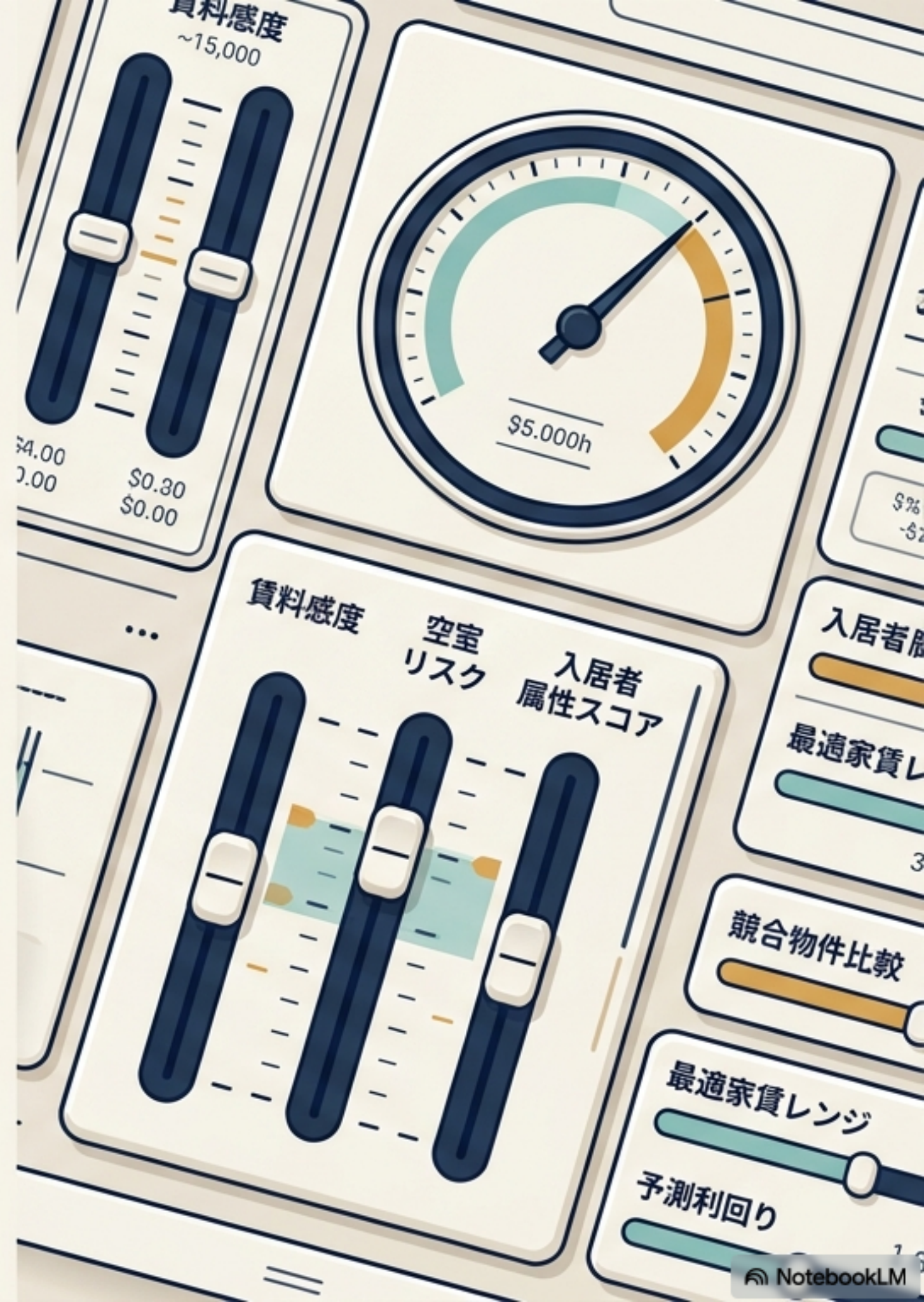


賃料設定の戦略 プレイブック

「相場」に頼らず、最適家賃を
導き出すダッシュボード思考

新規募集時における、家主のため
の変数コントロール術



