

中小型株の魅力を発見、発信します

株主手帳7

2024年
月号

2024年7月1日発行 毎月1回1日発行／通巻844号 昭和33年8月6日第3種郵便物認可 昭和32年12月26日 国鉄東局特別扱承認雑誌第199号

定価700円

編集部が経営者に独自取材!



[トップインタビュー]

日置電機

岡澤尊宏 社長

脱炭素化社会を実現するマザーツールを提供
「持続可能な社会」を軸に世界の顧客の開発パートナーへ

EV電池や半導体製造現場で需要急増
国内好調のドライルーム提供を海外へ
西部技研 隈 扶三郎 社長

全国10万室、データ戦略で稼働率89%
2029年までに出店倍増へ
エリアリンク 鈴木 貴佳 社長

巻頭特集

キーワードは「有言実行」

過去掲載銘柄 株価上昇イレブン

レンタルトランクルーム最大手

エアリアルンク [8914・スタンダード]

全国10万室、データ戦略で稼働率89%
2029年までに出店倍増へ



鈴木 貴佳社長

プロフィール●すずき・よし
1986年生まれ。2011年4月のエアリアルンク入社から、現在までストレージ事業に携わる。16年同社取締役ストレージ本部運用担当部長兼東京オフィス長兼千葉オフィス長に就任。出店から店舗開発・施工、その後の集客・運営、トランクルームのオーナーへのフォローや、店舗が閉鎖する際の対応などストレージ事業全体の統括責任者として従事。23年3月28日より代表取締役社長に就任。

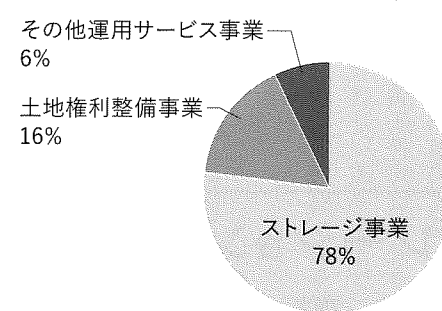
ハローキティが目印のレンタルトランクルーム、「ハローストレージ」を全国に10万室以上展開するのがエアリアルンクだ。出店数ならびに売上規模は国内最大手。独自のデータ戦略により、稼働率と出店スピードを上げている。5年後の2029年までに、足元から倍増となる20万室出店を計画している。

「コンテナ型」7万9000室
利用者8万人以上

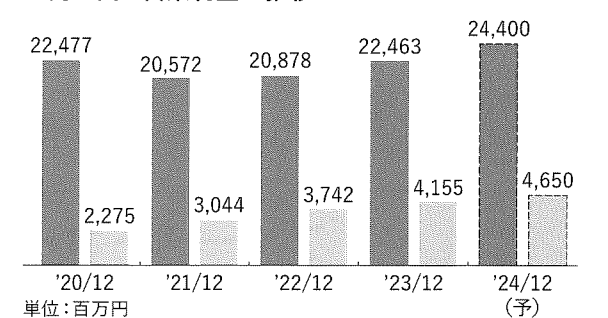
エアリアルンクの2023年12月期売上高は224億6300万円。そのうち78%をトランクルームの事業（ストレージ事業）が占める。営業利

