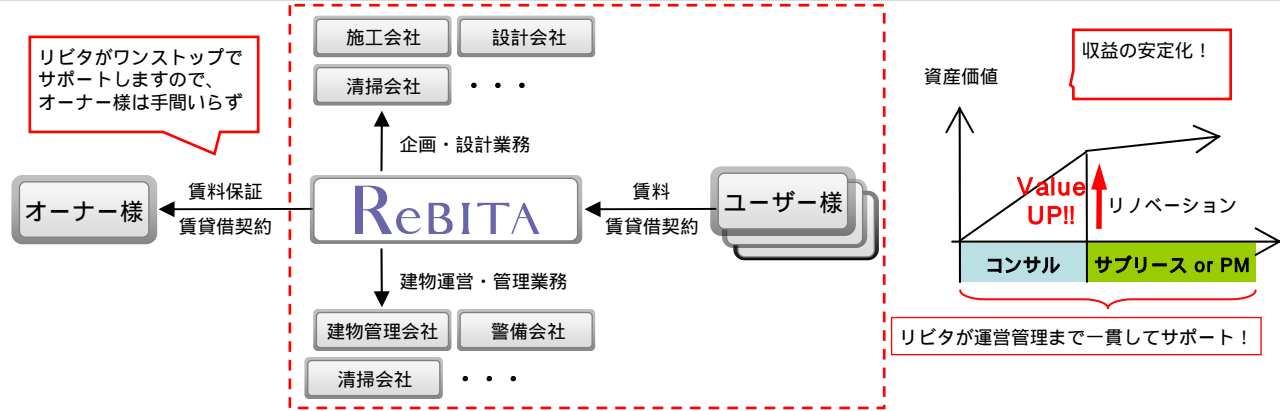


## 事業概要

シェアプレイスとは、プライベートな専有部を確保しながら、水周りやリビング等を共用し、職種、世代、性別、国籍の枠を超えたコミュニティのある賃貸住宅。  
利用されなくなった既存建物を活用し、ハード・ソフト両面からの再生で、オーナーメリットをユーザーメリットに転換（高付加価値化）し、更に、管理・運営・サブリースを手がけることで安定高収益化。ワンストップ型FMと複数棟管理・運営によるフィードバックがPDCAサイクルをまわしFMの効果を高めます。



活用方法のなかった独身寮を中心とする既存建物を有効活用、高収益化。  
ネックを付加価値に、ユーザーメリットをオーナーメリット、事業メリットに。

- ・サブリース前提での企画・改修提案
- ・共用部のコミュニケーションデザインとプライバシーに配慮した専有部
- ・管理・運営体制、コミュニティマネジメント
- ・大規模修繕の実施

利用されなくなった独身寮等の既存建物

- ・独身寮のニーズの低下。
- ・専有部に水周りがない。
- ・大浴場・食堂等共用部が広い。
- ・投資コストを抑えたい。
- ・資産の老朽化



課題  
ネック

ハードの改修  
+  
ソフトの改修・付加価値づけ  
(時代に適した新しい暮らし方の提案)

「集まって住む」シェア型賃貸住宅



### オーナーメリット

- ・高坪単価・高稼働率
- ・サブリースにより安定収益
- ・早期資金回収を実現
- ・水周り集約による将来的なメンテナンスコスト低減
- ・定期借家契約により、転活用の汎用性

### 企画・管理・運営メリット

- ・新しい暮らし方提案による差別化
- ・コミュニティ育成による定着率の向上
- ・良好なコミュニティによる入居者属性の向上

### ユーザーメリット

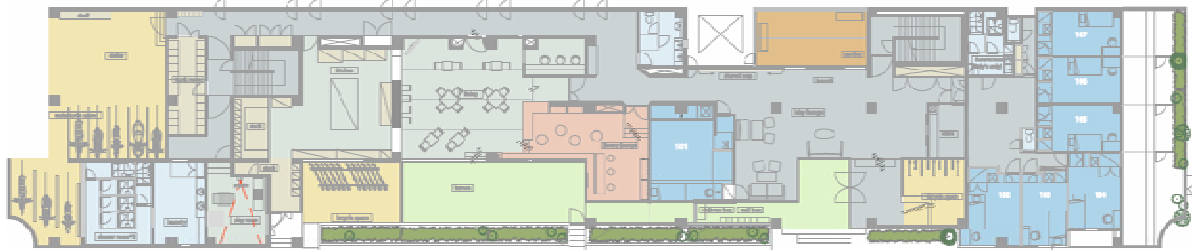
- ・単身世帯ではもてない空間・設備
- ・コミュニケーションが楽しい
- ・異業種との交流は刺激的、知見が広がる
- ・ヒューマンセキュリティが安心
- ・初期費用が安く、家具家電付で合理的
- ・共用部清掃・高熱水費が含まれ便利で合理的

