

CFK

Chintai Fudosan Kanrigyokyokai

2003.Summer

特集

中小オフィスビルの生き残り戦略
不動産のセキュリティ最前線



賃貸不動産管理業協会

Contents

特集①

03 中小オフィスビルの生き残り戦略

summer.2003

DateFlash

08 平成13年度の 紛争相談データより

Vol. 8

特集②

10 「不動産のセキュリティ最前線」

協会からのお知らせ

15 賃貸不動産管理業協会ホームページの紹介

16 会員だより——「株式会社大京ホーム」

協会からのお知らせ

賃貸不動産管理業協会では会報誌等を送付する場合、宅配便のシステムを利用しています。よって、事務所を移転された場合、こちらに届出がないと戻ってくることになります（郵便の転送手続きではシステムが違うため対応できません）。

つきましては、住所、電話・FAX番号、代表者等の変更がございましたら、お手数ですが下記までご連絡願います。

また、会員だよりで紹介する会社を募集していますので、下記までお願いします。

連絡先

賃貸不動産管理業協会 電話：03-3865-7031 FAX：03-5821-7330

Special Issue 1

中小オフィスビルの生き残り戦略 ～リノベーション、レンタルオフィス、コンバージョン～

遊都総研 代表 菅原康晴

中小オフィスビルを取り巻く環境 ～空室率の上昇と新しい需要の発生～

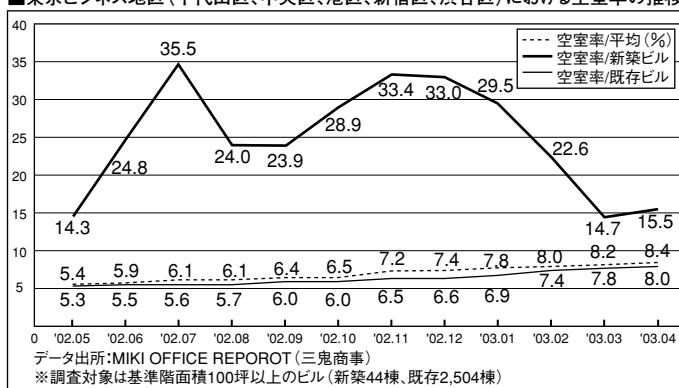
2003年問題。「その年」がやってきた。

東京では、六本木ヒルズや汐留の再開発ビル群など、大規模ビルの華々しいデビューが相次いでいる。予想されたことではあったが、景気の低迷が続く中、需給バランスが崩れ始めたオフィス市場では、空室率の上昇が続いている（グラフ参照）。新規の大規模オフィスへの「引越し」がドミノ現象を引き起こし、そのシワ寄せが既存の中小オフィスビルに押し寄せている。

しかし一方では、景気の低迷や供給過多といった要因以外にも、産業構造や就業形態の変化に伴い、需給関係にミスマッチが生じているとの指摘もある。

例えば、総務省の推計によると、いわゆるSOHO（独立系、10人以下の事業所）と呼ばれる小規模な事業所の数は、2000年調査時点で約500万事業所に達している。また、日本テレワーク協会では、テレワーク（ITを利用した場所・時間にとらわれない働き方）による就業人口は、2002年の285.7万人から、2007年には583.1万人に達すると予測している。つまり、

■東京ビジネス地区（千代田区、中央区、港区、新宿区、渋谷区）における空室率の推移



現況のオフィスビル業界では、このような新しい需要を充分に吸収し切れていないというわけだ。

こうした状況を鑑みたうえで、中小オフィスビルの生き残り戦略に資する例を、幾つか示してみたい。

事例①リノベーション

～オフィスビルをバリューアップする～

建物に大規模な改修工事を施し、バリューアップさせる——こうしたリノベーション（再生）事業が今、中小オフィスビルの空室対策として注目を集めている。

東京・神田。中小オフィスビルが建ち並ぶ1画に「再生」を果たしたガラス張りのビルがある。

★神田共伸ビル

改修前は、周囲から浮いた感さえある小規模な商業ビルだった。それが大規模な改修工事により、ガラス張りの外装が施され、空調・トイレ・配管・OAフロアなどもリニューアルされた。結果、バリューアップにより賃料がアップし、約15%の投資利回りが生じた。

このビルのバリューアップを手掛けたのが、神田淡路町に本社ビルを構える東誠不動産（株）だ。同社はもともとマンション・戸建て住宅の分譲事業や、社有ビル・賃貸マンションの経営などを手掛けてきた中堅の不動産会社であったが、ここ最近はオフィスビルや賃貸マンションのリノベーション事業を含め、不動産の流動化ビジネスに大きくシフトする構えを見せている。

同社の小菅常務は、中小オフィスビルのリノベー

Special Issue 1

ション事業についてこう語る。「ここ最近は、新築の小ぶりなビルの供給が殆ど止まっている状態。一方、既存ビルは平成竣工であっても建物の残存価値がゼロ査定のものもあり、現況ではビルを新築するよりも既存ビルを買って手を加える方が割安となっている。リノベーション事業の市場規模自体は掴み難い部分もあるが、有望な領域であることは間違いないであろう。」

