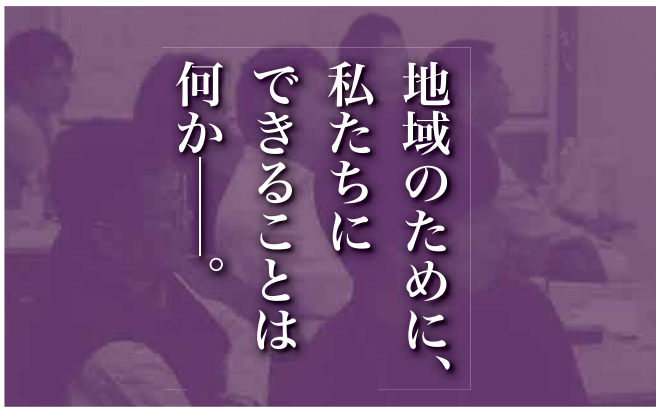
空き家対策等地域守りに関する調査研究報告書

RENOVATION 2020

新しい不動産業を目指して



公益社団法人　全国宅地建物取引業協会連合会
公益社団法人　全国宅地建物取引業保証協会

空き家対策等地域守りに関する調査研究報告書
RENOVATION 2020

Contents

はじめに …… 6

報告書の構成と内容 …… 9

第１章　これからの不動産業のあり方を考える

東京大学空間情報科学研究センター「次世代不動産研究会」…… 15

内山博文 氏［u.company株式会社］
リノベーションは社会の課題解決のために必要な手法 …… 16

馬場正尊 氏［株式会社オープン・エー］
公共空間のリノベーションでエリアの価値を上げる …… 24

島原万丈 氏［LIFULL HOME'S総研］
住まいを良くしようという意欲と行動が「幸福な住まい」をつくる … 32

福田和則 氏［株式会社エンジョイワークス］
共感を集める仕掛けで持続的なまちづくりを実現 …… 40

第２章　新しい管理のあり方を追求する
～住宅とコミュニティについて考える～

株式会社チームネット
共用空間の魅力を生む「コミュニティベネフィット」という考え方 … 50

株式会社スペースＲデザイン
リノベーションに頼らない、地方都市における賃貸経営の実践 … 58

株式会社アンディート
ひとを先に、モノや構造をあとにすると、緩やかなつながりが続く … 64

株式会社ハウスメイトパートナーズ
賃貸事業の川上に立てる管理会社になろう …… 70

第３章　地域の安全を確保する取り組み

アオバ住宅社
困ったときに頼られ、一生付き合える不動産会社になる …… 80

公益社団法人岡山県宅地建物取引業協会
「平成30年７月豪雨災害」を振り返る …… 86

公益社団法人広島県宅地建物取引業協会
「平成30年７月豪雨災害」を振り返る …… 94

第４章　顧客志向の経営の実践

①顧客価値を創造する

いわて不動産株式会社
不良債権を流動化させ、被災地の復興と活性化をプロモート … 104

中央グリーン開発株式会社（ポラスグループ）
多世代が交流し、ともに未来をつくるエリアマネジメント …… 110

株式会社創建
宮大工の「木組み工法」を応用し伝統と命を守る …… 118

②ビジョンに基づいた経営の実践

公益社団法人愛知県宅地建物取引業協会
ビジョンを基本に据えた協会経営の実践 …… 124

第５章　地域を魅力的にする試み

特定非営利活動法人かみのやまランドバンク
まちが消滅するかどうかは私たちが決める …… 132

平和建設株式会社
“ピース”を組み合わせ、大きな面にして地域の魅力を高める … 140

有限会社トノコーポレーション（omusubi不動産）
DIYで建物を育て、事業者やクリエイターの開業を支援 …… 148

公益社団法人埼玉県宅地建物取引業協会秩父支部
空き家バンクの成功の秘訣は、移住定住事業として取り組むこと … 156

公益社団法人和歌山県宅地建物取引業協会
不動産業の古い固定概念を捨て、和歌山独自のビジネスモデルを作る … 164

●清水千弘 氏［日本大学スポーツ科学部］
まちの未来を創造する力 ～中小宅建業者の出番がやってきた～ … 174

●株式会社八清
京町家の多彩な特長を生かし、さまざまな活用方法で再生する … 180

●特定非営利活動法人モクチン企画
“既存を生かす”視点で物件の隠れた魅力を発掘する …… 188

●株式会社中村工務店
地域の資源×自社の強みでイノベーションを起こす事業を！ … 196

はじめに

全宅連は2014年に『ハトマークグループ・ビジョン』を策定しました。その中で全宅連が10年後に目指す組織の理想の姿を、『ハトマークグループは、みんなを笑顔にするために、地域に寄り添い、生活サポートのパートナーになること』と定めました。つまり、私たち中小不動産業者は、「地域」及び「地域の生活者」を顧客と捉え、ハトマーク会員が継続して「地域まもり」「家まもり」「資産まもり」のお手伝いをし、顧客満足度を超える感動のサービスを提供することで、「消費者の笑顔」「地域生活者の笑顔」「地域コミュニティの笑顔」を実現するというものです。

ハトマーク・グループビジョン

私たちが目指す理想の姿とそれに向けた取り組み

私たち、「ハトマークグループ」は、みんなを笑顔にするために、
地域に寄り添い、生活サポートのパートナーになることを目指します。

「地域」を顧客と捉え、ハトマーク会員が継続した地域守り・家守り・資産守りのお手伝いを行い、
顧客満足度を超えた感動のサービスにより「消費者の笑顔」「地域生活者の笑顔」「地域コミュニティの笑顔」を実現

全宅連第2期中期計画　ハトマークグループ・ビジョン2020

環境変化・事業経過に伴う新たな認識

顧客認識

顧客対象＝「みんな」をその地域で生活し諸活動する「地域生活者」とし、「消費者」「ハトマーク会員」「宅建協会」それぞれが「みんな」である。

経営資源認識

これまで培ってきた組織力やノウハウや制度、各種情報提供サイト、さらにはビジョンを体現する会員こそが経営資源である。

競争認識

「個者」が従来の意識を変革し、地域生活者に対して生活サポートのパートナーとなるための継続的努力が必要となる。

機会〔O〕

①地域コミュニティ希薄化・居住ニーズ・ライフスタイルの多様化
②消費者の不動産リテラシー向上
③個人主体のキャリア開発、働き方改革
④相続税増税
⑤東京オリンピック
⑥業法で関連事業者と連携（士業との協調拡大）
⑦業者選択基準が知名度よりサービス内容、業者への期待
⑧空き家対策としての民泊参画
⑨住宅ローン低金利
⑩単身世帯、外国人増加
⑪女性の社会進出・従業員増加
⑫IT化進展
⑬公益法人としての行政・地元団体・地縁組織への影響力、宅建試験・法定講習実施
⑭既存住宅活性化の流れ

脅威〔T〕

①消費税増税、政策変化、取引書式不統一
②人口減少による取引機会減少、地価下落
③業者への期待（知識・提案）増加
④大手の寡占化、異業種参入、FC展開会社の攻勢
⑤ネット社会（IT進展、AI出現-仲介業不要）の進展
⑥事業承継問題、後継者不足
⑦東京オリンピック後の冷え込み
⑧人口減少による業者数減少の懸念
⑨他団体との入会競争激化・会員増加
⑩都市と地方の格差
⑪経営資源（財源、体制）不足による会員要求（PR,サイト等）の未達

強み〔S〕

①ハトマークブランド
②47協会体制、10万会員の多様性
③中小企業活躍、地域密着
④公益法人、業法に規定された唯一の団体
⑤行政・有識者等とのつながり（政策提言力・立案力・実現力）
⑥教育研修システム（キャリアパーソンなど）
⑦データ・ノウハウ、契約書式等や報告書などの多様なコンテンツ
⑧ハトマークサイト運営
⑨ハトマークG（全宅管理、支援機構、全宅住宅ローン）の会員支援
⑩ハトマークGの役職員
⑪不動産総合研究所

弱み〔W〕

①不動産業界の根強いイメージの悪さ
②47宅建協会が別法人組織、公益法人での事業制約
③スケールメリットが活かされていない
④会員の大半が中小零細、会員格差、帰属意識薄い
⑤宅建協会、会員、消費者への情報伝達体制不足
⑥ハトマークの認知度の低さ、情報発信力不足
⑦ハトマークサイトの活用不足
⑧会員データ収集力・分析力不足
⑨全宅連財政基盤のぜい弱性
⑩会員業者の高齢化、後継者不足
⑪会員数減少（女性会員少ない、会員離職率高い）
⑫組織・経営のPDCA不回転
⑬政策の変化

このビジョンの実現に向けて、2017年には第2期中期計画『ハトマークグループ・ビジョン2020』として新たに具体的な戦略を練り直しました。計画立案にあたり、改めて内部環境（経営資源）や外部環境（顧客・競合）を分析し、私たちが変革をしていくために克服すべき課題を明らかにしました。

私たちの組織は、全国で約10万社の会員が存在し、地域に根付き多種多様な事業を行うことを通じて、地域の不動産の情報や活用状況、所有者の情報を把握できるという強みを持っています。一方、人口が減少し、都市部への人口集中と地方の衰退が顕著になり、空き家の問題が社会的な課題として認識されるなかで、各地域や行政からハトマークグループに対する期待や要望が高まっています。また、2017年の宅建業法の改正により、建

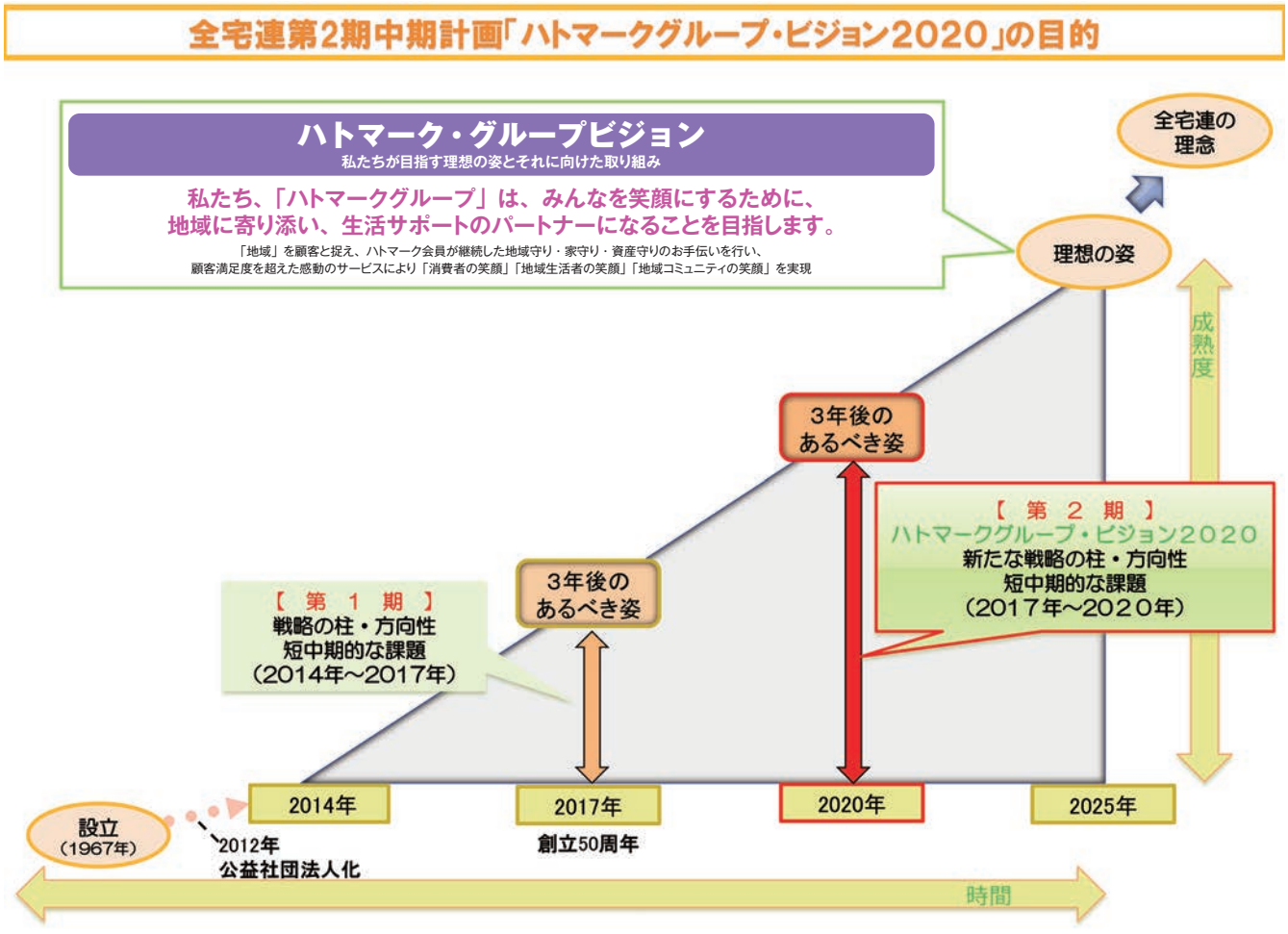
2017年～2020年　戦略課題及び具体的事業

戦略の柱	戦略のテーマ	具体的事業
対消費者 全国10万社のスケールを活かした地域生活者の豊かな住生活の実現	【テーマ1】 住生活をサポートする政策の実現	◆国民の住宅取得を支援するため土地住宅税制の見直し ◆空き家対策・地方創生等のための各種規制緩和等 ◆47協会連携による震災等大規模災害時における賃貸住宅の供給体制の整備
	【テーマ2】 居住ニーズに応える住まいの情報発信・交流	◆居住ニーズ多様化に対応した情報提供（含むサイト）の体制構築・実施 ◆業界統一の取引書式制定 ◆ハトマークサイトの信頼性やハトマークサイトにしかない物件情報のPR ◆47協会連携による空き家・相続相談
	【テーマ3】 人生を豊かにする住生活教育	◆消費者に対する住生活教育の実施
対ハトマーク会員 地域生活者に選ばれる個者になるための実践 ※「個者」とは… ハトマーク会員（会社）及び従事者（個人）を含みます。	【テーマ4】 持続的な事業環境の改善	◆民間情報サイトとの提携 ◆建築業界、金融機関等との連携強化 ◆経営コンサル講座、ビジネスモデル策定支援 ◆マーケットデータの収集 ◆会員の業態とニーズの把握 ◆全宅管理、ハトマーク支援機構との連携強化
	【テーマ5】 地域貢献活動の向上を通じたハトマークブランドの確立	◆会員業者の成功事例を通じた啓発、ＰＲ展開 ◆成功事例収集、事例発表会・表彰の実施 ◆全国、地区連で一体的・効果的ＰＲの展開
	【テーマ6】 家守り・資産守り・地域守りに応えるための人財育成	◆空き家対策の相談・提案 ◆不動産キャリア形成 ◆教育研修体系モデルの構築（資産守りが出来るスキル＝ＦＰ等） ◆タウンマネジメントスクールの実施 ◆会員向けＩＴ･ＡＩへの対応
対宅建協会 ハトマークグループ力強化のための取組	【テーマ7】 家守り・資産守り・地域守りに対応する組織変革	◆支部単位での地域守りのための活動への協力 ◆女性・青年会員向けセミナーの実施、活用 ◆協会ビジョン策定支援 ◆一般社団協会の公益移行支援 ◆組織的ＰＲ戦略の専門家の招聘・助言 ◆全宅連と宅建協会の人事交流
	【テーマ8】 地域パートナーシップの構築	◆地域内における関連業界・士業ネットワーク構築 ◆地域経済団体（商工会議所等）・他業種（建築系団体等）と地域大学との情報交換 ◆ハトマークグループポータルサイトの一元化
	【テーマ9】 不動産業への就業者増加	◆不動産業界の魅力発信、就業のためのセミナー、出前授業の実施 ◆開業支援研修パック

物状況調査（インスペクション）が不動産取引の中に組み込まれ、2020年には約120年ぶりに民法が改正され、“瑕疵担保責任”が“契約不適合責任”に置き換わりました。既に大手企業は建物検査と保証等を組み込んだサービスシステムを独自に開発し、消費者の満足度やブランド力を高めることで都市部を中心にシェアを伸ばしています。さらに、異業種からの新規参入や不動産テックといった新たな技術革新の進展、消費者もSNSをはじめ多様な情報取得手段を得ることで不動産に関する知識が身に付くなど、不動産ビジネスを取り巻く環境も変わりつつあります。

そのような環境の変化を踏まえて、第２期中期計画では、「全国10万社のスケールを活かした地域生活者の豊かな住生活の実現」「地域生活者に選ばれるための個者になるための実践」「ハトマークグループ力強化のための取り組み」という3つの戦略を柱に据えました。そして、情報分析力、コンサルティングスキルや提案力、多様なファイナンス手段の確保、ITリテラシーなど、高い課題解決能力を備えた人材を育成することで、地域や地域の生活者の課題に応え、信頼されるパートナーになろうと考えています。

幸い全国の不動産業者の中にはこのビジョンで描いた姿を既に実現し、地域においてなくてはならない存在になっているトップランナーが数多くいます。不動産総合研究所では2015年からその人たちを取材し、取り組みを紹介してきました。ここで取り上げた事例を参考にして各不動産業者が今後地域の中でどのような役割を果たしていくべきか等について、議論を深めてほしいと思います。



報告書の構成と内容

(1) 報告書の構成

本報告書は、従来の不動産業をRENOVATION（リノベーション）し、新たな不動産業について考えるということを目的にし、その方向性を指し示してくれる専門家の講演や、家守り・地域守りとして先進的な取り組みをしている企業のトップインタビューをとりまとめた。

まず、その方向性を考えるうえで参考にしたいと思い、東京大学空間情報科学研究センター主催の次世代不動産研究会で発表があった事業者や専門家の講演内容を紹介した。次に、家守り・地域守りになるためには賃貸管理業が重要になってくることから、「新しい管理のあり方を考える」ということをテーマにし、今回は特に「住宅とコミュニティ」について考えてみた。さらに、地域が魅力的になるためには、災害時や社会的弱者に対して、その安全性が確保されていることや、空き家などを活用して魅力的な人やスモールビジネスを集めることが有効になることから、「地域の安全を確保する取り組み」「既存住宅を活用して地域を魅力的にする試み」というテーマを設け、その取り組み事例を集めた。そして、新たな不動産業を目指し実現していくためには、組織のビジョンを掲げ、進むべき方向性を示し、そのうえで顧客価値を創造するという「顧客志向の経営の実践」が必要になる。そこで、その実践においてユニークな取り組みをしている事業者を取り上げた。

(2) 報告書の内容

Ⅰ．これからの不動産業のあり方を考える

東京大学空間情報科学研究センター特任教授の清水氏は、①不動産業界における新たなテクノロジーの誕生 ②新たなテクノロジーを活用して地域の課題を解決する可能性 ③その実行主体は地域に根付いた不動産業者であるべきだ、という想いから、「次世代不動産研究会」を立ち上げた。研究会において、島原氏はこれからの不動産業の進むべき方向性は、「住まい手の“主体性”を育て、住む人の幸福度をもっと高めることができる産業になるべきだ」と述べる。そのために必要なテクノロジーとして、“建築と不動産との融合”や“金融と不動産の融合”が挙げられる。前者については、内山氏はリノベーションを「社会の課題解決のために必要な手法」だとし、その考え方は従来の不動産業の発想や進め方とはまったく逆で、「消費者を主体に考え、そのストレスをどう払しょくするかという“マーケットアウト”の発想で徹底的に考え抜き、サービス開発をすることが必要だ」と述べる。また、後者について福田氏は、「新たな不動産業者は不動産特定共同事業やクラウドファンディングといったファイナンスのテクノロジーを駆使できる『不動産業4.0』になるべきだ」とする一方で、「その技術を持続的なまちづくりに活用するためには“共感投資”を集める必要があり、そのためのプロデュース能力の開発も同時に必要で、地域で信頼されている不動産業者がその担い手として最もふさわしい」と述べる。そして、日

本最大の大家である国や地方自治体が持つ“公共空間”を、そのようなテクノロジーを使って民間企業が利活用することができれば、地域の魅力は飛躍的に高まると馬場氏は述べる。

Ⅱ．新しい管理のあり方を考える

賃貸住宅の空室対策の手法として、単純に家賃を下げるか費用をかけてリノベーションするということが一般的だが、新たな方法として、物件にコミュニティを作り、それを付加価値にすることで安定的な賃貸経営を行うという考え方が広まりつつある。では、どのようにすれば物件にコミュニティを作ることができるのだろうか。

甲斐氏は、「大家や管理会社が部屋やサービスを“提供する側”で、入居者は“提供を受ける側”という枠組みの中からはコミュニティは生まれない。コミュニティというのは、自分たちが主体で、その主体同士がお互いに関係を持ち合う時に初めて生まれるものである」そして、「コミュニティを作ろうという話が先にあるのではなく、提供する側、される側という関係を外して考えてみようというアプローチが必要だ」と述べる。そのような観点でみると、リノベーションや借り主による賃貸DIYは、島原氏がいうところの住まい手の主体性の発露にほかならない。大家と借り主がフラットな関係になり、借り主の主体性を容認すると、その場にコミュニティが生まれ、それが物件や地域の付加価値になっていく。そして、管理会社は両者の間に入り、お互いの理解を促進する触媒の役割を果たせばいいのではないだろうか。

Ⅲ．地域の安全を確保する取り組み

2011年の東日本大震災以降の約10年間で、台風や大雨などが原因で災害救助法が発令され、応急借上げ住宅として民間賃貸住宅が適用された回数は60回近く、延べで約100の道府県に及ぶ。今や日本中どこにおいても大規模災害が起こる可能性があるという状況だ。大規模災害が発生し、民間賃貸借上げ住宅を提供するために一刻を争う中で被災者の条件を聞きながら大家との交渉を臨機応変に進めることができるのは、やはり地域で長く信頼を築いてきた中小不動産業者しかいない。自らも被災者でありながら自分のことは後回しにし、被災者のために活動する姿はまさしく地域守りであり、そのような不動産会社が存在する地域は安心だ。

また、改正出入国管理法に伴う外国人労働者の受け入れ、高齢者の増加、経済的格差の広がりなどから生まれる住宅確保要配慮者に対する居住支援についての国の方針は、公営の住宅から空き家等を利用した民間の賃貸住宅を活用する方向に舵が切られ、不動産業者の果たすべき役割は大きくなった。しかし、社会的弱者に対する住宅斡旋は入居後のトラブル等を懸念してなかなか進まない状況がある。それを解決するためには、行政や福祉事業者、弁護士等と連携していく必要がある。

2015年の宅建業法の改正により宅地建物取引主任者が宅地建物取引士に変わり、それに伴い新設された「宅地建物取引士の業務処理の原則」には“宅地建物取引業に関する業務に従事する者との連携に努めなければならない”ことが明記された。空き家の利活用と同様に居住支援の面においても、これからの不動産会社は消費者のために他の専門家と連携して仕事を進めていく意欲と能力が求められる。

Ⅳ．顧客志向の経営の実践

人口が減少し、右肩上がりの成長が見込めない

状況で不動産業者も従来の発想を変える必要がある。そのために最も重要な点は、内山氏も述べているとおり、企業の立場ではなく顧客の立場に立って製品やサービスを届けるという「顧客価値」を追求し、その価値を創造するために商品やプロセスを「革新＝イノベーション」することだ。そのプロセスは、将来のマーケットや自社の置かれた状況を分析し、ターゲットとなる市場や顧客を設定し、その顧客にどのような価値を提供すべきかということについて考え、商品やサービスを開発・提供するということになる。

また、顧客への提供価値について絶えず考える組織にするために、組織の“ビジョン”を策定し、社員と共有することが大切だ。さらに、地域に対する貢献については、社会問題の解決と利益の創出を両立させるというCSVの考え方で取り組むことによって持続的なものになる。

Ⅴ．既存住宅を活用して地域を魅力的にする試み

空き家の増加に伴い、空き家が社会問題視される一方で、むしろその存在をビジネスチャンスととらえ、そこにスモールビジネスのオーナーを呼び込み地域資産とすることで、地域の魅力を高めていこうとする動きが全国各地で広まり始めている。そのためには「利用の構想力」「オーナーとの多様な契約方法」「ファイナンスの調達手段」「異業種の専門家との連携」「SNS等を利用した広報力」「施設のオペレーション」などの多様な知識や技術、そしてパートナー（仲間）が必要で、非常に手間のかかる仕事になる。

従来の不動産業者は、仲介業であればオーナーから物件を預かり、広告宣伝をして購入客や借り主を見つけ、契約・引渡しをする。分譲業や賃貸業においては、仕入れた土地に商品企画を入れ、物件を販売または賃貸して代金や賃料を回収する。そして、どちらも収益を最大化するために、顧客の手離れを早くして、いかに回転数を上げるかを重視してきた。一方、ここで取り上げた企業は、オーナーに対しては、さまざまな用途・手法・ファイナンスを組み合わせて利活用の方法を提案し、物件探しの前に資金計画や事業内容のアドバイスを行う。さらに、取引終了後も顧客との関係性を継続することに力点をおき、入居者のコミュニティの形成を後押しし、事業者に対してはマーケティングを支援することでビジネスが持続的なものになるようフォローする。つまり、回転数を上げることではなく、むしろ手間をかけて顧客へ提供する価値を高めることによって収益を上げるという事業モデルだ。

(3) おわりに

この報告書で取り上げた各社のアプローチの仕方や手法はさまざまだが、「自分の畑を自分で耕す」ことでエリアの価値を向上させることが、最終的に自分たちの商売が持続的なものになるということを各地域で実証している。

地域の不動産業者が幸せの家を提供し、地域および地域の生活者、そして私たち地域の不動産会社が笑顔になるという“三方良し”の世界を実現できれば、この業界の信頼度も増すことができるだろう。

各社の特長

企業名	テーマ	ポイント
内山博文氏 （u.company㈱）	リノベーションに必要な技術と事業の進め方	リノベーションの発想とは、消費者を主体に考え、“マーケットアウト”の発想でサービス開発をすること。リノベーションを進めるには、最初に事業の目的を明確にすることと、施設のオペレーションに至るまで不動産業に留まらない幅広い知識が必要になる。
馬場正尊氏 （㈱オープン・エー）	公共空間をリノベーションし、管理する技術	プライベート空間とパブリック空間の間に豊かな空間があり、そこを活用することでエリアの価値を高めることができる。公共空間を再生するためには公民連携が必要で、①プレイヤー型　②プロデュース型　③エージェント型の３つのパターンで考える。
島原万丈氏 （㈱LIFULL）	「幸福な住まい」を考える	幸福な住まいはハコより暮らしが重要で、住まい手の住まいを良くしようという意欲と行動が「幸福な住まい」をつくる。これからの住宅産業は、「住まい手の“主体性”を育てることで、住む人の幸福度をもっと高めることができる産業になるべきだ」。
福田和則氏 （㈱エンジョイワークス）	建物の改修に必要な資金調達と共感者（投資家）の集め方	持続的なまちづくりのために、（小規模）不動産特定共同事業とクラウドファンディングで小口の投資を集める。そのためには、イベントやミーティングを数多く行うことで共感者を集め、投資後も事業に参加してもらう仕掛けを繰り返す。
甲斐徹郎氏 （㈱チームネット）	賃貸住宅におけるコミュニティの作り方	コミュニティを作るためには、それを“目的”とせず、“手段”として活用し、個人の単位では得られない贅沢な価値を作り出す「コミュニティベネフィット」という考え方が重要。建物の共用空間や屋外環境に心地の良い「コモン」を作ると効果的。
吉原勝己氏 （㈱スペースＲデザイン）	地方都市における賃貸住宅の経営手法	地方都市においては部屋のリノベーションでは投資資金の回収が困難。「外構」のデザインを整えることとDIYワークショップを繰り返すことで団地の魅力を見える化し、入居者の「共感」を集め、団地全体の価値を高める。
安藤勝信氏 （㈱アンディート）	立地条件の厳しい賃貸アパートの経営手法	バス便で築30年の木造アパートを福祉施設に貸し出し、コミュニティカフェを作ることで地域に開いた施設にする。コミュニティは作るものではなく、地域の中で面白い人を探し出し、人の対流を促すことで自然にできる。
伊部尚子氏 （㈱ハウスメイトパートナーズ）	賃貸管理業の仕事の魅力	賃貸事業の風上に立てる管理会社になるために必要なことは、現場の知恵であり、日々の地道な業務に大きな意味がある。大変な仕事がいずれ宝になり、夢のある仕事につながる。コミュニティとDIYで、物件に安い、綺麗以外の価値をつける。
齋藤 瞳氏 （アオバ住宅社）	社会的弱者の住宅斡旋をするために行政と福祉団体と連携	時間をかけて入居者や外部の支援者と信頼のネットワークを築くこと。それぞれの信頼を得るために、入居者とは身の上話を聞き、大家には自分のネットワークを伝え、福祉関係等の支援者には粘り強くやり取りを繰り返す。
（公社）岡山県宅地建物取引業協会	大規模災害時の民間賃貸住宅借上げ住宅の提供	協会運営の情報サイトの活用の準備を事前に行い、物件登録と被災者へのタイムリーな情報提供の実現。また、7割の会員のメールアドレスを取得し、行政からの連絡等の周知を徹底。さらに、行政の担当部署と普段から関係性を構築し、信頼関係の上で事業を進めることができた。
（公社）広島県宅地建物取引業協会	大規模災害時の民間賃貸住宅借上げ住宅の提供	被災者の住宅確保を第一に考え、“窓口での受付、行政の制度説明、物件の説明と見学、罹災証明等の手続き、鍵の引き渡し”までを１日で完結するようにした。大規模災害に備え、宮城や熊本の被災地を事前に訪問し対応のノウハウを学んだ。
田向定雄氏 （いわて不動産㈱）	顧客の信頼を得るために不動産のプロとして勉強し続ける	不良債権の流動化には、まず詳細な物件調査と適正な価格査定が必要で、それを基に活用や運用についてコンサルティングをする。コンサルティングで必要なことは片方に寄らないことと洞察力。そして、その技術を絶え間ない勉強で磨き続ける。

企業名	テーマ	ポイント
戒能隆洋氏 (中央グリーン開発㈱)	CSV経営を通じて企業の社会性と収益性を両立させる	「棟下式」を通じて地域の中に土地の歴史を引き継ぐ。分譲地の共有スペースをまちに開き、利用法について地域の住人とワークショップを行い実効性を高める。さらに、既分譲地のコミュニティをサポートすることで、分譲地と地域の価値を高める。
吉村孝文氏 (㈱創建)	築年数で単純に減価しない良質な建物と維持管理の仕組み作り	外断熱工法や宮大工の木組み工法を応用し、住まい手の健康と命を守る家づくりを追及。さらに良質な建物の資産価値が築年で減価しないよう、戸建て住宅向けの維持管理サービスの開発を行う。「木組み工法」の継承により日本の伝統技術も守る。
(公社)愛知県宅地建物取引業協会	協会のビジョンを策定し、ビジョンに基づいた協会運営を行う	業界団体でありながら皆でビジョンを策定し、そこから導かれた戦略をもとに協会運営を行う。特に財務体質を強化することで環境の変化があっても、会員サービスの質が落ちない自立して持続的な基盤を構築。
渡辺秀賢氏 (NPO法人かみのやまランドバンク)	ランドバンクで中心市街地に賑わいを取り戻す	人口3万人の上山市において、ランドバンク、空き家バンク、住み替えバンク等の仕組みで中心市街地に居住誘導をはかる。異業種の専門家が連携してスピード感を持って対応。行政の依頼に100%応えることで信頼を獲得する。
河邉政明氏 (平和建設㈱)	築古賃貸アパートを最小限のコストで満室にする	築古賃貸アパートの空き部屋を、モクチンレシピを使い、家賃を下げずに満室にするだけでなくユニークな入居者を集める。そしてユニークな入居者たちをネットワークし、見える化することで、人の魅力をまちの魅力に変えていく。
殿塚建吾氏 (omusubi不動産)	賃貸DIYでまちに魅力的な人とビジネスを集める	大家と交渉し、空き家を借り主がDIYできる物件として募集することでアーティストやスモールビジネスを呼び込み、まちの魅力を高める。狭い地域の中の３つの路面店を変化させることで地域のイメージを変えていく。
(公社)埼玉県宅地建物取引業協会秩父支部	移住定住促進とセットで空き家のマッチングをする	行政が所有者と移住希望者の窓口になり、宅建協会は不動産の調査と契約、地元企業が移住者の生活面でのフォローをするという役割分担で、人口減少と空き家の2つの課題を解決する。移住者が孤立しないように老舗企業がフォローアップを行う。
(公社)和歌山県宅地建物取引業協会	タウンマネジメントスクールの開催	協会ビジョンを策定し、ビジョンに基づいた協会経営を行う。空き家率全国1位という状況を改善すべく、他の専門家との連携強化と会員のレベルアップを図る。地域活性化の役割を担える人材育成のためにタウンマネジメントスクールを開催。
清水千弘氏 (日本大学スポーツ科学部)	幸せの家の実現のために何をすべきかを考える	不動産業は人の幸せと経済への貢献の高い重要な産業だ。ＡＩは脅威ではなく、その技術を使って不動産業を作り直していくことが重要。まちが生き残るためにはローカルな企業がローカルな産業を創る必要がある。そのためには学び続けることが必要だ。
西村孝平氏 (㈱八清)	町家を残し活用するための、多様な利用の構想力	京町家を利活用して地域資源として残し、景観を守ることで地域の価値を高める。多様な利用の構想力を持ち、ファイナンス手段を獲得することで、各々の町家の条件に応じた利活用の方法を提案することができる。
連 勇太朗氏 (NPO法人モクチン企画)	低コストで最大の効果を上げる木賃アパートの改修方法「モクチンレシピ」	木賃アパートの改修にあたり、既存を生かす視点を持てば、最小限のコストで最大の効果を上げることができる。そのためには既存の不動産の常識は捨て、物件の隠れた魅力を客観的にとらえ、発掘し生かすことが必要。
中村文雄氏 (㈱中村工務店)	自社の強みと地域の資源を生かし、地域の産業を創る	古民家を改修して、観光客と移住者と地域資源・地域住民を結び付ける施設にする。施設のオペレーションは地域のネットワークを生かす。小さなまちでは小さなビジネスを生む人材を育て、足腰の強い地域経済をつくることが重要。

第1章

これからの
不動産業のあり方を考える

東京大学空間情報科学研究センター「次世代不動産研究会」

■研究会の開催趣旨について

2019年４月、東京大学空間情報科学研究センター内に不動産科学研究部門が発足しました。新しいテクノロジーやビッグデータを使い、不動産価格や賃料のほか、ハザード情報や権利関係など、不動産や居住空間に関する情報の基盤整備と“見える化”を行っています。

「次世代不動産研究会」を立ち上げた目的は３つあります。最近、不動産とテクノロジーが融合した不動産テックや、金融とテクノロジーが融合したフィンテックなどが注目されています。このような新しい産業が生まれる場合にはその裏側に必ず何らかのイノベーションがあり、それが進化して新しい産業の姿が見えてきます。その時のテクノロジーというのは、必ずしもAIやICTを使って何かをするということだけではありません。不動産の世界でも、リノベーションという手法を使って不動産を再生する技術、改修した不動産を地域と融合させながらまちづくりに生かしていく技術、公共とタイアップし、公共空間を利用し管理する技術、クラウドファンディングを使ってお金を調達する技術などが生まれ、今までのルールや仕事のやり方では実現できなかったことが具現化するようになってきました。そのようなテクノロジーを集積して社会に発信していくことが１つ目の目的です。

では、そのような技術が生まれてくると社会的にどのような変化が起きるでしょうか？　ある大手ポータルサイトのビッグデータを分析したプロジェクトによると、日本を１キロメッシュに切っていくと、企業が活動し人間が住んでいるところはおよそ10万カ所ありますが、その中で、大手のポータルサイトが営業エリアとしてサービス提供できているのは４万メッシュしかありません。つまり、残りの６割はコストがかかり過ぎて割に合わず、その地域の人たちに対して求人や住宅サービスの提供ができないということになります。そこで、今のビジネスモデルや技術、費用対効果ではリーチできないけれど、新しいテクノロジーにより、不動産業が、空き家のような各地域にある社会課題を解決できるようになることを目指すべきだと考えました。これは、当研究会に“次世代不動産”という名前を付けた想いでもあります。

３つ目は、それを実行できるのは誰か、ということです。学者ができることは新しい技術の一般化や教育体系をつくることです。行政ができることはそれを邪魔しないように、枷になる規制があれば変えていくことです。そして産業界ができることは、それをボランタリーではなくビジネスとして育てていくことです。そうなると実行主体はやはり不動産業界ということになります。彼らが新しいテクノロジーを修得することによって、新しい付加価値をつけ、必要な資金を調達し、社会に還元し、お金も回っていく産業を創っていかなくてはなりません。そこで、産学官で研究会を開き、事例を集め、それらを一般化し、最終的には教科書を作って広く普及していきたいと思っています。

東京大学空間情報科学
研究センター
特任教授　清水千弘

リノベーションは社会の課題解決のために必要な手法

不動産業はマーケットアウトの発想でサービス業に変換していくべきだ

講演録

これまでの歩み

私は今までの二十数年間で、コーポラティブ住宅を推進する㈱都市デザインシステム（現UDS㈱）と、リノベーションを主要な事業とする㈱リビタを、創業者の一人として立ち上げてきました。

リビタは３年前に辞めましたが、そこでは、①企業の社宅や１棟の賃貸マンションを買取り、リノベーションして分譲マンションとして販売する事業（39棟）②区分所有のマンションや戸建てを買取り、リノベーションして再販する事業※1 ③中古マンションのリノベーションをワンストップで提供するコンサルティング事業（リノサポート）④企業の独身寮等をシェアハウスにしたり、オフィスビル等をホテル※2にコンバージョンするといった、不動産開発からオペレーションまで行う事業などを手掛けてきました。さまざまなリノベーションを手掛けるなかで常に意識していたのは、“単に家を造るのではなく、お客様目線で見た時に、新築では提供できないもの、提供しづらいものを提供しよう。それがリノベーションの強みになる”ということでした。リノベーションという言葉を使う会社には、新築そっくりにすることを目指す会社が多いのですが、それではいつまでたっても新築を追い越せません。新築の建物や誰かのまねをするのではなく、“社会や消費者のストレスを想像して、いかにそこにアプローチし続けるか”ということをいつも考えていました。そのためには既存の不動産業の枠組みの中だけで考えるのではなく、オペレーション業など今はまだやれていないことも、どうしたらできるようになるのかということを考えて実行し、続けることで事業を成長させてきました。

同時にライフワークとして取り組んでいるのが、リノベーションによる既存住宅流通の活性化を促進するために、発起人の一人として2009年に立ち上げた（一社）リノベーション協議会です。こ

内山博文 氏
（うちやま ひろふみ）
u.company株式会社代表取締役兼仕掛人、Japan.asset management株式会社（JAM）CEO、一般社団法人リノベーション住宅推進協議会会長
1968年愛知県出身。1991年筑波大学卒業。1996年都市デザインシステム（現UDS）に入社し、コーポラティブ事業の立ち上げ等に従事、取締役、執行役員を経験。2005年リビタを設立し、リノベーションのリーディングカンパニーへと成長させる。2009年リノベーション住宅推進協議会（現（一社）リノベーション協議会）を発起人の一社として設立。副会長を経て、2013年より会長。国交省「中古住宅市場活性化ラウンドテーブル」委員を務め、既存住宅市場拡大のための仕組みづくり、枠組みづくりを推進。

の団体の特長は、“既存の業界の枠組みを超えたプラットフォーム”を構築するということです。現在1,000社弱の会員数になりましたが、今後はリノベーションという方法でまちづくりなどに生かしていくことを後押しできる団体になろうと考えています。

さらに最近の活動として、テクノロジーを活用したリノベーション住宅の流通プラットフォーム（COWCAMO）を作り、2019年７月31日に上場した㈱ツクルバのアドバイザーとして新しい不動産流通業の形態を構築したり、SE構法という木造の金物構法を用いたプラットフォームとして、木造住宅の耐震化100％を目指すことをビジョンに掲げている㈱エヌ・シー・エヌの社外取締役に就任しました。加えて、u.company㈱というリノベーションのコンサルティング会社と、設計・施工から宅建業まで全て自ら行う会社Japan.asset management㈱の２社を経営しています。

これからの不動産業はどのように変わっていくべきか

⑴プロダクトアウトからマーケットアウトへ

リノベーションという言葉は、古い建物を改修して再生することに使われがちですが、実はそれだけではなく、“社会の課題解決”のために必要な手法だと思っています。そのためには、新築に近いものにするという建築行為、つまり供給側の理屈で商品を提供する“プロダクトアウト”の発想ではなく、あくまでも消費者を主体に考え、その人たちのストレスをどう払しょくするかという“マーケットアウト”の発想で徹底的に考え抜き、サービス開発をすることが必要です。

不動産に従事する人は、自分たちのことを流通業だとか管理業だとか言いますが、不動産業はサービス業です。最近マーケットに登場してきた不動産テックのプレイヤーたちは、自分たちはサービス業だという感覚が強く、消費者が感じているストレスを明らかにして、それをテクノロジーで解決していく、というスタンスでビジネスを展開しています。

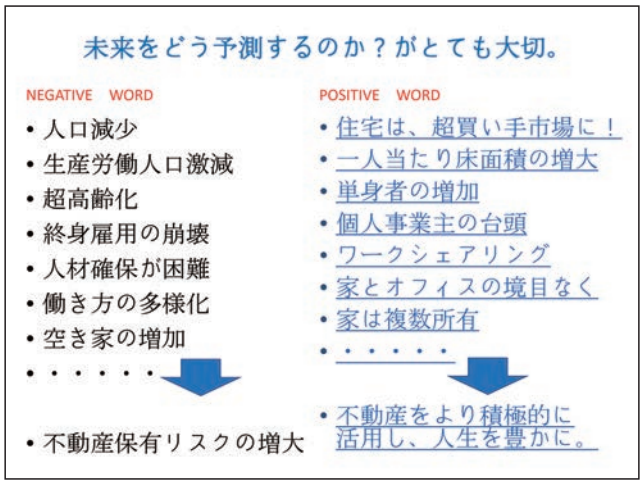
⑵常識を疑う

これからは「今までの常識を疑う」ことが大事です。事業者は、今までのマーケティングの前提条件をまず取り払うこと、○○業といった自分たちの領域を全て取り払ったうえで何をすべきかということを考えること、業界の中に脈々と流れる慣習や習慣をまず疑ってみることが必要です。一方、消費者も同様に、既存メディアからの情報をそのまま受け取って判断してしまうのではなく、自分の暮らしというものをもっと広い視点で考えなくてはなりません。

⑶未来を予測するマーケティングセンス

日本は、建物の評価が20年で０になるという不動産業界の常識のなかで過ごしてきた結果、ストックの総資産額はアメリカと比較すると大幅に少ないという状況です。また、空き家が増え続けているのにもかかわらず、新築の住宅や賃貸住宅は一定の水準で供給され続けており、リフォーム市場もそれほど伸びていません。今は比較的好調とされている住宅産業も、それはただ超低金利に支えられているだけで、地方都市の住宅の価格はいまだに1980年代前半の水準と一緒です。さらに、アメリカの研究によると、AIの進展で今後15年以内に消えてしまうであろう職業の中に不動産ブローカー業が入っています。

このようなネガティブな要素をどうポジティブに変換していけばいいのでしょうか？　そのためには、先ほど述べたように、既存の常識や既成概念を取り払い、業界の壁を乗り越えていく必要があると思います。不動産業の人は建築や設計、自治体（行政）といった、自分たちの“隣近所”にある仕事や、宅建業法だけでなく関連するさまざまな法律にもっと関心をもち（言い換えると、覗いてみて）、それらを学び、使いこなしていけるようにしていく必要があります。



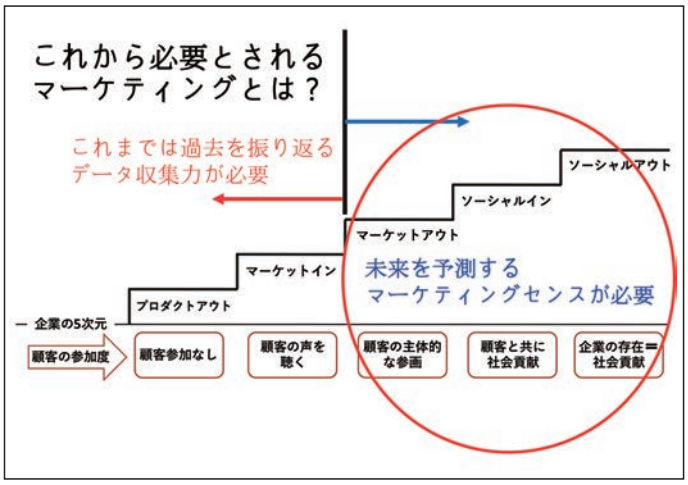


図1・図2／これから求められるのは、未来を予測するマーケティングセンス

また、今まではこの辺りはこれくらいの相場で、このような商品企画なら売れていた（貸せていた）という、過去のデータの集積から導き出したマーケティング方法で商売ができていましたが、これからは“未来を予測するマーケティングセンス”が求められます（図１・図２）。最近では、人の持つ能力やノウハウをシェアするワークシェアや、テレワークを実現するためのコワーキングスペースができ、サブスクリプションモデルで空き家を活用した新しい不動産ビジネスのプラットフォームが生まれ始めています。しかし残念ながら、このようなビジネスを始めた人たちは不動産業をやってきた人たちではありません。また、不動産業以外では、在庫を無くすためにジャスト・イン・タイム方式を生み出したトヨタ自動車や、吸引力が落ちない掃除機を作ったダイソンなど、今までの常識にとらわれない取り組みや商品開発をしている企業がいくつもあります。著名なコンサルタントの濱口秀司氏[※3]は、「イノベーションは、世の中の慣習や常識に注目し、それを崩すところに起きやすい。そのため、日々関わっている仕事のなかにヒントがある」と述べています。

日本の住宅産業は、これまではいわゆる“住宅すごろく”にのっとってビジネスモデルを展開し、成長してきました。その結果、プロダクトアウトの発想で新しい家をどんどん造って売ってきたために、住設機器などの機能は改善されましたが、はたして、住む人の暮らしは時代と共に豊かになったのでしょうか？　不動産業も、そろそろ新しいものを作って売らなければならないという呪縛から解放されなくてはならないと思います。一方、消費者の価値観のほうが既に変化し始めています。アンダー35といわれる世代は、家を持つことが最終ゴールではなく、もっと自由で自分らしい暮らしを実現することが何よりも大事だと思っています。そして、その自由とは、多用途の利用ができる“空間の自由”であり、二拠点居住のような“場所の自由”であり、家との関係性をうまく考えることで生まれる“お金の自由”ということです。そのような自由は、新築ではなくストック再生の仕組みを通じて与えることができるのです。

⑷多様な価値観を支える仕組みとプラットフォーム

このように、若い世代から上の世代まで多様な価値観が混在しているなかで、不動産業者が目指すべきことは、消費者の欲求を満たすことができるサービス業に転換し、それぞれの価値観に応えられる仕組みやプラットフォームを作ることではないかと思います。そのためには、“消費者の価値観の多様性”を認め、“ICTなどテクノロジーの力”を活用し、“空き家・空きビルなどを活用”していくことがキーワードになるでしょう。

具体的な例をあげると、トヨタ自動車は自動車メーカーからモビリティカンパニーへの脱却を図

ろうと、世界のライドシェアのプラットフォームに投資をしていますし、前述のCOWCAMOでは、中古住宅を購入するうえでの消費者のストレスを払しょくするために、簡単に効率よくコミュニケーションがとれる仕組みを提供しています。サブスクリプションモデルのHafH※4は、賃貸住宅における敷金・礼金、光熱費等の支払いから解放し、消費者は月額８万2,000円払えば、世界中で提携しているゲストハウス等に住み放題できるというサービスを展開しています。しかも、単に住むという以外に、仲間と一緒に住みながら働く“コリビング”、旅をしながら暮らす“トラベリング”、働く場所をシェアする“コワーキング”といったさまざまな利用の仕方が可能です。OYOLIFE※5は空き部屋を活用して家具付きアパートメントを提供し、手続きを簡素化してホテルに近い感覚で賃貸住宅に住めるようにしています。ADDress※6は月額４万円で彼らが維持管理している空き家や遊休別荘に住み放題というサービスで、週末旅行のような感覚でセカンドハウス的なニーズを掘り起こしています。

ここで紹介したプレイヤーたちは、仕組み作りから始めたというより、世の中にこういうニーズが多分あるのではないかという、まさにマーケットアウト的な発想で空き家の活用を始めた新しい不動産業の形態です。プロダクトアウトが販売代理店的な発想で、大量生産で商品をクローズドにして内製化する傾向があるのに対し、マーケットアウトは購買代理店、つまり購入側、消費者側につくという発想で、小さなロットにも対応し、オープンで持たない経営を目指すという傾向があります。しかも、小口のニーズに対応すると生産性が悪くなるところをテクノロジーの力で解決しています。

プロダクトアウト型の不動産業の中で一番よくないと思っているのが、“情報の非対称性”を利用してビジネスをしている点です。消費者の知識が少ないことをいいことに、自分たちの都合のいい情報だけを明らかにして物件を提供するということになりがちです。そうではなく、お客様に情報をしっかり伝えたうえで適切な物件を提供することで、むしろ営業がいらなくなるような業態を目指していくことが本質ではないかと思います。

マーケットアウト型の事業の進め方

⑴事業のプロセス

マーケットアウトの発想を生かして事業を進めるには、デベロッパー的な思考プロセスではなく、リノベーション的な思考プロセスが必要です。その進め方としては、まず最初に「事業の目的を明確にすること（コンセプト）」、次に「誰のための事業なのかを考えること（ターゲティング＆マーケティング）」、３番目に「そこに何が必要かを考えること（コンテンツ企画）」、４番目に「持続的な事業計画を練ること（プロフィットから逃げない）」、５番目が「建築リスクの検証（用途変更の可否や建築コスト）」で、最後に「事業スキームの検討（契約スキーム）」の順番になります。この反対の順番で進めるのがデベロッパーで、まずマンションの利益ありきで事業スキームの検討をし、そこから事業を進めます。それに対して、マーケットアウト型の事業では、まず事業の目的を考えることが一番大切です。事業目的を見失ってしまう

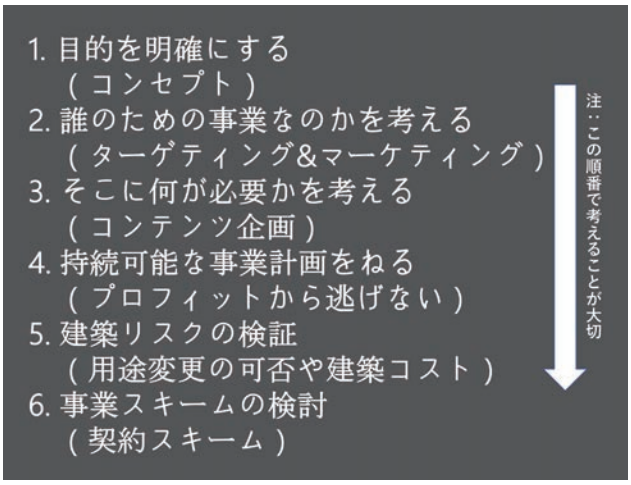


図３／リノベーション的な思考プロセス

と、何のためにやるのかわからない本末転倒のプロジェクトになってしまいます（図3）。

⑵事業の進め方

事業の仕組みを作るうえで何をデザインしてきたかということを整理するために、縦軸に有形⇔無形、横軸に社会・地域 ⇔ 個人・企業をとり、４つの象限に分けてみます。各象限は、それぞれ、“機能・役割としてのデザイン”“収益・合理性としてのデザイン”“地域・社会課題解決のデザイン”“安心・安全な暮らしのデザイン”になります（図４）。先ほど、「隣近所にある分野を覗いてみようよ」と言いましたが、私はこの４つのデザインが融合して初めて新しい価値が生まれ、イノベーションが起きると思います。

ただそのために、今までは「周りの業界と連携しましょう」と言っていましたが、最近は「全て自分でやらなきゃ駄目だ」と思うようになりました。

そう思うようになったきっかけが、瀬戸内海に

事例紹介

THE SHARE HOTELS HATCHi 金沢

この物件は金沢駅から徒歩で30分（バスで7分）の場所にあります。近くにひがし茶屋街という観光地がありますが、通常、金沢では駅から金沢城や兼六園の間がホテル立地として求められており、一般常識で考えると誰もホテルはやらない場所です。建物は1966年４月築の地下１階、地上４階で、仏壇屋のビルでした。地下には飲食店が入っていましたが、隣接する川が氾濫し水没してからは全店閉鎖の状態で放置されており、屋上には違法増築された建築物がありました。

まずこのプロジェクトにおける事業の目的です。リビタはかねがね“日本の未来が宿る場所をつくる”ということをテーマに掲げていました。サステナブルな仕組みにするために宿泊業をやりながら、日本の未来のためにその地域で何ができるか考えようということです。つまり、ここでやりたかったのはホテル業ではなく、“新しい価値を生み出すようなプラットフォーム作り”であり、地域における活動の拠点として、地域の価値が向上するための種まきや地域の皆さんの活動の原動力になる場にしたかったのです。

HATCHiという名前も、このホテルの近くが北陸３県に向けたバスの発着地だったことに由来し、金沢のためのホテルではなく、“北陸ツーリズムの発地（ハッチ）”になることをコンセプトにしました。ホテルの共用部ではさまざまなことが行われていますが、私たちはホテルのオペレーションで精一杯ですので、全て地域の人を巻き込んでプログラムを組んでもらい、地域の人に開いた場にしています。そして、宿泊客に対して、ここで起きたことや体験したことをきっかけとして、北陸３県の、観光地やコンテンツのある場所への発地になりたいという想いで設計しました。したがって、ここでは地元のローカルプレイヤー（ローカリスト）が主役で、私たちはそのサポーターという位置づけです。

この事業を実現するために、リビタという不動産業者として何が必要不可欠だったのでしょうか？　まず、この建物を見て買うべきか、買わざるべきかという判断をしなくてはなりません。収支だけをはじけばいいのではなく、築50年で、水没したこともあるこの建物の性能を読み解かなくてはなりません。しかも物件には検査済証もなく、どうすれば用途変更ができるのかということや、ホテルにした場合にどのようにオペレーションしていけばいいのか等について、リスクを含めて検討していかなくてはなりません。結局このホテルの場合、事業の目的を実現するためには全て自分た

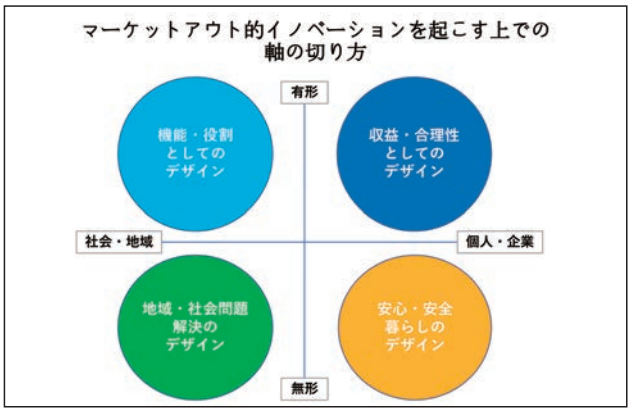


図４／４つのデザインの融合でイノベーションが起きる

浮かぶ男木島（おぎじま）[※7]での体験です。この島は、高松から船でしか行けない島で、面積が1.34㎢のところに107世帯163人が住んでいます。この島の中心部にはとてもきれいな昔の街並みが残っていて、最近では、この島で芸術祭を行ったり、地域のコミュニティのハブになるようなカフェを併設した図書館ができ、大阪から二拠点居住で移住する人なども現れてまちを元気にしています。しかし建物をみると、接道している道路幅は２m未満でどちでやらなければならないということが見えてきたので、建築工事以外は設計を含めて全て自前で内製しました。この事業を通じて、先ほど隣近所を覗くべきだと述べましたが、自ら新しい事業を起こそうとすると不動産業以外のことも知らないと、そこでやりたいこと・やるべきことは実現できない、そこにはもはや不動産業や建築業の線引きというものはない、ということがわかりました。古い建物を利活用するということは、そのために必要な全ての知識が求められるということです。

また、オペレーション業務を行ううえではオペレーターとの契約関係をどうデザインするかということも重要になってきます。ホテルのフロントでは物販も行っており、地元の企業３社と連携したオペレーションを実施しています。イベントも、リビタが行うイベントもあればオペレーターが行うイベントもあります。そのオペレーターたちとどのような契約を結べばいいのか、誰がリスクをとり、どうプロフィットをシェアするのかということなどを含めた契約関係のデザインがとても重要です。今までのように契約といえば家賃のことだけしか考えず、１坪いくらで賃貸借するというだけの契約関係だと新しいことは起こらないし、そこだけを成果として求めると全国チェーンの店しか集まらなくなってしまいます。この物件はリビタが購入しましたが、７カ所仕入れたホテルのうち購入したのは３物件だけで、残りは賃貸借です。その場合はオーナーとの契約関係のデザインもとても重要になります。オーナーに全て投資してもらい、我々がオペレーターとして家賃を支払う場合もありますし、オーナーは何もせず我々が投資する場合もあります。当然、そのパターンごとに契約内容は異なります。

このように、不動産業としてできるコンサルティングの範囲は非常に広いのです。契約のデザインの仕方によって、新しいことが起きたり、起きるはずもないことが実際に起こったりします。事業を成功に導くには、オーナーやオペレーターたちとの契約形態をどうするかが勝負の分かれ道になると思いますし、そのデザインは不動産業の人にしかできない部分です。

シェアルーム66ベッド、プライベートルーム９室の合計定員94人のホテルとして再生

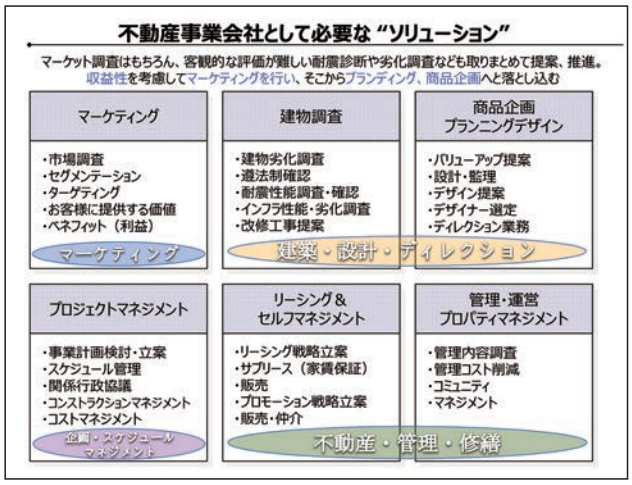


図5／不動産事業会社に必要なソリューション

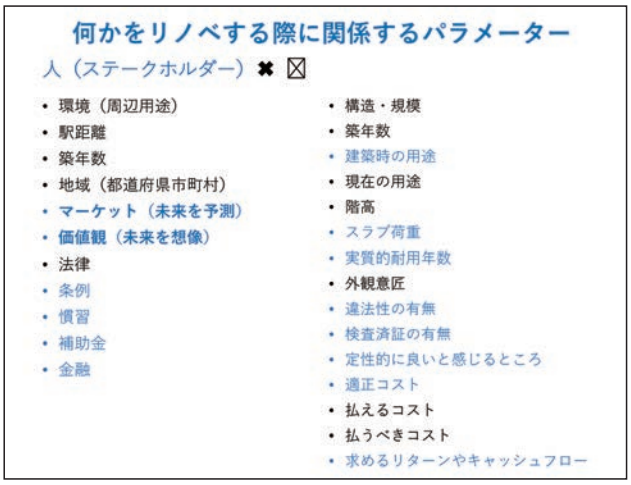


図6／リノベーションする際に知っておくべきパラメーター

れも山肌に建っています。つまり全て再建築不可の物件なので、取引をしようとしても値段がつきません。しかも、相続が何回も起こっていて所有者不明の物件だらけです。ただ、村の人たちは新しい人が来てくれるなら建物を好きにしていいよといってくれるので、移住者たちはDIYでリノベーションして古い建物を活用したまちづくりをしています。このような価格のつかない場所で、私たち不動産業者は何ができるのかということを考えることが、未来の不動産業のあり方を考えることにつながるのではないかと思います。そうなると、従来の不動産業という枠を超えていくことが必要になりますし、人々が幸せになるためにどうしたらいいのかという視点に立つことが、発想の原点になるのかもしれません。

終わりに、リノベーションを事業の核とする不動産会社として知っておかなくてはならない領域についてまとめておきます。その領域は、“マーケティング”のみならず、“建物調査”“商品企画・プランニングデザイン”“プロジェクトマネジメント”“リーシング&セルフマネジメント”“管理運営・プロパティマネジメント”ととても広く、既存の不動産会社はこれまでまったくやってこなかったことも多くあると思います（図5）。また図6には、リノベーションするときに最低限知っておくべきパラメーターを列挙しました。これくらいの幅広い範囲の知識を持たないとリノベーションを業としてはできないと思います。特に青字で記載した項目はリノベーションを進めるうえで深く掘り下げる必要がある部分で、これからの不動産会社は、これらの項目を全て自前で対応できるようになっておくべきだと思います（図6）。

新しい業界のプラットフォームをつくるために、JAMという会社でInc-lineというリノベーションラボを始めました。会社という組織やリノベーションという領域を飛び越えて、コミュニティの中で社会課題を解決できるようなコミュニティデザインの手法を、試行錯誤しながら見つけようとしています。そのために、毎週いろいろな方に来てもらってディスカッションするイベントを開催しています。これからの不動産業は、業界の既存の枠組みをまず取り払い、消費者視点で考え、自分たちのサービスやビジネスを組み立てていくことが求められると思います。

［写真および図版は全て内山博文氏提供］

※1　マンションのリノベーションでは、都内を中心に100㎡以上の高額マンションをR100TOKYOというブランドで展開している。
※2　京都（2棟）、函館(1棟)、金沢（2棟）、東京（1棟）（2019年8月現在）
※3　松下電工(現パナソニック)に入社。1998 年から米国のデザインイノベーションファームZibaに参画。イノベーション・シンキングの世界的第一人者。
※4　株式会社KabuK Styleが運営。本社：長崎県長崎市 代表取締役 大瀬良亮氏
※5　OYOTECHNOLOGY＆HOSPITALITYJAPAN株式会社 本社：東京都千代田区 代表 山本竜馬氏
※6　株式会社アドレス 本社：東京都千代田区 代表取締役社長 佐別当隆志氏
※7　香川県高松市男木町に属し、瀬戸内海中部の備讃瀬戸に位置する島。

［講演：2019年8月］

RENOVATION 2020

岩手県　西和賀「雪あかり」
photo：PAKUTASO

gallery

馬場正尊 氏／株式会社オープン・エー

公共空間のリノベーションでエリアの価値を上げる

民間主導行政支援型の公民連携で事業を推進する

講演録

R不動産を立ち上げ、今までとは違った視点で不動産を読み解く

私の活動の母体は2003年に設立した㈱オープン・エー（Open A）という一級建築士事務所です。社名のオープンアーキテクチャーに込めた、“建築を開いていきたい”というモチベーションをもとに、その１つの方向性として不動産の領域に拡張し、住宅の設計やリノベーションをしてきました。また、最近では公共空間や公共施設の再生にも取り組み始めています。

さらに、独立する前に広告代理店に勤めていたことや、雑誌の編集をしていたこともあり、東京の中の面白い古いビルを活用する文化を作りたいという気持ちがあったことから「東京Ｒ不動産」という不動産紹介サイトを立ち上げました。このサイトを立ち上げたきっかけは、2003年に独立する際、ボロボロでもいいので物件を見つけようと不動産会社をまわったのですが、どこへ行っても情報がなく、逆に“あの古いビル使いたいので何とかなりませんか”というと驚かれるなど、コミュニケーションがまったく成り立たなかったことでした。このとき、自分たちが面白いと思う物件を集めた不動産のセレクトショップを作ろうと思ったのです。当初は私個人のブログのようなもので、気になった物件を面白い写真と文章で楽しく紹介していましたが、その後、㈱スペースデザインから林と吉里が参加し、マーケティングの知識と不動産の知識が加わって今の状態になりました。その後、“Ｒ不動産”と名のつくサイトは全国で10地域まで広がり、トータルで日に500万ページビューを稼ぐまでになっています。

このサイトの一番の特長はアイコンで、ユーザーはアイコンを頼りに物件を選びます。それは、物件を今までとは違ったインターフェイスで見せることを通じて、スペック（定量情報）ではなく、定性情報で不動産を読み解こうとする試みでした。

馬場正尊 氏
（ばば まさたか）

株式会社オープン・エー代表取締役／建築家／東北芸術工科大学教授。1968年佐賀県生まれ。1994年早稲田大学大学院建築学科修了。博報堂、早稲田大学博士課程、雑誌『A』編集長を経て、2003年オープン・エーを設立。 都市の空き地を発見するサイト「東京Ｒ不動産」を運営。東京のイーストサイド、日本橋や神田の空きビルを時限的にギャラリーにするイベント、CET（Central East Tokyo）のディレクターなども務め、建築設計を基軸にしながら、メディアや不動産などを横断しつつ活動している。

その結果、それまで“築50年以上の単に古い物件”扱いされていた、坂倉準三氏が設計した日本初のワンルームマンションがすごい人気になったりするなど、情報をコントロールすることで、同じものでも価値が変わるという現象が生まれました。このような試みを通じて、それまでバラバラだった不動産と建築デザインとメディアプロモーションの３つの世界が１つに融合したのが“Ｒ不動産”ではないかと思います。

公共不動産に対する関心の芽生え

16、17年前に、新しいビルがたくさん供給されて古いビルが余るという“2003年問題”と呼ばれる現象がありました。そこで、都心の古いビルが余るのであれば、それを変えていくことが次のビジネスになるのではないかと思い、古い建物を再生するためのマニュフェストを作ろうと、仲間たちと『都市をリサイクル』という本を著しました。その取材でアメリカのロスに行った際、公共空間のポテンシャルが何となく体内にしみこんでいくのを感じたのです。例えば、廃墟になった商店街の中の一室をリノベーションしてギャラリーにしたことがきっかけとなり、その辺り一帯が有名なギャラリー街に変化したことを知り、「小さな主体でもまちを変えられる原動力になるんだ」とワクワクしました。また、店主だった夫婦が年をとり、続けられなくて廃業した古本屋を、若者が古本ごと買い取ってブックカフェにしたところ、たくさんの人が集まる場所になるのを見て、まちのストーリーを継承することで、プライベートな場所がまちのパブリックな空間になり、まちが元気になっていくという事実を目の当たりにしました(写真１)。さらに、倒産したデパートをワークショップギャラリーにリノベーションしたところ、親子が集まるまちの中心的な場所になりました。子どもの頃行っていたデパートに、今度は母親となって自分の子どもをギャラリーに連れていくことで、建物やまちの記憶が継承されていく感じがとても素敵だと思いました(写真２)。このようにプライベートな場所でもパブリックな空間にすることができ、そのためには「人の想いを継承していくことがとても大切なんだ」という感覚を持ったのです。

写真２／ワークショップギャラリー

写真１／BOOK STORE CAFÉ

その後東京に戻り、勝どきにある倉庫街の倉庫を靴屋さんのオフィスにリノベーションしてカルチャーっぽい空間を作ったところ、人通りのないエリアに人が集まるようになったり、新聞社の工場を複合施設にすると、カフェや写真スタジオ等が入り、結婚式やファッションショーなどが行われ、たくさんの人が集まる場に変わっていきました。

このような一連の仕事を通じて、外に開いたインパクトのある空間は、エリアの価値を上げることができることを実感しました。そして、その次にリノベーションすべき空間は、まちに開いた公共空間なのではないかという仮説を持ったのです。

