

# 住まいへの意識、高める時

## 建物で勝負する時代

高まるリスク、未曾有の不況

## 転機の不動産業

下

創業42年目を迎えた広藤（東京都杉並区、廣中啓治社長）は、事業内容の大変革に取り組んでいる。城南エリアで水く高層戸建て分譲住宅を手掛けてきたが、今後はリフォームや注文住宅など土地を手当てしない事業に大きく舵を切る。同社の久世和彦会長は言う。

「分譲事業に専念してきた会社がリフォームにシフトするのは社運をかけた綱渡りになる。それでも、土の例モダンアパートメント地を扱う商売はもともとなく、大阪・西淀川、渡邊勇三社長は設立してまだ3年目だが、空室に悩む古いアパートを既に120室以上の相次ぐ破たんは、久世会長が抱く「手塚」を暗示しているのだろうか。建物の価値創造に特化するデューズを専門にしている

ローコスト&ハイデザインによるバリエーションを売りにしている。『親元から独立し、結婚して子供が生まれるまでくらの期間は友達を呼んだらいい』と一着落しとき、しかし、若者世代が生活を工

ことだ。オーナーがデザインや施工会社と直接契約で済ませようとする傾向が、業界全体の改革に同志を燃やす。同社がリノベーションした後の平均稼働率は98%にも達している。インテリアデザイン事務所MIS（東京・吉祥寺）の伊藤都指取締役は「インテリアが不動産の流動化を促す時代に入った」と指摘する。インテリアといえは

を決定してしまっている。稼働率向上に貢献させても、最近ある有料老人ホームのインテリアを手掛けた。不動産流動化の力金が金

融けは限らない。最終ユーザーの感性に訴えるデザイン力も不動産を動かす力となりつつある。

## 自分の目で選ぶユーザー



自宅用としても普及し始めたオールシーコアのログハウス（千葉県佐倉市）

ログハウスを別荘用ではなく、自宅用に普及させることに成功したオールシーコアの三浦浩三社長は「自宅としてのログハウスは好きが嫌いかはつきりしている。そうした感性は、ネスに不慣れはない」と言い、その金額の差は自分たちから判断できる。佐倉市のユカリが丘団地の「Bess」街区（全28区画）を販売中だが、人気は上々だ。同じユカリが丘団地で先行して売り出された街区は売れた。日本人の住宅購入の動機

は意外にも好きか嫌いかではなく、一月々可能なローン返済額から逆算した購入可能金額で決めている」と話すのは東京アレイサル社長で不動産鑑定士の芳賀則人氏だ。確かにマンション購入者の多くは、購入可能額から選んだにもかかわらず、その物件の価値を購買するのには本能的に、住まいの価値は本来的に、ある物件を売ると買

（本多 博徳）