

## 4. エリアの価値向上につながる遊休不動産再生のポイント

### 4-1. ポイント整理の考え方

本ガイドラインでは、リノベーション・エリアマネジメントの取り組みを地方公共団体が施策として実施する際に、その施策の意義や効果を検討するにあたり、個々の遊休不動産の再生がどのような効果をエリアに及ぼすのかについてのポイントを示すことを念頭に整理をしている。

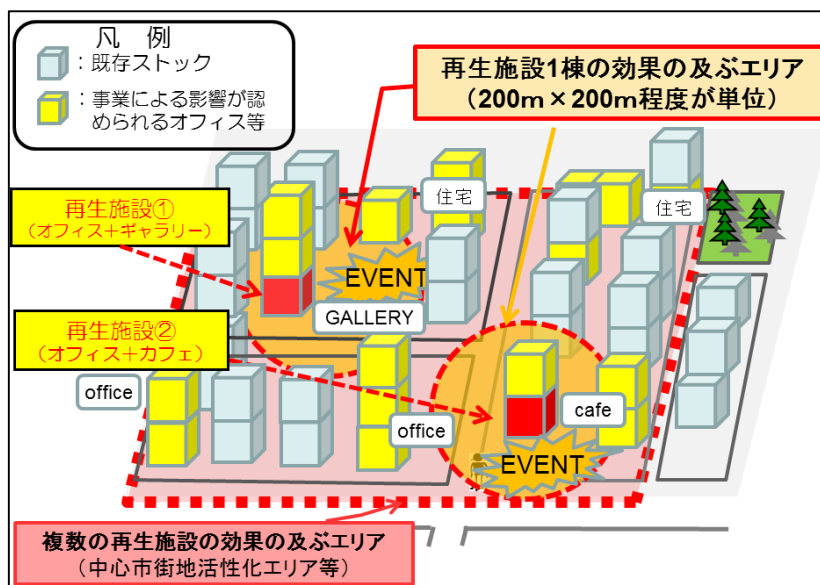
ポイントの表示方法としては、個別の遊休不動産再生の取り組み内容を分野別に項目を並べ、

- ・1棟の遊休不動産再生により直接的に生じる効果
- ・エリア内で連鎖的に取り組まれた複数の遊休不動産再生の累積として生じる効果
- ・上記の遊休不動産再生以外の要因も含めてエリア内で現れている効果を整理して表示している。

「遊休不動産再生以外の要因も含めて現れているエリア内での効果」については、遊休不動産再生との直接的な関係を明確にすることは困難だが、エリアに生じるプラスの効果を広く拾い出すという構成としている。

遊休不動産の再生の連鎖や再生の相乗効果が周りのエリアに及ぼす効果を定義することは、現在では事例も少なく困難であるが、個別の遊休不動産再生が一定の効果を及ぼしていることは先進事例から読み取れることから、このように整理をしている。

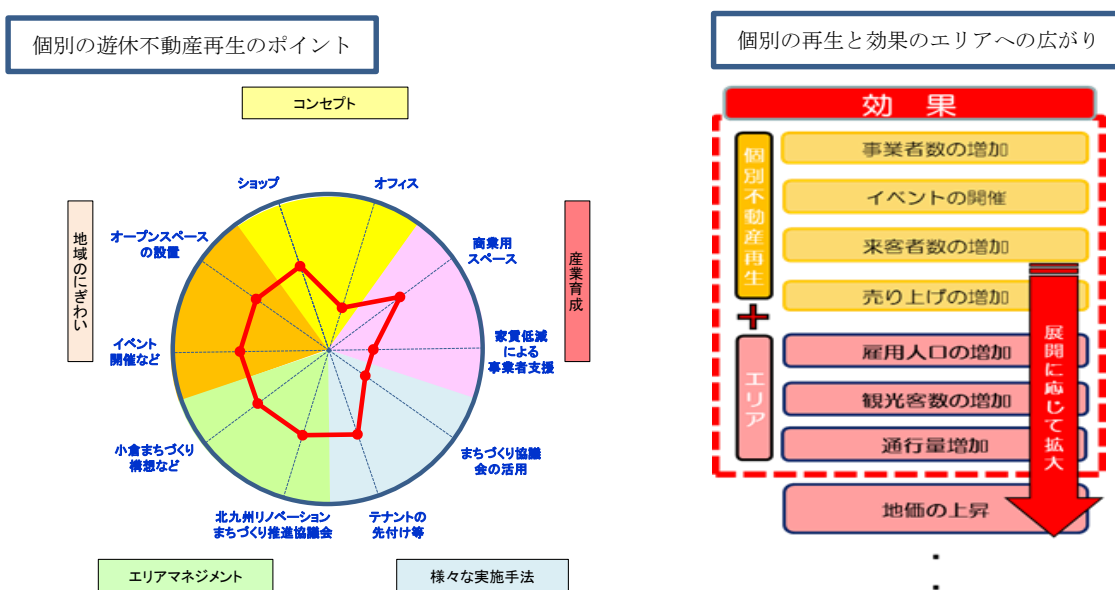
先進事例で取り組まれているリノベーション・エリアマネジメントの内容と、それに寄与している可能性の高い、個々の遊休不動産の再生のポイントを整理し、ポイントの整理の仕方を示すことにより、戦略的に個々の遊休不動産再生を進めることによりエリア価値の向上に取り組むことの意義、重要性を示している。



