

不動産流通

第41巻第12号（通巻493号） 令和5年6月5日発行（毎月1回5日発行） ISSN 0286-388X

ココに
注目!!

「建物はこの先も残る」適切な管理でまことにぎわいを数年前に世間を騒がせた「かぼちゃの馬車」問題。かぼちゃの馬車とは、株スマートデイズ（当時）がサブリース事業として展開していた女性専用シェアハウス。スルガ銀行株と結託して、個人投資家へ物件を次々と販売していくも、2018年5月にスマートデイズは破綻。多額の借金を抱えたオーナーは19年、被害弁護団を結成。銀行との交渉の末、所有物件を投資ファンドに物納する代わりに借金を根絶しにする「代物弁済」で一応の収束をみた。米国の投資ファンドであるローン・スター・ファンドは、2022年にわたる段階的に取得を進め、約1200棟・



株三好不動産
東京支店 支店長
森岡 誠氏

【補注】個室完備、最寄り駅まで徒歩15分圏内と物件のポテンシャルは必ずしも低くなかった。工夫すれば入居者を獲得できると考えました】

1万6000戸以上を保有するに至った。当初は物件を1棟ずつ売却する計画だったが、その規模の大きさから、一つの事業として全体を運用するのが適切だと考え、株三好不動産に協力を依頼した。同社は以前より福岡市で同ファンドの物件を管理しており、堅実な仕事ぶりや信頼を得ていた。「当社にとってかなりチャレンジングな依頼であり、会社としてすぐには決断できませんでした」と語るのは、

「物件再生までの道のりは決して平坦ではなかった」と森岡氏は振り返る。

資料を3万〜6万円台に変更。
家具・家電も標準搭載

福岡市を中心に4万戸を超える賃貸物件を管理する株三好不動産（福岡市中央区、代表取締役社長・三好修氏。同社が投資ファンドから依頼を受け取り組むのが、以前、女性専用シェアハウス「かぼちゃの馬車」として供給された物件の再生だ。ブランド名は「TOKYO（β）」。東京に上京する若者をターゲットに、安価な賃料と独自のソフトウェアサービス、容易に住み替えるシステム等を強みに入居者獲得を図っている。

同社東京支店支店長の森岡 誠氏だ。物件の多くは東京都心部の周辺、練馬区・板橋区・足立区・豊島区などに分布。主要営業エリアから離れており、かつオペレーション上の難易度も高く、社内では反対意見も挙がった。

月刊不動産流通 2023.06

「かぼちゃの馬車」物件をリブランド。
賃料、出せ払い、1ヵ月無料などで
クリエイター、起業家を支援する取り組みも

株三好不動産

漫画家志望者のみが入居できる「TOKYO（β）MANGA-SO」内観。
東京都豊島区内の物件1棟をリノベーションした。共用部には入居者同士が交流できるソファスペース等を完備。切床透視できる環境を整え、目指すは「令和のトキワ荘」（写真提供：株三好不動産）

月刊不動産流通 2023.06

ココに注目!!

TOKYO (β) 専用サイトのトップページ。「β」はソフトウェアのテスト版を指す「β版」が由来で、夢を追う若者の「仮住まい」という意味を込めた



22年2月に専用サイトを開設、リーシングを開始したところ、地方の若年層を中心に予想を遥かに上回る反響を獲得。入居率はシズンに左右されるものの、最高で

9割を超えているという。漫画家専用の基幹物件で、ブランドの認知度向上へ
同社は23年、若者の夢を応援するというブランドコンセプトをより強く打ち出し、集客力の強化を図ろうと、「Z世代の「夢」応援プロジェクト」を始動。初弾として2月、TOKYO (β) 初の基幹物件「TOKYO (β) MANGA SO (マンガ荘) (総戸数8戸) の運営を開始した。

デジタルコミック業界大手の㈱ナンバーナインとコラボレーションし、WEBTOON (スマートフォンに最適化した縦読み漫画) クリエイターの育成を図るユニークな試みだ。豊島区内の物件1棟を改修し、1・2階共用部には入居者同士が交流できるミーティングスペースを用意。専有部には長時間の作業でも疲れない造りの椅子や作業台、液晶ペンタブレットなど、漫画制作に必要な設備も整えた。賃料は1年間無料、プロデビュー後の印税で支払う「出世払い」だ。8戸の募集に対し、数倍もの応募があるなど大

