News Release

2026 年 10 月 28 日

マーケティングリアルティ合同会社

マーケティングリアルティ、
多様化した留学生ニーズに応える日本版「PBSA」を展開

～京都芸術大学との連携によるオリジナルブランド「gallery k.」を発表。
2030 年までに 300 室・約 100 億円規模のポートフォリオ構築およびファンド組成を目指す～

マーケティングリアルティ合同会社（本社：東京都渋谷区、代表：多幾宏平）は、京都芸術大学を設置する学校法人瓜生山学園と事業協定を締結し、欧米で急成長する不動産アセット「PBSA（Purpose Built Student Accommodation：特定目的型学生向け住居）」を日本市場にローカライズした、大学との連携による学生向けオリジナル賃貸マンション「gallery k.」を発表します。

本事業における企画、開発、投資役割、対象物件、入居条件および運営主体についてはマーケティングリアルティが担い、大学側は学生、各物件の住環境に関するニーズの共有などを通じて協力・連携いたします。

マーケティングリアルティでは、本事業において投資家と大学との連携のもと、2030 年までに 300 室を開発し、総額約 100 億円規模のポートフォリオ構築およびファンド組成を目指してまいります。



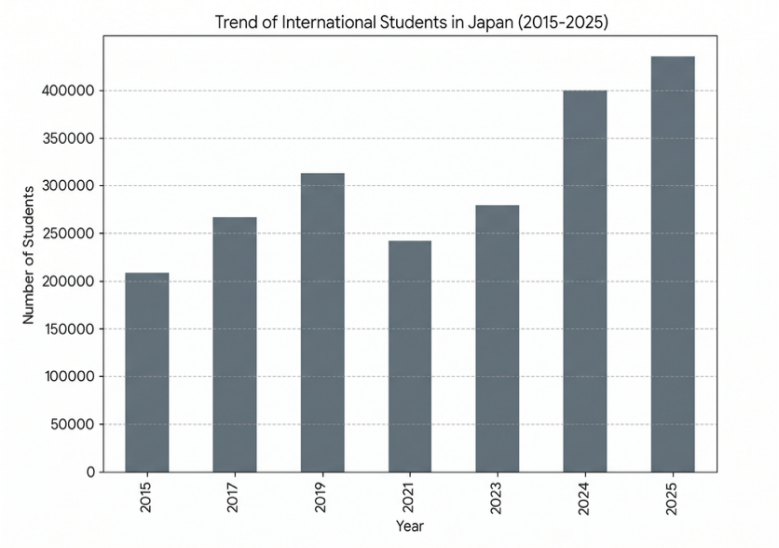
▲2027 年 3 月開業予定「gallery k. 1」のイメージ図

■　背景　｜　世界的な PBSA マーケットの急成長

イギリス、アメリカ、オーストラリアの不動産投資市場においては、PBSA が数十年かけて主要なアセットクラスとして先行し、確立されています。各国は大学のグローバル化を推進し、優秀な学生を獲得して国際競争力に繋げており、そこに関連した「留学生の住まい」としての PBSA は機関投資家のファンドポートフォリオに不可欠な存在となっています。欧米豪 3 カ国では毎年数兆円規模（年間約 2〜3 兆円超）の投資が行われ、PBSA の市場規模は拡大の一途を辿っています。特筆すべきは、これらの中〜高価格帯 PBSA における入居者の半数をアジアからの留学生が占めています。また、欧米主要都市の PBSA 個室賃料は、月額 25 万〜45 万円（週あたり 300〜500 ポンド／ドル）という高価格帯となっています

■　需要　｜　日本における留学生の増加とニーズの多様化

日本政府も同様に留学生の受入れ拡大を重要政策として掲げています。「2033 年までに 40 万人に到達」という政府目標を 8 年も前倒しで達成し、日本の留学生数はすでに 43 万 5,200 人に達しています。 近年は単なる人数の増加にとどまらず、よりレベルの高い大学や大学院へ、中国をはじめとするアジア圏の優秀な学生が多く進学しており、留学生の増加とともに、生活環境や住居に対するニーズも多様化しています。



