

内山 博文

1968年愛知県出身。筑波大学卒業後、大手デベロッパーを経て、都市デザインシステム(現UDS)で、コーポラティブ事業の立ち上げや不動産活用コンサルティングを手がける。

05年 リビタを設立し、リノベーションやシェアハウスの企画・運営他新しいビジネスモデル の創造に取組む。09年、リビタ常務取締役兼事業統括本部長、リノベーション住宅推進協議会副会長に就任、13年より会長。14,15年に、国交省「中古住宅市場活性化ラウンドテー

16年に独立し、不動産、建築の事業構築や企業経営のコンサルティング事業を主に手がける。

豊かなくらし、新たな住まいの選択肢を創造する「仕組み」をデザイン。本来、住まいに必要な価値を提唱し続けてきた。

ブル」委員。

■ ノベーション住宅推進協議会の全体概要

2009年に設立。

消費者が安心して既存住宅を選べる市場をつくり、既存住宅の流通を活性化。 リノベーション住宅の**品質基準の設定や、**普及・啓蒙活動、事業環境整備等を行う。

業界業種の枠を超えて 既存住宅流通に関わる 様々な企業が参加。

会員数 **807**社 (2017年2月8日現在)

正会員 **588**社 賛助会員 **203**社



リビタの事業領域

アセットビジネス、ノンアセットビジネスを組み合わせた事業ポートフォリオ





一棟丸ごとリノベーション分譲マンション

















デューデリジェンス+共用部リノベーション+専用部自由設計 +コミュニティーで、新築でも中古でもない新しい選択肢。

分譲事業(企画実績/16年3月)

東京18棟、神奈川9棟、千葉5棟、埼玉3棟、 茨城1棟、愛知(名古屋)1棟、福岡1棟(※コンサル含) 39_₹ 1276_万



リノベーション済みマンション(区分マンション買取再販リノベーション事業)













区分所有マンションの一戸を購入し、一部屋ごとに企画・販売する 当社の「リノベーション済みマンション」。独自の品質基準をクリアし 品質保証も付保、すぐに暮らしをスタートできる安心のマンションです。

分譲事業(事業主・販売実績/16年3月)

 511_{p}

















100年先を見据えた真に豊かな東京の住まい・暮らしの実現を目指し、 東京の緑豊かで良好な邸宅街に、100平米を超えた資産性と 普遍的な価値を備えた理想の住まいを提供しています。

一棟分譲事業(販売実績/16年3月) 6 棟 39 戸 **一戸分譲事業**(販売実績/15年9月)



戸建てリノベーション「HOWS Renovation」 🞸 GOOD DESIGN





















戸建てリノベーションで考える、自ら丁寧に手を入れる暮らし

- 手を入れる余地を残したシンプルで可変性の高い住まい
- **②** 構造安全性と環境性能が確保された丈夫な八コ
- ③ 消費者の住リテラシーを高める活動

分譲事業(販売実績/16年3月)

東京7棟、神奈川2棟



ジ リノベーションフルサポートサービス「リノサポ」





















中古を買ってリノベーションしたいお客様へ向けて、リノベーション前提の中古物件探し、 資金計画、設計・施工会社のコーディネートからお引渡しまで、全てをコンサルティングする ワンストップサービス。

実績(16年3月)

396_#

■ シェア型賃貸住宅「シェアプレイス」(運営事業)



















住人同士がコミュニケーションを育み、 そこから生まれた「価値」をシェアする コミュニティ重視のシェア型賃貸住宅

運営中(16年3月) 東京10棟、神奈川4棟、埼玉1棟

15_棟 995_戸



シェア型企業寮(有活コンサル)・一般賃貸マンション (バリューアップ型投資事業)



















賃貸マンションのリノベーションや運営などの有効活用提案を行うほか、 企業寮をお探しの法人様と、建物オーナー様とのマッチングをはじめ、 リノベーションからお引き渡しまでコンサルティング、入居後の運営も行います。

運営中(15年9月)

21_# 1172₌

シェアスペース・オフィス等複合施設(有活コンサル)















運営中(16年3月)



