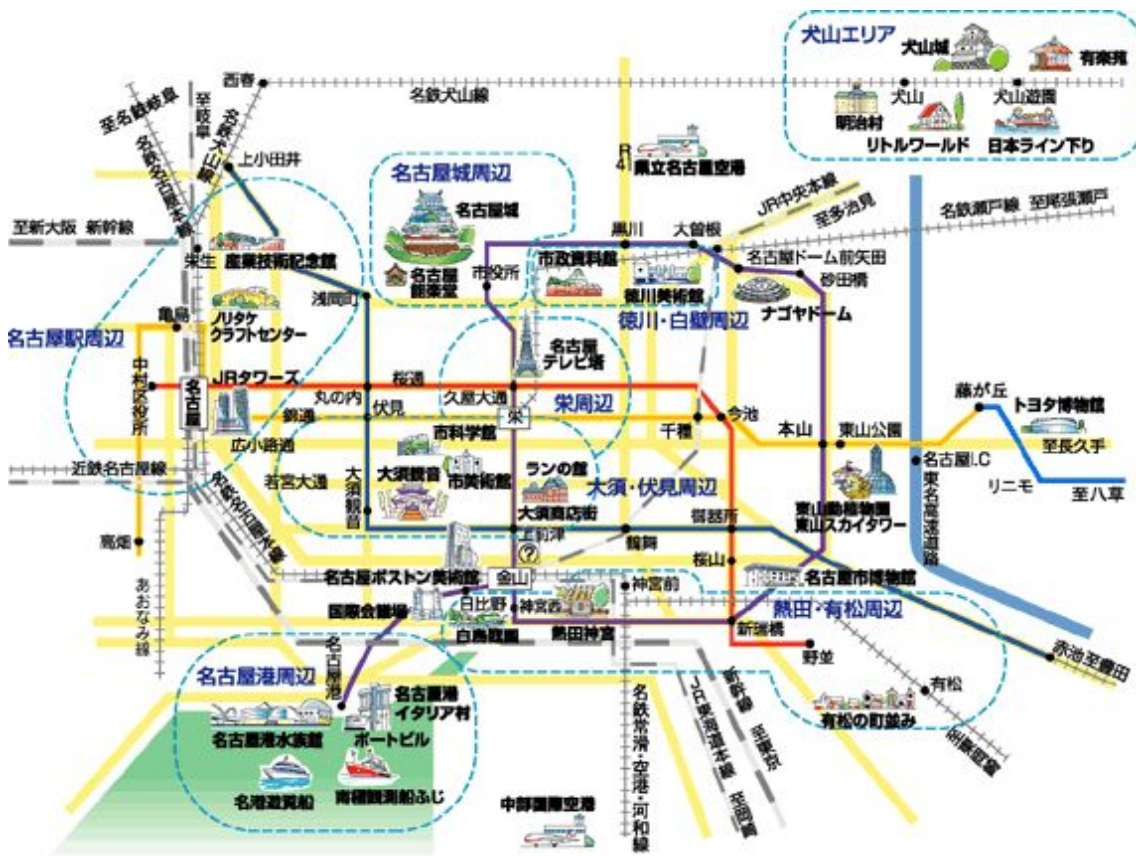


事例番号 084 まちの狭間の老朽小規模ビル街再生(愛知県名古屋市長者町)

1.背景

名古屋市では都市開発が駅前(名古屋駅前地区)と中心市街地(栄地区)との2極に集中する傾向があるが、そのほぼ中間に繊維卸売業集積地の長者町がある。同町の繊維卸売業の協同組合である「名古屋長者町織物協同組合」は2000年に創立50周年を迎えたが、かつては最大で約90社が加盟していた同組合も、廃業、倒産により加盟社数が激減していた(2004年時点で47社)。そして、都市開発の極から外れていたことから、空き店舗が埋まらない状況にあった。

組合の創立50周年では、まちの知名度を上げるための祭「長者町えびす祭」や空きビルのシャッターに絵を描く「シャッターペイント」を開催するとともに、50周年記念事業の一つとして組合内若手メンバーによる「活路開発委員会」を設置した。そして、同委員会による組合員への意識調査を実施した結果、空き店舗の問題が極めて深刻であることが明らかになった。その時点で空き店舗は既に10店舗ほどになっており、このまま増えれば街としての活力が完全に失われ死の街になりかねないという危機意識が広がった。



名古屋市中心部 (資料:財団法人名古屋観光コンベンションビューローホームページ)

2. 目標

統一コンセプトに基づく老朽小規模ビル群の再生を目指している。特に、衣食住遊等ライフスタイル全体における新たな価値を提示するファッションにこだわり、そこに関わる様々な要素を集積させていくことを重視している。

