

# 市街地住環境形成の視点からみた民間賃貸マンション計画プロセスにおける問題と課題

建築計画分野 脇本泰成

## 1. 研究の背景及び目的

マンション紛争により、駐車場設置・景観阻害等のマンション建築に係る諸問題が、しばしば顕在化するが、問題が顕在化するものの多くは、大規模分譲マンションであり、企画プロセスや事業者の行動に関する研究蓄積が多いのも分譲マンションについてである。一方、阪神・淡路大震災後阪神間で集積の進む小規模賃貸マンションは、個々には住環境への影響が小さいために問題が表面化することは少ないが、その数は既成住宅市街地に立地するマンションの過半を占めており、その集積は市街地住環境形成にとって見逃せない。

本研究の目的は、阪神間に多数集積している小規模賃貸マンションの計画プロセスを市街地住環境形成の視点から明らかにし、問題を掘り下げ、既成市街地の住環境形成につながる小規模賃貸マンション計画に向けた課題を提示する。ここでいう計画プロセスとは、事業の動機、事業収支の考え方・事業主や企業の住環境に対する見識などの様々な影響力が作用するなかで、小規模賃貸マンションの建築企画・設計が決定していく仕組みである。

## 2. 研究の方法

震災後の阪神間の既成市街地で供給実績のある賃貸マンション事業支援企業から事業種類(建設系・設計事務所系・不動産系)、事業規模(全国展開・関西地盤・地域限定)、担当部門(企画・設計)を勘案して27社28部門選出し、企画・設計担当者へのヒアリング調査を行った(表1)。また、ヒアリング調査を行った企業の供給した賃貸マンションの事例調査(9事例)と、その事例の事業主へのヒアリング調査を行う。以上の調査結果の分析・考察をとおして小規模賃貸マンションの計画プロセスにおける問題と課題を探る。

表1 調査対象企業 単位：部門数

業種・担当部門	建設系(C)		設計事務所系(A)		不動産系(R)		計
	企画部門(p)	設計部門(d)	企画部門(p)	設計部門(d)	企画部門(p)	設計部門(d)	
地域密着(s)	3	1		9	2		15
広域展開	関西地盤(m)	1	3			3	7
	全国展開(?)	2	2			1	5
計	6	6		9	6		27

## 3. 調査対象企業の供給プロセスタイプ

ヒアリング調査対象企業を、業種・事業地域・供給プロセスタイプによって分類し、ヒアリング調査により類似した回答が聞かれた企業ごとに「建設系地域密着型」

「建設系広域展開一括(在来)型」「建設系一括(規格)型」「設計事務所系」「不動産系専門職協働型」「不動産系事業計画分離型」「不動産系自社経営型」の7タイプにグルーピングした。「建設系広域展開一括(在来)型」は建設系の事業地域が広域展開で全ての業務を自社で行い、設計が在来である。「建設系一括(規格)型」は全ての業務を自社で行い、設計が規格である。「不動産系専門職協働型」は事業計画のみを行っており、設計は設計事務所に委託しているマンションプロデュース会社である。「不動産系事業計画分離型」は事業計画のみを行っており、設計・施工を同一業者に委託している。

表2 調査対象企業の供給プロセスタイプ

単位：部門数

業種	C.建設系			A.設計事務所系	R.不動産系		
	地域密着	広域展開一括(在来)型	一括規格型	地域密着	専門職協働型	事業計画分離型	自社経営型
部門数	4	5	3	9	1	4	1
計	12			9	6		

## 4. 賃貸マンション事業への関わり方・進め方

ヒアリング結果の分析にあたっては、まず回答をひとまとまりの意味内容ごとにユニット化し、次いで各調査対象者の回答のユニットを似たものごとにグルーピングした。表3は縦軸にグルーピングした内容を取り、タイプ別に回答の有無を集計したものを示したものである<sup>注)</sup>。

### 4.1 事業主と依頼の経緯

#### (1) 事業主とその目的

賃貸マンションの事業主は、調査対象者22/28者(「28者のうち22者」の意。以下同様)が、元々土地を所有している個人であると回答しており、個人と法人同程度と回答しているのは2/28者のみであった(a1・a2)。一方、賃貸マンション事業を土地購入の段階から行って、自社で所有、経営を行っているのは1社のみである(a3)。個人の事業主の事業の目的は、節税対策、相続税対策、老後の安定収入であることが多い(c)。