付加  
価値

# 逆転の発想のリノベーションでFMを実践

独身寮等の既存建物をリノベーションするにあたっては、賃料を産まない共用部に付加価値をつけることで建物全体を高付加価値化。水周り集約により、投資コスト・メンテナンスコスト低減も実現。

- 共用部プランの一例-シェアプレイス東神奈川-



他物件で自発的に始まっていた本のシェアをデザイン

**キッチン&ダイニング**  
一度に複数が調理できる大きなキッチン。作業台は既存を再利用。



before

**アートガーデン**  
入居ターゲットにあわせたブックセレクションと雑誌の定期購読で付加価値向上



before

after

**ライブラリー**  
入居ターゲットにあわせたブックセレクションと雑誌の定期購読で付加価値向上



before

after

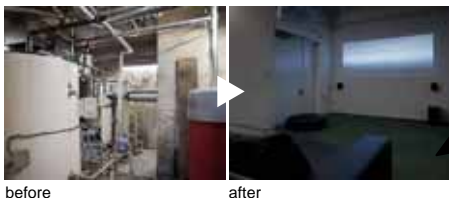
**シャワー&ランドリー**  
大浴場をシャワー室とランドリーへ改修。使用料や清掃は、管理費に含まれる。



before

after

**スクリーンルーム**  
オール電化のため不用となったボイラー室をスクリーンルームとして活用。



before

after

DVDをシェアしたり、住民発のイベント「シェアしたい映画祭」へも発展

**プライベートルーム**  
家具家電付ですぐに入居が可能。



before

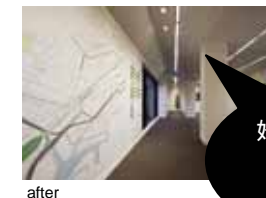
after

**アトリエ**  
自転車のメンテやDIY、地域に開いてフリマも。



after

**シェアマップ**  
入居者同士で地域情報を共有するコミュニケーションマップ。

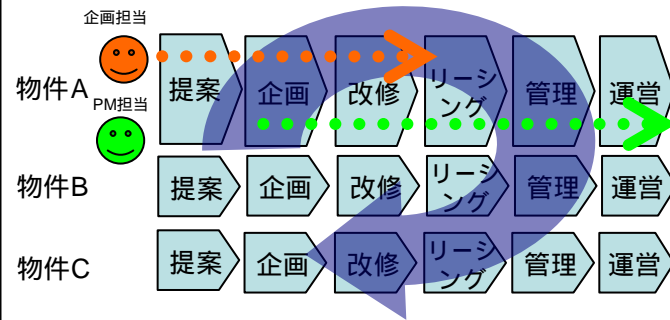


after

好評につき、既運営物件でも導入。

## PDCA・FMサイクルの特徴

垂直展開) PM担当者が企画段階から参画  
水平展開) 複数物件のノウハウが結集



有機的なFMサイクルを構築

シェアプレイス管理・運営実績：7棟282戸  
平均稼働率：95%（2010年8月現在）

# シェアプレイスが必要な時代背景

顕在化する社会ニーズや社会問題に対応する新たな居住スタイル。

## 1. 単身者増加

・東京都の単身・DINKS・DEWKS世帯は大幅増加傾向

## 2. コミュニケーション意識

・シェアすることのメリットや関心の増加  
・コミュニティへの意識回帰

## 3. 安心・安全

・単身世帯を狙った軽犯罪の増加  
・セキュリティの重要性の高まり

## 4. 消費者意識

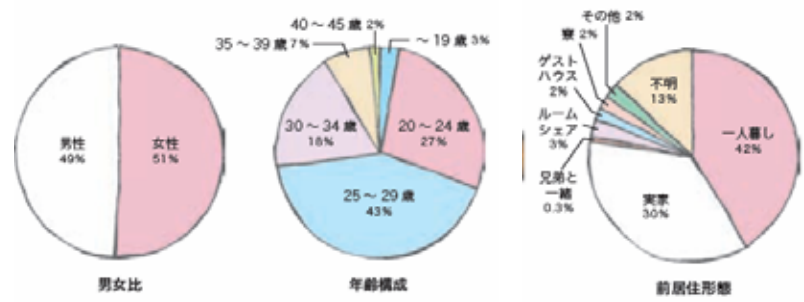
・経済低迷により節約志向が顕著に  
・非日常より日常重視。  
日常をより快適なものに。

