

場所づくりにすべて絡む

住まい・仕事場・コミュニティ…、
地域に広がる価値づくり

株式会社
ビルスタジオ

総合プロデュースの 仕組みを構築

——建築設計や不動産仲介に加え、地域の価値の
向上などにも取り組んでおられます。

私は大学で意匠系の建築設計デザインを学び、
設計事務所勤務、留学を経てから、空間プロ
デュースをベースにした会社を立ち上げました。
いくつかの設計事務所で働いた経験から、これま
でのようなやり方を踏襲するのはいやでした。設
計事務所の仕事は敷地や予算、計画などすべてが
決まった状態から始まるケースが多く、施主の要
望と現実のギャップを設計の力だけで解決してほ
しいという部分が腑に落ちませんでした。例えば、
星空を見ながら眠るという住まい方がしたいとい
う要望に対して、街中のビルに囲まれた立地で
「設計で何とかしてほしい」と言われるよりは、
立地を探す段階から参加できたほうが施主の希望
を叶えることができるでしょう。予算から土地購

入費を引いた金額で建物部分を収めることは、設
計事務所としては予算範囲内で解決策を講じれば
済みますが、結局はお客様が我慢することになり、
幸せではないのではないかと思います。そこに
ストレスを感じていましたので、その手前、つま
り不動産を決める部分から関わっていこうと考え
ました。

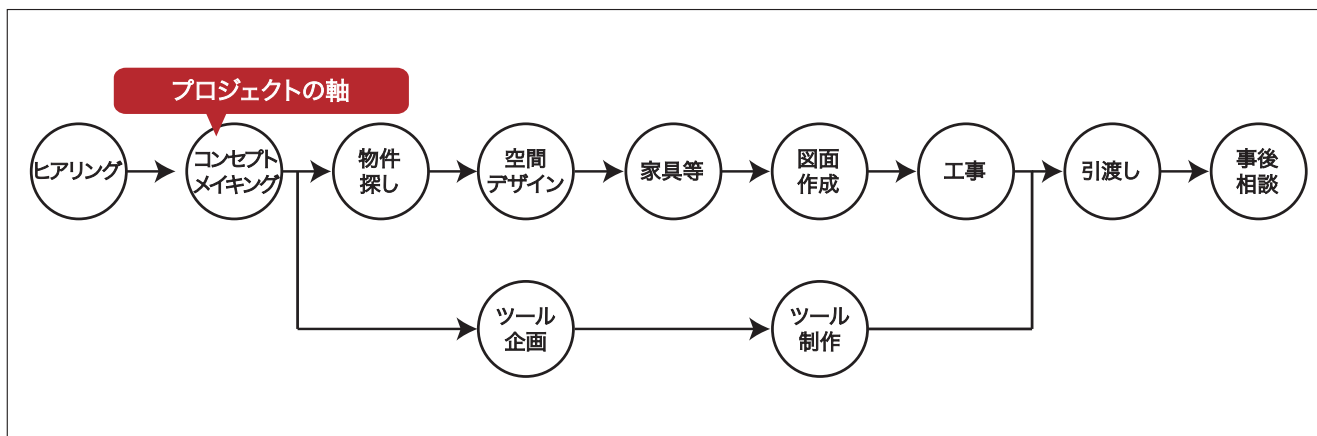
——そこから現在のような業務の流れを考えた
ということですか？

ただ、要望を聞いてすぐに土地や建物を見つけ
られるわけではなく、その前に予算があります。
当社は住宅以外にも店舗関係も手掛けていますが、
その場合には「その事業の目的は何か」という部
分までさかのぼる必要があります。事業者に聞い
てみると、実はその部分はあいまいな場合が多い。
事業目的や事業内容が明確でないと資金計画が立
てられませんので、最初の部分から一緒に考えて
いきます。その上で当社は初期費用を試算し、収
支計画はお客様に考えてもらい、予算の見通しを
立ててから一緒に金融機関に相談し、資金を確定
していく流れになります。そうしないと仕事を進
めても途中で成り立たなくなり、それまでの業務



塩田大成 氏

1976年生まれ、宇都宮市出身。1998年東京都立大学建築学科卒業。大手・地元建築設計事務所勤務後、2004年Central Saint Martins College of Art and Design, MA in Fine Artに留学、美術修士号取得。2006年に地元・宇都宮に戻り開業。大谷石採掘場跡地を活用した地域活性化プロジェクト「OHYA UNDERGROUND」を展開するLLP「チイキカチ計画」の代表の1人。



