

これからの賃貸業は、まちづくりの視点が不可欠

❖空室だらけの「ロイヤルアネックス」

私は、“賃貸物件をリノベーション”するというより、“賃貸という仕組みそのものをリノベーション”したいと思い、さまざまな活動をしています。私がこうした取り組みを始めるに至った背景について、初めにお話させていただきます。

メゾン青樹は祖父が事業をスタートさせ、父がそれを継ぎました。そして2011年、私が父から受け継ぎました。当社の所有物件は、「ロイヤルアネックス」（東京都豊島区）という1階が店舗、2階がオフィス、3～13階が賃貸住宅という築27年の物件です。外観は特に特徴がありません。幹線道路沿いに位置し、都営荒川線「向原」駅徒歩2分、JR山手線「大塚」駅徒歩6分。都心23区内ですが、まだ少しローカルさが残るエリアです。

家業を継いだ時には、居住用の部分は、いずれも無個性な真っ白い賃貸住宅でした。入居から1年半くらい経過すると、退去されてそれなりに劣化した部屋が戻される、そのような状況でした。

入社して約半年。空室が増え始めたところに、2011年3月11日、東日本大震災が発生しました。空室率は25%を突破、20部屋ほどが空室となってしまったのです。そこで、空室の中の1～2戸について、インターネットなどで見かけた人気のある部屋を参考に、少しスペックを上げるリフォームを実施したのです。しかし思うような反響は得られませんでした。

「こうなったら、やり方自体を変えなければ」と取り組んだのが、壁紙を入居者に選んでもらい、それを張る、というものでした。賃貸でも“自分で選んで部屋を仕立てる”ということができれば、自分らしい部屋作りができる、それを提案しようとしたのです。

そのためには、この取り組みを広く広報する必要があります。そこでパンフレットを作成し、付き合いのある地元の不動産会社を回り、PRしました。「モデルルームが必要だ」と言われたので、たくさんある空室の1室をモデルルームにすることとし、アクセントクロスを張り、IKEAやニトリで調達した家具を置きました。モデルルーム完成後、30社以上の不動産会社が集まっていただき、この取り組みを説明。「この部屋なら、他



(株)メゾン青樹代表取締役
青木 純氏

1975年東京都豊島区生まれ。信託銀行系不動産流通会社、不動産ポータルサイト運営会社を経て2011年11月、不動産賃貸業を営むメゾン青樹入社。壁紙を選べる賃貸や、入居希望者の要望に沿ってリノベーションするオーダーメイド賃貸など、不動産賃貸業に新しい風を吹かせており、「TEDxTokyo 2014」のスピーカーも務めた。著書に『大家も住人もしあわせになる賃貸住宅のつくり方』（学研パブリッシング）。



東京都豊島区の幹線道路沿いに位置する「ロイヤルアネックス」(写真提供:株メゾン青樹)

物件との差別化が図れます。ぜひ案内してください」と伝えました。すると、反応は上々でした。にもかかわらず、その後も電話はさっぱり鳴らず、もんもんとする日が続きました。

そんなある日、待ちに待った電話が鳴ったのです。不動産会社からの、入居希望者が現れたという旨の連絡でした。嬉しかったですね、救世主だと思いました。私は張り切って聞きました。「ご要望の壁紙をお張りします。何色がいいですか?」と。するとその方は「白い壁紙が良いです」と言ったのです。

❖2時間かけ、白+若草色のアクセントクロスに決定

白い壁紙に囲まれて過ごしてきた人は、白い壁紙しか選べないのではないかという仮説を自分の中では立ててはいたものの、見事にそれが立証されてしまった形になってしまいました。しかし、「何とかしなければ」との思いで、不動産会社の方に「お願いします、もう一度入居希望者を物件まで連れてきてください。家賃は5,000円引きますから」と頼み込みました。

不動産会社の方が渋々連れてきてくれたその方は、アパレルに勤務されている女性で、私は「この人の好きな色を探さなければならない」と、必死で会話を続けました。そうした中、ふと週末の過ごし方を聞いたところ、「普段は店舗内で日の当たらない生活をしているので、休みの日くらいは公園に行きのんびり過ごしたい」とおっしゃったのです。これだ! と。私は、若草色の壁紙を提案しました。すると、「これなら、部屋の中でもリフレッシュできる!」と、とても喜んでいただきました。結果、白い壁紙の一部に若草色のアクセントクロスを張るということに決定したのです。