図表 15 ポイント整理の考え方（遊休不動産の再生の展開イメージ）

これらを表現する上で、個別の遊休不動産の再生のポイントについては、左のレーダーチャート形式のように、再生により取り組んだテナントや機能がどのようなものでエリアのコンセプトに合致し、エリアへどのような効果をもたらしているか、エリアマネジメントの取り組みに貢献するか、テナント等が開催するイベント等の取り組みを表すことができる。

再生されたビル等に入居するテナントや導入された機能は周辺エリアに効果を及ぼすものであり、さらに複数の再生が行われることにより効果は高くなり、また、効果の生ずるエリアも広がるものとする。このような個別の再生と効果のエリアへの広がりについては、効果が及ぶエリアが小さいものを上から順に並べ、下方に書かれた効果ほど効果が高く、及ぶエリアが広いものとして表現できる。



図表 16 ポイント整理の考え方（遊休不動産の再生と効果の考え方）

#### 4-2. 遊休不動産再生におけるポイントを整理する目的

このような整理をする目的としては、

- ①先進事例における実際の取り組みを整理して理解すること
  - ②どのような遊休不動産の再生に取り組めば、目標とするエリアの将来像を実現可能かの検討や施策目標を設定する際の参考となること
  - ③公的不動産活用の際に民間からの提案を求める場合の参考になること
- 等を主として想定している。

### 4-3. 遊休不動産再生におけるポイントを整理する方法

#### (1-1) 個別の遊休不動産再生のポイントの表し方

個別の遊休不動産再生における立地エリア周辺のエリア価値向上に資するポイントを整理する方法として、下記の①リスト形式による表示、②アイコン形式による表示、③リーダーチャート形式による表示の3種類を示す。なお、これはあくまで1棟の遊休不動産の再生について再生のポイントを示す方法である。

また、ここで例示しているポイントは、限られた先行事例から作成している。このため、各地域でエリアに求められる効果に合わせて、適宜、必要な項目を取捨選択し、さらに、追加や修正を加えていく必要がある。

#### ①リスト形式による表示















- ・ 個々の遊休不動産の再生がエリアへ及ぼす効果のポイント及び判断した具体的な内容を、分野別に列記するという表示方法がリスト形式による表示である。
- ・ ここで設けた分野別の項目、例えば1-1では物件、商店街で空きビル、空き店舗が生じているようなエリアをショップやクリエイティブな事務所などで埋めていくということであれば、誘致するテナントとして、オフィス、飲食施設、ショップ、シェアハウス等を項目として整理をすることができる、ということであり、各事例でポイントと考えられる項目の総和という形で整理している。

分野及び分野ごとのポイント(ハード&ソフト)		ポイントの具体内容(例)
1	コンセプト	
	1-1 テナント	○オフィス ○ショップ
2	産業育成	
	2-1 インキュベーション施設	○商業用スペース(10区画)
	2-2 雇用や産業の創出の取組	○初期の家賃低減による事業者の支援 ○新規創業者の発掘
3	様々な実施手法	
	3-1 遊休不動産の発掘・マッチングの取組	○リノベーションスクールの定期開催
	3-2 リノベーション実施での工夫	○5年間で投資回収
	3-3 テナント確保の取組	○テナントの先付け ○テナントフロアを小口化
4	エリアマネジメント	
	4-1 エリアマネジメント組織等	○まちづくり応援団(株)
	4-2 行政による上位計画等	○エリアマネジメント計画 ○中心市街地活性化基本計画
5	地域の賑わい	
	5-1 地域を活性化する取組	○イベントの実施 ○WebによるPR
	5-2 賑わい創出効果のある施設	○カフェ・ショップ ○オープンスペースの設置

