



BLUE STUDIO MAGAZINE

THE TALES

no. **07**

year: 2015



INDEX

Page 02 **blue studio APR - SEP**
TIMELINE 2015

2015年夏前半の出来事

Page 04 **OUR SERVICE**

「他・事・時間」のフォローサービス

Page 06 **愛される巨匠の大家さん**

「顧客ロイヤリティ」を追求し、
物件とオーナーの両面性をリノベーション

Page 07 **INTERVIEW Vol.45**

V字跡に学び小さき企業家 Tachibana

Page 08

GET TO KNOW US!

8LDK

blue studio Renovation Office



bluestudio TIMELINE 2015 APR.~SEP.

ブルースタジオがつくる「住まい」や「暮らし」と、それにとまらうイベントなど、2015年度前半の出来事をご紹介します。

リノベーションスクール、 日本建築学会教育賞受賞。

『ストック型社会におけるリノベーションスクールを通じた人材育成と地域再生事業』に対して、ブルースタジオ専務取締役大島芳彦を含むリノベーションスクールの主要メンバーが日本建築学会教育賞を受賞しました。地域の課題に真剣に立ち向かい、事業化というリアリティーをもってこれを解決していくというスクールのスタンスに、全国の自治体からは今、関心のオファーが殺到しています。



みんなの駅前広場 『ホシノタニ団地』誕生。

小田急線藤岡駅前、築45年の旧小田急福祉住宅をリノベーションした賃貸共同住宅『ホシノタニ団地』がオープンしました。星と星がつながり緑豊かなように、人と街、人と人をつなぐ団地です。子育て支援施設や貸し農園、農家カフェなどを併設し、入居者以外にも気軽に利用できるみんなの駅前広場となりました。



2015

4
APR.5
MAY.6
JUN.

新世代の感覚を再販物件に 『マンション VIP等々力』。

これまで再販物件では実現されることが少なかった、より具体的な暮らし・趣味嗜好を反映させた再販物件のプロデュース及びデザインを、株式会社タイセイ・ハウジーリバースと共にブルースタジオが担当しました。今回はサブテーマを「食」として、特にキッチンデザインに特徴を持たせています。



コンテナレストラン 『セニョール たちばな』オープン!

水戸駅から歩くこと7分、水戸の食通から開業レストランとして愛されている地中海料理のお店『セニョール たちばな』がリニューアルオープンしました。素材の味を生かしながらも男らしい料理を提供するこのお店、内装も料理に合わせて男らしく、コンテナのコンクリートを利用。その他の素材も大地を生かした空間構成とし、五感全体でシェフの人情を感じられるお店になりました。

4
APR.

竣工事例



メディア掲載



●Newspaper 『全国賃貸住宅新聞』

5
MAY.

竣工事例



メディア掲載



●Newspaper 『日本経済新聞』

6
JUN.

竣工事例



メディア掲載



●Newspaper 『毎日新聞』、『朝日新聞』、『産経新聞』、『日本経済新聞』、『毎日新聞』、『産経新聞』

代官山「SodaCCo」にて 夜のトークイベント「夜の船旅」始まる。

子どもクリエイターの「育つ」が出会うみんなのビル「SodaCCo」にて、「子ども」×「〇〇」をテーマとした夜のトークイベントシリーズ「夜の船旅」が始まりました。第一回のテーマは「子ども」×「まち」。ブルースタジオ専務取締役 大島芳彦もゲストスピーカーとして参加し、自分たちの小さい頃の記憶から、子どもたち、それに携わる大人たちの想いを、和やかな雰囲気ながら真剣に語り合いました。



ブルースタジオ 子ども参観日開催。

ブルースタジオスタッフの子どもたちにお父さんお母さんの仕事のこと、会社の雰囲気を知ってもらおう! ということで、初の試みとなる子ども参観日を開催しました。社内見学では建機模型に興味津々の子どもたち。お昼にはスタッフ手作りの昼食をみんなで食べ、わざわざあいまいな雰囲気の良い会となりました。



