

## 賃貸業界のニュースから

リニア中間駅と副首都法から読み解く、拠点整備と人口移動の新潮流  
賃貸需要は「人が動く場所」に生まれる時代へ

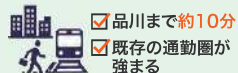
## ① リニア静岡工区、着工へ前進。 —賃貸オーナー注目！「中間駅」

リニア中央新幹線の静岡工区が、いよいよ動き出します。品川—名古屋間で唯一残っていた静岡工区について、2026年7月に静岡県が着工を容認しました。JR東海は着工へ向けた準備を進める見通しです。ただ、開業時期はまだ確定しておらず、同社は今後あらためて見通しを示す方針ですが、静岡工区だけでも完成までに10年以上かかる見通しで、2036年以降になるとの見方が出ています。賃貸住宅オーナーにとって、この長い期間は、住宅・不動産市場の変化に備えるための時間になりたいものです。

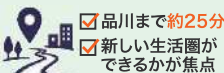
ニュースでは品川や名古屋の駅前が注目されがちですが、賃貸経営の視点で見ておきたいのは、その間に生まれる中間駅のエリアです。ただし、ひとくちに中間駅といっても、事情はそれぞれ異なります。

### 中間駅でも期待は同じではない

#### 橋本(神奈川県)



#### 山梨県駅(大津町付近)



神奈川県の橋本(神奈川県駅)は、品川までおよそ10分と試算されています。もともと京王線とJR横浜線で東京圏に組み込まれている街ですから、リニアは「すでにある通勤圏が、さらに強くなる」という話です。一方、山梨県駅ができるのは甲府駅の周辺ではなく、甲府市南部の大津町付近です。市は品川まで約25分と説明していますが、これは乗車時間であり、自宅から駅までの移動や乗り換えの時間は含まれません。こちらは「新しい生活圏が成立するかどうか」という、橋本とは別の期待があります。

もうひとつ、忘れてはならない未確定要素があります。運賃や通勤定期の有無、中間駅への停車本数、始発・終電、新駅までのバスなどの二次交通は、いずれもまだ決まっていません。毎日往復できる料金になるのか、週2〜3日の出社に向けた乗り物になるのかで、住宅需要への影響はまるで違ってきます。

しかし、地価には、期待の先取りともとれる動きが見え始めています。公示地価(2026年)では、橋本駅圏の住宅地で前年比4〜6%前後上昇した地点が見られました。山梨県では、新駅の建設予定地周辺の地価動向を四半期ごとに調査しており、行政が継続的に注視するエリアになっていますが、昨今の地価上昇に、開業への期待がどこまで織り込まれているの

かは、正直なところ判断が難しいところ。

ただ、開業までの間に駅前整備や交通計画は段階的に具体化していき、沿線の都市構造や移動圏は、段階的に変化していきそうです。具体的に計画が進むにつれ、節目ごとの見極めが賃貸経営に必要になっていきそうです。

## ② 副首都法の成立。 —どうやって賃貸市場にお金を運ぶのか？

2026年7月、いわゆる「副首都法」が成立しました。大規模な災害で東京が機能を失ったときに備え、その中枢機能を代替する道府県を、申出に基づいて国が指定できるようにする法律です。参議院での採決は賛成123・反対121という2票差で、ぎりぎりの成立でした。

法律では施行後1年以内に国が基本方針を定め、2031年3月末までを集中的な推進期間として施策を進める予定です。すでに北海道・宮城・群馬・愛知・大阪・広島・福岡の7道府県が申請を検討していると報じられています。

では、副首都に指定されると、どのような道筋で不動産市場にお金が回るのでしょうか。経済誌の記者は「まず、国の財政支援や税の優遇を受けて、庁舎や通信設備、非常用電源といったハコモノへの投資が起こります。賃貸住宅市場に効いてくるのは、その次の段階、その拠点に人が常駐するかどうかです。国の機関や企業の第二本社に常勤の職員が置かれれば、住まいの需要が生まれ、家賃に波及していきます」と語ります。

逆に、非常時にだけ使う設備が整備されるだけでなく、常住人口はさほど増えないかもしれません。オーナーとして見るべきは「箱の整備」より、「人の定着」になりそうです。

そしてこの法律は、物件を評価する物差しも変えていく可能性があります。「駅に近い」「築年数が浅い」に加えて、災害時にも機能が止まらないこと、具体的には非常用電源や受水槽、通信設備、複数路線へのアクセス、行政・医療機能の集積といった観点です。ハザードマップの確認から一歩進んで、こうした項目まで含めて物件を見る目、これからの賃貸経営では問われていくのかもしれない。

### これからの物件評価の視点

- 非常用電源受水槽
- 通信設備の強さ
- 複数路線へのアクセス
- 行政・医療機能の集積
- ハザードマップ+αの視点

災害時にも機能が止まらないことが、これからの価値になる

# 得だね。情報

2026 10月

発行所：ベルエースト株式会社／発行人：石井 知明  
千葉県木更津市東中央3-2-13 TEL:0438-23-0021  
https://www.c21bell.co.jp/  
発行日：2026年10月1日 第36巻2号(通算422号)

