

**演題：**「リブランの「MUSISION マンション」、誕生の背景。社会課題が経営資源—その解決・行動が商品化だ、創業者の理念を継いだ二代目社長（ご子息）の大ヒット」

**講師** 鈴木 静雄氏(株式会社リブラン 創業者 相談役)

■主宰者 佐藤一雄氏より

「MUSISION マンション」と言えばリブランだ。本日は、そういう発想が出てくる土壌をつくった創業者に話をうかがう。どういう発想で仕事をし、息子に引き継ぎ、発展してきたのか。

■講演

「ミュージションマンション」は人気があり、空きが出るのを2500人が待っている状況だ。本日は担当者（資産活用部部門長田代聡夫氏）も同行しているので、詳細は担当者から説明させたい。

社会問題をテーマにすれば宣伝する必要がない

まず、当社が過去に取材を受けた時の映像を見てもらいたい。

15年ほど前から倫理法人会に関わっている。済州・アジア平和フォーラムに登壇したときの映像だ。「従来型の経営を捨て、倫理経営に転換しよう。経済は倫理経済に。倫理資本に転換しよう」と、80カ国・5000人が集まった場で世界に向かって発信した。

次の映像。私が4歳のころ、特色あるマンションづくりをテーマにTBSテレビの取材を受けた。取り上げられたのは、埼玉で手掛けた自然との共生マンション。社会問題をマンションで解決しようという考えでやっている。このときは自然との共生だが、次々と新しい社会問題が出てくる。

次の映像は30年以上前、民放テレビが当社のライダーズマンションを取り上げたときのもの。オートバイに乗っている人は部屋が借りにくいという話を聞き、つくったマンションだ。場所は埼玉のみずほ台で、地下には40台のオートバイを駐車でき、1階にはバイクショップが入っている。各戸の部屋番号などデザインもバイクにちなんだものとした。

無理な宣伝をしても売れない。社会問題をテーマにするとマスコミが取材に来るため、宣伝する必要がない。当社の事業のやり方は、「社会問題を見つけて、その社会問題を解決する」だ。

次は地域活性化の取り組みの映像。ママさんバレー大会や沿線のニックネーム募集などの取り組みをテレビ局が取材に来たときのものだ。なぜ、こうした地域活性化に取り組んだかという、会社を立ち上げたのは55年前で、場所は東京都北西部に位置する板橋区。東京・池袋から埼玉へと伸びる東武東上線が走っているエリアだが、人気がなかったため、沿線のイメージアップが必要と考

えた。そこでたとえば各駅からチームが出て、ママさんバレー大会を実施した。沿線のコミュニティのため30年くらい続けた。それから、東上線沿線を面白くする会。50年くらい前だ。沿線のさまざまな人が集まり、酒を酌み交わしながら区（板橋区）を交えて話し合った。東上線の名前を変えようと、ニックネームを付ける運動も実施した。募集したところ1000通くらいの応募があり、地域の子どもたちに選んでもらい「森林都市線」に決まった。

続いて、エコミックスデザインを取り上げた映像。リブランはメインテーマとして環境共生、環境問題をやっている。森を残したり、屋上緑化したり、部屋の中を自然素材にしたり。植物による緑のカーテンは環境省からも文科省からも賞をもらった。大手デベロッパーも視察に来た。エコミックスデザインは、日本の伝統文化・知恵で住まいを快適にする発想だ。たとえばバルコニーのひさは2メートルで、これが夏の日差しを遮り、冬の日差しを取り入れる。あらかじめフックを取り付け、夏の日差しをよけるシェードや植物による緑のカーテンを吊り下げられる。このマンションに暮らしていた小学校の先生が、「これいいね」と勤務先の学校にも取り入れた。

### ミュージションについて

そしてミュージション。映像は17年前のもの。ミュージションは首都圏で30カ所ほど展開してきた。そのうち約7割は地主が建設した建物で、残りは自社で土地を購入し、入居後に販売している。そのほか自社で所有しているものもある。

映像で紹介している物件はコンサートホール付き。収容人数100人ほどでもコンサートホールがあれば町が変わる。居室は優れた遮音性能で、演奏や音楽鑑賞が心置きなく楽しめる。家賃が高めということもあり、居住者の9割が社会人だ。自宅とは別に借りる人もいる。木造でも建設している。

