



逆境の不動産時代を生き抜くためのお役立ち情報便

レントライフ便りは、安定した賃貸経営を共に築いていくために、市場の動向・入居者のニーズ、レントライフの取組などを発信し、今なにか必要なかを一緒に考えていける場にできればと思っております。皆様からの率直なご意見ご感想を心よりお待ちしております。

レントライフ便り

レントライフの『賃貸オーナーサポート専門サイト』 www.rentlife.co.jp/owner

編集発行



株式会社 **レントライフ**

本社 マーケティング課

レントライフ オーナー 検索



《レントライフ便り専用アンケート》

レントライフ便り専用お問合せフォームからオーナー様のご意見をたくさんお待ちしております。

vol.76 専用お問合せフォーム



rentlife.co.jp/inquiry/rentnews

今回のお題目

《特集》**負動産の末路** 都市郊外や地方の不動産は負動産と化してゆく! 資産課税と、実勢価格の驚くべきギャップ!

■コラム これからの賃貸経営におけるSNS活用の重要性

■分譲マンション預かりくんリフォーム事例紹介 分譲マンションの特殊な制約の中でも、リフォームでオシャレなお部屋に大変身!

負債 + 不動産



負動産

不動産ならぬ負動産とは?
皆さんは負動産という言葉を知っていますか? 負動産とは資産ではなく負債となる不動産を意味する俗語で、読んで字のごとく「負債」と「不動産」を合わせた造語です。
これは人口減少の日本において、特に地方などで不動産の需要が激減し、需要と供給のバランスが大きく崩れ、所有すること自体が有益と考えられていた不動産神話が崩壊する中で、こうした俗語

負動産の末路
都市郊外や地方の不動産は負動産と化してゆく!
資産課税と、実勢価格の驚くべきギャップ!

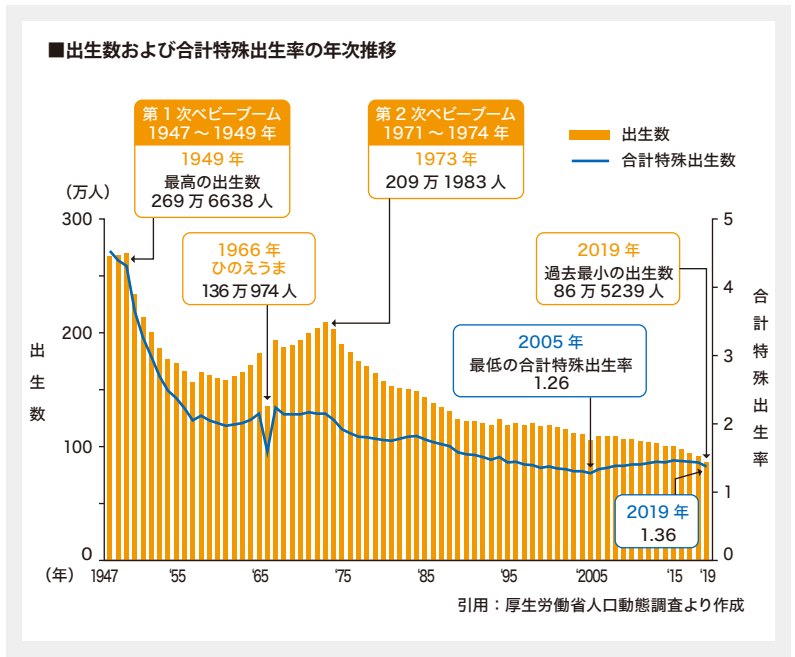
が生まれてきました。すなわち、自分で取得した不動産や相続で取得した不動産が、自身の資産を食いつぶすマイナスに作用する場合には使われ、事実、そのような事象があちらこちらで散見しています。
このような時代背景の中、売れないで放置された空き家は、そのほとんどが相続で取得したものが多く、地方に住む実家の両親が亡くなり、売れないまま放置したものが空き家となっています。そして、これらの財産的な価値がない売却困難な不動産はすべて「負動産」となってしまう。
少子高齢化と人口減少が続く日本社会の現状を見ますと、2019年の出生数が86万5239人で過去最低を更新する一方で、死亡数は138万1093人となり、人口の自然減は△51万5854人と過去最大を記録しました。人口の自然減は13年連続で続き、「多死時代」はすでに現実のものとなっています。