図表 17 ポイント整理の結果(例)【リスト形式】

## ②アイコン形式による表示

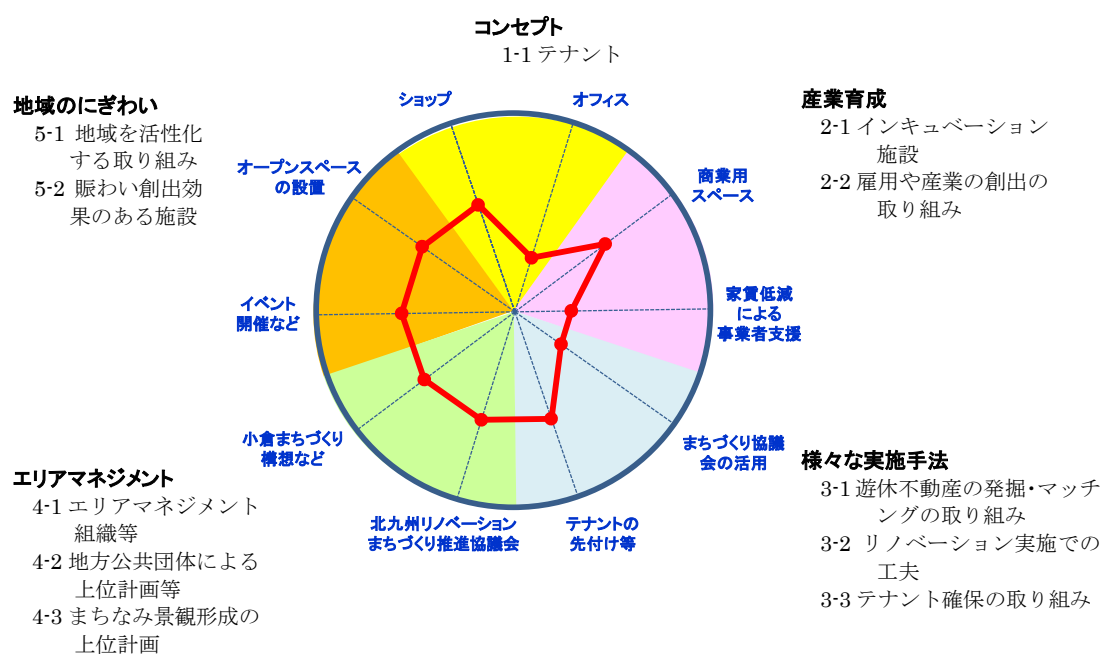
- ・ リスト形式により整理されたポイントを、それぞれアイコン化することで、ポイントをより捉えやすくした表示方法がアイコン形式による表示である。

	分野及び分野ごとのポイント(ハード&ソフト)	ポイントのアイコン表示(例)
1	コンセプト	
	1-1 テナント	 
2	産業育成	
	2-1 インキュベーション施設	
	2-2 雇用や産業の創出の取組	
3	様々な実施手法	
	3-1 遊休不動産の発掘・マッチングの取組	
	3-2 リノベーション実施での工夫	
	3-3 テナント確保の取組	 
4	エリアマネジメント	
	4-1 エリアマネジメント組織等	 
	4-2 行政による上位計画等	
5	地域の賑わい	
	5-1 地域を活性化する取組	 
	5-2 賑わい創出効果のある施設	

図表 18 ポイント整理の結果(例)【アイコン形式】

### ③レーダーチャートによる表示

- ・ 個別事例のポイント整理の視覚化の一つとして、レーダーチャートによる整理も試みている。分野別の項目ごとに、ポイントに該当する項目の数を基本にレーダーチャートとして表現するものである。
- ・ レーダーチャートとして表現することにより、リノベーション・エリアマネジメントを検討するエリアの特性や、個々の遊休不動産再生がエリアに求められる効果に関連する項目の多寡を視覚的に見渡すことが可能となる。
- ・ なお、リスト形式やアイコン形式と示される内容や性格は同じであり、これのみにより直ちに具体的な取り組みの優劣が分かるというものではないが、総合的に判断する際の判断材料として活用できる。



