



アルファヴォイス倶楽部

VOL.158

2009.2

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. 『戸建賃貸による市場拡大戦略』（6）
～コンセプト重視型賃貸住宅の本格的投入～
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～認定長期優良住宅～
コンサルタント 川田 竹也

『戸建賃貸による市場拡大戦略』（6） ～コンセプト重視型賃貸住宅の本格的投入～

代表取締役 野村 敬一

戸建賃貸住宅による市場拡大戦略を6回にわたって連載してきたが、読者の皆様からの反響の大きさに驚いている。

賃貸住宅市場は、今、大きく変化しているのであろう。賃貸住宅市場だけでなく、建設市場全体が激変しているのである。かつて経験したことのない変化なのである。景気の変動という次元ではとらえられない市場の変化が起きている。

マクロ的見方をすれば少子高齢化による人口減少、世帯数減少、この傾向が最も大きい。次に挙げられるのが都市部への人口集中であろう。このマクロ的課題の解決は、我々民間企業では如何ともしがたい、日本が抱えている根本的な課題である。日本の国土のありかた、都市開発と自然調和、別の観点で見れば環境問題ということになる。人口減少や環境問題をこの場で論じても仕方ないので、別の場にゆだねるとして、我々はこのような経済環境やマクロ的課題を与条件として、今できることを着実に実行していくしか、企業を守る手段はないのである。

建設業の存在する社会的価値をとらえたとき、今こそ根本的な市場ニーズに立ち返って事業戦略を構築すれば、明るい事業展望はまだいくらでも存在している。

現在の賃貸住宅市場を冷静に分析したとき、300坪前後の土地を対象としたRC賃貸マンション事業、200坪前後を対象としたアパート事業、両事業とも複数の要因で事業の転換点を迎えている。

最大の課題は賃貸事業が成り立つ、入居者が求めている市場条件に建築可能な土地がどれくらい存在しているかという根本的課題である。300坪の空地はまだいくらでも存在している。しかし入居者はいるのか、事業として成り立つ家賃は可能なのかという課題になったとき、従来の考え方や商品では、市場は明らかに限界を迎えつつある。

200坪前後の土地に多く建っている二階建てアパートの空室が徐々に目立ち老朽化したアパートが目立ってきている。同様に従来の発想では、アパートも市場限界が見えつつある。

このように市場閉塞感が出てきたとき、考察しなくてはならないのが市場拡大戦略である。市場を拡大しない限り受注は後退する。市場拡大戦略は地域拡大と地域深耕の二種類である。地方建設業が今とるべき戦略は地域深耕を考えるべきであろう。

我々にとっての市場は二つ存在する。P.F.ドラッカーは企業にとっての顧客は2種類あると述べている。まさに賃貸住宅市場も2種類の顧客、すなわち市場を考察する必要がある。

第一の市場、つまり顧客は入居者である。顧客分類のキーワードだけ列挙すると。単身者とファミリー。学生とリッチなシングル。オーナールーム併用。高齢者と要介護者。家を建てる必要のないリッチな賃貸族。花粉症、アレルギー性の子供、化学物質過敏症を持った賃貸族。厳重なセキュリティを求める賃貸族。自分の趣味(ペット・陶芸・音楽・バイク等)を生活に反映したい賃貸族。以上のような賃貸族を分類したとき見えてくるものは**コンセプト重視型の賃貸住宅(コンセプトマンション)**である。従来の見方で市場限界が見えたとき、入居者ニーズをとらえたコンセプト賃貸住宅の開発が急務である。

戸建賃貸住宅はある意味で**コンセプト重視型**の商品といえる。ワンランク上の賃貸族。100坪前後の未利用宅地に対する事業提案。明確な二種類(入居者と土地所有者)の顧客ターゲットが存在する。顧客を絞り込んだマーケティング戦略が最も有効に機能する事業なのである。単に安ければ売れるとかプランやデザインのみに固執することなく、マーケティング戦略重視の営業展開を志向しなければ事業拡大はあり得ないのである。

この**コンセプト重視**の商品や事業開発はいよいよ本格的に取り組むことがもとめられる。沖縄県嘉手納市の福地組が開発している、外人専用RC戸建賃貸住宅やリゾート(ダイビング客)客向けマンスリーマンションなどがその典型であろう。地域特性から市場を分析し商品を開発(マーケット・イン)することが重要なのであ

る。これは新築のみならず、建て替えやリノベーションにも必要になる。

第二の顧客は土地所有者・賃貸住宅所有者である。

第一の顧客つまり入居者が存在しない賃貸住宅事業は存在しないのである。この顧客分析をもとに商品を開発し、商品特性に合った土地に提案していくのが賃貸住宅営業の基本である。地域特性の分析（市場調査）と商品特性に合った土地の拾いだしが重要なのである。商圏としている地域の土地調査と分析が求められる。賃貸住宅事業が成り立つ地域の300坪、200坪、100坪前後の土地の数を調査し地主に提案するのである。