ご用命・ご相談は、お気軽に各店にご連絡ください。

- 長野店 長野県長野市栗田 859-1 TEL.026-219-5580
- 伊那店 長野県伊那市中央 4561-7 TEL.0265-77-2580
- 松本店 長野県松本市島立 940-1 TEL.0263-40-5001
- 飯田店・飯田ショールーム 長野県飯田市北方 1157-2 TEL.0265-25-8050
- 諏訪店 長野県茅野市ちの 2767-2 TEL.0266-82-5101
- 横浜支店 神奈川県横浜市港北区新横浜 2-5-10 TEL.045-470-3213
- 長野本社 長野県長野市栗田 859-1 3F TEL.026-217-0257
- 伊那本社 長野県伊那市中央 4561-7 TEL.0265-77-2580

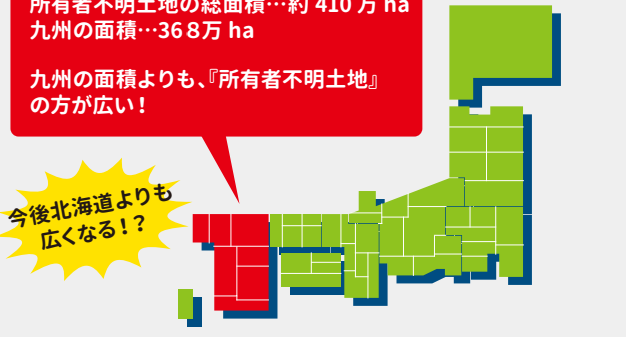
さらに、団塊の世代全員が75歳以上の後期高齢者となる2025年から10年後の社会では大量の相続が発生することは間違いありません。さらに2040年には75歳以上の世帯が全体の1/4を占めると試算されていますので、この状態は相当長く続いていくと思えます。そして、相続財産の7割は不動産といわれています。こうして大量に受け

継がれる不動産の中には、おカネを生まらずにおカネを吸い取るばかりの「負債産」が多く含まれています。地方にある古家や山林・農地など、流通性に乏しく売りに売れない、かつ、管理するための維持費や固定資産税などの税負担により、所有している間に一定の金銭的な負担ばかりを強いられる不動産は、正に「負債産」と化してゆくのですね。



相続登記しない負債産が増え続ける日本。それでも課税し続ける市町村

小さな市や町、村では親から相続した家や土地が空き家、空地のまま放置されている光景をよく見かけます。小さな市といっても、とんでもない片田舎の話ではありません。私共の本社や支店のある長野県の何処の市でもこのような場所はあちらこちらにあります。取り分け人口が10万人に満たない市では、駅に近い市街地の中でも、このような空き家や空き店舗、空地はいたところに存在しています。ましてや人里離れた山沿いの集落などに行けば、明かりの灯っている家はずかに点在する程度で、ほとんどの家が暗闇に包まれています。その傾向が、ここ10年くらいで顕著に表れ、益々ひどくなってきました。



そして、それらの負債産の中には、登記すらされずに放置されているものが相当数存在するのです。これは都市郊外や地方を中心に、人口減少で土地の資産価値が下がっていることがあります。たとえ資産価値が低くても管理コストや固定資産税などの負担がかかるため、だれも相続登記せず長年にわたって放置されているのです。そして、それら登記されな

い不動産の土地「所有者不明土地」の総面積はなんと九州の面積よりも広くなっています。しかし、このように相続登記もされずに放棄され、所有者が分からない土地についても、一定以上の評価をした土地について自治体は固定資産税の請求先を把握しています。所有者が亡くなって名義変更をしなくても、自治体は相続した人の中から代表者を指定し、固定資産税の納付を求め続けます。税務関係者の間ではこれを「死亡者課税」と呼んでいます。そのため相続争いなどで相続登記ができなくても、相続人代表には重い負担がかかるのです。

