

私が注目する全国の街づくり、 メディアはなぜそれを取材するか？

2024/10/15

株式会社リクルート SUUMO編集長 兼 SUUMOリサーチセンター長

池本 洋一

SUUMO リサーチセンター
スーモ

PRODUCED BY RECRUIT

自己紹介

池本 洋一（51歳） **SUUMO編集長・SUUMOリサーチセンター長**

両親が注文住宅を建築中に工務店が倒産。その不条理を話していたらリクルートに内定。住宅業界は嫌いなのでそれ以外でと希望を出したのに配属通知は「住宅情報編集部」。**人事にクレーム電話すると**

「君みたいな経験をした人がこの領域には必要」と諭される。

SUUMO編集長を約10年。現在はSUUMOリサーチセンター長を兼任。住宅評論家として、テレビ、新聞等にも出演。

◆略歴

- 1972年 滋賀県甲賀郡生まれ。
- 1995年 上智大学新聞学科卒。株式会社リクルート入社。住宅情報編集部配属
- 2003年 住宅部門で年間MVPの特権で英国レッチワース・ドイツフライブルグ視察
- 2008年 住宅情報タウンズ全国50版の編集長
- 2011年 SUUMO編集長
- 2014年 国交省 既存住宅市場活性化ラウンドテーブル、他多数の委員を歴任
- 2019年 SUUMOリサーチセンター長を兼任



省庁の委員会に参加 専門家として意見

内閣官房

まちひとしごと創生本部 「日本版CCRC」 構想有識者会議委員
同「生涯活躍の街」 構想有識者会議委員
同 高校生の地域留学推進のための高校魅力化支援事業協力者会議委員

国土交通省

住生活リテラシー・プラットフォーム協議会
住宅ストック維持・向上促進事業
次世代住宅プロジェクト

長期優良住宅認定基準の見直しに関する検討会

住宅税制のE B P M（Evidence Based Policy Making）に関する有識者会議

住宅の省エネ性能の光熱費表示検討委員会

環境省

賃貸住宅における省CO2促進モデル事業 評価委員
COOL CHOICE推進チーム 委員

経済産業省

Z E Hロードマップフォローアップ委員

東京都

東京都エコビルダーズアワード

住まいや街の評論家としてのメディア出演



N H Kスペシャル

おはよう日本

あさイチ

ニュースウォッチ9

ワールドビジネスサテライト

羽鳥慎一モーニングショー

めざましテレビ

ヒルナンデス

ホンマでっか！TV

ZIP！（移住特番）

マツコの知らない世界

サンデージャポン

幸せボンビーガール

スクール革命

住まいや街の評論家として、書籍出版



〔住総研住まい読本〕

なぜ住まいのカーボンニュートラルは進まないのか？

今私たちがすべき住まい方とは

著者名

住総研「住宅の省エネ化推進のための情報発信」研究委員会 編

秋元孝之・田辺新一・鶴崎敬大・齋藤卓三・池本洋一・高口洋人・腰原幹雄・川島範久 著

判型・頁数 | A5・224頁

定価 | 2,640円（本体2,400円＋税）

ISBN | 978-4-7530-1770-6

ジャンル | 建築学一般・住宅建築

発行日 | 2024年1月30日（※）

在庫状況 | 有り

※書店発売予定：2024年2月16日

SUUMOラインナップ

SUUMO (WEB)

物件情報や不動産会社情報、また注文住宅を頼める会社やリフォームを頼める会社が希望条件に合わせて簡単に検索可能。

パソコン



スマホアプリ



情報誌

家にまつわるお金、間取りやデザイン、街情報、工務店・ハウスメーカー・物件情報など気になる情報が毎号目白押し。

スーモマガジン



SUUMO新築マンション 都心に住む by SUUMO



SUUMOの注文住宅



HOUSING by SUUMO



SUUMO注文住宅



相談カウンター

全国**298**店舗
(2024年7月31日時点)



ライフスタイルやトレンド、ノウハウの情報発信をしています

SUUMOジャーナル

住まいのニュース



SUUMOタウン

街のエッセイ



住まいのお役立ち記事

ノウハウ



目次



1

街づくりは人づくり
メディアが取り上げたくなる要素とは？
上手なリリースの作り方

2

郊外で人気を高めている街

3

私が注目するトレンド
地域価値を高める空き家を活用した街づくり
注目したい拡大の可能性



1

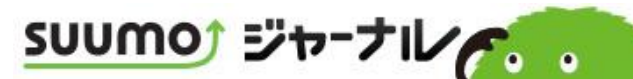
街づくりは人づくり
メディアが取り上げたくなる要素とは？
上手なリリースの作り方

地方における街づくりを考える

	大都市	地方都市
人口・産業集積	増加傾向	減少傾向
賑わい	人が多く作りやすい	意図的に作る必要
街づくりの中心	全国大手デベロッパー 再開発・商業集積	地域デベロッパー 地域の意志ある人
認知	マスでの広告宣伝 ネット広告 SNS	口コミ 地元紙 SNS

SUUMOジャーナルとは

SUUMOが提供する、住まい・暮らしに関する記事＆ニュースサイトです。



- まだ見ぬ暮らしをみつけよう -

<https://suumo.jp/journal/>

PC版



スマートフォン版



●記事カテゴリ：

買う、借りる、リフォーム・内装、街・地域、マネーと制度、調査・ランキング、住まいの雑学、これからの住まい・暮らし、ニュース

Facebook 2万 いいね！

Twitter (X) フォロワー6千人

POINT1

毎月約20本の記事・ニュースを発信しています

POINT2

ポータルサイト、ニュースサイトなど約11媒体に記事を提供し、広く購読されています

POINT3

税制などの最新ニュースや、住まいの社会問題、新しい暮らしのコラムを提供

Yahoo!ニュースをはじめ、提携媒体に記事を配信。たくさんの読者に情報をお届けしています。

・ Yahoo!ニュース
・ dmenuニュース

・ 東洋経済オンライン
・ SmartNews

・ LINE NEWS
・ ニコニコニュース

・ gooニュース
・ Exciteニュース

・ Livedoor News
・ ガジェット通信 他

人気記事ランキング

総合

1



フランスの教育は日本とまったく違う！
義務教育は3歳から&小学校で飛…

街・地域

2



一人暮らし87歳母の賃貸探し、内見して
も高齢者を理由にすべて拒否。よ…

借りる

3



高齢者の孤立死は増加、賃貸オーナーや
管理会社は受け入れ拒否が多数。万…

借りる

4



50代からの中古リノベは「小さく広くシ
ンプルに」。中古マンション約6…

リフォーム・内装

人気記事ランキング

転載・2次利用不可

総合

街・地域

1



フランスの教育は日本とまったく違う！
義務教育は3歳から&小学校で飛…

街・地域

2



北欧の教育「フォルケホイスコーレ」が
話題。人と社会、自然とのつながり…

街・地域

3



「ジャングリア」に沸く沖縄県名護市は
移住先としても人気！ 子どもの保…

街・地域

4



SNSで話題のマンガ『お家、見せてもら
っていいですか？』は実体験も！…

街・地域

SUUMOジャーナル編集部が、記事化判断する際のポイント

「**ニュース性**（新しい発見・特別感・付加価値 等）」「**物語性**（楽しさ、情熱、逆境 等）」がある記事。
特に、取材をしたからこそその「一次情報」を重視しているため、企業が発信するプレスリリースやSNSから、取材によって、**どれだけさらに踏み込んだ情報を得られるか、話に広がりを作れるか**、がポイントになります。

【ニュース性】

- 新たな発見や、話題の“兆し”などがある
- “負（モヤモヤ）”を解決してくれる
新しい発見・気づきがある

【物語性】

- 誰かに・誰かと“話したくなる”
エモいストーリーや議論の余地がある
- 共感できるエピソードがある

マネしたい！

この発想は
なかった



知らなかった！

もっと広まれば
いいのに

私の経験では・・・

私も同じ悩み
がある

感動したな

自分はこう思う
(この意見に賛同する/
この意見とは反対だ)



SNSで拡散、Google等で検索

プレスリリースをどのようにチェックしているか

主に、経路は2つあります（①企業からのメール送付 ②PR TIMES）。数が多いため、全文をチェックすることが時間的に難しく、**主に「タイトル」「リード」「小見出し」「写真（画像）」で内容を判断**しています。

プレスリリースが届く経路

①企業からのメール送付



②PR TIMES

RSSでチェック企業の情報をメールで届くようにする、
関連タグのチェック、検索窓からの関連キーワードのチェック 等



チェックポイント（どこを見て内容を確認するか）

タイトル 新築住宅の半分以上が平屋の県とは？都道府県別にこんなに違う、今ブームの平屋事情～SUUMOジャーナル～

リード

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘、以下リクルート）が運営するニュースサイト『SUUMOジャーナル（スモジャーナル）』は、住まいや暮らしに関するさまざまなテーマの記事をご紹介します。

SUUMOでは、2023年のトレンドワードとして、「平屋回帰」、「コンパクト平屋」という言葉を発表しました。これには、最近の平屋のニーズの大きな変化があります。現在ブームになっている平屋は、建物面積で15坪（約50㎡）から25坪（約83㎡）くらい、間取りは1LDK～2LDK位のコンパクトなもの、適度な大きさで動線が効率化されていること、価格の手頃さから、子どもが独立して2階部分を持たせているシニア夫婦、一人暮らしやヤーマン親世帯など、さまざまな世帯で平屋が選ばれており、2022年に着工された新築の一戸建て住宅（※注）のうち、約7件に1件は平屋になっています。そんな人気の平屋ですが、比較的地価の高い都会に暮らす人には、平屋が建てられるような条件はなかなかなく、その人気は実感しようもありません。ところが、全都道府県の新築一戸建て（※注）の平屋率を調査してみると、都会暮らしの人には想像もできないような意外な事実がありました。今回、都道府県別でありにも違う平屋事情をまとめましたので概要をお知らせいたします。