同社では神田共伸ビルを含め、既に7~8棟のリノベーション実績がある。いずれも12~15%の投資利回りが得られているという。リノベーション物件の選定に当たっては独自の「リニューアル工事仕様書」を作成、インフラや外壁、耐震補強など、35項目についてチェックを行う。最終的には、エリア、周辺環境、周辺相場、耐震構造などを重視し、投資額と利回りから総合的に判断を下すことになるが、リニューアル工事の範囲については、案件の性格に合わせ、柔軟に対応している。

ちなみに、同社が購入物件を流動化させる場合、その9割には何らかの手を加えている。検討案件の数は週に3~4棟程度、このうち年間10棟前後は事業化に至っているという。

「リノベーションに適したビルの条件を挙げるとすれば、第一に、その場所にそぐわない建物であること。こうした物件は周辺とのギャップが大きければ大きいほど安く買える為、バリューアップによって上乗せ出来る部分も大きくなる。周辺相場に比して賃料が安いビルも狙い目と言えるだろう。規模的には延床面積が1,000坪以下、1フロア1テナントの小ぶりなビルであれば着手し易い。」（同小菅氏）。

また、同社ではバリューアップ物件の出口（資産の売却）についても、自社ファンドを含め、多種多様な商品を用意している。ソフトとハードのシナジ

ー効果を存分に發揮できる点も、同社の大きな強みとなっている。

「リノベーション事業は、基本的にフィービジネス。実際のところ、1億円の物件を扱っても儲けは僅かだが、今後とも中小ビルオーナーの主治医として、積極的な提言を続けたい。2年後を目処に、リノベーションに関するコンサルティング事業の展開も検討している。」（同小菅氏）。

不動産業界以外も、リノベーション事業に高い関心を寄せている企業が存在する。

★株IDÉE（イデー）

東京・南青山の瀟洒なビルが建ち並ぶ1画に、ひと目でそれと分かる本社を構えている。オリジナル家具の製造販売を中心に手掛けてきた、一種のブランド企業だ。

同社では昨年より、R-Projectと銘打ったリノベーション事業に着手。不動産業界ではなく、家具・インテリア業界からの発案ということもあり、エンドユーザーからも高い注目を集めている。

「R-Projectの頭文字は、Recycle・Renovation・Rethink・Reset・Reconstructionなど、様々な『再生』をイメージしたもの。プロジェクトの領域には中古ビルの再生だけでなく、新築の建物や土地利用の方策なども含めている。収益構造に関しても新たなスキームを組んでおり、『造り方』そのものの再構築を志向している。」（同社R-Projectの武藤氏）。

そのR-Projectが6月上旬の着工に向け、現在準備を進めているのが中央区八丁堀の「FLOOR AND WALLS Hatchobori」だ。事業の形態としては、不良債権ビジネスを手掛けるリサ・パートナーズとの共同事業となる。テナント入居後、利回りを折半するという、一種のフィービジネスだ。当然、改修に当たっては、同社一流の「デザイン性の高さ」が随

所に活かされている。

「当社は、デザインやコーディネートといった業務を先行投資的に提供し、賃料が入り始めた段階で一定のフィーを徴収する。デザイン性に特化した家具メーカーである当社が、事業の仕組み全体をコントロールするところに、大きなバリューの発生を見出している。」（同武藤氏）。

プロジェクト物件を選定する場合の基準はケースバイケースだが、基本的には単に賃料が安いだけでは成立しない。強いて言えば、古いビルの方がリノベーションによって価値が上がる分、着手し易い。

「当社の強みは、何と言ってもIDEEのブランド力。これまでにもイベントなどを通じ、多方面に様々なコミュニケーションを持ってきた。エンドユーザーの目線にも近い。」（同武藤氏）。

なお、同社では7月を目処にR-Project部門を本体から分社し、（仮）IDEE R-Projectとしてリノベーション事業を本格化させる。現在、既に幾つかの投資家ともJVを組んでおり、今後は有名建築物、一般的な不良債権、崖地などの扱い難い土地、町屋などの日本家屋、そしてフィービジネスなど収益構造そのもののリノベーションを図っていく予定だ。

事例②スマールオフィス ～オフィスを小分けにし、レンタルする～

建物に大規模な改修工事を施すリノベーションは、新築に比べ低コストであるとは言え、やはりそれ相応の投資額が必要となる。

では、リノベーション以外に、比較的少ない投資額でも対応が可能な方策は無いものか？

新宿駅南口より徒歩1分、甲州街道に面した交通至便の中規模オフィスビル。今年4月、ごくごく普通のオフィスビルにしか見えないこの建物の6階に、

一風変わったオフィススペースが誕生した。

★オフィスエムアイ新宿

フロア入り口部分には受付デスクが備え付けられており、ビジネスアワーであれば受付スタッフも常駐している。一見するとひとつの会社、若しくはひとつつのオフィスのようにも見えるが、一歩フロアの中に足を踏み入れると、パーテーションで細かく仕切られた個室ブースがズラリと並んでいる。各ブースの扉にはしっかりとドアロックが備え付けられており、その扉に貼り付けられた表札には、それぞれ異なる法人名・個人名が明記されている。

これが「レンタルオフィス」と呼ばれる小分けのスマールオフィスの一形態だ。

ここでの「テナント」はベースオフィス会員と呼ばれ、入会金（15万円）及び賃料に相当する会費（月額6万8000円～）、保証金（3万円、返金あり）、共益費（月額2万5000円～）を支払うことで、専用の個室ブース（約1坪～、デスク付き）のほか、受付サービスや会議室、複写機などのOA機器を共同で利用することができる。仕掛け人は、それまで銀行のシステム設計などを手掛けていた（株）エムアイメイズ。不動産業を母体としていない点では、前出のIDEEと似通っている。

