

# 建築 | 新しい仕事の かたち

箱の産業から場の産業へ

松村秀一著

彰国社

つた箱の産業の時代には、それらの底地にしか注目していなかつたが、場の産業の時代には上物が主な調査の対象である。

こうしたまちの空間資源の実態把握は、個々の建物の仕様と近隣の市場環境を前提とした効果的なプロパティマネジメントという仕事の領域に結び付く一方で、将来まち全体の価値を高めるエリアマネジメントを手掛ける上でも有益な情報を与えるものである（図2-1）。

## 2-2 まちなかの空間資源とそのネットワーク

### 空き家という空間資源

まちのなかには様々な空間資源が眠っている。各地で場の産業を形づくり始めた人々の多くは、それを発見するところから新しい仕事を始めた経緯がある。中でもまちなかの空き家の中に新しい生活の場としての可能性を見出した人は多い。例えば、企業の経営環境の変化に伴つて空き家化した社宅や社員寮に可能性を見出した人もいれば、職住近接という家業のあり方が衰退するのに伴い空き家化した都心部の併用住宅ビルに可能性を見出した人もいる。福岡で大胆なリノベーションを提案する新しいタイプの不動産管理業を始めた「コヤマコ

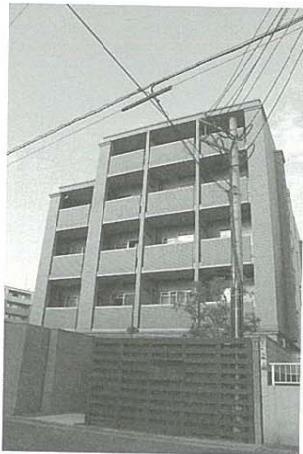


図2-2  
貞國さんたちの手掛けたスタジオアパートメントKICHI

ンセプト」の貞國秀幸さんたちの代表的な物件「スタジオアパートメントKICHI」。もともと1階に食堂と管理人室のある社員寮だったが、線路沿いの立地であること、周辺に芸術系学校が多くあることなどから、共用のスタジオを持つアーティストのための賃貸住宅にリノベーションしたものである。貞國さんたちはこのKICHIをきっかけに、この地区全体を徐々にアートのまちに変貌させていくことを念頭に置いて活動している（図2-2）。

京町屋のリノベーションとその販売という新規事業で有名になつた「八清」の西村孝平さんは、建物の歴史を継承することが愛着を持てる住まいづくりにつながるとの考え方から、年々多くが取り壊されつづあつた京町屋に新しい住み手を迎えることの可能性に着目し、リノベーションした後販売するあるいはリノベーションしたものを短期滞在にも長期滞在にも対応できる宿として運営するという新規事業を立ち上げた（図2-3）。

長野市の善光寺周辺で次々と起こりつた空き家のリノベーションとそこでの起業。その仕掛け人の一人である「マイルーム」

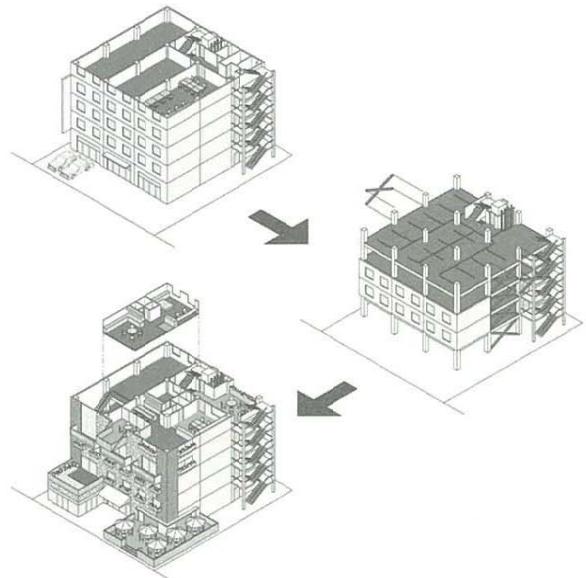


図2-5  
建物のコンバージョンによる都市空間有効活用技術研究会が持っていた空きオフィスビルから住宅へのコンバージョンのイメージ

空きオフィスビルの空間資源としての可能性については、私自身2000年ごろから注目してきた。各地のオフィスビルの空室率が上昇していた2001年には、日本国内の産官学界からの参加者に海外の共同研究者を加え、合計約80名で「建物のコンバージョンによる都市空間有効活用技術研究会」を立ち上げ、研究活動を開