図表 19 ポイント整理の結果（例）【レーダーチャート形式】

## (1-2) 整理するポイントの分野別の考え方

### ①コンセプト

遊休不動産の再生において、入居するオフィス、店舗、住居などのテナントが行政計画やエリアのコンセプトに合致していることが重要であることからテナントに着目する。

分野別チェック項目	チェック項目に対する判断のポイント	
	★★	★
1-1 テナント	上位計画やエリアのコンセプトに合致し特に有効な遊休不動産の再生が実施されている。	上位計画やエリアのコンセプトに合致する遊休不動産の再生が実施されている。

#### 1-1 テナントの例

項目	内容
オフィス	オフィススペースやシェアオフィス施設等を活用した、SOHO事業者、IT系、ベンチャー企業などのテナントなど
飲食施設	カフェなどの飲食系テナント (業務の打合せに活用可能な施設)
ショップ	物品販売やお土産物販売のテナント (制作の場を兼ねる等)
シェアハウス	住居系施設で、居住者を誘致する施設

#### <注意点>

- ・ 当該物件のうち、床面積または売上の面でメインとなるテナント、サブとなるテナントを対象とする。
- ・ ★印に満たさないものは取り上げない。

## ②産業育成

コンセプトにおける入居テナントと重複する部分があるが、特に産業育成の観点からの取り組みがある場合は、インキュベーション施設に着目する。また、産業育成へのソフトの取り組み（民間独自、行政の支援を含む）にも併せて着目する。

分野別チェック項目	チェック項目に対する判断のポイント	
	★★	★
2-1 インキュベーション施設	インキュベーション機能のある施設を設置しており、事業者を10社以上創出する効果がある。	インキュベーション機能のある施設を設置している。
2-2 雇用や産業の創出の取り組み	雇用や産業の創出を目的とした複数の取り組みをしている。	雇用や産業の創出の取り組みをしている。

### 2-1 インキュベーション施設例

項目	内容
シェアオフィス	SOHO 事業者等のための、低家賃でのオフィススペース貸し出しを行い、インキュベーション機能を発揮
小口の商業用スペース	事業スペースを小口化することにより、小規模な物販事業者の出店を容易にするなどインキュベーション機能を発揮

### 2-2 雇用や産業の創出の取り組み例

項目	内容
事業者の支援	入居しているテナントに対しての経営アドバイス体制など
テナントの構成を工夫	同業種のテナントを集めるなど、事業の成功に寄与する工夫を実施
中古不動産の流通の促進策	空き屋を活用して産業創出
マルシェの開催	将来のテナントを育成する機会を設ける

### <注意点>

- ・ ★印に満たさないものは取り上げない。

### ③様々な実施手法

魅力的な遊休不動産の再生における様々な工夫について、物件の発掘からリノベーションの実施、テナントのマッチング、ICTの活用などの観点から着目する。

分野別チェック項目	チェック項目に対する判断のポイント	
	★★	★
3-1 遊休不動産の発掘・マッチングの取り組み	遊休不動産の発掘・取得に際して複数の取り組みがある。	遊休不動産の発掘・取得に際して取り組みがある。
3-2 リノベーション実施での工夫	リノベーション実施段階における複数の特別な工夫がある。	リノベーション実施段階における特別な工夫がある。
3-3 テナント確保の取り組み	テナント確保のため複数の取り組みがある。	テナント確保のための取り組みがある。

#### 3-1 遊休不動産の発掘・マッチングの取り組み例

項目	内容
定期借家等	公的不動産、民間不動産を定期借家等により期限を区切ることにより利活用を促しリノベーションを実施
イベントの活用	空き屋ウォッチング、官民学などからなるまちづくり協議会の活動やリノベーションスクール等に併せた物件の発掘
Webの活用	Webを通じて遊休不動産を募集

#### 3-2 リノベーション実施での工夫例

項目	内容
古民家のリノベーション	町屋の景観を残すなどの工夫
スケルトン貸し	スケルトン貸しを行い、テナントにリノベーションを任せることによってコストを削減
カスタマイズ賃貸	入居者が自由に内装を選べる等のカスタマイズ賃貸
資金調達の工夫	テナントの先付け、地銀の融資などの活用
短期間の投資回収計画	5年以内での投資回収