#### (2) 事業主の意識

依頼してくる事業主の「意識・知識が高い」とするのは、設計事務所系で調査対象者3/9者、建設系広域展開一括(在来)型で調査対象者2/5者からきかれた(a1)。不動産系は回答が得られなかった。

### 4.2 事業の進め方

事業のイニシアティブは、設計事務所系では、「設計者主導」が調査対象者4/9者で聞かれ(a2)、「せめぎ合い

( a5) が調査対象者 3/9 者で聞かれた。具体的には企画側と協力やせめぎ合いという形で事業を進めていく。但し、協働形態が専門職協働型の場合は企画側主導となる( a1)。建設系、不動産系では回答は少ないが、企画側主導の意見があった( a1)。

### 4.3 事業収支

賃貸マンション事業も事業である以上、最低限の収支は必要である( a1)。しかし、賃貸マンションは法人が土地を買収して計画する高い収益を目標とする分譲マンションとは違い、個人が自分の土地に計画するので、分譲に比べると土地代が含まれない分事業収支が厳しくない( a2)。またケースにより目標とする収益に差がある( a2)。建設系一括(規格)型は規格品設計にすることにより、多様な面で効率を上げ、利益を上げている( c)。一方、規格品設計をしていない企業からは、規格品は融通がきかないというデメリットがあるという意見もあった( c)。

表 3 ヒアリング内容-供給プロセスタイプ別一覧(関わり方進め方) 単位:部門数

業種	C.建設系(12)			A.設計事務所系(9)	R.不動産系(9)			銀行(1)
	地域密着(4)	広域展開一括(在来型)(5)	一括(規格)型(3)	地域密着(9)	専門職協働型(1)	事業計画分離型(4)	自社経営型(1)	全国展開(1)
事業地域 供給プロセスタイプ								
賃貸マンション事業への関わり方 進め方								
(1)事業主との関係の経緯								
事業主との関係								
a1. ほとんどが個人	4	4	3	6	1	4		1
a2. 個人・法人同程度								
a3. 自社所有・経営							1	
b1. 既経験者		1						
b2. 未経験者		1				1		
c. 地主の税金対策 安定収入	2	2	2	4				
事業主の意識								
a1. 知識・意識が高い		2		3				
a2. こだわりなし 意識が低い		1		1				
b. 事業に積極的	1			1		1		
c. 計画と関西で異なる		1		1				
d. 意識のズレ				1				
e. 理想の事業主				1	1			
(2)事業の進め方								
事業のイメージタイプ								
a1. 企画側主導			1	1	1			
a2. 設計者主導				4		1		
a3. 借り上げ会社主導		2						
a4. 分譲との違い		1		3				
a5. 管理主導						1		
a6. せめぎ合い				3				
(3)事業収支・経営								
事業収支								
a1. 収支は重要				2	1			
a2. 分譲ほど収支を重要視しない		1		1	1			
b. 経営的展開								
c. 規格品のメリット								

## 5. 商品企画

表 4 は、商品企画についてのヒアリング結果を表 3 と同様の方法でタイプ別に回答の有無を集計したもので示したものである<sup>注)</sup>。

### 5.1 敷地選定

建設系では、敷地判定の際の選定基準は、調査対象者 4/12 者から「駅勢圏( b1)」、調査対象者 4/12 者から「事業性を見極める( b4)」という回答があった。地域密着の企業では調査対象者 2/4 者から「依頼を受けた土地に対応」と聞かれた( a3)。

設計事務所系では、調査対象者 6/9 者から「依頼を受けた土地に対応( a3)」ときかれた。設計事務所系では営業活動は行っていないので、依頼を受けた土地に対応しているため、敷地選定は行っていない( a3)。