第3回リノベーション 転職フェア開催。

リノベーション業界への転職を希望する若手・中堅社会人に向けて、リノベーション住宅推進協議会主催の合同転職フェアが開催されました。業界の人気企業が一堂に会し、普段なかなか聞くことのできない会社の雰囲気や仕事のやりがいなど、実際に働いている社員のリアルな話が聞ける場とあって、応募者からの転職希望の方にも多くご来場頂きました。



7
JUL.

8
AUG.

9
SEP.

暑中見舞いをお送りしました。

日頃よりお世話になっている皆さまへ、暑中のご挨拶として、暑中見舞いをお送りしました。今年の図案は、「セニョール たちばな」、「すずの木ハウス」、「個人邸K邸」の3事例です。



「リノベーションEXPO JAPAN 2015」始まる!

毎年秋に全国各地で開催されるリノベーション住宅推進協議会主催「リノベーションEXPO JAPAN 2015」がスタートしました。今年は9月の広島会場を皮切りに、全国7地域13会場での開催となります。首都圏では今回から横浜会場も新たに加わり、青山会場と合わせて2会場での開催、ブルースタジオも3回のセミナーを担当します。期間中は、セミナーの他、展示、現場見学会、ワークショップ、トークショーなど住まい選び・住まいづくりに関する多彩なイベントが行われます。また、日産通りのインテリアショップコミュニティ「MISC」にて行われるコラボレーション企画もありますので、ぜひ日産通り周辺にも足を運んでみてください!



7
AUG.

8
AUG.

9
SEP.

竣工事例



WADA



カネイデン

メディア掲載



relife vol.10



LIVES vol.6



TSUB



TSUB



SHIRAKAWA HOSONITSU

竣工事例



TSUB

メディア掲載



LIVES vol.6



TSUB

竣工事例



TSUB



TSUB



TSUB



TSUB

メディア掲載



LIVES vol.6



GO OUT LIVING



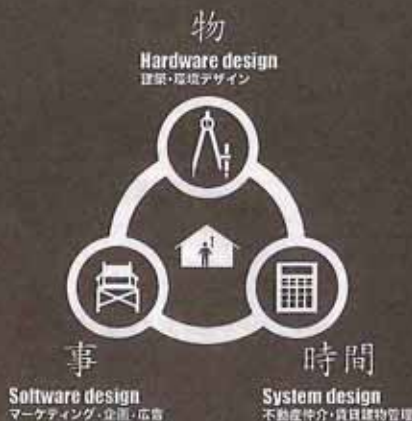
LIVES vol.6

Reform Saka MASAOKI

bluestudio OUR SERVICE

ブルースタジオが提供しているサービスについてご紹介します。

私たちは物件のバリューにとって
大切なものは「物語」だと考えます。
物・事・時間のデザイン。
そのシナジーが「物件」を「物語」に変えます。



BUILDING RENOVATION

既存事業用建物のリノベーション

時間の経過とともに建物を取り巻く社会環境は変化し、ライフスタイルやニーズ、当初設定されたソフトウェアの妥当性は失われていく。その間およそ30年。しかし、ハードウェアの寿命は決して30年では済まない。摩耗化しているのはソフトウェアと設備などのインフィラだけだ。この段階において必要なことはソフトウェアの再考である。

リノベーションによる建物バリューアップのメリットは、既存躯体利用による工事費の削減、工期の短縮によるオポチュニティロスの低減にある。しかしながら、リノベーションの成否を分けるのは工事そのものではなく、的確な再マーケティングによる商品のリポジショニングである。



7744 丸の内線 2006

ARCHITECTURAL DESIGN

「新築」建物企画・設計

賃貸住宅を建てれば借り手がつく時代は既に終息している。これからの賃貸住宅は建てるのが目的ではなく、どのように運用するか、経営の感覚が問われる時代。賃貸共同住宅の商品企画プロセスは、リノベーションも新築も同じ。時間の蓄積を劣化ではなく、「価値の蓄積」に変える。そこに必要なのは、「物」ではなく「物語」である。

