を生みだすことです。「同じ家賃でも、この部屋は他と違う」と思つてもらえるものを提供するわけです。激戦区では、何もしなければ築年数と一緒に家賃が下落して空室は増えています。ですから商品戦略は、収益を上げるために不可欠です。

地方の部屋を埋めるための条件

- 1 物件の管理が行き届いている
- 2 物件に強みがあり、差別化できている
- 3 家賃設定が適正である
- 4 物件の認知度が高い
- 5 大家さんが経営に参加している

賃貸経営に不可欠な4P+1P戦略

- 1 商品戦略
- 2 価格戦略
- 3 流通戦略
- 4 プロモーション戦略
- +1 物件巡回戦略

ADVISER



山岡清利

激戦区札幌で大家業を行なう。現在はそこで培った空室対策を全国で応用するための「報告ネット」(満室研究所)を運営し、主に関東圏に住む遠方大家さんを支援。セミナー講師としても人気が高い。<http://www.houkoku.net/>



「遠方・地方・激戦区」でも満室大家になる方法

地方や激戦区に物件を所有する大家さん向けの満室テクニックを凝縮した一冊です。

著者 / 山岡清利
ごま書房新社
定価 / 1,575円

実践すべき最強の営業活動とは

空室営業アイテムで客付け業者を味方に

賃貸経営で成功するためには、入居希望者を斡旋してくれる客付け業者さんを味方にすることが不可欠です。そのためにも、自分の物件を業者さんから見た「決めやうな激戦区では、よくある一般的なマイソクをコピーして、大家さんは上手くいきません。それよりも、忙しい彼らの行動を先回りして、「この部屋に内見者を連れて行きたい」と思わせるような販促アイテムを用意すべきです。

ちなみに、私がいつも使っている空室営業対策アイテムは、①オリジナルの「客付け業者さん向けマイソク」、②オリジナルの「入居見込み者向けマイソク」、③空室写真集、④近隣の月極駐車場マップ（駐車場無し物件の場合）、⑤業者さん向けの物件写真ダウン

みたい」と思つてもらうには、美しい写真も不可欠なので印刷はカラーで行います。

これらのオリジナルマイソクは、業者さんなどに長く使ってもらおためにも、ラミネート加工を施しましょう。ラミネート加工されたマイソクは、高い確率でカウンターレに置いてもらえたり、窓などに貼つてもらえたりします。

さらに、③空室写真集は「入居見込み者向けマイソク」の裏面に作成します。これは表面上に載せきれない部屋の良さをアピールするためのものです。大抵の場合、マイソクで使える画像は2~4枚程度です。これだけではリフォームをしても十分にその魅力を伝えることができません。しかも裏面に写真集を作ることにより、入居希望者は内見の疑似体験ができます。

から、部屋に行つた後で「イメージと違った」などと言われる事態を防げます。業者さんにとっても、空振りが減ることになるので写真集はメリットがあります。

作成する際には、すべての画像を同じ大きさにしないようにします。大きい画像を2つ入れたら、他は小さくするなど変化をつけると良い感じに仕上ります。



入居見込み者向けのマイソクには、部屋のアピールポイントを、できるだけ多く載せるようにします。



客付け業者さん向けのマイソクの一例。「この部屋ならいいける」と担当者に思ってもらえるキャッチコピーがポイントです。



「近隣の月極駐車場マップ」は、地方の駐車場無し物件では、必須のアイテムと言えます。



部屋の強みをアピールする「写真集」は、マイソクなどに利用すると効果的です。

最強の営業活動に必要なアイテム

1 客付け業者さん用マイソク

2 入居見込み者向けマイソク

3 空室の写真集

4 近隣の月極駐車場のマップ
(駐車場がない物件の場合)

5 デジタルデータダウンロード用の
ホームページ (客付け業者さん向け)

ロード用ホームページとなります。では次にこれらのアイテムの具体的な作成法を紹介しましょう。まず、①オリジナルの「客付け業者さん向けマイソク」ですが、これには広告費や鍵の所在、値引き枠、大家さんの携帯番号、スタッフさんへのメッセージ、室内画像がダウンロードできるページのURLなど、一般には非公開の情報をお記載します。作成する時のポイントとしては担当者の方に「この部屋ならいいける」と思つてもら