#### 3-3 テナント確保の取り組み例

項目	内容
地元ネットワークの活用	地元のネットワーク等を活用してテナントを確保
サブリースによる小口化	小口化をすることにより家賃を低減
Webの活用	Webを通じてテナントを募集

#### <注意点>

- ・ ★印に満たさないものは取り上げない。



#### ④ エリアマネジメント

個々の遊休不動産を再生する際にエリアマネジメント組織を有しているか、計画があるか、景観面でのマネジメントの取り組みがあるかについて着目する。

分野別チェック項目	チェック項目に対する判断のポイント	
	★★	★
4-1 エリアマネジメント組織等	エリアマネジメント組織が存在し、かつエリアのコンセプトなどの計画を策定している。	エリアマネジメント組織が存在する。
4-2 地方公共団体による上位計画等	地方公共団体が策定する上位計画が存在し、かつ遊休不動産の再生事業者を支援する取り組みがある。	地方公共団体が策定する上位計画が存在する。
4-3 まちなみ景観形成の上位計画	まちなみを保存する取り組みがあり、周辺組織との協力体制がある。	まちなみを保存する取り組みがある。

##### 4-1 エリアマネジメント組織等の例

項目	内容
エリアマネジメント組織	自治会やまちづくり株式会社などのエリアマネジメント組織がある。
コンセプト	エリアマネジメント計画、エリアのコンセプトを設定している。

##### 4-2 地方公共団体の上位計画等の例

項目	内容
地方公共団体による上位計画	事業に関係する当該地方公共団体の基本構想、基本計画、マスタープラン等がある。
遊休不動産の再生事業者の支援	リノベーションスクールの後援など、積極的に事業者を支援する取り組みがある。

##### 4-3 まちなみ景観形成の上位計画の例

項目	内容
まちなみの保全	歴史・文化の保存や、景観形成の取り組みがある。
周辺組織との協力体制	周辺の民間事業者等と、協力してまちなみの保全に取り組んでいる。

#### < 注意点 >

- ・ ★印に満たさないものは取り上げない。
- ・ エリアマネジメント組織は、遊休不動産を再生する事業者が主催、もしくは参画している場合のみチェックの対象とする。

### ⑤地域のにぎわい

地域のにぎわいを生じるためのソフトの活動、テナントのもつ賑わい創出効果に着目する。

分野別チェック項目	チェック項目に対する判断のポイント	
	★★	★
5-1 地域を活性化する取り組み	地域を活性化する取り組みを複数行っている。	地域を活性化する取り組みを行っている。
5-2 賑わい創出効果のある施設	集客効果のある施設を複数導入している。	集客効果のある施設を導入している。

#### 5-1 地域を活性化する取り組みの例

項目	内容
イベントの実施	周辺事業者と協力したイベントの開催や、異業種交流会などを開催
オープンハウスなどの実施	住居系施設にあつては、オープンハウスなどによる居住者誘導の取り組み
Web による PR	Web による集客

#### 5-2 賑わい創出効果のある施設の例






























































































項目	内容
カフェ	集客効果の見込まれるカフェ等の施設
ショップ	集客効果の見込まれる物販施設等
オープンスペースの設置	オープンテラスの設置や、公園の併設等のオープンスペースがある場合に評価

