

# アルファヴォイス倶楽部

VOL.164

2009.10

発行責任者：アルファヴォイスコンサルティング株式会社 代表取締役 野村 敬一  
〒102-0074 東京都千代田区九段南4-7-10 TEL: 03-5215-8711

## 《INDEX》

1. **建設業進化論 2009・秋 賃貸住宅市場編**  
代表取締役 野村 敬一
2. **川田竹也先生の土地活用営業のための知識**  
**ワンポイントアドバイス～土地活用と必要経費～**  
コンサルタント 川田 竹也

### 建設業進化論 2009・秋 賃貸住宅市場編

代表取締役 野村 敬一

建設・住宅・不動産に携わって36年が経過する。建設業専門のコンサルティングを開始して21年になる。建設業を取り巻く市場の変化があまりに激しい状況に、戸惑いを感じる。市場の急激な変化は、建設業だけではないのかもしれない。日本の経済そのものに今までにない変化が生じているのであろう。その変化の本質を見極め、対策を打つ必要がある。

日本経済再生の道を内需型に転換することが一つの方策とするならば、建設業の再生なくして日本経済の再生はあり得ない。とりわけ地方経済を活性化するためには、建設業活性化の道を模索することが最も近道である。地方経済は建設業が低迷しているとは言え、そこに占める依存の割合は依然として高い。地方建設業およびその経営者達は、その他の地域産業にも大きく関係し影響を及ぼしている。建設業およびその経営者達の元気がなくなると、地方経済も元気がなくなるのである。建設業は観光産業・飲食業その他の産業に深くかかわっている。労働人口に占める割合も地方に行けばいくほど高くなる。さらに地方における建設業従事者は、かなり

の割合で農業従事者である。

建設業が危うくなれば農業も危ない。同時に災害時の緊急対応もあやしくなってきた。『公共工事＝無駄＝建設業』との単純な図式は極めて危険な論調である。

日本の経済再生の道を探る時、建設業再生の道を検討するのは至極、当然のことである。今更、公共工事主体型の建設業を復活させようとしているのでもない。高度経済成長に見られた、バブル時代のような、土建屋国家を復活させようとしているのでもない。住生活の基本が充足された中での新しい市場開拓と価値創造を目指して模索していかなければ建設業の再生はあり得ないし、地方経済、日本経済の再生はあり得ないのである。新政権のマニフェストにも省エネ住宅の推進、リフォーム事業の推進とある。これらの事業推進も、CO2、25%削減も建設業なくしては語れないのである。

建設業再生の道は、建設業の市場分析をすることから始める必要がある。

創業当時からアルファヴォイスコンサルティング㈱のテーマは『建設業のマーケティング戦略』『建設業の商品化戦略』『建設業の営業力強化』であった。今こそ基本テーマに立ち返り、建設業にマーケティング戦略を導入し、市場に合った商品を投入し、必要な人材を育成することが、日本再生の道だと信じてやまないのである。

市場が変化しているのだから、建設業そのものも変化しなければならないのである。過去の成功体験の中で残すべきものと捨てさらねばいけないものをしっかりと見極め、変化を遂げない限り、経営の存続は困難である。その為にも市場の変化を冷静に分析する必要がある。

市場の変化を最も引き起こしている要因は『人口動態の変化』と『成熟した市街地の形態』である。P.F.ドラッカーは『世代交代により需要が創造される』『人口動態の変化により市場も変化する』『成熟した都市機能の変化により需要が喚起される』と言っている。

いま日本はかつて経験したことのない少子高齢化の時代を迎えている。太平洋戦争の人口減少以外、日本は有史以来継続的に人口増加の道をたどってきた。ところが2007年を契機に日本は人口減少の道をたどり始めた。日本の戦後の経済成長は人口増加による経済成長であった。人口が増えれば衣・食・住すべての需要は増加するのである。極論を言えば、現代日本の経済は人口増加によって成長してきたのである。とりわけ戦後の日本は、戦争による人口減少と都市の破壊が急激な経済成長をもたらした。すなわち、日本は人口減少における経済の立て直しを経験した事がないのである。内需拡大は人口増大が最も近道であるが、100年計画が必要である。これは政治の世界であるので、政治家に任せることにする。我々が模索しなくてはならないのは、成熟した建設市場において、その変化を冷静に分析し、マーケティング戦略・商品戦略・人材育成を再構築することである。

