住宅新報 2022年（令和4年）3月8日号 掲載

存在感増す賃貸マンション

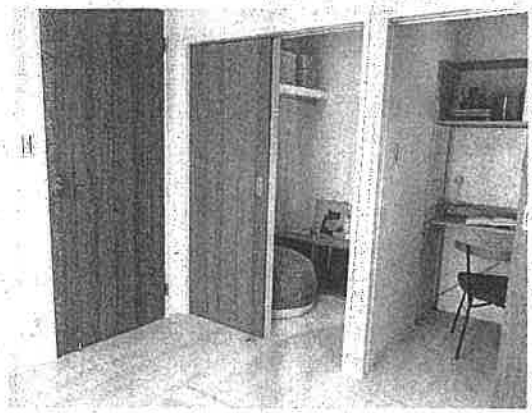
近年、ディベロッパー各社がマンション供給における賃貸物件の割合を増やす傾向が続いており、コロナ禍が長期化する中、最近では更に一段、賃貸マンションの存在感が増している様子だ。同時に、立地・賃料・間取り（広さ）という基本的な要素にとどまらず、各社が工夫を凝らした企画で訴求力を高めた物件も目立っている。直近の事例と共に、その背景や思惑を探る。

（佐藤順真）

金融緩和背景にコロナ禍で加速

マンション市場の分析に強いトータルブレインの杉原禎之副社長は、「近年は賃貸の割合が著しく増えている」と話し、その理由として金融緩和による潤沢な資金の流入を筆頭に挙げた。コロナ禍以前からの傾向でもあるが、新型コロナウイルス感染症のまん延により、宿泊・商業施設やオフィスと比べニーズの底堅い賃貸マンションの優位性が一層高まったという構図だ。

また杉原副社長は、「1棟売りによる販売の効率化や、保有による収益の安定化などがメリットであり、事業ポートフォリオの多様化にも即した戦略と分析する。



東急「スタイリオ蒲田2」の「こもれルーム」

〝新常態〟への対応相次ぐ

こうした背景を踏まえ、デベ各社に加え別分野が主軸の事業者も、積極的に賃貸マンションを開発。同時に、その商品企画が〝ニューノーマル〟や働き方・暮らし方の多様化、SDGsなど、時流に合わせて高度化している点も最近の大きな特徴だ。

具体的な事例を見ていこう。東急が東京都大田区で2月下旬に竣工、3月5日に入居を開始した「スタイリオ蒲田2」（13階建て、全72戸）は、リモートワークなど新たなライフスタイルに同社として初めて企画段階から本格対応した賃貸マンションだ。

中心となる1Kでは、設備の配置により収納スペースにもワークスペースにも利用できる可変空間の「ときどきクローゼット」を導入。1LDKではウォークインクローゼットにも居室にもなる個室空間「こもれルーム」を用意した。同物件は20年4月頃、初の緊急事態宣言が発出された時期に企画の検討を開始したもので、当初からコロナ禍によるニーズの変化を踏まえたことで実現した仕様だ。

感染症対策、テレワーク、SDGs、DX

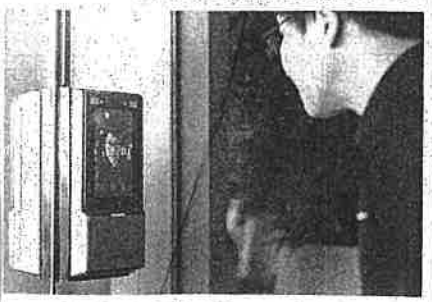
入居率高める企画も高度化

サンケイビルはこのほど、東京都の品川区で「ルフォンプログレ品川大井」（14階建て、全72戸）、台東区で「ルフォンプログレ浅草入谷」（14階建て、全76戸）を竣工。いずれも1K～2LDKの幅広い間取りの住戸を用意した賃貸マンションで、共用部分の非接触機能や通信環境を整えたビジネスラウンジなどを導入している点が特徴。

高木ビル「ヒトトキアン飛田給」共用スペース

オフィスビルなどの開発・賃貸事業を手掛ける高木ビル（東京都港区、高木秀邦社長）は2月、東京都調布市で賃貸マンションの新ブランド「ヒトトキアン飛田給」（4階建て、全7戸）を開発。〝余白のある暮らし〟をコンセプトに、デザインや収納、共用部の充実化を図っている。

通信関連事業を主軸とするファイバーゲート（北海道札幌市、猪又將哲社長）グループは3月18日、埼玉県川口市で〝新世代型SDGsエコロジーマンション〟と銘打つ「レウニールグラシアス川口」（3階建て、全12戸）を竣工する。得意とする高性能な通信設備に加え、IoTや再エネなど先進的な要素を複数盛り込んだ意欲的な物件だ。



ファイバーゲート「レウニールグラシアス川口」が導入する顔認証システム

街の新陳代謝促進にも

「企画の高付加価値化」の背景としては、まずコロナ禍による都市部への若年層の流入減少、市場の停滞で競合物件との差別化が不可欠となっている点が挙げられる。また土地価格の上昇により賃料水準も上がっており、杉原副社長は「高い賃料に対する入居者の納得感を得るための理由付け」が必要だと指摘する。

用地の都合は、「分譲ではなく賃貸」の動きにもつながっている。デベ各社にヒアリングしたところ、「仕入れた土地が規模的に小さく、（駐車場等も考慮すると）分譲よりも賃貸向きと判断した」というケースが複数聞かれた。

更に東急の賃貸事業推進担当・松田直樹課長補佐は「単身者向け賃貸は若年層の流入につながり、街の新陳代謝を促す」として、沿線の街づくりを重視する鉄道事業者として賃貸に力を入れていく方針を示す。このほか、大手企業では自社保有・売却の双方を想定しながら、不透明な事業環境における収益のバッファとして賃貸マンションを捉える傾向もあるようだ。

このように、コロナ禍前後における複数の要因が重なり、賃貸マンションが市場で存在感を増している。またそれらの要因は今後も継続が見込まれるため、物件を商品・資産として十分に生かすためには、入居者に〝選ばれる賃貸〟を開発していく姿勢が今後も一層重要となるだろう。