

理想の経営を
数値化

賃貸経営の重要指標 「稼働率」の基礎知識



この時期の目標は“満室で4月を迎える”ですね。しかし、賃貸には「解約」がつきもの、永遠に満室を維持できるわけではありません。賃貸経営を成功へと導くには、解約や空室が発生することを前提に「理想の稼働率」を把握しておくことも重要です。

「日数ベースの稼働率」の算出方法

賃貸経営の重要指標のひとつが「稼働率」です。ただ、一口に稼働率といっても種類があり、例えば、ある瞬間の稼働戸数を全戸数で割って求める「時点ベースの稼働率」や、実際に得た賃料を満室想定賃料で割って求める「賃料ベースの稼働率」など、考え方や計算方法はさまざま。そして、賃貸経営の状況を判断するうえで重要となるのが、稼働＝賃貸中の期間ととらえ、物件が年間どの程度運用されているかを算出する「日数ベースの稼働率」です。

日数ベースの稼働率を算出する式

$$\text{稼働率} = \frac{\text{各戸の年間の入居日数の合計}}{(365日 \times \text{全戸数})} \times 100$$

仮に、全10戸のアパートで今年は2戸が解約となり、それぞれ空室が60日間あった場合の稼働率は、 $(365日 \times 8戸 + 305日 \times 2戸) \div (365日 \times 全10戸) \times 100 = 3530日 \div 3650日 \times 100 = 96.7\%$ と計算できます。これがもし4戸の解約、空室90日であれば、稼働率は $(365 \times 6 + 275 \times 4) \div 3650日 \times 100 = 90.1\%$ となるわけです。

解約率を把握し、目標空室日数を設定する

ここで注目したいのが、稼働率が「解約数」と「空室期間」によって左右されている点です。年間の解約数が少なく、また解約後の空室期間も短ければ、当然に稼働率は高まります。つまり、95%や98%といった高稼働率を実現したいと考えるなら、この両方の数値を把握し、対策を練る必要があるわけです。

といっても、解約の発生する割合（解約率）は、思い通りにコントロールできるものでもありません。一般に、シングルタイプであれば年間20～30%程度、ファミリータイプでも15～25%程度は解約が発生すると

われており、公益財団法人日本賃貸住宅管理協会が発表する最新の「日管協短観2021年度版」においても、シングルの平均居住期間は3年3ヶ月（解約率30.7%）、ファミリーは5年1ヶ月（解約率19.6%）とされています。エリアやターゲットによって多少の差異はあっても、この数値が大きく変わることはない以上、賃貸経営者はもう一つの要素である「空室期間」に目標を設定するべきでしょう。

理想の稼働率から逆算する賃貸経営

もし、解約率20%の物件で稼働率95%を目指すとしたら、許容できる空室期間はいったい何日になるでしょうか。次の表は稼働率と解約率から導いた、許容できる空室期間の早見表です。

許容できる空室期間の早見表	稼働率				
	98%	95%	90%	80%	
解約率	15%	49日	122日	243日	487日
	20%	37日	91日	183日	365日
	25%	29日	73日	146日	292日
	30%	24日	61日	122日	243日

早見表解説：仮に10戸の物件としたら…

$$\text{稼働率} = \frac{(365日 \times 10戸) - (\text{解約率} 20\% \times 10戸 \times \text{空室} X日)}{365日 \times 10戸} = 95\%$$

空室X日を求めるべく展開して… $2X = 182.5 \quad X = 91.25日$

表を見ると、95%稼働には91日、約3ヶ月の猶予があることがわかります。言い換えれば、次の入居まで92日以上かかってしまえば、95%の稼働は叶わないということです。

賃料維持にこだわることも大事ですが、目標稼働率を下回るまで空室を引き延ばしてしまえば経営計画にも狂いが出ます。状況によっては賃料の引き下げのほか、設備系の追加投資や広告料の増加等によって空室を短縮し、稼働率と収益性を向上させることも必要でしょう。満室を目指して競い合う今だからこそ、数字に基づいたロジカルな賃貸経営を行いたいものです。

