

平成 29 年度「空き店舗等活用促進事業」業務委託
報 告 書

平成 30 年 3 月



富士山まちづくり株式会社

目次

第1章 業務概要	1
1 業務の目的	1
2 業務の内容	1
第2章 空きビル・空き店舗活用実践会議の企画・運営	2
1 第一回空きビル・空き店舗活用実践会議	3
2 第二回空きビル・空き店舗活用実践会議 + 現地見学会	10
3 第三回空きビル・空き店舗活用実践会議	12
第3章 リノベーション推進勉強会の企画・運営	19
1 第一回リノベーション推進勉強会	20
2 第二回リノベーション推進勉強会	27
第4章 空き店舗不動産ギャラリーの企画・運営	35
1 概要	35
2 開催実績	35
第5章 住居転用可能物件調査	40
1 既存建物を改修し、住居系で活用している事例	40
2 既存建物活用の課題	41
3 課題に対する提案	42
4 用途別集計の手順	43
5 不動産データベースを用途別で集計	44
6 分析結果	45

参考資料

第1章 業務概要

1 業務の目的

中心市街地における空き店舗・空きビル等に魅力を見出し、活用するリノベーション事業について、事業者や地権者、オーナーなどの関係者と取り組むとともに、住居として利活用・転用の可能性がある物件について調査することを目的として、下記の①～④の業務を実施する。これに必要な会議の企画、資料作成、結果の取りまとめ、日程設定、会場確保、会場設営、講師等の選定・手配、広報宣伝などの業務一式を行う。

2 業務の内容

① 空き店舗・空きビル活用会議の企画・運営

事業者やまちづくり関係者、地権者、オーナーなどを招き、まちなかに点在する空き店舗・空きビルを具体的に活用する方策を検討する「空き店舗・空きビル活用会議」を年3回程度開催する。

② 不動産活用勉強会の企画・運営

地権者やオーナーを対象に、リノベーション手法を中心とした不動産活用の事例や方法論等について、現地見学会や勉強会等を年3回程度開催する。

③ 空き店舗不動産ギャラリーの企画・運営

平成28年度に調査を行った空き店舗・空きビル情報を公開するギャラリー展を開催する。富士地区、吉原地区共に1週間程度開催し、併せて期間中2日程度のリノベーション相談会を開催する。

④ 住居転用可能物件調査

中心市街地の不動産物件のうち、住居として利活用・転用の可能性がある物件の調査及びリストアップ、関連法令等について整理する。

第2章 空きビル・空き店舗活用実践会議の企画・運営

まちなかに点在する空きビル・空き店舗を具体的に活用する方策を検討するために、「空きビル・空き店舗活用実践会議」の企画、運営を行った。

当会議の構成メンバーは、商店街組合員、富士TMO（富士健康印商店会、タウンマネージメント吉原）、地元不動産業者、地元金融機関等を想定し、広く参加を促した。

■日程・内容

	日時	内容	講師	参加人数
第1回	H29 8/24 (木)	リノベーション先進事例に学ぶ	吉原住宅有限会社 吉原 勝己	50人
第2回 + 見学会	H29 10/21(土)	吉原商店街の空きビル・空き店舗の見学と活用方法の検討	—	16人
第3回	H30 1/23 (火)	エリア価値の向上への取り組み	NPO 法人 atamista 市来広一郎	20人

■募集チラシの一例

この街の将来の姿を想像し、空きビル・空き店舗活用の具体論に迫る

空きビル・空き店舗活用実践会議

8/24 第1回会議
平成29年8月24日(木) 19:00~21:00
@富士市民活動センター・コミュニティ f

1部：講演
「なぜ今、空きビル活用なのか？」

2部：フリートーク

コーディネーター
富士山まちづくり株式会社
代表取締役 佐野 荘一

講師の吉原氏を交え、空きビル活用による地域再生の方策を更に深掘りしていきます。
また、参加者の皆さまからのご意見・ご質問も取り入れた参加型のトークにより、実践的に将来を見据えた時間を共有しましょう。

ゲストスピーカー
吉原住宅有限会社
代表取締役 吉原 勝己 氏



予告

今年度、全3回の会議を予定しています。是非各会議へのご参加をご検討下さい。

- ◆第2回会議+現地見学会
平成29年10月21日(土) 13:00~17:00 (予定)
@富士市民活動センター・コミュニティ f
- ◆第3回会議
12月中旬開催予定
詳細決定次第お知らせ致します

お申込み

必要事項を記入の上、下欄のメールまたはFAXにてお申し込み下さい。
FAX 申込用紙 [第1回会議に申し込みます]

氏名： _____

所属： _____ 電話： _____

メールアドレス： _____

住所： _____



主催：富士市産業経済部商業労政課 企画・運営：富士山まちづくり株式会社
お問合せ・お申込み：電話0545-67-1223 / FAX0545-51-8234 / メール info@famc.co (担当：鈴木)

1 第一回空きビル・空き店舗活用実践会議（平成 29 年 8 月 24 日）

1) 会議記録

第 1 部

講演 『なぜ今、空きビル活用なのか？』

吉原住宅有限会社 代表取締役 吉原 勝己

●ビンテージ不動産という概念

- ・今まで不動産分野では“ビンテージ”という言葉が使われてこなかった。
- ・『ビンテージ不動産プロデュース事業』として、築 58 年の「冷泉荘」をはじめ経年賃貸ビル経営の再生に取り組んでいるが、理念が大切だと考えている。
- ・家賃を下げて人も入らない、もしくは入居しても滞納される。安くすることが自分の首を絞めるという状況があった。
- ・福岡の都心部は建て替えた方が儲かるという図式。子育てをしていく中で、故郷とは何かという思いになった。
- ・オーナーが一棟の集合住宅を壊すことで、地域から約 50 世帯がいなくなる。福岡のコミュニティを創るのは集合住宅である。賃貸の大家が持つ役割は大きい、相続が問題である。



●ビンテージ不動産プロデュース事業

- ・2003 年、「山王マンション」からリノベーション物件の賃貸を始めた。国内でも初期事例である。
- ・当初は、業者に丸投げのため一部屋の改修に 400 万もかかり、コストダウンがテーマとなった。
- ・一社で賃貸ビルを再生してくれたための仕組みを構築した。（多岐にわたる専門分野を統合する）

↓↓↓

「ワンストップ事業」

賃貸ビル経営コンサル／マーケティング・企画・提案／設計デザイン／工事監理／
プロモーション／ブランディング不動産仲介／つながり型管理／ビンテージビル文化啓発

- ・素人デザイナーや入居者のアイデアによって、世界に一つしかない部屋の集積となった。
- ・最初はスケルトン物件にしていたが、解体コストもかかった。しかし、若い方は古い部屋の味（ぬくもり）を感じるようだった。
- ・穴道湖の民藝釜元でブランディングを学んだことから、できるだけ壊さないで、ビンテージビルの良さ（ストーリー）を生かすという考え方に変わっていった。
- ・設計者ではなく生活者から始まるデザイン・考え方を生かせるのが賃貸分野のリノベーション。

●リノベーションの類型

- ①スケルトン …費用はかかるが、ビックリするような仕上りになる
入居者を募るファーストステップ
- ②エコリノベ、プチリノベ …ビルの名前が認識されるようになった時点で行う
- ③DIYリノベ …入居者自身がリノベを行う

●入居者のコミュニティづくり

- ・入居者を結びつけるのも管理会社の役割。社内に入居者をつなぐ「もちつき課」を設置し、元々の入居者である高齢者と新たに入ってきた若い世代をつなぐ。
- ・二ヶ月に一回、ニュースレター（200戸）を発行。“パリのアパートメントのように古くて素敵な物件にしたい”というメッセージを発信することにより、「クレーム」（工事の騒音等）が「サービスリクエスト」（こんな建物にしたい）に変化した。

●リノベーションサービス【リノっしょ】

- ・社内のプロが入居者と“一緒に楽しくDIY”を行うことにより、部屋に愛着を持ってくれる。
- ・大切に部屋を使ってくれるので、現在は、退去時に敷金を全額返すケースも多い。
- ・我々の強みはリノベーションのノウハウだと思っていたが、それは勘違いだった。再生の本質的な強みは、「つながり」である。
- ・人々の「つながり」への欲求は強い。「つながり」がビンテージ不動産の強みである。

●つながりがわかるイベント

- ・DIYイベントの実施
- ・入居者企画のイベント「山王マンション隣人祭り」（一品持ち寄りパーティー）
- ・まち歩きクラブ「清川ぶらりーず」（昼ぶら・夜ぶら）、「清川マップ」



賃貸がまちのつながりの核になる

●築100年経営

- ・現在経営はV字回復し、15年前の売り上げに戻っている。
- ・通常は、古くなるほど家賃が安くなるが、古くなるほど価値が上がるのがビンテージ賃貸。
- ・100年持たせるためには、耐震補強等ハードの投資は欠かせない。
- ・ハード（耐震補強等）×ソフト（コミュニティ）×オペレーション（管理）の三つが備わった時、建物は利益を生み、活気を生む。入居者が入居者を呼ぶようになる。



「経年劣化」から「経年優価」へ

●ビンテージシティFUKUOKA計画

- ・ビンテージ賃貸の需要が増えることにより、新たなオーナーさんによる物件が生まれる。結果、エリアとしての価値も高まる。
- ・福岡はリノベ認知度・好感度が高い。（2012リノベーション認知度調査：リクルート調べ）
- ・一社の動きが、住まいのもう一つのあり方を生んだと言える。地方都市でこそムーブメントが起こせる時代。
- ・冷泉荘（福岡市都市景観賞）における「文化・アート・クリエイティブ事業」
- ・古さを残した外壁補修（朽ちている状態をそのまま固める）に取り組んでいる。同潤会アパートのようなレトロ感。長崎の軍艦島でも採用予定。
- ・ビンテージビルまち歩きを行い、周りのオーナーさんに古い物件の良さを伝えている。博多商人が建てたものが現在の賃貸。戦後復興のDNAが刻まれている。

●社会課題への取り組み

- ・社会課題を自分達の事業で解決していく、ソーシャルビジネスが現在の研究テーマ。「三方よし」
- ・オーナー（≒地主）は街を守る役割を宿命的に背負っている。その人達が自覚を持つことで、主役がオーナーさんから入居者（市民）へと移っていく。

●街ごとの再生手法

- ・「茶山ココ」…職住ミックス型シェアハウス
- ・「リノベーションから始めない不動産再生手法」…地方に行けば行くほど、投資できない。
- ・「清川リトル商店街」…空きテナントで3万円の小屋を建て商売を始める。半年継続、12組。
- ・「軒先き市」（鹿児島市）…シャッターが閉まった店舗前で市を開催。
- ・「吉浦ビル」（福岡市）…入居者が入居者を助ける。（200万で入居者にスケルトン物件をリノベーションしてもらう）
- ・「K A T A R O base 32」（柳川市）…柳川商店街に創業支援拠点を整備。
- ・「旧八女郡役所」（八女市）…伝建地区に位置する巨大な物件を、市民の手で整備。
- ・「D I Yリノベシティ大牟田計画」（大牟田市）…移住者の住まいは市民が作る。
- ・「ビンテージ団地再生計画」（久留米市）…鉄筋コンクリート造4階建×3棟の団地を再生。
- ・「福岡D I Yリノベウィーク」（福岡市）…街への思いのある人と広域につながる。

●まとめ

- ・リノベーションの前に、まずは人が集まる場所を耕し、仕組みを作る。建築から始めるのではなくマーケティングが大切。人を集める努力をする。
- ・不動産再生に経歴は不要。必要なのは家族やまちへの思い。そんなビジョンは伝染する。
- ・空き家・空きビルは「未来のまちの学校」である。

講師プロフィール

吉原 勝己

吉原住宅(有)代表取締役、(株)スペースRデザイン代表取締役、
NPO法人福岡ビルストック研究会理事長

1961年福岡市清川生まれ。

株式会社スペースRデザインと吉原住宅有限会社の社長を兼任。生まれ育った福岡のまちを愛し、福岡市のまちづくりの市民研究員としても活躍。意外にも、前職は製薬会社の研究開発員である。まだ「リノベーション」という言葉さえ知られていなかった福岡で、ビル再生を始め、ブランディングによる「ビンテージビル」というまったく新しい概念を広めた。



