

「つくる賃貸」で、 自分らしい暮らし、楽しいまち

入居率50%以下だった築50年の長屋が満室稼働に

ダマヤ・カンパニー
株式会社

物件づくりからまちづくりまで、 『つくる賃貸』

大学卒業後、東京で省エネ建材と緑化事業を行っている会社に入社し、仕事をしながら家業の大家業を引き継ぎました。2013年に法人化し、2015年には東京で空き家を活用したゲストハウスや、軽井沢で空き家の貸し別荘なども始め、『つくる賃貸』というコンセプトで事業展開をしています。会社設立時はアパート4棟（36戸）と駐車場47台を管理していましたが、稼働率が45%しかなく、家賃も下がり、滞納や夜逃げなどもある大変な状況でした。それが現在では、建物（5棟47戸）も駐車場（30台）も満室稼働となっています。

日本の住宅は6,000万戸あり、そのうち820万戸が空き家で、空き家率は13.5%にのぼります。この数字はこれからもますます増えるでしょうし、アパートを建てれば入居者が決まる時代は

もう終わり、顧客に選ばれる賃貸経営を目指す時代になります。私も家業を引き継いだ3年前に、どうしたら選ばれるようになるかを考えなくてはならないと思いました。

私が実践してきたのは、空き家の再生を通じた「まちづくり」です。当社の物件は阪神間にあり、阪急今津線の小林駅から徒歩15分。立地としてはあまりよくありません。そこにある築50年近くの店舗付長屋住宅ですから、半分以上は空室で、そのうちの1棟は完全な空き家になっていました。

父親は所有をあきらめて、不動産を切り売りしたいと言っていました。私は逆に「この物件は面白くなるかもしれない」と感じていました。実際に自宅をリノベーションした経験や、雑誌などの情報などからリノベーションに大きな可能性を感じていたからです。しかし、この物件に投資をしてリノベーションすることについては、父親をはじめ、父親の知人の地元不動産業者やリフォーム業者、親戚などを含め全員からもの見事に反対されました。

しかし、私は周囲の反対を押し切ってリノベ



木本孝広 氏

1973年兵庫県宝塚市生まれ。建設資材メーカーに勤務。2013年に不動産賃貸事業のダマヤ・カンパニー株式会社を設立。不動産賃貸事業を通じてまちづくりを実践していく「つくる賃貸」を提唱。長屋をリノベーションした賃貸住宅「inno house（イノハウス）」、カフェを併設したコミュニティ型賃貸住宅「karakusa（からくさ）」をオープン。「φ100mのまちづくり」と題してinno town（イノタウン）というエリアマネジメントを運営開始。まちづくり会社「(株)シーナタウン」の設立に参画、カフェ&お宿「シーナと一平」をオープン。

ションを決断しました。その際に強く思ったのが「自分が納得する商品じゃないとだめだ」「自分が住みたい住宅を作ろう」ということです。そこで、物件のコンセプトを「自然素材の楽しい家」にしてリノベーションに着手し、2013年に完成させました。“自然素材（イノセンス）を使う”ことと、従来の考え方に対して“挑戦（イノベーション）”するという意味を込めて「INNO HOUSE」と命名しました。

内装は、造作したキッチンその他、床には無垢材、壁材には紙の中におがくずを混入したチップクロスを使い、間取りは自転車を入れられる広い土間を設けるなど工夫を凝らしました。また、ブログでリノベーションのプロセスを3日に1度の頻度で配信し、商品設計段階で考え方を共有してくれた不動産会社に、物件のHPを作成してもらいました。このようなプロモーションが功を奏したのか、完成前に満室となりました。

さらに、入居者に住まいへの愛着を持ってもらいたいと思い、竣工直前に「みんながワクワクするワックスがけイベント」を企画しました。不動産業者は反対しましたが、5人の入居予定者が全員集まり、最初の共通体験として無垢材の仕上げとなるワックスがけを楽しんでもらいました。そして物件の完成時に開催したレセプションパーティには、入居者や不動産業者、建築士やデザイナーなどに加え、近所からも50人以上の方が集まり、賑やかに交流を楽しむことができました。



