

賃貸業界のニュースから

TSMC進出で菊陽、大津エリア家賃20%超・災害激甚化で賃貸住宅選びに変化

TSMC進出で菊陽・大津エリア家賃20%超

世界の半導体シェアの60%近くを占める台湾のTSMCが熊本進出を発表した2021年10月以降の3年間で、建設地の菊陽町と近接の大津町周辺エリアの賃料相場が加熱しています。このエリアは、工場従業員や関連企業の社員、工事関係者など単身者の大量流入により、いわゆる「TSMC相場」が形成されているのです。下記のグラフが示すとおり、大津町と菊陽町のシングル向け物件が、マンション・アパートともに大幅に上昇しています。また平均家賃も、大津町で59,333円、菊陽町では49,900円と高い数字になっています。これに対して熊本市はTSMCが進出した地域と対照的に伸びは小幅にとどまっていて、平均家賃も41,669円となっています。ちなみにファミリー向けでも建設地周辺は高い伸び率になっています。

大津町・シングル向け 平均家賃:59,333円

マンション	月額15,940円	UP	36.7%	UP
アパート	月額10,002円	UP	24.2%	UP

菊陽町・シングル向け 平均家賃:49,900円

マンション	月額9,522円	UP	23.6%	UP
アパート	月額6,811円	UP	16.8%	UP

熊本市・シングル向け 平均家賃:41,669円

マンション	月額326円	UP	0.8%	UP
-------	--------	----	------	----

ファミリー向けの比較

大津町	月額7,761円	UP	23.1%	UP
菊陽町	月額15,283円	UP	11.8%	UP
熊本市	月額5,688円	UP	8.4%	UP

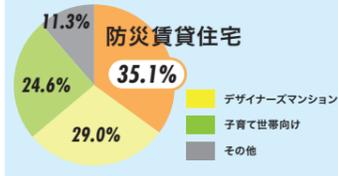
TSMCは、第1工場の隣接地に第2工場の建設も発表していて、エリアの発展は続く見通しです。しかし、新築物件の供給増加による空室リスクも懸念されています。特に築古物件の競争力低下や、家賃上昇によって撤退する飲食店の増加など、急激な発展に現地の生活インフラが追いついていない、という課題も指摘されています。

「半導体産業の誘致は地域経済に大きな波及効果をもたらす100年に一度のチャンス!」とされていますが、一方で、宮城県大衡村ではPSMC(台湾の集積回路メーカー)の、投資額8000億円もの工場建設が突如白紙撤回となりました。地域では工場関係者の需要を見込んだ新築アパートが20棟以上も建設中とも報じられています。大規模工場の進出は地域に大きな発展をもたらすチャンスとなる一方で、慎重に対応しなければならない、という教訓になります。

災害の激甚化、「防災力×省エネ賃貸」が人気

気候変動による災害の激甚化によって賃貸住宅選びの基準が変化しているようです。リクルートが調査したコンセプト住宅の人気ランキングで、備蓄倉庫や蓄電池などの災害対応設備を備えた「防災賃貸住宅」が首位となり、「デザイナーズマンション」や「子育て世帯向け」を上回る人気を集めました。

コンセプト住宅の人気ランキング



また調査で明らかになったのは、お客様の災害に備える意識の高まりです。物件選びの際に「ハザードマップを確認する」と答えた人が高い数字を示しました。地域別では東京23区内が特に高く、都心部で水害リスクへの備えの意識が高まっていることが、以下のグラフで確認できます。

物件選びの際にハザードマップを確認する割合

全体	東京23区内	首都圏	東海	東北
40.2%	45.8%	43.4%	43.0%	45.3%

また家賃が高額になるほどハザードマップを確認する人が増える傾向があり、10万円以上では45.5%が安全性を重視している傾向がみられます。さらに注目すべきは、省エネ性能と防災力を兼ね備えた「ZEH賃貸住宅(ゼロ・エネルギー・ハウス“ZEH”。省エネ基準を満たした住宅のこと)への関心です。光熱費削減(63.0%)という経済メリット、結露やカビの抑制(55.5%)、売電収入の還元(54.0%)といった実用的メリットが評価されています。特に「太陽光発電や蓄電池により災害時に強い」(49.6%)という特徴は、震災の記憶が残る東北地方で63.7%と高い評価です。

世帯・年代による意識の差も鮮明です。単身者よりファミリー層で防災・省エネへの関心が高く(40.4%)、防災賃貸住宅に魅力を感じているようです。

また、女性(40.8%)は男性(27.2%)より防災意識が高く、特に30代女性(44.7%)が防災機能に関心を示しています。地域別では、四国の防災賃貸住宅への関心が41.8%と全国平均を大きく上回り、ZEH賃貸住宅も31.3%と高い支持を得ています。

かつて賃貸住宅選びの決め手は「家賃」「立地」「間取り」でしたが、今、物件の防災性能や環境性能が新たな価値基準として台頭しています。賃貸住宅市場は、まさに利便性に加えて実用性という価値軸へと、選ばれる物件の条件が変わり始めています。

