



2016年トレンド予測

住まい領域

住まいのマッチングサービス

パソコン

パソコン



モバイル・タブレット

ケータイ スマートフォン



情報誌

フリーペーパー



無料相談所

スーモカウンター
新築マンション
注文住宅
リフォーム



タブレット



市販誌



キーワード

当事者意識を持つ住民による
経営視点のマンション管理



住民経営マンション



2000年代前半から増加した湾岸タワーマンションが1回目の大規模修繕を迎える。湾岸に限らず、修繕積立金不足、関係性の薄さ、管理意識の低さなど問題が表面化。

一方でマンションを「資産」と考える人は増加している。

職場以外のコミュニティでパラレルキャリア志向を持って理事長になる住民も登場。

住民向けイベントを企画し、長期修繕計画を見直し、HPを作って発信して。複数マンションが連携し、バス本数を増やすなど住みやすさ改善まで。

マンション選びは立地志向、駅近志向が高まっている。

立地は変えられないが、住み心地は住民自身が変わられる。

住民経営度の高いマンションが、新しいマンションの**価値モノサシ**を築き始める。

1999年竣工のセンチュリーパークタワー（総戸数756戸）が大規模修繕を築16年目の今年迎える。

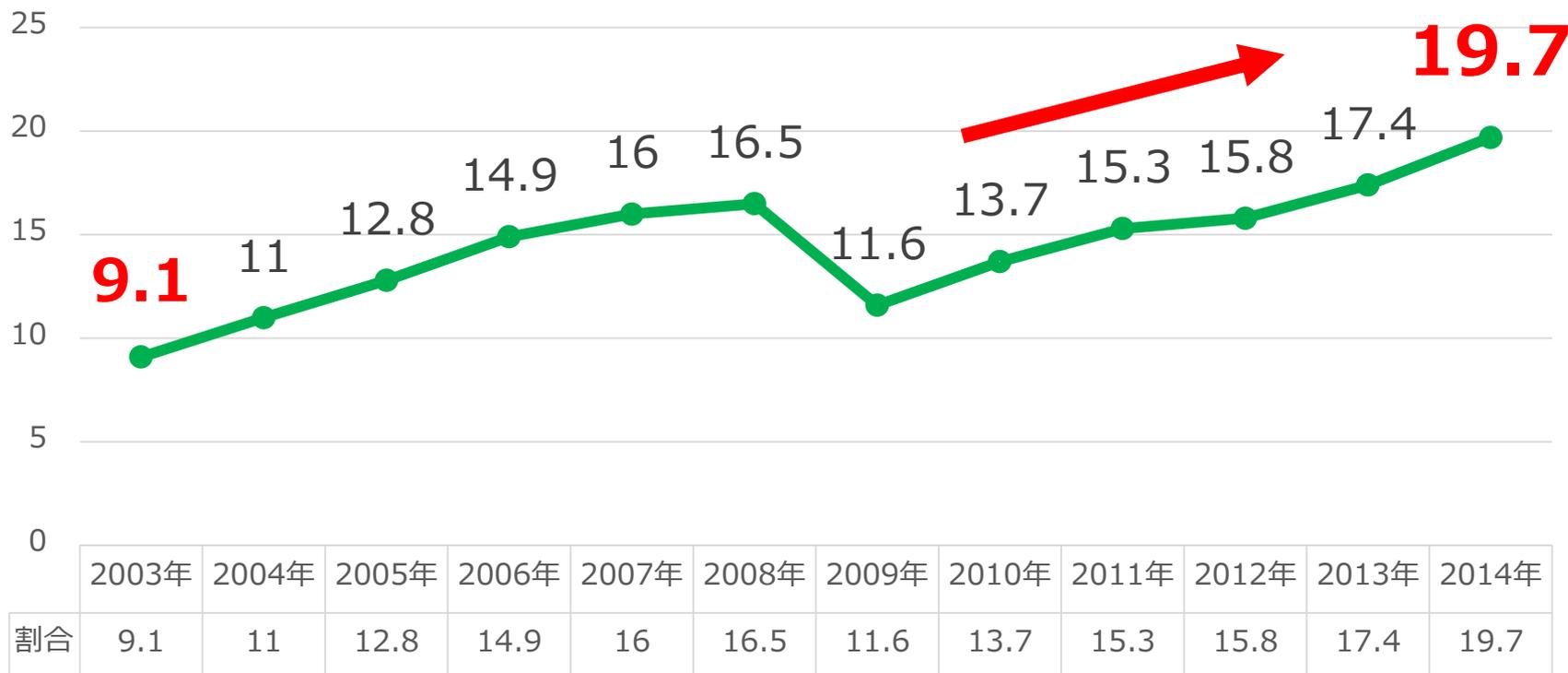
東雲・有明・品川などで大量供給されてきた
湾岸大規模マンションが続々と**第1回の大規模修繕**を迎える… …