マーケットに求められ、継続して魅力・価値をもちつづける社会資産となるべきものとして、ブルースタジオは、共同住宅に限らず、店舗等事業用建物から戸建住宅まで、様々な建物の新築に関する企画・設計を行っている。

MARKETING & PROPOSAL

マーケティング & 企画

精緻なマーケティングにより、物件のポテンシャルを分析。「エリア」と「ニーズ」の両面でマーケティングを行い、その場所に最も合致する住まい方とは何かを分析する。これらのリサーチの結果をふまえてコンセプトを立案すると同時に、建物の計画・デザイン・コンテンツおよび事業収支に至るトータルなソリューションとして企画・提案を行う。

DESIGN CONSULTING & CREATIVE DIRECTION

デザイン監修 & クリエイティブディレクション

不動産価値の最大化、差別化において重要なのが「一貫性」だ。リサーチ、企画において定められたコンセプトを、設計・工事・プロモーション運用の各フェーズに対して確実にフィードバックさせることが肝心である。

ブルースタジオは、コンサルティングからクリエイティブディレクションに至るまで、プロジェクトに応じた柔軟な関わり方をとりながら、包括的かつ客観的なディレクションサービスを提供する。



7413 丸の内線 2012 2014 丸の内線 7747 デザイン監修

BRANDING & PROMOTION

ブランディング・プロモーション

物件、建物の価値創造には人々の共感を生むストーリー、物語性が欠かせないとブルースタジオは考える。商品企画において行われる定量的かつ定性的なマーケティングとターゲット検証。そしてターゲットに対して価値を的確に訴求するためのコンセプトワード、物件名称、ビジュアルの提案・作成、企画段階から設計、工事監理と並行したタイミミングで行われるこれらのクリエイションは一貫性のある強力なメッセージを物件に与える。

ブルースタジオのブランディング、プロモーションのサービスは建物にとどまらず、事業、企業そのもののブランディングにまで及ぶ。

CASE STUDY #1



Soda Co (2015)
代官に代官するオフィスビルの1棟リノベーションプロジェクト。コンセプトは、「守りかクリエイターの『育つ』が出来る、みんなのビル、Webサイトの立ち上げおよびブランディングを含むプロモーションを行った。

CASE STUDY #2



日能計画 (2013)
神奈川県横浜市、地元の有名な企業であるオフィスビルのリノベーションを機会に、C/Oを一新。「Relaxation」をキーワードに、高級感、安心感、信頼感といった企業イメージを%のデザインに落とし込んだ。

CASE STUDY #3



フォレストヘイヴン創業山 (2013)
大手企業の「複合」ことリノベーション分譲マンションプロジェクト。「緑の丘とはくみの家」をコンセプトに、事業ブランディング、マーケティング、VI/CI/コタイプ、パンフレット、特設Webサイトの各種デザインを行った。

LEASING MANAGEMENT

リーシング・管理

社会資産としての建物の価値。そこには継続的な収益性、市場性が問われる。ブルースタジオは企画、デザインを担当した物件の価値を、実証し継続させるため、リーシングマネジメント(仲介: LM)及びプロパティマネジメント(管理: PM)のサービスを提供。

コンサル、調査、企画、設計、CM、監理、プランニングに連なるこのサービスは最大化された資産価値を永続的にドライブさせるための重要な価値。建物に流れる「時間の価値」のマネジメント。それが、リノベーションであり、管理である。



Blue studio REAL ESTATE (15-007) Web (15-15)

“MOKU-CHIN” RENOVATION

木賃アパート再生

*木賃アパート=高品質賃貸アパート

現代社会のニーズから取り残され老朽化した木賃アパート。入居者の高齢化とともに収益性の低下ばかりでなく都市防衛の観点、高齢単身者の孤立という観点からもその存在は社会問題化している。今生まれつつある共生・共存のニーズ、個々人の「住みこなす暮らし」に対する価値観に着目し、この問題に取り組んでいる。