賃貸管理ニュース

12月

発行所: アパートマンション館株式会社

茨城県取手市取手2丁目2-7 TEL.0297-72-1181

発行人: 宮内 広明 <http://www.apa-to.co.jp/>

発行日: 2024年12月1日 第13巻4号(通算148号)

記事1 空室対策、はじめの一步

空室率 58%を4ヶ月で満室に! 再募集成功の秘訣

記事2 収益最大化のための!賃貸経営塾

築古物件の収益を健全化する 7つのポイント

記事3 賃貸業界のニュースから

TSMC進出で菊陽、大津エリア家賃20%超 災害激甚化で賃貸住宅選びに変化

12月の花 クリスマスローズ

花言葉「追憶」「私の不安をやわらげて」「慰め」「中傷」

クリスマスローズは、冬の寒さの中でもひっそりと咲く、静かな美しさを持つ多年草です。その花びらは、優雅でありながら控えめで、心を落ち着かせるような存在感を放ちます。特に「私の不安をやわらげて」という花言葉は、その癒しの力を象徴しています。また、「追憶」は、厳しい冬の中で咲く姿が、過去の思い出や失われたものへの深い感情を呼び起こすからでしょう。一方で、「中傷」という意外な花言葉も持ち、冷たく寂しい冬に咲くこの花が、逆境や批判にも耐えて生きる強さを象徴しているともいえます。

クリスマスローズの名前は、クリスマスの時期に咲くことから由来しており、その美しい花は、寒い季節に心に温かさを届けてくれる存在です。まるで長い冬の夜の間に訪れる希望の光のように、クリスマスローズは、心にそっと寄り添い、安らぎをもたらしてくれる花として、多くの人々に愛されています。

空室対策、はじめの一步。

空室率 58%を4ヶ月で満室に！再募集成功の秘訣

ある大家様から「空室問題で困っている」と相談をいただきました。現在は地元の不動産会社に賃貸管理を依頼しているようです。物件の概要は以下の通りです。

- ・1992年3月築の木造アパート(築32年)
- ・総戸数12戸で空室は7戸(空室率58%)
- ・間取りは1LDK(26.4㎡)と2DK(41.25㎡)

最初にご相談の背景を把握するためのヒアリングを行います。結果、以下の事情がわかりました。

- ・管理は新築時から同じ不動産会社に依頼している
- ・築20年超の頃から空室の長期化が目立ちはじめた
- ・不動産会社からは空室対策の提案はない
- ・募集はすべて不動産会社に任せている
- ・建て替えも売却も考えていない

以前、大家様に「賃貸経営で困っていること」を尋ねたことがあります。結果は、1位「長期空室」、2位「管理会社から提案がない」、3位「空室率の悪化」でしたが、今回のご相談は、これらの全てに当てはまっていた。同様の悩みを抱えている大家様は多いのではないのでしょうか。

ご存じの通り、長期空室には必ず原因があり、それを取り除けば決まります。まず原因を知ることが第一歩なのです。そのステップなしで、「家賃を下げる」「設備を取り付ける」「間取りを変える」などと提案するのは早計です。診察なしで、いきなり注射を打とうとする医者のようなものです。そこで現地確認と近隣物件調査をしたところ、以下の3点が原因としてピックアップされました。

- 【集客】インターネットへの掲載が大手ポータルサイト1社のみで反響が少ない。
- 【設備】ターゲットとしている入居者層が求める必須設備が付いていない
- 【賃料】上記設備が付いている近隣競合物件と同等の賃料設定なので見劣りしてしまう。礼金も設定されていた。

以上のように、原因が想定できれば対策案を検討することが可能になりますが、ここで重要なのは「答えは1つではない」ということです。大家様の賃貸経営に対する方針によって処方箋は異なります。

今回の大家様は「建て替えも売却も考えていない」と仰っていました。もし「10年でも20年でも続けたい」と考えているなら、外壁塗装やリノベーションもあり得ます。もし「5年くらいで終わりにしたい」と考えているなら、大きな投資は控えて、賃料や募集条件の調整を主にした方がよいでしょう。

それらを考慮して、今回のご相談では、以下のような提案をさせていただきました。

1. 設備の追加

近年の防犯意識の向上でTVモニターホンは必須の設備といえます。また近隣のファミリー物件の半数に温水洗浄便座が導入されています。この2点の追加を提案しました。照明は備え付けとし、リモコン付きシーリングライトを設置。

2. インターネット無料

10代～40代のネット利用率は90%を超えていて、部屋でネットが使えることは不可欠であり、募集条件としても必須となっています。

3. 賃料の再設定

上記1と2を追加したうえで、周辺競合物件の調査・比較により賃料査定を行い、客付けが可能と思われる一番高めの賃料に設定しました。

4. インターネット掲載

3つの大手ポータルサイトと、地域で反響率の高いサイトのすべてを活用。写真もサイトの上限枚数を載せ、特に新しい設備と「インターネット無料」を強調しました。

この提案によって、大家様は一部屋あたり10万円近い出費となり、募集賃料も少し下げることになりました。経費を投下しても募集賃料は下がる、という苦しい提案となっています。しかし、空いていた7部屋は、再募集を開始してから4ヶ月で埋まり、何年ぶりかで満室となり、投資した費用は数ヶ月で回収できました。さらに大家様には、前から入居している5部屋にも、TVモニターホンと温水洗浄便座を付けて差し上げることを提案しました。後から入居した人の設備を知れば不満となりますので、それを先回りして回避する必要があります。12世帯を一緒に工事することで割安にもなりました。