公共空間をリノベーションする試み

公共空間のリノベーションに取り組む決定的な動機になったのが、ニューヨークにあるブライア

写真３／ブライアント・パーク

ント・パークを見に行った時の光景です。そこでは、移動図書館やカフェがあったり、夜になると映画が上映されたりと、あらゆるプログラムが公園の中で行われていました（写真３）。しかも、無線LANの協賛はファッションメーカーのZARAが行っており、すごくおしゃれだなと思いました。ちょうどそのとき日本では、渋谷の宮下公園がNIKEのネーミングライツ[※1]を受けるかどうかでもめていて、その意識の差に愕然としました。民間企業も公共空間の使い方にもっとコミットすべきだし、行政もそれに対してブレーキをかけている場合じゃないと強く思いました。実際に日本の公園にはあちこちに看板があり、あらゆるアクティビティが禁止と謳われています。“公園は佇む以外に何もできない”ということが日本の公共空間の現実でした。

私はこれまで何か問題意識が芽生えた時には、本を出して社会に対して問題提起をし、それに対して共感したり、反応してくれた人たちと仕事をしてきました。そこでまだ何も実績はありませんでしたが、「公共空間のあり方を問い直したい。そしてその先にある公共の概念を揺さぶりたい」という想いで『公共空間のリノベーション』を書きました。

その時の問題意識は、日本ではプライベート空間とパブリック空間の間に高い塀があり、強く分けられてしまっていてまったくつながっていないが、実はその間にとても豊かな空間があるのではないかということです。東日本大震災後、石巻に行ったときにとても感動した光景があります。５月だったと思いますが、まだ震災の爪痕が大きく残っているなか、倒れかけたRCの建物の前の道端で、壊れた厨房を利用して料理を作りながらお父さんやお母さんたちが机を並べて皆でビールを飲み、子どもたちはその建物に映像を映して“となりのトトロ”を見ていました。震災という厳しい状況のなかでも、とても幸せで豊かな光景がそこには広がっていました。皆でいろいろ工夫し合って素のままに楽しく過ごしているのを見て、プライベートとパブリックが溶け合ったところにこのように豊かな空間があることを知り、この空間にこそ何か面白いことがあるのではないかと思いました（図１）。昔は軒先に台を出して皆が集まるような光景があったと思いますが、それが現代になり法律などのルールやクレームなどによって排除されていきました。私たちはもう一度、何らか

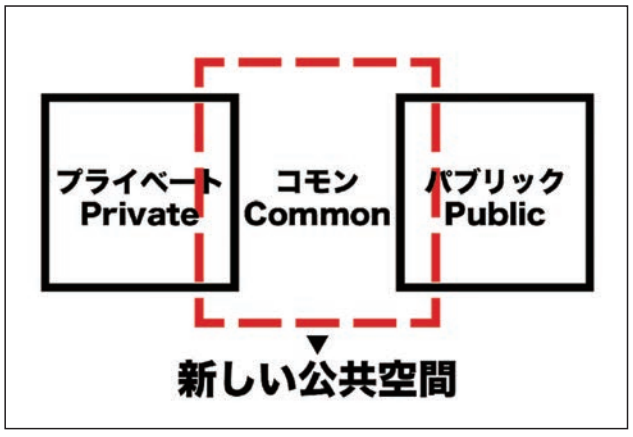


図1／プライベートとパブリックの間にある空間

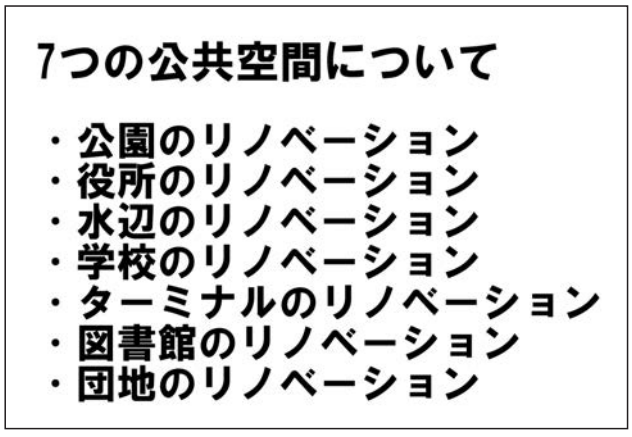


図2／「公共空間のリノベーション」企画提案

の方法でこの中間的な領域を獲得し直さなければ、もっと生きづらい世の中になっていくと思います。

『公共空間のリノベーション』は、7つの公共空間をリノベーションするという1冊丸ごと企画提案書の内容になっています（図２）。公園のリノベーションでは、近隣公園にカフェを作り、カフェの家賃を安くする代わりにカフェのお姉さんに公園を清掃してもらうようにすれば、行政は家賃を得られるだけでなく、公園の清掃費も節約できます。しかも、そのお姉さんは遊んでいる子どもたちの見守り機能も担保できるので、市民も行政も事業者も皆ハッピーになれる、という提案です。しかし日本には法律の壁があって、そのようなことはできない、といったことを書きました。すると、この本を読んだ国交省の役人から連絡が入り、その方が日本の公園の可能性について熱く語ってくれ、それをきっかけに仲良くなりました。その後、その方が出世し、PARK-PFI[※2]の公園活用の法律を全部変えてくれたのです。

⑴ 南池袋公園の取り組み

公共空間を活用するチャンスがやってきたのが「南池袋公園」の取り組みです。ここは、JR池袋駅から徒歩５分くらいのところにあり、昔は暗くて絶対に近づいてはいけないといわれた公園でした。しかし今では芝生が敷かれ、カフェができ、日本でも最も有名な公園に変わりました（写真４）。この公園に関わるようになったきっかけは、豊島区が公募型プロポーザルで、この公園と公園につながる大通りを民間の力で盛り上げてもらおうとするプロジェクトの担い手を募集したことです。「としま会議」という豊島区の未来を考える会議をし続けている仲間たちと一緒に、株式会社nestという公民連携のための民間組織を作り応募したところ請け負うことができました。現在は、公園の賑わいづくりのプロデューサーとして、nest marcheを毎月行うなど、賑わいを日常化するようにしています。そのようなことを続けていると、新しい

写真４／南池袋公園

風景がSNSでどんどん拡散され、ここで結婚式を開きたいというカップルなども現れるようになり、公園にまちの人たちの幸せな笑顔の光景がたくさん生まれてきました。そうすると、リクルートの住みたい街ランキングの順位が上がるなど、池袋の価値が上がっていくという現象が起こり始めてきました。23区内で唯一“消滅可能性都市”といわれ、子育て世代の女性が最も住みたくない街といわれた豊島区が、公共空間の魅力を圧倒的に上げることによって、エリアの価値がドラスチックに上がったのです。

公共空間の活用がエリアの価値を上げる方法論として有効だと実証されたことによって、都市政策に展開されるようになりました。池袋から公園につながるグリーン大通りが、国家戦略特区に基づく国家戦略道路占用事業計画認定を受けたこと

写真５／グリーン大通り

で、歩道上におけるオープンカフェやマルシェ等のイベント実施が可能となりました。そこで、豊島区は今度は公園からの賑わいを隣接するグリーン大通りに広げることを目的とした「グリーン大通り等における賑わい創出プロジェクト」を、これも公募型プロポーザルで募集し、私たちが実施者に選ばれました。このプロジェクトでは、新しい日常を作ろうと「IKEBUKURO LIVING LOOP（イケブクロ リビング ループ）」という大きなイベントを毎年１回開催しています（写真５）。やはり道路に椅子を置けば人は座るし、人工芝を敷けばそこで子どもは遊びます。また東急ハンズや無印良品などの企業も企業市民として、同じテントの下で一般の市民と一緒にフラットな関係で参加してくれます。このような新たなパブリック空間の風景を作りながら社会実験をしているところです。今後は、道路自体をリノベーションしようと働きかけていますが、ネックになるのが銀行で、３時にシャッターが閉まってしまうことです。区はこの通りを地区計画で商業誘導したいと考えているようなので、金融機関も新たなファサード作りに挑戦してほしいと思います。

⑵ 勾当台公園の取り組み「GREEN LOOP SENDAI」

宮城県庁と仙台市役所の南に位置するところに勾当台公園がありますが、日常的に市民にあまり使われていないことから、仙台市はここを賑わう場所にするためのモデル事業を実施することになりました。このプロポーザルも当社を含む共同企業体が受託することになり、１年間だけ開くポップアップカフェを作りました。東北芸術工科大学の学生にも手伝ってもらいながら、東北の魅力発信拠点にするという趣旨で地元の雑貨や本などを置いたり、定期的にイベントやマルシェを繰り返し実施しました。すると、やはりすごく賑わいのある場所になり、このエリアの価値が再認識されて、この公園を積極的に使って行こうよという機運が高まっている状況です。さらにこの動きは、３つの公園と緑が豊かな定禅寺通りを結んだ「GREEN LOOP SENDAI（グリーン ループ センダイ）」というマルシェイベントに広がりつつあります（写真６）。

現在、仙台市庁舎の建て替えという400億円の巨大プロジェクトが計画されています。もし市庁舎と勾当台公園をつなげて一括活用できるようにし、グリーンループともつなげることができれば、ここが新たな都市の中心になり、エリアの価値を上げることができると思います。

⑶ 沼津市との取り組み「泊まれる公園　INN THE PARK」

沼津市の愛鷹公園に1973（昭和48）年に開所した「少年自然の家」が老朽化により廃墟のようになってしまい、その施設を活用してくれる民間事業者の募集がプロポーザル方式でありました。結果的に、応募したのが当社だけだったのでそのまま引き受けることになりました。現地に行って

写真６／勾当台公園

写真７／泊まれる公園　INN THE PARK

みると、建物はボロボロでしたが、周りには素晴らしい公園があったので、公園自体を楽しんでもらおうというコンセプトで、建物を宿泊施設にコンバージョンし、「泊まれる公園　INN THE PARK」という名をつけました。

事業運営については、株式会社インザパークという事業会社を作り、オープン・エーが1,000万円を出資、それに民都機構と沼津信金がファンドを組成し2,000万円を出資、資本金が合計で3,000万円。その上に、沼津信金が3,000万円を融資し、合わせて6,000万円の資金でスタートしました。建物は10年の定期借家で借りて、当社がホテルのオーナーとして運営しています。事業実施のプロセスにおいては、公園法や建築基準法などが関係してくるので、沼津市役所がプロジェクトチームを作り公民で一緒になって進めていきました。森の中に浮かぶ球体型のテントやドームテントに泊まれるということで、この場所が有名になっただけでなく、住民たちが映画祭やいろいろなアクティビティイベントを開くなど、この公園を使いこなし始めました（写真７）。また、市役所の人たちも他の自治体に呼ばれて、このプロジェクトについて講演をすることがあるようですが、“公園の使い方を変えることで、この地域のエリアの価値が上がった”と話しているようです。

公民連携の３つのパターン

このような実験的な取り組みを通じて感じたのは、これからは「民間主導行政支援型の公民連携」が必要だということです。さらに、その方法には①プレイヤー型　②プロデュース型　③エージェント型の３つのパターンがあり、これらの方法によって公民連携で公共空間を再生することができるようになると思います。

まず、プレイヤー型は、公共空間を民間事業者が賃貸し、プレイヤーとして公共空間を再生する

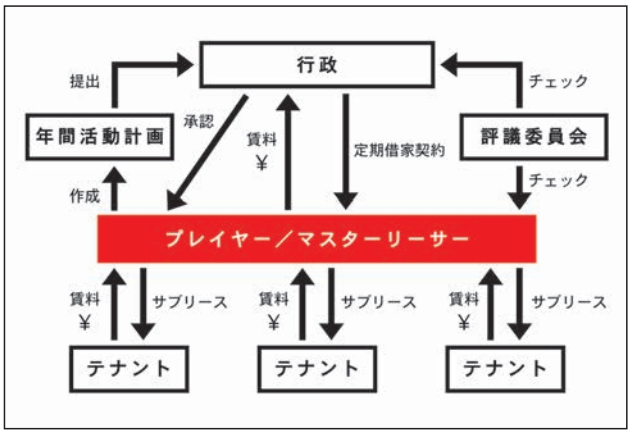


図３／公民連携のパターン（プレイヤー型）

方法です。インザパークの場合がこの方法で、行政から建物を借りて民間の責任で公共空間を運営します。沼津市もテナントである私たちが倒産してしまっては困るので、私たちの要望も比較的よく聞いてくれますし、お互いがリスクを持ち合うシンプルで強い連携の仕方だと思います（図３）。

次にプロデュース型は、事業主体は行政で、民間企業が業務委託や指定管理者の形で入り、プロデューサーの役割で関わる方法です。南池袋公園の取り組みがそれに当たりますが、実際に豊島区と完全な二人三脚でやれているかというとまったくそんなことはなく、イベントを企画してもそこに企業協賛をもらうことはできないと言われてしまうなど、民間に対する自由度はまだ低く、nestも非常に立場の弱いプロデュース会社として関わっているにすぎません。民間事業者が公共空間をもっとしっかりとプロデュースできる制度が整わないといけないと思いますし、行政の気まぐれに

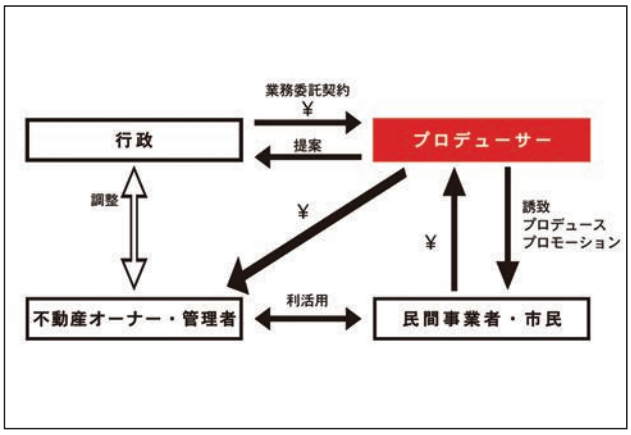


図４／公民連携のパターン（プロデュース型）

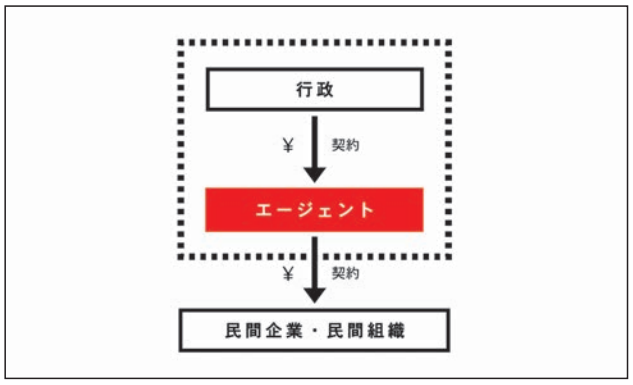


図5／公民連携のパターン／エージェント型

左右されず、一方で民間側のパブリックマインドが担保できるような、新たな契約のあり方が必要だと思います（図４）。

エージェント型は、どちらかというと再開発の事業モデルに似ており、公と民の双方が出資し共にリスクをとりながら事業運営していく形です。岩手県紫波町のオガールプロジェクトがこのパターンです。そこでは、PPP[※3]のエージェントである岡崎氏がファイナンス手法を駆使しながら運営をしています。アメリカではこの方法が広まっているようですが、日本ではまずプレイヤー型とプロデュース型をもっと洗練するところから公共空間の活用が始まっていくといいと思います（図５）。

公共空間と民間企業をマッチングする

“公共空間を使い倒す”というカルチャーを作るべきだと思い、「公共Ｒ不動産」というウェブサイトを立ち上げました。東京Ｒ不動産は民間の物件と使いたい人をつなぐサイトですが、公共Ｒ不動産は、公共空間と民間企業をマッチングするサイトです。このサイトには公共空間の活用の方法や、行政が貸したい・売りたいといった公共空間が並んでいます。当初はこのサイトを通じて生まれる仲介手数料で事業化ができないかと考えていましたが、公共空間は払い下げになるため仲介手数料が発生しません。そこで、マネタイズ方法として、公と民の間に立つコンサルティングというニーズに着目しました。民間の理論や進めるスピード感は行政のものとは違いますし、お互いの言語も違うのでなかなか両者は擦り合いません。そのため、中間組織として両者の間に入り、翻訳しながら、お互いの収益と責任の範囲を線引きし、契約をまとめていく役割が必要になると思いました（図６）。今では公共Ｒ不動産は、本業であるメディア業に加え、プロデュース業、コンサルティング業の融合体のような事業者になりつつあります。

これまでいろいろな事業に関わってきて、公共空間を利活用するためには、活用したい事業者を見つけ、さらにそこに関わるコンサルティング会社や、設計事務所、ゼネコンといったステークホルダーを横串しにし、３年から５年くらいの期間の事業の進捗プロセスをマネジメントする存在が必要だということがわかってきました。しかし、このようなまどろっこしいプロセスがある限り、公共空間の利活用には誰も取り組もうとは思わない

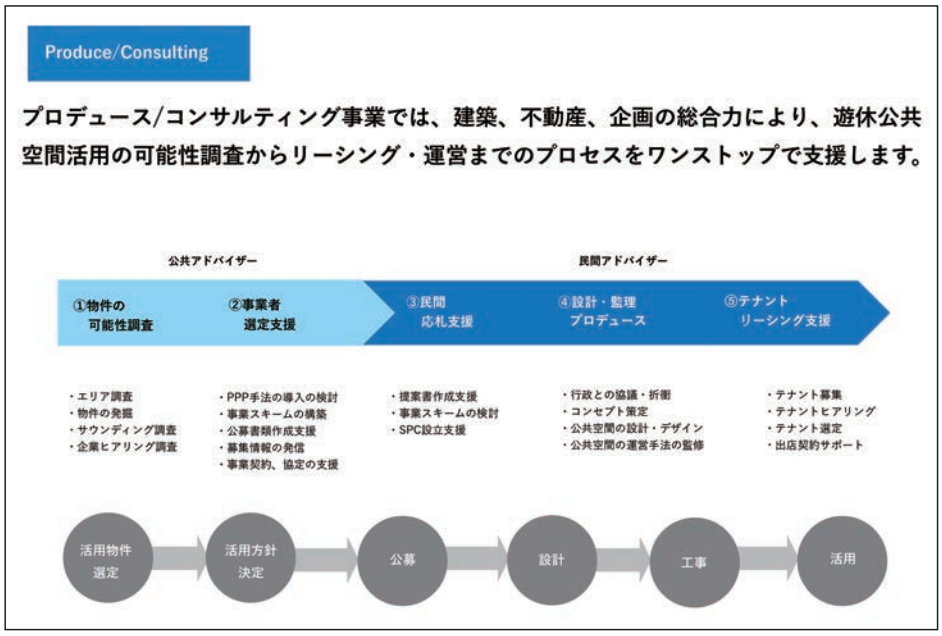


図6／プロデュース、コンサルティング事業の流れ

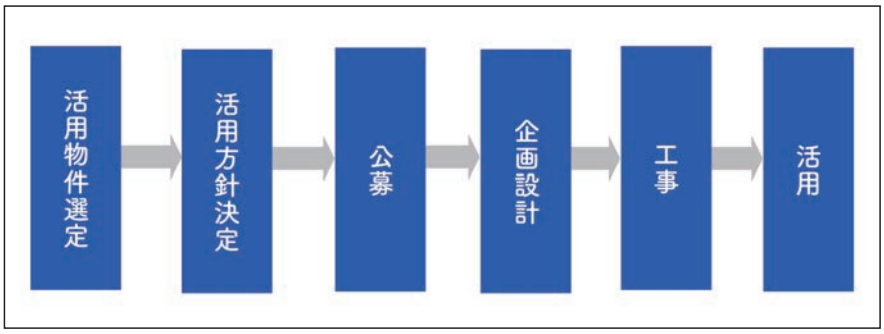


図７／従来の公募のプロセス

でしょう。そこで考えたのが、公共空間の「逆プロポーザル方式」です。

これは、公募のプロセスを従来のものと逆転させるという発想です。今までのプロセスは図７にある項目を全て丁寧に順を追って進めてきましたが、結局は最後の項目であるこの空間を活用したいという事業者が見つかるかどうかが全てを決めるわけです。行政の事業で恐ろしいのは、作ったのはいいけれど結局活用者がいなくて赤字になってしまった、という施設がゴロゴロしていることです。だとすればこのプロセスを逆転させようと発想しました。つまり、まず最初に民間事業者が自治体の人たちに対して自分たちの事業内容をプレゼンし、「私たちはこのコンテンツを持っているが、このコンテンツが欲しい自治体はいるか？」と手を挙げてもらう方式です。ひと昔前にテレビでやっていた「スター誕生」のイメージで、スカウトしたい音楽プロダクションや芸能プロダクションの役割が自治体になります（写真８）。2018年に初めて行ったところ非常に盛り上がり、実際に５つの事業者が活動し始めています。自治体にはぼんやり参加されても意味がないので、具体的に使ってほしい物件を持って参加してくださいとお願いしています。実際に、お城の一部を活用してほしいとか、市民ホールが使われていないので使ってほしいといった案件を持って参加してくれましたし、事業者からは空き物件を宿にしたいとか、通信制の高校の生徒が集まれるリアルな場所にしたい、といったニーズが出てきました（図８）。

図８／自治体から募集があった施設等

最終的には、公共空間を使って“楽しくなる風景をつくるきっかけとなるシステム”、いわば社会のOSを創りたいと思っています。そのためには、リアルな実例としての空間と、それが動くための制度と、それを動かすための組織と、社会に還元されていくためのメディアの４つの柱が揃うことが必要だと思います。このようにして公共空間の活用にチャレンジしているところです。

［写真および図版は全て株式会社オープン・エー提供］

※１　公共施設等に名称を付与する権利（命名権）およびこれに付帯する諸権利等。
※２　特定公園施設等の整備、改修等を一体的に行う者を選定する公募設置管理制度。
※３　官民パートナーシップ（public-private partnership）

写真８／公共空間の「逆プロポーザル方式」

［講演：2019年10月］

住まいを良くしようという意欲と行動が「幸福な住まい」をつくる

住宅産業がこれから取り組むべきことは、住まい手の“主体性”を育てること

講演録

住まいの幸福を疑え：“ハコ”より“暮らし”が重要だ

「もっと、住むことの自由を。」を活動のコンセプトに掲げるLIFULL HOME'S総研は、住まい手も含めた市場関係者に対して、“現状の市場での住宅の存在の仕方を疑い、新しい暮らし方・住まい方の議論をする”きっかけになればと、昨年「住宅幸福論Episode.1『住まいの幸福を疑え』」というレポートを出しました。今でもよくメディアで話題になる、“持ち家か賃貸か”“新築か中古か”“戸建てかマンションか”というテーマに対し、国の調査等では、持ち家志向は依然８割弱あり、半数以上は中古より新築のほうがいいと答え、65%は戸建て希望と、1970年代の“住宅すごろく”の考え方がまだ残っている気がします。

いつかは庭付き一戸建てを所有するという“住宅すごろく”を支えた社会構造というのは、地価は上昇するという前提があり、一つの家族が一つの家に住むという常識が適用され、父親は会社で働き、母親は家にいて家族の面倒をみるという性別で役割分担されたファミリー像をもちます。そして、父親は正社員・終身雇用・年功賃金のもとでローンを組み、都心に働きに行くために郊外に住宅地が広がる、というものでした。しかし、令和の時代を不動産、家族、働き方の３つの側面から展望してみると、不動産の市場は人口減少に伴い空き家が増加し、高経年のストックが増え、不動産価値は全体的に下落していきます。家族のあり方やライフスタイルは非常に選択的になり、性役割的な分担はなくなっていきます。さらに、働き方も正社員で終身雇用という前提は大分怪しくなってきましたし、毎日は通勤せずネットを使ってリモートで働くことができる人が増えていきます。そうなると都心から近いかどうかで家を選ぶ必要がなくなり、住みたい場所に住めばいいという選択になります。このように、“住宅すごろく”を支えてきた社会構造は崩れつつあり、この流れ

島原万丈 氏
（しまはら まんじょう）

株式会社LIFULL／LIFULL HOME'S 総研所長
1989年株式会社リクルート入社。2005年よりリクルート住宅総研。2013年3月リクルートを退社、同年7月株式会社ネクストでHOME'S総研所長に就任。他に一般社団法人リノベーション住宅推進協議会（現（一社）リノベーション協議会）設立発起人、国交省「中古住宅・リフォームトータルプラン」検討委員など。

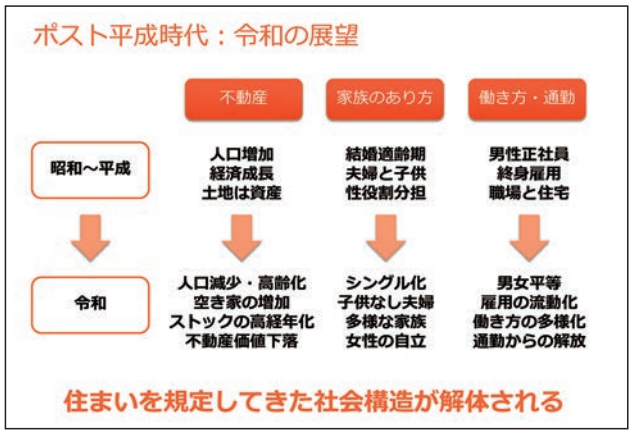


図1／令和の時代を展望する

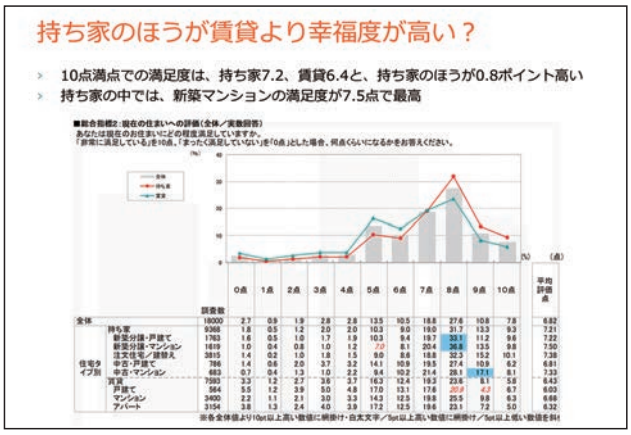


図2／年収要因調整後の住まいの幸福度

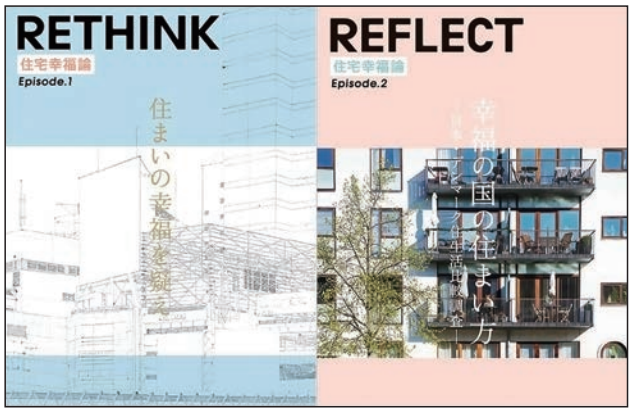
は逆流することはないだろうと見立てられる一方で、消費者の住宅観はいまだに“持ち家で新築の戸建て”志向が健在であり、将来の見立てとの間にズレが生じていると考えられます（図１）。

そこで、そのような住宅観の背景を明らかにするために、全国18,000名を対象にインターネット調査を行いました。“現在の住まいへの評価（満足度)”を聞いてみると、10点満点で平均評価点が“持ち家”の人が7.2、“賃貸”の人が6.4、“新築戸建て”が7.2、“中古戸建て”が6.8という結果でした。一方満足度を別の角度から分析すると年収と見事に相関しており、世帯年収が高ければ満足度は高く、世帯年収が低ければ満足度も低いという結果になりました。さらに世帯年収別に住居の所有形態を見ると、年収600万円を超えると持ち家率が約65%に跳ね上がるとともに、年収が高くなるほど新築比率、一戸建て比率が上がります。

すると“持ち家”の人のほうが満足度が高いというのは、はたして住宅のタイプのことを指しているのか？という疑問が出ます。内閣府等の調査では、世帯年収が高ければ幸福度も高くなるという結果が出ていて、また、幸福学の研究では、人生の幸福度が高い人は仕事、家族、家に対する満足度も高いことが知られています。そうすると、賃貸より持ち家、中古より新築に住む人のほうが満足度が高いというのは、住宅のタイプの違いではなく“年収”の差によるのではないかと考えられます。そこで、住宅の幸福度に影響を与える年収という要因（交絡要因）を除いて集計し直すと、“持ち家”が7.6、“賃貸”が7.0、“新築戸建て”が7.5、“中古戸建て”が7.2という結果になり、調整前より差が縮まりました。つまり、世帯年収の影響を排除すると住居形態による幸福度に大きな差がないということになります（図２）。さらに、満足度が高いと感じている人を分析してみると、“住んでいるまちが好きになった”“家族のふれあいや趣味に没頭する時間的ゆとりができた”“建物の経年変化を「味わいがでてきた」とポジティブに受けとめている”という項目が高いという共通の特徴がありました。そのようなことから、「住まいの幸福度を高めるには“ハコ”より“暮らし”が重要だ」ということが、Episode.1で出た結論です。

デンマーク人にとって「家は自分のアイデンティティー」

Episode.1の結論を受けて、どんな暮らしをすると幸せを感じるのかということについて調査をしたのが、今年行った「住宅幸福論Episode.2『幸福の国の住まい方』」というレポートです。今回は日本とデンマークの住生活を比較調査しました。なぜデンマークかというと、国連が毎年実施している世界幸福度報告※1で３位から落ちたことがないことと、“ヒュッゲ※2”な暮らしという居心地の良さを大事にする彼らにとって、家とは何か、幸福な住まいはどのような意識や態度で成り立っ



住宅幸福論Episode.1＆2

ているのか、などを知ることで、住まいの幸福感を相対化できるのではないかと思ったからです。

まず、デンマークの住宅事情を見てみます。持ち家率は約49%で日本とあまり変わりませんが、“アンディール”といわれるコーポラティブに近い形で、建物は組合が所有し、居住権が売買されそれに対してローンも付くという、半賃貸半所有の集合住宅が約８％あります。また賃貸で特徴的なのは、高福祉型社会にもかかわらず公営住宅はほとんどなく、自治体が建設資金の一部を融資してNPOに建設と運営を任せている“アルミン”という非営利住宅が全住宅の約２割をカバーしている点です。住宅のスペックを見ると日本の首都圏にあたるグレーター・コペンハーゲンでは、住宅の広さの平均は集合住宅が80㎡、一戸建てが135㎡と広く、価格は集合住宅が5,300万円くらい、一戸建てが8,000万円弱です。賃料は集合住宅で13万円くらいでした。新築着工戸数の推移を見ると1970年代をピークにその後低位安定しています。それは、家を造りすぎて郊外に住宅地がスプロール化し、自然破壊も起こったことから政策的に年２万戸台に抑制したからです。その結果、古い建物が残り、今では需給がややひっ迫している状況です。

デンマークの取材では住む人の属性や住宅のタイプが違う９軒のお宅を訪問しました。そこでまず皆さんに問いかけたのが「あなたにとって家とは何ですか？」という質問です。すると即答で返ってきた答えが「家は私のアイデンティティーです」というものでした。なかには「家は私の自己紹介です」と表現する方もいて、ホームパーティなどで初めて訪問する人がいると、「まずうちのツアーから始めるよ」といって家の中をありのまま見せて回るそうです。伺ったお宅はどの家もインテリアや調度品は平均的な日本人家庭に比べておしゃれでセンスがいいのですが、必ずしもデンマークの世界的に有名なデザイナーの家具や照明を揃えているわけではなく、観光地にあるお土産品のようなものも普通に使っています。それについて聞くと「我が家にあるものは全て自分と自分の家族に何かしらゆかりのある物ばかりで、そのマグカップも、妻が旅行好きで、旅行に行く度に1個ずつ買ってくるんだよ」とのことでした。つまりそれぞれの物にストーリーがあり、そこから「家は自分のアイデンティティー」という気持ちが生まれるのだと感じました。また、工場をフルリノベーションした新築に近い建物に住んでいる女性は「まだヒュッゲではないけど、部屋に自分の好きなものを飾って、自分の家を自分らしく育てている」と話してくれました。

住まいに対して低次の欲求に留まる日本人と、高次の欲求を持つデンマーク人

日本とデンマーク人の住宅観を比較するために、日本の首都圏とデンマークのグレーター・コペンハーゲンに住んでいる1,000人を対象にインターネット調査を行いました。まず、“あなたにとって住居とはなんですか？”という質問です。多くの項目に対してデンマーク人は“あてはまる”と回答したのに対し、日本人はどの項目もスコアが低く答えが出ないという結果でした。日本人の回答の中で比較的高い項目が“家は誰にも邪魔されずリラックスする場所”“家は誰も立ち入ることができないプライベートな場所”であるのに対し、デ

ンマーク人の回答は“家は友達や仲間を招いて交流する場所”“家は自分を取り戻す場所”という項目でした。家をプライベートで休息する場所と考える日本人に対し、人を招いて交流し、本来の自分を取り戻す場所と捉えるデンマーク人の違いがみてとれます（図３）。

次に、理想の住居・住まいイメージの強さについて聞きました。するとデンマーク人の半数が“明確に持っている”と回答したのに対し、日本人は25%にすぎず、特に男性単身・中高年層になると15%と、多くの人が何のイメージも持っていないという結果でした。では具体的にどのようなイメージを描いているのかについて聞くと、両者に共通して高かった項目は“自分が好きなもの・心地いいものだけに囲まれて暮らしたい”“心からリラックスしたりぼんやりできる空間で暮らしたい”です。一方、日本人は高くデンマーク人が低い項目は“有名メーカーや大手企業が造った家”“最新の設備が整った家”など、モノ寄りのハードウエア重視の回答が目立ちます。逆にデンマーク人のスコアが高い項目は“刺激や着想が得られるような家”“住む街の景観や歴史と調和した家”“親しいご近所付き合いのある家”などとなっており、ローカルコミュニティを大事にしようとする視点がみられます（図４）。

そこで、地域での暮らし方を比較してみようと、住んでいる「街」の満足度について聞きました。10点満点で、平均するとデンマーク人7.5、日本人7.1となり、差が少ないようにみえますが、9点、10点をつけた比率はデンマーク人のほうが大きく上回っています。さらに住んでいる「街」について気に入っている点を聞くと、両者で大きな差が出ました。日本人は“街の治安が良い”“通勤通学がしやすい”“静かに暮らせる環境がある”という項目が上位に来ますが、全体的にどの項目もスコアが低く、気に入っている点が少ないのです。それに対してデンマーク人の回答は多岐に及び、“道路や交通などのインフラが整っている”ことはもとより、“自然に触れられる機会が多い”“街並み・景観が美しい”“市民のサークルやクラブ活動が盛ん”“自分らしくいられる街である”“さまざまなチャンスに巡り合える街”という項目も高いという結果でした（図５）。それを「マズローの欲求５段階仮説」にあてはめてみると、日本人が安全性

日本人とデンマーク人の住生活比較

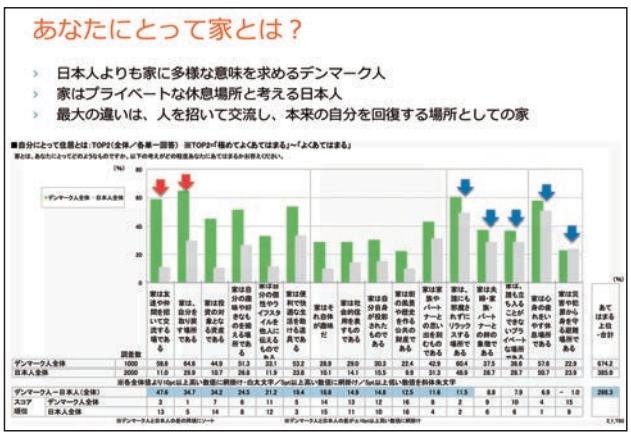


図３／自分にとって家とは

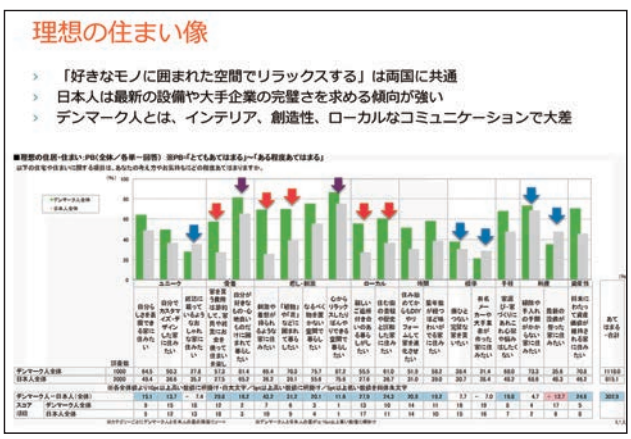


図４／理想の住まい像とは

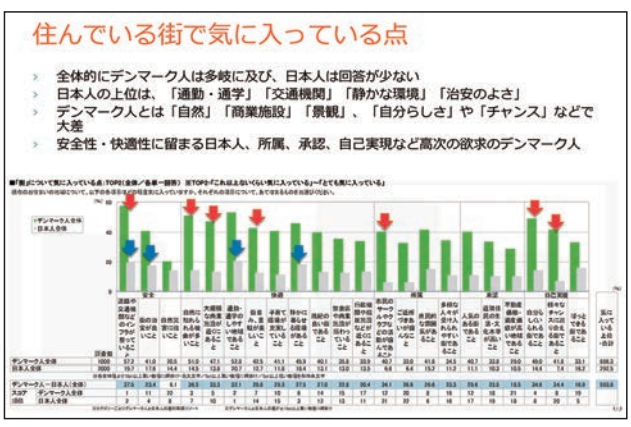


図５／住んでいる街の気に入っている点

や快適性などの低次の欲求に留まるのに対し、デンマーク人は、所属、承認、自己実現といった高次の欲求を追求していることになります。

地域コミュニティとの交流頻度について聞きました。すると、日常的に交流がある割合はデンマーク人56%に対して日本人は16%、特に日本人の単身世帯の半数弱（47%）はまったく交流がないとの回答でした。さらに、“住んでいる地域によく会って話をする親しい友人は何人いるか”という質問では、0を除いた平均数はデンマーク人6.7人に対して日本人は4.5人ですが、日本人の46%が親しい友人はまったくいないと回答し、子どもがいない世帯（単身と夫婦のみ）の半数は友人が0でした。ここから日本人は子どものつながりのパパ友、ママ友が地域コミュニティとの手掛かりになっていることがわかります（図6）。自宅に招く頻度にも大きな差があり、月に1回程度友人を招く比率はデンマーク人が80%弱あるのに対し、日本人は16%。日本人の半数は年に1回もないと回答しています。デンマークではパーティといってもとても気楽な感じで、私も訪問先で「今度うちでパーティするから来ない？」と誘われたので行ってみると、そこには何も用意されてなく、皆で買い物に行きキッチンで料理をしながらおしゃべりをしてパーティが始まるという感じでした。

住んでいる「家」の満足度を聞くと、デンマーク人が7.0で日本人は6.7とそれほど大きな差はみられませんでした。住宅のタイプ別にみると、デンマーク人は戸建ての満足度が、日本人は集合住宅の満足度が高く、持ち家と賃貸では両者とも持ち家の方がスコアは高いですが、その差はデンマークの方が小さいという結果でした。しかし一方、今住んでいる「家」について気に入っている点を聞くと、衝撃的な結果となりました。まず日本人は全体的に回答が少なく、そのなかでスコアが高かった上位3項目が“日当り、風通しが良いこと”“持ち家であること”“新築で購入・建設したこと”です。一方、デンマーク人は回答が多岐に及び、しかも快適性を表す項目以外に“友人を呼んで交流できること”“創造性が刺激される空間であること”“自分らしさが表現される空間であること”といった項目も高く、デンマーク人の家は快適性を備えるだけでなく、自己実現や所属の欲求までも満たしてくれているということがわかります。その感覚は賃貸住宅に住む人にも共通で、彼らは“賃貸住宅でも自分らしい空間は作れる”という意識を持っているようです（図7）。

さらに、住まいの改善意欲について聞くと、普段から自分の住まいをより良くすることを強く心掛けている割合は、デンマーク人が41%に対し、日本人は23%と倍に近い差になりました。特に夫婦やカップルなどの2人以上の世帯でその傾向が強く出ました。リフォームやリノベーションの経験については、持ち家と賃貸両方合わせてデンマーク人の43%が経験ありで、日本人は19%です。デンマークでも賃貸住宅には原状回復義務があるようですが、3割の人が部屋の改修の経験があり、大家に事前に確認を入れながら行っているようです。リフォームやリノベーションの目的に関する質問では、日本人がデンマーク人より上回っている項目が“古びた見た目をきれいにするため”“不具合や故障を直すため”といったマイナスになった部分をゼロまで戻すものが多いのに対し、デンマーク人は“好みのデザインやインテリアにするため”“高性能な設備にグレードアップするため”といった今の状態よりもっと良くしようとする項目が高いという違いが出ました（図8）。また、家具の配置替えやインテリアの模様替えの頻度を聞くと、デンマーク人は22%が頻繁に行っており、キャンドルやライティングを楽しんだり、観葉植物や絵画やポスター、特に家族の写真を飾っているのに対し、日本人で行っているのは6%前後にすぎず、なにかやっていることと言えば“こまめに掃除や片付けをしている”というものでした。

以上の調査結果からわかったことは、日本人は家をプライベートな空間だと考えているが、実質

的には“寝に帰る場所”に過ぎず、そのため、利便性や治安のいいことが家に求める大事な要素になり、家を居心地よくするためにもっと改善しようという意欲は低い。それに対してデンマーク人は、家は人を招く交流の場であり、自分を表現する場所であると考え、人を招いて交流することで幸福感を得ています。そのため欲求のレベルは高次で、ヒュッゲを重視し住生活の改善にすごく熱心だということです（図９）。

幸福な住まいを実現するには住み手の主体性が必要

そうなると、家は自分のアイデンティティーと答えたデンマーク人がなぜ、満足しているはずの家を、リフォームや模様替えなどで改善し続けるのか？という疑問が生じます。アイデンティティーとは、“飽きたから”などの理由でころころと作り変えられるようなものではないからです。おそらくそれは、彼らが家というものに対して自分の理想を投影しているからなのだろうと思います。こう暮らしたいという理想の暮らしは、こうなりたいという理想の私とイコールですが、それは決して本当の自分というものではなく、むしろ憧れのようなものを家に表現しているのではないか。そしてそこに友人を招いたり、友人に招かれたりして大好きなインテリア談義をするなかで、理想とのずれに気付き、そのずれを直すために家を改善する。そのようなサイクルを通じて、日常的に自分の理想の暮らしを追求しているのだと思います（図10）。

このように、自分の住まいを良くするということは自分の人生を良くすることにつながるのです。つまり幸せな住まいを実現するためには、住まいに対する“主体性”を持つことがとても大事で、日本人に最も欠けているのはその“主体性”ではないかと思います。住まいを自らより良くしようとする意欲と行動によって「幸福な住まい」を実

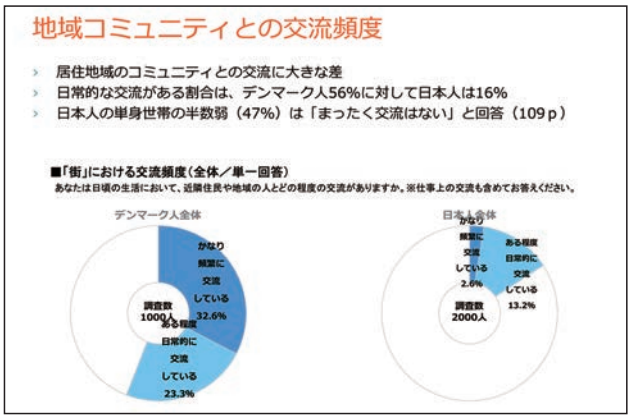


図６／地域コミュニティとの交流頻度

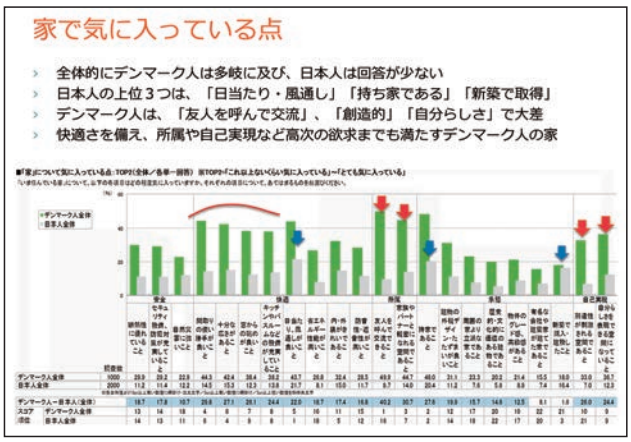


図７／家について気に入っている点

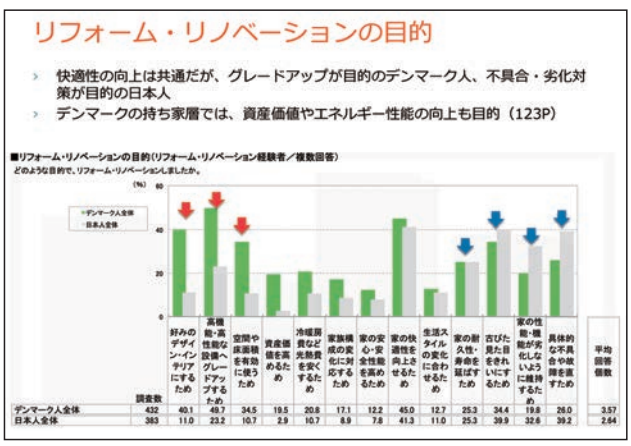


図８／リフォーム・リノベーションの目的

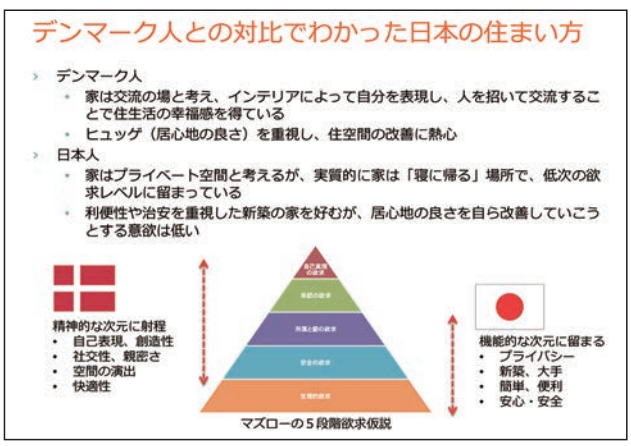


図９／日本人とデンマーク人の住まい方の対比

現するデンマーク人に対し、不具合があればそこは直すが、自分でさらに住まいを良くしていこうという気持ちがないところに、日本人の住生活の貧しさの根本的な要因があると思います。

『人生がときめく片づけの魔法』の著者の近藤麻理恵氏は、“片付けはマインドが9割”と述べています。彼女が提供しているのは片付けのテクニックではなくマインドで、それは自分の人生は自分で良くしようというマインドのこと。本当に大事なことはその人自身の生活に対する意識や考え方で、何に囲まれたいかという個人的な価値観がないと片付けなどできない。そのため最初に「理想の暮らしを考える」ことを徹底的に教える、と言っています。

住宅産業はこれまで、“いいハコ”を提供することを一生懸命考え、完璧でクレームの起きない商品を提供してきましたが、住まい手のマインドや主体性を育てるという発想はありませんでした。

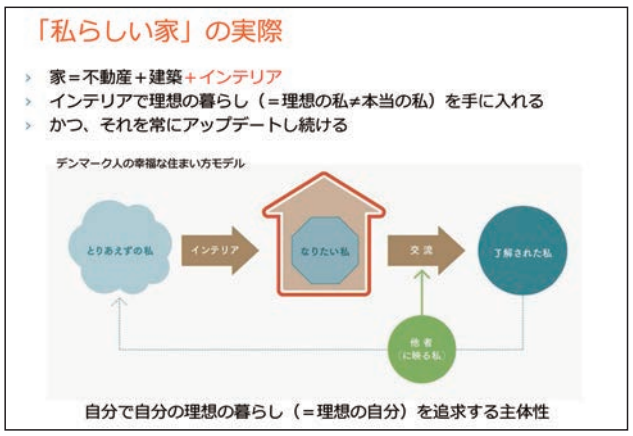


図10／「私らしい家」を実現するには

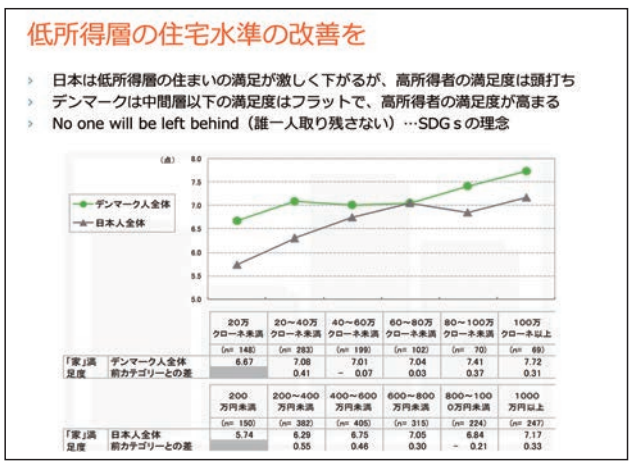


図11／低所得層の住宅水準の比較

不動産業を含めた住宅産業は、これからは住まいの幸福論的な考え方に立ち、いいハコを供給する、流通させるだけの産業に甘んじるのではなく、そこに住む人の主体性をどう育てていくのかという視点を加えることで、住む人の幸福度をもっと高めることができる産業にしていけると思います。

最後に、デンマークとの比較で“低所得層の住宅水準の改善”の必要性を伝えておきたいと思います。「家」の満足度を年収別にみると、デンマークも日本も年収が上がるほど住宅の満足度が上がる点は一緒ですが、日本の場合は年収が600万円未満になると年収が下がるにつれ満足度がリニアに下がっていくのに対し、デンマークは年収が下がっても満足度はさほど下がりません。デンマークには公的な家賃補助制度があり、その制度を使って低所得者は市場の中から自分の好きな家を選んで住んでいるようです。しかし日本にはそのような制度はありません。年収600～800万円台、それ以上の人たちは比較的大企業に勤めていたり公務員だったりするために、企業等の家賃補助制度が利用できます。さらに、持ち家に住むことも可能で、そこには住宅取得ローン控除等の税制優遇措置もあります。しかし、年収が低い人たちに対する補助は無く、公営住宅も減ってきている状況のなか、彼らは自己責任で安い賃貸物件に住まざるを得ません。国連の持続可能な開発のための2030アジェンダでは“誰一人取り残さない（No one will be left behind）”を理念としてSDGｓが設定されました。日本では世帯年収の低い人たちは満足度の低い住まいでの生活を強いられたままであることを、私たち住宅産業に携わる者は認識しておかなくてはならないと思います（図11）。

［写真および図版は全て島原万丈氏提供］

※1　World Happiness Reportのこと。2012年から国連持続可能ソリューションネットワークが毎年発表。日本は2012年の43位から2018年は54位と年々落ち続けている。

※2　デンマーク語のHygge。明確な定義はないが“居心地の良い状態”といったものを指す。

［講演：2019年12月］

RENOVATION 2020

広島県　阿伏兎観音
photo：PAKUTASO

gallery

共感を集める仕掛けで持続的なまちづくりを実現

“空き家再生プロデューサー”を育成し全国で自走させる

講演録

ボトムアップ型まちづくりの仕掛けやツールを提供する

当社は2007年に創業し、不動産の仲介や建築設計を中心に事業を展開してきました。ここ数年は不動産特定共同事業（以下、不特事業）やクラウドファンディングといったファンドの運営をはじめ、カフェやゲストハウスといった場の運営やまちづくりのコンサルティングなどを手掛けています。企業のミッションには「ライフスタイル（暮らし方、働き方、生き方）について自ら考え、自ら選択することのできる仕掛けを提供し、共創する機会を生み出すことで、持続可能で豊かな社会の実現に貢献します」ということを掲げています。そしてこのミッションを達成するため、“みんなで一緒にまちづくり！”を合言葉に、実験を繰り返しながら住民参加型のまちづくりにチャレンジしています。

例えば不動産の仲介をする場合も、家を買いたい人にはまずまちづくりの仲間になってもらいたいので、物件紹介をする前にその地域の人たちのライフスタイルを知ってもらうようにします。例えばその手段として、バーベキューに参加してもらうことを通じて地域の皆さんと友達になってもらい、地域を気に入ったうえで物件を購入してもらいます。このように当社の仕事は、バーベキューに始まりバーベキューに終わります（笑）。家の設計の場合も同様に、できるだけお客様自身に手を動かしてもらおうと、家づくりノートを渡し、どんな家にしたいのかというコンセプトや図面を描き、模型も自分で作ってもらいます。当社の設計士はその過程ではなるべく手を出さず、最終的な確認図面に落とすところだけを行っています。そのような家づくりをすると、お客様が「オープンハウスをしたい」と言ってくれて、家を建てたいという人がいれば、お客様自身が説明し勝手に営業してくれるようなことが起こります。土地・建物を分譲する場合にも、開発申請等プロがすべき

福田和則 氏
（ふくだ かずのり）

1974年兵庫県生まれ。外資系金融機関勤務を経て、2007年㈱エンジョイワークスを設立。行政や事業者任せにしない「まちづくりや家づくりのジブンゴト化」による豊かなライフスタイルの実現をテーマに、不動産および建築分野において事業展開を行う。また、空き家・遊休不動産の再生・利活用プラットフォームであるユーザー参加型Webサービス「ハロー！RENOVATION」をリリースし、「まち」「ひと」「お金」の新たな関係性の構築に取り組む。

写真１／バーベキューによるコミュニケーションの様子

ことは行いますが、その土地をどのように活用するかは、お客様に積極的に参加してもらい決めていきます。このように、ビジネスのプロセスにおいてできるだけ多くの人たちとコミュニケーションをとる機会を設け、その場にコミュニティや仲間が生まれるようにしています（写真１）。

「共感投資」のプラットフォームを創る

2017年の不特法の改正は、当社にとって大きな転機になりました。まず、2018年に小規模不動産特定共同事業者（以下、小規模不特事業者）に登録し、2019年には資本を増強して不動産特定共同事業者の資格を取得しました。またクラウドファンディングで投資家を募集することができるようになったことから、第二種金融商品取引業者の免許を取得し、不特法の３号と４号事業者の登録も申請しました。小規模不特事業者に登録した理由は、中小不動産業者でも空き家を再生する際に小口の投資を募ることができ、それを通じてプロジェクトに関係する人を増やすことができると思ったからです。さらに地域ごとに小規模不特事業者が生まれるようになれば、各地域の魅力に合った新しいプロジェクトの創出が可能になり、共感を幅広く集めることで地方でもお金が回る仕組みが成り立つと思いました。また、クラウドファンディングも単純な募集サイトではなく投資型にし、皆でまちづくりを目指せるような「共感投資のプラットフォーム」になることを目指しました。

（1）泊まれる蔵プロジェクト

小規模不特事業で、築100年以上の蔵を宿泊施設に改修した事例です。耐震調査をしたところ大きな問題はなさそうだったので、宿として活用することにしましたが、中の広さは上下合わせて20㎡しかないため、できることはある程度限られていました。そこで、コンセプトを“非日常を体験できる空間”とし、どのような施設にするかについては女性の皆さんと一緒に考えることにしました。そのためFacebookやInstagramで情報発信するとともに、女性に集まってもらうイベントを20回近く開催しました。イベントでは“この宿にどんなアートがあるといいと思いますか？”“どんなインテリアにするといいですか？”といったテーマを投げかけ、彼女たちから出た意見を積極的に盛り込んでいきました（写真２）。実際に“インテリア女子”の皆さんから出た“女子会がしやすい”という意見を採用して、２階のベッドは小上がりにしてマットレスを置くようにし、その土台を“DIY女子”の皆さんと一緒に作りました。また、ゲストハウスや宿の運営に興味のある“経営女子”の皆さんには、どのような運営をすればいいかについて意見をもらいました。参加した皆さんには、自分たちが宿づくりに関わったという意識を持ってもらえたと思います（写真３）。

写真２／女性たちの意見から生まれた“非日常を体験できる空間”

写真３／宿づくりに関わった女性メンバー

改修費用は1,600万円かかりましたが、湘南信用金庫から1,000万円を融資してもらい、600万円はクラウドファンディングで集めました。それまで約２カ月半にわたり何回もイベントをしていたので認知度も高まり、クラウドファンディングは即日で募集が終了しました。投資をしてもらった37名の方には、３カ月に一度のレポーティングは当然ながら、オフ会のような形で集まってもらい、宿の稼働状況や売上げを説明し、課題の共有と今後の改善案について意見を出してもらいました。事業スキームは、当社が匿名組合営業者として月17万円の賃料を支払い７年の定期借家契約で蔵と駐車場２台のスペースを借り上げ、宿の運営をしている子会社の㈱グッドネイバーズが当社に月43万円の賃料を払い、その差額を元本の返済と投資家へのリターンにあてます。運用期間は４年２カ月で、リターンは年率４％で設定しました（図１）。

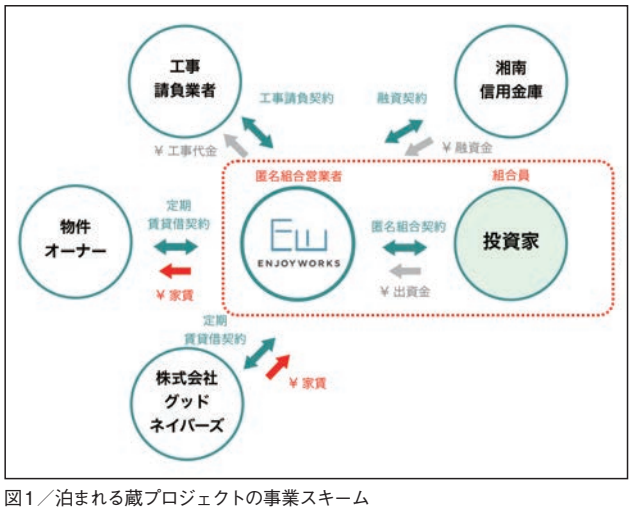


図1／泊まれる蔵プロジェクトの事業スキーム

（2）桜山シェアアトリエ

逗子や葉山はアーティストやクリエイターが多いところです。しかし、大きな絵を描くとか、彫金のために重たい重機を入れるとか、大きな音を鳴らしたいとなると、それが可能な場所が無いというのが彼らの悩みです。実際にそのような場所を探してほしいという相談もたくさんもらっていましたが、応えられない状態でした。そこで彼らを集め、どれくらの広さが必要で、幾らくらいの賃料なら払えるのかということをざっくばらんに語ってもらうブレスト会議を開きました。そこで出た意見は、作業スペースは５㎡くらいあればよく、共用部を設けそこにキッチンやシャワーがあればなおよし、そして自分の空間は自分でいじれるようにしたい、賃料は月２万円くらいならなんとかなる、というものでした。するとその後、借地権付きの物件で廃工場が売りに出たという情報が入り、早速見に行ったところ、５㎡の広さのブースが15程度設置でき、共用部も確保できそうでした。物件の価格は700万円で、そこに300万円かけて共用部等を整え、合計1,000万円の投資に対し、ブース当たり２万円で貸せば年間360万円の収入が見込めます。オーナーからは将来は建物付きで土地を売ってもいいといわれており、最終的な出口も確保できたので、個人投資家の皆さんに打診したところやってみようとなりました。話がまとまると早速クリエイターたちが集まって、勝手に間仕切り等の作成を手伝い、自分たちの場づくりを始めだしました。妄想だと思っていたことが実現することになったので彼らのテンションが上がり、作業をしながら自分の借りる場所を決めていくようなことが起こりました。その結果、オープンする前に15ブースが全て埋まってしまいました。その後、オーナーがこの物件を売ることにしたのでファンドで購入し、投資家に出資してもらうことにしました。それまで３年間のトラックレコードがあったので年８％の高利回りで募集できました（写真４）。

写真４／桜山シェアアトリエ・投資家イベントの様子

写真５／旧村上邸の外観

当社が募集する投資家には一緒に場づくりに参加してもらい、投資物件をより良いものにすることにコミットしてもらいます。この物件の場合も、若くてまだ食べていけないアーティストやクリエイターを応援したいという気持ちの方が投資してくれました。

（3）中銀カプセルタワーの保存・再生

中銀カプセルタワーは黒川紀章氏が設計した世界的に有名な建物ですが、老朽化とアスベストの問題で取り壊すか保存するかで揺れています。ある日、十数戸の区分所有権を持っている方が、この建物をなんとしてでも残したい、そしてまだ収益を出せる物件だということを証明したいということで当社に相談に来られました。そこでカプセルをリノベーションし、マンスリーカプセルマンションとして賃貸したところ、現在、数か月先まで埋まっている状況です。この物件もファンドを組成して資金を募集しましたが、とにかくこの建物が好き、なんとしてでも残したいという人がお金を出しています。

（4）旧村上邸再生利活用プロジェクト

旧村上邸は、1999年に鎌倉市景観重要建築物の指定を受けた建物です。村上梅子さんという方が、住んでいた私邸を市に寄贈されました。このニュースを知って、その建物が今後どう使われるのかが気になったので、勝手に地域の人を集め、どんなふうに活用したらよいかということを考えて発表し、意見交換するという会を何度も開きました。すると市がこの建物の保存活用方針を定め、運用事業者をプロポーザル方式で公募したのです。私たちは既に地域の皆さんと使い方について議論していたので、その内容を反映した案を出したところ事業者として採択されました。地域の人には市民活動や、能舞台があるので能の練習などに使ってもらいますが、それだけでは収入が足りないので、企業の研修所として貸し出しています。建物は2029年までの定期借家契約で当社が市から借り上げ、市が耐震補強を行ったのち、900万円程度かけてリノベーションを実施しインテリア備品を整えました。改修の費用はファンドを組成し、利回りは２～８％の幅で運営成果に連動する設定で投資家を募集しました（写真５）。

（5）五條楽園エリア再生プロジェクト

京都駅の北側に、昔の赤線エリアで、遊郭が並んでいた五條楽園というところがあります。ここに建つ２棟連棟の町家を改修し、ダイニング施設

写真６／五條楽園エリアに建つ２棟の町屋

と宿泊施設とシェアオフィスを備える複合施設にしました（写真６）。このプロジェクトは知られざる京都、「UNKNOWN KYOTO」と命名し、㈱八清と㈱ONDとの３社で進めました。このような複合施設を運営するためにはコミュニティマネージャー、いわゆる“おかみ”が必要ですが、３社とも適任がいなかったため、一緒にプロジェクトに参加してくれる人を探すイベントを開催することにしました。するとたくさんの人が参加してくれて、その中から２名に決めることができました。イベントはこの２名を中心にその後も継続し、これまで計15回ほど行っています。まずこのエリアのことを知るために、既にこの辺りに住んでいる若者に話を聞いたり、地元の人たちと積極的につながろうと一緒に高瀬川の清掃をしたり、夏祭りに参加させてもらったりということを地道に行ってきました。すると、２軒隣の元遊郭のおかみさんから２階を使ってほしいと声がかかり、本池中という屋号で４部屋のシェアオフィスを先行オープンすることができました。

リノベーションについては、遊郭建築を象徴するものは極力残し、耐震補強はオーナーが行いました。施設の運営母体は３社で有限責任事業組合（LLP）を設立し、そこが匿名組合営業者から設定賃料で建物を借り上げます。また、資金調達については、まず建設協力金として３社が1,000万円ずつ出資し、そのうえで静岡銀行から1,000万円の融資を受け、さらにファンドを組成し当社が営業者になり、年率３％の設定で140名の投資家から4,000万円を集めました。この場合も投資家の皆さんには事前に来てもらい、試食会などを重ねながら施設運営についていろいろな意見をもらいました。既に投資家同士も仲良くなり友達のような関係になっています（図２）。

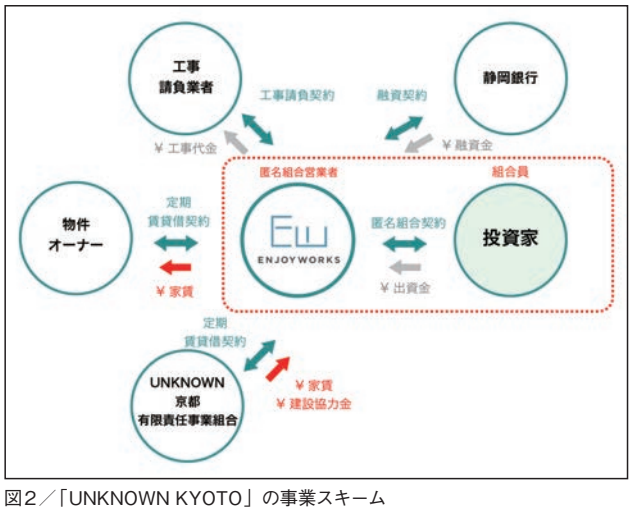


図2／「UNKNOWN KYOTO」の事業スキーム

「共感投資」という考え方

このようなプロジェクトに投資した人たちにその理由を聞いてみると、まず最初に挙がるのが事業者及び事業への共感です。また、事業に参加できるからという人も多く、イベントなどを通じて事業を作っていくプロセスに参加できるし、事業開始後も施設の運営にも関わることができ、いろいろな人に会ったり、仲間ができるということも大きな魅力のようです。さらに面白いのは、いずれは将来自分でカフェや宿を運営してみたいと思っている人が多いという点です。私たちのファンドは一口５万円の単位ですが、彼らは５万円払って３カ月に一度レポートをもらい、オフ会にも出られるので非常に学べる機会が多いという捉え方をしています。投資リターンについてはあったらいいくらいの感覚で、むしろ社会的・環境的インパクトのほうを重視しています。

このように当社のプロジェクトは、事業に関わりコミットする人を増やし、共感を得て、その結果お金が集まるという仕組みです。そのため事業に参加できる“仕掛け”が非常に大事になってきます。

タッチポイントを増やし「共感」を集める

「ハロー！RENOVATION」という名称で、空き家を活用した地域のスモールビジネスと共感投

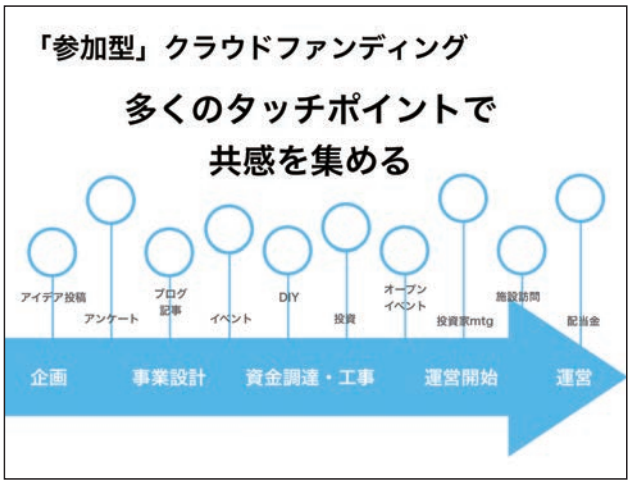


図３／参加型クラウドファンディングにおける仕掛け

資家をマッチングするプラットフォームを運営しています。それは、事業への参加の仕掛けと、投資型クラウドファンディングを組み合わせた「参加型クラウドファンディング」という仕組みです。一般的なクラウドファンディングは事業者や事業内容と投資リターンだけが示されますが、それだけだとタッチポイントは限られます。私たちは、プロジェクトの概要を示し、それに対してアイデアを投稿してもらうことから始まり、イベントに参加してもらうとか、実際に投資してもらうとか、その後、その場所に遊びに来てもらうなど、いろいろなタッチポイントを用意して共感を集めています（図３）。

現在、「ハロー！RENOVATION」に登録している会員はおよそ5,000人で、実際に投資した人は約420人になります。そして、その内７割くらいの人がいずれは自分が事業をする側になってみたいと思っています。この結果を見ると、プロジェクトの投資家（サポーター）の中から次の新しいプロジェクトのリーダーが生まれるという連鎖ができる可能性を感じます。そうなれば私たちが目指す持続的で自走式のまちづくりが実現します。