そして、それらの負債産の中には、登記すらされずに放置されているものが相当数存在するのです。これは都市郊外や地方を中心に、人口減少で土地の資産価値が下がっていることがあります。たとえ資産価値が低くても管理コストや固定資産税などの負担がかかるため、だれも相続登記せず長年にわたって放置されているのです。そして、それら登記されな

▼不動産評価額の種類
このお話をお伝えする前にまず、不動産の評価額の種類について見ていきたいと思います。不動産の価格には①実勢価格(時価)、②公示地価/基準地価、③相続税評価額(路線価)、④固定資産税評価額、があります。「一物四価」と言われる通り、1つの不動産に対して4つの価格とその調べ方が存在します。実勢価格は実際の売買契約が成立した価格で、言わば需要と供給のバランスから生まれてくる売買の価値とも言えます。しかし、買主側の土地に対するニーズの高さ、あるいは売主側に早期の現金化ニーズが高いなど、売買時のさまざまな事情によつて取引価格は左右されます。そこで国は取引の目安として、鑑定評価の手法により求められた適正な価格を公示して指標とするという制度を整備しました。それが公示地価です。この公示地価/基準地価は国または都道府県が年に1回

課税のための公示地価と、売りに売れない地方不動産の実勢価格に驚くべきギャップ

公表している土地の公的評価価格で、資産評価システム研究センターの検索システム「全国地価マップ」で調べることができま

す。また、相続税評価額(路線価)は相続税を課税するための計算に用いられるもので、国税局・税務署で公表されます。路線価は、公示地価・実勢価格や、不動産鑑定士などの専門家の意見も取り入れながら、公示地価の80%程度を目安に決定されます。そして、固定資産税評価額は、固定資産税の計算をするときに使用するものです。

「固定資産評価基準」という国が定めたガイドラインに基づき、市町村が決定します。土地については公示地価の約70%、建物については建築費の約50~70%が評価額となります。評価は原則3年ごとに見直され、地価の下落・上昇などにより評価額が増減します。この相続税評価額と固定資産税評価額についても、同じく「全国地価マップ」で検索することができます。また、固定資産税は毎年課税される税金なので、不動産の所有者に毎年送付される「固定

資産税課税明細書」を確認すれば、それぞれの資産につき正確な税額がわかります。

このように課税に対する指標として、他の評価の基になるのが公示地価であり、相続や贈与また不動産の取得と保有に対する課税の目安としての価格

思うに、この公示地価にはかなりの調整があることが考えられます。例えば、公示地価を実勢価格にあわせると、銀座の一等地のように公示地価の2~3倍でも売れるところは相続税や固定資産税が極端に上がってしまうし、反対に、過疎化する地方のように、公示地価の8割水準の路線価でさえ売れないエリアは、税収が大きく落ち込んでしまいます。したがって、この過疎化する地方の公示地価こそが大きな問題を生んでいるのです。いまや、自治体の税収の約半分が固定資産税と都市計画税によるもので、地方の地価下落は自治体

の財政悪化に直結します。だから、国も地方自治体も公示地価をあまり下げてもらいたくないのです。そして、そこには実勢価格と大きく乖離した地方不動産が益々負動産化していくという実態があります。地方によっては公示地価の8割の路線価はおろか、7割の固定資産税評価ですら売却できないところも多く、実際に取引される

実勢価格との乖離はすさまじいものがあります。このような状況の中、人口減少で将来の展望が見えない国や地方自治体にとって税収を確保しなければならぬことは、誰の目から見ても歴然としていまさら、公示地価を決めるうえで簡単に評価を下げられない事情があり、土地鑑定委員の国や行政への忖度も囁かれています。

不動産には、『一つの物件』に『四つの価格』が存在する!