## 収益最大化のための！賃貸経営塾 記事 1

エアコン「2027年問題」を  
設備更新計画に変える

“壊れてから”ではなく、  
計画的に更新する経営へ

## 記事 2 空室対策、はじめの一步。

「誰に貸すか」で変わる空室対策  
「最大の市場」より「自分の物件が勝てる市場」を探す！

## 記事 3 賃貸業界のニュースから

リニア中間駅と副首都法から読み解く、拠点整備と人口移動の新潮流  
賃貸需要は「人が動く場所」に生まれる時代へ

## 10月の花 金木犀(キンモクセイ)

「謙虚」「気高い人」「真実」

金木犀は、秋の訪れとともに甘く芳しい香りを街中に漂わせる花木です。小さな橙色の花を無数に咲かせる姿は控えめながらも存在感があり、その香りは人々の記憶に深く刻まれます。「謙虚」「気高い人」という花言葉は、目立たぬ花姿と気品ある香りに由来し、「真実」は誠実さを象徴しています。秋風によって広がる金木犀の香りは、懐かしさとやさしさを添えて、人々の心に安らぎをもたらしてくれるでしょう。

# 収益最大化のための！ 賃貸経営塾

## エアコン「2027年問題」を設備更新計画に変える

### “壊れてから”ではなく、計画的に更新する経営へ

省エネ法の「トップランナー制度」に基づき、2027年4月から、賃貸住宅で一般的な壁掛け型を中心に家庭用エアコンの新たな省エネ基準が始まります。これに伴い、不動産業界の一部では「低価格帯のエアコンが買えなくなるのでは」といった不安の声も聞かれます。

結論から言えば、現在使用中のエアコンが直ちに使用できなくなり、違法になったりするわけではありません。

しかし、この制度変更を機に「エアコンの調達と交換計画」を見直すことは、非常に有効なリスクヘッジとなります。

今回は、賃貸経営における「設備の計画更新」の実務を解説します。

#### ① 2027年に何がかわるのか(誤解と真実)

2027年度以降、メーカー等は、区分ごとに年度内の出荷台数を踏まえた平均値で、目標基準を満たすことが求められます。個々の製品が基準を下回ったからといって、製造・出荷が一律に禁止される制度ではありません。また、所有者に**既存エアコンの一斉交換が義務付けられるわけでもないため、「古いからすぐ全部交換しなければ」と焦る必要はありません。**

#### ② オーナーに迫る「本当の影響」と経営リスク

制度そのものより警戒すべきは、市場の変化に伴う「調達・交換時の経営リスク」です。

今後、次のような影響が考えられます。

- ✓ 低価格帯を含む、製品構成や価格帯の変化
- ✓ 夏季の需要集中による、修理・設置待ちの長期化
- ✓ 入居中の故障による入居者満足度の低下や、苦情・賃料減額の問題につながるリスク
- ✓ 空室期間に交換しなかったことによる、募集機会の損失

特に「夏の入居中の故障」はクレームに直結し、数週間の工事待ちが発生すれば、緊急手配による費用も割高になる可能性があります。

#### ③ 全戸一斉交換は不要。所有設備の「3分類」

資金繰りを守るため、「古いから一斉交換」でも「壊れるまで放置」でもない、戦略的な分類を行います。所有物件のエアコンを次の3つに仕分けします。

#### エアコン状態の3分類

**① 交換候補** すでに故障履歴がある、冷暖房能力が落ちている、異音がする

**② 計画更新** 使用可だが10年以上経過／標準使用期間や部品保有状況を確認

**③ 継続使用** 比較的新しく、性能や状態に大きな問題がない

まずは①を最優先で空室時や閑散期に交換し、②は年度ごとの予算に組み込んで計画的に更新していきます。

#### ④ 「保有コスト」と「入居者メリット」で比較する

設備の入れ替えは、「目の前の本体価格・工事費」だけで判断せず、ライフサイクル全体で比較検討することが重要です。

#### 投資判断の2つの視点

##### オーナー側の判断材料



- ・本体価格・工事費
- ・修理費・緊急対応費
- ・入居中工事の調整負担
- ・退去リスク

##### 入居者側のメリット



- ・冷暖房性能
- ・静音性・快適性
- ・新しい設備の安心感

資源エネルギー庁の試算では、現行の2010年度基準と2027年度基準を比較した場合、6畳用で年間約2,760円、14畳向けで年間約1万2,600円の光熱費削減効果が見込まれています。電気代を負担するのが入居者であっても、この光熱費削減は「実質的な居住コストの引き下げ」となり、募集時の有力な訴求材料になります。

※光熱費は一定の条件に基づく試算であり、地域や使用状況、電気料金などによって異なります。

#### 管理会社とつくる「設備更新台帳」

「壊れたら入居者から連絡を受けて慌てて手配する」という受け身の経営から脱却するためには、各住戸の状況を可視化することが不可欠です。

全住戸の「設置年」「メーカー・型式」「能力」「修理・故障履歴」「更新優先度」を一覧化した『設備更新台帳』を作成しましょう。この台帳があれば、論理的な予算管理が可能になります。2027年度の制度変更と、次の夏に向けて、まずは台帳作りから始めてみてはいかがでしょうか。

