

## 空室の克服 改装によるポジショニングの修正



クリスティン・グンダーソン・ハント著

全国で未だに続いている高い空室率に対処するため、不動産管理士と商業系オフィス物件は、テナントを物件に引き寄せるために、ありとあらゆる手段を講じています。

「オフィスビルの競争が激しいので、不動産管理士もオーナーも、いろいろなことを試みています。」と、オンライン商業系不動産要覧である「ブローカーリスト」の創始者、リンダ・デイ・ハリソン CPM®は述べています。「完璧なテナントが来て、500 平米のスペースを借りてくれるのを、ただ待っているわけには行かないのです。」

第一四半期末の 17.2%という全国平均空室率に対処するために、オーナーや管理士は、空のオフィス・スペースの内装を「先に仕上げ」たり「ホワイト・ボックス」にしたりして、物件の販促をしています。

どちらのコンセプトも改装のための投資が必要ですが、不動産の専門家によると、改装する前にそのようなスペースの需要があるかどうかの適切な分析さえしていれば、この手段を使うことによって、早くテナントを見つけ、高い家賃で決めることができることが多いそうです。

「投資家の目標と資金があるかどうかによって、スペースを早く貸してしまうためには、この戦略を導入するだけの価値があることもあります。テナントは、入ってそのまますぐに使うことが出来るか、あるいは、全部きれいにしてありますから、どんな感じにするか視覚化することができます。」と、ジョーンズ・ラサールの北カリフォルニア・リーシング・チームのクリストファーT.ローダー管理ディレクターは述べています。

### 販促が容易

内装をあらかじめ仕上げているスペースは、造作変更が既になされており、テナントは、どんなところで仕事をするのか、スペースを視覚化できるばかりでなく、デザインをしたり工事が終わるのを待ったりすることなく、すぐに引っ越すことができます。

このようなオフィスは、広くアピールするように作られており、通常、中間色のカーペット、受付、程よい照明、休息室かキッチン、そして小さな押入れがあります。間取りによっては、前のテナントの重役室にロックをつけて、個人事業主の一人用のオフィスにするだけと言う簡単な改装もあります。

「見込み客にスペースの一部あるいは全部を仕上げた状態で見せることができれば、そこをどのように使うかすぐに想像することができ、販促が楽にできます。」と、カリフォルニア州サ

ン・ラファエルのパークウェー・インベストメント・コーポレーションの最高財務責任者であり、アソシエート・ブローカーであるジョディー・アゼヴェド CPM®候補者は述べています。

広くアピールすることは大切ですが、あらかじめ仕上げているオフィスは、市場の需要に沿った造作でなければならず、もしそのビルが、例えばヘッジ・ファンドなどのような特定のテナント向けのものであれば、その地域のヘッジ・ファンド会社の典型的な好みに沿ってデザインしなければなりません。

「テナントは、アピールのあるもので、彼らの好みに合わせた造作を求めているのです。あらかじめ仕上げることによって、カスタマイズしたテナントの造作変更よりも安く、それを達成することができます。」とローダー氏は述べています。

### ターゲット・オーディエンス

一般的に、仕上げ済みのオフィスのターゲットは、起業家か、自分の仕様通りに造作変更するお金のない中小企業です。不動産管理士は、オフィスに家具をつけるだけでなく、複数の小さなテナントがシェアできる、現場の受付係、オフィス設備、会議室などをつけることもあります。

「これは、小さなユーザーには役に立ちます。彼らは、引っ越してすぐに仕事を始めたいのです。」とアゼヴェド氏は述べています。

アゼヴェド氏は、カリフォルニア州サン・ラファエルの 300 平米のオフィスを、家具とフルサービス付のエグゼクティブ・オフィスに改装しました。このスペースは、2 年近く空室だったのですが、改装して 6 ヶ月から 9 ヶ月の間に 10 のテナントがリースして、満室になりました。一つのユーザーに貸していたときよりも、ネットで、家賃が少し上がったそうです。

ミシシッピ州ゴルフポートで、ソイヤー・コマーシャル LLC の上級顧問であるマーヴィン・クーリー CPM®は、ハリケーン・カトリナ前に、空港近くのオフィスビルで、仕上げ済みのオフィスを作りました。当時、たくさんの市外の不動産開発業者やそのほかの会社が、この地域に多大な興味を示し、この町に来てビジネスをする場所が必要だったのです。カトリナの後、事務所がなくなったテナントも、このビルに入ることができました。

テナントには、短期で、1 室から 3 室の、家具付で、オンラインで予約できる共用の会議室、共用のプリンターとスキャナー、共用のキッチンと受付がついたオフィスの、全てが含まれたリースを提供しました。