不動産系では、敷地判定の際の選定基準は、調査対象者 3/6 者から、「駅勢圏( b1)」という回答があった。建

設系と同様に、事業性を見極めることを重要としている。

## 5.2 建物ヴォリューム・構造の決定

### (1)建物ヴォリューム

建物ヴォリュームは、「指定容積率・建蔽率による( a1)」が調査対象者 9/28 者、「規制による( a2)」が調査対象者 9/28 者から聞かれ多くなっている。しかし、賃貸マンションは分譲マンションとは違い事業主が元々土地を持っているために、分譲マンションほど許容容積率消化が厳しくない。よって他の決定要因も関係してくる。

他の決定要因として「需要による( b1)」が調査対象者 5/28 者、「事業主の資金力による( b3)」が調査対象者 13/28 者から聞かれた。一方、建設系一括(規格)型では、建物ヴォリュームは規格により決まっているという意見もあった( b6)。また、自社経営型では、指定容積率いっぱいまで使うとしている( a1)。

### (2)建物構造

建物構造は、基本は RC 造と回答している調査対象者が 12/28 者としている( a1)。基本は RC 造であるが、他の決定要因も関係してくる。

決定要因は「工期や敷地条件による( b1)」が 8/28 者から聞かれ、資金力( b2)・経験等( b3)等の意見も聞かれた。但し建設系一括(規格)型の企業には基本を RC 造と回答している企業はなかった。

表 4 ヒアリング内容-供給プロセスタイプ別一覧(商品企画) 単位:部門数

業種	C.建設系(12)			A.設計事務所系(9)	R.不動産系(9)			銀行(1)
	地域密着(4)	広域展開一括(在来型)(5)	一括(規格)型(3)	地域密着(9)	専門職協働型(1)	事業計画分離型(4)	自社経営型(1)	全国展開(1)
事業地域 供給プロセスタイプ								
商品企画								
(1)敷地選定								
立地								
a1. 都心部							2	
a2. 郊外	2	1	1				1	1
a3. 依頼を受けた土地に対応	2		1	6	1			
b1. 駅勢圏		4				2	1	
b2. 土地柄・校区	1	1		1				
b3. 地域により異なる						1		
b4. 事業性見極める	1	1	2			1		
b5. 担保力			1					
(2)建物ヴォリューム・構造 住戸規模の決定								
建物ヴォリューム								
a1. 指定容積率 建蔽率による		2	2	4			1	
a2. 規制による	1	1	1	5		1		
a3. 容積消化第一でない		2	1	1		1		
b1. 需要による	1	2		1	1			
b2. 地域による				2				
b3. 事業主の資金力による		4		1		2		
b4. 事業の目的による						1		
b5. コスト/バラン		1	1	2				
b6. 規格による	1		1			1		
建物構造								
a1. 基本はRC造	1	2		6		2	1	
a2. 住戸の新たな課題	1	1						
b1. 工期・敷地条件による	1	2		2	1	1	1	
b2. 事業主の資金力による				1				
b3. 事業経験による		1						
b4. 営業担当者による		1						
b5. 1Fと上階との関係による				3				
(3)差別化のポイント								
ソフト面								
a1. 地域密着	1						1	
a2. アフターフォロー		1		4		1		
a3. 企画力 設計力・提案力が重要	3	1		1	1	2	1	
a4. 住まい方の提案	1		1	2				
a5. コストコントロール	2			2		1	1	
a6. 相場家賃で高付加価値						1		
a7. 資料提供	1	2					1	
ハード面								
a1. 外観・インテリアデザイン	2	3	2	2		2		
a2. 住棟・住戸プランニング				7	1	1		
a3. スパノ・端高	1	2		1				
a4. 構造 構法	1	1		4		1		
a5. 建物仕様	2	1		2				
a6. 住居設備	2	1	2	1	1	3		
a7. 防犯設備	1	2		2		1		
a8. 家具・家電備付		1	1					
a9. 収納 ロフト	1			1				
a10. レンタル比を上げる					1			
a11. 技術的融合	3	1	1	2			1	
a12. 利便性	1		1	2				

各欄のカテゴリに関する回答があるものには回答数を記入している。  
( )内の数字は各業種、事業地域、供給プロセスタイプに該当する調査対象企業部門数を示している。