3. 取り組みの体制

「有限会社長者町街づくりカンパニー」が中心組織である。組合では 50 周年記念事業をその後のまちの活性化につなげていくために、2001 年 11 月に空きビルへの出店希望者の公募を行うとともに、空きビル活用策に取り組む体制づくりを組合員有志で開始した。そして、空きビルの賃貸事業を実施する場合、組合として行えば組合員全員に負担がかかることから、組合の一事業を展開する手段として有限会社を立ち上げることとなった。それが「有限会社長者町街づくりカンパニー」である(なお、組合とは別に有限会社を設立した理由には、会社組織として外部の出資も含めることでより広い視野での活性化ができること、都市再生緊急整備地域として再開発の助成金を申請する場合には会社等で予算を作成し提出する必要があること、等もあった)。

4. 具体策

(1) 組織の運営状況

「有限会社長者町街づくりカンパニー」は、組合役員 10 名の出資(各 30 万円)により設立された。事業の目的は、廃業や規模縮小によってできた空きビルを一括して借り受け、ビル全体のコンセプトを決めた上で改修し、テナントを募集、貸し出すという一連の事業(YEBISU ビル事業)を行うことである。

長者町織物協同組合の定款では、かつては繊維業以外の業種は組合に加盟できないこととされ、また、長者町周辺(中区錦二丁目と丸の内二丁目)では繊維業以外の出店を規制するとされていたが、卸売業でも小売業を兼ねる業者が多かったこともあり、2001 年に定款を変更し、繊維業以外の小売業やサービス業も加盟できることとされた。現在では歯医者や飲食業者なども組合に加盟している。このように繊維織物に限定しない事業者等の参加が可能となったことから、YEBISU ビル PART1~3 のテナントも組合に加盟することも可能となっている。

空き店舗を活用する YEBISU ビルの構想は組合の中で練られてきたが、責任の問題から有限会社を設立したものであり、有限会社のメンバーは全員組合員である。したがって、有限会社として自前の事務所などは持たず、必要な場合には組合事務所で会議を行っている。

(2) 活動内容

① 空きビルの再生

「有限会社長者町街づくりカンパニー」の業務は、廃業、規模縮小等によって生じた空きビルを一括して借り受け、ビル全体のコンセプトを決めて改修し、テナントを募集するという総合的なビル経営である(事業名は「YEBISUビル事業」)。ビルの名称は「YEBISUビルPART〇〇」で統一している。既に PART3(2005 年 1 月オープン)まで事業化し(テナント数 15)、今後 PART7 まで展開する予定である(商業施設合計 1,000 坪目標)。改修はスケルトンについてのみ行い、内装については入居者の負担としている。

事業の目的は、単に空きビルの1階に商業テナントの入居を促して長者町に400mの商店街をつくることではなく、それまで長者町に欠けていたクリエイティブな要素を取り込んでいくことである。そのため、テナント募集にあたっては、デザイン事務所などを含めて1棟全体のコンセプトを考え、様々な事業者によって構成されるビルづくりを行うこととしている。

ビルの平均的規格は4階建、1フロア約30～50坪という小規模なものである。1960年前後に建てられたビルはかなり老朽化しており、立地も裏通りで良くない。この条件でテナントを埋めるために着目したのが、周辺に立地するオフィス群である。長者町周辺にはアメリカやイギリスの領事館、丸紅や日商岩井など商社や多くの金融機関が立地しているながら、これら企業に勤める可処分所得の高いOL等を誘導するような商業施設等が少なかった。そこに着目して、YEBISUビルではファッション性の高いテナントを入れる戦略を採用した(もともと長者町が繊維卸売業の集積地域であることもあった)。また、町の魅力を高めるためにファッションを中心にしながらも衣食住遊等ライフスタイル全般(広義のファッション)をカバーする空間とした。そのため、1階には賃料のリスクヘッジの意味もあって飲食店を入れたが、上階には店舗、デザイン事務所、ギャラリーなどコンセプトにそった店舗を入居させている。

フロア企画においては、中小ビルの場合、各フロアを個別に賃貸すると上層階が埋まらないという問題があるので、「YEBISUビル事業」では、1つのコンセプトで全階を埋めるテナントを誘導し、ビル全体から賃料を得るスキームとした。それによりオーナーはリスクが低減し、一方テナントは賃料負担をやや低く抑えることができるという双方のメリットが生じた。

YEBISUビルは2002年5月のオープン以来、女性を中心に毎日200人以上が詰めかけ、周辺には新たに3店の飲食店が進出した。また、居酒屋チェーン店が空きビルに進出しており、合計で10棟程度の空きビルが埋まったことになる。しかし、これまで改修・テナント誘致した3棟だけではYEBISUビルの個々の店への来訪はあっても街全体への影響が弱い。そこで、浮動客の発生・誘導が可能となるよう、YEBISUビルPART1～7までの合計7棟、商業施設合計では1,000坪となるよう計画している。

