



全管協総合研究所

空室対策 ハンドブック



目次


第一章 市場と空室対策の考え方・手順について

第二章 商品の確立について

第三章 流通について

第四章 チャネルについて

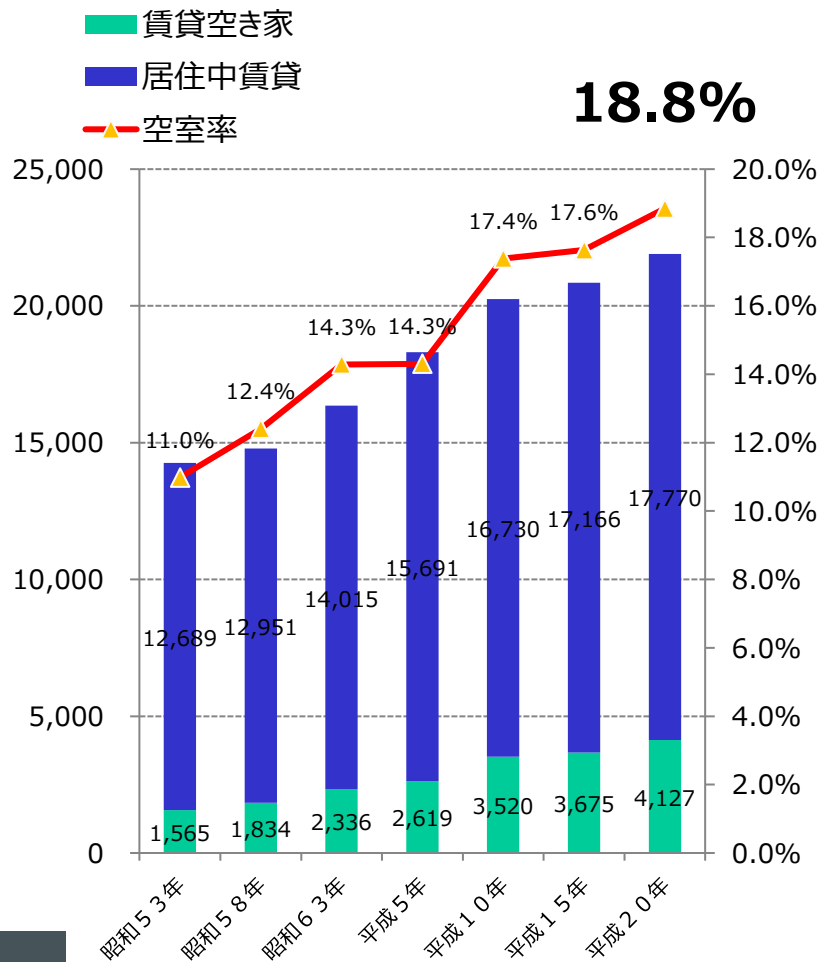
第五章 まとめ

An aerial, grayscale photograph of a dense urban landscape, likely Tokyo, showing a vast expanse of buildings and skyscrapers under a sky with scattered clouds. The text is overlaid in the center of the image.

