

壁や頭上にもチャンスあり！

収納力アップで差別化するための お手軽アイデア

言うまでもなく、収納の多さは入居者募集時の集客力に直結します。しかし、収納が少ないからとオンシーズン前に間取り変更を伴う大工事をするのは、さすがに非現実的。今回は、今の間取りはそのまま収納力を高め、集客力を強化する手軽な工夫を考えます。

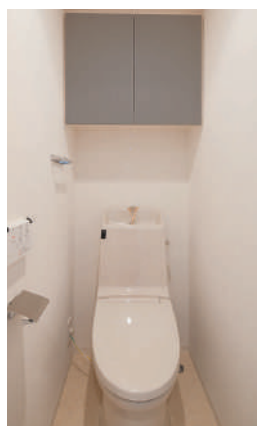
■ 収納率はたった1%で競合と差がつく

住宅の床面積に占める収納面積の割合を「収納率」と呼びます。快適な暮らしを実現するには戸建てで10～15%、マンション等の集合住宅で8～10%の収納率が必要と言われますが、賃貸住宅は総戸数を重視して部屋自体を狭く企画・設計することが多いのに、“洋室6畳”など、表記できる居室面積の確保が収納スペースよりも優先されがち。結果として、先述の収納率目安を満たさない物件が市場には数多く存在します。

このような、周囲のライバル物件もまた“収納不足の可能性が高い”という状況では、無理に大規模工事等で「収納率10%の確保」を目指すよりも、「収納率で競合を1%でも上回ること」が重要です。収納力の改善は、例えば次のような小さな工夫から始めることが可能です。

■ 空間を「縦」に有効活用

収納力を強化する際は、部屋のデッドスペース活用が基本ですが、**見落とされがちなのが“頭上”など「縦の空間」**です。例えば、洗濯機置き場やトイレの上。ここに造り付けの収納があれば、内見者がタオルや洗剤を置いて生活するイメージを掴みやすく、入居後も便利に活用できます。また、腰高窓や掃き出し窓の上のスペースに“ウインドウシェルフ”を設けて、小物やグリーンを置けるようにするのも一手です。



ロフト付きの部屋であれば、ロフトへのはしごや階段を収納つきの製品に交換する方法も有効。収納力が上がるだけでなく、ロフトへの上り下りが減る・ロフトの荷物が減って有効活用できる空間が増える等のメリットも生まれます。

■ 室内や廊下の「壁」を収納に活用

居室や廊下、キッチンの「壁」も収納としてのポテンシャルを秘めたスペースです。壁面収納という言葉も一般化しましたが、可動棚や長押、ピクチャーレールなどの設備を導入したり、壁に有孔ボード・マグネットボード等を設置すると、収納としての評価はもちろん、どのように飾ったり活用するか想像を掻き立て、内見者に具体的な入居後イメージを抱かせます。借り手にとって、自由な発想で使える壁があることは、ひとつの魅力です。

また、壁に立てかけるだけの収納棚“ラダーラック”があれば、工事をせずに“収納として使える壁”を提供できます。これらの施策は、壁面収納が欲しくとも「壁を傷つけてはいけない」と考える入居者を安心させ、暮らしの満足度を高める効果も期待できるでしょう。



■ 「外」の空間も使って収納力アップ

室内にこだわらず、部屋の「外」に収納を設けるのも手です。例えば、敷地の隅や空き駐車区画、空き部屋、共用部の余白など、物件内のデッドスペースに鍵付きの物置や大型キャビネットを設置して「室外収納」を作り出します。希望者に有料で貸し出すことはもちろん、特定の部屋のみが利用できる“特典収納”として運用し、集客に役立てるなどの活用も可能です。

ただし、屋外の物置は基礎工事をするなど固定資産税の対象となるため、規模や大きさには注意が必要です。また、防犯カメラを設置するなど、居室外であるぶんセキュリティ対策には十分に配慮しましょう。なお、物件内に空き空間がない場合には、近隣トランクルームを借り上げて転貸するなどのアプローチも検討できるでしょう。