小見出し

- 九州で高い平屋率。宮崎県、鹿児島県では新築一戸建ての半分以上が平屋
- 熊本地震をきっかけに、揺れに強い平屋の関心が増加。地域独特の気候も影響

写真（画像）

<都道府県別平屋率ランキング※（3階建てまでの新築住宅専用住宅のうち1階建ての割合）>

平成26年（全道）				平成26年（全道）					
	2022年	2014年	アップ		2022年	2014年	アップ		
1位	宮崎	12.7%	7.6%	179%	21位	香取	10.9%	10.1%	108%
2位	鹿児島	12.7%	41.4%	120%	22位	香取	10.5%	10.1%	103%
3位	宮崎	12.7%	42.2%	124%	23位	香取	10.5%	10.1%	103%
4位	宮崎	12.7%	47.4%	133%	24位	香取	10.5%	10.1%	103%
5位	宮崎	12.7%	47.4%	133%	25位	香取	10.5%	10.1%	103%
6位	山口	12.7%	23.4%	147%	26位	香取	10.5%	10.1%	103%
7位	山口	12.7%	16.7%	204%	27位	香取	10.5%	10.1%	103%
8位	山口	12.7%	18.5%	173%	28位	香取	10.5%	10.1%	103%
9位	香取	12.7%	14.7%	213%	29位	香取	10.5%	10.1%	103%
10位	香取	12.7%	12.6%	208%	30位	香取	10.5%	10.1%	103%
11位	香取	12.7%	12.1%	215%	31位	香取	10.5%	10.1%	103%
12位	香取	12.7%	11.1%	224%	32位	香取	10.5%	10.1%	103%
13位	香取	12.7%	8.6%	290%	33位	香取	10.5%	10.1%	103%
14位	香取	12.7%	8.1%	283%	34位	香取	10.5%	10.1%	103%
15位	香取	12.7%	10.2%	223%	35位	香取	10.5%	10.1%	103%
16位	香取	12.7%	10.8%	206%	36位	香取	10.5%	10.1%	103%
17位	香取	12.7%	10.0%	221%	37位	香取	10.5%	10.1%	103%
18位	香取	12.7%	11.2%	184%	38位	香取	10.5%	10.1%	103%
19位	香取	12.7%	11.2%	180%	39位	香取	10.5%	10.1%	103%
20位	香取	12.7%	8.8%	226%	40位	香取	10.5%	10.1%	103%

出典：国土交通省
『建築省工務統計調査 / 建築物着工統計』※注に記載の通り

個性ある人を生かしたまちづくり

・素晴らしい人の
周りには必ず人が集まる

↓
ローカルヒーローを
つくる

①店を出したい人

- ・人通りが多い期待値
- ・個性ある店が多く仲間が多い

相談
助言

②助言するキーマン



- ・美術館のようなパン屋「ダンディゾン」を経営する引田さん夫妻
- ・出店したい人が相談するメンターの役割
- ・空き地などの利用用途を進言。自治体やオーナーと協議。この街を好きな人と暮らしたい。社会関係資本を大切に。

出店希望者や
空き店舗を情報交換

③不動産オーナーとつなぐ人



- ・店長歴29年。オーナーテナント双方に信頼を得る「地域の顔」山田店長
- ・こんな店があると楽しいを実現したい

交渉
日頃の対話

④ビルオーナー

- ・敷金だけでなく高い賃料で貸したいオーナーもいるが、若手に期待し、無理ない家賃で貸してくれるオーナーも



⑤市役所・金融機関

- ・市役所の姿勢が「対峙」ではなく「横に座って一緒に考えましょう」
- ・金融機関等も交えた定期的なミーティングを開催

メディアに取り上げられるには？

メディアは「事実」を乗せたいのではなく、「ストーリー」を描きたい

ストーリーに必要な要素

- ・登場人物→主人公・仲間（関係者）ローカルヒーロー
- ・情熱、ぬくもり
- ・新しい切り口（仕組みの普遍性、汎用性、継続性）

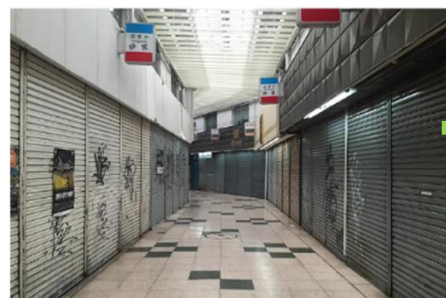
→「楽しそうな人」や「魅力的な会社」を見つけて仲間になる

2位 商店街のシェアハウスで“街×人”の化学反応はじまる！「寿百家店」で北九州市黒崎が再燃中

“商店街に住んで活性化”！ 商店街×シェアハウス、入居者を巻き込んだリノベプロジェクト



福岡県北九州市黒崎の「寿通り商店街」を、“ニューノーマルな商店街”に生まれ変わらせるプロジェクト「寿百家店」。商店街の一部区画をフルリノベーションし、店舗とシェアハウスを創出しました。**シェアハウス「三角フラスコ」の入居もスタートして、これまでにない化学反応が起こりつつある。**若い世代の入居者も巻き込み「今の時代ならではの商店街」を作り始めています。



商店街シェアハウス
入居者
「寿通り商店街は、幼いころから知っている場所。でも“住む”となると、ときめくし、とても新鮮」

<https://suumo.jp/journal/2021/09/09/182384/>

10位 「洪水被害をうけた熊本県人吉市にもう一度、光を」。倒産寸前の川下りを新名所にした「HASSENBA」のドラマ

転載・2次利用不可

倒産寸前の球磨川の川くだりを、被災した地域復興のシンボルへ



2020年7月の豪雨で大規模な洪水災害にあった熊本県人吉市で、被災した地域復興のシンボルとして誕生した球磨川くだりの新名所「HASSENBA HITOYOSHI KUMAGAWA」の物語。「リノベーション・オブ・ザ・イヤー2021」のグランプリにもなった事例。プロジェクト実現に至るまでの苦難から、オープン後の地域の変化まで、ドラマ性にあふれる背景がSNSでシェアされるきっかけに。



天草クルーズ事業経営者
瀬崎公介さん
「一時期は全社員が辞め、困ることもたくさんありました。でも、地元で募集したところ、『球磨川くだりを残したい』という想いをもつ人が来てくれました」

<https://suumo.jp/journal/2021/08/31/182244/>

8位 駅遠&崩壊寸前の空き家6棟を兄妹3人の力で「セレクト横丁」にリノベ！ 地元のいいものそろえ、絆も再生「Rocco」

3兄弟が地元の空き家をリノベ、人が集える“セレクトショップ横丁”へ

転載・2次利用不可



地方都市や都市郊外でよく見かける、古い平屋の一戸建てが並んでいる風景。空き家が長年放置されると治安の悪化などにもつながってしまうが、その建物の特性を活かしてリノベーションし、地元ならではの「セレクト横丁」にしたのは、**地元で生まれ育った3兄弟**でした。埼玉県宮代町に「ROCCO」を誕生させた、長年続く建設会社とその家族の物語。

一級建築士・中村和基さん（次男）
「工事期間中、周辺の住民から『ここ何ができるの？』って聞かれたら、職人さんが手をとめて、ここにコーヒー、ここにおかきって、案内までしてくれていたんですよ。みんなの思い、つながりが再生されていく感じでした」



BEFORE



AFTER



<https://suumo.jp/journal/2022/12/06/191901/>
※元のプレスリリース

2

郊外で人気を高めている街

①住みたい街ランキング

20代～40代の1都4県（人口動態割り付け）

人気投票で3つ選択形式

→新規の住民獲得期待

②住民実感調査・住みたい街ランキング

20代～60代の1都4県

既存住民の街評価

→住民流出リスク、シビックプライドの指標

住みたい街ランキングは20代～40代に聴取

東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、茨城県在住の20歳～49歳の男女。
平成27年国勢調査の構成に合わせて、都道府県×性別×年代で以下のよう
に割付けた。

		東京都	神奈川県	埼玉県	千葉県	茨城県	計
男性	20代	523	321	246	201	91	1,382
	30代	654	396	303	253	116	1,722
	40代	716	491	379	314	136	2,036
女性	20代	509	293	231	189	81	1,303
	30代	627	373	286	241	106	1,633
	40代	690	461	351	296	126	1,924
計		3,719	2,335	1,796	1,494	656	10,000

住みたい街、暮らす街の「街の魅力」も聴取

交通

いろいろな場所に電車・バス移動で行きやすい
職場など決まった場所にいくなら電車・バス移動が便利だ
車での移動が便利だ

商業施設・買い物

歩ける範囲で日常のもの（食料品/日用品など）はひととおり揃う
生活上の用事を効率的に済ませることができる
ショッピングモールやデパートなどの大規模商業施設がある
利用しやすい商店街がある
雰囲気やセンスのいい、飲食店やお店がある
コストパフォーマンスがよく便利なお店や飲食店がある

街の施設

仕事のできる施設がある（コワーキングスペースやカフェなど）
学びや、趣味の施設がある（稽古事・カルチャースクールなど）
文化・娯楽施設が充実している（映画館、劇場、美術館、博物館など）
運動施設が充実している（フィットネスジム、プール、テニスコートや体育館など）
公共施設が充実している（図書館、コミュニティセンター・公民館など）
医療施設が充実している（病院や診療所など）