#### <注意点>

- ・ ★印に満たさないものは取り上げない。

### (1-3) ポイントの分野別のアイコン

アイコン形式によってポイントを表示する際に用いるアイコン例を各分野別に下記の通り整理した。

<b>1 コンセプト</b>	<b>3 様々な実施手法</b>	<b>4 エリアマネジメント</b>																																		
<b>1-1 テナント</b> <table border="1"> <tr> <td>オフィス</td> <td></td> </tr> <tr> <td>飲食施設(物販)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>シェアハウス(住居系施設)</td> <td></td> </tr> </table>	オフィス		飲食施設(物販)		シェアハウス(住居系施設)		<b>3-1 遊休不動産の発掘・マッチングの取組</b> <table border="1"> <tr> <td>定期借家</td> <td></td> </tr> <tr> <td>リノベーションスクールの活用</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Webの活用</td> <td></td> </tr> </table>	定期借家		リノベーションスクールの活用		Webの活用		<b>4-1 エリアマネジメント組織等</b> <table border="1"> <tr> <td>エリアマネジメント組織</td> <td></td> </tr> <tr> <td>コンセプト</td> <td></td> </tr> </table>	エリアマネジメント組織		コンセプト																			
オフィス																																				
飲食施設(物販)																																				
シェアハウス(住居系施設)																																				
定期借家																																				
リノベーションスクールの活用																																				
Webの活用																																				
エリアマネジメント組織																																				
コンセプト																																				
<b>2 産業育成</b> <table border="1"> <tr> <td colspan="2"><b>2-1 インキュベーション施設</b></td> </tr> <tr> <td>シェアオフィス</td> <td></td> </tr> <tr> <td>商業用スペース</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>2-2 雇用や産業の創出の取組</b></td> </tr> <tr> <td>事業者支援</td> <td></td> </tr> <tr> <td>テナントの構成を工夫(同業種集約)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>中古不動産流通</td> <td></td> </tr> <tr> <td>マルシェの開催</td> <td></td> </tr> </table>	<b>2-1 インキュベーション施設</b>		シェアオフィス		商業用スペース		<b>2-2 雇用や産業の創出の取組</b>		事業者支援		テナントの構成を工夫(同業種集約)		中古不動産流通		マルシェの開催		<b>3-2 リノベーション実施での工夫</b> <table border="1"> <tr> <td>古民家のリノベーション</td> <td></td> </tr> <tr> <td>スケルトン貸し</td> <td></td> </tr> <tr> <td>カスタマイズ賃貸</td> <td></td> </tr> <tr> <td>資金調達</td> <td></td> </tr> <tr> <td>短期間での投資回収計画(5年)</td> <td></td> </tr> </table>	古民家のリノベーション		スケルトン貸し		カスタマイズ賃貸		資金調達		短期間での投資回収計画(5年)		<b>4-2 行政による上位計画等</b> <table border="1"> <tr> <td>行政による上位計画</td> <td></td> </tr> <tr> <td>遊休不動産の再生事業者の支援</td> <td></td> </tr> </table> <b>4-3 まちなみ景観形成の上位計画</b> <table border="1"> <tr> <td>まちなみ保全(歴史・文化保存)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>周辺施設との協力体制</td> <td></td> </tr> </table>	行政による上位計画		遊休不動産の再生事業者の支援		まちなみ保全(歴史・文化保存)		周辺施設との協力体制	
<b>2-1 インキュベーション施設</b>																																				
シェアオフィス																																				
商業用スペース																																				
<b>2-2 雇用や産業の創出の取組</b>																																				
事業者支援																																				
テナントの構成を工夫(同業種集約)																																				
中古不動産流通																																				
マルシェの開催																																				
古民家のリノベーション																																				
スケルトン貸し																																				
カスタマイズ賃貸																																				
資金調達																																				
短期間での投資回収計画(5年)																																				
行政による上位計画																																				
遊休不動産の再生事業者の支援																																				
まちなみ保全(歴史・文化保存)																																				
周辺施設との協力体制																																				
	<b>3-3 テナント確保の取組</b> <table border="1"> <tr> <td>テナント先付け</td> <td></td> </tr> <tr> <td>サブリースによる小口化</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Webの活用</td> <td></td> </tr> </table>	テナント先付け		サブリースによる小口化		Webの活用		<b>5 地域の賑わい</b> <table border="1"> <tr> <td colspan="2"><b>5-1 地域を活性化する取組</b></td> </tr> <tr> <td>イベントの実施</td> <td></td> </tr> <tr> <td>オープンハウスなどの実施</td> <td></td> </tr> <tr> <td>WebによるPR</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>5-2 賑わい創出効果のある施設</b></td> </tr> <tr> <td>カフェ(ショップ)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>オープンスペースの設置</td> <td></td> </tr> </table>	<b>5-1 地域を活性化する取組</b>		イベントの実施		オープンハウスなどの実施		WebによるPR		<b>5-2 賑わい創出効果のある施設</b>		カフェ(ショップ)		オープンスペースの設置															
テナント先付け																																				
サブリースによる小口化																																				
Webの活用																																				
<b>5-1 地域を活性化する取組</b>																																				
イベントの実施																																				
オープンハウスなどの実施																																				
WebによるPR																																				
<b>5-2 賑わい創出効果のある施設</b>																																				
カフェ(ショップ)																																				
オープンスペースの設置																																				

