

攻めるファンドの「策」と「術」

# 賃貸住宅

## 差別化戦略

景気のダウンサイドでは「市場変動に耐える」レジリエンス資産としてファンドに選好された賃貸住宅。景気上昇局面の現在、「価値を創造しやすい」バリューアップ型資産として投資の勢いがさらに増している。そして具体的なバリューアップ戦略の新しい企画構想、これまでにない差別化の術策も現れてきている。特集では、投資運用と運営・オペレーションの側面から、賃貸住宅差別化の「策」と「術」をご紹介します。



## OVERVIEW | 差別化戦略の「原点」

### 変化する入居者需要 投資運用戦略の有効策は

齊藤晃一氏（リーシング・マネジメント・コンサルティング）に聞く

賃貸住宅のバリューアップ戦略に向け、より付加価値の高いプロダクト案、インパクトの強い差別化手法を打ち出すためには、入居者需要を精緻に掴む「マーケティング戦略」が不可欠となる。本稿は住居系不動産ファンドやJ-REITの戦略アドバイザーである齊藤晃一氏に、入居者ニーズの潮流と投資運用に求められる視点をうかがった。

#### リモートワーク一服で 間取り志向が変化

インフレ・金利上昇局面においても、賃貸マンション市場は好調を維持しているといわれる。国内外含め投資家の投資意欲は根強い。当社が仲介会社などに対し定期的に実施している調査・アンケートなどを基に、市場を支える入居者ニーズについて考えてみたい。

賃貸マンションを探す際の予算は、名目賃金の伸びなどを背景に、単身・DINKS世代の場合で前年比1万円程度、

ファミリーで1~2万円程度上昇した（図表1）。

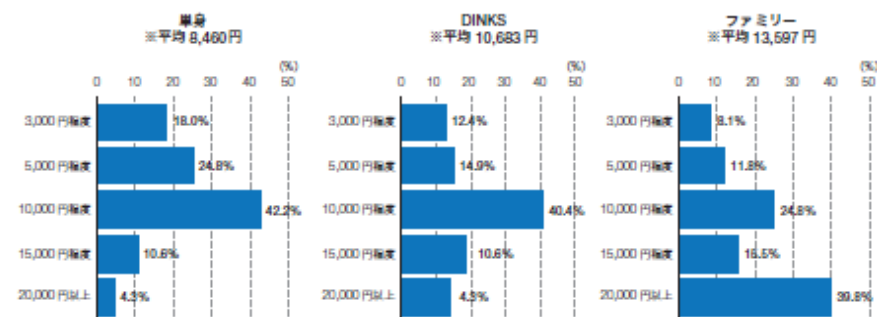
間取りでは、単身向け住戸（20~35㎡）のニーズが堅調である。建築費の高騰で供給が滞っているほか、自治体のワンルーム規制条例で一部をファミリータイプにしなければならないこともネックとなっている。

一方DINKS向け（40~45㎡の1LDK~2LDK）あるいはDEN（働きや趣味の小部屋、隠れ家的な多目的スペース）を設けた間取りは需要低下がみられる。この要因にはパンデミック収束でリモ-

ートワークの機会が低下していることが挙げられる。あるいは、間仕切りよりも解放感のある空間、よりクロス賃料が安い、多少割高でも防音ないしは防音性能が高いところなどニーズが多様化・細分化している影響が考えられる。

なお、オーナー側にも見逃せない変化がある。それが定期借家契約を志向する流れである。インフレ傾向が定着するなか、2年程度の定期で賃貸借契約を切ることによって入居者の入れ替えを進め、賃料アップサイドの恩恵を享受しやすくする狙いがある。ただしエンドテナント

【図表1】世帯別にみた賃貸マンションを探す際の予算



n値=374

出典：リーシング・マネジメント・コンサルティング「2025年の賃貸市場におけるニーズ変化とトレンド分析」(2025.12)

例については定期借家契約への抵抗感がまだ強いようである。定期借家契約への考えを聞いたところ、個人では「やや抵抗を感じる」が40.1%で最多、法人では「強く抵抗を感じる」が44.1%と最大となった(図表2)。