業務内容フロー図

が無駄になってしまいます。

事業目的をヒアリングしてプロジェクトのコンセプトの軸を固めていくのは結構労力がいるですが、設計や不動産単体の仕事だとその部分はサービス扱いになりフィー（手数料）がいただけません。総合プロデュースということでコンサルティングフィーをいただくビジネスモデルも少しずつ始めています。また初めて起業するお客様は軌道に乗るまでに時間もかかりますし、やってみないとわからない部分も多いですので、開業から半年～1年後のアフターケアを含む契約を交わし、何かあれば対応します。業界ではなじみの薄い契約形態と報酬体系ですが、試行錯誤しながら、従来の契約スタイルと平行してやり方を考えているところです。

——事業はどう組み立てられているのでしょうか？

現在の売上比率は、不動産仲介が2割、総合プロデュースによるコンサルティング料が2割、残り6割が設計単体の仕事になります。お客様からの相談の入り口はそれぞれ異なっても、事業主の伴走者としてスタートから一緒に進むことで、物件仲介や設計まで任せてもらうというチェーン全体のビジネスです。お客様と一緒にスタートラインに立てるとするのは間違いなくメリットになります。スタートで全体のコンセプトや根っここのところをちゃんと共有できるお客様と仕事をすると、物理的に面白い仕事ができます。設計単体のお客

様についても事業内容には口を出しますので、結果的に大きな仕事をいただくまでになった案件もあります。このように物件探しから販促ツールの提案まで「空間づくり」に関わるすべてを業務としています。

また事業全体の初期費用としてかけられる総額を必ず聞くようにすることで、プロジェクト全体が把握でき、その後の作業がやりやすくなりますし、仕事の確実性も上がります。後から問題が発生するたびに対応することが一番面倒ですので、想定できることはすべて想定し前もって手を打っておきます。

——仕事の進め方がとても理に合っていると思います。

一番の理由は私自身が“めんどくさがり屋”ということです（笑）。結果として、それが理に合った仕事に結びついていった感じです。物件が決まっても、そのあと苦勞するのは設計であり、アフターケアを担う人間です。その後の工程を楽にするためにはスタートの部分から真摯にやらないと、どちらも手掛ける当社としては自分の首を絞めることになってしまいます。宇都宮市は50万大都市ですが、小さい町なので、当社が関わった店舗が軒並み閉店するようなことがあれば、誰も相談に来てくれなくなります。それだけは避けたいと気を遣っていますし、事業主にも頑張ってもらいます。



MET不動産部HPトップ画面

——貸主とはどういう契約になりますか？

基本的に改修費用は借主負担にしている、店舗のオープン時を原状とした原状回復義務を付けています。一方で、築古物件で改修費用としてまとまった金額を用意してもいいという貸主がいれば、「借主が見つかったら使い道を考えましょう」と提案しています。“パトローネーゼ方式”と呼んでいます。自分の資産にではなく、入居する事業者に対して投資をしましょう、という話をしています。一方、借主に対しては面接時に貸主からの投資の意図を伝え、その金をどこに使ったか明確にしてもらいます。借主側も「改装は自分でしたい」という人が増えていますし、貸主にもその部分を理解してもらっています。

個人的な趣味や願いを形にする

——宇都宮を中心とした物件サイト（MET不動産部）はどのような理由で始めたのでしょうか。

ただの物件好きという個人的な趣味からで、友達づくりの感覚でスタートしました。2007年ごろからブログで物件ネタの発信を始めたら、その物件を借りたいという人から相談や問い合わせが入るようになり、同じような嗜好のある物件仲間がつながり小さいコミュニティができました。そこから面白い物件の需要があることを感じ、それを理解してくれる不動産会社を探しましたが、

面白がってはくれても、手間がかかる割に仕事にならないと取り扱ってくれる不動産会社はいませんでした。「だったら自分でするしかないな」と思い、宅建業免許を取得しました。

スタイルは「東京R不動産」と同じです。2011年の法人化のタイミングで専門サイト「MET不動産部」をつくり、不動産業者としてスタートしました。現在は専任スタッフを1人置いて、物件探しから原稿作成まで手掛けています。

サイトのコンセプトは基本的には「物件のいいところは伸ばして悪いところは隠さない、そして悪いところが物理的なものなら建築で解を示す」。それと気の持ちようで解決する（笑）。また特に重視しているのは、周辺地域を分かるようにすること、つまり部屋の住み心地だけでなく「ここに住むとこういう生活や日常が送れる」ことを伝えることです。私は宇都宮出身ですので宇都宮の物件を中心に、その物件に住むことで実現できる生活感やライフスタイルを伝えるように心がけています。県内でも、自分がどう過ごせばいいかわからないエリアの物件については積極的には紹介していません。これには失敗談があり、庭の手入れがされていて趣のある縁側がある150坪の平屋を赤ちゃんがいる若い夫婦に紹介したところ、隣人との関係で引越しの翌日に退去してしまうということがありました。この一件から、周辺調査もきちんとした上で物件を紹介しようと決めました。

