

明海大学不動産学部

不動産の不思議

学生たちの視点と発見

第452回

【学生の目】

秋の気配を感じる風と共に浅草を散歩していると、古家を再生利用するケーキ店を発見した。近年は古民家レストランや古民家ホテルなど、古民家の再生利用が流行し、若者にも人気がある。このケースも古民家再生といいたいところだが、古民家にはより大きく、重厚なイメージがあることと比較すると、少し軽量級といえるから、ここでは古家と表記する。

他方、軽量級ゆえにいろいろのところで遊休化する建物に活用できる



宮内 啓太
不動産学部4年

古家再生利用の作法

側面がある。平成30年の住宅・土地統計調査(総務省)によると国内の住宅総数に占める空き家の割合は過去最高の13・6%となった。住宅総数の10分の1以上が空き家ということは、とても大きなことだ。空き家が増加した理由として、松永光雄氏(東洋大学国際観光学部)は、住宅の供給過剰と人口減少、日本人の新築・持ち家志向、新築優遇政策、相続、固定資産課税と解体費用を指摘

魅力を主役にするのが大切

している。これらは不動産学部で繰り返し学修する内容でもある。

古家を利用して活用することは、その建物だけでなく地域の活性化にもつながる。また、軽量級であれば若者がスモールビジネスから始める、老後の生きがいとして高齢者が小さな資本で経営するなど、多様な活力の受け皿となることができる。

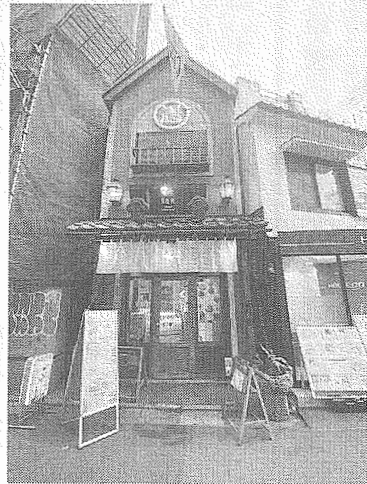
古い、小さいゆえに持つ可能性を生かしたいものだ。

その観点から写真を見ると、まず、間口2間で2階建ての小ぶりの建物がチャーミングだ。次に、左右対称の外観に落ち着きとインパクトがある。更に、元の建物を残しながらいろいろ手を加えている「後づけ感」と「寄せ集め感」にサブカルチャーの魅力がある。そして、鬼瓦、銅板の樋(とい)、暖簾(のれん)など各所に配置された

一方で残念に感じる点は、またまりのある建物外観だけで十分に宣伝効果のある「看板建築」になっ

るにもかかわらず、複数の置き看板が道路に大きくはみ出して設置されていることだ。そのデザインも建物と調和しているとはいえない。

看板設置は経営的な側面も関係する



外観のみで十分訴求。置き看板は調和していない

るので外部からの指摘は的外れではあるが、このような古家再生が、カフェ、シェアハウス、ホテルなどに広がり、古家ブランドとして定着するためには、昔の文化が残存している古家の魅力を主役にする

ことが何よりも大切と考える。

参考文献 松永光雄「空き家問題解決のための中古住宅市場の活性化」東洋大学大学院紀要

【教員のコメント】

スモールビジネスの受け皿として古家に適性がある。安い、雑多でよい、郷愁がある、造作に寛容などだが、経営不調や業務拡大で借家人の交代も多い。都度原状回復させるのではなく、借家人の想いと追加投資を継承することで魅力が高まる。