相場上昇の罠：

「隣が上げたから、うちも上げる」の危険性

市場の現状



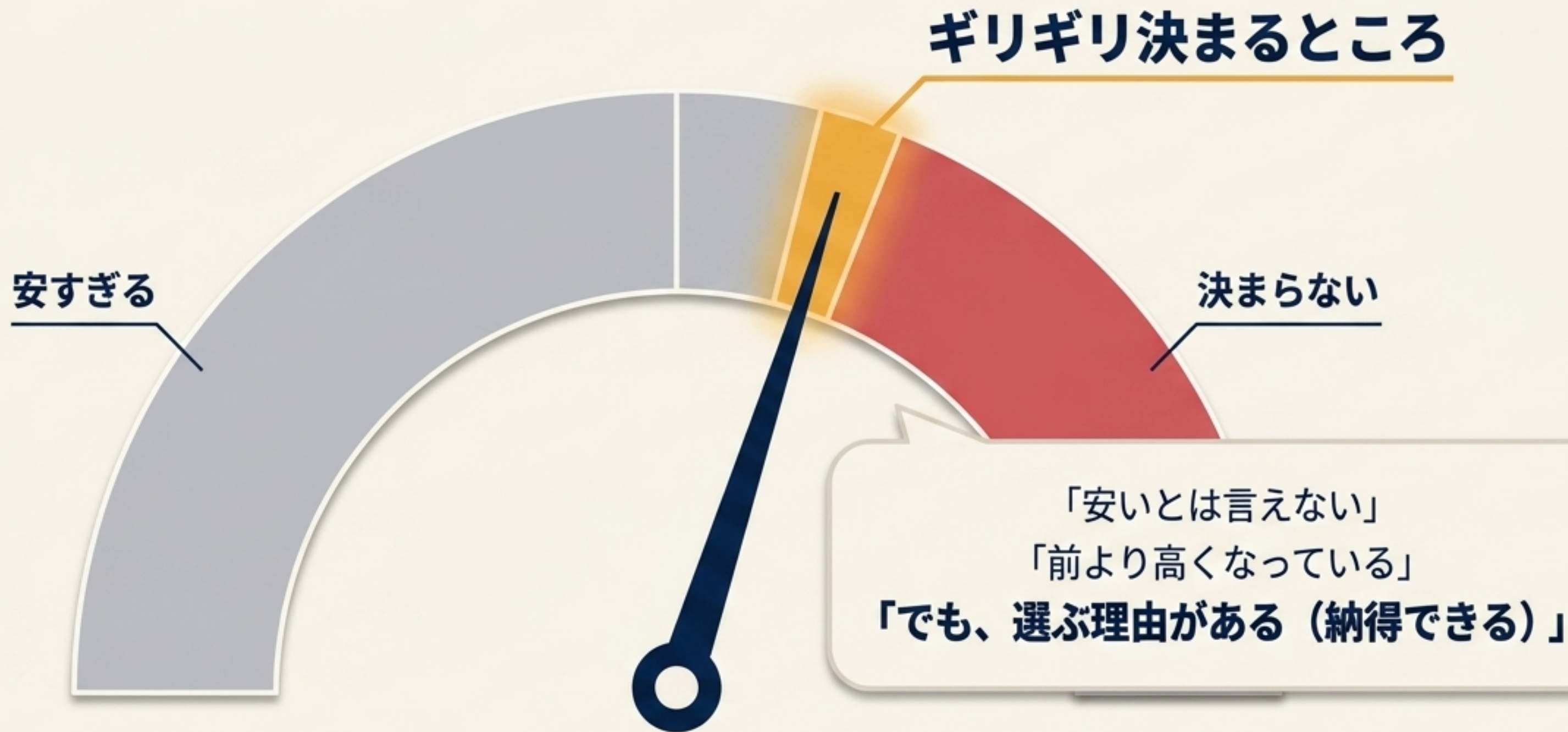
以前の想定より高い賃料で実際に成約するケースが増加。



- 陥りやすい罠
