3. エリアの価値を向上させるために必要な要素

3－1. エリアへ面的展開を促進させるための留意点

個別の「点」である遊休不動産の再生が、「面」として展開してエリアの価値向上につながることが重要であり、面的展開を促進させるために下記の項目に留意する必要がある。

① 地方公共団体による政策的な位置づけ

- エリア内の民間事業者が事業化･起業･進出しやすい環境を整えるため、地方公共団体が戦略的な都市形成政策のもと、官民の既存ストックの有効活用に関する計画やコンセプトを策定すると共に、地域のプロモーションに取り組む必要がある。
- 公共施設を活用する際には、指定管理者制度ではなく、改修・運営も含め定期借家契約により一体的に民間委託を行うなどの工夫により民間事業者が事業を行いやすい環境を創ることが重要である。

  - ✧ 北九州市は主に産業振興、浜松市は主に街の賑わい形成の観点から、民間遊休不動産の再生の取り組みを家守構想として位置づけている。
  - ✧ 錦二丁目長者町地区の事例では、繊維問屋組合メンバーの有志を中心にまちづくり構想をとりまとめ、既存のビルを主にベンチャー向けに改修したテナントビル事業を集中的に展開。地方公共団体もこの地元の動きを踏まえて、同地区をベンチャー産業を育成する地区として位置づけている。

② 小さなエリアでの取り組みから始める

- 政策的に位置付けるエリアよりもさらに小さなエリア（スモールエリア）で遊休不動産再生の取り組みをスタートし、収益上、及びエリア価値向上の観点からも、まず１棟の遊休不動産の再生の成功事例が実現することが重要である。
- 成功事例がエリア内で発生することにより、同一の不動産所有者による連鎖的な再生の取り組みや、これに影響を受けて派生的に複数の遊休不動産所有者によるエリア内で同様の取り組みが生じる。
- 一方で、エリア内での展開を誘発する方法として、あらかじめ地元の意向も踏まえて、エリアコンセプトを策定し、地元で共有し、再生のエリア展開を念頭に特定の通りや建物を核として再生の連鎖を誘導する取り組みも見られる。

③ 展開の発展を促す取り組み

- エリア内の不動産オーナーや民間事業者、商業者、自治会の会員、地方公共団体等からなる地域の協議会の場を運営することで、エリアのコンセプトを共有し、プロモーション活動や、テナント誘致などの活動を促進することは重要である。また、こうした組織を設けて継続な関係を維持することにより、遊休不動産の発掘のチャンネルを多様化することや、不動産オーナーと再生事業を行う民間事業者やテナント等とのマッチングのチャンスを拡げることができる。

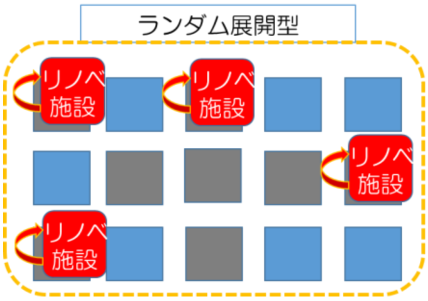
（参考）　遊休不動産の面的な展開の典型的なパターン

エリア内で遊休不動産再生によるリノベーション物件（以下「物件」という）が展開していくパターンは、大きく①エリアの範囲のみを決めて再生可能なところからリノベーションを展開していく「ランダム展開型」、②主要な道路沿いに線として展開をしていく「メインストリート展開型」、③大規模な公共施設のリノベーションなど拠点的な施設の機能を周辺に展開していく「施設周辺展開型」に区分できる。

これら 3 パターンは、実際には地域特性や施設の種類により展開が異なる。

① ランダム展開型

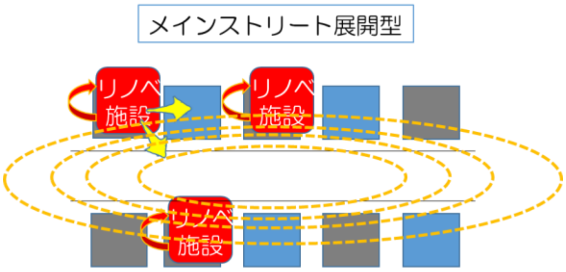
- 住宅地で空き家となった町家をリノベーションし、賃貸住宅化する場合など、エリアの中で活用可能な物件が出てくる都度、リノベーションを展開するパターンである。
- まちなか居住を推進するエリアにおいて、住宅地において空き家となった町家をリノベーションして賃貸住宅化するような場合に有効で、エリアの中で活用する物件が出てくる都度、リノベーションを展開していくというタイプである。
    - ✧ 長浜町家再生バンク（長浜市）では、中心市街地活性化基本計画区域内のまちなか居住推進重点区域内をエリアとし、「風通し」として町家の公開や、空き家オーナーの説得、借り手との間をつなぐ「橋渡し」などの活動を行っている。



