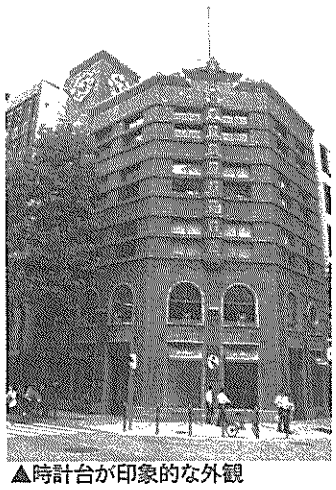
関西ビル巡り

築90年　北浜のランドマーク
2004年に全館サービスオフィスに

生駒ビルヂング

大阪の北浜といえば、証券取引所に象徴される大阪屈指のビジネス街。その北浜の堺筋沿いに建つ生駒ビルヂングはクラシカルな外観で、地域のランドマークとして親しまれている。竣工は1930年というから今年で90年。2004年からはサービスオフィスとして運営されており95％以上の高い入居率を保っている。ビルの歴史や今後の事業展開について、オーナーである生駒時計店（大阪市中央区）の生駒琢磨取締役に話を聞いた。


▲時計台が印象的な外観

戦災さ乗り越え「堅牢さ」証明

生駒家の歴史は江戸時代初期までさかのぼることができる。代々「生駒権七」を名乗り武士向けに刀装具などを扱っていたという。

7代目の生駒権七のときに明治維新を迎える。廃刀令などで武士相手の商売の先行きに不透明感が生まれる中で、7代目権七は息子にキセルやかんざしなど町人向けの小間物を扱う店を持たせた。この8代目権七が1870年に現在よりやや西側の地で大権堂の屋号で商売を始めたのが生駒時計店の創業とされている。今年で150年の節目を迎えることになる。その大権堂の取扱商品に輸入時計が加わるのは1873年のことだ。「東の服部（現セイコーホールディングス）・西の生駒」と称されるほど、時計の販売では名が知られた存在だったという。

その後、御堂筋の拡張工事にともない、立ち退きを迫られた店舗は現在地に移転。1930年に店舗兼本社事務所用として「生駒ビルヂング」が建てられる。このとき10代目権七が設計者である宗建築設計事務所に依頼したのが「しっかりとした建物を」ということ。十代目権七は東京視察に行ったおりに1923年に発生した関東大震災の被害を目の当たりにしていたことが理由にあったと思われる。

こうして完成したビルは地上5階地下1階の鉄筋コンクリート造。施工は大林組。基礎杭に500本の松丸太を用い、窓にはシャッターを取り付けるなど、耐震性・防火性を追求した。工費は15万円。現在の貨幣価値に換算すると10億円以上となる。

ビルのシンボルとなったのは、今でも残る時計台。街を歩く人は、この時計台をみて自分の腕時計や懐中時計のズレを修正していたという。また、戦前は時計を持ち歩く人が少なかったため、屋上に鐘を設置し、1時間ごとに鳴らして時刻を知らせていた。この鐘の音は現在のJR大阪駅でも聞こえたという。

太平洋戦争時には、大阪は幾度も空襲にあった。周囲が焼け野原になる中で、「生駒ビルヂング」は焼夷弾の直撃を受けたが屋上部分が一部損壊する程度であり、設計時に追求した「堅牢さ」を証明する形となった。1995年の阪神・淡路大震災でも近隣の建物には建て直しを余儀なくされるほどの被害を出る中で、ほぼ無傷で済んだという。

サービスオフィスで収益化 積極的なPRでブランディング

このように、堅牢さから建築当時の姿をそのまま残す中で、1971年には「関西の名建築」に、1997年には「登録有形文化財」に指定されることになる。しかし、その一方で築年数を経てきたことで老朽化が目立つ様になったり、使い勝手の悪い部分が出てきたりしており、今後もビルを使い続けながら維持していくためには抜本的な手を打つ必要性が生じ始めていた。

同社は「時計店」を名乗っていたが、事業の中心は時計販売ではなく、トロフィーやカップ、記念盾などの各種ノベルティグッズの受注・製造・販売に移っていた。加えてバブル景気の崩壊により、時計など高級品の販売が低調になる中で、これまでの様に自社店舗をビル内に構えることの必要性も薄れてきていた。そこで自社ビルとしてではなく、テナントビルとして再生することにした。事業形態として選択したのが「サービスオフィス」。2～4階をそれぞれ8つの部屋に仕切り、床下配線を施し、電気容量をアップするなどの改修を行い、耐震補強工事も行った上で、2004年に「北浜T4B」としてオープンした。

しかし、運営ノウハウは全くなかったため、当初はビル全体をサービスオフィス運営会社に賃借し、運営には直接タッチしなかった。その後は借り上げ契約を解消し、これまでの運営会社に委託する形で運営を行い、2014年に完全自社運営に切り替えた。とはいうものの、サービスオフィスとしての経営は決して順調とは言えなかった。13代目に当たる生駒琢磨取締役が語る。

