

## 第1部

## 講演 『なぜ今、空きビル活用なのか?』

吉原住宅有限会社 代表取締役 吉原 勝己

## ●ビンテージ不動産という概念

- ・今まで不動産分野では“ビンテージ”という言葉が使われてこなかった。
- ・『ビンテージ不動産プロデュース事業』として、築58年の「冷泉荘」をはじめ経年賃貸ビル経営の再生に取り組んでいるが、理念が大切だと考えている。
- ・家賃を下げて人も入らない、もしくは入居しても滞納される。安くすることが自分の首を絞めるという状況があった。
- ・福岡の都心部は建て替えた方が儲かるという図式。子育てをしていく中で、故郷とは何かという思いになった。
- ・オーナーが一棟の集合住宅を壊すことで、地域から約50世帯がいなくなる。福岡のコミュニティを創るのは集合住宅である。賃貸の大家が持つ役割は大きい、相続が問題である。



## ●ビンテージ不動産プロデュース事業

- ・2003年、「山王マンション」からリノベーション物件の賃貸を始めた。国内でも初期事例である。
- ・当初は、業者に丸投げのため一部屋の改修に400万もかかり、コストダウンがテーマとなった。
- ・一社で賃貸ビルを再生してくれたための仕組みを構築した。(多岐にわたる専門分野を統合する)



## 「ワンストップ事業」

賃貸ビル経営コンサル／マーケティング・企画・提案／設計デザイン／工事監理／ プロモーション／ブランディング不動産仲介／つながり型管理／ビンテージビル文化啓発
---

- ・素人デザイナーや入居者のアイデアによって、世界に一つしかない部屋の集積となった。
- ・最初はスケルトン物件にしていたが、解体コストもかかった。しかし、若い方は古い部屋の味（ぬくもり）を感じるようだった。
- ・宍道湖の民藝釜元でブランディングを学んだことから、できるだけ壊さないで、ビンテージビルの良さ（ストーリー）を生かすという考え方に変わっていった。
- ・設計者ではなく生活者から始まるデザイン・考え方を生かせるのが賃貸分野のリノベーション。

## ●リノベーションの類型

- ①スケルトン …費用はかかるが、ビックリするような仕上りになる  
入居者を募るファーストステップ
- ②エコリノベ、プチリノベ …ビルの名前が認識されるようになった時点で行う
- ③DIYリノベ …入居者自身がリノベを行う

## ●入居者のコミュニティづくり

- ・入居者を結びつけるのも管理会社の役割。社内に入居者をつなぐ「もちつき課」を設置し、元々の入居者である高齢者と新たに入ってきた若い世代をつなぐ。
- ・二ヶ月に一回、ニュースレター（200戸）を発行。“パリのアパートメントのように古くて素敵な物件にしたい”というメッセージを発信することにより、「クレーム」（工事の騒音等）が「サービスリクエスト」（こんな建物にしたい）に変化した。

### ●リノベーションサービス【リノっしょ】

- ・社内のプロが入居者と“一緒に楽しくDIY”を行うことにより、部屋に愛着を持ってくれる。
- ・大切に部屋を使ってくれるので、現在は、退去時に敷金を全額返すケースも多い。
- ・我々の強みはリノベーションのノウハウだと思っていたが、それは勘違いだった。再生の本質的な強みは、「つながり」である。
- ・人々の「つながり」への欲求は強い。「つながり」がビンテージ不動産の強みである。

### ●つながりがわかるイベント

- ・DIYイベントの実施
- ・入居者企画のイベント「山王マンション隣人祭り」(一品持ち寄りパーティー)
- ・まち歩きクラブ「清川ぶらりーず」(昼ぶら・夜ぶら)、「清川マップ」



賃貸がまちのつながりの核になる

### ●築100年経営

- ・現在経営はV字回復し、15年前の売り上げに戻っている。
- ・通常は、古くなるほど家賃が安くなるが、古くなるほど価値が上がるのがビンテージ賃貸。
- ・100年持たせるためには、耐震補強等ハードの投資は欠かせない。
- ・ハード(耐震補強等)×ソフト(コミュニティ)×オペレーション(管理)の三つが備わった時、建物は利益を生み、活気を生む。入居者が入居者を呼ぶようになる。



