

新規事業企画案

「金沢まちなかキッズステージ(拡大版)」

(株)金沢商業活性化センター

1. 現状と課題

中心商業地の魅力向上と賑わい創出を目的とした、公益的なソフト事業を実施。



事例:「金沢まちなかキッズステージ」

(H24年度 新規事業)

目的:

ダンス等に一生懸命チャレンジしている子どもたちに発表の場を提供することで、まちの魅力をアップし、ひいては賑わいづくりに繋げる。

内容 :子どもたちによるダンス等のステージを定期開催

会場 :商店街、大型店のオープンスペース

回数 :年間を通じて、15回程度

出演者:市内をはじめ県内の小学生以下の子どもたち

事例:「金沢まちなかキッズステージ」

(H24年度 新規事業)



事例:「金沢まちなかキッズステージ」
(H24年度 新規事業)



事例:「金沢まちなかキッズステージ」
(H24年度 新規事業)



事例:「金沢まちなかキッズステージ」 (H24年度 新規事業)



事例:「金沢まちなかキッズステージ」 (H24年度 新規事業)



事例:「金沢まちなかキッズステージ」

(H24年度 新規事業)

出演者の子どもたちは、県内の幅広い地域から参加



家族で中心部の魅力を知ってもらうきっかけの一つ

■出演者数

100名前後／1回

現在登録:約70チーム

(ダンス、和楽器、歌、空手等)

■観客数

500名以上／1回



事例:「金沢まちなかキッズステージ」

(H24年度 新規事業)

■現在のスキーム

TMO ……企画運営(出演者手配・設営・音響含む)

行政 ……事業補助金(50%補助)

企業 ……協賛金(2社)、CSRとしての協力

商店街……会場の無償提供、参加者への
お菓子やジュースなどの提供

参加者……参加費・観覧費無料

1. 現状と課題

【課題】継続的な事業資金の確保

金沢市の補助金収入と、企業協賛の獲得に努めているが、自己資金の拠出は避けられず、長期的・継続的な運営、かつ事業拡大に向けては、資金調達が必要となる。



新たな収入の検討

内容を更に発展させ、より魅力あるイベントとすることで、企業協賛の拡大や、受益者からの収入を得られる仕組みを検討する。

2. 新規事業のテーマと概要

■名称

「金沢まちなかキッズステージ(拡大版)」

■目的と必要性

中心商業地への親子集客の促進

■事業の概要

「金沢まちなかキッズステージ」を発展させ、開催回数を拡大させるとともに、年数回、更に多くの人に参加可能な大型の会場で、親子連れを対象とした総合的なイベントを開催する。

3. 事業環境の分析

■市場の分析

- ・・・県内だけでなく富山県・福井県などの北陸三県全体

⇒金沢市内にとどまらず、県内の幅広い地域、近隣他県から出演者を募れる可能性。

3. 事業環境の分析

■顧客の分析

- ・・・習い事をしている子どもを持つ家族

現事業「まちなかキッズステージ」は、今年度計10回開催し、総出演者数は約1,000人、総観客数は5,000人以上となっている。

県内の幅広い地域から出演希望があり、毎回新たな出演者によるステージを開催できている。



出演者・観客ともに、ニーズは非常に高い

3. 事業環境の分析

■スポンサー分析

- …子どもやファミリー層をターゲットとした企業
- ・食品、飲料メーカー
- ・教育関係、旅行関係
- ・ベビー、キッズ用品
- ・保険、金融機関、等

対象となる企業の業種は、多岐に亘る。

3. 事業環境の分析

■自社の分析

優位性

- ・行政からの支援 →参加者・協賛企業の安心感
 - ・民間的なフットワーク→行政にはできない営業活動
 - ・中心商店街との連携→会場の確保が容易
 - ・事業ノウハウの蓄積→全員プロパーである強み
-

4. ビジネスモデルの提案

■事業の内容と特色

(1)子どもを対象としたステージを毎年開催

子どもたちがダンスや音楽等のパフォーマンスを発表できる場を提供し、年1回コンテストを開催する。

(2)親子連れが参加できるWSを毎年開催

地元幼稚園や保育園とも連携しながら、まちなかを舞台に親子で参加できるワークショップを大学・企業等の協力により実施する。

⇒親子フォトコンテスト、親子スタンプラリーなど

4. ビジネスモデルの提案

(3)子どもの作品展示など、開催場所以外での賑わいづくり

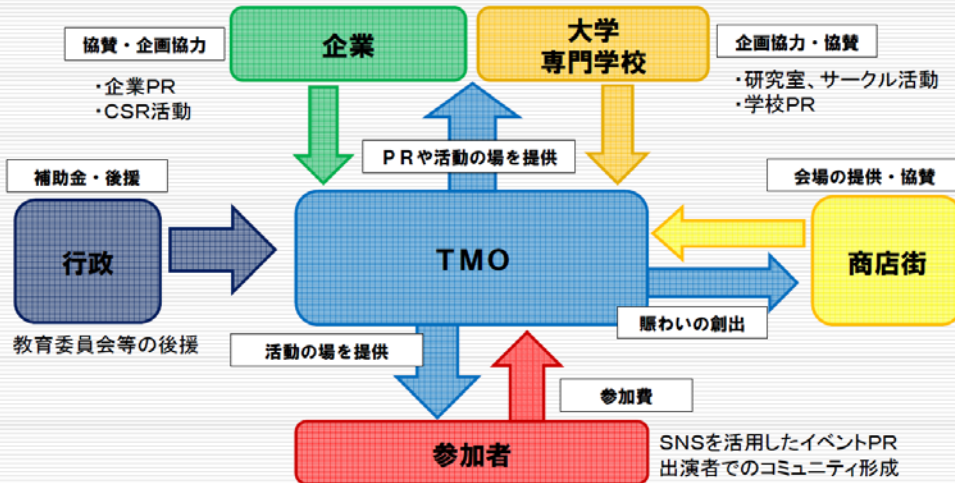
・ワークショップで制作した子どもたちの作品展示や、幼稚園や保育園と連携した絵画展等を企画する。

