

# 「京町家」の再生で文化や歴史を付加価値に取り込む【(株)八清】



(株)八清  
代表取締役：西村孝平氏

京都らしいまち並みとその住文化を承継する、伝統的な都市型住宅である「京町家」。その多くは戦前、古いものは大正・明治時代に建てられており、瓦屋根・大戸（おおど）・格子戸・出格子・虫籠窓（むしこまど）・土壁・漆喰壁といった特徴的な外観を持つ。都心部に4万8,000戸あると言われるが、老朽化による建て替えや取り壊しにより年間2%（約1,000戸）ペースでその数を減らしており、近年、官民入り混じっての保存活動が展開されている。

その京都で、リノベーションやコンバージョンにより京町家に新たな命を吹き込み、その保全活動をリードしてきたのが、間もなく創業60年を迎える地元老舗不動産会社の(株)八清（京都市下京区、代表取締役：西村孝平氏）だ。

## 京町家の潜在的価値に気付く

同社は、繊維製品の卸売販売業として創業。先代社長の西村由蔵氏が、高度経済成長期に建売住宅の販売業へ転身を図った。当時はまだまだ住宅不足で、同社の建売住宅も作れば売れていたが、「土地が買えなければ、次の仕事がない。こんな焼き畑農業みたいなことを続けていたらダメだ」と危機感を抱いたのが、1975年同社に入社した、由蔵氏の長男で現社長の孝平氏だ。

とはいえ、建売事業に代わる魅力的な事業アイデアも浮かばぬまま

時は過ぎていったが、ある時思わぬ転機が訪れる。同社は、建売用地として、京都駅近くの住宅密集地を仕入れた。そこには3件の古家が建っていたが、取り壊して新しい建物を建てようとしたところ、建築規制により予定した建物が建たないことが判明した。そのため、仕方なく、現存する建物を改装して売り出したところ、瞬く間に売れたのだ。「築25年を過ぎると、建物の価値はゼロになる。われわれはそう教わってきました。ところが、古い建物だって、使い勝手の悪い部分を改修すれば、普通に売れる。この反響のすごさが、私にとっては衝撃的で、中古住宅を買い取って、今でいうリノベーションを施し、商品価値を上げて販売するというビジネスの面白さに気付いた瞬間でした。この経験がなければ、今のわが社はないでしょうね」。

同社は、改修を施した中古住宅を「リ・ストック住宅」と名付け、建売住宅と併行して本格的に販売を開始した。リ・ストックとは「再びストックになる家」という意味の造語で、バリアフリーを重視した高齢者向けの「リ・ストック住宅 ソフト」や、女性向けにリノベーションした「リ・ストックウーマン」など、さまざまな商品を送り出した。そうした経験を積みながら、同社は徐々に「京町家」に近づいていくことになる。

同氏は1994年から、「都市居住推進研究会」というグループの立ち上げに参画していた。京都大学名誉

## (株)八清

京都市下京区  
代表取締役 西村孝平氏  
1956年、繊維製品卸売として創業。1962年に宅建業に参入し、建売分譲や建築などを業容拡大。2002年に京町家情報センター開設に参画。同年3代目の西村孝平氏が代表取締役就任。

教授(当時)の巽 和夫氏を初代座長に、同年から活動をスタート、都市計画やまちづくりの学識経験者、建築・設計士、行政OB、不動産会社などからさまざまな人材が参加して、京都のまちづくりの問題点についての提言を行なっているグループだ。この会に参加したことで、京町家再生研究会や行政とのつながりができた。そこでは、災害、二項道路、密集地、公図が無いなどの、京町家を取り巻くさまざまな課題が出された。同会での議論を通じ、同氏は京都の伝統的住まいである京町家保全の重要性と、その可能性に気付いた。

「中古住宅をいくら改装しても、機能面でも価格面でも、新築住宅100に対し70程度にまでしか持っていきません。しかし、京町家の改修は、たとえ1,000万円を超える改修をしたとしても、独自の付加価値と値付

けができる。2001年、初めて改修した京町家は、オープンルームに過去最高の50組を集め、すぐに売れました」。その後改修した京町家も、原価と利益を乗せた価格で、きちんと売却できたことから、京町家再生に特化して事業を進めていくことを決意した。京町家の潜在的価値を引き出すことで、新たな付加価値となる。「たとえ路地裏の再建築不可の物件でも、商品として魅力あるものにできる面白さを発見したのです」。