長浜の町家（長浜市）

② メインストリート展開型

- メインストリート展開型商店街やビジネス街のメインストリートに建物が向かい合うエリアにおいて、通り沿いに連鎖的にオフィスや店舗（物販、飲食等）を展開するパターンである。
- 典型的なケースは商店街やビジネス街の地区のメインストリートに建物が向かい合うエリアにおいて、通り沿いに連鎖的にオフィスや店舗（物販、飲食等）を展開していくケースである。地方部では観光地のメインストリートで展開されているタイプである。

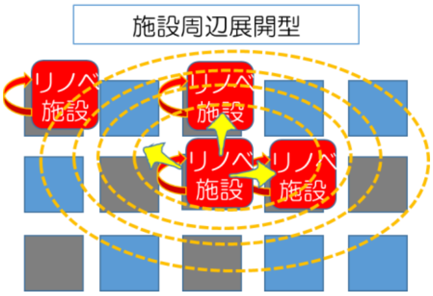


おはらい町通り（伊勢市）

- ✧ 錦二丁目長者町地区（名古屋市）では、繊維問屋街である錦二丁目長者町地区の中央の長者町通り沿いで空きビルのリノベーションが進められている。
- ✧ おかげ横丁・おはらい町通り（三重県伊勢市）においては、おはらい町通り沿いで飲食・土産物店などの店舗のリノベーションが進められている。

③ 施設周辺展開型

- 比較的大規模な遊休不動産のリノベーションの波及効果を敷地の周辺に展開するパターンである。
- 拠点となる施設の集客効果や施設の持つ魅力を周辺に拡げていくというタイプである。
  - ✧ ちよだプラットフォームスクウェア(千代田区)では、神田地域の錦町をエリアとして、SOHO オフィスの拠点として公的不動産をリノベーションするとともに、周辺の民間ビルを借り上げ、リノベーションを行いサテライトオフィスとして活用している。



ちよだプラットフォームスクウェア
（千代田区）

これらの 3 つのタイプは組み合わせて進めていく場合もあり、例えば①ランダム展開を進めながら、②エリア内のメインストリートにも併せて展開していくという場合もある。店舗などの商業施設においては、客となる人の流れを調査・予測しながら回遊性を作り出すように、メインストリートと交差する道路や裏通りへの広がりを繋げるために核となる施設を適宜分散配置するなど、戦略を持って進めることが有効である。

＜ランダム展開型の事例＞

■長野県長野市善光寺地区

長野県長野市善光寺地区は、「長野・門前暮らしのすすめ」として、門前町の古い街並みに惹かれた若者達が、門前町における空き家、空き店舗等を改修して住宅、店舗やオフィス、ゲストハウス等として活用する取り組みを進めている。

これらの取り組みの実績の一つとして、株式会社マイルームが中心となり、建築、不動産、デザインの専門家が地域のストックをデザインし、リノベーションし、マッチングを行っている。物件探しから、設計施工、運営管理までをサポートすることで、平成 23 年から 3 年間で約 30 件の空き家等の再生が行われるなど、近年、一層の広がりを見せている。

この他、(株)まちづくり長野による蔵群等の改修によるカフェ等からなる商業施設整備などの取り組みの効果もあり、長野市中心市街地の空き店舗率は平成 19 年調査時の 9.2%から平成 25 年調査時には 5.5%まで低下しており、商業エリア全体の再生が進んでいる。

