

特集

全国ブランド計画 「ハトマークチンタイ」



CONTENTS

空室対策の考え方	2-5
移住・住みかえ事業のビジネスチャンス	6-7
「ハトマークチンタイ」全国ブランド計画	8-9
ニュースフラッシュ	10-11
協会からのお知らせ・活動報告	12-14
サポート事業のご案内	15
「ペット可物件セミナー」収録DVD販売	16

空室対策の考え方

プロフィール

1961年生まれ。神奈川県横須賀市出身。1984年大学卒業後、不動産・建築の世界に飛び込み、現在は数々の資格の立場からの複眼的な分析を不動産投資に関して行っている。理論と実践を融合した異色の不動産コンサルタントとして講演・執筆・TV出演など多方面で活動中。

<保有資格>

一級建築士、CPMR（米国不動産経営管理士）、同ファカルティ（講師）資格、同MPESA試験グレーダー（採点官）資格、不動産コンサルティング技能登録者、不動産証券化協会認定マスター資格、不動産アナリスト、賃貸不動産経営管理士、震災建築物応急危険度判定士、日本ファイナンシャルプランナー協会認定AFP、ファイナンシャルプランニング技能士、ハウジングライフプランナー、相続アドバイザー、宅地建物取引主任者、管理業務主任者、賃貸住宅査定申請主任者、貸金業務取扱主任者、住環境測定士補、損害保険リテール資格者、生命保険募集人資格者、防火管理責任者、アパートオーナー



株式会社 南青山建築工房
代表取締役 猪俣 淳

はじめに

アパート・マンションの「空室」を解消していかには物件の稼働率を上げるか。

不動産業の現場では火急の、また永遠のテーマではないでしょうか。

国交省のデータによると、平成10年から15年の5年間で総世帯数は286万世帯（6・5%）増加しています。非婚・未婚・離婚・晩婚・高齢者。個世帯化が進んでいるということです。一方、住宅総戸数は同じ期間で362万戸（7・2%）増加しています。総世帯数4722万戸に対して総戸数5387万戸、665万戸の余剰。この傾向はいまも続いています。

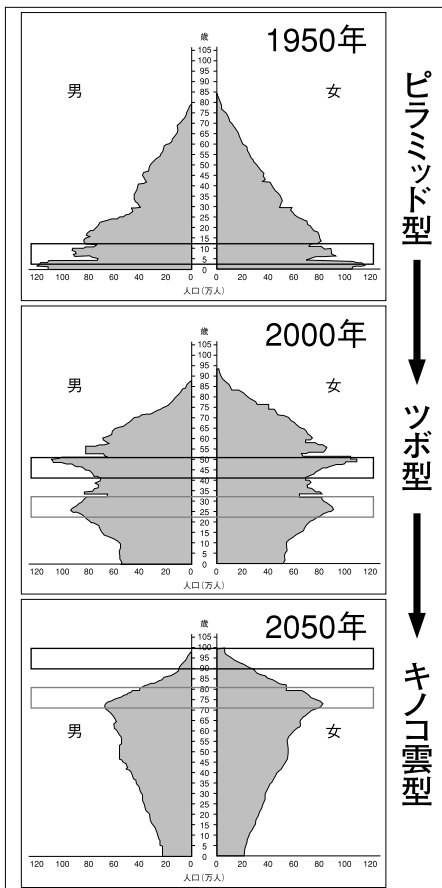
1950年にはピラミッド型をしていた年齢別人口分布は、団塊世代の高齢化と団塊ジュニア世代に続く世代の欠落から2000年にはツボ型、2050年予測ではキノコ雲型へと変化していきますので、賃貸需要の絶対数が減少していくことも大きな懸念材料です。

このへんの空室があるのか

まず「空室」あるいは「空室率」についての基本的な考え方を紹介しておきましょう。空室率と一口に言っても、実際は3つの空室率がありますので注意が必要です。

時点空室率

ある時点での空室がいくつあるかということです。10室のア



稼働空室率

ある一定期間内（例えば1年間、あるいは保有期間）における空室率を判断します。先ほどの例を挙げると、時点空室率は10室のアパートで2室空室があれば2室÷10室×100＝20%の空室率となりますが、この2室の空室期間が1年のうちの3カ月間だったとすると（2室×3カ月）÷（10室×12カ月）×100＝5%となります。

空室期間が6カ月であれば10%、9カ月であれば15%ということです。逆に、その建物が築2年

図表1 平成15年
住宅と貸家の時点空室率

	住 宅	貸 家
全国平均	12.2 %	21.41%
東京23区	11.2 %	17.47%
横浜市	9.7 %	16.58%
千葉市	14.4 %	26.92%
さいたま市	10.3 %	17.55%
大阪市	17.5 %	28.36%
神戸市	14.7 %	20.81%
京都市	15.52%	19.27%
札幌市	10.5 %	19.21%
福岡市	10.9 %	14.99%
熊本市	12.64%	17.13%
名古屋市	16.09%	20.85%
新潟市	12.23%	18.88%
富山市	13.29%	29.77%

でそれまでの空室がこの2室×3カ月だけだったとすれば分母が2倍になりますから空室率は2・5%ということです。

「どの部屋がどの位の期間空いていたのか」というのは、その物件の賃貸履歴を残してあるトラッキングコード（運用履歴）があれば判明しますが、残念ながら多くの物件はきちんとしたデータとして残っていないのが一般的です。