#### 不動産会社ならではの強み活かす

京町家は、その多くが現代風にアレンジされ使われてきた。同社は、これらをスケルトン改修し、外観は可能な限り京町家伝統のスタイルに「戻す」。内装は、現代のライフスタイルにマッチした間取りや仕様にするが、京町家の解体で出た建具を再生して使ったり、手作り感のある仕上げやデザインを施したりと、オンリーワンの京町家に仕上げていく。

同社では町家の再生を「暮らし企画部」という10名の専門部隊(コーディネーター)が手掛けており、営業担当は置いていない。仕入れた住戸一つひとつをどういったコンセプトにするかアイデアを出し、設計士や施工業者の選定と打ち合わせ、商品のネーミング、ホームページやパンフレットでの販売プロモーションまで、担当者が一気通貫で行なう。6名のウェブ担当が、ホー



同社の京町家リノベーションは、京町家本来の良さを引き出しながら間取りや設備を現代風にアレンジする(写真提供:株八清)



これまでローン付けが難しかった京町家に、専用ローンを作ってもらったことにも成功(京都信用金庫バンクフレット)

ムページやチラシまで全て内製。新築の販売と比べその手間は2倍3倍となるが、分譲販売のように不特定多数を集めるのではなく、買いたい人を一人見つければいいので、むしろ利益率は上がっているという。

ただし建築会社とは違うとの思いから、リノベーションだけの依頼は、すべて断っている。「建築士はユーザーニーズを取り入れてモノを作るのに対して、不動産会社はこちらでアイデアやコンセプトを提案して売るのが仕事。新築から中古まで手掛けているのでアイデアも豊富にある。また、リノベーションから管理まで全て手掛けており、ワンストップサービスが提供できる不動産会社の強みがあります。だからこそ、建築会社と不動産会社が手を組み、オーナーの物件価値を上げる提案をしていくことが重要になるでしょう」。

今では、早期売却が難しい京町家があると、同社へ物件を回してくれる不動産会社も増えた。京町家の改修販売を開始して10年余り、今では同社の手掛けるリ・ストック住宅の9割以上が、京町家となっている。寒くて暑くて暗いと言われる京町家は、断熱性や耐震性を気にするユーザーからは敬遠されがちだが、同社はそれでもいいと考える。新築や建売住宅は30歳代

のファミリー層がターゲットだが、京町家は幅広い年齢層が“感性”で選んでくれるからだ。

瑕疵についても、工事前にフルスケルトンにすることで発見できないものはほとんどない。耐震や断熱も、先人の知恵を活かしている。

リ・ストック京町家は、当初は一般ユーザー向けの販売がメインだったが、それだけでは大型の京町家や複数棟の改修などができず、「京町家を残す」というポリシーには役不足。そこで同社は、新たな再生手法として、賃貸住宅やシェアハウス、宿泊施設への転用も開始した。

「東京や名古屋といった遠方の方の中には『セカンドハウスに欲しい』、



京町家の多彩な利活用を進めるため、シェアハウスや宿泊施設も提案している

『必要な時に使いたい』、『京町家が収益になるのであれば、買いたい』という人も少なくありません。こうした人たちに京町家を買っていただき、当社が借り上げて賃貸住宅やシェアハウス、宿泊施設として運営するご提案をしています。シェアハウスは、すでに5棟が稼働。宿泊施設は、2009年11月に稼働、これまで24棟を運営している。

### 独自ローンの提供を勝ち取る

京町家再生に注力する当社にとって、高いハードルとなっていたのが「ローン」だ。銀行や信金等に相談しても、あまり積極的ではなかった。金融機関は、築年数でしか担保評価をしない。昭和56(1981)年以前の旧耐震物件や、接道要件等を満たさない再建築不可の敷地では融資は下りない。当然、京町家への融資はすべてダメだった。

「京町家はとても良く売れていますよ、築年数による評価など意味がないですよと、私がいくら説いても、取りつくしまありませんでした。仕方がないので、できるだけ金利の安い金融会社のローン等を組み合わせながら対応してきました」。

だが、同氏の熱意に打たれ、理解を示す金融機関が現れた。まず2007年、滋賀銀行の京都支店が「京町家スーパー住宅ローン」を開始した。同商品は、物件の担保評価はゼロでも、人物評価で融資する商品。