- 1999年築 センチュリーパークタワー（756戸）
- 2000年築 キャナルワーフタワーズ（499戸）
- 2001年築 芝パークタワー（252戸）
- 2002年築 ファミール月島グランスイートタワー（242戸）
- 2003年築 SHINAGAWA V-TOWER（650戸）
- 2005年築 Wコンフォートタワーズ（1,149戸）
- 2005年築 ワールドシティタワーズ（2,090戸）

新築マンション購入者の購入を思い立った理由として「資産として有利だと思ったから」と答える割合は過去最高に。

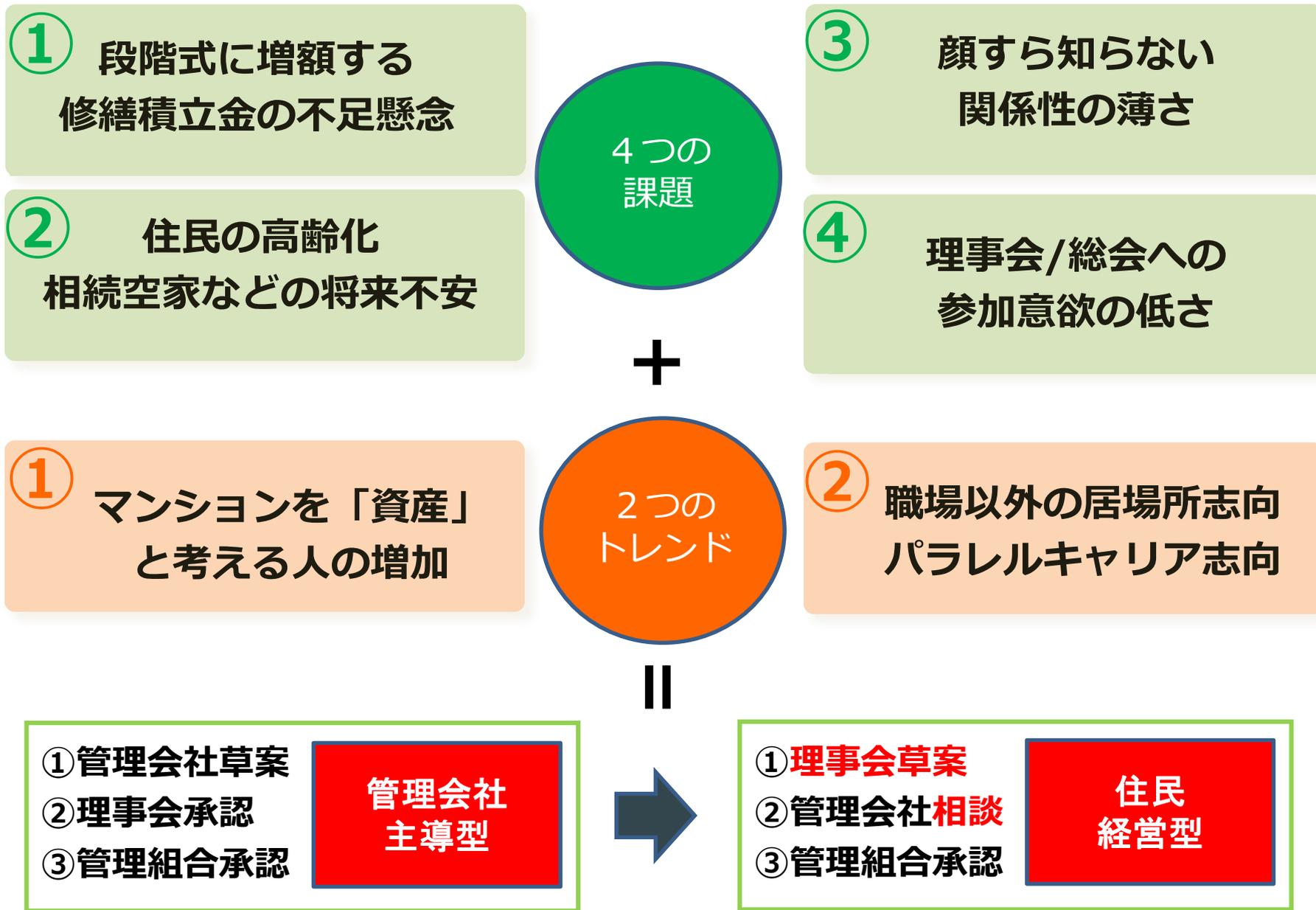
購入を思い立った理由のうち

「資産を持ちたい、資産として有利だと思ったから」の回答割合



出典：2014年版新築マンション契約者動向調査（首都圏／N=3,347）／リクルート住まいカンパニー

