

門前町の活性化に向け地域をプロデュース [(株)MYROOM]

1000年以上の歴史を持つ長野県長野市の善光寺。数百年前から続く門前町も、近年は建物の老朽化や店主の高齢化による商店の閉店など、空き店舗・空き倉庫が目立つようになってきた。そうした店舗に新たな入居者を呼び込むことで、まちを再生しようと取り組んでいるのが、建築をメインに設計や賃貸管理、仲介を手掛ける(株)MYROOM(長野県長野市、代表取締役：倉石智典氏)だ。

見学会でまちの暮らし紹介

同社がこの取り組みにかかわるようになったのは、同地域を拠点に活動している企画編集室・ナノグラフィカが2010年に始めた空き家見学会の初回に、倉石氏が参加したのがきっかけ。空き家を活用して、このまちで楽しく暮らしたいという趣旨の説明を受け、その思いに共鳴。2回目からは運営メンバーに加わった。ナノグラフィカは「長野門前暮らしのすすめ」と称して、見学会やイベントの宣伝、参加者募集を行なうなど、同地での暮らしに興味を持ってもらうよう、さまざまな仕掛けを施している。結果、見学会には門前暮らしを求める人やこの地域で事務所を開きたいクリエイターなど幅広い層の人が集まる。

見学会では、メインストリートだけでなく細い路地も歩きながら、空き家は以前こういった用途で使われ、どんな人が住んでいたのか、ど

う暮らしていたのかなどについても説明し、参加者に具体的な暮らしや仕事のイメージを膨らませてもらう。見学会後には、やはり空き家を再生したナノグラフィカの事務所兼古民家カフェでお茶を飲みながら、参加者の個別相談に対応する。

見学会を経て、空き店舗への入居を希望する人たちをマッチング・仲介するのは倉石氏の役割。物件の仕入れから物件調査、リノベーション工事、引き渡しで終わりではなく、まちの再生・活性化に寄与。地域全体を俯瞰して運営する“プロデューサー”の役割を担っている。「この取り組みは、一つの物件を仕入れて、プランニングして、リノベーションして終わり、ではありません。空き店舗を上手に使ってもらい、それを見てこの地で開業したいと思う人がさらに増えるという、循環の促進、つまり全体のマネジメントを行なっているつもりです」。同氏が仲介した物件で生活する住人を見て、同地に移住・起業したいと、同氏のもとを訪れる人も増えてきた。

入居者負担で再生工事

一般的な賃貸物件の場合、改修の費用はオーナー負担が基本であり、入居者の負担はほとんどない。しかし同氏が仲介する物件ではリノベーション工事費用を入居者に負担してもらっている。「新しくこのまちに移ろうという人たちに対してどのよ



(株)MYROOM
代表取締役：倉石智典氏

(株)MYROOM

長野県長野市

代表取締役 倉石智典氏

2010年創業。地元出身の倉石智典氏が、都市計画事務所、大手不動産仲介会社を経て2004年に家業の建築会社に入社後、独立。2011年にナノグラフィカと組み、門前町の再生をスタートした。



1,000年の歴史を持つ善光寺。門前町も数百年の歴史を誇るが、近年は空き店舗が目立つようになってきた

うな使い方をしたいのかを聞き、その使い方に適した建物をマッチングし、利用者負担でリノベーションしてもらおう。また、よりポジティブな入居者確保のためにも、テナントに初期投資してもらったほうがいい。銀行と事業計画を練り込んできたほうが、近所と上手く付き合えるし、長く入居してもらえます」。こうして、“所有”と“利用”を分離することで、地域に長く根付いてきた建物に再び命を吹き込んでいる。

「こちらから使い方と場所を適切にマッチングしていけば、オーナーにとっても低リスクだし、安心して次世代に代々の建物を継承できます」と語るとおり、新しい起業家がまちに入り、まちづくりの一端を担ってくれることは、オーナーにとっても魅力の一つになっているという。

空き店舗を持つオーナーとは、見学会や事業を通じて親しくなった、地域住民から紹介されて知り合うことが多い。オーナーにとっても、不動産会社に突然営業に来られるよりも、親しい近所の人からの紹介があった方が安心するためだ。「見学会や日常業務を通じて地域に“根を張っておくこと”は大切。とても“気長”なビジネスと言えます」。

空き家を仲介するだけにとどまらず、地域とのつながりを構築し、それを維持しておくことは、他のビジネスの側面でもメリットが大きい。「普段から当社とオーナーの良好な関係を構築しておくことでオーナー

は借りてくれる人の素性が分かり、“当社が仲介するなら貸す”とってくれる。このリノベ賃貸事業を地元に着させるためには、その内容を説明することが大切。何をやっているかを地元の人にガラス張りにするよう努めてきました」。

「地域の大家」の視点を持つ

門前町の物件の仲介を積み重ねている同社だが、家賃水準が低いため、仲介手数料だけでは採算が取れないのも事実。地域守り、空き家再生といった地域貢献の色合いが強い同事業ではあるものの、事業を継続していくため、どうしたら採算が取れる事業にできるかを模索している。「不動産業、建設業、設計業を合わせて行なっているのが、工事の設計施工を直接請け負って売り上げを立てている。管理戸数を増やしていけば管理収入が入り安定収益にもつながり、利益が上げられるようになると考えています」。

なお入居者募集に当たっては、ニーズがあるからといって空き店舗にそのまま入居させるのではなく、「『この物件にはこういう人に入居してもらいたい』という思いを持つこと、つまり目利きが重要」だと語る。倉石氏自身、このまちに対する“大家”のようなスタンスで、『空室が1室埋まればいい』という考えではなく、新しい居住者、新しい起業家がまちに入り込んでいくことでま



ナノグラフィカが運営する「長野・門前暮らしのすすめ」
<http://monzen-nagano.net>

ちが活性化し、まちの価値が上がっていくことを期待しているのだという。

そのため同社では、「新たに入居してもらおう」人に向けてのサポートにも力を入れている。「ただし、恣意的になりすぎではダメ。地元でやっていく以上、バランスを考えていかななくてはなりません。まちの声を聞きながらやっていくことが大切です」。一気に新しい人が入りすぎると既存の住民は戸惑いを覚えることから、事業のペースにも配慮しているという。「時間をかけてじっくりやるのが大切なのです。面白い人が集まって近所が安心し、じわじわ良くなっていけば長く安心できるまちになっていく」。

同氏は、古い建物を自己負担でリノベーションし、そこで仕事をしようとする起業家たちは、それまでの“地域との一体感のない働き方”に違和感を持っている人が多いと感じている。そこで門前町で起業することで、さまざまなメリットを享受できると話す。「古いまちは、暮らしや地域経済がすでに形成されており、新たなビジネスを受け入れる土壌はあります。空き店舗を活用すれば、コストを抑えて起業できるし、たとえ外部から転入してきた方でも、近所の人たちと仲良くなることで常連客をつくることできる」。さらに、その土地で昔から事業を営んでいたオーナーの“看板”を使うことで地域に溶け込みやすくなるな

ど、多くのメリットがあるという。

建物の状態には細心の注意

門前町の建物はいずれも古いため、建物の状態については細心の注意を払って調査する。仕入れた物件は、建築の専門家とともに目視調査を実施。万が一、工事の段階で見えない部分に想定外の劣化があった場合には、追加補強をし、コストがかかり過ぎるようであれば解約もできるようにしている。さらに建物の経年変化・劣化によって、使用する用途や期間を賃貸する事前に想定しておく。そうした想定を原状回復の免除や瑕疵担保責任の免除といった特約に落とし込んでリスクを回避する。もちろん顧客には重要事項説明でしっかり説明し、納得してもらった上で契約する。

そして、入居後にはイベントによって、新入居者がまちに溶け込めるよう支援する。まちに溶け込んだ人が増えれば、また新たに同地で仕事をしたいという人がやってくる。そして入居者も増え、空き家のリノベーションという仕事も増える。こうした循環が、まちを活性化しているのとともにビジネスの好循環も生んでいる。こうした空き店舗の再生事例が、スタートしてから約80件にまで増え、ノウハウも蓄積してきた。また、これまでの事例では、約7割が市外県外からの転入と、新住民を迎え入れる土壌も育ってきてい



見学会の運営など、倉石氏と共にまちの活性化をけん引するナノグラフィカでは、古民家を改装してカフェ兼事務所としている



MYROOMの事務所が入居している「KANEMATSU」の外観。元のビニール工場の看板をそのまま残すことで、地域に溶け込んでいる



「KANEMATSU」の入口にあるカフェ。もともとビニール工場だった建物をシェアオフィスとして改装した

る。

リスクと利益を明確に

同事業が実績を積み上げているのは、こうしたリノベーションを通じた一連の業務内容を“仕組み化”しているからだ。

地域の人たちが宣伝・入居後のケアを担い、同社が事業者として物件仕入れ・設計・施工・仲介業務の全てを担当。顧客との契約をすべてMYROOMが窓口になって行なうことで、工務店や工事業者は効率的にリノベーション工事を実施できるほか、契約に伴うトラブルを回避できるメリットがある。協力業者とは、利益の配分や責任の範囲を確認しながら決める。例えば施主との請負契約は同社が結び、その分リスクを負うので、工事業者から手数料をもらう。それぞれが負う責任（リスク）と業務内容を協議しながら進めていくことで、関係者が納得のいく利益を得られるようにしたのがポイントだ。

2013年には、MYROOMの新事業として「CAMP不動産」と銘打ったリノベーションプロジェクトを始動。不動産会社である同氏をはじめ、建築士、グラフィックデザイナーが集まり、リノベーション・不動産・建築・デザインを一貫して展開している。

2014年秋には、活動の拠点として「東町ベース」を開設。もともと倉庫だった物件をリノベーションし、建築士、ウェブデザイナー、

MYROOMが入居した。「案件ごとに専門家が集まり、それぞれが専門性を発揮して事業を仕上げていきます。リスクを共有し、それぞれのリスクに応じた報酬を得ることで、事業を加速していきたい」。

「つながり」が事業支える

実績も積み上がってきた門前町の地域活性化事業。成功につなげるためのポイントについて同氏は「デザインや設計だけではなく、物件の仕入れ・入居後のケア・近隣住民との関係構築といったさまざまな側面が重要。それらは地域ごとに状況が違うため、マニュアル化できるものではないが、地域に密着して展開している不動産会社が元来得意としているものでもある」という。

そして、信頼できるパートナーでもある工務店等との共働関係も不可欠だ。「工務店が動かなければ成功しない。物件や入居者の情報をしっかり不動産会社と管理・共有し、長年にわたって建物をケアできる体制を整えられる工務店を見つけるのもポイントです」。

この取り組みを支えるのは、これら地域、関連業者等、さまざまな方面との「つながり」。地元根付いた企業がしっかりとさまざまな方面に根を張り、同社はもちろん、入居者、オーナー、工務店がビジネスベースで成功することをきちんと考えているからこそ、同事業の成功があるのだ。



<http://myroom.naganoblog.jp/>



空き家見学会の参加者にまちや建物の歴史を説明する倉石氏

空き家見学会



もともと青果店の倉庫だったスペースをリノベーションし、現在は昔ながらの玩具を扱うおもちゃ店に



従前は地元で根付いた美容室だった空き店舗物件



築古の事務所ビル1階がおしゃれなカフェとして見事に再生された