・親子バル(お子様ランチ企画)や、親子を対象としたプレミアムクーポンの発行など、「キッズ」を対象とした企画を検討する

⇒これらのイベントを開催することで、家族で、まちの中心部の魅力を知ってもらうきっかけの一つとし、中心商店街への親子集客を促進する。

4. ビジネスモデルの提案

■事業スキーム



5. 事業の収支構造の想定(単年度)

■資金調達の方法

(1) スポンサー企業の獲得強化

- ・イベント開催時の背面パネル等による企業PR
- ・目的、ニーズに合わせたイベントと連携したPRの実施

(2) 参加費

- ・「ハレ」の舞台として、ワークショップ参加者から参加費を徴収する。
- ・ステージ出演者については、個人ではなく、所属の教室から参加費を徴収し、ステージの中でPRを行う。

5. 事業の収支構造の想定(単年度)

(3) 記念品販売

- ・地元ケーブル局や大学と連携し、ステージの様態を撮影し編集したDVDや、関連グッズ等を参加者に販売する。

(4) 企業への数値化した実績の提案

- ・SROI(社会的投資収益率:ソーシャル・リターン・オン・インベステメント)などの効果測定も行いながら、企業への数値化した実績の提案を行う。また、集客数の把握、イベント開催後の動向調査なども行い、行政および商店街等へのマーケットデータの提供を合わせて行う。

5. 事業の収支構造の想定(単年度)

■ 収支想定

収入		支出	
金沢市補助金	2,000千円		
協賛企業 4社	1,200千円	音響・設営費	2,000千円
参加費	300千円	販促費	1,500千円
記念品販売	500千円	諸経費	500千円
計	4,000千円	計	4,000千円

※会社の諸経費(人件費等)の問題

6. 事業実施にむけての課題

■事業実現に向けてクリアすべき課題の整理

イベント価値をいかに高め、内容を拡充するか

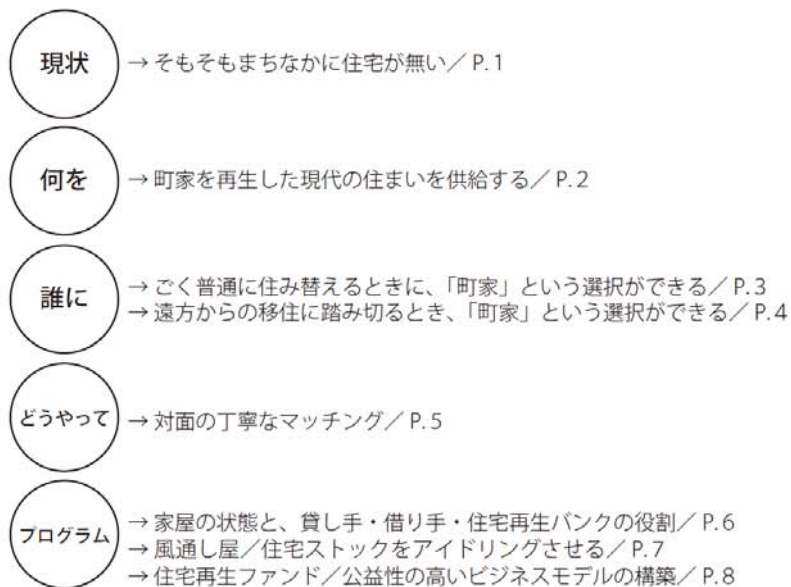
- ①企業協賛金の拡大が必要である。
 - ②幼稚園や保育園との連携と、学校や企業等の協力を得ることが必要である。
 - ③受益者負担の実現をすることが望まれる。
-

(4) 長浜まちづくり株式会社

ながはま住宅再生バンク

実践プログラム

『住宅と地域コミュニティの再生』



現状

まちなかの人口は減少中。ただしそもそもまちなかに住宅が無い。

☞ まちの外にはばかり住宅をつくってきた結果

■ 未接道宅地や、伝統木造家屋と防火地域のミスマッチなど、住宅施策による法的課題の解消を保留としたまま、市場に委ねられた開発は、相対的に地価の安いまちの外側に流出した。

□ まちなかの人口



□ 町別の人口増減率 (H18-H24)

	H18.4	H24.4	増減率
元浜町	1,103	948	86%
南沢船町	481	426	89%
北船町	179	164	92%
朝日町	1,395	1,241	89%
大宮町	333	444	133%
宮前町	637	556	87%
神前町	910	902	99%
高田町	659	583	88%
南高田町	1,775	1,700	96%
三ツ矢町	603	539	89%
三ツ矢元町	1,273	1,189	93%
港町	146	101	69%
公園町	1,031	1,196	116%
三和町	215	199	93%
分木町	564	485	86%
八幡東町	1,805	1,752	97%
根岸町	1,262	1,605	127%
列見町	627	651	104%
神照町	3,429	3,505	102%
八幡中山町	2,251	2,319	103%
宮司町	2,029	2,414	119%
小郷町	1,499	1,727	115%
平方町	2,870	3,056	106%
四ツ塚町	902	946	105%
天茂表町	853	909	107%

中心市街地

□ まちなかの空き家

→2009年調査時点で **208 軒**

※その後もすこしずつ増加



□ 不動産市場

- * 市内住宅情報を検索すると、**売買・賃貸ともまちなかの情報はゼロに近い**
- * 一方で、神照町、宮司町、八幡中山町など、情報数の多いエリアでは人口増が顕著 (上表)