これからは、しゃれた賃貸物件を建てても、飽和状態でいずれは空いてしまう。コンセプトを絞り込むことが重要だ。ミュージションは、大型ばかりではなく、5、6階建・土地面積が広いものもある。

### 今は誰にでもよいものは誰にもよくない

どういう生活を支援し、どういう社会問題を解決していくか。尖ったコンセプトで事業を進めるのは皆怖がる。でも逆だ。今は誰にでもよいものは誰にもよくない。つまり価値がない。狭くてもライフスタイルを支援するという考え方だ。昔からテーマを決め、それを支援するマンションつくっている。それであれば不況が来ても大丈夫。これからはそういう時代だ。

当社のミュージションも、長年手掛けているので基本性能はよい。それが基本であり、社員には「音楽には、音楽が持つ力や音楽が持つ使命があるはず。思想を掲げてやりなさい」と言っている。

## <質問コーナー>

Q. **沼田真清氏(㈱エース・コーポレーション)**:ミュージションは実需と投資両方か?

A. **田代氏(リブラン資産活用部部門長)**:基本的に実需だ。入居者は社会人が多く、学生は1割くらい。学生は学校で練習できるからだ。建築コストは、当社のコンサルフィーを含め15~20%アップで収まると思う。当初の物件は既に16年目になるが、賃料は下がっていない。供給が足りていないからだ。2500人くらいウェイティングがあるので、空きがでると早いと30分、遅くてもその日中には入居者が決まる。駅から遠くても需要はあると思う。

Q. **沼田真清氏**:入居者のうち、プロ、セミプロ、アマの比率は?

A. **田代氏**: 趣味としての利用が圧倒的に多い。上記の境目は人それぞれなので区分けは難しい。

Q. **沼田真清氏**:建築費は木造でも15~20%アップで可能か?

A. **田代氏**:可能だ。RCのほうが遮音性能は出やすい。RCだとD75(D=デシベル)。木造はD65くらい。D70の性能が出る物件もある。

Q. **前島忻治氏(大和自動車交通㈱)**:資料を見ると、ミュージションの供給実績は東京の西側に集中しており、千葉県は1つしかない。千葉のマーケットを調べたことはあるか?

A. **田代氏**:会社としてはやったと思う。JR総武線の津田沼や市川、本八幡、東西線の行徳などは需要がありそうだ。柏や松戸も需要があると思う。考え方としては、賃料は周辺相場よりも2割、3割高めに設定しているが、もとの相場が低いエリアでは、建築費はどのエリアで建てても変わらないので、結果として利回りが取れない。

Q. **本多信博氏(住宅新報)**:大手デベロッパーやハウスメーカーが参入しにくい理由は?

A. **田代氏**:一緒にやろうと声を掛けられることはある。ただ特許ではないので、一緒にやるとノウハウを持っていかれるので敬遠している。

他社が真似しにくいのは、リーシングにもノウハウが必要だからだろう。当社のリーシングチームは皆、音大卒やミュージシャン、DJ経験者ばかり約10人。顧客は不動産の話ではなく音楽の話で入居を決めるくらい音楽の知識が重要。たとえば当社のリーシングチームは、入居希望者に対して、「ピアノならばこの位置に置いたほうがよい」「こちらを向いて演奏したほうがよい」などアドバイスできている。

**Q. 沼田真清氏**；武蔵中原のミュージションは2013年に竣工し、2018年に増築している。広さは何㎡なのか？

**A. 田代氏**：2棟とも同じオーナー。初めは29㎡を22戸つくった。そのオーナーが「退去理由として結婚が多い。居室は広いほうがよいのでは」と言い出した。そのため2棟目は40㎡・8戸、50㎡・4戸、25㎡・8戸でつくった。すると広い部屋からすぐ埋まり、25㎡は最後まで残った。結果、部屋の広さは問わず入居したのは一人暮らしばかり。世の中に潤沢な資金を持っている人は想像以上にいる。

**Q. 本多信博氏**：賃貸ではなく、分譲マンション事業としてはやりにくいのか？

**A. 田代氏**：（自分は賃貸担当なので詳細は分からないが）リスクがあると感じているのではないかと。同じ1棟を建てたとして、分譲マンションならば20戸、30戸すべて購入者を集めるよりも、収益物件として1人の顧客に販売したほうが業務的に効率がよいため、分譲事業に踏み切れていないのではないかと。