一物四価

- ① 実勢価格
- ② 公示地価 / 基準地価
- ③ 相続税評価額 (路線価)
- ④ 固定資産税評価額

▼需要と供給のバランスを無視した固定資産評価額

実は、この公示地価がすべての基本となっていることが問題なのです。それは、前述のように相続税路線価は公示地価の8割水準、固定資産税評価額は公

示地価の7割水準に設定され、相続税路線価は、相続税や贈与税の算出に用いられ、固定資産税評価額は固定資産税や不動産取得税を決める基準となっているからです。つまり、公示地価は国や自治体の税収を決める基準の大元になっているのです。

実は、私共レントライフの本社があり、発祥の地でもある伊那店で、私共が買い取りをした賃貸用住居で、実際に取得した価格と固定資産税評価額を調べたところ、驚くべき事実が浮かび上がってきました。

事例①の物件は中心駅から徒歩11分の市街地に近い閑静な住宅地で、往年は住宅地として人気のある地域でした。購入物件は某金融機関の古い寮で入

実例、実勢価格と公示価格(地価)を基にする固定資産評価のすさまじい乖離の実態!



札の末、520万円で買い取りました。昭和44年築(1969年・築51年)の古い建物ですが、鉄筋コンクリート造りのため、

れない空地と空き家で朽
靡してゆく街や村が増え
続けている日本社会、しか
し空き家を壊せば固定資
産税が6倍になるため、壊
すに壊せない古家。そして
人口減少で、溢れかえり放
置される空き家はますます
増えていくばかりです。

頼っている地方行政は
増々追い込まれてゆくの
です。

今、不動産購入者はハ
ザードマップで安全性を
積極的にチェックします
し、8月からは業者の説
明も義務化されました。
また我々不動産業者も査
定の際に必ず確認しなけ
ればならないという意識
が強くなっています。特
に地方ではハザードマッ
プで危険度の高い場所の
不動産を好き好んで購入
する人などいませんし、
その必要もないほど需要
は減退しています。そん
な悪循環を一刻も早く断
ち切るため、コンパクト
シティー構想を積極的に
進めるなど、財政を維持
していくための政策が今、
望まれています。

4人に1人が売れる見込
みはないが、できること
なら所有権を手放したい
と考えていました。また
その中の約半数の人たち
は、手放すためなら費用
を払ってもよいと答えて
います。こういった問題
は他の国でも多く抱えて
いて、国によって事情は
大きく異なりますが幾つか
の先進国ではすでに、放
棄される不動産を国が引
き取るなどの対策が積極
的に取られているよう
です。しかし、日本の民法
は不動産を捨てるための
手続きを定めていません。
明治時代につくられた民
法は、日本の人口が減少
して不動産の価値がなく
なり、いずれ所有者の負
担になってしまうことな
ど想定外であったので
しょう。国土交通省のア
ンケート結果は、将来に
わたって人口は増え続け、
不動産は価値を持ち続け
るといふ「土地神話」を
前提とした日本の土地制
度が曲がり角を迎えてい

た調査結果でも、相続な
どで取得し、いらなくなっ

た空き地・空き家に対し
て負担を感じている人が
半数以上もいて、その内

負動産に真剣に向き合う、国の対策が急務

ることを示
ています。そ
して地方や都
市郊外を中心
に、資産価値
を失って処分
に困る「負動
産」が広がっ
ているので
す。

日本のなら
なくなつた不
動産を国に引
き受けさせる
のは、国の負
担を増やすと
いう懸念はあ
ります。そ
のまま現在の所有者やそ
の子孫に未来永劫、抱え
させるのも正しい方法と
は言えません。粗大ゴミ
は処分費さえ払えば捨て
られますが、不動産はそ
うはいきません。国は、
国民が必要としなくなっ
た不動産とどう向き合う
か、検討を急ぐべきです。
このままでは、荒れはて
た街や村、山野が日本中
に広がり、未来に禍根を

残すことは避けて通れな
いでしょう。
今私達にできることと
言えば、せいぜい空き家
を取り壊し、子孫の負担
を少しでも軽くするか？
利用価値が少しでもある
資産なら、改築して低賃
料で市場に復活させる
か？はたまた価格はさて
置き売却して他人に押し
付けるか？そんな選択肢
しか残っていないのです。

不動産は捨てられない!!



どんなに大きくても粗大ごみなら捨てられる。



放置しておけば、さらにボロボロに...

TVCM放映中!!

豊富な賃貸経営ノウハウ

自己資金0からの **リフォーム**

「空き家預かりくん」
「アパートマンション預かりくん」
家賃保証で分割払い

究極の空き家・空室対策!! 家賃保証付リフォームシステム

レントライフ
レントライフの預かりくん 検索

ご相談は最寄りの
レントライフ各店へ!