自治体サービス

自治体や自治体の長（市長や町村長、または東京23区の区長）の政策に魅力を感じる
子育てに関する行政サービスが充実している
介護や高齢者向けサービスなどが充実している
ゴミ収集に関する自治体サービスが充実している

物価・住居費

物価が安い
住居費が安い
公共料金が安い

子育て・教育

子育て環境が充実している
教育環境が充実している

防犯・防災

防犯対策がしっかりしている
災害が少ない/防災対策がしっかりしている

周辺環境（景観・街並み）

自然が豊富（山や海、森、川など）
公園が充実している
住宅街が整然としている（通りや並木など）
散歩・ジョギングしやすい
街が閑静である

地域イメージ

地域に顔見知りや知り合いがしやすい
周囲の目を気にせず自由な生活ができる
街の住民がその街のことを好きそう
人からうらやましがられそう

地域の発展・将来性

魅力的な働く場や企業がある
街に賑わいがある
不動産の資産価値が高そう
メディアによく取り上げられて有名である
今後、街が発展しそう

住みたい街 TOP50 (駅) と郊外の駅

うち
横浜周辺、吉祥寺を除く
郊外の駅

2位 大宮
10位 浦和
12位 鎌倉
15位 流山おおたかの森
16位 舞浜
17位 船橋
21位 さいたま新都心
22位 立川
25位 柏
28位 つくば
29位 川越

順位							駅名 (代表的な沿線名)	2024
2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018		
1位	1位	1位	1位	1位	1位	1位	横浜 (JR京浜東北線)	1683
2位	3位	3位	4位	4位	4位	9位	大宮 (JR京浜東北線)	1054
3位	2位	2位	3位	3位	3位	3位	吉祥寺 (JR中央線)	996
4位	4位	4位	2位	2位	2位	2位	恵比寿 (JR山手線)	952
5位	5位	7位	7位	7位	5位	7位	新宿 (JR山手線) ※1	777
6位	6位	6位	5位	5位	7位	8位	目黒 (JR山手線)	690
7位	7位	9位	9位	8位	11位	5位	池袋 (JR山手線)	666
8位	11位	8位	6位	6位	6位	4位	品川 (JR山手線)	634
9位	9位	13位	13位	12位	15位	16位	東京 (JR山手線)	619
10位	12位	5位	8位	10位	8位	10位	浦和 (JR京浜東北線)	602
11位	9位	11位	11位	11位	13位	11位	渋谷 (JR山手線)	568
12位	8位	10位	12位	13位	10位	14位	鎌倉 (JR横須賀線)	556
13位	13位	12位	10位	9位	12位	11位	中目黒 (東急東横線)	552
14位	14位	14位	14位	20位	9位	6位	武蔵小杉 (東急東横線)	506
15位	16位	16位	39位	49位	41位	46位	流山おおたかの森 (つくばエクスプレス)	503
16位	17位	22位	19位	36位	22位	30位	舞浜 (JR京葉線)	482
17位	18位	15位	22位	21位	24位	18位	船橋 (JR総武線) ※2	469
18位	21位	19位	18位	14位	14位	15位	中野 (JR中央線)	443
19位	20位	24位	20位	32位	34位	27位	桜木町 (JR京浜東北線)	431
20位	15位	18位	16位	15位	20位	25位	表参道 (東京メトロ銀座線)	418
21位	22位	17位	15位	19位	23位	29位	さいたま新都心 (JR京浜東北線)	409
22位	19位	23位	25位	23位	18位	22位	立川 (JR中央線) ※3	407
23位	28位	20位	28位	22位	20位	23位	北千住 (東京メトロ千代田線)	404
24位	26位	36位	31位	38位	44位	43位	みなとみらい (みなとみらい線)	373
25位	25位	21位	23位	25位	26位	21位	柏 (JR常磐線)	371

26位	27位	34位	52位	51位	50位	52位	有楽町 (JR山手線) ※4	367
27位	24位	26位	17位	16位	19位	13位	自由が丘 (東急東横線)	365
28位	29位	29位	26位	38位	35位	51位	つくば (つくばエクスプレス)	359
29位	49位	40位	48位	36位	30位	34位	秋葉原 (JR山手線) ※5	335
	34位	30位	46位	43位	38位	38位	川越 (東武東上線)	335
31位	35位	25位	30位	30位	30位	35位	藤沢 (JR東海道本線)	321
32位	44位	31位	21位	26位	26位	20位	川崎 (JR京浜東北線)	318
33位	39位	35位	27位	33位	16位	38位	三鷹 (JR中央線)	314
34位	23位	26位	24位	18位	17位	16位	二子玉川 (東急田園都市線)	311
35位	32位	28位	28位	27位	25位	26位	海老名 (小田急小田原線)	309
	31位	33位	33位	43位	33位	42位	和光市 (東武東上線)	309
37位	32位	39位	41位	31位	28位	53位	千葉 (JR総武線) ※6	304
38位	40位	37位	32位	28位	29位	24位	荻窪 (JR中央線)	282
39位	38位	42位	46位	64位	49位	50位	新浦安 (JR京葉線)	280
	51位	53位	58位	75位	42位	41位	水戸 (JR常磐線)	280
41位	46位	49位	41位	46位	48位	43位	浦安 (東京メトロ東西線)	267
42位	30位	48位	44位	56位	52位	48位	所沢 (西武池袋線)	266
43位	41位	41位	40位	54位	59位	49位	代々木上原 (東京メトロ千代田線)	265
44位	52位	54位	71位	57位	56位	75位	銀座 (東京メトロ銀座線)	260
	37位	37位	49位	24位	39位	40位	たまプラーザ (東急田園都市線)	260
46位	36位	47位	35位	28位	37位	32位	三軒茶屋 (東急田園都市線)	257
47位	54位	32位	36位	35位	39位	28位	津田沼 (JR総武線)	253
48位	63位	66位	88位	61位	82位	63位	練馬 (西武有楽町線)	250
49位	57位	59位	101位	125位	65位	108位	江ノ島 (江ノ島電鉄線)	245
50位	64位	71位	65位	72位	84位	94位	新横浜 (JR横浜線)	237

2023年の住みたい街のポイント

所沢

物価高の中、家賃が安く、話題もたっぷり
初のTOP30入り
20代女性票が伸び、20代女性で20位に

住みたい街ランキング 埼玉県の駅では4位

2023年	2022年	2021年	2020年	2019年	2018年	駅名	2023年得点
3位	3位	4位	4位	4位	9位	大宮	1059
12位	5位	8位	10位	8位	10位	浦和	596
22位	17位	15位	19位	23位	29位	さいたま新都心	391
30位	48位	44位	56位	52位	48位	所沢	340
31位	33位	33位	43位	33位	42位	和光市	329
34位	30位	46位	43位	38位	38位	川越	319
42位	44位	34位	45位	70位	58位	川口	280
48位	45位	38位	17位	32位	19位	赤羽	246
65位	57位	63位	89位	67位	83位	武蔵浦和	199
70位	111位	109位	109位	75位	130位	越谷レイクタウン	194
92位	78位	124位	129位	101位	94位	南浦和	152
130位	153位	255位	152位	162位	108位	南流山	109
133位	112位	180位	210位	197位	130位	新越谷	106
140位	146位	141位	183位	116位	130位	ふじみ野	98
143位	168位	172位	167位	156位	170位	春日部	95
159位	140位	277位	161位	248位	271位	新松戸	86
175位	197位	147位	245位	319位	239位	朝霞台	80

所沢

女性20代ランキングでは「みなとみらい」と並ぶ20位

▼女性20代ランキング

順位	女性20代	得点
2023	駅名	2023
1位	横浜	288
2位	吉祥寺	203
3位	恵比寿	165
4位	大宮	160
5位	目黒	137
6位	池袋	122
7位	中目黒	109
8位	品川	106
9位	新宿	100
10位	武蔵小杉	99
11位	舞浜	98
12位	表参道	92
13位	流山おおたかの森	85
14位	有楽町	84
15位	鎌倉	81
16位	三軒茶屋	78
17位	渋谷	75
18位	二子玉川	70
19位	自由が丘	69
20位	所沢	62
	みなとみらい	62

[N:1391]

「街の発展期待」「住居費の安さ」「コスパ」「用事の効率の良さ」が評価につながっている

▼「所沢」街の魅力（住みたい理由）TOP10

[N:340]

	街の魅力（住みたい理由）	偏差値
★	今後、街が発展しそう	68.7
	住居費が安い	63.0
	災害が少ない/防災対策がしっかりしている	61.7
★	コストパフォーマンスがよく便利なお店や飲食店がある	60.0
★	生活上の用事を効率的に済ませることができる	59.8
	医療施設が充実している（病院や診療所など）	59.6
	職場など決まった場所に行くなら電車・バス移動が便利だ	58.6
	公共料金が安い	57.9
	利用しやすい商店街がある	57.4
	運動施設が充実している （フィットネスジム、プール、テニスコートや体育館など）	57.3