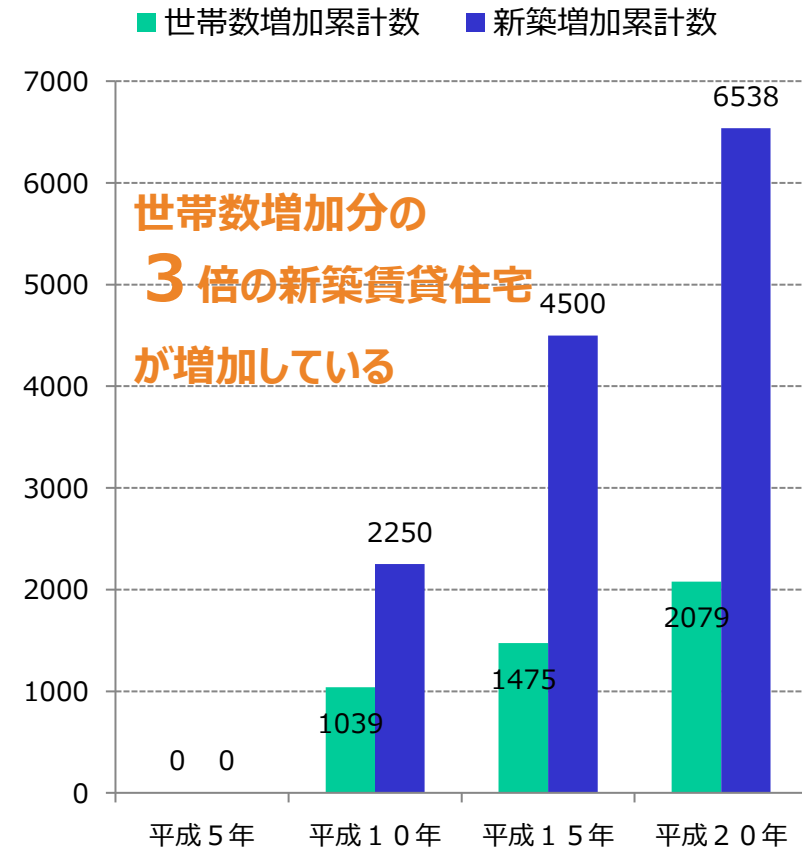
第一章
市場と空室対策の考え方・手順について

オーナー様の悩みとは？ 入居率低下で空室が続出！

全国の賃貸住宅戸数と空き室率推移（戸数単位：千戸）

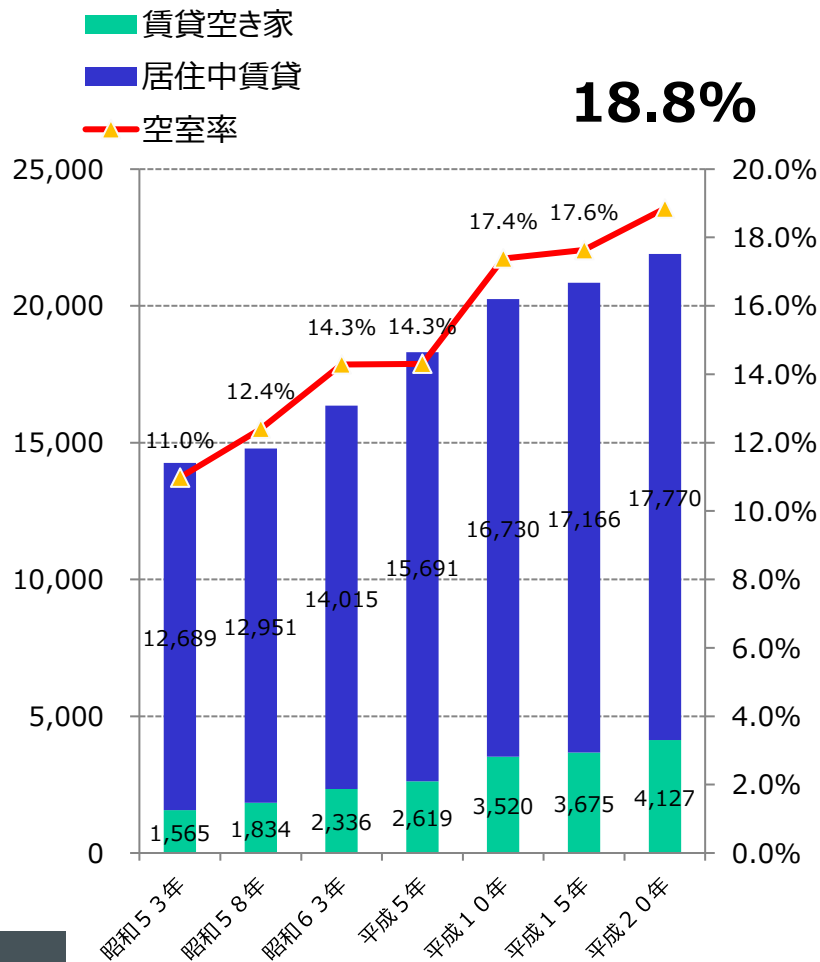


全国賃貸居住増加戸数と新築賃貸住宅増加戸数（需要）と（供給）の推移（戸数単位：千戸）

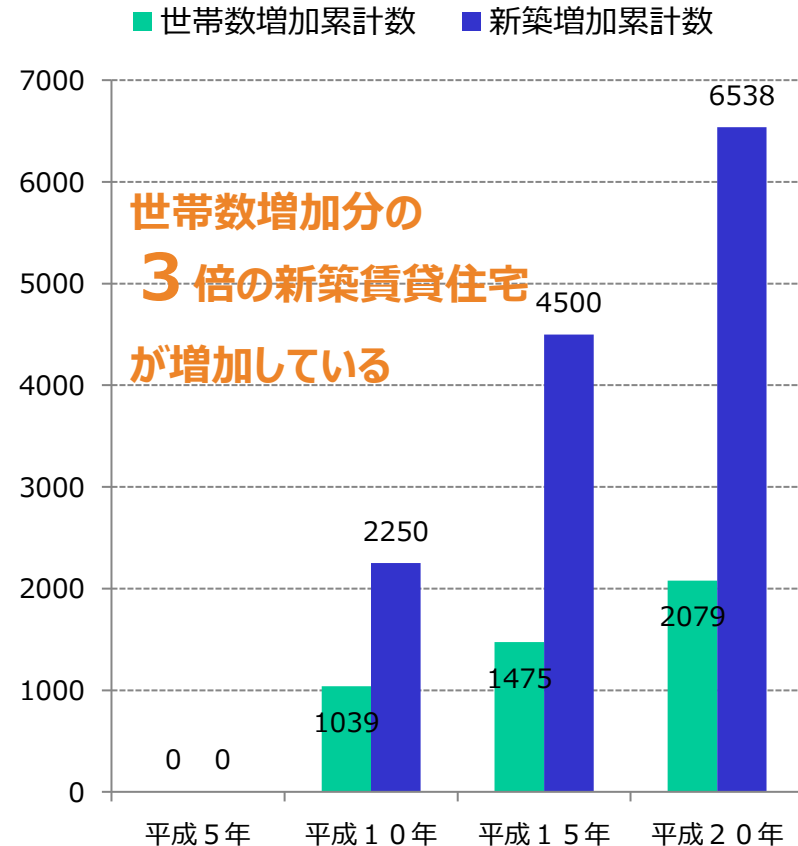


オーナー様の悩みとは？ 入居率低下で空室が続出！

全国の賃貸住宅戸数と空き室率推移（戸数単位：千戸）



全国賃貸居住増加戸数と新築賃貸住宅増加戸数（需要）と（供給）の推移（戸数単位：千戸）



オーナー様の悩みとは？ 入居率低下で空室が続出！

新築賃貸数はどんどん増加、
入居率は下がっている
= 築古賃貸の空室が増えている



オーナーのニーズ

築古でもしっかりと決めてくれる
= 高入居率管理会社に頼みたい！
(決められなければ解約されてしまう)

入居率アップのために重要な3つの要素

入居率アップは最重要事項です。
では、入居率を上げるためには？

商品

物件をよくするためのオーナー提案！



流通

仲介会社の数を増やしましょう！



チャンネル

FAX、メール、訪問などの強化！

空室対策の大枠の手順について

※各手順についての詳細は右に記載の項目番号のページをご参照ください。

目標設定:退去率も加味して設定

空室対策ターゲットの明確化(項目1~2)

