2009 10·19 月4回 月曜日発行 第642号
週刊ビル経営
発行所 ㈱ビル経営研究所　〒104-0061 東京都中央区銀座7-16-15 7F
TEL 03(3543)7421　FAX 03(3543)5839
発行人 垂澤清三　年間購読料25,000円(税込)

編集後記

実は今週号の編集は、弊社刊「不動産ソリューションブック」の校了と同時進行で行われ、編集部はまさにおおわらわ、といった状態であった。しかし、同誌の編集作業を通じて感じたのは、不動産不況が叫ばれる中でもいかに元気な企業が多いか、ということであった。実際、どのように事業を堅調に進めているか、その秘密は「不動産ソリューションブック」をお手にとってご覧頂きたい。このようなご時世だからこそ、常識を打破する、英断を下す、こうしたビジネスが必要となるのだ。取材を進める中でも非常に感銘を受ける事が多々あった。ぜひご共有頂きたいものだ。

ビル業界唯一のポータルサイト
「ビルモール」はhttp://www.biru-mall.com
画面上にパスワード入力表示が出たらユーザー名を「biru」、パスワード名を「kinkyu」と入力してください。

2009年度 グッドデザイン賞 受賞作品の舞台ウラ

10月1日に発表された平成21年度グッドデザイン賞。建築物についても多数の大手企業が名を連ねた。不況下だからこそ、戦後復興期に豊かな生活と産業の振興を目的に制定された同賞に学ぶものはないだろうか。将来に残る建築物だからこそ、デザインを戦略として取り入れている中堅企業に開発の経緯を聞いた。

日本産業デザイン振興会が主催するデザイン評価・推奨制度である「グッドデザイン賞」。昭和32年に通商産業省（現経済産業省）が創立した「グッドデザイン商品選定制度」に由来し、通称Gマーク制度として長年に渡り親しまれてきた。この制度が創立した当時の日本は戦後の復興期の貧しさの中にあったが、そこから脱却し豊かな生活と産業の発展を図るために良いデザインが必要だとの思いがあったのだ。以来、50年余りを経て受賞した作品は3万点以上に及ぶ。今年の受賞作品の中でも不動産の企画に関わった企業に舞台裏を聞いた。

▲「Colesso自由が丘」外観

受賞各社の付加価値戦略に学ぶ

「展示会で各社がプレゼンテーションを繰り広げるなか、パネルだけの出展だったので場違いなのではないかと思うほどでしたが、結果は二年連続の受賞となり、当社の姿勢が評価されました」

こう語るのはコムラエージェンシー（東京都千代田区）の福澤氏。10月1日に発表となるグッドデザイン賞の決定には、6月中の応募と二度の審査、8月末に行われる「グッドデザインエキスポ」での展示が必要となる。応募についてはデザイン事業者が製品の提供者と連名、または同意を得て行う。同社の場合はデザイナー主導ではなく、施主として応募しているのだ。その背景には、自社物件を「ブランド」とするデザインに対するこだわりがある。実際、こうした取り組みによって、集合住宅では相場よりも15%程度の賃料アップが期待できるという。

同様に、オフィスビル開発にあたってもデザイナーと共同しているのはまた、企画段階で周辺からどのように差別化をはかり、どのようなテナントにターゲットを絞るかによって、依頼するデザイナーの適性を判断、選際立たせるか、苦心したという。しかし、全てをセプトは自社で策定し、

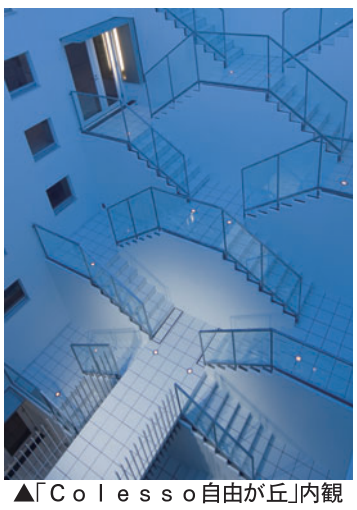
▲「AUSPICE水道橋」外観

コムラエージェンシー　敷地を活かしたデザインで差別化

福澤　祐美氏

当社では集合住宅の「Modelia」、オフィスの「Ascenzo」、商業施設の「Colesso」とそれぞれブランドを展開しています。グッドデザイン賞については昨年の「Court Modelia中目黒」と「Court Modelia祐天寺」丘という立地でも人の流れが増えている学園通り沿いであることから小規模な店舗のニーズがあると判断、街の集まるモールのような施設としています。

当社では集合住宅の数精鋭で物件開発に当たる強みを活かし、物件の仕入れの段階で開発のシナリオを描いておき、最適だと考えるデザイナーに依頼します。同物件では、駅から離れた立地ですが、目的客の多い自由が丘という立地でも人の質で閉鎖的な意匠とで受賞しており、今回の「Colesso自由が丘」で二度目となります。当社では、少イメージに反して、硬


▲「Colesso自由が丘」内観

アスコット　高いデザイン性でテナント誘致はかる

経営管理部
望月　里香氏

当社では様々なデザイナーとのコラボレーションによるモノ造りによって集合住宅やオフィスの開発を行ってきました。今回、グッドデザイン賞を受賞した「AUSPICE水道橋」の開発にあたっても、企画段階からデザインによる付加価値

性の高いものとすることを目指しました。JR「水道橋」駅から徒歩2分という敷地から上階の斜めの壁や、窓面に対してリズミカルに配置されたフィルムなど、同物件の特徴的な意匠が生まれました。こうしたデザイン性でIT企業などから引き合いがあり、平成20年7月に竣工し、周辺相場よりも比較的高い賃料にて稼働を達成しました。今年2月に売却した際にも、周辺物件との差別化による付加価値が高く評価されたと考えています。

グリーンシード　高い意匠性を補完する仲介管理の視点

統括マネージャー
鈴木　勝則氏

青山・表参道を中心に店舗物件の仲介・管理を行っている実績から「ルーチェ南青山」には企画段階からプロパティマネジメントとして参加しました。表参道のように各ブランドが旗艦店を構えるエリアで仲介を行ってきた経験から言うと、実は、必ずしもデザイン性の高い物件が埋まるとは限りません。特にここ数年は各ブランドとも独自色を出すため自由な造作が可能なシンプルな物件を好む傾向があるのです。こうした事情から、

▲「ルーチェ南青山」外観

開発に当たってもオーナーや設計者にテナント目線での意見を求められました。結果として、不況により周辺の商業施設が打撃を受ける中でも、テナントからは石張りの質感や統一感のあるデザインをご高評いただいて堅調に稼働しています。また、管理を行う立場としては、こうした意匠性の高い物件に入居いただくテナントは少しの汚れでもイメージをいる当社の強みと考えています。

ない、という姿勢もあることだ。将来に向けた資源となる「良いもの」を目指して生み出された数々の作品群に学ぶものは多いといえよう。

だろう。しかし、忘れてはならないのは、同賞が単に美しさや経済効果を図る制度ではないという