



TOPICS
01

ご挨拶

謹啓 日中はまだまだ暑い日が続きますが、朝晩は過ごしやすくなってきました。そうかと思えば、夏の名残の夕立に降られたりと、体温の調整に気をつけたい季節です。

夕立のあとには虹が見られることがあり、一服の清涼剤になるものですが、虹が7色だと最初に言い出したのは「万有引力の法則」で有名なニュートンであることをご存知でしょうか。ニュートンの時代には「7」が神聖な意味を持つ数字だと考えられていたそうです。実際には無限にある光の色を7色とした



謹白

ことが明治以降日本に伝わり、学校教育に取り入れられたこととなったという説があります。しかし国や地域が違っていると、見え方や表現の仕方が変わるため、同じ虹でも色数の認識が違うのだそうです。常識だ、当たり前だと思えていたことが、人によっては全く違う見方をしている、これは虹の色数に限ったことではありませんね。頭を柔らかく、当たり前じゃないことも受け入れる、そんな姿勢も大事なのかもしれません。

入居募集のための賃貸物件の広告には、不動産公正競争規約に基づいたルールがあります。インターネットを使っての広告も同じ制約を受けます。

TOPICS
02

不動産広告の表記ルール

まずは、「不当表示の禁止」。例えば、「完ぺき」「他に類を見ない」「最高」などという言葉は、根拠がないと使つてはいけません。各ポータルサイトでは、広告に適さない言葉を入力するとエラーとなり、掲載前にチェックができるようになっていきます。

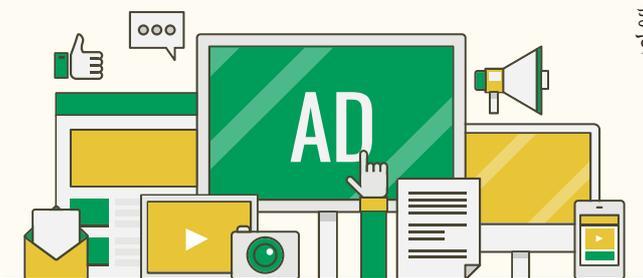
また、システムなどの制約で小数点以下が表示されない場合に、床面積や徒歩分数などの数値を表示する場合は、実際より良く見えないように、端数の調整をしなければいけません。（例 21・8㎡ ↓ 21㎡ に切り捨て・徒歩分数 5・6分 ↓ 6分へ切り上げ）

次に「二重価格表示の禁止」。2ヵ月だけ賃料半額！などのキャンペーンの場合でも、半額の賃料金額は表示できず、契約期間中の最も高い額を掲載しなければなりません。家賃を値下げした場合も、値下げ前の金額を表示して比較することは出来ないこと

なっています。

さらに昨今、問題視されているのが、実際に契約できない部屋を掲載する「おとり広告」です。意図的に行う場合は言語道断ですが、申込みが入った物件をうっかり掲載し続けていた、というケースでも「おとり広告」に該当する、というのが公取協の見解です。

入居募集を任せられる不動産業者は、お客様の反響をより多く得られるよう創意工夫しつつ、ルール違反を犯さないように、細心の注意を払って広告掲載を行っていきます。



入居希望者はここを見る！ お部屋探して見られる管理状況と注意点

長い夏もようやく終わりの兆しが見え始め、9月が近づくと賃貸経営においては秋の第二繁忙期が目前です。空室物件を決めるチャンスが目の前に迫っている中、お部屋探しをする入居希望者が、どんなところを注目しているのかを認識して、稼働率アップのためにできることから始めましょう。

管理状況を重視する

入居希望者が増えた

第9回入居者ニーズと意識調査（21C住環境研究会、株式会社リクルート共同編集）の結果が発表されました。コロナ禍においてお部屋で過ごす時間が増え、それと共に、物件の管理状況が以前よりも注目されているという結果が出ました。

3年前の調査では、部屋探しの時「管理状況を重視している」という人が、全体の51%程度だったものが、今回は約59%まで増えています。その中でも一人暮らしをしている「単身者」ほど、管理状況を気にしているという結果が出ています。確かにファミリー世帯の物件に比べて、多様な年代の人が住む単身者物件は、ゴミ置き場や駐輪場が荒れやすいなどのことが多々起こりえます。

物件の検討に影響を与えるもの

それでは、具体的にどのような箇所が注目されているのでしょうか（図1）。

まず「玄関・廊下の汚れ」が全体の89・1%と最も高く、物件の清潔性に意識が向いていることがわかります。夏場は虫や蜘蛛の巣などで共用部が汚れやすく、きれいにメンテナンスされている物件ほど、余計にそこが目立ちウィークポイントになってしまいうため、最も注意が必要です。

次に「ゴミ置き場」が84・7%と注目度が高いことがわかります。入居者のマナーと管理方法の良し悪しがとても目立ちやすいゴミ置き場は要注意ポイントです。ブロックに網をかけただけのものは設置費用こそかかりませんが、ダイレクトに汚れが目立ち、さらにカラスに荒らされることもしばしばあります。蓋つきのダストボックスなどは見栄えが良く、管理状況も非常によく見えるので、できれば設置したいところです。

また第5位の「郵便受け（集合ポスト）」は毎日目に触れ、手に触れる箇所です。屋外に面して晒されている場合はポスト自体

が錆びたり、また不要なチラシが散乱したり、雨の影響で紙がぐちゃぐちゃになったりと、汚れやすいため要注意です。

空室対策は、お金をかける設備投資やリフォームばかりが目が行きがちですが、それらは確かに効果が高く即効性があります。しかしお金をかけずとも、定期清掃をマメに行い美観を保つことが、空室対策に直結することが改めて浮き彫りになりました。汚れやすい夏場はまずは「清潔性」を最優先にして、空室対策をしましょう。

図-1 物件の検討に影響を与えるもの（複数回答）