空室対策プランの構築(項目6~7)

オーナー様への空室対策提案(項目8~11)

空室対策の実施及び見える化(項目3~5)

空室対策ターゲットの明確化 ～1. ターゲットの明確化～

まずは**ターゲットの選択**です。

自社管理物件の空室一覧表を作ります。

どのくらいの期間空室になっているか？オーナーが誰か、分かるようになっていませんか？
部屋ごとにリストになっていることが理想です。

【空室一覧表作成の優先順位】

- ① 自社所有物件
- ② サブリース物件
- ③ 集金管理物件・指定ハウスメーカー物件
- ④ 決めたら管理になる物件
- ⑤ 専任物件・無償管理物件
- ⑥ 一般物件
- ⑦ 他社管理物件

空室対策ターゲットの明確化 ～2. ABCD評価ランク付け～

空室物件のリストができたなら、空室対策の優先順位を決めましょう。

“空室対策のランク付け”と共に、“**退去期間のランク付け”**を行います。

【空室対策ランク】（今満室でも退去したら、こうなるだろうも含む）

- A・・・現状で決めることができる！
- B・・・清掃・演出 & 募集条件が変われば決めることができる
- C・・・カラーリフォームやリノベーションすれば決めることができる
- D・・・条件変更・リノベしても厳しい

【空室期間ランク】（退去したらこうなるだろうも含む）

- A・・・退去連絡が入った1ヶ月以内に空き予定物件
- B・・・1～3ヶ月未満の空室物件
- C・・・長期3ヶ月以上の空室物件
- D・・・貸し止め、オーナーが聞き入れない・破産寸前の物件