## 5.3 差別化のポイント

### (1)ソフト面

ソフト面の提案は「企画力・設計力・提案力が重要( a3)」

が調査対象者 12/28 者、「住まい方の提案( a4)」が 5/28 者、「コストコントロール( a5)」が 6/28 者から聞かれた。

(2)ハード面

建設系では地域密着の企業で、「住棟・住戸プランニングの工夫( a2)」が 2/4 者、「建物仕様( a5)」が 2/4 者、「質の高い住宅設備( a6)」が 2/4 者から聞かれ多くなっている。広域展開一括(在来型、一括(規格)型の企業では「外観・インテリアデザイン( a1)」が調査対象者 5/8 者、「質の高い住宅設備( a6)」が 3/8 者、「防犯設備の設置( a7)」が 3/8 者から聞かれ多くなっている。

設計事務所系では、「住棟・住戸プランニング( a2)」が調査対象者 7/9 者から聞かれ多くなっている。続いて、構造・構法が 4/9 社で聞かれ多い( a4)。これらは設計事務所系の企業は設計を主要な業務としている為であると考えられる。

不動産系専門職協働の企業は、設計事務所系と同様に住棟・住戸プランニングを重要としている( a2)。これは、この企業が設計業務を設計事務所に委託している為であると考えられる。不動産系事業計画分離型は、「外観・インテリアデザイン( a1)」「質の高い住宅設備( a6)」等で差別化をはかっている。

6. 企業の近隣関係・街路環境への設計上の対応

表 5 は調査対象企業の近隣関係・街路環境への設計上の対応についてのヒアリング結果を表 3 と同様の方法でタイプ別に回答の有無を集計したものを示したものである注)。

6.1 近隣への対応

(1)近隣関係への対応

「事業主の人間関係配慮」とするのは調査対象企業 3/28 者で、賃貸マンションは、ディベロッパーが土地を買って建てる分譲マンションとは違い、事業主が個人であるので、事業主と近隣住民との関係が配慮される( a)。

説明会は、調査対象者 11/28 者が実施していると回答しており( b1)、実施しないと回答している企業は 1/28 者のみであった( b2)。また「建設への反対必ずある( d1)」とするのは調査対象者 3/28 者で、逆に「反対少ない( d2)」とするのは 9/28 者であり、建設への反対は少ないと回答している企業の方が多い( d2)。

(2)近隣住環境への対応

近隣住環境への対応は、調査対象者 10/28 者で、「事業成立範囲で対応をする」という回答があった( b1)。また、5/28 者で「自敷地内環境優先( b3)」と回答があった。一方、理不尽な反対に対しては、建設系、不動産系の中には強行着工もあるという意見もあった( b2)。近隣への対応は、事業成立の範囲で対応はされるが限界があり、事業主の権利を大きく侵害するような要求には対応できないと考えられる。

(3)建物高さ・配置・日影・採光

建物高さ・配置・日影・採光は予め配慮して設計するという回答が 9/28 者から聞かれた( a1)。特に地域密着・関西地盤の企業では、マンションを建てるときは近隣すべてが将来の顧客となる可能性があるため、近隣ともめることは避けたいと考えている。一方、一括(規格)型の企業では、予め配慮するといった意見は見られず、「規制に従う」といった意見が見られた( a3)。

(4)プライバシー

プライバシーに関しては、近隣からのクレーム・要望は多く、予め配慮して設計するという回答は 10/28 者から聞かれた( a・ b)。

6.2 街路景観

(1)建築デザイン

建設系では、広域展開一括(在来型、一括(規格)型の企業においては、商品価値優先とするのは調査対象者 5/8 者であった( b2)。また、街並み意識が希薄な企業も 2/8