「空き家再生プロデューサー」育成プログラム

現在、松本市の蔵の活用や葉山町の古民家の活用などのプロジェクトを行っていますが、そのような連鎖を導き、日本全体に広めていくには私たちと同じような役割ができる人材が必要です。そこで昨年から、「空き家再生プロデューサー」の育成に取り組み始めました。空き家の所有者と地域の起業家と共感投資家をマッチングしたり、プロジェクトのファシリテーションができるような人材を増やすために、いくつかのプログラムを進めています。また、これは地域の協力なしでは絶対にできないので地元の自治体や金融機関の方にも声がけをしています。プログラムは３つのコースがあり、ベーシックコースは２日間で、まちづくりの手法とそれを実現するためのツールに関する講義を行い、ワークショップをしながら自分のまちで事業を行う際の模擬体験をします。昨年は10都市で実施し、92名が参加しました。京都府南丹市美山町では茅葺職人の受講者がいましたが、彼は茅葺きの家を残したいと、宅建士資格はもちろん証券化マスターの資格までとり、３軒を購入し宿泊施設にして運営しています。また、アドバンストコースは、不動産会社や宅建業免許を持つ建築会社が資金調達の手段を得るためのプログラムや各種プレイヤーと連携した事業の組立て方を学びます。そしてスペシャルコースは、アドバンストコースの実践編として鎌倉の当社の事務所に２週間来てもらい、プロジェクトの実現を目指します（図４）。

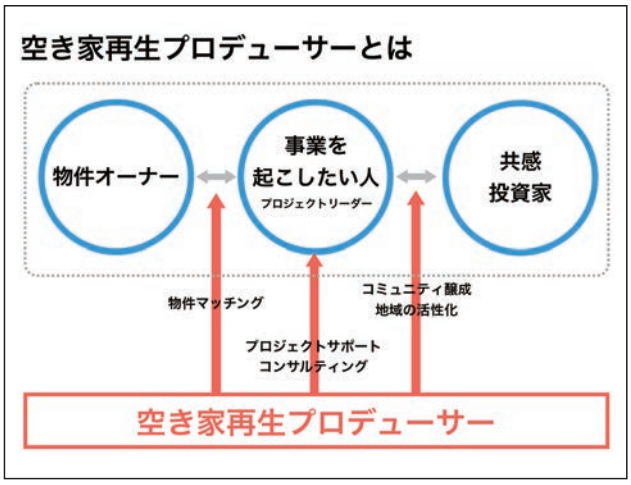


図４／空き家再生プロデューサーの役割とは

さらに講義の内容がWebで見られる「ハロリノノート」という支援ツールを作り公開しています。ベーシックコースの講義の動画やワークシートなどが閲覧でき、さらに参加者同士でコミュニケーションがとれる機能もあります。今はとにかく一緒に取り組んでくれる仲間を増やすことを最優先に考えているので全て無償で提供しています。

これからは、お金の面でも人材の育成の面でも、地域の中で自立して進めていける仕組みを作らないといけないと思います。地域の中でプレイヤーを発掘し、最初は当社が関わりますが２年、３年後に私たちが抜けても自走していけるようなプログラムになるようにしたいと考えています。

新しい「不動産業4.0」を目指す

そして、地域の“空き家再生プロデューサー”には不動産業者になってもらいたいと思っています。なぜなら、不動産業者は数も多いし、地域のネットワークを持っているし、金融機関との付き合いもあります。ただそのためには従来の不動産業者ではなく、“ニュー不動産業者”になる必要があると思います。不動産の仲介や管理を行っている業者を「不動産業1.0」とすると、設計や施工、開発や分譲などをしている業者は「不動産業2.0」、そしてみずから店舗や施設等の運営を行い、地域のスモールビジネスの開業や運営についてのコンサルティングができる業者は「不動産業3.0」という位置づけになります。そしてそのようなスキルを全て持った上で初めてファンドの運営ができることから、小規模不特事業者など資金調達手段を提供できる業者が「不動産業者4.0」となります。ただ一方で、小規模不特事業者は資本金を増強し、国に必要事項を申請すれば登録できます。すると形式さえ整えれば不動産業者4.0になれるのか？という疑問が生じます。決してそうではありません。地域のコミュニティ作りは、地域の皆さんとの関わりや信頼関係がないとできません。やはり1.0や2.0の仕事を地域でやっているというベースがあって初めて、3.0や4.0という存在になれるのだと思います。

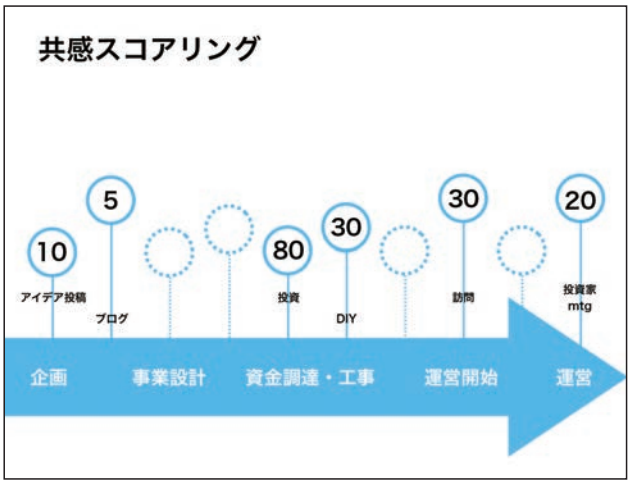


図５／スコアによる共感の可視化

「共感」の可視化へ

私たちはプロジェクトを行ううえでタッチポイントをたくさん設けていますが、参加した人たちがブログを読んだとか、イベントに参加したとか、投資をしたという行動データを蓄積し、共感スコアという形で可視化しようと思っています。このスコアは実際に行動を起こした事実の積み重ねなので、将来的に、共感スコアが溜まっている人には、こんなプロジェクトがありますとレコメンドすることができるようになります。一方、空き家再生プロデューサーや起業家たちには、集まったスコアから共感を得やすい事業計画にはこんなやり方があるとアドバイスしたり、今の運営方法をどのように変えればいいかということが分析できるようにするなど、皆で活用できるようにしたいと思っています（図５）。

［写真および図版は全て株式会社エンジョイワークス提供］

［講演：2020年２月］

RENOVATION 2020

神奈川県　横浜ベイブリッジ
photo：PAKUTASO

gallery

第2章

新しい管理のあり方を追求する

～住宅とコミュニティについて考える～

株式会社チームネット／東京都世田谷区

共用空間の魅力を生む「コミュニティベネフィット」という考え方

人と人との関係をつくるのに、最も有効な方法は何か

“提供する側”“提供される側”という、従来の構図を変えてみる

――大家や管理会社が空室対策としてコミュニティを作ろうとしても、なかなかうまくいきません。

賃貸借契約においては、大家さんや管理会社が部屋やサービスを“提供する側”で、入居者は“提供を受ける側”という構図になりますが、この枠組みの中からはコミュニティは生まれません。コミュニティというのは、自分たちが主体で、その主体同士がお互いに関係を持ち合う時に初めて生まれるものであり、常に管理されている者同士が出会っても、お客様同士の出会いにすぎず、そこからコミュニティの形成が促されることは基本的にありません。

提供する側と提供される側の図式では、提供する側はお客様に対して管理責任が課せられ、お客様は権利を持っているという位置づけになります。すると権利者であるお客様は、本来であれば住人同士で解決すべき問題も、何かあるとすぐに管理会社に対しクレームを出し、管理責任者に対する権利の行使として改善の要求をするという存在になります。

するとこの枠組みの中では、提供されるサービスの内容はどんどんつまらないものになっていきます。なぜかというと、管理責任者は自分の責任をまっとうできない領域を作り、権利者に提供したり、利用を許してしまうと、そこで予期せぬことが起きた時にトラブルやクレームの原因になるからです。したがってその枠組みを外れた行為に対しては、おのずと禁止や制限をするようになるのです。例えば、物件にフリースペースを設け、そこでバーベキューをしてもいいですよとしても、使い方やマナーが悪かったりするとほかの入居者からクレームが入ります。せっかく共用空間で入居者の利便性の向上を図ろうとしても、権利者としての入居者の要求水準がどんどん高くなり、管理者はそれに対して辟易としてしまう構造になり

甲斐徹郎 氏
（かい てつろう）

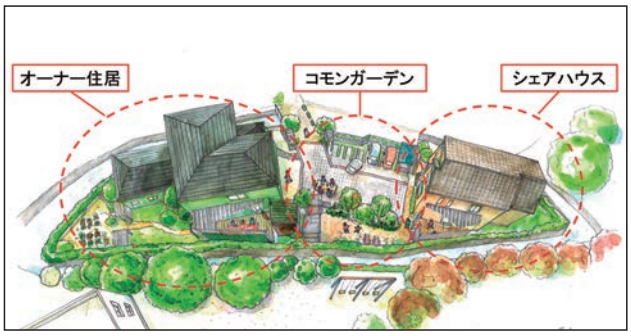
建築・まちづくりプロデューサー／株式会社チームネット代表／立教大学・都留文科大学非常勤講師
1959年生まれ。千葉大学文学部行動科学科卒業。1995年、環境と共生する住まいとまちづくりをプロデュースする会社として株式会社チームネットを設立。個人住宅から集合住宅、商業地開発まで、環境とコミュニティを生かした数多くのプロジェクトを手掛ける。著書に『まちに森をつくって住む』（農文協）、『自分のためのエコロジー』（ちくまプリマー新書）、『不動産の価値はコミュニティで決まる』（学芸出版社）など。

ます。そうなると、それを避けるために管理者は入居者に暮らしの制限を与えざるを得なくなります。結果的に、入居者はお金を払い、権利としてその場所を確保しているにもかかわらず、権利者である限り常に制限の内側でしか生活ができなくなります。入居者は、本当は緑豊かな気持ちのいい環境の中で、人との出会いやコミュニケーションを楽しみたいと思っていても、賃貸住宅は管理者から行為を制限されるので、入居者同士のコミュニケーションはできにくくなるのが実態です。

――従来の枠組みにとらわれない動きがでてきました。

最近の賃貸に関わる新しい人たちの試みというのは、コミュニティを作ろうという話が先にあるのではなく、提供する側、される側という関係が場の価値を小さくしているのだから、それを外して考えてみようというアプローチが出てきているのではないかと思います。つまり、入居者は常に提供される存在ではなく、自分たちの暮らしに対して主体的に関わりを持ちながら、関わり合った者同士が出会い、そこで“お互いさま”といえる関係を作り、お互いが尊重し合えるコミュニケーションを始めようとする動きです。例えばDIYを暮らしの中に入れていく試みは、結果として従来の構造を変えることになります。自分が賃貸した空間に対して自分たちで手を加えて作業をしてもいいとなった途端に、今度は自分たちが作り出す側になり、与えられるのではなく暮らしに対して主体的に関わる行為をすることになるのです。

このようにDIYのようなちょっとした仕組みを取り入れるだけで人の意識は大きく変わります。入居者が“自分たちがそこに対して主体的な関わりを持つんだ”“それが自分たちの暮らしなんだ”と思える状況を生みだせると、お客さんとしてではない主体としての出会いが生まれ、入居者同士の関係はまったく違ったものに変わっていきます。



コミュニティベネフィットを考慮した建物とコモンスペースの配置（シェアハウス あまつ風／福岡県春日市）

――私たちはコミュニティが希薄な社会を容認してきました。

例えば、昔ながらの集落で過ごすと大きな豊かさを感じます。それは、人間関係が優しくて皆がつながり合っていることを感じられるからであったり、自然の環境が残っていて環境と暮らしが一体化し、共生し合っていることを感じるからだと思います。こうした豊かさを感じるのは、集落というのは生産と暮らしの場がつながっていて、人は暮らしに対して常に関わりをもちながらその場を育ててきたからなのです。それが現代社会になると、いつのまにか生産と暮らしがどんどん分離され、消費者は生産者から商品やサービスを与えられるだけの一辺倒な社会になってしまいました。

与えられるだけの人たちは常に権利を主張し、何かトラブルが起こった時は、その責任を提供者に対して追及するという立ち位置にいるので、提供する側は、商品やサービスに落ち度がないようにすることばかり考えます。そうすると、最高のものを作るというよりも、クレームが起きない、明確に責任が行き届く範囲のレベルのものを作るという方向に意識が向きます。その結果、暮らしの中のいろいろな価値が気付かないうちに小さくまとまっていき、社会は閉鎖的になり、コミュニティがなくなり人は孤立して、便利さと機能性という視点だけでものを判断するようになります。そういう人たちや、そのような暮らしの実態が増えるに従って、都市部はどんどん無機質化していったのです。

地域にコミュニティがなくなると、地域の伝統的なものや文化が継承されなくなります。伝統や文化の継承には、生活者が暮らしの中で、自分たちが関わりを持ちながら生かしているという状況が必要です。しかし消費社会の中で与えられるばかりになれば、そのような必要性がなくなり、結果として地域で暮らすことの価値がしぼんでいってしまいます。地域の集まりに参加するとか、自分たちの暮らしを主体的に作り出している者同士が出会うといったことが、暮らしの総体を大きく変えていきます。文化は、時間を超えて受け継がれる人のつながりであるのに対し、コミュニティは同一の時間内で育まれる人のつながりです。現代人の持つ不安の最大の要因は、人がコミュニティから遊離してしまっていることです。人がコミュニティに関わることの持つ意味は、他者を認め合い、相互承認を得ることです。そしてそのことに気付きだした人たちが、リノベーションやDIYなどの取り組みを賃貸事業の中に取り入れ始めているのだと思います。

生理的に気持ちがいい、快適なことを人は選ぶ

――コミュニティが面倒だと思う人もいるのではないでしょうか。

コミュニティに煩わしさがあるのも事実です。そこで、そのような煩わしさを意識させず、コミュニティを機能させるために生み出したコンセプトがあります。それは「コミュニティベネフィット」と私が名付けた考え方です。それはコミュニティを“目的”とせず、“手段”として活用し、個人の単位では得られない贅沢な価値を作り出すという考え方です。

大家さん宅と賃貸棟との間に整備されたアプローチガーデン。前ページのイラストの実写（シェアハウス あまつ風／福岡県春日市）

例えば集会所を作って、“どうぞ皆で自由に使ってください”といっても、多分そんなに使われることはないでしょう。“皆で親睦をはかりましょう”といって大家さんが何かイベントを企画してもほとんど参加者がおらず、心が折れてしまうということはよくあります。なぜなら、「みんな」という言葉遣いに間違いがあるからです。入居者は他人ですから、入居者同士の側には「みんな」という存在がありません。存在が無いものに対して、この場所を皆で使っていいですよ、皆で参加しましょうと言っても誰も参加しません。では人と人との関係をつくるのに最も有効な方法は何かというと、私はそれを「コミュニティベネフィット」という表現をしていますが、主体はあくまで「みんな」ではなく個人であり、その個々人が“自分の生活の拡張領域が贅沢だ”と感じられる状況をつくるということです。

生活の拡張領域とはどういうことかというと、例えば、共用空間であるエントランスが素敵な空間になっていると、外から帰ってきた人はエントランスに入った瞬間にほっとして、気持ちがよくなります。そして少しテンションが上がった状態で自宅に入ることができれば、そのエントランスが自分たちの生活の拡張領域ということになります。さらにそこに大きな樹木や花があり、自宅のリビングの窓を開けるとそれらが目に入れば、リビングが外に広がる感覚になりますし、樹木が強い日射を遮断したり、気持ちいい風をつくりだしていれば、誰もが当たり前にそれは「お得」だと感じます。このように共用空間をデザインすると、（1）日常の生活導線や、家の中からの風景がすご

く素敵になったという視覚的な幸福感（2）夏の暑い日でも涼しくなったという体感的な幸福感（3）同じ風景を共有することで生まれる連帯感という絶対的な価値が生まれます。このように、共用スペースを「みんな」が使う場所としてではなく、個人が自分の生活領域を拡張して使える場所として位置づけ、デザインすることが大切です。

――人と人との関係をつくるためにはどうすればいいのでしょうか。

コミュニティを作ることを目的とするのではなく、コミュニティを生かすと何が得なのかという「コミュニティベネフィット」を明確にしないと、人が交わるきっかけは生まれません。そのためには共用空間に価値を感じられるようにすることが大切です。それをデザインするための考え方として「アフォーダンス」という原理があります。これは心理学の用語で、“人は環境に従う”という行動原理のことをいいます。例えば、とても暑い日に、広場に大きな木があれば誰もが木の下に集まります。このように人は生理的に気持ちのいい事、快適な事を必ず選ぶという原理です。その原理に基づいて、エントランスという皆が通過する場所に、すごく気持ちがよくてちょっと腰掛けられるベンチ等を設ければ、必然的に人はその場所で滞在するということが行為として生まれてきます。そうすると、そこでおのずと人と人が出会う頻度が増え、特にそこに樹齢100年を超えるような大きな樹木があったりすると、人は自分の存在を超える大きな自然に抱かれることでとてもおおらかな気持ちになり、大きな自然の中では誰もがフラットな関係になり、心地よい人間関係が生まれます。

この原理を理解すると、「環境」という要素は無視できなくなります。つまり、賃貸住宅を経営するには建物だけでなく場の生かし方が重要で、建物の共用空間や屋外環境に心地のいい「コモン（共有空間）」を作ることで、物件の価値を劇的に変えることができます。そのような環境を整えたうえで、皆が通る生活導線上のたまり場のようなところで、１品持ち寄りの簡単な食事会などを企画すると、入居者同士がお互いに誘い合って参加するでしょうし、さらにフラットな人間関係ができてくると、今度は入居者同士が勝手にやり始め、大家さんは招かれる側になります。そこにはマナーはあっても、ルールはもはやありません。

当社が手掛けた『経堂の杜』や『欅ハウス』[※1]では、樹齢150年や250年の欅を中心に据え、緑の環境を全世帯の共有の価値として整備しました。また、吉原住宅の『コーポ江戸屋敷』[※2]においては、オーナーの吉原さんの仲間と私たちが月１回勉強会をし、ランドスケープのリノベーションを行いました。１棟の外側にデッキを備え、そこにシンボルとなる木を植え、さらにパン屋さんを招いたことで、そこがまちに開いた場所になりました。

このように、入居者同士が一つの素敵な風景を共有して暮らしているということはとても価値が

ガーデンパーティの様子

高いことです。同じ風景を共有しているということは、そこでの暮らしの情報を共有していることになるので、人と人との関係がつながりやすくなります。さらに、コモン性が高いエントランスを心地のいい空間にすると、外から見てすごく居心地のいい物件に見えます。しかも、そういう場所にはいい人間関係があって、いいコミュニティがあるということが周りから想像できることから、人はその物件に住みたいと感じます。

時間の蓄積と共に価値を高める不動産事業

――一方で、管理が大変だからという理由で、敷地内にある木を切って、コンクリートで埋めてしまうケースが多いように思います。

賃貸アパートを経営するために、昔からあった雑木林を失くしてしまうような行為は、先代からずっと引き継いできた土地の歴史を失くしてしまう行為です。大きな木に価値を見出し地域の中で引き継ぐことで、地域の環境を整えていくという発想が必要です。それが自分たちの受け継いできた地域の価値を上げることにつながります。ハウスメーカーや不動産企画会社の提案に従って、短期的な視点で経済合理性のみを追求した事業は、経営環境が激変すれば瞬く間に競争力を失い、持続的な経営になりません。

――持続的な不動産事業を行うために大切なことは何でしょう。

大家さんがなぜ価値を作り出せるかというと、二つの財産を持っているからです。一つは場所を持っていること、もう一つはそこに関わり続ける時間を持っているということです。地域の大家さんはこの二つから生じる価値を何代にもわたってつないできていて、それがアイデンティティでもあるわけです。

持続的な不動産経営のために重要なポイントは、

住人が集うパン屋さん（コーポ江戸屋敷／久留米市）

“時間と共に土地の価値を高めていくこと”です。つまり、その土地にどのような建物を建てるか（「商品価値」）ではなく、その土地にある「環境」と「人間関係」という資源を生かして、どのような魅力的な暮らしを生み出せるか（「経験価値」）を考えることが大切です。それが地域の価値を上げ、世代を超えて土地を引き継いでいくことになります。

そのためには、「場のデザイン」と「時間のデザイン」を考える必要があります。場が人の出会いを導き、時間が加わることで物語が生まれます。前述したように、心地よさを感じられる場としてエントランスをデザインし、そこに人が滞留するような居心地のいいベンチを置いたら、それを使いこなしていくなかで人間関係が生まれ、育ち、価値に変わっていき、場合によっては大家さんもその関係の輪の中に入っていく状況になっていきます。さらにそこに吉原住宅が実践したようなパン屋さんやカフェなどがあれば、それがその人たちのコモンの中心になっていくでしょう。このように場のデザインを起点として、人間関係も生かせるようにデザインを仕上げていけば、長いスパンで地域の価値を上げられると思います。このようなことは最初から全てできるわけはなく、いろいろなきっかけを作る過程で、徐々に環境が育ち、人間関係が変わっていきます。その成長のストーリーを大家さんが可能性として感じることができれば、それが自分自身の幸せのストーリーとして

思えてくるでしょう。

――不動産業者はそのプロセスにどう関わっていけばよいでしょうか。

賃貸アパートをサブリースにするということは、大家さんは全てを人に任せっきりで、自分の人格はまったく表に出さないという経営スタイルです。この方法は大家さんが幸せを感じ、ワクワクするような経験ができる可能性を放棄していることになります。大家さんには土地の歴史を背負っているという使命があります。不動産会社もサブリースで仕事のベースを作るのではなく、大家さんが持っている資源の価値を引き出し、不動産の魅力を上げて、入居者が絶えない状況を作ることを通じ、大家さんとの絶対的な信頼関係を作り上げていくことが、本当によい仕事なのだと思います。

物件や地域の価値を高めていくには、ランドスケープやガーデニングといった外環境の充実と、時間を価値に仕上げていくためのマネージメントが重要になります。ですから不動産会社は、先に私が紹介したアフォーダンスという原理に基づいてコモンの場のデザインを提案し、そこを整えたうえで、そのコモンを生かして入居者が主体的に関わるきっかけになるようなイベントなどを大家さんに提案し、大家さんと一緒になってその物件の価値を高める支援をする役割を果たせるといいと思います。

コミュニティデザインやパッシブデザイン等に関する甲斐氏の著書

事例紹介 下北沢

ビル建て替えへの「コミュニティベネフィット」の応用

●まちの台所『くらうま しもきた』

下北沢駅周辺は、2004年に複々線化事業が着手されてから長い期間にわたり再開発が進んでいます。駅周辺のビルのオーナーの先代たちは戦前からこの地に住み、1929（昭和４）年の小田急線開通後は、この辺りを商業地としてのまちづくりに尽力してきた人たちです。ですから、下北沢という地域の魅力を作ることに大きな責任を感じており、最近では単にビルを建てて、テナントを見つけて貸せばいいということではなく、まちづくりに資するものにするために、ビルのソフト面も含めた魅力づくりが大事だと考えていました。そうしたビルオーナーとの出会いから、当社が新しいビルの建て替えのお手伝いをすることになりま

戸建てを改装した「くらうま しもきた」（https://kurauma.co.jp/）

した。

建て替えのコンセプトをオーナーたちと検討する中で、下北沢のまちを「消費を刺激する場」にするのではなく、「豊かな暮らしを生みだす場」として位置づけて計画を進めようと考えがまとまっていきました。そして、下北沢界隈に暮らしている人が、このまちを自分の暮らしの場として使いこなせるようになることで、下北沢に暮らしていることの意味や価値をいかに上げられるか、ということをテーマにしようということになりました。下北沢は今でこそ若い人たちに人気のまちですが、単に“面白いものが買える”“面白い店がある”という消費するだけの場であれば、時間軸の中で陳腐化してしまいます。そうではなく、ここにはすごくクリエイティブな暮らしがあり、外から見たときに、ここで暮らしている人がいつも格好いいと映るようになれば、下北沢に暮らすことが憧れになり、最終的に集客に結び付くはずです。

そこで、ビルの建て替えのコンセプトとして“まち全体を暮らしの場にする”ことを目指すことにしました。まち全体が生活者にとっての暮らしのエントランスになっていて、まちの中に自分たちのキッチンやダイニングやリビングがあり、住んでいる人たちが当たり前のようにまち全体を使いこなしていくことができれば、とても豊かなことです。

ビルの建て替えが完了するまでにはまだ数年の時間を要するため、暮らしの場の中の「まちの台所」という機能を担う実験店舗を、ビルオーナーと共同でつくることにしました。住宅街の一歩入ったところにある一戸建てを改装し、「暮らしが生まれる」という意味から『くらうま』とネーミングし、レンタルスペースを作ったのです。

暮らしを彩るグリーンやキッチングッズが並ぶ店内

この施設には“キッチンスタジオ”“グリーンギャラリー”“ティースタンド”の３つの空間があります。“キッチンスタジオ”では、各方面で活躍している料理家と地域の生活者、そして食材の生産者が台所を共にすることで、お腹を満たすだけでなくクリエイティブな食の体験をしてもらいます。“グリーンギャラリー”と“ティースタンド”は花と植栽を生かした暮らしの提案スペースで、「まちの縁側」として緑の持つ本質的な力を暮らしの中へ取り込む方法を学んでもらっています。

※１　東京都世田谷区（経堂の杜は2000年、欅ハウスは2003年竣工）どちらも都市居住における環境共生を目指し、緑を残したい地主と、入居者が希望する緑豊かな暮らしを実現した。

※２　福岡県久留米市（1978年竣工）本報告書58ページ参照

［取材：2019年10月］

株式会社チームネット

代 表 者：甲斐　徹郎
所 在 地：東京都世田谷区桜2-21-23-106
電　　話：03-5787-8706
Ｈ　　Ｐ：http://www.teamnet.co.jp/
業務内容：「環境デザイン」「コミュニティデザイン」「マーケティング」を有機的に掛け合わせ、社会性の高い多彩な事業を展開。環境共生型コーポラティブ住宅『経堂の杜』『欅ハウス』などをプロデュース。その他環境とコミュニティを生かした数多くのプロジェクトを手掛ける。

RENOVATION 2020

東京都　取材先より
photo：全宅連

gallery

株式会社スペースRデザイン／福岡県福岡市

リノベーションに頼らない、地方都市における賃貸経営の実践

外構デザインとDIYワークショップで物件の価値は向上できる

講演録

リノベーションで家賃が上げられない！

2015年に“コーポ江戸屋敷”という、昭和53（1978）年築のRC造４階建て、南北方向に３棟連なる全48戸の団地型の賃貸住宅を購入しました。立地は福岡県久留米市の、西鉄久留米駅から約2.5kmほど南に行った住宅地の中にあるバス便の物件です。よくあることですが、困ったことに、売却のために家賃を下げるなどして無理な満室になっていましたので、購入後時間が経つにつれて空室がでてくるようになりました。これまでの経験から当然の対処方法として、１部屋当たり200万円程かけて５部屋のリノベーションを実施し、募集家賃も月額５万円から７万円に上げることにしました。その結果、購入時は月額の家賃収入が約190万円だったものが、リノベーションを実施して約200万円まで一時的に上がりました。しかし、多くの入居者はここに住む必然性がなかったと思われ、退去者が続出しました。さらにこの辺りは月額６万円台でローンを組めば新築戸建て住宅が購入できるため、家賃を上げるのにも限界があり、しばらくすると家賃収入は約185万円まで落ちてしまいました。退去者が続く一方で、リノベーションにお金をかけても改修が困難となる悪循環が続き、経営的に非常に困った状況に陥りました。

コミュニティデザインを学び、実践する

私たちが福岡市内で行ってきたリノベーションは、家賃を上げて長期経営のための大規模改修の投資を回収するための技術ですが、地方都市ではこの方法が成り立たないことがわかりました。そこで発想を転換し、どうせ空き部屋があるのならそこを団地活性化のヒントを学ぶ場にしようと、東京から㈱チームネット代表の甲斐氏[※1]を講師と

吉原勝己 氏
（よしはら かつみ）

株式会社スペースRデザイン／吉原住宅有限会社　代表取締役
1961年福岡市生まれ。九州大学理学部卒業後、旭化成で医薬品の臨床研究を17年間行う。その後、賃貸ビル経営管理の吉原住宅に入社。2006年NPO法人福岡ビルストック研究会設立、2008年にスペースRデザイン設立。老朽ビルの再生が、資産価値向上と人のつながりを深める手段となることを確認する。2016年、経産省「先進的なリフォーム事業者表彰」など受賞歴多数。

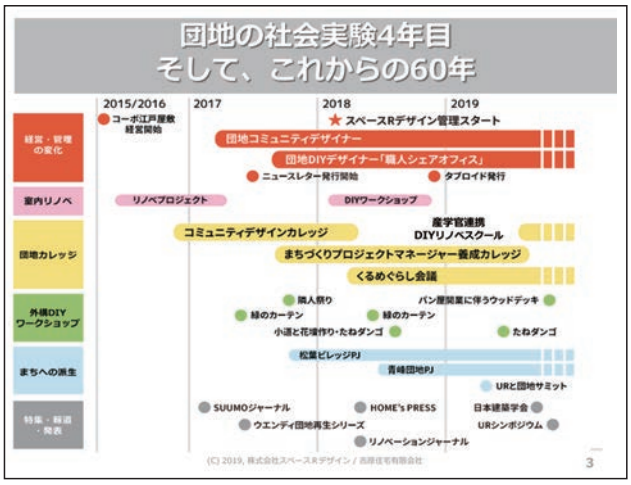
コーポ江戸屋敷の外観

して招き、「コミュニティデザインカレッジ」を始めることにしました。2016年から８回にわたる講義には、久留米市などの筑後を中心に大阪や東京からも参加があり、延べ300人以上の人が“コミュニティデザインとは何か”“コミュニティを生かすにはどうすればいいのか”などについて学びました。

そこで学んだことは、コミュニティを生かすことと仲良くすることはまったく別物だということ。そして、幸せな暮らしを実現するにはその人の自己肯定感を増やすことが必要で、そのためには、入居者の間に持続的な相互承認ができる関係性が生まれるような建物にすることが重要だということです。そこでヒントとなるのが「コミュニティベネフィット」という考え方です。それは、住人同士が無理に仲良くするという設定をしなくても、管理者が住人にとって利益（ベネフィット）があるという共通の価値観が生まれる状況を作れば、コミュニティが自然と形成され、豊かな環境を育み、結果的に建物の価値が上がるという考え方です。そして、その共通の価値観を生むためには「アフォーダンス」という考え方を取り入れます。それは、暑い時には木陰に人が集まるように、生理的に心地よい環境を作れば、人は無意識にその場所に集まり、自然とつながりを作っていくという理論です。

そのような考え方をもとに、参加者みんなで何をすればいいのか考えました。その結果でた答えが「外構（ランドスケープ）」のデザインをDIYで創り続けるというものでした。今までは一生懸命部屋の中のリノベーションを行っていましたが、そのよさがわかるのはその部屋の入居者だけです。コミュニティ形成のために重要な場所は、むしろ専有部とまちをつなぐ敷地の共用部にあります。「外構」を整えることで建物の住人だけでなく、近所に住むまちの人たちにも豊かさを感じてもらえることが外構のデザインの効果であり、団地の価値につながるのではないかと考えました。そこで、“みんなで木を植えて、ウッドデッキを設置して、ピザ窯を作り、まちの人たちも自由に使える、外構でつながった素敵な団地にしよう”というコンセプトを創り、７年後の実現を目指しました。

外構デザインの最初の具体的な取り組みとして甲斐氏からもらったアイデアは、“ゴーヤで緑のカーテンを作る”というものでした。入居者に対して「エアコンの要らない生活をしよう」というテーマを設定し、ワークショップでゴーヤを植えて緑のカーテンを作り、室内の温度変化をデータで見ながら涼しくなる体感をしてもらいます。すると、次から「ゴーヤ植えをしましょう」と呼びかけると自然と人が集まるといった関係性ができました。このことから、管理者の役割として、テーマをどう設定するかがコミュニティ形成のうえで大事なポイントになると思いました。



コーポ江戸屋敷の活動年表

BASEから外につながるデッキ

コミュニティデザイナーと団地DIYデザイナーの誕生

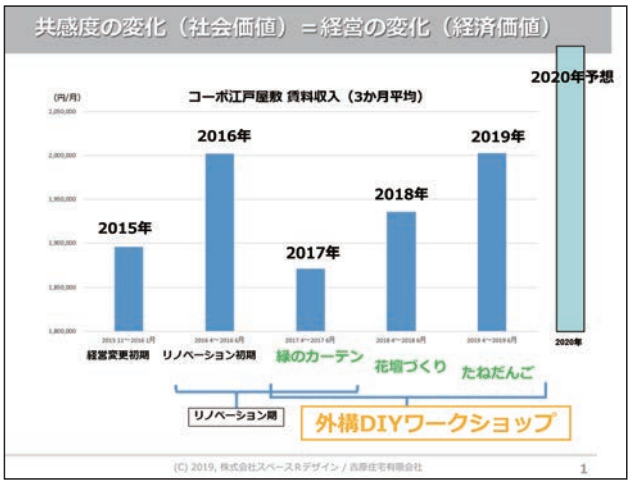
団地運営のサポートを地元久留米市で賃貸経営をしている半田啓祐氏と満氏※2(以下、半田兄弟)に依頼しました。彼らには「団地コミュニティデザイナー」として週２日団地に通ってもらい、入居者との日常の会話を通じて要望を吸い上げ、私たちがこの団地で実現していきたいことを伝えるとともに、団地内のイベントやワークショップへの参加を促し、入居者同士の交流の輪を広げる役割をお願いしました。また、２カ月に１回ほどのペースでニュースレター「コーポ江戸屋敷だより」を発行し、エントランスに掲示したり各戸に配布することで、そこで集めた情報やイベント、工事の案内を伝えています。

「コミュニティデザインカレッジ」には半田兄弟の誘いで、大工、電気工事、左官、造園等の久留米市内外の若手の職人たちが参加していました。すると、その勉強会で“職人のシェアオフィスを作ってはどうか”という提案が彼らから出てきたのです。彼らはクリエイティブな仕事をしたいという想いと現状の下請けの仕事の限界に悩んでいました。そこで、施工会社の下請けから元請けに転換するというビジョンを掲げ、職人産業をもう一度復活させるための部屋を作ろうと考えたのです。そして、さまざまな業種の職人たちが集まって総合職人チーム「VOICE」を形成し、2017年には団地内に「BASE」というシェアオフィスを作りました。当社としては団地内の補修工事がたくさん必要なのでいつでも頼めるようになりますし、職人たちは団地を動かしていけるという可能性を感じながら、DIY等の新たな技術や、元請けになるための技術が磨けるということでwin-winの関係が生まれました。

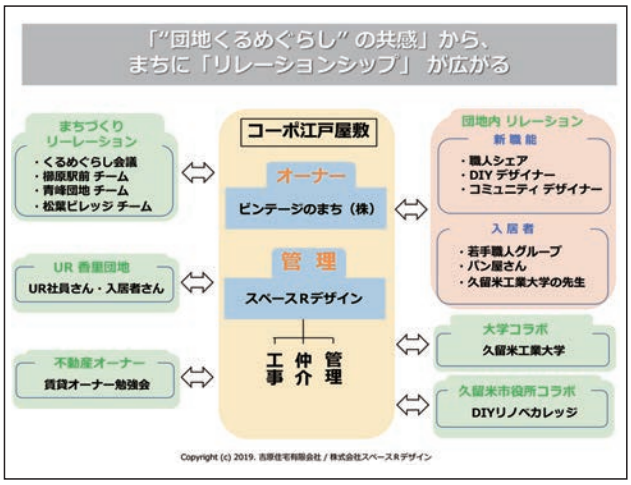
VOICEは今では10人以上のチームになり、窓口の職人が受けた仕事をチームの横のつながりで完成させるという、企画から施工までの一連のプロジェクトを工務店抜きで請け負えるように活動をしています。また、BASEはベランダ側に外に続く階段を設け、デッキとパーゴラを作り、専有部でありながら入居者も自由に出入りできるようにすることで、パブリックとプライベートの境目を取り払ってくれました。さらに、2019年11月

外構DIYで造ったウッドデッキと植樹したナンキンハゼ

団地内のパン屋さん



経営の数字が変わった



他のコミュニティに影響が波及していく

には、当初の計画より大幅に早く団地と道路をつなぐウッドデッキが完成し、DIYワークショップでベンチを作り、シンボルツリーとしてナンキンハゼを植樹しました。

このように団地内に「団地コミュニティデザイナー」という職能と、職人の新しいスタイルである「団地DIYデザイナー」という２つの職能が生まれたことで、新たなつながりがわかりやすく見えるようになり、入居者の意識も大きく変化してきたのです。

入居者の「共感」が高まれば、団地の価値も高まる

勉強会に参加していた大阪のURの方との交流から、ガーデニングのヒントをもらいました。デッドスペースになっていた敷地の西側のスペースを「みどりの小径」として入居者や市民の皆さんと整備し、造園職人の指導のもと、“たねダンゴ”という手法で種を植えました。そこはほんの小さなスペースですが、パブリックなスペースを地域に開放してDIYを行うことによって、その後いつの間にかマルシェが開かれたり、お店などまったくなかった住宅街の団地にパン屋さんがオープンするという夢のようなことが起こり始めました。

このように外構のデザインを整えDIYワークショップを繰り返すことによって、団地の魅力が“見える化”してきました。入居者にアンケートをとると、外構のDIYワークショップを始めてから２年目の2019年の調査では、“入居者と管理者の間にまったく接触がない”と回答した割合が2015年は100％だったのが、ワークショップを行う前の2017年は65％、2019年は５％と大幅に減少しました。また、“声かけや会話がある”という入居者の割合は、2017年の11％から37％に、“イベント参加”の経験は13％から35％。そして“「共感」あり”と感じている人の割合は15％から40％まで増えました。このように外構DIYワークショップを続けることで、入居者と管理者の間、ひいては入居者間のコミュニケーションの密度が格段に高まりました。

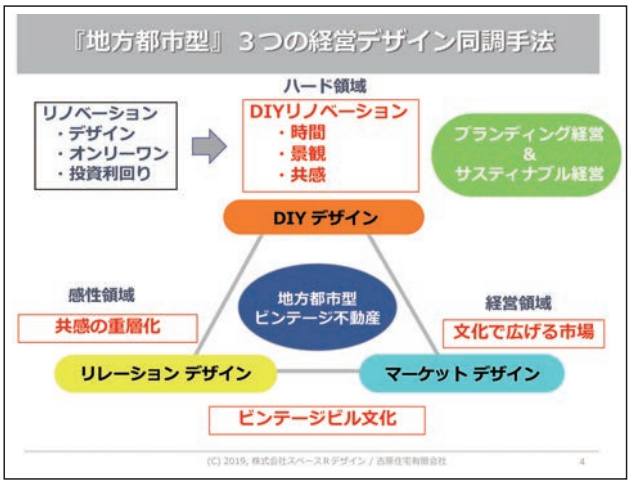
その結果、経営の数字も変わりました。リノベーションという投資をしても翌年には売上が落ちていたのが、外構DIYワークショップをすることで家賃収入が回復してきたのです。リノベーションを行わなくても、入居者との接点が持てる取り組みを継続し、それを“見える化”することによって入居者の「共感」を得られ、建物の価値が蘇っていくことを実感しました。

「コーポ江戸屋敷をどうすればいいのか」ということをオーナーと管理会社がじっくり考え、そこに「団地コミュニティデザイナー」と「団地DIYデザイナー」が関わることで企画がどんどん生まれ、新しい仕事が地方都市に起こってくる可能性

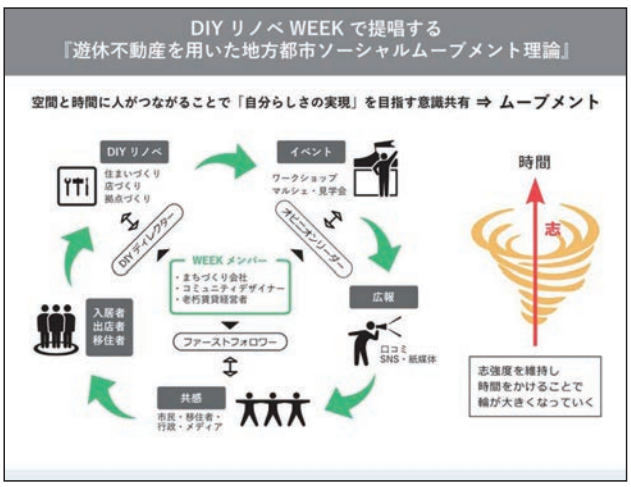
を感じています。さらに、久留米工業大学や久留米市役所とのコラボレーションの企画が生まれ、それが飛び火して地域のまちづくりに取り組む他のグループや、大阪のURの社員やUR団地の入居者へと関係性が広がっていきました。

福岡ではリノベーションデザインというハードを改善する方法で、居住者やテナントとの共感を生み、市場を創っていくことで経営が成り立っていましたが、地方都市ではその方法は通用しませんでした。地方都市では、DIYという手法で外構をリノベーションし、時間をかけてつながりを形成し、入居者の共感を得て（DIYデザイン）、それをさらに時間をかけて重層化、ビンテージ化していき（リレーションデザイン）、その動きが他の地域に広がっていく（マーケットデザイン）というような、３つの経営デザインを同調させることによって経年賃貸団地の市場が動いていくのではないかと思います。

では、その基点となるDIYという手法でなぜ共感が起こるのでしょうか。それはDIYに人を巻き込む力があるからです。DIYイベントをするとオピニオンリーダーが生まれます。そのイベントを広報することで共感者が生まれ、彼らがファーストフォロワーになり、そこから入居者や移住者が生まれます。このサイクルを強い意志で時間をかけて回し続けていくと、輪が大きくなり、それが広がっていき、大きなお金をかけなくてもマーケットを変えることができるのではないかと思います。地域を再生したい、元気にしたいという熱量



地方都市において市場を動かす3つのデザイン



DIYでソーシャルムーブメントを起こす

をもったパイオニアがまちに生まれ、DIYという手法を組み込めば、必然的に大きな変化が起こるということをコーポ江戸屋敷の取り組みで学んでいます。

※1　本報告書50ページ参照
※2　H&Amanagement 福岡県久留米市 平成28年3月全宅連発行「RENOVATION2016」参照

［講演：2019年11月］

株式会社スペースRデザイン

代 表 者：吉原　勝己
所 在 地：本社 福岡市中央区大名2-8-18天神パークビル
　　冷泉荘サテライト 福岡市博多区上川端町9-35 A12号室
電　　話：092-720-2122
H　　P：https://www.space-r.net/
業務内容：不動産経営再生コンサルタント、不動産管理・仲介、工事監理、空間デザイン・WEBデザイン、損害保険代理業

吉原住宅有限会社

代 表 者：吉原　勝己
所 在 地：福岡市中央区大名2-8-18天神パークビル
電　　話：092-721-5530
H　　P：http://www.tenjinpark.com/
業務内容：福岡都市圏でオフィスビル・駐車場・賃貸住宅のプロパティマネジメント（経営管理）

関連団体：NPO法人福岡ビルストック研究会、ビンテージのまち株式会社（両社共通）

RENOVATION 2020

福岡県　大牟田駅前「204号電車」
photo：全宅連

gallery

株式会社アンディート／東京都世田谷区

ひとを先に、モノや構造をあとにすると、緩やかなつながりが続く

地域の人・モノ・コトを耕し、支え合い、芽を伸ばす

先に使いたい人をみつけて、その人らしい空間をつくる

――立地条件の厳しい賃貸アパートを経営されています。

百貨店でバイヤーの仕事をしていた頃、実家に暮らす祖父が振り込め詐欺に遭いそうになりました。その時、“自分はいったい誰のために仕事をしているのだろう。家族の困りごとも解決できずに、何のために毎日忙しく働いているんだろう”と自分の仕事に疑問をもち、30歳をすぎたタイミングで百貨店を辞めました。もともと実家は世田谷の小さな都市農家で、賃貸アパートを持っていたのですが、小田急線の成城学園駅と田園都市線の二子玉川駅の間にあり、どちらの駅からも遠く、立地条件のよい物件ではないために空室が目立っていました。そこで、旧来から付き合いのある管理会社に「なんとかしたいので相談にのってほしい」と依頼すると、「もし部屋が決まらなかったら申し訳ないので、相談にはのれない」と言われ衝撃を受けました。百貨店のビジネスでは、取引先同士が協力し合って、エンドユーザーにいかによいサービスや商品を提供するかについて考えることは当たり前でした。そこで“そうか、それならまだこの業界でやれることはたくさんある”と思い、これから賃貸経営をするうえで必要な、建築や保険、不動産やマーケティングの言語を話せるようになろうと、まずFPの勉強から始めました。

同時にリーマンショックの時期も重なり、千歳船橋駅から徒歩５分くらいのところにある不動産をたまたま買うことができたため、自分で一からコミュニティ型の賃貸住宅をつくることにしました。自宅として住むことも決めていましたので、どう広めていくか、運営をどうしていくかなどを考えながら、自分にとって心地いい物件になるようにしていきました。

実家の賃貸アパートも家族から購入し、法人組織を作って所有することにしました。その中の一

安藤勝信 氏
（あんどう かつのぶ）

株式会社アンディート代表取締役。古い建物に新しい価値を付けて再生し、住まい手の愛着や地域とのつながりを育む賃貸事業を展開。築30年の木造アパートを福祉とリノベーションで再生した「タガヤセ大蔵プロジェクト」が世田谷区空き家等地域貢献活用モデル事業に選定された。

つに、駅から遠い場所にある築27年（2020年時点）の軽量鉄骨の物件があったのですが、空きが出た際に不動産会社に入居募集を頼むと、その都度、広告やフリーレントをすすめられ、さらには家賃も下げるといわれて頭を悩ませていました。そんな時、島原万丈さん※1の『愛ある賃貸住宅を求めて』というレポートや、同じく賃貸住宅のあり方に疑問をもっていた青木純さん※2と出会い、居住者たちのパーティを開催したり、部屋をリノベーションする際に“先に人をみつけて、その人らしい空間を作る”ことをしてみたのです。すると古い物件でもたくさんの問い合わせが入るようになり、幸運にも入居者を選ばせてもらえるようになりました。立地が厳しくても、そこで“どういう暮らしをしたいのか”を聞き、その人と一緒に改修をし、その人らしい場所を創っていくと、まったく違うニーズを持つ人が現れることに気付きました。モノを先に作って住む人を募集すると、まず“家賃や設備は？”という話になりますが、先に使いたい人をみつけて、その人にあったモノにすれば、交渉の関係性にならないことがわかりました。はじめの頃は、中途半端にリフォームをしてしまい、それ以上の投資もできずしばらく塩漬けにするなどの失敗もありましたが、今は、自分の事業としてお金の流れもコントロールできるようになり、どこまでやればマインドセットが変わるかという感覚がつかめるようになりました。大家さんとは本来、“人と人との関係性をデザインし、見守って育む仕事”だと思っています。

地域に開かれた福祉施設をつくる

――所有のアパートを福祉施設にコンバージョンしました。

この物件も不人気の物件で、１階が全て空いていました。リフォームもしてみましたがやはり決まらず、建築士にも相談しましたが、なかなかいいアイデアは出ませんでした。一方当時の我が家は、統合失調症の母、認知症になりかけの祖父、生まれたばかりの子ども、そして空き部屋の多い賃貸住宅を抱えた状態。空き家と家族のケアの問題が同時に起こることは決して珍しいことではなく、誰にでも起こり得る問題とは思うのですが、そのときは大変な状況でした。古いアパートは解体して新築アパートをサブリースにし、祖父は施設に託せばいいとなるのでしょうが、建て替えたとしても単に問題を先送りにしているだけのような気がしました。そんなとき、祖父の介護を担ってくださるケアマネージャーから“福祉は住宅に始まり住宅に終わる”という言葉があることを教えてもらい、とても衝撃を受けました。

アパートの外観

福祉の充実のためには単に施設をつくればいいというのではなく、高齢者や障がいのある人たちが、地域の中で自分らしく暮らしていくことを実現できるようにすることが大切です。社会福祉法

デイサービスのエントランス裏（カフェコーナーの入り口）

人の場合、大きな施設をつくってケアするだけではなく、小さな拠点を作り、地域に出て行って多様なネットワークを築きながら、困った時に支えていく“アウトリーチ”も大切だということを知りました。そこでアパートの１階を丸ごとひとつの空間に抜いて、デイサービス（通所介護）施設にすることにしたのです。

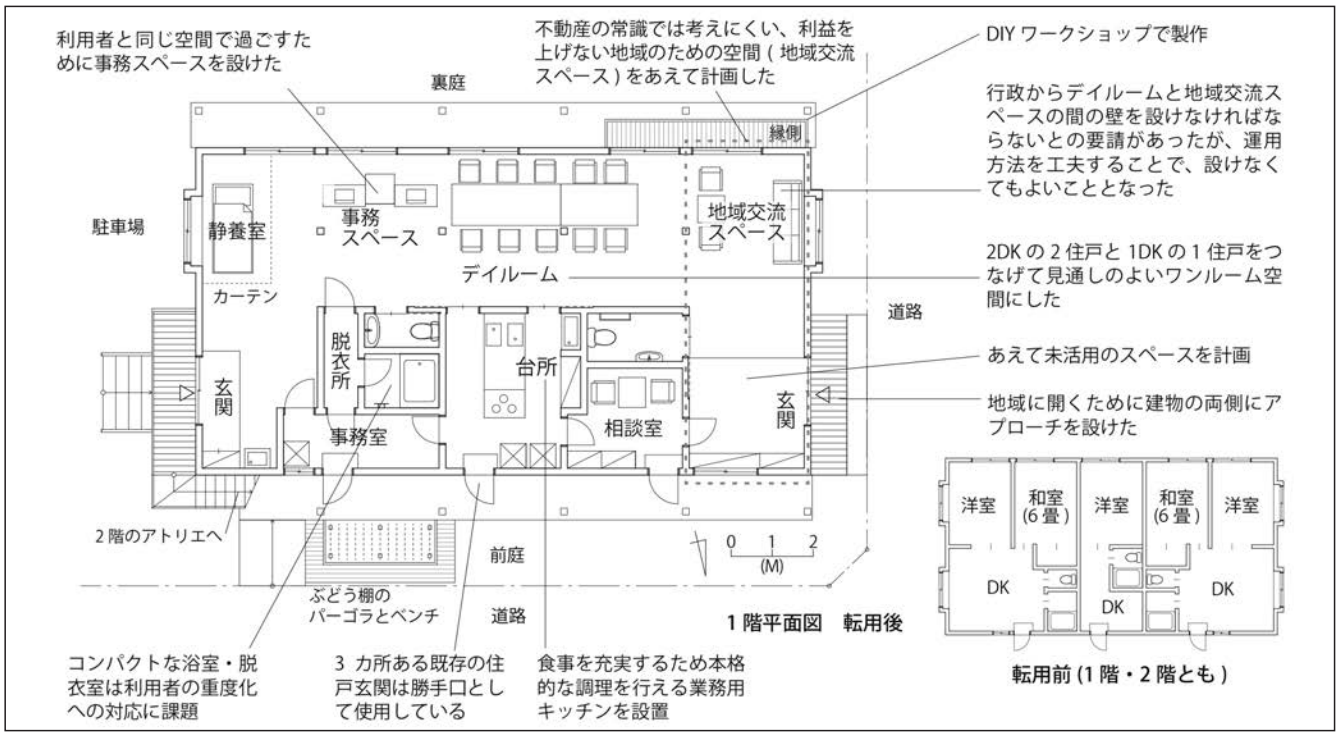
●タガヤセ大蔵

『タガヤセ大蔵』は、もとは築30年のアパートで、３部屋あった１階部分を全て改装し、要介護の方を対象にした、定員10名の地域密着型デイサービス施設に再生したものです。社会福祉法人大三島育徳会が運営し、高齢者の食事や入浴などの日常生活上の支援や、生活機能向上のための訓練を日帰りで提供しています。この施設の特長は、利用者みずからが調理をして皆で食卓を囲むことと、施設の一部を地域の居場所として開放しており、コミュニティカフェを開催し定期的に地域の人も集まれるようにしたり、私の実家の畑を地域に開放している点です。施設の利用者も野菜の収穫を行い、それを食事に使っています。また安全性とデザイン性の両立を考慮し、床は岡山県西粟倉村の無垢材を使い、家具も福祉用のものだけにこだわらず、木のぬくもりを感じられる施設にしました。

“タガヤセ”という名称にしたのは、耕すという言葉には、土地や畑、それに人との関係性を耕し、固くなってしまったものを柔らかくするという意味がありますし、“セ”を前にするとセタガヤになります。また英語のcultivate（耕す）は、culture（文化）の語源でもあることから、農業だけでなく複合的な意味を持たせたいと思いました。

――デイサービスの事業計画を教えてください。

外から建物の中の雰囲気がわかり、地域の人が気楽に利用できる、オープンで福祉施設らしくないものにしようと、建築士の天野美紀さん[※3]と住宅のライターに加わってもらい話し合いを始めました。福祉事業者も当方も資金が潤沢にあるわけではありません。介護事業は収入の一部が介護保険から充てられることから制限も多く、こちらも資金回収をしなくてはならないことから、事業性から逆算した家賃とそれぞれの投資額を当方と先方で話し合い８：２の割合にし、６年程度で回収



デイサービスの間取り

デイルームと地域交流スペースの壁がなく見通しのよいつくり

する計画にしました。またこの事業は、世田谷区の空き家モデル事業の１号案件になり、メディアへの露出効果も期待できました。

一緒に取り組んでみてよくわかりましたが、介護事業者の１日はとても忙しいのです。朝利用者を迎えに行き、食事を作りお風呂に入れて自宅に送ったあと、施設に戻ってそこから事務仕事をする、といったルーティンが毎日繰り返されます。そのような状況で、彼らはいったいいつ地域とつながることができるのだろうかと思いました。介護の仕事は給与水準がほかに比べて高いわけではなく、仕事を通じて人脈を広げる機会も少ない、重労働で、必要とされながらも大変な仕事です。だからタガヤセ大蔵は、多様な人たちが支え合って生かし合う関係性がつくれる、地域に開いたデイサービスにしようと思いました。そうすれば、自分の仕事も大事にされ、仕事を通じて友達もでき、おいしいものも食べられます。また、事業者側の投資割合が少なく済んでいるので他の施設より収支がいいはずです。３つのF（fun、friend、food）があると人はつながりやすいと聞いたことがありますが、そのような満足が得られる仕事として、介護の仕事が社会に認知されたら、“福祉の世界であの人みたいに働きたい”という人が増えるのではないかと思います。

――福祉事業者との意見の調整は大変でしたか？

福祉事業者とは、最初の１年くらいはミスコミュニケーションが続きました。理念としてやりたいことと、具体的に施設の中に実装できることはやはり別で、生まれたアイデアを形にする段階で意見が分かれました。例えば手すりの問題があります。福祉の施設では安全ということが介護家族との約束事になるので転倒事故などあってはならず、手すりはあればあるほどいいということになります。しかし、手すりの費用負担はこちらだし、必ずしも必要ではないところもあるはずだと話をすると、導線などを見直してくれて、最終的には風呂やトイレなど必要最小限のところだけにしてくれました。また、コミュニティカフェも最初は行政からは認められず、作るにしても壁で仕切ってほしいといわれました。介護保険が適用される場所なので、スタッフの時間と必要面積はあくまで施設利用者に向けられるべきだし、施設利用者のプライバシーの保護も必要だという理由からです。それに対して、“カフェに来る地域の人たちは、転倒しそうな人がいたら支える役目をする見守りのボランティアと位置づけられないか”という話を行政にしてやり取りをすると、徐々に垣根が低くなっていき、最終的に認めてもらうことができ、壁も必要ないということになりました。

最初のうちは、相手に考え方を変えてもらうことばかりを求めていましたが、途中から彼らに対して私に何ができるのかを考え、自分ができることを少しずつ持ち寄るようにしました。すると、お互いの考え方が自然に変わってきたのです。

畑を守ってくれる地域の人と一緒に

利用者と地域のボランティアが気軽に交流できる場に

最近、社会を変えよう、チェンジしていこうということがよくいわれますが、“変化を他人に求めるのではなく、自分たちがまず変わることが必要だ”ということを、彼らとのコミュニケーションを通じて深く学びました。

――コミュニティカフェを作る案は安藤さんの提案ですか？

この案は福祉側にありました。地域包括ケアという考え方があり、高齢者が自分らしい暮らしをするには地域との連携が必要だという指針がありますが、実際には誰と連携していいのかわからず、なかなか実現できていないように感じています。そこに私が関われる価値があると思いました。福祉という言葉を辞書で調べると、最初に出てくる定義は“幸せ”だそうです。介護を必要とする高齢者の周りに、今は介護を必要としない人が集まって助け合うことで、豊かさや幸せを感じる場所にすること。いま“福祉側”と言いましたが、そういう無意識の分断を緩やかに包み込めたらいいなと思います。

コミュニティは作るものではなく、自ずとできていくもの

――コミュニティの価値が見直されています。どのように進めればいいのでしょうか。

コミュニティは意図的に作るものではなく、どちらかというと自ずとできるものだと思います。散逸構造[※4]という考え方がありますが、それは対流していることが大事で、構造は結果ということです。つまり、人と人が何となく楽しそうにしていたり、一緒に美味しいものを食べて幸せにしていることが実質的にはコミュニティになっていて、意図的に人を集めようとか、コミュニティを作る仕掛けをしようというように、構造を先に作ろうとするとうまくいきません。“人が集まるところに市が立つ”という話がありますが、人の対流があればいつでも構造化はできます。先日も天然酵母でパンを作り、住人に配ったところすごく喜んでくれて、いつの間にか、パン教室を開こうということがライン上に立ち上がっていました。このように“コミュニティを作ろう”というアプローチではなく、自分のやりたいことや人が思わずやりたくなることを無理せず増やしていき、人と人のつながりが立体的に組み合わさって一つの形になっていけばいいと思っています。

以前、ほかの町の行政の方が空き家問題を解決したいと相談に来られたことがありますが、その際は、“構造から考えずに、まず最初にまちの中に面白い人を探しに行くといいと思います”と伝えました。まちに暮らす人々の多様な能力を掘り起こし、育んでいくことがまちの豊かさにつながると思います。

世田谷区には、“世田谷トラストまちづくり”という中間組織があり、何かをやりたい人たちを上手に集めてその活動を支えています。区長をはじめとして区民も住民主体のまちづくりが盛んで、何かをやりたいと思っている区民が一堂に会す機会を設けたところ、介護や農業、子育て等のネットワークがセクターを越えてつながるようになり、そこからいろいろなプロジェクトが生まれました。

未来の子どもたちのためのまちを創る

――この地域をこれからどうしていきたいですか。

実家の土地に、昭和40（1965）年に計画された都市計画道路がいよいよ通ることになりました。これにより土地が分断されてしまうことから、それぞれ長屋タイプの賃貸住宅を作り、１棟は実家とファミリー３世帯が緩くつながって暮らせるようなものにし、道路の反対側の棟は、１階には総菜屋さんのようなまちに必要なスモールビジネスを協働し、２階にはシェアできてお互いが学びあえる子供部屋を作ろうと思っています。周りの古い団地も建て替わる予定で、そこには新たなファミリー層が来ると思います。そうなったとき必要なのは、安全な食と安心できる緩やかな人のつながりです。またこの地域は、子どもたちの自由な外遊びをすすめる“プレイパーク”が今後計画されていて、まちのいろいろなプレイヤーが緩くつながりはじめています。

まち全体をどうしていくかという議論を行政や地権者だけでしてしまうと、つい自分の権利を主張してしまいがちです。しかし、緩くつながっていると団地の開発のキーマンや、保育園や地域のお母さんたちともつながることができるので、何かしようとしたとき、すぐにそれができる人たちの顔が浮かびます。特定のリーダーや大きな団体を作って進めるだけではなく、まちとして何が必要なのかということを地域の人たちで考えながら、やりたい人がやれる場所を地域の中に作り、一つ一つ小さな明かりが灯り始め、徐々にまちができていくというように進んでいったらいいなと思っています。それができるのも、地域の人たちの顔が見えるからです。それぞれの人が持っている力を丁寧に観察しながら、そのまちに暮らす人たちの力を最大化することをいかに増やしていけるかということが、地域の価値を高めることにつながるのではないかと思います。

――まちづくりのプロセスに無理を感じません。

先日、出張の帰りに立ち寄った比叡山延暦寺の本堂には、1200年以上も消えない不滅の法燈がありました。それは“一隅を照らす人になりなさい”ということを示しているそうです。つまり、国の宝はお金や財宝ではなく“一隅を照らす人”だということです。一隅というのは社会の片隅のこと、それを照らす人がたくさんいることで社会は変わります。人は大きなランプに火を灯したくなりますが、それができる人はそれほどたくさんいません。一人一人が小さな火を灯していくことが、結果的に社会がよくなることにつながるのではないかと思います。日本人が持っているDNAに近い無理のない生き方、農耕民だけでなく、狩猟民や漁民といった多様な生き方のなかでそれぞれが力を十分に発揮している状態が、社会として一番無理がないのではないか。また、ネイティブアメリカンの言い伝えのなかに、“土地は先祖からの授かりものではなく、未来の子どもからの預かりものである”という言葉があります。まちには道路が通り、建物も建て替えられて変わっていきます。私たちは、変えずに守ることはもうできませんので、変えながら守っていくしかありません。未来の子どもたちから“ありがとう”と言ってもらえるように、できることをしていきたいと思います。

この辺りも、今は駅から遠く不便なところですが、MaaS※5が整備されると、将来的な価値が利便から暮らしやすさに変わり、駅前と逆転するかもしれません。日本は、右肩上がりの時代には、工業製品を作るための統一の価値観で社会の仕組みを構築してきましたが、時代が変わり、今までとは異なる眼鏡で社会を見ていくと、これからは誰にでも豊かなチャンスがあるように思えます。

※１　HOME’S総研所長。研究報告書『愛ある賃貸住宅を求めて』は2010年リクルート住宅総研より発行。
※２　株式会社まめくらし代表（本社：東京都練馬区）
※３　A-MANO DESIGN代表（本社：宮城県石巻市）
※４　熱力学的に平衡でない状態にある開放系構造を指す。例えば内海の渦潮のように、一定の入力のあるときにだけその構造が維持され続けるようなものを指す。（wikipediaより引用編集）
※５　Mobility as a Serviceのこと。情報通信技術を活用することにより全ての交通手段をシームレスにつなぐ新たな『移動』の概念。（wikipediaより）

［取材：2019年９月］

株式会社ハウスメイトパートナーズ／東京都豊島区

賃貸事業の川上に立てる管理会社になろう

コミュニティやDIYで、“早い、安い、綺麗”以外の価値をつける

管理業を女性が取り組める仕事にする

――賃貸管理業界で女性の管理職として大活躍されています。

不動産業界で働き始めたのは埼玉県の不動産会社で、そこは管理物件も少なく規模も小さい会社でしたので、他社物件の仲介などいろいろな仕事をさせてもらいました。私が不動産に興味をもったのは、父が自衛官で小さい頃から転勤が多く、違うまち、違う家に引っ越すたびに、“私の部屋はどこなんだろう”“理想の家はこんな家”などと夢を描いていたことがきっかけでした。しかし、父が人に騙されて連帯保証人となり、相手が夜逃げしたため、実家が競売にかかり人手に渡ってしまいました。私は２人姉妹の長女で家を支える必要があったので、長く勤められ、頑張った分だけ給料が上がり、オーナーをたくさん抱えている安定性のある会社に行きたいと思い、FPの勉強をし、今から19年前に当社に転職しました。

最初の配属は南浦和店の仲介の営業でした。勉強してしっかり働こうという意識があったので、３年後には店長に抜擢されました。当時、首都圏では若手の女性店長は一人もおらず、女性でも店長になれるんだと驚きました。その店で店長を２年間務めましたが、すぐ下の後輩がよい成績をとれるようになるなど、人をマネージメントしチームを作る面白みを感じることができました。

そんなある日、上司から「これからは女性の目線が大切になる。今まで男性ばかりだった管理業務の担当にも女性を登用していく流れなので、希望を出してみては」と言われました。管理の仕事は、滞納督促、クレーム対応、退去時の立会い、敷金精算、リフォーム見積りといったきつい仕事です。そのため不安もありましたが、新しい事をするなら体力のある今のうちだと思い「やりたいです」と言ってしまいました（笑）。

管理担当として配属されたのは渋谷・品川・目

伊部尚子 氏
（いべ なおこ）

株式会社ハウスメイトマネジメント ソリューション事業本部 課長。同業他社を経て、2000年にハウスメイトグループに入社。仲介営業、仲介店長、管理の現場担当を経て、同社女性初の管理支店長に就任後、管理契約受託営業を経て現職。金融機関・業界団体・大家さんの会、大学等での講演多数。大家さん・入居者さん・不動産会社の三方良しの仕事がモットー。全宅連居住支援研究会委員。公認不動産コンサルティングマスター、CFP®、上級相続支援コンサルタント、賃貸不動産経営管理士。

黒区という都心の780世帯で、毎月回収家賃が1億円を超える一等地エリアでした。当時の滞納督促はまさに夜討ち朝駆けがあたり前の世界でしたが、私が最初の管理担当として配属された意味は、“女性でも管理の現場で働ける道を開く”ことだと解釈していましたので、男性とは違うやり方を考えました。それはとにかく“まめにしつこくやる”ことです。具体的には、滞納督促の電話の際に、振込日だけでなく、振込予定の時間と振込後に電話をかけることを約束し、その時間に電話が無ければこちらから電話して、振込がまだであれば新たな振込予定時間と電話の約束をするということを繰り返しました。次第に、私から電話がかかってくるのが面倒なために期日通りに支払う人が増えました。決して相手をやりこめるのではなく、まめにしつこく繰り返すと、その入居者と徐々にコミュニケーションがとれるようになります。すると逆に“給湯器が壊れた”など形勢が逆転してしまうような場面になっても反撃されることなく、割とスムーズに解決できるようになりました。

6年間管理の現場で働いたあとは、東東京支店の管理支店長に抜擢されました。担当エリアは、足立・葛飾区など下町の城東7区で、ピーク時は約6,000戸、毎月の受取り家賃は5億5,000万円という大きな支店でした。担当エリアも支店長になったのも初めてなので最初は不安でしたが、実際にやってみると、メンバーからクレームやトラブルの処理について相談があっても、答えに詰まることが無かったので自分でも驚きました。相談内容が、6年間現場で経験してきたこととまったく同じだったのです。組織の長になり、改めて下積み時代の大事さを実感しました。管理の仕事は継続の仕事なので、滞納者に対しての態度も「相手を追い詰めすぎると、立場が逆転した時にしっぺ返しを食らう」「こちらが正しい時こそ冷静に。追い詰めすぎず、逃げ道をちゃんと作るように」ということをメンバーには伝えていました。滞納も理由があるはずなので、事情をちゃんと聞き、解決策を話し合うようにしないと前には進みません。“住まいは人が生きる場所なので、それを管理している私たちは、人の気持ちにまで降りて、懐に入っていかないといけない”ということをいつも考えて仕事をしています。

経年によって家賃が下がらない付加価値を考える

――『パルコカーサ』を企画した経緯を教えてください。

東東京支店が管理する6,000戸の空室率は当時7％もあり、東京エリアで一番悪かったのです。空室期間が長い順に並べてみると、最長がなんと300日でした。現地に行けば原因がわかるはずと思い早速その部屋を見に行くと、駅からは遠い物件でしたが部屋は綺麗にリフォームされていて、家賃も周辺相場と比べて決して高くはありませんでした。この時初めて、今まで自分が経験したことのない世界に入ったのだと感じました。それまでは市場がよいエリアしか経験していなかったため、“綺麗で、安い”の次の答えを持ち得ていなかったのです。

井関社長は「川上に立てる管理会社になろう」とよく言っていました。管理会社はいつも縁の下

物件情報　**パルコカーサ**

●交通：東武伊勢崎・大師線「西新井」駅徒歩19分
●構造・総戸数：木造2階建て／11室（A棟～F棟）
●間取り：2LDK（A棟～D棟・F棟：メゾネット、E棟：ワンフロア1世帯）

