自分のまちは自分でつくる～郊外の不動産を活かすリノベーションの取り組み

ダマヤ・カンパニー株式会社
代表取締役　木本　孝広

父親が経営してた賃貸住宅を引き継いで再生していく中で、私なりに「自分のまちは自分でつくる」というキーワードにたどり着つきました。そういうお話をさせていただきます。

「空き家から始まった直径 100m のまちづくり」

その舞台は宝塚市の小林駅、『阪急電車』という映画で注目を浴びた駅から徒歩 15 分ぐらいのところに、私の生まれ育った実家があります。実家の隣に父親が経営していた長屋スタイルの店舗付き住宅があります。稼働率がどんどん下がってきて、6 年ほど前には稼働率が 45%に低下し、その後ついに 1 つの棟が全員退去してしまいました。それで、売却しようという話になりました。これは地方の不動産再生のときによくある話ですが、リフォームとかいろいろ努力しても結果が出なかった、では、思い切って投資して全部新築するかといっても賃貸経営としては難しい。戸建の分譲であれば買い手がつくということで売却しましょうという話でした。

私はそのときに「リノベーションどうだろうか」と思い立ちました。そのころはまだリノベーションという言葉がようやく雑誌に載るような時期でしたが、私は自分で DIY でリノベーションした家に住んでいて、リノベーションはすごい楽しいと感じていました。そこで父親に提案したところ、「やめとけ、賃貸住宅でそんなことやってどうするんだ」という反応でした。しかし私はタイルなんかも今ではないような手作りのタイルだったので建物がかわいく思えてきて、これは残したいな強く思うようになりました。そこで、「俺にやらせてくれ」ということで、反対を押し切ったかたちでやり始めました。

建物に「INNO HOUSE」と名付けました。これは自然素材“innocence”と、既存への挑戦“innovation”という意味を込めています。このときに単純にリノベーションをするというだけではなくて、ビジネス的な観点をしっかりと入れなければならないと思いました。これは地方の大家さんが結構見過ごしている点で、賃貸業というのは不労所得、土地・建物を持っていれば勝手にお金が入ってくるという考えの方が多いんです。しかし、賃貸業というのをちゃんとビジネスとして捉える。つまり、ターゲットを明確に決めて、そのターゲットが喜ぶ家づくり（商品設計）をする必要があるということです。　私はコンペ概要を作成して複数の工務店に依頼したところ、1 社の工務店が共感してくれました。それでそこと一緒に建物のリノベーションをやっていくことになりました。

工事がはじまったので、次はプロモーションですが、普通であればまちの不動産屋さんに、「今リフォーム中の建物があるので、客付をお願いします」といえばそれで終わるのですが、私はターゲットに見合ったプロモーションをしなければならないと思い、不動産屋さんのところに行って、「壁は自由に塗ってもいいんです」とか「リノベーション可能です」というような営業トークとかツールとかを全部渡しました。そうしたら、建設中に見学者がたく

さん訪れてくれました。特に若い世代の方が多かった。反対していた父親が喜びながら案内していました。そのように反響がよかったので、この INNO HOUSE が建設中に満室になりました。

私は、入居者にこの建物に愛着を持ってもらえるようなイベントをやりたいなと思って、「ワックスがけイベント」を企画しました。無垢の板に蜜蝋ワックスを塗るとしっとりとして香りもいいのです。これを業者ではなく、入居者さんに塗ってもらおうということですが、不動産屋さんは「賃貸借契約がまだ決まってないのに入居予定者を部屋にあげるのはあまり考えられないことなので、やめましょう」と言われましたが、「いや、大丈夫です。責任は持ちます」といって呼びかけたら全員集まってくれました。それでみんなでわいわい言いながら、無垢材の床にワックスを塗りました。

壁のクロスはビニールではなく紙を使っているので、ペンキが塗れるんです。そうすると入居した瞬間にペンキを塗る入居者もいました。もともと店舗付き住宅だったので土間がありました。ここに床を張るとお金もかかるので、土間のスペースを活かしたリビングにしてみました。入居されたデザイン事務所の方は、そこをオフィスに使ってくれています。このような仕掛けが「面白いね」と思ってもらえる、少し感度のある方というか、クリエイティブな人がどんどん来るようになって、その人たちで埋まったというかたちです。これは INNO HOUSE の完成レセプションのときの写真です。このときはコミュニティの原点というか、何か楽しいことがこれから起こりそうな予感がしました。

そうやって横同士でつながってきたので、一部屋を借り切って毎月 1 回「INNO HOUSE バー」というのをやりました。ただの飲み会というよりも、毎回テーマ性を持って話をするようなかたちでバーをやっていたのですが、それがコミュニティの醸成につながるというので、結構注目を浴びて新聞にも載りました。そうすると、やっぱり入居者さん同士で仲良くなって、つながって、暮らしが楽しくなっていくなというのを、INNO HOUSE での暮らしが始まってだんだん気づいていきました。そのうちに、そのつながりが建物の中だけではなくて、外にも波及するようになっていった。外で喋ってる風景というのが、だんだん出始めました。外で人の気配を感じるということは、まちの賑わいと直結しているなと感じました。