#### 設備更新のために今すぐ確認したい3つのポイント

- ✓ 所有物件の全エアコンの「設置年(製造年)」と「修理履歴」を把握しているか？
- ✓ 「壊れるまで使う」のではなく、空室時や閑散期を狙った計画更新ができているか？
- ✓ 設備の現状と更新優先度をまとめた「設備更新台帳」を管理会社と共有しているか？

# 空室対策、はじめの一步。

## 「誰に貸すか」で「最大の市場」より「自分の物件が勝てる市場」を探す！

空室対策を考える際、「20代の単身者が多い地域だから若者向けにしよう」と、人口の多さだけでターゲットを決めていませんか？ 人口が多い市場は、一見すると需要も大きく見えますが、競合物件も多く、競争が激しい場合があります。本当に狙うべきは「最大の市場」ではなく、「**自分の物件が勝てる市場**」です。

今回は、これまで解説してきた入居者募集の歩留まり分析や、家賃の適正な再設計を成功させるための大前提となる、「**誰に選ばれる物件として経営するのか**」を見極める市場調査の実務を解説します。

#### ① 「人口が多い層」と「狙うべき層」は同じではない

地域の年齢・男女別の人口統計は、市場の大きさを知る入口にはなりますが、それだけでターゲットを決めるのは危険です。

20代人口が多い ≠ 一人暮らしの賃貸需要が多い

人口の多さだけでは、賃貸需要は判断できない

首都圏4都県出身・在住の有職者を対象にした調査では、20代の37.7%が実家暮らしという結果もあり、年齢人口と実際の賃貸需要は必ずしも一致しません。また、「未婚」というくくりでも、25歳の新社会人と、65歳の高齢単身者では、求める広さや家賃帯、審査上の課題がまったく異なります。

高齢層は、若年層より市場規模が小さく見えても、物件の選択肢が不足している層には「満たされていない需要」が存在する可能性があります。

#### ② 市場調査は「3つのデータ」を重ねる

本当に勝てるターゲットを見つけるには、次の3つのデータを重ね合わせる必要があります。

- 01 地域の人口・世帯データ**  
年齢構成、家族類型、転入出に加え、民営借家に住む世帯の割合
- 02 周辺の需要・競合データ**  
近隣施設(病院、工場、大学等)、競合物件の間取り・家賃・供給量
- 03 自物件の実績データ**  
過去の入居者の属性、平均入居期間、退去理由、内見者の声

特に③において「過去の入居者属性」だけで決めてしまうのは要注意です。過去に20代男性ばかりだったとしても、それは単に「これまでの写真や初期費用が若年男

性向けだったから」かもしれません。「これまで住んでいた人」と「本来なら選んでくれる可能性がある人」を分けて考えるのがポイントです。

#### ③ 「4つの視点」で自物件が勝てる市場を探る

集めたデータを基に、「市場規模」「競合の少なさ」「物件との相性」「収益性」の4つの視点でターゲット候補を評価します。

#### 【チェック】ターゲット選定の評価マトリクス

| ターゲット候補 | 地域に<br>いるか？ | 競合は<br>少ないか？ | 物件に<br>合うか？ | 収益性が<br>あるか？ |
|---------|-------------|--------------|-------------|--------------|
| 若年単身者   | ○           | △            | △           | △            |
| 子育て世帯   | △           | ×            | ○           | △            |
| 中高年単身者  | ○           | ◎            | ◎           | ○            |
| 共働きカップル | ○           | △            | ○           | ○            |

※上表は考え方を示す架空の評価例です。  
実際の評価は地域・物件ごとに異なります。

#### ④ ターゲット変更で投資の優先順位が変わる

例えば、仮想事例として「**築25年・2DK・駅徒歩15分**」の物件を考えてみます。当初「**子育てファミリー向け**」を想定していましたが、周辺には新しい2LDKが多く競争が激しいことが分かりました。一方で、近隣に病院や工業団地があり、実は「**広さと駐車場を求める40～50代の単身勤務者**」の長期入居実績があることに気づきます。

そこで**メインターゲットを「中高年の単身勤務者」にシフト**します。すると、子ども向け設備を追加するのではなく、一室を寝室、もう一室を「書斎・趣味部屋」として提案し、収納力や駐車場をアピールするなど、**打つべき空室対策が一変**します。ターゲットが決まれば、導入すべき設備、写真、募集コピー、家賃設定、仲介会社への伝え方までが一本の線につながります。

#### 誰に選ばれる物件として経営するのか

空室対策は「何を付けるか」から考えるのではなく、「誰に選ばれるか」から逆算する。



これが、空室リスクを抑え、収益改善につなげる賃貸経営のサイクルです。まずは、自物件の「本当に勝てる市場」を再定義することから始めてみてはいかがでしょうか。