ダーウィンの進化論は我々に勇気を与えてくれる。『最も強いものが生き残るのでもなく、賢いものが生き延びるのではない。変化した者のみが生き残る』

建設業も勇気をもって変化の道を探らなくてはならない。  
賃貸住宅・戸建住宅・リフォーム&リノベーションの3市場別に変化と対策を考察する。

### 【賃貸住宅市場】

賃貸住宅市場の変化も急激である。市場変化を的確にとらえマーケティング戦略を柔軟に対応させていかなければ、あっという間に市場から取り残されてしまう。

市場変化の最大の要因は、短期的に見ればファイナンスの状況変化であろう。**2008年4月以降**、賃貸住宅に対する銀行融資の厳しさが、市場を縮小させていることは間違いない。**2009年10月以降**若干の好転の兆しはあるが、市場の冷え込みを回復させるのには程遠い感がある。

いずれにしてもファイナンスによる市場の低迷は一時的なものであろう。むしろ我々が問題とするべきは、賃貸住宅市場の変化と商品のアンマッチなのかもしれない。

賃貸マンションやアパートは土地の有効活用のみならず、相続税対策商品として位置付けられ、都市化した農地を対象に郊外型賃貸マンションとして供給されてきた。人口や世帯数の増加に伴って供給されてきた郊外型賃貸マンションは、ある程度供給が充足されたとみてよいであろう。また良質な賃貸住宅であるならば入居は問題ないととらえるべきであろうが、老朽化したアパートには空室が目立ちはじめた。だがすぐに建て替えに入る状況にはなかなか至らないのが現状である。したがって郊外型アパート・マンションには供給過剰感が出てきているのは事実でありとりわけワンルームはその傾向が高い。

郊外型からさらに郊外への建設供給は家賃設定等の問題と利便性を考慮すると、かなり入居と収益性に無理が生じる可能性がある。人口減少と世帯数減少の地域においては、従来のように農地を宅地に転換し、賃貸マンションやアパートを建築する方式は限界に達したと言わざるを得ない。賃貸マンションはやはり立地条件が優先される。そこで我々がとるべきターゲットエリア・マーケティングの対象は、約**20~30**年前に戻り、都市型にならざるを得ない。地方都市においても、賃貸マンションやアパート事業は、都市型賃貸マンションへの移行を明確に意識していく時が来たのである。

対象エリアが都市部ならば、賃貸マンションも都市型にしなければならない。従来のローコスト型、規格型の賃貸マンションの商品戦略は本質的に見直さないといけない。

都市型賃貸マンションの必要条件是、敷地対応型フリープランにならざるを得ず、地価の高い場所においては容積率を最大に生かした設計が要求される。なおかつエントランスやアプローチ・カーポートなども従来の規格ローコスト型賃貸マンションやアパートでは対応が不十分なのである。都市型賃貸マンシ

ョンにおいては設計力にくわえデザイン力が要求される。同時に都市部における施工能力も不可欠である。ローコスト型賃貸マンションやアパートを主力に置いてきた企業は設計力、施工能力ともに都市型賃貸マンションに対応することは容易ではない。「フリー設計になるとコストアップになる」この常識を打ち破り、フリープランでもコストアップにならない設計力、施工能力をつけていかななくてはならない。

かつエリアマーケティングも立地条件の良い場所を再度見直し、建て替え戦略、狭小敷地対応が求められる。これらのエリア特性に合ったデザイン性、セキュリティ、オーナールーム併用型等、商品を根本的に見直さなくてはならない。都市型賃貸マンションは『安全性・快適性・経済性・個性』が求められ、従来の規格型ローコスト賃貸マンションとは基本的にコンセプトが異なるのである。