入居者の気持ちになって物件を眺めてみると、「ここは収納に使えるかも」と思う場所が意外と見つかるものです。建築後だからと諦めず、小さな工夫やアイデアで、まずは1%の収納率アップによる差別化を目指してみてもいいかもしれません。



オーナー様向けニュースレター



シーサー便り

キーワードは「多様化」

2026年賃貸経営に 役立つトレンド総まとめ

January
2026

01

“テナントリテンション”で
成約後の空室ゼロ経営を目指す

壁や頭上にもチャンスあり！

収納力アップで
差別化するための
お手軽アイデア



ハウスバンク

Watari

キーワードは「多様化」 2026年賃貸経営に 役立つトレンド総まとめ

新年あけましておめでとうございます。21世紀も気が付けば四半世紀が過ぎ、社会はますます高度化・複雑化しています。不動産業界や賃貸経営を取り巻く世界にも、一昔前とは比べ物にならないほど様々な選択肢が登場。昨今の業界の変化を“多様化”をキーワードに再確認してみましょう。



年齢・職業・国籍…、多様化する 入居者属性、ターゲットはどこに？

賃貸住宅の入居者の属性は、少子高齢化の進行に伴い、かつてのメインターゲットであった学生や若手社会人が減少した反面、65歳以上の高齢者世帯のニーズは増加の一途。また、働き方の多様化に伴って、ITエンジニアやマーケター、映像クリエイター、動画配信者など、会社員ではなく個人で活躍するフリーランスの入居申し込みも増えています。

さらには、多様性と包摂性を重視した社会へと変革が進むに伴い、留学生や技能実習生などの「国籍」の問題や、LGBTQなどの「性」の問題、低所得者層・障がい者・子育て世帯など「住宅確保要配慮者」の問題に、賃貸経営者が直面する機会も増加しています。

賃貸経営は営利目的の事業である一方、人々の「住」の柱を担う社会的意義も大きいもの。どのような層をターゲットに物件を運営していくのか、選択肢の多い社会だからこそ立ち止まって考える機会も増えそうです。



物件にも個性を。建物性能や 企画運営コンセプトで差別化

賃貸住宅を新たに建築・購入する場合の選択肢も、多様化が進んでいます。近年最も変化が大きいのは、建物の省エネ性能です。2025年4月からは断熱等級4以上の省エネ基準適合が新築住宅の義務となり、さら

に2030年には現在のZEH水準の義務化が予定されています。ここに資本を投下し、ZEHをも上回るGX ZEHなどの高性能・個性派物件をつくるのも選択肢のひとつです。

また、物件の個性は建築だけでなく、企画・運営によっても付与できます。例えば昨今は、ペット共生型賃貸やコリビング賃貸など、現代人のライフスタイルや働き方の多様化にフォーカスした企画に人気が集まります。そのほかゲーム、サーフィン、音楽、スポーツ、車・自転車など、趣味をコンセプトに据えて周囲との差別化を図る運営手法も進化を続けています。



住むだけじゃない、 「プラスα」を生み出す機能を提供

借主のニーズの多様化や不動産テックの進化に伴い、賃貸住宅の提供する「機能」にも変化が見られます。例えば、家具家電やインターネット環境が全て整っていて、ホテルのようにスマホから手軽に借りられる賃貸住宅。一度はブームが去ったものの、AIなどの技術進歩からサービスの充実が進み、最近では超短期の「試し住み」ができる賃貸まで登場しました。

こうした需要の背景には、リモートワークやフレックスタイム制などの働き方の多様化があります。働くうえでの地理的・時間的な制約が和らいだことで増えた“1ヶ月だけ東京に住んで仕事したい”などのニーズに応える「多拠点居住用賃貸」、また、“副業”への理解が進んだことで増えた自営業需要に応える「小商い賃貸」など、従来の“住む”だけに留まらない、新しい機能を提供できる賃貸住宅が次々と登場しています。



