

不動産投資は
空室物件を満室にして
超高値で売りなさい

尾嶋健信 空室対策コンサルタント
Kenshin Ojima



不動産投資・賃貸経営は
満室がすべてを解決します

- ①外資系サラリーマンYさん（42歳）
- ②三重県松坂市 鉄骨造（1R） 平成3年築
- ③地主の自主管理で、塩漬けで募集

空室率

57%
(28戸中16戸空室)

設備を整え、物件の状態をリセット、
賃貸営業マンに物件を覚えてもらう

4カ月で

満室

以後は満室維持、
たっぷりの家賃収入を得て5年後に売却

売却価格

購入時6800万円の物件が
1億1000万円に！

- ①職業・年齢
- ②保有物件の詳細
- ③当時の空室状況

- ①勤務医Jさん（38歳）
- ②東京都墨田区 RCMマンション（3LDK&2LDK） 平成5年築
- ③地元の経営管理会社にて漫然と募集

空室率

42%
(12戸中5戸空室)

管理会社と物件名称の変更↓賃貸営業マンに再生PR
2LDKにリノベーション中だったが、3LDKでも
決まるとわかり、必要最低限のリフォームに

3カ月で

満室

以後は満室維持、
たっぷりの家賃収入を得て3年後に売却

売却価格

購入時9500万円の物件が
1億4500万円に！

- ①公務員Oさん（40歳）
- ②北海道札幌市厚別区 鉄骨造（1LDK） 平成8年築
- ③購入から半年間、内見すら取れず

空室率

50%
(12戸中6戸空室)

ライバル物件との差別化のためペット可にして、設備を見直す。ペット可は退去抑制にもなった。

1カ月で

満室

以後は満室維持、

たっぷりの家賃収入を得て2年後に売却

売却価格

購入時6800万円の物件が
9500万円に！

- ①中小企業社長Uさん（36歳）
- ②東京都八王子市 SRC造（1R&2店舗） 平成7年築
- ③高値づかみにより、キャッシュが回らず

空室率

24%
(42戸中10戸空室、1店舗空き)

モデルルームの設置&ライバル物件との差別化で入居率アップ。満室対策で入居年数の長期化に成功

4カ月で

満室

以後は満室維持、

たっぷりの家賃収入を得て4年後に売却

売却価格

購入時2億4800万円の物件が
3億2800万円に！

- ① I系サラリーマンFさん(54歳)
- ② 愛媛県松山市 RC造(1K) 平成元年築
- ③ 学生がターゲットのため3月に決まらないうと1年近く空室が続く

空室率

33%
(30戸中10戸空室)

ターゲット層を全般的に見直し
閑散期でも決まる物件に変貌

4カ月で

満室

以後は満室維持、
たっぷりの家賃収入を得て5年後に売却

売却価格

購入時**8500万円**の物件が
1億800万円に!

"尾嶋流" 満室術&
売却術とは...

着実な家賃収入

+

爆発的な売却益



基本的には「保有」で稼ぎ

ベストのタイミングで「売却」!

どちらでも確実に儲ける2点張り投資

はじめに……インカムゲインだけで終わるとソンをする

本書を手にとっていただきまして、誠にありがとうございます。

空室対策コンサルタント尾嶋健信おしまけんしんと申します。

私は2010年に独立をして以降、実に400人以上のサラリーマン不動産投資家さんに対して、のべ6000件、トータルで5500室を超える空室を満室にして参りました。中には計画通り不動産投資の結果を出し、サラリーマンを卒業された方も多数おります。また、その過程を本の出版を通して公開され、その後、コンサルタントとして独立され成功された方も多数おります。

1997年に執筆されたロバート・キヨサキの「金持ち父さん貧乏父さん」に感銘を受けた不動産投資家がインカムを得ながら物件を買い進めていく……そこにはインカムありきで、売却を前提としていませんでした。それが今までの日本の不動産投資の一般的な考え方でした。