同社の金安取締役は、レンタルオフィス事業進出の経緯をこう語る。「銀行の経営統合が一段落したこともあり、本業であるシステム設計以外にも固定収入源となる新たな事業を模索していた。こうした中、IT業界や人材派遣業界では、独立起業者を中心にスマールオフィスに対する需要が高いと感じ始めていた。」

つまり、同社は不動産業ではなかったが故に、この事業に着目できたという格好だ。

「当社では事業化に当たり、昨年の8～9月にレ

Special Issue 1

ンタルオフィス事業全般に関する調査を実施した。先行事例は、ホテル業をベースとしたオフィスや外資系企業を対象としたオフィスなど、同社の構想とは明らかにスタンスを異にしたものが多く、直接比較検討し得るものは4～5件程度であった。結果、市場規模や競合環境等を鑑みれば、充分に事業化は可能との結論に至った。」（同金安氏）。

なお、同社では物件の選定に当たり、買い上げのビルも幾つか検討案件に上ったが、立地、賃料設定、レイアウトなどを鑑みると、条件に合うものはなかなか見つからなかったという。最終的に第1号プロジェクトとして選定された現在の物件は、「駅徒歩1分」という至便立地が決め手となった。

「このエリアでは駅至近のビルは空きが少なく、総じて賃料も高値安定となっている。小さな事務所を借りるにしても、初期投資に500万円程度は必要。ワンルームマンションを借りて開業するにしても、最低100万円程度は用意しなければならないところ。従って当社の料金システムは、独立起業者にとっては極めて割安と言えるのではないか。」（同金安氏）。

更に同社では、主たるターゲット層と成り得る「独立起業者」向けのサービスも怠らない。具体的には、こうした層を支援する団体（埼玉SOHOなど）とタイアップする形で創業支援セミナーなどを行っている。しかし実際のところ、こうした創業支援サービスについては、公的機関の相談窓口を利用する人も多く、今のところ直接的な販促には繋がっていないという。

事実、オープンから1カ月半時点でのベースオフィス会員の「入居率」は約4割に留まっている。「仕事が既にある人はすぐに入会できるが、そうでない人は入会したくても入会できないというのが実態。スマールオフィスとは言え、いざ事務所を構えると

なると、そこにはやはりそれなりのハードルがあるようだ。」（同金安氏）。

ちなみに入居者（企業、個人）の業種をみると、IT系の業種が約半分を占めており、ほかはコンサル業、結婚情報サービス業、人材派遣業などとなっている。人材派遣業に関しては、新宿に籍を構えることで人材が集まり易くなるという事情があるそうだ。

上述のとおり、ベースオフィス会員の募集に関してはまだまだこれからと言ったところだが、実はオフィスエムアイ新宿には、注目に値するもう1つの会員システムが存在する。

それは「サテライト会員」と呼ばれるシステムだ。「サテライト会員とは、専用の個室ブースを持たず、受付サービスや共用の会議室などのみを利用するという会員システム（当然、ベースオフィス会員よりも会費は安い）。地方企業からの反響が好調で、大阪、名古屋、長野などのIT系企業を中心に、週2～3件程度の入会申し込みが入っている。」（同金安氏）。こちらの方はベースオフィス会員とは異なり、受付スタッフと共用スペースに余裕がある限り、新規の会員を受け入れることが出来る。

「今後は、第1号プロジェクト同様、駅前立地のコンセプトで事業を展開したい。中長期的にはビルオーナーとのタイアップや、フランチャイズなども検討する。基本的には儲けの薄いビジネスだが、独立起業者による需要自体は旺盛である為、それなりの勝算はあると考えている。」（同金安氏）。

事例③コンバージョン ～オフィスをマンションに用途変更する～

「空室対策」という点では、必ずしもオフィスに拘ることはない——オフィスをマンションに用途変更する「コンバージョン」もまた、にわかに注目を

を集めている。

今年2月、文京区本駒込の不忍通りに面した一画に、その先進的な事例が竣工した。

★セボンアダージオ文京

RC3層メゾネットのタウンハウスで一躍有名となったセボン(株)が手掛けたコンバージョン物件だ。

改修工事に関しては、既存の設備を有効活用することで工費削減と工期短縮を図っている。物件の取得金額を含めても、同様の物件を新築する場合の約6.5割程度のコストに収まったという。

住戸（1フロア1戸）の専有面積は約169m²。一般的なファミリータイプのマンションに比べ、約2倍の広さだ。近隣の同レベルの分譲マンションに比べ、7~8割程度の分譲価格という割安感もあるが、オフィスビルであったが故に可能となった「骨太で広々とした間取りプラン」が評判となった。

こうした大型住戸は、分譲マンション市場全体からすればやや特殊な需要という感じもするが、前出の東誠不動産(株)の小菅氏は、コンバージョン市場に関して、次のような見解を示している。