「倉庫⇒商業コンプレックス」のコンバージョンなど、 住宅にとどまらずオフィスビル・店舗等様々な建物の有効活用を提案、 シェアスペースやオフィス等へ再生後、 人や価値をシェアする場となる運営も行っています。

TABLOID、THE SHARE、BUKATSUDO、the C、PlanT



シェア型複合ホテル「THE SHARE HOTELS」 (運営事業)

THE 1-1
SHARE HOTELS























全国各地の遊休不動産に、用途変更を伴うリノベーションを施し、 宿泊施設、飲食店、シェアスペース、店舗等で構成するホテルへ再生、 その後の運営も行う当社の新規事業。 **運営中**(16年3月) 石川県金沢 1棟

棟

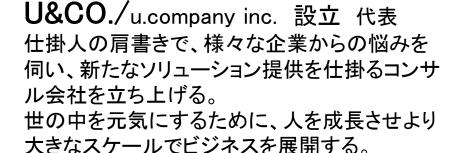
最近の取り組み

その他大小、複数社のコンサルティングに従 事

COWCamoァドバイザー就任

(株)ツクルバが運営する東京の厳選した 中古リノベーション住宅を紹介するオン ラインマーケット事業。





TGP/Thinkgreenproduce inc.社外取締役商業プロデュースを手がける同社に新たな不動産活用を提案するオペレーションビジネスを展開するために参画。

Jam / Japan. asset management 設立

「開発型アセットマネジメント会社」

既存ストック再生事業の取得時のバリュエーションから企画・プランニング・リーシング・販売までを一環してワンストップで、ディレクション及びマネジメントを行うアセットマネジネント会社を9月に設立。

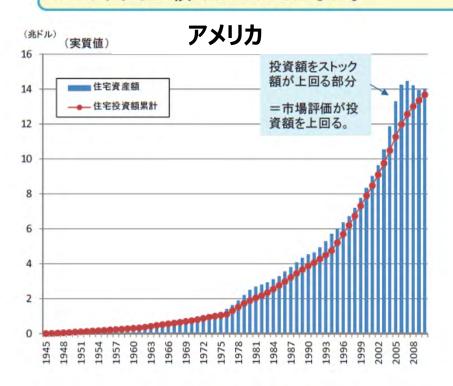


リノベーションをとりまく社会背景

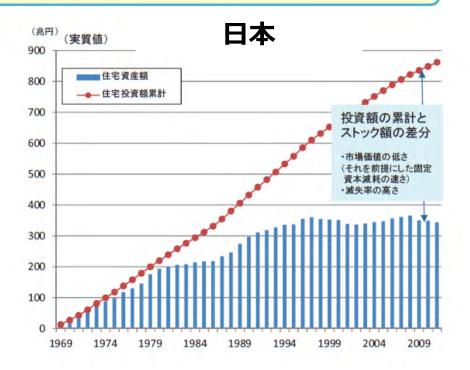
- ●もうつまんない新築はいらない
- ●社会が作り上げた新築至上主義

日米の住宅投資額累計と住宅資産額

これまで行われてきた住宅投資額の累積と、住宅ストックの資産額を比較すると、米国では、住宅 投資額に見合う資産額が蓄積しているのに対し、日本では、投資額の累積を約500兆円下回る額 のストックしか積み上がっていない。



(資料)住宅資産額:「Financial Accounts of the United States」(米連邦準備理事会) 住宅投資額累計:「National Income and Product Accounts Tables」(米国商務省経済分析局) ※野村資本市場研究所の「我が国の本格的なリバース・モーゲージの普及に向けて」を参考に作成



(資料)国民経済計算(内閣府)

※野村資本市場研究所の「我が国の本格的なリバース・モーゲージの普及に向けて」を参考に作成 ※住宅資産額の2000年以前のデータは、平成17年基準をもとに推計

消えた500兆円

「家は資産」の幻想

なぜ、家の価値は20年で消えるのか

日本の住宅は資産なのか、それとも消費財なのか。今週 号ではこの難問に答えを出してみました。20年で価値が ゼロになるものは資産とは呼べません。残るのは土地だ けです。日本の新築至上主義は直ちに修正する必要があ ります。さもないと空き家は増え続け、ニュータウンは ゴーストタウンになってしまいます。

