



アルファヴォイス倶楽部

VOL.155

2008.11

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』（3）
～地域密着型建設業の地域深耕作戦～
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～戸建賃貸住宅の税金メリット（2）～
コンサルタント 川田 竹也

『戸建賃貸による市場拡大戦略』（3） ～地域密着型建設業の地域深耕作戦～

代表取締役 野村 敬一

【顧客属性を分析する】

戸建賃貸住宅のオーナー像は、団塊の世代のプチ地主が6割以上占めているのが特徴である。

未利用の100坪前後の宅地所有者がターゲットであり、土地売却希望のオーナーも有力な見込み客になる。私的（家賃）年金として、毎月10万円加算されるだけでも十分満足できる顧客層と言えよう。

これらのオーナーの特徴は自己資金で建築している割合が半数を占めていることである。退職金などの貯蓄があるが、安全で優良な資金運用先が見当たらないため、戸建賃貸住宅投資に向けられたと考えられる。投資の2～3千万円は、手軽な資金運用先といえる。

土地活用、特に大型投資のRC賃貸マンションなどは、生前にある程度、遺産分割を方向づけなければならない。それに比べ戸建賃貸住宅は敷地分割、遺産分割が容易であり、複数の法定相続人に分割がしやすい点も好評のようだ。将来的には一部売却も可能である。すなわち戸建賃貸住宅は流動性が高い商品といえる。

割合は少ないが 20 歳代のオーナーがいるのも特徴である。親からもらう予定の土地に戸建は自宅、戸建は賃貸住宅を建て、ローン支払いは家賃収入でまかなう。年収 300 万円でも持ち家と賃貸住宅オーナーが可能なのである。将来は二棟を貸して家賃収入で本格的な住宅建築を目標にすることもできる。

以上のような顧客層を対象としたマーケティング戦略を組み立てる必要がある。顧客層が絞り込み、イメージできれば、おのずからマーケティング戦略（探客・集客）は構築できる。

60 坪（2 棟 1 セット）～100 坪前後（4 棟 2 セット）の宅地を有効利用する商品は、今までほとんど存在しなかった。戸建賃貸住宅のデザインや間取り、ローコスト建築ノウハウを売りにしても、それだけでは受注拡大は見込めない。建物のハードそのものにはさほどの新規性はなく、プチ地主は反応しない。顧客（プチ地主）の最大の関心事は、安く建てることよりも戸建賃貸住宅の入居希望者がいるかどうかである。これに答えられなければ営業は成立しない。ニュー戸建賃貸住宅族がいることの証拠を提示することが重要なのである。

また戸建賃貸住宅オーナーになることのメリットをきちんと訴求しないと売れない。戸建賃貸住宅は市場的に新しい分野である。したがって建物のハードのみに固執することなく、市場開拓のマーケティングに力点を置かなければ受注拡大は見込めない。

【事業の立ち上げのためのマーケティングステップ】

人脈戦（ネットワーク・マーケティング）からスタート

戸建賃貸住宅市場は、新規市場と捕らえるべきである。したがってマーケティング（探客・集客）活動は基本のネットワーク・マーケティング（紹介・口コミ）からスタートするべきであろう。

人脈戦が十分効果を発揮するので、社員・知人・友人・協力業者への PR をしっかりと行う。新商品導入と同時に社内商品発表会（社内勉強会）を行うとよい。次に協力業者や関連業者、銀行などに対して、商品発表会を行うのが原則である。身近なところに顧客情報は存在しているのである。

その次はドラフト会議を全社で行うことである。ドラフト会議とは OB 顧客を総点検し、戸建賃貸住宅を建てられる 60 坪～100 坪前後の土地所有者を選別するのである。提案できる大きさの土地を所有する OB 顧客をピックアップする会議をドラフト会議と呼んでいる。

以上二つの人脈戦（社内外紹介促進・ドラフト会議）で初期顧客は十分確保できるであろう。

次は紹介ルート開拓である。売却土地を扱っている不動産情報ルートが効果的である。

不動産業者と提携し、土地売却希望者に戸建賃貸住宅を提案するのである。

空中戦（イベント・マスマーケティング）がまだ有効

賃貸マンションやアパート営業においては、新聞広告・チラシを使った見学会の新規集客は以前と異なり、効果を期待できなくなっている。見学会そのものに対す

る新鮮味のなさ、賃貸マンションやアパートとして活用できる地主、土地の数が減少していることに起因している。反面、60坪～100坪前後の土地は遊休土地の60%以上を占め、かなり母数は多い。またデザイン性の高い戸建賃貸住宅は街並みとしても新鮮味があり、チラシや広告などのマス媒体が有効に機能する。チラシの内容は集客数に大きく影響する。知恵の絞りどころである。

また100坪前後の未利用宅地を売却したい潜在顧客はかなりいる。新聞で売却希望者の相談に応じるような広告も十分効果を発揮する。

地上戦（ダイレクトエリア・マーケティング）

現代における侵略戦争の戦略そのものが、戸建賃貸住宅や土地活用事業における地域深耕作戦のマーケティング戦略と酷似している。

まずは人脈戦で諜報活動を行い、次に空中戦でピンポイント爆撃を実行する。最後は地上部隊を投入し制圧する。イラク戦争やアフガニスタンでの戦争のように地上戦が成功しないと真の勝利とはいえない。

土地活用営業においても戸建賃貸住宅による地域深耕作戦においても地上戦を成功させないと市場開拓が成功したとはいえない。

100坪前後の未利用宅地を調査し、直接地主にアタックするのである。アルファヴォイスコンサルティングがもっとも得意とするダイレクトエリアマーケティングの実践である。