マーケティング戦略も農地を対象とする戦略から、建て替え戦略に転換する必要がある。建て替えには賃貸住宅と戸建住宅の二種類の既存建物が考えられる。

老朽化した賃貸アパートの建て替えには、退去に関する営業スキルが不可欠である。退去に関する業務を請け負うことにより賃貸マンションへの建て替えを行うのである。駐車場を賃貸マンションに転用する時も退去に関する営業スキルが必要とされる。いずれにしても都市型賃貸マンション営業には従来とは異なった営業スキルが必要である。マーケティング戦略もリフォーム&リノベーション営業と連動させる必要がある。

戸建住宅においては、商業地域もしくは利便性の良い立地の老朽化による建て替えがそろそろ本格化してくる。昭和40年～50年代の住宅が資産継承に伴い、建て替え時期とリフォーム&リノベーション時期に差し掛かってくる。比較的好立地で広い土地にゆったりと大きく建てられた住宅は、その広さを持って余している。世代交代による資産継承により、相続税のみならず固定資産税、都市計画税の負担は子世代に重くのしかかってくる。これまで住宅は『広さ』という品質を求め建て替えが推進されてきた。しかし家族数減少から住居はさほどの広さを必要としない。したがってこの原則から言えば建て替えて広くするためには、賃貸住宅を併用する方法が必然的に求められる。実際に容積率をフルに活用し、都市計画税、固定資産税対策、相続税対策としての賃貸マンションオーナールームイン（収入付き住宅）が増加している。都市部であるから家賃設定も高く、入居も問題ないため、必然的に仕様・設備・デザイン等に費用をかけても収益性には問題がない。

都市型賃貸マンションはフリープランのコンセプト型と位置づけられる。これに対応した商品開発と施工能力、営業スキルの強化が急務である。

以上

# 川田竹也先生の土地活用営業のための知識 ワンポイントアドバイス

コンサルタント 川田 竹也

## 土地活用と必要経費

所得税法では、収入を得るために必要となる費用のことを『必要経費』といいます。土地活用の場合は、不動産収入を得るために必要となる費用になります。

今回は土地活用と必要経費の関係について解説します。

### ■必要経費の効果

必要経費は所得税の節税に大きくかかわっています。所得税は1年間の所得（儲け）に対してかかる税金であり、1年間の所得が多ければ所得税が高くなり、少なければ所得税も安くなります。

$$\text{不動産所得の計算} \cdots \text{不動産所得} = \text{不動産収入} - \text{必要経費}$$

土地活用で上手に必要経費を利用することで、不動産所得を少なくすることができ所得税が節税できます。

### ■土地活用にかかわる必用経費

#### 【A. 資産を保存する必要経費】

次の必要経費は土地活用の経営上は支出になりますが、現金などの資産が外部に流出しないため資産を保存させる効果があります。

#### ① 減価償却費

建物や設備の使用または時間の経過による価値の減少を、一定の方法により計算した金額を減価償却費といいます。減価償却費は現金の支出がないのに必要経費にできるのが特徴です。現金は支出しないので資産の保存効果があります。減価償却費の計算方法には定額法と定率法があります。

定額法・・・減価償却費が毎年同じ額になります。

$$\text{計算式} \cdots \text{取得価格} \div \text{法定耐用年数}$$

定率法・・・減価償却費の額は初めの年ほど多く、年と共に減少します。

$$\text{計算式} \cdots \text{未償却残高} \times \text{定率法の償却率}$$

※取得価額からすでに償却した前年までの合計額を  
差し引いた額

## ② 専従者給与

土地活用の経営者（個人事業者）の配偶者や親族が、土地活用事業を手伝っている場合（専従者）に払う給与のことです。不動産収入の一部が個人事業者の親族に移転するので資産は保存されます。専従者給与には2種類あります。