- 立地・間取り・築年数が似ているだけで、周辺物件と同額に設定してしまう。

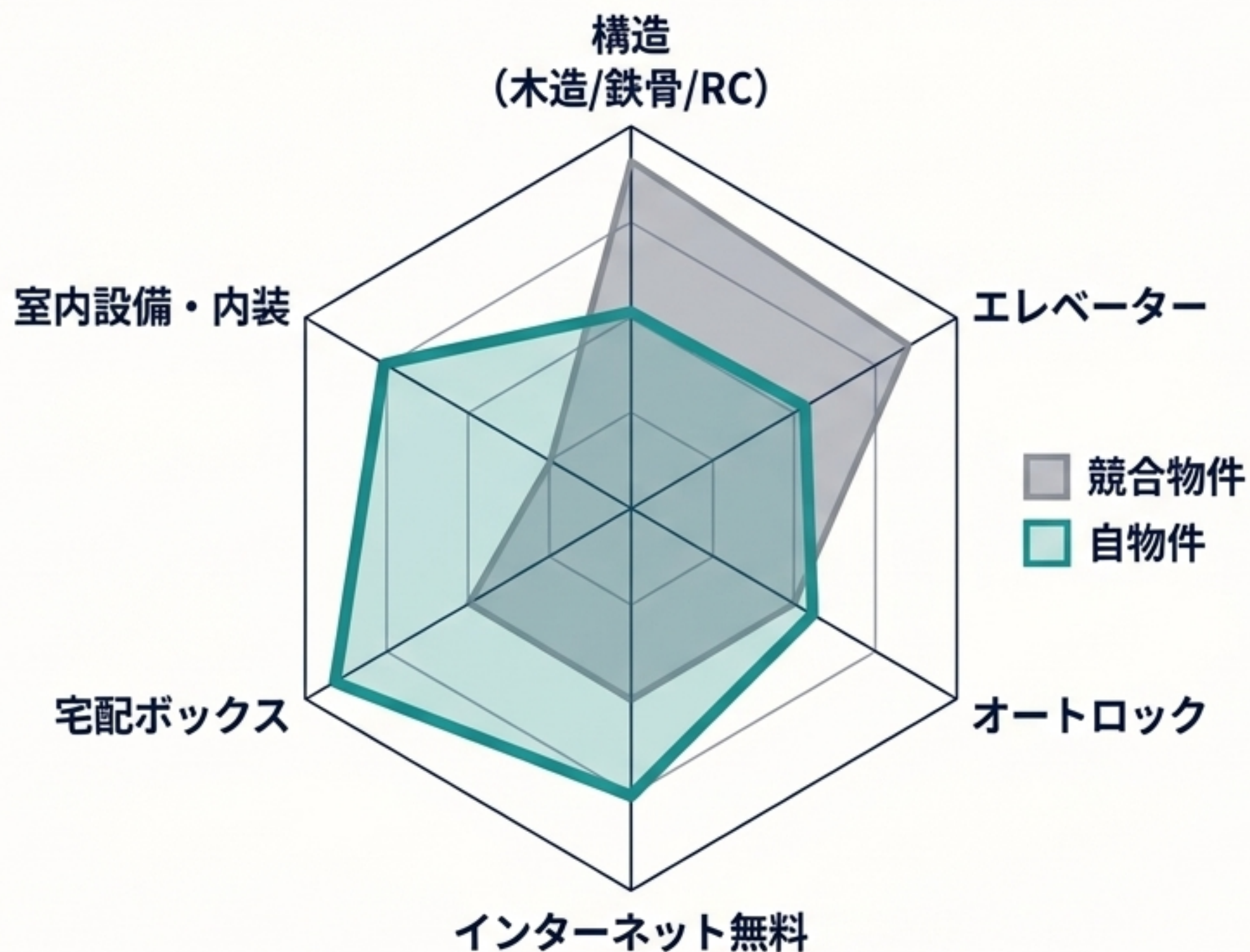
事実：物件は一つ一つ違う。「周りが上がっているから」だけの強気設定は長期空室のリスクを生む。