中古価値認めず500兆円が消失 住宅を「消費財」にする三位一体の罪

- 築20年で建物価値ゼロ…借金だけ残る悲劇も
- 国、不動産・建設・金融業界を利する旧態依然の仕組み 「消費財と言われても仕方がない」 樋口武男 大和ハウス工業会長・CEO 「これからも新築住宅を供給していく」 西河洋一 飯田グループHD社長 「もう新築を追いかける時代じゃない」 和田 勇 積水ハウス会長兼CEO

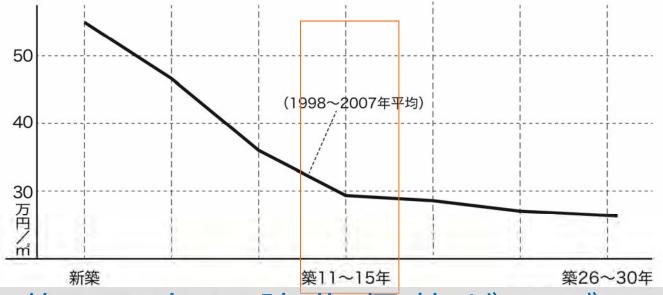
売主が損する悪習、巧妙手口…

■「両手取引」「囲い込み」…背信行為や利益相反が未だ横行 住宅購入「困った!」すごろく 物件探し・購入に待ち受ける罠

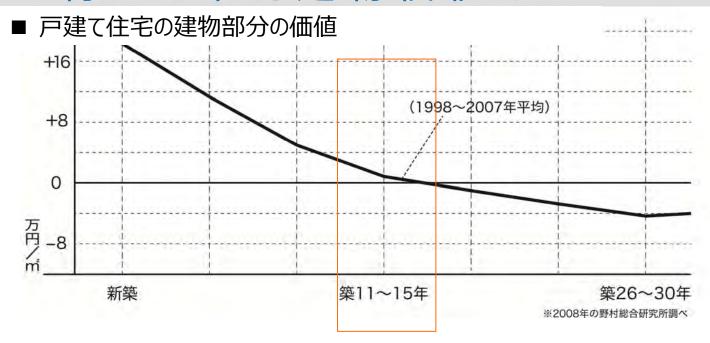


2016年2月22日発売号

■ 新築マンションの販売価格とマンション流通価格



約■2-月で年速物/建物 価値がはぼりに



市場の未来

人口移動量 2015年 1000万人 ⇒ 2030年 800万人 (NRI)

平均築年数 2013年 22年 ⇒ 2030年 29年 (NRI)

空き家率 2013年 13.5% ⇒ 2033年 30.4% (国交省基づきNRI)

住宅購入世帯数 2011~15年 410万 ⇒ 2026~30年 360万※5年累積 (NRI)

既存物件購入比率 2013年 28.8% ⇒ 2030年 48.8% (NRI)