長野店 松本店 諏訪店
伊那店 飯田店

お貸しく下さい

アパートマンション 住宅 空き家

コラム
これからの賃貸経営におけるSNS活用の重要性

これからの企業マーケティングに欠かせないツールと言われているSNS。賃貸経営においても、日に日に重要性を増しています。すでにSNSをビジネスに積極的に活用している方がいる一方、なかなか踏み出せないという方もいるのではないのでしょうか。そこで今回は、賃貸経営におけるSNS活用のメリットや重要性をお伝えします。

■ **企業の広報手段としても重要性を増すSNS**

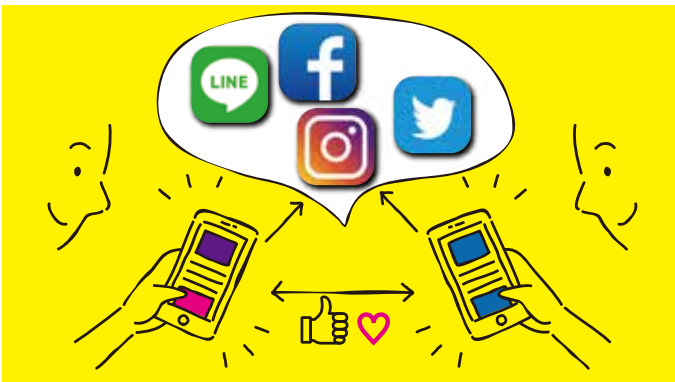
みなさん、SNSというツールを知っていますか?「よく使っている」という方もいる一方、積極的にウェブを使っている方の中にも「使っていない」という方や「名前だけは知っているけれどどういったものかイマイチわからない」という方もいるのではないのでしょうか。

SNSとは、ソーシャル・ネットワークキング・サービス(Social Network Service)の頭文字を

とったもので、登録された利用者同士が双方向で交流できる会員制のウェブサービスのことで、代表的なものに、

- Twitter(ツイッター)
- LINE(ライン)
- Facebook(フェイスブック)
- Instagram(インスタグラム)

などがあります。



ももとは、同じ趣味を持った人や友人同士がやり取りすることをメインとする、比較的閉鎖された空間でのサービスでした。しかし、近年、爆発的に利用者が増加していることから、企業や団体の広報ツールとしても用いられています。ちなみに、ラインの国内利用者は8400万人、ツイッターは4500万人です。

■ **不動産賃貸業とSNSは相性が良い**

実は、数ある業種の中でも不動産賃貸業とSNSの相性はとても良いと考えられています。SNSでは写真やコメントで物件の内観や外観をダイレクトに訴求でき、ユーザーの質問にも即座に反応できます。

また、不動産賃貸業者のアカウントをフォローする人は基本的に物件情報を求めている人で、自社に良い印象を持っている人です。そういった確度の高い見込み客に無駄なく訴求できる点も魅力です。さらに、基本的には無料でアカウントを作成できますので、金銭的なコストもかかりません。

不動産情報サービス大手「アットホーム」のツイッターアカウントでは、同社のCM動画が積極的に放映されているほか、同社ホームページのコンテンツへの誘導が徹底されています。また、ツイッターの機能を利用してのアンケートも定期的に配信されている点も特徴的です。2010年のアカウント開設以来、約10年間で約110万件が投稿され、7万2000人のフォロワーがいる人気アカウントになっていきます。

一方、リクルート住まいカンパニーでは、同社の公式アカウントとは別に、イメージキャラクター「スーモ」のツイッターアカウントを作成。キャラクター商品としても人気が高いスーモが日常の何気ないことをつぶやくといった内容で、こちらは物件紹介というよりも、同社のイメージアップや好感度・親近感の向上を狙ったものです。「明日はハロウィンだね」などという、物件情報とは関係ない投稿ばかりですが、毎回200人ほどの反応があり、フォロワー数も9万人を超えています。このように、会社ごとのニーズに合

