

# ハッピー通信

# 27

ハッピー通信では毎月、当社のオリジナル賃貸住宅「ハッピーマンション」「ハッピーマイホーム」の現オーナー様、もしくは検討中のオーナー様に、コンサルティング事業部の石山がインタビューを行い、その後の経営状態やサービスに関する感想などをお伺いします。

オーナーインタビュー 54



石山：今回は、ハッピーマンションを建築したM様に、お話を伺いました。いつもお世話になっております。最近、アパートの経営状況はどうですか？

M様：今のところは何の問題もなく順調です。

石山：それはよかったです。

M様：他のアパートの状況はどうなんですか？

石山：市内でも、場所によっては空いている物件があるようです。

M様：やっぱり、アパートも空きが出てしまうよね。

石山：そうですね。空室が出てしまうとその分収入が減りますし、返済にも影響が出てしまうかもしれません。

そうならないためにも、入居者に選ばれる物件という事や、信頼できる管理会社を選ぶことが大切になってくると思います。

M様：今のところ、空室が出ててもすぐ入居者を入れてもらっているし、直すところがあれば連絡ももらっているし、その点は安心しています。

石山：ありがとうございます。これからもよろしくお願ひいたします。

満室経営は資産価値を守り、収益を最大化するための鍵です。常に市場動向を把握し、競争力のある物件であり続ける為に、当社も一層の努力を続けてまいります。お手伝いが必要な事がございましたら、いつでもご相談ください。

インタビューより一言

コンサルティング事業部  
係長

イシヤマ ショウタ

石山 翔太



こんにちは。コンサルティング事業部の石山です。バスケットボールのワールドカップでの日本代表の活躍はすごかったですね。

予選グループは、今回優勝したドイツやオーストラリア、フィンランドという、ランキングでは全て日本より格上の国と一緒にでしたが、その中でも一勝し、アジア勢一位にもなり、パリオリンピックへの出場権も獲得しました。バスケットはそこまで詳しくないのでオリンピックまでに勉強したいと思います。



# ハッピー通信

# 27

ハッピー通信では毎月、当社のオリジナル賃貸住宅「ハッピーマンション」「ハッピーマイホーム」の現オーナー様、もしくは検討中のオーナー様に、コンサルティング事業部の高橋がインタビューを行い、その後の経営状態やサービスに関する感想などをお伺いします。



オーナーインタビュー 54

いわき市在住

## Y様

高橋：本日は、いわき市内に多数の不動産を所有されて、今後は空き地に複数のハッピーマンションを検討されているY様に、インタビューをさせていただきます。

今までは大手メーカーに建築を依頼されていましたが、今回はハッピーマンションを検討することになったきっかけについてお聞かせください。

Y様：御社から送られてきたDMがきっかけでした。いわき市内で幅広く不動産業を営んでいる御社であれば、賃貸住宅も安価でやってくれるのではないかと考えました。

高橋：大手メーカーと比べていかがでした？

Y様：建物自体は違いますが、建築費は驚くほど差があります。しかし、一番に考えている表面利回りは確保してくれるので建築していました。

高橋：建築費が高くて家賃の設定を高くすれば、表面利回りは高くなりますからね。しかし、家賃の設定に疑問を感じませんでしたか？

Y様：月々の収入をサブリースで確保してくれるので安心していました。しかし、当初の10年間は大丈夫と思いますが、それ以降、同じ家賃で入る人がいるかは心配していました。

高橋：事業として賃貸住宅を建築される方は金融機関から長期間の借入をする方が多いので10年後が大事になってきます。Y様が10年後を心配されることは当然だと思います。その他に大切にしているお考えはありますか？

Y様：建物だけではなく、土地の有効利用も考えています。土地と建物から総額でどのくらいの収入があるかを大切にしています。売却した時との比較も考えにあります。

高橋：Y様、ありがとうございます。複数のハッピーマンションを建築してください。宅地を更地にしていると固定資産税も建物がある時と比べると高くなります。土地の有効活用のために一緒に考えさせてください。

賃貸住宅の建築をされる方は、200~300坪の土地をもっている人だと考えている方が多いです。しかし、賃貸住宅は平屋の一軒家、自宅兼賃貸住宅、店舗付き賃貸住宅など、様々なタイプがあります。土地の面積に関係なく、周辺環境、予算に合わせての建築が可能です。

インタビューより一言

コンサルティング事業部  
課長

タカハシ ミツル

高橋 光則



こんにちは  
高橋の  
コンサルの  
高橋です



こんにちは。コンサルの高橋です。最近、スーパーマーケット、コンビニエンスストアのお客様の数が減ったのではないかと考えています。しかし、商魂のたくましさには驚きます。手を変え、品を変えて営業されています。大手食品メーカーの類似品の安価な商品。特価、おすすめ商品といった購買意識を高める表示内容などです。こういった営業をするのは、昔から同じスーパーマーケット、コンビニエンスストアのような気がします。