2015/3 (2016)



“DANCHI” REVIVAL

「団地」再生

「団地」という住環境には、団地住人ばかりでなく周辺住民も含めてその豊富な敷地環境をコモンスペースとして共有する成熟した「団地コミュニティ」が存在する。多くの子ども達が遊び、人々は大木の木陰で身を休め、会話を弾ませる。団地とは、もはや私たちにとって住環境としての準拠を超えた「都市公園」だ。

「団地」再生は、建物の再生にとどまらず、その歴史的なコミュニティを次世代のコミュニティとしてリ・デザインすることにならない。



旭川市 多摩中台 (2011) 2014年度ベストデザイン賞受賞

TOWN MANAGEMENT

まち再生

忘れられていた建物に新たな役割を吹き込むことで、まちなかに新たなアクティビティを生む。その営みを通して、人々は地域社会と繋がり、まちの活気が生まれていく。かつてその場所に存在した記憶・歴史・人々の営みを再生し、次世代へ継いでいくこと。これがブルースタジオが考える「まちかどリノベーション」である。



福岡市 東区 1-6-9 700x751 (2014)

OFFICE INTERIOR

オフィス・インテリアデザイン

オフィス空間に求められるのは、機能性に加えた「創造性」。オフィスのデザインによるオフィス空間は、利用するスタッフが日々アイデアを創出する場となると同時に、パートナー・クライアントに対しては最も効果的なプレゼンテーションのツールである。



インサイト・ビルディング (2012)

SHOP DESIGN

店舗デザイン

事業目的に向けた最適な店舗プランニング、VI(ビジュアルアイデンティティ)・CI(コーポレートアイデンティティ)計画を含めたプランニング戦略やコンセプト立案等のサービスを提供。飲食店舗・物販店舗・ヘアサロン等、多数の実績をもつ。



MTV (2014)



SCA (2014)

MUSEUM DESIGN

美術館デザイン

リノベーションによる美術館デザイン。郷土から美術館はオフィス・店舗ビルを用途変更して実現した。藤城清治美術館新築高原は、既存美術館(旧二木美術館)をリノベーションし、チャペルを新築して、広大な外部空間と一体感のある美術館として生まれ変わった。



藤城清治美術館 (2012) 2014年度ベストデザイン賞受賞

SCENE & LANDSCAPE

シーン & ランドスケープデザイン

福島県天栄村にある農業育成牧場「ノーザンファーム天栄」。総面積45ヘクタールの牧場全体の世界観の再構築、リ・デザインに取り組んでいる。デザインコードを与え、建物・ランドスケープデザインのみならず、サイン計画からその空気感までもデザインする事を試みている。



天栄村 ノーザンファーム天栄 (2014)

DESIGN YOUR LIFESTYLE!

中古+リノベーションのワンストップ・サービス

実際(=クライアント自身の居住用区分所有マンションや戸建住宅)向けの中古+リノベーションのワンストップ・サービス。

住まいのデザインは「不動産探し時点からスタートしている」と考えるブルースタジオは、リノベーションを前提に中古物件探しを始めるクライアントのエージェントとして、市場にある膨大な不動産情報の中からその人にとって最適な物件を選択。同時に、リノベーションによって生まれる大きな可能性を提示するため、クライアントの理想の生活、資金計画、一生住むのか10年で住み替えるのか、住み替え時には売却・賃貸化するのか等、「住まい」を構築するさまざまな条件や価値観をコンサルティングする。予算・立地・広さ・築年数など様々な条件のバランスを神経しながら家づくりのロードマップを“構築”し、その人にとっての理想の住まい(不動産)を導き出す。クライアントにとっての真の正解とは、「住まい」というモノがもつあらゆる側面が一掃のコンテクストとして開示していることである。デザインにおいても柔軟で優秀なスタイルリストであることを意識し、トータルで調和を図りながら、「クライアントオリジナル」のデザインを提供する。