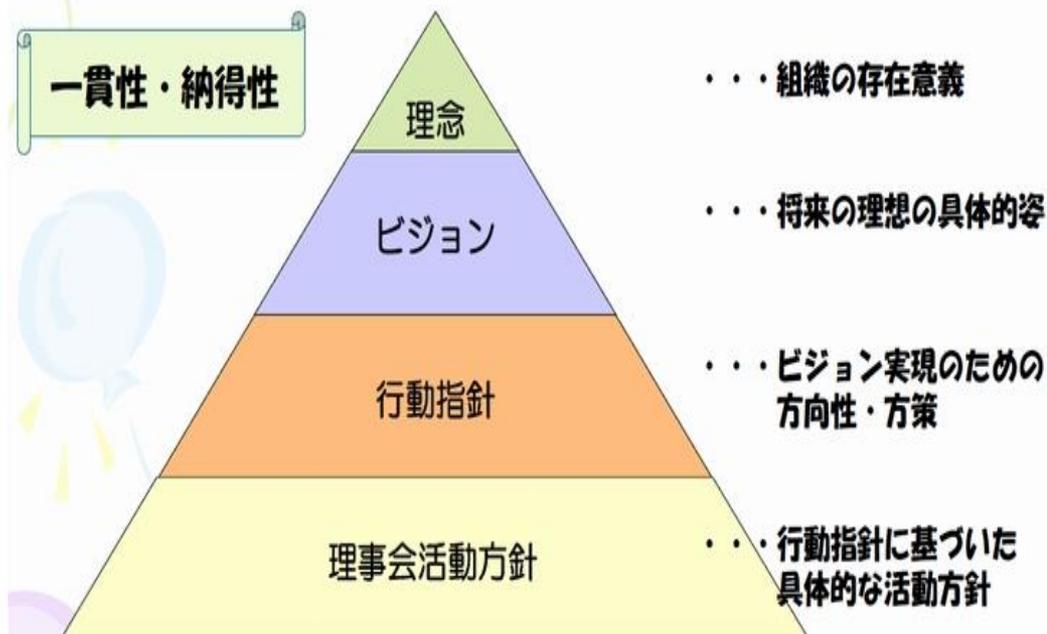
住民経営マンションが増加する その構造とは？



【事例①】 理念・ビジョンを定める

「ブラウシア」 (2005年竣工 438戸 千葉みなと)

- ・ 住民合意を得やすくするために、2013年より **理念、ビジョン、行動指針、活動方針**を定めている
- ・ 30年だった長期修繕計画を**54年**に延ばす合意 **災害に備え、2億円の備蓄金**を準備
- ・ 毎月の**修繕積立金をフラット化** (2014年)



ブラウシア 理念

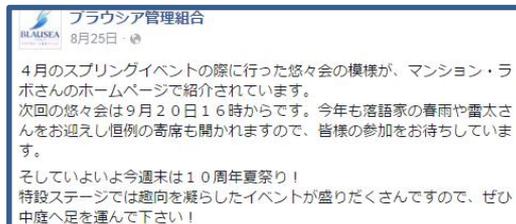
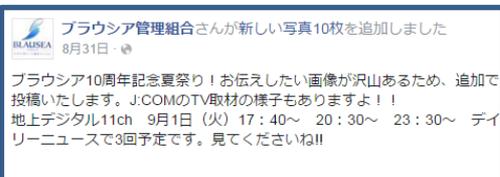
ブラウシア管理組合は、
強固なコミュニティをベースとし、
終の棲家として充実した
マンションライフを実現する。