ゲストスピーカー：吉原住宅有限会社 代表取締役 吉原 勝己
コーディネーター：富士山まちづくり株式会社 代表取締役 佐野 荘一

(佐野) 自分たちの取り組みに周りを巻き込むコツは？

(吉原) 昔、化学をやっていたのでまずは論理を積み上げていった。様々な方面から検証した時、「長く持たせた建物には必ず市場ができ、人が集まる」という論理に破綻がなかった。また、僕らがやっていることに対して、困った大家さんがたくさん集まってきた。この方達のために何かできないかという気持ちになった。

論理的に再現性がある。そして、わかったことは広く伝えたいという思いがある。発信を続けていくとメディアや研究が集まってくる。論理を伝えると人が集まり真似してくれる。



(佐野) ローコストとは言うもののお金がかかる。オーナーにも覚悟があるのでは？

(吉原) 覚悟はマイナスの度合いによる。マイナスの状況に追い込まれた人間は、それをバネにできる。これは、やるしかない状況に追い込まれた人たちの話ではないだろうか。

(佐野) 吉原さんは来富3回目だが、富士市の魅力は何だと思うか？

(吉原) この街の良さは、あるラインの中に面白い建物が集約されている。一筋縄ではいかない物件が多い。鰻の寝床状であったり、折れ曲がっていたり、階段が入り組んでいたりと、立体的にも自由度が高い建物が多い。空いているスペースにはどんどん建てていくというのがユニークだと思う。

(佐野) らせん階段も多いというのも特徴の一つ。

質疑応答

Q：リノベーションをするのに、事務所用から住居用にするのは難しいか？

A：建築的に縛りが多く、用途変更が難しい。利回りのなかなかなか合わない。逆に、住居から事務所へは簡単。パーツをどんどん外していけるため、思ってもみないワークスペースが生まれる。

Q：階数のあるアパートは、エレベーターはどうなっているか？

A：半分がエレベーター無し物件。上階は若い人が住む物件。階層ごとにテーマを設定することでさほど問題にはならない。

Q：耐震ブレースは、各階に必要なか？ またその値段は？

A：フリーランスの構造建築士が仲間にいる。費用対効果の高い、ブレースの数の少ない場所を設定してもらう。通常ブレースは数百万、躯体工事は一千万、耐震工事は三千万かかる。100年持たせるには、一千万の投資（一年分）は大したことはない。一年分の投資で39年利益を生むという経営的な話である。

→マルイチビルも耐震補強をしたが、高度成長期前の建物は意外に頑丈に作られている。例えば、吉原にある共同所有ビルは100メートルに9戸入っている。つまり、コンクリートで固められた階段室が9個ある。素人考えだが、かなり丈夫なのは。

A：コンクリート強度が大切。寿命の無い建物に投資はしない。まずは、上がりを計算する必要がある。

Q：外観を綺麗にするということは考えなかったのか？綺麗にすることで入居者が増えるのでは？

A：空室のオーナーは、部屋のリノベーションから始める。外側まで資金が回らなかったこともあり、まずは部屋からリノベし、市場調査を行った。

ビンテージという考え方からすると、外観を綺麗にすると逆に違和感が出る。入居者もそれを求めている。団地物件については内装の自由度が低いいため、外観がリッチに見える工夫（外回りに樹木を植える、ウッドデッキを設置する、パーゴラを作る等）を施している。これらは費用対効果も高い。

コミュニケーションデザイン・ランドスケープデザイン・リノベーションデザインという3つの要素の度合いが、物件によって多少変わってくるので、そこを見極めることが大切。

Q：100年後のイメージがあれば、教えていただきたい。

A：冷泉荘については、入居者さんの力でデザインが上乘せされていく。原状回復の必要が無くアップデートされていく、これがインフィルの姿である。

団地物件は、入居者さんには、将来（7年後）のイメージスケッチを見せ、夢を明確に示している。そして、その絵を見た人達が集まり始めている。やはりデザインの力はすごい。

→この団地の一室を、職人さんがシェアオフィスとして使っている。職人同士でアパートの一室を使うという発想が面白い。

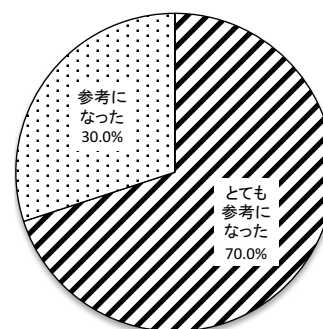
2) 参加者アンケート

■調査フレーム

調査対象：参加者 50名 サンプル：30 回答率：60.0%

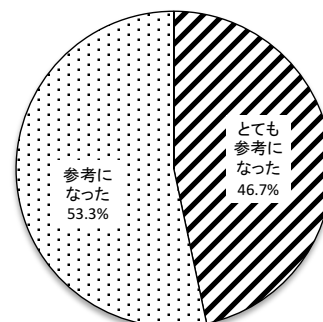
Q1 第1部「講演」はいかがでしたか？

n=30 〈SA〉	人数	割合
① とても参考になった	21	70.0%
② 参考になった	9	30.0%
③ どちらでもない	0	0.0%
④ あまり参考にならなかった	0	0.0%
⑤ 参考にならなかった	0	0.0%
合計	30	100.0%



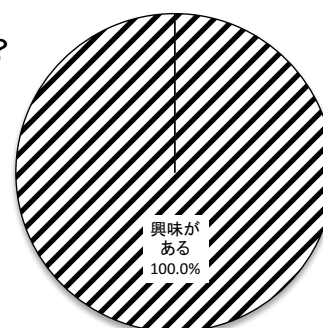
Q2 第2部「フリートーク」はいかがでしたか？

n=30 〈SA〉	人数	割合
① とても参考になった	14	46.7%
② 参考になった	16	53.3%
③ どちらでもない	0	0.0%
④ あまり参考にならなかった	0	0.0%
⑤ 参考にならなかった	0	0.0%
合計	30	100.0%



Q3 空きビル・空き店舗活用についてどう思いましたか？

n=30 〈SA〉	人数	割合
① 興味がある	30	100.0%
② どちらでもない	0	0.0%
③ 興味がない	0	0.0%
合計	30	100.0%



Q4 感想などございましたら、ご自由にお書きください。

(別紙データ参照)

第1回 空きビル・空き店舗活用実践会議(8/24) 参加者アンケート〈データ〉

No.	Q1	Q2	Q3	Q4 自由記入 (原文ママ)
1	1	1	1	思っていたのと視点が異なりとても興味深かったです。ありがとうございます。
2	1	1	1	とても刺激的なお話をおうかがいできました。人が集まるようになれば町がつくられてゆくのですね。
3	1	1	1	
4	1	2	1	
5	1	2	1	また参加させていただきたいです。
6	1	1	1	
7	1	1	1	吉原さんの事例が聞けて良かったです。
8	2	2	1	
9	1	1	1	
10	1	2	1	
11	1	1	1	人が集まる「しかけ」が重要だと感じた。
12	2	1	1	
13	2	2	1	富士に住んでいる者として、興味が湧きました。
14	1	2	1	
15	1	1	1	富士市は消滅都市などと言われてはいませんが、「街の活性化」という点では少しずつ衰退化しているように感じている。もっと人同士のつながりを大切にしたい地域づくりが必要だと思う。
16	1	2	1	
17	2	2	1	
18	1	1	1	
19	1	2	1	今後も参加します。
20	1	2	1	「家賃を下げてはいけない」という言葉が印象に残りました。
21	2	2	1	高レイな貸す気が無いオーナーへの対応などのコツがあればおしえて下さい。
22	1	1	1	とても参考になりました。ありがとうございます。
23	1	1	1	とても参考になりました。資料は全員分あった方が良いと思います。
24	2	2	1	
25	2	2	1	倉庫、2F、3Fの事務所があった所をどのようになりノベーション又は入居者を集めるか？その所が頭が痛い所でどうにかしたい。
26	1	2	1	吉原をどういった切り口でブランディングしていくべきか、前向きに考えたいと思います。良いしげきになりました。
27	1	1	1	もっとビルを買いたい。
28	1	1	1	自分も参考にしているいろゆるチャレンジして行きたいと思いました。
29	2	2	1	事務所→住宅がむずかしいのがかかりました。
30	2	2	1	

2 第二回空きビル・空き店舗活用実践会議 + 現地見学会（平成 29 年 10 月 21 日）

1) 会議記録

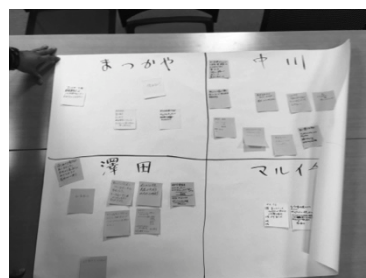
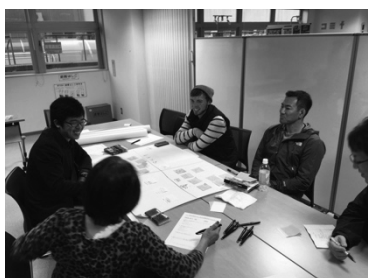
①現地見学会

見学先（吉原商店街）

澤田ビル、NAKAGAWA、マルイチビル、まつかや、内藤金物店、角田ビル



②意見交換



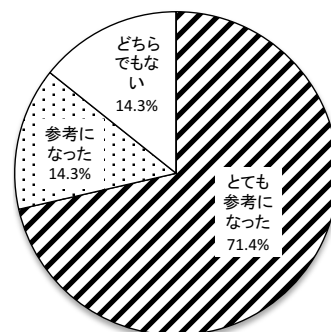
2) 参加者アンケート

■調査フレーム

調査対象：参加者 16名 サンプル：7 回答率：43.8%

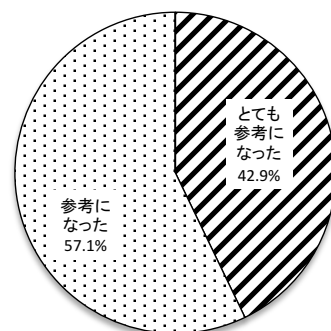
Q1 「空きビル・空き店舗見学会」はいかがでしたか？

n=7 (SA)	人数	割合
① とても参考になった	5	71.4%
② 参考になった	1	14.3%
③ どちらでもない	1	14.3%
④ あまり参考にならなかった	0	0.0%
⑤ 参考にならなかった	0	0.0%
合計	7	100.0%



Q2 「意見交換会」はいかがでしたか？

n=7 (SA)	人数	割合
① とても参考になった	3	42.9%
② 参考になった	4	57.1%
③ どちらでもない	0	0.0%
④ あまり参考にならなかった	0	0.0%
⑤ 参考にならなかった	0	0.0%
合計	7	100.0%



Q3 今後取り扱って欲しい内容がありますか？ (原文ママ)

- ・ビルの活用法の勉強会。借りたいと思う状況を作るのにはどうしたら良いか？ やはり値段(かりやすい家賃)
- ・空き店舗の家賃とか知りたいです。
- ・英会話教室等、利活用の様子を他の場所でも見れると有難いです。
- ・沢田ビル、角田ビルの工事途中の見学。

Q4 感想などございましたら、ご自由にお書きください。 (原文ママ)

- ・表通りを歩いているだけでは、決して見られない所に入れて、ワクワク探検気分でした。
- ・シャッター街をどうにかリーズナブルに借りて使用できたら良いかと！
- ・今回見学した空きビル・空き店舗がどのようにリノベーションされていくのが楽しみです。
- ・とても良かったです。
- ・空きビルそのものの味いは楽しめた。ただし、勉強会も出て、初めて前に進める印象。
- ・空きビルの価値を再発見できた。ナカガワビルでミルクホールを開業されたい。

3 第三回空きビル・空き店舗活用実践会議（平成 30 年 1 月 23 日）

1) 会議記録

講演 『プレイヤーとオーナーの出会い方』

特定非営利活動法人 atamista 代表理事
株式会社 machimori 代表取締役 市来広一郎

● 「ataamista」「machimori」の活動について

- ・「100 年後も豊かな暮らしができる街をつくる」ことを目標に掲げて活動している。
- ・特に、“街を担っていく人材育成”を軸に事業を展開している。
- ・売上規模は、両方で 1 億円程度。バイトも含めスタッフは約 30 人。
- ・熱海は、人口 3 万 7 千人という小さい街。その中で空き店舗を活用していくためには、プレイヤーを増やしていく（連れてくる、育てる）必要がある。
- ・ataamista では、行政と連携しながら「創業支援プログラム 99°C」を実施しており、その中から起業する人も出てきている。