ここにたどりつくまで2時間かかりました。通常、オーナーと入居者は、書類のやりとりだけで、顔を合わせることはほとんどありません。それが、壁紙を選ぶという行為を通じて、相手をとことん知ることができ、仲良くなれる。一緒に、同じ目的を持って行動をすることで、“オーナーと入居者”という関係性が変わるのです。

この経験で私は確信しました。オーナーは、不動産会社に任せてふんぞり返っていてはだめだ、と。フロントに立ち、入居者をきちんと理解しないと、このサービスは成立しない。このことを実感したのです。

その後、続々と入居希望者が現れ、私の取り組みが注目されるようになった頃から、テレビ取材の申し込みをしばしば受けるようになりました。テレビの取材では「何か嫌なことはありませんか?」、「なんでこんな派手な

色にしたのですか？」といったことを、オーナーである私の目の前で聞くのです。でも、質問された入居者は、「賃貸住宅だから、私たちはこの壁紙を選んだんですよ」、「嫌だったら出て行けるし」、「永住するわけではないので、大胆になれるのです」というようなことを伝えてくれました。

この頃から、次第に「賃貸した部屋に、何をしてもらっても良いのではないか」と思うようになりました。賃貸で「DIY可能」や「原状回復不要」を導入するには、相手を信用しないと実行できません。しかし、実際に入居してくれた方々が、非常にしなやかに、大切に住みこなしてくれているのを見て、「入居してくださっている方はみんな信用できる。自由にしたらもっといい生活を送ってもらえる」と考えたのです。

次に床材を自由にしました。ここで大切なのは、床材を張る作業を、既存入居者を巻き込んで行なうことです。私が先輩住人たちに、「ちょっと面白いことをやるから来てよ。手伝って」と声をかけていきます。そうすると、みな来てくれるのです。そうして、一緒に作業をしながら、同じ時間を過ごします。通常の賃貸物件では、既存入居者と新規入居者が顔を合わせる機会ってなかなかありません。しかしこの「共通の体験」を行なうことにより、入居者同士が仲良くなるのです。コミュニティができれば始める瞬間です。しかも、自分で、そしてみんなで作ったものだから、満足感がとても高い。すると、部屋への愛着が高まります。

ある入居者の部屋のセンスが非常によかったので、「あなたの部屋をモデルルームとして使わせていただけないか」と頼みました。すると、快諾してくれた上に、「新しい住人候補の方のために、私、アップルパイを焼きます！」と言ってくれ、実際見学に来た方をもてなしてくださったのです。私が出張などでいない時には、その方が部屋の案内をしてくれました。つまり、“住まい手”が“伝い手”になったのです。入居者は自分たちの体験を次に伝えたいと、積極的に入居者を集めるための手伝いをしてくれる。そういう関係性にまで発展していったのです。

ところで、入居者募集でFacebookやSNSに物件情報を出したら、容易に入居者が集まると思っている方が多いようですが、そんなことはありません。リアルな体験からしか口コミは伝わらない、そういうものです。

❖賃貸でも、狭くても、“長く住み続ける”場所に

何年前前から「オーダーメイド賃貸」というサービスを始めました。これは壁紙のみならず、間取りプランから一緒に考え、実現する仕組みです。



壁紙を入居者に選んでもらう取り組みからスタート（写真提供：㈱メゾン青樹）



床材も自由に。床材を張る作業は、既存入居者を巻き込んで行なう（写真提供：㈱メゾン青樹）



2戸の戸境壁を取り壊し、1戸にした部屋も
〈写真提供：(株)メゾン青樹〉



屋上は住人参加型でルーフガーデンに造り上
げた 〈写真提供：(株)メゾン青樹〉



ルーフガーデンで結婚式を実施した入居者も
〈写真提供：(株)メゾン青樹〉

隣り合うワンルーム2戸の戸境壁を取り壊し、1戸にした部屋もあります。16平方メートルほどのワンルームというのは、特に古い物件では、非常に厳しい。それをニーズに合わせて“再編集”するという考え方です。狭いワンルームも、2つ合わせればゆとりの空間になる。ちょっと贅沢な一人暮らし、場合によっては二人暮らしも可能という部屋になります。