空室対策の実施及び見える化

～3. 空室物件のサイト掲載・決まりやすい物件から対策～

💡ポイント1

現空室がWEBにきちんと掲載されているかを確認しましょう！

入居できない物件以外はサイトでしっかりアピールします。

💡ポイント2

早急に空室を減らすこと、**成功事例をいち早く作るために**、

決まりやすい物件から対策を行います。

数の多いB物件から「なぜ決まらないのか？」を検討しましょう。

※ABC分析の際に、“家賃・最低限設備・カラー・ゼロゼロ”など、どの対策を講じれば、決まりやすいかを一緒に検討すると良いでしょう。

空室対策の実施及び見える化

～3. 空室物件のサイト掲載・決まりやすい物件から対策～

ただし！

既に空室になっている物件だけを対処しても、
毎月退去にて空室はどんどん出てくる……。

つまり！

①現空室は、ランク分けし対応を行う

Aランクは決まりやすいので、まずは数の多いBランクを対応する。

低入居率の段階では手が回らない可能性がある為、まずBランクから攻めるが、
入居率が上がり始めたら、当然Cランクへ挑戦していく！

②これから退去する物件も重要！

自社の管理物件は全て、同じくランク分けを行っておき、退去受付電話が入ってから即対応に入る。
ここではB Cランクともに対応が重要。

退去する前に次の募集に向けてオーナーへ設備交換・リフォーム提案を行わなければ間に合わない。

★入居率を上げて、維持する為にはスピードが命！

空室対策の実施及び見える化 ～4. 空室対策の具体化～

空室対策のポイントは4つ！

下記がしっかりできているか？ 新たな提案が必要か？ 物件ごとに検討をします。

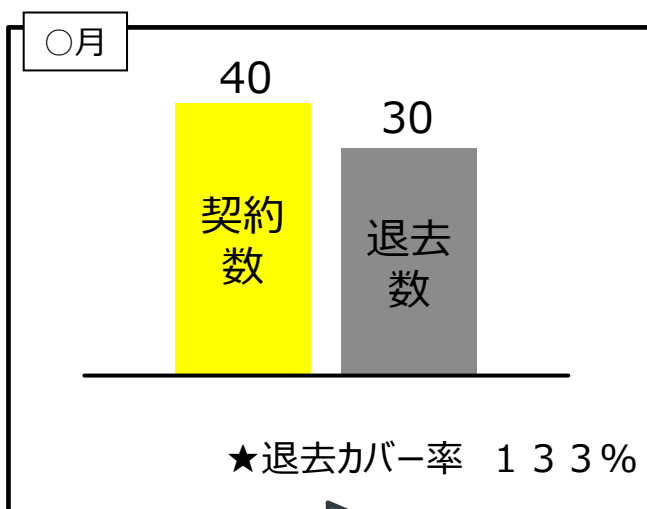
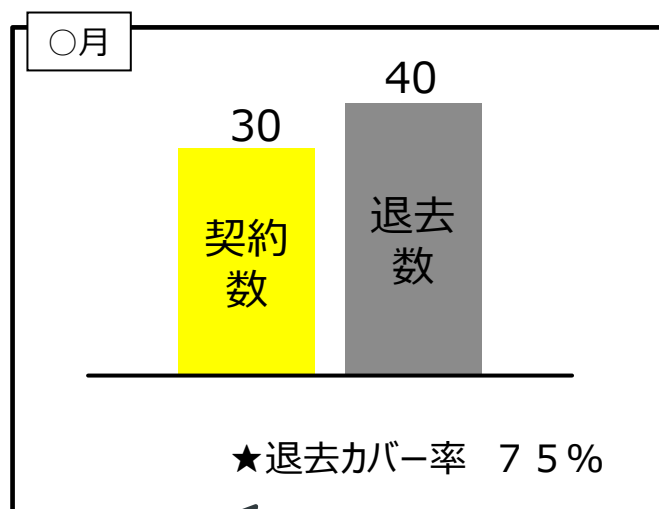
⇒物件チェックリスト、空室現状分析シートの作成

項目	チェックリスト	対策
①募集・PR	キッチンと物件の強みが市場にPR出来ているか？ ・物件写真、物件図面、コメント、物件情報	★サイト掲載、掲載の質の向上、広告図面PR
②美化・演出	第一印象（清潔、クリーン）は良いか？ 外観、内観。部屋内の住みたくなる演出はあるか？	★共有部クリーニング、モデルルーム
③条件緩和・サービス	初期費用・家賃が相場に合っているか？ 曖昧な手数料はいらない！	★家賃の交渉、初期費用ゼロぽっきり
④物件再生（設備・リフォーム）	物件再生（設備・リフォーム）⇒快適な生活を提供できる最新設備になっているか？ありえないマイナス設備はないか？ターゲットに合わせた物件？差別化されているか（カラー・照明）？	★リフォーム・リノベーション、設備交換

空室対策の実施及び見える化

～5. 空室対策のPDCAを回す帳票管理～

退去数・入居数を随時チェックし、退去数を上回る契約数を出すこと（退去カバー率100%以上）が重要です。また、目標入居率を達成するためには、どれだけの退去カバー率を出せば入居率を上げることができるかを、シミュレーションすることが必要です。



※自社管理物件における、契約件数および退去件数

退去カバー率75%
契約数よりも退去数が多く、
入居率が下がってしまっていることが分かる。

退去カバー率133%!
退去数よりも契約数が増えた10部屋が、
入居率アップにつながりました!