所沢 若者の「武蔵野」イメージを変えた、ところざわサクラタウン 最新鋭のカルチャースポットにより、一気にクールな街へ

■所沢市との共同プロジェクト「COOL JAPAN FOREST構想」の中核施設として2020年11月グランドオープン

東所沢駅近くにある「ところざわサクラタウン」は、KADOKAWA及び、角川文化振興財団が所有・運営する複合施設。所沢市との共同プロジェクト「COOL JAPAN FOREST構想」の中核であり、**ポップカルチャー**の発信拠点。図書館・美術館・博物館が融合した**角川武蔵野ミュージアム**をはじめ、書籍製造・物流工場、オフィス、**イベントホール、ホテル、ブックストア、ショップ、レストラン、神社の複合文化ミュージアム**。

■「武蔵野樹林パーク」（東所沢公園）ではチームラボとのコラボレーション「チームラボ どんぐりの森の呼応する生命」を常設

駅前の整備に伴い、東所沢公園の一部も「武蔵野樹林パーク」として生まれ変わった。ここでチームラボとのコラボレーションが実現。「チームラボ どんぐりの森の呼応する生命」が常設されている。



「チームラボ どんぐりの森の呼応する生命」埼玉 所沢 © チームラボ

©角川武蔵野ミュージアム



所沢エリアの開発はまだまだつづく！

2024年秋、広域集客型商業施設の開業でリビングタウン化が加速



■ 地域が育んできた価値や特性に合わせた開発・運営によって、所沢が埼玉県西部エリアの新しい拠点に

- ・ 西武鉄道池袋線と新宿線が交差する交通結節点であり、池袋駅から特急利用で最速19分、西武新宿駅から最速28分と都心からのアクセスの良い所沢駅に、**駅直結の商業施設「グランエミオ所沢」**が2020年にグランドオープン

- ・ 所沢は豊かな自然と歴史や文化に富んだエリア。そこに魅力ある商業施設が加わったことによって、所沢が新たな県西の核となりつつある

- ・ 駅直結のグランエミオ所沢は**約120の多彩な店舗**が揃い、カフェや飲食店などが充実。ストリートピアノも設置されている開放的な多目的スペース「セントラルプラザ」や、**芝生広場やベンチで寛げる屋上庭園「とこにわ」**や電車や線路を一望できる「展望デッキ」など、以前の所沢駅の面影を一新。「一気に所沢が明るくなった！」の評も



COMING SOON!



©西武ホールディングス・住友商事

■ 2024年秋には所沢駅西口で大規模商業施設の開業が控える

- ・ 2024年秋には所沢駅西口土地区画整理事業地区内に広域集客型の商業施設が開業予定。所沢らしさを育み、都市と郊外の2つの魅力を楽しむ「所沢スタイル」を創造・発信する拠点開発として、店舗面積は**グランエミオ所沢の2倍以上**、敷地面積34,000㎡に7階建て（商業フロア4層）、**約150の店舗**が入居する予定。所沢市内では新所沢にしかなかった**シネコンが入居予定**。飲食・ファッション・ライフスタイル・知育関連はもちろんのこと、**パブリックビューイングやライブの映像配信**など、多様な使い方ができる施設の顔となる広場空間も整備され、トレンドを発信する。グランエミオ所沢とのさらなる相乗効果によって、所沢がベッドタウンから、暮らす・働く・学ぶ・遊ぶが揃う「リビングタウン」へと進化を遂げる予定だ

所沢

【街づくりのタレントが揃う】 マルシェとフェス

若手オーガナイザーが大手と組み共に作り上げる、質の高い市民イベント

転載・2次利用不可

■街づくりのタレント（イベントオーガナイザー）

藤村龍至（建築家・東京藝術大学准教授 所沢市出身）

所沢市景観審議会の会長を務める傍ら、自らも椿峰ニュータウンにて「**つばきの森のマーケット**」を開催、自ら率いるRFAにて「椿峰キッチン（空き店舗をシェアキッチンに改修）」を設計、所沢市「**TOKOROZAWA STREET PLACE**」や西武HD「**神社と杜の音楽祭**」の企画を受託するなど多岐に渡る活動を行う。



所沢ストリートテラス

岡田一（studio caravan・所沢市出身・在住）

所沢航空記念公園にて「**暮らすトコロマーケット**」を主催。郊外の緑豊かな公園を背景に「手作りのクラフトのある暮らし」を提案し、共感を集める。「所澤神明社宵の市」「つばきの森のマーケット」「kodawari no ito」など所沢周辺のマーケットにも影響を与える。



暮らすトコロマーケット

角田テルノ（世界食堂・所沢市出身・在住）

西所沢にて「C.V.Cモール」を立ち上げる。個人店モールを設立し個性豊かなショップが小さなモール内にひしめく。現在はリサイクルショップに変貌。また「400年続く祭りへ」をコンセプトとし神社の境内を舞台に、地域にゆかりのあるお店をコーディネートしアーティストによる境内の装飾、ライブ を包含する「**所澤神明社宵の市**」を仕掛ける。最近、地域を編集するレストラン「**世界食堂**」も立ち上げた。



所澤神明宵の市

工藤昭太郎（音楽喫茶を所沢で19年経営）

埼玉県での**カフェライブの先駆け**であり、国内・海外のツアーアーティストから認知される存在。その経験から、様々な音楽イベント実施の際のオーガナイザーを担うことに。自分では、かまやつひろしを招集した「**MOJOGROOVE**」という音楽フェスを所沢航空記念公園で開催。

「**空飛ぶ音楽祭**」の立ち上げでは所沢在住の音楽系有識者を獲得



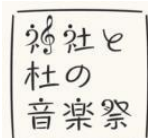
音楽喫茶MOJOでのライブ

■大手の事業者

- ①西武HD「西武つなぐプロジェクト」
- ②KADOKAWA「ところざわサクラタウン」

<神社と杜の音楽祭>

西武HDが所澤神明社とコラボし、地域のプレイヤーを招いてトライアルイベントを開催



<SORAコンサート>

KADOKAWAから市民有志団体に声がかかり、ところざわサクラタウンで音楽フェスを開催



若手クリエイターや地元の店を発掘・魅力を発見できる:所沢市

「歩きたくなるまちづくり」

近年、市内では再開発が進み、駅前に大型商業施設や、アミューズメント施設が次々オープン。長年の住民たちは、街を愛する人たちを増やすために、シビックプライド（地域への誇りと親しみ）を醸成するイベントを行ってきました。その取り組みの一つが「**TOKOROZAWA DESIGN WALK**」。「思わず”歩きたくなる”ストリートに！」を合言葉に、参加者が所沢市内をぐるっと一周できる仕掛けを用意。所沢駅周辺に限らず、市内主要駅各地周辺で、地域プレイヤーの主催によるマーケット等同時に開催されました。



公共R不動産の飯石 藍さん（写真左）
RFA主宰の藤村 龍至さん

「まず第一として住民がこの街の原石を発掘し、暮らしを楽しむことを大切にしています。さらに、眠ったパブリック空間を生かすことと、街中のプレイヤーを発掘するというのも大きな目的です。」



<https://suumo.jp/journal/2024/04/04/201319/>

若手クリエイターや地元の店を発掘・魅力を発見できる:所沢市

「歩きたくなるまちづくり」



■「元町コミュニティ広場」のマーケット

タワーマンションの一角の広場で開催。若手のクラフト作家さん、農家さんが出店、にぎわいをつくり出している。

転載・2次利用不可

■「暮らすトコロマーケット」 2015年より航空公園エリアで開催

主催する岡田一（おかだ・はじめ）さんは「いつか、長野・松本のクラフトフェアのように、来場者がマーケットのみならず、街中をゆっくり歩きつくす、あの感じを再現したい」と、当初から「TOKOROZAWA DESIGN WALK（以下「TDW」）」のイメージを描いていたそうです。



■西所沢で古書店「サタデーブックス」&「西埼玉暮らしの編集社」

運営する大竹 悠介（おおたけ・ゆうすけ）さんは「若手の活躍の場が広がったことは、「地元・西所沢の不動産会社である吉祥建設の岡川拓之社長との出会いが大きい」と話す。



■「理想的な公共トイレ」を具現化した「KAWAYA市」

およそ公共トイレには見えない美しいフォルムのインフラスタンド。「トイレの概念を覆していきたい」と、理想の公共トイレの姿を追求する、有限会社石和設備工業の小澤 大悟（おざわ・だいご）さん。