こうした場合、家賃が振り込まれていた通帳などから類推する場合もあります。滞納なども反映してしまうので正確ではありませんが、ある程度の判断はできます。

また、その地域の一般的な空室期間をおおよそで判断するには、近隣業者へのヒアリングを行う

といいでしょう。あるいはネット上で公開されている賃貸物件の成約情報には、その物件の情報登録日が掲載されていたりします。ので、複数のデータから予想することも可能です。

ちなみに、総務省統計局・住宅土地調査は5年ごとに10月1日現在のデータを公開していますが、平成15年においての「住宅（所有・貸家・分譲すべて）」と「貸家」の時点空室率を計算してみると、図表1のとおりの結果となります。最新の調査は平成20年10月1日に行われましたが、集計結果が公開されれば各エリアごとのトレンドも明確になるはずです。

どうでしょう。意外と（予想どおり？）空室率が高いなあと思われの方が多いと思います。

また、同時に、思ったよりも各都市によって差が少なくと感じる方もいらっしゃるのではないのでしょうか。東京23区と熊本市は実感として「同じではないよな」とか…。

これは、空室になったときに次の入居者が決まるまで、どのくらいの期間が掛かるかという条件を補正することによって実態が明確になります。

いずれにしても、すでにトラッキングコードの有無は、ファンダなどプロの世界や欧米では物件の評価を決定する重要な要素となっていますので、今後、個人投資家が投資判断をしたりする上でも必須アイテムになるはずです。

賃料ベースの空室率

これは、見込んでいた収入と実際の収入の関係です。

見た目の収支から計算した不動産価値を下げたくないがために、賃料は下げずに一定期間無償で入居させるフリーレントなど「譲歩」が発生する場合もありますから、こういった条件も織り込んで空室率を出すということです。

例えば、10室（月額賃料5万

円×10室＝50万円）のアパートで2室空室があれば（5万円×2室＝10万円）÷（5万円×10室＝50万円）×100＝20%の賃料ベース空室率。この2室の空室期間が1年のうちの3カ月間で更にこの入居者を決めるために3カ月のフリーレントをしたとすれば（5万円×2室×（空室3カ月＋フリーレント3カ月）＝60万円）÷（5万円×10室×12カ月＝600万円）×100＝10%となります。

空室の原因を分析してみる

マーケティング理論に「4P」という考え方があります。

「Place」立地、「Product」物件の魅力、「Price」家賃・入居条件、「Promotion」販促活動」。

最近はこちらに「Partner（誰と組むか）」を加えて「5P」と表現したりします。空室になっている物件は空室になる理由・原因が必ずあるはずなのですが、この4（5）つの要因に整理してみると必ずどこか不足しているはずなんです。

不動産投資における「4P」

- ①Place（立地）
- ②Product（物件の魅力）
- ③Price（家賃・入居条件）
- ④Promotion（販促活動）
- そして⑤Partner（誰と組むか）

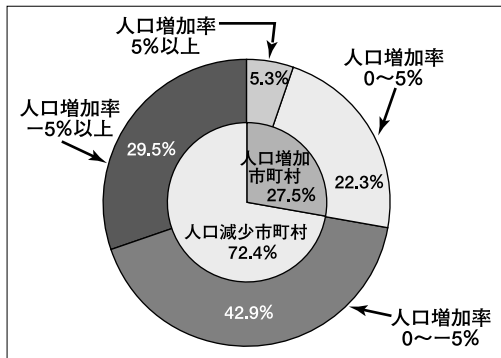
※マーケティングミックスにおけるP4:ジェローム・マッカーシー1961

Place（立地）
「空室」になりにくい場所で

例えば、Place＝立地。不動産投資に必要なものは3つある、「立地・立地・立地」。とはC P M（米国不動産経営管理士）の授業で最初に教わることのひとつです。そもそも、借り手がいるのかどうかということが前提です。

日本の人口は約1億2700万人。そのうち半数を上回る50・2%は東京・名古屋・大阪の三大都市圏に集中しています（総務省自治行政局平成20年調査）。なかでも東京都市圏は更にこの

人口増加率階級別市町村数の割合（平成12年～17年）

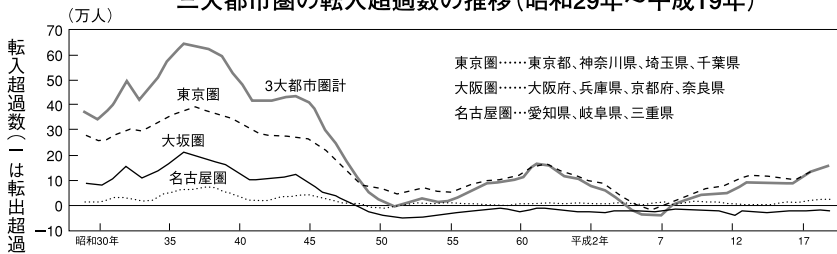


半分を占めています。

平成12年から17年の5年間で人口が増加した市町村は全体の27・5%にしかすぎませんし、人口増加率が5%を超えた市町村となると5・3%と、かなり少なくなります。

三大都市圏で見ても、東京都市圏はドーナツ化現象が見られたバブル期の一時期を除いて人口の転入超過が継続していて、東京都単体でも昨年は、昭和43年の調査開始以来始めて10万人を突破したという報道も記憶に新しいところですが、相変わらず増加傾向を示しています。逆に大阪都市圏は、昭和48年以来およそ3万人前後の社会減、名古屋都市圏はほぼ横ばいという傾向です。