- ◆労働人口の全体縮小
- ◆建設業の人材不足と高齢化
- ◆建設人材の多能工化
- ◆不動産人材のハイスペック化

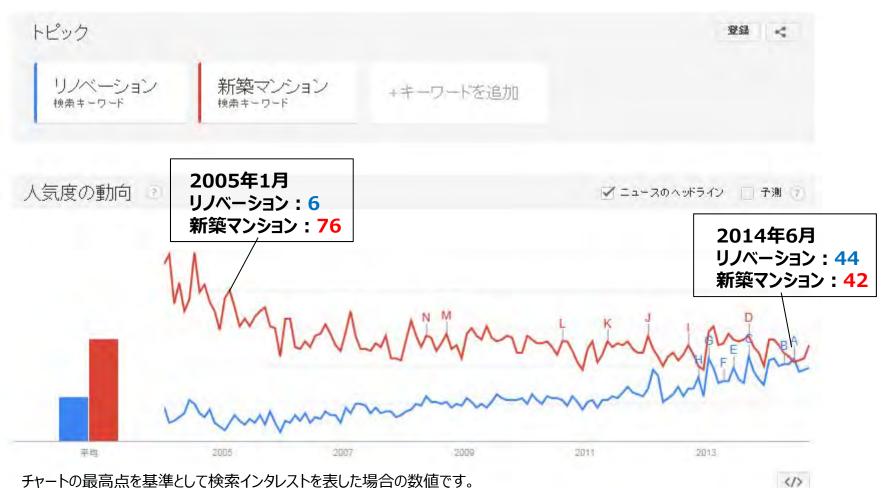
2016年に首都圏で販売された中古の民間分譲マンションの戸数が新築を上回った。



マンションの大量供給が始まった1990年代半ば以降で初めて。住宅購入の新築信仰が薄れ、今ある物件を活用する時代に入ったと業界関係者はみている。 民間の長谷工総合研究所(東京都港区)が、不動産経済研究所(同新宿区)と東日本不動産流通機構(同千代田区)がそれぞれ調べた新築の総販売戸数と中古の成約戸数を分析した。

それによると、16年に東京都と神奈川、 埼玉、千葉の各県で販売された新築マン 朝日新聞デジタルより抜料 ションは前年比12・(全分減を2月万百発行) 3戸だったが、中古は前年比7・0%増の

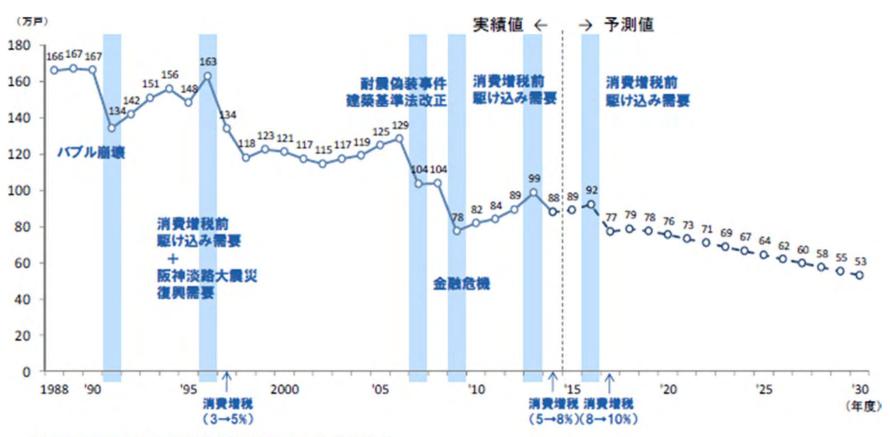
Google 検索ボリューム推移(2004~2013)



チャートの最高点を基準として検索インタレストを表した場合の数値です。 指定された地域と期間における検索の 10 % が「ピザ」で、この値が最大値であれば、この数値が 100 となります。

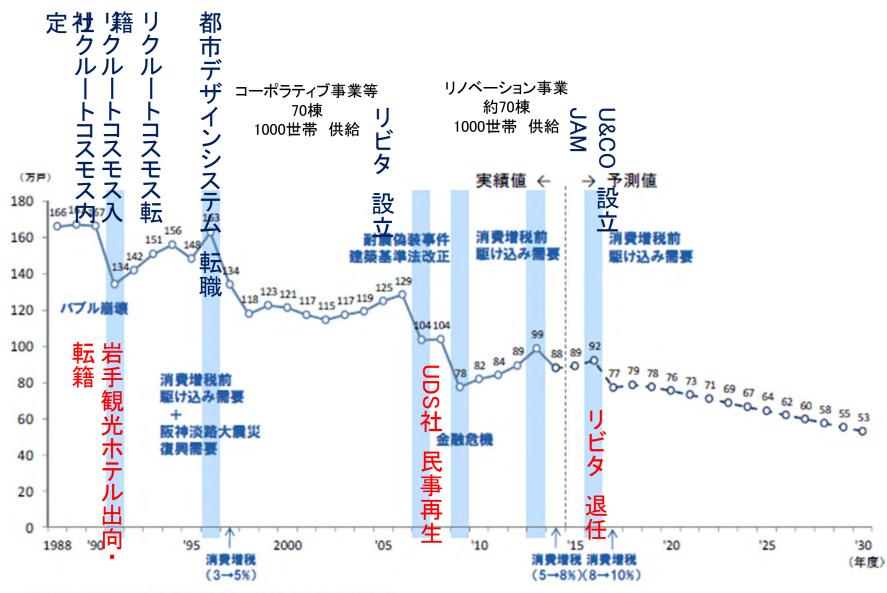
長期的に回復の見込みのない新築市場

- 2030年度には53万戸まで減少
 - ■新築着工数の長期予測(野村総研)