INNO HOUSE

そのような体験から「笑顔にあふれ、楽しい思い出ができる“小さなコミュニティ”が価値なのではないか」「これからもこの雰囲気を継続したい」と思い、入居していたデザイン事務所の人と、月1回のイベント「INNO HOUSE bar」を企画しました。毎回バーテンダーが替わり、担当した人がそれぞれテーマを設定して開催します。実際はただの飲み会ですが、入居者や近隣住民が参加し、この企画を始めてから3年間ずっと続いています。

物件の価値を高めるには、人と人がつながる“楽しいコト”を大家がプロデュースすることが大切だということがわかりました。物件のコミュニティが楽しければ、その空気に共感する人が入居し、入居者同士が自然と仲良くなり、人と人のつながりが生まれることを実感しています。また、入居者の中に結婚する人がいて、「結婚式は挙げない」ということでしたが、他の入居者がハウス内でサプライズの結婚式を企画したことがありました。大家の私もびっくりしましたが、本当にいい雰囲気でした。

自分のまちは自分たちでつくる

この頃から「自分のまちは自分たちでつくる時代になった」ということを強く感じるようになりました。まちは行政がつくるものではなく、そこ



毎回盛り上がる「inno house bar」

に住む人たちがつくるものだという事です。そして、まちづくりで一番大事な要素は、“素敵の人”です。私はそのような人たちを集めるために大家として何ができるのかということを考え、『つくる賃貸』を提唱しています。部屋をつくるだけではなく、暮らしをつくり、コミュニティをつくり、まちをつくる。そのためにはそれぞれ能動的な活動が必要になります。能動的な活動ができる人を集めるために、どのような部屋にして、どのようなプロモーションをすればいいのかということを考えるようになりました。

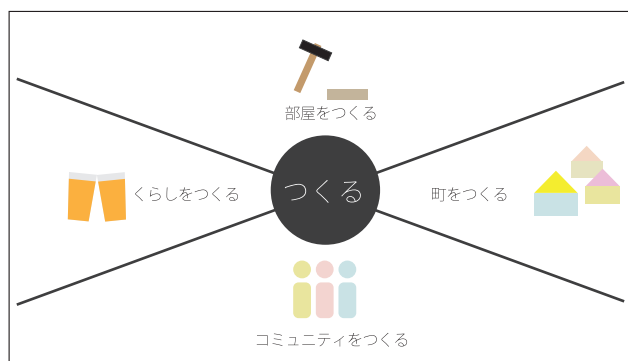
『つくる賃貸』を実現するには順番があります。まず、自分らしい「部屋をつくる」ということです。自分でカスタマイズしながら、おしゃれな部屋、わくわくするような部屋をつくる。次にそこに家具が入り、自分らしい「暮らしをつくる」ことで生活が楽しくなります。それをSNSなどで拡散してもらいます。そこから、人と人の興味がつながって、人が集まるようになり「コミュニティ」ができます。そうするとまちに関心がわき、家の外に出て、住んでいるまちを楽しくしたいという気持ちが「まちをつくる」につながります。大家の仕事はこのプロセスの中の「部屋をつくる」「暮らしをつくる」ところまで。それ以降は素敵な入居者たちが進めてくれます。その時点からは、私は大家というより、お客様と同じ立場で楽しんでいる気がします。

大家として意識しているのは、「住みたいと思う家」をつくり、「住んでよかったと思う家」にすることです。そのための方法はそれぞれ違いま

す。「住みたいと思う家」にするためには、デザインや機能性を充実していくことが必要ですし、「住んでよかったと思う家」にするためには、ハードよりもソフト面が重要で、人とのつながりを感じ、住んでいて毎日ホッとする気持ちを持ってもらうことが大切になります。

「INNO HOUSE」が完成し、入居者の方が自分たちの暮らしをつくり始めた頃、その様子を紹介できるよう、まず物件のホームページをつくりました。次に、当社の敷地を見渡すと「INNO HOUSE」以外に古いRC造の物件や駐車場などが集まっていたので、それが当社の強みになるのではないかと考えました。まとまった土地で仕掛けをつくれれば、このエリア一体のブランディングや商品化ができるのではないかとおぼろげに思い始め、その中心に、まちづくりの拠点になるような建物をつくらうと思いました。それが「INNO. TOWN」の構想です。その過程で、私の中ではエリアの価値を高めることが物件の単体の価値を考えることよりも重要なのではないかと考えるようになったのです。最初は物件だけに目を向けていましたが、そこでの暮らしが楽しいと、楽しさがまちににじみ出てきます。そうすると今度はまちに関心をもつようになります。「INNO. TOWN」のコンセプトは、「自分たちでまちをつくっていく」ということ。物件ロゴのタンポポには、ワタボウシのように私たちの活動が伝播して、他のまちの大家さんもまちづくりに取り組むきっかけになればという希望を込めました。