「当社の完全運営に切り替えた時点で、入居率は40％ぐらいと低迷していました。原因は知名度不足でした。ビルの名前は知っているが、ビルを見たことがあるという人はたくさんいました。しかし『生駒ビルヂング＝サービスオフィス』という知名度が圧倒的に不足していました」。

そこで実施したのが、対外的なアピールの強化。その中で意識したのが「他のサービスオフィスとの差別化をいかに図るか」だ。そのひとつが入居ターゲットだという。

「サービスオフィスのテナントのひとつに、大阪進出を検討する東京など他エリアの企業があります。そうした企業は、オフィスの場所として東京などとの行き来が便利な新大阪周辺を好みます。しかし、当社がある北浜は、大阪市内各地へのアクセスは便利ですが、東京など大阪以外への行き来には不便です。そこで大阪進出を目指す企業ではなく、地元の企業に積極的にアピールしました」。

地元企業であれば、「北浜」、「生駒ビルヂング」のブランドも活きる。そして、歴史を重ねてきたビルの外観や内部の雰囲気は入居企業のイメージアップにもつながる。実際に入居者の中にはホームページやパンフレットにビルの写真を掲載しているケースが多い。また「ビルの中で商談をすると、ビルの歴史など、相手との会話のきっかけが作りやすく、話がスムーズに進みやすい」という声も上がっているという。

「一般的にサービスオフィスの入居者は半年から1年くらいで退去することが多いと思いますが、当ビルには10年以上入居しているテナントも多くいます。また会社が小さいうちは当ビルに入居し、事業拡大で出ていったものの、その会社を退社して新たに起業した人が『このビルが好きだった』と戻ってきてくれることもありました」。

◀元店舗のスペースはサービスオフィスのフロントに

さて、新型コロナウイルス感染症の拡大により、今年の春は多くの企業で「テレワーク」が導入された。この結果として「オフィスに出社しなくても仕事はできる」という認識が企業に広まり、結果として広いオフィスのニーズ低下、サービスオフィスの重要増につながることが考えられる。これについては生駒取締役も「コロナ騒動が広がる中で問合せ、引き合いも増えています」とニーズの高まりを実感しているという。

さらに、これまでパソコンひとつ持ってカフェなどで仕事をしてきた人たちが、感染リスクを考え「他人から隔離された固有スペースで仕事をしたい」と考えることからコワーキングオフィスのニーズが高まることも予想される。今回のコロナウイルス騒動で、働く場所・環境に関するニーズが大きく変化し、今後はサービスオフィスもそのニーズに対応することが求められている。

それに対して生駒取締役は「サービスオフィスのニーズは今後も堅実に伸びていく」としながらも「コワーキングスペースの提供などは考えていません」と、軸足を移したり新たな軸を設けたりしていくことには慎重な姿勢だ。

「現在の入居者の中からもコワーキングスペース設置などの新たなニーズがでてくるかもしれません。その際には、近隣のコワーキングスペースと提携するなどして対応していきます。また将来的には他のビルオーナーに対して当社が持つサービスオフィス運営のノウハウを提供していきたいと考えています」

こんなことでお困りの方に！　◎税金のこと◎法律の問題◎建物管理◎経営ノウハウetc.

ビルオーナーの応援団
「不動産経営者倶楽部」に入りませんか

入会者のみの多彩な特典が盛りだくさん！
1 会員限定の勉強会開催!!
2 「不動産ソリューションBOOK」を毎号無料進呈!!（年4回発行予定・1冊3000円相当）
3 弊社主催イベントへの優先参加!!

不動産経営者倶楽部とは？
「週刊ビル経営」購読者による会員組織です。2020年2月に各部会の座長が交代し、部会も3つに変更。「税法務部会」（座長・峰岸直也氏）は、固定資産税や事業継承、保証金や更新料の問題、テナント契約テクニックなどについて研究しつつ、今後は民法改正に伴う契約書の変更関係を中心に学ぶ。「経営部会」（座長・平岡直紀氏）は、経営リスクマネジメントやテナントリレーションなど取り上げ、今後は普及が進むシェアオフィスやコワーキングスペースなどの総称「フレキシブルワークスペース」と、付加価値を上げるビルの延命方法を学ぶ。「管理部会」（座長・高橋正晃氏）では、あらゆる管理のケーススタディ（自主管理、PM、サブリースなど）やコスト比較、省エネのポイントなどについて学ぶ。また各部会ごとの勉強会を年に2回ずつ程度開催しています。勉強会後には軽食とお飲み物を囲んでの情報交換も開催。各勉強会には無料でご参加いただけます。

①管理部会 座長
高菱商事 代表取締役社長
高橋 正晃氏

②経営部会 座長
裕幸社 代表取締役
平岡 直紀氏

③税法務部会 座長
ミネギシビル管理 代表取締役社長
峰岸 直也氏

入会資格
不動産オーナー　「週刊ビル経営」ご購読者
会費　1万円
無料

入会申込書
読者番号
貴社名
ご担当者名
ご住所　〒
TEL
FAX
E-mail
所有不動産概要

お申し込みは
FAX03-3543-5839まで
不動産経営者倶楽部
東京都中央区銀座7-17-12（株）ビル経営研究所内
TEL.03-3543-7421