

ART TIMES

October 2024

10

シェアハウス、ペット共生、店舗兼住宅…

トレンドを先取る 差別化賃貸経営

高齢者入居をアシストする
「見守りサービス」とは

反響・成約に効果あり!

リアル&バーチャル 「ホームステージング」実践方法



大雄開発株式会社



シェアハウス、ペット共生、店舗兼住宅…

トレンドを先取る 差別化賃貸経営

入居者ニーズは時代とともに移り変わります。若年人口が減少の一途を辿る現在、トレンドの変化にアンテナを張り、それに応じた差別化戦略をとることは不可欠です。今後の賃貸経営にあたって知っておきたい、新しいトレンドや貸し方をご紹介します。

「デジタルノマドビザ」で見込まれる外国人需要

最近の賃貸トレンドで外せないのが、外国人の入居ニーズです。コロナ禍が明けて在留外国人の数も回復基調となる中、今年4月からは「デジタルノマドビザ」制度がスタート。これにより、外国人向け賃貸のさらなる活況が予想されています。

デジタルノマドとは、ITを活用してリモートワークをしながら旅をする人々のことを指します。近年、多くの国がデジタルノマド向けに6ヶ月～数年の在留を許可するビザを発行しており、その日本版がついに始まったわけです。日本で今回認められた在留期間は、最大6ヶ月。やや短めですが、それでも外国人増加の動きは賃貸市場の追い風となりそうです。

●人気再燃のシェアハウスにも追い風

そんなデジタルノマドの恩恵を受けそうなのが、外国人・短期入居と相性の良い「シェアハウス」です。コロナ禍で一度は人気が下火となったシェアハウスも、現在は主要顧客となる若者が戻り、全国の物件数も2年連続で増加中。シェアハウスは、入居者の趣味嗜好に訴求する「コンセプト」を物件に設定した運営手法が主流です。「国際交流」をコンセプトに、デジタルノマド需要と若者需要の両方を取り込む施策はこれから注目です。

シェアハウスのコンセプト例

子育てシェアハウス	入居者同士で助け合いながら育児ができる場を提供
国際交流型シェアハウス	国籍の異なる入居者同士で外国語習得や国際交流を实践
起業家応援シェアハウス	起業を目指す住人たちの居場所、情報交換の場として
楽器演奏可シェアハウス	防音性を活かしてバンドマンや音大生などに訴求
ジム付きシェアハウス	共用部にトレーニングルームやラウンジなどを設置

●共用部充実の大型シェアハウスも

都市部では、総世帯数が数十～100以上に及ぶ大型シェアハウスも登場しています。多くは学生寮や社宅をリノベーションしたのですが、新築からの企画の成功例も。戸建てタイプなど小規模シェアハウスでは体

感できない豪華なラウンジやシアタールームを共有しつつ、適度な距離感で交流を楽しめるスタイルが人気です。

若者を中心に、コミュニティに緩くつながっていたというニーズは根強いもの。コンセプトや規模のバリエーション豊富なシェアハウス、エリアや周辺環境次第で検討する価値は大いにありそうです。

ますます関心高まるペットとの共生

「ペット共生型賃貸」とは、共用部や室内専有部にさまざまな設備と工夫を備えた、ペットと暮らすことを前提とした物件のこと。近年はペットの健康・生活環境を重視する人や、多頭飼いを希望する人が増加中。一般的な「ペット可物件」では叶わない快適な飼育環境を求めて「共生型」を選択する人が増えています。

●ペット共生型賃貸のプランニング

ペット共生型賃貸は、表のような一般物件にはないペット用設備によって周辺物件との差別化を図ります。ペットとの生活は部屋の傷みが早いので、クロスや壁紙の貼り替え範囲を減らせる腰高クロスや、引っ掻き傷に耐えるペット対応クロス等を導入すると運用負担を下げられるでしょう。敷地に余裕がある場合、専用庭やドッグランは強力なアピールポイントとなります。

