# 不動産業者の視点が変われば、 オーナーの意識も変わる

消費者の変化を先取りし、選ばれる企業になる

株式会社夏水組

### <mark>物件</mark>の資産価値が向上する <mark>仕組</mark>みをワンストップで提供

#### ――夏水組の事業内容について教えてください。

夏水組は、賃貸物件や店舗、新築及び中古の戸建てやマンションのリノベーション企画、デザイン、設計、工事監理まで手がける空間のデザイン会社です。設立当初は個人宅のリノベーションが中心でしたが、現在はオフィスや店舗全体のマネージメントやブランディング、コンサルティングまで事業の幅が広がっています。

お客様からの要請もあり、2010年に不動産仲介・管理を行う「こひつじ商事」と、2016年に建材や内装材、家具や雑貨の仕入れや開発商品の販売を手がける「ĠONGRI」を関連会社として設立。3社が組むことで、当社が設計した物件の売買やリーシング、家具や内装材などのコーディネートや調達、そして物件の管理まで、ワンストップで総合的に対応できるようになりました。

坂田夏水 氏

さらにその強みを生かして、物件の売買や賃貸の 募集時に、ステージングやオーダーメイドの導入 など販売促進の領域まで関わっています。

――デザインや内装の領域にとどまらず、物件全体をマネージメントするという発想はどこから生まれたのですか?

当社はインテリアデザインの部分が注目されていますが、事業の根本にあるのは、お客様の資産の有効活用や資産価値の向上です。

2011年、賃貸物件のオーナーから「所有する物件の空室率が30%近くになってしまったので、何か良い方法がないか?」と相談を受けました。そこで以前工務店で働いていたときに実施していた、"壁紙を選べる"ということを提案したところ入居率が大幅に改善しました。すると、そのオーナーから今度は、「こんなに楽しいなら壁紙だけでなくプランも選べるようにしたい」という要望があり、間取りや仕上げ材、キッチンタイル、照明などの内装を、予算内で入居者に選んでいただく『オーダーメイド賃貸』という新しい試みに着手しました。この物件は築25年経過していましたので、既に給排水設備や電気配線などの基礎

福岡県生まれ。2004年武蔵野美術大学建築学科卒業。アトリエ系設計事務所、工務店、不動産会社勤務を経て、2008年㈱夏水組設立。夏水組代表取締役、物販業「GONGRI」代表取締役。

#### 写真提供:オシャレオモシロフドウサンメディア ひつじ不動産 http://www.hituii.ip.









Kuca上北沢\*

nodoca桜新町

Lemonne (店舗)

工事を含め、フルスケルトンにしてリノベーショ ンする必要がありました。オーダーメイドで投入 できる予算は3年分の家賃(約550万円)でし たが、そのうち、半分以上は基礎工事に費やすこ とになります。その上で入居者に内装を自由に選 ばせながら要望をコントロールし、予算内に収め るのはかなりハードな仕事でした。しかし、その かいもあって、スタートして1年も経たないうち に満室となり、今では約70室のうち約15室程度 がオーダーメイド賃貸となり、『選べる壁紙』の 部屋を合わせると、全体の半数近くがカラフルな 部屋になっています。

この物件は、空室により、毎月300万円程度 の機会損失が発生していました。しかし、建物保 全に必要な基礎工事はいずれ発生する費用ですの で、オーナーとしては、『選べる壁紙』や『オー ダーメイド賃貸』にした場合の内装材料費の差額 と、当社に支払うデザインフィーを投資しただけ で、損失分の家賃が得られるようになったわけで す。さらに空室待ちが発生するような人気物件に なったことで、家賃を上げることも可能になりま



ロイヤルアネックス「GURA」

した。当社とオーナーの二人三脚で行った提案が 物件の事業収支を改善し、資産価値の向上をもた らすことができました。

#### ――『オーダーメイド賃貸』に取り組むオーナー や不動産会社は増えていますか?

不動産会社の中からは「やりすぎだろう」とか、 オーナーからは「借主を甘やかし過ぎているん じゃないか」いう意見もありました。しかし周辺 に新築物件が増えていく状況で、築25年以上の 物件に振り向いてもらうには、"やりすぎだろう" と言われるくらいの仕掛けをつくらないと厳しい 競争に勝つことはできません。