何を

伝統的町家に改修を施し、快適な現代の住宅として再生する。

☞ 土と木と紙でできた日本の建物で、心も身体も元気に暮らそう

- 動かなかった住宅ストックを動かして、地域の良さにも磨きをかける。
- まちなかの空き家の大半を占める伝統的な町家は、都市に暮らす器に相応しい快適さや機能性を備えている。
- 個々の建物の長短所を見極め、適切な手を施すことによって、現代の住宅として再生する。



2

誰に 1

市内でごく普通に住み替えるときに、「町家」という選択ができる。

☞ ごく普通に住み替えるときに、訴求力のある商品として「町家」を提供する。

- 2人で暮らしはじめる若い夫婦
- 子供が大きくなってきて今の家が手狭になってきた家族
- 便利なまちなかに安心して暮らしたいお年寄り ...etc

<住宅再生バンク情報サイトへの問い合わせ、および将来の山組を担う若衆へのヒアリング>

*夫婦 + 子供3人 / 現在は市街地隣接エリアにアパート暮らし

「今の住まいの周辺は静かだし、住むには良いところ。しかし子供たちが大きくなり、荷物も増えてきた。上の子が小学校に上がる前に永く落ち着いた家に引っ越したいと考えているが、この辺りの賃貸アパートは広くても3Kほどで、自分たちにはやや狭い。それならば生活音等も気兼ねなく暮らせる戸建てに移りたいと思うが、そういった情報は見つからない。」

※ご夫婦とも市外出身。地域を十分に理解する前からの住宅購入には抵抗があるとのこと。
→ライフステージに合う住宅が存在していない。同様の理由で市外に流出するケースもあると予想される。

*単身高齢のご婦人 / 現在は郊外に戸建て暮らし

「高齢になってきたので一人でも安心できるまちなかに住みたい。家財道具が多いので、安ければ広い家が良いと考えている。」

※適度な広さの空き家があったが、要改装につき住み替えには踏み切れないとのこと。
→建物があっても住める状態でなければ、特に経済力の強くない高齢の単身者や若い世代では、住みたくても住めないというケースが他にもあり。

*新婚夫婦 / 現在は市街地隣接エリアにアパート暮らし

「まちなかの出身で親は実家に住んでいるが、結婚して近くでアパートを探してここになった。同居すれば良いが気を使うし。もともと山組ではなかったが、同級生の誘いでもう何年もやっている。同じように町の外に住みながら山組に参加してる若衆がほとんどですよ。」

※アパートを探してもまちなかには無い。
→「山組のエリアは敬遠される」という通説があるが、そもそも賃貸住宅は用意されていない。そして外に住む若い世代が一生懸命支えている実態もある。

3

誰に
2

遠方からの移住を伴うエコタウンに踏み切るとき、「町家」という選択ができる。

☞ 野山湖川の伸びやかな環境に囲まれながら、町の機能が身近にあり、必要ときには京阪神都市へ1時間強でアクセスできる利便性。

- 世代によってきっかけや認識が様々であるが、「動く」ことを肯定する見方が大きくなっている。
- これまでにも「Uターン/」ターン/」ターン」など、「動く」ことを表す考え方は少しずつ一般化。さらに「エコタウン」という暮らし方のイメージを伴うキーワードも浸透してきている。
- エコタウンにもいろいろなスタイルがあるが、「町家暮らし」はもっとも素直で判りやすい選択。

<ソトコト 2010年12月号>

近年、移住希望者はぐんぐん増えています。中でも、20・30代の若い世代の人たちが急増しました。また、団塊の世代と言われる人たちの移住も近年がピークになるでしょう。この動きは一種の社会問題にもなりかねません。なぜなら、移住者受け入れ態勢がまだまだ整っていない地域もあるからです。当センターでは、移住希望者の相談や各地域のセミナー、体験情報を発信しています。例えば、地方の空き家を住居として提供する空き家バンクシステムのサポート。「お盆に帰る家がない」「見ず知らずの人に貸したくない」という家主と、移住希望者の間に役場が入ってトラブルを防ぐよう提案したり、「農業以外に仕事がない」と言われている地域には「農村六記」といって、田舎で若者

が起業できるよう人材育成や地域資源の活用などを推進中です。仕事、住居の問題は然り、地元住民の風潮も「移住者を受け入れる」方向にシフトするための支援も行っています。

移住希望者にぜひ知っていただきたいステップがあります。①地域が企画する移住セミナーへの参加、②現地での移住体験ツアーへの参加です。セミナーに参加することで自分の移住条件が見えてきます。同じ土地でも集落が違えば、自治体や人の雰囲気はまったく違う。移住候補地の空気を肌で感じ、地元の人と触れ合うことで相性を体感できるんです。そして、移住者の方には、前向きに、「地域の人に頼られる存在」を目指していただくと私たちも心強いですね。

田舎暮らしを決める条件ランキング

- 1位 自然環境がよいこと 63.8%
- 2位 気候がよいこと 33.2%
- 3位 住居があること 21.9%
- 4位 医療施設が充実していること 20.4%
- 5位 就労の場があること 18.7%
- 6位 交通の便がよいこと 16.8%
- 7位 食べ物がよいこと 15.9%
- 8位 物価が安いこと 14.8%
- 9位 土地・建物の価格が安いこと 14.7%
- 10位 安全性が高いこと 9.5%

住居や医療施設、住居など現実的な条件も大切だが、移住するからには、やはり「自然豊かな場所」という条件は欠かせないようだ。

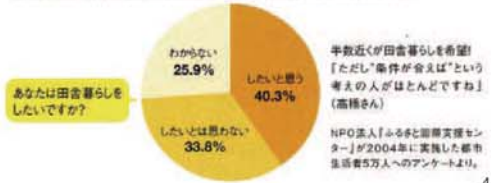
移住先人気ランキング

- 1位 沖縄県 10.7%
- 2位 北海道 9.5%
- 3位 長野県 7.5%
- 4位 兵庫県 5.2%
- 5位 愛知県 4.5%
- 6位 千葉県 3.9%
- 7位 静岡県 3.5%
- 8位 和歌山県 2.9%
- 9位 鹿児島県 2.5%
- 10位 神奈川県 2.2%