ここでも、自分たちでできることは自分たちで作業してもらいます。DIYと一言で言っても、そういうことをしたことがない人にとっては、非常にハードルが高い。しかし、体験済みの入居者が手伝って、いろいろ教えてあげれば、できるのです。ある入居者は、作業をする光景を記録した素敵な動画を作成し、私にプレゼントしてくれました。それを入居希望者に見せてあげることで、「私にもできるかも」とイメージしていただけます。そこまでくればしめたものです。

こうして、入居者が続々と集まるようになり、そして入居者が列をなすようになりました。時には、自作の部屋の模型を作成し、「A案とB案、どちらの部屋がロイヤルアネックスにとって価値がありますか？」とおっしゃる方も出てきました。さらに、自ら資金を出してでも入居したいという人までもが現れました。現在は、4人の男性が50万円ずつ拠出し、DIYでロイヤルアネックスの中にシェアハウスを作っています。

さらには、2階の空いていたオフィスをコワーキングスペースに変更。それも参加者を募り、住人参加型で造り上げました。また屋上も住人の発案をきっかけに、ルーフガーデンにしました。

すると、屋上で結婚式を実施する入居者まで現れたのです。結婚式には、私と父も招かれまして。父が参加者たちと笑顔で飲み交わしていた姿を見て、本当に嬉しかったです。空室が多かった時期には共に悩んでくれた父が…。感無量でした。

暮らしの舞台ができあがると、そこで長く住み続けようと思うものです。賃貸住宅であっても、仮暮らしの場所ではなく、定住する場所となります。ロイヤルアネックスでは、「結婚しても、ここに長く住み続けよう」と考える方が多く、実際そうされています。すると子どもが生まれても引き続き入居してくださる。それを見て安心した他の入居者のところにも子どもが生まれ、といった具合に、さらにコミュニティが豊かになっていきました。

❖ 育つ賃貸住宅、「青豆ハウス」

ロイヤルアネックスでの経験を生かそうと、2014年3月、東京都練馬区

これからの賃貸業は、まちづくりの視点が不可欠

に新しく新築賃貸住宅を建設しました。この物件が、「青豆ハウス」(東京都練馬区)です。ただ時間を消費するだけの従来の賃貸住宅ではなく、時間の蓄積が価値に変わる、“育つ賃貸住宅”というコンセプトで進めました。

取り組みは着工前からスタートしています。ここで暮らすとどのような生活ができるか、それをブログ「そらと豆」という成長日記で配信していきました。『青豆ハウス』のファンを増やすための仕掛けとして、その「種まき」を、建てる前から始めたのです。さらに、“体験をデザインする”ための一環として、「上棟式」を行ないました。これは入居希望者へのPRだけではなく、ご近所との関係性を構築するためのイベントでもあったのです。完成内覧会の時も“おひろめマルシェ”を開催、近所の方をお招きしました。青豆ハウスを地域とつながりがある賃貸住宅にするためです。

結果的に竣工の2ヵ月前には、8戸のうち、私が入居する住戸を除く全7戸の入居者が決定しました。

入居者とは、ロイヤルアネックスで実施した内装のカスタマイズも行ないました。色を選んでもらい、塗り方も教えて、自分たちで塗ってもらい



青豆ハウスでも、内装のカスタマイズを実施
(写真提供：(株)メゾン青樹)

2014年3月、練馬区に完成した「青豆ハウス」(写真提供：(株)メゾン青樹)



夏祭りなどを開催。地域の方にも参加してもらう
(写真提供：(株)メゾン青樹)



住人みなで造り上げたピザ窯が完成（写真提供：㈱メゾン青樹）

ます。また、壁紙については、下地にビニールクロスを張ったりして、剥がせる壁紙の張り方もみなで学びました。こうして賃貸にもかかわらず、それぞれの住人の個性・色が生かされた賃貸住宅が完成したのです。

