第23回 不動産ソリューションフェア パネルディスカッション 再現セミナー

これからの「オフィスビルの在り方」と「築古ビル再生ソリューション」

コロナ禍で働き方改革加速 変化に対応できるビルにニーズ

築古ビルオーナーにとって、コストを掛けずにビルの付加価値を上げるかは重要なテーマだ。感染症対策も視野に入れた様々な手法が紹介された不動産ソリューションフェアのセミナーを紙上再現。

ノットコーポレーション 取締役 神谷 奈緒美氏

コロナ禍の意識改革 ビルが適合する必要性

中小規模のビルを中心に、目まぐるしく変化する昨今の社会情勢の中で、築古のオフィスビルにどのような付加価値をプラスすれば競争力のあるビルになるのかという点を当社の実例やトレンドを交えながらご案内します。

まず、テナントがオフィスビルに求める水準がどのように上がったのかを共用部、ビル内観外観のリニューアル、環境性能、衛生環境の向上、BCP対策への取り組み、室内環境、価格条件等にフォーカスを当てます。例えばこれまでトイレや水廻りの美装化というのは経年劣化や機能が低下した設備機器の更新、意匠更新を行ってきました。

きれいで当たり前という水準に加えて、コロナがもたらした衛生環境に対する強烈な意識改革にビルが適合していく必要が出てきました。エレベーターホールや共用廊下エントランス部分につきましても従来のリニューアルでは陳腐化した意匠の更新をメインに進めてまいりました。ただ単なるこれまでのリニューアルに加えて共用部での衛生環境づくりはもちろん、ワーカーニーズを満たすことのできる空間が共用部に存在するかどうか、働き方の変化に対応可能なビルかどうか、という項目がこのコロナ禍で加点されたと考えます。

これまでテナントニーズのあった貸し会議室等のサービススペースや喫煙室につきましても、ただその空間を提供すればいいということではなくて利用者にとってメリットのある場所かどうか、利便性と機能性を考えた空間でなければならないと考えます。

環境への取り組みやフレキシブルな価格条件、セットアップ型オフィスの賃貸形態などテナントがビルに求める要素は本当に随時アップデートされています。コロナで拍車のかかった企業の働き方の変化に、働く場を提供しているビルにどこまでの受け皿があるのか。テナントがビルはこうあってほしい、という価値観や水準が上がってしまったことは仕方ないのですが、テナントの願望であるうちはまだいいとしても、その先には「ビルはこうあって当然だ」というフェーズに移行してしまってからでは時すでに遅しなのではないかと考えます。そこでビルに入居するメリットを持たせるために3つの価値があると考えています。

まず1つ目に「見える価値」として、オーナーがテナントへ安全安心を可視化することでテナント側が得られる価値と定義しております。今回は最も身近で重要な衛生環境のトイレにフォーカスを当てました。

2つ目に「見えない価値」。要はいかにそのビル内で快適に豊かな時間を過ごすことができるかというオーナーのホスピタリティを感じる空間を「見えない価値」と定義しております。

3つ目に「選べる価値」。皆様のビルには多種多様な業種のテナント企業様、年齢性別の違う人々が入居されていることと思います。その方々が働く場所や休憩する場所を自由に選択することのできる空間をビルの中にはたしてお持ちでしょうか。専有部ともう一つの場所の在り方について事例や提案実績を踏まえてご覧いただければと思います。

まず「見える価値」という部分で標準以上の衛生環境づくりとプラスアルファということで今回トイレにクローズアップさせていただきました。

トイレ環境がテナントリーシングに非常に重要であることはすでにご周知のことと思いますが、まずはじめに和式便器のリスクについて紹介します。

TOTO様をはじめ複数の参画企業の方で構成されているトイレ研究会様のデータでは、和式便器を1つ残すと大腸菌発生のリスクが高くなるという研究結果がございます。靴に付着した菌がトイレの外へ持ち出されてビル全体の感染リスクを高める可能性があるため、衛生環境を整備する観点からも入れ替えされることを強くおすすめしています。次に湿式便器、水栓ハンドル。和式便器の床と合わせて手動のハンドル水栓からも大量の菌が検出されました。

ビルそれぞれのグレードにあわせてまずは「和式便器は洋式便器に、湿式トイレは乾式トイレに、手動の水栓ハンドルは自動水栓ハンドルに更新」というのがテナントへご安心いただけるトイレ環境衛生環境の一般的な水準、ベースラインになったのは紛れもない事実かと考えます。

多忙なオフィスワーカーが1人きりになれる唯一の空間であるトイレは気分を切り替えるための大切な場所にもなっているようです。「手を洗う」、「身だしなみを整える」、「髪を整える」、「歯を磨く」などの用を足す以外の利用目的もあるという事を念頭に、衛生環境の改善と合わせて利用者の精神環境も向上するような効果的なリニューアル計画が必要です。一般的なリニューアルに加えていかに非接触で利用できる設備が備わっているかがポイントアップに加算され、オフィスワーカーの手洗い設備に求める要素の変化にどこまで対応できるかということが肝心だと思います。機能的な設備更新以外にもオフィスのトイレは仕事やパフォーマンスを左右する場であり、ただ用を足すという目的だけではなく1人で気持ちを落ち着かせる場所としても確立させるべきですし、そうしたオーナーの取り組みが見える価値としてテナント満足度向上や新規テナントリーシングに直結すると我々は考えております。