### 消費者の意識の変化を 先取りすることが必要

#### ――大手企業の物件のプロデュースも手がけられ ています。

それからは、物件全体をマネージメントするリ ノベーションの案件を数多く手がけるようになり ました。特に最近、大手企業からの依頼が増えて います。品川プリンス・レジデンス<sup>\*1</sup>からは、 入居者が高齢化しており今後入居者の入れ替えが 必ず起こるので、そのために今から手を打ってお きたい、と相談がありました。そこで、物件が高 級賃貸なので、床、壁紙、塗装の色が選択できる 『カスタマイズ賃貸』を導入し、私たちが全国か ら厳選した素敵な材料を1冊のブックにまとめた 『品川プリンスホテル特注カスタマイズカタログ』 を作成するという提案をしました。物件の希望者



品川プリンス・レジデンス

が入居を申し込む際にそのカタログから内装を選んでもらうと、入居時には自分が選んだ内装が施されている状態になります。3年連続で計5戸のモデルルームをつくり、高い評価をいただいています。

UR都市機構からは、空室率の上昇と入居者の 高齢化に加え、対象戸数も多く、建物の老朽化が 進んでいるという諸々の課題を解消したいと相談 がありました。先方も、今までと同じ原状回復で は若い人は住みたいと思わないことは認識してお り、思いきったリノベーションによって団地でも 素敵な生活ができるということを伝えたいと考え ていましたが、その予算がないという状況でした。 そこでURから受けた提案は『DIY賃貸』です。 団地内にDIYできる住戸を一定数設け、原状回 復の義務はなし、一定の条件の下で自分の好きな ように部屋の内装を変えることができ、退去時は 素敵になった部屋をそのまま次の入居者に引き渡 せる、という新たな賃貸の手法です。そうすれば URもリノベーションのコストを削減できるし、 DIY好きの人が集まることで団地内に新たなコ ミュニティが生まれます。高島平団地(東京都板 橋区)では、2年前に「SUUMO×夏水組× UR」という企画を立ちあげ、改装のプランニン グや材料選びは当社が行い、SUUMOでDIYに興 味ある人を公募して、丸一日でURの古い物件を どこまできれいにできるかというイベントをしま した。そのようなことが話題になり、URの団地



UR高島平団地

でDIYできる住戸に住みたいという人が少しず つ増え、大阪にも広がっています。

東武鉄道とは、東武野田線(東武アーバンパークライン)清水公園駅から徒歩 2 分、約500戸の新築分譲住宅\*2の初期のブランディングのお手伝いをしました。この物件は、新築にもかかわらずハンドメイドをコンセプトにしていたので、物件内のコミュニティスペースに工房をつくりました。その工房に壁紙を貼る道具を用意したり、工房マイスターを置いてハンドメイドで物を作ったり、壁紙の貼り方が学べるワークショップを開くなどして、住人が材料を共有しながら楽しめる場所にしています。物件の購入者は自分の家の中で何カ所かDIYする場所を選び、契約するとすぐ、壁紙やペンキなどの材料が支給されるというユニークな販売方法をとり入れています。

#### ——消費者の意識も変わりつつあるということで しょうか?

海外からいろいろな情報が入ってくるようになってくると、入居者としては「なぜ日本の賃貸は自由にさせてくれないのか」と疑問を感じるようになりました。入居者は「もっと自由に住みたい、もっとおしゃれに住みたい」と思っているのに、オーナーや不動産管理会社が厳しい条件を課して、そうさせないようにしてきました。自由にできる住居を手に入れるには、物件を購入してリノベーションするという選択肢がありますが、賃

貸物件では30代半ば~40代前半の子育てファミ リー世代の要望を受け入れられる物件や、相談に 乗ってくれる不動産会社が少ないのが実情です。 そこで当社は、「自分で選びたい、自分でやって みたい」という要望を把握し、彼らを顧客にする 方法を不動産会社やオーナー、投資家たちに提案 してきました。