**Q. 中町純一氏（東京建物不動産販売㈱）**：防音工事をすると、専有面積は狭くならないのか。ゼネコンは専門業者がいるのか。

**A. 田代氏**：中古を改修するのではなく基本的に新築で供給している。狭く感じない最低寸法が当社にはあるので、入居者は狭く感じない。

防音仕様は社内にノウハウが蓄積できてきた。建設してもらったゼネコンは5、6社。広げすぎるとノウハウが漏洩する。競争原理高めるためにも複数社と仕事をしている。工事の経験を積んだほうが防音の性能が出ると感じている。

**Q. 中町純一氏**：建築コストが非常にアップしている。実感は。

**A. 田代氏**：実感はある。例えば3月に見積もりを出したある物件は、8月に概算を出したところ1割アップになった。そのオーナーはコストアップは織り込み済みだったので、計画は進んでいる。これから値上げになる部材もある。建築コストはまだまだ上昇すると思う。それでも建てる人がいるのは金利が低いからだろう。

**Q. 佐藤一雄氏**：大きな意味での社会課題にどう取り組むか？

**A. 鈴木氏**：テーマはたくさんある。たとえば、子育てマンション。子どもの人権が話題になった30数年前に埼玉の川越で供給したところ全国から視察に来た。それは70㎡ほどの居住性のある物件だった。今ならば、55㎡くらいの子育て賃貸マンションを自然素材でやればヒットすると思う。70㎡や80㎡では利回りに問題があるから55㎡くらいで。その面積であっても65㎡くらいの居住性のあるマンションはできる。今、病院にいても原因がわからない心と体の病気になる子供が多いと聞く。ナイチンゲールの看護論には「病気の原因の半分は住環境（環境）」という言葉がある。

Q. **越 純一郎氏(株)テイクグッドケア**:ミュージションの退去時の原状回復は通常のマンションと同様か?

A. **田代氏**: そうだ。建物管理面も普通のマンションと同じ。清掃やエレベーター一点検なども同様だ。

Q. **越 純一郎氏**:防音設備の耐用年数は相当あるのか?

A. **田代氏**: 半永久的と聞いている。有名なコンサートホールも、老朽化して改修した際、防音しているところは手を加えなかったと聞く。

Q. **越 純一郎氏**:大手のデベや上場企業は四半期決算があり、結果(利益)を出さないといけない。それに比べて上場していないリブランは「3年後、5年後に利益を出せばよい」というようにオーナーの裁量がある。だからユニークな展開できるのだろうか?

A. **鈴木氏**: それはある。最初の物件(ミュージション)は、実は思ったように防音性能が出なかった。地主ではなく当社の土地で建設した物件だが。それでも数年後に2棟目、また数年後に3棟目とチャレンジしている。失敗(防音性能が予定通りではなかった)しているのに続けられる会社は普通はない。新しいことをやるのは勇気がいるものだ。

### <参加者の声> アンケート(印象に残った点)より

★リブランさんの「住まいに思想を提案する」という理念が事業に貫かれているのを」再確認した。

★「社会問題を解決するマンションは営業しなくても売れる」「思想なき住まいはガラクタだ」というメッセージはデベロッパーとして強く受けとめたい。

★社会を未来を考えるリブランさんの経営にはいつも学びが多い。ありがとうございました。  
(大成有楽不動産(株)不動産事業統括本部)

★収益にとらわれない「社会問題解決」というテーマに共感しました。  
(東京建物不動産販売(株))

★現場に即したお話が聞けて大変興味深く聞くことができました。  
(東京建物不動産販売(株)投資商品開発部)

★ミュージションは一般的住宅リーシングノウハウでは入居者誘致が難し

い（音楽ファン、専門プロ、セミプロ、ユーチューバーなど）。

★スタジオをつける

★誰でも良いものは誰でも良くない（尖った商品をつくる）。

★RCだけでなく木造でもミュージションが可能。 (有わたや)

★映像を含め「事実」に基づいた講演は、印象に残りました。(株ジーク)

★奥さんとの話は感動しました。(株エース・コーポレーション)

★良かった。(大和自動車交通株)

以上