<https://suumo.jp/journal/2024/04/04/201319/>

どんな街が「住み続けたい街」なのか？
を調査・研究しています

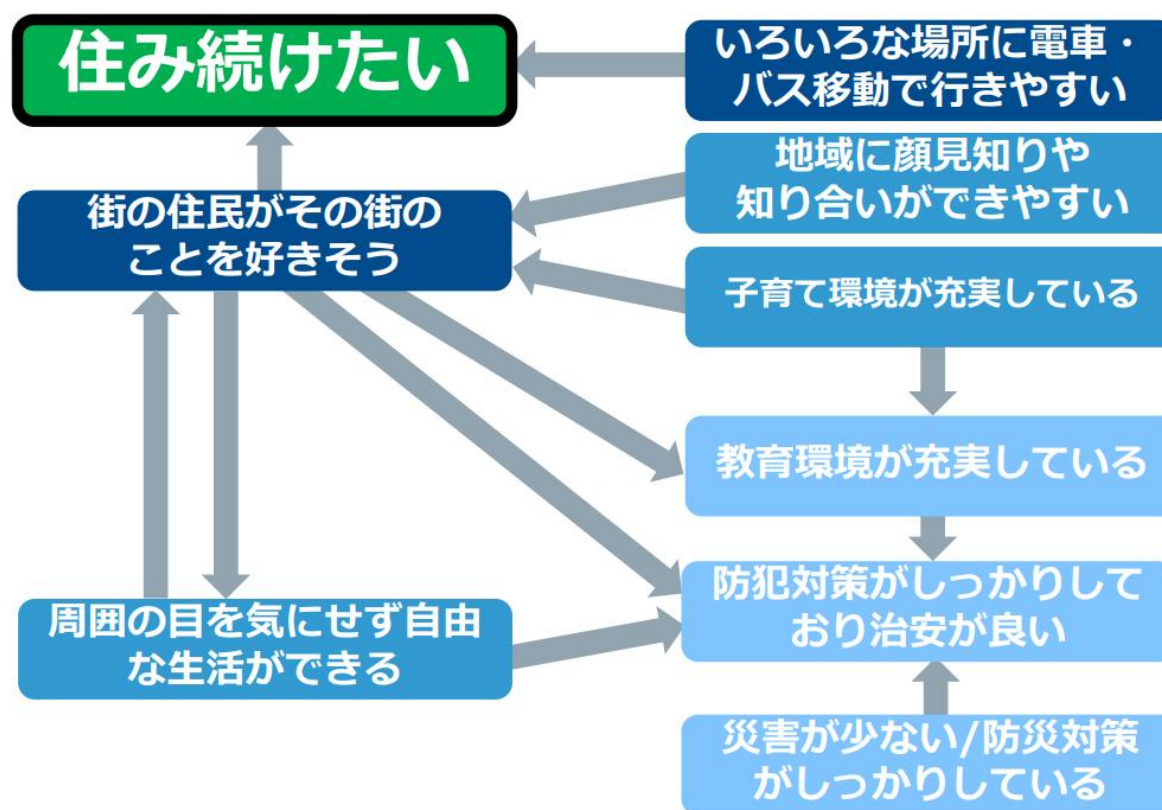
- 1_あなたは、**今住んでいる街に、
今後も住み続けたいですか？**
- 2_あなたは**今住んでいる街に、
どんな魅力があると**感じていますか？

交通利便性がよい
買い物の利便性がよい
教育環境がよい
自治体サービスがよい などなど

全40項目を提示し、自分の街に該当するかを
5段階で回答。住み続けたいという意向との
関係性を深堀しました

住み続けたい街にスコアが高まる要因は

- ① いろんな場所に行きやすい（交通利便性）
- ② 街の住民がその街のことを好きそう”のスコアが高い街
= 住民が街を高評価している安心感、誇りを感じるということ



住み続けたい街

自分以外の住民が街を高評価して
いることに安心や、誇りを感じる

街で様々な人と接する機会があり
コミュニケーションの総量が多い街

2022年 住み続けたい 注目の街

横瀬町

チャレンジしようという風土
街が注目を浴びている嬉しさ
シビックプライドの醸成

首都圏43位に「横瀬町」

埼玉県内では、さいたま市大宮区・浦和区・中央区に次いで4位

順位	自治体名	平均 評価点	偏差値	回答者数
26位	東京都八丈島八丈町	73.54	63.39	48
27位	東京都台東区	73.49	63.30	2,060
28位	東京都国立市	73.38	63.10	574
29位	東京都豊島区	73.34	63.03	2,797
30位	千葉県印西市	72.97	62.35	887
31位	茨城県守谷市	72.92	62.26	595
32位	神奈川県横浜市金沢区	72.86	62.15	1,797
33位	東京都府中市	72.82	62.08	2,514
34位	神奈川県川崎市中原区	72.61	61.69	2,625
35位	東京都多摩市	72.54	61.57	1,391
36位	東京都江東区	72.26	61.05	4,649
37位	東京都立川市	72.08	60.72	1,767
38位	神奈川県中郡大磯町	71.99	60.56	216
39位	東京都新宿区	71.85	60.30	3,197
40位	東京都調布市	71.80	60.21	2,193
41位	茨城県ひたちなか市	71.74	60.10	1,238
42位	神奈川県横浜市港南区	71.72	60.07	2,076
43位	埼玉県秩父郡横瀬町	71.69	60.01	59
44位	神奈川県海老名市	71.63	59.90	1,202
45位	千葉県流山市	71.62	59.88	1,707

順位	自治体名	平均 評価点	回答者数
1位	さいたま市浦和区	75.69	1,727
2位	さいたま市大宮区	75.38	1,255
3位	さいたま市中央区	73.77	1,075
4位	秩父郡横瀬町	71.69	59
5位	さいたま市南区	71.34	1,756
6位	和光市	71.01	736
7位	さいたま市北区	70.41	1,388
8位	戸田市	69.97	1,166
9位	さいたま市緑区	69.95	1,069
10位	児玉郡美里町	69.79	47

街の外と中の人がチャレンジする風土のある横瀬町

メディア露出、変化に対するワクワク感が人を呼び寄せる

街の魅力	偏差値
自然が豊富（山や海、森、川など）	64.25
公共料金が安い	64.05
住居費が安い	61.62
自治体や自治体の長（市長や町村長）の政策に魅力を感じる	60.87
物価が安い	59.63
メディアによく取り上げられて有名である	57.99
防犯対策がしっかりしており治安が良い	57.59
地域に顔見知りや知り合いがしやすい	56.88
子育てに関する自治体サービスが充実している	56.04
散歩・ジョギングしやすい	56.01



ポイント①

チャレンジできる環境、街をよくしようという 当事者意識のある町民の数・その醸成

・「よこらぼ」というまちづくりの実践や実証試験などができる官民連携のプラットフォーム。企業や団体だけでなく個人に対しても、「横瀬町で何かをやってみたい」という熱意ある人のアイデアを広く募集。これまでに198件の提案があり116件を採択。

・中学生が主体となった映像作品制作を都内のクリエイターや企業がサポートし、プロジェクト型の学びとして各方面から評価された。また、作品は世界に発信され、そこから生まれた映像やウェブサイトは世界最高峰のアワードを受賞。



ポイント②多世代、内・外の人との交流

- ・横瀬町が掲げる「オープンアンドフレンドリー」。その象徴施設が「Area898」で、多くの住民らが集まり、自ら空き店舗を改修。Wi-fiも完備され、勉強する中学生から、これからの横瀬町について話す大人まで、誰でも利用可能な交流・イベントスペース。「ゆるイベント」「さくっとイベント」が繰り広げられる

- ・隣接する空き店舗を活用して、民間運営の宿泊付きのテレワーク拠点施設「リビングエニウェアコモンズ横瀬」が誕生。コミュニティを大切にする利用者が多く、町外の利用者（特に若者、横瀬町移住、二拠点居住につながるケース。リビングエニウェアコモンズの中でも満足度高の評価。

- ・町内の子どもからお年寄りまで、年齢を問わず積極的な交流が図られている。

- ・同施設の敷地内に、子どもの主体的な学びや放課後の居場所、親子イベント開催など、子ども第3の居場所として「ナゼラボ」もオープン。「Area898」「LAC横瀬」「ナゼラボ」の三拠点が連携を図り、それぞれの施設の強み活かすことで、新たな“人”の流れが生まれている。



ポイント③ 自然 × イベント仕掛け × プロモ

- ・観光スポットでもある「寺坂棚田」には昔ながらの日本らしい田園風景が広がる。
 - ・小高い丘の「花咲山公園」は秩父山系や美しい夕陽、星空が楽しめる。
氷柱も、地元協力の下で、定番イベントとなった。
その場所単に景色とするだけでなく、様々イベント化していることも奏功
- ※実は東京からほど近い埼玉の北・東方面で「山」「せせらぎ」「棚田」は意外と少ない