空室対策の実施及び見える化

～5. 空室対策のPDCAを回す帳票管理～

◆空室対策をし続けるのに、最も重要な要素

“入居率に責任を持つ担当”をつくること

・・・管理戸数1,000戸～1,500戸（オーナー数や築年数による）に「オーナー担当（管理営業）」1名は必要である。

◆業務内容

まさに入居率を上げるべく、日々賃貸担当（賃貸店舗店長など）へのヒアリング、相談を行い、立会い・原状回復担当（管理サービス）と連携をしながら、担当オーナーへ徹底的に空室提案し、早急に成約にもっていく事である。

もちろん、きちんと募集が出来ているか、物件が綺麗な状態であるか、反響は入っているか、他仲介会社さんへPRは出来ているかなども同じく業務に入る。

目指す目標は入居率（リフォーム収入、管理受託数も入れる場合あり）である！

空室対策の実施及び見える化

～5. 空室対策のPDCAを回す帳票管理～

◆高入居率管理が実践できる、責任の明確な人員体制、環境を作る

<体制パターン事例>

- A：同市内など車で30分圏内商圏の場合
→仲介部門・管理部門別組織
- B：市をまたぎ車30分圏内以上距離ある場合
→仲介&管理一体型店舗&本社フォロー

< B 体制実例 2,000戸以上には最適 役割内容 >

- 「管理戸数1,000戸当たり 各1名（パート含）」
- ・管理営業（オーナー担当 高入居率・管理受託・売上責任）
 - ・サービススタッフ（入居者クレーム・督促等）
 - ・家賃管理（家賃入金・送金、他事務作業）
 - ・メンテナンススタッフ（巡回・清掃）

Bパターン（千戸）



※店長が賃貸系の場合（管理にリーダー的存在）は、管理に管理営業・サービス・メンテナンスいる。

※店長が管理系の場合（賃貸にリーダー的存在）は、店長が管理営業。

Aパターン管理部門（6千戸）

商圏エリア	①	②	③	④	⑤	⑥	新人採用枠
管理営業	1	1	1	1	1	1	
管理サービス	1	1	1	1	1	1	
メンテナンス（P社員）	1	1	1	1	1	1	
家賃管理事務（P社員）	4～5名前後						

※エリア1枠で1,000戸。1,000戸ごとに、家賃管理・事務以外は役割別1名ずつ新人採用増える。

空室対策の実施及び見える化 ～5. 空室対策のPDCAを回す帳票管理～

＜具体的に数値管理する際の帳票例＞

◆目標&実績管理シート（オーナー担当、管理部門、）
…どの項目も責任者を明確にする


◆反響管理表

◆空室対策管理表

空室対策会議の開催・進捗状況確認をしましょう！

空室対策の進捗状況を打ち合わせ、進捗状況の確認、空室対策管理ができる状況を整備します。
PDCAをしっかり回していく上で重要な会議です。月に1～2回の開催で管理部・仲介営業部合同での実施が理想です。



An aerial, grayscale photograph of a dense urban landscape, likely Tokyo, with numerous skyscrapers and buildings. The sky is filled with scattered, light-colored clouds. The text is centered over the middle of the image.

第二章
商品の確立について

空室対策プランの構築 ～6. 空室対策商品の確立～

市場分析・競合比較・自社の強みの観点でサービスを設計

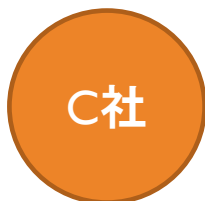
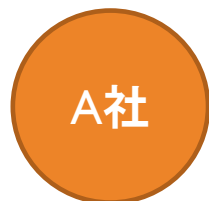
戦略立案での商圈把握に加え、以下の観点から商品（サービス）を考える