### 千代田・港で流出超も 賃料上昇に負担力追い付かず

賃貸マーケットの状況からも入居者ニーズを振り返ってみたい。図表3は、都心5区の人口と坪単価、および募集戸数(築10年以内、新築募集戸数を含む)の推移を示したものである。

これを見ると、人口は直近1年(2025年1月~2026年1月)で0.7%の増加、募集戸数は2025年1月比で13.8%の増加、募集坪単価は2万2,134円で、2020年3月比で21.7%の上昇となっている。

一見マーケットは好調に見えるものの、同時にエンドニーズには息切れ傾向も世間見える。都心5区(千代田・中央・港)に絞ってしてみると、流入人口の勢いが弱まっており、とくに千代田・港では月ベースで若干のマイナスになるケースが散見される。賃料上昇にマスの負担力がついていかず、その需要は他の区や、横浜・千葉・大宮などの周辺エリアに染み出していると考えられる。

もっとも分譲マンションの価格上昇に比べて、賃貸は価格改定が遅れている。よってマーケット全体として目先数年は賃上げ傾向が続くとみて間違いないだろう。

### 床暖房、ワークラウンジ…… テナント需要に応じた設備・仕様を

賃料上昇につなげやすい設備・仕様について考えていきたい。

専有部では、床暖房や食洗機、防音設計が上位に並び(図表4)。実際、一部の高グレード物件ではこれら設備の導入が進んでおり、差別化要素として機能している印象がある。ただしマスをターゲットとするのであれば、通信環境、水回りの使いやすさや収納といった、日常生活のストレスを下げる設備・仕様が評価されやすいだろう。

共用部では、フィットネス、ワークラウンジ、シアタールームという回答が多かった(図表5)。共用部の作り込みは発展途上で、各オペレーターが提案を続けている段階である。たんなる共用施設ではなく、働き方や暮らしの変化に応じた空間提案が増えている印象が強い。一部の高グレード物件にはシェアオフィス機能を組み込み、フレキシブルに働ける環境を提案することで高い賃料帯を実現している。

ただし、専有部/共用部いずれの場合

でも、むやみに高スペック化すればよいわけではない。都心部の高付加価値を享受するエリアでは、設備や共用部の強化が賃料に反映されやすい一方、エリアによってはコストを抑え、グロス賃料をコントロールした方が収益最大化につながるケースがある。設備はスペック論ではなく、立地と賃料帯に応じた投資対効果を目とすべきである。

### コンセプト物件の成功は限定的 地域的傾向の変化にも注目

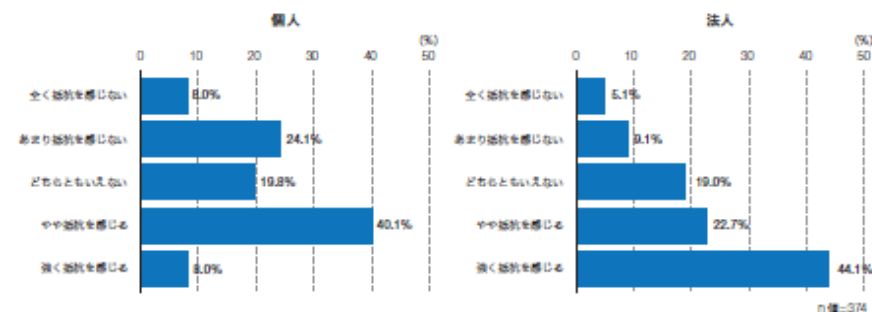
いまのマーケットにおいて求められる賃貸住宅について考えてみたい。

コリビング型は、まず注目すべきタイプである。エンドテナントのなかにはインフレ下のなかにあっても、利便性・生活水準を保ちつつ、一方でグロス賃料を抑えたいというニーズが強い。専有部の機能をコンパクト化し、一方で共用部の機能を充実させたコリビング型は一つの回答となる可能性が高い。