「当社でもコンバージョン事業については、既に2つの物件で研究を実施した。実際のところ、オフィスビルからマンションへ用途変更するには、間取り、水周り、バルコニー、日照の確保など、クリアすべきハードルは高い。しかしながら、中央区の東側エリアでは、賃料の逆転現象が起きている（オフィスは坪1万円前後、マンションは坪1万3000~1万5000円前後）。こうしたエリアであれば、改修工事にそれ相応のコストをかけたとしても、充分ペイする可能性がある。」

なお、コンバージョンに適した物件規模は、1フロア2~3戸の小規模なビルであるという。

前出のIDEÉも、R-Projectの第1号プロジェクトと

して手がけた「R∞P TORANOMON」（港区虎ノ門）に関しては、オフィスのリノベーションというよりも、コンバージョンに近いプロジェクトであった。

R∞P TORANOMONの事業化に当たり、IDEÉのJVパートナーであった安田不動産では、若手社員を中心に社内コンペを実施。結果、SOHOに近いプランが採択されたが、水周りやシャワーなどは設置できたものの、バルコニーが確保できなかったことなどから、マンションへの用途変更は行っていない。「オフィスとマンションの間には、一種のグレイゾーンがある。仕事場に寝泊りする、という生活スタイルのユーザーにとっては、法的な建物の用途はあまり問題ではないと思う。」（前出のIDEÉ武藤氏）。

大型住戸にせよ、SOHOに近いプランにせよ、分譲マンション市場では「特殊」とされてきた領域に、コンバージョンの可能性があると言える。

おわりに ～「仕掛け人」に注目～

今回紹介した事例には、ひとつの特徴がある。それは、それぞれの「仕掛け人」が伝統的なオフィスビル業界とは一線を引いた企業であるという点だ。それは「再生」自体をフィービジネス化する動きであったり、「サービス業」的な動きであったり、その形は様々だが、こうした仕掛け人の多くは、ファンドや投資家、異業種の企業と組むなど、アイディアを具現化する為の術を積極的に活用し、アグレッシブに動いている。

確かに中小オフィスビルを取り巻く環境は厳しいが、立場や見方を少し変えれば、それまで見えてこなかつたチャンスも見えてくるのではないか。

何れにせよ、こうした「仕掛け人」の動きには今後とも注目したいところだ。

「賃貸の媒介・代理に係る紛争」の割合が増加 ～平成13年度の紛争相談データより～

「住宅新報」記者 中野信太郎

国土交通省では例年、宅地建物取引業法に関わる紛争相談の状況を分析している。昨年とりまとめた平成13年度の紛争相談データを見ると、「賃貸の媒介・代理に係る紛争」の割合が増加していることがわかった。

国土交通省および都道府県の宅地建物取引業法を所管する部局で取り扱った苦情紛争相談件数（売買に係るもの、売買の媒介・代理に係るものと含む）は3,955件で、前年度比2.2%増加した。取り扱い件数は、最近では平成5年度以降低下傾向にあったが、平成12年度より再び微増に転じ、同13年度も86件の増加となった。

＜相談件数は10年で1.6倍に＞

過去10年間の紛争相談件数全体に占める「賃貸の媒介・代理に係る紛争」の割合を見ると、平成4年度に17.9%だ

ったのが同13年度には27.5%と急増している。件数でも666件から1,087件と1.6倍にも増加していて、紛争防止は賃貸業界としても直ちに実行しなければならない課題となりつつある。

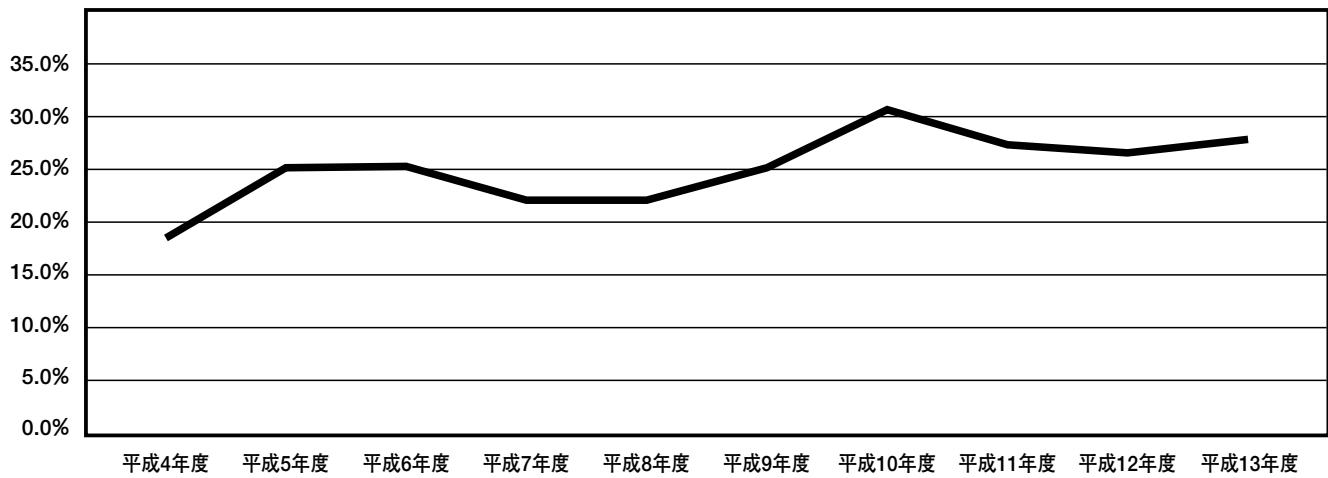
＜賃貸中古マンションの紛争相談が7割＞

賃貸の媒介・代理に係る紛争相談を物件種類別に見てみると、中古マンションに関するものが761件（全体構成比69.9%）と最も多く、以下、土地付き建物（中古）が118件（同10.9%）、新築マンションが110件（同10.1%）、土地付き建物（新築）が67件（同6.2%）、宅地が26件（同2.4%）、別荘地が5件（同0.5%）と続いた。構成比は前年度と大きな変化はないが、中古マンションの賃貸に関する紛争相談が約7割と圧倒的に多いことがわかる。

