

特長

商品企画

資産タイプ

住宅、ホテル

Concept K

外国人向けSAに需給ギャップ
統合的視点で商品プロデュースプレイヤーの分断構造を解消
目指すは“不動産版SPA”

Concept Kは、2025年7月に設立された不動産開発アドバイザー会社。代表取締役 CEOの多幾宏平氏は、不動産AM会社のプロフィッツでさまざまなバリューアップ企画に携わり、マーケティングの視点を取り入れた不動産商品開発に明るい人物である。

一般的にファンドやデベロッパーが商品開発を行う際、企画、設計、リーシング、運営を別々の会社に委託するため、収益をうまく伸ばし切れない課題が生じる。企画時に構想された商品価値やターゲット像、リーシング手法が現場にうまく共有されず、入居（希望）者の需要と物件の仕様にミスマッチが生じ、稼働や賃料が想定を下回るイメージである。Concept Kは、企画、設計、リーシング、運営、資金調達それぞれの分野に明るい人物を擁し、統合的に企画からリーシング、運営までを一貫して実行する。「ユニクロに代表されるSPA（製造小売業）のように、エンドニーズの把握と商品への落とし込みという価値循環を生み出す。いわば“不動産版SPA”を目指す」と多幾氏は話す。

「エンドニーズを正確に捉え、手間をかけて作り込まれた物件は根強いファンを掴む。それは好況時に収益の上振れを起こしやすい一方、不況時に収益の下振れを起こしにくい。投資家や金融機関に

とって望ましい投融資先であるはず」と話すのは、取締役 CFOの渡邊豪氏。同氏はいちごでCFOや新規事業の管掌を務めた経験をもつ。

設計と運営は、無人ホテル運営のほかホテルやシェアオフィスの設計を手がけるBARE NOTE STUDIO (BNS) の代表取締役である黒木郁己氏が指揮を取る。リーシングについては、外国人向け不動産仲介のE-Housingを立ち上げたナスリディノブ エリック氏とニシャノブ アジズ氏が指揮を取る。

外国人の利用に最適化された
空間、リーシング、運営

現在Concept Kが進めている商品企画として、賃貸住宅をリノベーションした外国人向けサービスアパートメント (SA) の「KYŌ RESIDENCE」を紹介する。第1号物件は東通グループとの共同プロジェクトとして開業予定だ。

背景には外国人のSAに対する強い需要がある。E-Housingの自社プラットフォームに寄せられた短期賃貸に対する3,000件近い問い合わせ（2024年9月～25年4月）のうち、68%が90日以内の賃貸を希望していた。観光やビジネスで日本を訪れる外国人や国内外のノマドワーカーが増加する見込みのなか、ホテルより安くプライバシーを保てるSAを求める声は高まるとみる。また問い合わせと供給が月40万円未満の低中価格帯

物件に集中している一方、月40万円以上の準高価格～高価格帯物件は問い合わせ数の割に供給が少なく、そこに事業機会を見出した。

専有部分は90日以内の短期滞在を念頭に、さほどモノが置かれない収納や就寝時しか使われないベッドルームの面積を減らし、代わりにLDKの面積を増やすことで居住性を高める。設備や家具はホテルライクで欧米人が利用しても違和感ないサイズとする。ここでは宿泊者の7～8割が外国人のホテルを運営するBNSの設計ノウハウを活かす。「外資系ブランドの家具付きマンションでも、日本人サイズの設備や家具しかないことが多く、需給のミスマッチが生じている」（黒木氏）。

リーシングではE-Housingのマーケティング力を活用する。「SNSを活用した反響獲得や有名グローバル企業との法人契約実績が強み」とエリック氏は説明する。

一般賃貸からSAに段階シフト
賃料単価を倍以上に引き上げ

事業展開のイメージは、東京都心部にある普通借家の賃貸住宅で退去が発生した住戸からリノベーションして定期借家のSAに切り替えるもの（バスルーフ型のマスターリースを想定）。これにより賃料単価を2～2.5倍の坪4～5万円に高める。「取得価格10億円、総戸数15戸



KYŌ RESIDENCE

「ホテルのような静けさ」を空間テーマに設定。豪華さを誇示するのではなく、整った静寂がもたらす豊かさを表現(左)
 専有面積74.16㎡で2LDKの住戸を、LDK21帖・和室6帖×2という構成からLDK21帖・ベッドルーム4帖・7帖という構成に変更。
 4帖のベッドルームを開放することで最大25帖の空間にできるようにする(右)

のモデルケースでは、7割の住戸を3年間でSAに切り替えることでNOI利回りが2.6%から4%近くに上昇する。都心部の賃貸住宅の利回りをバリューアップ型ファンドが投資検討できるラインまで引き上げる形」(多幾氏)。すべての住戸をSAに切り替えたら、営業形態をホテルにしてさらなるアップサイドを狙うほか、建て替えを狙うデベロッパーへの売却を検討する。

物件規模は1棟すべてSA転換する場合だと10億円以上が目安で、100億円を上回る物件でも一部フロアをSA転換する形で対応できるとする。エリアは外国人の需要が強い港区や渋谷区でホテルを開発できない住居専用地域をとくに有望視する。

中価格帯のSAや シェアオフィスにも関心

Concept Kは、KYŌ RESIDENCEとは別のブランドで中価格帯のSAを立ち上げることも検討中。その場合は台東

区や墨田区、中野区などにも投資エリアを広げていく。E-Housingのプラットフォームで反響の多いエリアを特定し、それをもとに物件をソーシングする戦略を取れるのは強みとなるだろう。

外国人向けシェアオフィスブランドの立ち上げも検討している。WeWorkなどの外資系ブランドは英語対応が万全なものの席単価が15万円程度と高価。一方で国内系の中価格帯ブランドは席単価5万円程度と比較的安価も英語対応が万全でない。「席単価5~10万円程度で英語対応のブランドがあれば、外国人の需要を大いに取り込めるはず」(多幾氏)。

設立間もないものの、企画から運営まで統合した商品開発ができるConcept Kの体制を高く評価し、保有物件の活用や新規物件取得を目論むファンドやデベロッパー数社が協業を検討中だ。

最後に同氏は「人々の潜在需要を形にし、社名のKが意味する“Kando (感動)”を生み出していけたら」と意気込みを語っている。



ニシャノブ アジズ氏(左上)
CMO / CTO

渡邊豪氏(中上)
取締役 CFO

黒木郁己氏(右上)
取締役 CPO

多幾宏平氏(左下)
代表取締役 CEO

ナスリディノブ エリック氏(右下)
取締役 CBDO