

表裏一体、デメリットを魅力に変えるのが企画とデザインの力です。



隣の山からワイヤーを渡せば絶景を臨む家の出来上がり！

どうして「専門家ネットワーク」？

美味しいパンを食べたい時、老舗のパン屋さんに行けば手に入るはず。しかし、収益物件の場合、毎回立地、予算、事業の目標は違いますので、一つの魔法なレシピは有りません。企画には数多くの要素の調整が必要です。最先端の専門知識を取り入れないと中途半端な結果になる可能性は高いです。「バランス」と「最先端」は重要なキーワードになっています。

では、各分野の専門家の意見を集めていいとこ取りをすればいいですか？ 専門家たちは、独立した形では、役不足に陥ってしまうかもしれませんが、チームになれば、互いに得意分野を持ち寄り、特徴を出し切ることで、最適な提案を生み出します。

もちろん、どの会社でも基本的にチームワークによって成り立っています。

収益物件を手がけているプレハブメーカーも、営業担当、設計担当、アフターサービス担当などを揃えた、専門的なチームで対応をしていると思います：

サッカーで例えると、大手の会社は「J1のチーム」の力を持っているでしょう。

でも**最適・収益・専門家・ネットワーク**のメンバーは、一人一人が本業における**専門家のエース**なのです。

サッカーでいうと**ドリームチーム**のように、世界一の選手が一同に集結したイメージです。

クライアントとヒアリングを行い、収益目標、予算、節税効果、事業の期間、建物のイメージ等を希望に合わせてご提案します。ケースバイケースで、企画に特化した専門家が事業を組立て、一番メリットが多い案を実行します。



どうして「最適」？

パンを買いたいなら、パン屋さん。木の剪定なら植木屋さんですよね。でも。。。収益物件を建てたいならどこに頼んだらいいでしょうか。目的によって答えは違います：オールマイティーなやり方はありません。やりたいことによって「最適」＝「目的に合った」選択肢ではないでしょうか。まずは、収益物件は大きく2パターンに分かれています：**投資目的（収益性重視）**と**相続対策目的（安全性重視）**ですね。さらに、場所、資金繰り、長期の計画などによってもちろん**最適**であるプランの内容、方向性は変わります。



計画のユニークな特徴に合わせて、間取りも、利回りも、イメージも、返済期間も当然違います。専門家のチームは最適な方法を見つけてくれます。

エースの不動産屋 (宅地建物取引士) は、「理由があって安い土地」を探してくれます。

エースの建築士 は、「法律が許す限り」面積や高さを最大限に利用します。

エースのデザイナー は、徹底的にプランニングを行い、「すぐ満室」になる、人気物件を作るためのスパイスを加えます。

マーケティング調査や有利な条件での資金調達などの準備も、もちろん、**エースのコンサル** の力を借りると、プロジェクトの効率がさらによりくなります。なお、収益物件の場合は最も大事なものは、税金との絡みです。**エースの税理士** のアドバイスの元に、事業の利益率は想像以上に上がる可能性は高いです。

建築はそのタイミング、その立地で、その物件サイズを得意とする建築業者が建てて、最後はマーケティング、営業、メンテナンス、家賃保証はそれぞれの分野に特化したプロが担当します。

← これは「**収益・最適・専門家・ネットワーク**」です！

・お問い合わせは・

一級建築士事務所

スタジオドディチ

兵庫県 神戸市中央区北野町 3-6-2

tel **078-262-6812**

mail info@dodici12.com

URL <http://www.dodici12.com>



イタリア人建築家と

かしこく、資産を まもりませんか？



最適収益専門家ネットワーク

ex. 1 土地と建物のマッチング どんな土地でも欠点と利点は



「山は好きだけど、切り立つ崖では何にも使えない…」

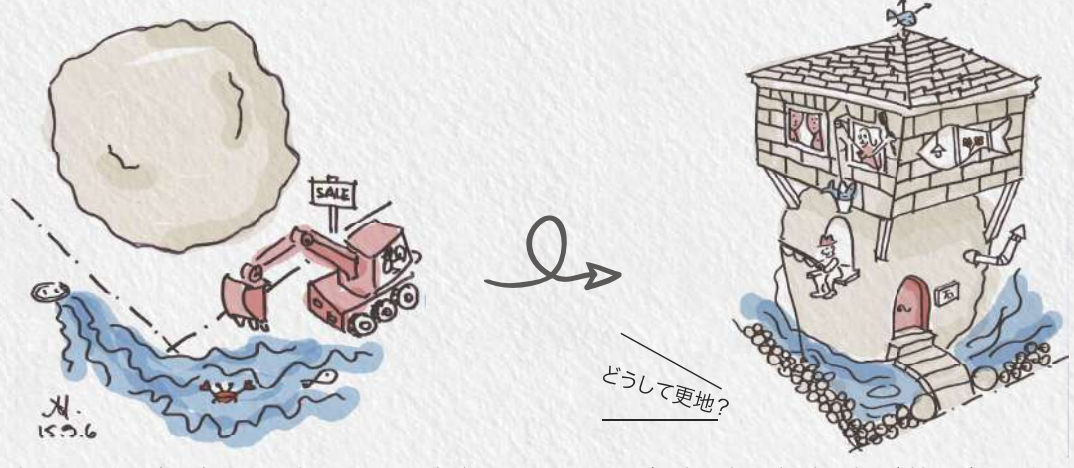
一級建築士事務所スタジオドディチ代表
トリーニ ヤコボ



こんにちは、トリーニ・ヤコボと申します。イタリアで生まれ育って、子供の時から両親の設計事務所で建築やインテリアに触れ合いました。大学を卒業後、ニューヨークでの設計事務所勤務を経て、1998年から来日し神戸に住んでいます。日本で一級建築士免許を取得し、現在神戸北野で設計事務所を運営しています。「口は一つ、耳は二つ」をモットーにして、ヒアリング、施主の味方である事を大切にしています。デザインとは、何かと切り離して追及するものではなく、クライアントさんの想いを形にすることで自然と生まれる必然なのです。