資料）国土交通省「人口減少下における地域の価値向上や低・未利用地の活用に向けた実態調査報告書」（平成 25 年度）

オフィス（元旅館）

カフェ・オフィス・住居（元医療施設）

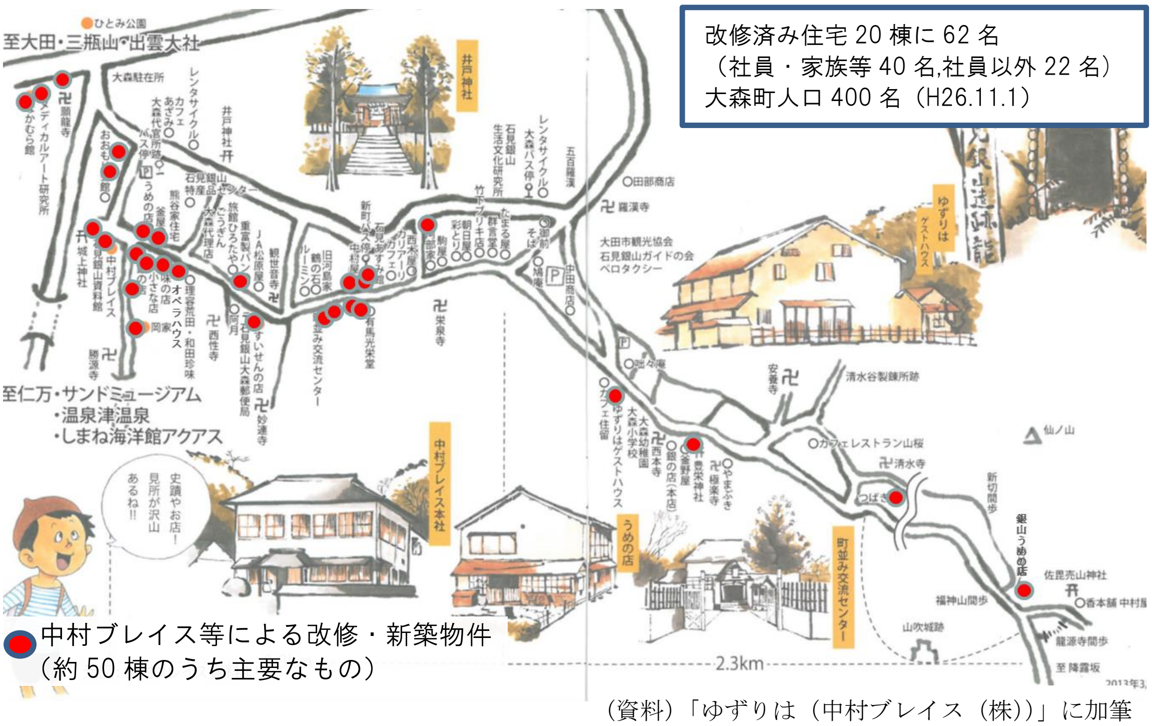
ゲストハウス（元事務所・住居）

＜メインストリート展開型の事例＞

■島根県大田市大森町 石見銀山地区

島根県大田市大森町は、明治から大正にかけて石見銀山を抱える鉱山の門前町として栄えており今から 400 年前には人口 20 万人規模の町であったが、大正 12 年の休山の後は町の衰退が進みゴーストタウン化した状況であった。中村ブレイス（株）が大森町のまちの再生と若者の就業のために、義肢装具の会社を興し、廃屋となった空き家の改修を始めたのが今から約 40 年前である。

空き家の改修事業は、中村ブレイス本店の面する大森町（重要伝統的建造物群保存地区内）のメインストリートに約 50 件展開されている（平成 27 年 3 月現在)。改修をした建物は社宅や外部からの若者定住促進のために使用しており、約 50 棟のうち 20 棟の住宅に 62 名の社員、家族、若者等が定住している。また、まちの賑わいの創出のために物販店、オペラハウス、ゲストハウスや子供のための柔道場等の改修も行っており、まちの人口増加に加え、若者定住促進や町並みの整備の点において貢献をしている。



（資料）「ゆずりは（中村ブレイス（株））」に加筆

石見銀山メインストリート
（右手前：ショップ「銀の店」）

旧大森郵便局舎の改修によるオペラハウス
「大森座」

3－2. 遊休不動産再生における留意点

個々の遊休不動産の再生を計画・実施するに際して、エリアの価値向上に繋げるためには先進事例をもとに、下記の項目について留意する必要がある。

(1) エリアのコンセプトとの合致

遊休不動産を再生してテナントを入れる際には、地方公共団体の策定した上位計画を踏まえ、エリアのコンセプトに合致するものを選定し、それぞれのテナント同士が相乗効果を発揮し、特色のあるエリアを作り出すように計画することでエリアのブランドイメージを明確にするなどエリア価値を高める取り組みが望まれる。

