Renovation Times
VOL. 15
2026.11
かえる。くらし。すまい。
リノベーション協議会



地方のリアルを
リノベは成長する
再確認

**大分県内を中心に、
住宅や店舗のリノベーション請負だけでなく、
買取再販やレンタルスペースの
運用などにも取り組むクラシカ。
賃貸業の経験を経て創業した森岡社長に、
地方におけるリノベビジネスの
可能性を聞いた ——**

株式会社クラシカ
代表取締役社長　森岡紘司

1987年、大分県生まれ。立命館アジア太平洋大学を卒業後、不動産賃貸業に従事し、2020年に株式会社クラシカを創業。「創造性を発揮できる暮らしの再デザイン」をミッションにリノベーション事業、不動産事業、クリエティブデザイン事業を行う。

地方でも新築価格が高騰
中古市場は活性化する

新築が目に見えるスピードで減っている中、僕個人としては大分でも住宅のリノベーション市場は伸びると思っています。思ってはいるんですが、地域内のプレーヤーが「新築と比べて、リノベはめんどくさい」と感じていて、参入に尻込みしているのも事実です。

それでも新築価格が上がってきたので、中古市場の注目度は高まっています。ただし、東京や福岡などの都心部で伸びているような高価格帯リノベが大きく伸びるとは思えません。地方は車文化なので、お客さまも事業者も戸建志向が強い。中古＋リノベのニーズが高まるとすれば、一番の理由は経済的メリットではないでしょうか。

大きくは伸びない
デザイン志向の顧客層

自分らしい暮らしの場を、自らの意思で選択していく人が増えて欲しいという気持ちはあります。でも、デザイン性の高いリノベーションが、大分でどのくらい受け入れられるかと言うと、それほどシェアは高くならないと思っています。

実際のところ、予算的に新築が買えないファミリー層が選ぶのは、中古ではなく郊外の新築なんです。やっぱり、ちょっと離れていても新築が欲しいと思ってるんでしょうね。当社でもデザイン性を高めた再販物件をリリースすると、想定しているファミリー層ではなく、意外なことに50代以上の夫婦が購入されることが多いんです。



大分市内でリリースした再販物件。造作洗面台はモールテックスを採用し、宅内はPORTER'S PAINT塗装仕上げとした。

それから、どこの地方も一緒だと思いますが、デザイン性の高い仕上げや空間を体感できる場が少ないんです。タイルやクロスなど仕上げ材のショールームがそもそもないため、事業者もお客さんも、そういう場に触れる機会が少ない。これも、デザイン志向が高まらない一因だと思います。

再販住宅に不足している
安心と安全を担保する仕組み

僕自身も、地方でどのようなリノベーションにニーズがあるか正直掴みきれていません。だからこそ、いろんな事業にチャレンジしています。個人向け住宅リノベはもちろん、店舗や事務所、レンタルスペースの運営、買取再販などさまざまです。新築の戸建モデルハウスも建築予定です。

特にマンションの買取再販については、大分にデザイン性の高い物件を提供する事業者がほとんどいないので、当社の独壇場です。ただし、追随してくる会社もいない（笑）。中古市場に一石を投じてい

ることは確かですが、市場を牽引する規模まで成長するのは難しいと感じています。

それから、地方で新築が支持されている大きな理由が「品質」や「安心感」です。これからは再販物件であっても、そういったニーズを満たすことが重要ではないでしょうか。だからこそ、今後活用したいと感じているのがR1や瑕疵保険です。そういう統一基準や保証があるからこそ、お客さんの安心感が増し、結果として物件がより流通していくはずだと考えています。

不動産購入をもっと気楽に
一人ひとりの意識を変えたい

都市部ではさまざまな事情で引っ越しも多く、不動産を借りる、買うというハードルが地方より圧倒的に低いと思うんです。そうすると、そもそも家を移ることに不安が少ないし、売却益が出た際は「次に買う時はこんな家にしたい」という欲求が高まりやすいですよね。

当社にも福岡から転居して来られたお客さんがおられるんですが、そういう方って「前回はこういうところは諦めたから、次はこだわろう」みたいに、お金の使い方を分かっている。そういった繰り返しで魅力的な物件が増えて、またそれが高く売れて…みたいなループが起こり始めると、市場が盛り上がっていくと思います。

