

RENOVATION TIMES

Vol.1
2013. Jan

一般社団法人リノベーション住宅推進協議会 会報誌



かえる。暮らし。すまい。

リノベーション住宅推進協議会

創刊記念対談

「リノベーションビジネスの可能性」



三浦 展

マーケティング・アナリスト/
社会デザイン研究者
×

内山博文

リノベーション住宅推進協議会 副会長

contents

- 創刊にあたって 山本卓也 代表理事 3
- 創刊記念対談 「リノベーションビジネスの可能性」 4
- 【FOCUS】「不動産流通市場活性化フォーラム提言」とは? 8
- 平成24年度定時社員総会報告 10
- RENOVATION EXPO JAPAN 2012
日本全国でリノベーションを体感! 12
- 注目のリノベ企業を訪ねる
第1回 株式会社八清 14
- 噂の適合リノベーション住宅
FILE1 株式会社トータルエステート 16
- 適合リノベーション住宅って何だろう? 18
- 新しく入会された皆様 19
- ニューアイテム インフォメーション 20
- 編集後記 22

京都の景観を保つうえで効果的な手法
京都には数多くの町家が点在する方、
その数は年々減少の一途を辿っている。町
家を大切に残すことは京都らしい景観を
保つことであり、京都ではつねに新しいも
のと古いものがうまく融合し合う家づく
りや街づくりが求められる。

「それまでは築年数の古い建物は評価でき
ないのが一般的な考え方でした。しかし、
西村孝平代表取締役は当初を振り返る。
『京町家買取再販を手掛ける

年間約60棟もの
京町家買取再販を手掛ける



代表取締役／西村孝平さん

の一つといえるのが、リノベーションによる町家の再生事業だ。創業57年の株式会社八清は、京都の伝統的建造物保存再生に特化した京町家リノベーション事業分野で、年間約60棟の買取再販を手掛けている。

「平成9年に建替え困難な古家を本来の良さを生かしたりノベーションを施し、オープンハウスを開催し、再販したところ大好評でした。これがいわゆる『京町家ブーム』のはしり的な物件となつたのです」

注目のリノベ企業を訪ねる

◎第1回 株式会社八清（ハチセ）

本企画では先導的なリノベーションを手掛ける会員企業を訪問し、その取り組みをご紹介します。今回は、京町家リノベーション事業の先駆け、株式会社八清を訪ね、西村孝平代表取締役に話をおきました。

リノベーションは、家そのものの価値を高めるという考え方で、住宅の価値を正しく評価します。いわばキャピタルゲインのように、再び住宅の価値に見合った利益が得られる手法などはと氣付きました

zatta（ノスタとザッタ）」を開発、商品化している。「リ・ストック住宅」と「nostatza」は、快適性・デザイン性を追求する従来のリノベーションと一線を画した商品として、既存物の持ち味を引き出す手法を取り入れています。すべてのお客様ニーズに合った商品を提供するのではなく、「ボロ家感がいい」というお客様に限定した仕様の京町家を提案することに注力しました。言い換ればスペックにない価値、いわゆる「経年美」を求めるお客様だけにターゲットを絞ったリノベーション商品で、ここにこそ商機があると判断しました

味わいや経年美を求める お客様に絞った商品の開発

同社では、京町家のリノベーション事業以外にも、リノベーションをより進化させ、既築建物を再利用する環境配慮型住宅「リ・ストック住宅」と「nostatza &



一つ。住む人が手間暇かけて手入れすれば一層その味わいは深まる。お金に代え難い時間と手間が掛かった「味わいある古いもの」を求める人は、近年ますます増加している。

その他にも、八清にはさまざまなりノベーション商品が揃う。

①京町家再生プロジェクト大正ロマン・大正時代の文化住宅を再現するプロジェクト

②ウサギプロジェクト「うさぎ小屋」をイメージし、狭小スペースを快適な住宅として改裝、リーズナブルな価格で再販する

单身女性向けの住宅

③re;base 人から人へと大切に受け継がれていくための仕組みづくりを視野に、本当に上質なものは何かを追求

した家具工房フインガーマークスとのコラボレーション住宅。

その他、町家普請プロジェクトとして『京都の名工』として名を轟かせた大工の北村傳兵衛氏が手掛けた築80余年の木造住

宅の姿をそのまま保ちながらリノベーションした住宅のプロジェクトが進行中。

これら商品はどれもコンセプトに沿った趣向が施されているのが特徴だ。広い購買層というよりも、ピンポイントな層向かかもしれないが、そこから確実に支持を得られる確かな商品力がある。

社内Web制作部による
きめ細かなコンテンツづくり

八清ではこれら商品の販売戦略として、

Webサイトでの案内を充実させている。案件ごとに閲覧者に興味を持たせる見せ方を開拓し、プロジェクトを手掛けるスタッフもあちこちに登場する。

「多様化するお客様ニーズに対応するため、私自身、モデルハウスで来訪者と話ををするなど情報収集に日々努めています。

ここで得た情報は社内で精査してからWebに反映しています。Web制作部を社内に設け、きめ細かなコンテンツづくりを心掛けています」

最後に、西村代表取締役にスタッフとのかかわりについて聞いた。

「企業体として利益を上げていくのは当然ですが、スタッフの感性を磨くことも大切だと思います。スタッフ個々の考案したプロ

ジェクトを積極的に採用し、仮に失敗しても、それを教訓に次回取り戻せるよう再チャレンジすればいい。結果、社員の満足度が顧客の満足度につながるという相乗効果を期待したいですね」

スクラップ&ビルト型からストック型社会への重要な役割を果たすリノベーション。「受け継がれる家」や「記憶に残る家」をつくるには、いかに家の持つ付加価値を高めていくかに尽きる。八清の取り組みは、今後も確実に消費者の支持を得ていただろう。

株式会社 八清（ハチセ）
京都府京都市下京区
東洞院通高辻上る
高橋町 619 番地
TEL / 075-341-6321
<http://www.hachise.jp/>

「nosta 吉田山の見える家」
トップライトから明かりの差す明るいLDK

「アトリエウサギの家」引き戸の玄関と白い壁の家

「nosta 時々の家」昔の応接間をイメージし、シックなグリーンのカーペットを駆け足めた洋室

re;base 打ち合わせ風景

「nosta シンプルに暮らす家」杉の足場板のフローリングに白いベンキが似合う明るいリビング