沖縄、北海道は大都市圏から遠いにもかかわらず人気が高く、他の県は、三大都市圏に比較的近い地域であった。



お話を伺った人 高橋 公さん
たかはしひろし ●NPO法人「ふるさと回帰支援センター」専任理事・事務局長、1947年福岡県生まれ。現在は同センターで移住希望者や移住先市町村への情報提供、アドバイザーとして活躍。著書に『高どもが夢の先』(ウエイブ)がある。ふるさと回帰支援センター <http://www.furusatokaiki.net/>

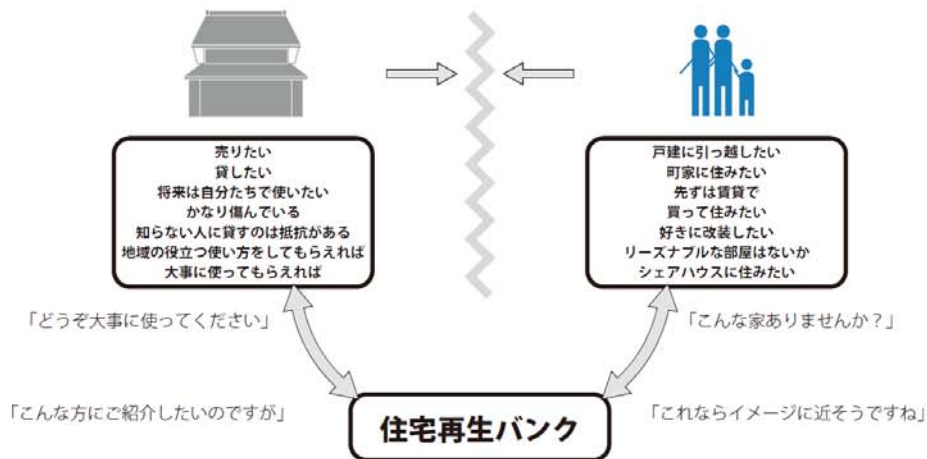


どうやって

住宅ストック市場が動かない要因のひとつが、オーナーの「煩わしさ」と、住まい手の「不明確さ」双方に対して、対面での丁寧なマッチングを行う

☞ 空き家のオーナーと、そこに住みたいと思う住まい手とがなかなか出会えないというのが現状

- オーナーと住まい手、双方のニーズを把握して、両者を適切にマッチングさせてゆくことがポイントとなる。
- 住まい手が入居後の暮らし方をイメージしやすいようにサポートする。



プログラム
1

家屋の状態と、オーナー・住まい手・住宅再生バンクの役割

稀なケース

1) すぐに住める状態の家屋

オーナー：バンクへ、家屋情報の登録
住まい手：バンクから、家屋情報の紹介

大多数はこっち

2) 大小の改装が必要な家屋

■ 改装とマッチングのタイミング

① 改装後のマッチング

家屋の規模や形態から、マーケットを想定しながら改装を施し、あらかじめ即入居可の状態にしておく。

② マッチング後の改装

住まい手のイメージに近い家屋を紹介し、その後意向を踏まえて改装を行う。

③ 上2つの中間（スケルトン状態 → ハーフオーダー）

あらかじめ一定程度の状態まで改装の手を入れておき（大掃除と給排水配管程度）、住まい手が決まった後、自由に手を入れる。



※いずれのケースでも、住まい手が暮らし方をイメージしやすいようにすることがポイント。
一般的な賃貸アパートは没個性的な側面がある一方で、暮らし方をイメージしやすいことは強みとなっている。

■ 改装費の負担者

① オーナーが負担するケース

オーナーは、改装費を負担する代わりに、住まい手より高家賃を得る。

② 住まい手が負担するケース

住まい手は、オーナーから安く借り受けた後、費用を負担して改装する。

③ バンクが負担するケース

バンクは、オーナーから安く借り受けた後、改装による付加価値を与えて住まい手に転貸する。



※オーナー・住まい手による改装時、バンクはマーケットに対応した改装方針や、暮らし方のイメージに適した家屋の紹介、設計、監理、コストコントロール等に関して企画料を得る。

プログラム
2

風通し屋/オーナーとの関係づくりによって、住宅ストックをアイドルングさせる

☞ 不在地主は家屋の管理がままならず、手をこまねいているケースも少なくない。
「親からもらった家を簡単には手放せないけど、たまの修繕費だけでもばかにならない。」
「上手に使ってくれる方が居たら、有難いと思います。」

- 閉じたままでは傷んでしまう建物の、戸を開けて風を通す。
- 日常の用心や不在中の傷みなど、簡単なチェック。何かあればオーナーに連絡、手遅れになる前に手を打てるように。
- 開け立ての日には隣近所へもご挨拶。「おはようございます。」「あぁおはようございます。そんなんしてければたら助かるなあ。」
- オーナーが遠方にお住まいの場合でも、住まい手の候補者が現れたときに機動的に紹介できる。
- 「賃貸し」そのものではなく、「住み使うこと」を目的にしてゆくことによって、戸建借りの賃料ハードルを下げてゆけるか。



