

拡大する市場規模・高まる需要に新戦略で応える各社

伸びるストレージ 不動産活用の優等生

空室や空き地の利活用として注目されるトランクルーム。都市部でもビルインタイプを中心に普及が広がっており、中にはテナントを入れての賃貸以上の収益を上げているケースもあるとか。各社の競争も熱くなっている。

業界トッププランナー・エリアリンクは新戦略を続々

「土地付きストレージ」が投資家から熱視線

「土地付きストレージ」はユーザーの認知度向上の役割も担う。「かつてコンビニエンスストアが積極的な出店で認知度をあげるとともに、生活に欠かせないインフラとなりまし

た。ストレージも積極的な展開がインフラになりうる近道になるのではないかと（佐藤氏）。

「当社を含め、業界全体のストレージの認知度が上がれば、早期の収益化への道も開ける。トッププランナーの先導に期待したい。」

国内でのストレージニーズが伸びるなかで業界のトッププランナーであるエリアリンク（東京都千代田区）は新戦略を打ち出している。

同社は1995年の設立以来、これまでコンテナタイプのトランクルームを中心に展開。足もとで展開する室数8万のうち、テナナは6万と全体の7割以上を占める。同社管理本部の佐藤氏は「土地オーナーから活用の相談を受け、当社が借り上げて展開するケースが多くあります」と話す。アパート建設や駐車場などは今後の需要が不透明になるなかで、ストレージ

に関しては成長市場。「特に都市部では住宅の平米数がかつと比べてかなりの縮小傾向にあります。一方でネットショッピングの普及によりモノは充実している。このトレンドは進んでいくことが予想され、今後ストレージはより生活に必要なものになるのではない

出ず。同社では今年3月、りそな銀行、長谷工不動産投資顧問と共同で「ハローストレージファンド1号」を組成。近年注力する「土地付きストレージ」をまだまだ「認知度が課題」となる。佐藤氏も「当社を含め、業界全体の課題」と認める。

都市圏の住宅エリアに集中して展開する「土地付きストレー」

「土地付きストレー」は足もとで同社が展開に注力する。需要が高ければ至難の業だ。大手資本が市場のエア獲得に至っていない事実からも見える。参入障壁となっている。16年度は3棟、17年度は15棟を展開。18年度には50棟の展開を予定で19年度にはさらに増やし80棟とするため目下用地の仕入れを

「土地付きストレー」展開の背景は2つある。ひとつは出口戦略の多様化だ。土地も含めての売却となる

「土地付きストレー」は今年3月、りそな銀行、長谷工不動産投資顧問と共同で「ハローストレージファンド1号」を組成。近年注力する「土地付きストレージ」をまだまだ「認知度が課題」となる。佐藤氏も「当社を含め、業界全体の課題」と認める。