でも、大分のような地方では、やっぱり「家は一生に一度の買い物」という意識がいまでも強いんです。不動産に対する感覚がすごく重たいので、あんまりチャレンジングな物件選びができない。これが、リノベが盛り上がらない一因だとも感じています。だからこそ、僕は大分でも不動産を買うのが「もっと気楽になればいいな」と思っています。

リノベが好きな仲間と、
一緒にいいものをつくる

協議会のイベントには僕自身やスタッフも多数参加していて、当然学びも多いんです。ですが、エリアによって特色があるからこそ、参考になる時と実践に活かしづらい時があるように感じます。一つのアイデアですけど、協議会をエリアで区切るのではなく、業種ごとの部会制でもいいんじゃないかと思ったりもします。もっと、実務に役立つケースを共有できる組織になるといいですね。



パナソニック ショウルーム大分で開催したRBSには、エリア内の事業者が参加。実際の入会者獲得にもつながった。

それから、地方では仲間を増やすと言っても簡単ではないので、メーカーさんや商社の力を借りて「リノベを成長に繋げたい」と感じている会社と繋がるのも効率的だと感じました。実際、大分でも今年9月にパナソニックハウジングソリューションズの協力でRBSを開催しました。単独では負担が大きいイベントでも、近隣支部と協力したり、組織力のある加盟社の力を借りることで実現しやすくなると思います。

仮に大分支部ができて、僕が支部長になったとしたら、大工さんや工務店のような現場の方も参加しやすい組織にしたいと思っています。リノベと言えば「デザインが最優先」と思う会員だけでなく、そうでない事業者もたくさんいます。それぞれの知識を持ち寄り、実務的な取り組みも含めて切磋琢磨できる会になるといいですよね。

リノベが好き、一緒にいいものをつくろうよ。そういう気持ちを共有できる仲間とつながっていくことで、地方のリノベ市場は拡大していくのではないでしょうか。


スタッフがリノベーションした自邸を、ショールームとしても活用。料理を暮らしの中心に置くことをコンセプトとし、ステンレスホットバイブレーション天板×チーク突板を用いたオーダーキッチンを採用。単身者向けの市場開拓を狙っている。

先達に学ぶ

九州沖縄エリア部会
事務局長
山崎大亮(株式会社はぴりの)

実際、会員から「ビッグネームの話は面白いけど、自社ビジネスの参考とはなりにくい」という声をよく聞きます。これは「東京 vs 地方」だけではなく、「福岡 vs 大分」でも同様です。もっと言うと、福岡市周辺と県内の過疎地でも大きくニーズは異なります。

かく言う私も、恥ずかしながら最近まで考え違いをしていました。数年前、当社の集客ノウハウを鹿児島支部長の大城さんにお伝えしたのですが、予想したような集客増とはなりませんでした。各エリアには、それぞれに適した集客方法や成長戦略があるのです。いまでは、私の力不足を申し訳なく思っています。

それでも、新築着工件数が著しく減少している中、地域の工務店や不動産会社はリノベーションや買取再販に熱視線を送っています。ある意味、そういったプレーヤーが多数所属しているリノベーション協議会には追い風が吹いています。だからこそ、大切なのは「相手の得意や興味を尊重し、自身の成功体験を押し付けるのではなく、それぞれの特性に応じた情報を共有すること」ではないでしょうか。会員数が減少している事実に対し、正面からその理由を問い直す時期がきているように感じます。

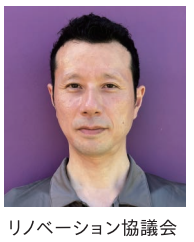
Column

なんか面白そう、ワクワク感を大切に。

2009年の発足時、入社3年目だった私が「なんか面白そうだな」と、呼ばれてもいない発足式に首を突っ込んだのが、私とリノベーション協議会との出会いでした。事務局として携わり始めた当初は、学生アイデアコンペ、いま思えば早過ぎた動画コンテスト、リノベーションEXPO、歴史的建築物（求道学舎、築地本願寺、自由学園明日館など）での望年会、全国視察ツアーなど、処理しきれないほどの面白い企画、アイデアがいろんな人から湧き出て、忙しくも熱気あふれる日々でした。