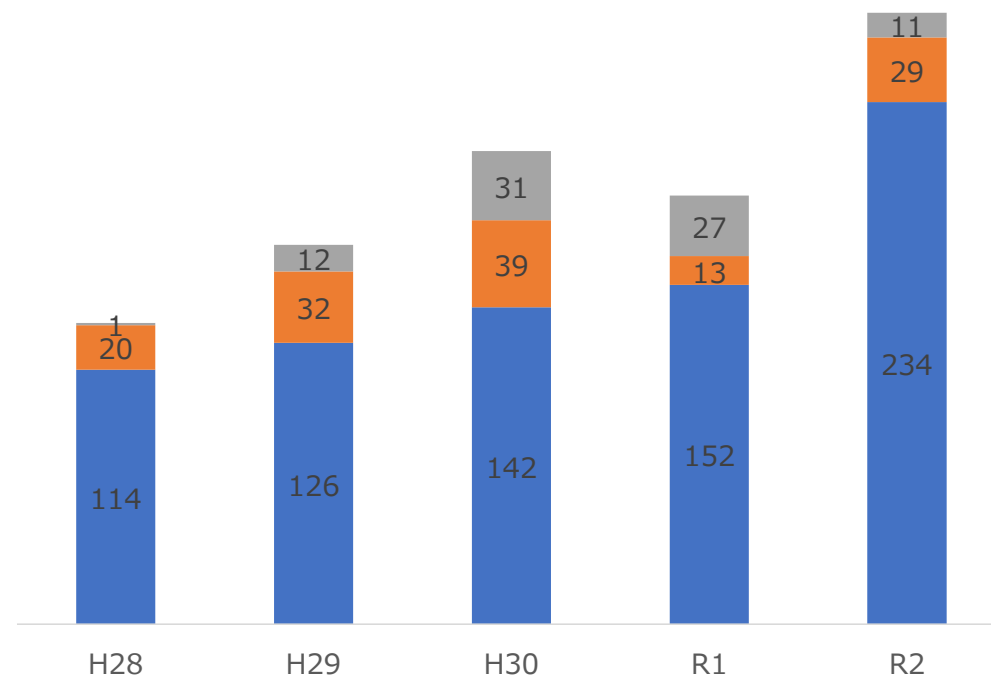
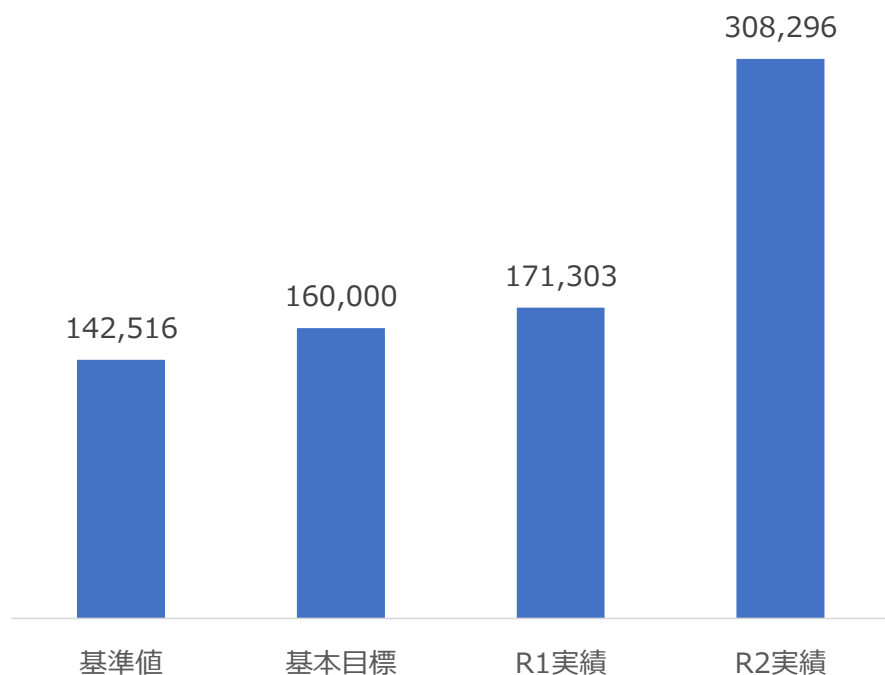
ポイント④ メディア露出の成果が上がっている

ホームページアクセス数

報道件数

■ アクセス数

■ 新聞 ■ TV・ラジオ等 ■ 講演等



達成すべき基本目標 町Webサイトアクセス数160,000超
令和2年ホームページリニューアル実施

3

私が注目するトレンド
地域価値を高める
空き家を活用した街づくり

不動産業アワードとは

転載・2次利用不可

地域価値を共創する不動産業アワード

2021年5月：国土交通省が、業種を超えて地域の新たな価値・可能性を創造することを目的として『「ひと」と「暮らし」の未来研究会』を設置。

各地域のコミュニティは「未来に向けたインフラ」であり、不動産業・賃貸住宅管理業は「社会に必要不可欠なクリエイティブ産業」と位置づけ、**業種を超えたプレイヤー同士の「共創」が地域に新たな価値をもたらす**ことを確認。

「地域に密着した不動産業者や不動産管理業者が地方公共団体や住民等と共に地域づくりやコミュニティづくりに取り組むことで、**新たな地域価値を共創**することを推奨する」表彰制度を2022年度に創設することを決定。

2022年秋：国土交通省「地域価値を共創する不動産業アワード（国土交通省不動産・建設経済局長賞）」創設

本アワードを通じて、不動産業者や不動産管理業者が、新たな地域価値を共創する中で、**空き家等低未利用不動産の有効活用、中心市街地等活性化、住宅確保要配慮者等の居住支援、防災・防犯等地域の安全・安心の確保、デジタル社会への移行など、地域課題や社会課題の解決に貢献**していることを広く発信していく。

出典：不動産業アワード https://www.mlit.go.jp/tochi_fudousan_kensetsugyo/kyousou_awards/index.html

1. 先進性

地域において新たな価値を生み出す先進的な取組であること

2. 共創性

地域の関係者が適切な役割分担の下で活動し、地域課題解決等の具体的成果につながっていること

3. 地域活性化

地域づくり・コミュニティづくりや、それらを担う人材の育成に寄与していること

アワード大賞：株式会社エンジョイワークス

転載・2次利用不可

共感投資プラットフォーム「ハロー！RENOVATION」を活用した空き家・遊休不動産の再生

課題 地域活性・地方創生につながる持続可能性の高いエリアマネジメントが困難

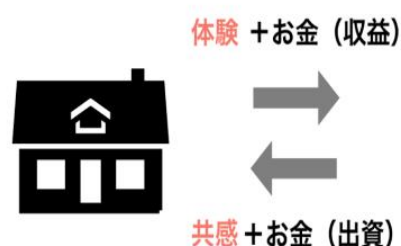
①地域での人材が不足している ②地域と連動してエリアマネジメントができる組織が少ない ③単年度予算組みの行政財源に頼る傾向が強い

取組概要 参加型まちづくりプラットフォーム「ハロー！RENOVATION」を運営

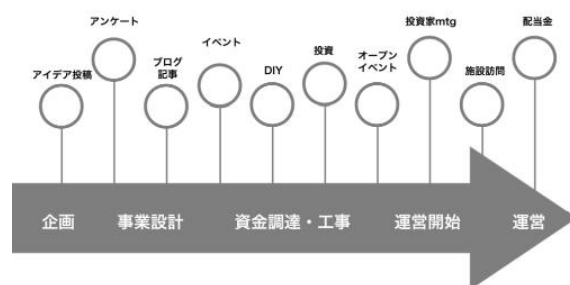
- ①共感投資ファンド ……様々なステークホルダーが参加できる地域ファイナンス・スキームの構築
- ②地域に関わる人材育成と組織支援 ……地域に根ざす事業者・プロデューサーを育成、自治体と連携した組織の構築および支援

空き家・遊休不動産

共感投資家



多くのタッチポイントで
体験を共有し、共感をあつめる



【ファンド概要】

泊まれる蔵プロジェクト

出資総額： 600万円

共感投資家数： 37人

運用期間： 4年2ヶ月

想定利回り： 4.0%

出典：不動産業アワード（エンジョイワークス）

https://www.mlit.go.jp/tochi_fudousan_kensetsugyo/kyousou_awards/img/pdf/enjoy_works.pdf

株式会社エンジョイワークス

転載・2次利用不可

共創者

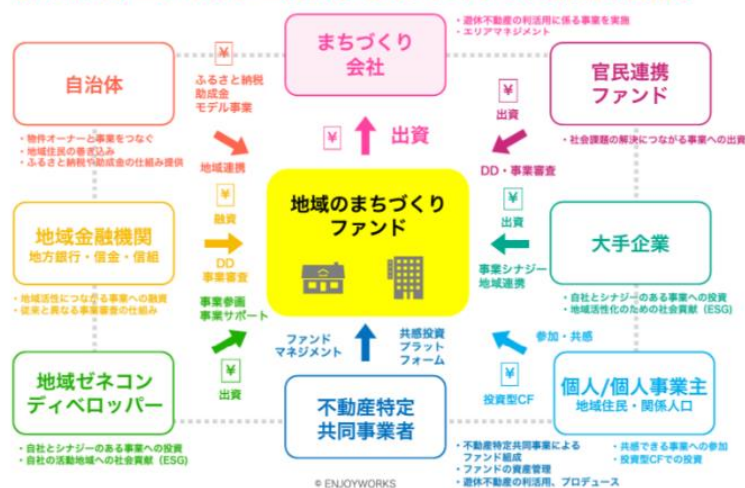
地域住民、不動産業者、投資会社、事業会社、金融機関、地方公共団体等

評価ポイント

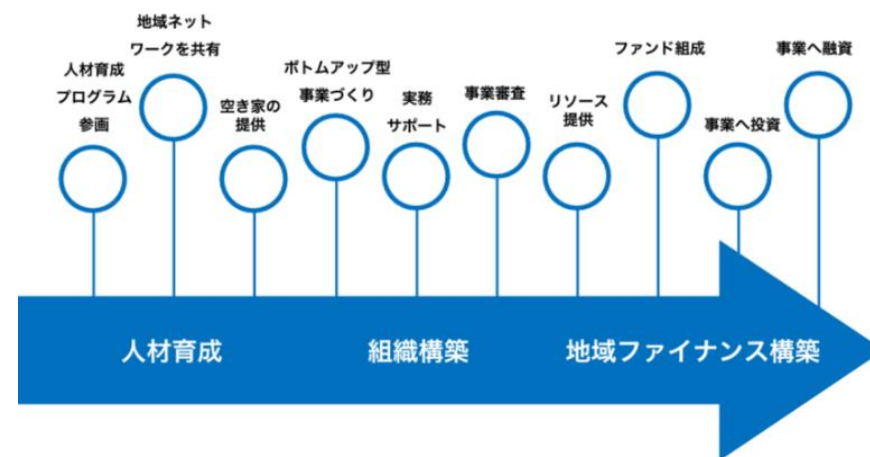
地域における様々な関係者を早い段階から事業に巻き込み、空き家を活用する事業者等の育成に取り組むほか、まちづくりに不可欠な資金調達において、地方公共団体や地域金融機関等と連携してまちづくりファンドを導入・運営することで、継続的な事業を実現できていることが高く評価された。

