

“人”によるまちづくりで 「クリエイティブな自治区」目指す

クリエイターを町に呼び込み
地域活性化に結びつける

株式会社まちづくり
エイティブ
執行役員 事業担当

寺田大祐 氏

松戸をアーティストが集う町に

——なぜ松戸でまちづくりに取り組まれたのでしょうか？

当社の代表(寺井元一)含め、他の役員も松戸には地縁はありません。立ち上げ当初、代表の寺井は渋谷でアーティストやスポーツ選手を支援するNPOで、公共施設を借りてアートやスポーツイベントを手掛けていました。ですが公園などを使用しているといろいろなクレームが来るようになり、少し閉塞感を覚えるようになったようです。「もっと自分たちが自由にできる町、自分たちのホームタウンを作りたい」という欲求が生まれていたちょうどその頃、行政関係の事業で松戸の仕事をしていた知人から、「だったら松戸に来てみたら」と誘われて来たのが最初です。松戸は特に魅力的な建物があるというような地域ではないですが、昔からの宿場町ということによそ者を受け入れたり、頼られると助けたりという風土があり

ました。また、出会った町の人々にとっても魅力を感じたようです。

まちづくりについても、潤沢な補助金があっても話をちゃんと聞いてくれなかったり、逆に補助金が切れたので話が立ち消えてしまったりする地域が多いなかで、寺井が訪れた頃、松戸はちょうどやる気と危機感が共存するタイミングでした。「ここならよそ者の自分でも、何かできるのではないか」と可能性を感じ、ここで起業することを決めたようです。最初から綿密な計画があったわけではありませんが、東京から人材を呼び込むため、条件としては、山間地域や都心のど真ん中でまちづくりをするのではなく、都心からの通勤圏でできる場所を探していました。松戸は“大都市の通勤圏であること”と“町の人の意識”が相まって、ちょうど良いと思い、ここで起業することを決めたのが始まりです。

——どのようなまちづくりを目指しているのですか？

プロフィール

寺田大祐 氏

株式会社まちづくりエイティブ 執行役員 事業担当

マンションディベロッパーに入社し、共同住宅の開発業務を担当。その後、ゼネコンにて不動産開発に関する幅広い業務を経験し、2014年8月、株式会社まちづくりエイティブに参画。持続的な地方活性化のビジネスモデル構築を目指す。

ようか？

最初は、町会の御酒所を事務所として使わせてもらいながら、とりあえず何かやってみよう、という感じだったので“建物を改修してまちづくりの拠点にする”というイメージはありませんでした。まずは“脱東京”を掲げて、アーティストやクリエイターを集め、彼らが自由に力を発揮できる場所づくりをするのが目的で、人を呼び寄せるための手段として不動産を活用しました。

当社が考えるまちづくりのベースは『クリエイティブシティ』の考え方を参考にしています。独自の誘致方法でクリエイティブ層を段階的に集め、地域に新たな産業を創出することを目指すというもので、欧米では実際に起こっています。まずアーティストやクリエイターが廃墟になった町の建物に勝手に住みつき（不法占拠）、自分たちの好きなように建物を改修し生活や制作拠点にし始めます。すると、そこに新たなクリエイターがやってくる。さらに、おもしろそうだとカフェや雑貨の店舗ができ、ファミリー層が加わり、広告代理店やIT系の企業がやってきます。このように廃墟だった町が、アーティストがきっかけで復活していく動きが『クリエイティブシティ』の動きの1つです。“これを松戸でやってみよう”と考えました。日本ではさすがに不法占拠はできませんから、それに近い方法として、サブリースを使ってアーティストやクリエイターに空き家を借りてもらうことにしました。それが不動産事業のスタートです。代表の寺井自身がアーティストの現状やニーズを肌で感じていて“何とかしたい”という想いがありましたので、安い家賃で貸す方法として空き家のサブリースを考えたのです。空き家のサブリースにより擬似的に『クリエイティブシティ』の初動を仕掛けていることになります。

地域との連携・仕掛けづくりが重要



「MAD City」のビジョン

—MAD Cityとは？

これは、弊社が松戸駅前で行っているまちづくりプロジェクトのことです。一般の再開発手法によらない“人”によるまちづくりを行っています。御酒所から半径500mの範囲を『MAD City』と名づけました。

『MAD City』の意味はいろいろあります。夢中になるとの意味もありますし、もともと松戸の一部の方が、自虐的な意味も含めて自分たちの町をそう呼んだりもしていました。MAD Cityで暮らす上での価値観をビジョンに示していますが、例えばその1つに“刺激的でいかした隣人を持つ”というのがあります。これは、“部屋の中や外で活動することでちょっとした音が出て、お互い様と言い合える関係をつくりたい”という考えです。この考えに共感してくれる人が多かったということもあり、取り組みを始めてから5年経て、延べ200人のクリエイティブ層が松戸に集まりました。

「クリエイティブな自治区をつくらう」という最終的なビジョンの実現のために、日々実験的な試みをしています。当初はアーティスト、次はクリエイターが移住してきましたが、最近は「クリエイティブシティ」の新たな段階に入り、ファミ

リー層の移住が増えてきました。これからもトライアンドエラーを続けて、自分たちでも想像がつかない“まち”を創っていきたいです。

——収益面はどのように組み立てているのでしょうか？

現在の収益はサブリースによる差益がメインです。さらに、最近ではエリアマネジメント事業について、松戸市以外の行政や民間事業者からも委託されるようになり、新たな収入源の1つになっています。

サブリースについては、居住用は2年、店舗用は設備投資があるので5年を基準とした定期借家契約です。現在は取扱物件が71件ですが、うち53件がサブリースの物件です。物件は店舗より住宅が多く、特に築40年くらいの集合住宅が多いです。また、サブリースにするもう1つの理由は、改装可能物件を提供することです。弊社で原状回復のリスクを負うことで、借主が中を改修できる環境をつくっています。古い物件を借主がリノベーションすると部屋の価値が上がり、次に貸すときに家賃を上げられます。物件の利用については、クリエイターは住居として使う場合が多いですが、アトリエとして使われる方もいます。東京に勤めながら、自身の活動を松戸で行うという人も増えています。入居者の募集はホームページだけではなく、人が人を呼ぶ口コミでも集まってきます。

入居者については、アーティストやクリエイタ

ー系の入居者が全体の6割で、週末にアート活動を行うような社員が2割くらいです。彼らは作品をつくりたい、発表したいという気持ちが大きいので、1カ所に集まることで1人ではできないことを形にできることがメリットでしょう。お互いに声を掛け合ってイベントを開催しています。

特にアーティストは人づてや口コミで動いてくることが多いです。ここ数年『古民家スタジオ旧・原田米店』で活躍して海外に活動拠点を移すアーティストが増えています。すると、「自分もここで活動してステップアップしたい」という人が出てきました。アーティストにとって「ここに来れば…」という一種のブランディングができつつあるのを実感しています。最近では「MAD Cityで活動している」と言ってくれる人も増えてきましたので、他のクリエイターもここで活動してみたいと思い始めてくれているようです。ただ、住居やアトリエ物件が多いので、すぐには町の景観が大きく変わるわけではありません。そこで、次のステップとして、今後は店舗の誘致にも力を入れたいと考えています。

——地域の受け入れはスムーズでしたか？

地域コミュニティはエリアの歴史や文化の伝承者であり、地域と連携することは持続可能なまちづくりには不可欠です。私たちもお祭りで一緒に神輿をかつぐとか、積極的に地域の活動に参加しています。活動を始めたころに町会や松戸市と一緒に『松戸まちづくり会議』の立ち上げに関わり、



古民家スタジオ
旧・原田米店外観

webサイト
『MAD City』
トップページ



当社が事務局となったのですが、そのときに自分たちの活動を理解してもらうため地域の人たちと密にコミュニケーションを取りました。そこは重要だと思えます。

一方で、活動するアーティストはシビアです。地域活動への参加についても、自分たちにメリットがないと参加してくれません。どんなイベントでもいいわけではないので、“そこで活動すると得だ”と感じてもらえるように、当社で発信する情報もメリット感を出す必要があります。

——アーティストが定着するためにこういったことをされていますか？

駅前通りに『PARADISE』という施設があります。これは駅前通りの旧レジヤホテルだった特殊用途建築物（現在は1階から3階が「楽園」というパチンコ店）の4階1フロア（8部屋）を所有者に貸してもらい、クリエイター向けアトリエとして運営しています。このうちの2部屋では、『松戸まちづくり会議』が年1回の公募で海外から芸術家を招き、数カ月滞在しながら創作活動を行う『PARADISE AIR』という「アーティスト・イン・レジデンス」を開催しています。この

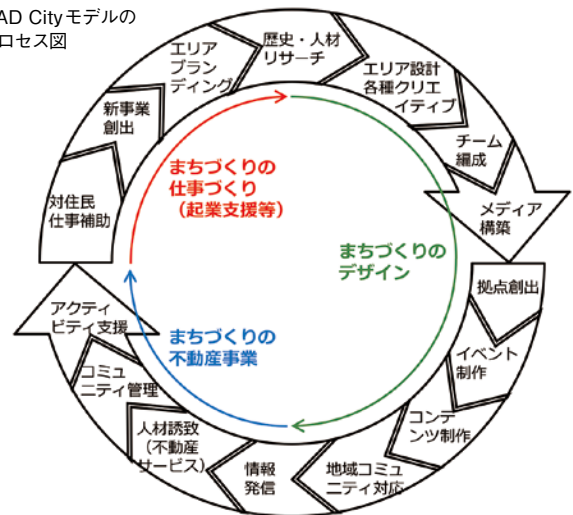


PARADISE 入居ビル外観

施設は海外でも評価が高く、国内のアートの業界でも知られるようになり、前回開催の応募倍率は約250倍でした。他にも入居者自身がイベントを考えていくような環境づくりを整えるなど、こういった仕掛けは常に行うようにしています。

個々の活動が連動する 仕組みづくりが重要

MAD Cityモデルの
プロセス図



——個々の取り組みをどう結びつけ、地域の価値を高めていくのでしょうか？

当社が目指すのは“クリエイティブな自治区”の実現です。そのモデルは「(MAD Cityという)名前をつくる→メディアをつくる(ホームページ)→拠点を つくる→イベントを実施する→情報発信する→人を呼び寄せる→そういう人たちのコミュニティ管理、アクティビティを支援する→新しい地場産業を作る→エリアブランディングを行う→さらに人が集まる→地域の価値が高まる」というプロセスです。このような細分化された活動が有機的に連動し、らせん状に高まっていくイメージです。こういったことをセットでやっていくことで、地域の価値を高めることをねらっています。このループを描けることが大事で、このループを構成する事業が1つでも途切れると、らせんが成長していきません。若者を呼んで終わりではなく、1つ1つのことを丁寧にやっていくしかありません。最終的に地域の価値が高まれば、不動産部門で収益が上がるだろうと考えています。

——こういった取り組みは、松戸市以外でも展開可能ですか？

行政以外でも、大手鉄道会社やディベロッパーなど、民間事業者からも具体的な相談を受けています。基本的にはMAD Cityプロジェクトをモデルとして展開していく方針ですが、地域によって

マイナーチェンジはあると思います。当社の事業モデルは、①都市から1時間半圏内、②町に空き家があること。この2つが立地の前提条件で、加えて成功するには、“地域住民の意識”と“歴史”があることが大切です。なので、こういった条件・前提がない地域についてはできない地域もあるかもしれません。

当社の取り組みは、オーナーに近いところにいる不動産業者にもメリットを感じてもらえると思っています。短期的な利益だけではなく、エリアの価値を高めることによる長期的な利益を享受することを目指しているからです。このプロジェクトはアーティストの誘致に注目が集まりますが、それだけではありません。確かにまちづくりをする上で重要なファクターですが、ここに住む会社員や家族も他の住宅地に住むより松戸の生活が楽しいと感じてもらえる、アーティストやクリエイターには松戸で自分の可能性が広がる実感をもてる、ということにつなげていく必要があります。そういう意識や文化をつくることで不動産的価値を高めるところまでいけば、まちづくりとしては成功といえるのではないのでしょうか。

事業概要

“人”の力で地域活性化を

『MAD City』は、御酒所を中心とした松戸駅前半径500m圏で行われているまちづくりプロジェクト。新築や再開発に頼らずに、地域に根ざ

した歴史や伝統を大切にしながら地域コミュニティと連携し、クリエイティブな若手人材を誘致することによって、地域の価値を向上させることを目指している。活動する“人”の力で持続的な地域活性化を図ることがポイントだ。同プロジェクトの運営元となっているのが「まちづくりクリエイティブ」。2010年5月に設立した同社は、中古ストック活用事業やDIYリノベ事業、エリアマネジメント事業を手掛けており、特にエリアマネジメントについては、衰退しつつある地方都市の価値向上を軸としている。

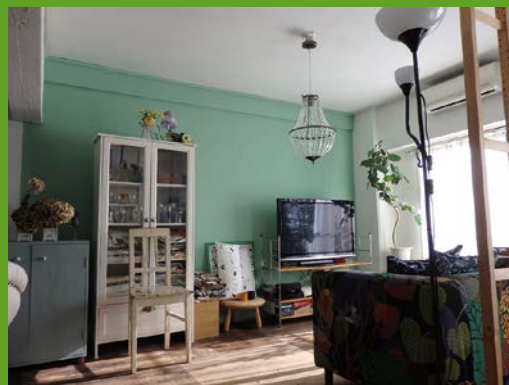
松戸市は、空き家のマンション化や空き社宅のリノベーションなどにより空き家率は横ばい（平成25年実績11.6%）だが、空き家数は増加傾向にあり、特に松戸駅周辺の空き家・空きアパート数は200棟以上と推定されている（同社空き家規定による）。東京のベッドタウンであり、地域としてもまちづくりに対する士気・危機感が高まっていたタイミングが合致したことから、同年8月からプロジェクトをスタートさせた。

多様なプロジェクトを企画

プロジェクトの活動内容は、①オリジナル物件の賃貸、②施設運営、③ビジネスサポート、④暮らしサポート、⑤情報発信（webサイト「madcity.jp」の運営）など。まず場づくりとして、欧米で生まれた『クリエイティブシティ』の一部の考え方を取り入れた。アーティストやクリエイターを町に呼び込むことで活動の“場”をつ



不定期でプロの職人による
改装ワークショップを開催



借主自身による
DIY改装事例

くり、そこを目指し次の新しい人材が集まることで地域活性化に結びつけていく。その呼び水として空き家を活用することにしたという。そこで不動産を手掛ける『MAD City不動産』を立ち上げ、マンションの空き室や空き家、空き店舗の利活用に着手した。

最初に手掛けた旧水戸街道沿い、高層マンションに囲まれる「古民家スタジオ 旧・原田米店」は、400坪の敷地内に築100年超の古民家（大小5つの建屋）で構成されている。長年空き家だった同建屋がセルフリノベーションされ、現在では10数組のアーティストや映像クリエイターが工房やスタジオ、店舗やアトリエとして利用。敷地内では定期的にイベントが開催され、地域の交流拠点となっている。また駅前の旧レジャーホテル（特殊用途建築物）のワンフロアは、「PARADISE」として音楽家や建築家、海外アーティストの滞在施設として運用している。

空き室を借り上げて運用している「MADマンション」「いろいろりマンション」は、セルフDIYを可能（かつ原状回復義務不要）としたことで多様な入居者が集まるようになった。施工して終わりではなく、入居者自身が住まいを更新し続けられるという価値を付加している。またマンションには共用部屋を設け、入居者の自発的行動を促すような仕組みづくりも行っているという。

まちづくりループが 途切れないための支援

プロジェクト開始から5年経過し、誘致した人材は5年間で200人以上となり、うち120人が現在も松戸で活動を続けている。同社の請け負った中古ストック活用件数（管理戸数）は70戸超で、平均稼働率98%に上る。入居者平均年齢33歳と、若者を呼び込むという点についても、着実に実績を上げている。

また、事業者向けの有償視察サービスも提供しており、同社の事業説明だけでなく、実際に物件内を見学するメニューも用意している。ノウハウだけでなく人の力による地域活性を実際に体感できる機会を設けることで、同様のサービスが他地域に展開するきっかけになることを目指している。



会社概要

株式会社まちづくりクリエイティブ

所在地：千葉県松戸市本町6-8

代表者：代表取締役 寺井元一

設立：2010年5月

資本金：100万円

事業内容：中古ストック活用事業、DIYリノベ事業、エリアマネジメント事業