

月刊 プロパティマネジメント
Property
management

No.206
SEPTEMBER
2017

9

魅力を引き出す、価値を加える
中小ビルの活かし方





事業最適化

キュラーズ「セルフストレージ」

オフィスビル不適地こそ開発適地 用途転換で物件価値が大きく再生

オフィスビル大量供給 空きビル発生が追い風

セルフストレージとは、個人向けレンタル収納スペースの総称で、国内では「トランクルーム」という名称が消費者にも馴染み深い。遊休地・空きビル・空フロアの有効活用策として、近年注目を集めている。

オフィスビルなどをコンバージョンする屋内型セルフストレージの最大手で、国内に57店舗展開するキュラーズは、2020年までの100店舗体制を目指し出店ペースを加速させている。代表取締役のスティーブ・スポーン氏は、市場の開拓余地について「成長過程というよりはまだ初期の段階、あと20年以上は成長できる」と話す。

セルフストレージ先進国の米国が対世帯数で約10%の普及率であるのに対し、日本は東京23区で同1.3%、全国平均で同0.3%に留まり、伸長の余地は大きい。キュラーズが実施した2017年の調査では、国内市場は約507億円、8,000店舗・37万室の規模。過去6年間で毎年8%の拡大を続ける成長産業だ。

2018年以降のオフィスビル大量供給も、同社にとっては追い風となる。テナントが抜けてしまうような“立地が良くない物件”こそ、出店候補地となるからだ。

セルフストレージ化で価値を蘇らせたオフィスビル事例
キュラーズ白金高輪店



「白金高輪」駅徒歩6分、延床面積約900㎡・約300ユニットの規模。都心部の好立地や周辺地域の富裕度によっては、やや小規模な店舗にもチャレンジする

「住宅街や駅から離れた幹線道路沿いのビルなどは、オフィスとしては競争力が低い、セルフストレージとしてはベストな立地といえる」。

用途変更・新築・増築 開発バリエーション確保

キュラーズはビル1棟を土地・建物ごと自社で取得・長期保有する出店戦略を採っている。取得かリースかは、運営事業者により判断が分かれるところだが「自社保有はオペレーターとしての運営努力がそのまま資産価値の向上につながるベストな選択」だという。

既存物件のコンバージョンのみならず、新築物件にもチャレンジし開発の幅を広げている。また、敷地に余裕があり、かつ容積率が残っている物件については増築を行うこともある。ソーシ

ングにおける現在のライバルは、空きビルであれば自社ビルを探しているテナント企業、更地であればマンションデベロッパーとのこと。

出店エリアは、3km圏内で人口10万人程度の住宅立地をターゲットに、10都市で展開中。特に東京23区は需要が非常に高く出店余地も大きい。1,000~3,000㎡・300~1,000室を確保できる空きビルに集中投資し、2016年は7物件を計60億円で取得した。

屋内型の他社店舗は、1棟で100室程度の小規模ビルや、ワンフロアみの店舗も多い。しかし、スタッフの常駐体制や空調設備の更新、エレベーターや通路など共用部設備の最適化、敷地内での駐車場確保、屋外看板の設置などの競争力を高める仕掛けに投資する手間を考えると、スケールメリットは重要だという。



Before



After

オフィス兼倉庫の跡地をコンバージョン。同社ではめずらしいロードサイド店舗で、法人利用を想定し10~20㎡程度の大型のユニットも設けた



Before



After

物件取得後、敷地内に建物を増築。未消化の容積率を有効活用した

市場規模拡大に向け 新規参入企業は歓迎

オフィスビルと比較したセルフストレージの特徴は「オフィスよりも高い賃料が設定できること、一度満室になれば安定稼働を長期間維持できる点が魅力。逆に難しさは、オペレーティングビジネスであるという点。キュラーズには約3万人の顧客がおり、その管理には相当な力を入れている。また、安定稼働に至るまでの期間が2~3年、大型店舗では4年近くかかることもある。その間にもオンライン広告などの販促費用が必要だ。短期的なリターンを求める投資家や、1~2棟でスタートする個人オーナーには手掛けにくいアセットといえる」。

今後の展開については、「高品質な



スティーブ・スポン 氏
代表取締役社長



安定稼働後の長期保有に魅力

セルフストレージは、他アセットと比較して安定稼働までに要する期間が長く、特に大型店舗は複数年かかるのが一般的です。一方、安定稼働後は1室あたりの契約金額が小さく、かつ解約率も低いいため、収益のボラティリティが極めて低く、景気変動にも強い魅力的な「コア資産」になります。キュラーズでは事業自体の収益性の高さはもとより、不動産投資家としても有望な投資先であると認識しています。市場の拡大余地は存分にあります。日本におけるセルフストレージ事業の認知度向上や、市場規模拡大に向けて積極的な事業展開を進めて参ります。

セルフストレージを供給することで、他社との差別化や市場シェアを獲得してきた。今後も、横道に逸れずに自分たちが得意とする事業モデルにまい進する。一方、セルフストレージの認知度

アップや品質向上のためにも、新規参入は歓迎。より品質の高い商品を提供する事業者が出てくれば、われわれも更なる高みを目指す励みになる」と意気込みを語った。