オーナー様向けニュースレター

タウン 02 NEWS

February
2023

早い! 安い! コスパよし! オンシーズンに すぐできる 空室アイデア集

"滞納者追い出し条項" 最高裁無効判決のポイント

理想の経営を数値化 賃貸経営の重要指標 「稼働率」の基礎知識



TKS 髙層タウン管理サービス

〒103-0012 東京都中央区日本橋堀留町2-1-1 藤和堀留町ビル3F・4F
□3F: 管理部・アメニティー部 TEL.03-6825-6677 FAX.03-6825-6969
□4F: 開発部・営業部・経理部 TEL.03-3662-8899 FAX.03-3662-8696
□4F: 入居推進対策室 TEL.03-6821-6899 FAX.03-3662-8696

髙層タウンハウジング

<日本橋本社> 〒103-0012 東京都中央区日本橋堀留町2-1-1 藤和堀留町ビル4F
TEL.03-3661-6699 FAX.03-3661-6580
<新宿営業所> 〒160-0022 東京都新宿区新宿2-5-11 甲州屋ビル2F
TEL.03-3358-6699 FAX.03-3358-6630



TKS 髙層タウン管理サービス

髙層タウンハウジング



早い!安い!コスパよし!

オンシーズンにすぐできる 空室アイデア集

ついに春の引越しシーズンが到来しました。お部屋探しの動きが一区切りとなる3月末を迎える前に、どうにかして空室を解消したいところですが、苦戦が予想される物件に関しては早めの対策実施が欠かせません。今回は、スピード感と費用対効果を重視した“10万円以内でできる空室対策”をご紹介します。

ポータルサイト対策で反響アップ

空室対策の優先順位を考えると、大前提となるのが「ポータルサイトの検索に引っかかるかどうか」の視点です。SUUMOやHOME'Sといったポータルサイトでの部屋探しは主流の今、入居希望者は無数にある賃貸物件を“希望条件”で絞り込んで部屋を探します。バスタイレ別、エアコン付、オートロック…など、人気条件を備えない物件は初めから足切りに遭い、検索結果に表示されることもありません。検索に残らないということは当然発見もされず、問い合わせが発生しないということです。

そのため、まずはポータルサイトの人気絞り込み条件をひとつでも増やし、物件情報を見つけてもらいやすくすることが第一ステップとなるわけですが、10万円以内の予算でも人気条件を増やすことは可能です。例えば、定番化しつつある「TVモニター付きインターホン」や「温水洗浄便座」の導入。新築物件ではほぼ標準装備であり、導入効果も十分です。また、物件の安心感を高める「防犯カメラ」もオススメ。高コストのイメージがありますが、Wi-Fi接続式のネットワークカメラなら1万円未満で購入できるモデルもあり、流行りの無料インターネットと合わせて導入してみるのも一案です。

予算10万円以内の検索対策アイデア

- TVモニター付きインターホン
- 温水洗浄便座
- ガスコンロ(2口以上)
- 防犯カメラ
- 浴室乾燥機



第一印象改善で内見者の入居を後押し

既にある程度の検索条件が備わっているなら、内見を意識して、物件の第一印象改善に取り組むのも手です。アプローチ・外廊下・階段など足元の汚れを「高圧洗浄」で取り除いたり、エントランスに入った瞬間の印象を「集合ポストの交換」や「玄関ドア・エレベータードアの塗り替え」等で改善したりと、見逃している美観改善ポイントは多いものです。そのほか「部分的な鉄部塗装」、駐車場や駐輪場の「白線引き直し」、「植栽の整備」「枯草・枯葉の除去」なども美観対策として検討できるでしょう。

一方、専有部の見せ方にも工夫の余地があります。例えば「スマートロック」のような最新設備を導入すれば、それだけで“先進的な物件”というアピールが可能に。派手さには欠けるとしても、「室内物干し」「姿見鏡」などは暮らしやすさを想像させ、内見者に好印象を与えます。また、室内から“古臭さをなくす”のも重要で、内見時に目につきやすいエアコンやシューズボックス、水栓、ドアノブなどの交換をすると、内見者の印象もずいぶん違ってくるはずですよ。

予算10万円以内の第一印象改善アイデア

- 共用部
- 高圧洗浄
 - ポリッシャー清掃
 - 人感センサー照明設置
 - 集合ポストの交換(小規模)
 - 鉄部塗装(小規模)
 - 玄関ドアの塗り替え(小規模)
 - 駐輪場の整備
- 専有部
- スマートロック
 - 室内物干し
 - 姿見鏡
 - 備え付け照明設備
 - ピクチャーレール
 - エアコン交換
 - シューズボックス交換
 - 水栓交換
 - ドアノブ交換