青色事業者専従者給与・・・原則として給与の全額が必要経費になります。

白色事業者専従者給与・・・配偶者は86万円、その他の親族は50万円まで必要経費になります。

## ③ 修繕費

建物や設備などの修繕にかかる費用です。修繕の金額や内容により修繕費の部分と減価償却費になる部分がありますが、いずれも必要経費になります。修繕費は建物や設備への再投資なので資産価値を維持、又は価値を向上させることができます。

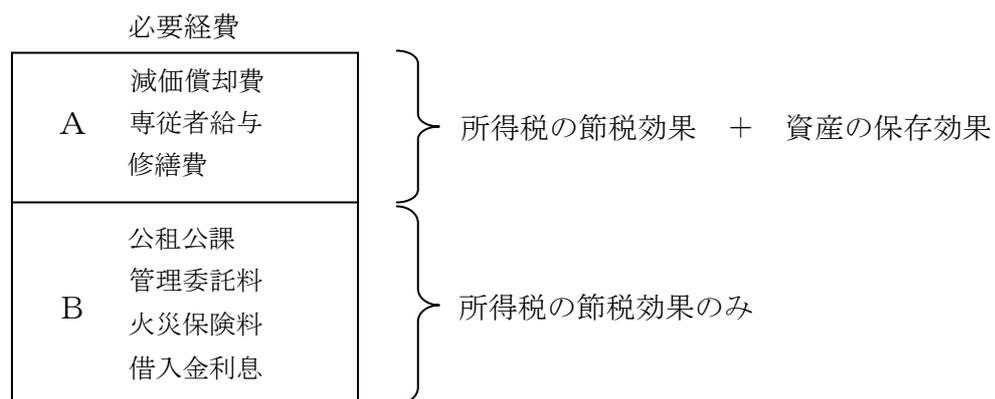
### 【B. 一般の必要経費】

所得税対策になりますが、現金が外部に流出する必要経費です。

- ・ 公租公課（固定資産税、都市計画税、事業税）
- ・ 事業税
- ・ 管理委託料
- ・ 火災保険料
- ・ 借入金利息

他にも建物などを建築した場合は、不動産取得税や登録免許税、抵当権設定費用などが建築した初年度の必要経費になります。

### <必要経費のイメージ>



必要経費の中でもAの必要経費が多いほど、より有効な所得税対策になるのです。最後に土地活用の種類と必要経費の関係を見てみましょう。

<事例1> 駐車場や貸地（事業用）の必要経費

建物や設備の投資がなく必要経費が少ないので、所得税の節税効果及び資産の保全効果も少なくなります。また税金の軽減措置がないので公租公課の負担が大きくなります。

必要経費

A	専従者給与
	公租公課(大)
B	管理委託料

<事例2> 事業用建物の賃貸の必要経費

事業用建物に投資しているので必要経費が多くなります。所得税の節税効果と資産の保全効果もありますが、税金の軽減措置がないのでBの支出が多くなります。

必要経費

A	専従者給与
	減価償却費
	修繕費
B	公租公課(大)
	管理委託料
	火災保険料
	借入金利息

<事例3> 賃貸住宅の必要経費

賃貸住宅に投資しているので必要経費が多くなります。所得税の節税効果と資産の保全効果もあり、また住宅系の活用は税金の軽減措置がありBの支出も少ないので、有効な所得税対策になります。

必要経費

A	専従者給与
	減価償却費
	修繕費
B	公租公課(小)
	管理委託料
	火災保険料
	借入金利息

土地活用で所得税対策を説明するときの参考にしてください。

営業ツール（土地活用と必要経費）をホームページに記載していますのでご活用下さい。

<http://www.alpha-vc.co.jp>

掲載内容・公開セミナーについてのご質問・ご意見、また、アルファヴォイス倶楽部のメール配信をご希望の方はご連絡下さい。info@alpha-vc.co.jp /FAX03-5215-8717