1STEP

バンクはオーナーからの登録を待つだけでなく、「ステキな空き家」を探し、オーナーへの積極的なコンタクトを試みる。

※自信を持って紹介できるストックをアイドルングさせること。



2STEP

不要な家財や、貴重品を整理し、家屋の状態がわかるようにしておく。

※いずれ必要な大掃除をしてもらうこと。遺品整理のような高額にならず、片づけを請け負う業者もあり。



3STEP

鍵をあずかり、たとえ月に1度、戸の開け立てに通う。住まい手にいつでも紹介できる状態を保持。

※契約のしかたを要検討。



4STEP

住まい手の候補者が現れた後に、改装に関するプランニングや、コストの条件を詰めて、プロジェクトを実行。

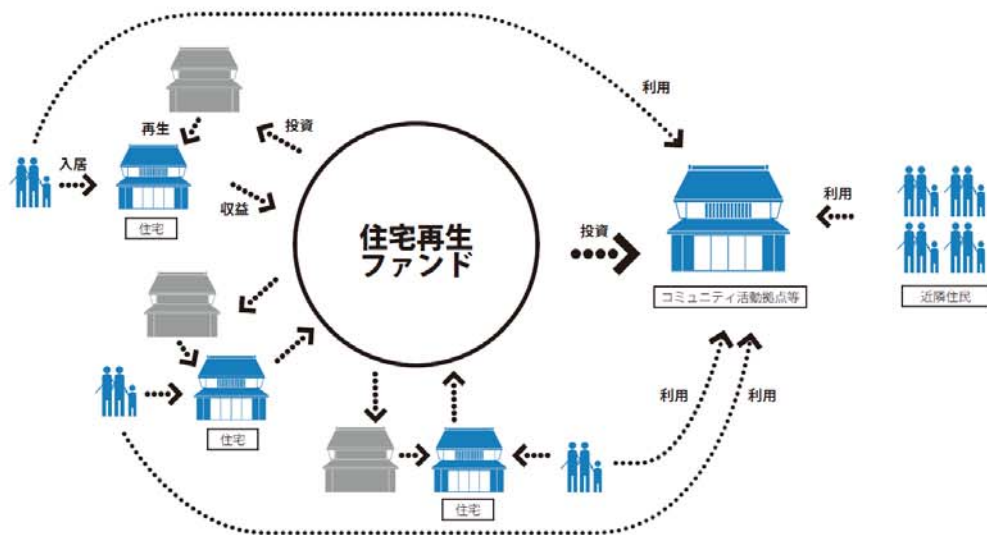
※コストコントロールがプロジェクトの鍵。それにはオーナーとの関係づくりが鍵となる。

プログラム
3

住宅再生ファンド／公益性の高いビジネスモデルの構築

☞ 周辺の賃料相場が割安であることと、個別の程度によるものの、多くの町家では少なからぬ改装投資が必要である実態より、転貸事業は収益性が低い、地域活力の維持・強化の上で不可欠。

- 住宅再生ファンドの設立・運用によって域内循環を促すビジネスモデルを構築する。
- ファンドの運用益をコミュニティ活動拠点整備等、低収益・高公益事業に還元する。



整理

『町家再生バンク』は、現在、長浜まちづくり会社が運営する情報サイト

地域の住宅ストックである伝統的町家を現代の住宅として再生する。

オーナーの承諾を得て空町家の情報を集積し、住まい手への橋渡しをすることがバンクの主題。

☞ ただしそれだけでは動かない状況を踏まえ、段階的な施策に取り組む。

何故か？

貸したい人も借りたい人も、双方居ることが明らかになった。しかしなかなかできない町家暮らし。

- ① オーナーと住まい手が出会えない
→ 情報サイト「住宅再生バンク」を開設
→ しかしマッチング実績はゼロ
- ↓
- ② 建物の過度な劣化
→ 使われないままに朽ち果てて手が付けられなくなる
- ③ 住み替え時の、気軽な選択肢とはなっていない
→ ライフステージに合わせた住み替えは行われているが、手つかずの空き家を見たときに、「そこでの暮らし方をイメージできる」という住まい手はかなり限られている
- ④ 用途変更の建築確認等、法規対応に時間とコスト
→ これは町家に限らず起こることで、丁寧なプランニングと調整など、対応に工夫の余地あり
- ⑤ 改修コストの負担
→ 住みたいけれど手がかりすぎて住めない、というケースもあり（放っておけば増える）
- ⑥ 近隣不動産業者との関係
→ 取扱商品では競合しない

10

何故か？

貸したい人も借りたい人も、双方居ることが明らかになった。しかしなかなかできない町家暮らし。

方針

- ① オーナーと住まい手が出会えない
→ 情報サイト「住宅再生バンク」を開設
→ しかしマッチング実績はゼロ
 - ↓
 - ② 建物の過度な劣化
→ 使われないままに朽ち果てて手が付けられなくなる
 - ③ 住み替え時の、気軽な選択肢とはなっていない
→ ライフステージに合わせた住み替えは行われているが、手つかずの空き家を見たときに、「そこでの暮らし方をイメージできる」という住まい手はかなり限られている
 - ④ 用途変更の建築確認等、法規対応に時間とコスト
→ これは町家に限らず起こることで、丁寧なプランニングと調整など、対応に工夫の余地あり
 - ⑤ 改修コストの負担
→ 住みたいけれど手がかりすぎて住めない、というケースもあり（放っておけば増える）
 - ⑥ 近隣不動産業者との関係
→ 取扱商品では競合しない
- *風通し屋
気軽に選択できる状況を用意してゆく
- そういうニーズも獲得してゆける品質を確保
- 「貸し手よし、住み手よし、地域よし」の三方良しを叶えるビジネスモデルの追求
*町家再生ファンド
- ビジネススケールに対して、不動産業開始にかかるコストが課題
→ 双方補完しながら連携できるかたちの追求

10'

段階

PHAZE1 風通し屋

- ・多くの空町家は即入居不可の状態。
そこで、従前の家財道具の整理や給排水配の補修など、あらかじめ最低限の手を施すことによって住まい候補にいつでも紹介できる状態を保つ。
- ・加えて風通し屋が定期的に戸の開け立てに通うことによって建物の不朽を防ぎ、オーナーの維持負担も軽減する。
☞ 商品提供時のコンセプトメイキングを視野に入れた重点エリアの絞り込み
自治会を通じてオーナーヒアリングを実施し意向を把握
掘り出した町家のアイドリングを開始、良好な状態を保持