益では、同41億5500万円の85%を同事業で稼ぐ。ほぼトランクルーム事業に特化した事業形態だ。トランクルームにはコンテナ型で出店する場合

■セグメント別売上高（2023年12月期）



■売上高と営業利益の推移

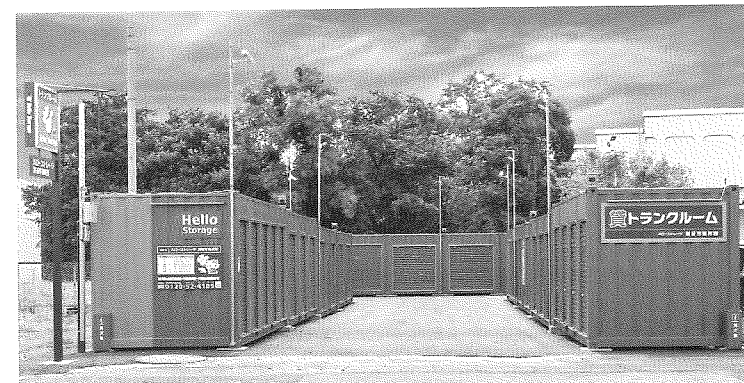


帖サイズの都合、月額平均約1万3000円、最低2600円、最高3万4300円。稼働率85%で見て、利回り約18%を基本モデルとしている。出店地域の構成は1都3県

■ストレージ事業 商品開発・戦略

屋内型		屋外型
ビルイン型	建築型	コンテナ型
 ビルのフロアに内装を施しパーティションを設置したトランクルーム。専用駐車場、EV、空調といった設備は物件によって異なる。 利回り: 約18% 空きオフィスを借り事業を行う	 トランクルーム専用に設計した一棟型。空調設備やセキュリティ設備が充実、専用駐車場も常設。 利回り: 約8% 土地を購入し建築	 海上運送用のコンテナを利用したトランクルーム。場内への車での出入りと横づけが可能。バイクボックスが設置されている物件もある。 利回り: 約18% 土地を借り上げて事業を行う

「クリスマスツリーやスキー、マリンスポーツ、キャンプ用品、タイヤなど季節物の収納によく使われています。また、家の引っ越しや建て替え、リフォームの際に一時的に荷物を預けている方も多くいらっしゃいます」



▲コンテナ型のハローストレージ

エアリアルンクは1995年の創業。創業から間もない99年、空地に収納用コンテナを設置し賃貸する事業を開始した。これが現在のハローストレージの源流だ。しかし、当時はレンタルトランクルームによるストックビジネスが主力事業ではなかった。2002年に同社所有の土地建物で不動産運用サービス事業を開始したのを皮切りに、ビルなどの不動産売買を事業の中心に据えていった。03年8月に上場を果たすと、その後は売上を年間100億円、200億円と伸ばし、07年12月期には過去最高売上となる302億6000万円を記録するまでに急ピッチで成長を遂げてきた。

ところが08年にリーマンショックで大きな赤字を負うや、一転、業績は急降下した。08年12月期は79億7500万円の最終赤字となった。その後も12年まで5期連続で減収となり、売上は12年12月期に101億2400万円まで落ち込んだ。業績どん底から活路を見出したのが、土地有効活用と利回り商品としてのコンテナの販売だった。レンタルトランクルームとして運用しているコンテナを販売するというもので、投資家や節税対策の措置を講じた企業向けに売り出していった。投資家向けに提案した利回りは約10%。さらに当時、コンテナは3年程度で減価償却ができ、多額の経費を計上できることにメリットがあった。このおかげでコンテナ販売が好調に推移。19年12月期には過去2番目となる293億3300万円を売り上げるまでに成長した。しかし今振り返ると、当時の一見、好調な販売には無理があった。「一番売っていた2016年から2018年の3年間は3万室を出店しました。当時とはにかく売上・利益を作るために、とにかくたくさん出店していた。つまり、売るために出店していたのです。正直に申し上げて、埋まらない