う。入居希望者に「部屋へ行ってみるよ」とおっしゃるようなキャッチコピーを紙面に多く載せることです。ただし、やり過ぎは逆効果になることもあります。次に、②オリジナルの「入居見込み者向けマイソク」ですが、ここには物件のアピールポイントを数多く掲載します。住んだ時の状況がイメージできるような室内画像に加え、実際に部屋を見たくなるようなキャッチコピーや、お得意感が際立つ文章などもいいでしょう。入居希望者に「部屋へ行ってみるよ」とおっしゃるようになります。

5



また、④近隣の月極駐車場マップは、物件の駐車場が満車の場合や、もともとの場合に役立ちます。駅から遠い地方物件では、マイソクに「駐車場の空無 近隣の駐車場を利用」などと書いてあるだけでは、入居は決まりません。こういったケースでは、周辺の月極駐車場の場所がひと目で分かるマップを作成しなければいけません。ポイントは業者さんの手をわざわせないことです。

駐車場付きの物件を探しているお客様に、わざわざ「駐車場無し物件」を勧める業者さんはいません。だからといって、忙しい彼らに近隣の駐車場の空き状況をすべて確認してもらうのは難しい面もあります。ですから、大家さん側で業者さんが楽になるように月極駐車場の情報を調べるわけです。マップの作り方も簡単です。物件の周りを歩いて周辺の駐車場を調べ、地図上に書き込めばオーケーです。あとはマイソクに別紙として添付するわけです。

最後に⑤業者さん向けの物件写真ダウンロード用ホームページですが、最近の入居希望者はネットで見たい部屋の目星をつけて店舗

へ行きます。つまり空室はネット上でオーディションされているのと同じです。ですから、例えばピントボケや古い画像などが登録されてしまうと、ライバルに勝てません。そのため私は、自分でデジタルデータのダウンロード用ホームページを用意して、業者さんに部屋の画像をダウンロードしてもらうようにお願いしています。

関係者と信頼関係をしつかり構築する

もちろん、空室を埋めるためにはアイテムだけ揃えればオーケーというわけではありません。やはり業者さんとの信頼関係も重要です。例えば、問い合わせの連絡がきたら、すぐに返事をしたり、部屋の鍵の受け渡しが楽になる工夫をしたり、相手のことを考えて行動するようにしましょう。担当者と信頼関係が構築できれば、メール1本でスマートに客付けまで進むケースも出でてきます。

ただしメールを送る時には大家さんの要望だけではなく、「入居が決まりやすい特別な魅力がある」など、読んだ相手にメリットがある情報を入れるようにしましょう。

3 入居希望者にアピールする物件写真を撮る

雪が積もった状況で撮影した外観写真は、寒々しい印象を受けます。

夏の青空の下、明るい状況で撮影すれば、温かいイメージに仕上がります。

物件状況を踏まえて最高の1枚を目指す

物件写真がとても重要なことは前述したので、ご理解頂けたと思います。では、大家さんが物件の良さをアピールできる写真を撮るにはどうすればいいのでしょうか？

基本はこだわり抜いて撮影することです。例えば雪国の札幌では、人々は冬の寒さを知っているため、少しでも暖かい部屋に住みたいと思っています。ですから、物件の外観写真は、夏の青空をバックにした温かい日差しが感じられるものがベストです。ところが多くの大家さんが、曇り空で外に雪が積もっている寒々しい写真をホームページなどに載せています。これではいい印象は持つてもらえません。

室内撮影でも、日当りの良い部屋なら日中、東向きなら午前中、西向きなら午後というように太陽の位置などを考えて撮影時間を選ぶ工夫が必要です。次に機材についてですが、やはりデジタル一眼レフを使用するの

