

明海大学 不動産学部

不動産の不思議

学生たちの視点と発見

第202回

【学生の目】

日本の人口は10年から減少に転じ、今後は世帯数も減少すると予想される。需要の減少が進むなか、賃貸住宅供給は活発で、空き家が増加している。民間の賃貸住宅はおよそ1500万戸あり、住宅ストックの約25%を占める一方、空き家の約6割は民間賃貸住宅とされ、空き家率の高さが際立つ。

住宅セーフティネット法の改正、住宅宿泊事業法の施行、ITを活用した重要事項説明など、賃貸住宅の流通や管理に関するビジネスモデル



高橋 佑介
大学院1年

賃貸アパートの情報発信

が見直されているが、経営の中核である賃借人の確保では、入居者を取り合う、「ゼロサム」状態に陥っている。

私たち学生や一般の人が賃貸住宅を探したいと思い、インターネット上で「(地域名) アパート」と検索しても、表示されるのは主に媒介業者のウェブサイトである。マンションやオフィスビルのプロモーションウェブサイト(専用サイト)は見か

物件専用サイトが必要では

けるが、個別アパートの専用サイトを見かけることは皆無といっている。何故か。

まず不動産の経営は副業で、本腰を入れていかもしれない。次にインターネットの利用に苦手意識があるかもしれない。さらに媒介業者にまかせ切っているのかもしれない。そして相続税対策として建てる

心がないのかもしれない。加えて規模の小さい物件に手間暇はかけられないと考えるかもしれない。

ネット上のアパートの図面を眺めても、知識の乏しい学生や一般人はそれがどのようなものなのか判断することは難しい。結果として、駅からの距離や家賃、築年数などの一般的な指標で判断せざるを得ない。不完全な情報しか得られない市場では、立地の悪い物件や見かけ上の数値が劣る物件は、実質以上に競争力を失って「見かけ上の負け組」になり、やがて「本当の負け組」になっ

てしまう。この悪循環を断つ必要がある。

所有する賃貸住宅が「見かけ上の負け組」にならないために、オーナーは自ら情報を提供して市場の不完全性を補完する必要がある。良好に管理された共用空間、魅力溢れる専用空間、快適の居住を演出する屋外空間など、魅力を伝える専用サイトを立ち上げることが有効だ。消費者



若者向けの賃貸アパートの室内

が媒介業者のウェブからではなく、専用サイトから必要十分な情報を入手できれば不安感も和らぎ、IT重説も混乱なく受け入れられる。

【教員のコメント】

賃貸住宅経営は所有者、流通業者、管理業者がそれぞれ役割期待を果たし、協働して成り立つ。三者が正三角形をなすことが正解だが、三角形はいびつだ。所有者の経営意識不足も目立つが、経営体であればホームページは必要不可欠である。