オーナーにもたらす利益の最大化が目標

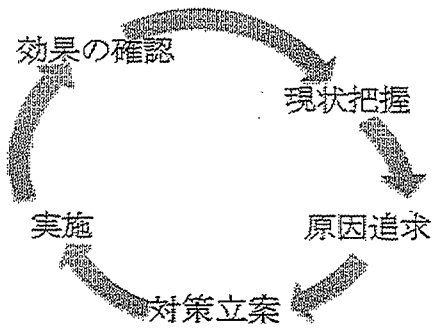
CPM®がもたらす
高い職業倫理とプロフェッショナルスキル
第3回

経済学と収益不動産経営の知識が必須

IREM®（全米不動産管理協会）が提供しているCPM®（公認不動産経営管理士）は、賃貸市場での物件のポジショニング（位置付け）を分析して、稼働率と家賃の最大化を計る戦略を検討し、それを達成していきます。

そしてCPM®は、常にオーナーの利益の最大化を使命とし、オーナーが求める目標を達成するのです。目標が具体的であればあるほど、その達成の可能性は高くなるので、具体的にさせることは重要な業務と言えます。

その目標を達成するためには、まず現状把握を丁寧に行います。希望（目標）と現実のギャップを明確にすることで、何が原因なのか、どうすれば改善できそうなのかを検討します。改善提案



が考えられれば速やかに実行し、効果（結果）の確認をします。

「目標はSMART（スマート）に！」と言われるように、「目標はより具体的（Specific）に、測定可能（Measurable）で、チームメンバーの合意（Agreed upon）を得て、現実的（Realistic）に可能なものを、期限（Timely）を決めて行う」ことが大切なのです。

これらのステップを踏まずに実施していても、何が良くて、何が悪いのかの判断すらできなくなります。

現状把握→原因追求→対策立案＝改善提案→実施・効果（結果）の確認（＝現状把握）

俗に言われる「P→D→C→A→P」をまわすわけです。決して真新しいことではないのですが、この「当たり前」のことを「当たり前」に実施しているためには「市場分析」が必要になります。

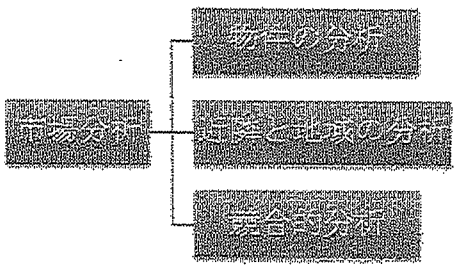
市場分析には大きく分けて3つの分析がありますが、過多ではないのです。

1．物件の分析　2．近隣と地域の分析　3．競争的分析　です。

1．「物件の分析」では、物件そのものの場所、面積、仕様、外観などにより、いきるだけの吸収力はあるのかなどです。

2．「近隣と地域の分析」では、当該物件が競合する狭い地域＝近隣と、近隣よりは広い経済や行政区分されている地域の状況を把握します。

その地域などが経済の循環状況（成長→成熟→衰退→復興）のどこに属しているのか、地域的に物件の開発が進んでいるのか、土地の価値はどうなのか、土地の価値はどうなのか（上昇傾向・維持傾向・下降傾向）、人口統計的に世帯構成はどうなのか（世帯人数や年齢層の把握）、人口は増えているのか、収入層はどのレベルなのか、どういった効果があるのか、どうしてそのリフォームプランが良いのかも分からず不安だからです。オーナーにとって、金額の多少にかかわらず、リフォームをするということは追加の投資をすることに他なりません。



執筆：新部市総合管理株式会社
右手　康登社長

「1」と同じように分析して、長所短所を明確にして特徴を把握します。

また、広告では判断できない契約条件などの情報を調査していきます。

ここでは簡単に「市場分析」の概念を羅列しましたが、これらの情報をベースにして、「賃料の査定」をすることになります。この市場ではいくらまでの賃料を支払うことができるのか、いくらを超えてしまうと容認されなくなるのか、などを検討していきます。

市場分析をすべきなのは、賃料の査定時だけではありません。オーナーに、リフォーム提案をはじめさまざまな改善提案をすることがあります。

この場合にも、まずやって頂きたいのがこの市場分析なのです。

例えばリフォーム提案の場合、目的はリフォームそのものではありません。収益改善やオーナーの目標達成こそが目的です。しかし、市場分析をやらずに、「こういったプランでリフォームしましょう！　工事費用は○○万円です」といっただけの提案が多いように感じます。これでは、オーナーはYESと言わないでしょう。なぜリフォームをする必要があるのか、リフォームによってこの場合、まずやって頂きたいのがこの市場分析なのです。