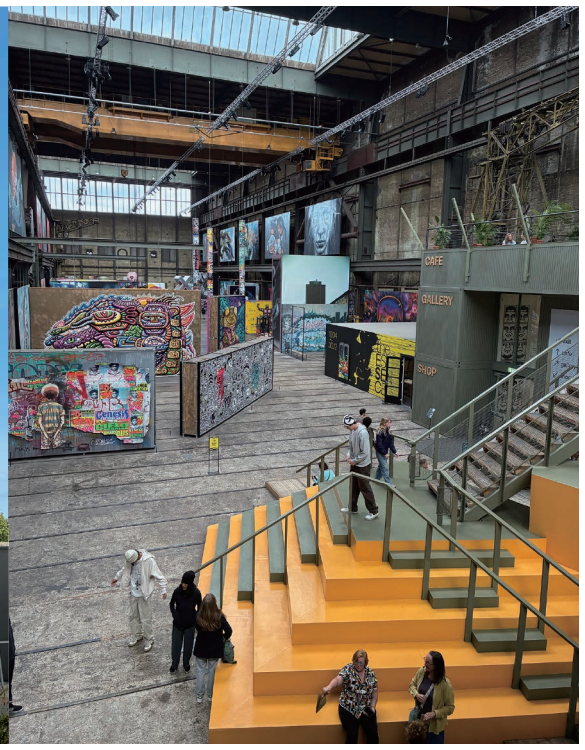
その後、徐々に組織が大きくなるとともに、いい意味でも悪い意味でも業界団体らしくなってしまったように思います。しかし、原点を振り返ったとき、協議会のエネルギーの源泉はやはり「なんか面白そう」という純粋なワクワク感にあったと感じます。業界団体としての信頼や役割を果たすことはもちろんですが、私たち自身がワクワクし、新しいチャレンジを楽しんでこそ、市場や社会を惹きつける大きな波を作ることができる気がします。

会員の皆様とともに再び「面白そう！」が次々と生まれる場を作り、リノベーションの可能性をさらに広げていければと考えております。微力ですが、そんな中で皆さまのお役に立てれば幸いです。改めまして、どうぞよろしくお願いいたします。


リノベーション協議会
事務局長(本部)
武部裕行

TOPIC!　タムタム&正太郎の「ヨーロッパ視察リポート」





良いものを使い続け、次世代へ繋ぐ

今年6月、タムタムデザインの田村夫妻とともに、北欧&ヨーロッパへ視察に行ってきました。
目的は建築やインテリアを学ぶだけではなく、アートや食、そして現地の暮らしそのものを体感すること！
デンマークのコペンハーゲンからドイツのデッサウまで4つの街を巡りました。

街全体がショールームに。3日間限定！デザインの祭典

まずは、コペンハーゲンで毎年開催されているデザインイベント「3days of Design」を視察。500を超えるインテリアブランドが参加する、北欧最大級のデザインイベントです。一般的な展示会とは違い、街中のショールームやギャラリーだけでなく、歴史的建物なども会場となっています。興味深かったのは「どんな場所で、どう見せるか」まで含めてデザインされていること。街歩きもひとつのイベントになっており、とても3日間では見て回れません！

生活の場に溶け込んでいるリノベーション

次に訪れたアムステルダムでは、美術館巡りのほか、使われなくなった路面電車の車庫を再生した複合施設「De Hallen」、旧造船所を活用したアートスペース「NDSM」、サステナブルな水上集落住宅などを視察。宿泊したホテルも、元ダイヤモンド研磨工場をリノベーションした建物でした。

面白かったのは、こうしたリノベーション済みの施設が特別なものではなく、普通に街の中に溶け込んでいること。ちなみに、アムステルダムは食事も美味しく、ナチュラルワインも豊富で、人もフレンドリー！3人で「ヨーロッパに住むならここかな」と、意見が一致しました。

