

「One Stage」とは、オーナー様と東急リバブルが管理物件を絆としてひとつになること、また、東急リバブルとして不変のサービスを管理物件というステージで提供させていただく、という当社の思いを込めた言葉です。

One Stage

ワン・ステージ
オーナー様 ↔ 東急リバブル 情報誌

- 特集企画.....建築家・インテリアデザイナー 中村雅子氏に聞く
- Topics Now.....長期使用製品の安全性向上
- Life Now.....台風やゲリラ豪雨に備えて
- Technology Now.....かまち内蔵型ロック
- 不動産管理のQ&A.....賃貸契約の特約
- Data Now.....賃貸居住者の満足度
- Information.....第1回オーナーセミナー開催

賃貸住宅も競争の時代ですから、 コンセプトを明確に打ち出すことですね。

建築家・インテリアデザイナー
中村 雅子 氏
Nakamura Masako

賃貸住宅の付加価値や魅力を高め、入居率や賃料アップに貢献できるインテリアプランとは？
そこで、建築家でインテリアにも造詣の深い中村雅子さんにお伺いしました。

賃貸住宅のインテリアプランを考える上で、大切にしているポイントをお聞かせください。

特化性っていうのでしょうか。何かひとつに秀でた部分を持っていることが大切ではないかと思えます。何に特化しているかという、その物件が建てられる地域、住まわれる方のニーズ、年代とか家族構成などを想定して、そういう方に合わせたプランやインテリアを作り上げていくことです。そうすることで、今までの経験では比較的早期に部屋が埋まっていきました。



しかし、賃貸経営ですからコストの限界がありませんか。

お金の問題ではなくて、いかに特徴を持たせるかということだと思います。「安ければ安いなり」ではなくて、「ある部分は抑えて、ある部分はきちんとしたものを」という風に

考えてはいかがでしょうか。
例えば、敷地は狭いが駅から近い物件があったとして、そこで最大限の収益を確保したいと考えるオーナーさんがいたとします。20代～30代の年収500万円程度の独身男性をターゲットにした場合を考えてみます。そのような方は、室内にいる機会も多いでしょうから、趣味の場にできるような土間を持つプランを作ってみよう。あまり食事は作らないだろうから、キッチンコンパクトで機能性のあるプランにしてみよう。浴室はユニットバスではなく足つきのバスタブにしてみるとか、シャワーだけなら、ミストシャワーにしようなどと提案します。新築の場合でも、そういった特化したものがあれば、比較的に入居率も高くなるようです。

訴求ポイントや、コンセプトが明確な賃貸住宅がうけるのですか。

そうです。駅からは遠くて車がないと不便というところでは、中庭を随所にとって戸建感覚で住んでもらう。入居者も60代～70代の方も含めたファミリーという家族構成を考えます。まず住んでもらえそうなター

ゲットを決めて、彼らが魅力を感じるような商品に仕立てるといった考え方は。

専門のマーケッターに依頼するのですか。

それはあまりないですね。周辺の商店の状況を見て歩くことで大体わかるのではないのでしょうか。店先にどんなものが並んでいるのかとか、お弁当屋さんが充実している街なのかとか。花屋さんや銀行が多いところだと富裕層が多い街だとか、足繁く通うとおぼろげながら街のイメージができて上がってきます。

ターゲットを明確にして、それに合ったインテリアプランを考えるのですか。

同じ家賃でも、どこか特化していれば好まれる物件となります。例えば、ファミリー向けにドラム式洗濯乾燥機がちゃんとついている。この「ちゃんとついている」が大事で、家賃を相場よりちょっと上げても、キッチンがビルトインされているだけで人が入るといふ話も聞きます。

入居者がおしゃれと感じるものを選んで設置しておくことも大切だと思います。



The Interview

最近評価の高かったインテリアプラン がありますか。

これは、まだトレンドとはなっていないようですが、最近見かけるインテリアプランに、インナーバルコニーを設けたプランがあります。物干し場にもいいし、ペットの遊び場にもなるし、自転車も持ち込めるとか、いろいろな提案ができます。それから、壁一面の作り付け本棚。例えば本を沢山持っている方ですと、「わっすごい!」と即座に契約する方がいました。

ただ賃貸の場合は、ある程度ターゲット を絞り込んでも、どんな人が入って 来るのかはわからないのでは。

例えば50世帯くらいあるとすると、インテリアも5パターンくらい用意したいですね。壁いっぱいには棚がある部屋とか、ペットが飼えるような設備のある部屋など。ターゲットの趣味趣向に合わせて選べるバリエーションを確保するという考え方です。こういうのは賃貸の方がやりやすいのではないのでしょうか。

他に何か新しいアイデアがありましたら教えてください。

例えばわが家なんですけど、キッチンの後ろの扉を開けると洗濯機、冷蔵庫などが全部収納されていて、普段使わないときは閉めておきます。空間の広がりを見せることは分譲も賃貸も共通です。最近の例では、高さを3.5mにするだけで

不思議な空間が生まれます。ロフトなのですが、子どもの隠れ家になったり、ホビーの部屋になったり、瞑想する部屋になったりと、どこかにこもりたいような場所として提案します。

それと、小上り。腰掛ける場所があれば靴の脱ぎ履きも楽ですし、和室に設置する場合ですと、その床下は全部収納にでき、お洒落な空間の演出にもなります。

最近気になっているインテリアデザインとは。

60~70代の男性の依頼で最近多いのは、「時代や国を超えたベストチョイスでインテリアをまとめたい」というご要望です。

例えば、古美術の陶器のすぐ隣に現代作家の彫刻を置いてみたり、ドイツの機能的



なバウハウス時代のチェアにバリのチェスト、北欧の名作イスというように様式や形式にこだわるのではなく、自身の感性に合うという観点でインテリアをまとめていきます。そうすると、不思議なハーモニーが響く新鮮な空間に仕上がります。このように、インテリアをミックスした提案が多くなっています。

これから賃貸住宅を建てようとか、内装を変えようと計画されているオーナーさんに何かアドバイスを。

オーナーさん自身が希望を明確にして、しっかりとデザイナーに示すことです。その上でデザイナーと一緒に考えていくことですね。かつてのオーナーさんは商品に対してあまりこだわりがなくて、そこそこのものならいいという発想があったと思います。これからは賃貸のマーケットも厳しくなりますから、勝ち抜くためには自分の個性なり、物件のキャラクターなりを引き出すようなプランを詰めていく方がいいのではないかと思います。



ミックスインテリアの提案パース／(株)タジュール作成

株式会社 タジュール 代表取締役

建築家・インテリアデザイナー 中村 雅子
Nakamura Masako

1960年東京生まれ。「Casappo&Associates」「Plastic Studio&Associates」等のインテリアデザイン事務所に勤務後、29歳で独立。その後、3年間バルセロナへ移住。ヨーロッパの建築を巡礼する。現在は杉並区浜田山にて活動。個人邸から商業施設、集合住宅や事務所ビルなど、設計監理業務に従事。一男一女の母。海外歴訪は30カ国近い。06年に住居兼事務所を自ら設計。

株式会社 タジュールについてはホームページでもご覧いただけます。
<http://homepage3.nifty.com/taller/>