PHAZE2 パイロット事業

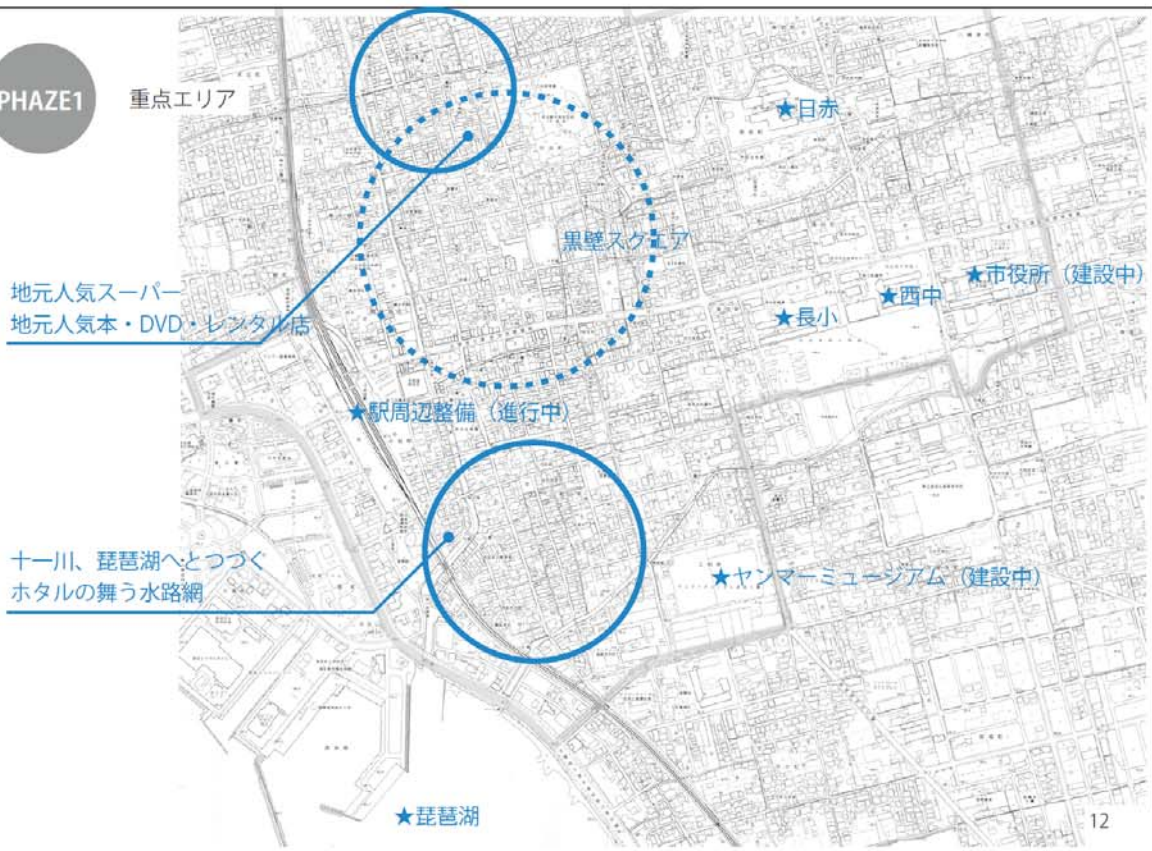
- ・オーナー、住まい手、地域が町家再生のイメージを持つことを喚起し、先ずは地域のムーブメントを醸成するよう。パイロット事業を実施。
- ・まちづくり会社はオーナーから町家を借上げ、改修投資をした後に、住まい手へ転貸する。
- ・パイロット事業を通じて、プランニングにかかるコスト、改修工事費、運営による転貸益等、収支バランスや各主体の関わり方に関するノウハウを蓄積。
☞ 実測調査/企業・住まい手ヒアリング/プランニング/事業実施

PHAZE3 町家再生ファンド（仮）

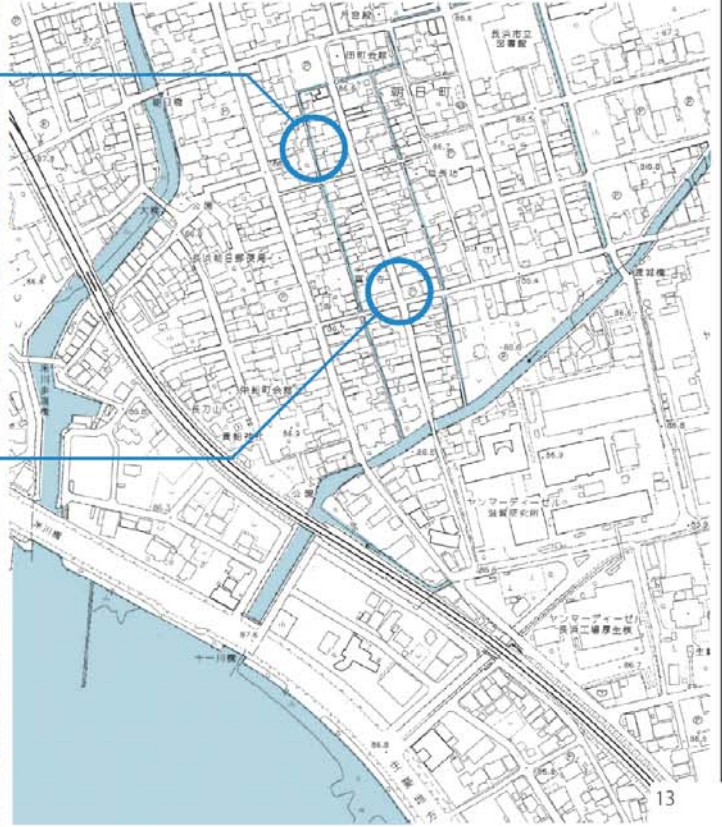
- ・地域全体の空き家数は200軒を超え、尚も増加している。
町家再生の取組そのものを普及し、地域に定着させてゆく仕組みが求められる。
- ・改修のプロセスに、オーナーと住まい手以外の第3者が介在して投資を行う場合、その後の転貸による運営収益で投資額が回収できると収支がクリアであるが、一件当たりの転貸益は小さく、事業としては成立しにくい。
- ・そこで賛同する市民や企業からも資金を募り、まとまった棟数を稼働させながら、取り組みを持続してゆく仕組みのひとつとして、町家再生ファンドの設立を検討する。