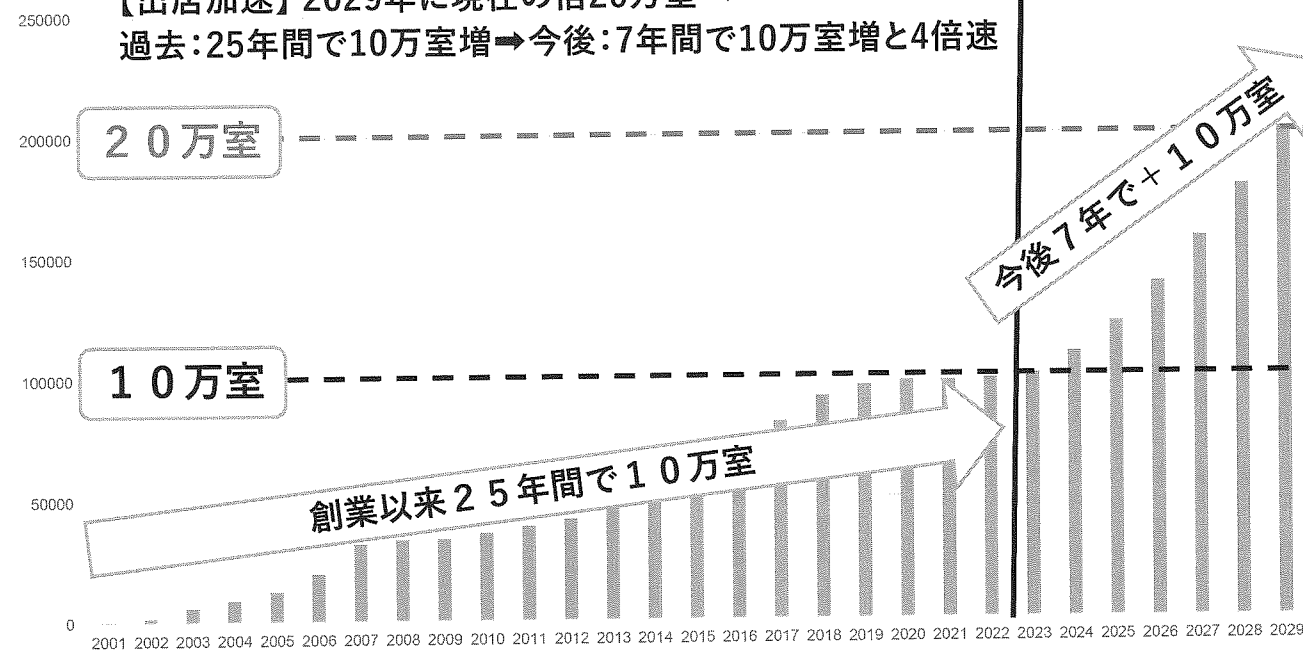
都心にビル一棟型で展開する競合企業とは、初期投資の面などでビジネスモデルが異なります。また、同じく地方・郊外でのコンテナ展開の企

コンテナの短年数減価償却が不可に
ストックビジネス主体へと構造改革

業と比較すると、当社の基本料金は高めですが、当社では巡回清掃の企業と提携しており、綺麗さも強みです」(同氏)

■ストレージ事業 出店計画

【出店加速】2029年に現在の倍20万室へ
過去:25年間で10万室増→今後:7年間で10万室増と4倍速



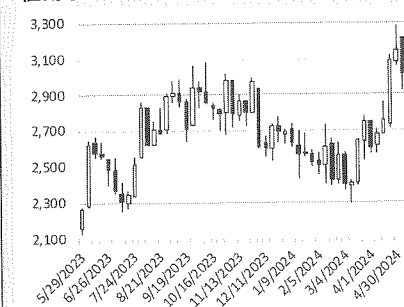
【エリアリンク】株式データ

コード	8914	市場	東証スタンダード
直近株価	3,095円	(24.5/27終値)	
年初来高値	3,280円	(24.5/1)	
年初来安値	2,290円	(24.3/14)	
時価総額	401億円		
PER	12.8倍	配当利回り	2.49%
PBR	1.57倍	決算	12月

2023年12月期 業績			前期比
売上高	224億6,300万円		7.6%増
営業利益	41億5,500万円		11.1%増
経常利益	40億5,800万円		8.0%増
当期純利益	28億2,100万円		2.1%減

2024年12月期 業績予想			前期比
売上高	244億円		8.6%増
営業利益	46億5,000万円		11.9%増
経常利益	45億2,000万円		11.4%増
当期純利益	30億8,000万円		9.2%増