三大都市圏の転入超過数の推移（昭和29年～平成19年）



※三大都市圏（東京圏、名古屋圏及び大阪圏）の転入超過の状況を見ると、東京圏は15万5,150人、名古屋圏は1万7,554人の転入超過、大阪圏は1万5,646人の転入超過。
※東京圏は、バブル期の昭和62年以来20年ぶりに15万人を超える大幅な転入超過数。このうち、東京都の転入超過数（9万4,500人）が東京圏に占める割合は60.9%。

総務省発表08.7.31…三大都市圏全人口の50.2%・6,378万6,930人と過去最高を記録

人口減少社会とはいえ（昨年は3年ぶりに人口増加をしましたが）、地域によってというところでしょう。市区町村によっても差がでます。

全人口の89・6%は特別区を含む市部に居住しています。残り10・4%の人が町村部に居住しているわけですが、この老年人口の割合は過去最高の25・1%、つまり4人に1人となっています。では、都心が良くて

地方はダメなのかというと、そうとも限らないのが立地選定の面白いところなのです。

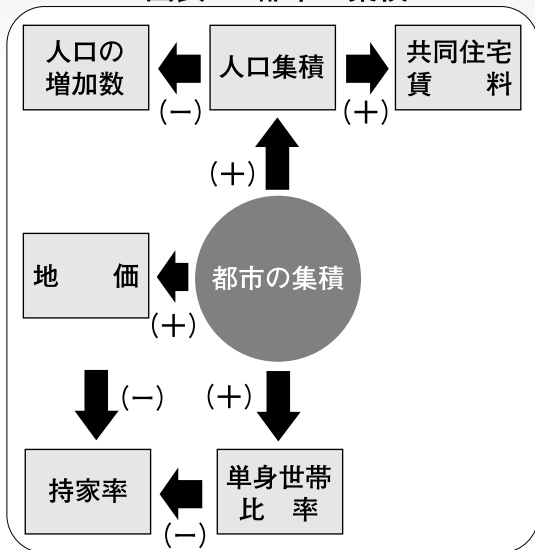
例えば、一人勝ちのように見える東京23区内でも人口の流出が見られます。結論からいうと地価上昇・景気上昇局面では都心部から郊外への人口移動が起こります。地価下落・景気後退局面では逆に都心部への流入が増加します。バブル期の昭和63年には、東京23区の人口増加率上位3位は、江戸川区+1・7%、練馬区+1・1%、板橋区+0・7%で、いわゆる都心3区・6区はすべて減少しています。また、前年8月のパリバマンションからその年9月のリーマンショックまで波乱含みだった平成20年の人口増加率は港区+5・1%、中央区+2・7%、荒川区+1・6%、品川区+1・4%と続きます。

需給ギャップをみる

こうしてみていくと、東京の一部の地域でなければ賃貸経営は難しいのかという結論になりそうですが、決してそんなことはありません。

ここでは「都市の集積」と「吸収（アブソーブション）」とい

図表2 都市の集積



出典「不動産市場分析」清水千弘著 住宅新報社 刊

図表3 「吸収 (Absorption) と需給関係」

どの位の需要を市場が受け入れたか？

	昨年	今年
期首の空室数	20	20
＋ 新築供給数	12	12
－ 取り壊し数	6	0
＝ 期末空室数	20	20

市場に吸収されたのは 6 12 (改善)

※吸収が増加・減少 → 需要が増加・減少

から近ければいいとか、大学がそばにあるからいいというわけでもないところが悩ましいところでもあります。

このほか、リフォームやリノベーションといった大規模な手段だけではなく、設備・備品を更新したり、清掃頻度を上げて清潔感を維持するとかいったことは

Product（物件の魅力）を上げる方法です。

また、敷金・礼金といった初期費用を抑えたりする工夫はPrice（家賃・入居条件）の部分にあたります。

募集図面のデザイン、写真の取り方、USP（ユニークセールスポイント）の発見と強調、あるいはポータルサイトやミクシイなどのSNS、YOUTUBEをはじめとした動画サイトの活用などPromotion（販促活動）の部分で検討すべき方法はいくらかもあります。

そして、Partner。今、新世代のオーナーは同じ仲間同士の勉強会やコミュニティをものすごいスピードで拡大し始めています。そういったオーナーたちは、ビジネスパートナーとして組む賃貸管理業者が、頼りにできる能力や知識、そして倫理観を持っているか、不動産投資家としての利益を約束してくれる確な提案を行なってくれるのかどうか、客観的に、そして冷静に値踏みをしています。