入居後、入居者はもう“お客さま”ではなく、“共同事業者”です。植栽管理も住人交代でやります。ピザ窯を住人総出で2日かけて造りました。近所のピッツェリアの店主がピザ生地のはし方を教えにきてくれて、目の前の区民農園では野菜をお裾分けしてくださる方も現れました。

こうして地域と入居者に繋がりのある居住環境ができることで、賃貸住宅も暮らしの舞台となります。結婚する人のほか、職住近接の暮らし方をするために、ここに事務所を構えた方も現れました。ちなみに、うちの子どもは、エントランスと自宅玄関の2ヵ所で「ただいま」を言います。誕生日には、入居者の皆さんからお祝いしてもらったりと、物件全体が一つの家族になっています。

物件内だけではありません。夏祭りや餅つきを開催して地域の方にも来てもらいます。このように、賃貸住宅がまちと一体化して、まちのコア的な存在になり、その結果、まちが豊かになっていくのです。

大事なことは、人を主役に暮らしをデザインすることです。こうした、住む人が主役となる「育てる賃貸」の取り組みは、日本各地で進められています。

❖ “まちの採用担当”として、“共同事業者”となる方を選ぶ

これからの賃貸事業で大事になってくるのは、オーナー・入居者が「共同事業者」になることだと思います。いわゆる“大家と店子”という関係ではなく、その住みたい環境作りをするための「共同事業者」になり、お金も知恵も出し合って誰もが損をしない仕組みを作り、よりよい環境を作り出せれば、持続可能なまちづくりが実現できるのではないかと、ということです。

これを突き詰めると、「どこに暮らすか？」よりも「どう暮らすか？」が大事になってきます。

ロイヤルアネックスは、豊島区にあり、巨大ターミナルの「池袋」駅から近いというのが特徴といえば特徴ですが、入居者のほとんどは、そこを魅力に入居してきたものではありません。ほとんどの方は、「ロイヤルアネックスに行ったらこういう暮らし方ができる。自分の空間づくりにも参加できるし、自分の暮らしの舞台として、非常に楽しい暮らし方ができるんだ」

ということが理由で、入居されているのです。これまでの物件選びと異なる動きを見せる層がある。それをご理解いただけたのではないかと思います。

ところで、私の取り組みについて、「新しい人たちだけで、あなたの取り組みは成り立つのか」という質問をしばしば受けます。これについて私は、「新しい人たちだけという話ではなく、新しい人が入ってくると、前から住んでいる人も巻き込まれる」と回答しています。

自分の好きなように部屋を仕立てるわけですから、入居者はその部屋が好きになります。すると、その部屋の周りの人たちに対して、ちゃんと礼儀を尽くそうと考えるのです。「この部屋に人を呼びたい、それならちょっと騒がしくなるかもしれないから、先に挨拶しておこう」と菓子折持って挨拶に行くようになる。昔ながらの慣習が普通に復活するのです。

盛り上がってうるさいときに、当社の物件ではどういう現象が起こるか。「部屋に仲間来ているんです。よかったら顔を出しませんか？」と他の住戸の人に声をかけるのです。世代関係なく。結果、一緒にお酒を飲み交わして、さらに仲良くなります。実家から何か送られてくれば、お裾分けをしたり、一緒に食べたり。そういう関係が、自然に生まれるのです。

ただ、そういう関係ができるかどうかは、どういう入居者が入るかによる部分も大きいのです。たった一人変な人が入ってきたら、全体がおかしくなります。建物全体がおかしくなれば、まちもおかしくなる。私が大家の役割は「まちの採用担当者だ」と言っているのは、その意識が強いからです。みんなが望む空間づくりにコミットできるかという審査基準、これは絶対だと思っています。当初はそれが入居を打診してきてくださる方に伝わっていなかったため苦勞もありましたが、今はそれが広く伝わっているので、まずはそういう人は来ません。今では審査の必要はほとんどなくなりました。

❖行政と共に動く

これからの賃貸業を考える中では、「まち」の視点、そして、「家守」という存在が非常に重要になってくるでしょう。その上で、大家のもう一つの役割は、暮らしの舞台づくり、つまりまち全体のプロデューサーであるべきだと思っています。