■　世界標準の PBSA と既存学生マンションの違い

イギリスなどで展開されている大手運営会社の PBSA（例：ロンドンの「Chapter」など）は、高級ホテルのような仕様で家具・家電が完備されているほか、有人レセプション、ラウンジ、ジムなどのリッチな共有スペースを備え、生活支援を含むサービスを提供しています。一方、日本で展開されている従来の学生マンションは、家具家電がなく、スケルトン状態で貸し出され、敷金・礼金・仲介手数料などで家賃の約 4 ヶ月分の初期費用がかかるほか、保証人の用意や煩雑な各種契約手続きを各自行う必要があり、留学生とその保護者にとって極めて高いハードルとなっています。

■　留学生の多様なニーズに寄り添うプロダクト開発

アジアをはじめ多様な地域の留学生が自国で育った生活環境の延長となっている欧米の PBSA を日本の環境に適応させた「日本版 PBSA」を開発することで、スーツケース一つで来日したその日から安心して質の高い生活をスタートできる環境を提供します。必ずしも従来の学生マンションでは応えきれなかった留学生とその保護者にとって、「安心・快適・唯一無二の物件」を本プロジェクトは目指しています。

■　京都芸術大学との連携、オリジナル賃貸マンション「gallery k.」

京都芸術大学には多くの留学生が在籍しています。留学を希望する学生やその保護者がロンドンなどの海外大学と比較した際、ニーズに対応した PBSA が存在しないことは大きな不安要素となります。 この住環境を強化することは、留学生が安心して日本での生活を送り、学修や創作活動に専念できる環境づくりにつながります。

gallery k.

生き方そのものが、私という芸術。






▲本企画専用に開発される 「gallery k. 2」（2028 年 3 月開業予定）のイメージ図

▼gallery k.公式サイト
URL：https://galleryk.jp/

■ 大学との連携による新たな学生向け住居の開発モデル

これまで日本の多くの大学は周辺地域に巨大な賃貸需要を創出しながらも、自ら不動産事業を行っていないため、その大きな収益はすべて外部企業へ流出していました。これはリゾートビジネスに例えると、「ディズニーが強大な宿泊需要を生み出しているにも関わらず、オフィシャルホテルを保有していない」状態に等しいと言えます。当社は、本事業において、大学との連携を通じて留学生の住環境に対するニーズを把握し、これに対応した学生向け住居の開発を進めてまいります。

■ 一気通貫の開発・運営体制

本事業では、マーケティングリアルティが投資企画、投資家募集、不動産開発、運営までの不動産に関する業務を一貫して担い、大学側が留学生のニーズの共有や、学生への住居情報の提供などを通じて協力する という、お互いの強みを活かした協業体制を構築しています。

■ 「20 年固定賃料」から脱却した、インフレ耐性・連動型の投資モデル

従来の学生マンション投資では、20〜30 年間の長期固定賃料によるサブリース契約が一般的でした。しかし、金利上昇および物価上昇が進む現在のマクロ環境下において、固定賃料モデルは実質利回りが固定化・毀損するリスクを抱えています。
本プロジェクトでは、固定賃料の枠組みに縛られず、マクロ経済のインフレや需要動向に応じて柔軟に賃料改定を行える運用ストラクチャーを採用。インフレヘッジとして極めて機能性の高いオルタナティブ資産を実現します。

■ 約 100 億円のファンド組成

国策とそこで派生する課題解決に加え、大学連携による安定した基盤を持つ本プロジェクトは、長期的な取り組みを前提としています。2030 年までに目標とする 300 室・約 100 億円規模のポートフォリオ

を開発後は、ファンドを組成し、国内の安定投資機関によって開発されたポートフォリオを長期保有し、支え続ける構想です。留学生の増加及び多様化のトレンド、大学との連携、安定利回りを両立するこのファンド構想は、すでに複数の国内大手投資機関から高い関心が寄せられています。

■マーケティングリアルティ合同会社

マーケティング視点と不動産投資の知見を融合させ、画期的な不動産を企画開発・実行する不動産開発コンサルティング・アドバイザリー企業。出資子会社に、訪日外国人・海外ビジネスパーソン向けの高級フレキシブルリビング「KYŌ RESIDENCE」を企画・運営する株式会社 Concept K がある。
不動産ファンド業界の専門誌「月刊プロパティマネジメント（総合ユニコム発行)」にて「マーケティング視点の不動産投資講座」を連載中。
代表: 多幾 宏平
所在地: 東京都渋谷区渋谷 2-12-4　ネクストサイト渋谷ビル 5F
URL: https://marketing-realty.com

■ 本件に関するお問い合わせ先

マーケティングリアルティ合同会社　広報
Email: info@marketing-realty.com