モダニズム建築の聖地へ。憧れのバウハウスと対面

ベルリンでは「ベルリンの壁」を見学した後、念願だったミース・ファン・デル・ローエの「新ナショナルギャラリー」へ。写真や雑誌では何度も見てきましたが、やはり実物は圧巻でした。半世紀以上前の建築なのに、まったく古さを感じません。そして、ベルリンからレンタカーでデッサウの「バウハウス」へ！

雑誌で何度も見てきたバウハウスの校舎が目の前に現れた瞬間は、僕も田村夫妻も興奮が止まりませんでした。教師用の住宅「マスターズハウス」も含め、細かなところまでじっくり堪能。およそ100年前の建築とは思えないほど、ガラスや鉄、色彩、家具、照明など細部の完成度が高く、写真で知っていることと、実際にその場所に立って感じることは、やはりまったく違いました。現代のデザインや建築の基礎を築いたモダニズムの聖地は凄かった！



イベントの最中、街中がお祭りムード。演出がすべて魅力的


多国籍料理が楽しめるDe Hallenのフードコート。昼間から活気にあふれている



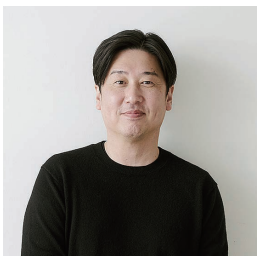
上左_モダニズムの聖地バウハウス。細部へのこだわりが圧巻
上右_アーティストや起業家が暮らすNDSM。アートやカルチャーへの熱気を感じる
右_念願の「新ナショナルギャラリー」では、巨大な屋根とガラスの美しさに圧倒された


田村夫妻と筆者。協議会のメンバーと一緒に、ぜひ再訪したいです！

北欧&欧州を巡って感じた、これからのリノベーション

今回触れ合ったインテリアや建物は、デザインもどこか無理をしていません。格好良く見せるためにつくり込み過ぎるのではなく、素材や機能を素直に活かしながら、日常に溶け込んでいました。今回の旅で感じたのは、どの街も「良いものを、長く使う」という価値観が共通していること。何十年、何百年も前につくられた建物や家具が、現代の暮らしでも当たり前のように使われています。古いから保存するのではなく、良いものだから使い続け、必要な際に少しずつ手を入れ、次の世代へ渡していく。そんな価値観を、改めて大事にしたいと思いました。

建物が持っている歴史や価値を読み取り、残すものを考え、必要な部分だけを更新し、次の人へとつないでいく。私たちが考えるべきは「どう新しくするか」ではなく、何を残し、どう住み継いでいくかだと感じた旅でした。



中川正人商店（アスター）
代表取締役　中川正太郎

Pick Up!　明日から活かせる！デザイン志向のリノベーション実務者研修



8月27日、福岡支部と北九州支部の合同RBSとして「デザイン志向のリノベーション実務者研修」を開催しました。熊本や大分、さらには大阪などエリア外からも多数の営業、設計、工務に携わる実務者が集い、充実した研修会となりました。

午前中は希望者のみ、オルドギア（ひまわり）の杉佳亮氏が手掛けたリノベーション物件を見学。通り一遍の買取再販ではなく、あえてターゲットを絞り、特定の人に深く刺さる住まいづくりの姿勢に触れました。個性あるデザインと事業性を両立させる実例は、設計や施工に携わる立場として大きな刺激を受けました。

午後の研修は、海外の観光客からも注目されているTOTOミュージアムの見学からスタート。創業から現在までの歩みやトイレの歴史などを学び、商品説明にとどまらない背景と知識を得ました。

続く研修では、杉氏だけでなく、タムタムデザインの田村晟一朗氏も参加。杉氏は「築40年のマンションを再生せよ」をテーマに、実践的なワークショップを開催。チームごとにターゲットを設定し、コンセプトからデザイン、予算、販売価格を検討。各チームでの発表と講評を行いました。田村氏は、自身の経験をもとに「お客さまの前で役立つ即席スケッチの基礎知識」を伝授。どちらも受講者が自ら手を動かし、その上で議論することで、実務に直結する学びとなりました。

