

好況時は、マンションの需要は差別化されておらず他社マンションと同じようなものでも売れましたが、不況時は、需要量が減ることを意味しますので、他社商品との差別化が必要になってくるのです。

では実際に、プラス（付加価値）ってどういうものなのかを具体例を挙げながら見ていきたいと思います。

屋上にドックランを付した賃貸マンション

ペットを飼える賃貸マンションはかなり増えて、今や当たり前になってきました。一昔前でしたらペットを飼えること自体が付加価値でしたが、他社が同じようなことをしはじめれば付加価値も付加価値ではなくなり、ペットを飼えることはもはや付加価値ではありません。

ですから、今回ご紹介する賃貸マンションではペットを飼えることを大前提に、そのマンションビルの屋上にペットが走れるスペースを造ってしまいました。さらにペットの足洗い場も付設して、賃借人の利便性を向上させて、他社賃貸マンションとの差別化を図りました。

都心部の賃貸マンションでは、ペットが走り回れる場所が少

【不況時、売れる不動産商品で活路！】

売れる不動産商品とは？

新聞紙上や各種マスコミでの報道でご周知の通り、不動産業界は、不動産業者の倒産や民事再生法申請が増えています。

また、2009年3月期の大手不動産業者の連結業績は大半が減益になる模様です。不動産取引停滞による仲介事業が落ち込んだことに加え、マンション分譲事業の不振などが原因と考えられます。

世界的不景気の波は今後益々大波になる可能性がありますし、不動産業界はしばらく厳しい状況が続くと思われま

しかし、「不動産が売れない、売れない」と言っているだけでは前に進みません。不動産業者は不動産を販売しなければ商売になりません。

ましてや、大手不動産会社のように余力があればまだ持ちこたえられるかもしれませんが、余力がない中小の不動産企業にとっては死活問題です。

では、どうすればいいのでしょうか？

やはり、「売れる不動産商品」をつくるという一語につきると思

「売れる不動産商品」と言っても漠然としています。要するに、マンションを販売する場合でしたら、マンション自体にプラス（付加価値）を開発して売り込むということです。これは、他のマンションとの差別化であり、オンリーワン不動産商品を開発してオリジナリティを出すこと

一見、のんびりするために温泉旅行へ行くのに、誰が農業して体を動かそうとするのか？と書いてしまっていますが、これが結構人気を博しているのです。

時代は健康ブームです。そして食の偽装が横行し食への関心は高まり、いつれは自分でも家庭菜園で安全な野菜をつくってみたいと思っている層が増えています。おまけに、子供は土いじりが大好きですから楽しくてしかたありません。

何気ないちょっとした企画ですが、全ての条件が重なって思わぬ効果を生むことになりました。

このケースは、不動産自体のハード面は同じなのですが、ソフト面で工夫を凝らして付加価値をつけたということですが、このようなアイデアは賃貸マンションや分譲マンションに応用できると思います。

失敗を恐れず、まずやってみる

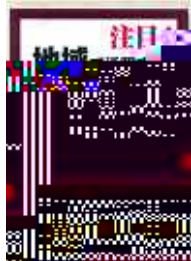
以上のように、ちょっとしたアイデアですが、大きな付加価値につながる可能性があります。そのためにも、プラスを常に考えることはもちろん重要ですが、もうひとつ重要なのは、失敗を恐れず実践してみることだと思います。

私もある時、買いたい人が不動産情報サイトに希望不動産を登録できないだろうか？と思いつき、今までにない、いろんな付加価値をつけた不動産登録・検索サイト「My不動産」をつくり運営しています。(詳細は下欄を御覧下さい)

やってみないと何事もできません。

『新刊のご紹介!』

事業再生アドバイザーの一人として、不動産鑑定士李明源が掲載されています。



カナリア書房



本誌執筆者: 李明源(リーミョンウォン)
名古屋市中村区生まれ。不動産鑑定士。
事業再生アドバイザー。宅地建物取引主任者。
モットー:「利益の前に、お客様の喜びを」

住宅ローン利用者の滞納は増えるか?

10年前、当初の金利を2%に下げた融資された旧住宅金融公庫(現在:住宅金融支援機構)の「段階金利型」の住宅ローンが、10月下旬から通常の4%への金利引き上げ期を迎えました。

同住宅ローン利用者が景気悪化のあおりを受けて給料が減ったり、リストラされたりした場合、追い討ちをかけるように同住宅ローンの返済額が増え、返済が困難になり破綻者が多くなる可能性もあります。

そうなれば、住宅金融支援機構の財務に多少なりとも影響を及ぼすことが予測されます。

都市圏の住宅地下落はこれからか?

9月に、国土交通省がまとめた都道府県地価調査が発表されましたが、これは毎年7月1日時点での地価動向を調査しています。

今年の結果は、東京圏、大阪圏、名古屋圏を除いては、住宅地、商業地ともに下落率拡大でした。

東京、大阪、名古屋の都市圏においても上昇はしましたが、昨年の上昇率に比べて、上昇幅が僅かになりました。

大手ハウスメーカーの業績も下落していますし伸び悩んでいます。

一方で都市圏不動産業者のこんな声もあります。「マンションは供給過多で売れ残り物件が増えたが、戸建の注文住宅は、土地の仕入れ値がやや下がった分、まだ需要層は安定している」

これは、土地の仕入れ値が下がったので、もともとマイホームがほしかった需要層が買い頃だと思いい、住宅用地を買っているということだと思います。

でも、何かおかしいと思いませんか?

景気が悪くなっているのに、大都市圏でのエンドユーザーはどうしてマイホーム買いを続けることができるのでしょうか?

そうです。大企業のボーナスや給料は急には落とせませんので、エンドユーザーの家計への影響はこれからだということです。ということは、来年あたりエンドユーザーに影響が及び、地価はもっと下がるということになります。

特許申請中! みんなが幸せになるための不動産情報サイト「My不動産」

地価下落時代! 不動産売買の形が変わる

売買も賃貸も「My不動産」で! www.myfudosan.jp



編集後記

最後までお読みいただきまして、ありがとうございます。不動産は全ての基礎ですね。考えれば道は開けます。次回もどうぞご期待下さい。