レンズの焦点距離による違い



狭い部屋の場合、焦点距離50mmでは一部分しか撮影できません。

撮影状況による違い



雪が積もった状況で撮影した外観写真は、寒々しい印象を受けます。

夏の青空の下、明るい状況で撮影すれば、温かいイメージに仕上がります。

物件を上手に撮影するためのポイント

1 カメラの画素数には、あまりこだわらない

2 広角撮影が可能なカメラを入手する

3 できるだけ明るいレンズを選ぶ

4 理想はそこそこのデジタル一眼レフ
カメラ+超広角レンズ

成功の法則 4 「地方の空室」を「満室」にするリフォーム

リフォーム術●1 3つのリフォームを効果的に活用

細かい点に気を使い選ばれる部屋を作る

基本的にリフォームには原状回復（破損修繕+清潔感向上）、時代払拭（陳腐化防止）、差別化（住みたいと思われる）の3つがあります。原状回復は、破損箇所を直して以前の入居者の痕跡を消し、部屋を本来あるべき姿に戻すのが目的です。ところが実施後の部屋を訪れてみると、意外とアラが残っていることが多いのです。例えばキッチンの手元灯や蛍光灯の紐が手垢で汚れていったり、以前の入居者が後付けしたタオル掛けなどが、そのまま残っていたりするケースです。このような部屋では内見者は「清潔感」を感じさせん。ですから、原状回復では大体払拭を念頭に置くことも大切であります。



退去後の
リフォームの種類

- 1 原状回復
- 2 時代払拭
- 3 差別化

具体的には新築同様にフルリフォームするのではなく、退去時の原状回復にプラスアルファの費用で行う追加工事となります。実施する際のポイントは空室の売りになる魅力を一つ増やすことです。例えば、①ヒビが入った天井のシリリングライトのシェードを同じ照明に変えるのではなくデザインのいいものにする、②穴が開いてしまった壁のボードを交換する時に埋め込み式の飾り棚を設置してみる、③和室の畳を変える時にカラー畳や琉球畳にしてみるなどといった感じです。

もしも、同じような間取りのライバル物件が近くにあって、入居者の獲得競争が激しいなら、差別化リフォームも視野に入れましょう。これは、いわゆる金太郎飴物から脱却して内見者が「住みたい」と思う部屋を作るプランです。

実践する時は、時代払拭リフトも抑えられます。

さらに古い地方物件の場合、時代払拭を念頭に置くことも大切であります。

- 1 原状回復
- 2 時代払拭
- 3 差別化

リフォーム術●2 激戦区でライバルに勝てるリフォーム事例

アクセントクロスを入居者に選ばせる

最後に私が札幌という激戦区で実践し、入居者獲得に成功しているリフォーム事例をご紹介します。主なものは部屋の壁紙、キッチンや浴室などの水まわり、照明、窓ガラス、和室の再生などです。なかでも部屋の壁紙では、入居者にアクセントクロスを選んでもらうサービスを始めています。

多くの大家さんが取り入れているアクセントクロスですが、人の好みは色々なので、大家さんと入居者のセンスが必ずしも同じとは限りません。これは以前、客付け業者さんに聞いた話なのですが、立地や間取りが気に入って内見に来た入居希望者さんが、大家さんの選んだクロスが気に入らなくて申し込みにいたらなかつたことがあります。こういった失敗をしないためにも、入居者に好きなクロスを選んでもらうのは有効です。私は自分の物件には手作りのポスターとパンフレットを置いて、アクセントクロスが選べることをアピールしています。



エントランスなどの共用部分も明るく清潔感のある状態に仕上げましょう。造花や植物などを飾るのもいいと思います。



3本のステンポールにクリップライトを取り付けるだけで、コストをかけずにオシャレな照明に変えることが可能です。



アクセントクロスにデザイン貼りを組み合わせた部屋の一例。嫌みがなく、それでいてセンス良く仕上がるのが魅力です。



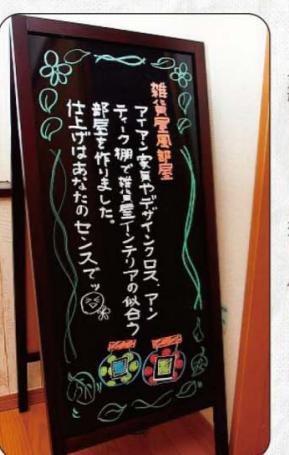
キッチンの収納部分は、床を張り替えて全塗装を実施。包丁置きなども交換することで、女性からの支持が得られます。