● 熱海の栄枯盛衰

- ・昭和 30～40 年代の熱海銀座は、人と肩がぶつからないと歩けない、真夜中 2 時過ぎまで下駄の音がうるさくて眠れない、と言われるくらい賑わっており、土日は歩行者天国であった。それがだんだんと衰退し、2011 年には一番空き店舗が多かった。
- ・熱海全体としても、90 年代後半から衰退、廃墟化が進行していき、その様子を当時高校生だった僕は目の当たりにしていた。
- ・東京でビジネスコンサルティングの仕事をしていたが、11 年前に熱海に帰ってきて、まちづくりをやっていくことを決意する。
- ・最初からリノベーションのまちづくりをやろうと思っていたわけではなく、ゼロから色々な取り組みを始めた。

● 熱海の現状と課題

- ・1965 年頃が熱海観光のピーク。宿泊客は年間 530 万人いたが、50 年間かけて減少の一途を辿り、2011 年には 246 万人まで落ち込んだ。
- ・それに伴い、人口も 5 万 4 千人から 3 万 7 千人まで減少している。当時はさらに、住民票を持たない出稼ぎ労働者もいたため、実際にはピーク時の人口は 7～8 万人程度であったと推測される。
- ・高齢化率は 45% を超え、空き家率は 50.7% ・約 2 万棟弱（別荘含む）と全国で最も高い。
- ・中心市街地の 4 分の 1 は空き店舗。昭和 25 年の大火後建てられた鉄筋コンクリートの建物がほとんどであり、老朽化が進んでいる。
- ・ホテルが廃業する一方で、海沿いを中心にリゾートマンションの建設は続いている。
- ・街中に空き家が多くあるにも関わらず、生活に困窮する高齢者は坂の上の不便な場所に住んでいるという現象も起きている。

●リノベーションまちづくりとは

- ・熱海に帰ってきて最初に取り組んだのはリノベーションではなく、エリアの魅力を再発見することだった。
- ・リノベーションまちづくりとは、「遊休化した不動産ストックを活用し、エリアに新しい価値を創出。エリアを再生していくこと」である。
- ・今あるものを活用し、いかに新しい使い方を考えるのがリノベーションであるが、その建物単体だけではなく、エリア全体を考えることが大切である。
- ・物件が点在していると、インパクトが弱い。どこかのエリアに集中すると持続性が高まる。

●街の魅力の再発見

- ・リノベーションまちづくりを始める前から取り組んでいたことの一つに、体験交流型プログラム「オンたま」（熱海温泉玉手箱）がある。
- ・まち歩きをする中で、忘れ去られていた昭和レトロな名店等たくさんの街の魅力を再発見した。オンたまは、観光客向けではなく、熱海に住んでいる方（移住者、別荘住民）に向けての情報発信であった。
- ・地道な活動であったが、百数十回と続けていく中で口コミで広まり、メディアにも取り上げられるようになった。今や熱海市のシティプロモーションの中で、昭和レトロがキーワードとなっている。
- ・まち歩きに参加してくれた建築家や美大生の食いつきがよく、彼らにとってお宝がたくさんある街であることがわかった。結果的にそれが、アタミアートウィークというイベントに繋がった。
- ・自分たちの街を面白い人が増えることがとても大事である。街のファンをいかに増やすかを考えないと、継続したまちづくりとならない。

●熱海銀座におけるリノベーションの取り組み

- ・2011年に、中心市街地再生を目的とした、株式会社 machimori を設立。
- ・一緒に立ち上げたメンバーには、150年続く老舗の干物屋の若旦那もいる。彼がいることで、街からの信用度が高くなった。
- ・こうした組織を立ち上げる時には、事業を発案する人・地域に信頼がある人・現場に強い人のセットだと上手くいく。個人で頑張るよりもチームの方がことが進む。
- ・新しいネットワーク（コア）ができると、さらに新たなつながりが生まれる。
- ・活動の場としては熱海銀座を設定、200m×50m くらいの狭い範囲（スモールエリア）である。
- ・コミュニケーションできる数には限りがある。約30軒のオーナーさん達と徹底的にコミュニケーションをとることを目指した。
- ・2011年当時は、30店舗中10店舗が空き店舗。熱海の街中でも2番目くらいに坪単価の家賃が下がっていたエリアであり、歩行量も他の商店街よりもかなり低かった。

●カフェ RoCA（ロカ）

- ・一番最初に手がけたのが、協同組合あたみシール所有の約50坪のビル。（元証券会社）
- ・家賃31万円だったが、熱海銀座のためならばと家賃10万円で貸していただいた（理事長が総会で説得してくれた）
- ・『クリエイティブな30代に選ばれる街』をつくることを目指した。



自分たちの手で暮らしを作っていく人が、巣立っていく場所にしたい

- ・2012年7月 Renovation of Central Atami の頭文字を取った「カフェ RoCA」をオープン。
- ・初期投資は350万円。年間売上1700~2000万円弱。
- ・リノベーション以前に、オーナーさん達（4社）とエレベーターメンテナンス事業始めていた。
→4社共同でメンテナンスすることでコストダウンをはかる。オーナーさんにもメリットがあり、事業収入にもなる。この契約が決まった時点で、machimori を立ち上げた。

●あたまマルシェの開催

- ・商店街の半数は喜んでくれたが、半数は勝手にやっているという反応、その日店の売上が減るとい
うクレームもあった。現在の理解は、やり続けた結果であると思っている。
→「合意形成をしてから始めるのではなく、やってから謝りに行く」（謝る+趣旨を伝える）
- ・イベントではなく、将来的に開業してくれる人が増えることが目的である。
- ・マルシェは、商店街組織としてはやらなかった。会社で実行委員会を組織した。
- ・商店街だと合意形成が困難。商店街組合費、補助金は入れずに、自主財源で行っている。
- ・熱海銀座をプロモーションするのに、あたまマルシェの効果は大きかった。地元の人々の理解・熱を
高めていくきっかけとなった。

●ゲストハウス「まるや」

- ・次のステップとして、外から人を呼び込むことを考えた。
- ・2015年、10年間空いているマルヤビル（元パチンコ店、旧着付店）を使ったゲストハウス「まる
や」を開業。
- ・オーナーさんとはまち歩きイベント（オンたま）で出会う。
- ・2年間で1万人の宿泊客。熱海のファンが続々と増えている状況である。
- ・素泊まりで、温泉や飲食は街に出てもらおう。旅人が来れば来るほど、我々も街の人たちと仲良くな
れると感じている。
- ・「宿」という機能を街の中にポンと置くと、周りの消費も増えるため街との関係も良くなる。
- ・初期投資は、金融機関からの借り入れと街の人からの出資で4500万円。その他オーナーさん負担
が100万弱。
- ・賃貸契約は、最初の一年はフリーレント、2年目からは売上の10%。現在は家賃25万円。

●その他の動き

- ・椿油店の2階に、シェアオフィス「naedoco」（なえどこ）をオープン。まずは空いているところか
ら活用するというスタイル。オーナーさんと相談の上、投資を4年で回収する計画である。
- ・空き店舗数が減少中、13/30→4/30店舗。熱海銀座については、地価も上昇に転じている。
- ・カフェロカは、5年間続けたが黒字にならなかったため、事業としては失敗と考え、新しいことを
始めることにした。
- ・カフェロカ跡地に、焼肉叙々苑が家賃25万円（2.5倍）で入居の打診があったが、オーナーがこ
の街にチェーン店が入るとダメになるという考えから断った。
- ・カフェロカ跡地は、3区画に区切り、ジェラート屋とコーヒー屋が開業。もう一区画は、machimori
で飲食を始める予定。
- ・現在、シェアハウス事業が立ち上がっている。一つ一つ成果を出すことで、次の展開につながっ
てきている。お祭り参加者も増えており、地域の方々も増えている

「何も用がなくても、銀座通りを歩いていこうかなと思うようになりました。
行けば誰かに会えるかなって」

- ・4ヶ月間の創業支援プロジェクト 99°Cを実施。
- ・リノベーションスクールの実施（北九州に続き2地域目）。まるやはスクールの対象物件。

●今後の課題

- ・続々とプレーヤーが出てきているが、昨年、2つのプロジェクトが地域（熱海銀座外）の反対のため頓挫した。（クラウドファンディングは成功したが開業にいたらず）
- ・プレーヤーと地元の間、家守という存在がいなかった。
- ・macnimori の役割=オーナーさんとの間に入ること

講師プロフィール

市来 広一郎

特定非営利活動法人 atamista 代表理事、株式会社 machimori 代表取締役

1979年静岡県熱海生まれ、熱海育ち。東京都立大学大学院 理学研究科（物理学）修了後、アジア・ヨーロッパを3カ月、一人で放浪。その後、IBM ビジネスコンサルティングサービス（現日本IBM）に勤務。2007年に熱海にUターンし、ゼロから地域づくりに取り組み始める。遊休農地の再生のための活動、「チーム里庭」、地域資源を活用した体験交流ツアーを集めた、「熱海温泉玉手箱（オンたま）」を熱海市観光協会、熱海市などと協働で開始、プロデュース。

2011年、熱海を中心市街地再生のための民間まちづくり会社、株式会社 machimori を設立し、2012年に空き店舗を再生しカフェ CAFE RoCA を、2015年にはゲストハウス「guest house MARUYA」をオープンし運営するなど熱海のリノベーションまちづくりに取り組んでいる。



質疑応答

Q：一番最初、組合の方々とどのように人間関係を築いたのか。

A：2010年の清水義継さんの講演（熱海市主催）に、熱海銀座商店街の若手が5名ほどいた。カフェロカを立ち上げる前に、エリアを考えるワークショップを実施し40名ほど集めた。公募ではなく、ピンポイントで声をかけた。（オーナーさんが10数名、面白い若い人20名ほど）外からの視点（移住者）が面白く、その場が盛り上がった。こうしたワークショップを3回程度行ったことも大きかった。

Q：イベントのお客さんはどこから来ているのか。

A：近隣、熱海市内、東京からなど多様な人が来ている。

Q：駐車場はあるか。

A：コインパーキングはたくさんあるが、料金が高いためイベントに車で来る人は少ない気がする。駐車場の数自体増えているので駐車場の稼働率はあまり変わらない気がする。熱海銀座を歩いている人は増えていると感じる。

Q：ファッションブランドを誘致したという話だが、ブランドはどういう客を見込んでいるのか。

A：自宅を工房にして大手の百貨店やセレクトショップに出していたが、ファンも多いため、自店舗を構えることになった。

Q：オーナーさんとプレーヤーをつなぐという話だったが、間に入ってくれる人がいない場合、オーナー側からアプローチしていくには。

A：一番効果的なのは、繁盛店を作ること。地元だけで難しい場合は、外の人を巻き込むこと。

Q：空き店舗のオーナーさんは、エリア周辺に住んでいるのか、よそに住んでいるのか。プレーヤーにとって初期投資はリスクになると思うが、家守としては支援をしているのか。

A：オーナーさんの7割近く熱海銀座もしくは市内に住んでいる。東京の方が投資目的に持っている場合もある。地元の方が持っている物件の方が進めやすい。遠くのオーナーさんの場合、数年にわたりゆるやかなアプローチを続けている。直接的な支援はしないが、金融機関を紹介している。起業ノウハウがない場合、99°Cへの参加（事業計画、テストマーケティング、覚悟を含め学ぶ）を勧めている

Q：machimoriの活動とatamistaの活動の違いは？ また、最近の活動は？

A：atamistaは創業支援がメイン。

99°Cには、農業、ケータリング、広告代理店、カフェ、クリエイター向け合宿施設、別荘再生不動産会社など、様々な業態での起業を目指すメンバーがいる。また、ATAMI2030会議（熱海市主催）も継続して行っている。先日、熱海で家守会社を立ち上げるための講座「家守塾」が開催された。4チームほどが参加し、チーム間の連携、相乗効果も生まれている。