PHAZE1

重点エリア



PHAZE1



13

PHAZE2

パイロット事業候補地01

- 大通寺そばの閑静な通り
- 浜縮緬を扱った大店の旧別宅
- 離れ付き

○敷地面積：171坪
 ※長浜の標準的な町家の約3倍！！

- シェアハウスにすれば、たっぷりのリビングダイニングのほかに、個室+アルファのプライベートスペースも約6人分確保可能
- 大人数収容であれば、バス・トイレは、それぞれ追加設置が要

- ◎近年外装修繕済
- △家賃のほかに要庭維持費



14

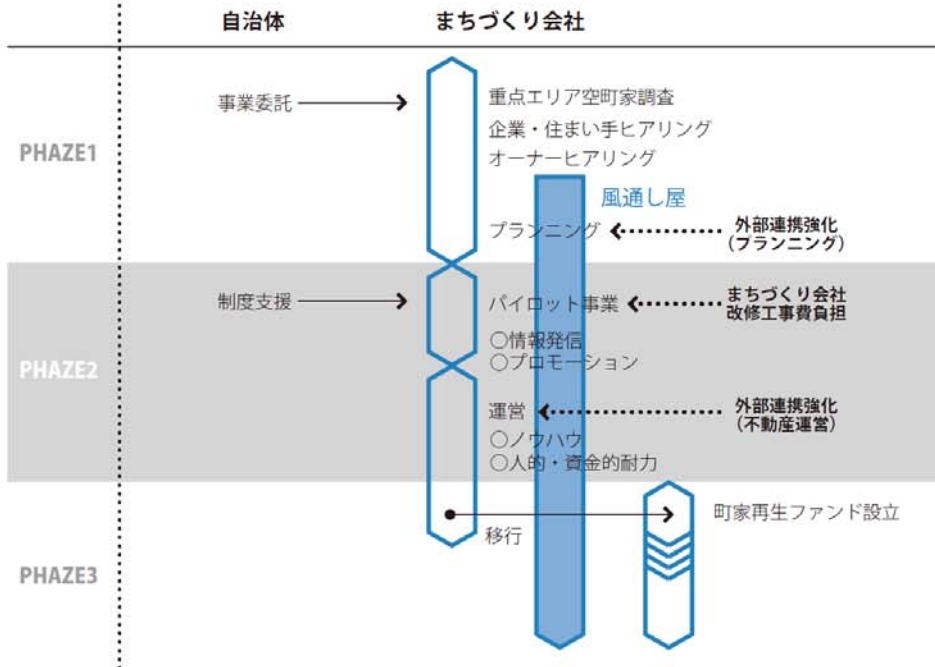
PHAZE2

パイロット事業候補地02

- 生活用品の充実した祝町通り
- 黒漆喰の土蔵と、卯建のある町家
- 敷地面積：約100坪
- 現在は地元ラーメン店が表間のみ暫定利用
- 土蔵の庇が崩落し、今後の維持等に関する相談の為、東京在住家主が、管理の相談に来社
- 「うまく使ってもらえるなら、奥まで全てお貸ししたい」
- 主要商店街の一角であるが、地元色強い通り
- 表間は共用土間リビングに、奥の庭に面してプライベートスペースを設えられるか
- ◎オーナー家賃低減の可能性有り
- ※崩落箇所周辺について要詳細調査