ペット共生型賃貸の基本設備

足洗い場	外遊びや散歩後に愛犬の足を洗うための設備
汚物ダスト	糞などの汚物専用の共用ごみ箱。建物内の衛生管理に効果
ペットスペース	ペットのベッドやトイレを置くための専用空間
キャットウォーク	壁や高所に板・棚を設置し、愛猫の居場所や通り道に
ペットドア	室内ドアの下部等に設けるペット通行用のミニ扉
脱走防止用フェンス	玄関や窓、ベランダバルコニーにゲートや柵を設置



●希少性と長期入居で入居率アップ

ペット共生型賃貸は、市場での希少性から高い入居率が望めます。さらに一度入居すると、ペットがいる限り入居が継続されやすい点もメリット。物件の汚損破損やマナー違反による近隣トラブルなど、運用面での注意は必要ですが、今後も高い入居者ニーズが期待できるでしょう。

入居者の「小商い」を支援する店舗兼住宅

職住一体型の貸し方として、近年注目を集めているのが「小商い賃貸」です。「小商い」とは、自作アクセサリーの販売や料理教室の開催など、少額の資金で始める小規模な商いのこと。起業する・店を出す、と聞くとハードルが高く感じますが、昨今はWEBの進化と共にネットショップの開店等が容易となり、副業的に小商いに挑戦する人が増加。その中で高まってきたのが、「実店舗が欲しい」という声です。

小商い賃貸の入居者の出店例

- 古本屋
- コーヒー豆販売
- パン屋
- ジュエリーショップ
- アトリエ
- ワークスペース
- マルシェ
- ネイルサロン
- 植栽販売
- クラフト雑貨



例えば、カフェや雑貨屋、ネイルサロンやカメラスタジオ。小商い賃貸は、居室の一部を商業スペースとして使用できるものとして貸し出します。入居者はその部屋に暮らしながら、「週末だけ」など自分のペースで、趣味や特技を活かしてお店を運営します。

居住用では不人気となりがちな1階が、店舗としては収益拡大を期待でき、物件に人が集まれば地域の活性化に貢献できるのも賃貸経営者には魅力。ただし、店舗としての需要や用途地域による制限など、「立地の適性」の確認が不可欠です。

●募集をSOHO可にして間口拡大

職住一体ニーズに訴求するなら、居住用物件を「SOHO可」で貸し出すという手軽な選択もあります。SOHO(Small Office Home Office)とは、小さなオフィスや自宅でビジネスをする事業形態のことで、これを可とすることは「自宅の職場利用可」を意味します。

看板の掲出や不特定多数の人の出入りがあると自宅(居住用)とは認められないため、飲食や物販のニーズには応えられませんが、デザイナーやエンジニアなどSOHOを求める個人事業主(フリーランス)の入居が期待できます。



ワンポイントコラム one point column

高齢者入居をアシストする「見守りサービス」とは

高齢化が社会問題として深刻さを増すにつれ、空室対策として高齢者の受け入れを検討する機会も増えています。気になる孤独死等の事故リスクに対しては、本人の安否を確認する「見守りサービス」が効果を発揮。現在普及が進むのは次の4タイプです。

①巡回訪問型

担当者が部屋を訪問して安否を確認する、最も基本的な見守りサービスです。見守り専門業者のほか、郵便局や宅配業者、飲食業者などがサービスを提供します。人による確認のため、顔色や会話内容から隠れた異変に早期に気づけるケースも。ただし、訪問頻度に比例して高額になる利用料がネックです。



②機械・センサー型

入居者が日常生活で必ず使う場所・モノの使用状況を機械で見守り、異常があった際に通知します。センサーやカメラで詳細に見守るタイプから、トイレや冷蔵庫のドア、給湯ポット、電球、テレビなどの使用頻度を計測す

るものまで多種多様。巡回訪問型に比べて安価に運用できることが多いものの、機器購入費がかかる点、取得できる情報量が訪問型より減る点に注意が必要です。

③ライフライン監視型

電気やガスの使用状態を見守り、異常が認められた際に通知するサービスです。機械の導入も必要なく、見守られる本人の抵抗感も少なめで、利用料も比較的安価とメリット多数ですが、把握できる情報の精度は②の機械型と同等かそれ以下となります。

④オートコール型

入居者に電話やメール、アプリで機械的に連絡し、安否を回答させることで見守るサービスです。導入ハードルが低く、料金も安いという、体調を回答させるなどできるメリットがありますが、高齢者本人が連絡に気づかない、回答を間違えるなどの懸念点もあります。

なお、どの見守りサービスも、事故の防止ではなく「異常の早期発見」に主眼が置かれている点は要注意です。完全には事故を防げない以上、導入の際は「有事にどう動くか」まできちんと決めておくことも大切です。

反響・成約に効果あり!

