投資分析で提案に説得力を

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17回

経営的な視点からの提案が信頼関係の強化に

数年前の話になりますが、私が担当していた管理物件のオーナーから「アパートを来月売却することなり売買の仲介会社から連絡が入るので対応してください」という連絡がありました。数日後に、その会社から連絡があり、物件の情報や資料を求められるまま提供したのち、「物件引き渡し後には、管理会社がA社に変更になりますので引き継ぎの準備もお願いします」と言われて悔しい思いをしたことがあります。ほぼ満室で稼働させることができていた物件だったので、余計に悔しかったことを覚えています。

ただ、今思えばその物件の管理やリーシングについて、オーナーから感謝の言葉をいただいてはいましたが、私はあくまで「管理会社の担当者」という立場でしかなかったのだと思います。何故ならば、オーナーとの会話は「解約予定が出ました」「部屋が決まりました」「設備が故障したので修理します」といった業務上の報告ばかりだったからです。

その出来事があった年に、私はIREM JAPANのCPM®公式セミナーを受講しました。そこでの学びのうち実務で一番活用できていることは投資分析です。それまでは、空室が出れば募集する、故障設備があれば修理するというように、起きたことへの対処に終始しており、オーナーの賃貸経営状況や目的などはほとんど気にしていませんでした。

CPM®を学んでからは、各物件の収入と支出のバランスを分析し、実際にオーナーに会い、今まで把握していなかった借入残高・融資条件・投資の目的を聞き取りました。現況のキャッシュフローや返済比率等の投資分析だけでなく、将来の投資分析もして今後の経営戦略・目標を話し合うところ、「では売却しましょう」と言われたそうです。ちなみに売るならいくら？　と聞くと、総潜在収入が（4万5000円×5室）＋空室（4万円×3室）＝34万5000円×12カ月＝年収414万円。市場の期待利回りは12%ですが、入居率が悪くエリアが中心部から外れているため14%の利回りが必要で、査定額は414万÷14%で約3000万円でした。融資期間も残り7年だったので売却すれば残債は返せる状況ではありましたが、すんなり受け入れることができず悩まれていました。

現地確認をしたところ、築18年なりの建物でこれといって特徴もありませんでしたが、間取りと日当たりは良い物件でした。しかし、空室の3室が悲惨な状況になっていました。半年以上空いているため、排水の臭い・虫の死骸・ほこりがあるのに加え、リフォームが中途半端だったのです。

これでは決まるわけがないと思い、まずは3室のリフォームの見積もりを取り、市場調査（賃料相場・需要）を行い提案させていただきました。内容は、空室1室あたり平均50万円のリフォームを行うことで賃料500円ダウンどころか、逆に2000円のアップが可能だということ。オーナーが新築の1棟RCマンションに興味があることから、リフォームをして潜在収入を上げ満室にして、3年後に高く売却することにより得られるお金を新築物件購入の頭金にするというプラン。現状のままずぐに3000万円で売却した場合の2パターンを提案しました。（別表参照）

当然オーナーはパターン②を選択され、物件はリフォーム後3カ月で満室となり、狙い通り3年後に3600万円で売却することができました。売却後の手取り額の一部を頭金にして当社の新築RC1棟マンションを購入していただきました。

今回の案件では、新規の管理受託→売買仲介→企画マンション販売→その物件の管理と仕事をさせていただくことができましたし、このオーナーにも大変喜んでいただくことができました。このようなお客様を、既存のオーナーから紹介いただくことができたのもこれまでの信頼関係が弱いことの証しでもあります。オーナーの視点から考えても、物件のことを最も知っているはずである管理会社が売却活動をする方が、より良い条件で売却できるチャンスが増えるはずですし、スムーズな取引にもつながります。しかし、ただ管理業務をこなしているだけでは、管理会社はオーナーにとって管理の委託先でしかなく、売却などを含む経営戦略の相談先ではないのです。だからこそ、投資分析の知識を得て、オーナーにとっての経営パートナーとなる管理会社を目指してはいかがでしょうか？　オーナーが経営戦略の相談をしてくれるようになれば、管理業務を軸に、売却や購入、リフォーム、新規顧客の紹介など、任せてもらえる仕事の幅が各段に広がっていくはずです！

パターン①
現況のまま売却した場合

GPI　45,000×5＋40,000×3＝345,000
345,000×12＝4,140,000

入居率が悪く郊外のため還元率14%

4,140,000÷14%＝29,571,429円

30,000,000円で売却

N(年)	￥(金額)
0	30,000,000
1	
2	
3	

30,000,000円取得
（経費・ローン返済前）

パターン②
空室をリフォームして3年後に売却した場合

GPI　45,000×5＋47,000×3＝366,000
366,000×12＝4,392,000

満室で日当たり・間取が良いので還元率12%

4,392,000÷12%＝36,600,000円

3年後に36,000,000円で売却

N(年)	￥(金額)
0	▲1,500,000 リフォーム費用
1	4,392,000
2	4,392,000
3	4,392,000+36,000,000

47,676,000円取得
（経費・ローン返済前）

差額
17,676,000円！

具体的な数字で改修案を提示

オーナーと経営戦略などについて話し合うことができるようになった結果、既存オーナーから新しいお客様を紹介いただけるようにもなりましたからだと思います。

関係性の強化で機会の損失を防げ

収益物件の販売資料を見るとその物件の管理会社ではない会社が専任になっているケースを多く目にします。ほとんどの管理会社は売買仲介も業務として行っているはずなのに…です。これは私の過去の悔しい経験のようなことが当たり前に起きているということではないでしょうか。管理会社にとって、管理物件の売却時に仲介に入れないということは、ビジネス機会の損失に他なりません。

執筆者

株式会社サンコーポレーション
課長　山本　義弘
宅地建物取引士／CPM®

居住用賃貸仲介会社、事業用賃貸仲介会社を経て同社へ入社。
現在は、主にPMおよび売買仲介に従事。

企業の出店移転に
詳しくは　店舗保証　検索
4c'S フォーシーズ株式会社