ぜひ、プロフェッショナルとしてオーナーをリードしていける、そして組むに値するパートナーとして選ばれる力をつける努力を続けてください。

う2つの考え方に触れてみたいと思います。都市の集積が行われると賃貸需要が発生します。それぞれの指標数値との相關関係は図表2の概念図のようになりますが、持家率や世帯当たり人員、賃料傾向によって需要が増えていくのかどうかを予想していくことができます。例えば、持家率の全国平均が62%に対し、79%の富山県は比較対象として時々取り上げられますが、県外転出率は1・47%で全国3位の低さ、県内移動率も1・45%で全国2位。あまり人口移動のない地域でもあります。でも富山市のある町では人口増加率が9%を超えています。マクロでみて厳しそうなエリアであってもミクロでみ

ると実は需要がある場所つてあるんです。

それから、「吸収」という考え方です。

その市場がどの位の需要を受け入れたかというモノサシになります。期首の空室数と期末の空室数、そして期間中の新築供給数と除去解体数が分かれば計算ができます(図表3)。要は、需要だけではなくて供給サイドの指標も見ないとその場所の市場性は分からないということです。

九州7県1300万人の約1割144万人が集い、高齢化率も低く西日本を代表する大都市・福岡市は、平成17年、18年の2年間で約2万5000人の人口増加がありました。世帯数増加

は約3万5000世帯。世帯人口2・08人と都市化の進む地域です。全国でも数少ない強含みの地域だと思います。

でも同じ期間に供給された住宅は4万5000戸。全国平均では着工数の約13%の数の減瓦解体がありますので住宅の増加は実質4万戸程度と考えられますが、それでも需要を上回る供給といえるでしょう。

あとは、それが分譲なのか賃貸なのか、あるいは単身者向けなのかファミリータイプなのかという点について精査をしていく必要があります。Place II立地ひとつとっても奥が深いです。

Product（物件の魅力）を上げる方法です。

また、敷金・礼金といった初期費用を抑えたりする工夫はPrice（家賃・入居条件）の部分にあたります。

募集図面のデザイン、写真の取り方、USP（ユニークセールスポイント）の発見と強調、あるいはポータルサイトやミクシィなどのSNS、YouTubeをはじめとした動画サイトの活用などPromotion（販促活動）の部分で検討すべき方法はいくつもあります。

移住・住みかえ事業のビジネスチャンス



一般社団法人 移住・住みかえ支援機構
専務業務役員・副代表理事 齊藤道生



たくさんのご協賛
ありがとうございます！

皆様こんにちは、移住・住みかえ支援機構（以後JTI）の齊藤道生です。

全国でたくさんの方々にご協賛いただくと共に、ひとかたならぬご高配を賜りまして誠にありがとうございます！

この度はVOL34に続いて紙面にスペースをいただきましたので、日頃からの感謝の気持ちやお客様の声、そしてこれからのJTIの展開などについてお話しさせていただきます。

心からの感謝！

設立後3年を経過したJTIは、皆様の深いご理解と力強いご協力をいただいて、6月18日現在約5600件のお問い合わせ、約2100件の会員登録、約220件の制度利用の申し込み、130件の入居募集、115件の入居契約成立物件という実績

を残すに至りましたので、ここにご報告をさせていただくと共に深く御礼申し上げます！

ハウジングライフ（住生活）プランナー（以後HLP）の方々とお客様の打ち合わせに何件か同席させていただきましたが、ご高齢の方々に優しく丁寧に制度説明をされている姿を拝見し、安心すると共にとても心強く感じました。

というのも、私自身100件近いお客様のカウンセリングを行い、「繰り返し、ていねいに、しっかりとご理解いただくまでご説明する」という基本的なことがとても大切だと実感していたからです。

これからも高齢者の身になって、血の通ったサービスを提供していただけますようお願い申し上げます！

HLPの取り組み

既に高齢者が集まる施設にチラシを置いたり、分譲地への投げ込みチラシにJTIの制度を

刷り込んだり、地方自治体とタッグを組んでコラボ企画を立ち上げたりしているHLPの方々もいらつしやいます！

まだこういった活動を開始していない方も、是非一度工夫してチャレンジしてみてください。

きっと今までとは違うステージのお客様から相談が入るはずです！

JTIでは皆様をサポートする制度として「マイホーム借上げ制度」の他に「適合住宅制度」や「賃貸併用住宅借上げ制度」等、新しい制度の開発と実施を段階的に進めております。

JTIの制度を利用して発掘できるビジネスチャンスやその事例については、9月より全国で順次開催される、賃貸不動産管理業協会 会員研修会の場合でも少し詳しくご紹介できると思います。興味のある方は事務局へお問い合わせのうえ、お近くの会場へお出かけ下さい。