ところが、現在の潮流はそういう状況ではないようです。

私は現在、札幌から熊本まで2500室前後の物件を管理しております。ですが、年間に多い時で500室、平均200室ほど物件が入れ替わっています。

つまり、年間平均8%ほどの不動産投資家さんが売却している、ということなのです。

売却した不動産投資家さんは、銀行への借金の完済、税金の支払いのうえ、残った資金を元手に次の物件を買い進めて、規模を更に拡大していくのです。中には10億円以上の借り入れをして「メガ大家さん」と呼ばれている人も多数見てきました。

私は空室対策コンサルティングの相談だけでなく、売却の相談も受けるようになり、そのうちに空室を満室にして満室経営を維持しながら、同時に売却のご提案をするというインカムとキャピタルを得る2点張りの投資手法が標準メニューとなりました。

売却の相談を受ける中で感じているのは、1つの指標として2020年東京五輪があるということ。多くの投資家さんは「東京オリンピックまでに売り抜けてキャピタルゲインを得たい」そして、「2020年以降は（新しい物件を購入して）インカムを増やし

ていこう」と考えています。

そのため、本書では空室物件を満室にして超高値で売却する方法をお伝えします。もちろん売却だけでなく、長期保有を前提とし、より空室を減らして高稼働させたい投資家へ向けての満室ノウハウでもあります。

具体的には物件を購入直後の不動産投資家さんが物件を満室にする（第1部）、その後、満室経営を維持する（第2部）、そして、物件を売却する（第3部）ノウハウを、アパート、マンション、戸建て、区分などどのような不動産でも使えるように分かりやすく書きました。

本書を読むことで何か1つでも学びがあり、実践していただけると嬉しく思います。

はじめに

第1部

序章

【ガラガラ物件を満室にする方法 空室対策編】

なぜ空室が埋まらないのか？を徹底的に検証しよう！

40%超え？ 大空室時代の空室対策……………20

空室が決まる要素 「満室トリガー」とは？……………30

空室を埋める「満室スターチャート」……………31

満室スターチャートを使って空室をなくそう！

満室スターチャート（記入編）……………34

自分に大家力とチーム力があるかを検証しよう

大家力1 時間管理……………41

大家力2 成功回避不可能システム……………41

1章

2章

決めパターンを持てば退去前に空室は埋まる！

あなたの物件ごとの決めパターンを作ろう……………124

決めパターンによるPDCAを確立しよう……………129

大家力3	1Tリテラシー……………	43
大家力4	情報の収集力・断捨離力……………	46
ソフトを検証しよう		
満室トリガー1	俯瞰思考……………	48
満室トリガー2	募集条件……………	51
満室トリガー3	募集対象……………	58
満室トリガー4	物件のネーミング……………	60
満室トリガー5	USP……………	64
ハードを検証しよう		
満室トリガー6	現地看板……………	66
満室トリガー7	エントランス・共用部分……………	67
満室トリガー8	キーボックス……………	72
満室トリガー9	室内写真……………	74
満室トリガー10	モデルルーム……………	81
満室トリガー11	リフォーム、カラーコーディネート……………	83
マーケティングを検証しよう		
満室トリガー12	マイソク……………	93
満室トリガー13	情報誌……………	95
満室トリガー14	賃貸情報サイト制覇の法則……………	97
満室トリガー15	ポータルサイトの特集記事……………	97
満室トリガー16	家主自ら募集(ウチコミ!・ジモティ)……………	100
満室トリガー17	ライバル物件……………	102
満室トリガー18	客付業者……………	115
満室トリガー19	エース営業マン……………	116
満室トリガー20	FAX・メール・コール営業……………	117
満室トリガー21	業者訪問……………	122

第Ⅱ部

3章

【退去者を出さない方法 満室対策編】

- 一番カンタンな空室対策それは入居者が出て行かないこと！
- 不動産管理会社の日常業務を知るう……………134
- 物件の社長としての日常業務の定点チェック……………137
- 満室ライフサイクルチャート……………138