このように土地の大きさで分類したときに100坪前後の土地活用がほとんど存在していなかったことに気が付く。今回連載の戸建賃貸住宅事業の市場拡大戦略はこのような背景から登場してきたのである。

市場拡大戦略をさらに目指すとすれば、賃貸住宅事業も、建て替えやリノベーション事業を見据えていかななくてはならない。既存建物の調査を行い所有者に建て替えや、リノベーションを提案しなければいけない時期が到来している。大都市圏においてはすでに始まっているが、地方都市においても数年後には、建て替え、リノベーション事業が本格的に展開するであろう。

建て替えやリノベーションには入居者が入ることと家賃が投資に見合うだけ回収できるかどうかである。家賃保証や、一括借り上げがあるから建て替えやリノベーションの動機付けになるわけではない。建て替えする、リノベーションするということは、どのような賃貸住宅に変化させるという基本の商品コンセプト、事業コンセプトがない限り市場拡大は見込めない。これから本格的に建て替えとリノベーションで賃貸住宅市場拡大をするために、商品開発とマーケティング戦略の構築、営業スキルの開発が求められる。

以上

全国賃貸住宅新聞掲載記事

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

認定長期優良住宅（１）

平成 21 年度の税制改正では、長期優良住宅に関する制度が新しく創られました。他にも長期優良住宅の認定基準や促進税制について公表されています。今回は長期優良住宅の認定基準について簡単にまとめてみました。

長期優良住宅の認定基準

認定長期優良住宅の基準案（構造にかかわる 6 項目）が、国土交通省から公表されました。

【劣化対策について】

鉄筋コンクリート造、鉄骨造、木造いずれも劣化対策等級 3 であること。加えて鉄筋コンクリート造はコンクリートの水セメント比について、鉄骨造は防錆措置について、木造は点検口の設置についての規定がある。（詳細は未定）

劣化対策等級とは・・・建物の構造部分に使われる材料を長持ちさせるための対策について定めている等級。

劣化対策等級 3：住宅が限界状態に至るまでの期間が 3 世代以上となるための必要な対策を講じている住宅。

1 世代はおおむね 25 年から 30 年程度
等級は 3 段階あり、等級 3 は一番性能が高い。

【耐震性について】

耐震等級 2 か、免震建築物であること。また限界耐力計算による場合は一定の措置を講じる。（詳細は未定）

<耐震等級の目安>

等級 1	数百年に一度発生する地震に対して倒壊・崩壊しない。 また数十年に一度発生する地震に対して損傷しない。
等級 2	等級 1 の 1.25 倍の地震に耐える
等級 3	等級 1 の 1.5 倍の地震に耐える

数百年に一度の地震・・・東京では震度 6 強～震度 7 位

数十年に一度の地震・・・東京では震度 5 強位

【維持管理・更新の容易性について】

専用配管・共用配管の維持管理対策等級 3、かつ共用排水管の更新対策等級 3 であること。

維持管理対策等級とは・・・給水管や排水管などの維持管理の容易さの対策について定めている等級。

更新対策等級とは・・・共同住宅の共用排水管の更新工事を軽減する対策について定めている等級。

維持管理対策等級3：掃除口や点検口が設けられているなど、維持管理を容易にすることに特に配慮した措置を講じている住宅。

等級は3段階あり等級3が一番性能が高い。

更新対策等級3：共同住宅等の共用排水管について、配管が共用部分に設置されており、かつ更新を容易にすることに特に配慮した措置を講じている住宅。

等級は3段階あり等級3が一番性能が高い。

【可変性について】

躯体の天井高が2,650mm以上であること。

【バリアフリー性能について】

共用部分の高齢者等配慮対策等級3であること。

高齢者等配慮対策等級3：移動等に伴う転倒、転落等の防止に基本的な措置を講じている住宅。また介助が必要になった場合を想定し、介助式車イス使用者が基本生活行為を行うことを容易にするための基本的な措置を講じている住宅。

等級は5段階あり等級5になるほど性能が高くなる。

【省エネルギー性能について】

省エネルギー対策等級4であること。

省エネルギー対策等級4：平成11年に制定された基準に適合する程度のエネルギー削減が得られる対策を講じている住宅。

等級は4段階あり等級4が一番性能が高い。

記載の基準は案として公表されたものであり、内容は変更されることがあります。

今年6月に長期優良住宅に関する法律が施工される予定です。

長期優良住宅については新聞やニュースなど耳に入る機会が多くなりました。建築予定がある顧客は関心をもっているので、営業マンも答えられるようにしましょう。次回は長期優良住宅の促進税制などの税金メリットについて解説します。

営業ツール（長期優良住宅の認定基準）をホームページに記載していますのでご活用ください。
<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