今後は、企業と地域の結びつきを考えたい。東京との2拠点で働くなど、観光以外の滞在のあり方にも取り組んでいきたい。また、熱海の食も考えたい。現在、種まき中。リサーチをしてどのようなプレーヤーがいるか、何ができるか模索しているところである。

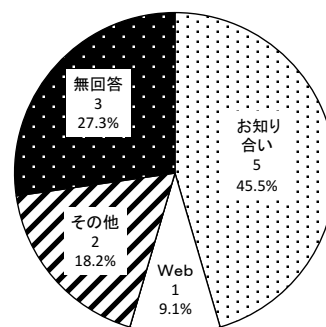
2) 参加者アンケート

■調査フレーム

調査対象：参加者 20名 サンプル：11 回答率：55.0%

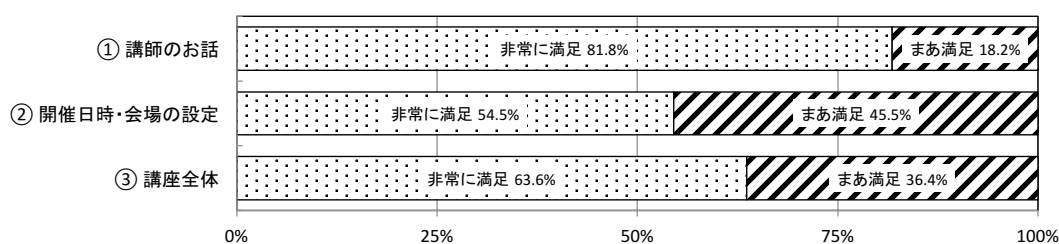
Q1 今日の講座をどのような方法でお知りになりましたか？

n=11 〈SA〉	人数	割合
① DM	0	0.0%
② お知り合い	5	45.5%
③ Web	1	9.1%
④ 配架チラシ	0	0.0%
⑤ その他	2	18.2%
無回答	3	27.3%
合計	11	100.0%



Q2 講座内容についてお聞きします。

n=11 〈SA〉	非常に満足	まあ満足	やや不満足	非常に不満足
① 講師のお話	9 81.8%	2 18.2%	0 0.0%	0 0.0%
② 開催日時・会場の設定	6 54.5%	5 45.5%	0 0.0%	0 0.0%
③ 講座全体	7 63.6%	4 36.4%	0 0.0%	0 0.0%



* 講座内容についてのご意見をお聞かせください。(自由記述)

(別紙データ参照)

Q3 今後、どのような企画・講座を希望しますか？

(別紙データ参照)

Q4 自由記述(その他ご意見、ご要望があればお書き下さい。)

(別紙データ参照)

第3回 空きビル・空き店舗活用実践会議(1/23) 参加者アンケート〈データ〉

No.	Q1	Q2			* 自由記入(原文ママ)	Q3 自由記入(原文ママ)	Q4 自由記入(原文ママ)
		①	②	③			
1	2	4	4	3	やってきたこと、そしてうまくいったことか良かったことが整理されていて、わかりやすかった	プレイヤヤーの育成に興味があります	
2		4	4	4	現場のコーディネーターの生の声、苦労話が今後の参考となった	市内のデザイナーやアーティストとのコラボ企画	コーディネーターの重要性は、すべての事業に共通すると思う
3		4	4	4			
4	3	3	3	3		リノベーションワークショップ	
5	2	4	4	4			
6		4	4	3	同様に衰退していった商店街からの生の活動を聞いて参考になりました。チームが動けば、まちづくりは出来るんだと思わせてもらいました	参考になる講座があればまた参加させてください	
7	5	4	3	4	様々な取り組みについて話していただきましたが、短期的な結果ではなく長期的な展望を持たれ、段階的に推進してこられた事が良く理解できました。常に前向きな考え方をもちであることが素晴らしいと感じました。一人では難しいが、チームを作り地道に活動する事が大切ですね	テストマーケティング等による事業計画策定の有効性については起業家、創業者にとっては大変良いことであり、金融機関職員としてもありがたい方向づけだと思います。(数字の正確性を取りやすい)	
8	2	4	3	4			
9	2	4	4	4			
10	5	4	3	4	吉原本町と富士本町を抱える富士市にとって、商店街に対して直接アプローチをとる存在がいるというのは重要な情報ではないかと思いました	希望します	
11	2	3	3	3		プレイヤヤーとオーナーの間に入る言葉がわかる「家守」を募集あるいは立候補させる位の企画やチーム作りに役立つキッカケとなる会議などはどうでしょうか？	「家守」作りのプロジェクトA、プロジェクトB…をになうチームを立ち上げるのはおもしろいような気がします。その音頭を商業労政課様がとるか、民間に委託するか？

第3章 リノベーション推進勉強会の企画・運営

不動産活用の事例や方法論（法規制、行政との連携等）について勉強会を実施した。
勉強会には、不動産オーナー、商店主、創業希望者等の様々な層から出席者を集めた。

■日程・内容

	日時	内容	講師	参加人数
第1回	H29 9/6(水)	リノベーションまちづくり における官民連携	沼津まちづくり政策課 植松 伸浩	27人
第2回	H29 11/30(木)	空き店舗対策事業の具体的 な取り組み	青梅市タウンマネージャー 國廣 純子	24人

■募集チラシの一例

リノベーション推進勉強会

事例紹介に留まらず、具体的な事業実施における課題解決方法や、最新の規制緩和策の状況などを踏まえた実務に繋がる内容を共有致します。

第1回

日時 平成29年9月6日(水) 19:00~21:00
場所 富士市交流プラザ
講師 沼津市役所都市計画部まちづくり政策課 植松 伸浩氏
沼津市のリノベーションまちづくりに関し、事業運営の旗振り役として業務にあたる。

第2回

日時 平成29年11月30日(木) 19:00~21:00
場所 富士市民活動センター・コミュニティf
講師 青梅市中心市街地活性化協議会タウンマネージャー 國廣 純子氏
日銀調査統計局から建築設計・都市計画事務所を経て現職。
多彩な業務経験を基にした都市を俯瞰した独自の視点を持ち、徹底的な統計分析に基づいた事業立案を得意とする。

FAX 申込書 宛先：0545-51-8234

<input type="checkbox"/> 第1回 勉強会に参加します。 <input type="checkbox"/> 第2回 <small>該当する箇所にし点をつけてください。</small>	
氏名	
所属	電話
メールアドレス	
住所	

主催 富士市産業経済部商業労政課 企画・運営 富士山まちづくり株式会社

1 第一回リノベーション推進勉強会（平成 29 年 9 月 6 日）

1) 会議記録

講演『不動産オーナーからまちづくりは始まる』 ～リノベまちづくりを通じて私が感じたこと～

沼津市都市計画部まちづくり政策課 植松 伸浩

●沼津市を取り巻く環境

- ・沼津駅周辺総合整備事業をはじめ市役所が頑張っても、民間の投資は郊外に向かっていた。（国道 1 号沿線を中心に郊外型店舗が乱立）
- ・中心市街地の空洞化が進む一方で、平成 3 年をピークに人口減少。製造業従事者の数が減少、働く場がなくなってきたという印象。
- ・人口コーホート図から見ると、沼津には大学が無いため 15～19 歳の段階で大きく減少、さらに新卒で地元就職する割合も落ち込んでいる。
- ・空き家率（現在 15.9%、全国平均 13.5%）の上昇、路線価の下落。公示地価ベースでも、平成 3 年をピークに九分の一にまで落ち込む。
- ・自主財源を見ても、義務的経費率（扶助費＋人件費＋公債費等）が上昇している。



●自分の中の変化

- ・自分自身、何か大きいもの・新しいことを求めて東京の大学で建築を学びゼネコンに就職したが、やり方を変えなきゃいけないとこの歳になってようやく気付いた。
- ・感銘を受けた上司の言葉
 - ①まちづくりとは自分の息子が「沼津で働くことにしたよ」と言った時に、親として心から応援できるまちにしていくこと
 - ②モノをつくれれば黙っていても人が集まる時代は終わった。これからは面白い人の周りに面白い人が集まる時代だ
- ・未来を描ける仕事・働き方・生き方を生み出し、面白い人を集めるにはどうすればいいのか。
- ・これからは、大きなまちづくり＋あるものを活かし、小さくとも夢が持てるビジネスを数多く生み出す必要がある！



リノベーションまちづくり

●清水義次氏（建築・都市・地域再生プロデューサー）の講演より

4か条

- ①リノベーションまちづくりとは、今あるものを活かし新しい使い方をしてまちを変えること
- ②民間主導でプロジェクトを興し、行政がこれを支援する形で行う“民間主導の公民連携”が基本
- ③遊休化した不動産という空間資源と潜在的な地域資源を活用して、民間自立型プロジェクトを興して地域を活性化する。そして、複数の都市・地域経営課題を解決する
- ④補助金に出来る限り頼らない

●リノベーション先進事例〈北九州市小倉魚町〉

- ・「ポポラート三番街」…中屋ビル（元デパート）の2階をリノベ。クラフト・アート等の作家の作品を販売するショップスペース
- ・遊休不動産を活用したスモールビジネスを展開。一昨年、18事業・400人弱の雇用を生み出す。
- ・市内の多くの女性に営業をかけた。主にインターネットで作品を販売している方に、実店舗を出すための条件をリサーチ。
- ・レンタル料は月額8千円。出店者には、エンドユーザーの顔が見える、作家同士の交流がある、といったメリットがある。現在、12のスペースを多くの人で共有。
- ・仲介、企画、運営は北九州家守舎が行う。改修工事の利回りは20%、オールWinの関係と言える。
- ・北九州市では、リノベーションスクールを十数回開催。実際の物件を題材にプランを立て、物件オーナーへプレゼンテーションを行っている。

●ムーブメントの起こし方（動画）

- ・1人の“変人”を“リーダー”に変える。周りで誰かが踊り始めると“フォロワー”がつく。
- ・人が増えればリスクが減る。ためらいがなくなる。

●ヌマヅのリノベ

- ①元スナックを3万5千円で借り、セルフリノベし、無農薬野菜を使用した自転車カフェを開業（オーナーはロードバイクが趣味）
 - ②まずアンティークドアを購入。ドアに合う物件を借りて、焙煎コーヒー店、コワーキングスペースを運営。
- ・事例が点在しているため、リノベーションとはどういうものかを発信。（「ヌマヅのリノベ」発行）

●市内の動き

- ・リノベーションとは、あくまでも民間主導の取り組みだが、市内でも横断的に仲間を増やした。
- ・誰でも参加、発言できる会議（リノベーションまちづくり戦略会議）を昨年6回開催。



「沼津市リノベーションまちづくり推進ガイドライン」の策定

●これまでの成果

- ・「沼津人辞典」…WEBサイトを開設。 <https://www.numazu-research.net>
- ・「リノベーションスクール@沼津」…昨年9月、今年3月と2回開催。1回あたり3物件、計6物件の事業計画案を作成。
- ・「吉田温泉」…沼津唯一の銭湯。テレビ東京・土曜ドラマ24「昼のセント酒」のロケ地となる。
- ・「奥駿河家守舎」…会社設立の動き

●不動産オーナー・家守・ビジネスオーナーがともに進めるまちづくり

- ・不動産オーナーが成功の鍵を握っている。
- ・不動産オーナー・家守会社・ビジネスコーナーの三者が揃うことが極めて重要である。
- ・物件を探すというより、街のために意識を変えてくれる不動産オーナーを探している。

●遊休不動産を取り巻く課題

- ・市内不動産オーナーの言葉
「図面が無いから貸せない」「俺の建物は使っちゃだめだと聞いている」
- ・建築基準法の問題が大きい。15年ほど前まで、完了検査受験建物は半数以下だった。100平米以上の用途変更は建築確認申請の必要性がある。検査済でない建物を用途変更するのは難しい。

建物の設計→建築確認申請→建築確認審査→建築確認済証の交付→着工→完了→完了検査申請→完了検査→検査済証の交付→竣工・使用開始

●建築確認等に係る弾力的運用に向けた検討

〈和歌山〉

- ・建築主事が変わると【手っ取り早く】まちが変わる。
- ・和歌山市では、検査済み証のない建築物の用途変更について、各チェックリスト等を定め、法適合確認・利活用への道筋を広く示している。