(2) 産業育成機能・インキュベーション機能

特に地方圏においては、まちなかの産業衰退や人口減が生じており、遊休不動産の再生により地域が活性化され、事業者数や就業者数、また居住者数の増加が効果として現れることが望まれる。例えばシェアオフィスの導入や、テナントスペースを細かく区画することによる床の小口化により、区画面積は小さいが全体の家賃負担額を低額にすることで、不動産オーナーにとって床単価の下落を防ぎつつ、これまで出店することのできなかったような個人事業者に門戸を拡げ、インキュベーション機能を果たすことが期待される。

また、遊休不動産の再生事業者は、テナントの運営に関してアドバイス体制を構築したり、異業種交流会などで側面支援するなど、建物のリノベーション完了後にも関与する仕組みが重要である。

(3) 民間事業者による様々な事業手法における工夫

本ガイドラインで取り上げている事例においては、民間事業者が様々な事業手法を採用することによって遊休不動産の再生を行い、個々の不動産の価値向上を図ることにより、エリアの価値向上に寄与している。下記に代表的な事業手法を紹介する。

①短期間での投資回収計画

概ね3年から5年程度で投資回収が可能な範囲でリノベーションに取り組まれている事例が多く見られる。支出面では、設計での工夫や仕上げの簡素化、ボランティアやワークショップを活用した改修コストの低減に取り組まれている。収入面では次のテナント先付けなどにより投資回収の確実性を高める取り組みがされている。

②テナントの先付け

改修工事を実施する前にテナント等を募集・選定し、家賃収入等により得られる一定期間の収入から改修事業規模を逆算して事業のリスクを最小化するとともに、テナント等入居者の特性や要望に合わせて内装、設備の改修等を行うことにより、機能的で魅力ある無駄のない改修を行っている。

③小口化

遊休不動産は、従前は一棟貸しのオフィスという形態が多く、遊休化し全てのフロアが空いていても、なお一棟貸しを希望するオーナーが多い。そこで、まちづくり会社等が遊休不動産の所有者から一棟借りした上で、シェアオフィス、シェアハウスなど個々には小面積に小口化し、複数の主体へサブリースを行うことで、入居者の実負担額の軽減と多様なニーズに対応しながら、床単価や賃料収入の総額維持を図る取り組みがされている。

④ 定期借家契約による暫定利用

公的不動産活用型の場合は５年、10 年の定期借家契約で民間事業者に貸し出すことにより、民間事業者の創意工夫を活かしながら、契約期限をタイミングとして、公共側が民間事業者への貸し出しについて見直す仕組みが取り入れられているケースがある。

民間不動産活用型の場合は、オーナーが長期的に安定した利活用を望むことから、定期借家契約はあまり活用されていない。しかし、多くの場合３～５年以内で投資回収する事業計画となるため、内装・設備改修は実施するが建て替え等の本格的な更新は行われない。また、テナント、インキュベーションオフィス、シェアハウス等の入居者は２年程度の比較的短期に入れ替わる等、全般に暫定での利活用を前提にリノベーションが行われている。

(4) エリアマネジメント機能

遊休不動産の再生は、単体の建物のリノベーション、運営のみではなく、エリアコンセプトを踏まえ、まちなみ景観の形成などへの協力やエリアの価値向上、ブランド化などエリア全体へ波及する取り組みがあることが望ましい。そのために不動産オーナーや自治会等の様々なエリアの主体が参画したまちづくり組織等が重要である。

個々の遊休不動産の再生においても、地方公共団体の上位計画に合致しているなど、エリアの価値向上を図るために必要な機能を導入していることが求められる。また、再生した施設の運営者等もエリアマネジメント活動に積極的に参加するための体制を整えることも重要である。

(5) 地域の賑わい創出機能

交流人口の増加や歩行者数の増加などの観点からは、施設として定期的にイベントを行うなど、地域を活性化する取り組みがあることが望ましい。また、例えば 1 階にカフェを配置するなど人通りを誘発する施設をテナントとして誘致することにより、賑わいを創出する機能が施設に含まれていることがエリア価値の向上には重要である。