# 物件の特長をふまえ、ターゲットを 明確にすることを学ぶ「内装の学校」

――『内装の学校』というスクール事業も始めま した。

2015年にオーナーや不動産会社がリノベー ションの考え方や方法を学べるように、体験型セ ミナー『内装の学校』を開講しました。

授業科目は、①プランニングやリノベーション の基本理念、②DIYの可能範囲と工事金額、③セ ンスアップのコツと建材、④今後の不動産運用と 暮らしについて、の4項目です。最初に各参加者 が各々の物件を4つのP (Place、Price、Product、 Promotion) の視点から分析し、物件の課題を明 確にします。次に、課題を整理し、解決するため に「今後どうすべきか」というプランを立案し、 私や参加者同士がアドバイスや意見交換をしてブ ラッシュアップします。方針が決まれば工事計画 を立て、費用を算出しますが、学校ではそのため に必要な工事の内容や金額、内装材の価格などの 基礎知識や、事例勉強や壁紙貼りなどの実地学習 も行います。最終回には自社物件のコーディネー トシートと見積書を完成させますが、そのまま工 務店に出せば直接やりとりができるまでの精度に 仕上げます。学校は全4回の座学コースと全3回 の実践コースを設け、定員が5人~10人程度と いう少人数制で行っています。

この試みをやろうとした理由は、まず物理的な 制約の解消のためです。『オーダーメイド賃貸』 などの相談をいただいても遠方では打ち合わせに



授業風景

行けませんし、お客様とも会えません。『内装の 学校』をつくることで当社の思いやノウハウを伝 える場ができれば、一気に広まっていくのではな いかと考えました。

2つ目は、オーナーや不動産会社に、自分の物 件のメリットとデメリットをまとめながら、どう いう風にするのが今の時代に有効なのか、という ことを自分自身で考えられるようになってほしい と思ったことです。『内装の学校』は、今まで 「とりあえず工務店に見積書を出してもらうだけ」 だったオーナーが、自分で勉強し「こういう人に 住んでもらいたいから、こういう内装にすべき だ」ということを考え、工務店に発注できるよう



になるプログラムです。多くのオーナーや不動産 会社は、今までのルーティンワークの流れのまま に仕事をゆだね、時代のニーズをつかんだり新し い方法にチャレンジする人が少ない気がします。 原状回復という、入居時の状態に戻すという賃貸 の考え方が変われば、日本の住まいも新しく生ま れ変わると思います。その結果、オーナーや不動 産会社も、新たなニーズに対応する楽しみを知り、 それが業界全体の底上げになるのではないかと考 えます。本来は自分の持ち物だからこそメンテナ ンスしなくてはいけないのに、「管理会社に任せ ているので何もしなくていい、何も知らなくてい い」というスタンスのオーナーがあまりにも多い と思います。もう少し自分で物件をかわいがって ほしいと思いますし、不動産会社には、通り一辺 倒ではなく、その物件や物件のターゲットに合っ た提案をしっかりできるようになってほしいと思 います。その重要性を知ってもらうために、『内 装の学校』を始めました。

# ――これからの不動産会社のあり方についても言及されました。

住まいに対する入居者の意識が高くなってきているので、従来の貸し方では貸せなくなってきています。インターネットやSNSが普及し、消費者は「家をこんなに自由にできるんだ」と知り、「海外の人のように住みたいし、海外のように素敵な暮らしができる私」を理想に持つようになります。オーナーと不動産会社はこれからその理想に付き合い、対策を立てていく必要があります。これからはオーナーや不動産会社が入居者を選ぶのではなく、入居者が不動産会社を選ぶ時代になり、選ばれるためにはどのようなサービスを提供できるのかが問われます。

これから認識しておくべきことは、海外の住まい方を取り入れる日本人が増えていくだろうということです。欧米には原状回復という考え方はありませんし、賃貸物件でも入居者が自分の住まい