YEBISUビル事業では、空室リスクに対する余剰金として1棟当たり月10数万円程度を積んでテナント賃料を設定している。これによって1棟当たり年間150万円前後の余剰金が生まれ、それを改修費返済や次の空きビル改修費用として充当している(YEBISUビル事業を展開するビルは1955～65年代の建築であるため消防法関連設備、ガス管、水道管、電気配管等の改装等が必要であり、ビル改装費用は約2,000万円を要している)。その他の事業利益があった場合でもYEBISUビルPART4以降の資金及びまちづくり費用として活用することを決めているため、有限会社の企業活動に関する人件費(給料)は一切支払われていない。

YEBISUビルPART1については改修工事費を2年間の分割払いとしたが、稼働1年間はビルオーナーの好意により賃料が免除されたため、工事費はメンバー出資による300万円及びテナント料によってほぼ完済している。PART2のビル改装費用はビルオーナーが自ら負担したため、改修に係る工事負債を抱えることなく、また上積みされた1棟月10数万円のテナント料はPART1の改修費返済に充当することができた。

YEBISUビルPART1と2についてはスケルトンを有限会社が改修し、内装はテナント側が改修する方法をとった。PART3は国・県の補助事業を活用した結果、その制約によりスケルトン・内装の

費用分担の明確な区分ができないので、改装費等約 2,100 万円のうち国・県の助成金約 800 万円を除いた額を長者町カンパニーとテナント入居予定者などで負担することになる。

PART1 の賃料を例としてみれば、通常、月坪賃料 6,000 円に共益費 3,000 円ぐらいが相場であるが、テナント自ら掃除等の共益業務を行うことで共益費なしとし、月坪賃料 7,000 円でおさめている。ただし周辺と比較して特別安価というわけではない。

街づくりカンパニーは不動産賃貸事業として利益を目指している訳ではなく、まちづくりに参加する仲間を増やすことに目標があることから、大きな投資を要せずまちづくりができる仕組みを志向している。



YEBISU ビル(左) YEBISU ビル位地図(右) (資料:YEBISU ビルホームページ)

YEBISU BLD.01

THE ONE TO MAKE OUR LIVING OVER FOOD, CLOTHING, AND HOUSING ASONAD AND THE ENTIRE LIFESTYLE HAPPY AND THE ONE TO PRESENT NEW VALUE

えびすビル PART01 2002.5.31open

CONCEPT 手の表情・・・

自らが扱う物に対して想いを込める。そこには”手”が介在します。例えば、オーガニック食材のレストラン、そこには生産者の手、作り手の手が、自費製作の本屋、そこにも作り手の手が、ギャラリー、そこにも作り手の手といった具合に。このコンセプトはインディーズっぽい室内デザイン、ショップ構成に貫かれています。



4F



エビスアートラボ
本気のアートを応援します。

3F



インテリア雑貨 モカモカ
かっこいい「和」をご提案するインテリアショップです。

2F



ロータス
Lotusが取り扱う商品は主に、本、音楽、CD、DVD、雑貨です。

1F



カフェ&デリ シンド
食材の美味しさを提供するNEWSTYLEなデリカフェ。

YEBISU ビルのフロア構成 (資料:YEBISU ビルホームページ、以下同じ)

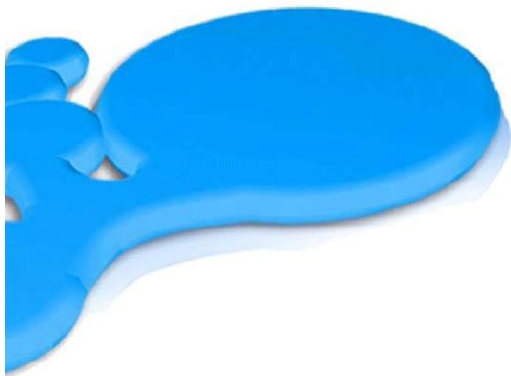
YEBISU BLD.02

THE ONE TO MAKE OUR LIVING OVER FOOD, CLOTHING, AND HOUSING ASONAD AND THE ENTIRE LIFESTYLE HAPPY AND THE ONE TO PRESENT NEW VALUE

えびすビル PART2 2003.12.20 open

CONCEPT 両足で立つ・・・

20代～30代の女性が自分の生活を探索する。そのとき、自らの”足で立つ”ことが重要でしょう。そのためには、教養を身に付ける教室で。センスを磨くセレクトショップで、健康に気を配る、働く時間帯の外食も、といった具合に。このコンセプトはキレイ目な空間デザイン、ショップ構成に貫かれています。