〈鳥取〉

- ・鳥取県では、いわゆるシェアハウスの中でも小規模なもの等、基準法上の取り扱いとしての「寄宿舍」に該当しない基準を定め、公開している。
- ・小規模の場合は、住宅として認める。

●沼津における行政の取り組み

- ・市役所も不動産オーナー。市役所の玄関で市内の事業者に屋台を出してもらったところ、ほとんどの店が30分以内に完売。屋台は、市民参加で制作した。
- ・市役所はポテンシャルを持った空間である。

●最後に

- ・「リノベーションスクール@沼津」…10/20～22開催（公開プレゼンはYOUTUBEで配信）
- ・「東海道リノベルト」…それぞれの街が個性を活かし、エリア全体が盛り上がりたがらばと考えている。



質疑応答

Q：ららぽーとの建設が予定されているが、市としてはどう捉えているか？ 沼津が目指すまちづくりとららぽーとは相反するのでは？
行政がリーダーシップをとって、ららぽーとの出店を阻むくらいの気持ちを持ってもらいたい。両方ともダメになる可能性もあるのでは？

A：世論もある。ららぽーと出店までに、沼津らしい特色のあるビジネスを生み出さなければならぬと考えている。

Q：創業支援はどのように行っているか？

A：沼津市商工会議所、創業部局、金融機関が行っているが、あまり効果が上がっていない。行政が物件を選ぶ場合、戦略的に選んでいるのは、家賃が安い物件。特に、エリアは設定していない。事業が生まれたところを重点エリアにするという考え方である。業種については、民間の事業者に委ねている。行政は実現へ向けてのサポートを行う。

Q：オーナーさんへの説得は、基本的に行政がやっているのか？

A：行政として日々行っている。説得材料としては、リノベーションスクールの動画を見せる、リノベ事例を紹介するなど。

Q：リノベーションスクールのカリキュラムを作る際は、案件ありきなのか？

A：物件は事前に用意。想定されるアイデアについては事前に建築の審査をしている。

Q：検査済証をとっていない物件が多いというが、それはどういうものなのか？ なぜ無い物件が多いのか、また誰がとるべきなのか？

A：建築基準法によると建築主がとらなければならない。建築に係る人すべての責任だと思う。木造二階建て住宅は検査済証をとらなくても住む事はできる。住宅以外のもの、大規模なものについては、本来、検査済証が必要。行政が動く時は、建物の使用が始まっている場合も多い。検査済証が無いと登記ができないこともあり、年々検査率も上がっている。

Q：建築確認済証を紛失しているオーナーが多いというが、消防に簡易の届け出をしているはずである。これを活用してはどうか？

A：建築確認を出すとき、消防合意のために3冊確認申請を用意しなければならない。建築・消防が審査、うち一冊をお施主さんの控えにしている。

Q：リノベーションスクールに参加後、古いビルの3,4階を借りている。市役所がまずやってみてと言ってくれ、フォローしてくれた。

市役所は、民間事業者にリノベーションのまちづくりで何をやってもらいたいのか？

A：本当に何かをやりたい人は、役所が何も言わなくてもやる。できれば、ある一定の狭い区域にやる気のあるヒトが集まって、インパクトがあることができればいい。実現に向けた環境整備については日々考えている。

Q：元々吉原で店を経営しており、移転先を考えていたが、家賃が高いのがネックだった。

競売物件が出たと知り、思い切って購入した。やりたい人は多いと思うが、環境（家賃、貸してくれない）がハードルとなる。

大家さんはどのような気持ちで迎え入れようとしているのか？ 本音を知りたい。

A：沼津の現状として、不動産オーナーは相続の時期を迎えており、高齢の方が多い。戦災で焼かれた後復興し、生業として苦労した経験もある。疲れている方も多く、面倒くさい、やりたくないが本音のようである。

あきらめずに、成立した事業をオーナー自身で見てもらうことも大切。

家賃が高いというのは、不動産オーナーとしての事情もあるので、理解しつつ、あの手この手で状況を探るしかない。

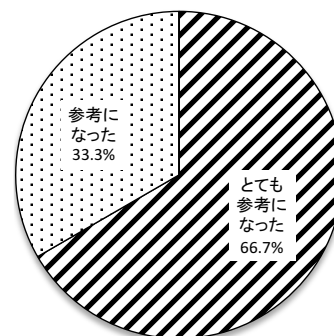
2) 参加者アンケート

■調査フレーム

調査対象：参加者 27名 サンプル：21 回答率：77.8%

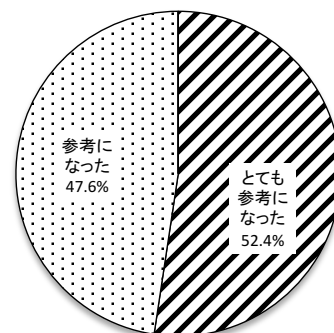
Q1 講師の事例紹介はいかがでしたか？

n=21 〈SA〉	人数	割合
① とても参考になった	14	66.7%
② 参考になった	7	33.3%
③ どちらでもない	0	0.0%
④ あまり参考にならなかった	0	0.0%
⑤ 参考にならなかった	0	0.0%
合計	21	100.0%



Q2 質疑・意見交換はいかがでしたか？

n=21 〈SA〉	人数	割合
① とても参考になった	11	52.4%
② 参考になった	10	47.6%
③ どちらでもない	0	0.0%
④ あまり参考にならなかった	0	0.0%
⑤ 参考にならなかった	0	0.0%
合計	21	100.0%



Q3 今後取り扱って欲しいテーマはありますか？ (別紙データ参照)

Q4 感想などございましたら、ご自由にお書きください。 (別紙データ参照)

第1回 リノベーション推進勉強会(9/6) 参加者アンケート〈データ〉

No.	Q1	Q2	Q3 自由記入(原文ママ)	Q4 自由記入(原文ママ)
1	1	1		まちづくりファンドの勉強会をされるなら協力します。
2	1	2		空き、空き予定の部屋が4つあります(吉原商店街)でも、確かに建築確認がない…。開業したい方がいらしたら、支援するつもりです。貸す気満々!
3	1	1	用途変更についても少し聞きたいです	
4	1	2	建屋の外観のリノベーションについて!	とても勉強になりました。ありがとうございます御座いました。
5	2	2		参加者が年の人が多い。
6	2	2		
7	1	1		
8	2	1		富士市も、行政がかかわってほしい。
9	2	2		
10	1	2		近くで起こっている事なので、非常に興味深かったです。
11	2	2		リノベーションで実際に作業を手伝える時があれば、参加したい。ヒロミのリフォーム番組みたいなもの
12	1	1		
13	1	1		ありがとうございます。
14	1	1		参考になりました。ありがとうございます。
15	1	1	設計士から見たリノベーション	具体的な、市内の動きを情報共有していきたい。
16	1	1	駅前、郊外の都市開発の考え方(行政)を教えてください	
17	1	1		勉強になりました。
18	2	2		参考になりました。ありがとうございます。
19	2	2		
20	1	2	集合住宅(中古マンション)のリノベーション事例を教えてください。リフォームではなく、住宅→店舗等への転換例	ありがとうございます。
21	1	1	とくになし	

2 第二回リノベーション推進勉強会（平成 29 年 11 月 30 日）

1) 会議記録

講演 『青梅市の空き店舗対策事業の取組み』

～アキテンポ不動産（情報発信、ツアー、マッチング、創業支援の一体化）～

株式会社まちづくり青梅
青梅市中心市街地活性化協議会タウンマネージャー 國廣 純子

●青梅市の現状と課題

- ・青梅市の旧市街は青梅街道(甲州街道の裏街道)沿いの宿場町であるが、山川に囲まれ平地が少なく道も細い（＝負の遺産）
- ・青梅市は3つの JR 駅を中心に、青梅エリア＝旧市街、河辺（かべ）エリア＝大型商業施設、東青梅エリア＝公官庁施設と都市機能が大々的に分散している。
- ・現在、中心市街地活性化に取り組んでいる青梅エリアは、昭和 40～60 年代まで図書館・博物館があり、文化的な施設が整備された街である。
- ・青梅街道を中心に昭和レトロをテーマにまちづくりが進められている。
- ・青梅大祭という古い祭りがある。また、織物工場跡地など、産業遺産もあり、織物（青梅縞）も有名である。



●青梅市の都市戦略

- ・都市戦略としては、「住みたい」（定住対策）・「働きたい」（商業対策）・「訪れたい」（産業対策）の3つを目指すのが、街の個性に合わせて方向性を選ぶ必要がある。



都市戦略の究極の目的は一つだけ

「一定の未来世代が常に選択してくれるような街へ改造する」

- ・改革のポイントは2つ
 - ①地域が地域に投資する構造づくり
 - ②地域住民の方の意識を改革し、街に目を向けてもらう

●中心市街地活性化の流れ

- ・2012～13 年頃に青梅市中心市街地活性化基本計画検討委員会が発足、2013 年 3 月に協議会が結成される。（協議会メンバーは、検討委員会メンバーがそのままスライド）
- ・2013 年 4 月に國廣氏がタウンマネージャーに着任、株式会社まちづくり青梅を設立。基本計画の認定を目指すと同時に、中心市街地活性化事業の具体化を進めた。

●青梅を取り巻く逆風

- ・2010 年 3 月日立製作所青梅事業所閉鎖、2015 年 1 月駅前スーパー閉店（不動産係争による）、2017 年 3 月東芝青梅事業所閉鎖。2015 年 3 月明星大学青梅キャンパス閉鎖。さらに、2013～15 年ウメ輪紋ウイルスの感染により「梅の公園」の梅樹全伐。復旧には 10 年かかると言われている。

●空き店舗事業について

- ・空き店舗事業は、まちづくり会社のメイン事業であるが、方向性については議論もあった。
→2000年から空き店舗対策事業として補助金を使い開業した5店舗のうち1件しか残らず、批判も多かった。
- ・まち会社の設立にあたり、なかなか地元の出資を得られず、商店街・行政・会議所から300万円程度の出資から始めた。

●空き店舗対策を成功させる、3つの重要な組み立て

- ①しくみづくり …物件の調査・開拓、情報発信
- ②イメージづくり …「この街で開業したい」「あの街は動いている」と思わせるような事業
- ③エリアマネジメント …どんな人が集まる、どんなイメージの街にするか。再構築のセンス

●青梅市における空き店舗対策事業の流れ〈資料参照（年表）〉

- ・2016年3月 空き店舗活用事業、アキテンプ不動産の立ち上げ
- ・首都大学の学生の協力
- ・2018年3月 アキヤ不動産開設予定

●青梅市街地における不動産物件の課題

- ・青梅駅前には30店舗以上の空き店舗があったが、実際に貸しに出されているのは1～2店舗。貸せる状態にないというのが問題だった。
- ・危機感を持っていただくため、空き店舗のオーナーの年齢をマップ化（町内ごとに、後継者のいない店をプロット）した。
- ・市街地では商店主の年齢が70代以上で後継者がいない割合が3割。60代以上では5割を超える。
- ・適正な物件（入居者は、小規模・居抜き物件を希望）がない。オーナーも困っていない。賃貸トラブルを毛嫌いする。これらのコーディネートをするために立ち上げたのが、アキテンプ不動産

●アキテンプ不動産の役割

- ・アキテンプ不動産は、仲介事業ではない。地元不動産に入ってもらい、所有者合意の取れた物件情報を発信している。
- ・事業の流れは、情報発信→合同見学会→相談会・マッチング→開業
- ・書類作成の手数料として貸主・借主双方から半月分いただいて収入としている

- ①新規物件調査 …建築アドバイザーと一緒に空き物件を実地踏査、地元への聞き込み（目視100件→連絡可能20件→賃貸OK5件）
- ②オーナーヒアリング …丁寧な相談（オーナーさんの信頼を得る）
- ③アキテンプ不動産ギャラリー …物件情報を提供（展示）

●情報発信について

- ・SNS（Facebook等）による情報発信から、直近の開業ではないものの潜在的なニーズがあることがわかった（興味を持つ。その気になる＝いいね）
- ・歴史ある物件の方が人気がある。

