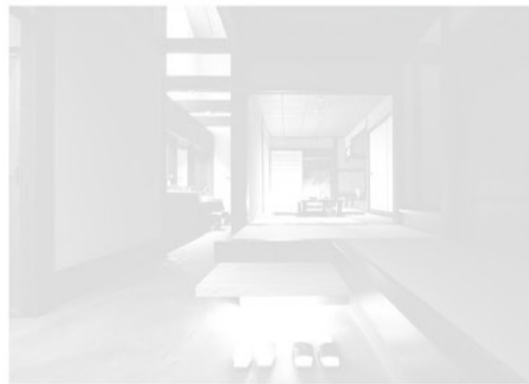


三田証券

投資家たちが「京町家」を再生

リノベホテルを不動産小口商品化に

今年8月、京都に築100年超の京町家をリノベーションして作られたホテルが開業する。名称は「蔵や聚楽第南」。2棟の土地価格とリノベーション費用は2億円台前半。外観は町家の面影を残すが、室内は高級感ある「和テイスト」に全改装する。約100平米の部屋が2つあり、それぞれ1泊5万円ほどの宿泊費を想定している。



▲築100年超の京町家をホテルに

実はこの再生プロジェクト、三田証券（東京都中央区）が始めた不動産小口化商品。1口100万円（ただし10口単位）で予定利回り年率6〜7%程度と想定して販売。セミナーなどで告知したところ1カ月足らずで法人・個人含め14人の投資家の参加が決まった。

3月30日に組合を組成し、投資家らによる町家再生という異例のプロジエクトがスタートした。投資家へのリターンは宿泊売上が主な原資で、年2回実績に応じて分配する。不動産事業本部の杉山憲三氏は投資家の反応についてこう話す。「まず古民家のリノベーションプロジェクトを不動産小口化商品とするケースは非常に珍しい。そして不動産投資にもかかわらず1000万円くらいで投資ができるというメリットを感じてもらえたことはもちろんですが、解体されて年々減っていく京町家をみんなで残すという、投資が社会貢献につながるからという理由で購入いただいた方もいます」



杉山憲三氏

三田証券では富裕層向けのリットは通常の不動産投資に必要な建物の維持・管理・運営をプロに任せられる点だ。今回のプロジェクトの体制は改修を明治43年創業の老舗工務店の中蔵（京都市）、宿の運営は宿泊施設の管理を行うアールスクエア

（京都市）、集客は町家のポータルサイトを運営するJITホールディングス（東京都千代田区）が担当する。三田証券では富裕層向けの顧客が多く、不動産投資についての相談を受けられることも少なくなかったことからこの事業を立ち上げた。昨年、不動産本部を作り、12月に金融庁、国土交通省の不動産特定共同事業法の許可を取得している。

第2弾のプロジェクトも進行しており、同じく京都の町家5棟をホテルへとリノベーションする。「京都は観光都市として魅力的な地域で、かなりいいマーケット。社会貢献的な意味合いも理解いただけるように投資家の方や町家をお持ちのオーナー様に魅力を伝えていきたい」（杉山氏）

今年度は10棟以上手掛ける考えだ。



枝澤佳世代表

アートのある暮らし協会（東京都中央区）では、アートのある暮らしの楽しみ方や魅力を知るアートライフスタイリング入門講座を定期開催している。豊かな生き方を教えてくれる「アートライフ」のエッセンスを2時間の中で学べる講座。「アートが好きなのは多いのに、自分のこととして楽しめていない人が多い」と話すのは枝

アートのある暮らし協会

「アートライフ」を学ぶ

澤佳世代表。実は日本のアートマーケット市場は世界全体からすると1・67%しかなく、世界的にもアートにお金をかけない国となっている。市場規模にすると約1000億円。これは国内の青汁の市場規模とほとんど変わらない。

このアートライフスタイリング入門講座では、アートを取り巻く現状から、アートライフの魅力と恩恵、アートライフスタイルの概要まで、短時間で総合的に学ぶことができる。具体的に学ぶのは、近年開催

スタイリング入門講座を定期開催

が増えているアート購入の場である「アートフェア」の現状や、個人宅、旅館・ホテルなどでのアート展示の具体例、アートを取り入れた生活がビジネスや家族などにどのように影響するかなど。

参加者はインテリアプランナーなど、住まいに関わるプロが自らの知識や提案力向上のため受講するケースが多いという。また、同協会ではより専門的な知識を身に付ける基礎講座や資格制度の認定講座も実施している。

サンエキ

リフォーム57%増

塗り替えが好調

サンエキ（神奈川県厚木市）は2017年4月期のリフォーム売り上げが前期比57%増の2億2000万円となった。

好調の理由は塗装事業を本格化したこと。同社では2年前に専任スタッフを置いて塗装事業に注力してきた。専任化することで知識とプレゼン能力が向上。塗装勉強会を中心に受注を伸ばし、現在はスタッフ3人で年9000万円を売り上げる。

また、営業に「エリア担当制」を導入したことでも売り上げアップにつながった。前期から5人の営業マンそれぞれに担当エリアを持たせる仕組みを導入。一人当たり3000〜4000世帯程度を担当に設定した。「一番大きかったのは、移動効率の大幅な改善。さらにエリア特性の把握やスタッフのモチベーション

の高まりもあり、水回りを中心に売り上げが伸びた。加えて、新規客が多い塗装事業からのリピート受注などもありました。塗装は外から見えないので、工事が増えるにつれて、それを見たお客様からの依頼が生まれるという好循環ができてきました」（山口寿夫社長）

今後1、2年はスタッフ教育に注力。3年後に売り上げ3億円を目指す。

黒澤工務店

木工事リフォームに注力

専門店、HCなどと差別化



▲同社で行う地域イベントの様子

新築とリフォームで5億円を売り上げる黒澤工務店（埼玉県さいたま市）は、耐震工事やフローリングの張り替えなど木工事リフォームに注力する。

同社のリフォーム顧客は、新築OBで継続的な付き合いのある1100

5年後をめぐり、リフォーム売り上げを現状の1億8000万円から5億円まで引き上げたい考え。



山口寿夫社長

（重澤隆哲社長）