「INNO. TOWN」の中心にできたのは、“まちとコミュニティをつくる賃貸マンション”「karakusa」です。「karakusa」はつる植物を図案化した文様の総称。住民や地域の人、働きに来ている人たちが交差し、つながり合い、様々な形で外に広がっていくコミュニティの様子を表せるのではないかと、物件名に採用しました。



「つくる」のコンセプト

物件を地域に開いていく

「住みたいと思う家」をつくるという視点から、多様な間取りに加え、自然素材とDIY賃貸を導入し、災害時用の食料保管庫や公民館的な役割を果たすカフェをつくりました。「INNO HOUSE bar」が盛況で、イベント開催場所の不足や、盛り上がるからこそ起きる騒音問題も解決したいという思いもありました。ただ、運営主体を置かない、単なるオープンスペースは場所の管理が難しくなります。そこで、カフェという形にして収益を出しながら、人が集まる公共的な性格の場所にしようと思いました。しかし実際は、そのような意向をくんでくれるテナントを探すのは難しく、最終的には入居していたデザイン事務所がカフェを運営してくれることになりました。駐車場も緑地化し、カフェだけでなくインテリアショップや若手クリエイター向けのギャラリーなども構想に入れました。建設中にもいろいろなことがひらめきました。

1年ほどの建築期間はずっと足場が組まれていて、周辺住民の皆さんは「あそこに何ができる

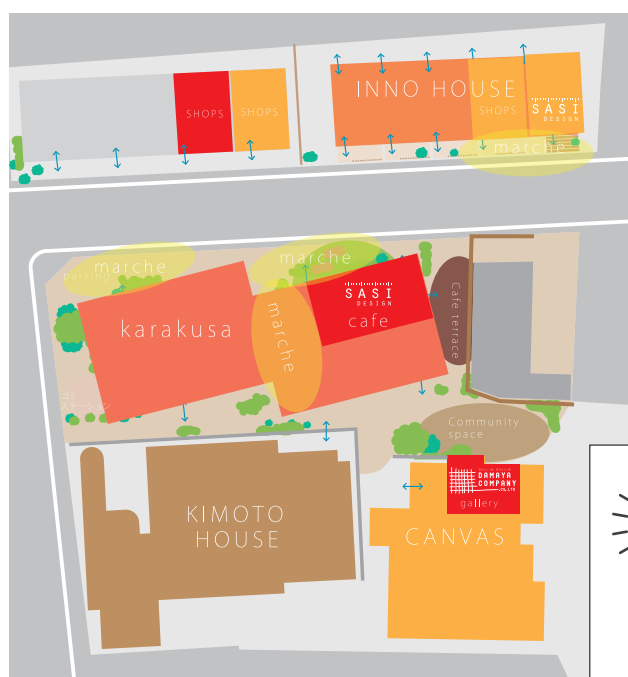


「karakusa」上棟式の模様

の?」「誰がくるの?」など不安に感じるはずです。そこでもっと中身をオープンにしようと、上棟式で餅まきをすることにしました。チラシを近所に配ったところ、当日は200人と大勢の人が集まり、喜んでもらえました。それ以外にも近所にご挨拶に回るとともに、現地でマルシェやビアガーデンなどを開催し、飲みながらまちづくりの構想について話をしました。「karakusa」は全11戸あり、10戸が居住スペース（6戸/ファミリー、4戸/单身向け）、1戸がカフェです。内部は、木の風合いを取り入れましたが、収納は一切つくらず、工具を置いて入居者が自作する方法にしました。壁もテイストの統一感を出すため、DAMAYAカラーとして10色を指定し、その中から好きに塗ってもらうようにしました。満室になるまで4か月かかりましたが、最終的には同じような趣味・嗜好や価値観を持つ入居者が集まったので、よかったと思っています。

この取り組みを通じて、「自分たちはまちをつくっている」「豊かな暮らしをつくっている」のだという実感がわきました。1枚のペースが、だんだんと現実味を帯びてくる過程は本当に楽し