出所)実績値は、国土交通省「建築着工統計」より。予測値はNRI。

住宅着工数の変遷と自らの出来事

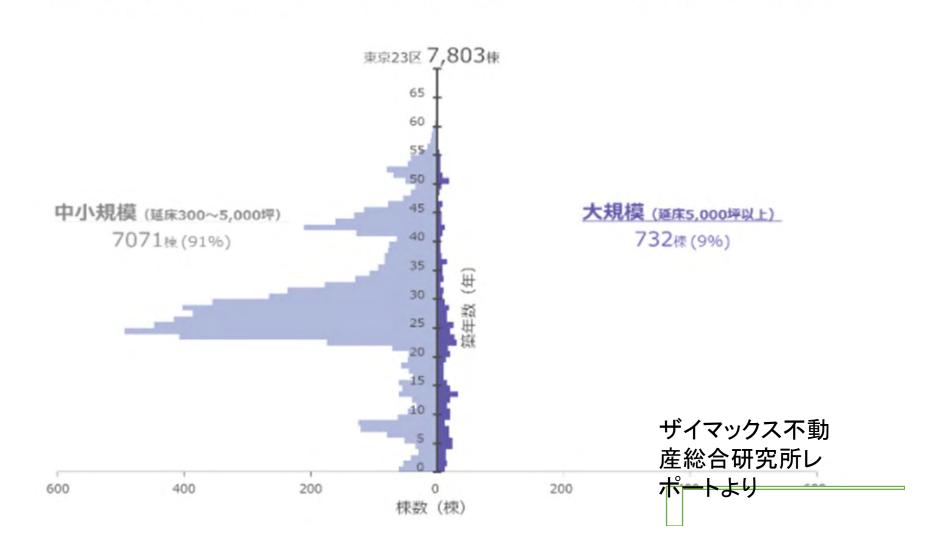


出所)実績値は、国土交通省「建築着工統計」より。予測値はNRI。

都心の街は中小ビルストックをどう扱うかが鍵

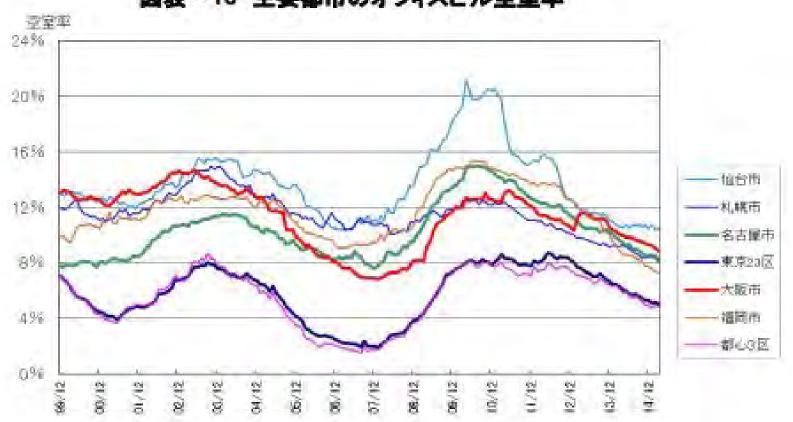
棟数ベースでみると中小ビルが圧倒的に多い

【図表3】東京23区オフィスピラミッド2016 (棟数ベース、大規模と中小規模の比較)