4章

満室ライフサイクルチャートで管理会社と強固な絆を作ろう！

- 入居者審査はあなたがしつかりチェック……………141
- 家賃管理は仕組みをつくってチェック……………147
- クレーム対応で信頼残高を高めよう！……………150
- クレーム対応の実践ノウハウ……………153
- 更新・再契約は、あなたの評価と直結する……………156
- 定期借家契約の基本3原則……………161

5章

完全遠隔操作の満室経営を達成しよう！

- 敷金精算トラブルは賃貸経営の不満の発露……………167
- WINWINとなる敷金精算の方法……………172
- 満室ライフサイクルチャート(記入編)……………177
- 満室トルネードチャート……………182
- 最速であなたの物件の問題点をクリアしよう！……………185
- 世界中どこにいても「完全遠隔満室経営」……………186
- あなたは入居者をしつかり見ていますか？……………187

第Ⅲ部

6章

【満室物件を高値売却する方法 出口対策編】

- インカムを得ながらキャピタルを狙う2点張り投資法
- 満室経営を維持して確実にインカムを得る……………190

7章

- 満室経営をしながらキャピタルを得る……………191
- あなたの物件を高値売却しよう！……………193
- 出口戦略の基本の考え方「高く売れる時に売る」……………194
- 2点張り投資法はこれからの標準……………195

売却利益のキャッシュで物件を買い進める！

- 高値売却の流れ……………196
- 物件売却活動において準備するもの……………200
- 高値売却するための不動産会社の選び方……………203
- 売却はどの不動産会社を選べばよいか……………207
- 不動産会社との契約方法……………211
- 「売り逃げ」ではなくWINWINで嫁に出す……………215

おわりに

編集協力…布施ゆき
企画協力…小山睦男（インブルー）

ガラガラ物件を満室にする方法

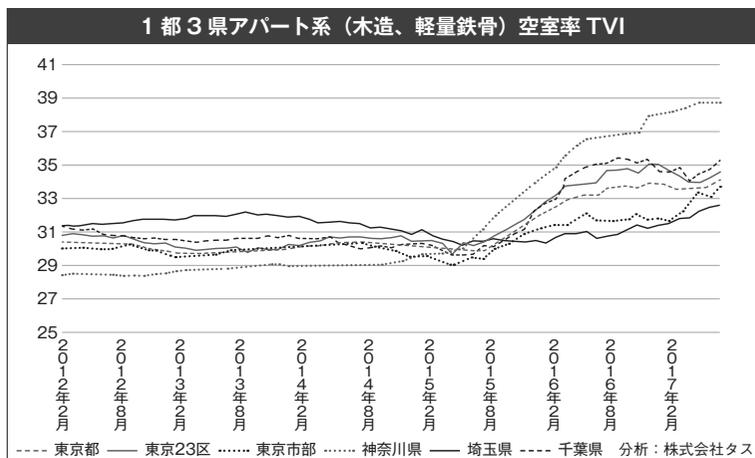
空室対策編

第

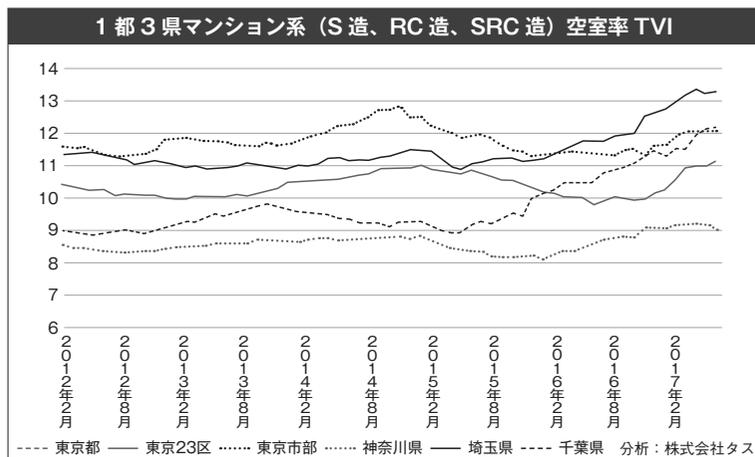
I

部

●序-1 (「賃貸住宅市場レポート」2017/3/31)