目指すべき到達点：「ギリギリ決まる」スイートスポット



高いけれど納得できる、その心理的境界線を見極めることが賃料設定のゴール。

変数1：物件スペックの解像度を上げる

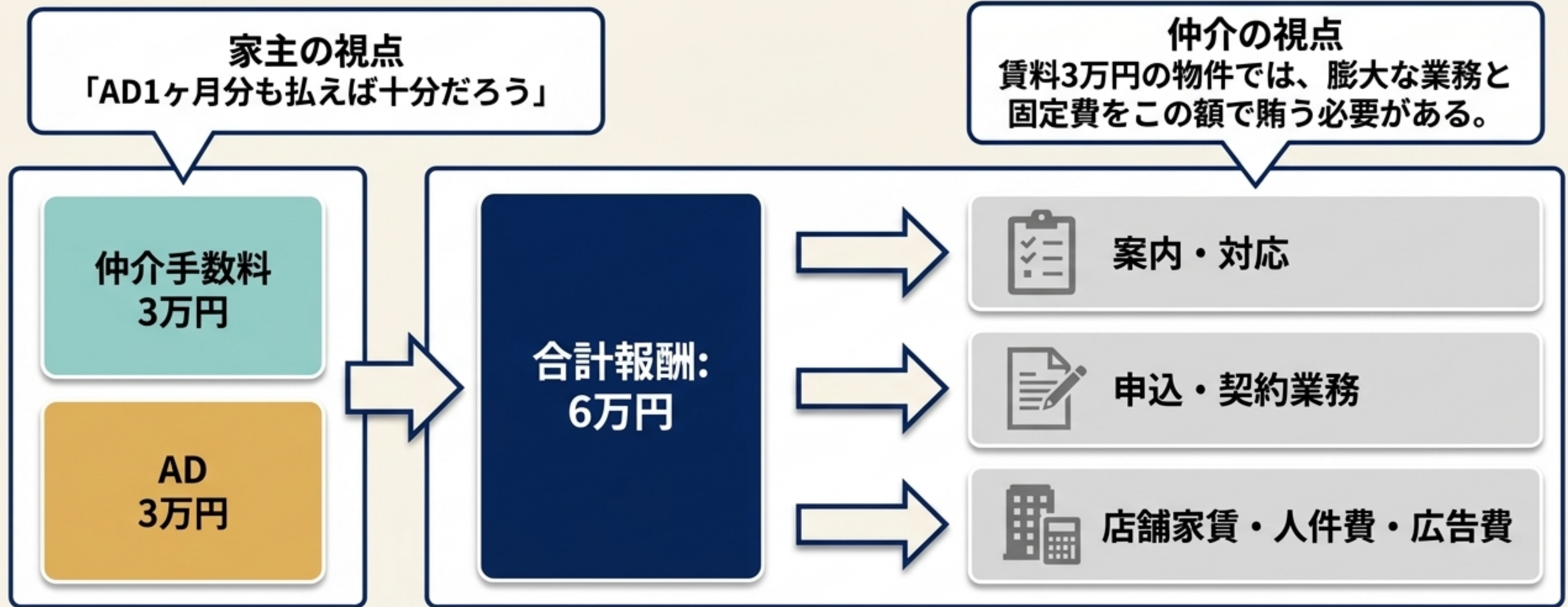


同じ駅、同じ広さ＝同じ家賃ではない。

競合に「ない」設備（ネット無料、宅配ボックスなど）が自物件にあるか？