## (2) 遊休不動産の再生によるエリア展開の効果を表すための方法

遊休不動産の再生がエリア展開することにより、その周辺エリアに及ぼす効果について、項目と指標などを以下に整理する。

遊休不動産の再生がエリアに及ぼす効果は大きく以下の3つに分けて考えることができる。

- 1 遊休不動産の再生1棟による効果
- 2 遊休不動産の再生が複数ある場合による効果
- 3 遊休不動産の再生の他に関連するエリアでの各種の取り組みによる効果

1については、遊休不動産1棟の再生による効果であり、再生に伴い入居するテナント等、また、その運営、イベントの実施などの活動により生み出される効果である。

以下に、項目の例を示す。これらは中心市街地活性化基本計画の策定等において目標設定の際の指標として使われる等されているものであり、これらを活用することで、エリアの目標設定や評価を行うことが可能となる。

### ①遊休不動産の再生による効果（1棟による効果）を表すための項目等の例

項目	指標	エリアの取り方(例)	指標の単位	データの取得方法	指標が使われている計画等
雇用創出効果	当該物件での新規従業員数、事業者数、店舗数等	—	人、社、者、店	事業者へのヒアリング等	独自調査(2013年度リノベーションスクール年次報告書など)
新規テナント等による経済効果	当該物件来場者等による最終消費支出	区単位など	円	事業者へのヒアリング等	独自調査(アーツ千代田3331事業評価調査報告書)
	当該物件の年間売り上げ	—	円	事業者へのヒアリング等	独自調査
	当該物件でのメディア露出によるパブリシティ効果	—	円	事業者へのヒアリング等	独自調査(アーツ千代田3331事業評価調査報告書)
集客(交流人口)増	当該物件にかかるイベントの回数	—	回	事業者へのヒアリング等	独自調査(2013年度リノベーションスクール年次報告書など)
	当該物件にかかるイベントによる集客数	—	人	事業者へのヒアリング等	独自調査
居住者の増	当該物件での居住者数	—	世帯・人	事業者へのヒアリング等	独自調査
地方公共団体の経営の効率性	公共施設の維持管理費の削減効果	—	▲円	物件所有者である地方公共団体へのヒアリング	独自調査(ちよだプラットフォームスクウェアの事業評価に関する調査報告書)
	公共施設の貸し付けによる賃料収入等	—	円	物件所有者である地方公共団体へのヒアリング	独自調査(ちよだプラットフォームスクウェアの事業評価に関する調査報告書)

さらに、2、3といった効果については、2で個別の遊休不動産再生の総和が分かる項目もあるものの、統計や測定の仕方からは2と3の区分ができない項目もある。これらを敢えて分けるのではなく、2、3をまとめて関連事業を含めたエリアへの効果を表すための項目等の例として以下に整理した。

なお、ここに提示した例はあくまで事例であり、各地方公共団体では、これらの例を参考にしながらも、さらに詳細なデータが得られる統計がある場合や調査の実施が可能な場合は適宜追加をしながら、エリアでの効果を捉え、整理することが望ましい。