●序-2 (〃)

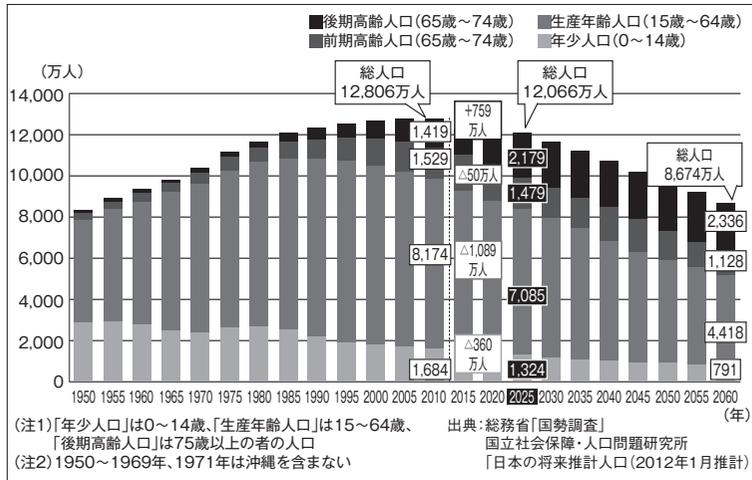


40%超え？ 大空室時代の空室対策

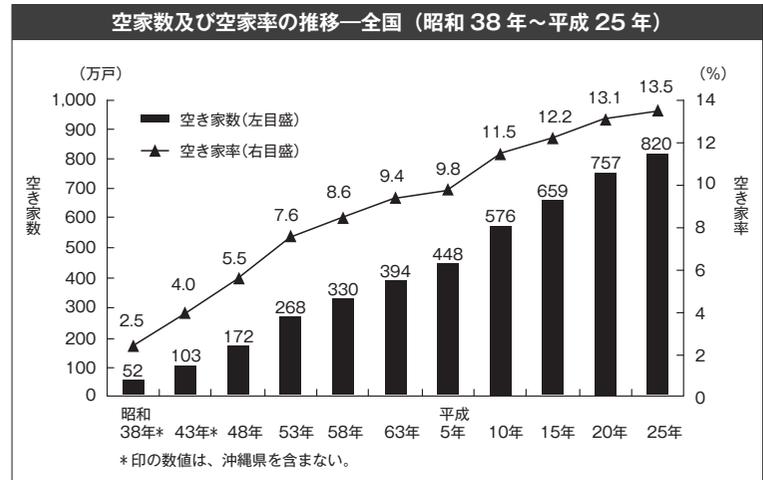
【序章】なぜ空室が埋まらないのか？を徹底的に検証しよう！

まずは、日本全国に蔓延する深刻な空室問題について考えてみたいと思います。
 序・1、序・2、P 22の序・3は全国の空き家率と関東圏の賃貸物件の空室率を表した推移表です。全体的に右肩上がりなのが見て取れるかと思えます。つまり、賃貸物件も空き家もどんどん空室になっていっているのです。一説では全国の空室率は40%を超えるだろうと言われています。

●序-4 (2030年以後は、毎年100万人ずつが減少予想)