競合他社の戦略は何か？

自社の強み（優位性）は何か？

エリア商圈の見極め

（自社で狙えるエリア内に何戸数、何オーナー数いるか）



他社と差別化し、商圈の特徴に合う
商品（サービス）を設計

空室対策プランの構築 ～6. 空室対策商品の確立～

自社独自のオーナー様へ提案商品を確立します。

ポイントは定額制の商品とすること。

自社で提案しやすく、オーナー様も選びやすいプランを作ることが大切です。

<商品例>

- (1) 初期費用ゼロプラン
- (2) モデルルーム
- (3) カラーリフォーム
- (4) 立替リフォーム
- (5) 定期清掃の商品化

空室対策プランの構築


～7. 入居者を出さないための商品づくり～

入居者を出さないことが入居率アップに貢献！！

つまり**更新促進（退去しにくいサービス）**が重要となります。

- ・2年ごとに滞納なしなど、問題のない入居者様にはサービスを！
- ・2年ごとには、家賃を相場にする。
- ・2年ごとに、新たな設備変えなど行う。

※いかに入居者満足を図り、退去しない仕組みを入れるかがポイント。

An aerial, grayscale photograph of a dense urban landscape, likely Tokyo, Japan. The foreground and middle ground are filled with a variety of buildings, from low-rise residential structures to several prominent skyscrapers. The sky is filled with scattered, soft clouds, and the overall lighting is diffused, creating a calm and somewhat somber atmosphere. The text is centered in the upper half of the image.

第三章
流通について

オーナー様への空室対策提案 ～8. 仲介業者向けPR～

- ◆ 仲介会社はパートナー。どこよりも客付けに協力してもらう為の仕組みづくり。
…仲介会社の営業マンが求める要望に徹底的に答える
- ◆ 仲介業者一覧表を作成しましょう！
- ◆ 仲介業者向けアンケートを行いましょう！

<事例>

退去連絡の翌々日には都内4,000社に情報発信

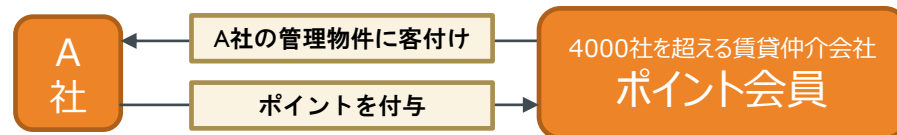
入居者から退去のご連絡

(翌日) 賃料査定、募集条件の確認、
図面作成、オーナー交渉


(翌々日) 都内4,000社にメール・FAX・
HPにて情報発信

<その他の取り組み>

- ◆ 仲介専用HPを作成
- ◆ ポイントカード制の導入



※自社付け比率を徹底してあげていく方向性ではあるが、より高く正確に客付けを推進するための販路として、パートナー企業との連携強化を行うものとしてお考え下さい。

An aerial, grayscale photograph of a dense urban landscape, likely Tokyo, Japan. The foreground and middle ground are filled with a variety of buildings, from low-rise residential structures to several prominent skyscrapers. The sky is filled with scattered, soft clouds, and the overall lighting is diffused, creating a calm and somewhat somber atmosphere. The text is centered in the upper half of the image.

第四章
チャンネルについて

オーナー様への空室対策提案

～9. 反響型DMでのオーナー提案&後追電話（優先順位を持って）～

商品が確立したら、オーナー様へご提案を行います。

まずは反響型DMにて、実施キャンペーンをお知らせします。

電話での追客が重要ですが、**追客の優先順位はランクに準じて**行います。

【空室対策ランク】（今満室でも退去したら、こうなるだろうも含む）

- A・・・現状で決めることができる！
- B・・・清掃・演出&募集条件が変われば決めることができる
- C・・・カラーリフォームやリノベーションすれば決めることができる
- D・・・条件変更・リノベしても厳しい

【空室期間ランク】（退去したらこうなるだろうも含む）

- A・・・退去連絡が入った1ヶ月以内に空き予定物件
- B・・・1～3ヶ月未満の空室物件
- C・・・長期3ヶ月以上の空室物件
- D・・・貸し止め、オーナーが聞き入れない・破産寸前の物件

オーナー様への空室対策提案 ～10. オーナーへの訪問・提案資料の作成～

オーナー訪問の際に使用する提案資料の作成を行います！

◆競合分析資料

・・・競合と比べて、家賃や設備などの不備・老朽化を伝える資料、オーナーレポート、反響管理表などの提案資料を準備します。

◆成功事例

・・・他社の間取り・エリアの似通った物件での成功事例を集め、オーナーへの提案資料に使用します。

◆満室シュミレーション

・・・収支集計表を作成し、シュミレーションを行います。

◆空室対策提案書

・・・空室対策プランのご提案を行います。
競合調査資料などとともに持参、オーナー様に提案します。

**※それぞれの資料について、より具体的な内容やサンプルなどご覧になりたい場合は、
全管総研事務局までご連絡ください。**

オーナー様への空室対策提案 ～10. オーナーへの訪問・提案資料の作成～

オーナーレポート例

ランドバレス桑野 家賃分析レポート	データ集計日 2021/08/30 15:44:00 レポート作成日 2021/08/30 15:44:00	全管協総合研究所
----------------------	---	----------

