

デジタルネイティブ世代向け賃貸住宅の新サービス

◆賃貸住宅で導入が進むサブスクや環境配慮型の新サービス

都市部の賃貸住宅で、サブスクリプションサービス（サブスク）や環境問題などに配慮した新たなサービスを提供する動きが活発化している。



三井不動産グループ プレスリリース2022年3月25

2022年3月に竣工した三井不動産レジデンシャルの「パークアクシス錦糸町スタイルズ」は、水道光熱費が月額定額制で、ワンコイン未満の食事、キッチンのシェアリングや家具のサブスクなどのサービスを提供する単身世帯向けの賃貸住宅である。

専有部と共有部の機能を見直し、専有部は、バス・トイレ付のコンパクトな空間（15～18㎡）で、COMMONS（コモンズ）と呼ばれる共用部は、リモート会議用の個室を備えたテレワークスペース、朝・夕の食事を提供するダイニング、シェアキッチン、ランドリー、図書コーナーなどがある。共有部にテレワークや食事、家事などの機能を集約し、調理器具や食器のシェアリングサービスも提供する。テレワークスペースやシェアキッチン、ランドリーの利用は無料で、専用アプリで予約する。食事の支払いはキャッシュレス決済のみで対応する。

建物全体で再生可能エネルギーによるグリーン電力を採用しており、提供する食事はフードロスに配慮したメニュー、共用部で使用するカップなどにプラスチックを使用しないなど、入居者は、住みながらカーボンニュートラルやSDGsに対応した暮らしが実現できるという。

東急不動産の賃貸住宅「COMFORIA（コンフォリア）」は、22年3月からパナソニックくらしアプライアンス社が提供する家電のサブスク「noiful(ノイフル)」の導入を開始した。ノイフルは、賃貸住宅のオーナーや管理会社向けのBtoBサービスで、パナソニックの洗濯機や冷蔵庫、調理家電などを月額制で提供する。家電の設置や修理・交換、回収などの費用は、パナソニックが負担する。入居者

は、家電の購入費用など引っ越し費用を抑えることができ、引っ越した当日からパナソニックの先進的な家電が利用できる。東急不動産は、サービスの導入で物件価値を高め、家賃単価や入居率の向上を見込んでいる。パナソニックは、サービスを通じて自社製品の利用の拡大を推進するほか、リユースなど家電の新たな循環スキームの構築を目指している。

大阪ガス都市開発の賃貸住宅「アーバネックス」は、22年2月から軽食やデザートなどの食料品や日用品を無人販売するコンビニエンススタンドサービス「TukTuk(トゥクトゥク)」をマンションの共用部に導入している。入居者は、マンションから出ることなく、専用アプリを用いて、いつでもキャッシュレス決済で商品が購入でき、商品のリクエストもできる。購買データをもとに商品の品揃えを改善したり、ダイナミックプライシングを適用して賞味期限が近い商品の価格を調整して販売するなど、廃棄ロスを削減することもできる。

◆生活スタイルの変化や若年層の価値観が新サービスの導入を後押し

新サービスの導入の背景にあるのは、コロナ禍で加速したテレワークの定着や巣ごもりといった生活スタイルの変化である。もう一つは、賃貸住宅の主要顧客層である20～30代の若年層、ミレニアル世代やZ世代に代表される、デジタルネイティブ世代（1980年代～2000年代生まれ）の価値観による影響が大きい。

電通デジタルが20年から継続している「コロナ禍におけるデジタルネイティブ世代の消費・価値観調査」によると、この世代は、コロナ禍を機に暮らしの効率化やデジタル化が進むと認識しており、サブスクやキャッシュレス決済の利用者はいずれも6割を超える。また、22年1月の調査では、4割以上が商品やサービスを決定する際、SDGsなど社会貢献を考慮しながら選ぶと回答している。

サブスクやシェアリングサービスは「所有」より「利用」という合理的で効率的な価値観を、スマホアプリの活用やキャッシュレス決済はデジタル化の浸透を、グリーン電力の採用、家電の循環スキームやフードロスへの配慮はSDGsなどサステナビリティの視点を、それぞれ重視した内容だといえるだろう。

デジタルネイティブ世代は、情報収集能力に加え、SNSの活用など情報発信力が高く、全ての年代層への影響力が強いといわれている。新たな生活様式を開拓し、今後、住宅市場をけん引する世代の動向が注目される。 【新井佳美】