●序-3【国土交通省「住宅経済関連データ」(平成27年度)】



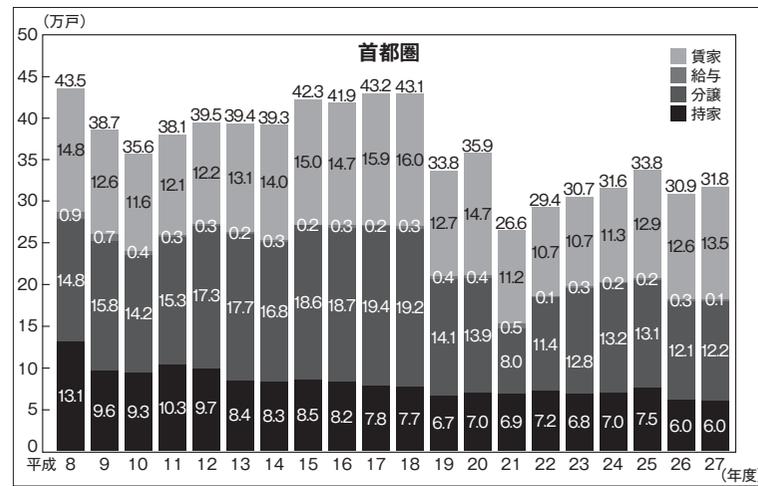
このような空室の理由は主に3つあると考えられます。

1つは、「人口更には世帯数の減少により賃貸住宅の需要が減少したこと」です(序・4)。日本の人口は2010年をピークに既に減少期に入り、2030年以後は、毎年100万人ずつの人口が減少すると言われています。

人口が減少しても、核家族化により世帯数が増えておりましたが、こちらも現在は減少しております。

全国の深刻な空室問題
昭和38年より右肩上がりとなっている

●序-5【国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」(2012年1月推計)】



(注1) 「年少人口」は0-14歳、「生産年齢人口」は15-64歳、「前期高齢人口」は65-74歳、「後期高齢人口」は75歳以上の者の人口
 (注2) 1950-1969年、1971年は沖縄を含まない

2つ目は「過剰な新築建設」です。先述したように、人口減少で家を借りるニーズが無いのにどんどん新たに賃貸物件が建設されています(序・5)。

これは、不動産を人に貸すことによって相続税の課税対象の評価額が大きくなることから、「相続税の節税対策」として地主のニーズがあるのと、新築アパート・マンションを建てることとがミッシュンであるハウスメーカーのニーズ、この2つがマッチしていることが原因です。

3つ目は「大家の努力不足・モチベーション不足」です。

確かに全国の空室物件は増え続けています。しかし、それはアパート・マンションが、1つ目と2つ目の要因により、平均的に空室になっていくわけではないのです。

私は全国の空室をコンサルティングしてきましたが、満室稼働している勝ち物件と全空りに近い負け物件に二極化しています。これは今後、更に差が開いていくでしょう。しっかりと空室と向き合い、真摯に、愚直に賃貸経営をしている不動産投資家と、そうでない不動産投資家にはつきりと分かれているのが現状なのです。

そして、その負け物件を勝ち物件を経営している不動産投資家が安値で買い再生する……、このような循環が起きている現状があります。

あなたは勝ち物件の不動産投資家になりたいですよね？
 だからこそ、本書を手にとられたのだと思います。
 それでは、なぜ、あなたの空室物件には入居者が付かないのでしょうか。

まずは、その原因を考えてみましょう。私が多くの人々と接して感じた空室の原因の根底をまとめると以下につきまします。

- ① 所有物件の所有者としてリーダーシップを持って経営していない
- ② 現地の管理会社に運営を丸投げしている
- ③ 信頼できるチームができていない

こうした原因を踏まえて、物件成約に至る公式は次となります。

物件成約に至る公式

ハード（物件そのもの）×ソフト（募集条件設定）×マーケティング（情報拡散）
×内見者数

ハードとは、文字通りハードウェアのことで、賃貸不動産では、外観、エントランス、ゴミ置き場から部屋の設備内装、リフォームの状態を含めた物件そのものを指します。ソフトに関しては、賃料設定などの募集条件設定です。

そして、物件情報をインターネットに載せ、客付業者にあなたの物件を知ってもらうように情報を拡散させること。これがマーケティングです。

その上で、物件を見に来てくれる内見者が増えないと、成約には結び付きません。およその目安ですが、中古物件では5回の内見で1件の成約、新築物件では3回の内見で1件の成約といわれています。

一口に内見者数といっても、じつは内見には2種類があり「意味のない内見」と「真の内見」に分かれます。

真の内見とは、「入居希望者が特定の物件に問い合わせをして、内見した回数」と「営業マンが特定の物件に決めるつもりで、内見者を案内した回数」です。

それ以外は、「意味のない内見」であり、管理会社のパフォーマンスでしかありません。あなたから「なぜ入居者が決まらないのか」と追及されたときのエビデンス（証拠・根拠）です。また、仲介業者の営業マンの立場からすると、他の物件に決めるための「当て馬」として内見していることもあります。