ブラウシアビジョン

- (1) 活気のある、笑いあふれる
コミュニティライフ
- (2) 安心・安全で、住み心地良い
居住環境
- (3) 終の棲家として、いつまでも
信頼できる建物・設備

【事例①】 住民交流で基盤を整え、内外へ情報発信

- ・ **活気あるコミュニティ**を作るため
ハロウィン、夏祭り、フリマ、新一年生親子交流会、60歳以上の人の交流会、**つながりのキッカケ**となるイベントを**ほぼ毎月**実施。
- ・ **公式ホームページやFacebookページ**を作成。物件の魅力を**外部へ情報発信**。
理念・ビジョンも掲載。マンションが大事にしていることも伝えている。
- ・ **新規入居者向けにパンフ**を作成し、**ビジョン**などを理事会から説明。



- ごあいさつ
- 【快適さはハードから】7つのポイント
- 【心地よさはソフトから】7つの魅力
- 不動産のプロが見たブラウシアとは
- マンション管理のプロが見たブラウシアとは
- ブラウシアの新たな挑戦
- ブラウシアの日々の活動
- コンサルタントのコラム
- 千葉市特例対応！マンション内部自治会について
- メディア掲載



ブラウシアは居住者が住み心地と資産価値の向上を目指す分譲マンションです

こんにちは。当マンションは、千葉市の中心部に位置する千葉駅・千葉みなと

有明の5つのマンションの管理組合の連合体「有明マンション連合自治会」

(オリゾンマーレ・ガレリアグランデ・ブリリアマーレ有明・シティータワー有明・ブリリア有明スカイタワー)

● 連合自治会の目的

- ① 東京都・江東区へ積極的に働きかけを行い、まちづくりを主体的に行うこと
- ② 有明地区住民の親睦を深めてマンション間の情報交換を活発にしていくこと

● 実現内容

① バスの増便

全住民の声として江東区と東京都交通局にバス増便の要望書を提出。
東京駅行バスを、土日のみ1本/時程度→平日4本/時と**約15倍**に増便。

② 信号機の機能変更

子供の死亡事故をきっかけに、一部の信号を右折・直進分離型に変更。他信号も協議中。
歩行者横断時に車が来ない設計に。

③ 運動会の実施

有明地区住民皆で参加できるイベント・お祭りが全くない状況。防災観点でも不安があった。
→マンション対抗運動会を実施し、今年は約700人が参加。



ブリリアマーレ有明HP

植栽を通じた価値UPと コミュニティ形成をサポート

東邦レオ株式会社



- ・「植栽管理」を請け負う。
- ・「住民参加型」での植栽管理を提案。
- ・共用部のバリューアップを図るとともに、花の植え替えイベントなどで住民を巻き込み実施することでコミュニティ形成にも寄与。

<http://www.toho-leo.co.jp/>

コミュニティ活動の年間計画策定から 運営までをサポート

株式会社ディグアウト



- ・共用部を活用した行事運営を請け負い、ヨガ、英会話などのカルチャー教室や、音楽イベント、農業体験ツアーなどを実施。
- ・共用施設の稼働率向上とコミュニティ形成を支援。
- ・マンション住民専用のWEBシステムや、管理組合の活動を外向けに発信するWEBページの作成も請け負う。

<http://yuu-to.com> 118

【事例④】 管理会社も住民経営をサポートする

マンション管理業務を受託する管理会社の団体が主体で、事例共有サイトを構築（2015年）夏祭りなどのイベントや高齢者対応などのマンション活動（マン活）成功事例を掲載。先進事例は表彰も行う予定。

マンション内のクラブで企画を持ち寄って、大人も子どもも楽しみつくす夏祭り！

企画、ライオンズ等々崎が「アイランス」による住民と地域の交流の様子を紹介しました。今回は、クラブ活動も盛んな同マンションで、楽しい夏祭りの様子をお伝えします。管理会社や理事が主導するのではなく、各クラブが考えた企画を持ち寄ってみんなでつくる夏祭り。さまざまな参加する「大人の文化祭」といった風情のお祭りでは、たくさん子どもたちも巻き込んで、たいへんな盛り上がりを見せていました。