表 5 ヒアリング内容-供給プロセスタイプ別一覧(設計上の対応) 単位:部門数

業種	C.建設系(12)			A.設計事務所系(9)	R.不動産系(6)			銀行(1)
	地域密着(4)	広域展開一括(在来型)(5)	一括(規格)型(3)	地域密着(9)	専門職協働型(1)	事業計画分離型(4)	自社経営型(1)	全国展開(1)
事業地域-供給プロセスタイプ								
5.設計上の課題点								
(1)近隣への対応								
1.近隣関係への対応								
a.事業主の人間関係配慮		1		2				
b1.説明会実施	2	3	1	4		1		
b2.説明会しない				1				
c.企業主導/折衝能力の問題	1			1			1	
d1.反対必ずある	1	1		1				
d2.反対少ない	2	2		4				
2.近隣住環境への対応								
a1.事前調査する				1		2		
a2.事前調査消極的				1				
b1.事業成立範囲で対応	1	1	2	3		2	1	
b2.強行着工もある	2		1				1	
b3.自敷地内環境優先		1	1	2		1		
c.日影・採光								
a1.予め配慮して設計	2	2	3	3	1	1		
a2.調整しる作っておく	1			1				
a3.規制に従う	1		2					
b1.小規模は問題少ない	1							
b2.大規模高層問題多い	1		1	1		1		
c.規制の矛盾		1						
d.規制に反論致す				1				
3.プライバシー								
a.予め配慮して設計	3	2	2	2	1			
b.クレーム・要望多い	1			5				
(2)街路景観								
建築デザイン								
a1.街並意識希薄	1	2				2		
a2.既存街並みに調和	2	1	1	5			1	
a3.街並みに合わせた設計	1				1			
b1.規制クリア優先	1							
b2.商品価値優先	1	2	3	1		1		
b3.家賃UPにつながらない						1		
c1.ヴォリューム調整	3	1	1	5				
c2.波及効果		1		2			1	
c3.建物以外のもの				2				
c4.1/10/100の位置・付け方				2		1		
c5.テラスチャーターの使い分け				3				
c6.ゆとりある配置計画必要				1				
d1.メンテナンスフリー-重視		1					1	
d2.メンテナンス必要								
e.評価難しい				3				
f.家主居住-近隣住影響なし	1							
4.外観・インテリアデザイン								
a1.外観は副次的	2	2	1	1				
a2.地域により対応異なる		2		4	1			
a3.外観重視積極的緑化	1	1		1			1	
a4.事業次第				2				
a5.マニュアル対応			1				2	
b1.1/10/100の位置・付け方	2	1	1				1	
b2.商品価値優先			1				1	
b3.使い勝手優先	1			1				
b4.コスト削減優先		1		2				
c1.道路際配慮		1		2			1	
c2.サービス空間の処理	1	1		2		1	1	
d1.メンテナンスフリー-重視	2	1					1	
d2.メンテナンス必要								

各欄の方格子に関する回答があるものは回答数を記入している。  
( )内の数字は各業種、事業地域-供給プロセスタイプに該当する調査対象企業部門数を示している。

社ある( a1)。地域密着の企業では、2/4 者が既存街並みに調和すると回答しており、3/4 者からヴォリューム調整等が行うという意見が聞かれた( a2・ c1)。

設計事務所系では、調査対象者 5/9 者が「既存の街並みに調和( a2)」としており、2/9 者が「建物は街の財産( c3)」と考えている。街路景観への具体的な配慮としては 5/9 者から「ヴォリューム調整( c1)」、2/9 者から「バ

ルコニーの位置・付け方( c4)」、3/9 者から「テクスチャーの使い分け( c5)」という意見が聞かれた。

不動産系では、専門職協働型と自社経営型で設計事務所系と同様の傾向の意見があった。両型とも、設計業務を設計事務所に委託している為と考えられる。事業計画分離型では、街並意識は希薄という意見が 2/4 者から聞かれた( a1)。

## (2)街路デザイン・緑化

建設系では、「外構は副次的なもの( a1)」としている調査対象者が 5/12 者であり、外構を積極的にデザインしている企業は少なく、4/12 者が「行政指導に対応( b1)」としており緑化率あるいは緑被率等の行政指導をクリアする範囲で外構デザインを行っている。

設計事務所系では、外構は副次的なものと考えている企業は調査対象者 1/9 者と少なく、外構デザインに対して積極的に取り組んでいる企業が 4/9 者であった。

不動産系では、専門職協働型と自社経営型においては、地域に合わせて( a2)、積極的に外構デザインを行っている( a3)。事業計画分離型では、外構デザインは、行政指導に対応する範囲( b1)や、商品価値優先( b2)等で積極的には行っていない。