リアル&バーチャル 「ホームステージング」実践方法



近年、賃貸業界でもすっかり定着したホームステージング。室内に家具を設置することで、内見者に「実際に暮らすイメージ」を持ってもらい、入居につながる空室対策です。加えて昨今は、空室の写真に3D家具を合成する「バーチャルステージング」という手法も登場しました。リアルとバーチャル、それぞれの実践方法と期待される効果を解説します。

■ リアルな家具のインパクトで早期成約に

「ホームステージング白書2023」(一般社団法人日本ホームステージング協会)によれば、調査に協力した不動産会社のうち「ホームステージングの実施によって問い合わせ数・内見者数が増加した」と回答した割合は、実に75%。さらに成約までの期間については、約82%が「短くなった」、そのうち半数が「大幅に短くなった」と回答したとのこと。

ホームステージングの最大のメリットは、この「反響増」と「早期成約」に尽きます。実物の家具の設置されたリアルな写真はポータルサイトで目立つうえ、内見時には「住んでみたい!」を刺激する大きなインパクトを与えます。成約後の家具は別の部屋の募集に使い回すもよし、成約者に無料・格安で譲って入居満足度を高めるもよしです。



■ 見栄えがコストに直結、費用対効果がカギ

一方、実物家具によるステージングのデメリットは、家具の購入や搬入の費用が高いこと。見栄えを気にするほど費用は膨らみ、ファミリー物件では数十万円規模に達してしまうことも起こり得ます。また、高級品を置けばいいというわけでもなく、配置にはやはりセンスが不可欠。管理会社やコーディネーター、「センスの良い知人」等の力を借りて対策しましょう。

コスト対策としては、家具のレンタルサービスや、ブラダグ家具(プラスチック段ボールで作ったダミー家

具)を活用する手もあります。どちらも数万円からとコストダウンできる反面、前者はレンタル期間が延びるほどコストが落ち、後者は見栄えに大きく影響します。

■ バーチャルなら、早い、安い、お手軽!

空室写真に家具データを配置して合成画像をつくり、ポータルサイト等での募集情報に活用するバーチャルステージングのメリットは、なんといっても“すぐに実施できて”“費用が安い”こと。家具の購入やレンタルも不要、家具設置の手間や時間も不要です。

利用には空室写真があれば足り、データ作成を1枚あたり数千円から依頼できるサービスも登場しています。画像は即日~数日で納品されるため、反響改善に向けて迅速なデコ入れが可能です。



■ バーチャルだからこそ、現実離れに注意!

手軽に反響増を叶えられるバーチャルステージングですが、最大の弱点は内見での成約率です。あくまで家具はバーチャル、内見時にはがらんとした、ありのままの空室を見せることとなります。データなら高級感のある家具をいくらかでも置けますが、あまりに現実とかげ離れた装飾は、イメージの落差からかえって現実の部屋の印象を悪くする可能性も。

また、あわせて気をつけたいのが、配置する家具データの寸法です。見栄えにとらわれて現実には搬入できないサイズの家具を画像内に配置してしまうと、成約後のクレームや早期解約につながるため注意しましょう。

リアルにしてもバーチャルにしても、室内を装飾することで高い空室対策効果が見込めるステージング。しかし、入居者が最終的に選ぶのは「実際に暮らしやすい部屋」だという点は、忘れてはなりません。見た目を整えるだけでなく、人気設備などにも気を配り、外身も中身も魅力的なお部屋づくりを心がけましょう。