［特別レポート］

# 介護を前提とする高齢者住宅に疑問 「極楽」ならぬ「中楽」の暮らしを提案

## ハイネスコーポレーション㈱

ハイネスコーポレーション㈱は、2008年に販売を開始した「マスターズステージ泉ヶ丘」以降、日本におけるシニア分譲マンションの〝パイオニア〟としてマーケットを創造してきた。同事業に着目した背景と商品づくり、市場に受け入れられるまでの苦労などを取材した。

**「北欧の高齢者はなぜ幸せそうなのか その結論を商品づくりに活かす」**

同社が、シニア分譲マンションに着目した背景には、代表の緒方一彦氏が北欧や米国で目にした高齢者住宅があった。

デンマークには「高齢者福祉の三原則」がある。それは、できる限り在宅でそれまでと変わらない暮らしができるよう配慮する「生活の継続性」、高齢者自身が生き方・暮らし方を自分で決定する「自己決定の原則」、本人ができることへの手助けはしない「残存能力の活用」の3つ。それに対し、要介護を前提とする日本の「施設」のありように疑問を感じる傍ら、ファミリーマンション市場が縮小トレンドに陥るなかで、新たな事業として高齢者が自立していきいきと暮らせる「住宅」を提供したいと考えた。

当初は、定年を迎えた高齢者が短期間滞在したり、あるいは移住して農業をしながら暮らすという構想もあったという。「どうしたら北欧のように高齢者が幸せに暮らす場を提供できるのかを追求した結果、シニア分譲マンションというスタイルに至りました。プライバシーが守られ、居住空間も食事も日々の過ごし方も自分で決められる『自分の家』は、豊かな高齢期を過ごすにはとても重要なことです。よって、有料老人ホームなどの介護施設をつくることは、一切考えませんでした」と、シェアードサービス室 広報担当 専任部長の川口雅裕氏は話す。

当初は、前例のない事業であることから、金融機関などへの説明も容易ではなかった。また、物件の見学や問合せも後期高齢者の割合が多く、寄せられる質問は、介護や生活支援に関することばかりで、「介護施設」のように受け取られていたという。しかし、地道に同社の思いを伝え続けたことで徐々に60歳代の自立高齢者が増加。最近では50歳代や現役世代の入居者も全体の5%程度を占めるなど「ようやく、当初描いていたイメージに近くなってきました」と川口氏。

新築マンションの販売に30年来携わっている同社執行役員 営業本部長の河野靖司氏も「ファミリーマンションにも変化がみられます。以前はシニア層が新築のモデルルームを訪れることはありませんでしたが、いまはファミリーマンションでも利便性の高い物件では、購入者の3～5割はシニア層です」と話し、高齢期における住替えニーズの高まりも事業化を後押ししているという。

**「街角や井戸端のような場所が重要 『日常的な充足感』という価値」**

同社が手がけた「マスターズマンション」は、関西圏に8棟、約1450戸。現在、「マスターズマンション神戸学園都市 中楽坊」（神戸市垂水区、以下「神戸学園都市」）を販売中で、これを含めると約1600戸（別表）になる。

事業開始当初は、1Kや1DKの間取りも用意していたが、需要はあまり高くなく、現在は7～8割が2LDKで残りが1LDK。地域にもよるが、住戸面積は1LDKでも50㎡以上で、価格は3000万～3500万円が中心である。

立地は周辺に「坂がないこと」を基本に、徒歩5分以内にスーパーが所在するのがマスト。一方、最寄り駅からの距離はさほど重視せず、駅と物件との間にシャトルバスを運行することで解消できるという。元気なシニアが対象であることから、駐車場も住戸数の4、5割程度必要。共有施設は、大浴場、レストラン、娯楽スペースなど。物件ごとに試行錯誤しながら進化させており、最新の神戸学園都市でははじめて足湯も設置した。

しかし、最も重要なのは目的が明確な場所ではなく、インフォーマルで日常的な空間であるという。「たとえば大浴場は、広くて気持ちがいいとか、家の風呂の掃除の手間が省けるという、『わかりやすい利点』がありますが、当社が追求したいのは、こうした共有部を利用して〝入居者一人ひとりが、どれだけ穏やかで健やかな心もちでいられるか〟ということです。ロビー1つをとっても、単にマンションの玄関スペースという機能面だけでなく、そこに行けば仲間や顔見知りがいて、たちまち街角の井戸端に早変わりする――そんな場づくりが何よりも重要と考えています」（河野氏）。