◎定額制セレクトオーダー型リノベーションサービス

「TOKYO STANDARD」は定額制セレクトオーダー型のリノベーションサービス。開拓はクライアントのライフスタイルに合わせた自由設計。素材や機材はブルースタジオの豊富な実績をもとにした、選りすぐりからセレクト。多くの方により良い生活を提案する次世代リノベーションサービスだ。



HOW TO CONTACT

中古+リノベーション | 最初の一步は？



bluestudio 愛される賃貸の大家さん

ブルースタジオが手掛けてきた賃貸物件には、それぞれ独自の個性がある。

それには、既存の中古物件を活用するリノベーションだからという理由だけでなく、「大家」つまりオーナーの価値観によるところも大きい。入居者に愛される賃貸住宅をつくり出すためのヒントを探しに、オーナーのもとを訪ねた。



鎌倉ローカル&アットホームを魅力に。
物件とオーナーの関係性もリノベーション。

鎌倉 駅から徒歩10分、海までは徒歩6分。低層の家々の合間を江ノ電がのんびり走る静かな住宅地に建つ「テラスコナサーフ」は、7戸の1LDKが入る1984年築のアパート。白壁に木があらわした外観は湘南らしいナチュラルな雰囲気、芝生敷きの駐車場とテラスコナサーフの中央にはステージのようなデッキがあり、まるで広場のようだ。

●「オープンルーム時には、近所のビザ蔵さんやハワイアンバンドを呼んだイベントを行いました。入居後は、入居者みなさんと花壇に野菜や花を植えるイベントも。そうした機会をきっかけに、今では入居者同士の交流もあるようです。(啓介さん)

●そんなアットホームな暮らしが展開するこのアパートのオーナーは、朝田啓介さん。この土地にはお祖父の代から住み、アパートに隣接するご自宅に、奥様の真由美さんとお子さん、お母様の和子さんと暮らしている。内職や読書の文化が濃み、空室が出始めていたアパートは、一時期で替えも検討。しかし、代替わりによる土地活用で周辺には賃貸物件が増加し、競争の中で安定した稼働率を確保するには、何かしらの強みが必要だった。

●「ハウスメーカーには1KB戸のアパートへの建て替えを提案されましたが、鎌倉に住む単身者は多くない。1戸の面積を増やしても、家賃相場が低いので費用回収が難しい。現実的なのは設備と内装のリフォームでしたが、先々を考えると不安がありました。そんな時に、ブルースタジオを特集していたテレビ番組でリノベーションという手法を知り、「これかもしれない」とブルースタジオにコンタクトを取ったんです。(啓介さん)

●ブルースタジオが再生後のアパートのターゲットにしたのは「鎌倉ビギナー」。素直で感じる、ありのままの暮らし。「鎌倉の家族」をコンセプトに、海や文化など、鎌倉ならではのナチュラルな暮らしを都内に勧める生活者に提案しようというもの。

●「それは、長年鎌倉に住んでいる自分たちには身感じ難いものでした。リノベーションに投資した分、資料が周辺相場より高くなって、東京と比較すれば、安い資料で鎌倉らしいのんびりとした暮らしが手に入る。近隣の賃貸にはない特徴を打ち立てるだけでなく、現実的なマーケティングと収益性もかえり提案に、感謝しましたね。(啓介さん)

●啓介さんは、駐車場敷を減らして、駐車場の一部を入居者たちが使うデッキにしようというブルースタジオの提案にも驚いたと言います。

●「デメリットにならないか不安でした。でも今は、コミュニティの舞台として、このデッキの賑わいを誇っています。普段から、デッキや階段で出会った入居者同士が立ち話をしている場面に出会います。門扉もオートロックもないけれど、そこに執着していたら、人の触れ合いがある暮らしに興味を持つ人は集まらなかったでしょう。(啓介さん)