「経年劣化」から「経年優価」へ

### ●ビンテージシティFUKUOKA計画

- ・ビンテージ賃貸の需要が増えることにより、新たなオーナーさんによる物件が生まれる。結果、エリアとしての価値も高まる。
- ・福岡はリノベ認知度・好感度が高い。(2012リノベーション認知度調査：リクルート調べ)
- ・一社の動きが、住まいのもう一つのあり方を生んだと言える。地方都市でこそムーブメントが起こせる時代。
- ・冷泉荘(福岡市都市景観賞)における「文化・アート・クリエイティブ事業」
- ・古さを残した外壁補修(朽ちている状態をそのまま固める)に取り組んでいる。同潤会アパートのようなレトロ感。長崎の軍艦島でも採用予定。
- ・ビンテージビルまち歩きを行い、周りのオーナーさんに古い物件の良さを伝えている。博多商人が建てたものが現在の賃貸。戦後復興のDNAが刻まれている。

### ●社会課題への取り組み

- ・社会課題を自分達の事業で解決していく、ソーシャルビジネスが現在の研究テーマ。「三方よし」
- ・オーナー(≒地主)は街を守る役割を宿命的に背負っている。その人達が自覚を持つことで、主役がオーナーさんから入居者(市民)へと移っていく。

### ●街ごとの再生手法

- ・「茶山ココ」…職住ミックス型シェアハウス
- ・「リノベーションから始めない不動産再生手法」…地方に行けば行くほど、投資できない。
- ・「清川リトル商店街」…空きテナントで3万円の小屋を建て商売を始める。半年継続、12組。
- ・「軒先き市」(鹿児島市)…シャッターが閉まった店舗前で市を開催。

- ・「吉浦ビル」(福岡市) …入居者が入居者を助ける。(200万で入居者にスケルトン物件をリノベーションしてもらう)
- ・「KATARO base 32」(柳川市) …柳川商店街に創業支援拠点を整備。
- ・「旧八女郡役所」(八女市) …伝建地区に位置する巨大な物件を、市民の手で整備。
- ・「DIYリノベシティ大牟田計画」(大牟田市) …移住者の住まいは市民が作る。
- ・「ビンテージ団地再生計画」(久留米市) …鉄筋コンクリート造4階建×3棟の団地を再生。
- ・「福岡DIYリノベウィーク」(福岡市) …街への思いのある人と広域につながる。

## ●まとめ

- ・リノベーションの前に、まずは人が集まる場所を耕し、仕組みを作る。建築から始めるのではなくマーケティングが大切。人を集める努力をする。
- ・不動産再生に経歴は不要。必要なのは家族やまちへの思い。そんなビジョンは伝染する。
- ・てこの原理
- ・空き家・空きビルは「未来のまちの学校」である。

(よしはら かつみ)

参考資料 : 「Enjoy Vintage Bldg.」  
: 「FUKUOKA DIY リノベ WEEK 2016」  
: 「清川リトル商店街」  
: 月刊「冷泉荘」 vol. 89

講師プロフィール ……………

吉原 勝己

吉原住宅(有)代表取締役、(株)スペースRデザイン代表取締役、  
NPO法人福岡ビルストック研究会理事長

1961年福岡市清川生まれ。

株式会社スペースRデザインと吉原住宅有限会社の社長を兼任。生まれ育った福岡のまちを愛し、福岡市のまちづくりの市民研究員としても活躍。意外にも、前職は製薬会社の研究開発員である。まだ「リノベーション」という言葉さえ知られていなかった福岡で、ビル再生を始め、ブランディングによる「ビンテージビル」というまったく新しい概念を広めた。