ここで紹介した必須設備やサービスは、地域の状況や物件タイプによって異なりますので、それぞれの実情に合わせて、効果のある対策を講じる必要があります。



収益最大化のための！

賃貸経営塾

築古物件の収益を健全化する7つのポイント

今回は、築年が30年40年物件の「収益健全化作戦」がテーマです。いわゆる“築古物件”には3つの課題があります。1つは“空室問題”。これがメインですが、この側面だけでは小手先の対策になってしまいます。そこで2つ目は“修繕計画”。築古物件の修繕費は、築浅で家賃収入が稼げる時は少ないのに、築古で収入が減った頃になると多くなるというのが特徴です。長期修繕計画を作り、修繕が必要な部位と時期と費用が計算されていれば準備できるのですが、そのような物件は多くないでしょう。そこで必要なのが3つ目の“出口戦略”。“いつまで経営するのか？”の答えです。木造で40年、RC造なら60年まで活用するとしたら、築20年30年は折り返し地点です。新築時のように再投資をして、残り期間の収支計画を立てるべきです。もし5年10年で経営終了するなら、必要な修繕だけにとどめて空室問題に取り組む作戦です。この3つの関係を無視して空室だけを問題にすると小手先の対策になってしまうのです。

そのうえで、空室対策のポイントを7つにまとめました。

Point. ① 借主・入居者層を意識する

「入居を希望するなら誰でもいい」という方針でいると、さまざまな層の、入居条件の厳しい方が入居してきます。たとえば高齢者、外国籍、生活保護の受給者、収入の安定しない職業の人などです。家賃を支払ってくれるなら問題はないのですが、さまざまな状況の方が混在するマイナスもあります。物件のイメージが決定して、入居を検討する方の判断に影響します。入居条件を広げるとしても、借主や入居者層については意識しておくべきです。

Point. ② 入居条件を広げる

その上で入居条件を広げる検討をします。ただし、家賃の支払いや、生活上のトラブルが起きやすい面もありますから対処策を講じる必要があります。家賃なら保証会社、トラブルなら身元保証人の確保など。設備や保険の加入で対応することもできます。リスクをゼロには出来ませんが少なくする工夫や準備は必須です。

Point. ③ 中長期で収支計画を立てる

前述した“出口戦略”に合わせた収支計画です。もし20年30年も時間があるなら、新たな賃貸経営として、その期間の投資と、その収入と支出による予算をシミュレーションした計画を立てましょう。残りが5年10年だとしても、事項のような中期視点で、多く

のアイデアの中から空室対策を考えましょう。

Point. ④ 募集条件は柔軟性と中期的な収支計算で決める

数ヶ月も空室の部屋があり、このままだと更に空室が続くかもしれない、という時、いくつもの対策が選択できます。たとえば、家賃の3ヵ月分を販促費に使うことで“3ヵ月早く決まる”と想定できるなら、それを活用したアイデアはいくつもあります。エアコンなどの設備をつける、ネットとWifi無料サービスをする、家具・家電をセットする、フリーレント3ヵ月にする、“入居費用ゼロ”の資金に充てる、などの対策です。このままの条件で続けてみるか、硬直した現状を何らかのアイデアで打開するか。募集条件のアイデアは柔軟性を持って考えることと、使える販促費の裏付けを、募集開始から退去までの中期の収支で計算することが望ましいと思います。

Point. ⑤ 募集戦略のためにUSPを整理する

借主層や募集条件を決めるヒントになるのがUSPです。一口で言うと「強み」のことです。居住用物件には、立地、外観、共用施設、間取り(面積)、家賃、設備など、いくつもアピールポイントがありますが、築年数が経っていても、これらが色あせた訳ではありません。必ず何らかのUSPがあるはずなので、それを知ることが空室対策のヒントになります。

Point. ⑥ 適正に家賃査定をする

該当物件の適正な家賃を知ることが中長期計画を立てる必須条件です。貸主側の希望家賃をベースにすると計画を間違えます。地域のデータ分析による適正家賃を知ってください。

Point. ⑦ 共用部分の清掃を考える

賃料が低い物件では経費をかけて日常清掃を続けるのは難しいでしょう。あくまでも費用対効果が大事ですが、共用部分などが“乱れ放題”というのは、資産価値と収入を落とすだけです。「割れ窓理論」というものもあります。最低限の、たとえば月に1回以上の清掃は収支計画に入れるようにしましょう。

現在の物件が新築や築浅でも、20年後には、いわゆる“築古物件”に仲間入りします。空室問題、修繕計画、出口戦略の3つの課題は築年数に限らず共通なのです。その準備は、できるだけ早く始めるべきです。

※USPとは「Unique(ユニーク) Selling(セリング) Proposition(ポジション)」の略です。