

# サブリース(1戸建て住宅の借り上げ)制度と高耐久、低価格な住宅供給を目的としたツーバイフォー輸入建材による建売規格住宅(スペックハウス)を複合した企業間連携事業

## 株式会社アイム・トエンティファースト

(株)アイム・トエンティファーストは「スペックハウス」を開発し、提供する。「スペックハウス」とはツーバイフォー輸入建材による建売規格住宅のことである。新築住宅購入が金銭的に難しい顧客層に低価格・高耐久住宅を供給することを目的とした事業内容となっている。またスペックハウスを賃貸用として貸し出した場合、住宅オーナーに負担のかからないよう「サブリース」(一戸建て住宅の借り上げ制度)も提唱する。

事業者名	: 株式会社アイム・トエンティファースト
本社所在地	: 岡山県岡山市平福2-5-39
代表者	: 小藪 迪則 (代表取締役)
従業員数	: 5名
資本金	: 4,100万円
事業者概要	: 平成2年4月設立。岡山県知事許可(般-16)第21804号 土木建築工事および土木建築資材の販売、土木建築用機器の製造・販売、衣料品の販売、玩具および日用雑貨の輸出入、陶磁器の製造・販売、不動産売買・賃貸・管理・仲介、コンピュータソフト(機器)の開発・販売を行う。
ホームページ	: <a href="http://www.aim21st.co.jp/">http://www.aim21st.co.jp/</a>

## 1. 事業概要

事業の主要な顧客ターゲットは転勤のあるサラリーマンの世帯を想定している。

転勤可能性の高いサラリーマン世帯は、資産形成とならない掛け捨ての家賃収入を余儀なくされる場合がある。あるいは、入居後間もない中古住宅はその資産価値下落により、新築住宅の資産価値に比べると価格差が甚だしく、転売などの処分をしにくい。そのような現状から転勤サラリーマンは、新築一戸建て住宅を買いたくても買えない顧客層といえるのではないだろうか。そうした顧客層を想定して、高耐久性で低価格のツーバイフォー輸入建材を使った建売規格住宅(スペックハウス)の企画・販売を行うものである。

また、サブリース(一括借り上げシステム)を活用することで、住宅オーナーが、このスペックハウスを賃貸住宅として貸し出しても、家賃収入がローン支払を上回るようなモデルを目指したい。

なお、建材の輸入については、流通システムの不備(日本の規格の違い、納期の問題など)があるので調整しながら事業を進めていきたい。



施工中の2×4フレーミング



同社の2×4住宅販促用ビジュアル

## 2. 事業に取り組むに至った背景・理由・動機などについて

前述したように、転職の可能性が高いサラリーマンにとって、中古住宅と新築住宅の資産価値に相当の差があることが、新築住宅の購入を難しくしている面がある。そのような住宅購入者のリスクを回避するため、サブリース制度(借り上げ制度)及び住宅建築の大幅なコストダウン(建売規格住宅の新工法開発)により、需要の喚起を図ろうと考えたことがきっかけである。

## 3. 事業実施上の実施体制・組織体制等について

総合企画・販売・建材輸入	(株)アイム・トエンティファースト
建築施工	(有)佐藤建装
フレーミング	瀬戸内パッケージ工業(株)
ホームページ管理製作	エクシード

## 4. 事業の進捗状況について

平成 17 年 9 月に建売土地を決定し、輸入部材の契約を交わしてから、順調に事業を進めてきた。

現在は、岡山市近郊の土地に2棟、ツーバイフォー建売住宅を建築し、1棟は売却済みである。駆体(2×4)、床、2重サッシ窓などは輸入で調達した。

今後も、顧客ターゲットを世帯主が 30 歳前後の核家族に想定して販売活動を行う予定である。若い層にアピールするため、販売促進にホームページを積極的に利用しようと、現在制作中である。



施工中の2×4住宅

## 5. 事業の取り組みに際し、苦心していること、困難なこと

土地仕入資金調達に苦心している。しかし、中小企業経営革新支援法(現中小企業新事業活動促進法)にもとづく経営革新計画の申請をし認可されているので、金融機関の貸し出しに期待したい。

さらに、輸入建材の米国・カナダなどの海外との設計規格の差や見積・契約などの調整難、流通システムの不備による輸入建材の過不足の発生などが課題となっている。

## 6. 今後のスケジュール

販促用ホームページの早期の開設、住宅設備のスペック化、コストダウン、工程のマニュアル化、工期の短縮など、順次、取り組む予定である。

## 7. 事業推進に当たっての人材確保、育成について

同社の2級建築士には、外部の建築事務所などでの研修・経験を積ませるほか、アメリカやカナダに派遣し研修させるなどして人材の育成を図っている。

## 8. 相談、助言、情報収集などの相手先、外部組織との連携、外部専門家の活用

土地物件の情報収集は、米国大使館商務部、同国建材会社 (Building Material Distributors, Inc BMD)、フレーマー集団などに依頼している。

## 9. 調達先や顧客は想定または決定しているか

ターゲット顧客・商圏	建売住宅建築物件の周囲2km以内の2LDK 賃貸居住者。
販売方法	DM、チラシ、看板等にて制作中ホームページのURL を掲載する予定。

## 10. 競合他社とどのように差別化しているか

差別化は以下のようにして行う。

60年以上の高耐久、高耐震工法 (アメリカ、カナダ、神戸など具体例・モデル例あり)

営業経費、間接経費などをカットしたリーズナブル価格の実現。

高品質、高断熱、高气密住宅。

サブリース見積を付加、資産価値の表示。

転売、転貸転用可能な価格の実現。



ガルバニウム高耐久屋根

## 11. 収益事業としての今後の見込み

岡山地域における建売事業の展開は、土地や仕入れに限界があるものの、平成18年度は12棟の販売を計画している。

また将来的には、各都道府県の業者とネットワークをつくり、このビジネスモデルをシステム化して展開していきたい。