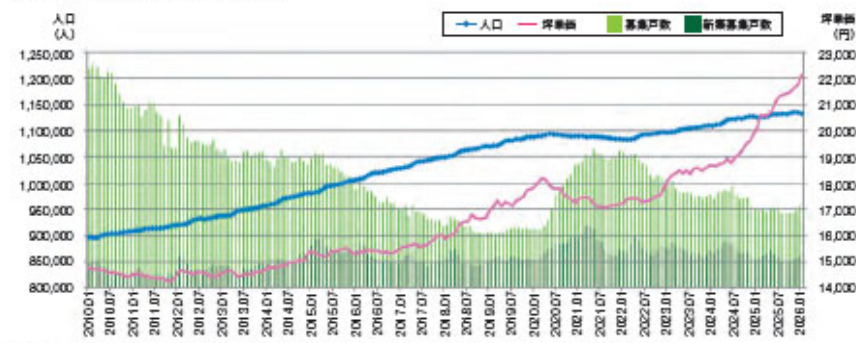
ペット対応型や、防音型といったコンセプト住宅にも成功例ができてきている。例えばペット対応型では、駅徒歩15分の立地で、周辺相場よりも15%程度高い坪単価を実現しているケースもある。

学生専用住宅は、継続して高い需要が見込まれそうだ。少子化のなか学生数は減少傾向にあるとはいえ、安全・安心な

【図表2】個人と法人の定期借家契約に関する抵抗感

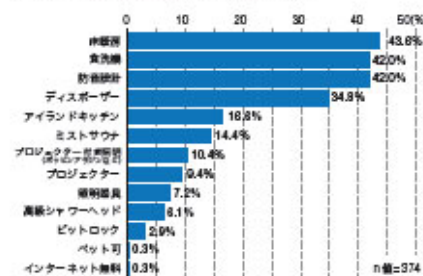


【図表3】都心5区の人口・坪単価・募集戸数の推移

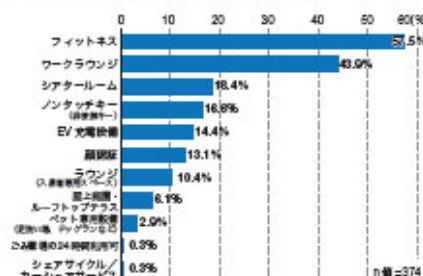


出典：人口・東京都DP、募集戸数・LMC調べ(抽出条件：築10年以内、RC・SRC造、マンションタイプ、築年基準により募集アークを掲載)

【図表4】専有部で賃料を上げられる可能性のある設備



【図表5】共用部で賃料を上げられる可能性のある設備



出典：リビング・マネジメント・コンサルティング「2025年の賃貸市場におけるニーズ変化とトレンド分析」(2025.12)

住環境を求める流れは続く。また、留学生については、中堅層からの来日こそ足踏み状態が続いているが、それ以外の東アジアからのニーズがそれを補って余りある状態にある。ここで強調しておきたいことは、コリビング型、学生専用住宅などの新しい業態が急速に市場の中心になっているというよりも、既存の賃貸商品ラインナップのなかでターゲットに応じた再設計やリポジショニングが進んでいるという点である。

専有面積の広さについていえば、市場全体がコンパクト化一辺倒ではない。港区や渋谷区など一部エリアでは、60㎡以上など専有部を広くとったほうが、坪単価が高くとれるケースもある。ワンルー



**齊藤 兎一 氏**  
 リーシング・マネジメント・コンサルティング 代表取締役社長  
 1978年生まれ。コンサルティングファームにてダイレクトマーケティング事業の新規参入戦略立案・実行支援のコンサルティングを多数経験。その後、ITマーケティング企業にて新規事業企画営業として新規事業の立ち上げ、M&A等を経験し、リーシング・マネジメント・コンサルティングに参加。代表取締役社長として大都会不動産ファンドやJ-REITポर्टフォリオの募集プロモーション(リーシング)業務等に携わる。[賃貸マーケティングの確立]をテーマに講演、企業研修、執筆など多数。

ムかファミリーか、高スペック/高賃料か、各スペック/各価格帯のか、ペット対応可否かなどエリアごとに明確な需要差があり、その層をわらった商品企画がもっとも重要ということである。なお、東京から大阪に目を向けると、マーケットの強さのみで、これまで関西ではみられなかった契約延長時に更新料をとるケースが散見されるようになってきた。投資・運用の観点からは、こうした地域ならではの賃貸需要が変化し、収益に及ぼす影響についても注目していきたい。