●恐らく、この中に個人事業主や法人のビルは、換算されていない。

図表-16 主要都市のオフィスビル空室率



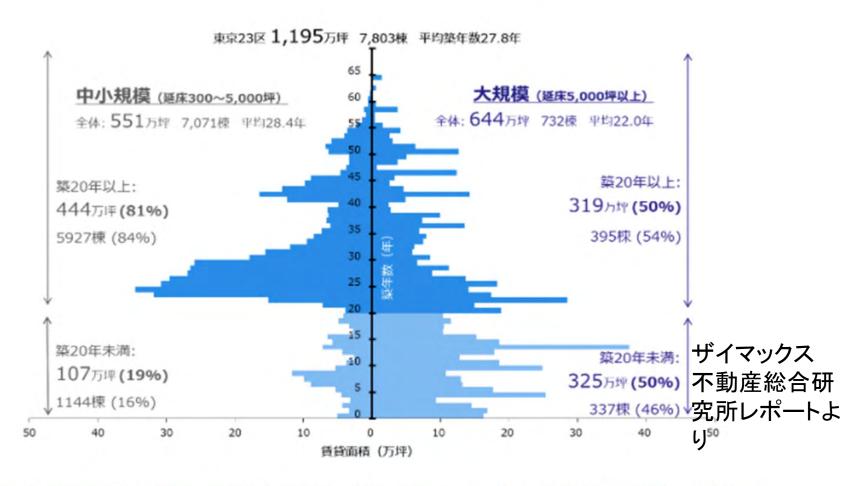
(出所)三幸エステート

出典:三幸エステート

中小ビルの80%が、築20年以上の築古ストック

棟数ベースでみると中小ビルが圧倒的に多い

【図表4】東京23区オフィスピラミッド(賃貸面積ベース、築年の比較)



なお、築35年以上の旧耐震基準の割合は、賃貸面積ベースで中小規模ビルが27%、大規模が20%と、ともに20%を超えており、依然ある程度のシェアを占めていることがわかる

未来をどう予測するのか?がとても大切。

NEGATIVE WORD

- 人口減少
- 生産労働人口激減
- 超高齢化
- 終身雇用の崩壊
- 人材確保が困難
- 働き方の多様化
- 空き家の増加

•

POSITIVE WORD

- 住宅は、超買い手市に!
- 一人当たり床面積の増大
- 単身者の増加
- 個人事業主の台頭
- ワークシェアリング
- <u>家とオフィスの境目なく</u>
- 家は複数所有
- • • •

• 不動産保有リスクの増大 <u>不動産をより、必的に活用し</u> 人生を豊かに。

本日お伝えしたいこと

リノベーションとは、

駄目なものを単にきれいにしたものはなく

(社会の)問題解決に必要な、

手法であること。

常識を疑え

EX)トヨタ ダイソン 大塚製薬 ZIBA 濱口さん

__.....

常識を疑うとは前提条件を疑うということ。

前提は、固定概念に非常にとらわれやすい。時として前提は、思考の枠を狭める・制限してしまう方向に働いてしまう恐れがある。

常識や前提を疑うことで、新しい発想を生み出すことができる。 例えば、トヨタは「在庫は少ないほうがいいが、必要だ」という常識を疑い、「在庫をなくす」という発想から、ジャスト・イン・タイムの生産方式を生み出した。 このことにより、在庫費用を削減し、生産効率も上げるという二律背反を克服することを 実現した。

ダイソンは「掃除機の吸引力が落ちる原因のフィルターをどう改良するか」という前提を離れ、「永久に吸引力が落ちない」ことを目指し、遠心分離の原理による新しい掃除機を発明した。

思考の枠を狭める・制限してしまう恐れのある前提は、これまでの積み重ねでもあり、 簡単になくせるものではない。

なので、時には一度立ち止まって前提を考え直す・疑うことが必要である。 これまで見えなかった物事の新たな側面が見えるかもしれない。

「リノベーション」という手法によって 新たな市場を生み出すための、必要な考え方

プロダクトアウトではなく、マーケットアウト。

どんなにダメなものにもいいところはあるはず。

街の魅力と建物の良い所を見出す能力。

ハードだけではなくソフトの転換。

持続可能な仕組みの構築。

価値軸の転換が必要。(既成概念からの脱却)

「マーケットアウト」って?