第2部

フリートーク

ゲストスピーカー：吉原住宅有限会社 代表取締役 吉原 勝己  
コーディネーター：富士山まちづくり株式会社 代表取締役 佐野 荘一

(佐野) 自分たちの取り組みに周りを巻き込むコツは？

(吉原) 昔、化学をやっていたのでまずは論理を積み上げていった。様々な方面から検証した時、「長く持たせた建物には必ず市場ができ、人が集まる」という論理に破綻がなかった。また、僕らがやっていることに対して、困った大家さんがたくさん集まってきた。この方達のために何かできないかという気持ちになった。

論理的に再現性がある。そして、わかったことは広く伝えたいという思いがある。発信を続けていくとメディアや研究が集まってくる。論理を伝えると人が集まり真似してくれる。



(佐野) ローコストとは言うもののお金がかかる。オーナーにも覚悟がいるのでは？

(吉原) 覚悟はマイナスの度合いによる。マイナスの状況に追い込まれた人間は、それをバネにできる。これは、やるしかない状況に追い込まれた人たちの話ではないだろうか。

(佐野) 吉原さんは来富3回目だが、富士市の魅力は何だと思うか？

(吉原) この街の良さは、あるラインの中に面白い建物が集約されている。一筋縄ではいかない物件が多い。鰻の寝床状であったり、折れ曲がっていたり、階段が入り組んでいたりと、立体的にも自由度が高い建物が多い。空いているスペースにはどんどん建てていくというのがユニークだと思う。

(佐野) らせん階段も多いというのも特徴の一つ。

(よしはら かつみ)  
(さの そういち)

## 質疑応答

---

Q：リノベーションをするのに、事務所用から住居用にするのは難しいか？

A：建築的に縛りが多く、用途変更が難しい。利回りのなかなか合わない。逆に、住居から事務所へは簡単。パーツをどんどん外していけるため、思ってもみないワークスペースが生まれる。

Q：階数のあるアパートは、エレベーターはどうなっているか？

A：半分がエレベーター無し物件。上階は若い人が住む物件。階層ごとにテーマを設定することでさほど問題にはならない。

Q：耐震ブレースは、各階に必要なか？ またその値段は？

A：フリーランスの構造建築士が仲間にいる。費用対効果の高い、ブレースの数の少ない場所を設定してもらおう。通常ブレースは数百万、躯体工事は一千万、耐震工事は三千万かかる。100年持たせるには、一千万の投資（一年分）は大したことはない。一年分の投資で39年利益を生むという経営的な話である。

→マルイチビルも耐震補強をしたが、高度成長期前の建物は意外に頑丈に作られている。例えば、吉原にある共同所有ビルは100メートルに9戸入っている。つまり、コンクリートで固められた階段室が9個ある。素人考えだが、かなり丈夫なのは。

A：コンクリート強度が大切。寿命の無い建物に投資はしない。まずは上がり方を計算する必要がある。

Q：外観を綺麗にするということは考えなかったのか？ 綺麗にすることで入居者が増えるのでは？

A：空室のオーナーは部屋のリノベーションから始める。外側まで資金が回らなかったこともあり、まずは部屋からリノベし、市場調査を行った。ビンテージという考え方からすると、外観を綺麗にすると逆に違和感が出る。入居者もそれを求めている。

団地物件については内装の自由度が低いので、外観がリッチに見える工夫（外回りに樹木を植える、ウッドデッキを設置する、パーゴラを作る等）を施している。これらは費用対効果も高い。コミュニケーションデザイン・ランドスケープデザイン・リノベーションデザインという3つの要素の度合いが、物件によって多少変わってくるので、そこを見極めることが大切。

Q：100年後のイメージがあれば、教えていただきたい。

A：冷泉荘については、入居者さんの力でデザインが上乘せされていく。原状回復の必要が無くアップデートされていく、これがインフィルの姿である。

団地物件は、入居者さんには、将来（7年後）のイメージスケッチを見せ、夢を明確に示している。そして、その絵を見た人達が集まり始めている。やはりデザインの力はすごい。

→この団地の一室を、職人さんがシェアオフィスとして使っている。職人同士でアパートの一室を使うという発想が面白い。