過去10年間の「賃貸の媒介・代理に係る紛争」相談件数

年 度	平成4年度	平成5年度	平成6年度	平成7年度	平成8年度	平成9年度	平成10年度	平成11年度	平成12年度	平成13年度
件 数	666	1772	1657	1234	1196	1286	1372	1033	1019	1087
構成比	17.9%	25.5%	25.7%	22.5%	22.6%	25.7%	31.1%	27.2%	26.3%	27.5%

「賃貸の媒介・代理」相談件数が全ての相談件数に占める割合の推移



平成13年度の紛争相談データより

物件種類別「賃貸の媒介・代理」紛争相談件数

物件の種類	件 数	構成比
宅地	26	2.4%
土地付建物	新築	6.2%
	中古	10.9%
マンション	新築	10.1%
	中古	69.9%
別荘地	5	0.9%

<誇大広告に関する紛争が増加>

賃貸の媒介・代理に係る紛争相談を主要な原因別に見てみると、ダントツで最も多いのが「重要事項の不告知を含む重要事項説明に関するもの」で408件、全体構成比37.5%となっている。重要事項説明に関する紛争相談は賃貸に限らず原因として多い項目だが、賃貸ではここ数年4割前後の相談件数となっている。説明すべき事項が増えてきていることがあるが、デフレ経済の長期化もあって、賃貸物件に対する債権債務の有無に関する紛争が多くなってきているという。賃貸物件といえども登記簿謄本の調査を行い、業者自ら紛争防止に努めることが求められている。

次に多い原因は、「預り金、申込証拠金などの返還に関するもの」で、97件、同8.9%。ただしここ5年間では構成比が27.4%から急減していく、急速に改善が進んでいるものと考えられる。一方で最近紛争相談の急増が見られるのが、「誇大広告の禁止に関するもの」で、94件、同8.6%となっている。これは5年前の構成比が1.6%だったもので、件数も4.7倍に急増している。顧客の物件選択肢が増えていることと、不動産に関する知識が深くなっているため、物件広告に求める水準が高度化していることも背景にあると考えられる。賃貸仲介に対する費用対効果を考えると、売買仲介に比べて情報提供量が少なくなりがちではある。しかしデフレ時代には賃貸に対する顧客の考え方も多様化しており、繊細な情報の提供が求められているのかもしれない。

上記3件以降は、「書面の交付に関するもの」「相手方の保護に欠ける行為の禁止に関するもの」「高額報酬の請求を含む報酬に関するもの」「ローン解除を含む契約解除に関するもの」などが続いている。

(データ出典：国土交通省「平成13年度宅地建物取引業法施行状況調査」より)

主要原因別「賃貸の媒介・代理」紛争相談件数

	平成13年度		(参考) 平成9年度	
	件数	構成比	件数	構成比
重要事項の不告知を含む重要事項説明など	408	37.5%	493	38.3%
預り金、申込証拠金などの返還	97	8.9%	352	27.4%
誇大広告などの禁止	94	8.6%	20	1.6%
書面の交付	61	5.6%	26	2.0%
相手方などの保護に欠ける行為の禁止	51	4.7%	25	1.9%
高額報酬の請求を含む報酬	41	3.8%	73	5.7%
ローン解除を含む契約解除	26	2.4%	23	1.8%
取引態様の明示	17	1.6%	9	0.7%
手付金、中間金などの返還	16	1.5%	17	1.3%
瑕疵（かし）問題（補修を含む）	15	1.4%	5	0.4%
媒介・代理に伴なう書面の交付	13	1.2%	3	0.2%
広告開始時期の制限	10	0.9%	0	0.0%
日影、眺望、境界など相隣関係	10	0.9%	4	0.3%
登記・引渡し	5	0.5%	1	0.1%
違約金の支払い	4	0.4%	4	0.3%
契約締結時期などの制限	1	0.1%	23	1.8%
その他	218	20.0%	208	16.2%

Special Issue 2

「不動産のセキュリティ最前線」

住宅における防犯問題がここ数年、注目を集めている。ピッキングをはじめとする窃盗犯罪の手口がより巧妙化していることが大きな理由として挙げられる。「犯罪白書」によると、2001（平成13）年の犯罪検挙率は戦後初の1割台（19.8%）、一般刑法犯数は358万件と過去最悪を更新。とりわけ、窃盗犯の検挙率低下が、犯罪全体の検挙率低下に深刻な影響を与えている。住居侵入・窃盗犯罪の実情とともに、鍵を中心とした最新の防犯技術を検証する。

侵入手口の半数が 玄関からのピッキング

テレビや新聞報道などを通じて、「ピッキング」という名称は一般にすっかり定着してきた。しかし「自分の住宅に限っては、被害に遭うはずがない」と考えている人がほとんどだ。