の力持ちの仕事で、オーナーがまず頼るのは、顧問税理士や金融機関、付き合いのあるハウスメーカーです。どんな間取りが人気なのか、安定して高い家賃が取れそうなのかということを一番わかっているのは、お部屋探しの現場を見ている私たちのはずですが、現実にはプランができあがってから複数の不動産会社に賃料査定の依頼が出され、一番高値を付けた会社が仕事を勝ち取るというのが一般的です。そのため、無理をして市場より高めの賃料査定をする会社も多いと思います。本音では“最初に私たちに相談してくれれば、もっといいプランが提案できるのに”と思うことがよくありますが、計画段階で管理会社が意見を言える機会はほとんどなく、“川上から流れてくるものを川下で受けるしかない”という状況でした。建築費が決まれば利回りから家賃が決まり、プランも決まってしまえば、あとを任された管理会社は限られた状況で工夫していくしかありません。

同じエリアに同じハウスメーカーの新築がどんどん建てば、事業計画上の想定家賃を維持していくのはそう簡単ではないことを管理会社は知っています。入居者が入れ替わる度に家賃が下がる危険があることは骨身に沁みているのに、それを最初にオーナーに伝える機会もなく、家賃値下がりの全責任を負わされてしまうのです。“管理会社が川上に立てればこういうことは起きないのに”と常々思っていました。

●パルコカーサ

オーナーの田口さんは地元で50年以上も銭湯をやっていて、３人いる息子さんは皆会社員で役職にも就いており、銭湯を継ぐ人がいませんでした。息子さんたちがミサワホーム主催の相続セミナーに参加して８年が経った頃、“銭湯を廃業したあと、この土地で何をするか”ということをやっと家族で話し合うことができるようになりました。幼稚園や老人ホームを建てるという案も出ましたが、最終的に賃貸住宅を建てることになり、それまでフォローをしていたミサワホームに対し、「入居中にどんなコストがかかるのか」「退去があっても家賃は下がらないのか」「近隣は空室ばかりだけど大丈夫か」といった鋭い質問が息子さんたちから寄せられました。管理に関する質問なのでハウスメーカーでは回答ができず、たまたまミサワホームが提携していたFPの先生と当支店が懇意だった縁で、ミサワホームから「一緒にオーナーへのプレゼンに参加してもらいたい」と声がかかりました。プレゼンは８社のコンペでしたが、「ハウスメーカーの系列ではない、40年以上の歴史があり、地元をよく知る管理会社の意見が入っていた」「何がリスクでどう対応すればいいのかがよくわかった」という評価をもらい、見事選ばれました。しかもオーナーからは「伊部さんがいるから決めた」「伊部さんの言うことは私の意見だと思ってほしい」と言ってもらい、この時初めて“事業の川上に立てた！”と思いました。

その後、当社の仲介店舗の北千住店の店長も参加し、“このエリアのファミリー層なら70㎡は必要”“お風呂の広さと機能を優先し、サッシまわりの仕様でコスト調整してはどうか”などと意見を出すと、その熱意が伝わり、ハウスメーカー側も優秀な設計士が来てくれて、不動産業者の知恵と建築設計側の知識が融合してとてもよい建物ができました。しかし、それでも“家賃が下がらない”という自信が私にはありませんでした。“まだ何か足りない、決め手になるようなものがもう少し必要だ”と思ったのです。

――決め手になった付加価値とはどういうものですか。

物件は足立区西新井第15部町会という200世帯余りの町会にありますが、オーナーと何度か打ち合わせをするうちに、一家が昔から町会活動を熱心にやっていたことを知りました。町会費は月500円と高いですが、それ以上の価値を住民に返そうと、夏祭りや防災訓練など、年間すごい数のイベントをしていました。オーナーに誘われて餅

つき大会に行きましたが、会場である銭湯の隣の公園には老若男女が大勢集まり、他の町内からも子どもたちが来て楽しんでいました。町会長のあいさつでは「子どもはまちの宝です」という話がある一方で、まちの人たちは「少子高齢化で町会の担い手不足。若い夫婦と子どもたちがもっと増えてほしいし、歓迎したい」と言っていました。そのような話を聞いて“これが地域の価値だ。これが物件の強みになるのではないか”“町内会の人が喜ぶ若い夫婦を呼べれば、まちも幸せになるはずだ”と思いました。実は、子どもの声や足音といった問題は、クレームを受けない日がないくらい管理会社にとって日々の悩みの種です。そこで“子どもを大事にしようとする雰囲気のなかで、子どもを育てるのに困らない住宅を作れば、オーナーも入居者も地域も皆ハッピーになるはずだ。子どもが出す音に気がねすることなく、のびのび子育てができる環境の物件だということが、築年が古くなっても、それに対抗できる価値になるのではないか”と思いました。

また、賃貸物件が建つと古くから住む地元の人は、新しい住人はゴミの分別や夜に騒ぐなどルールを守らないといって嫌がります。しかしまちが望む人をそこに入れることができれば、地域の人に歓迎される物件になるはずです。そこでオーナーに「銭湯という、地域の中心だった場所が住宅に変わります。新たに地域のコミュニティを形成する賃貸住宅にしましょう。それが物件の価値になります」と提案しました。

物件は当社が借上げてサブリースしました。募集にあたってはオーナーとルールを作り、入居者は町会に入ることを義務にし、“地域で子どもを見守り、他人の子どもにも声がけができるようなコミュニティの存在が生活に潤いを与える”ということを理解できる人だけを入れることにしました。専用ホームページも作り、“子どもをのびのび育てることを応援する住宅”というコンセプトを示し、問い合わせに対しては、この物件に対するオーナーの想いと、管理会社として関わった当社の想いと、町会の紹介の３つの手紙を入れて返信しました。「町会加入が義務なんて嫌」という人はその後連絡が来なくなり、よいと感じてくれる人だけが見学に来るようになったので、ご案内数は多くはなかったですが、決定率は８割でした。

パルコカーサでのイベントの様子

よく、コミュニティ形成という名のもとに、マンションのエントランスロビーに立派な椅子が置かれているのを見かけますが、それでは誰も利用しません（笑）。常々思いますが、知らない人同士が交わるには、きっかけをつくるハブになる人が必ず必要です。パルコカーサでは、入居者はまったく決まっていない状態でしたが、満室時期を想定し、翌年２月頭の竣工から約２カ月後の４月５日に顔合わせバーベキューをすることを先に決めてしまいました。結果、その日までに11世帯全ての契約が済み、バーベキューには入居者だけでなく、町会長や女性部長も来て皆さん大喜びでした。それから４年半が経ち、転勤や家を購入した人な

入居者、オーナー、地域の人たちとともに

ど退去者はでましたがすぐに次が決まり、家賃は１円も下がっていません。また、その間に子どもが８人生まれ、全部で16人になりました。バーベキュー大会は、今ではオーナーと入居者が主体的に行い、私たちはお客さんとして呼ばれる立場になりました。“コミュニティは一度できると成長していくんだ”ということを実感しています。

――オーナー、入居者、管理会社、全てがハッピーな物件になりました。

この物件は、オーナーの信頼を得て川上に立つというチャンスをもらった瞬間に、それまでずっと温めていたアイデアを全て詰め込むことができました。そのためには下積みの仕事がとても大切でした。仲介を経験したので借主の気持ちもわかりますし、管理を経験したことでオーナーとハウスメーカーとの関係や、金融機関に対するお金の事情もわかるようになりました。たとえ両方が経験できなくても、会社であればその仕事をしている仲間がいるはずで、その人たちと情報交換することができます。パルコカーサは私だからできた仕事ではなく、再現性のある仕事です。賃貸の事業に携わる人には、大切なのは現場の知恵であり、日々の大変な業務にすごく大きな意味があることをぜひわかってほしいです。そして、大変な仕事がいずれ宝になり、夢のある仕事につながるということを知ってもらいたいと思います。

賃貸DIYのデザイン、施工、契約の問題を解決する

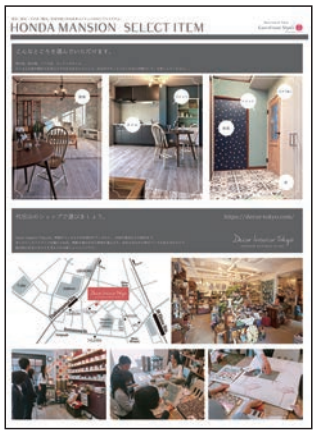
――賃貸DIYにも取り組み始めました。

都心で仕事をしていた時は、退去があれば安く、早くリフォームして市場に出すことが正解でしたが、当時の城東地区では早く安く綺麗にしても何カ月も空室が決まらず、“何かそれ以上の魅力が必要で、例えばおしゃれなカフェのように素敵な内装にしたら早く決まるのだろうか”などいろいろ考えていました。ちょうどその頃、青木純さん[※1]が賃貸でも壁紙を選べるという取り組みをされていたので、当社でもチャレンジしましたが、結果は失敗でした。部屋は汚いままでは募集や案内ができないので一度リフォームする必要があり、壁紙を選ぶとなるともう一度職人さんを呼ばなければならず、出張費が二重にかかる、入居日までに工事が終わらないなどの問題が出たからです。繁忙期にはとても対応できませんでした。

私は諦めきれなくて、まず自分たちで手を動かしてみようと、オーナーの承諾を得て、リフォーム業者さんに教えてもらいながら、管理支店の社員で輸入壁紙を貼る、ペンキを塗る、モザイクタイルを貼るということをやってみました。しかし、このような施工メニューは当社にはありませんし、全て社員がやるわけにもいきません。これを仕組み化するにはどうしたらいいかと考え抜き、“そうだ、入居者にやってもらうのがいいのではないか”という結論に達したのです。昔の賃貸は釘の穴やフックがついていてもそのまま貸していましたが、敷金トラブルが顕著になり、ルールができ、借主は何もできなくなってしまったという歴史があります。そこで、古くなった物件の付加価値として借主が好きなように手を入れられるようになれば、それが大きなプラスになるのではないかと思いました。“オーナーも管理会社も安心で、入居者は嬉しい”という仕組みにするために、夏水組[※2]が主催する“内装の学校”に通ったり、DIYアドバイザーの資格をとったりといろいろ勉強しました。

●本多マンション

ここのオーナーとは、当社の課長が十数年来のお付き合いがあり、既に本多マンションと隣接する旧都民住宅の管理を受け満室稼働していたので、とても信頼してもらっていました。あるとき、自主管理していた本多マンションが半分以上空いてしまったと相談があり、私が夏水組の坂田さんに協力を仰いだことがきっかけで、DIYができる賃貸物件として募集することになりました。



HONDA MANSION SELECT ITEM

賃貸物件でのDIYが普及しない理由には３つ問題があると思います。まず“センス”の問題、次に“施工技術”の問題。オーナーは、“変な風にDIYされたら困る”という気持ちがありますので、この問題を解決しないと承諾してもらえません。そして、管理会社が気になる“契約上の法規”の問題です。“センス”の問題は、夏水組に“HONDA MANSION SELECT ITEM”というメニューを作ってもらうことで解決しました。入居者は夏水組のお店でアドバイスを受け、メニューをもとにペイントの色や壁紙などを選ぶので、センスのいいセレクトができます。材料代は基礎工事代としてオーナーが負担します。施工の問題については、DIYRE'S PARTY（ディーアイワイヤーズ）※3という大家さんのための“DIYがっこう”などを主催している女性のグループと接点があったため、オーナーと交渉し、空き部屋の１室に事務所を移転してもらい、入居者にDIY指導を行ってもらう仕組みを考案しました。こうして、日本で初めての“DIYサポート付き賃貸マンション”が誕生したのです。募集にあたっては、１室をモデルルームにし、DIYできる場所をあらかじめ決めて、まず２部屋を募集しました。

夏水組の内装を施したモデルルーム

物件情報 **本多マンション**

●交通：都営大江戸線「練馬春日町」駅徒歩８分
●構造・総戸数：RC造／18戸
●間取り：１LDK、２LDK

賃貸DIYガイドラインを作成

――契約上の法規の問題はどうクリアしましたか。

賃貸DIYを進めていくうえで最後にあたった壁が、契約上の法規、特に建築法規の問題でした。私たち宅建業者は建築の知識がほとんどありません。不動産会社はこれまで建築基準法や消防法上適法なものを適法な状態で預かって、原状回復工事をして貸すことを繰り返していればよかったのですが、そこを超えて手を加えようとした途端に建築法規をよく知らないという問題に気付きました。管理会社は他人の財産の管理を信頼して任せてもらい、それをまた別の人に貸す仕事なので、責任は非常に重く、事故があったらプロとして“知らなかった”ではすまされません。

そこでこのテーマをHEAD研究会※4で取り上げてもらい、建築士の人たちと一緒に勉強会を始め、最終的に『賃貸DIYガイドライン』を作りました。このガイドラインでは建築基準法と消防法を根拠

DIYRE'S PARTYによるDIY教室

フローチャートでわかりやすく解説「賃貸DIYガイドライン」

に、“安全を確認するフローチャート”をつくり、構造ごと、DIYする部位ごとに“内装制限”の対象になるかどうかをチェックすることができ、対処方法がわかるようになっています。さらに、ガイドラインを踏まえたDIYの実例、オーナーへの提案書例、国交省の書式を参考にした契約書の特約例、合意書、申請書、承諾書の例、DIY工事の施工手順の例を記載しました。

――賃貸DIYの普及には何が必要でしょうか。

賃貸DIYをさらに普及していくには、オーナー、管理会社、借主がもっと簡単に楽に進められるようにしなければならないと思っています。その一つの試みが“DIY可能壁”の導入です。国交省のDIY型賃貸借の契約書式[※5]では、増改築の内容ごとに原状回復義務等のルールを決めなくてはなりませんが、この壁なら事前申請も原状回復もなしにできるので簡単です。DIY賃貸にチャレンジする人を増やすために、安全面では『賃貸DIYガイドライン』を、施工面では“DIY可能壁”を普及していきたいと思っています。

本多マンションでは、募集した２部屋ともDIYは初めてという人の入居が決まりました。このことから、自分ではできなくても、教えてもらったり、道具を貸してもらえるといったことを通じて、借主のハードルを下げることが必要だということがわかりました。さらに、検討中の方がリフォームをしていない部屋を契約してくれました。当社に19年いますが、退去後何もしていないボロボロの状態の部屋にお客さんがついたのは初めての経験です。賃貸DIYによって“先にお客さんを見つけてから部屋を作る”ということが私たちにもできるのではないかと期待しています。

※１　株式会社まめくらし代表（本社：東京都豊島区）
※２　株式会社夏水組（本社：東京都杉並区）代表取締役 坂田夏水氏
※３　大家さんや住人のセルフリノベをDIYサポートする。メンバーはDIYリノベプロデューサー石井麻紀子氏ほか（http://diyersparty.com/）。
※４　一般社団法人HEAD研究会 理事長松永安光氏
※５　「DIY型賃貸借に関する契約書式例」国交省（2015年）
http://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/house/jutakukentiku_house_tk3_000046.html

［取材：2019年９月］

株式会社ハウスメイトパートナーズ

代 表 者：井関　豊
所 在 地：東京都豊島区東池袋３-１-１ サンシャイン60 41F
電　　話：03-3590-0911（代表）
Ｈ　　Ｐ：https://www.housemate.co.jp
業務内容：賃貸建物のサブリースおよび管理運営、賃貸建物の保守・メンテナンス、営繕業務、土地・建物等の資産コンサルティング、アパート・マンション・店舗事務所・駐車場等の仲介斡旋業、借上社宅管理の業務代行事業、損害保険代理業、その他サービス業務。

RENOVATION 2020

福岡県　取材先より
photo：全宅連

gallery

第３章

地域の安全を確保する取り組み

アオバ住宅社／神奈川県横浜市

困ったときに頼られ、一生付き合える不動産会社になる

社会的弱者、地域、不動産会社が“お互いさま”になる関係をつくる

福祉のことはまったく知らない状態でスタート

――社会的弱者への住宅斡旋に取り組んだ経緯を教えてください。

20代で宅建士の資格をとり不動産業界に入りました。その後、結婚して子どもができ、子育てをしながら自分でも事業を始めようと、7年前に世田谷区から横浜市青葉区に移り住み開業しました。当初は普通の不動産会社としてやっていましたが、たまたま生活保護を受けている方が来られ、「区役所からお金が出るので引っ越しをしたい」ということでしたので、家探しのお手伝いをすることにしました。しかし、区からお金が出るといわれてもすぐには信じられず、また一度管理会社や大家さんに迷惑をかけるとこの業界では信用されなくなるので、本人と一緒に区役所の窓口に行きました。最初は不動産業者が生活保護の人と一緒に来るなんて怪しいと思われたようですが、私も福祉のことはまったく知らなかったし、「お金が出るかどうか、制度のことも手続きのこともわからないので教えてほしい」と伝え、その後何度も通いました。すると、区役所の人たちと関係性を築くことができ、逆に信用してもらい、それ以降は生活支援課だけではなく、高齢・障害支援課などからも住宅に困っている方を紹介されるようになりました。その後、そこから地域包括支援センターや児童相談所、その他さまざまなNPOなどとつながるようになり、徐々に裾野が広がっていきました。

私にとって始まりは偶然でしたが、最近わかってきたことは、行政も、福祉関係の人たちも気楽に相談できる不動産会社を探しているということです。福祉の人たちは支援者のために何とかしたいと話し合っていますが、その人たちは生活の基盤となる住所がないと仕事ができないし、安心できる自分の場所がないと何も始まりません。物件を確保するためにはそこに不動産会社を交えないと問題の解決はできませんが、福祉関係者も不動

齋藤 瞳 氏
（さいとう ひとみ）

1979年生まれ。千葉県出身。立教大学法学部卒業。平成28年、アオバ住宅社開業。創業時より、「一生お付き合いのできる不動産屋」をモットーに、賃貸売買の仲介を中心に行っている。なかでも賃貸では、生活保護受給者・高齢者・DV被害者・障がい者など、お部屋探しに困難を抱える方々のお手伝いを、行政・福祉・医療などと連携して多数手がけている。また、お部屋探し後の就労支援・見守り活動・交流会なども行っている。

産業者もお互いパイプを作ることが苦手のようです。

大家、入居者、不動産会社をフラットな関係にする

――最も大変なことは理解のある大家さんを探すことだと思います。

最初に入居をお手伝いした方は70歳の高齢者でしたので、100件くらい電話してやっと１件紹介できたという確率でしたが、今では付き合いのある大家さんや管理会社が20社くらいまで増えてきたので、そこが持っている部屋を紹介できるようになりました。今も年に10社ほど増えています。アプローチの方法は、大家さんのところに直接行くのではなく、直筆で「困難を抱え、住む場所に困っているお客様がいます。何とか話を聞いてもらえませんか」と手紙を書いて、メディアに載った記事を添えて送ります。すると３件に１件の割合で電話が来るのですぐ訪問し、家を探しているのはどのような人たちなのか、区役所をはじめどういう人たちとつながっているのかといった話をし、少しずつ理解を深めていきます。最終的に契約に至った場合は、「何かあった時の窓口には私がなりますが、この人はこの組織を頼っているので、問題が起きたときはそこから連絡してもらうようにしてください」と名刺のコピーを大家さんに渡します。また最近は、「高齢者でも誰でも受け入れたいと思っているけど、不動産会社の窓口で断られてしまう。自分でも何かできることをしたい」という大家さんから直接電話が入るようになりました。

また、家賃の引き受けなど賃貸管理業務は引き受けないことにしています。管理会社は私たちにとって大事なお客様なので、競合しないようないい関係を保たなくてはなりません。むしろ地元で長くやっている管理会社には、直接出向いて「最近始めた業者なので、生活保護者を受け入れてくれる物件を探すのが大変なんですよ。何とか入れてもらえるように大家さんに言ってもらえませんか？」と、管理会社経由で大家さんの交渉をお願いしています。

不動産会社内の事業部であるアオバ住宅社

20代で宅建免許を取得した頃、この業界を変えてやろうと“出る杭”になってしまい、すごく打たれた時期がありました（笑）。私のモットーは「常にルーキーでいよう」です。この業界でうまく仕事を進めて行くために、年配の同業者に対しては新人のように、「わからないので何でも教えてください」というスタンスで接します。物件の確保のために、大家さんや管理会社といかに強固な関係を築くかということを日々考えてやっています。

――それぞれの立場を尊重した対応をしています。

一度取引をさせていただいた大家さんとは、その後、繰り返し部屋を貸してもらえるようになります。そういったことから、ただ単にお付き合いのできる大家さんを増やせばいいということではなく、こちらの事情や気持ちを理解してくれる人たちと深く付き合うことが大切だと思っています。今でも希望通りにできないことや失敗することはたくさんありますが、こちらが真っ直ぐな気持ちで接し間違ったことをしなければ、関係が途切れることはありません。

また、こちらがへりくだった関係で仕事をしたくないので、お中元やお歳暮などは一切していません。大家さんと当社と入居者の３者がいつも

“フラット”な関係になるように心がけています。私が常に意識していることは、「関わる人全てに少しずつ利益が出るように」ということです。当社が無理をしても駄目だし、大家さんに無理をいって引き受けてもらってもうまく続いていきません。

入居者と地域の人をつなぎ、困りごとを解決する

――入居者のフォローはどうされていますか。

当社に住宅の相談に来られた方とは、本人の不安を和らげるために時間をかけて身の上話を聞き、お互いの信頼関係を築くようにしています。

入居者の中には、家賃を滞納して強制退去になってしまい、どこも借りられないという人がいます。その人たちに話を聞くと、郵便局で保険を積み立てていたり、昔は仕事をしっかりしていたというような人もいて、資力がないというより、滞納が始まってしまいどうしたらいいのかわからず、誰にもSOSを出せずにそうなってしまったということです。そういう人たちは部屋を確保して見守ってあげれば、再度自立できる可能性が高いので、当社がサブリースして部屋を斡旋しています。また、独居老人については、昔は定期的に訪問して見守っていましたが、その数が増えてしまい時間がとれず、できなくなってしまいました。

そこで、そういう人たちを対象に、月１回事務所に家賃を持参してもらうタイミングで“交流会”をすることにしました。交流会は入居者以外にスタッフとして働いてくれている人たちにも参加してもらっています。参加者のなかに、以前は医療関係の仕事をしていて精神の病気にかかってしまった方がいます。その人は、最初は事務所に来てもずっと下を向いてなかなか周りと関係性を築けなかったのですが、交流会で毎月のように顔を合わせていたらどんどん表情が変わっていき、１年ほど経つと談笑ができるようになりました。そして嬉しいことに、「そろそろ仕事をしようと思います」という話が本人からでてくるようになったのです。

――入居者や支援団体からは大変頼られていると思います。

ただ、最近では当社を“無料で何でもしてくれるところ”と勘違いしてやってくる人やNPOの人たちがいますが、それはやはり違うと思います。まず自分で努力し、それでもどうにもならないのであれば、私にできることならしますよ、となりますが、最初から全部頼って、齋藤さんに言えば何でもしてくれるというのは、その人の人生にとってもよくないと思います。私たちができるのは、自立をしたい、将来こうしたいといった気持ちを持った人に対する居住支援であって、周りへの依存度が高く、ずっと社会のお世話になることを何とも思わないような人はお手伝いしきれないと思っています。私は常にその人のそばにいられるわ

賃貸物件のオーナ向けのDM

入居者との交流会の様子

けではないし、裸足でいるからといって靴をあげ続けるわけにはいきません。靴を買うための方法やノウハウを提供するということが私の役目なのではないかと思っています。

私の好きな言葉は、“持ちつ持たれつ”や“お互いさま”という言葉です。入居者との関係で大切にしているのは、“かわいそうだから”とこちらが一方向に配慮するのではなく、「私たちもやれることはするので、あなたもできることは返してね」といった、極力対等な関係を築くことです。一見淡泊に感じますが、実際にそのような関係を築いた入居者からは、こちらが何かお手伝いすると倍にして返してくれることもあります。その一方で、仲介手数料を無しにしたり分割払いにするなど、その人に応じて柔軟な対応も心がけています。

――家賃は持参が原則ですか？

区役所に「代理納付制度にしてもらわないと大家さんを説得するのが難しい」とお願いしたら、導入してくれることになりとても助かっています。一方、代理納付以外の人は、顔を合わせることができ様子もわかるので、家賃を必ず持参してもらいます。

――入居者の見守りはどうしていますか。

最近、高齢者用に機器等を使った見守りサービスがたくさんでてきましたが、やはり最終的には人のつながりに託すのが一番いいと思っています。機器を使った見守りサービス自体は悪くはないでしょうが、何かあれば直接部屋に行く必要があるし、それに頼ってもこちらの手間はそれほど減らないと思います。見守りサービスは、人と人との関係を築きながら併用して利用するのがいいと思います。

――家賃保証が受けられなかったり、連絡先がない方への対応はどうされていますか？

住宅を斡旋するにあたっては、家賃保証会社や緊急連絡先の有無、身内がいるかいないかで可否を決めるようなことはありません。未成年で児童養護施設を出されて親権者同意が得られない子どものような、家賃保証が受けられない人の場合は、当社が借主になってサブリースをします。

また、緊急連絡先がない場合には、以前は私がなっていましたが、最近はそれをしないようにしています。というのも地域の中に「緊急連絡先だったらやりますよ」という人がたくさんいるということがわかったからです。何年か前に、地域の人に「複数の人の緊急連絡先になってしまい困っている」と話をしたところ、「協力してくれる人は地域にいるはずだ」と言われ、それなら地域のネットワークを築くことで支援の輪をもっと広げようと思い、昨年地域の人たちと「まちの相談所ネットワーク（まち相青葉)」を作りました。

――地域にそのような人たちがいるとは驚きです。

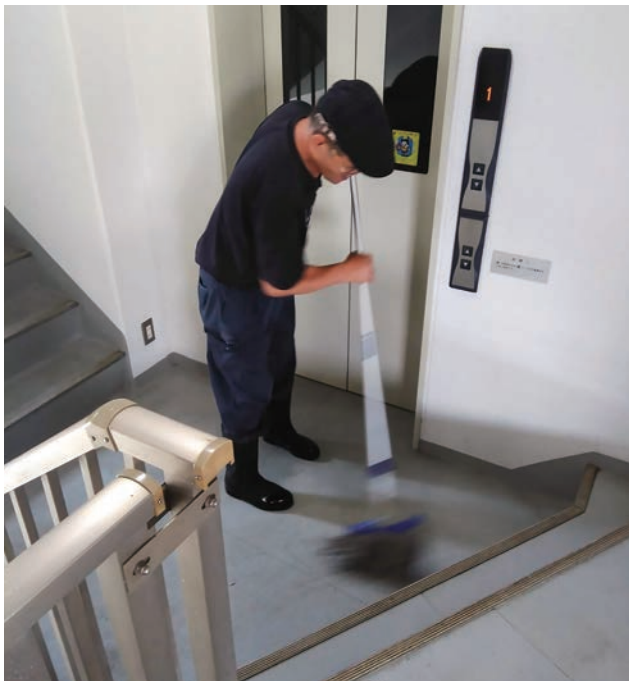
この辺りは東急田園都市線沿線の高級住宅街なので、当社に来るような社会的弱者がいるということを地域の人たちはあまり知りません。しかし、そのような事実を知ることで、まちの人たちが多様な事情を持つ人に対して優しくできるようになり、その結果まちが住みやすくなっていくと思います。“まち相”を通じて、お互い困ったことがあればどんどん発信する一方で、自分ができることを提供するという“持ちつ持たれつ”の関係が地域の中でできるといいなと思っています。先日、

夫のDVに遭って着の身着のままで逃げてきた方がいました。それを“まち相”で伝えたら、洗濯機や冷蔵庫が集まり、トラック出して運ぶよという人も現れました。すると、今度は本人から「自分は何でお返しができるでしょうか」と相談があり、それに対してトラックを出した人が「地域のお祭りでボランティアが足りないのでやってほしい」と返したところ快く引き受けてくれて、それが彼女にとっての地域デビューになったのです。もしそのような事がなく、私と彼女の関係だけではやはりしんどかったと思いますが、そこに他人が交わることで、本人も楽になりました。後日、本人に聞くと「ちょっと話せる人間関係がほしかったのでとても助かった」と言っていたので、試行錯誤するなかで必要なことを積み重ねながら、入居者が地域に定着できる“仕組み”を作ることができたのではないかと思いました。

時間とエネルギーをかけて支援のネットワークを築き上げる

――不動産業以外にも清掃事業をされています。

やはり、世の中の役に立つことをしながら利益を上げていくのはそう簡単ではなく、事業を持続的なものにするにはどうすればよいかということを常に考えています。その一つとして、不動産業以外に管理物件の清掃の請負を行っています。きっかけは、仲良くしてくれたある大家さんから「清掃を頼んでいた人が辞めてしまったので、事業としてやってみては」と勧められたことです。その時に、最初に入居を手伝った高齢者に、とても綺麗好きで、部屋も綺麗に使っていた方がいたことを思い出したのです。早速本人に話をすると“やりたい”とのことだったので、内容や金額を決めてお願いしたところ、大家さんが驚くほど綺麗になって、管理物件のみならず自宅の庭の清掃などもお願いされるようになり、お礼として野菜などのおすそ分けをもらうようになりました。それ



マンションの共用部の清掃を請け負う

からは、ほかの入居者にも声をかけ、共用部の清掃やハウスクリーニングの仕事を請け負っています。また大家さんだけでなく、管理会社と良好な関係を築くことで、そこから仕事を得ることもあります。当社の特長は、頼む際の手続きが簡単で、頼みたいときにLINE等でいつでも頼めることです。台風のあとなどは、他の業者と違ってすぐ対応してくれたと、とても喜んでもらえました。大家さんも助かるし、入居者もお金になるし、当社も売り上げになります。さらに大家さんには、生活保護受給者の雇用を生めば、社会保障費が削減されて行政も助かるはずだと伝えています。

――入居後のためのネットワーク作りはどうすればいいのでしょうか。

入居者のフォローは、当社だけでは全ては担えないので、当社が相談の窓口になってそこから専門家につなげるような役割を果たそうと思っています。行政や福祉関係者はもちろん、弁護士や司法書士といった士業の人たち、そして“まち相”を通じて知り合った地域の人、最近は精神科医とも連絡がとれるようになりました。ただ、ネットワークを築くまでには、何度も先方に通ったり、や

りとりをしてものすごく時間とエネルギーをかけました。このような活動をしているおかげで、最近では行政とは本音を言える関係になりましたし、行政主催の会議にも声がかかるようになりました。

行政等とやりとりを繰り返していくと、経験と共に社会福祉や病気のことについてどんどん詳しくなってきます。結局そういったことが“楽しい”と思えるか否かがポイントだと思います。この仕事は多分、“人が好き”とか“いろいろなネットワークを作るのが好き”とか“地域のために何かしたい”といったキーワードを持っている人にしか響かないと思います。でもそのような人は少なからずいるはずで、その人たちに私たちの活動が響けばいいと思っています。

――多くの不動産会社が取り組むようになるには何が必要でしょうか。

社会的弱者への居住支援については、不動産業界の人にもっと関心を持ってほしいと思っていますが、手間がかかり儲からない仕事では続きませんし、誰もやろうとはしないでしょう。そこで、この仕事を“仕組み化”ができないかと考えています。

この地域はまだ人気エリアで、多くの大家さんや不動産会社は空室に対する危機感が少ないです。しかし10年後のマーケットは必ず変わっているし、不動産会社は宅建業のことだけわかっていればいいという時代は終わるでしょう。不動産業界と福祉業界は対局の位置にいるようなもので、それだ

会社は常にオープンで、入居者をはじめいろいろな人が立ち寄る

からこそ需要はたくさんあると思います。この市場が大きなマーケットになるということに早く気付き、先に経験をたくさん積んだ者が勝ちになると思います。私のスタートは単なる不動産業者で、いいことをしたいと思ってやり始めたわけではなく、ひとつのあり方として、そして自分の会社が生き残る道として、社会的弱者への住宅斡旋に取り組んでいます。

日々の取り組みのなかでは、実際に仕事が回らず押しつぶされそうになることもありますが、そういう時に不思議と誰かが仕事を引き受けてくれたり、自分が精神的に駄目になりそうで、誰かに話を聞いてもらいたいと思うと、私の話を聞いてくれる人が必ず現れます。そういう時に今まで築いてきたネットワークが生きているなと感じますし、人との良好な関係を築いてきたことが全ての土台になっていることを実感します。

［取材：2019年11月］

アオバ住宅社

代 表 者：齋藤　瞳
所 在 地：神奈川県横浜市青葉区桜台25番地1 桜台ビレジ ショッピングコリドールR1
電　　話：045-482-6646
H　　P：http://www.aoba-jutakusha.jp/
業務内容：2012年に設立した株式会社齋藤岳郎社（代表取締役　齋藤岳郎氏）の一事業部として、賃貸仲介、売買仲介、集合住宅の定期清掃と短期集中清掃、賃借人退去後の各種手続きなどを行う。特に社会的弱者への居住斡旋に積極的に取り組んでいる。

「平成30年7月豪雨災害」を振り返る

重要なのは初動の早さ。情報ルートの整備と行政との関係性が役に立つ

2018年6月28日から7月8日にかけて、台風7号および梅雨前線等の影響による記録的大雨となり、堤防の決壊による浸水等により岡山県は大きな被害を受けた。公益社団法人岡山県宅地建物取引業協会（以下、岡山県宅建協会／会長：山上健一氏）は災害発生翌日から岡山県との災害協定に基づく協力に向けて動き始めた。岡山県宅建協会と会員の活動について記録する。

平成30（2018）年7月豪雨災害の被害の状況

○被害状況

台風7号および梅雨前線等の影響による記録的大雨により、堤防の決壊による浸水等が発生。その結果、家屋への浸水および土砂災害が広範囲に起こり、全半壊および一部損壊の数は9,000棟以上にのぼり、岡山県内では平成最悪の豪雨災害となった。特に倉敷市真備町では小田川などの堤防の決壊により広範囲が浸水。浸水面積は約1,200haで浸水深が5m程度になるところもあり、全壊棟数は約4,600棟に及んだ。

○民間賃貸住宅借上げ制度（みなし仮設住宅）について

岡山県では、災害により住居が全壊等の被害を受け、自らの資力では住居の確保ができない被災者に対し、民間賃貸住宅を借上げ被災者に供与する事業を実施。対象となる地域は、災害救助法が適用された岡山市や倉敷市をはじめ21の市町村[※1]に及んだ。

1.被害の状況

状　況	人　数
死者（関連死を含む）	86
行方不明	3
重傷者	16
軽傷者等	161

令和2年2月13日現在

状　況	件　数
全壊	4,830棟
半壊	3,365棟
一部損壊	1,126棟
床上浸水	1,541棟
床下浸水	5,517件

令和元年7月5日現在

状　況	戸　数	戸　数
みなし仮設住宅	延べ供給戸数	3,247戸
	内、岡山県宅建協会扱い	約1,600戸

令和2年3月18日現在

○岡山県宅建協会による実施事業

- 協会が運営する不動産情報サイト「住まいる岡山」[※2]からの民間賃貸借上げ住宅の物件情報提供
- 会員業者向け民間賃貸住宅借上げ制度説明会の開催（岡山会場、倉敷会場）
- 行政との対応協議、折衝、問い合わせ
- 行政に対する書式や制度に関する情報提供および意見交換・書式作成協力

2. 借上げ住宅の概要

項　目	補助内容
賃料	・2人以下の世帯は月額6万円以下 ・3～4人の世帯は月額8万円以下 ・5人以上の世帯は月額9万円以下
礼金	家賃の1カ月分以下
仲介手数料	家賃の0.54カ月分以下
退去修繕負担金	家賃の2カ月分以下
共益費 管理費 入居時鍵等交換費	貸主または仲介業者との契約に不可欠なものに限る

＊損害保険は、県（借主）が包括契約したものに加入
（平成30年7月26日以降）

- 会員業者への情報提供および問い合わせ対応
- 岡山県への物件情報登録状況報告
- 被災者に対する住宅相談会への相談員派遣
- 賃貸借契約書の①会員業者からの受付け ②県庁への送付 ③県庁からの返却受け取り ④会員業者への返却（その際「民間賃貸住宅での入居のしおり」[※3]を添付し、入居中のルールを徹底するようにした）

3. 主な活動内容

月日	曜日	内　容		備考（メールの内容等）
		行政の動き	協会の動き	
7月9日	月		【岡山宅建メール】NO.13	物件登録準備のお願い
			【岡山宅建メール】NO.14	被害にあった会員業者の情報収集
7月10日	火	県と物件数に関する情報交換	【岡山宅建メール】NO.15	義援金募金の呼びかけ
7月11日	水	県や倉敷市と住宅の提供について協議	「住まいる岡山」システム運用準備開始	
7月12日	木	県・倉敷市・業界団体で みなし仮設住宅に係る協議	避難所における住宅相談実施準備	相談員の確保、機材や備品の準備、自治体との調整
7月13日	金	県が「民間賃貸住宅借上げ制度」の開始を発表	【岡山宅建メール】NO.17	民間賃貸住宅借上げ制度の概要の説明や申込書の送付
			「住まいる岡山」みなし仮設物件登録システム運用開始	
7月15日	日		「住まいる岡山」みなし仮設物件一般公開開始	
			避難所における住宅相談実施	2カ所に8名相談員派遣
7月16日	月		避難所における住宅相談実施	2カ所に8名相談員派遣
7月17日	火	倉敷市が民間賃貸住宅借上げ制度受付開始		
7月18日	水		会員向け借上げ住宅制度説明会実施	倉敷会場、岡山会場
7月19日	木	県が半壊等への拡充を発表	【岡山宅建メール】NO.23	入居相談に関するQ&A送付
7月20日	金		【岡山宅建メール】NO.24	「半壊」の被災者も対象になる旨
			【岡山宅建メール】NO.25	専用の契約書、重要事項説明書の送付
7月24日	火		【岡山宅建メール】NO.28	契約書に鍵交換費の項目が追加になる旨
7月26日	木	県が損害保険の包括契約を締結		
7月27日	金		【岡山宅建メール】NO.30	「一括損害保険」の概要説明の送付
7月28日	土		避難所における住宅相談実施	1カ所に3名相談員派遣
7月29日	日		避難所における住宅相談実施	2カ所に5名相談員派遣
7月30日	月	県が旧耐震等の要件緩和を発表		
7月31日	火		【岡山宅建メール】NO.32	旧耐震も利用可能になる旨 制度開始以前の入居者も遡及される旨
8月1日	水		【岡山宅建メール】NO.33	契約書作成上誤りの多い項目の周知
8月3日	金		避難所における住宅相談実施	"客船はくおう"に2名相談員派遣
8月7日	火		避難所における住宅相談実施	"客船はくおう"に2名相談員派遣
8月17日	金		【岡山宅建メール】NO.39	仲介手数料を入居者に求めない旨注意喚起
9月3日	月		【岡山宅建メール】NO.42	賃料の支払い時期、契約書の発送についての告知
10月9日	火		【岡山宅建メール】NO.49	家主への丁寧な制度周知を求める
10月17日	水		【岡山宅建メール】NO.50	賃料の支払い時期（10月末）のお知らせ
10月18日	木		【岡山宅建メール】NO.51	家主へ管理委託契約の十分な説明を求める

○民間賃貸住宅借上げ制度の円滑な協力に向けての注意点

①事前の備え

- 災害に強い事務所や賃貸住宅を作る
- 災害時の社内の意思決定方法を取り決めておく
- 書類や物件情報等の保管と利用
- 入居者や家主との連絡方法の確保
- 備品や物資の供え（一般的な備品等に加え、発電機、燃料、蓄電池等）
- 民間賃貸住宅借上げ制度の理解
- 民間賃貸住宅借上げ制度の対応物件のピックアップ（エアコン等の設置状況の確認）
- 民間賃貸住宅借上げ制度に関する行政等との連携体制の確認

②災害発生時および直後の対応

- 二次被害への備え
- 移動や通信手段の確認
- 入居者や家主の安否確認
- 物件の状況確認（民間賃貸住宅借上げ制度用の物件に限らず。今回の水害では利用の可・不可の判定がわかりやすかったが、地震の際は要注意）
- 民間賃貸住宅借上げ制度の対象物件情報提供（家主への制度確認と了解の取得）
- 民間賃貸住宅借上げ制度の利用者対応

③災害発生から１週間前後

- 民間賃貸住宅借上げ制度の申込み対応

④災害発生から２週間前後

- 民間賃貸住宅借上げ制度の契約対応

現場で感じた強みと課題

(公社) 岡山県宅地建物取引業協会
主任 **斉藤誠人** 氏

――今回の災害時対応を振り返ってみて、よかったと思えるのはどのような点ですか。

まず、当協会が運営している不動産情報サイト「住まいる岡山」をうまく活用できた点です。東日本大震災、熊本地震等、他地域で起きた大規模災害を踏まえて、簡易なシステム改修で「住まいる岡山」からみなし仮設住宅の情報提供ができるようにしていました。そのおかげで会員業者が物件登録をスムーズに行うことができ、被災者への物件情報提供がタイムリーにできました。

また、行政の担当部署とは普段から担当レベルで関係性を構築していたため、信頼関係のうえで事業を進めることができました。岡山県住宅課は、当協会が事務局を受託している岡山県居住支援協議会の担当課で、平成24年に「災害時における民間賃貸住宅の被災者への提供に関する協定」を締結したあとも、継続して災害発生時の対応方法や課題に関する意見交換を行っていました。岡山市や倉敷市の住宅課とも同様の関係を構築できていたことは、事業を円滑に進めるうえで大きかったと思います。

――一方で、課題として感じた点はどのようなことでしょうか。

まず、制度に対する準備不足があげられます。県や市とは事前協議は行っていたものの、具体的な借上げ住宅の条件（家賃等）や契約書等の書式の用意まではできていませんでした。そのため、会員業者に対してすぐに物件提供を呼びかけることができませんでしたし、会員への周知文も発災後新規で作成したため、時間的なロスがありました。

制度面では特に損害保険の整備が不十分で大きな問題を生じました。県が包括契約を締結するまでは、仲介会社が取り扱う保険を利用することができましたが、実際には保険契約者である県からの入金が無いと保険が始まらないなど、保険の申し込みから補償の開始までタイムラグが生じ、実務上は利用が困難でした。そのため、最初の一週

日頃のコミュニケーションや情報ルートの整備が役に立つ

――災害発生から初動までの対応について教えてください。

大森氏：私の事務所は同じ倉敷市でも真備町から離れた児島というところにあるため、河川の氾濫等の状況はテレビの映像で見ていました。もともと真備町は吉備郡にあり経済文化圏は総社市に近く、協会においても備中支部に所属していましたが、平成の市町村合併で倉敷市に編入されたため地理勘に疎いところがありました。そんななか災害が発生し、すぐ事務局から「週末に真備の小学校の体育館に設置された避難所へ相談員を派遣してほしい」と連絡が入りました。岡山県は“晴れの国”といわれるくらいこれまで災害がなかったため、役員に連絡しても皆ピンとこないようで、みなし仮設住宅のこともあまり理解していませんでした。しかし、10名前後の人を揃え、かつ相談員として理解力があり賃貸物件をある程度持っている人をピックアップし、チームを組む必要がありました。実際に彼らのスケジュールを押さえるのに苦心しましたが、「それなら予定していた取引を延期します」とか「今日は被災した友人の応援に来ているので、明日なら大丈夫です」と言ってくれる役員もいて、依頼したメンバーがほぼ全員快諾してくれたので大変勇気づけられました。とはいえ、その時点ではみなし仮設住宅の条件が明確になっておらず、相談会前日の金曜日にようやく内容が決定されるという状態でした。さらに市の間程は被災者に入居を待っていただくケースが発生し、県が包括契約を締結してから一気に入居が進んだという認識です。また、仲介手数料について、借主である県からのみ0.5カ月分負担で、入居者からは受領しないこととなっていたので、現場では多少の混乱がありました。

次に、人手の問題です。特に災害発生から約2週間は、会員へのお知らせや問い合わせ対応、行政との折衝、書式やQ&Aの作成など、事務局に業務が集中したため十分に手が回らない状況が続きました。

そして、物件のマッチングの難しさです。ペット可能物件を求める被災者に対して、十分な物件数の確保ができなかった印象があります。また、県の条件では当初、旧耐震物件は不可となっており、部屋が空いていても紹介できないケースがありました。行政は設定した条件をみずから変更するのは難しいが、“外部の専門家の意見による”という形をとれば動く可能性があることから、現場の状況や意見を積極的に上げることで実態にあった条件に変えていくことが大事だと思いました。

さらに、借り上げの条件が決まるまでに既に自力でアパートを借りた人も一定数いて、隣接の総社市では借上げ制度が始まった時には既に借りられる物件がほとんどないという状況がありました。

また、メディアからの取材もありましたが、都合のいい切り取られ方をされ、趣旨が違う編集をされて放送されるなど、残念な思いもしました。

――民間賃貸住宅借上げ制度の円滑な利用に向けての注意点をあげてください。

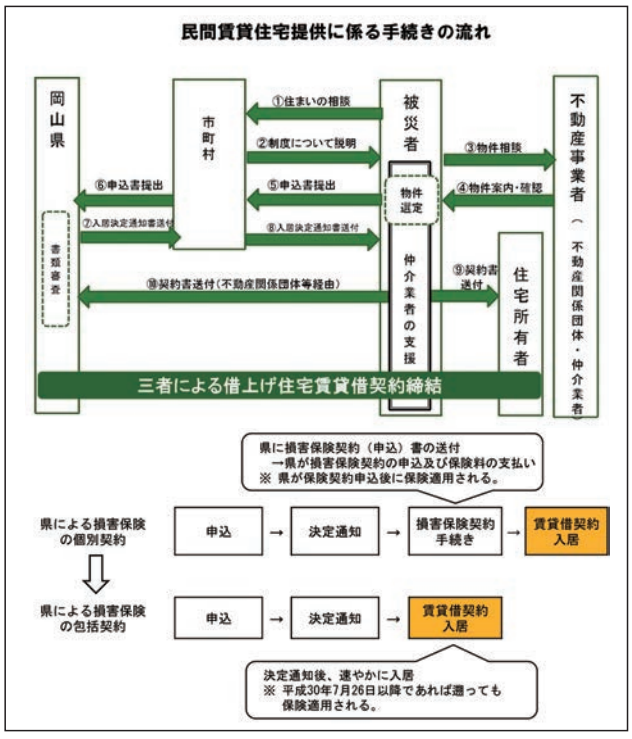
宅建業者は民間賃貸住宅借上げ制度の概要を把握し、日頃から家主の理解を得て、この制度に提供できる物件としてストックしておくことが重要です。それができていれば、発災後行政が応急仮設住宅の計画を立てる際も実用的な計画になり、被災者への住宅提供プロセスもスムーズに進めることができます。

取材に協力いただいた皆さん

職員からの情報で、橋が通行不能になっていることや激しい交通渋滞があるため、ふだん30分で行けるところが２時間かかるということが判明しました。そこで、土地勘のありそうな役員に電話をしまくりながら、人の配置と集合場所を決めて、当日は車に乗り合わせて避難所にたどり着きました。

相談員には「対応の方法はある程度自由に判断していいよ」と伝え、不明な点は事務局や自治体の職員に聞きながら進めていきました。通常、協会で実施している無料相談会では、相談者を自分のお客として取り込んではいけないというルールがありますが、この時はいかに早く避難所から一般の住居に送り出すかが大事でしたので、逆に「積極的に物件掲載業者を紹介するなり、自社の物件を紹介するなりしてくれ」と指示を出しました。

川西氏：災害の翌朝は、お店が開く10時前には、既に「アパートに入りたい、自分の住む場所を確保したい」というお客様が来店されていました。通常は申込みいただいてから入居まで最短でも１週間程度みていただきますが、翌々日には入れるような物件を順次紹介していきました。特に夏場だったので、避難所の体育館はエアコンもなく、



民間賃貸住宅借上げ制度の手続きの流れと入居の流れ

大森明彦 氏

副会長・倉敷支部長
株式会社コメンド オオモリ
代表取締役

窓を開けると蚊が入ってくるためにまったく寝られない状況で、とにかく早くしてあげないといけないという思いでした。

私も真備町の様子をテレビで見て、自分が紹介したお客様のアパートが浸かっていることがわかり、その方々の状況や、その地域にいる家主さんの様子をすぐに確認しなくてはということは頭の中にあったのですが、これほど多くの方が直接店まで家を探しに来るということは想定外でした。特に真備町は戸建ての持ち家の方が多く、アパート暮らしをしたことがない人や、年配の人が多かったことから、まずお店に探しに来ましたという方が多かったと思います。

最初の３週間ぐらいは内見の案内はまったくできず、物件を見ずに決めてもらいました。被災者の皆さんも、もしここで決めなかったらその後どうなるかわからないという不安を持っておられました。実際に９時に出社したら電話が入り「この物件空いてますか？」「空いてますよ」「よかった、決めたいので10時に行きます」「わかりました。押さえておきますね」とやりとりしたあと、開店した10時に別の方が飛び込みで来て、同じ物件を借りたいと言ったこともありました。

大森氏：川西氏もそうですが、相談員の皆さんは、自分のお店の中がひっくり返っている状況のなかで、本当によく来てくれたと思います。また、多数の物件を出してくれた会員の中には、何日間も昼食抜きで、夜も遅くまで被災者に粘り強く向き合ってくださった方もいたと聞き、感激しました。

川西氏：岡山は“晴れの国”という認識があり、水害が起こるなど想像したこともありませんでし

たので、みなし仮設住宅のことも詳しくは知りませんでしたし、それを理解する以前に支援が始まったという感覚でした。

――協会としてはどのような動きをしたのですか。

道下氏：みなし仮設住宅の実施に向け、斉藤氏と一緒に、7月10日に県との情報交換を開始し、3日後の13日には制度が開始されました。制度開始の日の午後に県による説明会があり、説明を受けた制度の内容を持ち帰って、その日の深夜から14日の早朝にかけて一斉に会員に情報を流しました。そして、15日には現地避難所で相談対応をすると同時にインターネット上で物件情報の提供を開始したという流れで、短期間にスピード感をもってスタートすることができたと思います。それでも会員業者からは「決定が遅い、本気でやっているのか」といったお叱りをいただくこともあり、なかなか厳しかったですね。

川西氏：借り上げの条件が決まってから、大家さんには1件1件電話で確認して了解をとりました。ほとんどの方が全員みなし仮設住宅として貸し出すことにOKしてくれましたので、受け入れることが決まったところから順次入居してもらいました。大家さんのところへ行けたのは、1カ月ほどが経ってからだったと思います。

ただ、この地域は大手ハウスメーカーが管理している物件が多く、当時はメーカーごとの対応がまだ決まっていなかったことから、現場としては紹介をしたいがメーカー側が受け入れてくれるかどうかわからないので決められない、という状況がありました。

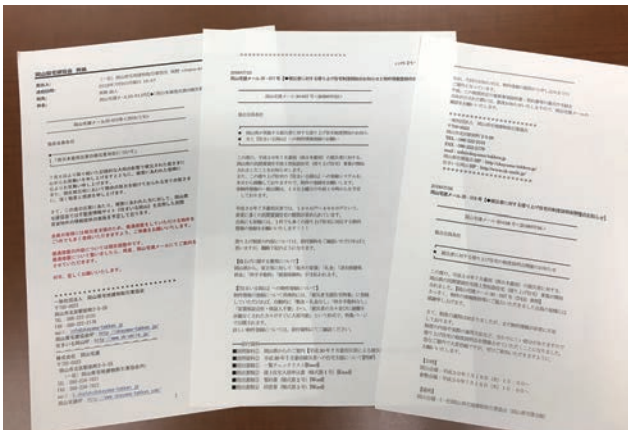
大森氏：借り上げの条件が決まってから短期間で対象物件を「住まいる岡山」に登録しなくてはならない状況でしたが、事務局が事前に登録システムの改修を進めてくれていたおかげで、敷金条件が違う物件もいちいち変換せずに、ボタン1つで、みなし仮設住宅のコーナーに飛ばせる仕組みになっていました。その結果、登録作業がとてもスムーズにできました。また、岡山県宅建協会の会員は約1,300社いますが、その内900会員がパソコン会員としてメールアドレスを登録済みだったので、重要な内容を一斉送信することができてとても助かりました。

川西保幸 氏

株式会社アクシアワン
代表取締役

川西氏：避難所の相談会にパソコンを持って行くと、既に30人程度が並んでいました。資力のある人やスマホ等で自分で探せる人はそれまでの1週間で住まいを決めていたので、相談会には高齢者や自分で探せない人が多く来ていました。そこで制度の内容を一通り説明し、パソコンを見せながら気に入った物件があればその業者のところに電話してどんどん振っていきました。

ただ、障がい者の方はまったく動けず、相談会に来て初めて借上げ制度の存在を知り、自分たちも借りられる家があることを知ったようです。その中に聾者の夫婦がいましたが、最終的に当社に来てもらって物件を紹介しました。やはり被災者の間にも情報に格差があることを感じましたし、もう少し早く情報を伝えていればもっと早く対応ができていたのではないかと思います。また、若い



災害から約1カ月の間に40本近くのメールが事務局より発信された

人は車で移動できるので立地条件をあまり気にせずに物件を選べますが、車がない人や高齢者はそうはいきません。生活の利便性がいいところを求めますが、物件が少なくなっている状況のなかで見つけることは難しかったです。今回の場合、郊外型のまちづくりがあだになってしまったと感じました。反面、障がいを持つ方や高齢者の入居は通常の場合は難しいものがありますが、今回は借主が県だったため断られることはなく、斡旋しやすかったのはよかったと思います。

道下氏：避難所の相談会には、倉敷支部の役員を主体に入ってもらいましたが、最初の頃は会長をはじめ私も含めた岡山地区の役員も入りました。しかし、我々の場合は岡山市の業者なので、相談会で希望の場所を聞いても土地勘がなく、うまくマッチングできなかったこともありました。

川西氏：真備町の多くの方が隣接する総社市の工業団地に勤務しているので、仕事の関係で総社市の物件を希望する方がたくさんいました。また高齢者の方も、倉敷市はよくわからないけど総社市なら慣れているし、まちの様子がわかるからという理由で総社市の物件を希望する方が多かったのですが、みなし仮設住宅の募集が始まった頃には総社市の物件はほぼ全部埋まっていました。

――行政との対応で困ったことはありますか。

道下氏：当初は、借上げ住宅の条件にある「昭和56年６月以降に建てられた新耐震基準の物件」ということがネックになりました。被災地でも旧家でしっかりした建物もあり、なんとかならないかと交渉したところ最終的には耐震基準を外してもらえましたが、後追いで条件が変わるため周知するのに苦労しました。そのため、最初の頃は「その物件は対象になりません」とお断りをした方もいてかわいそうなことをしたなと思いました。

大森氏：相談会の現場には市の職員もいるのですが、細かいことを聞いてもわからないため、「今すぐ県に聞いてほしい」とお願いしたことが何回かありました。耐震基準以外にも、みなし仮設住宅の適用がされる前に契約した物件も遡及して対象になったことや、２世代、３世代で住む大家族が数カ所に分かれて入居した場合もそれぞれ借り上げ住宅の対象になるといったことなど、被災者にとってありがたい内容が後付けで次々と決まっていきました。

――災害から１年が経ち、退去時のことを考えなくてはなりません。

川西氏：協会事務局から契約書が返ってくるときに「民間賃貸住宅での入居のしおり」を一緒に送ってくれたので、入居者に「後でじっくりと読んでください」とわたしました。初めて賃貸アパートに住む人が多かったので、このような案内がわたせたのは退去時のトラブルを減らす意味でもよかったと思います。

実際に退去者も出始めていますが、皆さん綺麗に部屋を使ってくれています。当社も以前から真備町の物件の紹介をやっていましたが、良い意味で田舎の人が多く、とても常識的な人が多いことが要因かもしれません。もともと戸建てに住んでいてペットを飼っている方も多かったですが、部屋を汚さずに退去していただいています。

大森氏：入居後の見守りは、市が50人くらいの体制でやってくれるので安心です。ただ、２年間で契約が終了し継続して入居を希望しても、物件によっては賃料が１万円上がるというようなケースが出てくるかもしれませんし、民賃としての通常の入居審査は行っていませんので、退去したあと、新たに家を借りるのが困難な人が出てくる可能性もあり、行政と話し合いを始めているところです。

道下氏：真備町は古くからの住宅地と新興住宅地が混在していて、新興住宅地のほうは保険が下りるので建て替えがどんどん始まっていますが、古い地域は金銭的な支援がないと復興には時間がかかるかもしれません。

大森氏：今回の災害は、地盤が緩いとか山が崩れ

やすいといったものではなく、川の決壊が原因なので、堤防さえ強固になれば安心ですし、総社市という雇用の場が至近距離にあり、岡山市街地や倉敷市街地にもアクセスが良い点から、真備町の住民はいずれ戻り、地域のコミュニティが復活する可能性が高いと思います。

川西氏：ただ、建て替わった新築アパートは前の賃料水準より高くなりましたのでなかなか埋まりにくい状況です。

――振り返ってみて、よくできたことと課題として残ったことを教えてください。

斉藤氏：相談会の相談員派遣について、本部で枠組みだけ整えて支部長に投げると、あとはすべて手配してくれ、現場でも臨機応変に対応してもらったのでとても助かりました。また、県や各市の担当部署とも日頃から連携がとれていたので、比較的スムーズに仕事ができたと思います。

課題としては、被災してから２週間は人手が最も必要なので、例えば、被災していない他の宅建協会からの人的支援が受けられるような体制があれば助かると思います。

大森氏：岡山県宅建協会の事務局や各会員が総力を挙げて頑張った結果、ざっくりとですが、岡山県におけるみなし仮設住宅3,200戸のうち、約半数の1,600戸を当協会でお世話することができました。そこまで実績が上げられた要因は、「住まいる岡山」の登録システムが非常に使いやすいものになっていた点や、約７割の会員のメールアドレスを把握していたことで、本部と役員と会員との連絡体制を組むことができ、直接メールでやりとりしたり、必要事項を逐次一斉送付できた点があげられます。そして何より、急な招集にもかかわらず、愚痴もこぼさず相談対応にあたってくださった役員や、多数の物件提供をし、入居までの丁寧な対応に尽力してくださった会員の皆さんの協力がなくてはできなかった成果だと思います。緊急時の備えとしては、各役員が、会員の営業地域

道下忠美 氏

専務理事
宅栄企画
代表

や賃貸物件の取り扱い状況とストック量などについて知っておくことや、相談対応にあたる役員の選定準備をしておかなければとの思いを強く持ちました。今回、行政担当者の方も大変なご苦労だったと思いますが、県と市の職員間でのコミュニケーション不足を感じました。

また、借上げ住宅の基準が、当初の厳しい内容から途中で何点か緩和されたのはよかったですが、それによって現場の混乱や二度手間が発生したことが印象的でした。神戸の震災など、過去の災害から今回の西日本豪雨災害までのデータや経験・問題点を分析して、即利用可能な借上げ住宅制度のパッケージを作っていただければと思います。

川西氏：基本的なことですが、現場では入居者の連絡先を普段からきちっと管理していたおかげで安否確認が比較的早い段階でできました。大家さんについても同様で、関係性を日頃から築いていたおかげで、物件の状況確認や、みなし仮設住宅の承諾が電話１本でできました。

ただ、お店に来る被災者の状況はまちまちで、命も助かって、家も床下浸水ですみましたという方もいれば、泣きながら悲痛な思いを話される方もいます。そのような話を聞くと、どこまで寄り添ってあげればいいのか、物件が見つからずそのままお帰りいただく場合など、どう割り切ればいいのか、判断が難しいところもあると思いました。

※１　災害救助法が適用された市町村は、岡山市、倉敷市、津山市、玉野市、笠岡市、井原市、総社市、高梁市、新見市、瀬戸内市、赤磐市、真庭市、美作市、浅口市、和気町、早島町、里庄町、矢掛町、鏡野町、西粟倉村、吉備中央町。総社市および津山市は事務委任で事業を実施。
※２　岡山県宅建協会、岡山県不動産協会、全日岡山県本部が共同で運用している。
※３　2013年全宅連不動産総合研究所作成。

［取材：2019年11月］

「平成30年7月豪雨災害」を振り返る

災害対応はスピード重視：大家と行政の協力を取り付け、１日で引き渡しまで完結させる

2018年７月５日から８日にかけて、台風７号および梅雨前線の停滞の影響で記録的な豪雨が発生し、広島県は土砂災害や家屋の浸水など大きな被害を受けた。公益社団法人広島県宅地建物取引業協会（以下、広島県宅建協会／会長：津村義康氏）は災害発生翌日から広島県との災害協定に基づく協力に向けて動き始めた。広島県宅建協会と会員の活動について記録する。

平成30（2018）年7月豪雨災害に対する広島県宅建協会の対応状況

○被災状況

【人的・物的被害】

	人的被害（人）			住宅被害（棟）				
	死者	行方不明者	負傷者	全壊	半壊	一部破損	床上浸水	床下浸水
広島県	115	5	146	1,150	3,602	2,119	3,158	5,799

＊消防庁情報（2020年1月9日現在）

【広島県の応急仮設住宅（民間借上げ型）の概要（広島市含む）】

1. 入居者の要件

① 広島市、呉市、三原市、尾道市、福山市、東広島市、江田島市、府中町、海田町、熊野町、坂町に住所を有する方

② 住家が全壊、半壊、一部損壊、床上浸水等し、みずからの資力で住家を得られない方

2. 借上げの条件

① 県と協定を締結した不動産関係団体が斡旋した住宅等

＊広島市は、原則新耐震基準で建設（昭和56年以降建設）されたものまたは耐震改修により耐震性が確認されたもの

② 賃借の形式及び契約期間

- 貸主と県（及び広島市）は定期借家契約を結ぶ。契約期間は１年間
- 県（および広島市）は入居者と使用貸借契約を結ぶ。契約期間は６カ月

＊災害救助の事情に応じ、当初契約日から２年間を限度に再契約を締結できる

③ 家賃

世帯人数	家賃（円）
１人	50,000
２人	65,000
３～４人	70,000
５人以上	90,000

3. 費用負担

① 県の負担

- 家賃
- 礼金（限度：家賃の1カ月分）
- 仲介手数料（限度：家賃の0.54カ月分）
- 火災保険（限度：15,000円/年、8月10日以降は県が損害保険会社と包括契約を締結した火災保険）
- 退去時修繕費（限度：家賃の1カ月分/年）

② 入居者の負担

- 光熱水道費その他専用設備にかかる使用料
- 駐車場使用料
- 共益費、管理費
- 自治会費
- 入居者の故意または過失による損壊に対する修繕費用

4. 入居期間

- 6カ月（災害救助の事情に応じ、限度：最長2年間）

【広島県の応急仮設住宅（民間借上げ型）件数】

	受付件数		入居決定件数		契約件数（当初から1年間）		再契約件数（当初から2年間）	
	全体	宅建協会会員分	全体	宅建協会会員分	全体	宅建協会会員分	全体	宅建協会会員分
広島県	688	454	688	445	688	445	239	180

＊2019年11月末時点

【広島市の応急仮設住宅（民間借上げ型）件数】

住宅の種類	延べ入居戸数	内他県協会の契約数
公営賃貸住宅	44	
民間賃貸住宅	130	67
合計	174	67

平成30年10月末	平成31年3月末	令和1年7月末	令和1年11月末
37	27	9	8
124	90	42	30
161	117	51	38

○広島県宅建協会の対応内容

月	日	内　容
7月	6～7日	●県内各地で土砂災害、浸水被害が発生
	9日	●広島県から災害時協力協定に基づき、被災者向け応急仮設住宅（民間借上げ型）として賃貸可能な物件について情報提供依頼を受ける
	11日	●広島県から応急仮設住宅の概略条件の提示がある ●全会員に対しメールおよびFAXにより応急仮設住宅として登録可能な物件に関する情報提供を要請 ＊以降8月末までの登録件数（県全体） －アパート・マンション　1,151件 －戸建住宅　78件
	17日	●広島県、広島市から7月20日から3日間、関係市町が設ける応急仮設住宅受付相談窓口による業務支援依頼がある ●関係市町を管轄する支部長に対応可能な会員による業務従事を依頼
	21～23日	●広島市他6市4町に設置された23カ所の応急仮設住宅受付相談窓口において、3日間で延べ143人の会員が業務支援
	21日以降	●広島県、広島市と協議、調整を行いながら、被災者の入居手続きを支援 ＊9月末までの借上げ決定通知件数 －広島県受付分　約600件 －広島市受付分　約70件

【会員による応急仮設住宅受付け業務支援状況】

	市町区分	受付会場数	支援業務従事者数		
			20日	21日	22日
1	広島市	8	16	15	15
2	呉市	3	7	7	7
3	三原市	2	4	6	5
4	尾道市	2	4	4	3
5	福山市	1	2	2	2
6	東広島市	1	2	2	2
7	江田島市	1	3	3	2
8	府中町	1	2	2	2
9	海田町	1	2	2	2
10	熊野町	1	2	2	2
11	坂町	2	4	4	4
合計	7市4町	23	48	49	46

災害対応はスピードが重要。書式や手続きの簡略化を考える

――災害発生後からの協会の対応について教えてください。

津村氏：７月５日は協会事務所で待機しており、昼過ぎまでなんの連絡もなくよかったと思っていましたが、夕方になると「三原市の本郷地区が大変な状況です」といったニュースが入ってきました。その後、どんどん災害の情報が入ってきて被害は県下全域に広がっていることがわかりました。

まず考えたのは、借上げ住宅の相談受付窓口にどれくらいの人数を割く必要があるのかということです。最初は10人程度と思っていましたが、一つの支部ではなく安芸・賀茂支部や呉支部も大変なことになっているとの話でしたので、広島県各地に100人以上は応援が必要だろうと考えました。また、私の立場ではボランティアではお願いできないので、その費用の捻出方法についても考慮が必要でした。

池元氏：私が担当する安芸・賀茂支部では、10カ所の窓口で３日間受付を実施することになると延べ60名以上は確保する必要があると思い、実務経験が豊富で協力してもらえそうな人を中心にピックアップしました。夜の８時過ぎまで電話をかけ続け、それでも足りないのでほかの支部長にも応援を要請し、相談会前日の昼過ぎまでかかってやっと確保できました。ただ、借上げ住宅の内容については詳しく説明する時間がなく、事前に何の資料も用意できなかったので、あとから県の説明で概要を知った、と皆さんから叱られました。

今田氏：2014年の土砂災害[※1]の経験から、相談窓口では被災者は感情的になり場合によっては怒鳴られたり、泣かれたりすることもあります。必要なのは、絶対反論せず黙って話を聞くこと、そのようなことができる人を探して集めるのに苦労をしました。宅建協会本部としては県からの要請があった時点で各支部長に人数集めの依頼をし、

津村義康 氏

広島県宅建協会 会長
株式会社津村ハウス
代表取締役

足りないところには他の支部からの応援要請を行った結果、延べ143名の相談員をなんとか確保できました。

少前氏：2014年の土砂災害の時は安佐北地区の相談所に派遣されましたが、物件のこともわからなければ土地勘もなかったので、被災者の希望に応じて「物件はありますか？　車椅子対応できますか？　ペットは飼っても大丈夫ですか？」と、一日中ひたすら電話をしていました。やはり土地感の有無で相談員の対応にも差が出ます。

貝崎事務局長：事務局の電話は、被災後３日間は朝から鳴りっぱなしでした。県からは県との災害協定に基づき、賃貸物件の確保と物件の情報提供を市町別に求められました。そこで全会員に一斉FAXとメールをし、期日を決めて返信してもらい、事務局でひたすらパソコンに打ち込んでリスト化しました。ただ、借上げ住宅の条件が県から出てくるまで時間がかかったので、借上げ住宅として提供してもらえる物件で、かつ、県との災害協定では仲介手数料は無料で協力するとなっていたことから、無償で仲介してもらえる物件という条件でまず集めました。

今田氏：被災者は、自宅を片付けたい、荷物を出したいという気持ちが強いことから、自宅から10分や20分の場所の物件を探します。しかし、その辺りには物件がなく、そこにマッチングの難しさがあります。