「移動しているビジネスマンが来て、事務所をセットアップして、すぐに仕事始めることができるのです。統一家賃、スペースの柔軟性、アメニティー、本社以外で簡単に働けるということで、とても人気が出ました。この物件がこんなに稼働率が上がったのは、久しぶりです。ターゲット・グループが当たったに違いありません。」とクーリー氏は述べています。

## 白い箱の外からの観点で考える

仕上げ済みのオフィスのターゲットは小規模のテナントですが、ホワイト・ボックスは、大きなスペースが必要なテナントの向けです。ホワイト・ボックスは、スペースの中のものを全て撤去して、全部真っ白に塗り、白紙の状態にして、見込み客が、そこから自分のデザインで全部作れるようにするのです。

「フレッシュできれいなスペースだと、見込み客が、前のテナントのデザインに気を取られることはありません。確かに、スペースのリーシングには役に立ちます。」とローダー氏は述べています。

ホワイト・ボックスは、2010年にローダー氏のチームが、サンフランシスコの、オーナーが管理していたビルの管理とリース業務を引き継いだときに、非常に成功しました。当時は、稼働率が78%で、10年も空室だったスペースもありました。

チームは、ホワイト・ボックスのショー・フロアを作って、物件のポジショニング（市場での位置づけ）を変えました。彼らは、スペースを骨組みだけにし、床を磨き、配線を隠し、線型照明を取り、柱を壁板でカバーしました。バスルームを改装し、ガラス張りの会議室も作りました。

ショー・フロアのコンセプトで、取引が劇的に増えたそうです。物件を見に来る人は、一週間に1-2回から、7-10回に増えました。10年も空室だったスペースが、数ヶ月でリースされてしまいました。2011年末の時点で、物件の稼働率は95%です。

「ほとんど空の状態でも、スペースのきれいでフレッシュなアピールによって、見込み客が、その可能性を見ることが出来たのです。前のテナントが残した邪魔なものを見ないようにするよりも、何も無いキャンバスを見ることによって、どうしたらうまく行くかをブレインストーミングすることができるのです。」

オーナーが内装の仕上げを先にするにしても、あるいはホワイト・ボックス化するにしても、これらの戦略の潜在効果を判断するためには、多くの市場調査が必要です。

「仕上げをし過ぎるのはリスクがあります。ホワイト・ボックスや、いろいろな会社が見える一般的なスペースを作る方が、安全です。いずれにしろ、どちらの戦略も、投資利回りがあるかどうか、判断する必要があります。」とカリフォルニア州ブレントウッドの地域統括不動産管理士、デイビッド・フィッシャーCPM<sup>®</sup>は述べています。

## あれもこれも、みんな分析

内装を先に仕上げる場合であろうと、ホワイト・ボックスであろうと、いろいろな可能性がありますので、どちらも、それにかかる平均的な費用を測ることはできませんし、投資収益率も出せない、と言うのが専門家の意見です。

「同じビル、地域、オーナーなどというものはありません。ビルの実績も異なります。オーナーのお金の投資の仕方も違います。最終的に、物件の機会コストは、お金をどう使うかというオーナー個人の決断です。」と、デイ・ハリソン氏は述べています。

ですから、専門家は、リースにサインしてもらう前にスペースの改装をするかどうかの判断には、市場と潜在顧客の分析が大切であると述べています。

「大切なのは調査です。その地域に多いビジネスと少ないビジネスが何であるかを知り、最も可能性の高いものを目標にしてください。私は、勘は使いません。市場調査が、そのような改装を裏付けているか、確認してください。」とフィッシャー氏は述べています。

専門家は、分析において以下の要因を検討するように述べています。

- どういうタイプのテナントが今スペースを探しているか、そしてそのようなテナントを引き付けるためには空室をどのように変えれば良いか。
- 今の市場のテナントは、普通、どのくらいの広さのスペースを求めているか、またその空室を、それらの標準を満たすことができるように、改装することができるか。
- スペースの改装にどれだけ費用がかかるか。
- 市場は、どの程度の家賃を払うことができるか。
- フロアは、簡単に分割できるか。
- スペースは、どれだけ早くリースできるか。

思慮深い調査分析は、先に空室の仕上げをしたり、ホワイト・ボックス化したりするのにかかる費用と、それをすることによる潜在的な利点を比べて、詳細な情報を得た上での決断をする助けになる、と専門家は述べています。

「これらの戦略がうまく行くかどうかは、物件、また市場次第です。こちらでうまく行っても、そちらでうまく行くとは限りません。下調べはしなければなりません。しかし、スペースは、リースされるまで、オーナーは毎日家賃を取り損ねているのです。だからこそ、どんなことでもトライして、空室を埋めることが大切なのです。」と、デイ・ハリソン氏は述べています。