住所： 福島県郡山市桑野4丁目5-14	専有面積： 53㎡	現賃料： 60,000円
最寄駅： JR磐越西線 郡山富田駅 徒歩21分	所在階： -	共益費： 円
	総階数： 6階	敷金： 0ヵ月
	築年数： 43年 (1978年)	礼金： 0ヵ月

類似マンション絞り込み条件

賃料： 40,000～80,000円
 築年数： 33～53年
 面積： 30～80㎡
 駅徒歩： 13～33分
 階数： 1～20階

絞り込み優先ボリューム

ライバル物件絞り込み結果

ライバル物件： 11棟
 空室総数： 13室

郡山富田駅から徒歩13-33分圏内の空室動向

空室状況

前期 (2019年8月～2020年7月)		
最高月：	7月	(1,587室)
最低月：	4月	(1,090室)
通年平均：	1,347.2室	
今期 (2020年8月～2021年7月)		
最高月：	7月	(2,445室)
最低月：	8月	(1,552室)
通年平均：	1,916.6室	

オーナー様への空室対策提案 ～10. オーナーへの訪問・提案資料の作成～

オーナーレポート例

ランドバレス桑野 家賃分析レポート		データ集計日 レポート作成日	2021/08/30 15:44:00 2021/08/30 15:44:00	全管協総合研究所	
賃料改定					
現行賃貸条件			改定後賃貸条件		
賃料:	60,000 円	賃料:	54,000 円	(-6,000)	
共益費:	0 円	共益費:	0 円	(0)	
礼金:	0ヵ月	礼金:	0ヵ月	(0)	
敷金:	0ヵ月	敷金:	0ヵ月	(0)	
Before	上位物件の空室総数		5	/	14部屋
After	上位物件の空室総数		2	/	14部屋
順位	建物名	賃料	共益費	礼金/敷金 月数	空室数
1	渡部ハイツ	55,000	0	0/3	1
2	第3桑野マンション	55,667	0	0/0.7	3
3	ランドバレス桑野	60,000	0	0/0	1
4	ヤマカコーポ	45,000	0	0/3	1
5	ユーバードルフ	62,000	0	0/2	1
6	レジデンス朝日	70,000	0	0/0	1
7	桑野第一マンション	59,000	0	1/2	1
8	荒川第一マンション	55,000	4,000	0/0	1
9	ヴィルコメンツヴァイ	61,000	0	1/1	1
10	第二光コーポ	50,000	0	1/2	1
11	朝日ヒルズ	78,000	2,000	1/1	1
12	Aビル	40,000	0	0/1	1
			通常圏です		
順位	建物名	賃料	共益費	礼金/敷金 月数	空室数
1	渡部ハイツ	55,000	0	0/3	1
2	ランドバレス桑野	54,000	0	0/0	1
3	第3桑野マンション	55,667	0	0/0.7	3
4	ヤマカコーポ	45,000	0	0/3	1
5	ユーバードルフ	62,000	0	0/2	1
6	レジデンス朝日	70,000	0	0/0	1
7	桑野第一マンション	59,000	0	1/2	1
8	荒川第一マンション	55,000	4,000	0/0	1
9	ヴィルコメンツヴァイ	61,000	0	1/1	1
10	第二光コーポ	50,000	0	1/2	1
11	朝日ヒルズ	78,000	2,000	1/1	1
12	Aビル	40,000	0	0/1	1
			安全圏です		

オーナー様への空室対策提案

～11. 訴求力の向上（ポータルサイト・自社HP）～

露出力をアップさせましょう！

ポータルサイト

- **物件掲載シェア1番！！**
 - ①スーモ・・・ 総数、ゼロゼロ物件数
 - ②アットホーム・・・ 総数、ゼロゼロ物件数
 - ③ホームズ・・・ 総数、ゼロゼロ物件数
- **物件掲載の質1番！！**
 - ①写真の充実
・・・ 写真掲載（ハイライト）率：90%以上
 - ②コメントの充実
・・・ キャッチコメント掲載率：100%
 - ③物件クリーニング
・・・ 物件入れ替え率：170%以上

自社HP

- **物件掲載シェア1番！！**
 - ①自社HP・・・ 総数、ゼロゼロ物件数
- **物件掲載の質1番！！**
 - ①写真の充実・・・ 同上
 - ②コメントの充実・・・ 同上
- **WEB上案内の実施**
 - ①カテゴリー別特集の充実
 - ①店舗紹介、スタッフ紹介の充実
 - ②地域情報紹介の充実