次頁に、お客様からいただいた生の声やヒントをご紹介します。

《お客様の笑顔!》

たくさんのお客様から頂戴した生の声をいくつか紹介します。

- ◎長い間空家にしていて家が傷むのではと気になっており、管理も大変でしたが、JTIのマイホーム借上げ制度を知り、思い切って貸し出すことにしました。明るい家族にご入居いただき、妻とは「こんなことならもっと早く貸し出していれば良かった！」と話しています。本当に助かりました！
- ◎子供たちが独立し、主人にも先立たれ、気付けば毎日ボツンと一人。そんな生活から救い出してくれたのがJTIのマイホーム借上げ制度だったんです。今では同じ生活圏のバリアフリーマンションに移住し、子供や孫も遊びに来ますし、時々旧友を招いておしゃべりをしたりと楽しく生活しています。HLPの方がとても親切で、住みかえ先も一緒に探してくれました。JTIやHLPの方と巡り合わせていただいた神様に、心から感謝しています！
- ◎主人の定年を機に田舎暮らしを計画していましたが暗礁に乗り上げていました。そんな時JTIの記事を読み相談し、貸し出しを決意しました。同時に千葉で良い家が見つかったので、JTIの提携ローンを使い購入しました。30年前に建てた家が賃料を生み、ローンを返済してくれるとは考えもしませんでした。イチゴ畑に美味しい空気、こんな生活を実現できてありがたいと思っています！
- ◎やんちゃ盛りの子供が3人いると、普通のアパートでは肩身が狭い思いでした。不動産屋さん（HLP）の方がJTI賃貸住宅を紹介してくれたので、こんなに広い一戸建てで子育てできる様になりました。子供たちが庭で遊び、お財布にも優しい。家族みんなで喜んでいます！
- ◎田舎の両親を呼び寄せたくても子供がいて、前の家では不可能でした。不動産屋さん（HLP）がJTIの賃貸住宅を紹介してくれて、一目で気に入って即契約。3世代での生活を実現させてくれたHLPの方に感謝しています！



(有)リブシティの熊田社長(左)と制度利用者(いわき市)

様々な状況下のお客様もJTIの制度を念頭に、考え方次第でビジネスチャンスなり得るのです！

《気づきと道しるべ!》

皆様からいただいた声の中に数多くのヒントが隠れていました。

- ◎「空家」がお客様を笑顔にする起爆剤になると思ったことはありませんか？
- ◎大切にしてきた家が年金になると考えたことはありませんか？
- ◎地方自治体がパートナーを探していると思ったことはありませんか？
- ◎地域再生事業の推進役になろうと思ったことはありませんか？
- ◎老健施設や介護事業者から入所者所有不動産の処分を相談されていませんか？
- ◎脱サラペンションの処分を頼まれて困っていませんか？

お客様に笑顔をお届けしビジネスチャンスを広げることができるのが移住・住みかえ支援機構の「マイホーム借上げ制度」です。

お知らせ

会員研修会開催

9月から開催する会員研修会でJT担当者を講師に「マイホームの有効活用方策」をテーマに講演します。

研修会については、13ページをご参照ください。

全国各地の街角に浸透中の
「ハトマークチンタイ」ステッカー



(千葉県)



(三重県)



(京都府)

全国約4,200会員が結集し、
「ハトマークチンタイ」の
存在感を高めよう！

会員店の繁栄をサポートする “ブランド計画” 第2弾「物件検索サイト」

賃貸不動産管理業協会が進める PR 活動は、ステッカーの配布だけでは
ありません。現在、第2弾として鋭意取り組んでいるのが、インターネット
の活用。「ハトマークチンタイ」で検索すれば、全国の皆様の物件情報に
スピーディにアクセスできる“物件検索サイト”の構築です。消費者の
利便性を高めることで、「ハトマークチンタイ」のお店に対する信頼感は
一層増すものと確信しています。

「ハトマークチンタイ」が“全国ブランド”として確立するよう、
今後も協会は全力を注いでいきます。

※物件検索サイトは、2009 年 9 月上旬に公開予定です。



ステッカーを店頭に掲げて 集客力アップにつなげよう

「ハトマークチンタイ」が、“全国ブランド”
として認知されるということ。店頭ステッカー
をただ貼るだけでなく、オーナー様から「ここなら
安心して任せられる」と信頼され、消費者が
「ここで探せば、きっといい物件が見つかる」
と気軽に相談できる店になるということ。
それは、「ハトマークチンタイ」というフレーズ
が全国に浸透することから始まります。
先般、皆様にお届けしたステッカーは、その
ための重要なツールです。

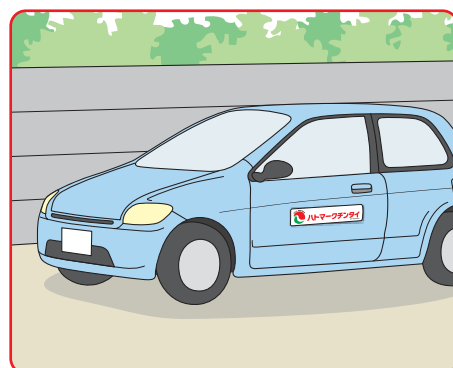
店頭用の横長ステッカーだけでなく、大小
のステッカーを物件募集の看板など各所に
貼っていただくことで、認知度は確実にアップ。
さらに、全国約 4,200 の会員の皆様が力を
合わせることで、その効果は絶大なもの
となります。

多様な使い方が可能なステッカー

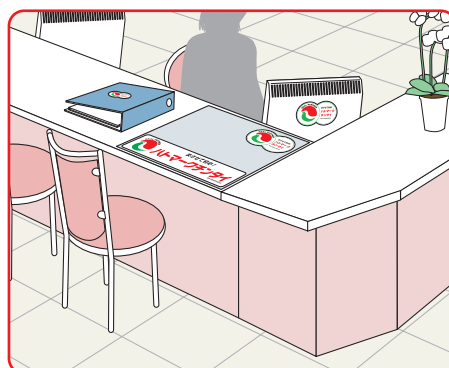
入居者募集看板に



営業車に



店内に



ウィンドウに



「ハトマークチンタイ」 全国ブランド計画

“このステッカーが貼ってあるお店なら安心！”
——そんな信頼感が全国に定着し、
会員の皆様の繁栄につながることを目指して、
「ハトマークチンタイ」の認知度向上を図る
プロジェクトが進行中です。