そこで、私が思ったのは、賃貸経営というのはもしかするとまちづくりなのかなということです。それで直径 100m のまちを今からつくろうというふうな考えに至りました。ちょうど敷地の真ん中が駐車場でしたが稼働していなかったのです。私が今まで INNO HOUSE でやって気づいたいいなと思うことをここでやろうというかたちで、新築の賃貸住宅を計画しました。いろいろな工夫を盛り込みました。外に出たとき必ず人と顔を見合わせるような間取りになっています。名前も「karasusa」という名前にして。唐草模様の唐草なのですが、植物が絡んでいくような様子をイメージして名前をつけました。INNO HOUSE のときみたいにクリエイティブでアクティブな人が来てほしい。そこで INNO HOUSE の住民さんもプランづくりに参画してくれて、一緒に考えていきました。「自分で作れるような部屋があったら面白いよね」とか、「イベントができるような広場があったら面白いよね」、「公民館みたいなカフェがあったらいいんじゃない」とか、「ギャラリーがあったらいいんじゃ

ない」、「シェアオフィスがあったらいいんじゃない」というアイデアがどんどん出てました。では、それを全部やってしまえていうかたちで、まちを「INNO TOWN」と命名して計画が始まります。これもすごくお金がかかることなので、勇気が要りましたが、銀行で融資を受けて、計画をスタートさせました。

「karasusa」は賃貸住宅ですけれども、餅まきをしたんです。するとまちの人が 200 人ぐらい来てものすごく盛り上がりました。ここで餅をまいた後に、「この下にはカフェができるんですよ」とか、「ここにはこんな賃貸住宅を作るんですよ」とか、私がマイクを持って皆さんにあいさつしました。そうして、INNO TOWN の真ん中にあるこの「karakusa」という建物が完成しました。写真もレセプションのときの様子ですが、いろんな人が集まってくれて、ものすごく盛り上がりました。

INNO HOUSE と同じく紙のクロスを貼って、新築だけど壁を自由に塗っていいことにしました。壁の一部に合板をそのまま見せているところを作って、ここは釘打ち放題です。エントランスには無垢のポストを作ったり、入居者専用の倉庫をつくったりしました。倉庫は、アウトドア用品や、ベビーカーを入れることができるので、入居者は重宝しているようです。また新築ですけど、ペット可です。さらに 1 階にカフェを設置しています。建物に面白さを持たせたので、人が人を呼ぶという感じで、どんどん埋まっていきました。

入居者たちは似たような考えの人たちなので、コミュニティを作りましょうとか、何か盛り上げようというのをわざわざしなくても、勝手に音楽イベントをやったりクリスマスイベントが行われるようになりました。カフェの中ではワークショップが行われたり、庭先でマルシェがスタートしたり、部屋の中で子ども向けのお料理教室が始まりました。

INNO HOUSE のとなりの長屋はまだ手をつけてなかったのですが、盛り上がってきたので、「このままでいいから貸してください」みたいな人が現れました。雑貨店を作ったり、有機野菜を世に広めたいっていう思いがある方が、自分で一生懸命お店を作って販売しています。

これまでのことを少し振り返ってみますと、今まではいくらリフォームしても改善しなかったところを、リノベーションがきっかけで好転していくというのが見えてきました。データでみると、6 年前、4 棟 36 戸の稼働率が 45%でした。これは今、5 棟 47 戸の稼働率 100%です。内訳は、もともとシニア層が 15 世帯で、店舗は 1 店舗でしたが、これが今は赤ちゃんを含めて多世代になって、36 世帯で、店舗も 11 店舗まで増えました。これは今、地域が抱える課題、少子高齢化や地域経済の落ち込みを 1 つの小さいモデルで解決した事例なのかなと思っています。

「まちづくりをしていった中で気づいたこと」

アメリカのオレゴン州の中のポートランドは全米で 35 歳以下の若者が住みたいまちランキングナンバー1 です。このポートランドと INNO TOWN とは共通する部分があると思っています。それは、ポートランドの開発の中でミクストユーズという考え方があります。1 つのブロックの中にオフィス、住宅、テナントを入れましょうということです。この 3 つを入れ込むことによって、24 時間賑わいを維持することができるという考え方です。さきほ

どの INNO TOWN は、自然にそうなっていて、24 時間いつも人がいます。朝になったら出勤の人が出ていくのですが、それとちょうど入れ替わりに、子どもを幼稚園に預けたお母さんがカフェにやってきます。そしてお母さんたちが帰っていく。店舗が店じまいになるころに、勤めに出て行っていた人たちが帰ってくる。こんな感じで INNO TOWN にはいつも人がいるんです。