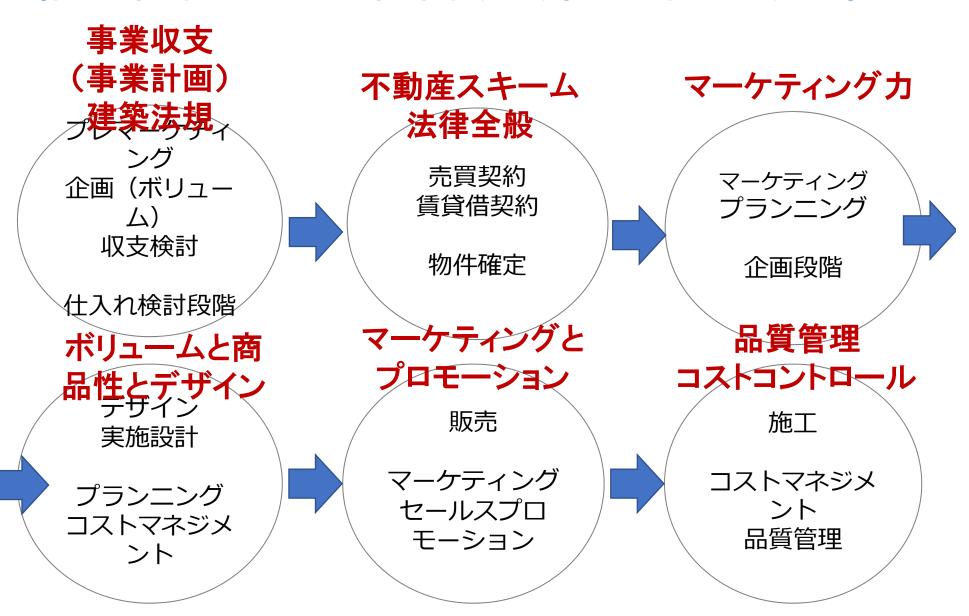
プロダクトアウトという考え方

生産ありきの発想で、まずものを作りそのつくったものをどう売るのかを考えることからビジネスがスタートさせる手法。プロダクトアウトしたものをマーケットインするというながれになる。

顧客の側に完全に立ち、その顧客の要望にそったものを調達、あるいはプロダクトインする。

マーケットアウトでは、ユーザーが商品・サービス自体の知識や購入判断基準を持ってもらうことが利益を高めることになり、そのための情報提供を行い、ユーザーを賢くしていくように努める必要がある。需要を生み出すユーザーが賢く自発的になることがマーケットの拡大に結び付くのである。

不動産事業としてのものづくりフロー (利益を最大化し、リスクを最小限化するマネジメントが求められる)



、リノベーション事業会社としての"ソリューション"

マーケット調査はもちろん、客観的な評価が難しい耐震診断や劣化調査なども取りまとめし提案、推進。収益性を鑑みたマーケティングと、そこからブランディング、商品企画へと落とし込む

マーケティング

- ·市場調査
- ・セグメンテーション
- ・ターゲティング
- ・お客様に提供する価値
- ・ベネフィット (利益)

建物調查

- •建物劣化調查
- 遵法制確認
- •耐震性能調查•確認
- ・インフラ性能・劣化調査
- •改修工事提案

商品企画 プランニングデザイン

- ・バリューアップ提案
- •設計•監理
- ・デザイン提案
- デザイナー選定
- ・ディレクション業務

プロジェクトマネジメント

- ·事業計画検討·立案
- ・スケジュール管理
- •関係行政協議
- ・コンストラクションマネジメント
- ・コストマネジメント

リーシング& セルマネジメント

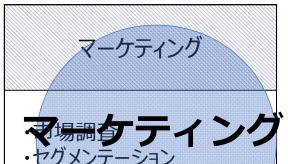
- ・リーシング戦略立案
- ・サブリース(家賃保証)
- •販売
- ・プロモーション戦略立案
- •販売•仲介

管理・運営 プロパティマネジメント

- •管理内容調查
- ・管理コスト削減
- ・コミュニティ
- ・マネジメント

,リノベーション事業会社としての"ソリューション"

マーケット調査はもちろん、客観的な評価が難しい耐震診断や劣化調査なども取りまとめし提案、推進。収益性 を鑑みたマーケティングと、そこからブランディング、商品企画へと落とし込む