石原氏：会員の被災状況はFAXで確認しました。返信があったものは、会社事務所等の被災が30社ほど、自宅や車等の被害が40件ほどありました。

また、広島県は産業が発達している割には平地

坂町西側の被害状況

坂町森浜地区の被害状況

が少なく、山を切り開いて宅地を造成したところが多くあります。そのため土砂災害が多く、土砂災害警戒区域は県内で5,000カ所にのぼります。

――借上げ住宅の相談窓口の様子は実際どのような状況だったのでしょうか。

少前氏：私は海田町が地元ですので、相談受付窓口には初日が海田町、２日目は坂町の小屋浦地区と熊野町、３日目はまた海田町に入りました。被災者はテレビもなければ新聞もない状況で、受付窓口が設置されていること自体を知らない方もいました。初日はまさに修羅場といってもいい状況で、被災者の中には布団だけ持って避難所に来て、「住むところをどうしてくれる」と泣きだす方もいますし、避難所にはシャワーすらないので何日も風呂に入れない状況でした。説明会は、罹災証明の手続き、入居申請手続き、役所の職員による借上げ住宅の説明、そのあと私たちのところで物件の相談、という手順で進みます。役所からは借上げ住宅は住民票と罹災証明のある人に貸すよう指示を受けていましたが、この時点で罹災証明を持っている人は誰もいません。

池元孝美 氏

広島県宅建協会 副会長
安芸・賀茂支部長
全建不動産
代表

また、協会には斡旋できる物件一覧を作成してもらいましたが、それを紙で提供されました。初日の朝、会場に着くとリストを渡されたので、そこに載っている物件の空き状況を確認しようと事前に全ての業者に電話をかけたところ、ほとんどが成約していました。空いていることを確認した物件でも、「ではこの業者のところに行ってください」と被災者を送り出すと「もう決まったと言われました」と戻ってくる状況で、ひどい方になると２度や３度もそのような目にあわせてしまいました。このように物件の最新の状態をタイムリーに確認できないことは大きな障害でした。

そこで私たちは、相談窓口で全てを完結させようと考えました。被災者はすぐに罹災証明をとれるはずもなく、住民票等の書類のチェックは入居後にしましょうと市町の職員に了解をとり、まず書類の手続きを簡略化しました。次に物件の確保です。県からは「お金はあとで必ず入金するので、まず被災者を入居させてください」と要望されていました。そこで、大家さんに個別に頭を下げて了解をとり、自社で管理受託している物件の案内図と鍵を全部相談窓口に持ってきて、大家さんには現地で待機してもらい「○時に被災者が行くから案内してほしい」と伝え、被災者には案内図を

渡して現地に直接行ってもらい、気に入ればその場で部屋を押さえます。そして再度窓口に戻ってもらい、必要書類を記入し住民票を添え、その日のうちに役所に提出してしまうというやり方です。とにかく現場は大混乱でしたから、“窓口での受付、行政の制度説明、物件の説明と見学、罹災証明等の手続き、鍵の引渡し”までを１日で完結するようにしました。これができたのも３万人くらいの小さな町だったからかもしれませんが、そうやって１日に30人から50人の部屋を決めていきました。

この場合、物件をどんどん決めていくという考えではなく、相談受付に来る被災者の人数をその日のうちに１人でも多く減らしていくという考え方に立ちました。被災者は片付けのために、自宅に何度も戻らなければいけないという事情があります。１週間も経つと泥の掻き出し等でボランティアの方が入り、やはり自宅を人任せにはできませんので、最低でも１カ月は日中自宅に張り付く必要があります。そのような事情もあり、被災者を“いかに早く１人でも多く避難所から出すか”という一点に集中して対応しました。大家さんには「借上げ住宅制度の対象になるから」と、契約書が整う前に鍵を渡して入居させてもらうよう、ご協力いただきました。また、急遽物件をペット可にしてもらったりと、いろいろ無理をお願いしてしまいました。

相談窓口の対応にも地域性があり、受け付けの仕方もまったく変わります。海田町の場合と比べ、坂町や熊野町は災害の度合いが大きく、まだ多くの家が土砂に埋まっている状況で、現場は大混乱で住宅の斡旋をする以前の状況でした。３日目くらいになるとようやく落ち着き始めましたが、物件が少ないために多くの人には海田町の物件を紹介しました。そうすると今度は学校の送迎はどうする？　その際の費用は誰が持つのか？　といった問題が発生します。しかしそこには行政の壁があり、なかなかすぐには解決しませんでした。

被災者向け借上げ住宅使用貸借契約書

被災者向け借上げ住宅賃貸借契約書（定期借家契約）

定期借家契約書と使用貸借契約書

――役所とのやりとりで困ったことはありますか。

池元氏：広島県や広島市は、借上げ住宅の契約について２者契約の方法をとりました。貸主と、借主である広島県・広島市とは１年間の定期借家契約を結び、広島県・広島市と借主（被災者）とは６カ月間の使用貸借契約を結びます。そのため、宅建業者は期間の違う契約書を２通用意する必要があり、しかも使用貸借契約については宅建業者に手数料は入りません。

さらに、必要書類は散逸しないように全て袋とじにしろという指示が行政から入ったために宅建業者の契約事務は大変煩雑になり、会員から不満が噴出しました。

このような契約方法は2014年の土砂災害時のやり方をそのまま踏襲したためで、限定された地域の中で、借上げ住宅の斡旋が数十件規模だった災害と、今回のような、被害が広島県全域に及び、何百件も斡旋しなくてはならない状況では本来やり方も見直すべきだと思います。

今田氏：また、県

今田正志 氏

広島県宅建協会 副会長
北支部長
株式会社トラスティコーポレーション
代表取締役

少前幸充 氏

安芸・賀茂支部
副支部長
有限会社周陽
代表取締役

と市とでは借上げ住宅の条件が違うことも問題です。例えば、当初はどちらも物件は新耐震基準に準じるものが条件でしたが、そうなると物件が少ないということから、県はその条件を取り下げてくれましたが、市はそうなりませんでした。そのため同じ家でも広島市以外の人は借りられて、広島市の人は借りられないという現象が生じ、現場は混乱しました。

少前氏：さらに困ったのが３世帯で１件の戸建てに住んでいたような大家族の場合です。２カ所までは県の負担で借りることができましたが、３軒目は駄目といわれたので、大家さんに頭を下げて、その家賃を下げてもらったケースもあります。

火災保険の対応にも大きな問題がありました。少額短期保険の場合、引受枠が決まっています。つまり県や市が保険契約者となって保険件数が引受枠を超えると保険契約の引受が停止となってしまうのです。さらに、保険契約者から入金がないと保険は始まらず、無保険状態では入居はかないません。そのようなことから、県に保険会社と交渉してもらい、まず、特例として保険の契約を後払いで引き受け、保険会社に一時的にリスクを抱えてもらいました。併せて、保険の申し込みを県や市の包括契約にしてもらえないかということと、引受枠を超えないようにするために保険契約を入居者負担にできないかということもお願いしましたが、どちらも駄目でした。

また、重要事項説明書は普通なら５枚以上になりますが、事務を簡略化するために表裏で１枚になるよう作り直しをしました。さらに、重要事項説明そのものも不要にし、県知事のサインをもらうだけで済むようにしましたが、県からはそこに被災者のサインをもらうようにと指示が入りました。作業がまた一つ増えることになりましたが、被災者に事務所に来てもらいサインをもらうと同時に、生活のルールや解約時の規定等の説明をしました。なお、広島市の場合、テレビやコンロ、冷蔵庫や洗濯機、茶わんなどの生活備品の有無の確認と市への手配までも宅建業者がすることになりました。

岡本氏：私が広島市矢野の相談窓口に入ったのは土曜でしたが、入居申請に必要な住民票をとる際に、役所の人が「今日は出せないので月曜日に来るように」と言っていました。やはり災害時は緊急事態ですので、柔軟な対応をしてもらわないと困ると思いました。

津村氏：家賃は県から直接貸主に振り込んでもらいますが、初月は約800件のうち、約650件の入金が遅れました。そこで、慌てて副会長と県に行き、大家さんに県から直接お詫びの電話を入れてもらいました。

少前氏：一方で、被災者にとってありがたい対応もありました。まず、“契約の遡及”です。罹災証明の受け付けをしてから調査するまで時間がかかるため罹災証明がなかったり、借上げ住宅の制度を知らず先に普通賃貸借契約をしてしまった人も遡及して借上げ住宅の対象になりました。次が、“床上浸水”が半壊扱いになり、自宅が床上浸水になった人も借上げ住宅に入れるようになったことです。

また、役場には避難所のこと、救急対応のこと、借上げ住宅のこと、ボランティアの受付対応のことなどありとあらゆることが集中し、町長はじめ職員の皆さんはほとんど寝ずに対応されていました。

石原壽之 氏

広島県宅建協会 専務理事
東支部長
株式会社イシハラ企画
代表取締役

災害を機に行政から頼りにされる存在になる

――入居後の被災者のフォローはされていますか。

少前氏：災害発生直後は火事場の馬鹿力で被災者の入居を優先し、最初の２週間は物件を見る時間はありませんでしたが、その後、入居された被災者の被害状況を確認に行きました。被災者によっては本当に借上げ住宅の対象になる人かどうかしっかりチェックをしました。

さらに、入居後のフォローも継続して行っています。入居者からは、建て替えをした場合の資金の相談や、マンションに住み替えたいので物件を探してほしいといった相談がきます。やはり最も大切なのは話を聞いてあげることです。夫婦で来られて愚痴を言ったり将来の不安を話される方もいます。でも話をすることで気分が楽になるようです。

また、借上げ住宅の条件より家賃の高い部屋に住まざるを得なかった方もいます。その場合は、大家さんに交渉して、家賃を下げてもらいました。

ただ、使用賃貸借契約にあたっては連帯保証人や緊急連絡先をとっていないため、入居者に連絡がつかなくなることもありました。

――今後発生するであろう大規模災害について、今から備えておくべきことはどのようなことですか。

池元氏：今回の災害では役所も私たちも一生懸命対応しましたが、2014年の経験があまり生かされず、対応が後手後手になっていい結果がでないことも多々ありました。安芸・賀茂支部では、大震災に見舞われた宮城県宅建協会、熊本県宅建協会、それに全国の災害対応事例をとりまとめた全宅連の不動産総合研究所を訪問し、災害時にどのようにして業務を回したかについて話を聞いたり、契約書等の資料を集めました。広島では行政とぶつかることもありましたが、災害を機に距離が近くなったと思います。そこで、これまでに生じた行き違いや、他県で集めた情報を整理して「こうすればもっと業務がスムーズに流れる」「契約書はほかにもこのような形式がある」などという議論を県や市の担当者としながら、いざという時に生かせるようにしていきたいと思います。また、役所は定期的に人事異動があるので、うまく情報が引き継げるよう４町の自治体の担当者との懇談会を検討しています。

災害はいつどこで発生するかわからないので、全宅連もせっかく全国の情報を持っているのだから、契約書や重要事項説明書を体系化して、２～３のパターンに整理して全国の宅建協会が活用できるようにしてほしいと思います。また、被災者が希望する物件の条件はどの地域でも大体似通っているはずなので、宅建協会としても平素から会員業者に対して物件情報の整備や大家さんへの理解を得てもらう等の協力依頼をしておくことが大

土砂で埋まった河川。現在は改修が進んでいる

岡本洋三 氏

広島県宅建協会 副会長
中支部長
岡七不動産
代表

事だと思います。

今田氏：広島県宅建協会には“スマイミー”という物件情報サイトがあります。ここに借上げ住宅の特設ページを設けることと、日々刻々と動く物件の状況を現場で確認できるように、相談窓口でタブレットを使って検索できるようにしていきたいと思っています。

岡本氏：2014年に土砂災害が起きた地区では、住民は何年か経って皆帰ってきました。新築を建てるには新たに擁壁を作る必要がありますが、各自が300万円程かけて整備し、行政も道路を広くし、砂防堰堤も整備したおかげで地域一帯の価値が上がり、地価が６年前の水準まで戻りました。宅建業者もこれからは、ハザードマップを使って消費者にリスクを伝えると同時に、新たに整備されたインフラ等の内容を伝えることによって、地域に人が戻ってくるようにしなくてはならないと思います。

津村氏：災害が発生すると国や県は指示を出しますが、実際の窓口で動くのは市町の職員です。宅建協会としても、日頃から市町の担当者と災害時に備えて定期的に情報交換をしておく必要があります。

今回の被害の対応における役員や会員の方の献身的な働きのおかげで、行政の皆さんは宅建協会や宅建業者のことをとても頼りにしてくれるようになりました。物件情報の整備等課題はありますが、これからも被災者、行政、大家さんの間に入りうまくまとめることができるのは私たちしかいないという気概を持ち、地域のために協力していきたいと思います。

※１　2014年８月20日に広島県北部で発生した土砂災害。広島市安佐南区、安佐北区を中心に死者74人、負傷者69人を出す大規模な災害となった。全宅連「平成26年度災害時等における地域貢献活動や地域社会の活性化に係る取組等に関する調査研究」参照。

不動産の専門家が、災害時の被災者支援の鍵に

広島県坂町総務部企画財政課企画係
主任 **中井佑輔** 氏

広島県宅建協会には、不動産の専門家として被災者と役所、役所と大家さんの間に入ってもらったおかげで、被災者の借上げ住宅への移行がとてもうまくいきました。役所にとっての良いパートナーとして、引き続きバックアップしてほしいと思います。

［取材：2019年12月］

第4章

顧客志向の経営の実践

①顧客価値を創造する (P104〜)

②ビジョンに基づいた経営の実践 (P124〜)

いわて不動産株式会社／岩手県盛岡市

不良債権を流動化させ、被災地の復興と活性化をプロモート

弛まぬ知識の研鑽が困難な案件を解決する

身近にありながら専門性の高い地域の不動産会社になる

――金融機関の不良債権の処理をされてきました。

当社は1988年の６月に創業し、盛岡市とその周辺エリアを中心に売買仲介、賃貸仲介、賃貸管理等を行ってきました。創業してすぐに不動産バブルが崩壊し、当時の都市銀行７行が不良債権処理のための組織をつくりました。東北エリアの提携会社として当社に声をかけてもらったことを機に、“同業他社との競合がなく、資金がなくてもできるし、むしろ地域のなかで高い専門性が発揮できる仕事”と考え、裁判所や破産管財人、清算人の弁護士などと連携しながら、不良債権処理の仕事に取り組み始めました。

その後、地銀や地方自治体ともタイアップするようになりました。物件は、競売にかけられても買い手が見つからないような、誰も手を付けたがらないものが中心で、持ち込まれる案件も戸建て住宅や事業用のビル、工場跡地から第三セクターの部分処理など多岐にわたります。さらに財務省からも声がかかるようになったことから、必要な資格をとり国有地の売払い・貸付けの案件などにも関わるようになりました。

不動産の取引は全て“物件調査”から始まる

――独自の調査マニュアルを作られています。

不良債権を流動化させるには、まず詳細な物件調査と適正な価格査定を行い、それを基に活用の提案や運用に関するコンサルティングをすることが必要です。

不動産の取引は全て、“物件調査”から始まります。医者が診察前に血液検査や問診をして、どこが悪いのか、何が原因なのかを調べてから治療にかかるのと同様に、不動産の場合も、物件調査をどの程度まで正確にできるかが最も重要です。そ

田向定雄 氏
（たむかい さだお）

1952年岩手県葛巻町生まれ。1988年に不動産業を開業し、当初は賃貸・売買・管理業をメインに業務を行う。この時期に紹介があり、都市銀行（当時7行）の不良債権処理業務を始めて現在に至る。また、住宅メーカーとのタイアップも始める。財務局からの声掛かりで、企画書等の審査を経て国有財産業務（売払い・貸付け等）を7年間行う。相談業や企画提案、市等の仕事や、法人関係からの売却・建て替え、M&Aなども。物件調査・査定・重要事項説明書の基本を重要視した仕事を大切にし、知識のトップレベルを目指す。

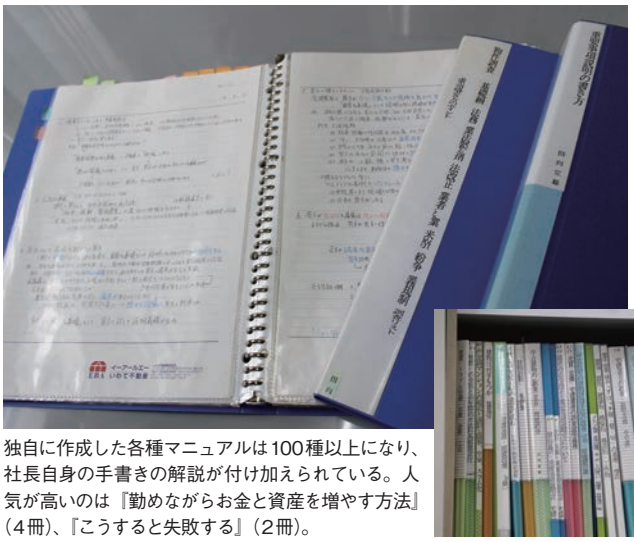
の技術や精度が低ければ、病気やけがの根治にはつながりません。詳細の物件調査をしたあとで、所有者の意向や、行政であれば地域開発等の方向性を加味し、その処理や活用方法を考えていきます。

当社では独自に物件調査のマニュアルを作成しました。その作成方法は、例えば重説であれば、それに関する専門書を10冊ほど購入し、その内容を集約して整理するとともに、そこに自分自身の解説を書き加えていきます。マニュアルは①物件調査の基本　②物件調査の帳票書式集　③物件調査の実務　④受託時の物件調査　⑤契約前の物件調査　⑥重要事項説明書の制作の仕方　⑦重要な事項の調査、の７種類に分類し、それぞれ基本の考え方、調査の手順、チェックポイント、最終確認項目等をまとめてファイルにしました。この中には、法律的な位置づけはもちろんのこと、国が参考にしているアメリカの取引制度、高齢者の認知症の測定方法、産業廃棄物の取り扱い方法といった内容まで必要に応じて盛り込んでいるために、各ファイル100ページ前後の分量になりました。

売買契約をする場合には価格の根拠を示さなくてはならないので、物件の瑕疵（旧法）隠れた欠陥の有無については環境や地域、建物や土地の状況をチェックし、心理的な瑕疵や依頼者の意思能力の有無についても、認知症の簡易テストなどを使いながら調査します。マニュアルは30年以上ブラッシュアップを続けていて、不動産に関する相談の依頼があるとまずこのマニュアルを使うことで、「基本業務でNO.1」になることを目指しています。

――価格に関しても多くのバリエーションの提示をされています。

不動産の価格や賃料は約60種類くらいに分類できると思っています。売主や買主、貸主や借主の各々に信頼される価格や賃料の提示をするために、①価格の種類と指数の明示　②取引状態による価格と立場による価格の算出　③賃料評価、借地権評価　④調査と査定の資料表の作成と提示、を行い、透明性と納得性を確保するようにしています。



独自に作成した各種マニュアルは100種以上になり、社長自身の手書きの解説が付け加えられている。人気が高いのは『勤めながらお金と資産を増やす方法』（4冊）、『こうすると失敗する』（2冊）。

――査定の結果をどう使い分けるのでしょうか。

裁判所の管轄で、２～５年以上もそのままになっているような物件は、特売しても誰も入札しません。当社では、売主の立場から見た価格、買主の立場で評価した価格、収益還元法での上限価格、下限価格等５種類ほどの価格を提示し、その中でどれが最も適正かという見解を、具体的な事例資料を添え、しかも裁判所が見慣れた書式を使って評価書を出します。当然不動産鑑定士も評価書を出していますが、あくまで不動産鑑定法に基づいたものです。それに対して当社は、時価を反映した現実的な査定をします。例えば、鑑定士が土地7,000万円、建物3,000万円、合計１億円と評価した物件も、現地調査をし、建物に利用価値や収益価値がないと判断すれば、建物の解体費用を見込んで5,000万円と評価します。このように、根拠を示したうえで現実的な価格を提示することで、寝たままになっている物件を流動化させることができれば、買主が現れ一件落着し、弁護士や裁判官、債務者もほっとします。また、そこが新たなビルに生まれ変われば、まちが明るくなり地域の人も喜び、皆が幸せになります。

国有地についても同様です。あるとき、民間に

払い下げしようとしてもなかなか売れない土地について相談がありました。物件を調査すると、一部商業として利用できるかもしれないが、住宅用地としてしか活用方法がないことがわかりました。そこで、開発費と、道路や公園分を除いた有効面積を算出し、販売価格から逆算して建売業者が買うであろう価格を提示し、公募価格のアドバイスをしました。国有地ですので、そのままにしておけばずるずると値が下がり、結果的に税金の無駄遣いになります。やはり不動産は、“最適用途、最適利用”でしか動く可能性がないのです。寝ている不動産の流通はそんなに難しくありません。その土地に見合った利用方法を考えられるかどうかだけです。それができて初めて私たちの仕事になるので、日頃から勉強しておくことが大事です。

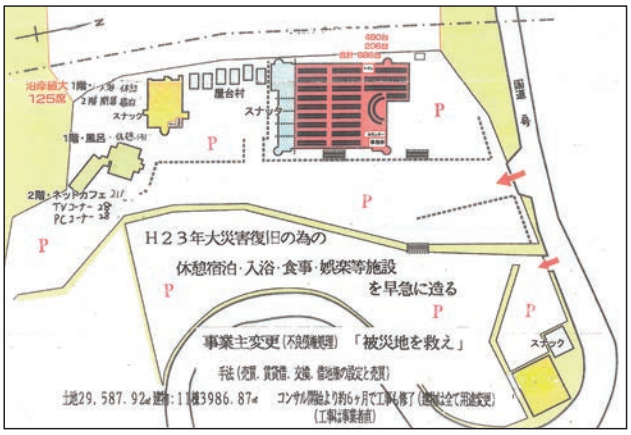
塩漬けになった不動産の活用提案で被災地の復興を

――御社のコンサルティングで地域の活性化に結び付いた事例について教えてください。

企業や自治体からの依頼があった案件は、どれも一筋縄ではいかない難しい仕事ばかりでしたが、地域のために役に立つ仕事になったものもありました。

●大型商業施設を、簡易宿所や温浴施設等にコンバージョン

土地面積が29,578㎡、建物延床面積が3,986㎡（11棟）あるこの物件は、破産した法人が所有していたものです。遊戯施設やモーテル、浴場などを含む大型商業施設で、東日本大震災の時には既に休眠状態でした。地域の皆さんは津波で家を流されて、住むところも、遊ぶところも、食べるところも何もなかったので、この物件をなんとか被災者のために活用できないものかと考えました。ただそのためには出資者を見つける必要があります。そこで、地域で困っている人のために貢献できる活用方法で、かつ、収益事業としてもペイで



不良債権が地域の憩いの場に

きる利用方法を構想し、出資者を探したところ、賛同してくれる人が現れました。最終的に、昔あった遊技場に新たに軽食コーナーを設けるなどの手を加えて活用し、出資者の収益事業にしました。同時に、モーテルは屋台村にコンバージョンし、以前は地元で居酒屋をやっていたが、店が流されて仕事が無くなってしまった人たちが再び働ける場所にしました。また、被災地にボランティアに来る人の泊まるところが無かったので、岩盤浴場だった場所の１階を一般的な入浴場にし、２階を１泊3,000円程度で泊まれる簡易宿所にしました。大浴場はそのまま生かし、２階にTVコーナーやネットカフェを設け、市民の憩いの場所にしました。出資者は収益事業だけでなく、屋台村や簡易宿所からも維持管理収入が得られます。

この事業をまとめるにあたっては、不動産の売買、土地・建物の賃貸借、土地の交換、借地権の設定と譲渡・交換など専門的で複雑な取引を行いました。また物件調査の過程で、前の所有者から、冬には水が枯れるため、温浴施設にするには水を買ってタンクローリーで運ぶ必要があるということを教えてもらったので、重要事項説明に記載することでトラブルを回避することができました。事業がまとまるまでは、往復３時間ほどかけて週４日被災地に通いましたが、地主や行政の人たちも皆快く協力してくれました。当社の事業としては、売買や賃貸借の手数料収入のほかに、事業をまとめるためのコンサルティングフィーと日当を

業務委託契約します。また、この事業を通じて、迅速に動くということが非常に大事だということと、必ず成功すると思って継続実行することが大切だということを改めて学びました。

●駅東ニュータウン

JRの駅の駅前に工場がありましたが、その企業が倒産したため廃墟となり、風でトタン屋根が飛んでくるなど市も対処に苦慮していた案件がありました。物件は３回競売にかけられましたが、工場跡地のため入札は０で、担保権者である銀行からも相談がありました。そこで物件調査をすると、ダイオキシン、アスベスト、PCBなどの土壌汚染や産業廃棄物の放置があり、それを全て処理しようとすると数億円かかり、事業性が見込めません。通常であれば、業者に見積もりをとって無理だとわかった時点で検討中止になりますが、役所からの相談案件でもあったことから、役所を借りて、産廃業者に集まってもらい処理方法についてのアイデアを出してもらいました。その際、地下に埋まっていた木の皮や木くずを発酵させて、腐葉土として肥料にしている会社があることを教えてもらったのです。それを売れば、処理費用が５分の１で済むことがわかり、事業採算に乗ることになったのです。

そこで物件を当社が購入し、開発面積10,099㎡、総区画数41区画の「○○○駅東ニュータウン」として2017年４月から分譲を開始しています。駅から500ｍ範囲の地域は市のコミュニティシティ構想のエリアになっており、市の子育て世帯住宅取得奨励金も活用できます。土地建物が1,800万円前後で取得できることから、地元の若年層が賃貸住宅から移り住み、定住人口を増やすことができつつあります。

コンサルティングの仕事は「片方に寄らないこと」と「洞察力」

――仕事関連で20以上の資格を持たれています。

今でも朝３～４時頃に起きて６時くらいまで本（仕事と趣味）を読み、知識を身に付けようとしています。また、2018年には第１回「宅建マイスター・フェロー※1」の審査を受け、全国で５名の中の１名として認定されました。認定にあたっては与えられた６つのテーマから論文の提出が求められます。私は「高齢者との媒介取引」というテーマで、実際に当社で扱った高齢のお客様の相談内容や解決方法を４つのケーススタディとして取り上げ、高齢者が当事者となる場合の取引の留意事項や、成年後見制度、家族信託、リバースモーゲージ、プライベートカンパニーなどの制度を利用する場合のメリット・デメリットを整理し、１つでいい論文を６つ提出しました。これから高齢者やその家族からの相談が増えてくると思いますが、その場合でもやはり大事なことは、いかにお客様の気持ちに合致した提案ができるかということだと思います。

――コンサルティング業で大切なことは何ですか。

コンサルティングの仕事をするうえで最も大事にしていることは「片方に寄らないこと」です。私たちの仕事は金融機関からの依頼が多く、その目的は不良債権処理をしてお金を回収するということです。しかし、そのためには債務者の側の状況も尊重し、彼らから好かれないと物事は進みません。例えば、事業で失敗した債務者から少しでもお金を回収するために、抵当権が付いていない自宅を裁判所に申し立てて競売にかけることはできます。しかし、額の大きい債務からいくばくかのお金が回収できたら、その時点で銀行に“なんとか自宅だけは残せないか”と交渉します。そして方法を見つけ、一方で債務者とは支払い計画を立て、少しずつ返済していくことで自宅が残るようにします。そうすれば債務者も喜んで協力してくれます。その反対で、債務者から恨まれるような方法をとってはうまくいかないし、むしろどちらかというと弱いほうの立場に立たないと問題は

解決しません。コンサルティングの仕事をして実感するのは、この仕事は“相談業”だということです。お客さんの隠れた気持ちを引き出してくみ取りながら、客観的な姿勢を保つ。主観と客観のバランスを考えながら課題の解決を目指すことが必要だと思います。

コンサルティングの仕事は期間の長い仕事です。さまざまなステークホルダーが絡んだり、時間を置く必要があったりすると状況が変化することもあります。そのために欠かせないのが「洞察力」です。基礎知識と経験があれば処理の方法はある程度見えてきますが、企業であれば、その後どうやってお客さんを見つけ仕事を続けるかといった解決策を示すことが必要です。先日も北海道の金融機関から、ある会社が倒産したのだがどのような方法が考えられるかと連絡がありました。それに対して、考え方や想定客とその探し方をアドバイスしました。30年も経験していると物件を見なくてもある程度の解決策が閃きますが、物件・地域・当事者などへ調査・検証しないと必ず間違いが起きます。そのため、売却したいと相談に来られたお客様には、ヒアリングシートを用いて聞きとりを行ったり記入をしてもらい、①売却しない方法 ②売却する方法 ③他の方法１ ④他の方法２ ⑤他の方法３ のケースを考え、①～⑤のそれぞれ具体的な方法（20～30種）、費用、実現の可能性、プラスとマイナスの想定などの方法各種を提案し、相談者が選んで判断できるよう、他の士業の方にも補助してもらい、本人の望む最良を選択してもらいます。依頼者の本様を聞いてアドバイス的に行動しますので、仕事にならないケースもありますが、それでいいと思っています。感謝の言葉がうれしく思います。

コンサルティングをする上で必要な資格の数々

――継続的な勉強と多くの経験を積むことが大事ですね。

「人のため」になる仕事をすれば、絶対にいつかは「自分のため」になって返ってくると思います。やはり、よいサービスを提供するには知識と能力がないとだめですし、質の高いコンサルティングはできません。これからも勉強を続けて、地域や地域のお客様の役に立ちたいと思っています。

※１　（公財）不動産流通推進センターが2014年に宅地建物取引のエキスパートを「宅建マイスター」として認定する制度を創設。さらにその中でも、宅建マイスター認定後3年以上経過し、論文を提出し、審査に合格した人を「宅建マイスター・フェロー」に認定している。

［取材：2019年10月］

いわて不動産株式会社

代 表 者：田向　定雄
所 在 地：岩手県盛岡市材木町２番26号近三ビル１階
電　　話：019-622-2400
Ｈ　　Ｐ：http://www.iwate-f.co.jp/
業務内容：賃貸不動産および土地建物の管理・運営・仲介、不動産コンサルタント・プロパティマネージメント、不動産投資、リフォーム、起業・事業継承コンサルタント、相続対策・財産管理コンサルタント事業等。不良不動産・債権の有効活用にも取り組む。

RENOVATION 2020

広島県　三段峡
photo：写真AC

gallery

中央グリーン開発株式会社（ポラスグループ）／埼玉県越谷市

多世代が交流し、ともに未来をつくるエリアマネジメント

コミュニティの伴走者として地域の未来を考える

建物への感謝とお別れの儀式「棟下式（むねおろしき）」

――御社のグループ内での位置づけを教えてください。

当社の主な事業は新築の戸建て分譲です。ポラスグループは、2018年度の売り上げベースで2,565棟分譲しましたが、その中の約400棟が当社の事業で、“パレットコート”という商品ブランドで展開する比較的規模の大きな分譲を得意としています。グループ内でも特徴的なのは、“CSV※1推進室”を設けていることです。企業の社会性と収益性の両立を目指し、事業の予実管理や中長期計画等を作成する部門と、まちのコミュニティづくりといった地域の活動を通じて地域の価値を向上させる取り組みをしている部門で構成しています。

ポラスグループは2019年で創業50周年を迎えましたが、経営方針に「地域密着農耕型経営」という考えがあり、一度売ってしまったらそれでお客様との関係が終わるのではなく、その後何代にもわたりお付き合いを継続するなかで、新たな事業を生んでいくような経営を目指してきました。現在、埼玉県（越谷市、和光市）と千葉県（流山市、船橋市）に４拠点を構えていますが、分譲する場所はお客様から連絡をもらうとすぐ駆けつけられるエリア内に限定しています。たまたま安く買える土地があったとしても、当社のアフターメンテナンス拠点から離れている場所はお断りをし、やみくもにエリアを広げるのではなく、地域密着のなかでシェアを高めていこうと考えています。

――“棟下式”というユニークな取り組みを始めました。

これはCSV推進室の女性スタッフの発案です。注文住宅や分譲物件では、家を建てる過程で地鎮祭や上棟式を行いますが、「建物を壊すときにはなぜ儀式のようなものが無いのだろう」という話から始まりました。当社の場合は、建て替えをする

戒能隆洋 氏
（かいのう たかひろ）

中央グリーン開発株式会社 取締役事業部長
1973年長野市生まれ、埼玉県川越市育ち。大学卒業後、株式会社中央住宅に入社。人材開発室で採用を担当後、中央グリーン開発へ異動。2000年にポラスグループ初の東武東上線に進出、開設スタッフとしてエリアを開拓。不動産の売買、マネジメント職を経験し、2007年に取締役に就任。地域活動では、埼玉県定期借地借家推進機構副理事長を務め、越谷市住まい・まちづくり協議会のメンバーとして、良好なコミュニティの醸成を推進し、まちづくりやエリア価値向上に取り組んでいる。

棟下式の清祓いの様子

方より、自宅を売却される方の物件を購入し、建物を壊してそこに新築分譲する場合が多く、元の居住者は長く住んだ愛着のある家を手放すわけですから、感謝の気持ちを込めてお別れの儀式をしてはどうかと考えたのです。彼女が提案した時は社内でも賛否が分かれ、時間も手間もコストもかかるし、やって意味があるのかという意見も出ました。しかし「これからの時代に何を大事にすべきか」ということを考えると、「当社はこの地で事業をしているのだから、やはり地域の人に愛されることをしていかなくてはならない」という結論に至り、実施することにしました。実際に始めてみると、「昔の思い出を振り返るきっかけになりました」「柱の傷などだいぶ前に忘れてしまった思い出のしるしが出てきました」と売主からとても感謝され、お手紙もいただくようになりました。

――棟下式ではどのようなことを行うのですか。

住み慣れた家から転居を決め、当社が買い受けた家の売主に対して、用地仕入れの担当者が棟下式の提案をし、建物を解体するタイミングや、建て替えの場合は、仮住まいに住んでいるタイミングで行います。当日は、まず神主に来てもらい“清祓(きよはら)い”を執り行います。次に“思い出を昇華する”ために、部屋の中で当社の担当が売主から思い出の品や写真を見せてもらいながら思い出話を伺います。そして“思い出を残す”ために、その様子を写真や動画に記録し、アルバムにして後日お届けします。さらに“思い出を継承する”という意味で、庭木を切って、それをその家のお子さんと一緒に色鉛筆にしたり、規模の大きな物件であれば餅まきなどを行います。

――その模様を撮影した動画を見ると、売主の喜びがにじみ出ています。

社内でもこの取り組みに対する評価は180度変わりました。一度経験すると、それまでは土地を仕入れて事業化すればそれで終わりという感覚だった社員たちに、「売主さんの思い出がつまった大切な土地で事業をさせてもらっている」という感謝の気持ちが芽生え、社会性や責任感が生まれてきました。最近では用地仕入れの担当者から「絶対自分の物件で行ってほしい」といった声も上がってきますし、注文住宅の事業部でも採用するようになりました。社内では、「ただ単にデザインや性能がいいからということではなく、このように“建物を大事にしている会社”ということで選んでもらえるようになろうよ」と話をしています。

まだ新しい取り組みですが、サービスをパッケージ化することで、将来的には“棟下式が文化になる”ように浸透させていきたいと思っています。そうなれば、特に地方において空き家がなかなか市場に出てこないという課題に対して、棟下式を行うことで持ち主の踏ん切りがつき、流通するきっかけとなることで、社会問題の解決に結び付くかもしれません。

北越谷プロジェクトの落書きイベント

餅まきも行われた

――北越谷のプロジェクトはかなり大掛かりな“棟下式”を行いました。

棟下式を最初に行ったのが、2017年３月に戸建て分譲を開始した“パレットコート北越谷フロードヴィレッジ”という64棟の現場です。ここはかつて、信用金庫の研修棟と野球場などのグラウンドがあった場所で、宿泊室や食堂がある研修棟は、昭和45（1970）年に建てられた、延べ床面積1,717㎡の３階建てRC造の建物でした。この施設は昔から地域に開かれていて、グラウンドを使って町内会の運動会などをしていたということでしたので、私たちが勝手に壊して新築分譲しますと言っても地域の人たちに何の貢献もできません。そこで、土地を購入してから分譲するまでの期間を使って地域の人たちと何かできないかということを考え、棟下式を行うことにしたのです。

イベントは、ここにこんな建物があったということを思い出せる、地元の人や子どもたちの記憶に残るようなものにしたいと思い、パッチワークス※2の協力を得て、「お宝発見ツアー」「落書きイベント」、野外映画の上演などを行いました。地域の人には「お宝発見ツアー」として、研修棟内の食堂で使われていた食器や、会議室で使われていた机や応接室のソファ、宿泊室のベッドやチェストなどを無料で持ち帰って“リユース”してもらいました。子どもたちには、「落書きイベント」として建物内の壁に自由に絵を描いてもらい、清祓いや餅まきにも参加してもらいました。夕方には親子で参加してもらえるよう、野外で寝っ転がりながら鑑賞できる“ねぶくろシネマ”を開催し、父から子への継承をテーマにした映画「ビッグ・フィッシュ」を上映しました。

地域の人たちに、「私たちがここを購入して分譲するにあたっての最初のイベントです」とアナウンスしたところ、700名以上の方が集まってくださり、少しは地域貢献ができたのではないかと思っています。

住民参加のミーティングを経て自治会館を作る

――北越谷のプロジェクトでは、自治会館の運営提案もしています。

越谷市では50棟以上の住宅開発をする場合には、集会所の設置が義務付けられています。北越谷のプロジェクトもそのための土地を用意し、建物は事業の原価を見て平屋建ての一番コストがかからないものにしようと思っていました。ただ、この南荻島地区には自治会があり、すでに木造２階建ての自治会館がありました。この分譲地の入居者は同じ自治会に入るので、集会所が２つできることになります。そこで自治会長のところへ挨拶に行き、当社の分譲の計画と集会所がもう一つできることになるという話をし、「地域の人たちに集まってもらい、どのような施設なら活用してもらえるのかアイデアを出してもらいたい」と提案しま

南荻島未来会議の様子

完成した「みずべのアトリエ」。公園と土手を一体としてコミュニティの拠点に

ちょい飲みや喫茶、図書コーナーがあるパブリックスペース

した。当社にとっても手間がかかるので、社内ではこのような話し合いをすることに否定的な意見もありましたが、使われないものを建てても意味がありません。そのため、自治会長には分譲地の64世帯だけでなく、対象をもっと広げて南荻島地区の人や越谷市民にも使ってもらえるものにしたいという話をしました。そこで開催したのが、“自分たちのまちのミライを考える”という想いを込めた「南荻島未来会議」です。第１回の会議には小・中学生から80歳代の高齢者までの約50人もの人が参加してくれました。

――最終的にかなり立派な集会所になりました。

私たちが会議を先導するのはよくないと思い、外部からファシリテーター※3および伴走者※4に協力いただき、第３者の立場で当社の考え方を伝えてもらいながら、私たちはサポート役に徹し、自治会員である文教大学の学生や、越谷市役所の職員に加わってもらい、地域の人たちとワークショップを行いました。会議では、コミュニティの問題に理解が高い大学の先生がいて議論が活気づいたり、「ここに来ているのは年配の人が多いけど、僕らのまちだから僕らが意見をしないとこの地域には未来がない」と発言する中学生に拍手喝采する一幕もありました。また、最初は自治会館の活用方法だけを議論する予定でしたが、このプロジェクトは元荒川沿いに立地することから、建物だけではなくその前の公園や川沿いの土手を含めて新たなコミュニティの拠点としての活用方法を考えようということになりました。３回に及ぶ会議で、皆の“やりたいこと”と実現するための“課題”を出してもらい、それを受けて第４回の会議で、当社から「みずべのアトリエ」（正式名称：南荻島出津自治会館Ⅱ）というコンセプト案と集会所の設計案を提案しました。参加者は当社の契約者ではないので利害関係もなく、自分たちの出費もないことから、たくさんの要望が出され、最終的には平屋では収まりきらず、１階は“靴を脱がずにふらっと立ち寄れる”地域の人のサードプレイスのような、ちょい飲みや喫茶、図書コーナーがあるパブリックスペース、２階は広い共用スペースにし、ヨガ教室やワークショップができるようにしました。当社が最も苦労したことは、公園と河川敷の間に階段を作り、川の土手と接続するというアイデアの実現にあたり、県から許認可がとれず、何度も足しげく通い、それが地域のためになるということでやっと許可してもらったことです。結果的に手間もかかり予算もだいぶオーバーしましたが、「地域の皆さんに使ってもらえるのならやろう」と決断しました。

南荻島未来会議では、まちの未来の実現のために、管理・運営、収入確保、運営NPO立ち上げ、川辺緑地の利活用の４分科会が発足し、それがその後の「南荻島まちづくりサポーター会議」に引き継がれていき、当社の手を離れて住民たちの自主的な活動が始まりました。2019年１月のオープ

カフェ「Meet Up Under The Tree（あの木の下で会いましょう）」

ニングイベントには市長にも来てもらい、司会を文教大学の学生が務め、高校生も大学生と一緒に和太鼓や書道のパフォーマンスを披露してくれて、幅広い世代が楽しめる場所になったと思います。

この経験を通じて、単に新築住宅を売って終わりではなく、多少収益性が落ちたとしても、地域の人たちに喜んでもらえることができて初めて、この先もこの土地や地域で事業を継続することができるのだということを感じました。また、このような活動を通じて地域の人たちと良好な関係をつくったおかげで、建物の解体や造成時にでる騒音やトラックの往来についても理解をしてもらえましたし、自分の子どもに物件を紹介するよと言ってくれる人もいて、デベロッパーのほうから地域に飛び込んでいくといい結果が出るということも学びました。

――千葉県野田市のプロジェクトでもコミュニティスペースを提供しています。

2004年に分譲を開始し、2014年に事業完了した総戸数1,035棟の“パレットコート七光台”という分譲地があります。その中に当社の千葉支店があり、販売センター兼事務所として使った後は、その周りの駐車スペース含めて５区画を分譲して終了する予定でした。しかし、地域の方から「この場所がなくなっては寂しい」という声を多くいただいたことから、事務所を残し、リフォームや注文住宅、アフターメンテナンスを行うワンストップ拠点にしようと思っていました。しかし、それでは当社にとってのみ都合のいい活用の仕方になります。地域密着を標榜している私たちとしてそれでいいのかと社内で議論した結果、この分譲地が所属する光葉町自治会にとってどのような使い方がいいのかについて、地域の人たちと考えることにしたのです。そこで自治会と共催で2015年11月に「光葉町ミライ会議」を立ち上げ、半年にわたって６回のワークショップを重ねました。

最終的に、この地域には塾や美容室やスーパーはあるけれど、カフェのような地域の人が気軽に集まれる場所がないということから、この場所にコミュニティカフェを作ることにし、お店の運営は地域からやりたい人を募って選びました。カフェはいつでも誰かが迎えてくれる空間にしたいということから、名前を「Meet Up Under The Tree」とし、改修の過程では、住民参加型のDIYイベントも５回実施しました。物件は当社の所有なので、事業が軌道に乗るまでの最初の数年間は、固定資産税額程度の破格の家賃にし、さらに300万円程度かかるリノベーション費用も負担しました。当社の分譲地の住民のみならずもっと広く地域に開かれる空間として長く維持してもらいたいと思っています。

――運営にあたり、まったく業態の違う他者とも積極的に協業しています。

CSV推進室のメンバーは、常日頃からSNS等を通じて地域の取り組みや勉強会などに積極的に参

防災まちびらきイベントの様子

はじめましての入居者交流会の様子

加し、そこで出会い意気投合した人たちとつながりを作っています。東日本大震災の直後には、社員が石巻市に入り在宅医療の先生をバックアップしましたし、今年の台風15号では千葉県に大きな被害がありましたが、すぐに社員が南房総の仲間のところに手伝いに行っています。

パレットコート柏たなか エヴァーシティという分譲地では、ご近所コミュニティを作り、防災・減災のために意識を高めてもらおうと、防災まちびらきイベントを行いました。そこに東日本大震災後のボランティア活動で知り合った“溝の口減災ガールズ”の皆さんに来てもらい、“KONOBA”というコミュニティスペースで炊き出しを実演してもらったり、防災ベンチの使い方について住民のワークショップを行いました。また、棟下式はポラスグループとしては初めて、ハードのデザインではなくソフトの取り組み内容でグッドデザイン賞を受賞しましたが※5、これはパッチワークスさんと一緒に進めてきたので、当社だけがいいとこ取りをするのではなく「一緒に受賞しましょう」ということで応募しました。

このように自社で補えないところは、共感できる人たちと一緒に組んで仕事をするようにしています。企業としては、社内で完結したほうがリスクが少ないとの意見もありますが、仮に失敗したとしても構わないと思っています。失敗しても次につながるものもあると思いますし、なにより社員を信じ、仲間を信じていますので。

どんな家を買うかだけでなく、どの会社から買うかを問われる時代が来る

――既分譲地のコミュニティのサポートをし、契約後も関係を継続しています。

「サスティナブルなコミュニティは住む人を幸せにする®」ということをミッションに掲げ、当社が開発した全ての分譲地において、入居時の「はじめましての入居者交流会」と、入居後の住民主体の交流をサポートする「マチトモ！」を行っています。このサポートは、デベロッパーとして新築事業を継続していくには入居者の満足度を高めていく必要があるだろうということで始めました。やはり50区画くらいの分譲地になると、両隣くらいは挨拶をするでしょうが、通りの二つ向こうにお住まいの方とは接点が持ちにくい状況があります。そこで、最初の交流会では、入居者それぞれにニックネームを付けて自己紹介をしたり、家族同士がペアになり互いを紹介し合う他己紹介などをしながら少しずつ打ち解けてもらい、最後に記念写真を撮ります。交流会には社員が参加し、進行のお手伝いをしますが、私たちの顔が見えることで、定期点検といったハード面でのアフターメンテナンスだけでなく、ソフト面でも購入者とのつながりを大事にする企業だということを理解してもらえるのではないかと考えています。

「マチトモ！」は住民主体のコミュニティづくりを促進・サポートする取り組みで、分譲地の入居者の方に、全世帯が対象になる交流イベントやサークルなどを申請してもらい、当社審査により認定した活動に対して飲み物やお菓子など最大15,000円分の物品補助をする制度です。そして、その様子を当社発行の季刊誌等に写真などと共に掲載させてもらいます。先日は、“マチトモカップ！”という分譲地対抗のボウリング大会を実施しました。その後の食事会では「うちの分譲地ではこういうことをやっています」「SNSはこのよ

70万人以上が集まる越谷の夏の風物詩「南越谷阿波踊り」

うに活用していますよ」など、住民同士が分譲地の垣根を越えて意見交換をし始めています。このように既分譲地をつなぎ合わせて当社のファンを増やしていきたいと思っています。

――地域のための取り組みは、事業にどのような影響を及ぼしていますか。

北越谷のプロジェクトでは、分譲する前から地域の方が事業に伴走するような形で関わり、購入検討者に対して「私たちはこんな活動をしているからぜひ仲間になろうよ」と後押ししてくれます。検討者からは「昔からの地域のことを知っている方が近くにいてくれて安心しました」と言ってもらえました。また、販売説明会で棟下式の動画を流すと、「この場所にこんなに多くの笑顔があった」と少しウルッとされる方や、「このようなことをしている会社なら安心だ」と親の理解が得やすかったという方もいて、ほかの物件よりも決定率が上がりました。さらに、コミュニティを支援することで分譲地のキーマンとのパイプが太くなり、お客様をご紹介いただく件数も増えました。

不動産業の将来を考えると、ただ単に土地を購入し新築を造っているだけでは市場のパイの縮小に抗えないと思います。100年続く企業になるには「地域の方に愛されて感謝されないと事業は続かない」と、社員も少しずつ意識改革しています。そのために一番大事で難しいことは「地域の声をきくこと」です。これからは、単にデザインがいい、性能がいい、アフターメンテナンスがいいということだけでは売れない時代が来ます。そして、どの家を買うかではなく、“どの会社から買うか”ということが問われてくると思います。コミュニティの支援活動をし、「この会社なら信頼できる」と言ってもらえるような企業になりたいと思っています。

創業社長は徳島出身で、地域の人に喜んでもらえて、後々まで残るようなことをしたいと、1985年に「南越谷阿波踊り」を始めました。その後約35年経った今では、日本３大阿波踊りのひとつに数えられ、70万人以上が来場する規模になりました。毎年社員が総出で手伝っていますが、50年前から地域のことを考え、それが継承されて現在も事業を継続することができていることを考えると、ありがたいことだと思います。

※1　Creating Shared Valueの略。共通価値の創造。
※2　合同会社パッチワークス　本社：東京都調布市、代表：薩川良弥氏
※3　林田暢明氏に依頼。総務省 地域力創造アドバイザー。
※4　株式会社HITOTOWAに依頼。本社：東京都目黒区、代表：荒 昌史氏
※5　「グッドデザイン賞2019」、ポラスグループでは2019年の受賞を含め17年連続で40作品がグッドデザイン賞を受賞している。

［取材：2019年10月］

中央グリーン開発株式会社（ポラスグループ）

代 表 者：中内　景太良
所 在 地：埼玉県越谷市南越谷1-2905-3
電　　話：048-990-8010
H　　P：http://www.polus-green.com/
（棟下式のお問い合わせ）http://www.muneoroshiki.com/
業務内容：ポラスの分譲住宅の販売、企画、設計。その他、不動産の販売、購入、設計、建築、管理、請負業務、賃貸、交換など。また、CSVの考え方を礎に「棟下式」の実施や、既分譲地を中心とした地域コミュニティの活性化のサポートを行う。

RENOVATION 2020

埼玉県　取材先より
photo：全宅連

gallery

株式会社創建／大阪府大阪市

宮大工の「木組み工法」を応用し伝統と命を守る

日本初の戸建て管理で建物の価値と寿命を引き上げる

日本の伝統的な建築技術を守りたい

――デベロッパーとして累計で１万戸近い分譲実績があります。

当社は2019年で創業37年になりました。工事の請負業からスタートしましたが、私はもともと設計士ですので“自分で考えて創作したものを建てる”という意味を込めて創建という社名にしました。分譲事業では、これまで累計でマンション3,257戸、戸建て6,596戸※1を供給し、住む人の立場に立ってまちづくりをしてきました。

――北海道の建築会社を引き継いだ経緯を教えてください。

2008年に、北海道で約１万9,000棟の施工実績がある『㈱木の城たいせつ』（本社：夕張郡栗山町）という会社が倒産しました。北海道に合った住まいづくりをモットーに、北海道産の自然素材を使い、耐震性と寒さに強い住宅を手掛けていた会社です。その後あるご縁があり、北海道庁と栗山町の方から当社に、「北海道で一番の住宅メーカーなのでなんとか助けてほしい」と事業の存続について支援要請をいただいたのです。旧木の城たいせつの創業者の山口氏は、宮大工に弟子入りして伝統建築を学び、北海道の木材だけを使って注文住宅を建ててきた方だと聞いていたので、どんな建物なのか実際に見てみようと工場に行きました。そこで技術者に「宮大工は何人いるのですか？」と聞くと、意外にも一人もおらず、独自のプレカットと建築システムで、釘や金物を使わない『木組み工法』を実現しているということでした。山口氏は将来宮大工の数が減っていくことを見据え、彼らの技術を後世に残したいという想いから、機械によるプレカットと職人技を組み合わせた仕組みを開発されたのです。さらにこの工法は地震にも強く、実際の倒壊実験の結果では、一般の住宅に比べ水平方向、垂直方向とも通常の２

吉村孝文 氏
（よしむら たかふみ）

1949年９月５日生まれ。広島県立三次工業高等学校（現 広島県立三次青陵高等学校）では野球部に在籍。卒業と同時に旭電化工業（東京都）に入社し、研究所勤めをするが、建築の道を志して東京建築専門学校に入り、２年間勉強して二級建築士の資格を取る。卒業後、㈱大拓（大阪市）に入社。1983年３月１日に創業。2000年10月10日より「株式会社創建」に社名変更。現在は代表取締役会長を務める。趣味はゴルフ、フィットネス、旅行。

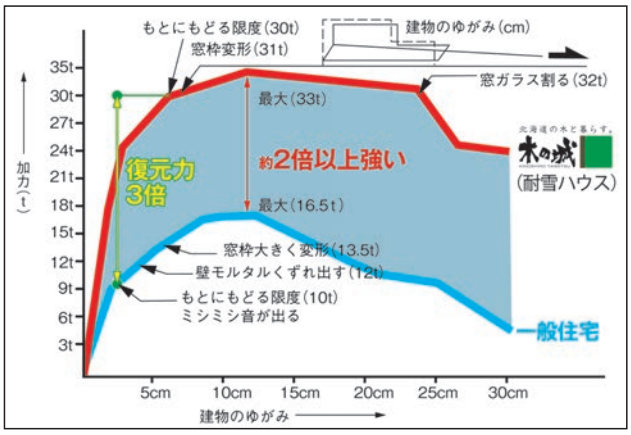
倍程度の強度があり、復元力は３倍、積雪荷重も３倍あることが証明されていました。1993年の奥尻島地震※2の際も１軒も倒壊の被害がなく、周りの人たちが同社の建てた家に避難しにやってきたそうです。この話を聞いて、「この技術を失うということは日本の損失だ」と思いました。

しかし、当時はリーマンショックのあとで、当社も創業以来初めて赤字を出していました。その額は２期合わせて36億円。そのため金融機関からは“自分の会社の再建が優先だろう”と総反対されましたが、「この会社を失くすことは日本の損失です。赤字は６カ年計画で全て一掃するのでぜひやらせてほしい」ということを語ると、「社長がそこまでいうなら、会社のお金は一切持ち出さず、個人で買いとるという条件で」ということで了解を得ました。事業を引き継ぐにあたっては、既存のお客様のメンテナンスやリフォームも請け負い、さらに旧木の城たいせつと契約しながら未完成となっていた家も、採算とは関係なく引き継ぐことにしました。計画通り、赤字は一掃しました。

毎年１棟、無償で神社を再建

――神社の再建に携わっていらっしゃいます。

北海道に住む次男とご縁のあった札幌市の石山神社から、2015年に、“鎮座130年事業として88年振りに社殿を建て替えなくてはならない。材料は既に伊勢神宮より古材64石をいただいているが、氏子が減って浄財が集まらない。見積もりをとると１億円といわれたが4,000万円しか予算がない。木の城たいせつでやってもらえるか”と相談がありました。金額、納期、そして古材を使うというハードルがありましたが、技術者に聞くと「できます」ということだったので引き受けることにしました。“そんな安い金額でちゃんとしたものができるのか”“一度倒産した会社に着手金を渡して大丈夫か”という人もいたようでしたが、最終的に



「木組み工法」の倒壊実験結果

予算内でかつ上棟から２カ月で完成させました。その後、９月の秋季例大祭では、氏子さんや宮司さんに涙を流して喜んでもらい、ありがたいお言葉をたくさんいただきました。

――寺社から依頼が殺到したのではないですか？

この仕事をきっかけに、熱田神宮や出雲大社の宮司さんからお声がかかりました。お話によると、“全国各地で起こる自然災害によって神社も大きな被害を受けているが、檀家や氏子も被災しており、自分たちの生活再建を優先するため神社の再建まで手が回らず、取り巻く状況は大変厳しい”ということでした。

一方で、当社には耐震性の高い木組み工法をもっと世に広める方法はないかという課題がありました。地震で亡くなる方のほとんどは建物の倒壊による圧死です。その点、木組み工法は通常の２倍程度の強度があり、仮に倒壊したとしてもゆっ

石山神社の神殿完成後の秋季例大祭

くり倒れるので逃げる時間が十分確保できます。問題は、木組みなので構造計算ができないことです。構造計算は筋交いの配置や金物の強度を計算するために、木組み工法の建物は建築確認申請をすると、耐震強度としては最も弱いという判定を受けます。今の住宅はほとんどが金物工法ですが、金物と木は収縮率も膨張率も違うため、時間が経つと金物と木の間にズレが生じます。実際、2018年の北海道胆振東部地震の時も、木組み工法の家はまったく被害がなかったのです。この事実をどうしたら世間に伝えられるのだろうかとずっと考えていました。

神社から力になってほしいというありがたいお話ですので、出雲大社の宮司さんに「毎年１棟、社殿を寄贈します」と伝えました。再建する建物の大きさは石山神社程度で、材料には、ヒノキ以上の強度を持ち湿度にも強い北海道産のカラ松を使わせてもらうことにしました。

――熊本と福島で神社の再建を行いました。

第一弾として、2018年の11月に、熊本地震で被災した阿蘇郡西原村の白山姫神社の社殿を寄贈しました。熊本県の神社庁の皆さんと最初に会ったときは、“大阪の不動産会社が無償で提供するなんて怪しい”“無償といっても別途追加費用がかかるのではないか”と思われたようでした(笑)。しかし、９月の上棟祭りでは、村の保育園児や住民たちと餅まきを盛大に行うことができ、着工から２カ月後の10月末には無事社殿が完成しました。

竣工した諏訪神社

そして2019年、出雲大社から福島県で協力してほしいといわれたのです。それが双葉郡浪江町にある諏訪神社です。東日本大震災で倒壊し、社殿は８年間放置されたままでした。この神社は標高約30ｍの高台に建っており、東日本大震災の時には約50名の住民がここに避難して助かりました。1000年前にも大きな津波が来ており、その時もこの神社が人を救ったそうです。そこを復興してほしいということでした。ところが、工事の担当者が神社までの道を尋ねると「道はありません。階段だけです」と言われました。つまり材料や荷物は全て人力で運ばなくてはなりません。神社庁の方も気を遣って「大変なので下の空き地を買ってそこに建てましょう」と言ってくれましたが、「それでは意味がないでしょう。下にある神社に逃げても助からなくなります」と答えました。「地元の人はこの神社の復興を本当に願っておられるのですか？」と聞くと、「願っている」とのことでしたので、「ではボランティアを集めて皆でやりましょう」となりました。

８月には酷暑のなか、高齢の方も含め地元の人たち約50名のボランティアに集まっていただき、約13トンの材木を全て人力で30ｍ上の高台まで運びました。これは大きなニュースになり、福島民報の１面で報じられました。改めて“本当にすごいことを成し遂げようとしている”と感じ、体が震えました。９月３日に上棟式をしましたが、地域の皆さんがとても喜んでくれて、NHKも全国ニュースで取り上げてくれました。神社は11月５日に予定通り竣工し、地域の人を招いてお祭りが開かれました。

――これから全国の神社から頼りにされますね。

ご縁があって神社再建の事業をすることになりましたが、それはまさに37年前に付けた社名の“創建”です。不思議なもので、人はある使命を持って生まれてくるのではないかと感じました。石

福島民報に掲載されたプロジェクトの様子

山神社を建て替えた時に、義母から「吉村さんは人が住む家だけでなく、神様が住む家も造るのですね」と言われ、胸にジーンとこみあげてくるものがありました。そして同時に、神社の再建で使ったこの工法を住宅に適用し、もっと世の中に広めることができれば、たくさんの人の命を救うことができると思いました。そこで全国の工務店と連携し、①木組み工法を北海道に来て学んでもらう　②建物の受注があった際は、その受注図面を当社へ送ってもらう　③当社がその図面に沿ってプレカットをし、材料を届ける　④学んだ工法で組み立ててもらう、といったことを展開しようと考えています。

宮大工の技術との融合で日本の住宅を変える

――御社では外断熱工法が主力の商品です。

家というものは本来自分を守ってくれるものです。地震で家が倒れて圧死するとか、熱中症やヒートショックで死ぬということは本来おかしいし、あってはならないことだと思います。また、断熱材を間違った方法で施工すると隙間ができ、結露が生まれます。この結露がカビを生み、アトピー性皮膚炎を起こすという問題を生みます。

当社の主力商品は“外断熱”の家『Kurumu』で、屋根裏から床下まで建物全体を隙間なく、高性能な断熱材ですっぽりと覆います。外断熱住宅の素晴らしいところは結露を防ぐことです。当社では2006年から外断熱を導入し、国が2020年に標準的な新築住宅での実現をめざしているゼロエネルギー住宅（ZEH）の断熱基準をクリアするダブル断熱工法も多数供給しています。さらに、“泊まって体験会”を行い、夏の時期には“エアコンを切っても朝まで快適”なことや、冬の時期には“お風呂上りでも寒くない”ということを実体験してもらっています。今後当社の外断熱の技術と木組み工法を組み合わせることで、日本の住宅は画期的に変わると思います。

日本初の戸建て専門の管理会社を設立

――戸建て住宅の管理に取り組み始めました。

日本の木造住宅の寿命は30年といわれ、欧米に比べあまりにも短く、また新築から15～20年経つと建物は無価値と評価されます。そのため、粗悪に建てられた建物もしっかり建てた建物も、入居後何も手を入れない建物もちゃんと維持管理した建物も、皆同様に“築何年”と十把一絡げにくくられてしまいます。これはとてもおかしなことで、その要因を考えると、まず消費者が自分の家のケアをあまりしていないことが挙げられます。そしてその背景には、建物の知識がなく、管理の仕方がわからないという実情があります。次に、新築を購入した不動産会社や建てた工務店が倒産してしまい、建物に不具合がでてもどこに相談していいかわからないという問題があります。

そこで、建物の状況を検査して評価する目安と、建物の改修履歴等が記録された家歴書があれば、このような課題が全て解決できるのではないかと考え、2011年に㈱日本戸建管理を設立しました。マンションやビルに管理会社があるように、戸建て住宅にも、資産の維持のために管理をする会社が必要になると考えたのです。さらに、翌年から戸建て住宅向けの維持管理サービス『家ドック』

外断熱工法「Kurumu」

の開発に着手しました。約３年かけてシステム化し、１時間で実際の点検と結果のデータ化ができるようにしました。このサービスは国交省の「インスペクションによる住宅情報の活用に関する事業」に平成27年度から３年にわたり採択されました。

●『家ドック』のサービス内容

戸建て住宅の管理に必要なことは、定期的な検査と適切な修繕を行うことです。家ドックは会員制のサービスで、月1,000円の会費を支払うと年１回の定期点検、緊急駆けつけサービス（年２回まで無料)、24時間コールセンター(業務委託）サービス、ポイント付与サービス、提携企業の割引サービスを受けられます。さらに、メンテナンスやリフォームに使える１万円のサービス券を還付しています。

定期点検項目は17部位に対し約200項目あり、検査結果をＡ（問題なし）・Ｂ（要注意）・Ｃ（修繕が必要）で評価し、その場で検査員が写真を撮って報告書を作成します。後日、点検報告書を説明する際には修繕計画書も持参し、点検結果から修繕計画、工事をした場合は修繕結果を修繕履歴書として蓄積します。今では約1,500の戸建てオーナーが会員になっています。仲介会社は、“家歴書があると、売却する際に、お客様の反応が違うのでとても売りやすい”と評価してくれます。

会員になると、日本戸建管理の審査基準を通った全国30社弱の提携工務店が、各種点検の実施やさまざまな相談にのってくれます。点検の結果、リフォーム等の工事が発生した際、提携工務店は日本戸建管理にロイヤリティを納めることなく、その分を会員様に還元して競争力を高めていく仕組みにしています。万一、会員様からひどいクレームが入ったり、工務店が法外な料金を請求するようなことがあればすぐに提携を解消します。会社の利益より業界全体が活性化し、その結果としてお互いの利益が高まればいいという考え方です。

第三者性を担保するために、創建も一工務店として加盟しています。

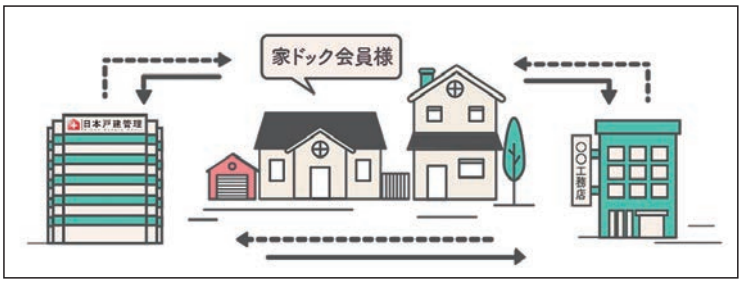
●消費者の不安を取り除き、●将来は営業マンのいない会社に

――“生涯メンテナンス”を実施しています。

創建のお客様には、普段は目にできない基礎工事から完成までの建築工程の写真を、電気・水道・ガスといったライフラインの緊急連絡先や設計図面と一緒にアルバムに綴じ、『竣工引渡図書』として１カ月点検時に差し上げています。また、メンテナンスなど当社の対応が不十分であったり、問題の解決が思うように進まない時に、いつでも私に連絡ができる『社長直通110番』を設置しました。家を購入するとき、消費者は２つの心配をします。１つ目は“それが本当にいい商品なのか”ということ、２つ目は“購入後、何かあった時にすぐ対応してくれるか”ということです。そこで当社では、購入後、何か問題があればトップの私が対応するということを行っています。問題から逃げずにすぐに対応するということが企業の最低限の責任です。

当社では入居後のお客様を対象に、年１回“感謝のつどい”を行っていますが、ある時、購入者

で警察官の方から「お宅の初動は、私たちより早い」とお褒めの言葉をいただきました（笑）。また、大型の分譲地では毎年“夏祭り”が行われていますが、ある団地から、私は毎年お客様として招待され挨拶の機会をいただいています。同席した代議士の方から「こんなところに来てクレームを言われませんか」と聞かれましたが、「招待されて何年も経ちますが、いまだかつてそんなことはありません」と答えると驚いておられました。



「家ドック」のサービス

――これからどのような会社を目指しますか。

金融機関に提案しているのが、お客様が新築時にローンを組むときに、銀行の負担で『家ドック』を２年間付けてはどうか、ということです。２年というのは、売主業者の瑕疵担保責任の期間が２年だからです。私は近い将来、日本版サブプライム問題が起きると思っています。金融機関の融資の姿勢は土地の評価と購入者の返済能力をチェックするだけで、建物の評価をまったくしません。15～20年しかもたないローコスト住宅に対し、30～35年のローンを組みますが、もしその家が15年で住めない状態になった場合、購入者はリフォームするお金は無いし、元本はまだほとんど残っているので、住宅を売却してもローンの回収は難しいと思います。そのような事態を防ぎ、お客様の資産も守るために、新築時に家ドックのサービスをつけて建物の評価をきちんとしておくべきだと考えます。

戸建て住宅の管理の仕事は、もともとお金儲けの発想ではやっていません。この業界はやはりおかしいという葛藤と、欠陥住宅による被害者を減らしたいという思いがあるからです。お金儲けはお客様に喜んでもらって初めてできるもので、先にお金儲けをしようとするから結果が得られず、そこにごまかしが入ってきます。商売がうまくいくかどうかは、お金儲けを先に考えるか、お客様からの信頼を先に考えるかの違いだけだと思います。私は将来的には営業マンが要らず、お客様が営業マンになり、紹介だけで成り立つ会社にしたいと思っています。そのためにはお客様との信頼関係の構築が必要です。住宅産業はクレーム産業といわれていますが、クレームはビジネスチャンスです。お客様は困っているからクレームをするのですから、私たちが住む人の立場に立ち、その問題の解決を最優先していく。そのような会社にしていきたいと思います。

※１　マンション、戸建てとも2020年１月時点。
※２　北海道南西沖地震。マグニチュード7.8、死者202人、行方不明者28人。

［取材：2019年９月］

株式会社創建

代 表 者：吉村　孝文
所 在 地：大阪府大阪市中央区淡路町３丁目５番13号 創建御堂筋ビル５階
電　　話：06-6221-0001
Ｈ　　Ｐ：https://www.k-skn.com/
業務内容：建売住宅・マンション等の分譲販売、オフィスビル商業施設等の賃貸、外断熱工法による「Kurumu」、建築請負、設計管理など。さらに、戸建て住宅向け維持管理サービス「家ドック」や、伝統的「木組み工法」による神社復興プロジェクトに尽力。

公益社団法人愛知県宅地建物取引業協会

ビジョンを基本に据えた協会経営の実践

財務体質を強化し、自立して持続的な組織運営を行う

ビジョンを策定し、ビジョンに基づいた協会経営を行う

――協会のグループビジョンについて教えてください。

当協会は全国に先駆けて「愛知宅建版ハトマークグループビジョン」を作りました。当時私は副会長でしたが、協会が今まで歩んできた歴史を振り返り、SWOT分析などを通じて現状認識をしながら、10年後の理想の姿として“地域のかかりつけ医として地域に寄り添い、地域を笑顔にする”という協会のビジョンと、ビジョンを実現するための４つの戦略を策定しました。このビジョンは当時の役員たちが素案を作り、各支部や理事会、総会で承認されたものなので、その後会長に就任してからもビジョンに沿って事業計画の立案や進捗管理を着実に１つ１つ実行してきただけです。ビジョンを作ったおかげで、役員や会員と職員が基本的な方針を共有することができ、会の運営がより円滑になりました。