戸建賃貸住宅のターゲットエリアは㈱スズケン&コミュニケーションの入居者実態調査とオーナー分析からもうかがえるように、ニュー戸建賃貸住宅族の希望するエリアを選択すればよい。人気の小学校エリア、総合病院関係者の通勤範囲、土地区画整理地区終了後の100坪前後の宅地が中心になる。まずはセグメント訪問から開始し、コミュニケーションが取れそうな顧客にアタック訪問するのである。

『戸建賃貸住宅の市場調査をした結果、お客様の土地が戸建賃貸住宅建築に適していることがわかりました。2棟の計画が出来上がっているのでも見ただけでも見てください』とアポイントをとるのである。もしくはもっと単純にエリアを早期に制圧するならば『市場調査の結果、お客様の土地は立地条件が良いので誠に勝手ながら3棟の計画を作成しましたので持ってまいりました』でも良いかもしれない。

戸建賃貸住宅の場合、賃貸マンションやアパートと比べ単価が低く、労力と時間をさほどかけることができない。またそれほどの営業力がなくても、新市場が存在しているならば、告知を先に行った方が、作戦的には成功確率が高いかもしれない。

新商品で新市場を開拓するのであれば、先行逃げ切り型のスピード営業が成功の可否になる。もちろん『地主の囲い込みの定石』にも合致している。



㈱スズケン&コミュニケーション 新商品

いずれにしてもダイレクトエリアマーケティングができるかどうか地域深耕作戦の鍵になる。

【初期面談で 80%決まる】

戸建賃貸住宅の五大メリット紹介

1. 戸建賃貸住宅の入居希望者は多い
 - 市場環境調査の提出
 - 戸建住宅入居者イメージの提供
 - ・家賃補助世帯
 - ・RC 賃貸マンションよりワンランク上の入居者
 - ・設定家賃
2. 投資金額が小さく手軽にできる
 - 全額自己資金でも可能
 - 銀行からの資金調達が簡単
3. 流動性が高く気軽にできる
 - 敷地分割が容易で将来の遺産分割がしやすい
 - 敷地分割して一部売却も可能
4. 固定資産税、都市計画税対策、国民健康保険料軽減対策
 - 更地や駐車場に比べ住宅用地になる事で
 - 固定資産税が 1 / 6、都市計画税が 1 / 3 に軽減される
 - 固定資産税を下げる事（国民健康保険料の資産割が下がる為）で、国民健康保険料が軽減できる 各種条件を満たした場合
5. 利回りが高い
 - 少ない投資でありながら家賃を高く設定できる為、10%を超える利回りが可能

次回へ続く

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

戸建賃貸住宅の税金メリット（２）

戸建賃貸住宅は、現役サラリーマンや定年退職した方など一般の人がオーナーになるケースが増えています。これらのオーナーは地主オーナーとは異なったメリットの提供が必要です。今回は所得税と国民健康保険のメリットについて解説します。

【所得税】

戸建賃貸住宅などで土地活用をすると所得税が節税できます。所得税を計算する場合、不動産所得に生じた赤字を給与所得と損益通算することができます。その結果、全体の所得が減少するので所得税の節税になるのです。

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

不動産所得の赤字とは、不動産収入より必要経費が多い場合に会計上の損失（赤字）が発生することです。キャッシュフローの赤字ではありません。

必要経費の項目

建築したときの必要経費項目	毎年の必要経費項目
印紙税	公租公課（固定資産税・都市計画税）
登録免許税	減価償却費
抵当権設定など融資に関する費用	管理委託費
建築確認申請費用	返済利息
水道加入金 など	火災保険料
	修繕費 など

例えば、不動産収入が200万円（年間）で、毎年の必要経費合計が210万円の場合は不動産所得が10万円の赤字になります。この10万円の赤字が給与所得からマイナスできるので、全体の所得が減少するのです。

また青色申告をすることにより、建築したときの必要経費についても3年間に渡り繰越控除できるので、さらに全体の所得が減少して所得税が節税できます。

繰越控除・・・損益通算でも控除しきれない赤字の金額を翌年にまわすこと。

現役サラリーマンにとって所得税の節税は大きなメリットになります。

【国民健康保険税】

戸建賃貸住宅などで土地活用をすると、国民健康保険の保険料を軽減することができます。国民健康保険料は、各市区町村が4つの算定方式（所得割・資産割・均等割・平等割）の中から組み合わせて国民健康保険料を計算します。

所得割の算定は加入者の総所得をもとに計算します。不動産所得の赤字と他の所得の損益通算や、繰越控除により所得が減少するので国民健康保険料も安くなります。

資産割の算定は固定資産税の金額をもとに国民健康保険料を計算するので、固定資産税が安くなると国民健康保険料も安くなるのです。

自営業の方や定年退職された方にとってはメリットがあります。

戸建賃貸住宅の固定資産税軽減効果については、前回のアルファヴォイス倶楽部 Vol.154 を参照下さい。

算定方式は市区町村により異なりますので、管轄の市区町村に確認して下さい。

土地を活用しないと、給与収入や預貯金から固定資産税や都市計画税を納めることとなります。また納めた税金も必要経費にならないため所得税の節税効果も得られず、全くメリットがありません。

戸建賃貸住宅などで土地を活用することにより、固定資産税や都市計画税は不動産収入から納めることができるので、税金の負担が軽減できます。また納めた税金が必要経費にできることが所得税の節税にもつながるのです。

所得税や国民健康保険税の節税効果は、不動産所得の赤字とその他の所得の損益通算によって得られるものであり、マンションやアパート経営についても同じ効果があります。

営業ツール（戸建賃貸住宅の税金メリット編）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 または FAX03-5215-8717