- ・見学ツアーでは、物件を見せるだけではなく、街ネタを含め紹介している。1回50名以上の方に参加していただいた。
- ・物件見学会への集客方法：
 - SNS、ギャラリー（アキテンポ不動産ギャラリー、青梅創業支援センター内）、プレスリリース、見込客への案内・招待（若手建築士など）、マルシェ出店者やカフェ経営者からの紹介 など
- ・見学会参加者の6割が青梅市内から、4割が青梅市外から。
- ・物件の利用目的として最も多いのが飲食であるが、工房・アトリエ・ギャラリーをやりたいという方もいた。2回目以降、地元の方は見学会前に相談に来るケースが多くなった。
- ・物件紹介：青梅シネマ等 〈資料参照〉

●マッチングまでの5段階

- ①見学会申込 ②見学会での内覧 ③個別相談 ④オーナー様との引合せ ⑤成約

●その他サポート

- ・開業サポートまでまち会社で対応できないため、創業支援センターBeginと連携し、中小企業診断士の方に事業計画の立て方などバックアップしていただいている。
- ・まち会社で建築アドバイザーを3名雇っており、改修費の概算見積を作成している。
- ・クラウドファンディングの紹介など、起業資金の相談にも乗っている。
- ・まちづくり青梅では、不動産の流動化を推し進める公益事業と位置づけ、手数料は極力圧縮しているが、家賃はあまり安くしすぎないほうが良い。
- ・動きの鈍い物件を動かすために、まち会社で改修をして貸し出すサブリースも行っている。
- ・おうめマルシェで、プチ改修をしながら物件を使用したイベントを行っている。

●おうめマルシェ（まちめぐり型マルシェ）

- ・マルシェだけではなく、既存店舗の紹介も盛り込んだマップを作成。
- ・アキテンポ不動産とマルシェの相乗効果として、20物件中12件（うち4件がおうめマルシェ出店者）が開業に至った。
- ・マルシェ会場のPRにより、地域自体の認知度がアップした。
- ・商店街の若手も奮起し、「わけありもの市」を自主的に立ち上げた。

●開業の動き

- ・アキテンポ不動産自体がエリアマネジメントのプロセスになっている。
- ・利用ニーズに合った賃貸タイプづくりの継続を目指している。
- ・昭和初期の町屋（玩具店）をゲストハウス兼住宅として活用。
- ・サイクルハーバー青梅（青梅マラソンのコースを自転車で走る企画が縁）がオープン。
- ・印刷工場を手作り家具工房として活用。
- ・市街地の空き地に、コンテナを使用した焼き鳥屋がオープン。
- ・まち会社のサブリース物件として、クラフトビール武藤麦酒商店が2018年4月の開業準備中。
- ・新規の開業者以外にも、おうめマルシェをやることで、生産者とのネットワークができた。新規就農者も増えており、タイアップ企画（有機農法のホップを提供）も立ち上がっている。
- ・地域通貨プロジェクトを立ち上げ、地元にお金を落とす仕組み作りを行っている。
- ・経済効果的に大きなインパクトはなくても、丁寧なプロジェクトを情報発信をしていくことで、そのストーリーに引き寄せられてくる若い人が多いと実感している。

●中心市街地活性化の取組成果

- ・(國廣氏着任後の) データを見ると、新規開業数 57 件、廃業数 42 件(青梅市中心市街地の店舗数は 150 程度。3 分の 1 が入れ替わっている)
- ・青梅市の人口は 13 万 6 千人であるが、ロードサイドショップの影響が大きく、商圈規模は 1.3 万人程度。
- ・開業数は、2013 年以降伸びており、特に東青梅エリアでの新規出店が目立つ。
- ・業態としては、閉業は物販、開業は複合(飲食・スペース)が多くなっている。

●これからの課題、展望

- ・まち会社の収益事業である駐車場の月極の利用が伸びていない。第二第三の収益事業を作る必要がある。
- ・起爆剤として、クラフトビール店に期待している。市街地でお金を落としてもらうため、お酒をキーワードにしたイベントを定期的に仕掛けたい。
- ・アウトドア活動者と街をつなぐ拠点づくり(トレイルランのメーカーイベント等)
- ・アキヤ不動産(全日本不動産協会青梅支部、宅建協会青梅支部、まちづくり会社)の立ち上げ。
- ・まちなかのディレクション戦略として、質の高い衣食住を発信。
- ・市街地全体の収益力を上げるために、週末観光、日常余暇のアウトドアアクティビティに注目している。アウトドアと市街地を連結させて、移住に持っていく。
- ・何のための空き家・空き店舗対策か。残すべきもの・活かすべきもの・新たに作るべきものを見極め、センスとアンテナを働かせながらコーディネートする。
- ・街の個性にどのようなストーリーを創り、どのように街をプロデュースしていくのが大切。
- ・シティプロモーションよりも、地域の人に地域の良さを理解していただく(インナーマーケティング)ことが重要。

講師プロフィール

國廣 純子

青梅市タウンマネージャー

日銀調統局勤務を経て転向。三分一博志建築設計にて犬島 PT 担当。北京に移り都市計画事務所の副社長としてモンゴル阿鎮都市再生、西安阿房宮遺跡公園都市計画など日中共同チームでの PM。13 年現職。青梅織物組合建物群の文化財登録、駅前再開発、空き店舗空き家対策等。都市研究室 hclab. 共同主宰。



質疑応答

Q：実際商売する側と賃料の相場の差、食い違いは？

A：下げすぎないようにしつつも、面積に関わらずだいたい1棟5~6万に設定してもらっている。オーナーさんからも借主さんからも手数料をゼロにしている。まち会社の人件費については持ち出し。基本計画の認定期間中（5年間）はアキテンプ不動産を運営していこうと思っている。（アキテンプ不動産事業を収益化しない）

Q：富士では、一階がシャッター、二階がオーナーの住居という物件が多いが、青梅はどうか？

A：そういう物件もある。平屋店舗の裏に住居がある場合もあり、それを理由に貸し出しをしないオーナーさんもいる。廃業後、住居にしてしまうケースもある。

Q：青梅は、市営住宅が多いのか？ 市が余分な資産を持つ必要はないと考えている。 団地は通常緑地を管理するだけでもお金がかかる。 その税金を他に回したほうが良い。 駐車場についても今がピークなのでは？

A：市営住宅はかなりある。（市内東エリアの工業団地方面に多い。駅前には少ない）
公団住宅については、住宅課が担当しているが、現状ではほぼ入居されているようである。
駐車場は今がピークであると思うが、これからの世の中的には、徒歩圏内のまちづくりへシフトしていくと思う。商店街に批判されない程度に、駐車場を減らしていく予定である。30台以上止められるの駐車場で一ヶ月に15台以上止められていない箇所のデータをとり、半分をイベントに貸してもらおうということもしている。

Q：いくら富士本町を盛り上げてても他の地区が盛り上がらないと意味がない。以前は宗教施設への送迎バスがあったが、それが無くなったら商売が厳しくなった。

A：街が動いているという情報発信が大切なのでは。

Q：5~7坪くらいの物件を希望される方が多いという話があったが、どのような業種の方が多いのか。駐車場についての希望はどうか。

A：創業を目指す若い方は、物販にしる飲食にしる、まずは小さな面積で自分たちの世界観を表現していくケースが多い。
オーナーさんが店舗の裏や隣の敷地に駐車場を有している場合には、駐車場込みで割安で貸していただいている。まち会社が斡旋している物件に関しては、時間貸駐車場があるので、そちらを利用してもらっている。（月極駐車場を希望の場合は対応）
駅前再開発ビルのテナントについても、5~7坪（今のトレンド）に区切って貸し出している。

Q：ワンデーカフェをやる場合、許可関連についてはどのようになっているか。また、ワンメニューで営業したい場合は？

A：カフェころんはオーナーさんがシフォンケーキの引き売り（ちゃんちき堂）をしており、食品衛生関連のライセンスは、オーナーさんの責任で行っている。ワンデーカフェの利用者さんには、賃貸料のかわりに、シフォンケーキをホール買いし紹介することが条件となっている。毎週 1 名、5～6 組がレギュラーで経営しているらしい。

学生さんが運営するフェアトレードのカフェについても、オーナーさんの責任で行った。

Q：賃料は相場より安いという話だが、オーナーさんに渡す金額は？

A：売上が上がったなら、売りに応じてマックス 13 万円までオーナーさんに還元する契約になっている。固定資産税や生活保護の関係など、あまり家賃収入を望まない方もいる。逆に家賃収入を望む方は地元不動産に行くケースが多い。

安さというより、若い人を見込むというビジョンに共感していただく場合も多い。不動産に委託すると料金が発生するため、アキテンプ不動産に、という場合もある。

途中で気が変わるオーナーさんもいるので、できるだけ新店舗の企画の段階から関わっていただくようにしている。

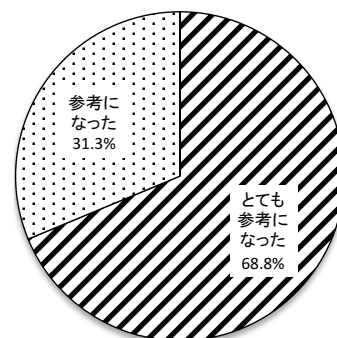
2) 参加者アンケート

■調査フレーム

調査対象：参加者 24名 サンプル：16 回答率：66.7%

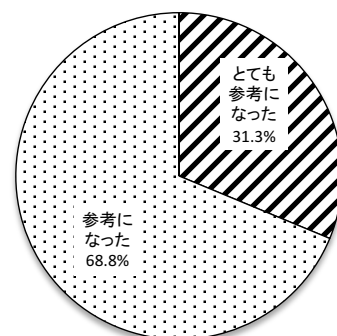
Q1 講師の事例紹介はいかがでしたか？

n=16 〈SA〉	人数	割合
① とても参考になった	11	68.8%
② 参考になった	5	31.3%
③ どちらでもない	0	0.0%
④ あまり参考にならなかった	0	0.0%
⑤ 参考にならなかった	0	0.0%
合計	16	100.0%



Q2 質疑・意見交換はいかがでしたか？

n=16 〈SA〉	人数	割合
① とても参考になった	5	31.3%
② 参考になった	11	68.8%
③ どちらでもない	0	0.0%
④ あまり参考にならなかった	0	0.0%
⑤ 参考にならなかった	0	0.0%
合計	16	100.0%



Q3 今後取り扱って欲しいテーマはありますか？ (別紙データ参照)

Q4 感想などございましたら、ご自由にお書きください。 (別紙データ参照)

第2回 リノベーション推進勉強会(11/30) 参加者アンケート〈データ〉

No.	Q1	Q2	Q3 自由記入(原文ママ)	Q4 自由記入(原文ママ)
1	2	2		
2	2	2	建屋の外観のリノベーションなど(色、形状、木々)	富士市長にも町おこしに力を入れてもらいたいです
3	2	2		まちをつくる姿勢の在り方には納得しました。但し、私自身の勉強不足感が否めないのが残念...
4	1	2		
5	2	2		
6	1	2	専門家(不動産業者、設計事務所)の視点から見たリノベーション	
7	1	2		
8	1	2		
9	1	2		富士駅前の空き店舗対策に同様のしくみで動いていただける会社(組織)がほしいと思いました
10	1	1	宿泊施設のニーズなんかが分かるような話が聞きたいです	面白かったです
11	1	1	INN THE PAEK の人呼んで下さい	Nice でした
12	1	1		家賃と商売内容の関係性(収益)と合っていない件 実際の家賃相場が市場(商売やる側)と合っていない件 公的キカンではないところが、引っぱっていく重要性を感じました
13	1	2		
14	1	1		前回青梅市へ視察に行き、國廣さんのお話をきき、大変良かった
15	1	1		
16	2	2	リノベーションの具体的な例	

第4章 空き店舗不動産ギャラリーの企画・運営

1 概要

1) 内容と目的

富士地区、吉原地区の両商店街において、1週間ずつのギャラリー展を開催した。

周辺地域の空き店舗物件情報紹介の他、平成28年度に富士商工会議所が実施した「富士市まちなか再起動計画」調査事業の調査結果などの展示を行い、各会場の最終日には建築、金融、創業支援の専門家による相談会も実施した。