私は、仲間と一緒に、民間のまちづくり会社として(株)都電家守舎(以下、家守舎)を設立、私が社長に就任しました。ここではさまざまな取り



2015年3月の「リノベーションスクール@豊島区」では、(株)都電家守舎が運営を担った(写真提供：(株)メゾン青樹)

組みを進めています。2014年11月には、豊島区が主催した「まちのトレジャーハンティング」というまちの宝探しイベントを運営しました。これは、豊島区内の縮退エリアを対象に、普段まちの人たちが気づいていない空間資源、人的資源、文化資源、歴史資源など、まちに存在する潜在的な価値のあるお宝を、一緒に探し、使い方を考えるというイベントです。また2015年3月には、豊島区で初開催となった「リノベーションスクール@豊島区」も運営。実際の空き店舗・空き不動産をテーマに、3日間かけて事業計画を立て、実現につなげていくというものですが、大変多くの人に参加していただきました。リノベーションスクールで経験しましたが、協力してくれるオーナーを探すのは本当に大変なことです。初開催、しかも東京。「今は困っていない」とおっしゃるが、“本当は困ったことになっているのだけど、そのことに気づいていない”というオーナーが多いのです。

こういう時に行政の力を得られると、大きな力を発揮してくれます。リノベーションスクール@豊島区では、豊島区に主催者になっていただき、豊島区内の商店組合などに呼びかけてもらいました。結果、案件探しの苦労は幾分軽減されました。実際にまちづくりを進めるのは民間のまちづくり会社でも、行政の力を借りる、その効果は大きいです。

❖オーナー・入居者・家守舎、三方得のスキームを実行

さらに家守舎では、個性のある飲食店を創出するという取り組みを進めています。チェーン店だけだと、まちはつまらなくなります。まちの“色”にもなる、開かれた飲食店を自分たちの手で作ろうと考え、事業を組み立てています。スキームを説明しましょう。私は場所を原価で提供（賃貸）します。共同代表である(株)らいおん建築事務所代表取締役の嶋田洋平氏は、設計を原価でやります。そして、費用については、事業を進めていく中で、オープンしてからテナントと共にシェアしていく、というものです。いい仕入れを行なうために新鮮な食材を扱っている事業者と組み、さらに飲食店のプロフェッショナルも仲間になっていただきます。この4人でそれぞれの強みを生かして、初期投資をなるべく圧縮し、事業を進めていきます。2015年4月には「都電テーブル」としてプレオープンの予定です。

家守舎では、転貸ビジネスにも着手しました。こちらについてもスキーム^{*}を説明しましょう。オーナーから家守舎が不動産を借り上げ、それを入居者に転貸します。オーナーとは4年間の定期借家契約を結びます。この物件には改修のために415万円の費用が必要でした。そこでオーナーが



まちに開かれた飲食店として、4月にプレオープンを迎える「都電テーブル」(写真提供：(株)メゾン青樹)

これからの賃貸業は、まちづくりの視点が不可欠

175万円、家守舎が190万円、入居者が50万円ずつ拠出します。家守舎は、入居者に、当初2年が月額14万円、3～4年目が16万円で賃貸します。当初2年の減額分が、入居者の初期投資の分です。家守舎は、オーナーには当初3年は月額6万円、4年目は同11万5,000円、計354万円支払います。家守舎の取り分は、当初2年は月8万円、3年目10万円、4年目4万5,000円で計366万円をいただく、というモデルです。