――特に財務体質の強化に力を入れてきました。

ビジョン策定の際にも議論しましたが、今後は①会館の老朽化 ②消費税の上昇 ③競合の伸長 ④会員の高齢化という４つの課題に向き合わなければなりません。10年先を見据えると住宅市場における需要は減少し、AIの進展や大手企業の寡占化が進むでしょう。さらに、会員も高齢化して数が減り、組織基盤は何もしなければ確実に弱くなります。組織基盤が弱くなると財政も厳しくなります。加えて、この30年で消費税は３％から10％まで上がり、会費収入が増えなければ、その加算された分は事業を圧縮しなくてはなりません。このように、私たちの組織はこれから右上がりに拡大していくことはないという前提で考える必要があります。そこで、この先も会員支援が継続できる持続可能な組織にするために、まず数字をしっかりと把握し、財務戦略をしっかり立てたうえで

岡本大忍 氏
（おかもと たいにん）

1947年生まれ。大学卒業後に会計事務所を経て顧問先の不動産会社に勤務。経理、設計、建築管理、不動産全般に従事。1986年、やや遅い39歳で不動産業を開業して、支部・本部役員を31年間務めている。本部では10年以上、総財関係を担当して組織・財務改革等を推進。
現在、会員支援事業に軸足を置いて空き家対策、行政書士法人設置、新流通サイト等を展開。さらに、愛知版ビジョンの４本の柱「会員支援・人材育成・組織再編成・新不動産会館の建設」等の第三次改革に取り組んでいる。

愛知宅建版ハトマークグループビジョン

合理的な運営を進めていくことにしました。

財務体質強化のために、まず支部組織の見直しをしました。約４年をかけて43あった支部を15まで減らし、さらに支部に対する予算の交付規定を作り、事業を精査し予実管理を明確に行うようにしました。具体的には支部の行う事業を、必ずやらなくてはならない標準的な事業と、助成金に基づいて行う事業と、周年事業のような特別事業に分け、予算は全て各事業に紐づけて交付し、年度末に精算して余ったお金は本部に戻すようにしました。ただ、目的が明確であればその中から積立預金ができるようにしたり、予算の15％は万一災害があった場合の支出として支部に残すなど、絶えず先を見ながら対応しています。

また、公益法人に移行する前に基本財産を現預金から不動産に置き換えたところ、それが功を奏してそれまで10年計画で積み立てていた会館の建て替えの筋道を立てることができました。

会員支援事業を軸に４つの具体的戦略を推進

――ビジョンで掲げた４つの戦略の具体的な内容について教えてください。

愛知宅建版ビジョンでは（1）会員支援事業の拡充（2）地域コミュニケーションの強化（3）協会組織の強化（4）教育研修体制の充実という４つの戦略を掲げました。なかでも当協会は公益事業比率が毎年63％程度あるので、“協会はいつも会員のことを見ている”というスタンスを示すためにも会員支援事業に重点を置くことにしました。

①空き家対策事業

愛知県において今後空き家が大きな問題になると考えて、空き家対策で成果を上げていた長野県佐久市へ視察に行きました。すると空き家そのものの対策というより、人口減少対策としての移住定住促進が主な目的になっており、新幹線通勤者に定期代を出したり、物件の購入者に支援金を出すなど、行政の補助金とセットで進める仕組みでした。それに対し、愛知県、特に名古屋市の場合は都市部での空き家対策になるので、そのようなやり方ではなく、今後新築住宅の供給が少なくなると推測されるなかで、空き家を流通させることが新たなビジネスチャンスになるような方法を模索することにしました。そして2017年にスタートしたのが「空き家マイスター」という制度です。空き家を流通させることを新たなメニューと考え、専門家としてそれを取り扱うための資格を設けました。資格については、実務の常識を持っているということで不動産キャリアパーソンの取得と、協会独自の講習を受けて修了試験に合格していることを条件にしました。

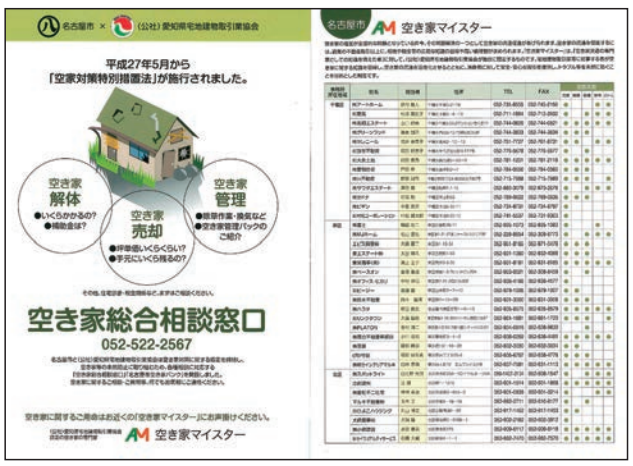
ちょうどそのタイミングで、名古屋市の市長か

「空き家マイスター」登録制度

ら空き家問題について相談がありました。当時、名古屋市役所には、隣地との境界のこと、庭木やゴミ屋敷のトラブル、相続のことなど、空き家に関するありとあらゆる相談が年間1,300件ほどあり、専従で6名がその対応に追われていました。そこで2017年３月に名古屋市と「名古屋市における空家等対策に関する協定書」を締結し、協定締結事業の一環として、空き家の売買、管理、解体から住宅診断、税金・法律関係など各種の相談に対応する窓口として、協会に「空き家総合相談窓口」を開設しました。

空き家総合相談窓口に物件の売却依頼があると、当協会が業務委託をしている愛知宅建サポート㈱（以下、宅建サポート）に情報が行きます。その後、宅建サポートが物件の調査をし、価格査定をしたうえで所有者と合意がとれれば一般媒介を締結します。そしてその情報を、まずその物件がある地区の空き家マイスターに提供します。媒介締結後２カ月経っても成約しない場合は協会の全会員に情報提供し、３カ月経っても成約しない場合には全ての宅建業者に情報を公開します。さらに、空き家マイスターが客付けした場合は、宅建サポートが受領する仲介手数料の50％をそのマイスターに還元する仕組みにしています。

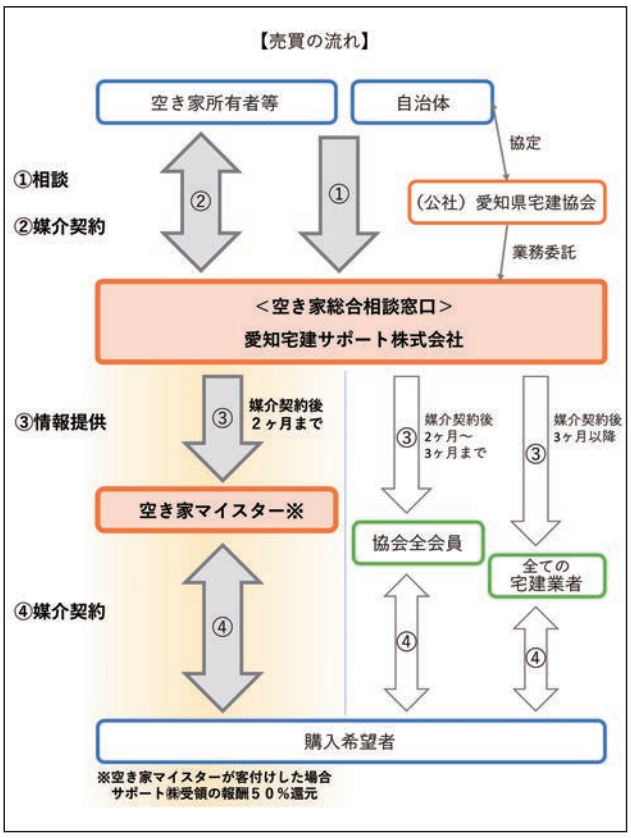
空き家マイスターになるには先ほどの資格以外に、初年度登録料1万円と、登録更新料が毎年１万円かかりますが、空き家の情報を優先的に得



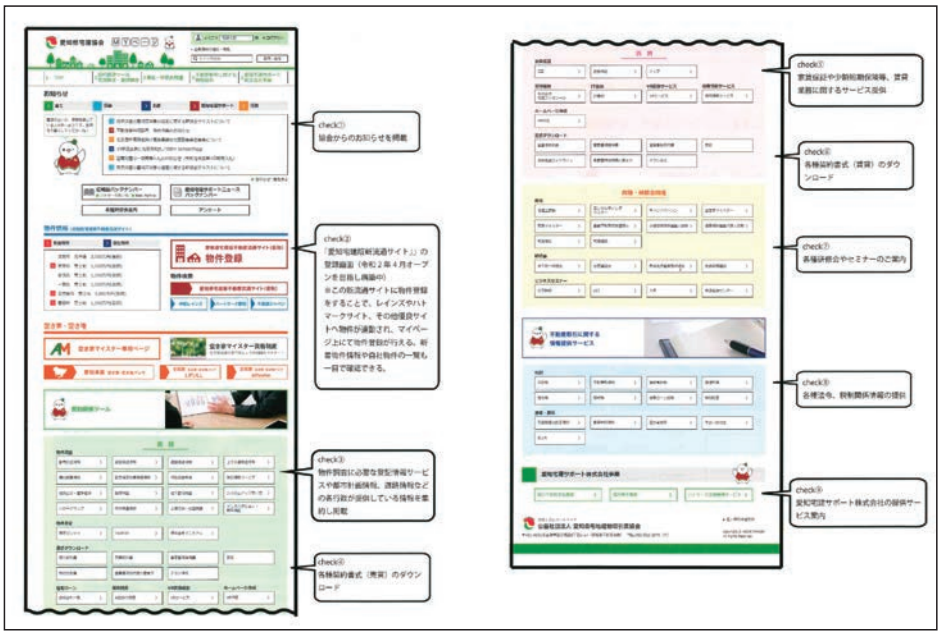
空き家マイスターは各自治体のチラシに社名や連絡先が掲載される

空き家相談窓口がある愛知県不動産会館

ることができ、成約すれば売主からの手数料の半分が還元されます。さらに、各自治体の空き家相談の窓口で消費者に配布されるリーフレットに社名、担当者氏名、連絡先が掲載されます。自分の名刺に資格名を記載できて、自治体が発行する広報物に無償で宣伝してもらえることを考えると、登録費用は安いものだと思います。“地域に寄り添う”という目的はもちろんですが、会員支援の意味合いもあることからこのような仕組みにしまし



空き家対策事業スキーム図



「会員マイページ」のトップ画面

た。2020年３月末時点で、累計の相談件数は435件、その内売却物件としての媒介契約件数は26件、成約数が13件です。空き家マイスターの登録者数は503名で年々増えています。また、各自治体もこの取り組みに注目し協力依頼が増えてきたことから、愛知県下54の市町村のうち既に34自治体と提携（2020年３月末時点）をしています。各自治体が開催した空き家対策セミナーや空き家相談会へ、空き家マイスターを相談員として派遣しました。セミナーには延べ247名が参加し、21名に相談対応しております。

さらに、「愛知県空き家・空き地バンクポータルサイト」を運営し、空き家マイスターは空き家や空き地物件を掲載できるだけでなく、提携自治体にも無償で提供しています。これらの空き家対策事業は国交省の「地域の空き家・空き地等の利活用等に関するモデル事業」に採択されました。

②「会員マイページ」および新流通サイト「あいぽっぽ」の開設

宅建業法や民法が改正され、物件の調査事項がより詳細かつ多岐にわたるようになりました。そこで会員の業務支援の一環として、日々業務で利用するために必要な情報を全て集約した「会員マイページ」というサイトを2019年10月にオープンしました。このサイトでは、各種契約書式のダウンロードや登記簿情報の閲覧ができ、各行政が提供している都市計画情報や道路情報等を集約しています。さらに、家賃保証や少額短期保険などの賃貸業務に関するサービス、各種法令、税制関係情報の提供、各種研修会やセミナーの案内、宅建サポートの提供サービス案内等をワンストップで見ることができます。2020年４月には新しい流通サイト「あいぽっぽ」をオープンし、このサイトに物件を登録すれば自社の物件管理ができるだけでなく、レインズやハトマークサイト、その他の有料サイトなどのポータルサイトにボタン一つで物件登録ができるようになりました。愛知で最も使われるサイトを目指そうと考えて設計しましたので、会員は朝出社したらまず「会員マイページ」を開き、新規登録物件をチェックしたりニュースを確認するような感じで利用してもらえたらと思っています。そして、多くの会員が利用すれば、SEO対策にもなります。さらに

「あいぽっぽ」のトップ画面

最近は、研修会の動画をアップしており、将来的にはこのサイトでWeb研修もできるようにしたいと考えています。約5,500会員のうち、「会員マイページ」の登録者数は3,000名を超え、「あいぽっぽ」の事業利用申請数も1,400名を超えました。

③ベテラン会員と新入会員の意見交流の機会の実施

高齢化や後継者難を理由に廃業する会員が増えてきたので、新入会員に事業承継ができないかと考えましたが、サービス業という性格と中小零細規模の業者が多いことからなかなか難しいことがわかりました。そこで、例えば事務所から遠いところにあり管理が困難になった駐車場などを、地元の新入会員に移管してフィーを分け合うようなことから始めることができないかと、昨年からベテラン会員と若手会員の意見交流の場を設けることにしました。参加資格は、新入会員は開業して５年以内で50歳未満の経営者、ベテラン会員は会員歴が20年以上で年齢が65歳以上です。60名くらいの人数が年に一度集まり、食事をとりながら名刺交換し世代を超えた交流をしています。また、各支部に元々あった同好会を発展させ、女性部会や青年部会を14の支部で作り、運営費を本部でバックアップしています。やはり昔に比べ横のつながりが少なくなっており、新入会員からは“仕事の相談をしたいが、先輩会員と知り合いになるきっかけが少ない”という声も多いことから、このような会があると若い会員は喜んでくれます。支部によっては新年会や総会のタイミングで新入会員を壇上に上げて自己紹介やPRをしてもらい、“新入会員をみんなで盛り上げよう”とバックアップしているところもあります。

キャリアパーソン受講推進協会等表彰状の数々

当協会ではアフターフォローがなによりも重要だという観点から、「会員マイページ」を作ったり地元の中でつながりができる機会を設け、新しい会員でもすぐに商売ができるように後押ししています。

④教育研修体制の充実

私の好きな言葉に「人は石垣、人は城、人は堀、情けは味方、仇は敵なり」という格言があります。協会組織は人に支えられていますので、優良な担い手を育てることがなによりも重要です。そのため会員に対する教育には力を入れています。不動産キャリアパーソンについては制度発足以来７年連続で受講者目標を達成し、受講推進協会として全宅連から毎年表彰を受けています。また、愛知県は戸建て志向が強く土地の取引が多い地域ですが、弁済の認証申出は非常に少ないです。それだけ調査義務の遵守を徹底していますし、トラブルが生じても話し合いを重ね和解にもっていくようにしています。

協会経営は企業経営と一緒

――組織強化を図るうえで事務局の職員を大事にしています。

当協会でも事務局職員の欠員を募集することがあります。ただ応募はたくさん来ますが、協会の将来を託せるような人はあまりいません。企業の場合と同様、協会でも職員を育てるには相当な投資と時間がかかります。職員は組織を存続させていくための最も大事な財産で、組織の宝だと思い

ます。上に立つ者は、職員が働きやすい職場を作り、やる気が出る職場にすることを第一に考えるべきです。お陰様で代々の会長も同じような考えで組織運営をしていたことから当協会の職員の勤続年数は長く、かゆいところに手が届く配慮をしてくれる人が多いです。

職員の能力向上のために、１人が２～３つ程度の事業担当となるとともにジョブローテーションを定期的に行うことで、協会事業やサポート事業など全事業を把握できるようになりました。その結果、視野が広がり、１つ課題を出すと２通りの答えが返ってきます。また、パートタイマーの職員にも正社員と同様に賞与を出し、本部・支部合同の研修旅行にも参加してもらい連携を強めています。20名の本部正職員のうち宅建士が12名、行政書士が３名いますが、資格者には手当てを付け意欲の向上につなげています。

――企業経営の感覚で協会運営をしています。

当協会は1988年から32年間、会費をまったく上げていません。これからも財政をしっかりして会費を上げないことが一律の会員サービスになると思います。また、会員支援のために2003年に事業協同組合を作り、それを発展的に解消して宅建サポートを設立しました。冒頭に述べたように、これまで財政基盤の強化に取り組んできましたが、今後、会員支援を継続したり、強化したり、職員の雇用を守っていくためには、公益法人の制限がない宅建サポートの事業を伸ばしていかなくてはなりません。

2014年の宅建業法の改正で、宅地建物取引主任者が宅地建物取引士に変更になり、士業の仲間入りをしました。しかし、名前が変わっただけで何のメリットを感じないといった声などもあったことから、宅建士になったことで一層身を引き締めなくてはならないと思い、『宅建士道』という本を出版して当協会の会員全員に配布しました。この本には名称変更に至る歴史やベテラン会員の体

宅建士道

験談、伊藤全宅連名誉会長や坂本全宅連会長のインタビューを通じて、そこに至るまでの経緯やこれからの宅建士のあり方などについて語ってもらいました。

やはり愛知県宅建協会は、10年間全宅連の会長を輩出した県なので、当協会の役員や職員は“恥ずかしいことはできない”という自負を強く持っています。宅建士はプロとしての自覚を持ち、士業としての誇りと責任感を持ってほしい、それがこの本に込めたメッセージです。

［取材：2020年３月］

第5章

地域を
魅力的にする試み

特定非営利活動法人かみのやまランドバンク／山形県上山市

まちが消滅するかどうかは私たちが決める

民間と行政の中間的な役割を担い、まちに化学反応を起こす

官民が本腰を入れてまちの課題に取り組む

――上山（かみのやま）市の現状について教えてください。

鏡氏　山形県南東部に位置する上山市の人口は現在約３万人ですが、25年後には２万人程度まで減少すると推計されています。一方、市内全域には１年以上放置されたままの空き家が373戸あり、※1その内の１/４（約100戸）が上山城を中心にした半径300ｍ圏内に点在しています。この地域は、かみのやま温泉街や武家屋敷通り、商店街があり、観光資源や商業施設、子育て施設といった都市機能が充実したエリアです。しかし人口減少が進むとともに、空き家予備軍である単身高齢者が所有する物件が増加しているため、そのままにしておくと中心市街地の空洞化がさらに加速していくことになります。

そこで、2015年に空家対策特別措置法が施行されたことを契機に、渡辺氏に「空き家対策について、市も本腰を入れて取り組むのでぜひ協力してほしい」と依頼し、2016年に空き家バンクを設立し、（公社）山形県宅地建物取引業協会（以下、山形県宅建協会）山形と協定を結びました。同時に“空家等対策計画”を策定するために協議会を開き、山形県宅建協会山形の理事でもある渡辺氏にも委員として入ってもらいました。

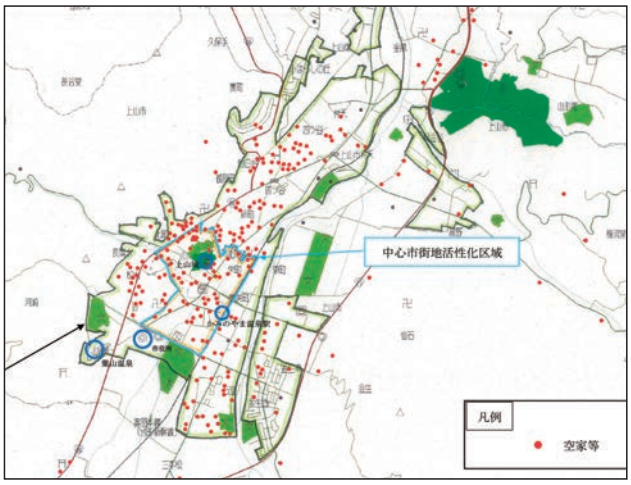
空き家バンクを始めるにあたり他の自治体に様子を聞いたところ、物件の登録がなかなか進まない状況を知りました。そこで実態を調査しようと、市報で空き家バンクに登録を希望する人を10人ほど募り、渡辺氏と一緒に直接ヒアリングに行きました。すると、２つの問題があることがわかりました。最も多かったのが、空き家の相続手続きがなされていないという点で、その次が、空き家の中にある家財類が処分できないという点でした。

最初の課題に対処するために、2017年に山形県の司法書士会と提携し、相続の手続きについて無料で相談できるようにするなど、所有者が相談し

渡辺秀賢 氏
（わたなべ ひでたか）

1975年山形県南陽市生まれ。1998年明海大学不動産学部卒業後、家業である不動産会社東林業有限会社（山形県上山市）入社。2004年、同市にて有限会社山形第一不動産を立ち上げ代表取締役に就任。2019年、NPOかみのやまランドバンクを設立し理事長として、空き家・空き地の再生を目標にまちづくりを行政と連携して行っている。

やすい環境を整えました。後者の課題に対しては、空き家の家財類の処分費を補助する制度をつくりました。また、空き家の所有者の２割が県外の居住者ということから、空き家の適正な維持管理ができるようにシルバー人材センターや商工会と提携しました。草刈り等の簡易な作業はシルバー人材センターを、建築的な技術が必要になるものは商工会を紹介することで、空き家として市場で流通させる前の仕組みも用意することができました。さらに2018年には、流動化施策の一つとして、山形県、東北芸術工科大学、山形県すまい・まちづくり公社と上山市の４者で「空き家の活用による地域づくり連携協定」を締結し、市が空き家を買い取り、東北芸工大が子育て世代向けにリノベーションをして、公社が販売するという事業を始めました。



上山市市街化区域の空き家の分布

――宅建業者としてどのような思いで参加したのですか。

渡辺氏　当社は私で三代目になりますが、大学在学中から父に「都市部にずっといるなら別だが、戻ってくる気があるのなら、取り扱う金額も小さいので、早く戻ってきて地元に馴染むことが大事」と言われていたので、卒業後はすぐ地元に戻りましたが、既にバブルがはじけていて不動産が売れない状況でした。

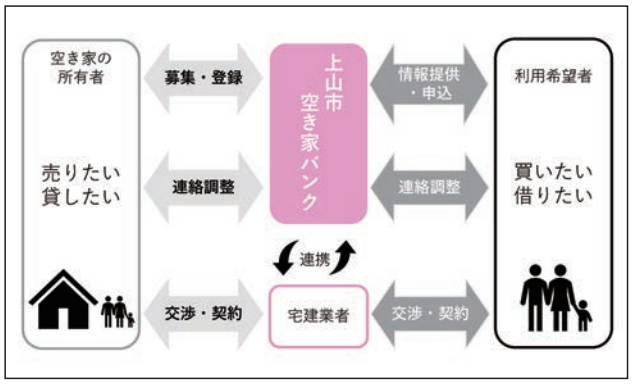
また、当時から流通にのらない空き家が増えてきていたので、何とかしなくてはという想いと、見識者が統計から判断したのでしょうが、上山市のような小さな地方都市は将来的に消滅するということがいわれており、その数値だけの判断を鵜呑みにするのが嫌で、抗いたい気持ちがありました。その時に鏡氏と話し合い、互いに丸投げするのではなく、市も本気になって官民協力で解決していこうということなら協力しようと伝えました。

――空き家バンクのこれまでの実績を教えてください。

鏡氏　空き家バンクを設立し、実際に稼働し始めた2017年４月から約３年強の間に、63件の物件登録があり28件が契約になりました。山形県も各市町で空き家バンクを運営していますが、物件が集まりにくいことと、集まったとしてもマッチングがうまくいかないという状況がありました。そこで物件登録については、渡辺氏に最低50件は集めてほしいと、同い年だから言いやすいということもあり（笑）、ハードルをかなり高く設定してお

鏡 昌博 氏
（かがみ まさひろ）

1974年山形県上山市生まれ。自治大学、政策研究大学院大学、国土交通省大学にて空き家、住宅金融、景観施策などを学ぶ。2011年一級建築士資格取得、2016年から上山市建設課副主幹兼都市計画係長として宅建協会、司法書士会、明海大学などと空き家対策に関する連携協定を締結、空き家スリーバンク（空き家バンク、住み替えバンク、ランドバンク）制度化、2019年NPO法人かみのやまランドバンクを設立し副理事長を務める。



空き家バンクの仕組み

願いをしました。その一方で、固定資産税の納税通知書約15,000通に、空き家バンクの内容や解体する際の補助金等、市の空き家施策に関するお知らせを同封し、空き家の所有者の掘り起こしを行いました。

空き家バンクによる移住者のうち20人は市外からの移住者です。例えば埼玉県から来た若い夫婦は、県内の15市町村を回ったあと、お城の周辺で観光客も見込めそうだし、市や宅建協会の人たちに助けてもらえるので、ここならやっていけそうだと感じて武家屋敷通りにある物件でカフェを開業しました。また、４者の連携協定による案件では、1982年築の平屋１棟をリノベーションし、さらに別棟を２区画に分割して宅地分譲したところ、３世帯の子育て世代が購入し、住み始めています。

渡辺氏　上山市の空き家バンクがほかと違うのは、空き家バンク運営要項が現状に即さない場合は柔軟に変更し、「空いている物件＝空き家」という概念の中で、居住用に限定などと細分化せず、店舗や工場などの事業用物件も登録が可能な点です。未登記や未相続物件も登録できるようになっております。また、空き家という観点から、一般市場で流通される物件も登録さえ行えば行政の助成対象となるようにしてもらっています。

空き家・空き地の個々の利活用を面に広げる

――かみのやまランドバンク設立の経緯を教えてください。

埼玉県からの移住者がカフェをオープン

鏡氏　まちなかの空洞化対策として空き家バンクを主とした対策は、対象の空き家を利活用することを目的とした単一的な施策です。そこで、それを面的に広げようとしたのがランドバンク事業です。ランドバンク設立の理由は、①危険空き家を未然に防止し、積極的に空き家・空き地を活用すること ②立地適正化計画における居住誘導のための受け皿の整備 ③そのために行政と民間事業者の役割分担を明確にして進めることの３つが挙げられます。

かみのやま温泉街には、解体すると5,000万円くらいかかるといわれる空き旅館があり、しかも所有者が不明です。ほかにも、廃業した映画館や商店街の空き店舗など、ここ数年で問題物件がいくつか出てくるようになり、それらを放置しておけばスラム化してしまいます。さらに、小高い丘にある古い城下町の町割りは、道路が狭く、クランクした道があり、冬は除雪した雪が積まれ車もすれ違うことができません。また、未接道で建て替えができない物件も多く、今の車社会とはミスマッチで住みづらい状況があります。そこで、ランドバンク事業では、空き家・空き地を寄付や低廉価格で売却してもらい、除却や造成、隣地の所有者への売却によって敷地や道路を広げ、居住環境を改善する小規模連鎖型区画再編事業を行います。

また、現在策定中の上山市の立地適正化計画は、

観光資源など、中心市街地および公共交通の利便性が高い住宅地に居住誘導し、商業機能などの都市機能を維持・誘導することでコンパクトなまちづくりを目指していますが、その受け皿が用意されていない状況です。また、市街地への居住誘導にあたり若者世代のニーズをアンケート調査すると、道路や歩道の整備がされて、立地や宅地の価格などの条件が合えば住みたいと回答した方が多いという結果も出ました。

さらに、ランドバンク事業を推進するためには、行政と民間業者が役割分担をしながら一体となって対応する必要があります。行政の役割は何かというと、物件のストックです。行政が仕組みを作り、空き家・空き地の登録や寄付を受け付け、物件を多く取り揃える一方で、民間事業者はそれぞれの専門性を生かして物件ごとの課題を解決し、利活用まで進めてもらいます。

――ランドバンクはどのような体制で推進するのですか。

鏡氏　明海大学OBの渡辺氏の提案で、2018年に同大学と「空き家・空き地の活用による地域づくり連携協定」を結び、2019年６月に市・関連団体・大学の産官学で中心市街地の空き家対策を推進する組織として「NPO法人かみのやまランドバンク」を立ち上げました。関連団体は、市、山形県宅建協会山形、山形県司法書士会等の８団体。大学は東北芸術工科大学と明海大学です。上山市を含めこれら10の組織から各１名理事を出してもらい、理事長は渡辺氏、副理事長は明海大学不動産学部周藤利一教授と私が就任しました。行政が窓口になるという安心感と、空き家・空き地対策のプロフェッショナルが連携して対応するスピード感がこの組織に期待されるところです。

渡辺氏　明海大学不動産学部はそれまで、行政と一緒になってまちづくりに携わっている事例はありませんでした。私は学生の頃から、机上だけではなく現場も学んでこそ、この学部の存在意義も深まると思っていました。また、卒業してから大学とのつながりもないことから、自分は不動産学部に入った意味があったのかな？と疑問を持っていました。そんな時、大学OBの集まりに参加し教授と話したことがきっかけで、上山市長へ直談判したところ「上山市のまちづくりに役立つことなのだから断る理由は見つからない」と言ってくれたのです。不動産業界自体も縮小傾向にあるので、多くの学生にその仕事の面白さをもっと感じて興味を持ってほしいし、市にとっても大学経由での情報発信などメリットがあります。まちづくりは成果が見えるまでに時間がかかるので、大学なら研究材料としてじっくり取り組んでもらえると思いました。

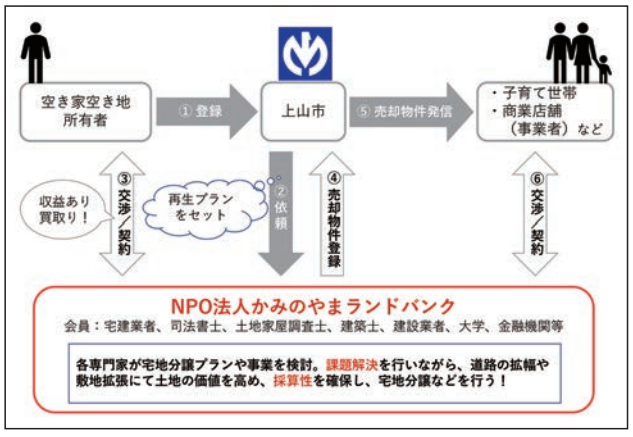
――ランドバンクの仕組みを教えてください。

鏡氏　事業化の流れは、まず空き家・空き地の所有者が市に物件を登録します。すると、市がまちづくりの観点から再生プランを作成してランドバンクに事業化を依頼します。その後、ランドバンクの各理事である専門家が計画の内容と採算性を検討し、採算がとれそうであればランドバンクの会員の不動産業者が中心となって買い取りの交渉をし、買取り後は宅地造成して分譲します。一方、市はその物件情報をホームページで公開し、子育て世代の移住を促進したり、飲食店などの事業者に出店してもらうよう募集します。

渡辺氏　市が空き家・空き地の寄付を受けることについては、面的な開発につながるということで

日本経済新聞
NIKKEI
ランドバンク 地方救う
空き地・空き家を再生
街に新たな価値
所有者の権利調整難しく
事業の担い手も課題

上山市のランドバンクは日経新聞でも紹介された



ランドバンクの仕組み

ランドバンクが承認したものに限定しています。市としても、ランドバンクという手法からまちの再生に光が見えるのではないかという期待もあってか、考え方も柔軟になってきており、縦割り行政の中で、課を超えた横軸連携も徐々に行われてきています。

また、ランドバンクとして市内全域の市場性が低い物件の利活用を考えることも大事なのですが、空洞化が深刻な中心部の空き家・空き地の再生という目的から、独自にランドバンクエリアとして集中的に絞り込みを行うことにしております。

――宅建業者はランドバンク事業に協力的ですか。

渡辺氏　隣接の山形市には宅建協会の会員業者が約240社ありますが、上山市には８社しかありません。そこで上山市の物件を受けてくれる業者を山形市の会員に募集すると15社ほどが手を挙げてくれました。かみのやまランドバンクはランドバンクエリアの中の利活用が困難な物件、それ以外の市場流通性があるものは協力業者に情報提供するという構想で空き家バンクを動かしていきます。宅建業法が改正されて、400万円以下の物件なら売主から18万円まで調査費等がもらえるようになりましたが、低額の場合、地場業者として調査費や報酬を報酬規程にあるからといって十分にもらうことはなかなか難しい実情もあります。

今の活動はまだビジネスモデルとしては成り立たず、ボランティア色が強いというのが実情ですが、木を伐採したら再生させるために植林するのと一緒で、不動産業者も利益だけを追求するのではなく、利益にはならなくても将来に向けての活動を行うべきだと思います。私たち地場業者は、ここを刈り取ったら別の場所に移ってまた刈り取ればいいというわけにはいきません。ランドバンクの目的は、民間が行う点の部分と行政が行う面の中間的な役割で効率の良い計画的なまちづくりを進めることかと思います。これにより価値の上昇も可能になるかもしれません。地場業者は、地域の不動産価値がないからといって他へ移り営業をできるものではありませんし、ランドバンク活動を通して行政とも協力して価値を上げる努力も必要だと思います。

鏡氏には覚悟を持って行動するので、行政も真剣に向きあってほしいと伝え、行政が動きやすくなれるよう実績にも貢献することを伝えました。同業者からは「空き家バンクなんて、流通に乗らない物件集めてどうするんだ」といわれたこともありましたが、それを束ねることで行政を動かせるのなら、いつかプラスになることがあるのではないかと思ってやっています。このように、今だけを見るのではなく、将来のことも見越しながら損得抜きで動くというところが、これからの地場業者が生き残る手段のひとつかもしれません。

鏡氏　渡辺氏に最初から実績を出してもらったので、市の中でも空き家バンクに対する期待度が高まり、予算が通りやすくなりました。

まちに化学反応を起こし住民の意識を高める

――このような取り組みを今後市民にどう浸透させていきますか。

鏡氏　ランドバンク事業をもっと知ってもらうためのきっかけづくりを始めています。具体的な例では、危険空き家を解体して更地にしたところをランドバンクが借りて、小学生に芝生を貼っても

空き地に芝生を敷く地元の小学生

空き家を解体した更地でマルシェイベントを実施

らい、キッチンカーを置き、マルシェイベントを開催しました。空き家・空き地を管理するのも地区ですし、迷惑を受けるのも地区なので、地区を盛り上げていかないと空き家・空き地の再生はないと実感しています。

また、かみのやま温泉の発祥の地でもある湯町温泉街はもともとポテンシャルがある場所ですが、最近は廃れてきているので、ここでもマルシェやホコ天を３～４回開催しています。すると最近では、若い人や周りの旅館の人たちも関心を持ち始め、少しずつ自発的に手伝ってくれる人たちが出てくるようになりました。その他、商工課に入ってくるお店を開きたいという人たちの情報を関係者につないだり、IT関連の人たちを温泉街に連れて行って湯治ワークをするなど、まちに化学反応を起こそうとしています。そのようなことを通じて、若者だけでなく、今まであまり前面に出て来なかった40歳代の人たちにも、自分たちも何かやらなくてはという意識が高まっているのを感じています。

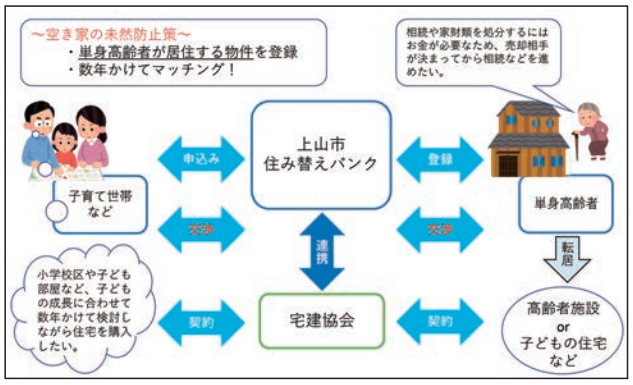
渡辺氏　実際に「この辺で始められる店舗はありませんか」という問い合わせも増えています。また、上山に住宅を建てて住みたいという市内外の方が増えてきていることも実感しております。やり方次第では潜在的な需要が掘り起こせるということがわかりました。もしランドバンクを始めていなければ、ただ廃れていくのを見ているだけだったと思います。このスキームが全ての地域に当てはまるとは思いませんが、将来の可能性が少しでもあるのならチャレンジしてみることが大事だと感じています。

――徐々にまちが変わり始めているようですね。

鏡氏　まちの賑わいづくりから再生まで、３段階のステップで考えています。最初のステップは、上山城周辺の中心市街地に賑わいを作り、移住や出店意欲を高めることで、次のステップは城下町の地割を生かした区画の再編です。すでに述べた宅地分譲の販売や、道路や広場の整備には時間がかかるので、それと並行して、戦災や災害に遭わずに残った地割を地域資源として生かせないかということも考えています。そして最後のステップは、温泉街、武家屋敷通り、商店街が双方向に結ばれ、ランドバンクのエリアとして指定した地域が輝き始め、そこから古民家で話題を呼んでいる楢下宿（ならげしゅく）などの農村部の集落へ交流人口を広げていくことです。

――空き家バンク、ランドバンク以外に「住み替えバンク」も始めました。

鏡氏　住み替えバンクは、空き家になる前の単身高齢者が所有する物件を事前にマッチングする、空き家の未然防止策です。健康なうちは住み続けたいが、高齢者施設に入所したり、子どもの家に



住み替えバンクの仕組み

同居するなどで空き家になった場合はその家を処分したいという人が多いということ、そして、その家が売れることがわからなければ金銭的な部分で家財の整理や相続登記をしない人が多いということから、この仕組みを作りました。具体的には、住宅や別荘として利用中で相続未了や家財がまだある物件を対象にして、売却希望価格と共にホームページに公開し、その物件を気に入った人が予約をし、空き家になった時点で購入する流れになります。今後は高齢者施設と連携をして、住み替えバンクの紹介をしてもらい物件を増やしていこうと思っています。

――今後まちづくりを進めるうえでの課題は何ですか。

鏡氏　今は空き家の掘り起こしやマッチング、移住・開業までの相談会の運営など、私や渡辺氏が孤軍奮闘している状況ですが、今後はほかの人でも当たり前にできるようにしなければならないし、不動産会社に対するインセンティブを国のほうで制度化してもらわないと続かないのではないかと懸念しています。私自身は、行政窓口として移住や開業希望者に安心感を与えて、まちを楽しくするために、いろいろな人とコトを掛け合わせて化学反応を起こし、まちの魅力をさらに高めていくコーディネーターの役割を果たしていきたいと思っています。

渡辺氏　全国一律の法律よりも、地方自治体に柔軟な運用を認めていくべきだと思います。都会と同じ規制を地方に求めることは、土地利用の低下を招きかねません。また、高度成長期時代の土地利用を抑制する法律も、今後のまちづくりの弊害となると思います。建築・開発・農地・相続など、さまざまな法的規制の緩和でクリアできる問題も多いと思います。官民が連携し、一緒にまちづくりを行っていくことが必要であり、官民が一体となった「かみのやまランドバンク」の重要度は高くなると思います。

上山市と同じような規模で、同じような状況のなかで頑張っている地場の不動産業者は全国にもたくさんいると思います。そのような多くの仲間と一緒に現場から声を上げていくことで、空き家・空き地を流動化するうえでの課題が中央に届き、国の仕組みを動かしていけるのではないかと思っています。私たちの取り組みは10年後、20年後にしか結果は見えてこないかもしれませんが、まちづくりに主体的に関与できる不動産業はとても面白い仕事だと最近つくづく感じます。

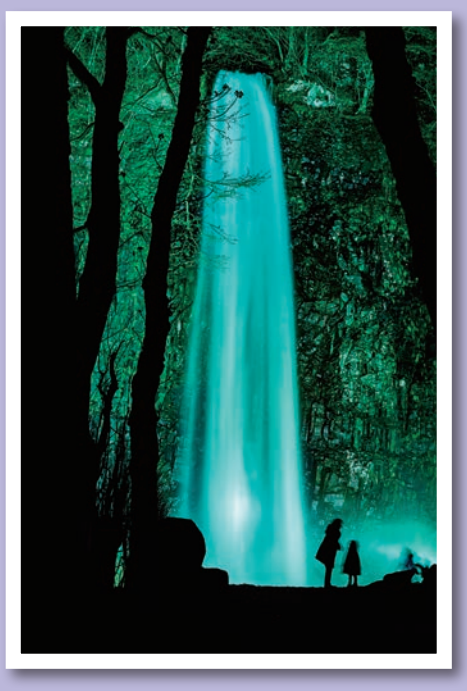
※1　2017年12月末時点。

［取材：2019年11月］

有限会社山形第一不動産

代 表 者：渡辺　秀賢
所 在 地：山形県上山市八日町2-20
電　　話：023-672-4579
H　　P：http://y-fudousan.net/
業務内容：宅地造成・分譲販売、不動産売買・仲介・競売のサポート、土地・建物・マンション・収益物件の斡旋、アパート・貸家・店舗・工場・土地などの賃貸・管理業務、不動産の保全・収益物件の再生、貸店舗の運用・再生方法などのコンサルタント業務。

RENOVATION 2020



山形県　玉簾の滝
photo：PAKUTASO

gallery

平和建設株式会社／埼玉県戸田市

“ピース”を組み合わせ、大きな面にして地域の魅力を高める

モクチンレシピで「空きバコ」を「宝のハコ」に変える

専門家の言葉を翻訳し、消費者に伝える役割を果たす

――異業種からこの業界に入りました。

父はもともと地元で八百屋をしていましたが、スーパーの進出等で小売業が厳しくなり、不動産業に業態を転換して、今年で創業40年になります。ちょうど埼京線が1985（昭和60）年に開業する頃だったため、線路用地の買収等を主に行っていたようです。私は家業を継ぐ気はなく、アパレル業界に就職しましたが、当時全国展開をしていた会社だったので、２年の間に東京、茨城、山梨と転勤が多く、引っ越しするのが大変だったため地元に戻ろうと思い、1996年から実家で働くことにしました。しかしふたを開けてみると、バブル崩壊の余波を受け1億円近い負債があったため、朝から晩まで働き詰めで頑張り、15年くらいかけて全て返済し、2010年に社長に就任しました。父は売買を中心にやっていましたので、自分が始める には賃貸仲介からと思い、全て独学で勉強しました。会社から半径２km圏内にエリアを絞り、お客様に紹介できる部屋は全て見て回りました。

異業種からこの業界に入って驚いたことは、お客様が来ても“その部屋はもうないから”と追い返したり、せっかくこちらでお客様を見つけても、物元業者からぞんざいな扱いを受けたり、物件の説明もそこそこに“とにかく契約を早くしてくれ”と言われたことなどです。アパレル業界の常識からは考えられないことがたくさんありました（笑）。

――戸田市はまだ人口が伸びています。

そもそも何もなかったところに埼京線が開通したおかげで、戸田市は東京のベッドタウンとして一気に人口が増え、埼京線開業時は約7.6万人だった人口が約14万人になりました。いまだに毎年約1万人の転入人口を数え、市の平均年齢も40.8歳と、埼玉県内では24年連続で最も若い市となっています[※1]。そのため子どもの数も多く、小学校

河邉政明 氏
（かわべ まさあき）

1971年埼玉県戸田市生まれ。法学部を卒業後、アパレル業界に就職。1996年から父の経営する平和建設㈱へ入社。東日本大震災を機に日本ホームインスペクターズ協会(JSHI)公認資格を取得し、現在理事に就任。2015年よりNPO法人モクチン企画のパートナーズ会員として協働を開始し、2017年から「『空きバコ』を『宝のハコ』へ」をスローガンに、空き部屋に新しい価値を生み出し魅力的なまちをつくる「トダ＿ピース」プロジェクトを始動。

が増設されクラスの数も増えています。

一方、戸田市は東京に隣接していることから物流の拠点として栄えてきました。地主が倉庫として貸していた土地や田畑を、代替わりのタイミングで手放したり土地活用をし始め、そこに大手デベロッパーやハウスメーカーが次々と新築マンションやアパートを建てました。

――早い時期にホームインスペクターの資格を取得されました。

この業界に入り15年ほど経った頃、以前賃貸住宅をお世話した方たちが結婚したり、子どもが生まれはじめ、住み替えや売買の話をいただくようになりました。そんななか、まだ更地の状態で新築一戸建てを購入してもらったお客様に、「この建物本当に大丈夫なの？」という質問を受けました。それまでは「ハウスメーカーだから大丈夫ですよ。10年間瑕疵保証もついていますし」という営業の仕方をしていましたが、このときはじめて、そんないい加減な対応ではなく、不動産業者も建築の知識をちゃんとつけないとまずいのではないかと思いました。

そこで日本ホームインスペクターズ協会※2のことを調べ、ホームインスペクター（住宅診断士）の資格をとりました。しかし、資格をとってもすぐに住宅診断などできるはずもありません。また、建物の見方や調査器具の使い方などについてもっと知りたいと思っても、周りに教えてもらえる人がいないことから、建築士や施工管理技士、土地家屋調査士の人たちの意見を聞けるようになろうと、セミナーに参加したり、同協会の関東エリア部会のお手伝いをすることにしました。

ちょうど当社で仕入れた物件で、解体して更地で売る予定のものがあったので、それを協会に提供し、劣化事象の検査や建物評価をするための実地講習を行いました。実際に物件を見ると、施工管理技士は建物劣化の具合から“ここはだめ、あそこもだめ”と指摘し、建築士は旧耐震物件であることから“この建物はそもそもだめだろう”と言います。そして不動産業者は、“更地にすると一番値段が高くなるのだから建物を壊して売るほうがいい”と言います。そこで皆さんに、「この建物は本当に使えないのですか？」と聞いてみました。すると、建築士は“今の法律では既存不適格だけど、当時の基準ではしっかりした建物なので耐震補強をすればいい”と言いますし、施工管理技士は“水が漏れているところはゴムのパッキンを替えればいいし、基礎のクラックも大きなものではないので塞げばいい”と答えます。そのようなやりとりを通じて、インスペクションを依頼する側と、それを行う側の心理がよくわかった気がしました。専門家はそれぞれの立場から建物を見ていろいろな視点から不具合を見つけることができますが、消費者が本当に求めているのは、専門家の意見を踏まえて、その次にどうすればいいのかを示すことではないか。そのためには、“消費者が何に不安を感じているのかをヒアリングして、そのうえで答えを出してあげることが必要なのではないか”と思いました。そこで、これからは『専門家たちの通訳』となり、建築や不動産にまたがる複雑な問題に対し、その対処方法をわかりやすく解きほぐして伝える役割が必要で、それを自分が果たせるようになればいいのではないかと考えました。

モクチンレシピの改修で新たな顧客を創出

――モクチンレシピを導入した理由を教えてください。

社長になった翌年に東日本大震災があり、それを機に家族の元に戻っていく一人暮らしの方が増え、空室が目立つようになりました。その頃からメディアで人口減少や空き家の問題が多く報道されるようになり空室もこれまでのようには決まらなくなっていきました。すると多くの地主たちは

モクチンレシピで改修した事務所

アパート経営に対する不安を持つようになり、大手ハウスメーカーの家賃保証がないと賃貸住宅を建てなくなりました。つまり、新築の賃貸住宅は大手ハウスメーカー以外は扱うことができなくなるということになります。このままではまちの不動産屋の存在意義がなくなってしまいます。これからどうしていくべきかを考えた結果、中小の不動産業者が生き残るには、大手が建てて古くなったアパートを再生していくしかない、という結論に達したのです。

しかし当時は、大家さんから「アパートの入居者が決まらないけどどうすればいい？」と聞かれても、中途半端にリフォームを勧めて決まらなかったら責任を負わなければならないので、“とりあえず家賃を値下げしましょう”というやり方をしていました。賃貸アパートの改修は予算も限られているし、それほど儲かる仕事ではなく、余計な仕事は増やしたくなかったのです。しかしそのようなことを続けていると、既存の賃貸住宅には、理由があって家賃の安い部屋にしか住めない人しか集まらなくなり、やがて衰退の一途をたどるという悪循環に陥ってしまうと思いました。

そこで、家賃を下げるのではなく、物件の魅力を高めてその部屋に住みたいと思ってもらうにはどうすればいいのかを考えはじめていたときに、モクチン企画[※3]と出合いました。彼らは、戦後大量に建てられた木賃（もくちん）アパートを社会の重要な資源と捉え、デザイン的に優れた改修をすることで、都

事例紹介 1

本町の「平屋の戸建て住宅」と「51223HONCHO BASE」

1960年に建てられた再建築不可の平屋物件を並びで2戸購入し、賃貸住宅と時間貸しのフリースペースにしました。建物はボロボロで、インスペクションすると耐震性等は全て基準値以下でしたが、それは単に古いからではなく、当時の建築基準に沿った建て方の問題でした。屋根の荷重や間口の広さから建物は十分使えると判断し、賃貸用の戸建てについては外観の木組みは残し、内装はパーツ類をメタリックなものに統一する“チーム銀色”というレシピを使って改修。費用は約250万円かかりましたが、賃料を4万円台から7万円に上げることができ、元メジャーバンドのプロギタリスト兼ハウスクリーニング業というユニークな借り手がつきました。

もう一つの平屋は、既存の柱と屋根を残しながら基礎の引き直しを行って、建物の再生を行いました。費用をあまりかけられないので、奥のスペースの床には余った端切れ板を使い、カラークロスをセレクトし、当社の女性スタッフによるプロデュースでステージングを行いました。手前のスペースは、のっぺりフロア、きっかけ長押、ライティングレールなどのレシピを使っています。

この建物を『51223HONCHO BASE』と名付け、当社管理の賃貸物件の入居者が1時間980

市空間そのものを変えていこうという純粋な気持ちで活動しており、しかも賃貸アパートの改修の手法をレシピ化し、ウェブ上で一般に公開していたのです。この画期的なモクチンレシピの手法を拡散したいと思い、一緒に組むことにしました。

――まず本社事務所をモクチンレシピで改修しました。

この手法を広めていくうえでネックになったのが、賃貸物件の場合、入居者が決まってしまうとレシピを使って改修した事例を直接見ることができないことです。そのため、自分たちで実際にやってみるしかないと思い、当社の事務所を改修し、ショールーム化することにしました。

駅周辺の賃貸物件はバブル期に建てたアパートが多く、地主たちは建てれば収益が上がり、退去があっても何もしないですぐに次が決まると思っています。実際に部屋がどうなっているのか見たこともなく、お金をかけてリフォームをしなくてはならないという感覚を持っていない人たちばかりです。そういう人たちに、モクチンレシピを使って改修してはどうかと言ってもまったく響きません。そこで、少なくとも当社の事務所には時々来るだろうから、その際にこのような改修方法があることが伝わるような空間にしたいと思い、“オーナーにレシピを提案できるレイアウトにしたい”とモクチン企画に伝えました。

戸田市は人口が増加しているとはいえ、物件は乱立していますので、古い物件はこれからどんどん価格競争の波に飲み込まれる可能性があります。オーナーから物件を預かった以上は、長く使えて価格競争に巻き込まれない改修の提案を、原状回復費用に２～３カ月分の家賃をプラスする程度の改修から提案し、空きが出ても入居者が早く決まるような物件にしたいと思いました。

――レシピを使った効果はありましたか？

“きっかけ長押（なげし）”や“ざっくりフロア”といった円で使えるフリースペースとして、テレビ、冷蔵庫、電子レンジなどを用意し、トイレや洗面所も備えました。賃貸に住む人は自由に使えるスペースが少なく、特に小さなお子さんがいる家庭は長時間お店にいることもできません。そこで、入居者の皆さんに誕生日会や撮影会などで使ってもらう場所を提供したいと考えました。最近では猫の里親を探す会などにも使ってもらい、将来的にはレンタル費用を無料にするつもりです。行き止まりで誰も通らないような暗い通りも、少し改修することで皆さんに楽しく使ってもらえれば、明るく賑やかな場所になることがわかりました。

平屋の戸建て住宅

51223HONCHO BASE

レシピを使い事務所を改修した結果、賃貸アパートのオーナーに改修の提案がしやすくなったのはもちろん、今までまったく見向きもしてくれなかった新たなお客様が、当社に注目してくれるようになりました。事務所の改修を機に“日本一敷居の低い不動産屋にしよう”と思い、窓から募集物件の張り紙をなくして事務所の中を丸見えにし、なじみの地主の協力を得て２本100円でアイスクリームを売ることにしました。そうすると、夕方は小学生が列をなし、それを見て地主が喜んでくれたり、地元のカフェのオーナーや前衛的な取り組みをしているリノベーション専門業者等の人たちと初めて接点が持てるようになりました。その後、このレシピを使った実績をできるだけ多く残そうと、自社の物件を中心に、３年間で約40部屋の改修を行いました。

「トダ_ピース」のチラシ

このように、多くの費用をかけなくても、元の物件のよさを残しつつ変えるところは大胆に変えることで、家賃が上がるだけではなく、個性的な入居者が来てくれることがわかりました。また家賃を上げられない賃貸アパートも、部屋の価値を戻すことで、次の入居者が早く決まったり、いい人に長く住んでもらえるようになりました。

ただ、モクチンレシピを導入する際に課題になるのが、工務店をどう説得するかということです。レシピのよさを伝えることが難しく、彼らもプライドがあるので下地材をそのまま使うのには抵抗がありますし、パーツを銀色にしたいと言っても白がいいと言われてしまいます（笑）。そこで、「レシピを使った工事は必ずその値段でとってくる。価格では競合させない」と伝え、協力してもらうようにしました。すると、最新のデザインも学べるということで、一緒に取り組んでくれる地元の会社が出てきました。

事例紹介 2

下戸田の戸建て住宅

築40年の一戸建てで、日本ホームインスペクターズ協会の実地講習で使った物件です。こちらも建物は壊さず、レシピを使うとどこまで家賃を上げられるかという半ば実験的な改修をしました。250万円くらい投資をしましたが、９万円の家賃を13.5万円に上げて募集したところ、英会話教室をしながら自宅としても利用したいという女性が借りてくれました。使用レシピは、ざっくりフロア、のっぺりフロア、チーム銀色、ぱきっと真壁、ライティングレール、木肌美人などで、ハンモックは私の希望で入れました。

こともなき部屋を面白く使う人たちをネットワークする

――コミュニティづくりにも取り組んでいます。

モクチンレシピを使って改修物件を増やしていくと、面白い人たちが集まることがわかりました。そこで、その人たちとのネットワークを「見える化」しようと思いました。私と入居者、私と地域の知り合いといった“私と誰か”というつながりのある人たちを月1回集め、その中の一人にゲストとしてそれぞれのテーマについて話をしてもらう飲み会を始めました。すると、参加者の知り合い同士がつながり、今では入居者以外にも、床屋の店主、ゲームのシナリオライター、プロのカメラマンなど業界を超えて面白い人たちが集まりだし、私個人との関係が、お客様同士のつながりに派生していったのです。

このように、モクチンレシピによる改修によって、単なる“空きバコ”が新たな価値を付け、“宝のハコ”に生まれ変わりました。そこで、それらを『トダ__ピース』と称し、個性豊かな物件を増やしていくプロジェクトを始めました。『トダ__ピース』を増やしていくことで、人と建物とまちの平和で良好な関係（PEACE）を、ジグソーパズルのようにつなぎ合わせて（PIECE）、大きな面にしていきたいと考えています。そうすればこの地域にもっとたくさんの魅力的な人が集まり、さらに面白い地域になっていくと思います。そのために、私とつながっている人たちが気楽に集まれる場所や機会を増やしていこうと思っています。

ミーティングの様子

――今後の展開について教えてください。

現在、モクチン企画監修で私が大家になって、新築の賃貸住宅を建てています。この物件では、こ

事例紹介 3

下前の貸家

更地にして売ることを目的に購入した、接道瑕疵の再建築不可の戸建てで、建て替えやリフォームの時に短期で借りるお客様のために使っていました。モクチン企画にTV取材が入るということで、50万円の予算で改修。ざっくりフロアやシャイニング襖といったレシピを使い、キッチンはダイノックシートを貼り照明を整えました。すると、家賃を7万5,000円から８万円に上げられただけでなく、青山学院大学のボート部の学生たちが、旅館みたいで楽しそうだということでミーティングルーム兼練習場として借りてくれました。私ならこんな改修はしないだろうというデザインにしてみると、ずっと下の世代である学生に響いたということがとても驚きでした。

れまでの募集の仕方を変え、最初にハコを作って人を募集するのではなく、こちらが入ってもらいたい人に直接アプローチをしています。１Ｆ部分をアトリエのような造りにしているので、住む人の個性がまちに溢れて価値をつくっていくようなハコを目指しています。すでにウェブデザイナーが入居の検討をしてくれています。

さらに、４部屋のうち１室を当社で確保し、入居者を中心に仲間たちが気軽に集まれる場所にして、情報交換をしたり、一緒に何か新しい事を生み出せるような場にしたいと思っています。

不動産業に限らずどの業種においても、これからの中小企業は大手とは違う生き残り方を模索しなければなりません。そのためにはピースを組み合わせるように、一緒に何か新しいものを創っていける仲間を集め、お互いが刺激し合い、切磋琢磨することで、化学反応を起こしていきたいと思っています。アパレルから住宅の世界に入り、この仕事はたくさんの人生に関わる仕事だなと痛感しています。この世界で生きていくという覚悟を決めて、自分から新しいことを一歩踏み出して行くと、それに賛同してくれる人が現れ、気付けばネットワークとして広がっていきました。まだまだ小さな取り組みかもしれませんが、この歩みをこれからも着実に続けていきたいと思います。

※１　埼玉県町（丁）字別人口調査より（2019年1月1日時点）
※２　特定非営利活動法人 日本ホームインスペクターズ協会（本部：東京都新宿区、理事長 長嶋修氏）
※３　特定非営利活動法人モクチン企画（本部：東京都大田区、代表理事 連勇太朗氏）

<モクチンレシピを使った賃貸アパートの改修事例>

物件情報 **コーポ幸松**

●物件概要：1992年３月築・木造２階建て・専有面積約17㎡・間取り１Ｋ＋ロフト（但し２階住戸）
●使用レシピ：立体天井、横幅いっぱいミラー、ぴかっとバスルームなど
●ステージング：段ボール家具を使用

物件情報 **あやめ荘**

●物件概要：1977年５月築・木造２階建て・専有面積38.88㎡・間取り２ＤＫ
●使用レシピ：ライティングレール、幅広フローリング、ホワイト大壁、広がり建具、きっかけ長押、チーム銀色など
●ステージング：家具を購入して実施

［取材：2019年９月］

平和建設株式会社

代 表 者：河邉　政明
所 在 地：埼玉県戸田市本町1-25-2
電　　話：048-443-7781
Ｈ　　Ｐ：http://heiwa-toda.co.jp/
業務内容：不動産の売買と仲介、賃貸管理と仲介、損害保険代理業などを取り扱う。「JSHI公認ホームインスペクター」として売買の際に住宅診断を実施。モクチンレシピを採用し、古い空き家や空き部屋を再生し、まちを面白くするプロジェクト「トダ__ピース」主催。

RENOVATION 2020

千葉県　津々ヶ浦 夫婦岩
photo：PAKUTASO

gallery

有限会社トノコーポレーション（omusubi不動産）／千葉県松戸市

DIYで建物を育て、事業者やクリエイターの開業を支援

路面に３つのビジネスを呼び込み、変化を顕在化させる

まちを耕すローカルデベロッパーになる

――「omusubi不動産」の社名の由来について教えてください。

omusubi不動産は『お米をつくる不動産屋』です。実際にお客様や地域の人たちと一緒に、私の趣味でもある田んぼを耕していますが、田を耕すというのは象徴的な表現で、そこには“自給自足ができるまち”“顔が見える人と一緒に暮らしていけるまち”を作っていきたいという想いを込めています。具体的には、空き家や空き部屋をDIY可能な物件として賃貸することで、若いクリエイターやお店を始めたいという人たちが活躍できる場所をまちの中にたくさん作っています。このように“田んぼを耕すようにまちを耕すローカルデベロッパー”が私たちの仕事です。

――どのような変遷を経て、そこに至ったのでしょうか。

私の地元は千葉県松戸市で、父は東京で不動産会社を経営し、母方の実家は地元の農家でした。その影響もあって、学生時代に宅建士の資格をとり、卒業後は不動産会社で３年ほど修業しました。そのなかで古いものを生かすような仕事をしたいと思うようになり、中古物件をリノベーションして再販する会社で働きました。また、自然も好きだったので、そのあと房総半島の古民家カフェに移住し、半農・半Xといった仕事を模索していたさなかに、東日本大震災が起きました。それを機に地元へ戻りまちづくりに関わり始め、松戸を拠点とするまちづくり会社の不動産部門を立ち上げて2014年に独立しました。

――八柱（やはしら）はどのようなところですか。

常磐線松戸駅周辺は、東京都と隣接していることから乗降客数が多く、駅前の物件は家賃が東京並みに高いため、大手のチェーン店しか借りられ

殿塚建吾 氏
（とのづか けんご）

1984年千葉県松戸市生まれ。中古マンションのリノベ会社、企業のCSRプランナーを経て、房総半島の古民家カフェにて自然な暮らしを学ぶ。東日本大震災後、松戸に戻り、オーナーがセルフビルドした「自給ハウス」にて部屋のDIYをしながら生活する。2011年、松戸駅前のまちづくりプロジェクト「MAD City」に参画し不動産事業を立ち上げる。2014年4月、お米をつくる不動産屋「omusubi不動産」を設立。DIY可能物件を扱いながら、市川市初のシェアアトリエ「123ビルヂング」など多くのシェアアトリエを運営。空き家を使ったまちづくりと田んぼをきっかけにした入居者との暮らしづくりに取り組んでいる。

なくなっています。また、渋谷や新宿へ行くのに１時間もかからないので、買い物などをする際は東京に出ていきます。そのため、まちから個性的な店が減っていき、まちの魅力がなくなり空き店舗が増えるという、ベッドタウンにありがちな負のスパイラルに陥りつつあります。八柱駅は松戸駅から新京成線で４駅内側に入ったところにあります。JR武蔵野線も通っていますが、駅前にビルも少なく、家賃は松戸駅周辺に比べ格段に安い。そして少し田舎な感じのする、まち全体が裏通りのようなところです（笑）。ただ、ちょうど松戸市の真ん中に位置しているので、この辺りから松戸市の魅力を創っていけるのではないかと思いました。

当社があるのは八柱駅から５分くらいの場所で、会社の目の前の道は『日本の道100選』にも選ばれた桜並木です。独立する際にこの通り沿いに事務所を出したいと思い、自転車を漕いで空き家を探しに来ましたが、商店街の店舗は道の入り口から次の信号まで、ほぼ全てが空いていました（笑）。

賃貸の場合、ネット経由でお客さんが来ることが多いので、商売のことだけを考えると、路面店である必要はありません。一方、私が前職でクリエイターを誘致してまちづくりをしていたときのジレンマは、まちに彼らがいることが市民に伝わりにくいということでした。そのとき学んだのが、どんなにすごいアーティストが100名住んでいるよりも、いいカフェが１つあったほうが、まちに住んでいる人にとって変化がわかりやすいということです。そこで、まず自分たちが事務所を借りてシャッターを開けることで、この通りを変えていこうと思いました。

私たちの事務所ができると、知り合いの設計事務所が隣に入居してくれて、その後、天ぷら屋とアンティークを扱っている方が出店してくれました。残り１店舗となったとき、隣の設計事務所とお金を出しあい、日替わり店長が運営するカフェをオープンしました。するとそこから、３年で５組が卒業し、まちなかに巣立っていきました。

入居者や地域の人たちと一緒に田植えや稲刈りをしている

日本で最もたくさんのDIY可能物件を斡旋

――DIY可能な物件をどうやって見つけるのですか。

普通の不動産会社と同様に、ゼンリンマップを持ち自転車でまちを回り、空き家を見つけては謄本をとって所有者に連絡します。そこから「自由に使ってくれていいよ」と言ってもらえた物件を管理や媒介に結び付けています。

最近ではオーナーから「建物をまちづくりのために使ってほしい」という依頼もいただくようになりました。例えばパン屋が入っているビルは、元はある所有者さんが住居兼花屋として使っていましたが、廃業した後にオーナーが代わり、その方から「このビルをまちづくりのために使いたい。ついては１階をパン屋限定で募集し、管理や運営もやってほしい」と依頼されたのです。物件は住宅街の中にあり、チャレンジングなオーダーだとは思いましたが、DIY可能物件として募集すると、センスのあるパン屋さん夫婦が応募してくれて、内装も自分たちで行い、今ではまちの人気店になりました。その後、他の地域のオーナーからも「子どもの頃住んでいたまちの賑わいがなくなってきたので、若い人が集まるように使ってほしい」といった依頼が入るようになりました。

媒介物件ゼロからのスタートでしたが徐々に増

まちづくりのため、1階をパン屋にしたビル

管理物件「building C」（設計者：STAG、施工者：輝総建）

えていき、今では管理物件が200戸、仲介を入れると取扱件数は300件くらいになりました。その内、DIYで入居している方が200組くらいになります（2019年4月時点）。おそらく、DIY可能物件に限れば、私たちが日本で一番多くの物件を斡旋していると思います（笑）。

――DIY可能な物件の契約はどのように行うのですか。

約200戸の管理物件のうち、60戸は当社がサブリースをしています。その場合の費用負担のルールは、原則、躯体や電気・ガス・水道などの基礎部分の工事はオーナー負担、内装は借主負担とし、その他、コンセントの位置など細かいものは、それぞれに応じてルールを決めています。

古い戸建ての場合は、サブリースでは収支が合わないし、オーナーの負担でクロスを張り替えてもあまり綺麗には見えず、家賃もそれほど高くとれないので、現状のままで何もせず、逆にその古さを生かすように使ってもらったらどうかと提案します。オーナーとしても改修費用が少なくてすむし、綺麗になって返ってくる可能性もあるので、「数字が合うのならいいよ」とDIY可能にして貸すことを了承してくれます。

DIY可能物件を200件くらい扱っていると、興味のある人はイベントや口コミなどの紹介で当社へお越しになります。入居者に対してはできるだけ初期費用を抑えようと、通常は敷金3、礼金1、仲介手数料1と5カ月分の初期費用がかかるところを、サブリースの物件の場合は、敷金は0～1カ月、礼金と仲介手数料は0という条件にします。私たちとしては、入居時にお金をたくさん預かってもテナントがお店などを始めづらくなってしまうと意味がないので、その分を低くして工事代等に充ててもらうようにしています。

私は“自分のやりたいことで生きていこう”とする人たちのことを応援したいと思っています。アートのクリエイターでもお店をする人でもいいのです。その人たちの暮らしぶりはとても潔いのですが、銀行の評価は低いのが一般的です。そのような人たちがいるからまちが彩られるのに、応援すらされないということにとてもジレンマを感じていました。彼らは、家賃さえ安ければ自分たちでなんとかします。そこで、誰も使っていない古い建物を利用して、彼らが活動できる場所として斡旋するようにしています。

――オーナーにとっても合理的な選択肢になります。

DIY可能物件は建物を安く長く使うわけですから、お金をかけて再生するのではなく、時間をかけて再生することになります。私たちはそのことを“育てる”と言っています。そしてオーナーには、単に安くして誰にでも貸すのではなく、趣旨をわかってくれる人や、意味のある使い方をしてくれる人に貸すことを同時に考えてもらうように

お願いしています。つまり、古いためにある程度投資をしないと使えないと思っていた建物を、少ない投資でも貸すことが可能だという経済合理性と、この建物を通じて“誰かを応援できる”ということの両方を大事にしてくださいと話をしています。さらに「家賃収入面で考えると100点満点ではないかもしれないが、70点はとれると思います。しかし、そこに30点分のオーナーとしてのやりがいが持てるということを加算できます」と伝えています。そのため、最初からお金の面で100点を目指すというオーナーにはこの方法は勧めていません。

――入居者については一定の基準を設けているのですか？

若い事業者たちを応援したいというオーナーの意向が強い物件は特に、「この家賃になっているのはこういう理由で、こういうことを目指している」と、オーナーの気持ちを入居希望者に伝え、企画審査をしています。したがって、安いから単純に倉庫として使いたいというような人は断っています。