募集方法を見直して訴求力強化

募集の反響が少なかったり、内見時の決め手に欠けるときは募集方法を見直してみるのもひとつです。中

でもお勧めしたいのが、室内に家具や家電を配置してモデルルーム化する「ホームステージング」の手法。ターゲットに合わせたインテリアにすることで、その部屋独自の“暮らし方”が内見客にダイレクトに伝わり、物件の訴求力がアップします。

ネックは家具などを購入するコストですが、「レンタル家具」や本物そっくりの「ダミー家具」を活用すれば、低コストでのホームステージングも実現可能。また、部屋の写真に家具のCGをはめ込む「バーチャルホームステージング」なら、安価かつ手軽に家具入りの広告写真を作ることができ、募集力強化を図れます。

予算10万円以内の募集対策アイデア

- ホームステージング(レンタル家具・ダミー家具の活用)
- バーチャルホームステージング
- 入居時プレゼント
- 内見グッズ設置
- エリアマップ作製

市場に合わせて募集条件の緩和も視野に

設備などの見直しについて見てきましたが、何より優先したいのはオンシーズンに間に合わせること。今ある設備や募集方法での勝負に“もう一押し”加えるなら、募集条件を適度に緩めて反響率・成約率をアップさせることも視野に入れるべきです。例えば「初期費用(敷金・礼金)の減額」や、一定期間は家賃を取らな

い「フリーレント」の採用などは効果的。入居が3月下旬となる学生向けに「契約開始日や家賃発生日を遅らせる」という施策も有効でしょう。また、高齢者や外国人などへの「募集範囲の拡大」についても、既存ターゲットの入居に苦戦しそうな場合は検討を。

予算10万円以内の条件見直しアイデア

- 初期費用減額、フリーレント
- 契約開始日・家賃発生日の譲歩
- 募集範囲拡大(外国人、高齢者、フリーランスなど)



さまざまな空室対策を紹介しましたが、シーズン終盤では周辺の競合物件も相次いでデコ入れを行なうため、せっかくの施策も効果が落ちてしまいます。繰り返しになりますが、この時期の最重要ポイントはスピード感。管理会社と相談して、すぐできる効果的な空室対策をぜひ探してみてください。



NEWS解説

"滞納者追い出し条項" 最高裁無効判決のポイント

昨年末、「滞納者追い出し条項」が最高裁で無効と判断」というニュースが話題となりました。「これからは家賃滞納者を退去させられなくなるのでは」と不安の声も上がりましたが、ご安心ください。正規の手続きを踏む限り悪質滞納者の排除は引き続き可能です。判決のポイントを確認します。

ポイント① 「保証委託契約」による追い出しは無効

アパート等の賃貸は、賃貸人と賃借人で交わす「賃貸借契約」によって成立し、その中で滞納や契約解除、建物明け渡し等が発生します。一方で、今回争われた“追い出し条項”は、賃借人と家賃保証会社で交わす「保証委託契約」の話であり、そもそも賃貸人(≠賃貸経営者)に直接の影響がある裁判ではないのです。

今回の裁判は保証委託契約が賃貸借契約に干渉し、「3ヶ月以上の滞納で保証会社が賃貸借契約を無催告解除できる」とした条項が争点。最高裁は、賃貸借契約の解除は賃貸人によってなされるべきであり、催告もなく保証会社によって契約が解除となる条項は無効と判断しました。

ポイント② 明け渡しには訴訟等の法的手続きが必須

通常、滞納者が自ら部屋を明け渡してくれない場合には法的な手続きが必要です。しかし、今回の保証委託契約では、上述の「無催告解除」のほか、「滞納2ヶ月・音信不通・電気、ガス、水道の長期未使用といった状況があれば部屋の明け渡しと見なす」と、保証会社が法的な手続きなく部屋の明け渡しを実現できる内容となっていました。

これについては一番でも、法に則らない「自力救済」を認める内容であると指摘されていましたが、最高裁も消費者の利益を一方向的に害するとして無効と判断しました。

不安を煽るような刺激的な見出しが飛び交った今回の騒動ですが、判決はあくまで借地借家法に準じた手続きを求めるものであり、滞納に対する家賃保証会社の役割を全否定するものでもありません。万一の際には家賃保証会社や管理会社と協力しながら、従来通りの手続きを進めていきましょう。