②関連事業を含めたエリアへの効果を表すための項目等の例

項目	指標	エリアの取り方(例)	指標の単位	データの取得方法	指標が使われている計画等
遊休不動産の解消	再生された遊休不動産の数	中活エリアの一部等	件	事業者へのヒアリング等	独自調査
雇用創出効果	エリア内の再生物件に入居した新規の店舗、事業所数	中活エリアの一部等	店、事業所	事業者へのヒアリング等	独自調査
	エリア内の再生物件以外の同種/関連施設へ入居した新規テナント数	中活エリアの一部等	店、事業所	事業者へのヒアリング等	独自調査
	エリア内の再生物件に入居した新規の店舗、事業所の雇用者数	中活エリアの一部等	人	事業者へのヒアリング等	独自調査
	エリア内の従業員数の増	中活エリアの一部等	人	経済センサス等	認定中心市街地活性化基本計画【北九州市小倉地区(福岡県)】
新規テナント等による経済効果	エリア内の年間商品販売額等	区単位など	円	経済センサス等	認定中心市街地活性化基本計画【北九州市小倉地区(福岡県)】 認定中心市街地活性化基本計画【名古屋市(愛知県)】
集客(交流人口)増	エリア内イベント回数	中活エリアの一部等	回	地域の祭りなどの代表的なイベント。なお、リノベーションスクールのように産業育成や遊休不動産の再生促進の要素を持つイベントもある。	
	エリア内イベント開催による動	中活エリアの一部等	人	同上	
	エリア内の路線の歩行者通行量	中活エリアの一部等	人	歩行者交通量の調査等	認定中心市街地活性化基本計画【北九州市小倉地区(福岡県)】 認定中心市街地活性化基本計画【名古屋市(愛知県)】 認定中心市街地活性化基本計画【長浜市(滋賀県)】
	エリア内への来街者数	中活エリアの一部等	人	事業者へのヒアリング等	
	エリア内の複数の施設への来場者数の合計数	中活エリアの一部等	人	観光統計、事業者へのヒアリング等	認定中心市街地活性化基本計画【北九州市小倉地区(福岡県)】 認定中心市街地活性化基本計画【名古屋市(愛知県)】
	宿泊者数	中活エリアの一部等	人	観光統計等	認定中心市街地活性化基本計画【長浜市(滋賀県)】
	居住者の増	エリア内の居住者数	中活エリアの一部等	世帯・人	住民基本台帳等
安全・安心	エリア内の犯罪件数	警察署管内、小学校区等	件	刑法犯認知件数等	独自調査
	エリア内の雰囲気向上	同上	定性的表現	町会長等へのヒアリング情報等	独自調査
地価	公示地価等の増減	中活エリアの一部等	万円/㎡	効果を知りたいエリア内の評価ポイントでの公示地価等	独自調査

#### 4-4. 遊休不動産再生とエリアへの展開の整理

地方公共団体が特に民間主体によるリノベーション・エリアマネジメントを推進、支援する際に、行政の関わる意義や行政が支援する際に期待される効果が明確である必要がある。そのため、個別の遊休不動産再生の取り組みの特徴やエリアへの効果、また関連事業を含めたエリアへの展開とその効果を確認するため、下記のように3点に分け、事例別ポイント整理シートとして1枚に整理を行うことが有効である。

①リノベーション・エリアマネジメントでは端緒となるリーディングプロジェクトが重要であることから、個別の遊休不動産再生の特徴を上段に示している。

なお、前項目（4-3）では個別遊休不動産の再生におけるポイントの表示方法として、リスト形式、アイコン形式、レーダーチャート形式の3例を示したが、本項においては、レーダーチャート形式を用いて表示をしている。


②上記で取り上げた遊休不動産再生の取り組みの特徴が、どのように効果として現れているかを示すため、定量的に抽出可能な数値を右側中段に示している。

③エリア内でリーディングプロジェクトから展開された遊休不動産再生事例を図で示すと共に、これら事業が寄与していると考えられるエリアへの効果を示している。なお、収集可能なデータから効果を抽出しているため、各項目の「エリア」の範囲はそれぞれ異なる。

それぞれ、この1枚のシート以降に必要なバックデータを整理しておくことが望ましい。この整理に基づき、5において先進事例を整理している。

【作成例】


家守構想（メルカート三番街）



**物件名**：メルカート三番街  
**所在地**：福岡県北九州市小倉北区魚町  
**事業主体**：中屋興産㈱

**事業概要**：  
10年間空き店舗になっていたビルを、クリエイター達が集合したクリエイティブ拠点にリノベーション。家守の思想に倣い、リノベーション法を用いて新たな発想で既存の建物の価値を向上させ、小倉中心市街地活性化のための一つのモデルケースとなるべきものを目指している。

**エリアへの事業展開**  
エリアの考え方：小倉都心地区（小倉都心エリアマネジメント）  
中心市街地（小倉地区）  
（中心市街地活性化基本計画区域）



遊休不動産再生のポイント	
レーダーチャート	個別の遊休不動産の再生物件について、事業のポイントを定量的に整理した上で、ビジュアルに表現
遊休不動産の再生による効果	個別の遊休不動産の再生により発生する直接的な効果について記載
関連事業を含めたエリアへの効果	個別の遊休不動産利活用事例に加え、エリア展開した関連事業等、リノベーション・エリアマネジメント全体がエリアに与える効果※を記載 ※エリアや事業の範囲はそれぞれ異なり、捉えているエリアの範囲毎に効果を示している。 (エリアの範囲の小さい項目をより上部に記載)

図表 20 事例別ポイント整理シートの構成