

บิ๊กอสังหาฯญี่ปุ่นผนึกทุนไทย

ชู 'นวัตกรรม' เกมชนะคู่แข่ง

กรุงเทพธุรกิจ • 2 บิ๊กอสังหาฯญี่ปุ่น ผนึกพรีมิลท์ ตั้งชินวะ เรียวเอสเตท บุก อสังหาฯไทย ชูจุดเด่นนวัตกรรมญี่ปุ่นแท้ เหนือคู่แข่ง ย้ายกระบวนเทคโนโลยี ออกแบบ-บริหารตลาด-การขายแบบ ญี่ปุ่นใช้ทั้งหมด ประเดิมโครงการแรกย่าน พร้อมพงษ์ คาดว่าภายใน 5 ปีรายได้จากการขายอสังหาฯแซงรายได้รับก่อสร้าง

นายวิชัย จุฬ้าโอฬารกุล กรรมการบริหารบริษัทชินวะเรียวเอสเตท (ไทยแลนด์) จำกัด กล่าวว่า **เตรียมพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมเร็น (REN) สุขุมวิท 39** จำนวน 298 ยูนิต มูลค่า 2,600 ล้านบาท ซึ่งเป็นการลงทุนแห่งแรกของบริษัท ชินวะเรียวเอสเตท (ไทยแลนด์) ที่เกิดขึ้นจากการร่วมทุน (Joint Venture) ของ 3 ธุรกิจรายใหญ่จากไทย และญี่ปุ่นจดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัท ชินวะเรียวเอสเตท (ไทยแลนด์) ด้วยทุนจดทะเบียน 600 ล้านบาท

โดยหลังจากเปิดโครงการในช่วงไตรมาส 4 แล้ววางแผนว่าจะเปิดโครงการคอนโดมิเนียมใหม่ๆ ให้ได้ปีละ 1-2 โครงการ มูลค่ารวมกว่า 4,000-5,000 ล้านบาท/ปี พร้อมกับการมองหาโอกาสพัฒนาโครงการแนวราบไปด้วย และเมื่อเข้าสู่ปีที่ 5 คาดว่าจะเพิ่มโครงการที่พัฒนาเป็นมูลค่ารวมให้ได้ 7,000 ล้านบาท/ปี

ทั้งนี้มั่นใจในศักยภาพการขายโครงการอสังหาฯ ด้วยการจับมือกับพันธมิตรชาวญี่ปุ่น 2 ราย ได้แก่ **"ชินวะกรุ๊ป"** บริษัทอสังหาฯ ที่เป็นเจ้าของนวัตกรรม **"รูเนสส์"** ที่มีจุดเด่นด้านการเพิ่มพื้นที่ใช้สอยและสิ่งอำนวยความสะดวกในเอกลักษณ์แบบญี่ปุ่นมาใช้พัฒนาโครงการ และ **"พีริแซ็คคอร์ดโปรเรชั่น"** บริษัทอสังหาฯ ที่มีจุดเด่นสร้างขายอันดับ 2 ที่ญี่ปุ่นและอันดับ 1 ในซิดนีย์ใช้ถือหุ้น สัดส่วน 26% และ 25% ตามลำดับ ขณะที่บริษัท พรีมิลท์ จำกัด (มหาชน) บริษัทจากไทยที่มีความเชี่ยวชาญ



วิชัย จุฬ้าโอฬารกุล



โทโม ยาสุยามาเบะ



ด้านการก่อสร้างคอนโดมิเนียมเข้าถือหุ้น 49% นายวิชัยกล่าวว่า แม้ว่าในทำเลสุขุมวิท 39 จะมีการแข่งขันสูงมาก แต่มั่นใจเรื่องการสร้างสินค้าที่แตกต่างจากในตลาดที่มีอยู่ โดยเฉพาะการดึงความเชี่ยวชาญจากผู้ร่วมทุนญี่ปุ่นนำมาใช้กับทุกเรื่องในการพัฒนาโครงการต่างจากทุกโครงการร่วมทุนของบริษัท อสังหาฯรายอื่นๆ ที่ญี่ปุ่นจะเข้ามาให้งบประมาณ แต่ไม่ได้นำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมหรือกระทั้งแนวทางการขายและการตลาดมาใช้ โดยยังเป็นบริษัทไทยที่ทำหน้าที่ออกแบบและบริหารจัดการ **ดังนั้นโครงการนี้จึงถือเป็นโครงการ**

แรกในไทยและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (อาเซียน) ที่มีการนำเทคโนโลยีรูเนสส์มาใช้เต็มรูปแบบ รวมถึงการบริหารการขายและการตลาดที่นำมาจากญี่ปุ่นด้วยทำให้คอนโดมิเนียมมีบรรยากาศเหมือนโครงการในญี่ปุ่นแท้เพียงโครงการเดียวสามารถจับกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจนได้แก่ผู้อยู่อาศัยจริงที่เคยไปญี่ปุ่นหรือชื่นชอบที่อยู่อาศัยในแบบฉบับญี่ปุ่น คาดว่า กลุ่มนี้จะเข้ามาเป็นลูกค้าราว 60% และเป็นนักลงทุนราว 40% ที่มาซื้อโครงการและค่อยปล่อยเช่า โดยคาดว่าจะมีลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวญี่ปุ่น เนื่องจากทำเลดังกล่าวถือว่าเป็นย่านที่ฮอตฮิตมากที่สุดในขณะนี้

กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 200,000
Ad Rate: 2,400

Section: การเงิน-ลงทุน/Business

วันที่: อังคาร 12 มิถุนายน 2561

ปีที่: 31

ฉบับที่: 10855

หน้า: 26(กลาง)

Col.Inch: 67.12 Ad Value: 161,088

PRValue (x3): 483,264

คลิป: สีสี่

หัวข้อข่าว: บิ๊กอสังหาฯญี่ปุ่นผนึกทุนไทย 'นวัตกรรม' เกมชนะคู่แข่ง

ส่วนการพัฒนาโครงการต่อไป จะไม่จำกัดว่าต้องอยู่ในย่านธุรกิจใจกลางเมือง(ซีบีดี) เท่านั้น แต่สนใจพื้นที่รอยต่อของซีบีดีด้วย เช่นพระราม 9 ห้วยขวาง เป็นต้น รวมถึงการพัฒนาบ้านแนวราบในกรุงเทพฯและปริมณฑล

ด้านนายโทโม ยาสูยามาเบะ กรรมการผู้จัดการบริษัท ชินวะเรียลเอสเตท(ไทยแลนด์) จำกัด กล่าวว่า ตลาดคอนโดมิเนียมไทยถือว่าเป็น Red Ocean (แข่งขันสูง) แต่มั่นใจว่าด้วยการพัฒนาด้วยแนวคิดที่ไม่เหมือนใครและให้ราคาที่เหมาะสมในทำเลที่ดินน่าจะยังตอบโจทย์ผู้บริโภคได้

ทั้งนี้โครงการอยู่ระหว่างการออกแบบและเตรียมขออีไอเอ โดยคาดว่าจะขายในราคาเฉลี่ยไม่เกิน 2.5 แสนบาท/ตร.ม.และจับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการที่พักอาศัยในระดับราคา 5-10 ล้านบาท

ด้านนายวิโรจน์ เจริญตรา รองประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการบริษัท พรินซิลท์ จำกัด(มหาชน) กล่าวว่า ตั้งเป้าหมายการเพิ่มรายได้จากการลงทุนอสังหาริมทรัพย์มากขึ้น ผ่านการจัดตั้งบริษัทโฮลดิ้งขึ้นมาและการร่วมทุนกับญี่ปุ่นครั้งนี้จะเป็นหนึ่งในกลไกการเพิ่มรายได้ต่อเนื่อง และคาดว่าจะภายใน 5 ปีรายได้จากการขายอสังหาฯจะมีโอกาสขยับเพิ่มจนแซงรายได้จากการรับก่อสร้างจากที่ปีนี้คาดว่าจะมีรายได้เข้ามา 4,500 ล้านบาท

การตัดสินใจร่วมทุนครั้งนี้ เนื่องจากเคยรับดำเนินการก่อสร้างโครงการภายใต้การร่วมทุนของชินวะกรู๊ปมาก่อนและมั่นใจในนวัตกรรมและเทคโนโลยีในแบบญี่ปุ่นที่มีมาตรฐานและน่าจะสร้างความแตกต่างให้กับคอนโดมิเนียมได้