

# 賃貸管理会計のススメ

筆者



中島 結実  
依田(石井) 公認  
会計士税理士事務  
所 I T経営支援  
室サプリーダー  
中央大学商学部会  
計学科卒。宅地建  
物取引主任。セイ  
コーエプソン(株)  
にて教育・企画担  
当として活躍。そ  
の他、現職。現在  
は、複数の不動産  
業クライアントに  
、経 理・会計処理  
の指導のみならず  
、I T導入支援およ  
び業務標準化コン  
サルティングを  
実施。

賃貸管理業は、仲介の補完的サービスから、オーナーサービス分野まで業務範囲が拡大し、人さまのお金を預る信用ビジネスへと変革しつつあります。また、管理契約の形態も、サブリース、部屋保証、集金代行など、と多様化しています。

この変革に対応すべく、賃貸管理会社の経営基盤を強固にするため「賃貸管理会計のススメ」と題して考えていきます。

第1項 オーナー契約の種類はシンプルにすべし  
皆さんは物件ごとの収支を把握していますか？  
つかめているとしても、その集計は大変ではないですか？  
それは、管理委託契約の種類がたくさんあるのが一因で、ほっておくとリスクを抱え込むかもしれないのです。

なぜひょうか。  
このような数字を集計するとき、管理委託ごとに集計や利益のつかみ方が違うのを存じでしょうか。表1を参照してください。管理委託ごとに損益計算書で示す収支の把握が違つのが見て取れると思います。

★1は、家賃の集金代行の利益の求め方です。管理料率をかけた管理料売上として計上します。

★2は、サブリース(転賃契約)の場合です。賃借人から回収した家賃は売上と計上し、その保証

## ①オーナー契約のバリエーションは得とせずシンプルであるべし

### 経理処理ミス回避のため 管理委託の契約形態を集約

<p>★1 集金代行の利益の考え方</p> <table border="1"> <tr> <td>預り金 (預り家賃) 80,000円</td> <td>×</td> <td>管理料率5%</td> <td>=</td> <td>売上高4,000円 ↑管理料売上</td> </tr> </table>		預り金 (預り家賃) 80,000円	×	管理料率5%	=	売上高4,000円 ↑管理料売上	<p>損益計算書(★1)</p> <table border="1"> <tr> <td>【売上高】</td> <td></td> </tr> <tr> <td>管理料売上</td> <td>4,000</td> </tr> </table>	【売上高】		管理料売上	4,000							
預り金 (預り家賃) 80,000円	×	管理料率5%	=	売上高4,000円 ↑管理料売上														
【売上高】																		
管理料売上	4,000																	
<p>★2 サブリース契約の利益の考え方</p> <table border="1"> <tr> <td>売上 (家賃収入) 80,000円</td> <td>-</td> <td>原価72,000円 (保証賃料)</td> <td>=</td> <td>8,000円</td> </tr> </table>		売上 (家賃収入) 80,000円	-	原価72,000円 (保証賃料)	=	8,000円	<p>損益計算書(★2)</p> <table border="1"> <tr> <td>【売上高】</td> <td>家賃売上 80,000</td> </tr> <tr> <td>売上高合計</td> <td>80,000</td> </tr> <tr> <td>【売上原価】</td> <td>保証家賃 72,000</td> </tr> <tr> <td>売上原価合計</td> <td>72,000</td> </tr> <tr> <td>売上総利益金額</td> <td>8,000</td> </tr> </table>	【売上高】	家賃売上 80,000	売上高合計	80,000	【売上原価】	保証家賃 72,000	売上原価合計	72,000	売上総利益金額	8,000	
売上 (家賃収入) 80,000円	-	原価72,000円 (保証賃料)	=	8,000円														
【売上高】	家賃売上 80,000																	
売上高合計	80,000																	
【売上原価】	保証家賃 72,000																	
売上原価合計	72,000																	
売上総利益金額	8,000																	
<p>★3 部屋の賃料を保証しているが、転賃でない集金代行の利益の考え方</p> <p>契約賃料82,000円 保証賃料76,000円</p> <table border="1"> <tr> <td>預り金 (預り家賃) 82,000円</td> <td>-</td> <td>預り金 76,000円</td> <td>=</td> <td>↑管理料売上</td> </tr> </table>		預り金 (預り家賃) 82,000円	-	預り金 76,000円	=	↑管理料売上	<p>損益計算書(★3上)</p> <table border="1"> <tr> <td>【売上高】</td> <td>管理料売上 6,000</td> </tr> </table>	【売上高】	管理料売上 6,000									
預り金 (預り家賃) 82,000円	-	預り金 76,000円	=	↑管理料売上														
【売上高】	管理料売上 6,000																	
<p>保証賃料75,000円 契約賃料82,000円</p> <table border="1"> <tr> <td>預り金 (預り家賃) 75,000円</td> <td>-</td> <td>預り金 (預り家賃) 75,000円</td> <td>=</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>持ち出し 費用 7,000円</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		預り金 (預り家賃) 75,000円	-	預り金 (預り家賃) 75,000円	=				持ち出し 費用 7,000円			<p>損益計算書(★3下)</p> <table border="1"> <tr> <td>【売上原価】</td> <td>家賃補てん 7,000</td> </tr> <tr> <td>売上原価合計</td> <td>7,000</td> </tr> <tr> <td>営業利益金額</td> <td>11,000</td> </tr> </table>	【売上原価】	家賃補てん 7,000	売上原価合計	7,000	営業利益金額	11,000
預り金 (預り家賃) 75,000円	-	預り金 (預り家賃) 75,000円	=															
		持ち出し 費用 7,000円																
【売上原価】	家賃補てん 7,000																	
売上原価合計	7,000																	
営業利益金額	11,000																	