逆に「こういうことは地場の不動産会社だからできることだ」とも感じました。エリア的な得手・不得手はあって当然ですが、物件をセレクトする人間の信頼度をいかに高めていくかが地方では強烈に効いてきます。一方で、不動産情報を手掛けているだけでは紹介する側の価値は高まりませんので、その仕掛けの1つが“もみじ通り”（市役所にほど近く、一時はシャッター通り状態）の活動です。もみじ通りに最初に出店したカフェのオーナーがMET不動産の読者だったと聞いたときには、「続けてきてよかった」と実感しまし



た。

——その“もみじ通り”での具体的な取り組みを教えてください。

2010年に事務所をもみじ通りに移転したことが発端になっていますが、実はここでは設計の仕事はしていません。できれば近所の人とはお客様の関係ではなく友達や仲間でいたいので、極力仕事にはしたくないと思っています。ですので、皆さんには直接工務店とやりとりをしてもらっています。当社で行っていることは相談に来られる事業者のバックグラウンドの確認や、やりたい事業についてのヒアリングです。そこで何か違う部分や足りない部分があると思ったら、宿題を渡して帰ってもらいます。中途半端には物件は見せません。そして物件を紹介する場合には、先にここに事業所を構えて生活している、もみじ通りの住民として相談者と一緒に家主を訪ね、事情を説明して「貸してもらえないか」と頼みます。家主と事業者の信頼関係ができあがるまでの事業者の担保として、当社が存在できればいいと思っています。

現在（2016年8月）出店している17店舗のうち、直接相談を受け物件を紹介したのは最初の2、3年。当社から50m範囲の5、6店舗ぐらいで、あとは各店舗が評判を得て徐々に通りが面白くなり自然派生的に拡大していきました。市内や県外からの移転組が多く、それなりにキャパシ



ティを持つ店も増えてきたので、この通りもさまざまな人が出入りするようになっていきます。

——もみじ通りの住人として自分の専門を活かしてきたということですか。

以前は地元のまちづくり協議会や商店会などに所属し、イベントや祭りなどの立ち上げに参加したこともありましたが、メンバーは各種のスペシャリストばかりでしたが、会議の場ではみんな一個人としての発言しかせず、誰も専門的な意見を言いません。各々の専門性を活かして解決できることがあるのに、それを活かさないことに違和感を覚えました。

そういった違和感や疑問から、趣味でもいいので自分の得意分野を地域に関連づけていくことが当事者として動くということだと考えました。もみじ通りでは、私は建築と不動産の専門家として頼られるようになっていけばいい、という動き方をしています。人付き合いの範囲の中で専門性を



出しているだけですが、もみじ通りの関係者かつ専門家として近所の人から紹介をいただき、結果的に新たにエリアマネジメントや地域づくりの仕事が舞い込んできている状況です。

そもそも、事務所から少し歩いた範囲でおいしい物が食べられて、いい物が買えて、いい人に会え、充実した日常生活がしたい、という自分の欲望を叶えようと思ったことがもみじ通りの取り組みの始まりです。そのために自分ができることを行っています。

地域の価値をつくり、 価値を上げる活動へ

——今後の事業の展開について教えてください。

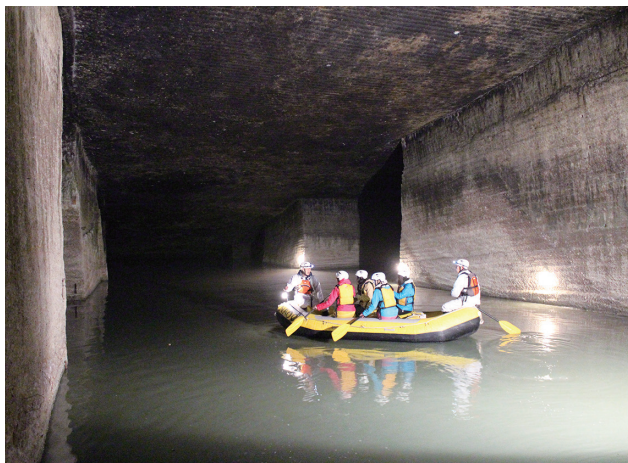
今、大谷町にある大谷石採掘場跡地などで『OHYA UNDERGROUND』という“遊び場”としての観光商品をつくっています。ちょうどもみじ通りが動き出してきたときに大谷もなんとかならないかと地域の人から相談されました。地下空間も大好きなので、ここを遊べる場にしたという想いから、商品づくりを通じて地域の価値の向上に取り組んでいるところです。ここは採石業が廃業になって、地主も管理できずゴミも捨てられていました。遊べる場所にするためには事業化して維持管理をしなくてはなりません。採石跡地の独特な雰囲気と地底湖がある地下空間は特

