

2014年(平成26年) 11月3日号
NO. 2654 (毎週月曜日発行)

株式会社 週刊住宅新聞社

本社 〒160-0022 東京都新宿区新宿1-9-4 中公ビル
TEL 03(5363)5810 FAX 03(5363)5815 郵便振替口座 00120-5-83424
発行人 長尾 浩章 昭和35年5月10日 第三種郵便物認可

<http://www.shukan-jutaku.com/>

週刊住宅

CFネッツ流大家実践塾

130

現代の賃貸住宅に求められるもの

服を選ぶように住まいを選ぶ

「商品化」求められる時代に

ここ数年、原状回復工事の内容についてオーナーとの現地打ち合わせが続いている。以前は「原状回復」のみを行うことが多かったが、入居者の入退去をきっかけにリノベーションを提案する機会が増えたからであろう。

これまでは「住空間の提供」で事足りていたものが、世の中の流れに合わせエンドユーザー(入居者)の求めているレベルが高くなってきていると感じる。

記憶が新しいもので言え

始めた。中には、入居前にエンドユーザー自身に壁紙を選ばせる業者もいるほどだ(2年程度の入居しか期待ができないエンドユーザーに対してなぜ、と当時は疑問に抱いていたのを覚えている)。また、近年では「DIY(Do It Yourself)」という言葉が登場している。専門業者に頼らず、自らの手で生活空間をより快適にしようという概念で書店に行けばさまざまな種類の書籍を手にするができる。

「ファストフード」や「ファストファッション」などがこれだけ主流となっているにもかかわらず、「ファストアパートメント」を意味する言葉が存在しないのは「衣食住」の中で「住」だけが時代の流れから取り残されていることの象徴ではないだろうか。

価値観の多様化とともに晩婚化や、それに伴う「生涯賃貸派」が増幅しているという。近い将来、

ば、IKEAの日本再進出からか。エンドユーザー自身が安価で、お洒落な家具を気軽に手に入れられるようになり、「持ち家」でなくとも住空間の演出を楽しむことが容易にできるようになった。自身の所有物でもない「賃貸住宅」にこだわりを持ち始めたのだ。人は、こだわりを持つようになると他とは違うものを求めはじめる。

ちょうど同じころ、それまでは珍しく他との差別化に用いられていた「アクセントクロス」が主流となり

「商品化」求められる時代に

「大家さん」が礼金を取り、家を「貸してあげる」時代はとうに終わっているのだ。賃貸住宅をエンドユーザーが求めるレベルの「商品」にまで仕上げ提供しなければ、この供給過多の業界で勝ち残れない。そんな時代は、もうすぐそこまで来ているのだ。

●シー・エフ・ネッツアップパティマネジメント事業部 関谷直子