暗号資産、不動産小口化商品など、 参入方法も多様化

かつては「金融機関の融資を受けて物件を建築・購入する」が賃貸経営の入り口でしたが、近年はこれ以外の新たな手法も多数誕生しています。

特に拡大が目立つのが「不動産小口化商品」を通じた投資参入です。不動産が一口数万～100万円程度に“小口化”された同商品は、融資を必要とせず返済や経営のストレスがないことが魅力。中でも、一口1万円程度から始められ、手続きがインターネットで完結する「不動産クラウドファンディング」は、2025年の市場規模が2000億円を超えるなど急成長を遂げています。

昨年は複数のファンドで配当の遅れが発生するなど、新興市場ゆえのリスクが露呈した年でもありましたが、現在の不動産価格の高騰や金利上昇トレンドを考えると、今後も「融資不要・少額出資」という小口化のスタイルは支持を集めそうです。また、昨年はビットコイン等の“暗号資産”を担保にできるローン商品が注目を集めるなど、融資を受けて賃貸経営をする手法にも広がりが見られるかもしれません。

経営者層の若年化に対応し、 知識の更新と新しい挑戦を

こうした変化の中で、不動産事業の“経営者”もまた多様化しています。かつての賃貸経営者は地主や医者

などの富裕層が大半でしたが、2019年の国土交通省の調査では、不動産投資の経験がある方の41.5%が“会社員”という結果に。調査から6年が経ち、政府も「貯蓄から投資へ」と政策を進める中で、サラリーマン投資家の割合はさらに増えていると予想されます。

加えて、近年では相続によって経営を引き継いだ“2代目”が増加しているほか、若年層も学校教育や各種メディアを通じて投資リテラシーを高められる環境にあります。異業界で積んだ社会経験や若い感性を土台に、新しい賃貸経営の形を模索する方も多いものです。

資金調達や投資参入の方法から、建物・運営の企画に至るまで、膨大な数の選択肢が生まれた現在の賃貸経営において、最新の情報を収集し、知識と感覚をアップデートしていくことはより重要度を増しています。2026年も多くの変化が待ち受けていると心得て、自身の経営に最適の選択肢を選ぶよう準備を整えましょう。



ワンポイントコラム
one point column

“テナントリテンション”で成約後の空室ゼロ経営を目指す

「テナントリテンション」という言葉をご存じでしょうか。これは、入居中のテナント（賃借人）に契約を継続してもらうために行なう解約抑止の施策・戦略のこと。敷礼ゼロでの募集も珍しくなく、原状回復費用の貸主負担も大きい今の時代においては、入居者を獲得するだけでなく、その入居者を保持する工夫をして、“入居者の入れ替えコスト”を減らすことが安定経営のカギ。

日々の暮らしに対する入居者満足度を向上させ、解約（＝空室）ゼロを目指すテナントリテンションの具体的手法をご紹介します。

■ 共用部の改善で暮らしの満足度アップ

暮らしの満足度は、部屋の広さや人気設備の有無だけで決まるのではなく、物件の総合的な品質によって決まります。例えば、共用廊下を歩くことも、階段の手すりに触れることも、入居者にとっては“暮らし”の一部。ここに不満がある状態では、入居者の脳裏にも住み替えの選択肢が過ります。

まずは建物や敷地内、共用部の清潔感が保たれているか、老朽化している部分がないか、防犯性は十分か等を確認してみましょう。建物の住み心地を改善し、安心

安全の住環境を構築することは、テナントリテンションの基本のひとつです。

● 住環境改善策の例 ●

- 日常清掃の強化
- 敷地の除草／植栽剪定
- 外壁塗装／鉄部塗装
- 照明の交換増設
- 防犯カメラ設置
- 高圧洗浄
- ごみ集積所の改善（ゴミステーション設置）

■ 専有部にも清掃サービス等でアプローチ

共用部だけでなく、入居者のプライベートエリアである“居室”の住み心地も改善を図れます。例えば、契約更新時の特典として「エアコン洗浄」「水回りクリーニング」「お片づけ代行サービス」などの清掃サービスを提供するのです。特典の利用でかつての快適さを取り戻すことができれば、「もう少し住んでみようかな」という気持ちも出てくるもの。入居者にとって友人や家族を呼びたい物件となることを目標に、テナントリテンションで入居期間の長期化を目指してみましょう。