フロー



見通し

稼働軒数

運営収益

1軒 50万 → 非採算事業

5軒 250万 → 一定収益

しかし独立事業化は不可。
まちづくり会社の手は離れにくい。

10軒 500万 → スモールビジネスモデル

ファンド設立時期??
まちづくり会社は運営を支援。

30軒 1,500万円 → プロモーション含め一括運営

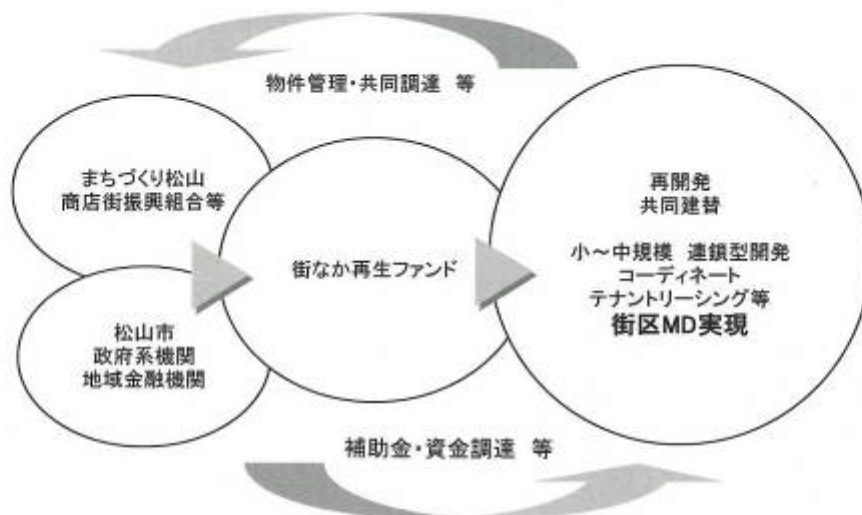
※ファンド設立コストが低減できれば、より早期に設立・運用ができるか

- ・類似ファンドの都市間連携
- ・地域内ミックスファンド
- ・その他

(5) 株式会社まちづくり松山



I. 街なか再生ファンドの組成・活用による、地区更新とMD実現



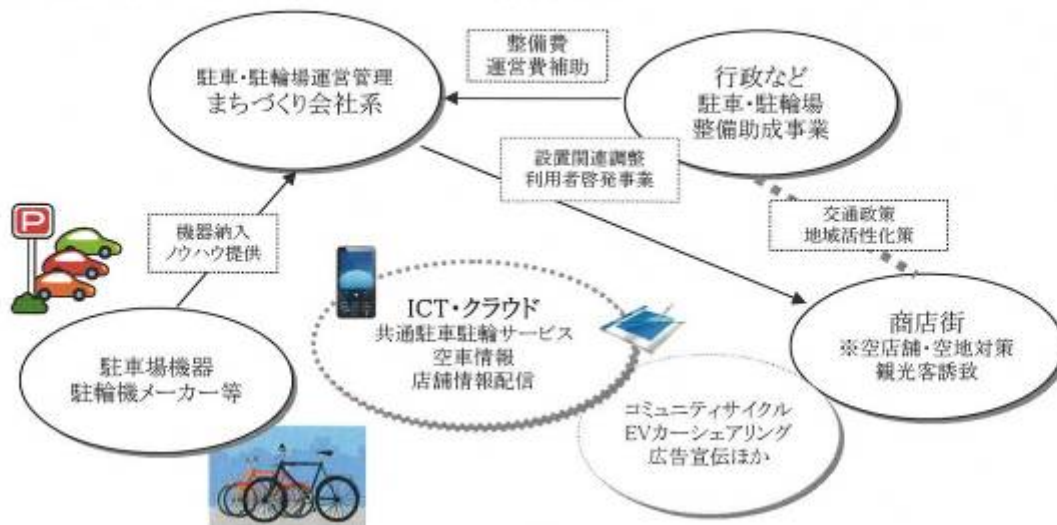
<二番町まち駐車場 25年3月竣工予定>



<三番町分譲マンション 25年10月竣工予定>



II. 地域内の駐車・駐輪サービスのマネジメント



Ⅲ. 事業収益性

Ⅰ. 床取得・テナントリーシング

床取得	@1,000千円×40坪=40,000千円	開発マンションの1F部分
内装	@500千円×40坪=20,000千円	
賃料	@10千円×40坪=400千円/月	医療関連施設 など

[1件あたり]

(単位:千円)

		1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
収入	賃料	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800
支出	床取得	800	800	800	800	800
	内装	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
	その他	500	500	500	500	500
損益		1,500	1,500	1,500	1,500	1,500

[事業構想上の収支目標]

年間3件程度のコーディネート

収入	賃料	14,400	14,400	14,400	14,400	14,400
支出	床取得	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
	内装	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
	その他	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
損益		4,500	4,500	4,500	4,500	4,500

Ⅱ. 駐輪場資産取得

駐輪場資産取得	@30千円×1,000台=30,000千円	既存民間駐輪場の資産取得
駐輪場事業収入	@100円×1,000台×50%×30日=1,500千円	

[既存買取]

(単位:千円)

		1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	
収入	駐輪場	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	
支出	資産取得	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	
	その他	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000	管理人件費含む
損益		4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	

株式会社 **まちづくり会津**

- まちづくり会社のネットワークを有効に生かしていくには
- 資金調達について広く市民の協力を得るには
 - ・会津復興ファンド?などの可能性
- 検査事業の受託の可能性や継続に向けた課題

株式会社 **まちづくり飯塚**

- 空き店舗活用・ビル運営のフィージビリティ向上
 - ・起業支援を行うための専門家の協力確保
 - ・一括借りに伴う不動産事業のリスクをどうヘッジするか
 - ・行政からの家賃補助等の支援についてどう考えていくか
 - ・オーナーとの信頼関係構築の具体策
- アクティブシニアが
3H回遊する仕組みの実現化方策
 - ・若き創業者の育成とアクティブシニアとをどう関係づけるか

株式会社 **金沢商業活性化センター**

- 事務局負担の軽減策
 - ・企画・運営にかかるまち会社の負担をいかにして軽減するか(学校、起業等との連携)
- 子どもビジネスの水平展開の可能性
 - ・ダンス以外のテーマについて、どこまで水平展開は可能か
- スポンサーシップの強化
 - ・企業にとっての様々な動機づけのあり方 (SROI実施の留意点など)

長浜まちづくり株式会社

- 事業主体の明確化と事業リスクの負担
 - ・事業のリスクを負担するのはまち会社か、事業リスクをどうヘッジするか
- 外部専門家との連携や役割分担のあり方
 - ・事業規模が小さく、まち会社が専門スタッフを抱えることが困難と想定される中、専門性(不動産賃貸やリノベーションデザイン等)をどう確保するか
- フィージビリティの精査
 - ・床負担力の低い住宅の転貸益で改修費用等の回収は可能か

株式会社 **まちづくり松山**

- まちづくり会社による開発のガバナンス確保
 - ・民間施設の権利取得と計画的な店舗等の誘致においてまち会社としてどのように優位性を確保するか
 - ・適切な業種構成の設定や、テナントリーシング等を行う上でのノウハウの調達・ネットワークの構築のあり方

まちづくり会社等の財政基盤の強化方策の検討調査

報告書

平成 24 年 12 月

発行 国土交通省 都市局 まちづくり推進課
連絡先 〒100-8918
東京都千代田区霞が関 2-1-3
電話 03-5253-8111(代表)
F A X 03-5253-1589

調査受託機関 (株)日建設計総合研究所
東京都千代田区飯田橋 2-7-5 明治安田生命ビル 7F