

特集「中古住宅」、流通倍増へ始動

八清 (ハチセ)

丁寧に住み継げば町家の資産価値は一層高まるとみられている。京都

八清 (ハチセ) だ。

八清では年間60〜80棟の中古住宅を買取再販しているが、そのうち8割が築80〜100年以上の京町家。西村孝平社長は、「築後百年が経過した柱や古建具の黒光り、坪庭から縁側、室内へと抜ける爽やかな風と光―新築では決して得られない経年美や自然にもっと接する暮らし方を求めて、町家居住を求める人が増えている」という。

その文化歴史的価値にスポットをあて、町家の買取再販事業で成功しているのが創業58年の不動産事業者・八清 (ハチセ) だ。

京町家の資産価値



八清・西村孝平社長

京都の街を歩けば、あちこちに「町家」が点在しているのに気づく。窓には色の濃い紅殻格子 (べんがらこうし)、外壁にはアーチ状の犬矢来と呼ばれる垣根。新建材とコンクリートに囲まれた街の中で、町家の古びた木の味わいと佇まいが、古都の趣と歴史を辛くもつなぎ続ける。

町家の「経年美」、改修に活かす



洋風モダンの趣を凝らした「大正ロマンの家」

八清が中古住宅の買取再販に取り組み始めたのは2000年頃。当初は新築並みのリニューアルを志向していたが、町家に特化した「古さを良さに変えよう」と方針転換してから、改装の仕方が大きく変わった。

使い込んで手入れするほど味わいが増す古建具を採用したり、水を吸うと緑に変化する石を浴室に使い、ヒノキの壁を施すなど、家に愛着がもてるような独自提案を増やした。

経年美を活かす改修

「地元金融機関でも、当社のリノベーション町家の購入時に最優遇金利のローンが使えるようになった」(西村社長) など、希少性や歴史的価値が評価されている。リノベーション町家の市場性が高く評価されている。

また、シリーズ商品としては、アンティークステンドグラスやモザイクタイルを採り入れ、洋風モダンの趣を凝らした「大正ロマンの家」、小さくシンプルな「ウサギプロジェクト」など、様々なプロジェクトを実施。社内コーディネーターと外部設計士の自由なアイデアが、「売れる中古住宅」を生み出し続ける。

売り方にも工夫を凝らす。物件ごとに担当者を決め、ホームページ上で物件コンセプトから、着工、完成までの工程を「物語」として紹介。

「建築の素人がプロゲとして書くのが特徴。蟻害の復旧や雨漏りの跡の処理など、躯体までばらさなければ分からない工程まで、素人目線で分かりやすく説明する」(同)。瑕疵の有無からその復旧方法まで、すべてオープンにすることが、消費者を納得させ、安心感を与えるのだという。



町家の風情を活かしたリノベ住宅「下鴨茶論」

「リノベ住宅」、住まいの有力選択肢に ― 洗練デザインと品質で、資産価値を維持

な町家のリノベーションで八清と競合できる事業者は地元には数少ない。町家改修向けの物件情報も自然と八清に集まる。八清ではさらに、大型の町家を有効活用させようと模索する中で、町家をシェアハウスやゲストハウスへと再生させる事業も始まった。細街路が多く再建築が困難な京都市内で、空き家対策としても同社の取り組みに注目が集まっている。

COLUMN

空き家対策、 町家をリノベ



「安さより、だんらん」—暮らし方を重視

町家の買取再販事業を手掛ける八清（京都市、西村孝平社長）では、個人宅としては販売しにくい、大型の町家を有効活用させようと模索する中で、町家をシェアハウスやゲストハウスへと再生する事業を行っている。

空き家対策としても同社の取り組みに注目が集まっている。平成20年の土地統計調査によれば、京都市では住宅全体の14・1%にあたる約11万戸が空き家。細街路が多い京都市内には現行法下で再建築できない建物が多く、京都市では「京都市空き家の活用、適正管理に関する条例」がこの4月1日に施行

された。そうした中、八清では空き家対策として上京区にある連棟の町家をつなげ、シェアハウスとしてリノベーションした「京だんらん聚楽第（じゅらくだい）」（写真）の販売を始めた。京都市が空き家活用促進制度として検討中のモデル事業の参考にもなりそうだ。

京だんらん聚楽第は、3連棟の建物と向き異なる1棟の空家を内部でつなぎ合わせた建物。町家の外観を復元しつつ9つの居室ごとに玄関を設け、プライバシーにも配慮する。

賃料は5万7000円〜7万2000円

（共益費は共用部の清掃込みで1万2000円）と、入居者に学生が多い一般のシェアハウスと比べれば高めで、22〜40歳までの社会人を入居審査の対象とする。

共用部分が半分以上の面積を占めるのも他と一線を画す。効率を追わないのは、「安く住むのが目的ではなく、名の通り『だんらん』が目的」（西村社長）とするからだ。

家の内外で京の歴史に直に触れつつ、ゆるやかなコミュニティを築き、心豊かな暮らしを送る—生き方や暮らし方を最重視する新たな購入層に高く支持されそうだ。