持続可能なエリアマネジメントを実現

様々なステークホルダーによる地域ファイナンス構築を目指す



様々なステークホルダーが このSTEPから関わっていくことが重要



優秀賞：ビーローカル・パートナーズ

転載・2次利用不可

昭和なまちのバイローカルムーブメント～良き商いを守り育てる～
都市の素敵な未来の暮らし（ご近所を素敵に変える・良き商いを守り育てる）

活動拠点 大阪市阿倍野区昭和町を中心とするエリア

活動概要

2012年から、不動産業を初め地域で事業をするメンバーが、良き商いを守り育てるムーブメントを実践。エリアの価値を上げるためにはハードとソフト体系的な展開が必要と考え、**不動産活用によるアンカー店舗**を核に、**年1回のバイローカルの日開催（青空市）とマップ制作、SNS等**によって「地域に住む生活者と良き商いが出会う場」を提供。結果地域の多様性を担保する仕掛けとなり、エリアの不動産活用を加速させ、エリア資産価値を大きく向上させた。



出典：不動産業アワード（ビーローカル・パートナーズ）

https://www.mlit.go.jp/tochi_fudousan_kensetsugyo/kyousou_awards/img/pdf/2nd/buylocal.pdf

ビーローカル・パートナーズ

転載・2次利用不可

アンカー店舗を核として空き店舗を活用した新規出店

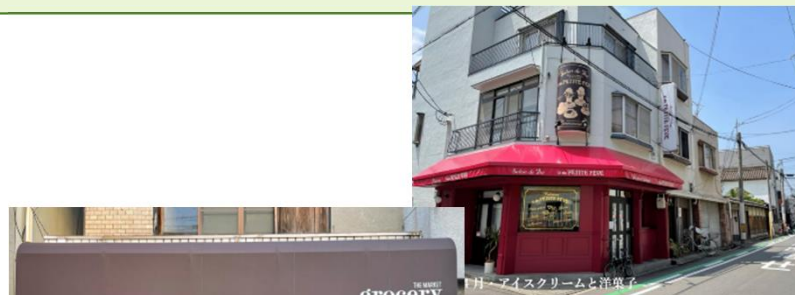
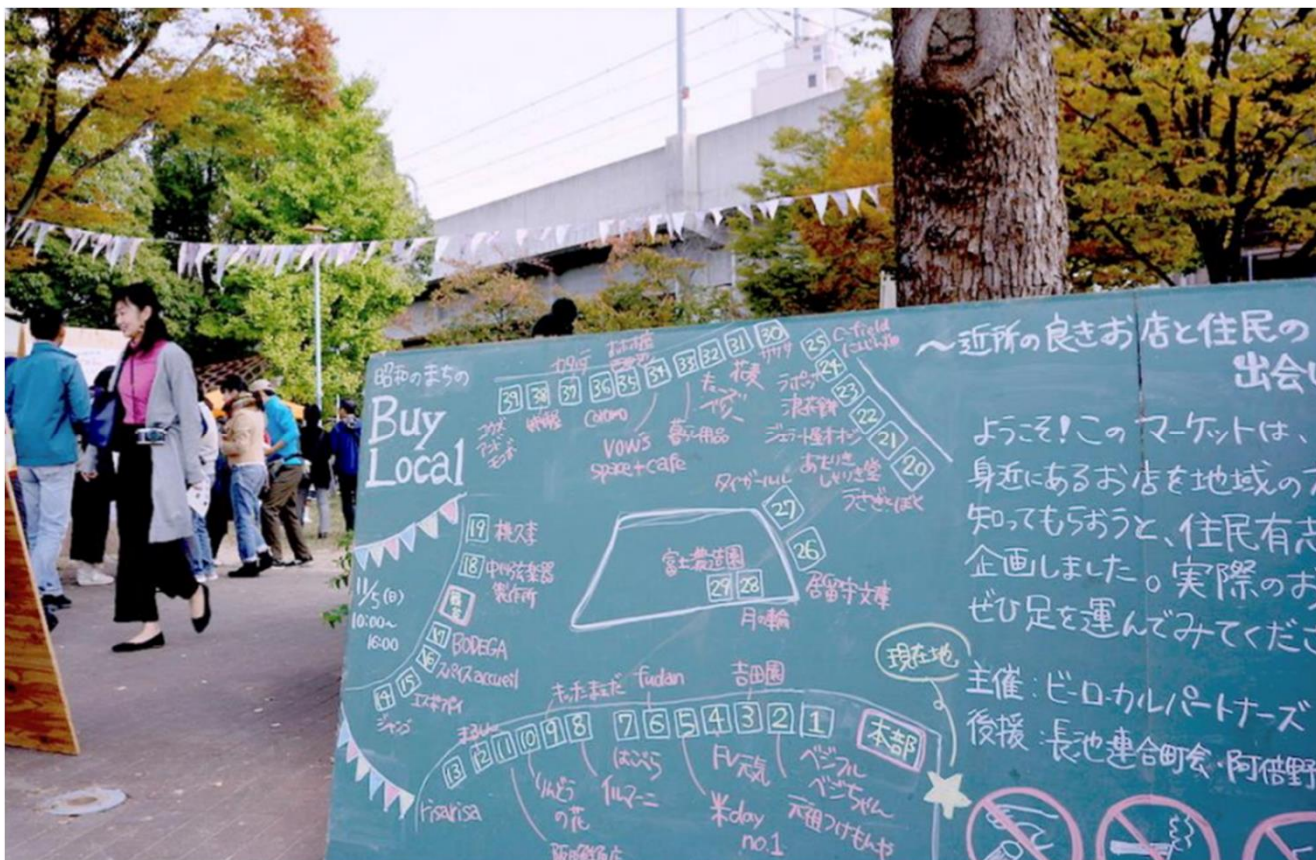


ビーローカル・パートナーズ

転載・2次利用不可

活動内容

年1回のバイローカルの日（ご近所の良き商いと住民が出会う日）



出典：不動産業アワード（ビーローカル・パートナーズ）

https://www.mlit.go.jp/tochi_fudousan_kensetsugyo/kyousou_awards/img/pdf/2nd/buylocal.pdf

ビーローカル・パートナーズ

転載・2次利用不可

2013年以降の空き店舗を活用した新規出店は70店舗以上（連鎖的な不動産活用へ）

活動の成果

過去10年の地価推移は、天王寺駅周辺で24%の下落、隣接する住吉区は0.1%の上昇にとどまる中、活動が展開された本地域では**45.4%上昇**。

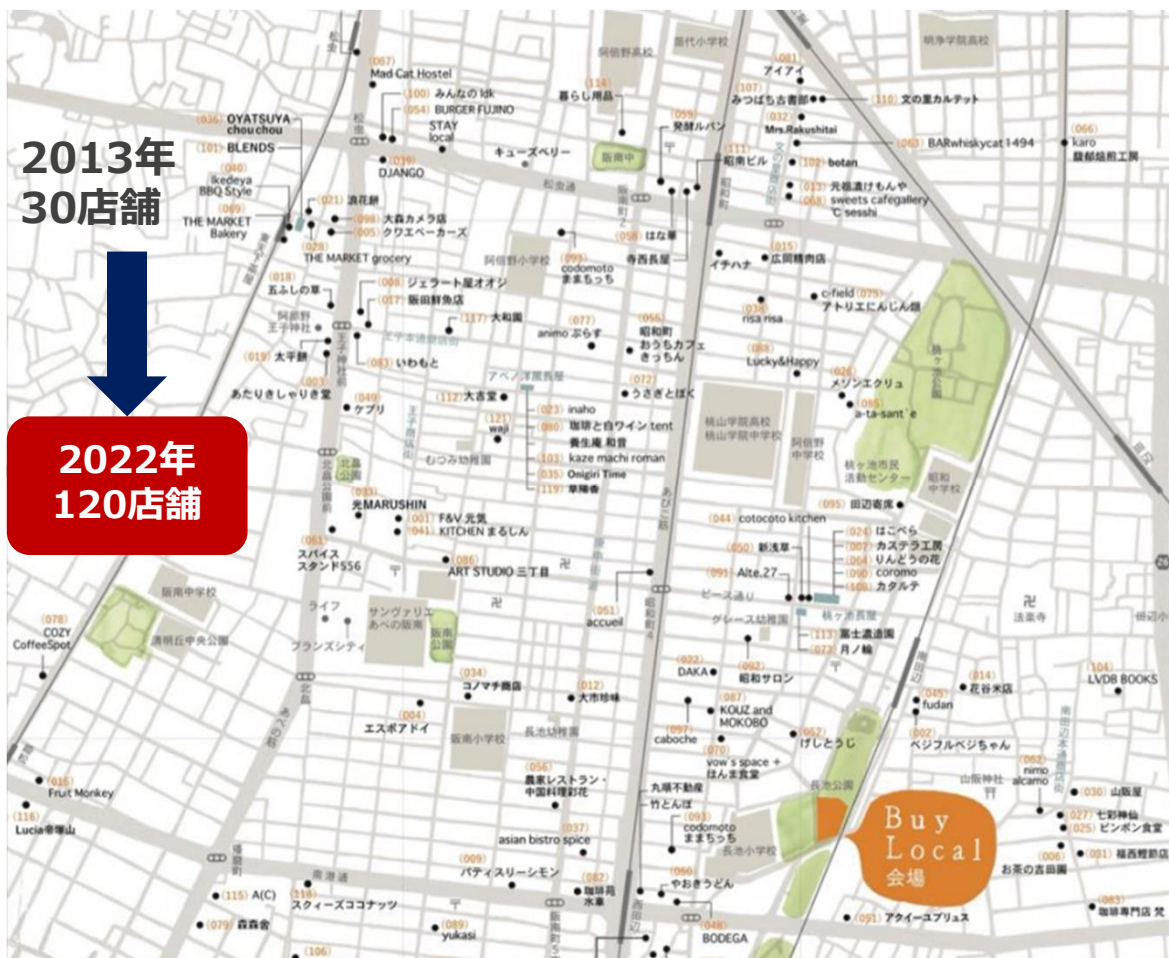
エリアの不動産活用の加速と資産価値の大幅な向上を実現。（2022年2月：ダイヤモンド不動産研究所による）