しかし、集合住宅をはじめとして、侵入による被害は依然として増加傾向だ。

侵入手口で最も多いのは玄関からのピッキングだ。被害の手口としては全体の約50%を占める。次いでガラス破り（18%）、戸締まりをしていなかったケース（16%）などとなっている。

警察庁などのまとめによると、こうした侵入窃盗は2001年の1年間で30万3698件と10年前に比べて3割増。とくに集合住宅の侵入被害は10年前と比べて約70%も増加している。

侵入強盗についても10年前に比べて急増、2001年は全国で2335件に上っている。

「道具」が通信販売で入手可 「マニュアル本」の影響も

「ピック」「テンション」と呼ばれる細い金属棒を鍵穴に入れてドアを開けるピッキング被害は、東京、大阪といった大都市圏を中心に増えている。

これらの道具自体が通信販売などを通じて比較的簡単に購入できることも問題となっている。

さらに、錠前の構造や開錠のテクニックを詳細に解説した、いわゆる「マニュアル本」が出回っており、こうしたことでもピッキング犯罪増加の呼び水となっているのではないかという指摘がある。

ピッキングの被害件数については、警察庁などの統計によると、2000～2001年で全国で約3万件。警視庁管内だけでも1996年に111件だったが、1999年には6111件、2000年には1万1089件と急激に増えている。4年前に比べると、実にその数が100倍になっていることが分かる。

また、ピッキング犯罪の特徴として指摘されているのは、犯罪自体の組織化、グループ化だ。広島県、福岡県の両県警が3年前に摘発した窃盗事件も、本格的にピッキングを事前に学んでいた犯罪グループによる犯行だった。

主犯格の男が経営している会社で、社員を錠前の技術講習会に参加させ、技術を習得。16都道府県でピッキングを中心に230件、被害総額1億5000万円の窃盗を繰り返していたという。

ピッキングの手口も多岐に富んでいる。ドアに付いている郵便受けからバールを突っ込んで、これを破壊したうえで受け口から手を入れて鍵を開ける、

といった乱暴な手口もみられる。名古屋市内では築2年という最新式のオートロック式マンションが被害に遭っているという事例もある。

「午前8時～10時にかけて頻発」

——ピッキング被害の時間帯

ピッキングの空き巣が狙う時間帯は、午前8時から午前10時であることが多いという。これは、サラリーマンや学生が出かけた直後の時間帯だ。午前8時前も多い。これについては、ゴミに出すために玄関の鍵を掛けないで出た時に狙われるケースとみられる。次に多いのは昼下がりから夕刻にかけての時間帯。午後2時から午後4時ごろだ。

マンションを狙う空き巣の特徴を整理すると、以下のようにになっている。

- ①ピッキングによる空き巣は、平日昼間に集中。
- ②幹線通り沿いの住宅に被害が多く出ている。
- ③窃盗団は原則として複数で、単独行動はしない。チャイムを鳴らし、不在を確認した後数秒で鍵を開け、数分で犯行を終わらせる。錠を開ける役、盗む役、見張りをして携帯電話で知らせる役、銀行から金を下ろす役に分かれていることが多い。

現在の新築マンションの場合、ほとんどがオートロックが採用されている。また高層マンションなど



サムターン防止器具付きの鍵（左）、カム送りに弱いタイプ（中央）ピッキングに弱い縦穴タイプ（右）

の場合、一見上層階の入居者の方が安心だとみられるものの、実際には10階以上のマンションでも侵入による被害は多発している。

こうした集合住宅のケースでは、具体的には以下のようない手口が多いといふ。

- ①下の階からベランダを伝っていき、懸垂して上がったり、屋外の非常階段を利用してベランダに侵入。窓を割り、クレセント錠を開けて侵入する。
- ②共用玄関のオートロックは、居住者が戸を開けるタイミングを見て、一緒に入り込む。
- ③夏は上階になれば窓を開け放しの場合もあり、そこから侵入する。ベランダ沿いに隣の部屋に移動する。
- ④宅配業者などを装い、扉を開けさせて強盗に入る。
- ⑤戸締まりをしていないトイレや浴室などの小窓から侵入する。

「カム送り解錠」とは

国内の大手鍵メーカーが、計900万個販売してきた15種類の鍵が、「カム送り解錠」という手口で簡単にこじ開けられてしまう――。

2001年9月、警察庁はこうした事実を発表し、警鐘をうながした。

カム送り解錠では、ピッキングのように鍵穴に道具を差し込まない。鍵穴を覆うカバーとドアの間に隙間ができるタイプのものなら、そこからピアノ線を折り曲げて作った機具をねじ込んで、内部の「カム」と呼ばれる部分を操作して、解錠する。

鍵穴の傷跡が残らないために、空き巣に入られた後も、すぐには気が付かないことが多いといふ。

同年、これらの鍵メーカーはすでに「カム送り」で開けられる対象の鍵の製造を中止している。

鍵メーカーの担当者の一人は、「これは欠陥ではなく、パソコンでいえばウイルスとワクチンの関係

Special Issue 2

ともいえる。いわば想定外の手口だった」と話す。これに対する対処法としては、鍵穴を覆うカバーにリングをセットする手法が有効だが、その手口自体も巧妙化してきていることも事実だ。