問題は、その価値をどう訴求するか。大浴場やレストランのようにわかりやすいハードではなく、日常的な充足感という〝無形の価値〟だからである。「でもそれこそが、われわれがつくりたかった住まいの価値、つまり高齢者が自由に自分らしく暮らせる住宅なのです」（川口氏）。

このため、マスターズマンションシリーズの広告をみても「豪華」「贅沢」というワードは一切登場しない。「1階のレストランで食事をするのに、いつも着飾るのは窮屈でしょう。そうした生活に疲れ、自立向けの超高級ホームから当社物件に住み替える方もいらっしゃるほどです」と河野氏はいう。

こうした考えを表しているのが、最近の開発物件に冠している「中楽坊」という名称である。「高齢者は若者と違って、小さなことにも感動したり喜んだりできる感性をもっている〝おとな〟です。これがわれわれの高齢者観です」（川口氏）。「極楽」ならぬ「中楽」、コミュニケーションを求める人にも、放っておいてほしい人にも、窮屈でなく、ちょうどいい楽しさを提供することを追求している。

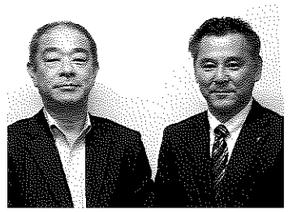
こういった進化が可能なのも、同社自身が子会社を通じて入居者サービスを行なっていることと無関係ではない。入居者から寄せられる提案や要望を聞きながら改善を継続しており、そこで蓄積されたノウハウが、他社物件のコンサルティングや総合企画という事業にも活かされている。「ハードはある程度完成に近づきつつありますので、これからはソフトが勝負。高齢者が何を求めているのかを深く洞察しながら、運営やサービスに自ら取り組むことでさらに完成度の高い住まいをつくることができると思っています」（川口氏）。

シニア分譲マンションは150戸、200戸と拡大傾向にあるが、同社では現在、土地の流通量や開発スピードなどの観点から、戸数の少ない物件の可能性も検証している。「われわれが提供したい価値はハードでありません。提供する価値の設定次第で、レストランがなくてもいいかもしれないし、少ない戸数も可能ではないかと考えています」（川口氏）。マスターズマンションの入居者は、7～8年経っても入居時と変わらぬ生活をしている人がほとんどだという。逆に入居時には車いすだった人が、農作業ができるまでに回復した例もあるなど、ここで暮らしていること自体が介護予防になっているのかもしれない。

■別表 ハイネスコーポレーションのシニア分譲マンション実績一覧

| 物件名 | 所在地 | 竣工年月 | 住戸数 |
|---|---|---|---|
| ザ・レジデンス芦屋スイート※ | 兵庫県芦屋市 | 2006年9月 | 500戸 |
| マスターズステージ泉ヶ丘 | 堺市南区 | 2009年1月 | 270戸 |
| ディナスティ マチュレ 吹田千里丘 | 大阪府吹田市 | 2009年9月 | 75戸 |
| マスターズマンションひまわり | 堺市堺区 | 2009年10月 | 130戸 |
| マスターズマンション東岸和田駅前 | 大阪府岸和田市 | 2010年9月 | 100戸 |
| セントアージュ奈良 | 奈良県奈良市 | 2011年10月 | 123戸 |
| マスターズマンション宝塚中楽坊 | 兵庫県宝塚市 | 2016年8月 | 147戸 |
| マスターズマンション三田駅前 | 兵庫県三田市 | 2017年3月 | 106戸 |
| （マスターズマンション神戸学園都市 中楽坊） | 神戸市垂水区 | 2020年7月 | 142戸 |

※リノベーション物件



執行役員 営業本部長 河野靖司氏（右）／シェアードサービス室 広報担当 専任部長 川口雅裕氏（左）

| 会社概要 | |
|---|---|
| 会社名 | ハイネスコーポレーション㈱ |
| 所在地 | （本社）<br>大阪市中央区伏見町4-2-14<br>WAKITA藤村御堂筋ビル5階<br>（東京支店）<br>東京都中央区京橋3-6-21<br>京橋伸和ビル7階 |
| 設立 | 1993年3月 |
| 資本金 | 6,000万円 |
| 代表者 | 代表取締役社長 緒方一彦 |
| 従業員数 | 60人 |
| 事業内容 | 高齢者向け分譲マンションの企画・開発・販売、ファミリー向けマンションの販売ほか |

ロビーラウンジでの仲間との井戸端会議など、ハードではなく「そこでの生活」を提案する（写真はマスターズマンション宝塚中山 中楽坊）

適正立地は周囲に坂がなく、近くにスーパーがあることが望ましい（写真はマスターズマンション宝塚中山 中楽坊）