- ・セグメンテーション
- ・ターゲティング
- ・お客様に提供する価値
- ・ベネフィット (利益)

建物調査

建築•

- ・建物劣化調査ディレ
- •遵法制確認
- ·耐震性能調查·確認
- ・インフラ性能・劣化調査
- · 改修工事提案

商品企画 プランニングデザイン

- ・デザイン提案
- ・デザイナー選定
- ・ディレクション業務

プロジェクト ・コンストラクション マネジメント ・コストマネジメント

リーシング& セルマネジメント

プロパティマネジメント

管理·運営

・リーシング戦略立案

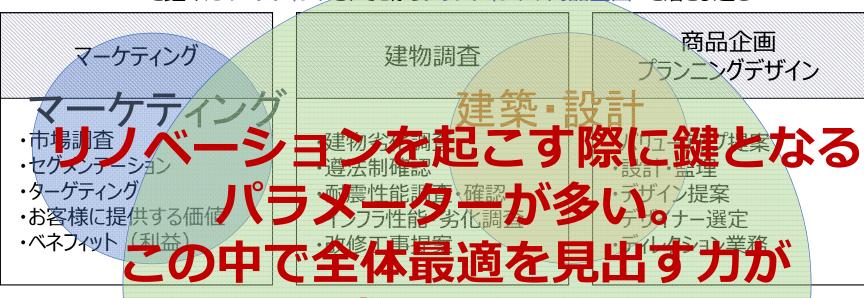
・サブリース (家賃保**証 理**

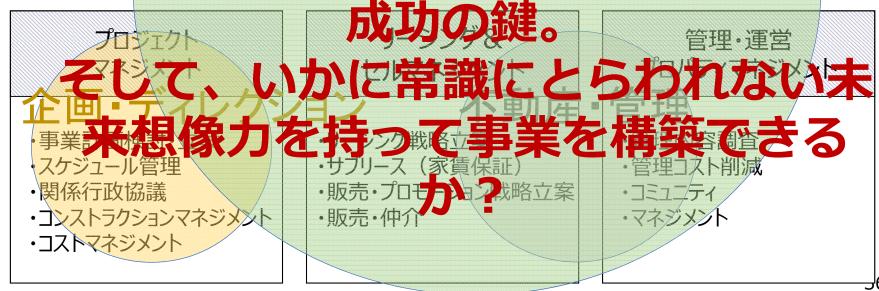
- •販売
- ・プロモーション戦略立案
- •販売•仲介

- - ・マネジメント

リノベーション事業会社としての"ソリューション"

マーケット調査はもちろん、客観的な評価が難しい耐震診断や劣化調査なども取りまとめし提案、推進。収益性を鑑みたマーケティングと、そこからブランディング、商品企画へと落とし込む





社会の問題解決のためには、プロジェクト全体を俯瞰的に見ながら、判断できる人材が必要。

『開発型アセットマネジメント』的役割。 従来は 建築プロデューサーと呼んだ。

建築プロデューサー 浜野安行著

~変わる消費者二一ズ、新しい消費動向にむけた役割~

さ、

か

SAKANAKAMI

か

み





http://www.teamhamano.com/index.php

建築プロデューサー 浜野安行著

~変わる消費者二一ズ、新しい消費動向にむけた役割~

・街にいかに人を引きつけ、いかに回遊させ、人が働き生きる中でいかに楽しませるか。これは時代が必要とする新しい役割といえる。この役割を負う者を筆者は「建築プロデューサー」と呼び、多様化した事例を紹介している。

・このような仕事を、米国ではデベロッパーと表現するという。「企画を立て,関係者を説得し、クライアントを探し、キャスティングを行い、進行を管理し、場合によってはテナントを斡旋し、あるいは資金調達の方法を考える」。これは正確には,フィーベースド・デベロッパーと呼ぶものであろうが、これでは意味が分かりにくいので、著者は以上の役割を建築プロデューサーとしている。別な表現をすれば、何かの企画をしたいデベロッパーにとっては、有能なアウトソーシングの対象であると標ぼうしているわけである。