額を売上原価として計上して、差額が売上総利益として把握できます。  
★3は、バリエーションの契約です。オーナーにとって心理的に安心となる契約を取るために、異なるので位置も変わり、よって残高の集計も別々に行わなければなりません。  
二、★2のサブリースは、この計上方法で皆さん行っていますか？  
実は賃借人の賃料と保証賃料の差額を売上として計上しますが、逆ザヤになれば、費用に計上することになります。  
三、★3は実は複雑です。主が賃貸管理会社となる同契約は、売上と原価で計上しなければなりません。私が支援させていただいた会社で多く見られたのは、これが利益か損失かで把握

できないからです。手間がかかる作業です。結果が同じだとしても、たかが、損益計算書の表示と問わず、処理の内容を加味して細かく分けなければなりません。また「人的リスク」として、管理戸数が1000件以上あって、独自の管理形態、契約があれば手作業で行うこととなり、複数人員が介入し集計すれば、ミスの危険度が高まります。  
また賃貸管理システムの集計にも、この管理形態別に集計できるものは多くないはず。仮に集計できたとしても、システム化できない管理形態がでて、その部分は、手集計することになります。

二、そして何よりも、この集計や経理処理ができるのは、「この人だけ」と特定の担当者以外にできないという、リスクが高い状況がさらに深まるということになります。  
基盤拡充の安定期で大型化を考えるのであれば、管理委託契約の種類が多さは先に述べた「経理上の処理の判断」や「人的リスク」は避けるべきです。人の判断や処理を多く介すれば、手間と時間が必要となりま

す。そこで、  
一、管理委託の集約  
集金代行、サブリース、ファンドと大きく区分できるようにシンプルに集約します。  
二、管理料率と手数料は  
管理料はランク分けにし、新規契約や更新時の手数料の月数も均一にします。  
三、消費税を明記  
消費税の処理を明示しないと、来るべき消費税アップ時に利益の圧迫となります。

これらは、長年培った管理委託契約の見直しなので、努力がかかるのは重々承知のことです。しかし、オーナーにとっての満足は、当然ながら自分の手取りの金額が増えることなので、空室をなくす方がさらなる関心とあります。管理会社としては、ここでひと手間かけシンプルにすることで飛躍的に時間が空き、空室対策のためのマーケティングを強化することができます。