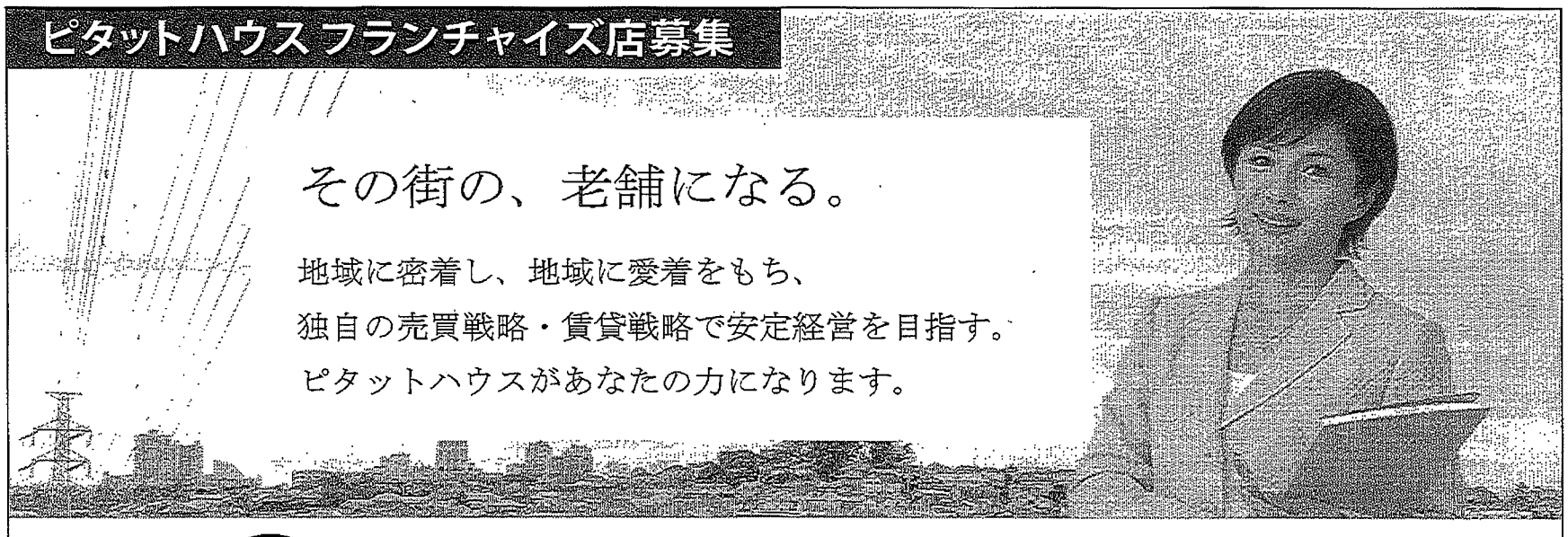
物件の利益の最も基礎となる部分は「家賃収入」ですが、その賃料を決めることは意外に難しいことではないかと思います。特に、1000円、2000円の差をつけるときには何を基準に判断するのでしょうか。このように物事を判断していく際の基準（＝指標）を持つということも、CPM®のテーマになっているポイントであります。

ここでは家賃設定をするのか、土地の価値はどうなのか（上昇傾向・維持傾向・下降傾向）、人口統計的に世帯構成はどうなのか（世帯人数や年齢層の把握）、人口は増えているのか、収入層はどのレベルなのか、どういった効果があるのか、どうしてそのリフォームプランが良いのかも分からず不安だからです。オーナーにとって、金額の多少にかかわらず、リフォームをするということは追加の投資をすることに他なりません。

だからこそ、その投資の意味や効果を正しく掴むためには、経験や勘といったものだけはなく、市場分析が必要になるのです。

市場分析は、賃料の査定や各種提案時などをはじめ、賃貸経営における方針や方向性を検討・決定するための基本的なアクションとも言えます。是非その手法を理解し、また実行するクセをつけて下さい！「市場分析」の手法などは、CPM®公式セミナーMKL405コースで詳細が説明されます。

ピタットハウスフランチャイズ店募集



賃貸・売買 ピタットハウス
ピタットハウスネットワーク株式会社　Tel.03-3510-0010　E-Mail fc@pitatnet.jp
フランチャイズ説明会予約・社長の声掲載中!詳しくはWEBで。　ピタットハウスネットワーク　検索