値動き



が影響して事業を終了させ、構造改革期の期中に選択と集中を図った格好だ。

また一連の構造改革に伴い、社内の人事体制も整備を図った。事業転換により、一時期120人以上いた社員数は、70人台にまで下がるなど、構造改革期の離職率は各年40%前後あった。しかし、教育制度の改革や仕組み化を図り、足元では従業員数を80人程度まで戻している。

今後の成長の柱は、やはりハローストレージだ。まず出店数目標には、29年までに足元の10万室から倍増となる20万室を掲げている。鈴木社長は海外の事例を引き合いに、日本におけるトランクルーム

利用拡大の可能性について、こう言及する。

「当社調査によれば、アメリカでは総世帯の10%、イギリスでは5%がトランクルームを利用している一方、日本ではまた1%程度に過ぎません。今国内にはトランクルームが60万室あるとわかっていて、ここから最低2・5倍は増やせると見ています。在宅時間が増えたことで、荷物を整理して外に出したいという需要も増えていきますので、まだ利用したことのない潜在需要を掘り起こせると思っています」(同氏)

また、新しい出店の手法として注力しているのが、「パートナー制度」だという。例えばレンタルトランクルームを5〜10物件など展開している小規模事業者で、事業承継や運営面で困りごとがあればエリアリンクが運営代行するというものだ。

「看板はハローストレージに変えさせていただきますが、売上の90%を事業者さまにお返しします。今年に入ってから既に数件決まっています」(同氏)

同社では現在、2025年を最終年度とする中期経営計画が進行中。24年には1万4000室、25年には1万4000室の新規出店を各年で目指す。また25年には売上高281億円、営業利益55億円を計画している。

可能性があっても出さないといいない状況でした。粗い出店が多かったと思います」(同氏)

2015年頃までは稼働率は85%を維持していた。だが、16年以降急激に出店を重ねた結果、17年には73%まで低下してしまっていた。潮目が変わる出来事が起きたのは、まさにその直後だった。

「行政からコンテナの税務処遇を否認される例が相次ぎました。コンテナについて、『器具・備品』ではなく『建物』としての耐用年数を償却年数として適用すべきだという内容でした」(同氏)

この結果、短年数で減価償却できるメリットが失せてしまった。同社ではかつてのコンテナ販売先から買い取りを望まれ、これに1件ずつ対処せざるを得ない事態に陥ってしまった。最終的に19年12月期は特別損失59億円まで膨らみ、最終赤字となった。また短期での減価償却ができなくなったことで、新規のコンテナ販売が困難になった。

コンテナの販売による売上は18年12月期の118億6700万円をピークに、以降は

大幅に縮小した。23年12月期には7億5500万円まで下がっている。その一方で、レンタルトランクルームによるストックビジネスを中心とする構造改革に踏み切った。さらに、稼働率を意識した出店戦略へと舵を切り替えていった。

三菱総研とデータ分析のプロジェクトを組み、人口、世帯数、所得層などのデータベイスから出店戦略を導き出し、出店室数や価格などの精度向上を図るようにした。集客面においては、インターネット上でSEOを強化する他、リステイニング広告などを用い、自社サイトに呼び込んで利用者を獲得。こうしたマーケティング戦略が功を奏し、構造改革への着手以来約3年をかけて

稼働率を飛躍させた。現在の稼働率は既存・新規合わせて89%という状況だ。

「出店してから黒字化の目安となる稼働率60%程度に達するのが、以前は14〜15カ月程度でしたが、昨年には5カ月程度にまで短縮されてきています。ストックビジネスにシフトしたことで、業績が安定するようになりました。また、最近ではコンテナ型の出店資金における銀行からの借入がしやすい状況にもなりました」(同氏)

この間に自社保有のレンタルトランクルームサービスによるストック売上は成長を続け、23年12月期には166億6800万円まで拡大。販売とレンタルによるストック売上構成は様変わりしている。

■売上高の推移

2019年まではストレージ運用以外の変動要因が大きい