賃貸管理業、法制度化固まる

国土交通省は賃貸管理業務の明確化や適正な実施に向け、新たな法律を策定する。7月2日に開かれた社会資本整備審議会不動産部会でその方針を固めた。

新法では、賃料の徴収や契約更新、解約業務などを賃貸管理業と法令上位置付け、それぞれの業務について、事業者が守るべきルールを定め、行為規制を行う。

賃貸管理業務を行う事業者に対しては、業者登録制度を創設し、登録を義務化する方針。ルールに反した業者について、一定期間は管理業への参入を認めないといったイメージだ。審議会を通じて、2009年内に法体系をまとめ、2010年の国会に提出できる準備を整える。（7月7日号）

6,000戸超で過去最多 2008年定期借地権付き住宅供給

国土交通省の調査によると、2008年の定期借地権付き住宅の供給が、全国で6,373戸となり、1992年の定期借地権制度創設以来、過去最多を記録した。

特に、賃貸住宅が2007年の3,190戸から5,203戸に大幅増加。その要因として、国交省は、（1）都市再生機構の支援制度により、賃貸住宅用地が大量供給されたこと（2）大手ハウスメーカーによる定期借地権制度を活用した賃貸アパートが大量供給されたこと、を挙げている。

調査は2008年12月末日までに同住宅の供給実績があったと思われるJA全農など263の事業者・団体や116の公的主体を対象に、調査票などで実施した。（7月7日号）

2009年路線価、4年ぶりに下落

国税庁は7月1日、2009年分路線価を発表した。

そのうち、全国47都道府県の県庁所在都市の最高路線価は前年よりも下落した都市が39、横ばいが8で、上昇した都市はなかった。全標準宅地（約37万地点）の平均は1平方メートル当たり（以下同じ）13万7,000円となり、4年ぶりに下落した。

なお、最高路線価が最も高かったのは東京都中央区銀座5丁目の鳩居堂前で24年連続、3,120万円だった。（7月7日号）

● 認知度向上に注力 賃貸不動産経営管理士

賃貸不動産経営管理士協議会（伊藤博会長）は6月16日、第6回総会を明治記念館（東京都港区）で開いた。

総会後の懇親会で伊藤会長は、賃貸不動産経営管理士の登録が1万5,500人を突破したと報告し、「今後の課題は、資格制度の普及と社会的認知度の向上、資格者のフォローアップだ」と述べた。また、「賃貸管理業のニーズが高まっており、一段と役割が増していく」と期待を寄せた。

2009年度は全国8都市で基本講習を12回開く（定員は2,670人）ほか、登録及び移行講習を実施する。また、登録者のフォローアップ教育・支援業務の調査研究を行い、早期の実施に努める方針だ。（6月23日号）

● 年初来高値を更新 Jリート指数

Jリート全体の価格の動きを示す東証リート指数が6月22日、1月7日に付けた年初来の高値931ポイントを更新した。2008年10月初頭のリーマンショック後の高値932ポイント（12月19日）も更新し933ポイントとなった。

指数はその後4日間で約4%ほど上昇。6月26日に970ポイントと1,000ポイント台をうかがう勢いとなっている。

Jリートの比較的安定した運用実績を背景に、投資法人債の借り換えを円滑にする官民ファンドの構想などを受けて、信用リスクが後退していることが指数回復の要因と見られる。

スポンサーの信用力に問題があり、大きく値を崩していた銘柄の回復が目覚ましい。後継が決まらないままスポンサーが破綻した日本レジデンシャルは、3月に3万5,350円まで売り込まれたが、一時25万9,900円まで7倍以上の上昇となっている。（6月30日号）

● 1965年以来の最低値、30%減で6.2万戸に 5月住宅着工

国土交通省が6月30日に発表した建築着工統計調査報告によると、5月の新設住宅着工戸数は6万2,805戸となった。前年同月比で30.8%減小し、1965年以来5月としては最低。季節要因を調節し、年率に換算すると、75万8,000戸で、改正建築基準法の影響により71万戸台となった2007年8・9月に次ぎ、過去3番目に低い水準となっている。

利用関係別に見ると、持家は2万3,139戸（前年同月比14.9%減）、貸家は2万5,167戸（同33.3%減）、分譲住宅は1万3,066戸（同48.1%減）となっている。

分譲住宅は、一戸建てが6,888戸（同27.9%減）で1988以来5月としての最低値。マンションは6,130戸（同60.3%減）、1985年以来5月としての最低値で、31道県では着工がなかった。（7月7日号）