オーナー様への空室対策提案


～11. 訴求力の向上（作成物・セミナー開催）～

◆訴求力向上のために以下のような作成物を用意しましょう！

- ①物件図面・物件動画・物件写真
- ②物件冊子
- ③チラシ
- ④看板

◆成功事例セミナー開催・成功事例ニュースレターの作成と定期発信をしましょう！

- ①空室対策の成功事例をまとめてオーナーセミナーを開催します。
- ②空室対策の成功事例をまとめてオーナー様へニュースレターとして定期的に配信します。

An aerial, grayscale photograph of a dense urban landscape, likely Tokyo, Japan. The foreground and middle ground are filled with a variety of buildings, from low-rise residential structures to several prominent skyscrapers. The sky is filled with scattered, soft clouds, and the overall lighting is diffused, creating a calm and somewhat somber atmosphere. The text '第五章 まとめ' is centered in the upper half of the image.

第五章
まとめ

まとめ

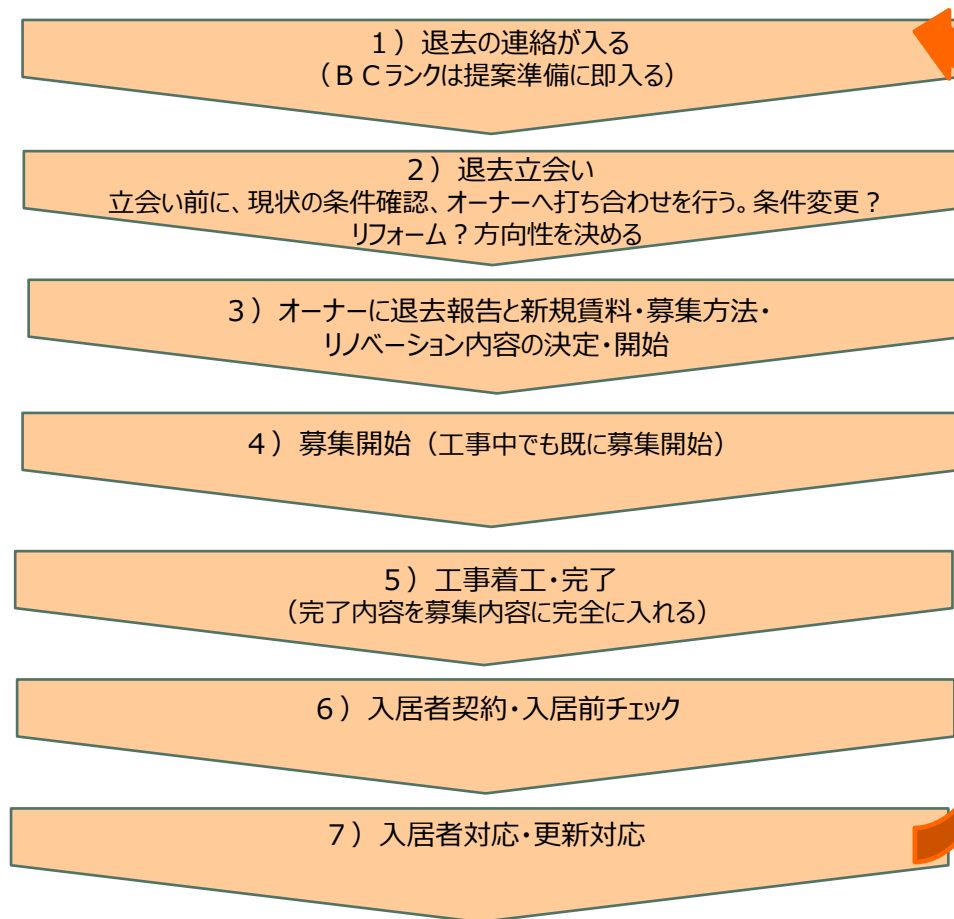
空室対策は右のようなサイクルを、
繰り返し繰り返し回していきます。

いかに入居し続けてもらうか、
退去後、すばやく入居を決めるかが重要です。

そのためには・・・

- ★ 明確な責任体制
- ★ 目指すべき入居率への計画
- ★ その進捗管理

が重要になります！！





「空室対策ハンドブック」

※本ハンドブックは最新の市況や全国の不動産会社様の事例をもとに随時バージョンアップ予定です。

発行/全管協総合研究所

〒103-0028

東京都中央区八重洲1-3-7 八重洲ファーストフィナンシャルビル19階

全管協総研HP



当コンテンツ（文章、イラスト、画像、その他）の著作権は、著作権法によって権利が守られています。それらのコンテンツを当社の許諾無く無断で使用・複製・改変・公開及び頒布することを一切禁止します。