YEBISU BLD.03

THE ONE TO MAKE OUR LIVING OVER FOOD, CLOTHING, AND HOUSING ASONAD AND THE ENTIRE LIFESTYLE HAPPY AND THE ONE TO PRESENT NEW VALUE

えびすビル PART3 2005.1.22 open

CONCEPT 語り合う喜び・・・

”こんな暮らしていいよね”を語り合うのは、カップルにとってのひとつの喜びでしょう。例えば、御当地の食材について語り合う、自分たちの部屋のインテリアについて語り合う、家について語り合う、等といった具合に。このコンセプトはやや大人ぎみな室内デザイン、ショップ構成に貫かれています。



4F



ユーズドファニチャー インテリア雑貨 フェイバー

北欧やアメリカなど旅をして旅先で出会い、セレクトしてくる家具や雑貨etc..

3F



漢方カフェ アロマグッズ&教室 ラボ エヌ59ド

アロマテラピーで使用する天然の植物のセッションオイル販売など。

2F



ファニチャー インテリア ライフスタイル 雑貨 R&D STORE

歴史のある北欧・ヨーロッパやデザインにこだわった若手デザイナー作品販売。

1F



ファニチャー インテリア ライフスタイル 雑貨 R&D STORE

伝統の技を受け継いだインテリアやその流れをくんだ若手デザイナー作品販売。

B1F



インテリア グリーン R&D STORE

植物の本来持つ美しさをシンプルにそして最大限に引き出し再評価する



サンドウィッチカフェ モモ

いつでも新鮮な味に巡りあえる。体や心にやさしい町のサンドウィッチ屋さん。

4F



設計スタジオ ica associates

「遊びに来れる設計事務所」をキーワードに各種イベントを企画中。

3F



セレクトファッション Messe de Rie



セレクト職人雑貨 FORK ART

2F



セレクトインテリアショップ ルームエレメント

可愛らしく、モダンな家具と雑貨



撮影スタジオ SHIN PHOTO STUDIO



お花屋さん 花鳥

市場や生産者から直送の新鮮な花をリースナブルに提供

1F



パン屋さん GURUMAN

② 広報

マスコミは、新しい、活気のある、話題性豊かな街の出現を望んでいるため、マスコミ各社が比較的好意的に取り上げており、それが集客上効果を発揮している。

今まで公開していた「YEBISU ビル」のホームページの作成は外部に低廉な価格で依頼していたが、今後は YEBISUビル PART3 に入居予定のIT関連テナントが作成・更新することになっている。ただしホームページ作成業務の委託ではなく長者町街づくりプロジェクトへの参加という意識で作成するため、費用はほとんどかからない予定である。

③ イベント

商店街の協力も得てフリーマーケットや大道芸人を呼ぶイベントを行ってきた。長者町繊維協同組合の創立 50 周年記念で開催を始めたイベントの来訪者数は、第 1 回目は 5 万人程度であったが、5 回目の 2004 年は 2 日間で約 7 万人であった。年に 2 日の開催ではまちのイメージ向上や宣伝、集客にどの程度効果があるか疑問であるが、通年イベントとして計画・実施していくことは人的・財政的に難しい状況にある。

④ 行政との連携

中心市街地活性化基本計画における中心商業地エリアは栄地区を中心とした 580ha が指定された、長者町地区も含まれたことから、YEBISUビル PART3 の改修は TMO 構想の一環として国・県の助成スキームを活用している。

なお、2004 年から名古屋市では、空きビルの上層階(3、4 階)の有効活用という観点から、ベンチャー企業の入居を促進する「伏見・長者町ベンチャータウン構想」を推進している。長者町周辺にはマイクロソフトなどが立地していることから、これら事業を活用しながら、ベンチャーIT業種の空きビル上層階への入居促進も可能になると考えられている。

5. 特徴的手法

長者町のビルは、1方向だけが通りに面したフロア面積の狭いビルが多く、下層階が店舗や事務所として賃貸できても、上層階は貸しにくいという状況にあった。街づくりカンパニーでは、一つのコンセプトによって全階を埋めるようテナントを誘導し、ビル全体からテナント料を徴収することとしたことで、1棟全体の賃料としてみればオーナーが不利益を被ることがなく、またテナント側も若干低廉価格で入居できることになり、オーナー、入居者ともに利益を受けられる仕組みとなった。それが可能になった要素としては、やはり顧客を絞り込んでビル全体のコンセプトを明確にしたことがある。経営におけるこのような戦略性に大きな特徴がある。

6. 課題

今後、YEBISU ビルを核としてファッションに関わる多様な業種が集積していくことで、長者町がファッションのメッカになることが期待されている。そして、そこから新しい産業も創出されていくことが期待されている。それを実現させるためにも、裏通りの夜間の治安を向上させることが課題である。

(参考・引用文献)

YEBISUビルホームページ