アズパートナーズ

難易度物件 再生を支援

空室の寮社宅 中古住宅・遊休地 多彩な出口を提供

介護付き有料老人ホーム開発・運営と不動産事業のアズパートナーズ（東京都千代田区、植村健志社長）は、遊休不動産の収益化や権利関係が複雑な不動産の開発など、そのままでは売買が難しい不動産の再生を支援するソリューション事業を拡大する。

立地環境や条件に応じて自社運営する介護施設や住宅、商業施設、テナントビルといった多彩な再生メニューを使いこなす不動産ノウハウと、再生後の用途に応じて一般分譲、企業向け売却・仲介、自社保有など多くの出口を提案できるのが強み。来春で10施設目を数える有料老人ホームの運営で培った信用力と安定した財務基盤を裏付けに、案件の難易度や資金負担力の面で地域業者には荷が重過ぎる一方、大手業者は手を出さない数億円規模の不動産を中心に、買い取りや仲介、自社保有を積極化していく方針だ。

借地権付き建物を完全所有権のテナントビルとして収益化した東京・世田谷の物件

9カ所で老人ホーム

同社は現在、有料老人ホーム「アズハイム」シリーズを首都圏の9カ所で運営中。来春には横浜市でデイサービス併設のホームがオープンする。これに先立つ年末には、同社初となるショートステイとデイサービスの複合施設も都内にオープンする予定で、平均稼働率90%超を誇る「アズハイム」を中心に05年の事業参入から順調にシルバービジネスの裾野を広げつつある。

そのシルバービジネスと両輪をなすのが、不動産再生や開発、宅地分譲、収益不動産売買など幅広いメニューを持つ同社の不動産事業。事業規模は決して大きいとは言えないものの、保有不動産の有効活用や売却を考えるオーナーと、投資や事業用として不動産を求める企業・個人との間を橋渡しするコンサルティング型のソリューションに定評がある。

借地や郊外でも買取り

社宅を一括借り上げ

郊外などの保有地に企業向け社宅を建設したものの、企業の撤退によって今は空室になったオーナーから長期にわたって施設を一括で借り上げ、リノベーション後に自社運営の「アズハイム」として再生するのが不動産オーナーに提供するソリューションの代表例。

もちろん、同社のソリューションメニューは有料老人ホームにとどまらない。

独身寮だった物件をリノベーションして収益物件に仕立て直した東京都板橋区の賃貸住宅

高齢者住宅で再生

同じく都内では、収益物件としては売却が難しい賃貸住宅を抱えていたオーナーの求めに応じて一時的に物件を取得。立ち退き交渉や境界確定といった面倒な作業を経て分譲地として商品化し、デベロッパーに売却した。

また、シルバービジネスという同社ならではのノウハウを生かし、通常ならマンションや建売住宅用に仕立てる土地を、綿密なマーケティングの上で高齢者住宅用地として上場デベロッパーに売却した案件もある。

借地権をはじめ権利関係が複雑な不動産のソリューションも厭わない。都内の人気商業地では借地権付き建物の有効活用に悩んでいた個人から物件を取得。底地権者である国から底地の払い下げを受け、完全所有権の収益物件として商品化した。開発用地としては買い手の付かなかった郊外の土地を個人住宅用地として造成し、わずかな期間で完売した案件もある。

不動産仕入れを拡大

いずれも不動産に対する独自の目利きと再生ノウハウを生かし、不動産のバリューアップ再生に成功した一例である。

「シニアビジネスを手掛ける社会的責任と信用力を背景に、売り手も買い手も安心できるソリューションを提供できるのが当社の強み」（伊藤啓敏取締役）。

厚みを増した資金調達力を元に、再生提案や不動産仕入れを徐々に拡大していく考えだ。

タイセイ・ハウジーリバース

専業ならではの即決仕入れ

マンションリノベーション 仲介業者連携を強化

「リバースマンション」のブランド名で販売している。社名にもなっている「リバース」は、再生（REVERSE）と、生まれ変わる「リ・バース」（RE・BIRTH）の2つの意味を持つ。

仲介会社をビジネスパートナーに仕入れを行い、タイセイ・ハウジーグループの総合力と3年

キームだ。

現在の仕入れは月に20～25件ペース。売上高は設立初年度の10年6月期21億円、2年目の11年6月期は39億円、3年目の12年6月期は51億円と順調に推移してきた。

リノベーション経験者を中途採用してスタート。当初5人だった営業マンも徐々に増員。昨年

売価格は2000万円台が中心。ファミリータイプがメーンだが、都心ではコンパクトマンションの扱いも少なくない。

とくに重点エリアは設定しないものの、最近は埼玉県でリノベーション再販のノウハウが生かせない築浅マンションの流通が増加しており、結果として東京、神奈川の比

事業の拡大に伴い資材・設備の購入にスケールメリットを発揮、仕入れ価格にも還元できるようになった。専業で取り組んできた3年間のノウハウ蓄積によって、消費者ニーズにあった内装や設備の基本パターンが確立。仲介会社に〝売りやすい〟と評判も良く「こ

のエリアでの販売予定は