●「集まる人」とそこでの「暮らし」までもデザインする。その対象には、建物や管理・運営するオーナー家族も含まれている。

●「入居者みなさんと一緒に植えた花や野菜のお手入れは私が担当。野菜や果物が育ったら入居者の方々にお渡ししています。草花を育てるなんて全然したことなかったけれど、今ではすっかりハマってます(笑)。(真由美さん)

●テラスコナサーフのFacebookページの運営も担当している真由美さん。野菜の成長記録や、収穫した果実で作ったジャムの配布の告知などといった連絡事項のほか、鎌倉暮らしのナビゲーターとして、近隣のお店やお祭りなどの情報も発信している。

●「Facebookは隣人だからのリアクションがあるので、楽しみながら続けられています。前回は入居できなかった人など、入居者以外の人も見てくれています。(真由美さん)

●Facebookでの発信は入居者とのコミュニケーションツールとしてはもちろん、物件のブランディングにも役立ち、ファンを育て、今後の入居者獲得にもつながっていく。オーナー一家が築地

に暮らすという条件を活かした。「鎌倉の家族」を地で行く運営スタイルが、見せかけではない実のあるコミュニティを生んでいるのだ。

●「こうした、オーナーが積極的に入居者に関わるスタイルは、人によって合う合わないがあると思います。僕らも以前は管理会社任せで、入居者の方とは没交渉でした。でも、ブルースタジオの提案に共感で言った。だから、やってみるべまだと思いました。(啓介さん)

●リノベーション後、2013年春から入居を開始したテラスコナサーフだが、2015年現在、すっかり「鎌倉の家族」になった入居者たちと朝田さん一家の暮らしがそこにあった。

●「ひとり暮らしだった入居者が結婚して、ご主人と暮らしようになり、入居するご夫婦にお子さんが生まれたり。遊びに来た彼氏やお友達を紹介してくれる方もいるんですよ。デッキがある前は、全館駐車場だった頃よりもずっと明るくなって、目の前の通りを行き来する近隣の方にも「このアパートいいね」なんて評判なんです。(和子さん)

●一面に対して開かれたデザインは、入居者と地域をつなぐきっかけに。また、地域住民にも親しみを寄せられることは、管理するオーナーのモチベーションにもつながっていく。

●「この場所ならではの暮らしをつくることへの、ブルースタジオの思いと努力を感じました。だからこそ、このアパートを大切に育てていきたいと思えるんです。(啓介さん)

●今後は草園で採れた野菜を使ったBBQやガーゼーション、花壇の一部を菜園として解放するなどといった企画を考えていると話す啓介さん。このアパートを舞台に、これからどんな暮らしのドラマが展開していくのか、楽しみだ。



朝田真由美さん・和子さん・啓介さん

Info テラスコナサーフ
所在地：神奈川県鎌倉市比治山 築地・建売・木造2階建て 専有面積：35㎡～55㎡
戸数：7戸 竣工年：1984年築/2013年9月リノベーション完了

オーナーズインタビュー、HPにて続々公開予定!



kettle



西園街一番街つくるまちプロジェクト



わの家 千穂



青豆ハウス

blue studio INTERVIEW Vol.45

Y字路に佇む小さな美容室 中野区立古田『cocue』

街の中の変わらぬ風景になっている築50年の小さな建物。自分たちの美容室であり、街のみんなの美容室。ゆったりとした居心地の良いお店は、訪れた人みんなの理想を叶えてくれる美容室となりました。リニューアルオープンから8ヶ月、『cocue』オーナー、山本由紀子さんにお話を伺いました。



Q1 | 今の場所でお店を出したきっかけを教えてください。

知人のおばさまが経営していた美容室を引き継ぐ形でこの街にやってきました。実は、美容師である母も昔ここで働いていたことがあり、不思議な縁を感じたこと、アットホームなお店を聞きたい!と思っていた私にとってはぴったりの場所だと思ったこと、それも決め手となりこの街でやっぴいこうと決めました。

Q2 | ブルースタジオにお願いするきっかけは?