サムターン回しとは

ドリルでドアノブ横に穴を開け、そこからピアノ線で作った道具を差し込み、内側のツマミ（サムターン）を指の代わりに回して解錠するのが「サムターン」回しだ。これも専門家によると、プラスチックカバーをドア内側のサムターンにかぶせることができ有效だという。

一般的だが、防犯性が高いのは、ディンプル錠、マグネット錠、内部のピンの数が多いピンシリンドー錠などだという。

鍵を選ぶうえで目安になるのがCP-C錠。CPは防犯の意味、Cはシリンドー。つまり、ピッキングに強いシリンドーのことだ。全国防犯協会連合会が耐ピッキング性能を審査して認定するもので、18社41種類の鍵が認定された。

専門家によると、鍵を取り換える時は、この認定キーにしておけば、まず安心だという。

分譲マンションでは切実な問題も

より防犯対策に力を入れることを主眼に、これまで使用してきた鍵を取り替えたいという場合、マンション生活などで簡単に取り替えることができるのだろうかという問題も出てくる。

この場合には、賃貸のケース以上に、分譲マンションのケースで、問題が複雑化てくるという指摘もある。

ある分譲マンションの管理組合理事長は「ワンドア、ツーロックといわれていますが、マンションの玄関は共用部分になりますから、ドアにもう1つ鍵

を付けるには、管理組合総会にかけて賛成を得る必要があります」と話す。

鍵の取り換えを思い立った居住者にとっては、管理組合総会を通すまでの時間的余裕はないというのが一般的だ。治安の急速な悪化といった問題点が明確にならない限り、取り替えはなかなか進まないというケースが多いという。

指紋照合システムとは

近年注目されているのは、「指紋認証システム」だ。日本でも、三菱電機と松下電工が「次世代マンション・インテーグレーテッド・システム」の技術のひとつとして開発。東京・港区のマンションなどで採用されている。

入居者はあらかじめ左右の手から1本ずつ指紋をデータ登録。指を入れれば機械が指紋を照合してドアを開ける。指を左右1本ずつとしているのは、けがなどを負った際に、指紋判定ができない場合を想定しているためだという。指紋と併用して普通キーでも開閉できるようになっている。

指紋照合システムは「生きている指」であることを確認しながら照合するわけで、指紋をシールに写して押し付けても開けることは不可能だという。指の柔らかさや表皮の温度なども同時に感知するところから、指と指紋を偽造されるケースはまずないようだ。

さらに鍵を持つ必要がないわけだから、当然のことながら鍵を盗まれたりピッキングされることもない。

しかし、薬品



マンションエントランスの指紋認証キー

「不動産のセキュリティ最前線」

を扱う職業で指紋が薄くなったりした人や、皮膚の水分が少なく肌が極端に乾燥している高齢者などの場合は登録が難しいという。

15年ほど前はオフィス向けに指紋認証システムは一部で導入されたが、1台1000万円の高額だった。これに比べ、現在ではパソコンの暗証番号の代わりとして採用されるなど、急速に浸透している「次世代防犯システム」といえる。

もっとも実質的に、このシステムを採用しているケースはまだまだ数えるほど。今後の普及には登録データの悪用問題などについても詰めていく必要はある。

ある専門家は「登録した指紋のデータは、かなり特殊な方法を用いないと取り出せない。暗号のようになっているデータを画像にすることもかなり難しいはず」と説明している。

あるマンション居住者は「指紋システムだと、指紋を取られるのが嫌な人や、前科がある人などはこのようなマンションを購入したりしたくないはず。だから、一般居住者にとって安心感もあるのでは」と異なる角度からの「効用」を指摘する。

手の甲の血管で居住者を認識

神奈川県内のマンション「トーケ湘南久里浜」と「トーケ湘南野比」で採用しているのは、「手の甲の血管」で居住者を認識して玄関を開ける「静脈パターン認証システム」だ。

共用玄関ドアにA4サイズの小さな箱が設置されており、その下からU字型の金属が出ている。そのうえにカメラのシャッターの役目を果たす小さな突起があり、手の甲を当てることで、赤外線で甲にある静脈の枝分かれのパターンを読みとる。

入居者が登録した静脈パターンと赤外線CCDカメラのセンサーが読みとったものが一致すればドアが



静脈パターン認証システム

開くシステムで、高帯域フィルタリング技術、静脈パターン抽出技術が使われている。

「静脈」がこうした防犯システムに採用されたのは、人の静脈パターンが一生変化することはないということが挙げられる。登録は4歳ぐらいの子供から可能だという。

一般的に登録していない人でドアが開く確率は「0.0001パーセント」。本人拒否率は「0.1パーセント」。

最新機では甲の血管全体を識別するという。手の甲にマジックでいたずら書きをしたりしても識別は可能だ。

しかし同システムの場合、温度が低下し静脈が収縮すると、センサーが読みとりにくくなり、暖める必要がある場合があるという。また、体重が200キロ以上ある相撲力士などのように極度に脂肪が厚い肥満タイプだったり、かなり毛深い人なども登録が難しいという。

「顔」「声紋」「唇の動き」で相手を認証

外国製防犯用品を販売している「ロックシステム」(東京都品川区)が手がけているのは、「顔」「声紋」「唇の動き」で相手を認証する「マルチモーダル・バイオメトリニクスシステム」だ。

