2019
4・15
月4回
月曜日発行
第1098号

週刊ビル経営

発行所　㈱ビル経営研究所
〒104-0061
東京都中央区銀座7-17-12 2F
TEL　03(3543)7421
FAX　03(3543)5839
発行人　垂澤清三
年間購読料25,000円（税別）
KAMEOKA NEWS AGENCY CORPS
亀岡大郎取材班グループ

ソーコに学ぶビル経営

イーソーコ総合研究所
代表取締役　出村　亜希子
奈良女子大学大学院修了後ＣＭ会社を経て現職。一級建築士、宅建士。「倉庫ドクター」として建築面からオーナー支援に取り組む。

第12回「CMの導入は早ければ早いほど」

不動産経営の成否は、利回りをいかに上げるかという一点にかかっています。乱暴な言い方ですが、利回りを上げるためには「安く建て高く貸す（売る）」しかありません。有利な賃料設定にするための施策は別の機会にお話しするとして、「安く建てる」に関わってくるのが、今回のテーマである「ＣＭ＝コンストラクションマネジメント」です。

コンストラクションマネジメントは直訳すれば「建設管理」ですが、一般的には「建設プロジェクトにおける品質とコストの管理」を意味します。その役割は建築主の立場に立ち、内訳毎に金額が妥当か否かを判断して予算超過を防ぐことでしたが、昨今ではより能動的に「建築コストを下げる」ことを目的としたＣＭが活躍しています。

建築コスト削減を目的とした能動的なＣＭにはさまざまな手法がありますが、その大きなものは、「設計の見直し」と「業者の見直し」の二つです。設計の見直しは文字通り、設計上のムダを省いてより合理的な設計とし、コスト減につなげます。

業者の見直しは、工事の競争的な調達がポイントになります。ゼネコンへの一括発注では各専門工事の発注が協力業者に限られるためコスト競争がなく、建築主に優位な数字が引き出せません。協力業者の枠にとらわれず広く同一内訳の見積をとりまとめるプロですが、金額については見積を見て調整ということも多く、初期段階からコストのプロであるＣＭマネージャーと二人三脚で計画を進めることで、経済設計にすることができます。

不動産物件はイニシャルコストの償却に長い期間を要しますが、時の経過とともに賃貸ニーズは変化します。例えばゾーニングや建物用途が容易に変更できる設計にしておけば、長期にわたって競争力を維持し続けられる物件の構築が可能になります。目先のコストだけではなく、立地や不動産ニーズ、市場動向などを見極めて長期的な利回りまで考慮に入れることができるか否か。ニーズの変化に対応できるような物件構築も、ＣＭの役割のひとつです。

ただしＣＭを導入すると、建て主さんに覚悟と決断力が要求されることがあります。建て主さんのこだわりやこれまで長年つきあってきた業者など、費用対効果に見合わないと判断されたものを振り切れるか否かで効果が変わってくるのです。ある人がＣＭを評して「火消しのようなもの」と言ったことがありますが、言い得て妙でしょう。建築費の高止まりが続く現状では、その導入は早ければ早いほど効果的といっていいでしょう。