昨今のコロナ禍がもたらした衛生環境の改善に伴う様々なビルオーナーのご相談を持ちまして弊社でオリジナルに開発した画期的なアイテムの紹介でございます。

築年の古いビルはトイレが狭いので大型のミラーを採用されているビルが非常に多いです。「メイク直しの時周りの目線が気になる」とか「隣の方と目が合う、トイレブースを出たときに鏡越しに目が合う」といった女性のお悩みを解決するために「ミラーを交換するのか」というと莫大なコストがかかってしまうので、既存のミラーに対して透明のガラスフィルムをグラフィック印刷したものを貼り付けます。要は既存のミラーにシートを貼るだけの簡単作業で女性の気になる点を解決できるという画期的なアイテムです。コストを掛ければいいということではなく、今何を求められているのかというところを最低限のコストでうまく空間を作ってあげることが大事なのかなと思ってます。

ビルのエネルギー効率化 ソフト/ハード面で範囲広げる

2つ目の「見えない価値」ですけれども、こちらは毎日ビルを利用するワーカー様が快適だったり安心を継続して感じることで得られる価値についての話です。従来のリニューアルでは陳腐化を防ぐための取組みはもちろんLED化なども並行して行われてきました。我々のこれまでのプロジェクトでも新築にはない築古の良さを最大限引き出す共用部の改修だったりとかホテルライクな空間演出を採り入れたりだとか、陳腐化の進行を防止する対策を多く行ってまいりました。SDGsやBCP、自然環境を採り入れたバイオフィリックについての取組みは様々ですが、例えばサーガディアンリズム、人の体内時計を基に時間軸に合わせた光を調光制御することで働く人の生体リズムをサポートするという照明等も出ています。ビル利用者の健康を考える環境を提供しているビルというのも一つのリーシングに繋がるのではないかと考えています。

BCPの取組みの観点からビルのエネルギーの効率化についても少し触れさせていただきます。最善策としては空調だったり換気システムの入替など長期的な修繕計画で大掛かりに実施されてるビルも多いかと思います。それには莫大なコストが必要です。ガラスフィルムだったり新しいブラインドを採り入れてビル全体の環境性能を上げるとともに、ビルのブランドイメージ構築にもつながるのでは、と導入をおすすめしています。その他弊社で「削減ナビ」というビル運営の中でかかっているコストなど、テナントの不安不満とかを削減できるアイテムを多数そろえております。

最後の「選べる価値」についてお話します。空きスペースや空室の二次利用ということでご紹介をしています。募集の床面積に余剰スペースが出てしまったり、開放してない屋上の有効活用等も最近ご依頼が多い事案でございます。非常に利便性の良い職場環境へとビル側の働きかけによってシフトチェンジすることが可能です。共用スペースだけではなく、今後ますます需要が増えるセットアップオフィスや、新しい貸し方のフレキシブル制、自由な選択という要素をデザインとして入れることが大事だと思います。とはいえ、「そんな余剰スペースはうちのビルにはない」とか、「そんな空きスペースはない」という方のために、例えば給湯室というのはアイディア次第で色々な空間に変わります。

ご紹介するのは、築年のかなり古いビルで横幅が1・8mの大きなキッチンが竣工時から据え付けられておりました。時代の変化でお湯を沸かすという行為が減った中で「はたしてこのキッチンがいるのか」とオーナーと協議し、大きな電気給湯器を半分の小さなサイズに変更してキッチンも半分にしました。余ったスペースでカウンターを設けてテナントだったり利用者様がちょっとコーヒーだったり携帯電話を触れるスペースを作らせていただきました。これまでの給湯室やトイレのリニューアルは表層を綺麗にして陳腐化を防ごうということですが、こういった省スペースでもテナント様の満足に直結するような改修方法が必要なのだと考えてます。

もう一つ、例えば、使われなくなった公衆電話置き場がそのまま残っているビルがあると思います。ご提案しているのは元々あった公衆電話置き場をマルチワークブースに変えることです。費用を掛けないように形状はこのまま意匠だけをチェンジして、少し荷物を置いて電話をしたり、ビルを訪れた来訪者が待ち合わせ時間まで少し待っていただく間で少しパソコン作業ができるスペースだったりとか、使う方が自由に選べる場所を少しでもいいのでビルの一部に設置してあげることでビルの価値がアップすると考えております。すでにたくさんの方が使われているということでオーナーからお喜びの声を頂いております。

ビルや建物が新たにアップデートすべき3つの価値についての説明でございました。新型コロナウイルスの影響で局面が変わって単なるリニューアルだけでは負けてしまう。ソフト面でもハード面でもオーナーがテナントに向けてご準備する範囲というのを広げる必要があると考えております。

ただし、全て採り入れてコストをかけてビルの環境を改善しましょうということではなく、一つ一つのビルにそれぞれ異なる課題がございますので課題の抽出、確認、近隣競合物件にあって自社物件にないサービスを再度確認する。それからそれぞれのテナント属性に求められるサービスの抽出をして最も費用対効果の高い付加価値をプラスすることが出来れば、これからの時代の変化に適合した勝てるビルづくりにシフトすることが出来るのではないかと考えております。