――DIY可能として貸してトラブルになったことはありますか。

その質問はよく聞かれますが、トラブルになったことはほとんどありません。DIYで全て改修する人はそんなに多くなく、ほとんどが壁を塗ったり棚をつけたりする程度です。技術的なアドバイスは当社ではできないので、大掛かりな工事が必要な場合は専門家を紹介したり、DIY用の下地を施してくれる施工会社を紹介し、なるべく問題が起きないような手立てをしています。

●せんぱく工舎

この物件は私が通っていた高校の近くにあり、休みの日にランニングしていた時に見つけ、すごい物件だと直感しました。ちょうど、まちのなかに徐々に面白い店が増えてきた頃で、１カ所シンボリックな物件があるといいなと思っていたところでした。そこで、すぐに謄本をあげて所有者を調べると、船の内装などを手がける会社が社宅として利用していました。直接連絡をして「貸してもらえませんか？」と聞くと、「ずっと使っていないのでこのままの予定です」とのこと。しかし諦めきれず、その後も何度か電話をし、企画書を送り、活用についての主旨や内容を伝えると、先方も理解してくれるようになり、最終的に工事内容や費用負担を決め、１年間ほどかけて契約にこぎつけることができました。

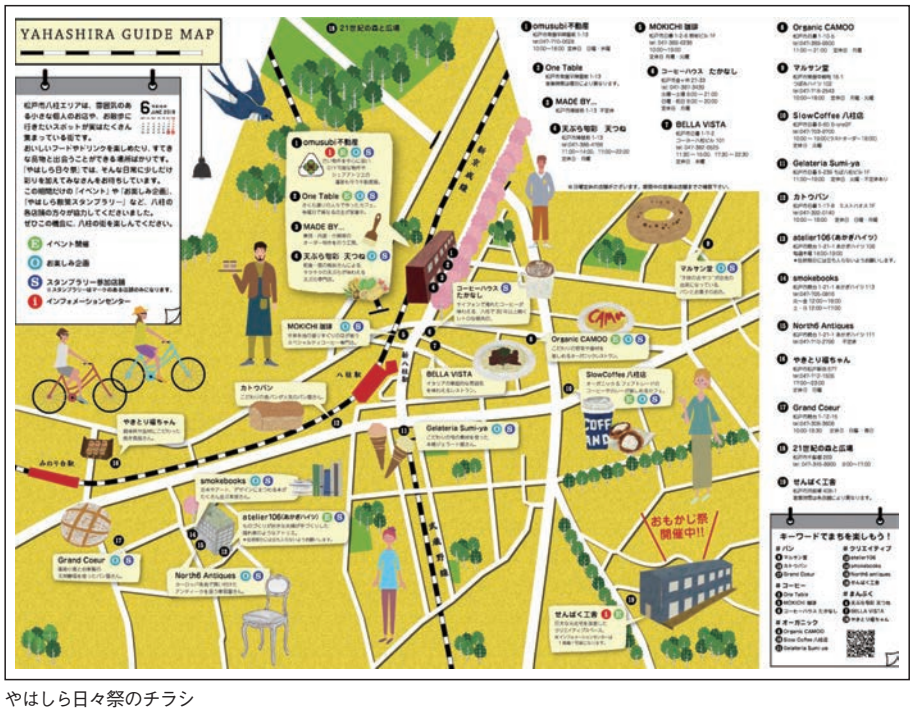
建物は1960（昭和35）年に建築された木造２階建てで、敷地面積は約400㎡ありますが、平成に入ってからまったく使われていませんでした。電話線・水道・ガスが来ておらず、井戸水を使い、トイレは汲み取り式でした。そこで外壁や躯体、ライフラインの新設はオーナーの負担にし、当社が一括して借り上げ、その賃料によりオーナーは６

せんぱく工舎のオープニング（写真：加藤 甫、川島彩水）

せんぱく工舎の2階アトリエ（写真：加藤 甫、川島彩水）

年で工事費用を回収できる計画にしました。

オーナーの工事が始まってから、DIY可能物件として募集を開始しました。入居者が徐々に決まってきたところで、そこから１年くらいかけて入居者が工事をし、さらにその間にDIYのワークショップをしたりウッドデッキを造ったりしたので、物件に出合ってからオープンまで３年くらいかかりました。家賃は周辺相場の７割程度に設定し、部屋は１階が６部屋あり広さは30㎡前後、２階は12部屋で10㎡ほどの広さでしたので、１万円台の家賃設定が可能になりました。大まかなルールとしては、１階は工房などではなく地域に開いたお店にしてもらい、２階はアトリエなども可としました。立地は駅から遠く、決して利便性がいいとはいえませんが、主に初めてお店をやりたいという人が集まってくれました。また、ほかに本業を持っている方が多く、看護師をやりながら月に10日だけスコーン屋を開くとか、ご主人が古い国産自転車の修理店を開き、奥さんが週末をメインに不定期でカフェを開店する、といった形態があります。その他、曜日ごとに店主が代わる“シェア本屋さん”や、地元で人気のコーヒー店、若い人が始めたスペインバルなど、古くて寒いという条件でもたくさんの人たちに借りてもらっています。



やはしら日々祭のチラシ

スモールビジネスの創業と事業の継続を支援する

――まちの中に路面店が増えてきました。

事務所から徒歩15分圏内に、私たちを通じてオープンしたお店が15店舗くらいできました。路面店に新しい店が増えるとまちの雰囲気も変わりますし、既存の素敵な店もあるので、そういうお店を地域の人にぜひ知ってもらいたいと思い、独立してから５年になるときに『やはしら日々祭』というまち歩きイベントを行いました。

せんぱく工舎の２階には、イラストレーターの工房や建築デザイン事務所、フランス額装や編みぐるみの作家のアトリエなどが入っていますが、彼らは自発的に１階のカフェで作品の展示をしたり、皆で建物をまちに開くようなイベントを開くようになりました。また、入居者の１人のアートディレクターから、松戸で科学と技術を織り交ぜたイベントを開きたいという相談を受け、市に企画を持ち込み、江戸時代に建てられた重要文化財の戸定邸をメイン会場にした『科学と芸術の丘』という国際フェスティバルを2018年から開催しています。そのスタッフたちとワークショップやマルシェをした時には、当社の入居者が出店してくれたり、屋台作りを手伝ってくれました。このように、空き部屋を１つ使うところから人が集まりはじめ、そのうち、その人たちと一緒に何かを起こすことが増え、“顔が見える関係で暮らしを作る”ということが徐々にできつつある気がします。

国際フェスティバルのパンフレット

One Tableや事務所がある建物

――入居者の輪を広げ、仕事につながることも意識しています。

イベントは楽しみでやる人もいるし、その中から仕事を見つける人もいます。押しつけないように気を付けながら、芸術祭のようなきっかけづくりは常に意識しています。私の周りは、既に東京で修業してきましたという方より、初めてビジネスをやりますという方が多く、そのような方にはイベントがあるので出てみないかと声をかけます。

まちづくりを意識し始めてから、どうすればまちにお店が増えるかと考えたことがあり、そのときに「やはりいきなり開業するのは不安だよな」と気付きました。そこで、例えばカフェをする場合、日替わり出店できる場所があれば、アルバイトとして修業しながら、週１回店を開くことができます。それが２日になり、３日になり、最終的に独立して開業するという手順を、２年くらいかけて築いていける場所を用意できるといいのではないかと思い、One Tableという店を大畠稜司建築設計事務所と一緒に作りました。私たちは不動産業という“場所屋さん”なので、開業したい人たちを支援できる場所をこれからもたくさん作れるのではないかと考えています。

そのような考え方は農家と一緒のような気がします。彼らは、全て予定を決めるのではなく天気の様子で臨機応変に対応したり、その場にあるものをうまく生かしたり、１人ではできないので皆で助け合います。このように“お互いさまの関係”を大事にする、そのようなスタンスの不動産屋になりたいと思っています。

狭い地域の中にある３軒の路面店を変える

――DIY可能物件を活用してまちの魅力を高めています。

私たちは古い物件をDIY可能物件として、クリエイターやスモールビジネスを始めようとする人たちに安く貸して、人を呼び込み地域の魅力を上げようとしています。そのときに心がけていることがいくつかあります。まず、建物は格好よく直さなくてもいいということです。お金をかけなくても格好よくなる方法はありますし、最低限電気・ガス・水道が通り、雨風をしのげればなんとかなります。建物の改修に過剰な投資をすると、地方では絶対にうまくいきません。建物にお金をかけない分、私たちはイベントを行ったりソフトのパワーでまちを変えていこうとしています。変化が浸透するまでには時間はかかりますが、長い目で見たらリスクは少なくてすみます。

さらに、“非常に狭い地域の中の３つの路面を変える”ということが大切です。当社も、事務所が入っているアパートの１階の３軒を変えることから始めました。まちに変化をつけるためにはやは

地域に開いたイベントが行われている（写真：加藤 甫、川島彩水）

り密集していることが大事で、点在していると目立ちません。３軒あれば何か変わったという雰囲気が出せるし、写真にしても１枚に入ります。できれば並びの路面の物件、または１棟丸々使える物件を探し、スモールビジネスを呼び込み、しかもそこに印象的な名前を付ければ地域のイメージを変えることができます。

――やはり、まちづくりは“人”が大事ですね。

物件に多少の難があっても、“そこを面白くて感じのいい人が使っている”“いい隣人たちがそこにいる”ということによって物件の価値は上がります。それがコミュニティのパワーだと思います。ただ、それを私たちが独り占めしているような感じにならないように気を付けています。「omusubi不動産のおかげでこの辺りがいいまちになった」と言われることがありますが、それは順番が逆です。確かに私たちがきっかけを作ったかもしれませんが、最終的にいいまちになったのは現場でお店を続けてくれる人たちがいるおかげです。そこを勘違いすると、周りの人たちは協力をしてくれなくなってしまいます。したがって、細かい話ですが、イベントのチラシなどの問い合わせ先に当社の名前を入れる際も、主催という記述はしません。何かクレームがあったときは当社が対応しますが、イベントそのものは皆でやっていますのでロゴも小さくしています（笑）。

――今後の展開について教えてください。

2020年、下北沢に拠点を出す予定です。下北沢はもともと面白い店がいっぱいあり、そういう人たちが集まる場所を再開発の一画に作るプロジェクトがあるので、その不動産部門を担当する予定です。都内に拠点ができれば千葉から東京にチャレンジできる場所になるし、逆に東京でやってみたけれど出直しが必要だという人は、千葉でやり直すこともできます。さらに、芸術祭をきっかけに、オーストリアのリンツ市で開催されるアートフェスでまちづくりをしている団体とも関係ができ、千葉から世界に行けるルートも作っていけそうです。当社の入居者たちが外で勝負したいと思った時に、いろいろな場所があると決断しやすいでしょうし、彼らとの関係性も長く続けていけると思います。

［取材：2019年９月］

有限会社トノコーポレーション（omusubi不動産）

代 表 者：殿塚　建吾
所 在 地：千葉県松戸市稔台1-21-1 あかぎハイツ112号室
（2020年3月12日より）
電　　話：047-710-0628
H　　P：https://www.omusubi-estate.com/
業務内容：不動産の賃貸・管理・売買（主に古民家、レトロな団地）、DIY可能賃貸、シェアアトリエ・シェアスペース運営、エリア情報発信、DIYワークショップ等のイベント開催、中古物件リノベーション再販事業、エリアリノベーション事業など。

RENOVATION 2020

千葉県　常盤平さくら通り
photo：全宅連

gallery

公益社団法人埼玉県宅地建物取引業協会秩父支部

空き家バンクの成功の秘訣は、移住定住事業として取り組むこと

移住者をフォローし、地域の人との懸け橋になる

空き家の存在が社会課題となるなか、全国の自治体は空き家の流通を目的に空き家バンクを設立し、各地域の宅建協会は各自治体と情報提供や媒介業務に関する協定を締結している。なかでも、公益社団法人埼玉県宅地建物取引業協会秩父支部（支部長：井上 敏氏）は早くから行政と協力体制を組み、空き家の解消のみならず移住促進においても高い実績を上げている。その先進的な取り組みについて話を聞いた。

行政・地元企業・宅建協会が三位一体で地域の活性化に取り組む

――空き家バンク設立と宅建協会が連携した経緯について教えてください。

依田氏：秩父青年会議所（以下、JC）を同時期に卒業した不動産業者２名、工務店２名、設計事務所２名、中小企業診断士１名の計７名の有志で、2006年に「田舎生活創造工房」を立ち上げました。東京で仕事をしていると、「秩父で田舎暮らしをしたいけどいい物件はないか？」などと相談されることがありましたし、団塊の世代が定年を迎え、これからは地方に移住する人が増えるといわれた時期でした。しかし秩父にはバブル時代に供給された別荘地など、建築確認が無い物件も数多くありました。そこで、専門の職種が集まってプロとしてのノウハウを生かし、土地探しから住宅建築、さらには生活面のフォローまでトータルでサポートし、秩父への移住を推進することにしました。さらに「ちかいなか秩父」という言葉を作り商標登録をしました。“近い田舎”と“近い仲”という想いを込め、都心から特急で78分という場所にありながら田舎の雰囲気があり、昔ながらの人情も残っている秩父で田舎暮らしを楽しんでもらいたいと考えたのです。

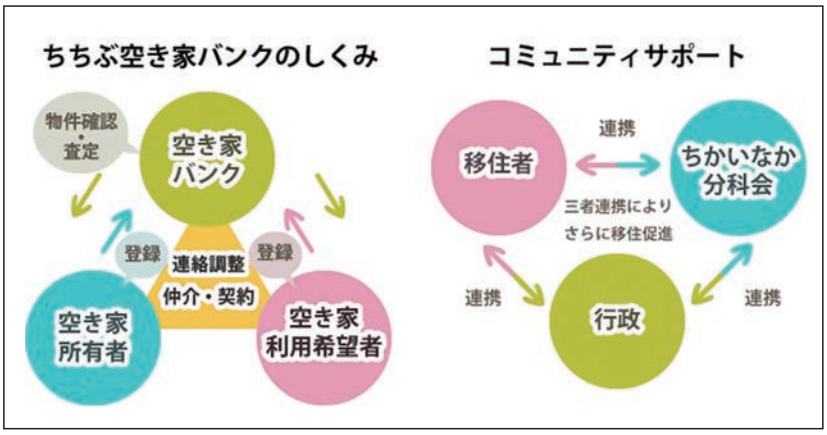
一方、秩父市を中心とした１市４町[※1]は、総務省の定住自立圏構想のもと「ちちぶ定住自立圏」を形成し、2007年に地元企業の活性化と地域振興を図ることを目的にFIND Chichibu[※2]（以下、FIND）を設立。そこには秩父地域のさまざまな企業が100社以上集まり、私たちも参加しました。FINDでは早速いくつかの分科会が立ち上がり、その中の１つの“秩父に人を呼び込もう”という目的で設けた「ちかいなか分科会」では、ホームページを立ち上げて空き家の情報提供を始めました。その後、宅建協会と連携することにし、2010年に１市４町の首長、FINDの幹事長、埼玉県宅建協会秩父支部支部長（吉澤靖浩氏）の３者で調印式を行い、「ちちぶ空き家バンク」を開設することになりました。「ちちぶ空き家バンク」のユニークなところは、その目的が“空き家の解消”ではなく、「ちちぶ定住自立圏構想」の目的の中の１つである“都市住民を秩父圏域へ呼び込み、交流・移住を促進する”ということにあります。３者の役割は、

行政が不動産の所有者と、空き家を買いたい・借りたい人の窓口になること、宅建協会は不動産の調査と契約業務、そしてFINDは移住者の生活面でのフォローをすることです。

吉澤氏：「ちちぶ空き家バンク」を推進するうえで決め手になったのは、１市４町と提携できたことと、行政が窓口となって集めた消費者の対応をするにあたり、当支部のことを信頼してくれたことです。全国に先駆けた取り組みということで、マスコミにも多く取り上げられましたが課題もありました。まず、約90社以上いる支部の会員に対し、地域性も勘案しながら会員間の公平性をどう担保するのかという点。次に、登録される物件は権利調整や調査が難しいことも予想されることから、トラブルを回避するために実務経験が豊富な人に担当してもらうことが必要な点です。取引でトラブルがあるとそのクレームは行政の窓口に行きます。そうなると行政からの信頼関係を失ってしまいます。行政だから安心ということで問い合わせをしてきた方への対応ですから、業者もその立場を認識し、より慎重な対応をしなくてはなりません。

逆に、まったく流通性のない物件でも行政は登録受付をしてしまいます。空き家の解消が目的ならどんな物件でも登録すればいいのでしょうが、秩父に移住してくれる人のために物件を提供するのが最終目的ですから、そのあたりのコミュニケーションも必要でした。

そこで、当支部では情報・政策・業務支援委員会を空き家バンクの窓口にし、そのメンバーに行政との窓口対応と物件の取引をお願いすることにしました。また、物件調査や案内に経費がかかることから行政に相談したところ、協力費として年間12万円が支部に支払われることになりました。



ちちぶ空き家バンクとコミュニティサポートの仕組み

――「ちちぶ空き家バンク」の仕組みや流れについて教えてください。

依田氏：「ちちぶ空き家バンク」の事務局は、（一財）秩父地域地場産業振興センターにあります。物件を空き家バンクに登録するには、まず所有者が役所に申請書を提出し仮登録をします。役所は申請書を「ちちぶ空き家バンク」の委員長である私にメールします。私はそれを情報・政策・業務支援委員会のメンバーに順番に振り分け担当を決め、担当になった業者名を役所に伝えます。役所は所有者にアポイントの連絡を入れ、所有者・役所・担当業者の３者で現地立会いを行うと同時に、資料の確認、売却や賃貸の金額を決めます。そして、業者が鍵を所有者

依田英一郎 氏
ちちぶ空き家バンク委員長、情報・政策・業務支援委員会委員長
株式会社依田商店
代表取締役

吉澤靖浩 氏
元秩父支部支部長
有限会社吉屋不動産
代表

から預かり、一般媒介契約の締結、広告を作成し、「ちちぶ空き家バンク」のホームページにアップします。ホームページには担当業者の連絡先が記載されているので、購入希望者の問い合わせは、事務局か業者に直接入ります。役所には、内覧の実績などの活動プロセスや、最終的に成約した場合に成約報告をします。

情報・政策・業務支援委員会のメンバーは全員空き家バンクに対する責任を負います。現在７社で、手間がかかる割に商売になりにくいことから自ら進んで手を挙げる会社は少ないのが実状です。物件の仮登録の連絡があれば、７社で順番に担当しますが、別荘地などは調査や案内の手間を考慮して、団地ごとに担当を決めその会社に優先的に扱ってもらいます。

空き家バンクに登録する物件は、ホームページに地番まで載せ、地図も付けて場所が特定できるようにしています。また、登録については相続登記をしていて、鍵を預かることができるものが条件です。別荘地は都市計画区域外で建築確認が無いなど法令上問題のある物件も多く、市町が手をつけるのはいかがなものかという議論もあったようですが、誰も手をつけないと朽ちるだけなので極力受けることにしています。また、売り出し価格は所有者の意思で決めてもらい、価格未定や応相談という表記はNGにしています。さらに、事故の有無と他社に売却依頼済かどうかは事前に確認するようにしています。

空き家バンクを開設してからの年間の新規登録件数は平均50件で、成約件数は約20件です[※3]。また、賃貸物件もOKにしていますが全体の１割程度です。希望者のニーズは賃貸のほうが高いのですが、修繕箇所も多く改修費がかかるうえに、ただでも処分したいという人が多いので賃貸に出す人は多くありません。

浅香 稔 氏

情報・政策・業務支援委員会
委員
AKホーム株式会社

空き家バンクを利用した移住者が住む別荘地の売買物件

――購入者はどのようなプロフィールで、どんな物件が売れていますか。

浅香氏：価格帯は500万円台からそれ以下の物件が最も売れています。なかには30万円や50万円という物件もあり、もし空き家バンクがなかったら誰も扱わなかったと思います。

市川氏：購入者は50歳代の後半から60歳代の人が多く、週末だけこちらに来て、400～500万円で自分の趣味を生かして10年くらい遊べればいいという感じで購入されます。また、なかには若い方もいて、個人事業主で仲間たちと週末遊ぶための拠点として使いたいというケースもありました。秩父は行政や民間が努力したこともあり最近は知名度が高まっていますし、交通の便もよく自然も豊かということで選ば

新井陽一 氏

情報・政策・業務支援委員会
委員
守屋八潮建設株式会社
営業部次長

市川 洋 氏

秩父支部副支部長、情報・政策・業務支援委員会委員
株式会社丸晃住販
代表取締役

落合秀明 氏

情報・政策・業務支援委員会委員
落合建設株式会社
不動産部主任

れているようです。

依田氏：成約物件の１割が秩父地域内の移動で、４割が移住定住者、５割が二地域居住者です。市内の物件は20～30歳代の独身女性のオファーが増えてきています。また、当初は西武線沿線の都内の人の比率が高かったのですが、最近は購入者の５割近くが埼玉県の県南の人になりました。

――物件価格が安く権利関係の調査等もあり、苦労が多いのではないですか。

依田氏：購入希望者は東京から来る人が多く、案内の際は秩父の駅からの送迎になることも多いので最低でも半日はつぶれますし、なかにはいきなり「今駅にいるからすぐ案内してほしい」という人もいて、他の仕事ができなくなることもよくあります。そのため空き家バンクのホームページには地番と地図を載せ、写真もかなり多く掲載できるようにし、物件を検討する人にはまず自分で現地を１回見てもらい、それでも興味があるという方のみを案内するようにしています。

新井氏：私は会社員という立場で「ちかいなか分科会」にも参加しています。当社の社長はFINDのトップを務めたこともあり、空き家バンクの趣旨にも賛同しているので仕事として認めてもらってはいますが、別荘や山の中にある物件は、私道の権利の確認、境界の確定や水道管理者への聞き取り、土砂災害区域に関する制限や自然公園法や水源地条例等に関する調査など、重要事項説明書を作るのにも役場以外に何カ所も調べに行かなくてはなりません。そのため、仲介手数料があまりにも低い物件の場合は社内でも肩身が狭い思いをします。

　また、25万円の借地権付き建物や30万円の別荘地など、仲介手数料に対して会社が負うリスクのほうが大きすぎる物件は、媒介契約を辞退し、こちらで集めた調査資料を買主に差し上げ、契約書のひな型作成、移転登記のアドバイス、そして司法書士の紹介をしただけのケースもありました。

落合氏：その意味で昨年の宅建業法の改正で、400万円以下の物件で売主から調査費用等で最高18万円をもらえるようになったことは非常に大きいです。また、お客様からリフォームの相談が入ることもあり、建築の仕事に結びつくこともあります。

依田氏：少しでも反響が入るように、物件の撮影は必ず晴れの日に行いますし、物件の特長を把握して“マロニエのある暮らし”“シンボルツリーはもみじ”といったようにキャッチコピーを考えます。また、別荘地はしばらく人が住んでいない物件が多いので、預かった物件は、日頃から配管の詰まりの有無を確認したり、台風のあとは損傷がないかなど空き家の管理も実質的に行っています。

――引き渡し後のクレームを回避するために、どのようなことをされていますか？

落合氏：私の場合、今までトラブルになったことは一度もありません。曖昧にしないことが大切で、基礎の下が少し浮いているとか、シロアリに食われた跡があるとか、経験上、気付いたことは案内の段階で全て伝えるようにしています。

浅香氏：告知書の雨漏りやシロアリの項目は全て“可能性あり”にします。また、シロアリ調査を無

料でする会社がありますし、有料ですが土壌調査や建物インスペクションなど、買主には必ず案内するようにしています。

依田氏：空き家バンクの物件は、決めてしまえばそれでいいというわけではないので、契約の相手の本気度や使い方は気をつけています。

　また、物件価格は現地調査の際、行政の立会いのもとで決めてしまうとお墨付きを与えた感じになるので、後日行政の人がいないところで決めるようにしています。細かい話ですが、トラブルがあればまず役所にクレームが入りますので、そうならないように注意を払っています。

新井氏：当社も価格は所有者に決めてもらいますが、どのような状態でホームページに載せるのかということを確認します。買う側の立場になれば、

空き家バンクを利用した移住者が住む古民家の賃貸物件

秩父の空き家バンクは商売の場ではなく、移住定住対策として取り組み、入居後も移住者が地域に溶け込めるようにフォローする。

　JC時代の仲間たちと空き家バンクを始めましたが、そこは商売をするための集まりではなく、まちづくり、人づくりをするための集まりでした。また、別荘の所有者で家を売りたいという人からは、「秩父の人はよそ者の私たちを受け入れてくれない」「地元の人との交流がしづらい」という話を聞かされていたこともあり、仲間たちとは「私たちが彼らと地元との間に入る役割を果たしていこうよ」という話をよくしていました。

　実際に、空き家バンクを通じて移住してきた方には、その後地元に溶け込めるようフォローをしています。別荘だった家を購入してもらった埼玉県の県南から来た女性は、購入後も数カ月約２時間かけて毎日県南まで通っていました。そこで知り合いの秩父の会社を紹介したところ採用になり、地元で働けるようになりました。また、女性だけでは地元の居酒屋にも入りづらいだろうと思い、一緒にお店に連れて行って仲間を紹介したこともあります。さらに、トラブルがあった場合に備えて、プロパンガス会社も安い会社ではなく夜中でも無料で駆けつけてくれるところを紹介しました。

　また、小鹿野町の土地を購入してもらった東京で新聞の編集をしていた方から、ある日「貸店舗を探してほしい」との依頼がありました。聞くと「チーズ工房を始めたい」とのことです。それなら数年前にワイナリーができた秩父の吉田地域がいいと思い、情報提供をしました。結果的にその地域が気に入り、近くでチーズ工房をスタートしたのですが、とても面白そうな話だし、その店を成功させることが地域のためになると思い、商工会議所のイベントでチラシをまいたり、地元の百貨店の社長やホテルの社長を紹介しました。その店はテレビ番組の“人生の楽園”に取り上げられたことから、今では週末は付近が渋滞になるほど有名になっています。

　同じく、別荘地を購入してもらった家族は、地

家財が残っておらずきれいに片づいているほうがいいですし、10万円で直せるものも見た目の印象が悪いと30万円値引いてくれと言われてしまいます。そのような説明をしながらどこまで費用をかけ、いくらで売りに出すのかを決めてもらいます。

――登録するのはどんな人で、物件はどのようにして集めていますか。

依田氏：登録するのは、別荘の場合は、若い頃に購入したが高齢になって使わなくなったので手放したいという人や、市内の物件の場合は、親からの相続で取得したけれど使う予定もなく、とにかく処分したいという人が多いです。最初は隣人や市町村に買ってもらえないかと相談するようですが、それが無理だとわかるといくらでもいいから売ってほしいと私たちのところへ来ます。

市川氏：数年前から行政が固定資産税納税通知書に空き家バンクの案内を入れるようになりました。これによって、登録件数が飛躍的に伸びるようになりました。

――空き家バンクを推進するうえで、今後の課題について教えてください。

新井氏：空き家バンクの仕事は、扱うのが難しい物件が多く手間もかかりますが、面白さもあります。例えば、契約書作成のお手伝いだけをした土

株式会社依田商店 代表取締役
依田英一郎 氏

元でレストランを始めたいということだったので、路面店でパン屋だった店舗を紹介しました。その家族は東京の立川で弁当屋をやっていて、大きな犬を飼いたいことと、子どもにぜん息があるため、豊かな自然がある山の中に住みたいという希望を持っていました。紹介した店は駐車場がないという欠点はありましたが、周りに新興住宅街を抱えうまくすれば需要が見込める場所です。しかも近くには、祭りの山車をもっている町内があります。そこで店主に「お祭りの時は、集会所にお店の名前を書いた一升瓶を２本持って挨拶に行くほうがいいよ。そうすればどこの店だろうという話になるから」と伝えました。すると今では町内会の重鎮たちが待ち合わせに使ったり、食事をするようになりました。この店も田舎暮らしの本に取り上げられたり、大好きな犬の雑誌に取り上げられたりして人気のお店になっています。

　当社は、秩父銘仙織物など絹織物の製造が盛んな秩父で、生糸の卸業を営んだのがスタートです。昭和40年代に不動産業を始めましたが秩父市では

依田氏がフォローする「ふくくる食堂」の夫婦

古い不動産業者の１つだと思います。したがって地元には祖父の代から付き合っている人が結構いますし、声をかければすぐに親身に相談にのってくれる仲間たちがたくさんいます。そのために地域との関わりは深く、母親からは「お祭りに声がかからないような人が地元で商売は難しい」とよくいわれていました。「今度引っ越してきた人なんだけど、いろいろ教えてあげてくれない？」と言うだけで人の関係が生まれますし、自分から１歩近づけば、田舎の人は２歩３歩と近づいてきてくれます。移住者と移住したい人をつなげたり、新しく秩父に来た人たちと地元の人たちの間にパイプをつくるために動くこと、これは地域の不動産業者にしかできないことだと思います。

地の購入者は、そこに自分で６畳ほどの小屋を造りそれがテレビで話題になり、横瀬町に移住してきた人と結婚してカフェを始めました。また、川のほとりにある物件で、場所はいいけど“水がない”という建物を買う若い人がいたり、雨漏りしている家を仲間と隠れ家的に使いたいといって購入し、自分たちで楽しんで直してしまう人がいたり、この仕事を通じてビックリするような使い方やアクティブで面白い人たちに出会うことができました。秩父で生まれて育った私からすると、豊かな自然は空気のような当たり前のものですが、「暮らすには本当にいいところですよ」ということを心の底からお伝えしています。

落合氏：都内から来る人は、せっかくこういうところに来るのだから土をいじりたいと農地付き住宅を希望される方も多いので、農地転用をしやすくしてほしいと思います。

吉澤氏：農家も家と農地を一緒に売りたいが認可が下りない物件も多く、農地転用の壁がありました。そこで行政に働きかけたところ、農地法第３条における下限面積を１a（100㎡）まで下げてくれました。なお、秩父市、横瀬町は条件なしで、皆野町、長瀞町、小鹿野町は空き家バンクに登録した物件のみが対象になります。

井上氏：当社では新卒採用をしていますが、県外から来た学生に「秩父に来たことがありますか」と聞くと、４年前は誰も手を挙げる人はいませんでしたが最近は10人中６～７人が手を挙げてくれます。やはり秩父のイメージが大きく変わったという実感があり、これをどうやって移住や定住につなげていくのかがこれからの課題です。また観光面でも、都心から１時間強で行けるということは近いという意味ではプラスになりますが、逆に日帰り旅行で済まされてしまい、どうすれば宿泊に結びつけられるかということも考える必要があります。

行政と宅建協会のメンバーによる、ちちぶ空き家バンクのミーティングの様子

井上 敏 氏

秩父支部支部長
株式会社いのうえ工務店
代表取締役

供給面でいうと、農地や土地を処分したい人は増えてきていますので住宅への転用が容易になれば宅地にして新規分譲することができますし、最近は超低金利のおかげで親とは別に家を建てたいという子ども世代の動きがあります。ただ、今後さらに移住人口を増やしていくには、働く場所をいかに確保するかということが最も大きな課題になるでしょう。

「ちちぶ空き家バンク」は代々の支部長や献身的に関わっている委員たちのおかげで大きな実績が上がるようになりました。これからも、公益社団法人のミッションとして行政と連携しながら地域に貢献していきたいと思います。それと共に、地域の魅力が高まり、人が集まってくれば、最終的に自分たちの商売につながりますので、地元の支部として秩父エリアを盛り上げていきたいと思います。

※１　秩父市、横瀬町、皆野町、長瀞町、小鹿野町。
※２　広域秩父産業連携フォーラムForum of INDustry collaboration in Chichibu、事務局：(一財）秩父地域地場産業振興センター
※３　2019（令和元）年度は、利用登録者数328件（うち、圏外が277件）、登録数65件、成約件数28件（うち、売買物件25件、圏外成約件数18件、移住目的12件）（秩父市11件、横瀬町6件、小鹿野町5件、皆野町5件、長瀞町1件）。

［取材：2019年12月］

RENOVATION 2020

埼玉県　奥秩父
photo：PAKUTASO

gallery

公益社団法人和歌山県宅地建物取引業協会

不動産業の古い固定概念を捨て、和歌山独自のビジネスモデルを作る

宅建業者のための「タウンマネジメントスクール」を開催

公益社団法人和歌山県宅地建物取引業協会（以下、和歌山県宅建協会）は、2019年11月27日・28日の2日間にわたり「和歌山宅建タウンマネジメントスクール」を開催した。スクールを今後10年先の地域戦略を考える機会として位置づけ、空き家の先駆的な活用事例と手法をその実践者から直接学ぶと共に、チームディスカッションを通じて“業界を取り巻く環境が今後どうなるのか？”“これからの経営戦略をどう構築していくか？”について熱く意見を交わした。年代や業種を超えて県内各エリアから22名の参加者が集まり、地域活性×地域貢献×取引拡大のための方法を模索した。

（公社）和歌山県宅地建物取引業協会 会長　角 幸彦氏インタビュー

――和歌山県の課題についてどう感じておられますか。

私の会社は不動産業以外にも古い建物をリノベーションするといった建築の仕事もしており、講師の八清さんの取り組みなどはかねがね注目しておりました。不動産業と建築業の両方に携わっているとわかるのですが、不動産業の視点はとにかく“あるものを売ればいい”という発想です。古い建物を前にしたとき、建築業の視点ならどこに手を入れると新しい使い方ができるのかと考えますが、不動産業の視点はそんな面倒くさいことはせず、壊して更地にして早く売ってしまえばいいという考え方です。和歌山県は別荘などの二次的住宅を除けば、空き家率が日本でNO.1の県です。不動産業界がこの問題に取り組んでいくためには、今までの不動産業者的な発想を変えていく必要があります。空き家に対して“手を加えて利用する”という視点を持つことで、空き家を宝に変えることができると共に自分たちの仕事を増やしていく

角 幸彦 氏
（すみ たかひこ）

1961年和歌山県御坊市生まれ。1988年にハウジングギャラリーを開設。2004年に法人化し、有限会社ハウジングギャラリーとなる。2014年に株式会社サンクリエーション設立。両社の代表取締役として地域の家造りを通して人々の幸せづくりを目指す。
2008年より宅建協会執行理事を務め、2018年、会長に就任。構造物を建てるのではなく「幸せを建てる」がモットー。

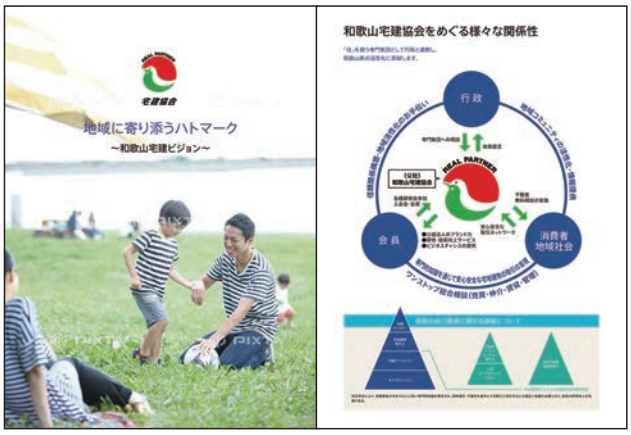
ことにもつながっていくと思います。

――タウンマネジメントスクールもそのような考えで開催したのですか。

和歌山県宅建協会では、昨年１年かけて「和歌山県宅建ビジョン」を作りました。ビジョンでは、協会が目指す姿を、“『地域に寄り添うハトマーク』として消費者、行政、会員から信頼される存在になること”と位置付けました。そして具体的な実践目標を“空き家を減らしていくこと”とし、住まいを業とする私たちが空き家に関する困りごとを解決することで、消費者、行政、会員の三方良しを実現することがビジョンの骨子になっています。

そのために取り組んでいるアクションプランが、異業種連携を推進するための「わかやま空き家活性化連絡会」の設立と、会員のスキルアップのための「タウンマネジメントスクール」等の研修事業の実施です。空き家問題への対応は、宅建業者や建築士など単体のスキルや能力だけではできません。そこで当協会が発起人となって、宅建士、建築士、司法書士等の不動産流通に関わる専門家を集め、実務者同士で連絡をとりながら、個別の案件に取り組めるよう「わかやま空き家活性化連絡会」を立ち上げました。和歌山県下の全市町村では一昨年から２カ月に一度「空き家なんでも相談会」を実施しており、連絡会のメンバーが相談員として対応しています。具体的な成果はまだ多くは上がっていませんが、年間で約200件の相談案件を受けています。

一方、空き家問題の解決のためには、当協会の会員の資質の向上やスキルアップが同時に必要になります。従来の宅建業の知識だけでなく、建築や相続の知識など総合的なコンサルティング能力をつけなくてはなりません。タウンマネジメントスクールの開催の狙いもそこにあります。和歌山県は南北の距離が長く会員同士が交流する機会もなく、主都とそれ以外でも事情が違います。また、



和歌山県宅建ビジョン

会員は売買業以外にも賃貸管理や分譲などいろいろな業種の企業がいます。そこで、個々で悩みを抱えるのではなく、多種多様な人材が一堂に集まって、学び、いろいろなアイデアを出し合うことで和歌山県にあった新しいビジネスモデルを構築したいと考えています。

――ビジョンの今後の展開について教えてください。

昨年策定した和歌山県宅建ビジョンは、少人数が短期間で作ったものでした。それをそのまま会員に伝えても十分な理解が得られないのではないかと思い、改めて委員長や理事の中から12名を選抜し、事務局も加わってビジョンのブラッシュアップを始めました。幸い今の委員長や理事たちは皆若く、やる気もあり頼もしい人ばかりです。また、和歌山県の仁坂知事からも、宅建協会側から“こういうことを実施すべきだ”という意見をどんどん出して、行政を巻き込んでほしいといわれています。ビジョン作りのワークショップやこのスクールを通じてたくさんの気付きを得て、“あるものをただ売ればいい”という不動産業の古い固定概念を捨て、不動産業のあり方が変わり、仕事の内容を変えることができればとても意味のあることだと思います。

若い力とチームワークで、我々が未来を変えていく

（公社）和歌山県宅地建物取引業協会
研修指導委員会委員長
藤田雄司 氏

――若い方が役員になり、全体を引っ張っていこうという雰囲気を感じます。

当協会では、40歳代の若い役員が各委員長の役職についています。しかも、志が非常に高く、「業界を変えていかなくてはならない」「どんどん改善していこう」という意識を持つ人ばかりです。宅建協会というところは社長の集まりの会ですので、皆が同じ方向を向いて動いていくのがとても難しい組織です。しかし、今の役員たちは１人が手を挙げればそれに対して「よっしゃ」という感じで賛同してくれるメンバーが揃っているので、この機会を逃さず新しいことにチャレンジしていこうと思っています。

――“タウンマネジメント”を研修のテーマにした理由は何ですか。

和歌山県は、全国一空き家率が高いという問題をなんとかしなくてはならないという共通認識があります。それに対して和歌山市を中心にリノベーションスクールが行われています。しかしその手法は、個々の空き家の再生には有効ですがどうしても点の対策に終わってしまいます。それを面に広げていくためにはタウンマネジメントという視点が必要で、それは不動産業者じゃないと実現できないと思います。

振り返ってみれば先人たちは、道のないところに道を通し、何もない原野に田畑や農地を開発してきました。そのように私たちも現代の目線で新たな地域の魅力づくりをしていかなくてはならないと思います。どのようにして道を開いていくかについては未知数ですが、素晴らしいメンバーが揃ってきたので、このタイミングで取り組んでいくことが有効だと考えました。

――スクールを行ってみて、どのような手ごたえがありましたか。

まず全国で素晴らしいまちづくりを実践している方の生の声が聞けて、皆すごく刺激を受けました。どれも今の和歌山の課題に沿った講演だったので、これからどうしていくべきかについてイメージが湧いたと思います。また、２日間のディスカッションを通じて各人が書いた付箋ひとつを１アイデアとすると、全体で700～800のネタや意見が出たことになります。そこから１％でも具体化すれば、10件の成果になります。そのことにとても可能性を感じています。

今年、和歌山宅協のビジョンを再度検討していますが、そこで議論していることは、現状を理解したうえで我々の手で未来をどう変えていくかということです。行政、民間の事業者、地域の人たちの意見を集約し、事業化していくタウンマネージャーがたくさん生まれるように、これから皆でスキルを磨いていきたいと思います。

和歌山県宅建協会 委員長

各専門分野と連携し空き家相談体制を構築

和歌山県県土整備部都市住宅局
建築住宅課建築指導班
主査 **尾髙伸一郎** 氏

●全国に先駆けて空き家対策を推進

2018年の住宅土地統計調査によると、和歌山県の空き家数は９万8,400戸、空き家率は20.3％でした。この数字は47都道府県中２位となり、全国平均の13.6％を大幅に上回りました。和歌山県では、2015年の空家特措法※1の施行に先駆け、2011年に『建築物等の外観の維持保全及び景観支障状態の制限に関する条例』を作り、廃墟化した建築物等（空き家）が、著しく劣悪な景観となり、それにより県民の生活環境が阻害されることを防止するための対策を推進してきました。それまでは空き家がどのような状態であれ、個人の資産なので行政では手出しが難しいという状況でしたが、この条例によって、県が指導から命令まで経たうえで、最終的には行政代執行によって撤去し、かかった費用も請求できるようにしました。これまでの状況に一石を投じる条例で、結果として、行政代執行による撤去を１件行うなど取組を進めてきました。

その後、空家特措法が施行され、それに基づき市町村ではこれまで累計で約2,000件の助言等を行ってきました。現時点ではそのうち約４割の所有者は何らかの改善対策をとってくれたという成果が生まれています。しかしその一方で対策が行われていないものも残っています。

●空き家相談会で見えた空き家所有者の課題

空き家問題の解決には専門家の力が必要不可欠ということから、宅建協会をはじめ県内の民間７団体と和歌山県空家等対策推進協議会（県・市町村・学識者等で構成）が“空家等相談体制の整備・充実に関する協定書”を相互に結び、相談体制を構築しました。２年前から県内全域を対象に延べ63回（７会場）相談会を開催し、相談件数は累計で271件となりました。ただ、年間で数件という会場もあり、今後は会場設定を工夫したり、休日に開催するなど、もっと利用しやすい開催方法で取り組んでいくこととしています。

参加者のアンケートを見ると、相談したきっかけは“将来のことを考えて”“相続が発生したため”という方が多く、空き家に関して困っていることは、“維持管理の費用や手間”の問題や、“建物の劣化”によって地域に迷惑がかかることを心配している人もいました。空き家の処分については、解体費用や解体後の税金の上昇など、費用に関する相談が多く寄せられました。

相談案件を分析すると３つに分類できそうです。１つ目は、市場価格で流通できるなど民間の専門家で解決可能な物件、２つ目は民間の専門家と行政が連携すれば解決できる物件です。具体的には、除却の補助金が使えるとか耐震改修の補助金が使えるというようなものです。そして３つ目が、民間の力ではどうしようもできない物件です。ここは行政が前面に出て解決するなど、腹をくくって対処しなくてはならないかもしれません。いずれにしろ、相談に来るタイミングでは老朽化が進んでいる相談も多く、相談員の方々もアドバイスに苦慮されています。

今後は相談案件がどの分類に属するのかを見極めて、早めに手を打つと同時に、引き続き所有者に継続的にアプローチをし、空き家になった直後、また空き家になる前に早めに対策が必要であることなどの意識を変えていきたいと思います。

※１　空家等対策の推進に関する特別措置法

研修プログラム（講演）

開会挨拶
藤田研修指導委員長

挨拶
尾花和歌山市長

挨拶
伊本全宅連不動産総合研究所所長

基調講演
清水教授

講演①
西村氏（㈱八清）

講演②
尾髙氏（和歌山県）

1日目講評
角会長

講演④
連氏（モクチン企画）

講演⑤
福田氏（㈱エンジョイワークス）

講演⑥
中村氏（㈱中村工務店）

和歌山宅建ビジョン発表
木村副会長

2日目講評
横山氏（和歌山市）

閉会挨拶
地道流通政策委員長

1日目

	プログラム
開会挨拶	和歌山県宅建協会・藤田雄司研修指導委員長
挨拶	尾花正啓　和歌山市長 全宅連 不動産総合研究所　伊本憲清所長
基調講演	「地方における不動産業の進むべき方向性について」清水千弘氏（東京大学空間情報科学研究センター特任教授）
チームディスカッション①	テーマ「10年後の市場予測」
講演①	「地域の価値向上の取り組み」 西村孝平氏（㈱八清　代表取締役社長）
講演②	「県内の空き家動向と今後の問題点」 尾髙伸一郎氏（和歌山県建築住宅課　主査）
講演③	「県内市場の動向把握」 岡崎卓也氏（全宅連不動産総合研究所　専門スタッフ）
チームディスカッション②	テーマ「現状認識～顧客/経営資源/競争認識」
チーム発表	全５チーム
講評	和歌山県宅建協会・角幸彦会長

2日目

	プログラム
講演④	「新たな賃貸管理」 連勇太朗氏（NPOモクチン企画　代表理事）
チームディスカッション③	テーマ「経営課題を明らかにする」
講演⑤	「多様な資金調達手法」 福田和則氏（㈱エンジョイワークス　代表取締役社長）
講演⑥	「田辺市の実例（協会会員による実例）」 中村文雄氏（㈱中村工務店　専任取引士）
チームディスカッション④	テーマ「目指すべき姿、今後の戦略」
チーム発表	全５チーム
和歌山県宅建協会ビジョン	和歌山県宅建協会・木村勝次副会長
講評	横山大輔氏（和歌山市都市計画部長）
閉会挨拶	和歌山県宅建協会・地道邦治流通政策委員長

研修プログラム（チームディスカッション）

目的

・10年後の住宅市場と不動産業界を予測し、まちづくりや地域活性化の視点から中小宅建業者として進むべき方向について考える

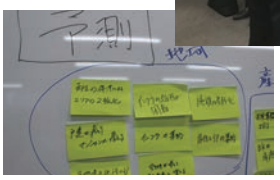
1日目

テーマ①

「10年後の市場を予測する」・・・需要予測、供給予測、業界、経済状況、技術革新、消費者意識の変化

テーマ②

「現状認識」・・・3C分析（顧客、経営資源認識、競争認識）



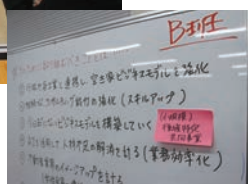
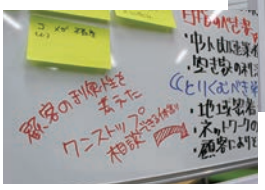
研修プログラム（チームディスカッション）

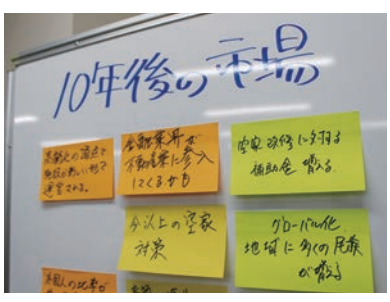
2日目

テーマ③
「経営課題を明らかにする」・・・SWOT分析（強み、弱み、機会、脅威）

テーマ④
「目指すべき姿、今後の戦略」・・・10年後の住宅市場は？ そこに向けて目指すべき姿そのために取り組むべきこと、とるべき戦略

チーム発表



受講者アンケートより

- 講師のパワーを感じた。良い刺激を受けた。対象への考え方や取り組みは非常に参考になった。
- 京町家の取組み、モクチンレシピ、不動産特定共同事業。
- 西村氏の行政、金融機関への交渉の上で町家再生ができていることには驚かされた。
- 町家の活かし方、着眼点、地域貢献の意識の高さ、資金調達方法。
- リノベーションする上で大変参考になった。
- 清水先生のお話は非常に勉強になった。
- 古家に付加価値をつけ再生し商売につなげていてすばらしい。出資する興味を抱かせる資金調達方法はすごい。和歌山県での事例も勉強になった。
- 全ての取組みが真新しく刺激となった。
- 清水先生の海外の進んだ不動産取引。西村氏の古民家活用。中村氏の実例。
- モクチンの少ない費用でのリノベーション手法。福田氏の資金調達の多様性。中村氏の地元愛と人のつながり。
- 空き家活用の実例を聞いてとても興味をもった。講師が開催するイベントにも参加したい。
- 初めて知ること、改めて理解できたこともあり全て参考になった。田辺市の実例は具体的でイメージできる部分が多く参考になった。
- 全て参考になった。視点を変えれば和歌山は面白い状況がそろっている。
- ファイナンス、コミュニティーの重要性。
- 福田氏の人と人のつながり方と集め方は今の時代に合っている。
- 色々な知識を通じ現実を見つめなおすことができた。
- 同じ県内での空き家活用の話が聞けたので現実味があり参考になった。
- 固有の魅力の活かし方。賃貸リフォームのノウハウ。
- 固まった考え方はやめて色んな方向から見ていこうと思った。
- 劣化した不動産を利活用しまちづくりに貢献したい。不動産特定共同事業の活用。
- 違った面から意見が聞けて勉強になった。リラックスした中でディスカッションできた。
- 時代の変革期に自分がいることを再認識した。生き残りのために何をするべきか考える必要があると感じた。
- モクチンレシピは実践に向けて考える余地がある。西村氏の京町家の利活用の取り組みに関しては綿密な計画が必要だろう。
- 空き家のリノベーションに対する取り組みについて今まで自分の考えで行動していたが、違う問題意識等を聞けて勉強になった。
- 10年先への考え方や危機感共有。自分のエリアで何が有効で何が求められているかを考えたい。
- 自分の考えにはない話が聞けて将来のきっかけづくりになった。
- マイナス面をビジネスチャンスに変える考え方で行こうと思う。
- リノベーションをして地域が盛り上がるような物件を発見していこうと思います。
- コワーキングスペースを運営しているので資金調達について考えていきたい。
- 女性目線で空き家活用に取り組みたい。
- 自社の遊休財産もあるので活用方法を社内で検討したい。
- 他の参加者が意欲的であった点。
- 不動産事業の変化と新しい取り組み方について何となく理解できた。遊休財産＋高齢労働者＋コミュニティみたいな事業。
- 再生への視点が人物に対してわかりやすかった。
- 現時点での問題点に気づけたことが一番大きい。一人では難しいこともチームを作って頑張っていきたい。
- 将来の不動産業がどうあるべきか、自分がどうしていくべきか認識できた。

講評
清水千弘 氏

一番の脅威は成長をあきらめること

私はAIは脅威ではないと思っています。碁や将棋の世界を見ても、AIの登場によって強くなっているのは実は人間です。同様に皆さんにとってAIは脅威ではなく皆さん自身が強くなっていくための１つの武器になるといえます。

大手企業も脅威ではありません。日本を１キロメッシュに切っていくと人間が住んでいるところは10万カ所あるといわれていますが、その中で、例えば求人情報を扱っている大手のポータルサイトが営業エリアとしているのは４割程度で、残りはコストが高すぎて進出できないエリアです。このように、コスト構造が高い大手企業が入ってこられないところは日本にはたくさんあり、皆さんが活躍できる市場はまだいっぱいあると思います。そしてそれぞれの市場において、皆さんはブランドのある大きな大学病院ではなく、まちの“名医”になればいいと思います。また行政も敵ではありません。AIも大手も行政も脅威だと感じ、敵と思えば敵になりますが、うまく取り込めば味方になります。銀行なども含め、そういう人たちとのネットワークをどう作っていくかを、これから考えていくといいと思います。

では、皆さんにとって一番の大きな脅威は何かということを考えると、それは皆さんが“成長しないこと”だと思います。成長することを諦めるとか敵を敵と思ってその足を引っ張ることを考えた瞬間、皆さんの成長は止まってしまい、そのことが非常に大きな脅威になると思います。したがって学びを続けることは非常に重要です。

市場が縮退するなかで生まれるチャンスというものは、ものすごく多くあります。マーケットが大きくなっていく時は、皆平等にパイは割り振られますが、縮退していく時はそうではなく、あるところに集中して仕事が行きます。そこで必要なのは、選ばれる仕事や選ばれる会社になるための条件は何だろうということを考えることです。空き家は社会悪といわれることがありますが、皆さんにとっては大きなビジネスチャンスが目の前に来ていることになります。このように市場が縮退している時にこそ生まれるビジネスがあり、そのチャンスをつかむことができるかどうかで、その会社が生き残れるかどうかが決まります。

パーソナルコンピューターの父と称されるアメリカの科学者のアラン・カーティス・ケイは、「未来は怖がるものではない、未来は自分で創るものだ」という言葉を残しています。これから皆さんにとってさまざまな脅威があるかもしれませんが、脅威を脅威と思わず皆さんの努力でどのような未来を創っていくかということを考えるとともに、縮退するなかに生まれる幸せというものも消費者にはあるはずなので、消費者が幸せを実現するためにどうサポートしていくかということも考えていくといいと思います。

私は不動産業界の外部の人間ですが、講師や皆さんの話を聞いて、不動産業にはこんな素晴らしい仕事があるのだということに気づかされました。そしてその仕事に携われる皆さんがとてもうらやましいと思いました。宅建士ができる仕事はものすごくクリエイティブで、後世にモノを残すことができます。しかもその過程で人を育て、場合によっては自分の会社以外の人も育てながらモノを創っていく仕事だということが改めてわかりました。

そのような仕事をしている人たちが集まり、しかも今ここで“学ぶ”という選択をし、その学んでいる内容を考えると、皆さんは将来、この地域で新しいスターとして活躍されているのだろうと思います。タウンマネジメントスクールの目的は価値ある変容を創ることだと言いましたが、皆さんが変容し明日からの行動が変わることを願っています。

RENOVATION 2020

和歌山県　雑賀崎
photo：全宅連

gallery

清水千弘 氏／日本大学スポーツ科学部

公益社団法人和歌山県宅地建物取引業協会

まちの未来を創造する力 ～中小宅建業者の出番がやってきた～

社会における不動産業の介在価値を定義し、ローカルな産業を創る

講演録

幸せになるための不動産業のあり方とは？

私が２年前まで教授を務めていたシンガポール国立大学は、世界中から優秀な学生が集まるアジアでNO.１と評される大学です。その学生寮の入り口には「Creative and Innovation（創造的なことをしよう！イノベーションを起こそう！）」と書いてあります。このタウンマネジメントスクールの目的は、皆さんの知識や技能、態度や行動に価値ある変容を起こすことにあるので、このスクールで必要な知識を身に付け、それぞれのまちの未来を創造（クリエイティブ）し革新（イノベーション）を起こしていってほしいと思っています。そして大事なことは、イノベーションを起こしたらそれを社会に装着し、産業（industry）にしていかなくてはならないということです。

ここで、私から皆さんに６つの質問（Question）をします。その際大事なのは「Question and Thinking」ということです。質問に対して自分はどう答えるのかということをまず考えてもらいたいと思います。

【Question】

①和歌山の人たちは、どうしたら幸せになれるのか？

②和歌山の人たちが幸せになれるための不動産仲介のあり方とは？

③幸せの家とは、どんな家？

④子どもたちにどんな日本・街・会社を残していきたいか？

⑤明日から未来に向かって、あなたは何をしないといけないのか？

⑥生き残るとは、稼ぐとはどういうことか？

皆さんは自分たちはもちろんのこと和歌山の人たちを幸せにしたいと思って仕事をしていると思いますが、和歌山の人たちが幸せになれるような不動産業のあり方というのは一体どういうものなのでしょうか？

清水千弘 氏
（しみず ちひろ）

1994年東京工業大学大学院理工学研究科博士後期課程中退、東京大学大学院新領域創成科学研究科博士(環境学)。麗澤大学経済学部教授、シンガポール国立大学不動産研究センター教授等を経て、日本大学スポーツ科学部スポーツデータ解析研究室教授、東京大学空間情報科学研究センター特任教授、麗澤大学AI・ビジネス研究センターセンター長、マサチューセッツ工科大学不動産研究センター研究員。専門は、指数理論・不動産経済学。不動産を中心として資産価格に関する指数の推計方法や生産性の測定を中心に研究を行う。海外の国際的学術誌に50本以上の論文を発表する。

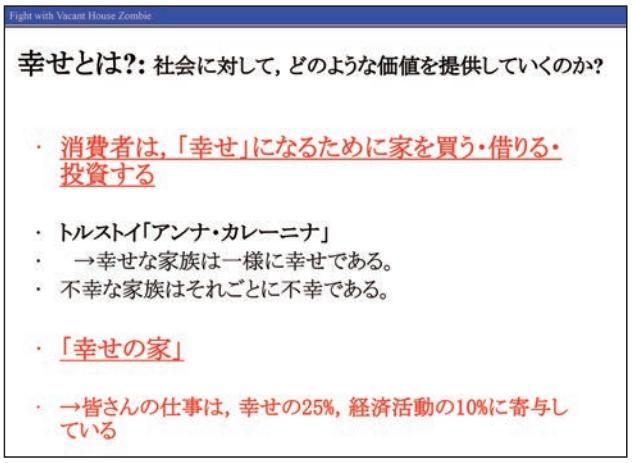


図1／幸せのための不動産業とは？

消費者は自分が幸せになりたいと思って家を買ったり、借りたりしているわけですが、結婚したり子どもができたことをきっかけに幸せになるために買ったはずの家が、その後陳腐化してしまい、空き家になってしまっているようなことがあちこちで起こっています。トルストイは、その著書『アンナ・カレーニナ』[※1]で「幸せな家族は一様に幸せである。しかし不幸な家族はそれごとに不幸である」と言っています。そのような状況に対して、住まいを提供する者として何ができるのでしょうか？

家という商材を変質させてもっと社会の中で有効に活用できるようにしようとするのがリノベーションです。しかし、それだけではまちづくりはうまくいきません。それをまちの中で生かしていくためには、そこに魂を入れてまちの中に装着させていく力が必要です。地域の不動産業者は専門家としてその役割を果たしていけるのではないでしょうか。そして皆さんは会社の経営者として事業を大きくしていくという目的がありますが、同時に生き残るということも考えなくてはなりません。そのために、未来に向けて何をしなくてはならないのでしょうか（図１）？

未知の世界に突入する：縮退する街・国

これから日本は果たして生き残れるのでしょうか？　2007年に夕張市が破綻しましたが、それまで市が倒産するなんていうことは考えたことがありませんでしたし、全国に13あった都市銀行が４つのメガバンクに集約されるなんて思いもよりませんでした。The Economistという経済雑誌で2010年に「Into the Unknown（未知の世界へ）」そしてlosing JAPAN（日本消滅）という日本の特集が組まれました。そこには、“人類の歴史の中で日本はどの国も経験したことがない速度で高齢化が進み人口が減少している。2050年の日本は2010年の夕張市になるだろう”と述べられていました（図２）。人口減少が地価に及ぼす影響については、ハーバード大学経済学部のグレゴリー・マンキュー教授[※2]が、出生率の低下によってアメリカ全体の住宅価格が半分になると1989年に既に予測しています。日本も人口が年々減り、2040年には老齢人口依存率[※3]は70％を超えますので、

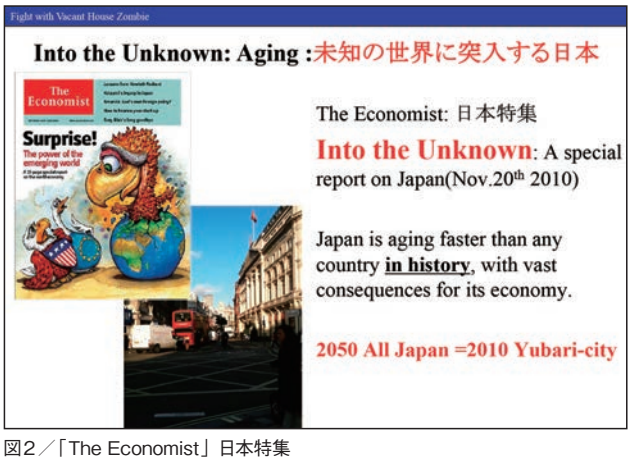


図2／「The Economist」日本特集

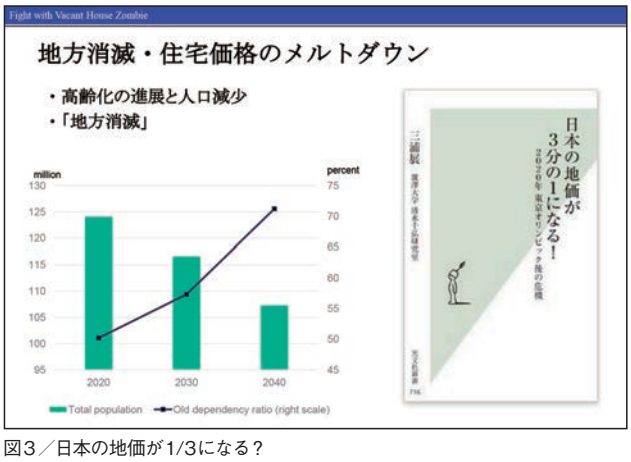


図3／日本の地価が1/3になる？

このまま高齢化が進むと日本の地価は1/3になるというのは決して大袈裟ではなく、現実的なシナリオだと思います（図３）。

私がシンガポールにいるとき、過去25年間の急成長を支えてきたリー・クワンユー[※4]という首相が亡くなり、「シンガポールはこれからの25年間も成長し続けることができるのか？」という非常に大きな議論が起こりました。その時の答えが「Yes、No or Maybe」というものです。シンガポールの人たちが正しい選択をすればもう一度成長することができますが（Yes）、間違った選択をしてしまえばもう成長はないだろう（No）、ただその選択は今この瞬間にしなければならず、その選択を先延ばしにするとどうなるかわからない（Maybe）ということです。

日本のGDPはバブルのピーク時に世界の約15％を占めていましたが、今はその半分以下です。しかも将来の成長を先食いして借金大国になってしまいました。日本で予想されているのは非常に厳しい未来です。その中で私たちがどのような選択をするのかということが問われてきます。厳しい現実から目を背けず、そして“Yes”になるような選択ができる力をこれから身に付けてほしいと思います（図４）。

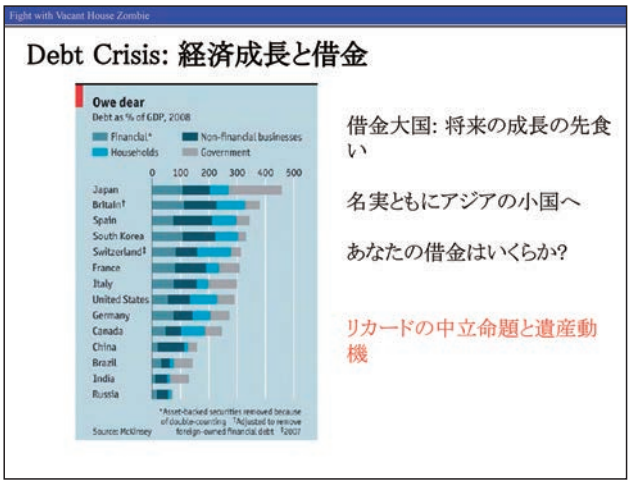


図４／借金大国になった日本

技術革新はどんな未来を創造するのか？

ではこれからどのような未来が待っているのでしょうか？　そこで、AIなどの技術革新がどのような未来を創造するのかについて考えてみたいと思います。例えば、私が技術顧問を務めるドバイ政府は、既に３Dプリンターによる家を１万戸以上も砂漠の中に造るというプロジェクトをスタートしています。また、自動車も2025年までには製造工程の84％が３Dプリンター化できるという予測が出ています。さらに、建物にIoTやセンサーが装着されることによって、昔は雨風から身を守ってくれさえすればいいと思っていたものが、今では住む人の表情をセンサーが読み取り、疲労度等の状態を認識したうえで、照明の明るさや壁の色が変わったり、音楽が流れたりするようになり、住み手の健康や快適度を高め、オフィスであれば生産性を向上するような機能を持ちつつあります。そうなると家の作り手の主役が変わり、昔ながらの工務店や建築会社では作れない時代になるかもしれません。また、都市にある公共交通機関をビッグデータでコントロールしながら都市計画の設計や自然環境の整備に生かすスマートシティの取り組みも進んでいます。まさに世界では「第４次産業革命」といわれるような変化が非常に速いスピードで起こりつつあります（図５）。

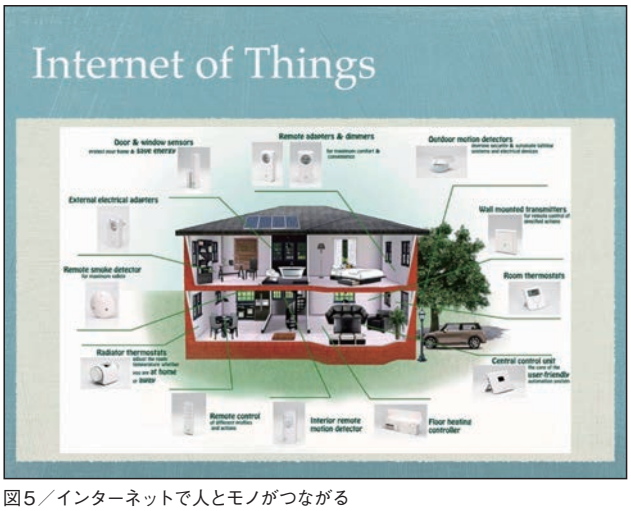


図５／インターネットで人とモノがつながる

専門家の仕事がなくなる：AIが仕事を奪う？

そのような未来において不動産業者の仕事はなくなるのでしょうか？　オックスフォード大学のマイケル・オズボーン准教授[※5]の「Future of Employment(雇用の未来)」という論文には、将来なくなるであろう職業の中に不動産のブローカーや銀行の融資担当者が挙げられています。現に銀行では、AIによる住宅ローンの自動審査が2000年代初頭から始まっており、銀行から融資担当者の仕事が大きく縮小しつつあります。

皆さんが行っている仲介業務は、売る側のエージェントの場合は、顧客の集客・物件調査・価格査定、買う側のエージェントの場合は、顧客の集客・物件の案内・マッチング・契約／決済業務などに分解されますが、これらの業務の多くの部分はAIのほうが上手にできる時代が来るのは確実です。既に価格査定については、ビッグデータをAIが学習してマンションの推定価格を出すシステムがありますし、アメリカでは売却されていない物件も含めた全ての不動産の推定価格が見られるWEBサイトも公開されています。ドバイでは、30分ごとに住宅の取引価格や賃料がデータとして反映される仕組みができており、決済業務についてもブロックチェーンを導入し、取引から30分以内に権利の移転登記、抵当権設定登記までできるようになりました。その結果、ドバイでは司法書士の仕事がなくなってしまいました（図６）。

設計業務も同様に、新築のアパートを設計し収益を計算して地主に提案する場合、データベース化された公図から面積を測定し、道路付けから建蔽率や容積率を算出し、どれくらいの大きさの建物が建つのかがボタン１つで自動的に出る仕組みができています。しかも、消費者がネット上で検索しているログを解析し、どのような間取りにすればニーズが高いのか、さらにテナントの入れ替えの確率や契約更新時に賃料の同額改定ができる

図６／ドバイから司法書士の仕事が消えた

確率、ビッグデータから導いた家賃設定をもとに事業計画や35年間の長期修繕計画まで、全てAIがはじきだしてくれます。これから３年もすれば戸建てやマンションやビルなど全ての用途でこのようなことができるようになり、設計士の仕事は不要になるかもしれません。

そのような時代に不動産の専門家はどんな未来像を描くことができるのでしょうか？　不動産業者の仕事としてその多くがAIにとって代わられたあと、一体どのような仕事が残っているのでしょうか？

幸せの家の実践

家族にとって家は最大の資産です。しかし将来資産価値が1/3に下がるかもしれないものを3,000万円、4,000万円という価格で買わせる不動産業の仕事ってどうなの？という疑問がそこに生じます。はたして家を買うと人は本当に不幸になってしまうのでしょうか。確かに家を投資財として捉える人にとっては、家の価格が下がると不幸になってしまいます。一方で、子どもたちと楽しい時間を過ごすために家を買うという人にとっては、家は消費財であり、家の価格が下がるかどうかはまったく関係ありません。そのような人に対して、どのような家ならその家族が一番幸せになれるのか

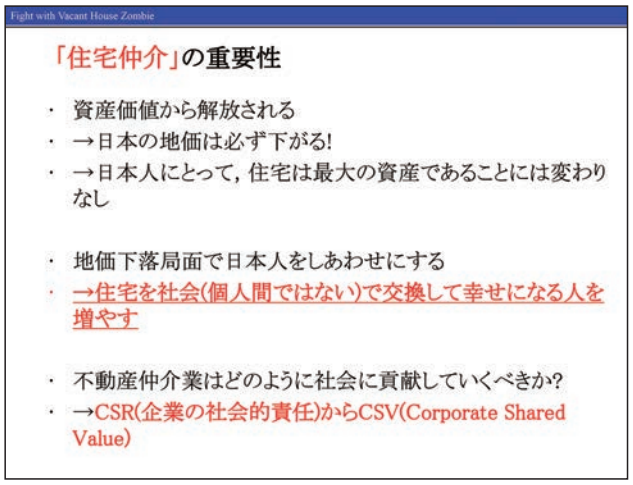


図7／住宅仲介の重要性

ということを考えて皆さんがサービスを提供すれば、その家族は幸せになることができます。消費者が幸せの家に出会い、幸せの家に住み続けられるための住宅サービスの最大化を実践することが、不動産のプロとしての普遍的な介在価値になると思います（図7）。

私は首相の諮問機関である統計委員会の委員として消費者物価指数を見ています。私たちは日頃からいろいろなものにお金を使い幸せを得ていますが、そのことを“消費をして効用を得る”といいます。指数を分析してわかったことが、その最大のウエイトを占めているのが「住宅」で、人は住宅にお金を使って約25％の効用（幸せ）を得ているということです。一方、不動産業がGDPに占める割合は日本全体の約10％になります。つまり皆さんの仕事は、人の幸せと経済成長に対する貢献度が非常に高い、重要な産業なのです。

不動産の専門家の未来像

そのような観点から、社会の中で不動産業というものの介在価値はどこにあるのかということをしっかり考え、きちんと定義をしていかなくてはなりません。住宅サービスを最大化するためには、まず、買い手や借り手のエージェントとして消費者が幸せの家に出合えるようにマッチング機能を高める必要があるでしょう。そして、消費者がその幸せの家に住み続けられるように消費者と向き合い、子どもが成長した家族にはリフォームをして間取りを変えて住み続けたほうがいいのか、広い家に引っ越したほうがいいのかという相談にのったり、支払いが苦しくなった家族には破綻しないように住宅のサイズを変えたり、エリアを移して幸せが維持できるような提案をしていくことが求められます。AIは定型化された仕事に対して効率を上げることはできますが、現段階では人間の意思決定に至ることはできず、そこには人間の介在が必要になってきます。

将来の会社の存在とあり方について、責任を持って考えているのは経営者です。その経営者たちが、従業員が生きがいを持って働き、子どもに対して誇りを持って語れるような産業にするためにはどうしたらいいかということを考えていかなければ、その産業は衰退していきます。不動産業が誇りをもって語られる産業になるためにはどうすればいいのか、国から認められた資格をもつ専門家としてどのように地域社会や顧客と向き合っていくのか、そのような視点から不動産業の介在価値を定義し、そのうえでAIやIT技術の参入と向き合っていけばいいと思います（図8）。

日本は人口減少によって、これから従業員の確保や地域を維持していくための専門家の確保が難しくなってきます。そのときにAIなどの技術進歩の恩恵を受け、産業を作り直していくことができ

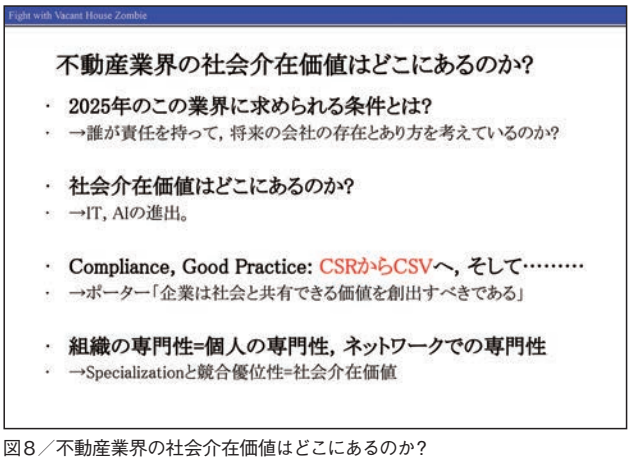


図8／不動産業界の社会介在価値はどこにあるのか?

