

逆風を追い風に！ 発想の転換で ビジネスチャンス拡大

アーキネット京都

古くて汚いビルが持つキラリと光る潜在的な価値に着目

これまで、数多くのマンションやオフィスビルの設計を手がけてきた。転機は、今から3年前。あるビルのオーナーから「古いビルを何とかしてほしい」という相談が寄せられた。それは築40年の賃貸オフィスビルで、家賃は相場の半分にもかかわらず、入居者は3割という状態だった。建て替えるべきか、その他の方法を試みるべきか…。「まずは、どの方法が一番お得か試算することから始めました」と黒木幹雄さんは話す。結果、建て替えに比べ、リノベーションは工期もコストも半分、しかも入居者を入居させたまま工事が可能で、その間の家賃も継続して得られるということが分かった。

「これは、新たなビジネスチャンスになる！」。黒木さんはそう考えた理由を3つ挙げる。1つ目は不況。オーナーは、ビルの改装・改築にあまりお金をかけたがらない。2つ目は、京都市内には老朽化の進んだビルが多く、耐震性などの不安を抱えるビルオーナーが多いということ。そして3つ目は、京都市の景観政策などにより、ビルを建て替えた場合には従来以上の床面積・家賃収入が見込めないということ。歴史的な価値があるレトロビルの再生事業を手がける大手デベロッパーや町家を手がける工務店などは既にあつたものの、当社の特徴は、設計事務所が中心となっていることと小回りが利くこと。また、大手から見向きされないビル、中規模ビルをターゲットにしています。最初に手かけた築40年の物件では、リノベーション後、入居率が9割以上にまで高まり、短期間で家賃収入を向上させることができた。「実績を重ねることで、口コミで顧客層が広がっています」という。

大胆な発想とデザイン性を加えてビル本来の味わいを引き出す

「リノベーションというのは、新築風に見せることではありません。そのビルの風合いを生かしながら、新築ではできない遊び心を加えて、じんわりと魅力を引き出す。これが、同社が手がけるリノベーションの特徴だ。特に、古いビルは、最近では見られないような、贅沢なつくり、ユニークな間取りを持つものも多い。過去の事例では、ビルの入口にはめ込まれていたサッシを取り払って、玄関アプローチ面積を増やすことで、奥行きのあるオープンスペースを演出することに成功した。「ビル本来の天井の高さを生かして、見違えるような空間に生まれ変わりました」。古いビルの雰囲気が良い…と、リノベーション物件を選んだ入居者も少なくないという。

工期・コスト削減にも同社が培ってきたノウハウが生かされている。例えば、耐震補強を行うときに、柱や壁を配置する場所は慣習的に決まっている。だが、「こつせ部屋を区切って使うなら、部屋を仕切る壁をコンクリートにして耐震を補強すればいい…」という発想で、コストを抑え、かつデザイン性に優れた間取りを実現することができる。リノベーション物件は、ビルの骨組みや柱の位置が既に決まっている。これは、マイナス要因かもしれないが、「決められた枠組の中に、冒険心や顧客ニーズをいかに取り入れるか。マイナスをプラスに変える柔軟な発想が求められます」と黒木さんは笑う。

異業種との連携を通じて利便性の高いワンストップサービスを実現

同社のもう一つの特徴は、リノベーションに関するサービスをワンストップで提供すること。不動産に精通した企画・広告会社、会計事務所などとアライアンスを組んで、市場調査や事業性の分析、設計・施工、入居者の募集や財務・会計のサポートまで行う。オーナーやテナントの不安を解決する顧客視点のサービスは社会的にも評価され、昨年9月には京都府から経営革新計画の承認を得た。また、地域の活性化というプラスαの成果も生まれている。神戸市で手がけた事例では、駐車場を兼ねた古いビルをリノベーションし、見た目が美しいデザイナーズマンションに再生させた。新たな地域の拠点ができることで、まちの賑わい創出や地域の魅力向上に一定の貢献をしているようだ。自らと顧客(オーナー、テナント)、社会が「Win-Win」の関係を築くことができるビジネスモデルといえそう。今後の展開に期待が膨らむ。

「京都にはまだまだ再生可能なビルが埋もれています。現在、賃貸マンションなどのオーナーを対象としたセミナーを開催し、潜在顧客の掘り起こしに努めているという。業界全体が厳しい環境にさらされている今、ピンチをチャンスととらえる逆転の発想力、経営資源を補い合う異業種ネットワーク構築など、学ぶべき点が多い。

中古オフィスビルのリノベーション事業で、独自の市場を開拓している『アーキネット京都』。中古ビルが持つさまざまな制約を、新築にはない独自の魅力に生まれ変わらせている。また、外部とのネットワークを構築し、顧客視点の対応力は、高い注目を集めている。

※既存の建物に大規模な改修工事を行い、用途や機能を変更して性能を向上させたり価値を高めたりすること。



ARCHINET KYOTO

<DATA>
アーキネット京都1級建築士事務所
代表者/黒木 幹雄
住 所/京都市中京区室町通御池上る御池之町323 ミサワ京都ビル4F
T E L / 075-257-1020
W e b http://archinet-kyoto.com/
<事業内容>
建築物の企画・設計・監理、リノベーション事業



ビジネスモデルを紹介する黒木社長



デザイン性に優れた間取り。部屋の区切りの材質に鏡を使用している。



リノベーションで見違えるようなエントランスに(施工前・左、施工後・右)

解説

知恵のポイント

独自市場を開拓し、 建築設計事務所の枠を飛び出す

同社のビジネスモデルの特徴は、他社が手がけない中古ビルのリノベーションに特化することで、価格競争に巻き込まれない独自市場を開拓したことです。また、逆風を発想の転換で追い風と捉えたこともポイントです。新築の設計業務の受注が減少するなかで、既存ビルのリノベーション需要が高まると予想し、制度変更や受注変動に影響されにくい、自らが主体となるビジネスモデルを構築しました。

同社が20年間の設計実績で蓄えたノウハウの活用により、デザインと耐震性などを両立させるとともに、工務店に工法などの助言を行うことで、工期やコストを大きく圧縮できています。また、外部パートナーとネットワークを構築し、自社単独では不可能な顧客へのワンストップサービスを提供し、顧客に大きな価値を提供しています。自社の強みを生かしながら、不足する部分は外部の経営資源を活用することで、中小企業でも大企業と同等か、それ以上のサービスを提供できるという可能性を示しています。

応援します！

創業・経営革新・知恵の経営

創業をお考えの方、経営革新の経営力の向上を目指す企業のご相談に、具体的にお答えします。相談無料。
TEL: 075-1212-6470 (知恵ビジネス推進室)