

大島 芳彦

Oshima Yoshihiko [株式会社ブルースタジオ 専務取締役・クリエイティブディレクター・建築家]

豊かな社会資産を再構築する
まちのリノベーション

大家さんの困り事は 日本の社会課題だった

— なぜ、リノベーションを手掛けられたのですか。

東京都中野区で不動産賃貸業をしていた父が1990年代後半になると、家賃滞納や空室などで、ぼやき始めました。私が学生の頃は「家業を継ぐ必要はない」と言っていたのに、「建築の仕事をしているなら、少しは協力してくれ」と言い出す始末。そこで、所有する約10坪のマンションを見に行きましたが、私の世代感覚からすると時代遅れでした。株式会社ブルースタジオは、武蔵野美術大学建築学科の同級生だった大地山博が1998年に設立したグラフィックデザイン会社ですが、彼とは卒業後も日本の不動産商品が画一的で面白みがなく、買った途端に価値が下がる新築至上主義は問題だと話していました。彼は卒業後広告畑でクリエイターとして活躍していたので、不動産業界のクリエイティブのクオリティを何とかしたいとも思っていたようです。そんな時に手掛けたのが、父の所有する10坪2DKの賃貸マンションの価値再生でした。そこで彼と協力して、築後30年を経て地域社会のニーズも変化しているのだから空間も変えるべきだと、1LDKのシングル向けの広めの間取りにリノベーションし、仲間のカメラマンと一緒にインテリアもコーディネートして撮影しました。当時、その部屋の家賃は月9万円を下回っていましたが、12万円を超える値段で不動産屋さんに持ち込むと、私たちのイメージにふさわしいライフスタイルの借り手がすぐ見つかりました。わが家の賃貸業の経営課題は、全国のいたる都市が人口減少の時代に同じように抱える社会課題そのものなのだ と理解したのです。この課題をリノベーションという旗印で解決していこうと、公共工事や海外プロジェクトに携わっていた設計事務所を退職し、2000年にブルースタジオを一級建築士事務所として登録し、今に至る事業を開始したのです。新しいブルースタジオは「コトとモノと時間」をデザインする会社です。「コト」はブランディングやマーケティング、グラフィックで、「モノ」は建物や空間。「時間」は価値を持続するためのマネジメントです。場や空間の価値はそれを維持することが一番重要で、消費されてはいけません。私たちがリノベーションの旗印を掲げた頃は、不動産証券化の流れで、プロパティマネジメントやアセットマネジメントという考え方が日本にもようやく入ってきた頃です。私たちが考えていた「リノベーション」とは、まさにアセットマネジメントだったのです。コト・モノ・時間のデザインを等価と考えたクリエイティブなアセットマネジメントを建築、不動産の世界に広げようと思ったことなのです。

CONTENTS

特集：地域の資産を活かしたエボリューション

SPECIAL INTERVIEW	
大島 芳彦 氏	1
SPECIAL EDITION	
morinekiプロジェクト	5
福岡大名ガーデンシティ	7
JR西日本 大阪環状線 京橋駅	9
星空保護区®認定推進プロジェクト 福井県大野市	11
福井県立恐竜博物館	13
パナソニック エナジー株式会社 二色の浜オフィス	17
TOPICS	
パナソニック汐留美術館	19
くらしは文化	
帝国ホテル・ライト館	21

*本誌では略称を用いています。また、一部敬称は略させていただきます。
表紙写真：福井県立恐竜博物館