## 5. 地球環境意識

・CO2削減は国家的課題  
・使えるものは使い続ける  
サスティナブルな世の中へ

# シェアプレイス入居者属性

入居者のほとんどは、20代～30代前半の社会人。シェア型居住を初めて体験する方が多く、ワンルーム居住からの転居も多い。賃料は周辺ワンルーム相場と同等程度となるため、経済的理由からの選択というよりは、シェアというライフスタイルを選択している積極的ユーザーが多いといえる。



# コミュニティデザイン・コミュニティマネジメント

共同生活において、コミュニティは重要なファシリティ的要素と考え、企画・改修段階から管理・運営段階まで一貫してコミュニティをどう形成していくか、質をどう維持していくかを重視。企画段階では、コミュニケーションのきっかけを随所に導入するコミュニケーションデザインを実施し、運営段階では、これらを活かし、イベントプロデュースから日々のフォローまできめ細かなコミュニティマネジメントを実施。このほかに、メーリングリストなども活用している。なお、コミュニティの質向上は、定着率や入居者属性向上につながり、収益の向上に貢献している。

## ① 入居者プロフィールブック

出身地・趣味など、何気ない共通点から会話が始まる、ということは多いものです。ここから小さなきっかけを見つけ、大きな話題へと繋がる人が見つかるかもしれません。また、みんなにもきっかけを与える為に…自らのPRとしてもご活用下さい。



## ② シェアマップ（地元情報の掲示板）

ITツールの発達により、今や情報は「いつでも」「どこでも」手に入ります。しかし、やはり本当に信用できるのは「顔の見える身近な人」の情報ではないでしょうか？また、地元情報をシェアすることによって地元意識も芽生え、話に花が咲くかもしれません。



## ③ インフォメーションボード

「今度イベントやります!」「BBQやりませんか」既存のシェアプレイスで活発に行われていた入居者の情報発信の場（掲示板）を、今回さらに進化させました。期日を越えた情報も全てストックし、閲覧できることが可能です。またリビタ（管理者）からの伝達事項はデザイン上で区別し、より分かりやすくしました。



## ④ ライブラリーボックス&ファイル

雑貨やCDショップなど手書きPOPのコメントでつい購入してしまった経験、ありませんか。SP東神奈川のライブラリーでは、そんな手書きのレンタルカード&BOXを用意。本を通したコミュニケーションから、隣人の新たな一面が垣間見えるかもしれません。



## ⑤ イベントプロデュース

入居者同士の自発的なイベントのご協力に加え、リビタ主催のコミュニケーションイベントも企画・実行します。恵まれた共用スペースを有効活用した「食」「文化」「アート」などのイベント・ワークショップは、様々な人を繋ぐコミュニケーションのきっかけの一助になれば、と考えています。





シェアブレイス企画実績 (2010年8月現在) 企画中も含む

平均稼働率 (2010年8月現在)

9棟 487戸

約 95%

シェアブレイス蒲田

住所: 東京都大田区東矢口 総戸数: 17戸 リノベーション竣工: 2006年 (既存建物竣工: 1983年)



シェアブレイス五反野

住所: 東京都足立区弘道 総戸数: 48戸 リノベーション竣工: 2007年 (既存建物竣工: 1989年)



シェアブレイス東戸塚

住所: 神奈川県横浜市保土ヶ谷区権太坂 総戸数: 61戸 リノベーション竣工: 2007年 (既存建物竣工: 1987年)



シェアブレイス浦和

住所: 埼玉県さいたま市浦和区本太 総戸数: 32戸 リノベーション竣工: 2008年 (既存建物竣工: 1991年)



シェアブレイス読売ランド

住所: 神奈川県川崎市麻生区細山 総戸数: 44戸 リノベーション竣工: 2007年 (既存建物竣工: 1991年)



シェアブレイス東神奈川

住所: 横浜市神奈川区神奈川本町 総戸数: 57戸 リノベーション竣工: 2009年 (既存建物竣工: 1987年)



TOKYO SYNC 赤坂

住所: 東京都港区赤坂 総戸数: 3戸23室 リノベーション竣工: 2010年6月 (既存建物竣工: 1969年)



(仮)多摩平

住所: 日野市多摩平 総戸数: 144戸 リノベーション竣工: 2011年2月 (予定) (既存建物竣工: 1960年)



(仮)田園調布

住所: 大田区田園調布南 総戸数: 70戸 リノベーション竣工: 2011年3月 (予定) (既存建物竣工: 1968年)