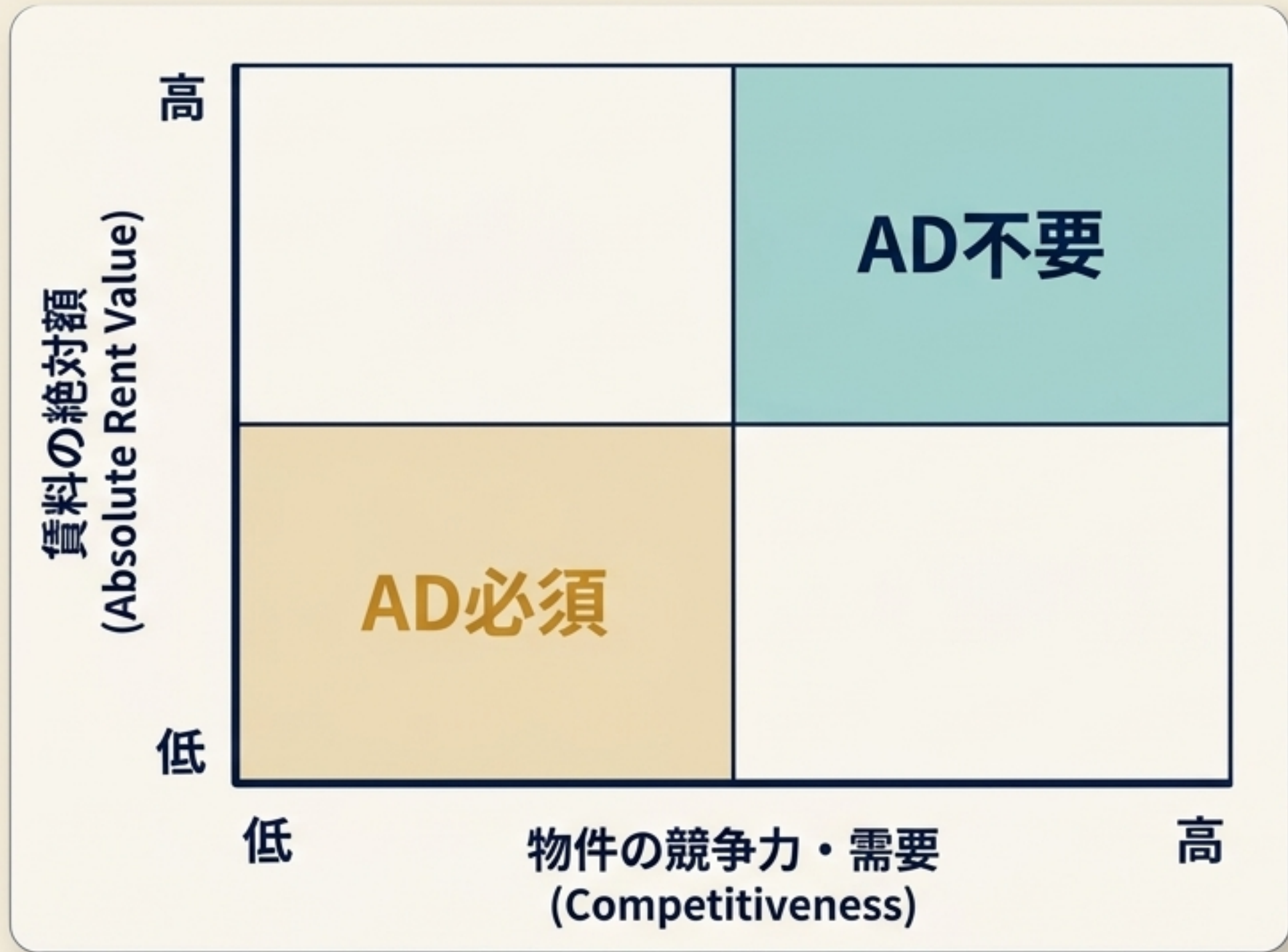
逆に、競合に負けている部分をどこで補うか？一つ一つ比べながら勝負できる位置を探る。

変数2：AD（広告料）の力学と仲介業者のリアル



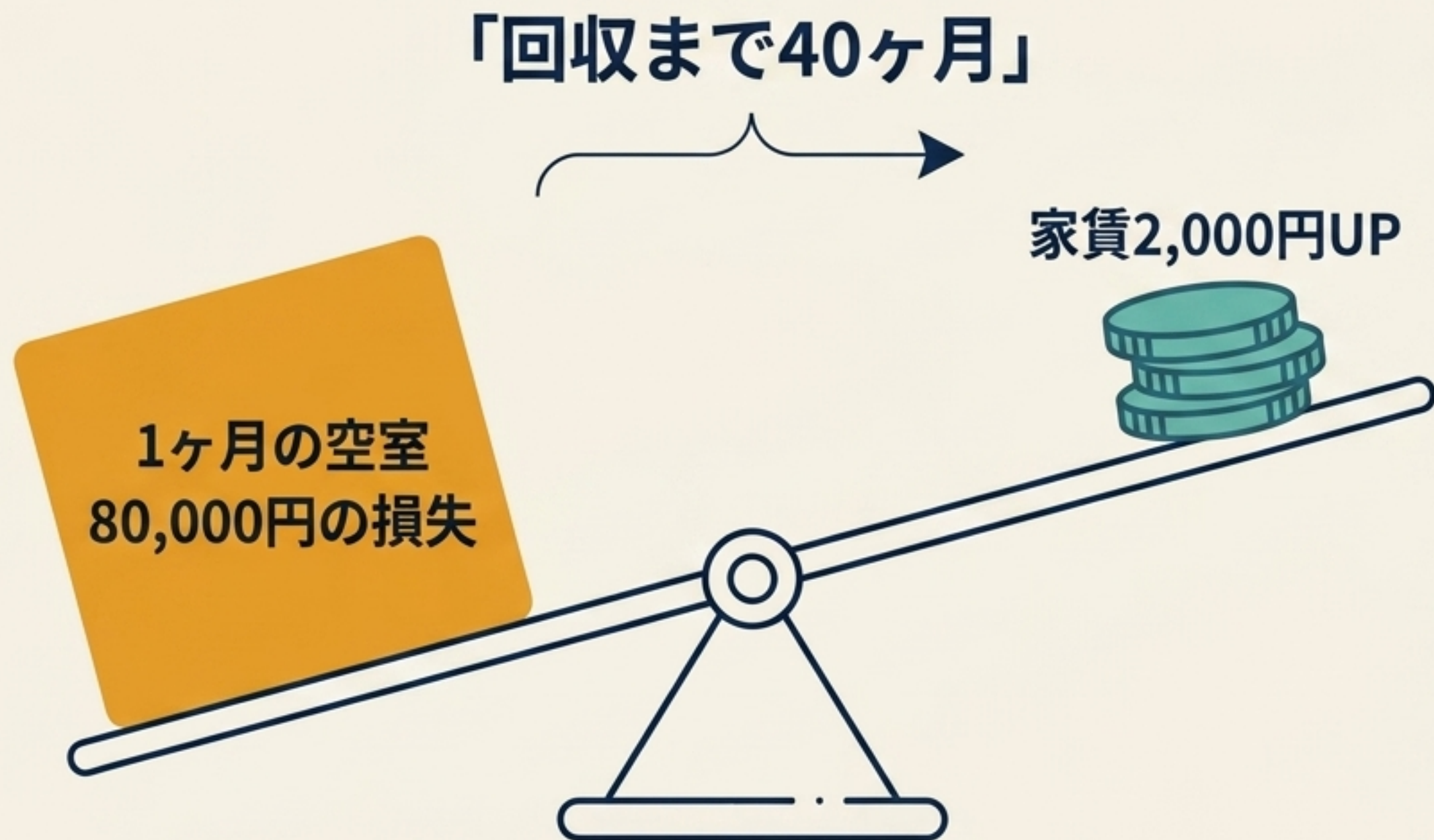
結論：賃料が低い物件、または決め手に欠ける物件ほど、仲介業者に動いてもらうための「ADという潤滑油」が必要になる。