わせてアカウントを気軽に使い分けられる点もSNSのメリットでしょう。

また、当記事を掲載しているレントライフでも、時流に合わせたマーケティング戦略として、SNS(インスタグラムとフェイスブック)で、3つのアカウントを開設しようとしています。

まず、ウィークリーマンションのお部屋を紹介する『レントライフマンション』のアカウント、また、家具家電付き十入居期間自由+来店不要+敷礼仲手0円の物件を紹介する『フリーダム賃貸』のアカウント、さらに、建売住宅や注文住宅を紹介する『H+LHOUSE』のアカウントの3つを運用しています。



インスタグラムの運用は開始して間もないのですが、現在レントライフマンスリーは、158、フリーダム賃貸は83、H+LHOUSEは、81のフォロワーがいます。フォロワーとは、投稿に興味を持ってくれている人たちのことです。いずれのアカウントも順調にフォロワーが増えてきているようです。

SNSを使う年齢がちょうど20代〜40代という、レントライフのメインの顧客層にぴったり当てはまるため、SNSを使ったマーケティングは大いに期待できるかと思えます。

■ **これからもSNS利用者が増えていく2つの理由**

そもそも、SNSがこれほどまでに人気を得ているのには、どのような理由があるのでしょうか。筆者は、その理由を2つあると考えます。

まず、SNSが人間の基本的な欲求を満たせるツールではないかという点です。誰かに認められたい「承認欲求」、誰かと繋がりたいという欲求や友達が欲しいという欲求、自分の日々の暮らしを見てほしいという欲求



今後も人気は衰えない。企業もより力を入れていくツール！

をSNSでは満たすことができず。こうした欲求は、人との関りが薄くなった現代社会ではなかなか満たしづらくなっているのではないのでしょうか。たとえば、自分の暮らしや食べたものを色々な人に見てもらいたいと思っても、実生活で誰でも彼でも家に上げることはできませんので、難しいですよ。SNSに写真をアップすれば、世界中の人から見てもらえる可能性があります。

さらに、気軽に思い出を残して置ける点にも人気の理由はあると考えます。美味しいものを食べた時や美しい光景をみたとき、家族や友人との楽しいひと時など、以前であれば私たちはカメラで写真を撮影し、アルバム

に残して思い出を振り返っていたのではないのでしょうか。いまでは、カメラではなくスマートフォンで写真を撮ることが一般的です。もちろん、スマートフォンやパソコン内に写真を残しておくこともできますが、SNSに投稿すればサービスが続く限り、半永久的にその写真をSNS上に残しておくことができます。つまり、SNSが従来のアルバムの役割も果たしているのです。

人間が本来持っている欲求を手軽に満たしてくれるSNSは、これからさらに使う人が増えていくと考えて間違いないでしょう。ICT(情報通信技術)に関する民間コンサルティング会社「株式会社ICT総研」は、SNSの国内利用者が2020年末に7975万人(普及率80.3%)、2022年末には8241万人(普及率83.3%)に上る見込みで、利用者は1カ月あたり約16万人ずつ伸びていくとの調査結果を発表しています。この数字からもわかるように、もはやSNSなしでの効果的な企業マーケティングは難しい時代になって

きつつあるのです。SNSを利用している企業と利用していない企業とでは、それだけで商機の数が格段に違うでしょう。

■ **SNSは意外と簡単！気軽に始めてみよう**

とはいえ、シニアの方の中には「自分にできるか心配」、「専門的な知識が必要なのは」と尻込みしてしまう方もいるでしょう。しかし、SNSのアカウントを作成して運用していくのに特別な知識は必要ありません。パソコンも必要なく、スマートフォン1台あれば運用していくことができますし、メールを日常的に使っている人であれば難しく投稿できるはずですよ。実際に、70歳や80歳でSNSを使っていて人は珍しくなく、なかには90歳オーバーのSNSユーザーもいます。興味のあるオーナーさんは、この機会に試してみたいかがでしょうか。



Writer / 箕輪健伸

《オーナー様へ》
ご連絡方法変更のお知らせ

いつもレントライフ便りをお読み頂きありがとうございます。これまで多くのオーナー様にお電話やハガキなどで感想やご意見をお寄せ頂きました。誠にありがとうございました。

