

論点1 「求められるビル事業のリスクマネジメント」

1997/5

「裸の王様」とは真実を知らされていないことの代名詞として遣われる言葉である。話をビル業界へ転じてみよう。ビルオーナーはテナントから見ても王様としての貸し主であり、建築主としての発注者の立場は建築会社から見ても王様であった。「不動産の所有者」として、「貸し主」としての強い立場が長く続いた「王様」は、自分のビルに対する外部の本当の評価を耳にすることは少なかった。すでに出来上がったビルをあとから批評されても困ってしまうので、真実を知ろうとしなかったという方が本音のようでもある。

バブル時のビル建設ラッシュで、心無い建築家に遊ばれたビルは数え切れない。「建築主」の立場として設計事務所や建築会社から貸ビルとしての「商品企画」や「建築費用」に関する提案を受けても、真実を見抜けるビルオーナーは意外と少なかった。外観のデザインはいうに及ばず、やたらと多い共用空間や過剰設備にのしかかるランニングコストの現実。「後の祭り」・「手後れ」の喩にはまるビル、つまり、それとは知らずに欠陥商品を手に入れてしまった「裸の王様」のビルオーナーの投影されたビルであった。しかし、本当のその姿は発注者として「裸の消費者」だったのかもしれない。エンドユーザーとしてのテナントニーズに耳を傾けなかったツケは大きい。賃料の減収や地価上昇に依存しないビル事業への体質改善で、ようやく見えてきたのが「マーケティング」や「建築コストの削減（バリューエンジニアリング）」・「LCC（生涯費用）」などへの注目である。これらはビル事業のリスクマネジメントとして捉えるべき部分である。21世紀で「裸の王様」といわれないためには「消費者」の立場を忘れないことであり、本当のことを言ってくれる専門家を見極めて雇うことではないだろうか。