トサービスも付帯した。また「上京して一度居を構えると、そのまじや物件と相性が合わなくても、出費や手続きが面倒で引越しの踏み切りが付かないことがよくあります。気に入った場所が見つかるまで気軽に転居できるように」(同氏)と、最長入居期間を3ヵ月に設定。期間満了後、TOKYO (β) の他物件への転居であれば、退去費1万円ですべても住み替え可能とした。

な反響を獲得。ポートフォリオ(作品集)を基に審査を行ない、現在、募集した全戸が入居済みだ。第2弾として3月には、起業家・イノベーターを育成する私塾「MAKERS UNIVERSITY」および「MAKERS UNIVERSITY」および「MAKERS UNIVERSITY」独自の奨学金制度を設け、3月に入塾する第8期生(約70人)を対象に夢の実現に向けた本気度を審査、合格者に1人当たり30万~50万円を給付する取り組みをスタートした。現在、審査を行なっている。また、さらなる支援策として23年5月からは、上京する学生を対象にTOKYO (β) の空室を最長1ヵ月無料で提供していく。

「TOKYO (β)」に住んで漫画家になった、起業できた、夢を叶えられたという口コミが広がることでブランドの認知度が上がっていきは嬉しい。今後も、新たな付加価値を積極的に考え、実装することで、建物のスペックの先にあるライフスタイルに魅力を感



TOKYO (β) の物件外観。リブランディングを機に従来の課題を解決。イメージの払拭を図った(写真提供:株三好不動産)

まず同社が取り組んだのが、物件の状況確認と管理業務の引き継ぎだ。建物の状態を1棟ずつ見て回ると、管理が適切にされなかったため、内装・設備等に不具合があるケースもあり、「その都度オーナーに状況を説明し、改善していきました」(同氏)。スマートデイズの破綻後、オーナーそれぞれが管理会社に管理を委託。その結果、数十社の管理会社が各々のやり方で管理を行ない、賃貸借契約の内容はもろろん契約書の書式もばらばらになっていった。最終的に同社と既存の管理会社2社で物件を割り振り、管理を行なうことで合意。3社で管理内容、契約書面も統一した。

も進めた。でもどこかぼやちの馬車は、「シェアハウス」とうたつてはいないものの、共用部は手狭で最低限の水回り設備があるのみ。入居者同士が交流できるリビングなどもない。にもかかわらず、賃料は周辺相場よりも割高に設定されていたため、多くの物件で空室が発生していた。その一方で、建物は築浅、個室でプライバシーは保たれている。また物件の多くは最寄り駅から徒歩15分圏内に立地し、交通利便性も高かった。「物件のポテンシャルは必ずしも低くない。工夫すれば入居者を獲得できると考えました」(同氏)。そこで、一部の物件を除き、旧ブランドの「女性専用」というコンセプトを撤廃。性別・国籍を問わず「夢を追う上京する若者」を新たなターゲットに据えた。賃料は周辺相場に対して安価な3万~6万円台に設定。全物件に家具・家電を完備した。

クラファン活用講座などで夢の実現を全面支援
手狭な共用部はリーシングを進める上ではネックとなるが、それを工事で



TOKYO (β) の物件内観。共用部の電子レンジ・炊飯器などの家電、洗濯などの備品の有無など、物件ごとに異なっていた仕様も統一した(写真提供:株三好不動産)

改善するには莫大な費用が掛かるため現実的ではない。「提携サービスを充実させることでその弱点を補おうと考えました」(同氏。㈱ビットキーと提携し、ほぼすべての住戸にスマートロックを導入したほか、一部物件には㈱Luidが提供する電動キックボードおよび電動自転車、シェアード・モビリティ・ネットワークが提供する電動バイクを設置し、生活利便性を高めた。また、入居者の夢の実現をサポートする施策として、クラウドファンディングの活用講座、セルフコーチングに関するプログラムなど多彩なソフ