今号からは、よりオーナー様からご意見を頂きやすくなるため、パソコン・スマートフォンからのご連絡方法へ変更致しました。左記のURL、もしくはQRコードからご連絡ください。引き続き、お電話でのお問い合わせも受け付けております。

今後もより多くのオーナー様の賃貸経営のお手伝いが出ますよう努めていきます。宜しくお願致します。

vol.76 専用
お問合せフォームへ



rentlife.co.jp/inquiry/rentnews

分譲マンション 預かりくん Vol.32
ゼロ円リフォーム
分譲マンションの特殊な制約の中でも、
リフォームでオシャレなお部屋に大変身!
事前紹介

今回は横浜市南区にある、築44年の鉄骨鉄筋コンクリート造の分譲マンションの一室をリフォームした事例です。さすがの分譲マンションでも建築されたのが1970年代では、和室仕様が主流だったのでしよう。6畳の和室と中途半端な広さのDKという1DKの間取りでした。最寄駅から徒歩5分と立地は良いのですが、築年が経った今でも退去リフォーム程度しか手を入れてこなかったため、一度退去してしまうと次の入居者がなかなか決まらない：とオーナー様もお悩みでした。そこで私共のDMチラシをご覧いただいたのをきっかけに、ご相談いただきました。

分譲マンション独自の条件下で最大限の変身!

室内は前述の通り建築当時のままの和室仕様・畳敷きで、到底今の賃貸入居者に受け入れられる内装ではありませんでした。さらに、洗濯機置き場はバルコニーにあり、水まわりはバス・トイレの2点ユニット、しかもバランス窯の浴槽とタイル張りの壁というある意味レアなつくりでした。通常ですと真っ先にトイレとバスを別にするセパレートプランを実施するのですが、今回は新規に給湯器を設置して配管することが出来ない、分譲マンションの特殊な事情があり、現状のスペースをそのまま活かすことにしました。

代わりに居室のスペースを拡大し、内装・設備もすべて総入れ替えのフルリノベーションを行いました。ブロックキッチンには機能的なシステムキッチンへ変更し、バランス窯の浴槽は撤去して、追い炊き機能付きの広々とした浴槽に入れ替えました。さらに、バスルームの壁面にはシックなアクセントパネルを設置し、統一感のある広めのオリジナル洗面台も新設しました。洗面台をバスルームに設置したことで、バルコニーにあった洗濯機置き場を室内へと設置することが出来、入居者により使いやすい充実したお部屋になりました。フローリングと建具もすべて入れ替え、室内をブラウンで統一した落ち着いた空間へと大変身しました。エアコンとウォシュレットも新設し、どんな入居者でも迎える準備が整った上質の室内が完成しました。

募集開始当初からお問合せをいただき、リフォーム完成前に入居者が決まり、オーナー様にも大変お喜びいただきました。今回のリフォームは、オーナー様の自己資金は0円でを行いました。家賃保証期間の間の賃料でリフォーム代金をまかなうため、オーナー様の負担は全くございません。何もせず日々劣化していく

はずだった資産が綺麗によみがえり、さらにいつのまにか自分の元に戻ってきてその後の賃料は全額家賃収入という、オーナー様には損のない究極の空室対策システムです。多くのオーナー様にもご利用いただいておりますので、弊社オーナーサポートページにて施工実績をご覧ください。負の資産を子孫に残さないために

も、ぜひ私共に一度ご相談ください。

編集後記

本誌の中でも記述されていますが、レントライフでもSNSを活用しはじめました。普段何気なく利用していましたが、マーケティングに、となると難しいです。使いこなせるよう、さらに勉強していきたいと思えます。宮澤

Before





After

- ▶ 室内一新!設備総入れ替え。
- ▶ バランス窯浴槽の浴室を、ホテルタイプのオシャレな空間へ大変身!
- ▶ シックな室内を実現しました。

After





0円リフォームシミュレーション			
《自己資金》	《募集家賃》	《保証家賃》	《保証期間》
230万円	0万円	58,000円	46,400円
			54ヶ月
			4年6ヶ月で返済完了!