協会活動のご報告

①「ペット可物件セミナー」を開催

5月14日（木）に大阪、5月25日（月）に東京で「ペット可物件セミナー」を開催しました。第1部では「法的側面から見たペット可物件について」をテーマに、中島・彦坂・久保内法律事務所の久保内統弁護士にペット可物件を管理していくうえでの法的側面からみた注意点等を解説していただきました。第2部では「実務から見たペット可物件の注意点について」をテーマに、特定非営利活動法人アニマルワンの岩瀬晃透理事長に貸主に対してペット可物件への転換を提案していくためのポイントや成功事例等を解説していただきました。また、特別講演として「定期借家制度の現状と今後の普及について」をテーマに国土交通省住宅局住宅総合整備課担当官により解説していただきました。

※研修会に参加いただけなかった会員の皆様のために、本研修会の模様を収録したDVDを会員の皆様に有償にて頒布します。（裏表紙参照）

②賃貸不動産管理業協会第1回理事会を開催

賃貸不動産管理業協会は、6月4日（木）に平成21年度第1回理事会を都内で開催しました。同理事会では、平成20年度事業報告および決算報告が承認されました。



③賃貸不動産管理業協会 平成21年度「第2回事業推進部会」を開催

賃貸不動産管理業協会は「第2回事業推進部会」を7月9日（木）に開催しました。事業推進部会では、協会が現在行っている事業や今後の事業展開について活発に協議されました。

④賃貸不動産管理業協会 平成21年度「第2回運営委員会」を開催

賃貸不動産管理業協会は、「第2回運営委員会」を7月12日（日）に開催しました。同委員会では先に行われた事業推進部会等における検討内容を参考としながら、協会事業の今後の展開について審議されました。

研修会・賃貸不動産経営管理士「基本講習」のお知らせ

①会員研修会を開催します！

受講料無料

賃貸不動産管理業協会は、会員を対象とした会員研修会を本年9月～11月にかけて全国10会場で開催します。開催概要は以下のとおりです。是非ご参加いただき実務にお役立てください。

※参加申込書は、会員の皆様宛に後日ご送付いたします。

■研修テーマ（全会場共通）

第1部「家賃滞納への対応と管理業者としてのコンプライアンス」

講師：佐藤貴美弁護士

第2部「マイホームの有効活用方策～一緒に賃貸マーケットを変えよう～」

講師：一般社団法人 移住・住みかえ支援機構（J T I）斉藤道生専務業務役員・副代表理事

■日程 【前期】申込開始日（予定）8月1日（土）午前9時～

開催日	会場	定員
9月9日（水）	大阪・チサンホテル新大阪	200名
9月17日（木）	愛知・AP名古屋	150名
9月18日（金）	広島・ホテルニューヒロデン	150名
9月25日（金）	北海道・北海道自治労会館	250名
9月29日（火）	東京・よみうりホール	1,100名

【後期】申込開始日（予定）9月1日（火）午前9時～

開催日	会場	定員
10月21日（水）	福岡・アクロス福岡	200名
10月30日（金）	石川・石川県不動産会館	100名
11月6日（金）	宮城・ハーネル仙台	120名
11月13日（金）	浦添産業振興センター	120名
11月18日（水）	香川・アルファあなぶきホール	120名

②賃貸不動産経営管理士「基本講習」後期の日程について

平成21年度賃貸不動産経営管理士「基本講習」後期分の日程をお知らせいたします。

【8月5日（水）午前10時申込開始分】

回数	日程	会場	定員
第6回	10月5日（月）～6日（火）	札幌・北海道自治労会館	200名
第7回	10月13日（火）～14日（水）	東京・全国都市会館	290名
第8回	10月22日（木）～23日（金）	仙台・ハーネル仙台	120名
第9回	10月26日（月）～27日（火）	広島・RCC文化センター	120名

【9月9日（水）午前10時から申込開始分】

回数	日程	会場	定員
第10回	11月4日（水）～5日（木）	東京・TFTビル	300名
第11回	11月11日（水）～12日（木）	大阪・チサンホテル新大阪	240名
第12回	11月19日（木）～20日（金）	名古屋・明治安田生命ホール	200名

詳しい内容は賃貸不動産経営管理士協議会ホームページ（<http://www.chintaikanrishi.jp/>）でご確認願います。

活 動 予 定

①対外的PR企画 第2弾！

「ハトマークチンタイ」物件検索サイトの構築について 9月スタート予定

賃貸不動産管理業協会では、本年度の重点事業として会員の皆様が消費者等に対してアピールし業務のバックアップをしていくため、対外的PRに注力しています。

その第1弾として前号(37号)会報誌の発送の際「ハトマークチンタイ」ステッカー(8・9ページ参照)を同封させていただきましたが、このたびPR企画の第2弾として、会員の皆様の物件情報を掲載する物件検索サイト「ハトマークチンタイ」を現在構築中です。

このサイトは、(社)全宅連が運営する物件検索サイト「ハトマークサイト」の賃貸物件から、会員の皆様が掲載している物件情報を集約し「ハトマークチンタイ」サイトとして消費者等に提供していくものです。会員の皆様がお持ちの賃貸物件情報を消費者により広くPRする場を提供することが狙いです。

「ハトマークチンタイ」サイトはこちら ⇒<http://www.hatemark-chintai.jp>

②対外的PR企画 第3弾！

「ハトマークチンタイ」フラッグの配布 9月発送予定

対外的PR企画の第3弾として店頭掲示用「ハトマークチンタイ」フラッグを製作しています。このフラッグを、先般お送りした「ハトマークチンタイ」ステッカーとともに、店頭や店内に掲示していただくことで、お客様へのトータル的なPRとなることを狙ったものです。お客様への総合的なPRツールとして是非ご活用ください。