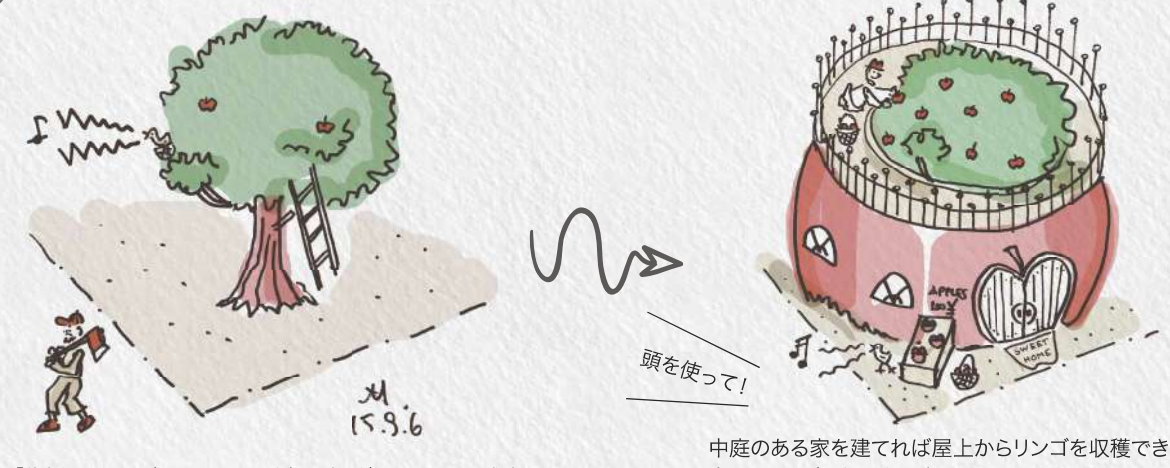
- 1993年 デンマーク, Aarhus School of Architectureへ留学
- 1994年 イギリス, Oxford Brooks University-Joint Center for Urban Designへ留学
- 1995年 イタリア, University of Torinoで建築学士取得
- 1996年 University of Torinoで講師として建築デザインを教える
- 1996年-現在 イタリア, トリノ, Studio UNO s.r.l.とのコラボレーション活動
- 1996-98年 アメリカ, ニューヨーク Berzak Gold Architecture所属
- 1998-2001年 神戸Team Zoo-いるか設計集団所属
- 2001年-現在 イタリア建材, インテリア装飾品の商品開発および輸入販売
- 2003年-現在 一級建築士事務所「有限会社ドディチ・ドディチ」設立 (2010年より「スタジオドディチ」に改名)
- 2011年 一級建築士資格取得

ex. 2 逆風を追い風に変える発想 そのとおり!どんな障害でも賢く利用すれば災い転じて福となるのです。



「井戸を埋めて、大きい岩を砕いて、更地にするのは大変だ!」 岩を掘り出せば堅実な家と建材に、窓から釣りも楽しんで!

ex. 3 土地に利点・欠点なんてありません 用途とうまくマッチングさせたら全ては特徴になりますよ。



「伐採しないと建てられないけど鳥の家が無くなるのは残念」 中庭のある家を建てれば屋上からリンゴを収穫できるし鳥さんもお店番でがんばってくれる!

デザインのカで利回りアップの事例



私はこれまで主に新築の住宅や別荘を手掛け、厳しい個人邸の市場において、お客様にご満足いただける建物を創って参りました。2014年、あるホテルからお声掛けいただいて、ビジネスホテルやファミリー向けのリゾートホテルの合計4件のプロジェクトのお手伝いをいたしました。

結果、ホテルの稼働率が30%~50%から、90%~100%へと飛躍的にアップし、わずか2、3か月で人気ホテルになりました。

もちろん、プロジェクトが成功を収めた最大の理由は、ホテルの豊富な経験によるマーケティング面、オペレーション面での改善だったと思います。

その一方、器づくりの面で、コストが安く豪華に演出できるインテリア、また、ターゲット層にマッチングするロビーのデザインが有利に働いたと思います。さらにインターネットで部屋を販売されるホテルにとって、デザインの第一印象は大切です、ブランドイメージを強調して、ブランディングでの好循環を促進する効果も大きかったと思います。



イタリアンデザイン

イタリアンカラーはFerrariの赤? それともARMANIのグレー? どちらも用途、形にピッタリ合っていますね。イタリアンデザインは伝統を生かしながら斬新な形でトレンドを先取ります。インテリアに関して遊び心のあるALESSIの雑貨でも、スタイリッシュなCassinaのソファでも質感や素材にこだわって、イタリア人デザイナーは明るく、かつ繊細で緻密な発想を持って物づくりをしているのです。



日本在住17年の私は、日本人の文化的な背景や常識を理解した上で、別世界感のある空間をつくり上げます。

個人邸や別荘の場合、住みやすさやデザイン性、格好よさは、施主様自信の満足のためというのが主な目的です。



でも、賃貸マンションの場合は、デザインは贅沢だけのための要素ではなく、完璧な営業の武器になるでしょう。例えば、デザインのために建築費用の5%を投資することによって、家賃収入を30%上げることが出来たら、それは合理的な話です。そう思いませんか?