に愛着を持ち、きれいにメンテナンスしながら住んでいます。日本でもそういう考え方が普及し、DIYをする人も増えるでしょう。ある調査\*\*3では、DIY実施経験率がパリは60%だったのに対し、東京は3%でした。しかし、その有効性に気づき、取り組み始めた事例も増えているので、その比率は確実に上がるでしょう。

これまでオーナーは、「不動産業者がこう言うからまあいいか」と納得していました。しかし、「この建物はこういう特性があるから、こういう人に借りてもらうといい」という視点から提案できれば、入居者とのマッチングはすごくうまくいきます。不動産業者の意識が変われば、オーナーの意識も変わります。提案される内容が変われば、それを媒介としてまた新しいアイデアが生まれてくるでしょう。その兆しは、今、着実に出てきていると思います。

# オーナーや不動産会社の相談窓口 の機能を持つ『Decor Tokyo』

——『Decor Tokyo』の狙いについて教えてください。

「豊かな住まいを楽しんでほしい、ファッションのように住まいのものを選んでほしい」との思いから、協賛会社6社と共同運営の形で、DIYグッズから壁紙や内装建材など、"ここに来れば全てが選べる"、をコンセプトにした住まいの買



[Decor Tokyo]



[Decor Tokyo]

い物ができるお店、『Decor Tokyo』\*4を2016年5月に代官山(東京都渋谷区)にオープンしました。ここは、消費者向けにDIYやインテリア商材を販売しているだけではなく、オーナーや不動産会社といった事業者が直接、リノベーションやインテリア選び、ステージングの方法などの相談ができる窓口という機能も持っています。店舗内にはインテリアコーディネーターなどのスタッフも常駐していますので、ぜひ気軽にご利用いただきたいと思います。

#### 事業内容 -

(株)夏水組は2008年、代表の坂田夏水氏が創業した空間のデザイン会社。部屋単体のリノベーションの企画デザインから、総合的な視点で、物件や店舗のブランディング、コンサルティング、管理業務なども行う。消費者の動向を先取りし、『オーダーメイド賃貸』『カスタマイズ賃貸』『DIY賃貸』などの新たな手法を駆使しながら、空室を解



[Decor Tokyo]

消し、低コストで資産の価値が向上する提案を目指す。女性特有の斬新なデザインとユニークな取り組みが評価され、大手企業からも多くの提携依頼が舞い込む。

2016年、東京代官山に『Decor Tokyo』をオープン。地方都市でも岐阜県\*5や佐賀県\*6で、同社が監修やプロデュースをし、地元企業とコラボしたインテリアショップも展開。さらに、オーナーや不動産会社自身が主体的に内装のプランニングができることを目的に、『内装の学校』も主催している。

- ※1 管理会社:株式会社西武プロパティーズ (本社:東京都豊島区)
- ※2 「ソライエ清水公園アーバンパークタウン」事業主:東武鉄道株式会社(東京都墨田区)
- ※3 「愛ある賃貸住宅を求めて NYC,London,Paris & TOKYO 賃貸住宅生活 実態調査」(㈱リクルート住まいカンパニーリクルート住まい研究所(東京 都中央区)
- ※4 東京都渋谷区恵比寿西1-31-18 https://decor-tokyo.com/
- ※5 DIYショップ「LIFESTYLE MARKET WAKU+ (ワクタス)」や、イビケン㈱ (本社:岐阜県大垣市)と業務提携し、建材や住宅設備の商品開発を行う。
- ※6 (㈱イマムラ (本社:佐賀県鳥栖市) と提携し、DIYショップ、「ウォールデコ&インテリアai&ai」をオープン。



#### 株式会社夏水組

代表 者:代表取締役 坂田夏水

所 在 地:東京都杉並区松庵3-38-14

電話番号:03-5941-8141

H P:http://www.natsumikumi.com/

業務内容:個人住宅、モデルルームの内装デザイン、不動産企画、コン

サルティング業務、シェアハウスの運営、『内装の学校』の 開催、インテリアショップ「Decor Tokyo」の運営、オ

リジナル建材の商品開発など。