本当に内容盛りだくさんの一日で、とても密度の濃い研修となりました。今回で終えるには惜しく、シリーズ化にも期待が膨らみます。



交流研修担当
上原香織（ソラルテ空間設計）

NEWS!　九州沖縄事務局からのお知らせ

11月1日から30日は「リノベ月間」です！

リノベーション協議会では、2022年から11月8日を「リノベーションの日」と定め、各地でさまざまな取り組みを行っています。ちなみに、なぜ11月8日なのかご存知ですか？

11は構造を支える柱2本のイメージから「建築」を、8は輪がつながる8の形状や∞（無限大）から「循環」を表現しています。「建築（11）を循環（8）させる＝リノベーション」が由来です。また、国土交通省も10月を「住生活月間」と定めているため、全国でこの時期に建築関係のイベントが増える傾向があるようです。

昨年で終了した九州沖縄エリアの合同イベント「Renovation NOW」の意思を引き継ぎ、今年も10～11月に各支部主催で広報活動が開催中です。鹿児島支部は「カゴシマリノベフェスタ」、熊本支部は「くまもと住まいりんぐフェア」、福岡支部は「フクオカリノベフェス」に出展。それぞれの地域に合わせた形で、リノベーションの魅力を広く生活者に発信しています。

特に今年は、各地で開催される住まい関連のイベントに参加するスタイルが目立ちました。リノベーションに関心のある方だけでなく、これから住まいや暮らしを考える多くの方々との接点にもなります。地域とのつながりを大切にしながら、これからも九州各地でリノベーションの魅力を届けていきたいと思います！



九州沖縄エリア部会 事務局　原文美（ハラプロ）

グランプリはどの作品に!? まもなく結果発表

リノベーション業界の「一年を代表する作品」を決めるリノベーション・オブ・ザ・イヤー（以下：ROY）。今年から非会員の事業者もエントリー可能となったことを受け、例年以上に多様でクオリティの高い278点もの作品が揃いました。一次審査を突破した入賞作品が11月5日に発表され、12月10日(木)に東京で最終結果が発表されます。

さらに、本年からは協議会が大切にする視点を軸にした特別賞「COUNCIL'S VISION AWARD」も新設され、新たなタイプの受賞者が誕生するはず。リノベーションの最新トレンドやビジネスモデルを学べるだけでなく、全国の事業者とも交流を深めることができる絶好のチャンスです。授賞式への参加は、どなたでもOK！新規に協議会に加入した方も、ROY未エントリーの方も、ぜひ一緒に会場で盛り上がりましょう！



前年の九州沖縄エリア部会内の受賞者とスーモの池本編集長

リノベーション・オブ・ザ・イヤー
特設サイト



九州・沖縄エリア部会 広報
土田芳史
（平成広告宣伝事務所）

11月以降の主なスケジュール

11月17日（火）北九州市部イベント「グランプリはコレだ！ ROY2026大予想会」
11月24日（火）宮崎支部トークイベント
「小さな会社のブランド戦略～リノベーションにおける集客術～」
12月 6日（日）宮崎支部 移住フェス(仮)
12月 8日（火）熊本RBS 不動産向けセミナー(仮)
12月10日（木）福岡支部例会「ROY2026ライブビューイング リノベの未来を語ろう」
12月10日（木）リノベーション・オブ・ザ・イヤー2026 授賞式
1月27日（水）九州沖縄エリア支部長会（日南市）
1月日付未定 鹿児島支部例会
2月 9日（火）熊本支部例会
2月26日（金）九州沖縄エリア年次総会&新年会（福岡市）
2月日付未定 北九州支部例会
3月18日（木）福岡支部例会
「集客につながるマーケと仕組化～はぴりの！徹底解剖」

Renovation Times Vol. 15 2026年11月号
発　行　一般社団法人リノベーション協議会　九州沖縄エリア部会
（エリア内正会員59社 ／賛助会員18社 ／ 2026.10.7現在）
発行人　馬越重治（エス・コンセプト）　編集長　山崎大亮（はぴりの）
制　作　吉田千裕（はぴりの）　編集人　原文美（ハラプロ）
発行日　2026年11月10日　メール　news@renovationnow.net
Renovation Timesでは、リノベーション協議会に参加されている各社の取り組みを積極的にご紹介しています。
掲載をご希望の方は、お気軽に上記までご連絡ください。［次回の発行は2027年2月です］