殊で、特殊すぎるからこそ魅力的な場所になると考えました。その価値が認められれば大谷に住む人も増え、場の利用価値が上がれば不動産も流通します。そういった状況をつくるためにLLP（有限責任事業組合）を設立し、第一弾プロジェクトとして観光事業をスタートさせました。

行政としても中心市街地と大谷地区は重点拠点として対策に動いていて、私たちのプロジェクトの動きに応じて一緒にランドデザインを描き始めました。地主さんとは、我々が土地を借りてキャンプ場やレンタルスペースなどに商品事業化し、土地の価値を向上させて利益を返却するという関係です。民間事業者として専門性を活かし、1つずつ事業を積み重ねています。プロジェクトスタートから3年が経過し、次のステップに移行しつつあります。

——もみじ通りは今後どう展開していきますか？

生活はそこそ便利になってきたので、店舗を増やすというより近くにもっと面白い人たちが住めるようにしたいと思っています。子育て世代の需要があるのに、通り周辺の売買物件は極端に少ない。一方で子ども世代が市外・県外に流出し、高齢者だけの世帯、つまり「空き家予備軍」がすごく多い。このような供給が停滞している状況を解消し、円滑な住宅流通ができないかと考えています。まずは情報共有が大切だということで、もみじ通りがある350世帯全戸にもみじ通りの情報をポスティングして流すとともに、市外・県外に住んでいる子ども世代の方たちにも郵送しています。栃木銀行の本店もあり店舗の実績が出始めていることから、この辺りをモデルエリアとして、宇都宮市・栃木銀行・宇都宮大学・当社の4者による空き家対策の取り組みも始まり、連携組織も設立しました。連携組織では情報発信をするとともに、相続予備軍のための相談窓口を設置する予定です。



OHYA UNDERGROUND

——地域の魅力を高める仕事に多くの不動産業者にも取り組んでほしいと思いますが、何が大切でしょうか？

基本は“家族を含めここで生きていく”、ということです。その覚悟を決め、腹を据えることが大切だと思います。そうなれば自分でなんとかせざるを得ない。この場所で楽しく生きるために、近くに住まいや仕事場や遊ぶ場所をまとめていく。それらを近くにつくってしまえば本気で取り組まざるを得ません。そのモチベーションは絶対に崩れることはないと思います。

事業概要

地域資源を活用し シェアハウスなども手掛ける

(株)ビルスタジオは、「場所づくり」をコンセプトに、店舗・住宅のコンセプトデザインから事業計画、物件調査、建築設計、家具調達、不動産仲介にいたるまで、“ひとつの場所”をつくるために必要な業務すべてに関わる。宇都宮を中心とした不動産物件サイト「MET不動産部」に加え、「もみじ通り」での起業や移住を“住民の1人”として側面的にサポートする。2013年にはシェアハウス「KAMAGAWA LIVING」のプロデュースを手がけた。これは商業地の釜川地区の元ホテルだった6階建てビルの活用事業としてスタートしたが、一方で地域とのコミュニティ形成という部分にも照準を当てながら取り組んだ



シェアハウス「KAMAGAWA LIVING」

という。同社にとって企画提案から引渡しにいたるまでトータルで手掛けた初の物件となった。

また栃木県宇都宮市大谷地区の大谷石採掘場跡地を地域資源として活かすことを目的に、日光・宇都宮の4社でLLP（有限責任事業組合）「チイキカチ計画」を設立。2015年に体験型観光プロジェクト「OHYA UNDERGROUND」として、地下空間探検や地底湖クルージング、採石場跡を利用したバンケット（食事会）、周辺地域も含めたイベントやキャンプの実施など多彩なメニューをラインアップし、地域の未利用資源に付加価値を付け、継続的な地域活性化の仕組みづくりを進めている。所有者から物件を賃借し、事業化により維持管理を行うことで利用価値を高め、最終的には同地区の円滑な不動産流通につなげていくことを目指している。



株式会社ビルスタジオ

代表者：代表取締役社長 塩田大成

所在地：栃木県宇都宮市西2-2-24

電話番号：028-636-5136

H P：<http://www.met.cm/>

事業内容：企画・建築設計・空間プロデュース、不動産仲介業（MET不動産部）、古物商