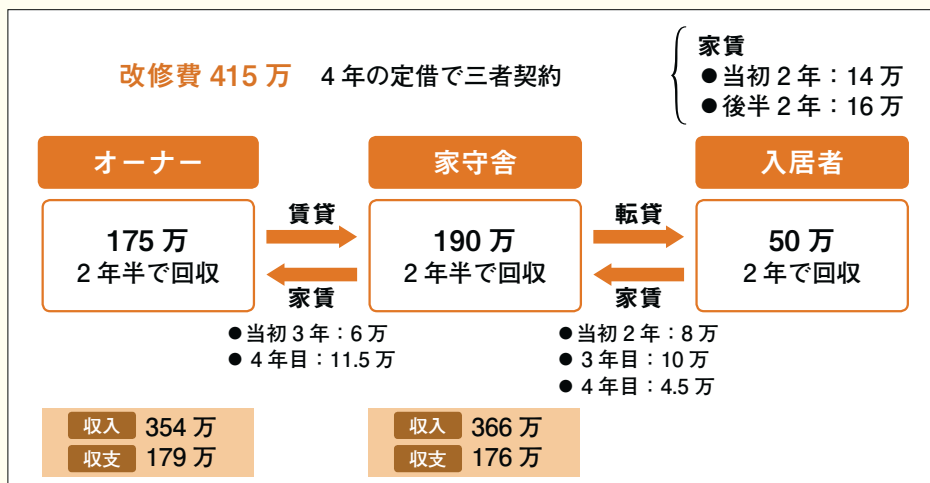
三者全員が投資をしますが、それぞれにメリットがあるというやり方を考え出しました。オーナーにとっては空き家でまったく収益を生み出せていなかった空間を収益物件化できる。入居者にとっては、改修の際には自分の意向を反映できる。家守舎もきちんと利益を出せる、というものです。なお、5年目以降はオーナー自らが自立して運営していけばいいのです。

❖管理して、コンサルティングして、プロデュースする役割

このような仕組みを作ることによって、不動産仲介という事業も変化を見せるのではないかと思います。不動産賃貸業界は、長らく「入居者の回転をなるべく多くする」という意識でやってきました。ですから、一つひとつの取引に時間をかけずに入居者を決めることを是と考える人にとって、私の取り組みは理解しづらいと思います。

一方で、「今までの考え方では、これからは商売が成り立たなくなる」と気づいた不動産会社も現れてきました。意外かもしれませんが、私が講演などをしていて熱心に聞いてくださる方は、年配の、地場で長く商売さ

※都電家守舎の転賃ビジネススキーム



れてきた方が多いです。「ようやく自分たちのやりたい不動産業の仕組みになってきた」というようなことをおっしゃってくださる方もあります。私は、そこに希望を感じています。

逆に、若い人たちを見ていると、「異業種の人が不動産仲介を手掛けたら面白いのではないか」という印象を受けます。私はインテリア系の方とお話する際に、必ず「宅建業者にならないか」と伝えています。「インテリアだけで食べていくと、ビジネスはどんどん縮小していき、つまらなくなる。インテリアで経験を重ね、宅地建物取引士の資格を取り、宅建業者になるのはどうか。その方がビジネスが拡大するのでは」と。

❖不動産業者自らもリスクを取る意気込みを

危機感のないオーナーに対して物件再生のための投資をどう説得するか。これは悩みどころだと思います。私がアドバイスするとすれば、“未来を仲介する”という視点に立ってオーナーにお話すると良いと思います。「今は空室率10%ですよ。でも5年後はどうなっていると思いますか」という視点で、話しを進めるということです。その上で、複数戸持っているオーナーであれば、最も状況が厳しい物件に目を付けて、「あなたの所有している物件の中で、一番状況が厳しい物件を、私に安く貸してください」と提案すると思います。つまりオーナーを説得するには、困っているところを探し出し、それを再生して見せる。そして、事例を積み上げることで、オーナーの理解を得ることが重要なのです。

これからの不動産業者には、プランニングをする能力が不可欠となります。数ある事業者から選ばれるためには、プランニング、つまり発想をどこまで広げられるかがカギとなるのです。これは不動産会社だけでは難しいので、チームを組むことが大切です。例えばカフェなどの店舗の空間デザインを手掛けている人や、こだわりの店舗を運営している人と事業連携し、各地域で家守舎を立ち上げたらいいと思います。

そしてオーナーとのパートナーシップを確立するには、何より、不動産業者自らがリスクを取る意気込みを見せることです。自分たちも投資して、借り上げ、物件を仕立てる。「あなたと私は一蓮托生です」。そういう姿勢を見せることが肝要です。

一つひとつの取引を仲介するというよりは、“管理して、コンサルティングして、プロデュースしていく”といった役割が、これからの不動産会社に求められていくと、私は思っています。

2015年3月2日開催の平成26年度第3回「中小不動産業者および不動産流通のあり方に関する調査研究」における講演をまとめ、編集したものです。