

# 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

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とした開室」を展開する。足もとで「テナは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て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

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。

**業界トップランナー・エリアリンクは新戦略を継々**

「土地付きストレージ」が投資家から熱視線

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トアが積極的な出店

「でしようか」と佐藤氏。この見方はオーナーや投資家の支持にもつながっている。

翻つてユーモアを考えると、佐藤氏は「まだ新規開拓の余地は大きい」と話す。

ストレージは開業してから収益を産み出すまでに平均的に1年半くらいかかる。佐藤氏

ハリソン銀行、長谷川不動産投資顧問と共で「ハローストレーナー」を組み込んだ私募ファンは投資家のみならず、大きな注目を集めている。「米国リートの銘柄数は日本市場の約3倍で、市場規模は7兆

は認知度もに、生活に欠かせない戦略の面の「新規開拓」。ストレージも積極的に「インフラとなりました。スマートフォンの普及が進むにつれて、データの蓄積や分析による新たなサービス開発が求められています。そこで、データセンターの建設や運用、保守など、ITインフラの構築と運営に関する知識や技術を身につけたいと考えています。

**業界トップランナー** 「土地付きアパート」

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。

でしようか」と佐藤氏。この見方はオーナーや投資家の支持にもつながっている。

翻つてユーモラスな考へると、佐藤氏は「まだ新規開拓の余地は大きい」と話す。

ストレージは開業してから収益を産み出すまでに平均的に1年半程度かかる。佐藤氏はその要因として「まだだ認知度が高くなかった」と指摘する。一方でストレージは長期利用される。

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

・エリアリンクは  
ヘトレージ」が投  
資家に注目される

シ」は「トサレ」の読み度向上の役割も担う。「かつてコンビニエン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大きな「新規開拓」として「行きい」といき度が課題です。業界全体が返せばなりうる近道になるのではないか」(佐藤氏)。認知度が課題である佐藤氏も、オーナーにとつてストレージの認知度が上がれば、早期の収益化が可能となる。住宅エリアへの道も開ける。トツ展開するプランナーの先導に期待したい。

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、コン  
テナは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  
ようだ。

定稼働後は市況変化の  
影響を受けにくい事が  
特長。またトランクル  
ームを開設することは  
個人事業主でも行える  
が収益を出すまでには  
忍耐が必要になる。更  
にそれを他店舗展開し  
ていくことはノウハウ  
がなければ至難の業  
だ。大手資本が市場シ  
エア獲得に至っていな  
い事実からも見えざる  
参入障壁となっている  
リートの組成を進めて  
いきたい」（佐藤氏）  
投資家・ユーザーの  
双方から注目を集めて  
いる新戦略がもつひとつある。それが前述の  
「土地付きストレー  
ジ」だ。

「土地付きストレー  
ジ」は足もとで同社が  
展開に注力する。需要  
の高い住宅エリアで土  
地を購入し建築。それ  
を投資家に売却するま  
でが流れとなつていて  
る。16年度は3棟、17

主な特徴は、主に「**主観的**」と「**現象的**」の二つの側面から成る。

るなかで、ストレージのなかで同社では年度は15棟を展開。18年に於ける成長市場として、ストレージの知名度向上には50棟の展開を予定で19年度にはさら

22

の平米数がかつて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

策を打つ。ひとつは「ハロー・キティ」とのコラボだ。「誰もが知っているキャラクター」とタッグを組むことで、ストレージに親しんでもらえればという想い」(佐藤氏)。含めての売却となるため、投資家にとっての妙味は大きい。

に増やし80棟とするため目下用地の仕入れを行ふ。

のたじ帳ツト そん