③賃貸不動産管理業協会ホームページをリニューアルします！

9月リニューアル予定

賃貸不動産管理業協会のホームページをリニューアルします。これまで会員の皆様にご利用いただいていた「領布物のご案内」「書式ダウンロード」「会報誌バックナンバー」等のサービスはそのままに、より見やすく使いやすいホームページとなるようデザインを一新します。

④法律相談のご案内 会員限定・無料

当協会では、会員限定のお電話による法律無料相談を開催しています。賃貸管理に関するトラブルやご質問等に対して顧問弁護士が対応いたします。(予約不可、1件15分以内とさせていただきます)

8・9・10月の開催日は以下のとおりです。(隔週月曜日開催)

【8月】8月3日(月) 8月17日(月) 8月31日(月)

【9月】9月14日(月) 9月28日(月)

【10月】10月13日(火) 10月26日(月)

[相談時間] 午後1時～午後4時 ※午後2時30分頃まではお電話が繋がりにくい場合がございます。

電話番号 03-3865-7031

次号から会報誌の紙面を刷新します！

次号から会報誌の紙面を刷新する予定です。表紙のデザインを一新するほか、オーナーや借主向けの情報提供ツールや法令解説コーナー、新コーナー等、皆様の業務に役立つような企画を検討しています。
※なお、これまでの右開きから左開きに変更となる予定です。

サポート事業のご紹介

会員の皆様に効率的な賃貸不動産管理業務を行っていただくため、スケールメリットを活かした賃貸不動産管理業務サポート事業を紹介させていただきます。

①家賃保証

【個人向け】

連帯保証人による人的保証に代わって、居住用賃料債権（家賃、共益費、駐車場料金等）に対して債務保証を行うシステムです。

【法人企業向け】

「社宅保証プラン」は、法人企業が賃貸物件を社宅として借り上げる際に一定の保証料を支払うことにより、入居の際の信用保証が受けられます。

「事業用賃貸借家賃保証プラン」は、店舗や事務所等の事業用賃貸借物件への入居を希望する法人企業が保証料を支払うことにより、入居の際の信用保証が受けられます。

②夜間・休日サポート

入居者からの夜間休日の電話に対応できる窓口を本会会員で共有することでスケールメリットを活かし、1戸当たり42円で利用していただくことができます。管理物件ごとの登録になりますので、1棟からご利用いただけます。

③家賃集金代行

賃借人の指定口座より月々の家賃等（共益費、管理費等）を引き落とし、毎月末（前家賃）に管理会社の口座に振り込むシステムです。家賃集金代行手数料は、毎月の引落とし金額の1.3%です（うち0.1%は、管理業者に還元）。この代行手数料の負担者は（1）賃借人負担（2）賃借人と管理会社の折半による負担（3）管理会社負担、の3パターンから選択していただきます。また、このシステムを利用するために、賃借人はクレジットカード（CFKカード）を作成していただく必要があります。賃借人の家賃引落とし口座の残高が不足していても6カ月間は提携企業（株）アプラスが家賃等の立替払を行います。

④宅建ファミリー共済 （少額短期保険）

賃貸物件入居者向けの家財・什器備品補償や賠償責任補償等を行う少額短期保険です。「賃貸住宅用」の他、「賃貸事務所・店舗・飲食店用」があり、賃貸住宅用の保険料は、家財保険金額により、12,000円から設定しています。

⑤賃貸管理業賠償責任保険

賃貸不動産管理業協会に入会すると自動的に被保険者となる損害賠償責任保険です（保険掛け金は、年会費に含まれております）。

会員サポート事業に関する詳細事項は、ホームページをご参照願います。

HP <http://www.chinkan.jp/>

実務研修会

「ペット可物件セミナー」収録DVDを販売

会員限定!

本年5月に東京・大阪で開催した実務研修会「ペット可物件セミナー」の様態を収録したDVDを販売します。
※平成21年5月25日(月)東京会場(TFTビル)の様態を収録したものです。



タイトル

「ペット可物件セミナー」

収録内容

第1部「法的側面から見たペット可物件について」(87分)

講師:中島・彦坂・久保内法律事務所 久保内 統弁護士

第2部「実務から見たペット可物件の注意点について」(82分)

講師:特定非営利活動法人アニマルワン 岩瀬 晃透理事長

販売価格

3,000円(税込)

※別途配送料(全国一律500円)をいただきます。

※10セット以上購入の場合、別途追加送料をいただきます。

セット内容

- 研修会収録DVD 1枚
- 「早わかり! ペット可物件ガイドブック」1部
- 補足レジュメ



購入方法

- ①以下の申込書に必要事項をご記入の上、ファックスにてお申し込みください。
- ②折り返しファックスにてご入金口座およびご請求額をご連絡いたします。
- ③ご入金が確認でき次第、商品を発送いたします。

ファックス申込書

お申込先 FAX: **03-5821-7330**

会員番号:	申込日: 平成 年 月 日	申込枚数: 枚
送付先: 〒		
フリガナ		
会社名:		部課名:
ご担当者名:	印	TEL:
		FAX: