平成２８年度
「宅地建物取引を通じた地方創生に関する人材育成の調査研究」
報　告　書

平成29年3月

公益社団法人全国宅地建物取引業協会連合会

研修プログラム

講師陣

左より、
清水千弘教授（日本大学）
小山隆輝氏（丸順不動産㈱）
木本孝広氏
（DAMAYA COMPANY㈱）
吉原勝己氏（吉原住宅㈲）

11月14日（月）・15日（火）研修プログラム

【 1日目 ・ 11月14日（月）9：30受付開始 】

時間		内容	講師
10:00～10:10	10分	主催者挨拶、事務連絡	大阪宅建中央支部支部長
10:10～10:20	10分	アイスブレイク：チーム内自己紹介	
10:20～11:20	60分	基調講演① **これからの不動産業の進むべき方向性について**	清水千弘 教授（日本大学教授・MIT不動産研究センター研究員）
11:20～11:50	30分	基調講演② **マーケットの市場把握** （市場動向、大手の動き、国の動き）	岡崎卓也氏（全宅連不動産総合研究所）
11:50～12:40	50分	チームディスカッション① **10年後の市場予測と中小宅建業者の今後**	
12:40～13:40	60分	昼食＆作業	
13:40～14:40	60分	講演① **地域の価値向上の取り組み－長屋の改修とBELOCAL運動について（仮）**	小山隆輝氏（丸順不動産㈱）
14:40～14:50	10分	休憩	
14:50～15:50	60分	講演② **革新的オーナーによるリノベーションとまちづくり（仮）**	木本孝広氏（DAMAYA COMPANY㈱）
15:50～16:00	10分	休憩	
16:00～17:00	60分	チームディスカッション② **現状認識～顧客／経営資源／競争認識**	
17:00～17:30	30分	各チーム発表	清水千弘教授 講評
17:30		1日目終了	

【 2日目 ・ 11月15日（火） 】

時間		内容	講師
9:00～12:00	180分	**現地見学会**（3か所に分かれ実施します） ①昭和町 …… 小山隆輝氏（丸順不動産㈱） ②北加賀屋 …… 芝川能一氏（千島土地㈱） ③藤井寺 …… 西村　剛氏（㈱西村興産）	
		移動 ・ 昼食	
13:00～14:00	60分	講義③ **革新的オーナーによるビルリノベーションとまちづくり（仮）**	吉原勝己氏（吉原住宅㈲）
14:00～14:50	50分	チームディスカッション③ **経営課題を明らかにする**	
14:50～15:00	10分	休憩	
15:00～15:50	50分	講義④ **リノベーションにおける資金調達について（仮）**	栗本　唯氏（清陽通商㈱）
15:50～16:40	50分	チームディスカッション④ **我々の目指すべき姿、今後の戦略**	
16:40～16:50	10分	休憩	
16:50～17:30	40分	各チーム発表・講評	大阪宅建中央支部支部長、清水千弘教授 講評
17:30～		懇親会	

運営委員会メンバー

（左より）中村浩樹（研修副委員長）、湯田善規（副支部長・公取審議委員長）、玉木智哲（広報委員長・研修副委員長）、植山智之（副支部長・財政委員長・総務副委員長）、栗本 唯（副支部長・研修委員長・財政副委員長）、光山嘉一（支部長）、大塚宣久（副支部長・厚生委員長）、若原朋之（副支部長・情報提供委員長）

10年後の中小不動産業者のあり方を考える

不動業者のためのタウンマネジメント・スクール チームディスカッション案

チームディスカッションの目的及びテーマ

目的

- 中期レンジで住宅市場の未来を予想し、未来に向けて我々のあるべき姿を検討する
- 地域や事業領域を超えて議論することで新たな視点を獲得する

テーマ案

- 「10年後の住宅市場の予測と、それをふまえて中小不動産業者のあり方を考える」

1.ディスカッション①

10年後の市場を予測する

- 需要予測
- 供給予測
- 業界
- その他
  - 経済状況
  - 技術革新
  - 消費者の意識の変化

2.ディスカッション②

現状認識

- 顧客（Customer）
- 経営資源（Company）
- 競争認識（Competitor）

3.ディスカッション③

経営課題を明らかにする

- 我々の強み（Strengths）
- 我々の弱み（Weaknesses）
- 我々にとっての機会（Opportunities）
- 我々にとっての脅威（Threats）

4.まとめ

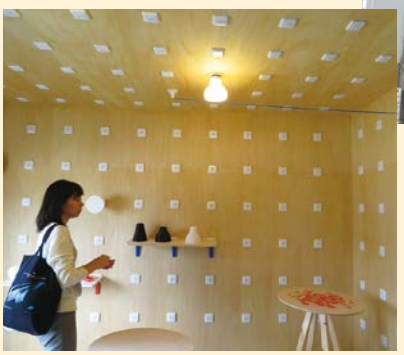
各グループの発表

- 10年後の住宅市場はどうなっている？
- そこに向けてわれわれが目指すべき姿
- そのために取り組むべきこと、とるべき戦略（3～5つ）

現地見学会（3コース）

昭和町
（丸順不動産㈱）

北加賀屋
（千島土地㈱）



藤井寺
（㈱西村興産）

非常に好評だった受講者アンケートより

- 私自身、あまり固定概念を持たずに自由にお仕事させてもらっているつもりでしたが、そうではなかったと気づかされました。藤井寺のリノベーションを見せていただいてからは、築古のボロアパートがダイヤの原石のように見えそうです。グループでお話をさせていただいたときには、うちの会社（大手）にはない熱いものをすごく感じました。大手の脅威は知恵と人脈をもった中小不動産業者です。そのことをうちの会社の人たちに伝えようと思います。伝わるかどうかわかりませんが、、、
- 既成概念・固定概念をはずして明日から頑張ります。
- 受講を悩んでいましたが、今まで考えた事もない事、固定概念にとらわれていた事、色々勉強になり、大変有意義でした。有難うございました。
- 清水先生の講義、今までにない切り口でデータもあわせてとても分かりやすく感動しました。他の業者さんの色々な問題に対する考え方がわかってよかった。
- 清水先生の話が特に良かったです。勇気と希望が湧いてきました。
- 10年後の市場、現状のマーケットをわかりやすく説明して頂き、これから何をしないといけないか、どの方向に行くべきかを考える良い機会を与えて頂き、すごく勉強になりました。有難うございました。
- 企業もまた人であり、地元と共存共栄が必要であるということがよくわかりました。
- リノベーション視察会は非常に参考になりました。吉原社長のビンテージ不動産発想は独創的ですばらしいと思いました。
- 住めない物件、古くて危ない物件ですら、リフォーム・リノベーションする事で、価値を引き上げて、その価値を分かち合える人たちとともに、さらにその価値を引き上げる。
- 10年後の不動産業の在り方を考えるということで、色々な話を聞き非常に勉強になり、特に空き家問題に対しての取り組み、考え方、行動を知り、びっくりしました。ＤＩＹ、リノベ、コミュニティ、独自のＳＮＳ、フェイスブック、空き家対策、勉強になりました。
- 自分の持っている力（人とのつながり、資金力、情報力、行動力）を再度見直して、すぐにできること、数年かけてできることを整理して、中央区を活性化していきたいと思いました。
- 実際に建物を経営・運営されて結果を残されているスピーカーの方の話を聞けて本当に良かったです。行動あるのみだと思ってます。
- たくさんの方とお話をする機会がありがたかったです。再生すること、チャンスが生まれること、そこでコミュニティが形成される、生み出されるというプラスの発想に元気をもらいました。色々な角度からの意見がとても参考になり、勉強になり明日からの行動力につながります。
- チームディスカッションでは普段考えない事が改めて浮き出され、非常に有益だったと思います。また、リノベの活用・街づくりについては計画屋としては非常に違う切り口で勉強になりました。あと、栗本先輩の物件購入時の資金調達と評価は自分の事業が進む上で勉強になりました。
- まず「考えることが大切」ということを学ぶことができました。普段なかなかこういう機会がもてないため、本当に貴重な経験ができました。また、丸順不動産㈱の小山社長と一緒に勉強させていただいた昭和町の事例は「不動産会社の原点・存在価値」を知る素晴らしい機会となりました。ありがとうございます。栗本さんの「熱いメール（心に響きました）」を読んで、今回の研修に参加させていただいて本当に良かったです。収益に関する（評価と資金調達）お話もとても参考になりました！！
- 具体的事例が多く、とても良かった。ありがとうございました。
- スクラップａｎｄビルドはお金がかかり危険である。現状の建物を利用した「町おこし」は皆が喜べるアイデアであると感じました！
- ２日間の講義・現地見学会で学んだ共通事項
  ①古い建物は未来のまちの資源
  ②投資を抑えて若い人達の発信力を信じて活躍の場を与えるオーナーの度量がまちを活かせる。
  ③ＳＮＳをフル活用し、専門家と協同する。
- 宅建協会が会員の管理・義務研修の役割から、会員の事業支援へ方針を転換され、今回のスクールを開催された事。光山支部長に敬意を表します。
- 多数の事例をうかがう事ができ、又、実際に現地見学ができたので、大変勉強となりました。これを今後の当社の新たな事業のヒントになる様、活かしていきたいと思います。
- ２日間にわたり、聞くだけでなく、考えるという事もあり、大変勉強になりました。
- 皆さんの情熱を感じる事ができました！ありがとうございました！
- 二日間の研修プログラム全ての講義にそれぞれ大変プラスになりました。今後の不動産仲介業の営業に役立つ知識等を頂きました。大変充実した二日間でした。
- 普段漠然と考えていた中小不動産業の将来について自分なりに考える機会ができ、良かったと思います。
- 一口に不動産業者といえど、業態は多種多様。しかし、危機意識等については皆同じであること。そして、やるべきことは色々あると思いました。
- 今迄にない自己啓発的な活気あるセミナーで良かった。
- 様々な事例、具体的なお話が多く、気付けました。バイローカル、タウンマネジメントの行動を即移せませんが、志を持ち取り掛かります。ありがとうございました。
- 将来のことについて、じっくりと考える良い機会になりました。
- 今後の不動産業界への危機感やそれに対するチャレンジを実施する必要性を感じました。

大阪府宅建協会中央支部研修会

“よき人”“よき商い”を育て、エリア価値を向上

商いをさせていただいているまちに愛情を

丸順不動産株式会社

「あんたらみたいな不動産屋が頑張らないと、まちがどんどん寂しくなる」

当社は1924（大正13）年、大阪の城東区に「小山商店」として創業し、その後屋号を「丸順不動産」に変更しました。現在、私は３代目です。私がしている仕事は「既存建物を活用したエリアの価値向上」で、主に大阪市内南部の大阪市阿倍野区の昭和町、西田辺周辺エリアで活動しております。

阿倍野区昭和町ができたのは大正末から昭和初期で、環状線の内側に集中した人口増加に対応するため、それまで農村部だった阿倍野区や東住吉区を区画整理し、そこに民間投資で長屋が建築された“元祖ベッドタウン”です。長屋は1932～1937（昭和７～12）年頃に一気に建築されましたが、今では昭和町近辺で私の感覚では２割くらいしか残っていません。

当時の大阪は、今の東京に負けないくらいの国際都市で非常に活気がありましたが、その後陰りを見せ、長屋を壊した後の細長い土地が町中に散見されるようになりました。また小学校の児童数も減少し、私が通った小学校も2,000人をピークに現在は350人程度になってしまいました。この状況を目の当たりにし、私も「どうにかしないといけない」という問題意識は持っていましたが、それはまちづくりの観点からではなく、自分が商いをしている地域が衰退していくという心配からでした。そんな時、今から20年ほど前ですが、行きつけの散髪屋から「あんたらみたいな不動産屋が頑張らないと、まちがどんどん寂しくなる」と言われました。それは、行政やまちづくりの団体だけではなく、「土地や建物を扱う不動産業者でもまちづくりや地域の活性化ができるのではないか」と気づかされた一言でした。

ただ実際、具体的にどこから始めたらいいのかも、どうすればいいのかもわかりません。そんな時、2003年９月に、地元の阿倍野区で長屋が登録有形文化財に指定されたとの新聞記事を読みました。驚いたのは「文化財になるような長屋がこの地域にある」という事実です。不動産業を25年やっていましたが、そんな長屋があるとは夢に

小山隆輝 氏

昭和39年８月、大阪市阿倍野区生まれ。昭和62年３月、近畿大学法学部を卒業し、大正13年創業で祖父の代から続く丸順不動産株式会社に入社。平成24年に代表に就任。町の不動産屋として地域の困りごとに対応。現在は一般不動産業務以外にも長屋や町家などの既存建物の再生活用を通じて、まちづくりやエリア価値の向上にも関わる。

も思っていませんでした。早速写真を頼りに自転車で探しに出かけましたが、行って見るとただの長屋です。「これが文化財に指定されるというのは、どういうことか？」というのが正直な感想でした。これが文化財になるなら、西田辺、昭和町界隈は文化財だらけということになります。そこで「地域の人間はそのポテンシャルに気づいてないが、外部の人たちは評価してくれている」ことを知りました。

その後ご縁があり、文化財に指定された『寺西家阿倍野長屋』の家主と知り合いになりました。家主からはこの長屋の外観を直して飲食店に活用したいので一緒に手伝ってほしいと相談を受けました。家主が1,600万円かけて外観を建築当時の趣に戻す改修をし、当社がテナント付けを行い、現在はイタリアン、日本料理、高級お好み焼き、中華料理の４店が営業しています。

この長屋再生に携わったことで、私はいくつかのことに気づきました。１つ目は、この『寺西家阿倍野長屋』のように、長屋には大きな可能性があるということです。しかし、長屋の典型的な間取りは二間の間口しかないので、建て替えても同じような間取りしか取れません。今後人口が減少し、家がますます余り、消費者の物件選びの選択肢が増えるなかで、「誰がこんな二間間口の家に住むのか？ 誰がこの地域に移り住もうと思うのか？」と、逆に心配になりました。

大阪市と阿倍野区の封鎖人口※1は、2010年を100とすると2040年には大阪市で15%、阿倍野区で20％の減少が予想されています。今でこそ阿倍野区は人気地域ですが、10年後の姿を想像した時に「住みたいと思えるまち、選んでもらえるまちを目指さないと、自分が商売している場所が衰退してしまう」「そうなる前に何とかしないといけない」と改めて感じたのが２つ目の気づきです。３つ目は、2006年3月に日本政策投資銀行が発表した、東京中心部でのオフィスビルのコンバージョン事例のレポートです。これを読み、既存建築物を活用して地域を再生することができるという可能性を知りました。

例えば100件のうち１件だけが空き家の場合は所有者と両隣の住民の問題で済みますが、これが30件にもなると地域の空き家の問題になります。人がまちを選ばなくなると、家賃を下げてもリノベーションしても人は集まりません。そうなると、個別不動産での問題解決ではなく、エリア全体の価値を向上させる、つまり人気のあるエリアにしないと空き家問題は解消できないということになります。

豊かさを実感できるまちをつくる

私が考える“エリアの価値が向上する”ということは「そこに暮らす人や働く人たちが、豊かさを実感できること」です。では豊かさを実感してもらうためには何が必要になるでしょうか。それは、「まちに“よき商い”をつくり、育てて、守る」ことだと思います。“よき商い”とは、例えば週末に車や電車で出かけなくても、少し歩けばおいしい食事ができて夫婦でゆっくり会話ができる、そんな店があればそのまちは素敵ですよね。素敵な店が町中に点在していることが、生活を豊かに感じることにつながると思います。

そのために大切なことは、①まちのコンセプトをつくること、②まちをデザインすること、③人

最初の長屋活用例となった『寺西家阿倍野長屋』

を選ぶことの３点です。まちにはそれぞれに特徴があります。私は昭和町を「上質な下町」というコンセプトにして、ことあるごとに周囲に伝えています。無秩序に店舗を誘致した結果、賑やかにはなりましたが住みづらくなったと感じるまちもあります。そうならないように、まちの歴史を踏まえ、商店、物販、飲食店等のゾーニングを考えながら、住む人の負担にならないようにまちをデザインすることが大切です。そして最も大事な点はまちの主役は“人”だということです。「質の高い商いをする人、人を引き寄せる魅力のある人、情報発信力のある人」を選んで、まちに入ってきてもらうことが重要です。

資金不足問題解決のための８つの対処法

ただ、そのような人ほど資金力が乏しいのが現状です。では、私が魅力的だと感じる人たちの資金不足の問題に、どう対処すればいいでしょうか？　具体的な８つのコツをご紹介します。

１．開業後しばらく家賃設定を低くして開業のハードルを下げる

開業後３年、長い場合は５年程度、家賃設定を低くして開業のハードルを下げること。定期借家契約にして３年間頑張ってもらい、商売が一人前になる３年目以降は通常の家賃にします。代表的な例は当社で２番目の長屋活用例となった『金魚カフェ』です。まだ昭和町が注目されていない時期に創業したパイオニア的なお店ですが、建物の中は大正時代のままで、住宅として貸すための整備はされていませんでした。また、借地ですので地代を払う必要があり、800万～1,000万円かけて改装すると家主は採算が合いません。そこで入居者負担で内装の改修工事をしてもらい、最初の３年間は毎月支払う地代＋α程度の安い賃料設定にしました。

２．店舗付住宅を供給する

店舗付住宅は、昭和40年代に多く供給され、今でも非常に人気があります。西田辺・昭和町近辺でワンルームマンションを借りると５万円、それに店舗家賃が８万～10万円となるので毎月合計15万円くらいかかります。15万円の売上を安定して出していくのは難しいので、店舗付住宅を貸せることができれば家賃が７～９万円程度に抑えられ、開業のハードルが下がります。『桃ヶ池長屋』（昭和４年築）の例では、10年前に入居者が半年かけてDIYで店舗をつくり、住みながら商いを始めました。家主も最初は半信半疑でしたがこの店がうまくいったことから、外観を改修するなどの投資をしてくれています。この10年で４件のテナント付けができ、体に優しい食堂やオーダーメイドの洋服店、陶器店、バーが並んでいます。

金魚カフェ

桃ヶ池長屋

昭和町おうちカフェきっちん

３．工事費を分担して家主とつくる

昭和初期の長屋で、内部が未整備の段階で入居者を見つけ、家主には内部解体・内装基礎工事と電気・水道設備の幹線引き込みや外壁の補修をお願いし、それ以外を入居者が負担しました。家主と借主が役割と費用を分担し、協力しながらつくっていくという形です。そうやって始めた『昭和町おうちカフェきっちん』は小さな長屋でしたが、今はフレンチレストランで料理教室も開催しています。

４．小さな面積の物件をつくり、開業のハードルを下げる

昭和33年建築の古ビル『昭南ビル』は、１階に信用金庫が入り、２・３階は1部屋が３～４坪のアパートで、各部屋にはミニキッチンがあり、トイレは各階に共同で１つという物件です。このアパート部分が空室になり何とかしてほしいと家主から相談を受けました。地下鉄昭和町駅から徒歩１分という立地でしたので、アパートをコンバージョンしてオフィスとして貸し出すことにしました。きちんとしたオフィスビルに改修するには膨大な費用がかかるため、必要最低限度の手直しだけにしました。この物件の場合は「日々のくらしに、小さな出会いと発見を」というコンセプトを決め、女性で、初めて起業する人に限定してテナントを募集しました。１人ひとり面接をしてコンセプトにあった起業家をこちら側でしっかりと選んだことがポイントです。コンパクトな間取りなので開業リスクが最小限に抑えられるとともに、内装の改修費も家主が一部負担する仕組みにして、借主の初期費用を軽減しました。

５．駅前の大通りより、家賃の安い裏通りで古い建物を活用する

大通りや駅前より家賃が安い裏通りで商売してくれる人を見つけることが大切です。駅から離れていても、家賃が安ければやりたいという人はたくさんいますので、そういう人と物件をマッチングさせていきます。このような物件ではお店の看板を出しても集客できませんので、ＳＮＳ等をうまく活用し、立地のマイナス面をカバーできる手法を知っているテナントを見つけます。

６．家主が安心して貸せるように、家主と借主を平等な契約にする

登録文化財に指定された物件があり、家主が社会的意義のある形で貸したいという希望を持っていました。そこで地元の社会福祉法人とマッチングし、障がい者が一定期間共同生活を送るための訓練拠点として活用することになりました。特殊な用途に対応するため内装を大幅に改修する必要があり1,800万円程度かかりました。そのため借主が短期間で事業をやめてしまうと家主に負担がかかるため、15年の定期借家契約にし、借主側には転貸可能の条件を付けました。

昭南ビル

７．用途変更する

２階建ての事務所ビルで、１階にはカフェがオープン済みでしたが２階の事務所スペースが５年間空室でした。そこを現在はインバウンド向けのゲストハウスとして活用してもらっています。この他にも倉庫を弦楽器の工房に用途変更して使っている例もあります。

８．レンタルを活用し、チャレンジしやすい環境をつくる

時間制のレンタルキッチンをつくりました。やはり一番利用が多いのは料理教室です。公共の施設では制約があり使いづらい上に、生徒さんは素敵な空間で料理を学び、作った料理をＳＮＳで公開したいという希望があります。そのために空間の演出が必要だというニーズに対応できました。

番外編．そのエリアに空き家を増やさない

阿倍野区長池の文化住宅[※2]で、ワークショップを取り入れたリノベーションを実施しました。専門家による指導の下、壁に漆喰を塗る、和紙製の壁紙貼りという２日間のワークショップを開催し、延べ17～18人が参加しました。その際、まち歩きも行い、地域を知ってもらうようにしたところ、参加者のうち３人からその住宅に「住みたい」という声があがり、そのうち１人は実際に住んでいます。自分で手がけたという体験とまち歩きで地域を知ったことが、人を呼び込むことにつながった例です。二世帯住宅で上の階が空いているという物件もたくさんあります。それを部分貸しにして上の階に若い人に入ってもらうようにすれば高齢の所有者と新たな入居者との交流も生まれ、まちの活性化につながると思います。また、店舗以外にもデイサービス拠点に用途変更したり、児童文庫室をつくったりして福祉拠点をまちなかに１件ずつ“植え込む”ようなイメージで進めているものもあります。良質なコミュニティを形成する手法としてコーポラティブハウスにも取り組みました。

“よき商い”を守る活動が必要

これまでは“新しいコンテンツ”を外から中に入れていく話でしたが、すでに地域にある商店、古い商店も守らないといけません。そこで現在取り組んでいるのは、『Buy Local』という活動で、年１回この地域でマーケットを開催しています。出店は、通常のマーケットのような公募スタイルではなく、地元で生活している７人が実行委員会になり、彼らが「この店は“よい商い”をしているので、まちの皆さんに知ってもらいましょう、守っていきましょう」という観点で、お店を推薦し合って決めていきます。これまでに４回開催し、毎回約30店舗が出店しています。

マーケットには若い人がやっているおしゃれなお店も出店しますが、私たちが守りたいと考えているのは、商店街で古くから商売している漬物店や日本茶販売店などで、そのようなお店を地域に紹介しもっと地域の皆さんに購入してもらいたいと思っています。まちに潤いを与えてくれる商店も残すことがエリアの価値向上には大切だと考えています。

専門家と連携して解決策を見つける

人気のあるまちをつくるためにどうすればいいのでしょうか。それはまず、“エリアの価値を上

『Buy Local』のマーケットの模様

『Buy Local』のパンフレット

げる”ということを意識して取り組むこと。次に、新しい“よい商い”を増やすために、既存の建物を活用の仕方を考えること。3番目が『Buy Local』。つまり新しい商いを入れるだけでなく、既存の商いを守ることも大切で、出る側を絞らないとまちに良いストックが増えません。4番目がＳＮＳをうまく活用してまちの情報を発信すること、そして最後に、ＮＰＯや社会福祉法人などの地域組織と連携することです。

私は地域の一不動産業者です。情熱はあっても全てを解決する能力はありません。そこで、それぞれの専門性を持つ建築士やまちづくりコンサルタント、そして私を含む７人で、専門家集団『Be-Localパートナーズ』というユニットを結成して活動しています。自分１人で背負い込むのではなく、専門家とうまく連携しながらやっていくということもとても大切です。

地域で活動する不動産会社のこれからの役割としては、まず「まちの入り口になる」ことだと思います。「あのまちに住みたい」「あそこで商売したい」という人が、地域の不動産会社に行けば、いろいろな情報を教えてもらえる、人を紹介してくれると思ってもらえる存在になることが大事です。さらに、「土地や建物の活用を通じ、まちの商いの担い手同士が結びつく触媒になる」こと。日常的な不動産の業務を通じ、まちのお世話をするような存在になっていくことが大切です。それがエリアマネジメントやタウンマネジメントにつながっていくと思います。そして一番重要なことは、自分が住んでいるまち・商いをさせていただいているまちへの愛情と、そこに住んでいる人への愛情です。結局それが私を突き動かしているのだと思います。

※１　出生と死亡のみ考慮して推計した地域人口
※２　近畿地方の集合住宅の一呼称。1950-60年代の高度経済成長期に使われ始めた用語で、瓦葺きの木造モルタル2階建てで、1-2階のつながったメゾネット、あるいは各階に長屋状に住戸が並んだ風呂なしアパートを指す。

昨年、共著で本を出版

丸順不動産株式会社

代 表 者：代表取締役　小山隆輝
所 在 地：大阪府大阪市阿倍野区昭和町5-12-23
電話番号：06-6621-0201
Ｈ　　Ｐ：http://www.marujun.com/
事業内容：土地建物の売買交換の仲介、土地建物の賃貸借の仲介、不動産に関するコンサルティング、建物の有効活用、貸地・貸家・駐車場の管理

大阪府宅建協会中央支部研修会

「つくる賃貸」で、自分らしい暮らし、楽しいまち

入居率50%以下だった築50年の長屋が満室稼働に

ダマヤ・カンパニー株式会社

物件づくりからまちづくりまで、『つくる賃貸』

大学卒業後、東京で省エネ建材と緑化事業を行っている会社に入社し、仕事をしながら家業の大家業を引き継ぎました。2013年に法人化し、2015年には東京で空き家を活用したゲストハウスや、軽井沢で空き家の貸し別荘なども始め、『つくる賃貸』というコンセプトで事業展開をしています。会社設立時はアパート４棟（36戸）と駐車場47台を管理していましたが、稼働率が45%しかなく、家賃も下がり、滞納や夜逃げなどもある大変な状況でした。それが現在では、建物（５棟47戸）も駐車場（30台）も満室稼働となっています。

日本の住宅は6,000万戸あり、そのうち820万戸が空き家で、空き家率は13.5%にのぼります。この数字はこれからもますます増えるでしょうし、アパートを建てれば入居者が決まる時代はもう終わり、顧客に選ばれる賃貸経営を目指す時代になります。私も家業を引き継いだ３年前に、どうしたら選ばれるようになるかを考えなくてはならないと思いました。

私が実践してきたのは、空き家の再生を通じた「まちづくり」です。当社の物件は阪神間にあり、阪急今津線の小林駅から歩いて15分。立地としてはあまりよくありません。そこにある築50年近くの店舗付長屋住宅ですから、半分以上は空室で、そのうちの１棟は完全な空き家になっていました。

父親は所有をあきらめて、不動産を切り売りしたいと言っていましたが、私は逆に「この物件は面白くなるかもしれない」と感じていました。実際に自宅をリノベーションした経験や、雑誌などの情報などからリノベーションに大きな可能性を感じていたからです。しかし、この物件に投資をしてリノベーションすることについては、父親をはじめ、父親の知人の地元不動産業者やリフォーム業者、親戚などを含め全員からものの見事に反対されました。

しかし、私は周囲の反対を押し切ってリノベー

木本孝広 氏

1973年兵庫県宝塚市生まれ。建設資材メーカーに勤務。2013年に不動産賃貸事業のダマヤ・カンパニー株式会社を設立。不動産賃貸事業を通じてまちづくりを実践していく「つくる賃貸」を提唱。長屋をリノベーションした賃貸住宅「inno house（イノハウス）」、カフェを併設したコミュニティー型賃貸住宅「karakusa（からくさ）」をオープン。「φ100mのまちづくり」と題してinno town（イノタウン）というエリアマネジメントを運営開始。まちづくり会社「㈱シーナタウン」の設立に参画、カフェ＆お宿「シーナと一平」をオープン。

ションを決断しました。その際に強く思ったのが「自分が納得する商品じゃないとだめだ」「自分が住みたい住宅を作ろう」ということです。そこで、物件のコンセプトを「自然素材の楽しい家」にしてリノベーションに着手し、2013年に完成させました。“自然素材（イノセンス）を使う”ことと、従来の考え方に対して“挑戦（イノベーション）”するという意味を込めて「INNO HOUSE」と命名しました。

内装は、造作したキッチンの他、床には無垢材、壁材には紙の中におがくずを混入したチップクロスを使い、間取りは自転車を入れられる広い土間を設けるなど工夫を凝らしました。また、ブログでリノベーションのプロセスを３日に１度の頻度で配信し、商品設計段階で考え方を共有してくれた不動産会社に、物件のＨＰを作成してもらいました。このようなプロモーションが功を奏したのか、完成前に満室となりました。

さらに、入居者に住まいへの愛着を持ってもらいたいと思い、竣工直前に「みんながワクワクするワックスがけイベント」を企画しました。不動産業者は反対しましたが、５人の入居予定者が全員集まり、最初の共通体験として無垢材の仕上げとなるワックスがけを楽しんでもらいました。そして物件の完成時に開催したレセプションパーティには、入居者や不動産業者、建築士やデザイナーなどに加え、近所からも50人以上の方が集まり、賑やかに交流を楽しむことができました。

そのような体験から「笑顔にあふれ、楽しい思い出ができる“小さなコミュニティ”が価値なのではないか」「これからもこの雰囲気を継続したい」と思い、入居していたデザイン事務所の人と、月１回のイベント「INNO HOUSE bar」を企画しました。毎回バーテンダーが替わり、担当した人がそれぞれテーマを設定して開催します。実際はただの飲み会ですが、入居者や近隣住民が参加し、この企画を始めてから３年間ずっと続いています。

物件の価値を高めるには、人と人がつながる“楽しいコト”を大家がプロデュースすることが大切だということがわかりました。物件のコミュニティが楽しければ、その空気に共感する人が入居し、入居者同士が自然と仲良くなり、人と人のつながりが生まれることを実感しています。また、入居者の中に結婚する人がいて、「結婚式は挙げない」ということでしたが、他の入居者がハウス内でサプライズの結婚式を企画したことがありました。大家の私もびっくりしましたが、本当にいい雰囲気でした。

自分のまちは自分たちでつくる

この頃から「自分のまちは自分たちでつくる時代になった」ということを強く感じるようになりました。まちは行政がつくるものではなく、そこ

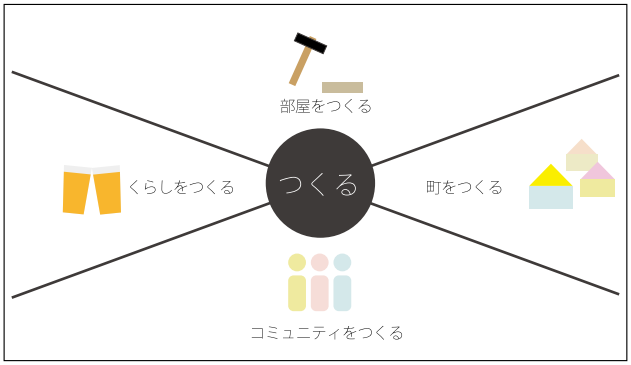
INNO　HOUSE

毎回盛り上がる「inno house bar」

に住む人たちがつくるものだということです。そして、まちづくりで一番大事な要素は、“素敵な人”です。私はそのような人たちを集めるために大家として何ができるのかということを考え、『つくる賃貸』を提唱しています。部屋をつくるだけではなく、暮らしをつくり、コミュニティをつくり、まちをつくる。そのためにはそれぞれ能動的な活動が必要になります。能動的な活動ができる人を集めるために、どのような部屋にして、どのようなプロモーションをすればいいのかということを考えるようになりました。

『つくる賃貸』を実現するには順番があります。まず、自分らしい「部屋をつくる」ということです。自分でカスタマイズしながら、おしゃれな部屋、わくわくするような部屋をつくる。次にそこに家具が入り、自分らしい「くらしをつくる」ことで生活が楽しくなります。それをSNSなどで拡散してもらいます。そこから、人と人の興味がつながって、人が集まるようになり「コミュニティ」ができます。そうするとまちに関心がわき、家の外に出て、住んでいるまちを楽しくしたいという気持ちが「まちをつくる」につながります。大家の仕事はこのプロセスの中の「部屋をつくる」「くらしをつくる」ところまで。それ以降は素敵な入居者たちが進めてくれます。その時点からは、私は大家というより、お客様と同じ立場で楽しんでいる気がします。

大家として意識しているのは、「住みたいと思う家」をつくり、「住んでよかったと思う家」にすることです。そのための方法はそれぞれ違いま



「つくる」のコンセプト

す。「住みたいと思う家」にするためには、デザインや機能性を充実していくことが必要ですし、「住んでよかったと思う家」にするためには、ハードよりもソフト面が重要で、人とのつながりを感じ、住んでいて毎日ホッとする気持ちを持ってもらうことが大切になります。

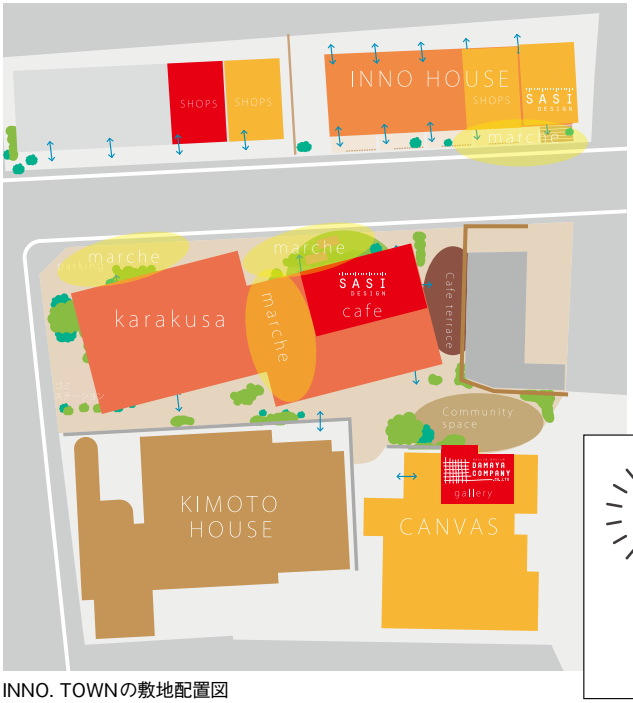
「INNO HOUSE」が完成し、入居者の方が自分たちの暮らしをつくり始めた頃、その様子を紹介できるよう、まず物件のホームページをつくりました。次に、当社の敷地を見渡すと「INNO HOUSE」以外に古いＲＣ造の物件や駐車場などが集まっていたので、それが当社の強みになるのではないかと考えました。まとまった土地で仕掛けをつくれば、このエリア一体のブランディングや商品化ができるのではないかとおぼろげに思い始め、その中心に、まちづくりの拠点になるような建物をつくろうと思いました。それが「INNO. TOWN」の構想です。その過程で、私の中ではエリアの価値を高めることが物件の単体の価値を考えることよりも重要なのではないかと考えるようになったのです。最初は物件だけに目を向けていましたが、そこでの暮らしが楽しいと、楽しさがまちににじみ出てきます。そうなると今度はまちに関心をもつようになります。「INNO. TOWN」のコンセプトは、「自分たちでまちをつくっていく」ということ。物件ロゴのタンポポには、ワタボウシのように私たちの活動が伝播して、他のまちの大家さんもまちづくりに取り組むきっかけになればという希望を込めました。

「INNO. TOWN」の中心にできたのは、“まちとコミュニティをつくる賃貸マンション”「karakusa」です。「karakusa」はつる植物を図案化した文様の総称。住民や地域の人、働きに来ている人たちが交差し、つながり合い、様々な形で外に広がっていくコミュニティの様子を表せるのではないかと、物件名に採用しました。

物件を地域に開いていく

「住みたいと思う家」をつくるという視点から、多様な間取りに加え、自然素材とDIY賃貸を導入し、災害時用の食料保管庫や公民館的な役割を果たすカフェをつくりました。「INNO HOUSE bar」が盛況で、イベント開催場所の不足や、盛り上がるからこそ起きる騒音問題も解決したいという思いもありました。ただ、運営主体を置かない、単なるオープンスペースは場所の管理が難しくなります。そこで、カフェという形にして収益を出しながら、人が集まる公共的な性格の場所にしようと思いました。しかし実際は、そのような意向をくんでくれるテナントを探すのは難しく、最終的には入居していたデザイン事務所がカフェを運営してくれることになりました。駐車場も緑地化し、カフェだけでなくインテリアショップや若手クリエイター向けのギャラリーなども構想に入れました。建設中にもいろいろなことがひらめきました。

１年ほどの建築期間はずっと足場が組まれていて、周辺住民の皆さんは「あそこに何ができる



INNO. TOWNの敷地配置図

「karakusa」上棟式の模様

の？」「誰がくるの？」など不安に感じるはずです。そこでもっと中身をオープンにしようと、上棟式で餅まきをすることにしました。チラシを近所に配ったところ、当日は200人と大勢の人が集まり、喜んでもらえました。それ以外にも近所にご挨拶に回るとともに、現地でマルシェやビアガーデンなどを開催し、飲みながらまちづくりの構想について話をしました。「karakusa」は全11戸あり、10戸が居住スペース（６戸/ファミリー、４戸/単身向け）、１戸がカフェです。内部は、木の風合いを取り入れましたが、収納は一切つくらず、工具を置いて入居者が自作する方法にしました。壁もテイストの統一感を出すため、DAMAYAカラーとして10色を指定し、その中から好きに塗ってもらうようにしました。満室になるまで４カ月かかりましたが、最終的には同じような趣味・嗜好や価値観を持つ入居者が集まったので、よかったと思っています。

この取り組みを通じて、「自分たちはまちをつくっている」「豊かな暮らしをつくっている」のだという実感がわきました。１枚のパースが、だんだんと現実味を帯びてくる過程は本当に楽しかったです。また、エリアをつくる過程で、エリアをくくるようなものがあるといいと思い、看板を作成しました。まちの“顔”ができ、いい味を出していると自負しています。植栽も、管理は大変ですが花や落葉樹を植えること

INNO.TOWNの
外観と看板

自然素材にこだわった部屋

で、季節感が出せるようにしました。

エリアに一体感が出てくると、人が集まってきます。敷地内のもう１棟の古い長屋の空き室でもいいから入居したいという方もいましたので、リノベーションするまでの期間、格安家賃で入ってもらいました。最近は、「まちの人を育てる」という活動も始めています。初めてスモールビジネスをする人たちは、スタートアップの資金がなかったり、ビジネスセンスもまだ脆弱だったりします。私は前職でマーケティングの仕事にも携わっていましたので、ＨＰの作り方やプロモーションの仕方など、大家として出来る限りの営業支援をしています。その結果、売り上げが伸び悩んでいた店舗も徐々に販売額が伸びるようになっています。

これまで引越しを繰り返してきたある入居者が、家を買って退去する際、送別会を開きました。そのとき「この物件に入って初めて引越ししたくないと思った」と言われて、最高に嬉しかったのを覚えています。入居者にとって「住んでよかったと思う家」になったのだと実感した瞬間でした。その方はイベントがある時にはいまでも、引越し先からわざわざ参加してくれます。

敷地内にオープンしたカフェ

大家と不動産会社は、目標や戦略を共有できる仲間

大家として一緒に仕事がしたいと思う不動産会社は、「目標や戦略を共有できる仲間だ」と思わせてくれる会社です。その戦略とは「誰に、何を、どうやって売るかまたは貸すか」ということです。大家と不動産会社がこの戦略を共有していないと絶対にうまくいきません。はたして不動産会社の皆さんは、大家と一緒に戦略を練っているでしょうか？大家は表立って口にしなくても、必ず戦略を持っているはずです。

戦略のなかでも特に重要なのは「誰に貸すか」です。今は多様化の時代ですので、住居に対してもさまざまなニーズがあります。例えば「今の若い子に畳はだめだ」などと言いますが、“若い子”と言っても幅が広いですし、畳がいい、レトロでいいという人もいます。年齢や職業、趣味などについて「大家さんはどんな人を入れたいのです

東京でオープンした「シーナと一平」

か？」「どういったまちづくりをしていきたいのですか？」ということを質問し、戦略を共有してほしいと思います。「誰に貸すか」を間違えるとその後が大変です。「こういう人に来てほしい」というターゲットを明確にして人を集められれば、その後は入居者同士がおのずと良質なコミュニティを形成していきます。また不動産会社が地域から長く支持されるためには、“まちづくり”の視点が重要です。ただ残念なことに「一緒にまちづくりしましょう」と声をかけても、自分の商売には直接結びつかないと思うのか、ピンとこない会社が多いように思います。

最後に意識してほしいのが、住居設計は商品設計だということです。どんな商品でも多様なニーズに対して品揃えも豊富で選べる時代なのに、住宅はどうでしょうか。大半の賃貸住宅は同じようなタイプばかりです。やはりお客様の顔がわかり、ニーズを把握できるのは家探しの最前線にいる不動産業者です。大家が入居希望者のニーズを把握できるよう、お客様の声をもっとフィードバックしてほしいと思います。大家は本来入居者が望む物件をつくるべきですし、入居者のニーズとあわない物件をつくると、すぐ退去されてしまいます。住宅が余っていると言われますが、消費者が本当にほしいと思える物件が少ないのではないでしょうか？当社の「karakusa」は不便な場所にあるにも関わらず、入居待ちが出ている状況です。これからは、大家と不動産会社が一体となり、家づくりからまちづくりまでともに携わっていくことで不動産業界も盛り上がっていけると思います。

ダマヤ・カンパニー株式会社

代 表 者：代表取締役　木本孝広
所 在 地：兵庫県宝塚市高司2-17-6
電話番号：0797-72-6921
H　　P：http://damaya-company.com/
事業内容：不動産賃貸業、不動産運営コンサルタント（住宅・事務所・店舗・駐車場等）

大阪府宅建協会中央支部研修会

リノベーションではなく、DIYから始めるまちづくり

初期投資を抑え、皆で場をつくる“育てる不動産”

吉原住宅有限会社／
株式会社スペースRデザイン

地方都市の若手タウンマネージャーを育てる

当社は福岡市内の老朽ビルを中心とした不動産再生事業、コンサルティング事業などを行っており、これまで手がけた物件は28棟358室になります。また福岡県下12都市の仲間たちでNPO法人『福岡ビルストック研究会』というチームをつくり、衰退消滅都市と指摘されるような、人口が減少し、巨大シャッター商店街や古民家の空き家が立ち並ぶような場所でまちの活性化に取り組んでいます。

私のビジョンは、築100年続く賃貸ビルやマンションの経営です。このビジョンを本気で目指し伝えていくと、周りのビル経営者の意識が変化し、まちが変化するという現象が起こり始めました。各地域の２代目、３代目の若手オーナーを中心としたＮＰＯの仲間たちと一緒にタウンマネジメントに取り組み、今、大きな飛躍を遂げつつあります。それまでは目の前にある物件の再生に軸を置いていましたが、現在の私の役割として、地方の若手のタウンマネージャーを育てるという立場が新たに加わりました。

私は40歳まで旭化成株式会社の医薬部門で臨床研究を行っていました。2000年に福岡に戻り、家業の不動産会社「吉原住宅」に２代目として跡を継ぎました。引き継いだ当時は大変な経営難で、所有物件はどれも築20年以上経過した老朽物件ばかりで、空室率も高く、家賃を下げてもなかなか入居者が決まらない状況でした。そのなかで、2003年に初めてリノベーションに取り組んだ物件が築48年の『山王マンション』です。当時は再生手法も知らず、誰に相談しても「建て替えろ」としか言われず、孤立無援な立場で悩んでいました。家賃の滞納も全体で2,000万円近くあり、壊すにしても借金を新たに背負わなくてはならず、経営難の小さな会社で、しかも子どもが生まれたばかりでしたので、建て替えという選択肢は考えられませんでした。それに１棟壊すということは、40戸のマンションだと40世帯が町内会から消えてしまうということになります。賃貸オーナーの役割というのは、大きな社会的責任が

吉原勝己 氏

1961年福岡市生まれ。1984年九州大学理学部卒業後、旭化成㈱で医薬品の臨床研究を17年行う。その後吉原住宅(有)に入社。2006年ＮＰＯ法人福岡ビルストック研究会設立、2008年㈱スペースＲデザイン設立。

あるということを痛感するようになりました。経営難から生まれたリノベーション賃貸がすべての始まりになります。

古いことが価値になる。古い建物はまちの資源

リノベーションを思いついたのは、外国の雑誌の中の、古い建物が素敵な部屋になっている写真を見てからですが、当時はまだ世の中にリノベーションという言葉がなく、リフォーム業者に相談しても断られるばかりでした。半年後にやっと請負業者を見つけリノベーションをし、「再生デザイナーズマンション」と名づけて仲介業者に客付けをお願いしたところ、「素晴らしい部屋ですね、でも入居者は築年数で選ぶので家賃は据え置きです」と言われました。それで仲介会社は頼りにならないことを知り、仕方なく友人を頼り口コミで集客したところ、メディアの取材が殺到し、いきなり有名な物件になってしまいました。

ただ、その際にかかった費用は１部屋450万円。これを全ての部屋で行うと、建て替え以上の費用がかかってしまいます。そこでこのような部屋をつくる技術を蓄積し、自前で再生ができるように、工事監理、仲介、設計デザイン、マーケティングができる実務経験者を集めてチームをつくりました。私は実務ができないので、プロデューサーになり、再生事業と市場形成に注力することにしました。

その後当社で悩んだ経験を活かし、2008年にはオーナー向けのコンサルティング会社「スペースＲデザイン」を設立しました。すでに『山王マンション』は、45室中35室が全部違うデザインの部屋の集積体となり、全国から視察が来て研究対象となるような物件になりました。その結果、物件がブランド化し、物件指定の需要が創出できましたので、家賃を上げ、リーシングにも悩まず手堅い経営ができるようになりました。リノベーションのデザインは、プロではなくほぼ全て知り合いの素人が行っています。プロは失敗ができないため見たことのあるデザインになりがちです。デザイン力がある素人がつくることで、他にはない斬新な部屋ができあがります。福岡の場合は入居期間が３年程度なので、“住む間は楽しい生活をしたい”ということが入居者のニーズだと判断し、その希望を叶えられるのがこのスタイルだと思いました。

入居希望者と話をしているうちに、建物をつくった人たちの思いをきちんと受け止めて、翻訳者としてきちんと語っていけば、古いものをよしとする人が結構いるのではないか、と感じるようになりました。古いものに価値があるという文化をつくればそこにファンが集まります。昭和な空間、古い建物は未来のまちの資源になるということに自信と信念が生まれました。

本質的な強みは、リノベーションではなく人の「つながり」

そのうち古いものが好きな入居者同士がつながりを求め始めました。Facebookに「私、壁を塗りたい」「じゃあ一緒にやろう」というやり取りがあったので、それなら管理会社である当社がお手伝いして入居者と一緒に行えばいいと思い「リノっしょ」というサービスをつくりました。入居者とDIYを一緒にすれば仲良くなるのでクレーム（サービスリクエストと呼んでいますが）がな

住人と一緒にリノベーションする「リノっしょ」

山王マンション1Fのシェアカフェ「凹（ポコ）」

くなり、その後の管理が楽になったことと、当社が入ることで変なデザインになることを抑えつつ、付加価値のある部屋ができたことで、退去後に家賃を上げられるようになりました。リノベーションはどうしても寿命があり、ある時期から資産価値が落ちますが、DIYは入居者が絶えず手を入れることで部屋の価値は上がっていきますので、寿命のない経営ができる可能性を感じます。さらに社内では、「リノっしょ女子部」をつくり入居者とイベントなどをしています。入居者とコミュニケーションがとれることで仕事が楽しくなり、部屋もバージョンアップするという、win -winの関係がDIYで形成され、今までの賃貸経営の根幹を変えるようなことが起きている実感があります。

このような人たちが集まると、駐車場に1品を持ち寄ってパーティなどをし始めます。さらに、入居者同士が町歩きのグループをつくり、勝手にまちを飲み歩き、まちの紹介マップまでつくるようになりました。古い建物を好きな人が集まり、それがコミュニティになり、さらに皆に来てもらえるようなまちをつくろうという活動に発展するという現象が自然に発生しています。最近、福岡では町内会の集まりごとがしにくい状況なので、コミュニティのある賃貸物件が増えていけば、それが、都市における未来型コミュニティになるのではないかと思います。今まではまちづくりというとオーナーや不動産会社が行っていましたが、入居者が自ら動き出す時代になってきており、私たちはこのような活動をまとめていくことが、これからの仕事になるような気がします。

賃貸物件がまちのコミュニティの核になる時代がくることを予想して、その仕掛けとしてシェアカフェを始めました。場所も時間も貸す単位を小さくすると月単位の収入が高くなります。必要なのは運営する力ですが、それもwebがしてくれます。これからの賃貸業は賃貸借契約ではなく利用契約で稼ぐ時代になるかもしれないと感じていますし、この形式ならコミュニティもつくれます。私たちが運営する限り来店する人は将来の入居者になりうるため、事前にいい関係がつくれるという点もメリットの1つです。

リノベーションしてもある時点から価値が下がりますが、DIYなどを通じてコミュニティを商品化できると、「経年劣化から、経年優化」になります。コミュニティは時間をかけてつくられるものですが、いい入居者が集まれば、その人たちがどんどん情報発信してくれて、さらにいい入居者が集まる。そうなれば人気の物件になり、家賃を上げることができ、オーナーの収入もアップします。それが自社物件の運営を通じて得た事実です。

ビンテージ不動産の推進は、社会課題の解決につながる

会社の収益が上がってきましたので各物件で耐震補強をしています。耐震補強費はだいたい年間の家賃収入規模ですので、1年分の収入を投資し

費用・場所ともに小規模で商売が始められる「清川リトル商店街」

てその後の50年が担保できるとすれば、築50年の物件は100年もつことになります。築100年続く経営を目指すと述べましたが、築100年は一族でいうと３世代。３世代にわたり借金をせずにその物件からキャッシュが得られれば一族の利回りは建て替えるより高まります。耐震補強をすることで、古いビルの再生が新築するより多くの可能性を持つということが証明できるようになりました。

私たちは、ワインと同じように熟成されると価値が上がる「ビンテージ不動産」というものを推進していますが、そのフラッグシップとなっているのが『冷泉荘』です。築58年で、昔はスラムのような状態でしたが、今では建築家や文化人が入居するビンテージ物件になっています。一般的には長期に入居してもらえる物件がいい物件と言われますが、当社の場合は、むしろ年間10％程度の退去率を見込んでいます。退去のタイミングでないと家賃が上げられませんし、ブランディングする大切なきっかけになります。建物は古くなるほど経済的価値が上げられる時代がきたのだと実感しています。

今でも『冷泉荘』に入りたいと問い合わせがありますが満室ですので、周りにある当社がコンサルティングしているビンテージ物件に入ってもらいます。このような物件が増えるとまちが変わっていきます。どこの都市でも、まちの中にある１つの築古物件を再生して話題にできれば、それが核となり周りのオーナーの意識に影響を与え、少しずつまちが変わっていきます。１つのビンテージ不動産が拠点となり、徐々に時間をかけて需要がまちににじみ出ていきます。まちは発展や衰退がありますが、変わらないのはやはり物件に対する先人の思い、一族の思いです。その思いをくみ取り伝えることが、資産価値を上げるための原点です。

私たちが取り組んでいることは「社会課題の解決事業」だと思います。オーナーに対しては、空き家を持続可能なビジネスに変え、借主に対しては、人間関係が希薄なコミュニティを、つながりのある社会に変えることができます。社会課題を少しでも解決することができれば、儲かったお金はまちに再投資されます。そのような事業をする会社が増えていけば、まちは自然と良くなりますし、市民が味方になってくれます。これからは、空き家を使いこなせないようなまちはどんどん衰退していくと思います。

このような流れをつくれるようになったのは、Facebookのおかげです。Facebookで口コミ的に広げていくことがユーザーの真実として捉えられる時代になりました。当社は広告費を一切使っていませんので、Facebookが私たちの活動の広報の出発点ともいえます。

初期投資をかけず、場を育てブランド化すれば収益力を生む

現在、当社ではさまざまな新しい取り組みを進めています。『新高砂マンション』の１階では、１坪の小屋を使い小さな店を集めた『清川リトル商店街』を開きました。小屋の材料はホームセンターで４万円で購入し、自分で組み立て、DIYで内装を施します。家賃１万5,000円、出店初期費用は５万円で、費用も場所も小さく始められることがポイントです。リスクさえ低くすれば商売を始めたい人は大勢います。その仕組みをどうやってつくり上げるのかが、これからの不動産業

駐車場でスタートできる「トレーラーオフィス」

年々賑わいをみせる『DIYリノベWEEK』

の仕事だと思います。

また、空き地があればオフィス街をつくれるという実験も始めました。安いトレーラーを買い集め、単なる駐車場だったところに「アウトドアトレーラーオフィス街」という仕事の場をつくる試みです。駐車場よりも賃料が稼げますし、何よりまちの賑わいがつくれます。また、敷地内にある木にDIYで皆でツリーハウスを作りましたが、それだけでテレビが取材に来ます。工夫次第で空いている場所はできることがいくらでもあります。そして、その場の収益力を高めるにはストーリーが必要です。単に区切って貸すだけでなく、その場を皆でつくる、育てる仕掛けをすれば、一瞬手間はかかりますがそこにコミュニティが生まれ、それがブランドとなり最終的に高い家賃で貸せるようになります。

これまでの不動産業は最初に投資をして箱をつくっていくらという貸し方をしていましたが、その方法に限界がきていると思います。私たちは皆と一緒に何もないところに場をつくります。この意識がフロンティア意識として素敵な人たちを集める力になります。家賃は最初は低くても、10年、20年後には新築では考えられないような高い家賃で貸せるようになります。リノベーションするのは人が集まってからでいい。最初から大きな投資はせず、皆で場をつくり上げ、徐々にブランド化し、その後に本格的な家賃設定ができる“育てる不動産”というやり方が、これからの不動産業と思っています。その前提となるのは、「つながりを求めている人がたくさんいる」ということです。

大きな投資を全くせず、DIYによって市民の力でまちを変える事例が生まれています。規模の大きいシャッター商店街でDIYイベントを繰り返すことで、市民を巻き込んだ場づくりをしている点で大牟田市は大注目です。彼らは、「消滅都市って国から言われたが、消滅するかどうかは国が決めることではなく、そこに住み、働き、生きる人が決めることだ」と宣言しています。

大牟田市をはじめ福岡都市圏の仲間たちに呼びかけて12チームが集まり、『DIYリノベWEEK』という1週間のツアーイベントを仕立てました。このようなイベントがないと絶対に行かないような中心市街地のシャッター商店街、空アパート街に、地元の人たちがDIYでその地域ならではのデザインの空間をつくります。これからのまちのつくり方として、地域の文化をどれだけ不動産に盛り込むかということがまちの価値を上げるポイントだと思っていますので、その演出の手段としてDIYは最高です。

このイベントの参加延べ人数は1,133人、経済効果は1,000万円にものぼります。イベント開催費用を全く使わなくてもこれだけの人を集めることができます。補助金だよりでなく商店街がどんどん開き、1年前と全く違うまちになっている

大牟田のシャッター街にオープンしたイタリアンレストラン「trattoria nido（トラットリアニド）」

ことを参加者は実感します。このツアーを通じて私たちの活動のファンをつくっていきたいと思います。

これからは再生と投資をセットに考える

2015年２月には、不動産投資会社「ビンテージのまち株式会社」を設立し、団地を購入しました。ここを久留米市で活動する半田兄弟※に任せて、彼らの勉強の場として再生に取り組んでもらっています。これからは単に再生するだけでなく、投資とセットにしないと再生はなかなか進まない時代だと思います。この団地の利回りは38％ぐらいですが、投資の視点からすると地方の物件は魅力的です。一方、地方のオーナーは大規模改修費の負担や事業承継不足などの問題から物件を売らざるを得ない状況があり、それを私たちが購入し、私たちの技術で収益が上がる物件に仕立て、地方のプレーヤーに仕事をつくっていきたいと考えています。

久留米市の「コーポ江戸屋敷」でスタートした団地再生事業

まちづくりに不動産のプロが積極的に関わってほしい

このように地方都市では非常に面白いことが起こりだしていますが、これが大牟田市や、久留米市だけでやっていても注目を浴びなかったと思います。点が線に結びついたことで、地域を越えたつながりとして全国にメッセージが伝わるようになりました。１つのまちでできないことは皆でやろう、まちを越えてつながっていこうとしています。

また、まちづくりに取り組む人はそれぞれが志を強く持っています。お金はありませんが時間がありましたので、熱い志のもとに時間をかけて取り組み続けた結果、まちに大きな変化を生みました。しかし、残念ながらそのプロセスに不動産のプロがあまり関わっていません。やはり、オーナーとの契約など不動産のプロが関わらないとうまくいきませんので、不動産業者の協力があればもっとスピードアップしてまちを変えていくことができます。オーナーに対しても、若い世代を信じ、彼らの活躍の場として所有している遊休不動産を長く使わせる度量を持てば、若い世代の志とまちを生かすことになると伝えています。

※　H&A management半田啓祐氏、満氏（福岡県久留米市）

吉原住宅有限会社／株式会社スペースRデザイン

代 表 者：代表取締役　吉原勝己
所 在 地：福岡県福岡市中央区大名2-8-18
電話番号：092-721-5530（吉原住宅）／092-720-2122（スペースRデザイン）
H　　P：http://www.tenjinpark.com/（吉原住宅）
　　http://www.space-r.net/（スペースRデザイン）
業務内容：吉原住宅＝福岡都市圏のオフィスビル・駐車場・賃貸住宅のプロパティマネジメント／スペースRデザイン＝不動産コンサルタント、不動産管理・仲介、工事監理、空間デザイン・ＷＥＢデザイン、損害保険代理業

大阪府宅建協会中央支部研修会

不動産の買取りは、まちづくりの有効な手法

物件の目利きと資金調達は、宅建業の得意分野

清陽通商株式会社

築古物件再生は地域活性化のチャンス

タウンマネジメントの仕事はいろいろとありますが、私たちは宅建業者ですので、今回は築古物件を買い取って再生・運営するための物件の目利き、資金調達、運営収支についてお話しします。

当社は、住宅系収益不動産の売買仲介に特化した宅建業者です。住宅や土地、ビルや店舗などは扱わず、住宅系の１棟物件のみを扱い、10年間で約260棟を仲介しています。業者間売買はほとんどせず、個人オーナーか不動産投資家が主な顧客です。また当社の強みは銀行融資に精通していることで、自己資金の少ない人にも融資をつけて物件を買ってもらっています。一方、自社でも郊外の築古のアパート１棟と文化住宅１棟を購入し、再生と運用を行っており、その経験からタウンマネジメントやまちづくりと不動産投資は意外と共通点が多いのではないかと思うようになりました。

ここ数年、収益不動産の価格は上昇しています。郊外の収益物件もこの４～５年ぐらいで1.5倍程度になっています。ただ家賃はほとんど上がらず、物件価格のみ上がっていますので一種バブルのような状況になっているのではないかと思います。

価格が上がり物件がなかなか買えない状況のなかで、短期間で急速に資産を膨らました人がいます。当社のお客様ですが、文化住宅を親から相続したのをきっかけに収益不動産投資を始めて、６年間で資産総額が40億円、年間賃料収入で６億円を稼いでいます。どのようにして資産を増やしたのか、その秘訣を聞いたところ、「とにかく田舎で築古、ボロボロで空き室だらけの誰も絶対に手を出さないような物件を、どこよりも安く買って再生する」ということです。逆に言えば、「都心部の築浅、ピカピカで満室」の物件を買っても絶対に儲からないということになります。

私も昨年、大阪市内でとんでもない利回りの物件が売り出されているのを見つけました。部屋数と周辺家賃から換算すると満室にできればグロスで60％程度の利回りになります。買わない手はないと思い実際の物件を見に行ったところ、建物

栗本唯 氏

収益物件専門仲介会社・清陽通商株式会社代表取締役。宅地建物取引士。
昭和42年6月生まれ、大阪府羽曳野市出身。
京都産業大学外国語学部卒業。岩谷産業、日本サムスン勤務を経て独立。平成19年に宅地建物取引業免許取得後、260棟以上の収益物件を仲介。著書『不動産売却のプロが明かす！収益用アパート・マンション物件を相場より高く売る方法』ほか

は昭和40年代の鉄骨造で悪くなかったのですが、強烈な占有者がいたのであきらめました。そこで先ほどの投資家に連絡を入れたところ、即決で入札し購入。そして、自ら裁判を起こして占有者の排除を行い、結局フルリノベーションをして、40％くらいの利回りを見込んでいるようです。まだ探せば大阪市内でもこのような物件があるはずですが、築50年経過しているなど一般の人ではなかなか手を出せません。しかし、そのような物件を不動産会社が購入して再生するということは、目的は違っても、まちづくりの手法と入り口の部分では一緒ですので、不動産会社がタウンマネージャーになり、まちを活性化する担い手として活躍するチャンスがあるということになります。

物件を評価する場合は原価法が基本。返済比率は満室賃料の60%以内

そのためには何をすればいいのか、どういう目利きをすればいいのか、そもそも収支が合うのかということについて話をしたいと思います。さて、例１の物件を皆さんは購入するでしょうか？

【例１】１棟収益マンション	
販売価格	7,700万円
所在地	大阪市中央区谷町6丁目
土地	100㎡　相続税路線価25万円／㎡
建物	平成元年築、鉄骨造5階建て
延床面積	310㎡
間取り	店舗×１、1K×14戸
満室時年収	930万円（利回り12.07%）、現在2室空き
備考	検査済証あり

例１・１棟収益マンション事例の概要

大阪市中央区にあり、平成元年築で利回り12%ですので、おそらく、媒介を取得しレインズに掲載すると、朝から電話が鳴りっぱなしで買い付けが午前中だけでも10本は入るでしょう。しかし、実際は成約できないと思います。なぜなら融資が通るはずがないからです。この物件では融資が出たとしても3,500万円。信用金庫でも5,000万円がぎりぎりで、思った以上の低い評価にがく然とすることになります。

物件の価格査定をきちんとすると、この物件がなぜまずい物件なのかということがよくわかります。価格査定の方法には、「取引事例比較法」「原価法（積算評価）」「収益還元法（直接還元法／ＤＣＦ法）」がありますが、私たちは不動産鑑定士ではないので、「この案件を銀行に持ち込んだとき、どの銀行がいくら融資してくれるのか」がわかればいいわけです。

原価法による評価額の算出

その中で最も簡単な方法は「原価法」です。土地価格は相続税路線価、建物価格は再調達単価と法定耐用年数から築年数を引いた残存年数で計算します。ただし、再調達価格は金融機関によってまちまちなので、当社では某メガバンクの基準で計算します。これに基づき、例１の物件の積算評価額を計算してみると、土地評価価格が2,500万円、建物評価価格が1,020万円、合計3,500万円。つまり、販売価格7,700万円、利回り12％の物件のはずが、銀行に融資を持ち込むと

【例１】のマンションの評価額	積算評価額	収益還元評価額
評価額	35,211,765円（①＋②）	34,000,000円
計算式	①土地：100㎡×　25万円　＝　25,000,000円 （相続路線価格） ②建物：310㎡×　16万円×　7年/34年　＝10,211,765円 （再調達価格）（残存年数/法定耐用年数）	①収入：930万円×　80%－（930万円×20%）＝　558万円 （満室時年収）（想定入居率）　（経費） ②返済　＝12,629,977円 ・金利：4% ・ローン期間：7年（法定耐用年数34年－築年数28年）

例１の積算評価額と収益還元評価額

利回りが高くても全く評価が出ないということがわかります。ただ、最近は積算価格を無視して利回りだけで評価する金融機関もいくつかありますので、その場合は少し高い評価が出ますが、購入者自身が最終の出口になりますので、生涯所有するのであれば大丈夫ですが、途中で売却する場合は大幅な損を出して売ることになります。

収益還元法による評価額の算出

もう１つの計算方法が、「収益還元法」です。この計算方法は、「満室想定家賃（年収）×想定入居率－経費＞銀行返済額（年間）となる価格」ですが、入居率がいつも100％になるわけではありませんので、その分を考慮した正味の賃料収入が返済額より多ければいいという考え方で評価を求めます。この方法は自分で計算すると面倒なのでローン返済計算アプリなどを使うといいと思います。今回は、想定入居率を80％、経費を収入の20％で設定して計算すると収入は558万円。一方、返済は全額ローンで7年間とし、金利は将来の上昇リスクを考慮して4％で計算すると年間返済金額は1,260万円になり、大幅な赤字になります。ただし、収入額＞返済額になる数字がその物件の収益還元評価になりますので評価額は3,400万円です。収益還元法で求めた評価も積算評価額とあまり変わらないので、この物件の評価はだいたいこの辺りだということになります。

ただ、収益還元法による評価には大きな問題があります。運営方法によって家賃収入は大きく変わりますので、その設定次第ではいくらでも都合のいい数字が出せます。例えば、家賃相場３万円のワンルーム物件を生活保護受給者に４万円で貸して、収益還元評価額を吊り上げて売り抜けるということが実際起こっています。したがって私は収益還元評価をあまり信用していません。さらに、これから改修して再生する場合はリノベーション費用の返済も発生しますので、計算が複雑になります。そのため、基本的に原価法を基準にして判断することを勧めています。

ただし、実際に物件を購入し、収益物件として運用する場合にはキャッシュフローを考慮しなくてはなりません。積算評価以下で安く買えたとしても、実際にキャッシュが回らなければ意味がありません。そのためには改修費用を含む返済比率を満室時賃料の60％以下に抑えることが最低条件と言われており、そうでなければ少し空き室が増えたり、修繕費がかさむとたちまち事業収支は赤字になります。できれば50％以下に抑えることが望ましいと言われますが、相当安く買わないと難しいですし、もし安く買えたとしても改修費が発生するので結果的に高い買い物になる可能性が大きくなります。もしこの計算が成り立たない条件であれば、絶対に買わないようにすべきですし、仮に購入してしまったら無理して保有するよりは転売して違う物件でチャレンジすることを勧めます。まちづくりにはお金が非常にかかりますので、入居者のことを考えて良い物件にしていこうとか、ランドマーク的な物件をつくろうと考えている場合は、割高な物件を買うと全く収支が合わないので注意する必要があります。

しかし実際に、大阪市内でこの計算式に合う物件を探しても全くありません。私もいろいろな物件を見てきましたが、きれいで買いたいと思う物件は取り合いになりますし、やはり残っている物件は、接道瑕疵の再建築不可物件や、連棟式の長屋で1軒だけでは建て替えができず全員が出るまで待つので事業化まで何年かかるのかわからないといった、それこそ、「わけあり、築古、ボロボロ、ガラガラ、田舎」という物件です。ただ、そのような普通の業者では手を出しにくい物件を再生して、逆にそこに人が集まるような物件にすることが、物件と地域を活性化し、地域の人から喜ばれ、かつ自社の利益も最大化する一番の秘訣だと思います。

レバレッジをかける

まちづくりにおける空き家の活用の取り組みの方法として、サブリースで古い物件を一括で借り上げて、自分たちでお金を投資してリノベーションし、賃貸で運用して費用を回収するというパターンが多いですが、私はこの手法はあまり勧めませんし、やりたくないと考えています。その理由は、サブリースですので、その物件は自分の資産ではないにもかかわらず、リノベーションに数千万円もかけるとなると自己資金では無理なので、銀行で融資を受ける必要があります。そうすると、結局資産がないのに負債だけが増えていくことになるので、その物件単体の再生はできたとしても、「うまくいったので、もう１物件やろう」としたときに資金が追いつきません。物件の再生件数が増やせないと所詮１物件だけの“小商い”で終わってしまいます。それに対して、自ら物件を購入して保有すれば、借金を返済することで負債が減るために、資産（物件評価）が負債（借入金額）を上回り、なおかつキャッシュフローが相応に黒字であれば、金融機関はいくらでも融資してくれます。資産規模を何十億円と増やしたメガ家主はこのロジックで資産を膨らませています。実際に対象となる物件を見つけるのはなかなか大変ですが、不動産会社が物件を直接買い取って、どんどん再生してまちを元気にしていくということは理論上可能ですので、チャレンジする価値があると思います。

近隣の“嫌悪施設”がまちのランドマークに変わった

実際に、当社で再生事業に取り組んでいる例を紹介します。2015年９月に大阪府大東市で廃墟のようなマンションを購入しました。それが今では、『マイヨジョーヌ野崎』というデザイナーズ物件に生まれ変わっています。

物件は昭和53年築のＲＣ４階建てで、入居率はさほど悪くなく、利回りも16.5%。購入を検討するために試算すると、積算評価額が7,700万円、現状の利回り収入で計算した収益還元評価が5,700万円。法定耐用年数残存期間が10年しかありませんでしたのでキャッシュフローを心配しましたが、ある信金から15年の融資を受けられることになったので、少し躊躇しましたが思い切って購入しました。

ところが、物件そのものは非常に厳しい状況でした。入居率は高かったのですが、賃料は周辺最低金額で、20年以上放置されていたエレベーターは稼働不可、定期清掃についても近隣のシルバー人材センターから拒否されるほどで、生ゴミも散乱、隣地との擁壁も崩れかけていて、あるはずのない浄化槽が出現し汚泥処理が必要など、「近隣の嫌悪施設」と町内会長から言われるような、とんでもない物件でした（笑）。

それを約2,000万円かけてフルリノベーションしました。購入時の家賃は3.8万円で何とか無理して埋めていた物件が、リノベーション後は5.6万円で募集して満室になりました。ただ、その過程では家主負担で自由にリノベーションができるプランを用意したり、リノベーション物件を得意とする専門業者に客付けを依頼するなどいろいろと工夫をしました。入居者は、ほぼ全員が地元の人ではなく、

【自社物件】マイヨジョーヌ野崎（旧ビスタ野崎）

所在地	大阪府大東市野崎1丁目
土地	488.81㎡　路線価9.4万円/㎡（購入時）
建物	鉄筋コンクリート造4階建て、昭和53年5月竣工
延床面積	779.70㎡
間取り	2DK×20室（空き3室）
購入金額	7,024万円（土地4,000万円、建物2,800万円、消費税224万円）
満室時年収	約1,162万円（利回り約16.5%）
積算評価	約7,747万円（土地約4,595万円、建物約3,152万円）
収益還元評価	約5,700万円

自社再生物件『マイヨジョーヌ野崎』の概要

『マイヨジョーヌ野崎』の外観リノベーション。「嫌悪施設」から「ランドマーク」に変身

郊外から当社の物件を指名して来てくれました。その結果、近隣の人からは「環境がよくなった」と口々に褒められるようになり、まちのランドマークになりました。

ただ収支計算の面では“悪い見本”です。購入金額7,024万円に対し、借入金は6,700万円、さらにリノベーション費用2,000万円のうち1,800万円を借り入れましたので、借入金の合計金額は8,500万円です。積算評価は7,700万円ですので、800万円の債務超過となってしまいました。また、キャッシュフローについては、家賃収入は満室時年収で1,279万円と購入時よりアップしましたが、返済金額は年間841万円。返済比率約65％と、少し空室が出たり、追加の修繕費用が発生すると赤字になる可能性が高い、非常に危険な状態です。何とか入居者同士の飲み会やイベントなどを開催し、退室が出ないようなコミュニケーションづくりをしていこうと考えているところです。すでにＤＩＹワークショップなどは定期的に開催し、少しずつですがコミュニティが形成されつつあります。

使えないエレベーターは、うまく壁材で隠している

購入・リノベーション費用を積算評価内に収めることが重要

この案件における反省点は、まず物件購入価格が高かったことです。会社としてランドマーク的な物件にしていきたいと思ったので、結構必要以上にいろいろなものをきれいにしたり、宣伝にお金をかけましたので無理が出ました。次に、リノベーション費用の見積もりが甘すぎて、1,500万円程度に抑えたかったのですが、完全に予算オーバーになってしまった点です。本来は、購入金額とリノベーション費用の合算金額が積算評価内に収まることが理想的であり、その条件で再生物件を手がければ、金融機関の融資も継続的に受けられるはずです。ただ今回のように与信毀損しているので、次の物件に投資するにはもう少しキャッシュを積まないと難しいと思います。

リノベーションの費用については、会社の信用力によっては物件代金にプラスして貸してくれることもあり、そうなるともっと安い金利で長期に借りられるため、キャッシュフローの改善はできると思います。リノベーション費用を考慮した資金調達方法は今後しっかりと考えておく必要があります。

ただ今の大阪の不動産価格は高すぎます。普通に買える物件があまりなく、「買って後悔、売るに売れず」ということも起きてますので、今の市

『マイヨジョーヌ野崎』のリノベーション後の各部屋。６室実施して現在も満室状態。

況にはだまされないようにしてほしいと思います。

金融機関への営業も必要

資金調達に関しては、大阪は有数の金融激戦区で、融資は出やすい環境にあると思います。メガバンクは金利は低いですが、築古物件や違法建築物件は扱わないなど物件の条件が厳しいです。一方、大阪に進出してきている地方銀行や信用金庫・信用組合などは金利は高いですが比較的対象物件の条件が緩く、ねらい目とも言えます。また、政府系金融機関については、無担保融資制度が充実しているので、リノベーション費用や、文化住宅や借地物件を購入する場合などは利用しやすいと思います。“金融機関の融資がつかないから買いません”ではなく、きちんと評価が出る物件であれば、いずれかの金融機関が必ず評価をつけてくれますので、欲しい物件があるときには積極的に銀行回りをすべきだと思います。

まちのことを調べていたら、戦前の大阪は人口日本一、世界で６位という規模で「大大阪時代」と言われ、東京だけでなく香港、シンガポール、上海、ソウルなどよりもはるかに繁栄している東洋一の最先端の産業都市でした。しかし現在の大阪は、人口は68年ぶりに減少に転じ、神奈川県に抜かれ３位に転落しています。工業出荷額も愛知県、神奈川県に抜かれ３位となり、まもなく静岡県にも抜かれそうですし、大阪本社の大手企業は次々と東京に移転し、淀屋橋辺りでは空洞化が進み、郊外は惨憺たる状況です。地盤沈下し、活気がなくなりつつあるこの大阪に、かつてのような元気で賑やかな姿を取り戻すのは、私たちのような不動産業に携わる者の責務ではないかと思っています。「空き家が増えた」「人が減った」と悲観するだけでなく、なんとか地域を盛り上げようと頑張っていけば、きっと商売の面でも地域の人にとってもいい状況が生まれると信じています。

清陽通商株式会社

代 表 者：代表取締役　栗本唯
所 在 地：大阪府大阪市中央区北浜3-5-19
電話番号：06-4707-4620
H　　P：https://www.shizen-net.co.jp/
事業内容：住宅の１棟収益物件の仲介業務、賃貸マンション・アパートの運営管理業務

大阪府宅建協会中央支部研修会

創業100年、33万坪の大地主が、アートで地域活性化

地主の意識が変われば、まちの風景は変わる

千島土地株式会社

遊休不動産をアーティストの活動の拠点に

――御社の事業内容を教えてください。

当社は歴史を遡れば、18～19世紀に開業した呉服業がその起源になります。1912（明治45）年に芝川又右衛門が千島土地株式会社を法人登記し、すでに100年以上が経ちます。明治時代の初期に千歳新田、加賀屋新田、千島新田などの広大な土地を購入し、現在は大阪市大正区に約8万坪、住之江区北加賀屋に約７万坪、同区平林に約15万坪の他、合計約33万坪の土地を所有し、そのほとんどを借地として貸しています。戦前・戦後は工業用地として貸していましたが、最近は商業施設や物流倉庫、医療福祉施設等へと変わりつつあります。1960年代からはビルやマンションにも積極投資を行い、阪神間および福岡市内に60棟の物件を所有しています。

当社が他の不動産会社と違うのは、航空機賃貸事業を展開していることです。1985年にレバレッジドリース投資組合[※1]へ参加し、1998年からは飛行機本体を所有して（オペレーションリース）本格的に航空機賃貸事業を開始しました。この事業に進出した理由は、事業承継を見据え、節税のために償却資産を持つ必要があった点と、大阪では不動産事業が今後厳しくなるという見通しを持ったからです。これからのビジネスはグローバリゼーションを視野に入れる必要があるということと、不動産業で東京に今さら進出しても大きなビジネスにはならないという判断もありました。その意味でこの事業は地球規模のビジネスであるとともに、私のなかでは“東京パッシング”です

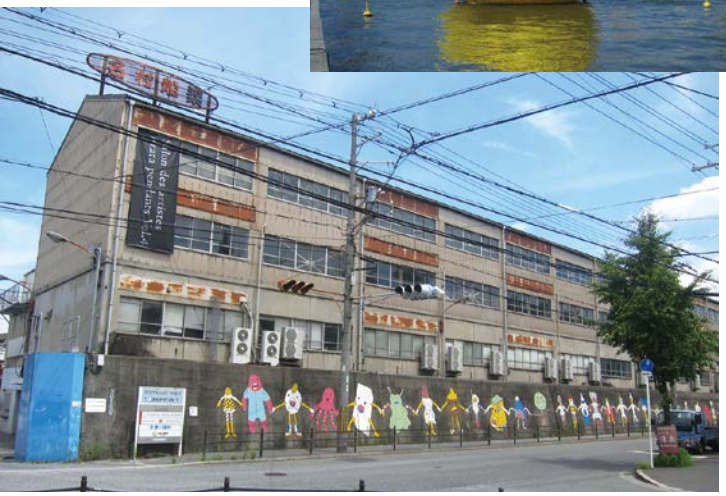
©NAMURA ART MEETING実行委員会

名村造船所跡地イベント「NAMURA ART MEETING」

芝川能一 氏

昭和23年兵庫県生まれ。昭和42年甲南高校卒業。昭和47年慶応義塾大学経済学部卒業後、住友商事㈱入社。昭和55年千島土地㈱入社。平成17年代表取締役社長に就任、現在に至る。千島土地㈱は江戸時代から続く豪商 百足屋（芝川）又右衛門の資産を引き継ぐ不動産会社で、現在は土地・建物の賃貸に加え航空機リースも手掛けるほか、所有不動産周辺エリアのまちづくり活動にも積極的に取り組んでいる。

ラバー・ダック


クリエイティブセンター大阪

(笑)。現在は航空機を28機所有し世界中のエアラインにリースしており、売上も不動産事業が約55億円に対し、航空機リース事業は115億円程度にまで成長しています。

――大地主で老舗の企業が、“アート”に目を向けたのはどのようなきっかけがあったのですか？

1931年から北加賀屋で操業していた名村造船所[※2]が、工場を佐賀県伊万里に移転するために1988年に土地を返却したいという話をいただきました。当時は不動産バブルのピーク前で土地値がどんどん上がる一方、土地は借りたら借りた人のもの、返却されることはあまり考えられない時代でしたので、ある意味小躍りして現状有姿で返してもらいました。しかし、当社が造船業をするわけもなく、しばらくは大型クルーザーの保管基地として稼働していましたが、バブルの崩壊とともにそれもなくなり、使い道もなく暗黒の時期を迎えました。

転機は2004年です。京都の三条通で小原啓渡氏[※3]がプロデュースした「三条あかり景色」というイベントを見て非常に面白いと思い、小原さんに実行委員会代表兼プロデューサーを務めてもらい、造船所跡地で『NAMURA ART MEETING '04-'34　vol.00「臨界の芸術論」』を開催しました。その頃の時代背景として、大阪では近鉄小劇場や大阪ガスが運営していた扇町ミュージアムスクエアが閉鎖され、アーティストたちが活躍する場所がなくなりつつありました。そこで、実験的な試みにチャレンジしようと『NAMURA ART MEETING』を30年間続けることにしました。このように異文化に触れたところから北加賀屋で自社物件を利用したまちづくりがスタートしたのです。

また、造船所跡地を恒常的な創造スペースとして活用するには年１回のイベントだけでは情報発信が少なくブランドにはなりにくいと考え、2005年には造船所跡地の建物の一部を改装し創造スペース「BLACK CHAMBER」を開設して、敷地全体を「クリエイティブセンター大阪（CCO）」と名づけて多くのアーティストに発表の場を提供してきました。

――地域の住民は“アートでまちを活性化する”ということを理解しているのでしょうか？

2007年に名村造船所跡地が綿業会館[※4]とともに、経済産業省の近代化産業遺産に認定されました。それを受けて、2009年に住之江区が「近代化産業遺産群を未来に活かす」というプロジェクトをつくり、地主、借地人、地域の代表、アーテ

「ク・ビレ邸」

「すみのえアート・ビート」

ィストたちが一堂に会する場を設けました。

実は地主と借地人の関係は難しいんです。地主は少しでも値上げしたい、借地人は何も条件が変わっていないのに値上げされる。したがって契約した途端に地主と借主は利益相反の関係となり、私たちも地域のかたとは距離を置いていました。しかし、ここもいずれ人口が減少し、地主と借地人が今のままつっぱっていたらいずれ地域は衰退していきます。そのような状況の中で行政が扇の要になり、私たちと地域住民を結びつけ、造船所跡地を利用して住之江区全体を活性化していこうという動きが始まりました。早速その年から実行委員会を立ち上げ音楽イベントを開催し、最近ではその延長で「すみのえアート・ビート」と称して「ラバー・ダック」[※5]も登場するイベントを秋に実施しています。すでに今年で７回目、１日7,000人が来る規模になりました。「ラバー・ダック」は、2009年に実施された大阪市のシンボルイベント「水都大阪2009」を地域貢献事業の一環として民間企業の立場から応援するとともに、多くの人に現代アートに触れてほしいということから当社が川の上に展示したのが始まりです。

一方で、例えば造船所跡地でコスプレイベントがあると、大荷物を持った無言の若者の集団がぞろぞろ歩いていき、その姿は地元の人たちにとってやはり奇異に映ります。そこで二間長屋を改修し『ク・ビレ邸』というバーをつくり、このまちに住む舞台監督とパートナーに運営を委託しました。このバーでお酒を介して千島土地がアートやイベントで地域を活性化させたいと思っているということを、アーティストから地元の人に伝え理解してもらうことにしました。表の顔は「近代化産業遺産群を未来に活かす」実行委員会で、いわば裏の顔はアルコールを介して地元の人と交流を深めるというやり方です。おかげ様で徐々に地元の住人にも私たちの活動が理解されつつある状況になっています。

また2008年には、造船所が華やかだったころから続いていた旅館を借地人が返還したいという申し入れがありました。そこで旅館の建物をそのまま引き継ぎ、運営を小原さんに委託し、アーティストを主に泊めるゲストハウス『AIR（artist in residence）OSAKA（現 Air Osaka Hostel）』として利用することにしました。この頃からこのエリアを芸術や文化で活性化したら面白いという機運が起こってきたと思います。

――「一般財団法人おおさか創造千島財団」はどのような位置づけになりますか。

こういう活動をしていると私がアートに理解があるように思われて、いろいろなかたから何とかしてほしいと声がかかるようになりました。しかし、自分に近い人だけを支援するのは公平性に欠けますし、地域活性のための取り組みの費用は経費として落とすことができません。そこで、2011年に「一般財団法人おおさか創造千島財団」をつくり、利益を追求しない事業は財団で行うことにしました。当社から一定の金額を財団に寄付し、そのなかで活動をします。助成の対象は、年に１回公募し、第三者で組織した選考委員会で決めます。公募する助成事業は、大阪で活動するアーティストやクリエイターの活動資金を助成する創造活動助成と、創造活動の舞台として「クリエイティブセンター大阪（CCO）」を無償で貸し出すスペース助成の２つのプログラムです。

アーティストを集めて まちの風景を変える

――「北加賀屋クリエイティブ・ビレッジ構想」について教えてください。

2009年からは、北加賀屋エリアを創造性あふれる魅力的なまちに変えていく試みとして、「北加賀屋クリエイティブ・ビレッジ構想」に着手しました。エリア内の空き家や倉庫跡地等を創造活動の場としてアーティストやクリエイターに安価で提供し、このまちが芸術や文化が集積する創造拠点として再生することを目的としています。既に約40の拠点があり、その代表的な拠点について簡単に説明します。

①コーポ北加賀屋

家具工場を改造した物件で、コーポの意味はコーポラティブハウスで、入居者が協議の上運営しています。この物件は最初に２組が入居し、彼らが窓口になって気の合う仲間を集めてもらい、部屋と家賃も割り振っています。改修費に約1,000万円かけ、従来の地代が月28万円くらいでしたが、徐々にアップし現在は家賃が月額31万円になっています。ファブラボ北加賀屋という３Dプリンターを利用できる工房もあり、地域の住民を巻き込んだイベントも行っています。

KCV（北加賀屋クリエイティブ・ビレッジ）マップ

②北加賀屋みんなのうえん

駐車場にするにも需要がない場所に空き地がいくつか点在しており、それを農園にしました。これは、一般の貸し市民農園とは色合いが違い、デザイン系NPOに運営を委ね、クリエイター的な考え方を加味して、有機で土作りをし自然堆肥で作物を育てています。アートや農に関するイベントも開催し、地域に開くことでコミュニケーションの場になっています。2013年に開いた第二農園ではキッチンスペースを設けました。

③MASK（MEGA ART STORAGE KITAKAGAYA）

大きな鋼材倉庫の返還を受けたので、巨大なアート作品を預かる倉庫にしました。作品の保管場所は無償提供しますので、当社の事業ではなく千島財団に当社が物件を貸し、財団が作品を預かるスキームです。アーティストが大きな作品を作り、展示が終わったあと置く場所がないという声を聞いてこのような場所を提供しました。年に1回作品を無料で公開し、地元の人や子供たちにアートに親しんでもらうことにしています。

④APartMENT

一部上場企業の社宅として使われていた、昭和40年代後半築の公団仕様の建物です。このスペックでは今の従業員は住みたがらないと返還を受けました。RCの建物ですが、普通にマンションに改修するのは面白くないし、自社の賃貸マンションともバッティングするため違った試みをす

「北加賀屋みんなのうえん（クリエイティブファーム）」

「APartMENT」

ることにしました。そこでアートアンドクラフト[※6]と相談し、まずは８戸を８組の著名なアーティストやクリエイターにリノベーションしてもらうことにしました。しかも入居者のターゲットはアーティストではなく、アートに関心のある一般の人。物件名にも「art」を入れ、建物の中にアートがあることを強調しました。部屋の中に庭がある部屋、コンセントが天井や壁一面に430個ある部屋、紙やすりを壁紙にした部屋、部屋に入ったときから録画が始まる部屋、長坂常氏[※7]率いるスキーマ建築計画が手がけた部屋などかなり個性的な部屋が８室できました。

――どのようなきっかけで、この構想を推進しているのですか？

当社は土地を貸していますので、建物は全て借地人が建てた物件です。これまでは、借地人から土地の返還の申し出があれば、基本的に原状回復、つまり建物を壊して更地にして返してもらっていました。それを当社が舗装して白線を引いて月極駐車場にしていました。以前はそれをどんどん増やしていきましたが、当社データによると1991年をピークにだんだん車離れが進んでいき、時間貸しでは稼げますが月極めでは商売にならなくなりました。そこで駐車場の新設はせず、建物はそのままにして返却してもらう方式に変えてしまいました。しかし、建物は空き家のまま置いておくとどんどん傷んでいきます。

そこで考えたのがクリエイターやアーティストに使ってもらうことです。クリエイターならばとにかく安い家賃にしてほしいはずですし、内装を自分で好きなように変えるスキルを持っています。当社としては建物はタダで取得しましたので、賃料で火災保険料と建物の固定資産税がまかなえれば収支が合い、相場より安い賃料で建物を貸せます。当社が建物を改修すると1,000万円近くかかりますが、そのまま貸せればコストはかかりません。よって躯体は当社が修繕するようにして、それ以外の内装の改修は借主であるクリエイターが行い、原状回復義務はなしにして貸すようにしたのです。そのような物件を『北加賀屋つくる不動産』として募集しています。また、当社には倉庫が多くありますので、そこに借地返還の際に取得した家の中にある使えそうな建具や家具をたくさん保管していて、DIYで入居する人にはタダで

「北加賀屋つくる不動産」

使ってもらえるようにしています。

――2011年に「メセナ大賞※8」を受賞されました。

このような取り組みをしていても、はたして正しいのかどうか、社会や地域の役に立つのかどうか、私たちはいったいどこに向かって進んでいるのかといった不安は常にあり、絶えず自問自答していました。しかし、それに対する答えとして、2011年「メセナ大賞」をいただくことができました。専門家の方々からの高い評価をしていただき、これまでの活動や考え方が間違いではなかったのだと自信を持つことができました。

――これからはどのようなことが大事になってくるでしょうか？

『ハーバードでいちばん人気の国・日本※9』の中で、これから日本はどういう方向に向かうべきかということが書いてあります。まず、グローバリゼーション。これについて当社は航空機ビジネスに参入しています。次にイノベーション。不動産業では特許をとることが難しいですが、アートに取り組むことや「APartMENT」のような新たな取り組みをすることでイノベーションを起こしていると思います。3番目が若者と女性の活用。当社は28名の社員のうち11名が女性ですし、若いアーティストたちに安い家賃でこの場所に住んでもらうことで、間接的に若者を活用していることになります。

昔は、千島土地がこの地域を独占しているからまちが発展しないと言うかたもいましたが、個人が細かく土地を所有していたら乱開発され、まちもバラバラになっていたはずです。地主としてしっかりしたプランを持ち、地域の魅力の向上のために取り組むことによって、まちの風景は変わっていくと思います。

事業概要

千島土地は1912年創業から100年以上も続く企業で、大阪を中心に約33万坪の土地を所有する。不動産賃貸業に加え航空機賃貸事業が収益の柱になっている。工場が撤退し、高齢化が進む大阪市住之江区北加賀屋エリアで、名村造船所跡地はじめ借地返還された建物をアーティストやクリエイターの創造の場として提供し、まちの活気を取り戻そうとしている。その活動が高く評価され、2011年に「メセナアワード2011」の「メセナ大賞」を受賞した。

※1　日本貨物航空向けB747-400F
※2　株式会社名村造船所（大阪府大阪市西区）
※3　「アートコンプレックス」の統括プロデューサー。 株式会社アートコンプレックス、リッジクリエイティブ株式会社、有限会社１９２８の代表取締役。（wikipediaより）
※4　2003年に国の重要文化財に指定された歴史的建造物（大阪市中央区）。
※5　オランダのアーティスト、F.ホフマン氏の作品
※6　株式会社アートアンドクラフト（本社：大阪府大阪市西区）
※7　一級建築士事務所　スキーマ建築計画（東京都港区）
※8　公益社団法人企業メセナ協議会が全国各地の優れたメセナ（芸術・文化振興による豊かな社会創造）活動を1991年から「企業メセナ大賞」として表彰している。2003年からは「メセナアワード」に改称。
※9　佐藤 智恵著PHP新書2016年

©増田好郎

千島土地株式会社

代 表 者：代表取締役社長　芝川能一
所 在 地：大阪府大阪市住之江区北加賀屋2-11-8
電話番号：06-6681-6151
H　　P：http://www.chishimatochi.com/
事業内容：土地賃貸事業、建物賃貸事業、航空機賃貸事業、地域創生・社会貢献事業、その他

大阪府宅建協会中央支部研修会

普通のまちの、普通の物件を地域の資源に

テナントの商売が長く続くために入居後も支え続ける

株式会社西村興産

観光資源がないまち、普通の長屋でも地域の活性化はできる

――藤井寺という郊外都市で空き家の活用に取り組んでおられます。

藤井寺は大阪府下では面積は一番小さく、東西南北のどこへも自転車なら15分で端まで行ってしまうくらいの広さです。人口は約６万人で、藤井寺駅の乗降客数は約３万人くらいと、近鉄南大阪線のなかでは最多ですが、市には特に大きな産業があるわけではなく、大阪のベッドタウンとして住んでいる人を対象にした普通の小さな店がぽつぽつと商いをしているまちです。

会社は創業40年をむかえ、私は２代目です。父の代から仲介業とミニデベロッパーの仕事をやっていて、今の業態に切り替えたのはリーマンショックの後です。ミニ開発の建売分譲の仕事は楽に商売できますが、金融機関から多く資金を借りられるわけでもなく、徐々に儲けも少なくなり、地方都市でこの先続けていてもあまり未来がないと感じました。そこで町を走り回っていたら、入居者募集の古い長屋の空き家が結構あることに気づきました。これを対象にすれば同じ不動産業でも新しい動きができると思い、５年くらい前から長屋の改修と活用の事業を始めました。

ただ、このあたりは、古民家のように建物自体に風情や趣があり維持するだけで価値が生まれるような建物はあまりなく、あるのはいわゆる昔からの連棟式長屋です。多くはオーナーが代替わりの際に売却して建売分譲になったり、ハウスメーカーのアパートになっていきます。メーカーなどに仲介すれば手数料はもらえますが、１回だけの仕事で終わってしまいます。そこで、長屋を自分のステージにできたら継続的に関わっていくことができるだろうし、自分らしい仕事になるだろうと思いました。要は生き残るためのコンテンツを探していたときに、手つかずに残っていたのが長屋市場だったということです。これからは長屋でオンリーワンのものをつくるといった提案型の不動産活用をやっていこうと思い、新たなチャレンジを始めました。

西村剛 氏

1962年８月生まれ。立命館大学産業社会学部卒業後大手ハウスメーカーにて４年間店舗開発の営業に従事。バブル絶頂期に退職後家業に入る。不動産売買・仲介業に従事。法人になり、代表取締役就任を経てリーマンショック前後に業態変更。以降、リノベーション手法を取り入れた提案型不動産活性事業を主業務とする。最近は、エリア活性も視野にまちづくりにも取り組む。

――具体的な事業内容について教えてください。

名刺には“不動産活性事業”と入れています。遊休不動産があれば使わせてもらうことを基本に、長屋を店舗にしたり、平屋をオフィスにしたり、エレベーターもない鉄骨の古い賃貸マンションの空き室をリノベーションして入居者をつけたりしています。

普通の不動産会社は空室の募集看板を上げるだけで何の提案もせず、看板を見てきた人が気に入ったら貸すだけ。改装も昔から出入りのある大工さんに「いつも通りにきれいにしておいて」ですませています。そこで、「先に住みたい人を見つけ、私のほうでお客さんと打ち合わせしながら内装を決めるのでそれまで触らないでいてほしい」という営業を飛び込みでオーナーにかけていきました。しかし、当時は借主が自分で好きなように内装を変えて住めるということはあまり知られておらず、借主を見つけることができず、結果的にそのやり方はうまくいきませんでした。

● 事例１：『里庭の箱』

土師ノ里駅徒歩１分のところに長屋が３棟あり、入居しているのは４室だけで他は放置されていた状態でしたので、私から営業をかけてオーナーを口説きました。そのオーナーに、居住用として再生しようとすると水回り等の改修工事費が相当かかる、駅に近いのだから居住用から店舗に変更してはどうかと提案をし、１年くらい通いつめてやっと了解をいただき、2011年に最初のリノベーションを手がけることができました。

まず着手したのが平屋棟のアトリエです。その頃、地元で「手づくり市」というクラフトワークのイベントがあり、その主催者とつながることができたので、作家のアトリエとして紹介したら気に入ってくれて、ほぼセルフDIYに近い形で入居してもらいました。賃料は住居として貸していたままにしました。改修については、アトリエのため風呂は使わないのでさわらず、キッチンも最低限のものにし、トイレを綺麗にしただけ。内装も畳をフロリーングに変え、壁を塗り直しただけです。

オーナーからはコストをあまりかけずに客付けできたことで信頼を得て、次のリノベーションにつながりました。ここは床をめくり土間にし、天井を抜いて吹き抜けにするなどコストがかかったので家賃は居住用の約1.5倍になりました。それ以降順次空いている所から改装し、丸４年できれ

看板

『里庭の箱』外観

いな街並みになり、現在は９件のテナントが入り満室です。

この物件はワンオーナーの袋地で、道路付けの問題で建て替えができない事情がありました。基本的には１棟ごとに直していくか、全て空くのを待って全体を建替えるかの二者選択になりますが、後者にすると空くのを待つ間の収益が見込めない事と、将来ニーズの見込みや節税効果等についてオーナーに説明し、空いているところからリノベーションすることになりました。最終的には共用部分の通路の舗装、入口の看板費用等、少なくない額を投資して頂きました。

ここの特長は坪いくらという家賃設定をしていないことです。もとの居住用の家賃をベースに、オーナーの投資額に対して５年で償却する家賃設定という考え方です。内装は、内部造作の解体、構造補強、設備の一次側をオーナーの負担で行ない、それ以外はテナント負担の工事です。テナント側の工事はテナントが決まってから実施しますがセルフDIYではありません。当社がオーナーとの交渉、賃貸借契約、内装の設計デザイン、施工、物件管理まで全て行います。また、当初手元に現金があまりないというテナントには、工事費用分を家賃に上乗せし３年くらいで回収する設定をしています。テナントのニーズに合わせて家賃設定を変えながらオーナーの了解のもとに工事を進めています。テナントはホームページ、SNS等で募集しますが、テナントが新たなテナントを紹介してくれます。なお、この物件のテナントは全てがファーストチャレンジというのが特徴です。

● 事例２：東高野街道の平屋

2012年に道明寺で築60年くらいの平屋の５棟の長屋を手がけました。この物件はオーナーが代々受け継いできた平屋の借家で、入居者も高齢化していて、再募集の場合は相当手を入れなくてはならないという状態でした。オーナーは知り合いの工務店の経営者で、売却したいと相談がありました。その際、提出した選択肢は①古家付き土地として業者に売却する。早く売れるが値段がたたかれる。②古家付き土地として消費者に売却する。時間がかかるが値段は強気でいける。③古家付き土地としてリフォーム条件付きで消費者に売却する。消費者が対象なので時間がかかるが、土地を相場で売ったとしてもリフォームで儲けが見込める。オーナーは、物件の売却と工務店の仕事の両方が得られる③を選択しました。ただ、その段階で、こんな古い物件をはたして使う人がいるのかという疑問と、古い建物をリフォームすると後でクレームが入るので工務店としては手離れが悪いし、地元なので困るという懸念があったのも事実です。それに対して私が取引のマネージメントに入るということでオーナーに納得してもらい、土地とリフォーム条件付き建物の仲介を受けました。売却の条件は、建物を壊すことも２階建にすることも不可で、平屋のままで使うということ。

『東高野街道の平屋』の店舗

パン屋さん

購入者は、当社とリフォーム内容の相談をし、売主である工務店が工事をする。土地代金とリフォーム代金を合わせた売買契約で、現状ではなくリフォーム完成後渡しにしました。

一方、このあたりは、道明寺と道明寺天満宮という歴史資源があり、この物件はそれらに挟まれた東高野街道という旧道に面した土地でしたので、平屋のままリノベーションすれば街並みにも合うしこのエリアの人を呼び込む場所になるという期待がありました。

前年に里庭をやっていて平屋のニーズを感じていたのでいけるという感覚と、お店をやりたいという顧客のストックもありました。その後、３年の間に賃借人が退去したタイミングで順次販売。５件のうち、１件が貸店舗で食堂、２件の住居兼店舗がパン屋さんとプライベートジム、２件を住宅として売却しました。当社の商売としては仲介手数料と建築のマネージメント料をいただきましたが、古い街並みが残せたことでこのような物件がほしいという新たな顧客リストができたことと、コーディネーターとして当社のＰＲができたという波及効果がありました。現在入居後４年になりますが、心配していたクレームも全くありません。

入居したテナントのビジネスを支える

――普通は簡単に早く手数料を稼ぐことを考えますが、“てまひま”がかかっています。

当社は他の物件でも売却依頼があった場合は単純な売買は行わず、何かセットすることで付加価値をつけ、オーナーに多くのお金が残るような工夫をしています。そうしないと他社には勝てません。賃貸の場合もオーナーに対して、投資は目安として5年以内に資金回収できるプランにすべきだ、新築物件のように20年、30年後を想定して計画するのは、先が見えにくい時代にはリスクが大きいと伝えています。しかしそうなると、大手ハウスメーカーとバッティングします。彼らは全て壊してマンションやアパートを建てるという提案ですが、こちらはそのまま残そうという提案です。銀行やハウスメーカー、税理士にとっては私は疎ましい存在だと思います。当社には何のバックボーンもありませんが、その不動産を活用するには何がベストなのかという本質のところで、企画力と構成力だけで勝負しています。

協議会のイベントの様子

――行政からも取り組みが注目されています。

ちょうど里庭の箱を手がけたころからです。これからは、まちの活性化に取り組まないと中小零細企業や商店は生き残っていけないと思い、地元にこだわって取り組んでいることを同年代の人や同級生に話をしています。行政からも商工振興や観光の視点からこのような動きに興味をもってくれて、積極的に広報をしてくれるようになりました。私はお店と行政のパイプ役をしています。里庭の箱や東高野街道のお店は、放置されたただの古い建物から人の集まる個性的なお店にかわった

地元情報誌に掲載された

ことで、まちにとっても大切な資源になっています。行政にとっても、まちをPRする対象として、積極的に紹介してくれています。行政以外にも南大阪の情報誌に掲載されるなど、お店は広報費や宣伝費を使わずにPRする結果につながっています。

――テナントのビジネスが継続するよう、お店の集客のお手伝いをされているのですね。

なんとか残した建物がまちの資源として残るかどうかは、結局、そこを使っている人がどれだけ頑張れるかにかかっています。そのためにはどれだけ彼らをサポートできるかが大切です。不動産は使う人がいなければ、立派でおしゃれな建物でもそのまま廃れていきます。そのためにテナントの後方支援が必要になってきますが、今はSNSなどがあるのでそのコストがかからなくなってきました。確かに基本的には個々のお店がそれぞれ頑張るのが原則ですが、スモールビジネスで地域に入ってくる人は、全くつながりを持っていない場所でビジネスを始めるので不安でもあります。そういうお店を地域の人に紹介したり、「いい店があるよ」と積極的につないであげる。そうすれば彼らは安心して一歩を踏み出してくれるようになります。そのようなところをバックアップしています。

また、藤井寺市の場合は新規出店に対して補助金制度もありますので、紹介して出店のハードルを下げるようにしています。残念ながら、個人店主は体調を崩すなどでお店を辞めてしまうこともありますが、お店が繁盛して成り立っていた場所には次のテナントを探しやすいものです。そういう環境をつくることも不動産業者の役目です。

自ら協議会を立ち上げる

今後は、まちの魅力向上が必要だと考え、協議会を立ち上げました。藤井寺ではまちづくり系の協議会が３つありますが、そのうちの『まなリンク協議会』の代表をしています。活動内容は、藤井寺市の公式キャラクター“まなりくん”をシンボルにして、お店や神社仏閣という地域資源やまちで頑張っている人達をリンクして新しい価値や楽しみ方を創造していこうというものです。

藤井寺市はまちの規模も小さいし、観光資源も少ないので外から人を呼ぶのではなく、「まちの人が楽しめるまち」をつくることを目的にしています。

協議会は行政のお墨付きがつきますし、運営費が補助金で回ります。長屋などを改装してお店をしたいという人たちはかなりの確率でまちを元気にしたいと思っています。お店は自分の技術の蓄積の発表の場であり、利益優先ではなく、自分らしい仕事を通じて、自分の感性に合う人が来て喜んでもらい、同じ感性を持つ人たちがつながって生活が充実できたらいいという考えの人も多い。そういう人たちが藤井寺市以外にも増えてきましたので、彼らを応援するために、まちづくりの集まりを他の市で立ち上げるお手伝いもしています。お金になりませんが仕事がコンサル化してきています（笑）。

――他にはどのような取り組みをなさっていますか？

空き家活用の手段として民泊もやっています。エレベーターのない４階建ての鉄骨の賃貸アパートの１室がどうしても埋まらなかったので、大阪府が民泊の特区になったのを機に、オーナーに少し投資をしてもらい民泊にしました。

また、駅近の物件でガレージがなく単体の居住用物件としては貸しにくい物件を、学生やシングルを対象にしたシェアハウスにしてはどうかと提案しています。

遊休不動産をどう使うかということについて、選択肢をどれだけ自分の武器として持てるかが、

オーナーに選んでもらえる業者になれるかどうかのポイントだと思います。その意味で不動産の活用法として使える手法は一通り実践しようとしています。

――名刺には「あなたのデザインをストーリーに」という言葉が入っています。

“あなたのデザイン”というのは、長屋をお店にするなど自分の好きな世界のこと、でもそれは作ったら終わりではなくそのあとのストーリーが大事で、ストーリーにするためのお手伝いを当社がしますということです。つまり、リノベーションしてお店を開くことで夢が完結するのではなく、お店が継続するためにそこにストーリーを加味してあなたの世界を広げていきましょう、ということです。結局テナントが継続する努力をしてくれないとまちにとってもプラスになっていきませんから。

事業概要

1975年4月に西村文雄氏が創業。藤井寺市を中心に、売買仲介、ミニ開発による新築建売住宅の分譲事業を手掛ける。平成17年に西村剛氏が社長就任。リーマンショックを機に事業内容を大幅に転換。オーナーに遊休不動産の活用の提案をし、リノベーションの企画、設計デザイン、建築工事、リーシング、賃貸管理までを総合的に行う。既に、“里庭の箱”、“東高野街道の平屋”、“伴林神社の傍”などのリノベーションプロジェクトを立ち上げ、多くのスモールビジネスを呼び込んでいる。また、手掛けた物件がまちの資産として残るためにはテナントのビジネスが続かないといけない、との考えから行政とも協力し、テナントのPR支援を行っている。さらに、地域の魅力向上を目的に、「まなリンク協議会」も立ち上げた。提案のバリエーションを増やすため、大阪市の３番目の公認となる民泊Misasagiやシェアハウスの提案も行っている。

民泊Misasagi

連棟平屋のリノベーション

株式会社西村興産

代 表 者：代表取締役　西村　剛
所 在 地：大阪府藤井寺市北條町1-8
電話番号：072-938-2277
H　　P：https://www.esnishimura.net/
事業内容：●不動産活性事業：企画・デザイン・建築・仲介・管理
　　●まちづくり　●飲食事業