新規開業を希望する方など、空き店舗の活用を検討している方々に情報提供を行い、開業の後押しとすることを目的とした。

2) 会場

吉原会場：MARUICHI BLDG.1962（富士市吉原 2-11-8）

富士会場：イケダビル（富士市本町 8-5）

3) 日程

吉原会場：平成30年2月5日（月）～11日（日） 各日 10:00～16:00

富士会場：平成30年2月19日（月）～25日（日） 各日 10:00～16:00

2 開催実績

1) 吉原会場

来場者数：24名

相談者数：2名

2) 富士会場

来場者数：15名

相談者数：1名

吉原、富士両会場共に1週間の会期を設けて実施した。

両会場で実施した専門家相談会では3名の創業希望者が相談に訪れ、事業計画に対するアドバイス、開業希望地域の物件紹介、事業構想に関する相談対応を行った。

相談者のうち2名は、相談会後も事務局や富士商工会議所等へ相談に訪れており、継続したサポートを行っている。

富士市まちなか空き店舗ギャラリー

空き店舗と出会える、すぐに相談できる。



専門家相談会実施日程

吉原
2/11
(日)

富士
2/25
(日)

吉原会場・富士会場それぞれにおいて、各1日の専門家相談会を行います。建築、金融、創業支援の専門家に一度に相談できる機会です。予約がなくてもご相談頂けますが、下部の問合せ先に予めご連絡頂くとスムーズです。

内容

- ◆商店街周辺の不動産情報公開…複数社の不動産事業者の物件情報を一度に見られます。
- ◆都市模型の展示…商店街周辺エリアの建物の状況を示した都市模型を展示します。
- ◆空きビルや空き店舗の活用・ニーズ調査結果紹介…昨年実施した調査の結果をまとめたパネルを展示します。

吉原会場

平成 30 年 2 月 5 日 (月)～11 日 (日)
※ 2 月 11 日は専門家相談会を行います。
開場時間：10：00～16：00
会場：MARUICHI BLDG.1962
(富士市吉原 2-11-6)



富士会場

平成 30 年 2 月 19 日 (月)～25 日 (日)
※ 2 月 25 日は専門家相談会を行います。
開場時間：10：00～16：00
会場：イケダビル
(富士市本町 8-5)



主催：富士市産業経済部商業労政課
企画・運営・問合せ先：富士山まちづくり株式会社 (0545-67-1223 担当：鈴木)

▲富士市まちなか空き店舗ギャラリーチラシ



▲ギャラリー開催の様子



▲専門家相談会の様子

空き店舗・ビル活用法提案

富士市の吉原、富士本町の両商店街周辺の空きビルや空き店舗の情報を公開し、活用法などを提案するイベント「まちなか空き店舗ギャラリー」がこのほど、同市内で始まった。第1弾は同市吉原のマルチビル1962で吉原商店街周辺の物件情報や実地調査を踏まえた空き店舗活用法などを1日まで展示する。

(富士支局・船田枝里)



商店街の模型なども展示している「まちなか空き店舗ギャラリー」＝富士市のマルチビル1962

富士で「まちなかギャラリー」 第1弾・吉原商店街周辺

同市の中心市街地にある空き店舗などを活用し、地域活性化につなげる初のイベント。工学院大の学生らが2017年に両商店街で空き店舗やビルの実態を調査し、共通する課題を見つけた上で考案した「ゲストルームのある住宅」「バックパッカー向けゲストハウス」などの活用法をパネルで紹介している。両商店街の模型のほか、不動産会社の協力で、商店街周辺の空き店舗の情報も展示している。

11日には空き店舗活用を考える人のため、金融機関や商工会議所などの専門家による相談会を開く。

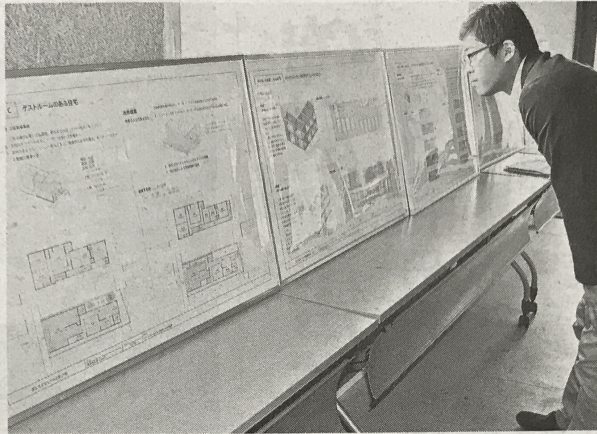
第2弾は19～25日に同市本町のイケアビルで開催し、25日にも同様の相談会を行う。いずれも午前10時から午後4時まで。

▲新聞掲載 (平成 30 年 2 月 7 日 / 静岡新聞)

空き店舗の活用を

課題やプランを示す展示会

富士市内の空きビルや空き店舗の情報を公開し、活用法の提案を行うイベント「富士市まちなか空き店舗ギャラリー」が同市吉原の



課題や解決策を例示したパネル展示などを実施

マルイチビル1962で開かれている。あす11日まで。午前10時～午後4時。

同市が主催し、吉原商店街などの活性化事

業に取り組む富士山まちづくり（佐野荘一社長）が運営協力。空きビルや空き店舗の活用例とニーズ調査結果の紹介、商店街模型の展示、吉原商店街周辺の不動産情報の紹介を繰り広げている。

活用例とニーズ紹介では、同社などが吉原・富士本町の両店街の登記簿約600軒分や現地調査で得た情報を基に特徴を分析し、主な課題とその解決策の提案をパネル展示している。

パネルでは▽ウナギの寝床状の空間▽共同ビル▽公私の動線重複の三つの課題を提示。空きビルや空き店舗の改修などで新たなにぎわい創出につなげるリノベーションプランとして、「バックパッカー向けのゲストハウスへ

の改修」「公私の動線を分離して店舗やオーナー住居、ゲストルームが共存する建物」などを例示している。

商店街模型の展示では、調査の過程で分かった両商店街における昭和55年以前の旧耐震基準で建てられた建物の件数などの課題を視覚的に紹介している。不動産会社の協力で商店街周辺の空き店舗の情報も展示する。11日には空き店舗活用を検討している人向

けに、建築や金融、創業支援など各分野の専門家による無料相談会を開く。

同社の鈴木大介さんは「紹介する課題やプランはあくまでも一つの方法であって、多くの人に関心を持つきっかけを提供することが目的。新規出店希望者やビルオーナーだけでなく、広く一般の方々にも来場してほしい」と呼び掛ける。

19日（月）からは同市本町のイケダビルで、富士本町商店街に関する同様のイベントを実施する。25日（日）まで。午前10時～午後4時。専門家相談会は25日。

▲新聞掲載（平成30年2月10日／富士ニュース）

本町でまちなかギャラリー第2弾

イケダビル19日から

富士市内の空きビルや空き店舗の情報を公開し、活用法の提案を行うイベント「富士市まちなか空き店舗ギャラリー」の第2弾があす19日から同市本町のイケダビルで始まる。25日（日）まで。午前10時～午後4時。

市が主催し、富士山まちづくりが運営協力。空きビルや空き店舗の活用例とニーズ調査結果の紹介、商店街模型の展示、吉原商店街周辺の不動産情報の紹介を行う。25日には空き店舗活用を検討している人のため、建築や金融、創業支援など各分野の専門家による無料相談会を開く。

▲新聞掲載（平成30年2月18日／富士ニュース）

第5章 住居転用可能物件調査

1 既存建物を改修し、住居系で活用している事例

近年、日本全国で既存の建物を改修して活用している事例が多くなっている。既存の建物を活用することのメリットは ①新築では出せない空間の雰囲気があること ②建築の専門家でなくても空間利用のイメージが付きやすいこと ③新築に比べて空間を作るコストが安いことだと考えられる。また、一般的に日本においては新築信仰の強かったが、近年若い世代を中心に「古さ」への価値感が形成され、改修の事例が増えてきたと予想される。

また、既存建物活用方法として、誰もができる使い方で、実現のハードルが低いものとして住居系を取り扱うこととする。

そこで、全国で既存建物を改修し、住居系の活用をしている事例を調査した。

表1 建物を改修して住宅用途にした全国の実例

通し番号	名称	設計者	総工費	竣工年	構造	延床面積	用途	所在
1	アウラ243多摩平の森	ブルースタジオ		2011	RC	1181.54㎡	共同住宅	東京都日野市
2	ゆいまーる多摩平の森	プラスニューオフィス		2011	RC	1835.28㎡(敷地1)1824.7㎡(敷地2)	サ高住	東京都日野市
3	YS BLD.	青木茂建築工房	5600万	2011	RC一部S造	253.86㎡	共同住宅	東京都港区
4	りえんと多摩平	リビタ+ブルースタジオ		2011	RC	2689.29㎡	シェアハウス	東京都日野市
5	駒沢公園の家	miCo.		2011	木造	72.14㎡	専用住宅	東京都世田谷区
6	世田谷フラット	郊部寛子建築設計事務所・成瀬猪熊建築設計事務所		2011	RC	95.55㎡	RCワンルームインテリア	東京都世田谷
7	千駄ヶ谷緑苑ハウス	青木茂建築工房		2014	RC	1008.03㎡	共同住宅+事務所	東京都渋谷区
8	コーシャハイム千歳鳥山住棟改善モデル事業	東京都住宅供給公社+靛石実一級建築士事務所+メジロスタジオ		2014	RC一部S造	1208.82㎡	サ高住	東京都世田谷区
9	ゆいまーる高島平	プラスニューオフィス		2014	RC	1273.26㎡(改修部分)	サ高住	東京都板橋区
10	堀川出水団地第一棟・第二棟改修	アール・アイ・エー+OpenA		2014	RC一部S造	1342.97㎡(第一棟)635.05㎡(第二棟)	共同住戸兼店舗	京都府京都市
11	POLY-HOUSE	FUJIWALABO		2014	RC	176.87㎡	専用住宅	東京都
12	調布の家	青木弘司建築設計事務所		2014	木造	187.87㎡	賃貸併用住宅	東京都調布市
13	シェアフラット馬場河	石田敏明建築設計事務所+タノデザインラボ	3820万	2014	RC	443.21㎡	学生用シェアハウス+テナント	群馬県前橋市
14	Casa O	高橋一平		2014	木造	47.68㎡	専用住宅	東京都
15	福祉楽団地域ケアよしかわ	KONNO+日本工業大学金野研究室		2014	インテリアのみ	56.47㎡	訪問介護事業所+休憩所	埼玉県吉川市
16	花畑団地 27号棟	都市再生機構東日本賃貸住宅本部/藤田雄介/Camp Design		2014	RC	669.92㎡	共同住宅	東京都足立区
17	広島の家	SUPPOSE DESIGN OFFICE		2015	RC	118㎡	RCワンルームインテリア	広島県広島市
18	アーケードハウス	タムタムデザイン	1800万	2016	S造	114.21㎡	専用住宅	福岡県行橋市
19	高岡のゲストハウス	能作アーキテクツ		2016	木造	90.03㎡	ゲストハウス	富山県高岡市
20	西日暮里のシェアハウス	勝亦丸山建築計画	500万	2017	木造	98.6㎡	シェアハウス	東京都北区

事例を整理し、住居系の中には具体的な用途としては以下のように類型化した。

- ・ 専用住宅（戸建て、マンション）
- ・ 賃貸併用住宅
- ・ 共同住宅
- ・ サービス付き高齢者住宅
- ・ シェアハウス
- ・ 学生用シェアハウス

さらに改修工事を行う建物の規模も 90 m²から 2000 m²近くまでと小規模なものから大規模なものが実際に改修工事を経て、再利用されていることが見て取れた。

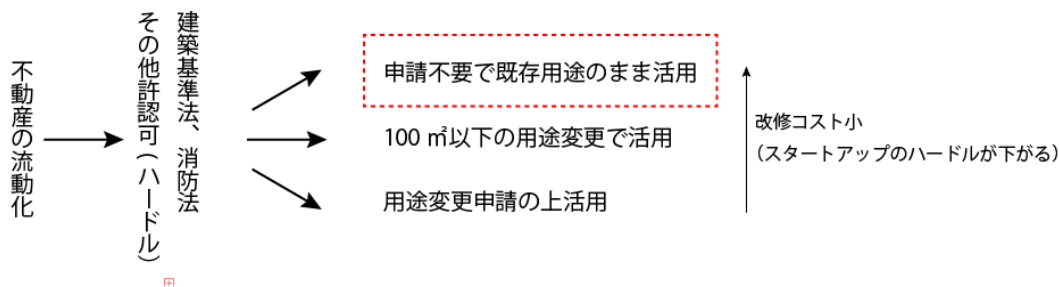
2 既存建物活用の課題

前項では既存建物を改修して活用するメリットについて述べたが、デメリットについても考えてみる。大きくは建物の構造、設備などの性能が低いことで及ぼす、安全性、省エネ性、快適性の担保には工夫が必要だということである。