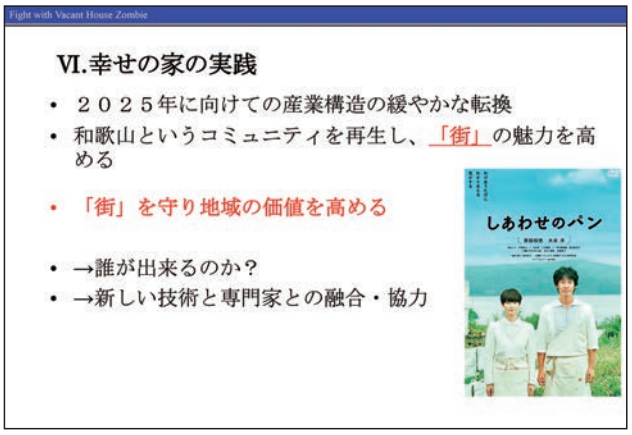


図９／幸せの家の実践

れば、少ない人数でも産業の維持が可能です。私たちの仕事がAIに奪われるのではなく、人が減っていくなかで新しい技術を使って大いなる実験ができる、つまり技術革新と共存できる非常に稀有な国が日本ということになります。

ローカルに特化して ローカルな産業を創る

ではそのためにどのような実践をしていけばいいのでしょうか？　AIが普及したとしても、幸せのための家を実現するために皆さんがやるべき仕事は多く残ります。和歌山というコミュニティを再生し、まちの魅力を高めるために、グランドデザインを描き時間をかけて地域と向き合っていけるのは、学者や外部の専門家ではなく地元の人しかいません。地域にある遊休不動産をどのように活用し有効資源に変えていくかについて、地域に密着した専門家の“目利き”力が非常に重要になっていきます。ただその際に知っておくべきことは、地元の不動産会社が“本当に困っています”という物件も、東京など他の場所から来た専門家からすれば“宝物”に見えるということがあるということです。そのような利用の構想力、不動産を見る外部の人の感覚は吸収するといいと思います。

私は研究者として不動産の価格指数の研究をしていますが、それはスーパーニッチな領域です。しかし、リーマンショックの時に不動産価格指数を作らなくてはいけないということになり、その分野で世界的な研究者が集まり、それが産業になりグローバルにつながりました。一方で、限界集落であったとしても、集落の地域資源を活用してその場所でしかできない産業を興し、地域おこし協力隊など地域に共感する人たちも参加し、地域住民、行政、建築家などさまざまな人が集結して、お金が回るような仕組みづくりに挑戦する試みも多く出てきています。

“あなたのまちはこれから生き残れるか？”という問いに対して、皆さんが正しい選択をすれば生き残れるでしょうし、間違った選択をしたり、行動しなければ生き残れないかもしれません。そして、他の地域の人は、自分たちのまちを幸せにはしてくれません。やはり、ローカルだからできる仕事、やらなくてはならない仕事があり、ローカルに特化した人たちがローカルな産業を創るしかないのです。そのためには地域の不動産会社である皆さんが、専門性を磨き率先して地域の魅力づくりに取り組んでもらいたいですし、不動産業や建設業といった業際を超えてローカルの中でつながっていくことを考えてほしいと思います。そして、何よりも皆さん自身がどのような専門家になりたいのか、どのように変容したいのかということについて、想いを強く持ってほしいと思います。その想いの強さが変容になり、皆さんが“ローカルスター”として新しい産業を創る力になっていくのだと思います（図９）。

［図版は全て清水千弘氏提供］

※１　ロシアの作家レフ・トルストイの長編小説。1877年
※２　N. Gregory Mankiw　ハーバード大学経済学部教授
※３　The Old Age Dependency Ratio. 15～64歳の人口に対する65歳以上の人口の割合。
※４　Lee Kuan Yew　シンガポール初代首相。在籍期間1959年-1990年。
※５　Michael A. Osborne　オックスフォード大学准教授

［講演：2019年11月］

京町家の多彩な特長を生かし、さまざまな活用方法で再生する

ローン付けの獲得と条例の制定で京町家存続の道を拡充

講演録

中古住宅を再生して販売する事業の面白さに気づく

当社は昭和31年に繊維の卸売業からスタートし、その後、父の代で不動産業に転業しました。事業は新築建売住宅の販売が中心でしたが、1999（平成11）年に転機が訪れました。建売用地として仕入れた古家ありの土地が、建築規制により新たな木造建物を建てられないことが判明し、仕方なく現存の３棟を全面改装して売り出したところ、オープンハウス初日にすぐに売れたのです。不動産業界では築30年を過ぎると建物価値は０になることが常識でしたが、築年数が古くても需要があることを知り、中古住宅を再生して販売する事業の可能性と面白さに気付きました。そこで、当社が買取ってリノベーションを施した物件を「リ・ストック住宅」とネーミングし、2003年に商標登録をしました。商品は高齢者向けや女性向けなど５つのバリエーションを用意しましたが、特に町家の反響がよかったので、現在は「リ・ストック京町家」として町家の再生をメインに行っています。

「リ・ストック住宅」は、当社がリノベーションすることで“再びストックになる”ような価値ある財産に生まれ変わった住宅を称し、①物件調査をしっかり行った住宅 ②当社施工による改装を施した住宅 ③風呂・トイレ・キッチン・洗面のうち少なくとも２箇所以上改装を施した住宅 ④ライフスタイルに合わせ間取りを変更した快適・安全・安心な住宅 ⑤定期アフターメンテナンス付き住宅 ⑥保証期間30カ月（2.5年）以上の住宅、という全ての条件を満たしています。

京町家を生かし地域資源にする

京町家とは、昭和25（1950）年以前に建てられた伝統工法の木造住宅を指し、京都の市街地に存在する、仕事場と住居が一体になった職住複合

西村孝平 氏
（にしむら こうへい）

1950年京都生まれ。大学卒業後、1973年 積水ハウスに入社。1975年 八清に入社し、建売住宅をメインとした仕事に携わる。2001年から京町家のリノベーションを手掛け、今では京町家の貸家、宿泊施設、シェアハウス、シェアオフィス、コワーキングまで手掛ける。地域活性化のための路地再生事業にも取り組み、「がっちりマンデー」「クローズアップ現代＋」「ルソンの壺」など多数メディアにも出演。趣味はマラソンで「サブフォー」が目標。

図1／京町家の間取り

の建築物です。伝統工法は在来工法とは違い基礎が無く、柱は石の上に乗っているだけなので地震があっても横に滑ることで柱にかかる力を逃がします。基本的な間取りは、玄関を入ると裏庭へつながる“通り庭”が通り、天井は“火袋”という吹き抜けになっており、手前から店の間、台所、座敷が一列に連なっています（図１）。京都市内にある京町家の数は、2009年には４万7,735軒でしたが、2017年は４万416軒と、年間約800軒、1.7％のペースで消失しています。このペースでいくと50年後には０になってしまいます。さらにそのうちの約5,834軒が空き家で（空き家率14.5％）、建物が売却され解体されてしまう可能性が高く、空き家が増えれば増えるほど古い佇まいを残すまちが消えていってしまうことになります。

私が京町家に興味を持ったきっかけは、2001年に販売した昭和初期の京町家のプロジェクトです。昭和10（1935）年頃に建てられた町家をそのままの状態で販売したところ、２日間で50組を超えるお客様が見学に来ました。町家に大きなビジネスチャンスの可能性を感じ、どのように建物を改装するとお客様に喜ばれるのかを知ろうと、京町家のモデルハウスを３棟建て、200組のお客様にアンケートを取りました。今ではそれが当社の京町家再生事業の基準となっています。通常のリノベーションは新築に近いものにして新築より廉価で販売するという考え方ですが、町家の場合は、柱の傷やたわみを欠陥ではなく経年による味わいと捉え、生かせるものはなるべくそのままにして改修するという考え方です。現在は、居住用以外のさまざまな用途に活用した町家を販売するようになりました。

京町家のさまざまな有効活用事例

（1）戸建賃貸「京貸家」

京都には、路地状敷地といわれる袋路のエリアがたくさんあります。そこは再建築不可なので安く仕入れられる良い町家が残されています。それを戸建ての賃貸住宅「京貸家」として活用することにしました。伏見区深草の「伏見稲荷の京町家」は、長い間空き家のまま放置されていた状態

写真１／伏見稲荷の京町家

の悪い町家でしたが、当社が購入してリノベーションしたあと一般に貸し出して収益物件として販売しました。賃料を75,000円に設定し、そこから収益還元法で売値を導き1,800万円台としました（写真１）。

（2）宿泊施設「京宿家」

貸家では収益性が悪い物件を、「京宿家」という一棟貸しの旅館（宿屋）にしました。京宿家では接客はせず、貸し切り宿泊施設として町家のよさを満喫してもらいます。宿屋にする目的は、京町家の保存再生と京都の景観維持保全に貢献できること、旅行者に対し伝統建築である町家の居住体験を提供できることが挙げられます。この事業は11年前から始め、現在30棟になりますが、物件は当社で所有しているものと借り上げているものがあります。宿屋の運営スキームは、当社が仲介会社から物件を仕入れたあと、建築基準法や旅館業法に即し、消防法適合通知書や京都のバリアフリー条例許可を取得できるように設計し、改修を行ったうえで実際の宿の運営は外部の専門会社３社に委託します（図２）。京宿家は旅館業法上の許可を取得しているので、旅行会社や予約ポータルサイトなどいろいろな媒体で宿泊客の募集が可能ですし、旅館として火災保険や旅館賠償責任保険にも加入できます。

宿屋も最終的には収益物件として販売します。売値については、運営開始後３カ月から半年間経過するとその宿の売上がわかるので、そこに稼働率を60％で設定し収益還元法で決めています。町家を貸家にした場合と宿屋にした場合の利益率を比較してみると、稼働率がある程度見込めれば圧倒的に宿にしたほうが利益が出るということがわかりました。当社所有の「稚松やまぶき庵」の場合は、10年の定期借家契約で月５万円で借り上げ、改修費に1,900万円かけましたが、年間800万円程度稼いでくれます。さらに宿屋は利益率が高いだけでなく、いつでも居住用に転用できる点も強みです。

また、京宿家を個人が購入する場合、税法上のメリットがあります。木造住宅の減価償却は22年ですが、それ以上古い建物はそれに0.2を掛け４年で償却できます。また、セカンドハウスとして購入する場合は、京都に仕事で来るときは定宿として使い、それ以外は宿にすることで“セカンドハウス兼収益物件”という使い方ができます。

（3）シェアハウス「京だんらん」

今までの商品は全て100㎡以下の町家でしたが、面積の大きい大型町家は「京だんらん」というシェアハウスにしました。この場合も当社が仕入れ、入居者を決めてから販売しています。シェアハウスをするにあたり悩んだのが、入居者同士が仲良く生活できるのかという点です。そのため最初は１カ月の定期借家契約にして合わない人は外そうと考えていましたが、今は案内の時点で担当者が判断できるようになりました。

京だんらんには１つだけ条件を設けています。それは、総面積の５割以上を共有スペースにするということです。そこで生まれるコ

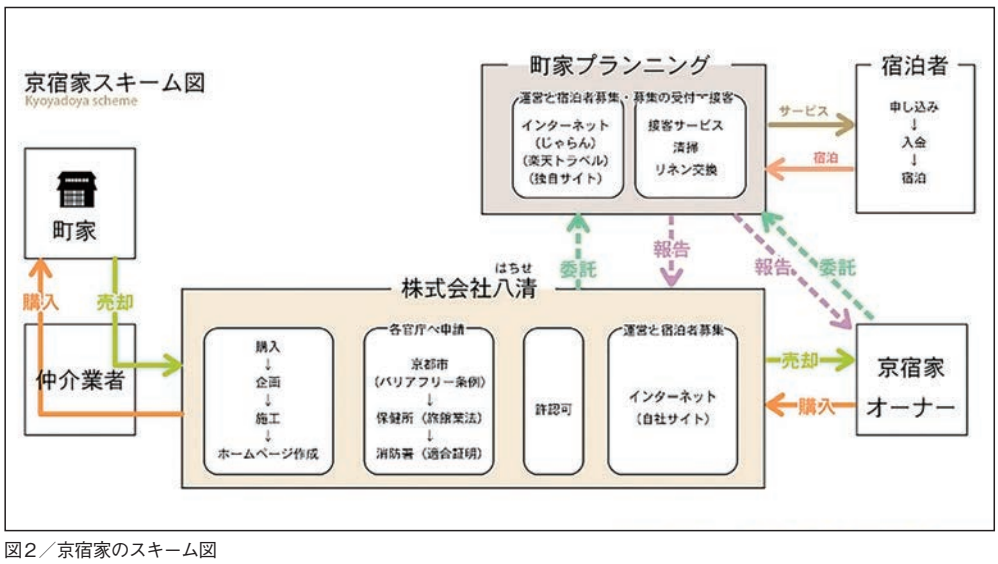


図2／京宿家のスキーム図

写真２／京だんらん（設計：株式会社 魚谷繁礼建築研究所）

ミュニティを付加価値にしていることから賃料設定は高めですが、気楽にシェアハウス生活が楽しめるよう専有部分以外の清掃や備品の用意などの管理全般は当社が行います。「京だんらん東福寺」は６室あり、家賃月６万円、共益費8,000円で募集したところ１カ月で満室になりました。入居者は皆独身の社会人で、男女混合のシェアハウスです。築80年ですが基本の間取りは変えず、インナーテラスを設けるなど共用部分にゆとりをもたせ、特に女性に好まれるようにおしゃれな家具を設置しました（写真２）。

（4）マンスリー「京別邸」

京町家をセカンドハウスとして購入する人の有効活用のために、マンスリー住宅という方法を考えました。１年間のうちに利用するのは20日程度という方に、そのままではもったいないので残りの345日間をマンスリー住宅として貸し出す提案をしています。京宿家と同様に家具や備品を用意し、宿ではなく賃貸住宅として１カ月単位で貸し出しています。第一種低層住居専用地域では旅館は認められていませんが賃貸であれば可能ですので、京都市内のどこでもできることになります。当初は稼働率が悪くあまり商売になりませんでしたが、14棟まで増えてくると50％以上の稼働率の物件も出てきました。京都大学の東側にある「京別邸吉田」は、当社が月９万円で借り上げ、900万円かけて改装し月45万円の賃料で貸しています。出張で１カ月間京都に滞在するような人にとってはホテルよりもマンスリーのほうが安いため、この賃料でも人気があります（図３）。

（5）コワーキングスペース＋シェアオフィス「京創舎」

京町家の新しい活用手法として、京創舎という“コワーキングスペース＋シェアオフィス”を始めました。「コワーキング∞ラボ 京創舎」は、所有者が10年以上放置していた路地奥にある２軒の再建築不可物件を、当社が月79,000円の家賃で10年間の定期借家契約を結んで借り上げ、3,300万円かけて改装しました。１階をコワーキングスペース、２階をシェアオフィスにし、コピー機等の設備を付けて常駐の管理スタッフを置きましたが、初めての試みなので当初は収支が読めませんでした。２階は広さに応じて家賃を５万円台から８万円台で募集したところすぐに埋まりましたが、コワーキングスペースはフルタイムで１万800円、２時間のドロップインを500円にして募集しましたが集客に苦労しました。通常の賃貸物件のように広告しても集まるものではないので、イベントによる集客を試みました。特に人気だったのは段ボール１箱に入る古本を参加者が持ち寄る古本市で、それ以外にも交流会を定期的に開催することで徐々に認知が広まり、入居者が入るようになりました。オープンして２年が経過しましたが、いまは年間600万円ほどの売上になっています。

図3／京別邸 吉田

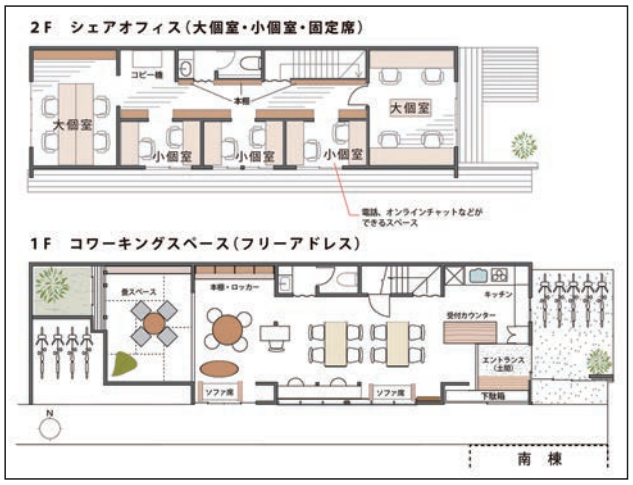


図４／京創舎のフロアマップ

この物件は“暮らし”をコンセプトにし、暮らしに関わるビジネスをしている人に入ってもらっています。その結果、利用者間のコミュニケーションを通じて新しい住宅や暮らしに合った商品作りなど、日々さまざまな面白い意見やビジネスマッチングが生まれています。さらにその中からOND（オンド）というグループが生まれ、家主と店子という立場を逆転して当社にいろいろな提案をしてもらっています（図４）。

また2019年の４月には、地下鉄烏丸線五条駅から徒歩２分の場所にある元呉服商の京町家を改修して、「ヨリアイマチヤ」というレンタルスペースを作りました。このレンタルスペースには台所や流しもあるので食事なども提供でき、１階と２階に分けて１時間6,000円から7,000円で貸しています。これが当社の６番目の有効活用法になります（写真３）。

写真３／ヨリアイマチヤ

京町家を残すために金融と行政に働きかける

京町家の利活用を進めるにあたって大きな障害になったのが、旧耐震物件や接道要件等を満たさない再建築不可の物件にローンが付かないということです。そこで粘り強く金融機関にアプローチをした結果、2011年に京都信用金庫が「残そう京町家ローン」をスタートしてくれました。これは（公財）京都市景観・まちづくりセンターの「京町家カルテ」に合致することだけが条件で融資が可能になり、そのおかげで購入者の対象が飛躍的に広がりました。今では主要な金融機関は全てローンを付けてくれるようになっています。

また、京都市は京町家を残したいといいながら具体的な手立ては何もしてくれなかったことから、2015年に私も所属する“NPO法人京町家情報再生研究会”が、京町家保全の条例の提言を京都市に対して行いました。その内容は“京町家を解体する際行政への届け出を義務化し、しかも提出後１年間は解体ができない”というものです。そうなれば解体予定の町家の活用方法を検討する時間が１年間できることになります。その甲斐あって、2017年11月16日に「京都市京町家の保全及び継承に関する条例」（京町家条例）が制定され、約6,000戸の町家がその条例の対象になりました。

空き家の利活用を通じたエリアマネジメント事例

空き家の活用がまちづくりに結びついた事例を紹介します。

（1）子育て世代のためのシェア路地付き賃貸長屋「さらしや長屋」

京都市では2014年から３年間、空き家等対策計画の一環として、空き家をまちづくりのために生かした新しい活用方法の提案に対し、最大500万円を助成する「空き家活用×まちづくり」モデ

ル・プロジェクトという公募事業を行いました。当社はそのときたまたま４軒全てが空き家になっていた長屋を買い取っており、その長屋を活用し「晒屋町地蔵盆の活性化と路地文化の再生」プロジェクトとして応募したところ採択されました。

京都市内には1万2,960本の路地があり、さらに突き当りになっている袋路が4,330本あります。車が入れない程の狭い道幅の路地は、子どもの遊び場や地域の人々がコミュニケーションを交わす場として昔から京都に根付いています。そこで、子育て世代のために、車が通らず子どもたちが安心して遊べる路地を設け、全ての入居者が利用できる“シェア路地付き賃貸長屋”を作りました。幅1.5ｍの路地に沿って４軒の住宅が並び、入居者はシェア路地を通って縁側から各戸に入る造りにすることで、路地や縁側を皆が往き来でき子どもが走り回って遊べるようにしました。賃料は12万8,000円～と広さの割には高めの設定ですが、ユニークなことに、子どもが１人いれば１万円割引、さらに子どもの人数が増えるごとに5,000円の割引という“子育て家賃割引制度”を導入しました。

満室後に４軒を2,880～2,900万円の区分所有権で売却することにしました。賃料が下がる可能性のある物件を買う人はいないのではないかと心配しましたが、１カ月で完売しました。購入者のうち３人が女性で、皆さん町家を残したいという気持ちがあり、地域のために役に立つ物件を買うことにメリットを感じたとのことです（写真４）。

写真４／さらしや長屋

写真５／Theatre E9 Kyoto

（2）京都の演劇文化再生の拠点「Theatre E9 Kyoto」

京都駅の東南部に、空き地が多くあまり人気のないエリアがあります。そこにある、当社が倉庫兼旧従業員寮として所有していた建物を100席サイズの小劇場に改修しました。京都はかつて演劇活動が盛んな街でしたが民間経営の小劇場が多く、最近、５つの劇場が同時期に閉鎖されるような状況にありました。そのようななか、30年以上も京都の舞台芸術文化を支えてきた“アトリエ劇研”という小劇場の方から代替の劇場を探していると相談を受け、この倉庫を紹介したところ気に入っていただき劇場に改修することにしました。改修費用はクラウドファンディングと寄付によって１億３,000万円集め、2019年春に劇場やカフェ、ギャラリー、コワーキングスペースを備えた複合文化施設としてオープンしました。当社は単に大家という立場ですが、京都市もこのエリアに劇場ができたことで近隣商業地域に用途変更して大型施設を誘致したり、エリア全体を巻き込んだ大きな芸術イベントを開催するなど、文化芸術エリアとして活性化していこうという動きが見られるようになりました（写真５）。

（3）元遊郭エリアの賑わいづくり、京都のコリビング「UNKNOWN KYOTO」

京都駅からほど近い場所に、江戸後期から明治にかけて繁栄した五条楽園という遊郭があり、今でも遊郭建築やカフェー建築などの伝統的で面白

い建物が残っています。そこでお茶屋だった隣り合う２棟の建物を借り上げて改修し、「UNKNOWN KYOTO」という“宿泊施設＋ダイニング＋コワーキングスペース”がある複合施設を造りました。このプロジェクトは、当社と㈱エンジョイワークス、㈱ONDの３社による合同事業で、“面白い居場所をみんなで作ろう”と、地域の人や京都以外からも参加してくれる関係人口を増やす“共創”的な進め方をしています。改修資金はエンジョイワークスが提供するプラットフォーム「ハロー！RENOVATION」を使い、投資型の「五條楽園エリア再生ファンド」を立ち上げクラウドファンディングで4,000万円を調達しました。

（4）伝統工法で建てる新築分譲戸建て「京むつ木」

このままでは京町家の伝統工法がどんどん廃れていくと思い、現在の建築基準を満たして伝統工法で建てる京町家の新築分譲にチャレンジすることにしました。袋地の再建築不可を、建築基準法の第86条２項の「連担建築物設計制度」を利用することで４棟の分譲をすることができました（写真６）。

このような取り組み以外にも当社では、不動産業が生活産業全体の中で重要な役割を占めるにもかかわらず、社会的な地位が向上しないことに無念さを感じ、一般の消費者に不動産のことを勉強してもらおうと、1999年から無料の「不動産知識講座」を開設しています。これまで約20年間で1,584名の方に受講してもらいました。

写真６／京むつ木

「3月8日の町家の日」を全国に広めていきたい

町家の再生に取り組む不動産業者で組織する“京町家情報センター”のメンバーが話し合い、３月８日を「まちや（March8（マーチヤ））」の日として全国的な記念日に制定しました。それに合わせて３月８日を含む１週間を町家ウィークとして、いろいろなイベントを行っています。また、その日のために寄付を集めて京都タワーをライトアップし、毎年何色にするかを、イベントに来る皆さんの投票で決めています。

京都に限らず全国どこのエリアにも町家は残っています。この日をきっかけに全国の皆さんが“地域に残る町家を大事にしよう”“町家を有効活用しよう”と思ってくれたらありがたいことだと思います。

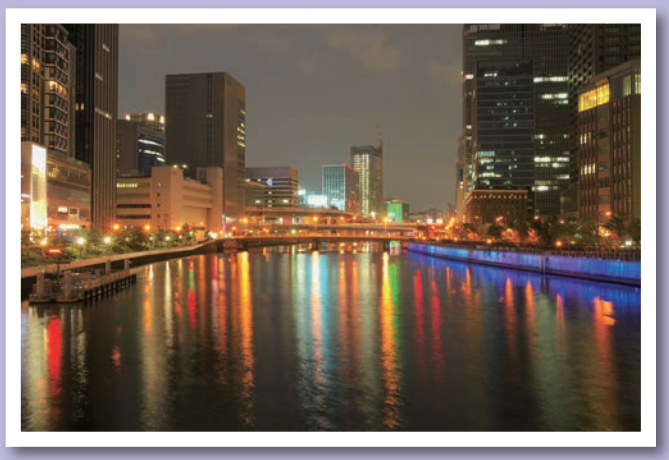
［写真および図版は全て株式会社八清提供］

［講演：2019年11月］

株式会社八清

代 表 者：西村　孝平
所 在 地：京都府京都市下京区東洞院通高辻上る高橋町619
電　　話：075-341-6321
H　　P：https://www.hachise.jp/
業務内容：京町家を中心にした中古住宅の再生販売、不動産の仲介、賃貸管理、コンサルティングなど。京町家の保全を目的とした取り組みに対し、リノベーションオブ・ザ・イヤー、京環境配慮建築物優秀賞、京都景観賞景観づくり活動部門奨励賞、経済産業省の先進的なリフォーム事業者表彰など多数受賞。

RENOVATION 2020



大阪府　中之島
photo：PAKUTASO

gallery

“既存を生かす”視点で物件の隠れた魅力を発掘する

日々の原状回復における訓練がまちづくりに生きる

講演録

今までの業界の常識が通用しなくなる

2018年の住宅土地統計調査では全国の空き家率は13.6％で、８戸に１戸が空き家だと発表されました。この数字は、住宅市場は既に需給のバランスが完全に崩れ、部屋を少しバリューアップさえすれば入居者が決まるという従来の前提条件は成り立たなくなり、これからは相当頭をひねらないと空いた部屋は簡単には埋まらないということを示しています。家賃についても同様で、欧米なら建物の築年数が増すほど建物の価値が上がる場合がありますが、日本の場合はその逆で、築年が経つにつれて建物の価値は、新築時と比較して年間でならすと約１％の割合で下がってしまいます（表１）。そのため市場原理にただ任せているだけでは建物が古くなると家賃が下がり、その結果入居者の質も落ち、とれるオプションも少なくなり資産価値が毀損していくという負のスパイラルに陥ります。このように戦後当たり前に培われてきた業界の慣習や成功パターンがもう通用しないという時代になったのです。そこから脱するためには、まず物件の課題を認識し、解決方法について仮説を立て、トライ＆エラーを繰り返し、たくさんの失敗をしながら修正していくしかないと思います。

一方、地場の不動産会社の大きな強みは、まちの中に点在するいろいろな不動産を所有したり、その存在を把握しマネージメントしていることにあります。今までの都市開発は専門家が用途やそれに基づくゾーニングを決めて道路を通すといった面的な進め方だったのに対し、これからは点の不動産をつないでネットワークしていくようなまちづくりが必要になってくると思います。私たちも実践していますが、徒歩５分圏内で４、５軒の建物の雰囲気が変わると、それだけでまちの印象はまったく違ったものになります。

連 勇太朗 氏
（むらじ ゆうたろう）

1987年神奈川県生まれ。2012年慶應義塾大学大学院政策・メディア研究科修士課程修了、2015年同大学院後期博士課程取得退学。2009年に「木賃アパート再生ワークショップ（現：モクチン企画）」を立ち上げ、2012年特定非営利活動法人モクチン企画を設立、代表理事に就任。主な著書『モクチンメソッド―都市を変える木賃アパート改修戦略』（学芸出版社）。

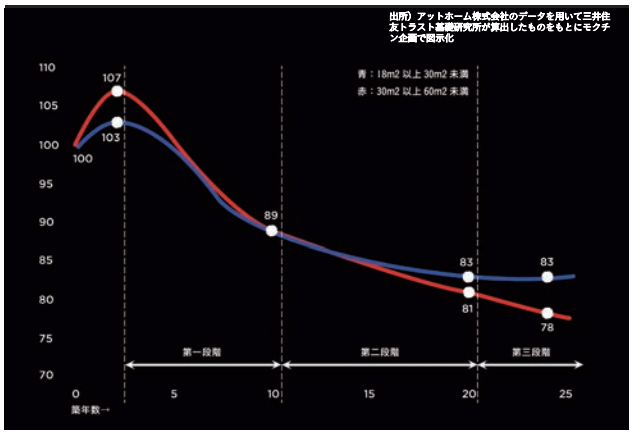


表1／築年数による家賃の推移

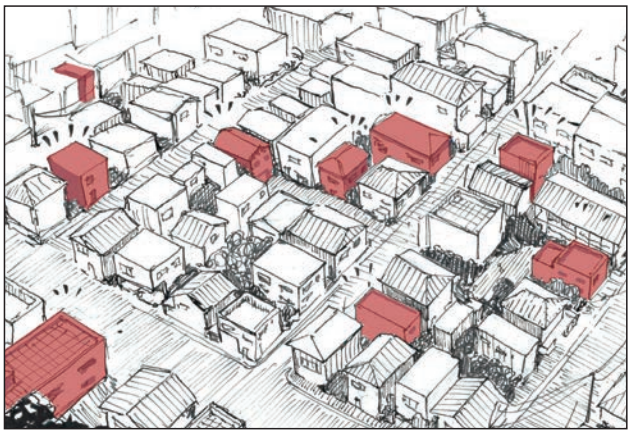


図1／木賃アパートの“粒”を底上げし、まちの魅力を高める

木賃アパートを まちの資産に変えていく

モクチン企画は、築年数の古い木造賃貸アパート（以下、木賃アパート）を対象に、いろいろな改修プロジェクトを行っています。日本の住宅政策を振り返ってみると、欧米諸国とは違い、国がトップダウンで計画的なまちづくりをしてきたというより、地場の工務店や不動産会社の力が強かったこともあり、地主の余っている土地に賃貸アパートを建てさせ都市部の人口増加に対応してきた背景があります。1960年代の後半には東京23区の全住宅の４割弱を木賃アパートが占め、今でも約20万戸以上が残っています。それらが徐々に老朽化し、入居者も高齢化し、一部が空き家化することで、木賃アパートの存在がまちの雰囲気を悪くし、活力を奪い、まちから孤立した存在になり、都市部における負の資産になっています。

ただ一方で、私たちはこの状況を面白いと捉えています。まちに点在している木賃アパート１軒１軒の“粒”を魅力的にすることにより、木賃アパート全体の底上げができれば、木賃アパートを通してまちの風景が変わり、まちに活力が生まれ、まち全体を蘇らせることができるのではないかと思っています。建築家の仕事はクライアントから依頼されて設計案を作るといった一過性の仕事が多いのですが、私たちは、１軒の木賃アパートの改修をして終わりではなく、木賃アパート全体の底上げをしてまち全体の魅力を高めたいと思っています（図１）。

最小限の手数で最大限の魅力をつくるには「既存を生かす」こと

物件の改修の方法としては、壁紙交換や部屋のクリーニングなどコストをあまりかけずに部屋をきれいに整える原状回復か、建築家やデザイナーに頼み、400～500万円の改修費をかけて部屋の価値を大幅に上げるリノベーションのどちらかになります。しかし、実はその中間にいろいろな選択肢があり、それに気付くことで可能性が開けるにもかかわらず、住宅業界にはそのノウハウが完全に欠落しています。

では最小限の手数で最大限の魅力を引き出すためには具体的に何をすればいいのでしょうか？ その答えは「既存を生かす」ということです。部屋も建物もないものねだりをしてしまうとコストがかかります。そうではなく、その物件が元々持っている個性や魅力を発見し、それを生かすために原状回復をベースにし、その延長線上でその空間を魅力的にする方法を考えます。まちづくりも同様で、都市計画のように大きな資本を投下するのはリスクが高く、少ないお金で最大の効果を出すためには「既存を生かす」視点が重要になります。

そこで私たちは「既存を生かす」ことが簡単にできるように“モクチンレシピ”というサービス

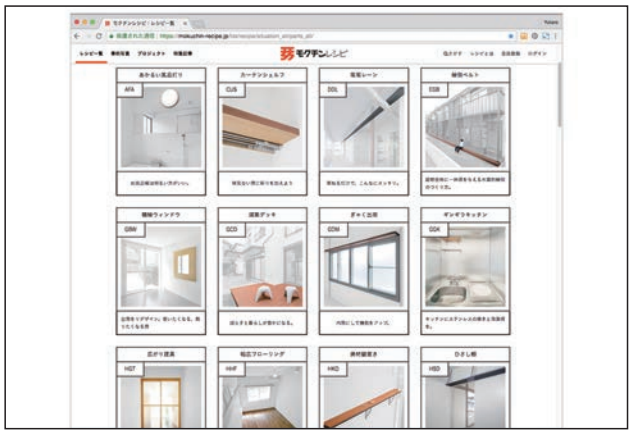


図2／ホームページ「モクチンレシピ」のレシピ一覧

写真1／「広がり建具」を用いた改修例

を開発しました。モクチンレシピとは木造アパートを魅力的に改修するための部分的なアイデア集で、ちょっとした工夫でできるものから数十万円掛けて行うものまでいろいろなアイデアをまとめています。ホームページには料理のレシピのように、どの素材を、どの場所に、どのような方法で使えばいいのかを公開しています（図２）。

投資のロジックを組む：家賃１年分で何ができるのか

改修にあたっては、もちろんクリーニング程度で済ませるという選択もありますが、何か少し変化を起こしたいという場合には「家賃１年分で何ができるか」というところから考えます。例えば家賃が５万円の部屋の場合、家賃１年分の60万円の範囲です。オーナーにとっても家賃1年分であれば、ぎりぎりチャレンジしてみようと思える額でしょうし、不動産会社としても推せる金額だと思います。ただ家賃1年分というのはあくまで１つの目安です。可能性がわからない状態で何百万円もかけるのは失敗した場合のリスクも高いし過剰投資になるかもしれません。大事なのは、リスクを抑えながら実験ができるようなお金のかけ方を常に考えておく必要があるということです。それは安ければいいという話でもなく、投資のロジックが必要で、きちんとトライ＆エラーのサイクルを踏めて失敗しても大きな打撃にならないようなラインの設定が必要です。

モクチンレシピを活用してその物件が持っている魅力を生かした改修事例をいくつか紹介します。

＜広がり建具＞

典型的な木賃アパートの４畳半と６畳の二間つながりの和室です。一見大幅に改修したように見えますが、５個のレシピを組み合わせただけで、その１つが「広がり建具」というものです。これは、光を遮って部屋を暗くしていた襖（ふすま）に木製の建具を付け、上を乳白色にして目線を隠し、下に透明のアクリル板を入れることで光が部屋の奥まで入るようにしました。そのため２部屋の床がつながって見え、奥行きや広がりのある居心地の良い空間が生まれます。流行っているからといって２部屋をつなげてワンルームにする必要はなく、その空間が元々持っている個性をしっかり生かしてあげるとちょっとした建具を工作するだけで全然違った印象にすることができます（写真１）。

＜立体天井＞

これはロフト付きの部屋です。ロフトの元々持っている魅力は天井が高く空間に広がりがあることです。そこで、その特徴を生かすため「立体天井」というレシピを使い、天井に木目柄のクロスを貼りました。木目柄にすることで、天井がより高く感じられ部屋も広くなった印象を与えます。結果的に当初４万５千円だった家賃を４万９千円に上げることができました。普通なら何も考えずにクロスをそのまま貼ってしまうところを、壁紙の

写真２／「立体天井」を用いた改修例

選び方をちょっと変えるだけで、全然違った印象の魅力的な部屋をつくることができます（写真２）。

＜真壁と大壁の違いを知る＞

真壁は柱と柱の間に壁があり和室のように見えるタイプの壁で、大壁は柱の上に壁があり柱が隠れ洋室のようにみえるタイプの壁です。それぞれの壁の特性から、真壁の部屋はいかに何もしないで整えるかというように引き算で考えるのに対し、逆にのっぺりしがちな大壁はワンポイントプラスして何ができるかということを考えて改修します。

写真３／真壁の改修例

よく不動産会社の人は和室は人気がないので、床の上にフローリングを貼り、押入れをクローゼットに変え洋室っぽくしますが、それでは和室であることの魅力を生かせていません。真壁の部屋は「ぱきっと真壁」「広がり建具」というレシピを使い、襖は木製の建具に替え床は全て同じ床材にすることで、部屋がつながって見え広く感じられる空間にしました（写真３）。一方、出窓がある大壁の部屋は、「ホワイト大壁」というレシピで周り縁や幅木やドア枠を白で整え、出窓は木製のフレームをワンポイント付ける「額縁ウインドウ」を使い木の温かみをプラスしました（写真４）。

このように真壁と大壁の特性の違いや和室と洋室の個性をきちんと理解して改修プランを立てることはとても大切です。不動産業者の皆さんは立地や周辺相場から不動産の価値を評価することにかけてはプロですが、タウンマネジメントするためには、まちの不動産を見ていく中で、この建物にはどのような個性があり、どのような可能性があるのかという視点を付加していく必要があると思います。

＜チーム銀色＞

私たちのレシピで一番人気のものが「チーム銀色」です。賃貸物件によくあるのが、スイッチプレートはベージュ、取っ手は金色、カーテンレールは木目柄、プラスチックのハンガーパイプなど、パーツの色や質感が全部バラバラでごちゃごちゃした感じの部屋です。いくら他を改修しても細か

写真４／大壁の改修例

写真５／「チーム銀色」を用いた改修例

いパーツ類に統一感がなければ部屋は魅力的にはなりません。「チーム銀色」というレシピは、照明、スイッチプレート、水栓の金物等を全て銀色で統一するというものです。しかも銀色は木目と相性がよく、木のままだと古いだけの印象ですが、そこに銀色のものが入ると清潔感がプラスされて少しモダンな印象になります。単におしゃれな部屋にしたいから銀色のパーツを使うのではなく、木造の良さを生かすために重要なアイデアだから使うという発想が大事です（写真５）。

このようにパーツ類を統一するといった、すぐにできる小さな改修をばかにしてはいけません。小さいパーツにも気を遣って丁寧に整えるだけで部屋が今までと違うように見え、今までと違う入居者が入ってくる可能性が生まれます。タウンマネジメントも一緒で、このような日常の１つ１つの積み重ねがまちを良くしていきます。いずれにしろ「チーム銀色」は300円のスイッチプレートの交換からできるのですぐに実行してほしいと思います。

今までの不動産業の常識を捨てる

部屋の広さ40㎡の1985年に建てられたアパートを、レシピを使って改修しました。家賃１年半分にあたる100万円をかけ、水回りを含めて改修し、当初５万６千円の家賃を６万２千円に上げて募集したところ１週間で入居が決まりました。しかも、入居者はベンツを所有するような高収入の方です。

このように、ライフスタイルや価値観が多様化するなかで、２LDKならファミリー、ワンルームなら学生といった今までの不動産業界の公式をいかに外して考えるかということが、これからとても重要になってきます。物件を若い社員や知人に見せて感想を聞いてみるなど、その物件の空間にある隠れた魅力を客観的にとらえ、発掘し生かすことで思いもよらないテナントや入居者が集まります。タウンマネジメントを考えるうえでも古い固定概念を外し、物件の魅力を発見し直すという視点は絶対忘れてほしくないと思います。

＜バランス釜の浴槽の改修＞

バランス釜の浴槽をレシピを使って改修しました。替えたのはシャワーヘッド、シャワーホース、水栓の金物だけで、あとは全部そのままです。改修前は壁の水色のタイルが古くさい感じでしたがパーツを替えるだけで逆にそれがレトロな感じになり、入居者もつきました（写真６）。建物全体も一緒で、古い建物を見るとすぐ建て替えするしかないとか、外装を全部塗装し直さないとだめだという発想になりますが、価値がないように見える物件ほど潜在的な魅力があったりします。そのままだと古くさい印象でもパーツを替えるだけで水色のタイルが全然違うものに見えるように、商品そのものが悪いのではなく、周りとの関係がよくないだけの場合が多いのです。バランス釜は古

写真６／浴槽の金物だけを代えた改修例

いから全部替えてユニットバスにしてしまえとなった瞬間に普通の新築マンションと変わらなくなります。その物件のどこがいいのか、どういうところに可能性があるのか、そういうものを発見しない限り、コストのかかる改修の提案しかできません。子どもの可能性を認めて、褒めて育てることでポジティブな子どもが育つように、その物件の価値がどこにあるのかと、“愛でる気持ち”で対象物件を見ることが大切です。

「外構」に着目し、建物と周辺環境の関係を整える

原状回復は室内の話ですが、建物の「外構」は物件の価値を左右するとても大事な要素です。したがってそこに手を入れると非常にコストパフォーマンスのいい改修になります。

地域の抜け道の脇に建っている２階建てのアパートで、人通りが多く１階は通行人と目線が合ってしまうため５室全て空室の状態の物件がありました。これを「縁側ベルト」というひとつながりの縁側と、「ポツ窓ルーバー」という木製の格子のレシピを使って改修したところ、５室全て入居者が決まりました（写真７）。しかも５室のうち室内改修を行ったのは１室のみで残り４室は何もしておらず、外構を良くしただけで決まったのです。外構の改修費は70万円程度で、空室だった５室で割るとどれだけコストパフォーマンスが高い空室対策だったかがわかると思います。

写真７／アパートの外構の改修例

最小限のコストで最大の価値を出していくには、「外構」を上手に使うことはとても大事です。不動産を点として輝かせるには「外構」の力は重要で、そのような物件が徒歩圏内に２、３軒できるだけでまちの印象は変わってきます。例えばデッドスペースになっているところを見つけて共有空間を作ってみるとか、外壁をちょっと整えてまちとの関係を変えてみるという視点を常に持っておくといいと思います。

福祉の人たちと組んで社会のセーフティネットを作る

地元の不動産業者と一緒に協力しながらモクチンレシピを使い物件を改修すると、物件の価値が上がり、賃料も５～10％上がるので入居者も新しくなります。しかし一方で、元々木賃アパートに住んでいる人は生活保護者や高齢者が多く、家賃が上がると出ていってもらわなければならなくなるということが何度かありました。そのジレンマを解消すべく明治大学の園田眞理子先生と共同研究を行い、（一財）高齢者住宅財団のプロジェクトにも関わりながら、木賃アパートを高齢者用の住まいに改修する事業に取り組んでいます。その過程で社会福祉法人や福祉系のNPOの人たちと接する機会がありますが、皆さん不動産のことには関心が高く、やはり生活困窮の問題を解決しようとすると住まいの問題に行きつくようです。

具体的には、彼らと組んでハブになる拠点を作り、その周りで物件を借り上げて生活困窮者にサブリースをしていきます。また、アパートの人気のない１階をコモンスペースにしたり、「ノンスリップフロア」や「手すり棚」というレシピを作って部屋をバリアフリーにし、玄関と逆の南側に荷物を受け取ったり人と交わえるデッキやスロープを作っています（図３）。このように、地域に点在している不動産を高齢者向けの住まいに変え、福

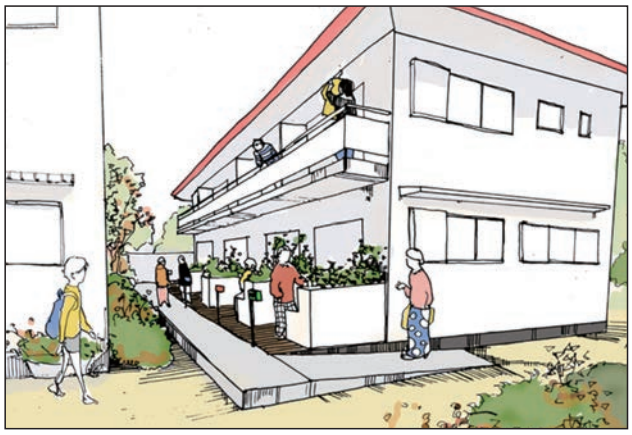


図3／バリアフリー改修イメージ

祉関係の人たちとネットワークを組んで、まちの地域包括ケアの仕組みを作ろうとしています。

また、大阪で生活困窮の若者の就労支援をしているNPO法人[※1]と組んで府営団地の部屋の改修を行っています。そこは、就労支援だけでなく低家賃の住まいも提供しており、私たちは団地内の空き部屋を若者たちがDIYで改修できるスキーム作りを手伝っています。面白いのは、その中の1室をコミュニティスペースにして団地内に開いていることです。このようなコモンスペースを設けることで、団地内に点在して住む若者同士、若者と団地の居住者が交流することができます。

分析力を学ぶ、モクチンスクールの開催

レシピを使って空き家を改修するノウハウを学ぶ「モクチンスクール」を開校し、今年で5回目を迎えます。前半は講義で、後半はレシピを使って実際に改修するワークショップを行っています。スクールで一番強調しているのが物件の分析です。まちを見るときも物件を見るときも共通で、“既存を生かす”ためには、どこが長所でどこが課題なのかということを分析し、定義する力がとても重要になります。

日々の業務がタウンマネジメントにつながっている

私たちはモクチンレシピを活用して木賃アパートを再生することで1つ1つの“粒”が輝き、つながりが生まれるまちづくりを目指しています。まちづくりやタウンマネジメントをするということは何も日常の業務とは別領域の仕事ではなく、普段行っている原状回復と地続きの仕事だと思います。日々の原状回復の仕事を甘く見ず、「既存を生かす」という視点をもち、しっかり積み重ねていくことがまちづくりに必要な技術を身に付けていくことになると思います。

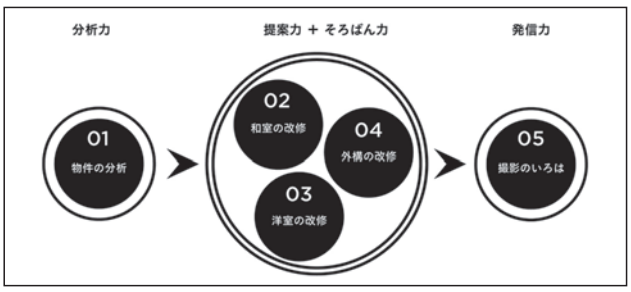


図4／モクチンスクールの考え方

［写真および図版は全て連 勇太朗氏提供］

※1　NPO法人HELLOlife（所在地 大阪府大阪市西区、代表理事 塩山諒 氏）

［講演：2019年11月］

特定非営利活動法人モクチン企画

代 表 者：連 勇太朗
所 在 地：東京都大田区蒲田1-2-16
電　　話：-
H　　P：https://www.mokuchin.jp/
業務内容：木造賃貸アパートを重要な社会資源と捉え、再生のためのさまざまなプロジェクトを実践しているNPO法人。2011年より、改修のためのデザインリソース「モクチンレシピ」をウェブ上で公開し提供することで、豊かな都市と生活環境の実現を目指している。

RENOVATION 2020

福岡県　篠栗九大の森
photo：PAKUTASO

gallery

地域の資源×自社の強みで イノベーションを起こす事業を！

ビジネスを生む人材を育て、足腰の強い地域経済をつくる

講演録

これまでの歩み

1985年に田辺市に生まれ、地元の高校を卒業して関東の大学へ行き、卒業後東京で1年間分譲マンションの営業を経験。その後地元に戻り、家業の中村工務店に入社しました。当社は在来工法による木造の建築が主で、個人の住宅から大規模な木造建築の公共工事までを手掛けています。私は男3兄弟の末っ子で、兄たちは既に実家に入っていたので大工として約7年現場で仕事をしました。特に、大切に研いだ鉋（かんな）や鑿（のみ）などの道具を使った手仕事が好きで、ときどき請け負う古民家の改修の仕事は大変興味をもって取り組んでいました。

田辺市の状況

田辺市は人口減少が進んでおり、現在約7万3,000人いる人口も2040年には2万人減少すると推計されています。空き家の数も7,000戸[※1]を超え、今後10年間で2.2倍に増えるといわれています。特に中心市街地の人口減少は深刻で、しかも高齢者の比率が高まり、田辺市の空き家のうち半分以上は市街地に集中、空き店舗数もここ15年で80店舗も増えました。

一方で変化の兆しもあります。まずここ12年間で市の移住窓口を経由して県外から田辺市に移住してきた人が338人おり、これは和歌山県の市町村の中で一番多い数字です。また、2004年に「紀伊山地の霊場と参詣道」が世界遺産に登録され、2016年には闘鶏神社が追加登録されたことで、田辺というまちが世界的に注目されています。これは半官半民の田辺市熊野ツーリズムビューローが欧米豪の個人旅行者にターゲットを絞った着地型観光に取り組んだことが大きく、2015年には2万人強だったインバウンドが、2018年には4万3,000人を超えるまでになりました。それに合わ

中村文雄 氏
（なかむら ふみお）

1985年田辺市生まれ。首都圏での不動産会社勤務を経て、父親の代から続く工務店を3兄弟で継ぐために帰省。地域の課題である空き家、市街地の衰退などを目の当たりにし「大好きな地元は若い世代で守る」を胸に、メンバー5人で田辺を守るタモリ舎を発足。「中心市街地にかつての賑わいを」をコンセプトに 県内随一の繁華街「味光路」の裏にある築80年の古民家をリノベーション。レストラン・ゲストハウス・シェアハウスを複合的に備えた「the CUE」としてオープンした。

せて紀伊田辺駅舎や田辺市観光センターのリニューアル、さらに市は国土交通省“景観まちづくり刷新事業”の採択を受け、商店街のアーケード設置、道路の石畳工事、駅前活性化施設の建設などを行い、駅前の観光客誘致を進めています。この大きな波に私たちも乗らない手はないと思いましたが、外国の観光客のほとんどは熊野古道目当てで、紀伊田辺駅に到着するとすぐにバスに乗って中辺路や熊野本宮大社へ行ってしまい、旧田辺市内に宿泊する外国人の比率はたったの0.3％と、見事に通過されるだけのまちになっていました。田辺市の歴史を調べたところ、昔は熊野詣の宿場町として栄え、多い時には日に800人以上の人が市の中心地に滞在していたようです。そのようなかつての賑わいを少しでも取り戻せたらなと思っていました。

志を一にする仲間を集める

実家の工務店に戻り７年くらい経ち、古民家の改修が好きになった延長でリノベーションに興味を持ち始めた2016年の６月、空き家として放置されていた細野邸に出合いました。この建物を見た瞬間に私の中で衝撃が走りました。その立地、たたずまい、庭の広さなどどれも魅力的で、「これをなんとかしなくてはいかん」と居ても立ってもいられなくなり、早速協力してくれるメンバーを探し始めました。ちょうどその年の４月に田辺市が主催する“たなべ未来創造塾”という起業塾が始まりました。それは、地元の若手経営者や二代目など10名くらいを対象にした勉強会で、講師として専門家を呼び、“地域の課題と自社の強みを掛け合わせ、地域の強みを生かした持続的で新しいイノベーションを起こす事業を考える”という試みです。私も１期生としてそこに参加しながら「生まれ育った大好きな田辺を守りたい」という志をもった、土地家屋調査士他３名に声をかけ、10月

LLPタモリ舎の仲間たち

に『LLPタモリ舎』を設立しました。社名は、田辺の家守として“田辺を守り”“田辺を盛り上げる”という想いを込めました。

さらに、11月には和歌山市で開催されたリノベーションスクールにも参加して、どのように事業計画を組み立て、どのようにプレゼンテーションをするのかということを学びました。人口減少が進めば新築の着工件数も減り、建築業界の仕事も減っていきます。その中で生き残っていくには、リノベーションの技術を使って空き家を活用することが有効だということが腹落ちしました。そこでタモリ舎では、“古き良きものを守りながら、新しいものと融合させ、人が集まる仕組みと心地よい空間づくりを組み合わせることで、新たな価値を創造していく”ということをコンセプトに掲げました。

そして、その年の12月に細野邸の改修工事に着手し、翌年の３月にクラウドファンディングを開始、５月にゲストハウスとシェアハウスを先行オープン、12月にカフェ＆バーをオープンというスケジュールで進めました。

古民家を再生して地域住民と観光客が交わる複合施設を作る

この古民家は、紀伊田辺駅の商店街から少し入った路地裏にある、今でも200店以上軒を連ねる“味光路”という飲食店街からほど近い場所にあります。ここで、ヒトとモノとコトの３つが交わる

the CUEの外観

“エンゲージメントハウス”、具体的にはゲストハウスとシェアハウスとレストランの３つの機能を複合した事業を展開したいと考えました。施設の名前は「the CUE（キュー）」です。CUEとは“物事の始まりや、とるべき行動を喚起する合図、信号”といった意味で、ヒトとモノとコトが交わり、新しい始まりやきっかけになるような場所を作りたいと思いました。

物件は敷地面積が約160坪、母屋の建物面積が約50坪あったので、１階をゲストハウス、２階をシェアハウスにしました。当初は全てをゲストハウスにするつもりでしたが、100㎡を超える改修は建築確認申請が必要なので諦めました。中庭に面した部分に共有スペースを設け、離れは“田辺のまちのリビング”になるような、会話やきっかけが生まれるカフェ＆バー、庭は多目的に使える交流スペースにしました。これらを組み合わせることで、増加する観光客や交流人口をゲストハウスに誘致し、定住人口となる移住者や中心市街地外の住民をシェアハウスに誘致し、カフェ＆バーを設けて地域資源を料理に生かし、そこに地域住民を誘致します。観光客と移住者と地域資源・地域住民の３つを結び付け（エンゲージメントし）、この地域に賑わいを取り戻すことで、そこに新たなビジネスチャンスが生まれ、空き店舗が埋まることで交流人口や定住人口が増加するという好循環を作りたいと思いました。

改修費用の調達と事業プラン

改修工事にあたっては、日本政策金融公庫から700万円を無担保で融資してもらい、さらに購入型のクラウドファンディングで300万円を集めました。募集のコースは3,000円から30万円までの７種類を設け、それぞれに対してワンドリンクチケット券や宿泊券、企業の場合はホームページ内での企業名の掲載権といったリターンを用意しました。支援してくれたのは183人で、その内９割が地元の方でした。募集コストはクラウドファンディング提供会社への手数料５％とコンサルフィーが５％、それに出資家へのリターンのコストとして10％を見込みました。募集の過程では、地元のつながりが強い商工会議所青年部のメンバーと

ゲストハウスとシェアハウスの共用スペース

カフェ＆バー

一緒に市内の企業にチラシをまいたり、市役所の方にも告知協力をしてもらいました。また、着工してからはボランティアを募り、家財の掃除や漆喰塗りのワークショップなどを開催してファンづくりに努めました。

建物はタモリ舎のメンバーの１人が購入して、タモリ舎が月10万円の普通賃貸借契約で借りています。ゲストルームは1泊4,000円×４室、シェアハウスは家賃３万8,000円×３室設け、改修工事として集めた1,000万円は8年で返却する予定です。現在、ゲストルームの利用者は65％が外国人で、しかもほとんどが欧米人です。既に年間1,500人が利用してくれるようになり、大手宿泊予約サイトのBooking.comのクチコミアワードを受賞しました。また、シェアハウスも地元のテレワークの会社が借りてくれ満室です。

人のつながりを広げていく

the CUEの運営はタモリ舎が行いますが、当初はスタッフの確保が課題でした。ゲストハウスで最初にスタッフになってくれたのは栃木県出身の人で、地域の若手事業者たちが取り組んでいた海水浴場でイルカを飼うという事業において、ドルフィントレーナーの経験があり、たまたまそのOB会で出会ったことがきっかけでした。またカフェ＆バーで出す料理についても、ストーリー作りが大事だと思い、どのような食材を提供しようか悩んでいた時に、たなべ未来創造塾の同期生で岡本農園の代表が、鳥獣害を自分たちで解決しようと地元の若手農家とともに“森の番人プロジェクト「チームHINATA」”を立ち上げ、シカやイノシシを捕まえて、解体処理場と連携してジビエ肉として販売し始めたので、ぜひ活用したいと考えました。さらに、田辺市出身で長野県のフランス料理店でシェフをしていた人が、最終的に地元でレストランを開きたいと考えているという話を聞いたので、それまでの間、the CUEでシェフをしないかと声をかけたところ、意気投合し、チームHINATAのジビエ肉を使ってジビエバーガーやロースト、地元のシラスや梅を使ったパスタなどのメニューを開発してもらいました。しかも彼は、Uターン後も積極的に地域貢献に取り組み、小学生にジビエの授業をしたり高校生に食育の授業をしています。その結果、生徒の父兄がレストランに来てくれたり、全国制覇を何度もしている高校の写真部の生徒たちがメニューの写真を撮ってくれたりしたことで、全国雑誌のソトコトのソーシャル＆エコマガジンなどに私たちの活動が取り上げられるようになりました。このように、人と人とのつながりが大きな輪になっていき、地域の人たちを少しずつ巻き込みながらthe CUEという場所をどんどん育てあげています。

施設の宿泊者と地域の人たちの国際交流

嬉しいことに、今では旧田辺市内の市街地が、外国人の宿泊者数で中辺路を抜いています。また、この取り組みを通じて今までの仕事の範疇では出会えないような人とのつながりができ、古民家のリノベーションや、飲食店の工事の相談、紀州材を使った内装工事の相談など、本業の仕事にもプラスの効果が出始めています。the CUEをきっかけにして、面白い店舗が周辺にでき、そこから賑わいが生まれエリアの価値が高まり、最終的に自分たちの仕事の創出につながっていけばと思っています。

※１　平成25年度の住宅土地統計調査では、田辺市の空き家数は7,220戸。

［講演：2019年11月］

ビジネスリーダーの育成を目指す「たなべ未来創造塾」

田辺市役所　企画部
たなべ営業室　価値創造係
係長 **鍋屋安則** 氏

――「たなべ未来創造塾」の立ち上げについて教えてください。

2004年に「紀伊山地の霊場と参詣道」が世界遺産に登録され、2005年に１市２町２村を合併し現在の田辺市ができました。それから約10年という節目を迎えるにあたり、真砂市長は新しい価値を生み出していこうという方針を打ち出し、役所内に“たなべ営業室”を新設しました。私はそこに配属になりましたが、与えられたミッションは、“世界遺産登録10周年を契機に首都圏に対して田辺市をプロモーションしていく”ということと、“今後の10年を見据えて田辺市として何をしていくべきか方向性を定める”というものでした。

プロモーションについては、それまでも市の主催でイベントなどを行っていましたが、一過性に終わってしまうことが多く、一時的に盛り上がったとしても、結果的に事業者の儲けにつながらないために持続しませんでした。そこで、東京のシンクタンクで勤務されたあと、富山大学に転身された金岡省吾教授に助言や指導を仰ぐことにしました。金岡教授は地域経済の活性化の専門家で、既に高岡市や魚津市で実践しているスクールでは企画した事業プランの70％近くが稼働するという高い実績を出していました。

富山大学には延べ40～50回ほど通いつめました。そこで学んだことは、人口が増えていた時代は、道路を作り、工場を誘致して、大量生産すればよかったが、これからの急激な人口減少時代には方向性を変える必要があり、民間企業がCSV（共通価値の創造）の発想をもち、地域の課題をビジネスで解決し、地域と事業者がwin-winの関係性を構築することを考えるべきだということです。そしてそのビジネスというのは、大きな企業の誘致や大学の誘致に頼るのではなく地域に住む人たちが地域に根ざして小さなビジネスを起こし、それをつないで面にして、足腰の強い地域の経済を生み出していくという考え方です。そのようなビジネスを生むには２つの方法があります。１つは補助金制度を作ること。しかし、それは国や県に任せよう。２つ目は、ビジネスができる人を１人ひとり育てていくことです。田辺市では後者を選択し、“地域の人が地域の資源と本業を生かしてできる新たなビジネスモデルの創出”を推進するために、ビジネスリーダーの育成を目指した「たなべ未来創造塾」を創設することにしました。

――具体的な取り組みについて教えてください。

まず、富山大学地域連携推進機構と「人材育成の連携に関する覚書」を締結し、共同研究員として田辺市から富山大学に職員を派遣し、ノウハウの取得やカリキュラムの構築に取り組むことにしました。さらに、日本政策金融公庫田辺支店と経営者育成に係る連携協定を結び、塾の進捗状況に合わせて個別融資相談などを連動させることで、「産学官金」が一体となった連携体制を構築し、塾生のチャレンジを支援する体制を整えました。

「たなべ未来創造塾」は2016年７月に開校。建設業、農家、飲食店の経営者など多種多様の業種から11名が参加し、基礎知識の取得→ケーススタディ→ビジネスプランの構築（演習）→ビジネスプランの発表（修了式）という流れで、月２回のペースで計14回開催し、講義が半分、ディスカッションが半分という割合で進めていきました。塾のテーマは“地域の課題は自分の本業や強みを生かしてビジネスで解決する”ということなので、“教科書のような答えはない。自分たちで議論しな

がら自分たちでビジネスを考えるんだ”と伝え、修了式では市長や金融機関など約90人の前で、まとめあげたビジネスプランをプレゼンテーションしてもらいました。

――具体的にどのような成果が出ていますか。

これまで４期が終了し、47名が修了していきましたが、ちょっとしたメニュー開発といったものを含めると事業の稼働率は65.7％（１～３期）にのぼります。その中でも１期の修了生である中村氏のthe CUEはとてもわかりやすい成果でしたので、それが突破口になり、やればできるんだという機運が塾生の中に一気に高まりました。その後、鳥獣害対策として地域の若手農家がチームを組み、鳥獣の捕獲から解体まで取り組む農家と、それを調理してジビエ料理にするフレンチのシェフ、未利用の農作物をジャムにして販売しているイタリアンのシェフ、30種類の柑橘が収穫できる農家とパン屋などがつながり、新しい商品開発を始めました。また、そのパン屋と２人のシェフ、鳥獣害対策に取り組む農家がつながって“ジビエバーガー”といった新名物が生まれたりと、異業種の塾生が集まったおかげで人と人がつながり、新たなビジネスがどんどん生まれています。さらに、そのプロセスを、塾生でもあった地元新聞『紀伊民報』の記者が丁寧にフォローし、地元の人たちにどんどん発信してくれたおかげで、新しいチャレンジが塾生以外にも広がっていくという好循環が生まれました。

中村氏：工務店の仕事だけであれば新聞に取り上げられることはなかったと思いますが、まちづくりとセットであれば記事にしてもらえることがわかりました。実はthe CUEの仕事は、父や兄に言っても絶対に理解してもらえないと思い、会社には内緒で進めました（笑）。しかし最近は、ここがモデルハウスの役割になって、リノベーションや飲食店舗の仕事という本業にもつながってきたので理解を示してくれています。

――今後の展開が非常に楽しみです。

今、塾の修了生たちが地元の小中高や県内外の大学生などにこの取り組みを伝え始めました。それによって、彼らが卒業したあとの選択肢が増え、地元に戻って起業したり、新たな後継者として戻ってくる可能性が生まれてくると思います。また、女性向けの起業塾も開催予定です。

これからも地元の中で輝く人材を育て、それに関わりたいと思う人がどんどん集まり面になって広がっていく―そういう地域づくりを目指しています。田辺の資源は“人”だということを本当に実感しています。

たなべ未来創造塾の様子

株式会社中村工務店

代 表 者：中村　静男
所 在 地：和歌山県田辺市下三栖1499-12
電　　話：0739-26-5109
Ｈ　　Ｐ：http://s-nakamura.co.jp/
業務内容：和歌山県南部の中心都市「紀伊山地の霊場と表詣道」の世界遺産を有する田辺市にて、建設業、建築物の設計、監理業、不動産業、人材派遣業などを行う。特に木工事におけるものづくりを通じて、安全で安心できる住宅作りに尽力。一級建築士事務所も開設している。

令和元年度
空き家対策等地域守りに関する調査研究
報告書

令和２年３月発行
編集・発行／公益社団法人 全国宅地建物取引業協会連合会
公益社団法人 全国宅地建物取引業保証協会
〒101-0032　東京都千代田区岩本町２-６-３
TEL　03（5821）8111
編集協力　㈱住宅新報

公益社団法人　全国宅地建物取引業協会連合会
公益社団法人　全国宅地建物取引業保証協会