Special Issue 2

「顔」判別では、目や鼻の位置のデータなどを事前に登録。そのデータに合致しない顔は排除する。かつらを被ったりするなどの変装を行っても、本人と認識することが可能だ。

「声紋」は、声の周波数をとらえ、本人と照合する。また、「唇の動き」をベクトル化し、唇の動く方向と速度を数値化して照合する。

最大登録者数は100人。識別に要する時間はわずか2秒だ。

海外では、銀行マンの出入り管理や、自動車部品メーカーやコンピューター関連会社のサーバールームで使用されている。

あらかじめ登録した「任意の言葉」を暗証番号として使い、カメラで映し出されたモニター画面に向かって話す。声のみだと、似ている人や風邪を引いて声が出ないとドアが開かない時があるので、「顔」と「唇の動き」で本人かどうかを認証する仕組みだ。

同システムは約100万円と比較的安い値段ということもあり、今後多くの住宅で導入されることも考えられるという。

赤外線カメラを使い、手のひらと厚みを立体的に撮影し、指の長さや幅、関節の形などを登録写真と照合するシステム機もある。これについても、技術の進展や低価格化などによって、今後の検討が考えられる。

眼の虹彩で個人を認識

「眼の虹彩」で個人を認識する。「生体認証」技術のなかでも格段に高い精度が得られるものだ。

「虹彩」とは、瞳孔の周りのドーナツ状の部分。眼球に入る光の量を調節するために、瞳孔の大きさを調整する器官。カメラで例えれば、絞り部分に相当する。

この虹彩に外部から見える模様は個人で異なるた

め、それをを利用して認識しようというハイテク技術だ。

個人でも両目により異なり、1度登録すればほぼ一生利用できるのが特徴。眼は指紋と違い内部気管なので、偽造したり、データを集めるのは、ほとんど不可能だという。

沖電気（東京都港区）が開発したシステムは「アイリスパスWG」。登録は装置を使い画像を撮影するだけだ。本人認証も照合装置の表示を見つめるだけでよく、ID番号の入力やピント合わせの必要もないのが特徴だ。また、人体への影響もなく、不正な利用を完全に排除できるという。

撮影スタートから本人認識まで約3秒と少し長めだが、誤認識率は「120万分の1」「0.000083パーセント」と高精度を誇る。

シーベル（東京都板橋区）が販売している「アイリスアクセス」も同様のシステムが使用されている。これは識別を1秒以内で可能としており、眼鏡やコンタクトレンズを着用していても、眼に炎症があっても識別は完璧にできるという。

しかし、温度範囲が0~40度以内、湿度は0~95%で直射日光に当たらない場所に設置する必要がある。

現在は銀行、防衛、空港などが用途対象。技術がさらに向上し、価格も現在より安くなっている。将来的には住宅市場、自動車の鍵として広がりを見せそうだ。



ハイテク化により、日進月歩している防犯技術。その有効活用が、侵入・窃盗犯罪の防止につながり、ひいては住環境の向上にもむすびついていくことができよう。

Information

協会ホームページのご案内

賃貸不動産管理業協会ホームページの紹介



ホームページアドレス:<http://www.chinkan.jp>

①会員店専用サイトの開設

(1)不動産関連ニュース（会員版）

本会会員だけに提供する不動産関連ニュース（毎週更新）を掲載しています。

(2)自社情報入力・メンテナンス

会員店紹介サイトにおいて、自社情報、PR、写真等を掲載するための入力（更新）画面です。

(3)情報提供等

書式や本会からのお知らせを随時更新していきます。

※会員店専用サイトに入るためには、ユーザーID、パスワードが必要です。ユーザーID等につきましては、既にお知らせしておりますが、ご不明な場合は事務局までご連絡願います。

②会員店紹介

賃貸不動産管理業協会会員を都道府県別に紹介しています。

③情報提供等

不動産関連ニュース（毎週更新）を掲載している他、借主、貸主等への情報を掲載しています。

ご不明な点は本会事務局 03（3865）7031まで

会員だより

株式会社大京ホーム

弊社は、宇都宮市内に3店舗の事務所を構え、長年のノウハウとグループの総合力で、お客様のニーズに合ったアパート・マンション経営のご相談や土地開発・建築・設計・施工・管理までをトータルでお応えしております。

賃貸部門は賃貸専門誌掲載や新聞、インターネット広告など、あらゆる宣伝方法で集客率を増やし、ご来社いただいたお客様には、幅広い貸室のご紹介や親身なアドバイスを心がけてお

ります。長年、管理物件の「入居率90%」という高入居率を保ち、また、保つための勉強会や会議も定期的に行い、社員全員が他社に負けない努力をしております。

アパート・マンション設計には、間取りプランの段階から参加し、お部屋探しのお客様が今望むもの、今後絶対に必要なものなど積



○平成15年新築プリステージュ

極的に意見を出し合い、そうしてでき上がる建物は自信を持って紹介でき、完成時にはほぼ満室となっております。

いつでも、家主（貸主）様と顧客（借主）の良き仲人役として、感謝と謙虚な気持ちで地域に密着ながら、今後も日々努力を重ねて行きます。



○本社賃貸スタッフ



株式会社大京ホーム

〒320-0826

栃木県宇都宮市西原町2085-2

tel : 028 (639) 2711

fax : 028 (639) 2771

URL : <http://daikyohome.co.jp>

E-mail : dkh@daikyohome.co.jp