接道条件がなくても京町家のローンは融資が行なわれていたが、融資条件が厳しく、なおかつ人物評価のみの融資であるため、承諾がおりない案件も多かった。

さらに、京都信用金庫が2011年から「残そう京町家ローン」をスタート。この商品は、土地要件にも一切制約がなく、最大金利優遇対象にもなる画期的なものだった。唯一「京町家」ということを証明するため、(公財)京都市景観・まちづくりセンターの「京町家カルテ<sup>\*</sup>」に合致することだけを条件としている。「ある日、同信金の理事長に会った際、京町家再生について熱く語りました。先方が1年間の京町家の購入者分析を試みたところ、一般的な住宅ローンよりも優良顧客が多いこと、そして何より融資申込件数が想像以上に多いことに驚かれ、正式な商品としていただきました。京町家の保全の意義を理解いただけたものと感謝しています」。

同社は京町家の保存を加速させるため、証券化事業などにも取り組んできた。2005年、同社をはじめとした府内の不動産会社で構成する京都不動産投資顧問業協会がSPCを立ち上げ、京町家を取得。証券化して1口10万円で市民に販売した。SPCが取得した3物件中、同社は3物件を供出している。「総額が1億円強と小さかったため、証券化のコストをねん出するのは大変でしたが、マスコミには数多く取り上げら

※京町家カルテ＝京町家の文化的所見と建築的所見から構成。所有者にカルテを発行し、未永く残してもらう物件に対して診断書を発行する(費用:3万5,000円)

れ、1週間で7,000万円余りを調達できました。おかげで、当社の知名度が大きく上がり、京町家がそれまで以上によく売れるようになりました」。この取り組みは、中小不動産事業者の新たな協業手法としても注目された。

### 京町家をもっと知ってもらう

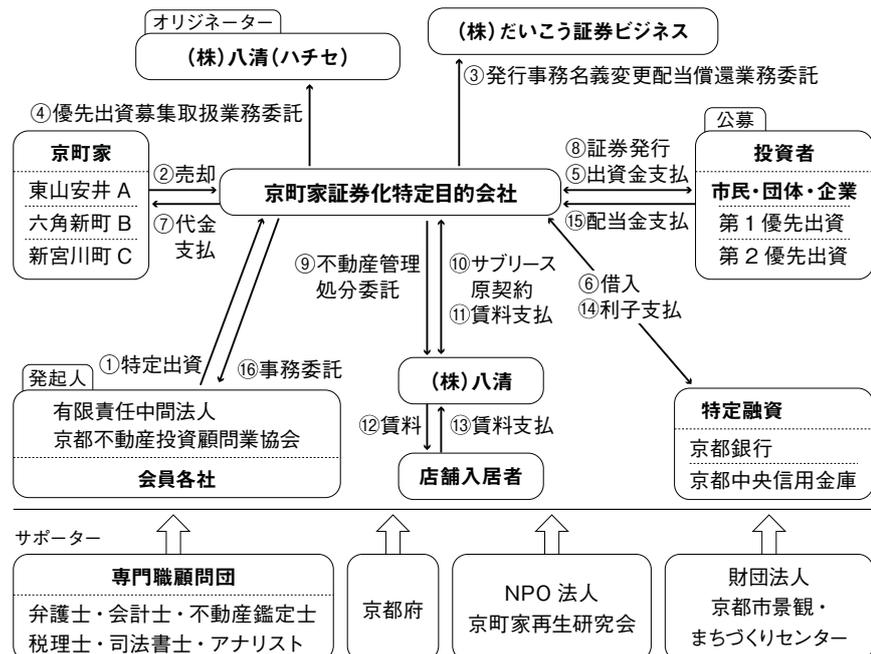
また、一般ユーザーの京町家への知識を深めてもらい、京町家改修への理解を獲得しようとの思いから始めたのが、2006年スタートの「京町家検定」だ。

同氏はまた、過去に「不動産知識講座」と称した消費者向けセミナー

も実施。16年間で延べ1,635名の消費者に、不動産の売り方・買い方を伝授したり、高校での出前授業の実施など、住教育で地域の人々と積極的に接点をもってきた。

「京町家の改修も、証券化も、検定も、どれも手間も時間もかかる。でも、こういった人の嫌がる、面倒くさいことを地道に取り組んでいくことをすると、お客さまは評価してくれる。地域に貢献しながら利益の上げられる会社になったわけですし、社会的な信頼も得ることができた。大手が取り組まないことを地道にやっていくことが、最大の大手対策にもなる。中小不動産業者の皆さんにも、そうアピールしたいですね」。

### 京町家証券化のフロー



(提供：京町家証券化特定目的会社)



<http://www.hachise.jp>