に見られる空き校舎、ニューヨークSOHO地区の例に見られる空き工場や空き倉庫、そして空きオフィスビルである。

の倉石智典さんは、何の変哲もなさそうなまちなかの空き家を空間資源として再評価する人を増やすべく、定期的に空き家巡りを実施してきた。今では、「起業するには良い環境」という理由で他地域から移住する人も増え、空き家を使いたい人の方が多く物件が足りない状態だという（図2-4）。

### 空きビルとそのネットワークが可能にすること

空間資源として、空き家と並んで注目されてきたのは、前述のアーツ千代田3331の例

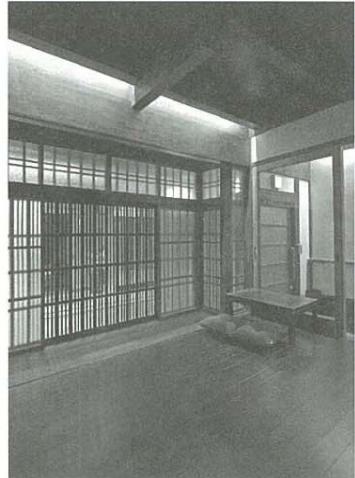


図2-3  
西村さんたちが運営する京町屋の宿

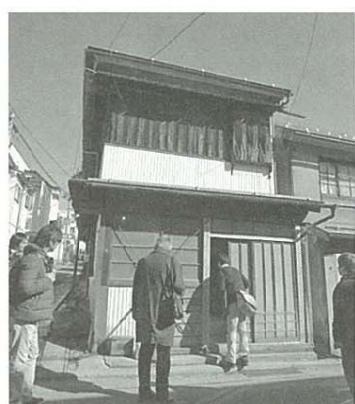


図2-4  
倉石さんたちがリノベーション中の善光寺門前町の空き家

成立させる必要がある。そのため、豊かな生活の場の形成を目指す新しい仕事の中で、不動産流通はかなり大きな位置を占める。すでにある空間資源を豊かな生活の場に仕立て上げる仕事を始めた人たちの多くは、不動産流通あるいは不動産管理という業域を強く意識しており、この業域を自らの仕事の内に取り込まない場合においても、場の運営の事業収支や場づくりのためのファイナンスまでは守備範囲としているケースが多い。

場と人の出会いに関しては、上述したようにまちで、あるいはメディアでというのが基本だが、この出会いの内容にその後の場の形成や運営につながる何かを盛り込むところに、この分野の不動産流通の新しさがある。その「何か」の最右翼はプロセスである。

例えば、本業が不動産流通業である八清の西村さんは、京町屋をリノベーションして流通させるにあたり、施工時のプロセスをありのままブログにアップする方法を採っている。これが、借り手や購入者に安心感を与えると考えるからだ。実際、リノベーション物件の見学会を催すと、参加者の全員がそのウェブサイトを見ている場合が多く、すでに数年前に、以前はこの業界で当たり前だったチラシ配布をやめたという。現在では、4人のウェブサイト担当者が文献等を調べてそれぞれの建物の物語をつくって、施工プロセスの逐次報告と一緒に公開している。

ダイスプロジェクトの橋爪さんたちは、「入居者をデザインすることで資産価値を上げる」というコンセプトを掲げ、プロジェクトの初期段階で入居希望者が集まるイベントを開催し、面談することで、場づくりのプロセスに彼らを巻き込む不動産流通の方法を実践している。これによつて、結果的に新しい生活の場づくりの方向性を十分に理解・共有できる利用者が集まる。「入居者をデザインする」とはこのことを意味している。

### 流通における付加価値としての評価

人と場の出会いを媒介する際、場の評価に関する情報を提供するには需要がある。特に既存建物を空間資源として利用した場のケースでは、その建物に関する専門的な評価は重要だ。これまでの不動産流通においては、立地の利便性あるいは底地の地価ばかりが流通価格に反映され、上物である建物の評価は等閑にされてきた。もちろん生活の場として考えた際に立地がその価値を左右する重要な因子であることは言を俟たない。しかし、上物である建物の耐震性はどうなのか、居住性はどうなのか、劣化具合はどうなのか、それらは今回の流通にあたつてどの程度改善されているのかといった事柄は、空間資源の長年にわたる利用価値を大きく左右する上に、専門家でないと十分に評価することが難しいのだから、これか