

明海大学不動産学部

不動産の不思議

学生たちの視点と発見

第418回

【学生の目】

空き家問題が大きくなっている。18年の住宅土地統計調査によると空き家率は13・6%で、前回調査から0・1%増加して過去最高となった。人口・世帯の減少

を考えると空き家は今後とも増加する。空き家

率の増加は賃貸住宅の経営環境の厳しさに直結するため、賃貸住宅をリノベーションする場合でも新築する場合でも、空室にならない住宅づくりが重要な経営戦略となる。ターゲットを絞った「ニッチな住宅づくり」は一つの方策である。写真は、



若生 快永
不動産学部4年

長屋形式のガレージハウス

企画力で希少性と満足度高め

間を過ごせる住宅は少ない。新型コロナ禍で車と暮らしの接点が増え、ニッチながら市場は拡大している。追い風の市場に加えて、写真の建物は、以下の特徴によってガレージハウスの個性を演出している。

第1に、テラスハウス形式で1階が多目的に使える屋内空間になっている。駐車だけでなく、倉庫や作業

場としても利用可能で、在宅勤務に

西武池袋線の大泉学園駅が最寄り駅のガレージ付き賃貸住宅だ。駅からバス便で30分以上と一般的な基準では優れた立地とは言いがたい。ここで、車やバイクの愛好者をターゲットとして、駅からの距離を重視しなくてもよい住宅づくりをしている。

ガレージハウスの強みはニッチ市場という点だ。賃貸住宅に住む車好きは少なくない一方、駐車はもとより、手入れや鑑賞など車と濃密な時

使えることも魅力だ。

第2に、建物形状を単純化して一般の賃貸住宅と差別化を図っている。単純化した建物形状は建築費をローコスト化する効果もある。

第3に、仕上げ材で高級感を出している。タイル仕上げ、アルミサッシなどの材質は一般の賃貸住宅より高品質で、メタリックな印象は車のイメージと通じる。

第4に、専用の前庭を設けている。コンクリート仕上げで重量物の積載や洗車が可能である。広めの目がアクセントになり、エントラン

スへのアプローチを演出している。玄関脇のシンボルツリーは全体的にハードな印象の外観を柔らかくしている。

これからの賃貸経営の基本戦略は入居者が長く住み続ける、言い換えると、希少性や満足度を高くすることだ。単に駐車場付きというレベルを超え、車好きに刺さるガレージハウスはこの両者に該当する。一方



テラスハウス形式のガレージハウス

で、短期的に見るとスケルトンに近いガレージ部分は、住宅部分ほどの家賃は取れない。それを補つのは長期的なリスク回避の視点と魅力を高める企画力だ。

【教員のコメント】

かつて超高層マンションは魅力の一方で商品性が劣っていたが、容積率、採光や斜線制限の見直し商品力を高めて普及した。賃貸住宅の魅力の表現は採算が制約するが、シンブルに投資し、使う中で商品力を高める成熟型賃貸住宅が興味深い。