普通の和室からジャパニーズモダンな雰囲気にリノベーションすることで、和室も人気の部屋へと生まれ変わります。



絵画などを壁面に取り付けることができるピクチャーレールは、若い人からも人気です。内見の際は実際に飾っておくと効果的です。



大家さんのメッセージを伝える「オーナーボード」を空室に設置するのもオススメです。手紙よりライトに想いを伝えられます。



キッチンの収納扉は、ダイノックシートなどでリメイクします。浴室などもシートリメイクすることで見違えるように高級感ができます。

株満室研究所 報告ネットより
<http://www.houkoku.net/>

山岡さんの実施例

SUCCESS ● kushitutaisaku pointo

目柄のダイノックシートを貼り、ワイドミラーを入れるだけで、普通の白いユニットバスが、ホテルの浴室のように生まれ変わるのであります。施工費用も7万円程度と安価なので実践してみてください。

次に照明ですが、これも大切で

す。私の場合、単身者向け物件では既存のシーリングライトを撤去して、天井にステンパイプを取り付けクリップライトを設置しています。これにより入居者は自分で光の演出を楽しめるわけです。

最後に和室についても少しお話

します。私は単純に洋室へ変えるのではなく、今風のクールな和室に仕上げるようにしています。例えば、壁の一面に畳の縁と同色の和柄のアクセントクロスを導入します。そして古民家をイメージして、くたびれた木目

の建具をダークブラウンなどの濃い色で塗りつぶし、襖をデザイン性の高いものに変更するのです。実はこれだけで古臭い和室がローコストでジャパニーズモダンな印象に生まれ変わります。みな

さんも、ぜひ試してみてください。

最後に私が札幌という激戦区で実践し、入居者獲得に成功しているリフォーム事例をご紹介します。主なものは部屋の壁紙、キッチンや浴室などの水まわり、照明、窓ガラス、和室の再生などです。なかでも部屋の壁紙では、入居者にアクセントクロスを選んでもらうサービスを始めています。

女ともに好まれ、人気の部屋が簡単に作れます。ポイントとしては、キッチンやトイレ、脱衣所などにも施工すると全体に統一感を持たせることができます。ほかにも壁に稼働棚を取り付けたり、ピクチャーレールを設置して絵やファブリックボードを飾ると、空室の殺風景な雰囲気を払拭できます。

賃貸の場合は壁に穴を開けることは厳禁ですから、内見者は絵画を飾つて楽しむことなど到底無理だろうと思っています。そんな時にピクチャーレールが付いている部屋を見れば印象に残るものですね。次に押さえておくべきなのは、水まわりとなります。

成功するためのリフォームのポイント 水まわりや照明で付加価値を上げる

した汚れでも目立つからです。さらに、キッチンでもうひとつ注意したい点が、包丁立ての清潔感です。集合住宅の場合、包丁立てはプラスチック製のものが多く、経年劣化して黄色く変色し傷だらけだつたりします。特に女性はこうした汚れに敏感ですから、ターゲットが女性の物件では、必ず包丁立てにも気を配ってください。あとは汚れが目立つ収納扉にダメージを防ぐために、ゲットが女性の物件では、必ず包丁立てに気を配ってください。丁立てにも気を配ってください。この時に塗る塗料は白ではなく、下水管とキッチンの排水パイプの隙間を埋めます。次に床を張り直して収納部分を塗装します。この時に塗る塗料は白ではなく、業者さんへ「白色に黒を少し足したグレーがかったホワイト」と注文しています。理由は白はちょっと

このシートリメイクは、浴室でも効果を發揮します。一面に横木の建具をダークブラウンなどの濃い色で塗りつぶし、襖をデザイン性の高いものに変更するのです。実はこれだけで古臭い和室がローコストでジャパニーズモダンな印象に生まれ変わります。みなさんも、ぜひ試してみてください。

- 1 入居者にアクセントクロスを選んでもらう
- 2 壁に稼働棚を取り付ける
- 3 照明器具をセンス良く仕上げる
- 4 キッチンの収納部分にこだわる
- 5 ピクチャーレールを活用する
- 6 壁紙のデザイン貼りを活かす
- 7 状況に合わせて浴室やキッチンをリメイク
- 8 1階の窓は曇りガラスを活用する
- 9 洗濯物の部屋干し対策を施す
- 10 共用部分を植物で飾る
- 11 古いシャワーヘッドやホースは交換する
- 12 シャンプードレッサー裏の壁紙にこだわる
- 13 状況に合わせて花粉や結露対策を実施
- 14 和室は低コストで再生する
- 15 オーナーボードを設置する