結婚してマンションを買ったので、引越ししますという人が、「初めて引越ししたくないと思った」と言ってくれたんです。それはなぜかというと、はじめはデザインとか機能とかでここを選んでくれたのですが、出て行きたくない理由は変わっているのです。それは居心地のいいコミュニティから出たくないという気持ちに変わっていたということです。

入居者は最初は自分らしい部屋を作りたいとか、自分の部屋に興味を持っている。そういうハード的なところの興味から、徐々にライフスタイルに興味を持つようになる。そうするとだんだん家の周りにも興味を持ち始めて、人と関わりたくなる。さらに、このまちを面白くしたいなというふうに思うようになる。このように中から外へというふうに放射状に興味が湧いていく。つまり大切なことは、住みたい家と住んでよかった家というのは、違うということです。

大家さんはこの両方をやるべきだと思います。特にコミュニティ（ハードに対するソフト）の方は意識しないとなかなかやれないです。若干のお金もかかります。でも私はやるべきだと思います。ハード的なことは、いずれ建物が古くなったら、新築との比較のときに負けてしまいます。でもコミュニティ（ソフト）はなかなか取って代わるのはされにくい。これは賃貸経営としてはすごく大事だし、また同じことが「まち」としても言えることだと思います。

では、そのコミュニティはどうやってつくるのか。3 つポイントがあると思います。まず、同質の人を揃えること。いろんな人がいていいのですが、根底にある考え方が同質の人を揃えるということです。「karakusa」の新築のときに入居した人に、DIY の道具を貸して、「自分でクローゼットを作ってください」といいました。入居希望者が 10 人いたら、1 人か 2 人ぐらいの人は、「ええ、自分で作っていいんですか」みたいな感じで、本当に格好よく自分でアレンジしてつくられました。つまりハードによって人を絞っているのです。

次に、場が大事です。INNO TOWN につくったカフェがこの場になっています。本来はここではカフェが成立するような場所ではない。それでも、収益を目的としたのではなくて、コミュニティの場をつくることを目的としたカフェなのです。ここでは地域のイベントも行われます。

最後に、仕切り屋さんを見つけるということです。場があっても、例えば飲み会をやりましょうというときに、「参加しませんか」と声をかける人がいないと、なかなか成立しない。INNO TOWN ではその役割はお店が果たしてくれます。利害が一致しますから。

「大家さんから相談を受けて空き家の再生を地域活性の拠点にした事例」

いろいろな大家さんからご相談をいただいて、空き家の再生のお手伝いをさせていただいた事例をご紹介します。

・シーナと一平

東京都の豊島区で池袋から西武池袋線で 1 駅行った椎名町というところの事例です。このあたりはお店が全部池袋に吸い取られてしまって、今シャッター街になっています。もともとトンカツ屋さんだったところです。大家さんが相続のタイミングでただ売ってしまうのもさみしいし、なんとか残したいんだという相談を受けました。そこで、1 階をコミュニティーカフェにして、2 階を外国人向けのゲストハウスにしました。今はカフェではなくレンタルスペースとして、いろんな活動をする方々が活動する場になってます。

・西池袋マート

池袋でも活動していると、地域のオーナーさんが声をかけてくれるようになりました。もともと市場だったのでが、20 年ぐらい前に閉鎖して、それ以来売らない、貸さないの一徹で突き通したオーナーさんの建物でした。このオーナーさんが、「きみたちだったら貸してあげる」と言ってくれたんです。それで我々が借り受けて、たまたまビール作りをやりたいという人と出会うことができたので、今クラウドファンディングで資金を集めて、クラフトビールとアートの拠点というコンセプトでちょうど再生しているところです。

・コトノハコ

これは埼玉県の事例ですが、住宅街のアパートで 1 階が空いていました。在宅ワーカーの女性がいて、その人がずっとこういう場が欲しいということでお手伝いをしたんです。地域のママさんが多いのですが、作家さんがここで自分が作ったものを売るというような場所です。その作家さん同士のコミュニティがあるので、人が人を呼んで 40 個以上レンタルボックスがあるのですが、全部埋まっています。大家さんは大家業というのは立派な仕事であって、まちづくりにつながるということを理解されています。

・まちかど農園

これは宝塚市の逆瀬川駅前の事例です。駅前にオーナーが住んでいた住居を、何か人が集まるような場所にしたいと思っておられるオーナーさんが私に相談に来ました。そこで、「まちかど農園」という名前をつけて、リノベーションの絵を描きました。1 階に野菜を販売するスペースとシェアキッチン、2 階にコワーキングのスペースをつくりました。

地方再生にはいろんな手法があると思いますが、どんな地方でも共通して言えるのが、そこに集まる最初のきっかけをどうつくるのかがカギとなります。何らかのムーブメントが作れるようなクリエイティブでアクティブな人、思いを持って何かやりたいという人が最初の起点になります。その人が活動できる場があれば、その拠点からじわじわその周りにコミュニティができていく。そうして 1 つの小さいエリアが盛り上がっていく。私はそういう人や拠点というのをまちづくりの中で見つけてやっていきたいと思っています。