建築基準法や消防法、その他建築物の利用上関係する法令は更新されるものである。対象の建物が建築された際の法令には（違反がなければ）適法であるが、その後法令が更新され最新の法令には適応していない状況は現実的に多く存在している。

このような状況を既存不適格という。既存不適格な建物を改修する際には、現在建築基準法を始めとして、既存建物資源の活用を推進する動きがあり、規制の緩和などが進められてはいるものの、未だに工法的、コスト的に難しい場合が多い。

3 課題に対する提案



・地域活性化のための不動産の流動化

地域の活性化は不動産の流動化とその質によって達成されると考える。不動産の流動化のためには、プレーヤーのスタートアップがしやすく、持続的な経営ができる環境づくりが必要であると考えている。

スタートアップがしやすいとは不動産オーナーが事業に対して理解が有るなど心情的な面もあるが、今回は改修コスト（事業イニシャルコストの中で大きく占めるコスト）の最小化をどう達成するかという側面から、H28年度「富士市まちなか再起動計画」の中で作成した不動産データベースの分析を行う。

・建物活用の容易さは既に物件ごと、その状態で決まっている

不動産ストックの転用の容易さは物件ごとに大きく異なる。それは、転用する際に必要な建築重要書類の保管状況やその登録されている用途、ハードの現状（プラン、老朽化など）が改修コストに大きく影響するからである。

さらに、現状の商店街の不動産に募集をかけても借り手をつけるのが難しい状況では、オーナーは不動産の借り手や買い手が現れることを期待していない。市場に不動産は出回らず、第三者の出入りができる使われないうち（店舗や交流の場）が隠れてしまうサイクルが現状である。そこで、隠れている不動産を顕在化させ、プレーヤーが先に物件（不動産市場にあるなしは関係なく）を探し、直接オーナーと交渉する枠組みが取れないかと考えている。

また、その際、不動産を第三者的に評価する立場の人や、第三者的で社会的信用のある人（自治体など）、物件に抵当権がついていれば、その権利保有者などが同席することがさらに話を具体的にすると考える。そのような枠組みをドライブさせるにあたって、H28年度「富士市まちなか再起動計画」の中で作成した不動産データベースは非常に有効に活用できる。

繰り返すが、今年度は事業者（プレーヤー）のイニシャルコスト（改修費）を事前に抑えるために申請不要で既存用途のまま活用することを目的に H28 年度「富士市まちなか再起動計画」の中で作成した不動産データベースの分析を行うこととする。

4 用途別集計の手順

- ①別添資料※1で登記簿の「種類」欄の分類について確認。
- ②別添資料※3で建築基準法上において類似の用途として扱われるもの、かつ不動産データベースの中にある「種類」を表一列に12分類した。
- ③表二列で地域ごとに分類
- ④表三列は不動産データベースの富士吉原それぞれのエリアでの調査件数を表記
- ⑤表四列は不動産データベースの用途ごとの件数を表示
- ⑥表五、六列は新耐震基準が施行された昭和56年6月1日以前に新築登記されたものを新耐震基準不適合の可能性が高いものとして「旧」とした。登記年月日が施行前後のものについては不動産データベースの参照元が登記簿なので確定できない。また、耐震改修を実施している物件は考慮していない。

また、富士・吉原中心市街地の建築ストックを活用してサービス付き高齢者住宅へ転用という可能性を探るため、別添資料※2ではサービス付き高齢者住宅の建築基準法上での用途を表記した。

5 不動産データベースを用途別で集計

表 2 用途別分類

用途	地域	調査件数	類似用途	耐震対応可能性	
居宅・住宅	富士	274	209	新	30
				旧	126 (不明53)
	吉原	289	223	新	27
				旧	111 (不明85)
店舗	富士		191	新	22
				旧	136 (不明28)
	吉原		189	新	20
				旧	118 (不明50)
事務所	富士		33	新	9
				旧	18
	吉原		22	新	4
				旧	9 (不明2)
共同住宅	富士		8	新	4
				旧	4
	吉原		8	新	3
				旧	4
工場・作業所	富士		2	新	0
				旧	2
	吉原		3	新	0
				旧	2 (不明1)
旅館・ホテル	富士		3	新	2
				旧	1
	吉原		1	新	0
				旧	1
遊技場	富士		2	新	0
				旧	2
	吉原		2	新	0
				旧	1 (不明1)
映画館	富士		0	新	0
				旧	0
	吉原		2	新	0
				旧	1 (不明1)
教習所	富士		1	新	1
				旧	0
	吉原		1	新	0
				旧	1
銀行	富士		0	新	0
				旧	0
	吉原		2	新	1
				旧	1
診療所	富士		2	新	0
				旧	2
	吉原		0	新	0
				旧	0
撮影所	富士		1	新	0
				旧	(不明1)
	吉原		0	新	0
				旧	0

6 分析結果

第5章冒頭では既存建物の活用はメリットがあるものの、多くのハードルがあることを述べた。さらに3項では地方の中心市街地のような特定のエリアの建物の活用という条件におけるハードルを乗り越える方法として、既存建物の用途を変更せずに活用するという提案をし、静岡県富士市の平成28年度遊休不動産活用・再生に向けた実態調査業務の中で対象としたエリア（富士商店街周辺、吉原商店街周辺）における既存建物の用途（建築基準法上では既存用途といい、今回の調査方法としては登記簿上の用途により既存用途を予測している）を調べた。

グラフ1をみると、その配分はおよそ50%が居宅・住宅、40%が店舗、10%がその他の用途である。住居転用可能物件、用途変更の必要性を考えるとほぼすべての物件が一戸建て専用住宅としての住居転用は建築確認不要で可能といえる。

また、表3では富士・吉原エリアに存在する既存用途を住宅用途（共同住宅、寄宿舍・シェアハウス、一戸建て専用住宅）への転用する場合の難易度が示した。今後は同エリアの中で小規模で実現可能性の高い事業を、ハードルの低い条件をみつけて実行していくことが必要だと考えている。

・今後の検討課題

- ・データベースとプレーヤーがどのように出会うかの枠組みのデザイン
- ・プレーヤーが物件を見つけてから、物件の賃貸借契約、売買契約の締結に至るまでの流れ
- ・プレーヤーのハンティング
- ・この仕組みを運営するための母体作りとその経営について

グラフ1 地区別用途分類

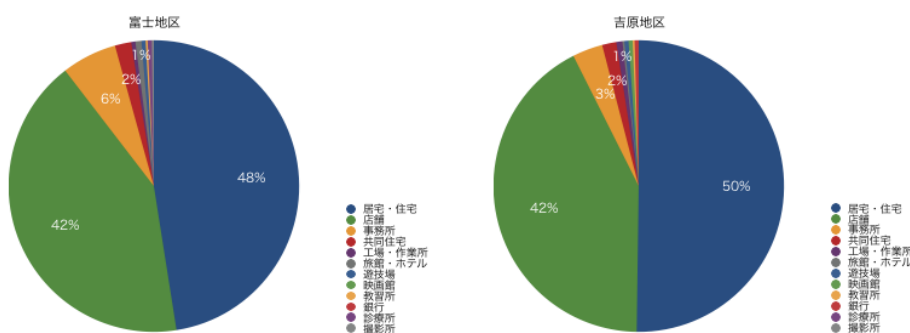


表 3 建物転用時の用途変更申請の要否

既存用途	住宅		
	共同住宅	寄宿舍（シェアハウス）	一戸建て専用住宅
	特殊建築物		一般建築物
居宅・住宅	△※1	△※1	○
店舗	△	△	○
事務所	△	△	○
共同住宅	○	○※2	○
工場・作業所	△	△	○
旅館・ホテル	△	△	○
遊技場	△	△	○
映画館	△	△	○
教習所	△	△	○
銀行	△	△	○
診療所	△	△	○
撮影所	△	△	○

○...用途変更の確認申請不要で転用可能

△...用途変更の確認申請を行い、転用可能。しかし、重要書類の保管状況や新耐震基準不適合等の理由で改修のコストが小さくはないことが予想される。特に、一般建築物から特殊建築物への用途変更時は注意が必要である。

※1 登記簿を参照して既存用途を想定しており、登記簿上では居宅・住宅が一戸建て専用住宅とはかぎらないので、追加調査が必要。

※2 共同住宅から寄宿舍への転用は事業内容によって、共同住宅のまま用途変更なしでプランニングが可能と考える。

◆ 実施担当

勝亦丸山建築計画 / 勝亦優佑＋丸山裕貴

◆ 調査期間

平成 29 年 8 月 1 日（火）～平成 30 年 1 月 31 日（水）

◆ 調査方法

平成 28 年度遊休不動産活用・再生に向けた実態調査業務の結果を分析

参考資料

※1 建物登記簿の種類について

不動産登記規則 第113条1項

(建物の種類)

第百十三条 建物の種類は、建物の主な用途により、居宅、店舗、寄宿舍、共同住宅、事務所、旅館、料理店、工場、倉庫、車庫、発電所及び変電所に区分して定め、これらの区分に該当しない建物については、これに準じて定めるものとする。

2 建物の主たる用途が二以上の場合には、当該二以上の用途により建物の種類を定めるものとする。

不動産登記事務取扱手続準規則 第80条

(家屋番号の定め方)

規則第113条第1項に規定する建物の種類の区分に該当しない建物の種類は、その用途により、次のように区分して定めるものとし、なお、これにより難しい場合には、建物の用途により適当に定めるものとする。

校舎、講堂、研究所、病院、診療所、集会所、公会堂、停車場、劇場、映画館、遊技場、競技場、野球場、競馬場、公衆浴場、火葬場、守衛所、茶室、温室、蚕室、物置、便所、鶏舎、酪農舎、給油所

建物の主たる用途が2以上の場合には、その種類を例えば「居宅・店舗」と表示するものとする。

※2 サービス付き高齢者向け住宅の建築基準法上の用途

サービス付き高齢者向け住宅の建築基準法上の用途については、次の考え方をもとに、個々の建物の利用状況等を踏まえて、特定行政庁が総合的に判断することとしています。

①各専有部分に便所・洗面所・台所を備えているもの

- ・老人福祉法における有料老人ホームへの該当・非該当にかかわらず 「共同住宅」

②各専有部分に便所・洗面所はあるが、台所を備えていないもののうち、

- ・老人福祉法における有料老人ホームに該当するもの 「老人ホーム」
- ・老人福祉法における有料老人ホームに該当しないもの 「寄宿舍」

※3 建築主事の確認等を要しない類似の用途

建築基準法 第137条の17

法第87条第1項の規定により政令で指定する類似の用途は、当該建築物が次の各号のいずれかに掲げる用途である場合において、それぞれ当該各号に掲げる他の用途とする。ただし、第三号若しくは第六号に掲げる用途に供する建築物が第1種低層住居専用地域若しくは第2種低層住居専用地域

内にある場合又は第七号に掲げる用途に供する建築物が第1種中高層住居専用地域、第2種中高層住居専用地域若しくは工業専用地域内にある場合については、この限りでない。

- 一 劇場、映画館、演芸場
- 二 公会堂、集会場
- 三 診療所(患者の収容施設があるものに限る。)、児童福祉施設等
- 四 ホテル、旅館
- 五 下宿、寄宿舎
- 六 博物館、美術館、図書館
- 七 体育館、ボーリング場、スケート場、水泳場、スキー場、ゴルフ練習場、バッティング練習場
- 八 百貨店、マーケット、その他の物品販売業を営む店舗
- 九 キャバレー、カフェー、ナイトクラブ、バー
- 十 待合、料理店
- 十一 映画スタジオ、テレビスタジオ