

# C マーケティング、企画、運営ノウハウを背景に “常に満室状態”の女性専用シェアハウス事業

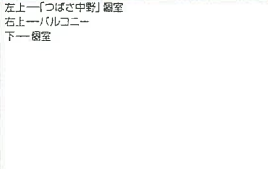
Rバンク

## 立地環境・ニーズに応じた 最適事業としてのシェアハウス

Rバンクは東京都心部をメインに、不動産仲介をはじめ不動産オーナー向けのコンサルティングおよびコーディネート事業を手がけるベンチャー企業。築年を経ているだけで無価値と判断されがちな既存建物ストックに着目、築古でも躯体のしっかりしている既存建物をユーザーニーズに合致した優良収益物件として再生させるリノベーション事業を得意とし、とりわけ女性専用シェアハウスで顧客オーナー・投資家から高い支持を得ている。

評価の裏付けとなるのは、ハード・ソフト両面から最適な事業をみきわめる目だ。すなわち同社の特徴は、建物躯体検査はもちろんのこと顧客マーケティングを詳細に行い、それによる事業収支計画の確かさを第一としていること。立地状況や地域特性など個別条件をみて、最適な事業プランを提案している。そして、入居者属性やニーズを把握と運営へのフィードバックも強みの理由だ。同社シェアハウスは運営、管理までを一貫して行っている。手がけた建物が完成すればそれが“ゴール”でなく、運営管理を受託し安定収益を生む物件とすることが事業の成功と位置づけている。

このようにマーケティングはもちろん、入居者属性やニーズを数値化・ノウハウ化していることから、同社の手がけるシェアハウスの運営状況は極めて良好に推移しており、「満室稼働しなくても常に入居お問い合わせがあ



左上「つばさ中野」居室  
右上「Rバンク」ロビー  
左下「シェ・モア飯田橋」居室  
右下「シェ・モア飯田橋」キッチン  
下「Rバンク」リビング

る状態」(代表取締役 藤田将友氏)という。

それでは具体的なケーススタディとして、「つばさ中野」と「シェ・モア飯田橋」をみていこう。ちなみに、この2物件は同社手がけたなかでも1、2を争う高稼働を示している物件である。

### ◆つばさ中野

つばさ中野は、もともとレコード会社の本社として利用されていた自社所有ビル。オーナーの機能移転に伴い生じた空スペースの有効活用策として相談が持ち込まれたもの。駅から離れた住宅街という立地ゆえ原状のまま収益ビルとしてテナントを誘致することは至難だが、これをシェアハウスとして仕様変更することにより優良な収益資産へと転換させた。

居室は全6ルーム(4.7畳~6.5畳)。リビング・ダイニングを兼ねる共有スペースは約26畳。屋上にウッドデッキを備えている。各個室にはセキュリティを設けており、共有スペースには

大型テレビや電子レンジ、光インターネット環境などを完備、他のシェアハウスの形態より“1.5ランク上”のクオリティを実現した。賃料は月額6万9,000円~8万2,000円と近隣のワンルームマンションと同程度か多少上回る水準で、開設以来満室状態が続いており、1室空きがあると即入居予定が決まるほどの人気物件だ。

成功要因について同社は入居者の共感を得る「ビジュアルイメージ」を挙げる。具体的には、床と壁の建材にはすべて無垢材(天然木材)を用い温かみを演出したデザインだ。先述のとおり、同社手がけるシェアハウスはすべて入居者を女性限定としており、そうしたターゲット層への“共感”意識している。「つばさ中野というネーミングから鳥の巣箱をモチーフにしている。コミュニティを育成するうえで、ぬくもりが感じられる木の素材選びや空間づくりで共感を抱いていただいたのでと思っています」(藤田氏)。ちなみに、女性とする理由は比較的自由



上「シェ・モア飯田橋」居室  
中「キッチン」  
下「Rバンク」



「シェ・モア飯田橋」外観



藤田将友氏  
代表取締役

女性専用シェアハウスを手がけたことによるメリットは大きく2つあります。1つ目は地主や大家、資産家、投資家の方々に認知され、ネットワークが広がったことです。もう1つは、まだ一般に認知されていない新しい事業領域といえるシェアハウスの運営手法が確立できたこと。当社のシェアハウスの運営はサブリース・自社保有しているものではなく、すべてオーナーさんから委託を受けたものであり、運営するなかで得られたノウハウ・エッセンスを次なる企画に生かしていくという事業サイクルが生まれています。これを企画・運営力の強み、差別化ポイントとしてアピールしていきたい。また今後はリノベーションのみならず、新築物件も5、6棟ほど手がけていく予定です。

シーを重視する男性に対し、女性は他の入居者との緩やかなコミュニティの中で生活するシェアハウスの形態に適しているためである。

### ◆シェ・モア飯田橋

Rバンクが手掛けた再生案件としてはその他、印刷会社が保有する5階建て・築46年の自社ビルを5,200万円の費用をかけシェアオフィスとシェアハウスと店舗に転換した「飯田橋グランプラス」がある。2階部分をシェアオフィスと貸会議室、3~5階部分を女性専用のシェアハウス「シェ・モア飯田橋」、1階には店舗スペースとしてカフェを誘致している。個室は6~20戸で、3フロアを使用。1階はカフェ、2階はインキュベーションセンターとしたもので

ある。3~5階にシェアハウスを入れたのは、女性専用ということや生活居住者のプライバシーに配慮したため。また、カフェはビル利用者だけではなく、広く地域の一般客が利用しやすくなるようにと、1階に構えた。現在シェアオフィス部分は11区画のうち9区画が稼働、シェアハウス部分ではほぼ100%稼働を達成、投資は4、5年で回収できる見込みという。

### ユニットの拡大再生産は目指さず 個別案件ごと最適プランを提示

数々の成功案件が話題を呼び、Rバンクにはオーナーから相談が数多く寄せられている。オーナー・投資家からは、中小規模ビルと戸建住宅、その他

として木造アパートや邸宅といった比較的大きな建物の有効活用・空室対策に関する相談が多いとのことだが、最近では遊休地活用の一環から新築案件も増えてきているようだ。

寄せられるニーズとしてはやはりシェアハウスが圧倒的、これまで手がけたシェアハウスは12件だが、これが年内には倍の数となりそうな勢いという。このように、今後もRバンクが手掛けるシェアハウスは増えてくる予定だが、ブランドとしてシリーズ商品とし大量受注を狙う考えは持っていない。あくまで不動産は“ワン・アンド・オンリーな資産”と捉え、物件調査・マーケティングに基づいた収益の確実性あるプランを追求し、アイデアを作り込んでいきたいとする。