この建物は築50年の一軒家。また大家のおじさまが自分で手がけた家ということもあって、かなりオリジナリティのある建物でした。この雰囲気が気に入っていたので、それを壊さず、なおかつオシャレな感じになればいいな!とっていました。普通の感じにはしたくなくて。そこでリノベーションで有名なブルースタジオさんなら、どんな物件でも建物の持ち味をいかしたセンスいいリノベーションしてくれるのではないかとお願いしました。

Q3 | リノベーション後、どういった変化がありましたか?

新規のお客様が増えました!今までは50年間、街に馴染みずびいでいて気がつかなかった方も「あ、ここ美容室だったんだ〜」と気づいていただけなんだと思います。この条件な街に馴染みながらも目を引くお店になりました。

Q4 | 今回のリノベーションでこだわったところはどこですか?

実用面では耐震補強すること、雨漏りを直すこと。デザイン面では元のレトロな雰囲気を残しつつ今っぽさを取り入れること。これまでの雰囲気を残しつつ入れていた方も多かったので、そのお客様に違和感を感じさせず、何か良くなったね、みたいなのが聞いでした。私の中では昭和レトロにパリのアンティークっぽさを融合させたようなイメージだったので、山本さん(設計担当)はその思いを見事に汲み取ってくださり形にしてくれました。あとはほぼご提案通りで理想の形になりました。さすがです!

Q5 | 設計や工事を進めていく中で印象に残っていることはありますか?

工事が進んでいた中で、ほぼ毎週打合せだったのですが、毎週ワクワクしていました。電気のスイッチや引出しの取手まで細部にわたってこだわっていただき、そんな作業がとっても楽しかったです。工事中は毎日のようにのそきに行っていましたね。

Q6 | リノベーション後、お客様の反応はいかがですか?

今までの雰囲気を残しつつきれいになったことで、とても喜んでくださっています。「これまで流れてきた時間とこれから流れる時間をつなぐ」まさに理想通りのリノベーションになりました。

Q7 | お客様の頃からこの地で美容室をやられていて、これからこの街とどういった関係を築いていきたいですか?

母が働いていた頃から来ていただいているお客様もいらっしゃり、娘、孫と親子3代で来ていただいています。年代問わず愛されるお店になればいいなと思っています。また、この街と一緒に成長しつつ、常に新しい風を送り込めるような存在でありたいと思っています。

Q8 | これから目指す『cocue』のかたちを教えてください。

これから私達にも家族が増えたり環境が変わったりいろんな変化があると思いますが、この街と一緒に変化しながら少しずつ成長していきたいです。そんな中でも「ゆったりとした居心地のいいお店」。「気持ちのいい時間を提供する」、これだけはずっと変わらない『cocue』のかたちにしていきます。



GET TO KNOW US!

8LDK

blue studio Renovation Office



デザイン事務所といっても、単にデザインをするだけではない。マーケティングや企画、ブランディングから客付けまで、すべてを一貫して手掛けている。包括的にプロジェクトをすすめ、最適なものをデザインするのがブルースタジオ。一棟ビルをリノベーションした5階建ての事務所は、階ごとに部署がわかれているが、互いによくコミュニケーションをとりながら働いている。物件に関わるあらゆる人たちの幸せを目標として、みんなが一緒に向かっている。

1/2 才能をデザインする

スタッフの個性を実践に昇華するためのチーム



3/4 資産の最適化

アセットソリューション



5/6 人の集う場づくり

商業スペースデザイン



7/8 ライフスタイル・コンシェルジュ

個人住宅デザイン&不動産仲介



現場監理に行けます。

L・DK LIVING, DINING & KITCHEN
みんなをつなぐ場

blue studio

株式会社ブルースタジオ
一級建築士事務所: 東京都知事登録第48462号
宅地建物取引業: 東京都知事(2)第90248号
東京都中野区東中野1-55-4 大鳥ビル第2別館
Tel: 03-5332-9920 Fax: 03-5332-9837
E-mail: o_toi_awase@bluestudio.jp

<http://www.bluestudio.jp>