AD戦略マトリクス：いつ、どこでアクセルを踏むか



- ### 判断のためのチェックリスト
- 初期費用（敷金・礼金）は取れる物件か？
 - ローンや資金繰りに余裕はあるか？（手残りの計算）
 - 多少費用をかけても「早期成約」を狙うか？

変数3：空室損という「見えないコスト」



ただ高く出せばいいわけではない。

月8万円の部屋が1ヶ月空けば、8万円の確実なマイナス（2ヶ月なら16万円）。

強気な賃料設定は、この「機会損失リスク」とのトレードオフであることを認識する。

ステークホルダーの力学： なぜ管理会社は「安全な家賃」を勧めるのか

 家主



目的：長期的な収益の最大化

 管理会社



目的：早期入居と手間の最小化

管理会社は「反響がない・決まらない」状態を嫌がる（業務圧迫とプレッシャー回避のため）。
彼らが安全（低め）な家賃を提案するのは、ある意味で自然なインセンティブ。
だからこそ、家主は「丸投げ」にしてはいけない。

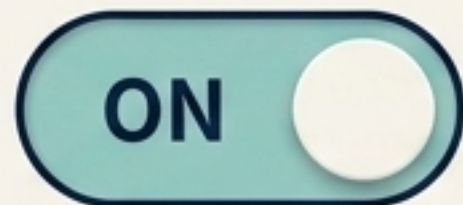
戦略の伝達：管理会社への「意図」のインストール



早期成約モード

「とにかく早く決めたいです」

空室許容度：低 → AD追加や初期費用減額の提案を歓迎。



賃料優先モード

「すぐに決まらなくてもいいので、まずはこの家賃で様子を見たいです」

空室許容度：高 → 反響の推移測定を依頼。

自らの「空室許容度」と「優先事項」を明確に言語化し、パートナーと共有する。

フィードバック・ループ：設定して終わりではない



何ヶ月も反響がないのに、同じ条件で出し続けるのは思考停止。

決まらない理由は「家賃」だけとは限らない。総合的に見直す。

最初の設定は大事だが、その後の「反応の観察と修正」が成否を分ける。

経営のハンドル を自ら握る

相場、競合、設備、初期費用、AD、空室期間、資金繰り。これらを同時に見ながら「勝負できる位置」を探る。

建物を維持していくにはコストがかかる。家主の負担は増え続けている。

だからこそ、人任せにせず、自らの頭で最適賃料を導き出す。
それがこれからの賃貸経営のスタンダードになる。