かったです。また、エリアをつくる過程で、エリアをくくるようなものがあるといいと思い、看板を作成しました。まちの“顔”ができ、いい味を出していると自負しています。植栽も、管理は大変ですが花や落葉樹を植えること



INNO.TOWNの敷地配置図





INNO.TOWNの
外観と看板



自然素材にこだわった部屋



で、季節感を出せるようにしました。

エリアに一体感が出てくると、人が集まってきます。敷地内のもう1棟の古い長屋の空き室でもいいから入居したいという方もいましたので、リノベーションするまでの期間、格安家賃で入ってもらいました。最近は、「まちの人を育てる」という活動も始めています。初めてスモールビジネスをする人たちは、スタートアップの資金がなかったり、ビジネスセンスもまだ脆弱だったりします。私は前職でマーケティングの仕事にも携わっていたので、HPの作り方やプロモーションの仕方など、大家として出来る限りの営業支援をしています。その結果、売り上げが伸び悩んでいた店舗も徐々に販売額が伸びるようになっていきます。

これまで引越しを繰り返してきたある入居者が、家を買って退去する際、送別会を開きました。そ

のとき「この物件に入って初めて引越したくないと思った」と言われて、最高に嬉しかったのを覚えています。入居者にとって「住んでよかったと思う家」になったのだと実感した瞬間でした。その方はイベントがある時にはいまでも、引越し先からわざわざ参加してくれます。

大家と不動産会社は、 目標や戦略を共有できる仲間

大家として一緒に仕事がしたいと思う不動産会社は、「目標や戦略を共有できる仲間だ」と思わせてくれる会社です。その戦略とは「誰に、何を、どうやって売るかまたは貸すか」ということです。大家と不動産会社がこの戦略を共有していないと絶対にうまくいきません。はたして不動産会社の皆さんは、大家と一緒に戦略を練っているのでしょうか？大家は表立って口にしなくても、必ず戦略を持っているはずです。

戦略のなかでも特に重要なのは「誰に貸すか」です。今は多様化の時代ですので、住居に対してもさまざまなニーズがあります。例えば「今の若い子に畳はだめだ」などと言いますが、“若い子”と言っても幅が広いですし、畳がいい、レトロでもいいという人もいます。年齢や職業、趣味などについて「大家さんはどんな人を入れたいのです



敷地内にオープンしたカフェ



東京でオープンした「シーナと一平」

か?」「どういったまちづくりをしていきたいのですか?」ということを質問し、戦略を共有してほしいと思います。「誰に貸すか」を間違えるとその後が大変です。「こういう人に来てほしい」というターゲットを明確にして人を集められれば、その後は入居者同士がおのずと良質なコミュニティを形成していきます。また不動産会社が地域から長く支持されるためには、“まちづくり”の視点が重要です。ただ残念なことに「一緒にまちづくりしましょう」と声をかけても、自分の商売には直接結びつかないと思うのか、ピンとこない会社が多いように思います。

最後に意識してほしいのが、住居設計は商品設計だということです。どんな商品でも多様なニーズに対して品揃えも豊富で選べる時代なのに、住

宅はどうでしょうか。大半の賃貸住宅は同じようなタイプばかりです。やはりお客様の顔がわかり、ニーズを把握できるのは家探しの最前線にいる不動産業者です。大家が入居希望者のニーズを把握できるよう、お客様の声をもっとフィードバックしてほしいと思います。大家は本来入居者が望む物件をつくるべきですし、入居者のニーズとあわない物件をつくると、すぐ退去されてしまいます。住宅が余っていると言われますが、消費者が本当にほしいと思える物件が少ないのではないのでしょうか?当社の「karakusa」は不便な場所にあるにも関わらず、入居待ちが出ている状況です。これからは、大家と不動産会社が一体となり、家づくりからまちづくりまでともに携わっていくことで不動産業界も盛り上がっていきけると思います。



ダマヤ・カンパニー株式会社

代 表 者：代表取締役 木本孝広

所 在 地：兵庫県宝塚市高司2-17-6

電話番号：0797-72-6921

H P：http://damaya-company.com/

事業内容：不動産賃貸業、不動産運営コンサルタント（住宅・事務所・店舗・駐車場等）