そもそも入居者が引越しを決意する理由を考えてみましょう。理由は入居者それぞれがその緊急性も関わってきます。

たとえば、結婚や同棲するために2人暮らしができる部屋に移りたいというケース、あるいは、お子さんの成長や進学を考えて引っ越すというのも動機の1つです。更には最も緊急性の高い事情としては転勤があります。仕事に絡んでいえば、求職中の入居者もいます。

さて、入居者の契約には、先述の緊急性を含めて、次の公式が成り立つと考えています。「希望条件の7割」とは、入居希望者は極めて漠然としたイメージの中で物件を選んでいくということです。不動産業界では、住まいを探すときの希望条件については、住宅売買の場合7〜8割の条件を満たしていれば購入するといわれ、賃貸の場合は6〜7割くらいといわれています。

緊急性を含めた成約に至る公式

緊急性×希望条件の7割×営業マンの論理を超えたパッション

更に、賃貸営業マンの力もあなどれないものです。入居希望者は不動産業者を何店舗か回ると、営業マンの印象を覚えます。そして物件の印象と合わせて、営業マンの印象で決めている部分があります。

基本的には、成約の決め手は「物件の力」ですが、じつは営業マンの手腕がものをいうケースも多いのです。数多くの入居希望者と接している営業マンは、「この入居希望者には、あの大家さんの物件が合っている」という直感が働きます。

入居希望者にどんな物件が希望なのか、ヒアリングをしながら大家さんの物件、大家さんの顔を思い浮かべ複数の候補を出します。そのとき、希望と完全に合致しなくても物件を勧めるケースもあるのです。

「条件通りの設備ではないけれども、静かな環境で駅にも近いですよ」「キレイに修繕された部屋ですよ」と入居希望者の背中を押すのです。

この場合、入居希望者のことを考えずに、強引に決めさせる営業マンは論外ですが、信

頼された営業マンであれば、入居希望者も納得の上で、成約につながる確率は高まります。



空室が決まる要素 「満室トリガー」とは？

物件成約に至る公式として、「ハード×ソフト×マーケティング×内見者数」の掛け算について説明しました。空室を埋めるためには、それらの相乗効果が必要です。

そしてひと口に「ソフト」といっても、「募集条件の設定」「対象入居者」「物件の名称」などといった、さまざまなパーツから構成されます。

そのパーツを本書では、「満室トリガー」と呼びます。「トリガー」とは「引き金」のことで、そこから派生して、ある出来事や反応を引き起こす「きっかけ」「要因」を意味します。つまり、「満室トリガー」とは、満室を引き起こすきっかけのことです。

さて、ここでお気づきでしょうか？

この「満室トリガー」は、空室を埋める確率を高めるために存在します。私自身は「実

は空室対策は確率論なのだ」と考えています。感性ではなく理屈で埋める空室対策なので

す。本書では、感覚で埋めるという考え方は一切排除した確率論による空室対策を提唱したいと思います。



空室を埋める 「満室スターチャート」

ここまで理解してもらったところで、あなたの空室物件を感性ではなく理屈で満室にする「満室スターチャート」を紹介します（P 33の序・6）。

このチャートは、「ソフト」「ハード」「マーケティング」「大家力」「チーム力」の5つの要素で成り立っています。その5つの要素が、あなたの空室物件を満室にするのに必要なパーツです。

次章からは、「満室スターチャート」を構成するパーツである満室トリガー1つ1つを、具体的に解説していきます。

●序-6 (満室スターチャート)



また、私が実際にコンサルティングをした事例も随所に紹介しますので、併せて参考にしてください。

第1部を読み終える頃には、あなたの賃貸経営事業者としての空室対策の知識は蓄積されていき、その知識を実行に移すことで、満室が望めるはずです。どうぞ、賃貸経営事業者としてより大きな成長を目指し、次からの章を楽しみに読み進めてください。