

「信用」できる業者は、消費者を理解し、知識に則って、情報を提示する人

テレビや舞台で活躍する辰巳琢郎さん。学生時代から建築に興味を持ち、リフォームに関するテレビ番組に長くご出演された経験があります。住宅の図面を見ることや、モデルハウス見学も好きで、ご自宅のリフォームも経験したという住宅への造詣が深い一面もお持ちです。そんな辰巳さんにこれからの住宅や不動産業者のあり方について伺いました。

自然との共生を大切に

中古物件をリフォームして住むという動きが消費者の中にも出ているようです。21世紀になって、これまでの大量生産・大量消費の時代ではなく、良いものを長く大事に使おうという精神で、住宅も住み継いでいくという流れになっていくのではないかとこの予感のもとで、2000年にリフォームの番組をスタートしました。スクラップアンドビルドの部分も残ってはいましたが、その一方で、「持

続可能性（サステナビリティ）」という言葉が出てきた頃です。これからは自然との共生はキーワードにならざるを得ない。リフォームや新築住宅、不動産売買の分野においても、そういったところに注力してほしいと思います。

新婚時に、中古マンションを購入してリフォームしたり、その前には実家もリフォームした経験があります。もともと家を見るのは好きでした。住宅のチラシを見たり、図面を見たりするのも好きですし、モデルハウスの見学に行くのも好きです。自分の住まいは、使い勝手の良いように工夫することにこだわっていま

すが、実は物を捨てるのが苦手なんです。昭和一桁生まれの両親に育てられた世代ですから、物を大事にしないといけないという精神が叩き込まれています。捨てるのが本当に苦手です。特に本や資料が捨てられずに、どんどん増えて困っています。

勉強している業者に 出会いたい

自宅の購入やリフォーム、引っ越しなどを通じて、不動産業者やリフォーム業者、設計士との関わりも経験してきました。自分の感性に合う人をどうやって見つけるかということが、一番大事だと思っています。

こまめに対応の良い、手間を惜しまないことがまず基本。クライアントである消費者がどうすれば良いかを理解して、我々が考えている以上に様々な材料を提示してくれる人が良いと思います。「これだけしかありません」という情報の提示の仕方や、

**自然との共生は
これからのキーワードに
ならざるを得ないと思います**

俳優

辰巳 琢郎 氏 Takuro TATSUMI

1958年生まれ。大阪府出身。京都大学文学部在学中に劇団「そとばこまち」を主宰。卒業と同時に、NHK朝の連続テレビ小説「口マン」で全国区デビュー。その後、数々のテレビ番組、映画、舞台だけでなく、司会や海外旅行のプロデュース、執筆活動など多岐にわたり活躍。また、建築関係にも造詣が深く「辰巳琢郎の家物語 リモデル☆きらり」(BS朝日)にも長年出演した。



衣装協力: NEWYORKER (ニューヨーカー) / 株式会社ニューヨーカー

自分の考え・価値観を押し付ける業者さんは、良い印象を持ってません。

良いことばかりではなく、マイナスの情報もきちんと伝える人は良いですね。消費者は業者さんと話しているうちに何を大事にしたいかという優先順位が変わってくる場合もあります。そういう中でコミュニケーションがきちんと取れる業者さんが嬉しいですね。

付き合った業者さんが勉強しているかどうか、というところは消費者にとって非常に大きい。商品や法律の知識を把握している人は、「信用できるな」と思います。そういうきちんとした知識に則って、消費者を理解して、お薦めしてくれる人は素晴らしいですね。最近インターネットで物件情報などを簡単に調べることができるので、ネット以上の専門性を維持していくのは大変なことだと思います。知識をどのように編集していくかも重要で、自分なりの哲学やポリシーを持って、身に着けた知識を体系的に整理していく能力も求められていくのでしょね。

価値観が一つになっては いけない

東京の街は集積が進み、活気があるし、文化的にも様々な刺激があります。若い時に仕事をするには楽しい街ですが、年齢を重ねていくと落

ち着かないところだなと思う部分もあります。山が見える景色がないと、なんだか落ち着かない性分みたいです。

東京は、いかに頑張っても人より前に出るかという、競争が激しい街というイメージが強いですね。経済が優先されすぎてしまっている。経済も大事だけど、それ以外にも大事なものはあるはずなのに、そこが見えなくなってしまっているような気がします。

不動産は、消費者にとっては一生に一度か二度あるかないかという大きな買い物。まさに相性のもので、ひとそれぞれ価値が違うはずなんです。自分なりの価値観で判断すればいいのに、価値観が一つになってしまっていて、似かよって過ぎているような感じもします。若者にとっては東京での暮らしはお金がかかるから、趣味や趣向がミニマムになっているように聞きますが、委縮してつまらなくなってしまうことはとても残念なことです。

新しい時代の 不動産業者のあり方

時代がどんどん新しくなって、どの業界もそうですが、実際は時代の変化に追いついていない。ビジネスモデルが変化していく中で、特徴や強みを打ち出していく必要があると思います。IT化が進んで、コンピューターによる検索やAI(人工知能)の発展がめざましくなると、人間がやらなくても済む業務というものも議論される時代になってきました。そうした時代の中で、人間として何ができるのかということを実践的に考えていかないとはいけません。

不動産業界も、リフォームや宅地建物取引士などいろいろな専門家が縦割りの中で存在しているのではなく、同じサークルの中でワンストップでサービスを提供できるように、そんな相互乗り入れのようなあり方があるのも良いのではないかと思います。