## 7.設計事務所系が設計する賃貸マンション計画の実態

企業へのヒアリング結果により、建設系・不動産系に比して設計事務所系の企業では、市街地住環境形成に対する意識が高く、住棟のプランニング等により近隣住環境や街路景観に配慮していることを汲み取ることができた。このような認識のもとに、設計事務所系の企業が担当した 9 事例の計画の実態の考察を以下にまとめる。

### 7.1 設計事務所系の企業に依頼する事業主

設計事務所系の企業に依頼する事業主は、主に節税対策が目的で賃貸マンション事業を行っている。しかし、多くの事業主は、目的は節税対策であるが、建物に対して何らかのイメージやこだわりを建設前からっており、主体的に事業に参加している。事業主が持っていた建物に対してのイメージやこだわりは建物に反映されている。設計事務所系の企業への依頼の経緯は、以前から知り合いであったことや知人の紹介等である。一方、設計事務所に依頼しなかったが、設計事務所に直接依頼するのは不安があった等の理由で、雑誌で知ったマンションプロデュース会社に委託してコンペをひらいてもらい、設計者を決めたとする事例もあった。

近隣の住環境や街並みへの配慮に関しては、多くの事業主に意識があり、近隣の住環境や街並みは乱したくないと考えている。またそのように、設計者に対して要望もだしており、市街地住環境形成に関して積極的であると考えられる。

### 7.2 設計事務所系の企業が計画する建物の実態

住棟・住戸のプランニング等の工夫による街路景観、

近隣関係への配慮が多く事例で見られた。但し、建物単体でみるとそれ程問題はないが、周囲の建物に対して、調和しているとは言い難い事例もあった。この要因の一つとして、目標となる市街地像が明確でないことが考えられる。一方、空地を敷地内に十分確保できている事例は少なく、空地がある場合でも、緑化はあまり見られず串刺し形式の駐車場等となっており、外構設計による街路景観、近隣関係への配慮はほとんど見られなかった。これらの要因としては敷地が大規模ではないために余裕が無いことや、個人事業主である為に資金に限界があるため、外構にしわ寄せがいく事などが考えられる。以上のように、個別事例によりヒアリング調査結果が確認できた。

## 8.結論

以上を踏まえた上で、市街地住環境形成に寄与する賃貸マンション計画を誘導する為の大きな課題は個人事業主の主体的参加の促進・支援である。

個人事業主による最近の賃貸マンションは、土地活用を支援する企業によって事業計画から管理・運営まで規格化されたものが多く、そのような場合、事業主の見識の有無に関らず、市街地住環境への配慮は積極的にはなされていない。一方、事業主が主体的に計画に参加する場合も一部であり、事業主が建物にこだわりを持ち、見識が高い企業との組み合わせでそれが反映されている。また市街地住環境への配慮も積極的である。住環境形成に寄与するマンション計画の可能性を広げるには、市街地住環境に対する見識を持つ、主体的に事業に参加する事業主を支援し、増やす必要がある。

市街地住環境に対する見識を持つ、主体的に事業に参加する事業主を増やし支援するために有効と考えられる支援策を以下に述べる。

経営ノウハウを持たない個人事業主に対して、マンションプロデュース会社が行っている事業進行のサポートは有効である。主体的な事業主の窓口となり、事業主と設計者の間に入り事業を進めており、事業主ヒアリングにおいても設計者との間に入ってくれるので事業が進めやすいといった意見が聞かれた。

専門知識をもたない個人の事業主が市街地住環境に対する見識を学習できる場をつくることは有効な支援策である。場の一つとして、まちづくり活動は、学習できる場として有効である。事業主ヒアリングにおいても、まちづくり活動が学習の場となったといった意見が聞かれた。

資金に限界がある個人の事業主に対して街路環境を整える為の緑化や外構デザイン等に対する助成等の支援策は有効である。

注)文中の( )内の丸数字とアルファベットからなる記号は、表 3、表

4、表 5 はヒアリング内容の分類記号に対応している。