運営スタッフが100人以上！ みんなが主役のお祭り



水盤が広く広い中庭に特設ステージがつけられ、たくさんの方が集まる周りには、色とりどりの出店がステージを取り囲んでいます。ステージ上には、何と管理組合の理事長と自治会の会長による専才ながらの司会が、神奈川県茅ヶ崎市にある大規模マンション「ライオンズ等々崎アイランス」の楽しい夏祭りの始まりです。

ステージには新選の2人のほかに、10名以上の大人が並び、一人ひとり紹介されました。彼らは今日の夏祭りの立役者たち、マンション内のクラブの代表者です。

「ライオンズ等々崎アイランス」では、「アイランスクラブ」と呼ばれる入居者同士のサークル活動が盛んに行われています。5人以上の人数を集めて理事会から承認を受けたクラブは現在16、そのうち11のクラブが、今回の夏祭りに参加しました。

「夏祭りは今年で4回目ですが、それまでは理事会主導のごく普通の祭りだったんです」と話すのは、管理組合の理事長。しかし、それではどうしてもおまじょになってしまおうに感じていたそうです。イベントが盛んなマンションであることから、昨年の秋にイベント実行委員会を立ち上げ計画を練り立て、クラブに協力してもらおう、という話が出ました。

「自分も含めて理事や実行委員は、2、3のクラブを掛け持ちしてクラブ活動をしている人が多い。それで、自然にクラブに出店をお願いしよう」ということになったんです」と原さん（仮名）。昨年できた自治会とも協力して、結果的に運営スタッフが100人以上、という大規模なお祭りになりました。月1回開催されるマルシェと連動して、エントランス付近にマルシェの出店、中庭に祭りの出店と、マンション全体が賑わうよう企画しました。

まず、出店を決めた各クラブがそれぞれどんな店を出すのか、どんな出し物をするのかを考えて報告します。それを受けて、11人で構成される実行委員が、例えばフラダンスならステージの時間を、ヨガの体験会なら共用施設を確保するなどして割り振るのです。3月から月1回集まりを行い、準備をしてきました。

さながら「大人の文化祭」。クラブ活動の発表の場にも

早速、ステージではマリクラブによる「ピーナツ飛び選手権」が始まりました。周辺では、釣友会による金魚すくい子どもたちが行列をついています。綿菓子やかき氷、枝豆や冷湯など、大人も子どもも時には売り手、時には買い手になって祭りを楽しんでいます。庭の芝生に座って何かを食べる



購入時は皆、他マンションと比較検討購入するが、
購入後は「自分のマンションの暮らし心地」しか視野にない人が大半。

資産価値を保っていくためには、「**出る人を減らす**」「**新たな住民を獲得しやすくする**」の2つの観点が必要。

IN

新たな住民の獲得

- ✓ 周辺の同様のマンションより魅力を感じてもらおう**価値づくり**
- ✓ 価値をアピールする**外部発信**

OUT

出る人を減らす

- ✓ 暮らし心地を高め、**住民満足度**を上げる
- ✓ 長く住み続けられる**安心感**

マンションも企業も「経営視点」で見ると合致点と相違点がある。
住民経営マンションは、相違点を埋め、**企業経営に近い**といえる。

企業	観点	マンション管理	住民経営だと…
○	ビジョン・戦略	×	○
○	財務・会計	○	○
○	統治・組織	△ (管理会社が主導)	○ (理事会主導)
○ (経営層で決定)	意志決定	△ (住民合意が必要)	○ (合意形成力強い)
○	顧客視点	△ (既存住民視点のみ)	○ (新規住民視点も)
○	競合視点	×	○ (周辺物件比較視点)
○ (お金)	役員報酬	×	△ (パラレルキャリア= お金ではない報酬意識)

キーワード

当事者意識を持つ住民による
経営視点のマンション管理



住民経営マンション



2000年代前半から増加した湾岸タワーマンションが1回目の大規模修繕を迎える。湾岸に限らず、修繕積立金不足、関係性の薄さ、管理意識の低さなど問題が表面化。

一方でマンションを「資産」と考える人は増加している。

職場以外のコミュニティでパラレルキャリア志向を持って理事長になる住人も登場。

住民向けイベントを企画し、長期修繕計画を見直し、HPを作って発信して。複数マンションが連携し、バス本数を増やすなど住みやすさ改善まで。

マンション選びは立地志向、駅近志向が高まっている。

立地は変えられないが、住み心地は住民自身が変わられる。

住民経営度の高いマンションが、新しいマンションの**価値モノサシ**を築き始める。