PTAを通じたネットアンケートでは
9割近くがエリアが良くなったと回答

バイローカルで暮らしの質が高まったり
街の魅力が増したと感じますか？

感じる89%

感じない+
その他11%



出典：不動産業アワード（ビーローカル・パートナーズ）

https://www.mlit.go.jp/tochi_fudousan_kensetsugyo/kyousou_awards/img/pdf/2nd/buylocal.pdf

公園、農園などを使った場づくり

ドイツ等、ヨーロッパで多い「都市農園」
自然と人が集まる場所にしやすい。
建物を建てなくていいので
投資や短期的な使用においても選択しやすい

公園、農園による場づくりの例：東京都「南池袋公園」のリニューアル

転載・2次利用不可

都心の公園を芝生化+カフェで長く過ごせる空間にリニューアル

都心の治安の悪かった公園内にカフェを設置、運営は民間。レジャーシートも飲食もOKにしたことで、滞在時間が増加。自然と人が集まる場所に



大阪市天王寺区の「てんしば」なども

<https://suumo.jp/journal/2021/08/16/181699/>

公園、農園による場づくりの例：千葉市のコンパクトな公園「椿森コムナ」

転載・2次利用不可

駅近くにツリーハウスのある空間「椿森コムナ」



千葉駅から10分圏内の便利な土地だが斜面の使い方が難しく分譲住宅化を断念。

地形を生かした公園とし、移動店舗やマルシェなどでにぎわう空間に。コンパクトな公園でも人が集まる好例

公園、農園による場づくりの例：神奈川県 東急電鉄の団地の空き地部分「nexusチャレンジパーク 早野」

転載・2次利用不可

戸建て団地周辺の空き地を農園＋小屋に。なんでも挑戦OKな場に



神奈川県の団地周辺の空き地部分を東急電鉄が開放。農園や火を使ってもよい場として提供。様々な世代が集まり、自発的なイベントが行われている。挑戦する場がないニーズに着目

公園、農園による場づくりの例：大阪市蒲生四丁目の空き家や古民家を活かしたまちづくり

転載・2次利用不可

都心の空き家をリノベや空地进行貸農園にし人の集まる場に



空き家が多かった下町の木造古民家を店舗にリノベーションし、住民が2000人増。空地は貸農園にし元農業高校教師のサポートで空き地まで人の集まる場所に。素敵な店と農園に人が集う好例

<https://suumo.jp/journal/2022/02/15/185020/>

オフィス・コワーキング・シェアキッチン、
シェア店舗など**ごちゃまぜな場**

多用途であれば、多様な人が集まり
様々な時間に人が来る仕組みに

シェアキッチン・シェアサロン：広島県「ミナガルデン」

転載・2次利用不可

住宅地にシェアサロンとシェアキッチン。行けば何かある場所に

園芸会社跡地を、分譲と賃貸の住宅と、レンタルキッチン・サロンスペース・多目的スタジオ&ギャラリーにリニューアル。セラピスト、ファイナンシャルプランナー、美容師など6名でシェア運営。用がなくても行けば誰かいるような場所に。



みんなでつくる、みんなのまち「ミナガルデン」始動。ガーデン、キッチンなどをシェア <https://suumo.jp/journal/2021/04/23/179518/>

こちゃまぜな場づくりの例：大阪府大阪市平野区 シングルマザー向けシェアハウス「ideau」 シェアキッチン付きシングルマザーシェアハウス



築約60年の10軒の元店舗付き長屋をリノベーション。シングルマザーのシェアハウスに。息抜きもできないシングルマザーが助け合うことで、余暇を楽しむ余裕も。2021年4月、セーフティネット登録住宅の基準に新たにひとり親世帯向けシェアハウスの基準が設けられ1戸当たり最大4万円の家賃補助も出るように。シングルマザーに限らないタイプで助け合うシェアハウスも

シングルマザー向けシェアハウスは母子家庭支援として成功する？ リアルな生活事情も
<https://suumo.jp/journal/2019/11/14/168438/>

国土交通省

Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism

令和3年4月1日

住宅政策課長 岡田 隆

「ひとり親世帯向けシェアハウスの基準を設け、新築し、安全で安心して暮らせる環境を整え、ひとり親世帯の生活を支えることにより、ひとり親世帯の生活の安定を図ることを目指す。」

国土交通省では、セーフティネット登録住宅の基準に、新たにひとり親世帯向けシェアハウスの基準を設けることとした。これにより、ひとり親世帯の生活の安定を図ることが期待される。

1. 概要

単身、ひとり親世帯が入居可能なシェアハウスを、家賃補助と併せて、利用できるセーフティネット登録住宅として登録する。セーフティネット登録住宅は、ひとり親世帯向けシェアハウスについて一定の基準が定められ、新たにひとり親世帯向けシェアハウスの基準を設けることとした。

2. 趣 意

ひとり親世帯向けシェアハウスの基準として、必要となる、入居者の世帯員が世帯員の世帯員と定められる。詳細は別添「ひとり親世帯向けシェアハウスの基準の策定」をご参照ください。

3. ステータス

※ 日 付：令和3年4月1日
※ 行 先：令和3年4月1日

1500-7777（内線） 03-4020-0111（内線）
03-4020-0111（内線） 03-4020-0111（内線）
03-5253-6002（直通） 03-5253-6140（直通）

ごちゃまぜな場づくりの例：神奈川県相模原市「トーコーキッチン」

転載・2次利用不可

賃貸物件の1階が食堂。入居者・ほか大家ら関係者は朝食100円



東郊住宅という不動産会社が管理物件に住む人・大家・関係会社の従業員が利用できる食堂。カードキーで入場でき、朝食100円、昼・夕は500円。要介護認定を受けていない一人暮らしの男性の例で、一人で食事をする（独食）のは、誰かと食事をする（共食）より約2.7倍もうつ状態になりやすいというデータも
日本老年学的評価研究（JAGES）

「入居者のための食堂」が魅力的すぎ！ 朝食100円、昼食・夕食が500円で食べられるワケ
<https://suumo.jp/journal/2017/01/25/126455/>

シャッター商店街を地域文化拠点に：神奈川県愛川町「春日台センターセンター」

転載・2次利用不可

商店街に福祉をキーとした多世代共生拠点が誕生

施設がある神奈川県愛川町は、厚木市と相模原市の間にはさまれた人口3万9千人の小さな町です。最寄駅は町内になく、海老名駅などから発車するバスを利用するか、生活インフラとして車が欠かせないエリア。町内にはいくつかの工業団地があり、ベッドタウンとして街の歴史をつくり上げてきました。商店街や街の寂しい変化に危機感。



春日台センターセンターの核とである認知症対応型共同生活「KCCグループホーム」と、小規模多機能型居宅介護の「KCCショートキ」が並びます。気持ちの良い夏晴れだったこの日、縁側では職員と高齢者が体操にボーリングにと楽しんでいた。快活な笑い声が響く。



“福祉”をキーにした地域共生文化拠点「春日台センターセンター」は商店街の中心地に2022年春にオープン。スーパーマーケット「春日台センター」の跡地だったことから、このような施設名になった。



春日台センターセンターに続く、春日台商店街。いくつかの店舗は営業を続けるが、畳んだ店も随所にある。

<https://suumo.jp/journal/2024/10/07/204900/>

商店街に福祉をキーとした多世代共生拠点が誕生

高齢化率がすでに30%を超えており、高齢化と生産人口の減少が予想されることで悩んでいました。住民と話し合いを重ねる中で、福祉と児童、街を訪れる人たちの交錯する多世代・多様な人々が支え合う空間づくりをする施設を誕生させることに。

■洗濯文化研究所



よくあるクリーニング店やコインランドリーとの違いは、利用者同士での交流ができること。洗濯を待つ人はここで飲み物を手に休憩。パソコンでデスクワークをしている人も。就労支援事業。

■春日台コロッケ



かつてのスーパーで人気だった揚げたてのコロッケ。香ばしい香りにつられて、一人また一人とコロッケを購入する光景が見えます。就労支援施設。

■「カスガダイ凸凹文化教室」



放課後等デイサービス。隣の高齢者施設とは仕切りがない。

■寺子屋



不登校や居場所を探す子どもたちを支援する寺子屋の授業。オンラインでも中継しながら毎週水曜日に学習支援を行う。



縁側でくつろぐ小学生と高齢者。時折会話をする姿も。仕切りはなく、一つの家の中に共存しているかのようにスペースがあり、大人も子どもも行き来する姿が印象的。自然な会話とやりとりがそこかしこで生まれる。

私が考える 地域の街の持続可能性の要諦

転載・2次利用不可

1.経済システムの構築

- ・街づくりは人づくり×事業づくり。価値あるサービスでお金を発生させ、循環させる
- ・域内経済の活性化＝地域からのお金の流出の低減 例) エネルギー自立、自県産を買う、食べる
- ・収益・雇用を創出＝街に収益をもたらす事業や雇用 例) 観光、外販、人材

2.半径300mから始める

- ・大都市以外は再開発は難しい、かつ急激かつ画一的な変化は一過性で終わる
- ・歩ける範囲が徐々に変わっていく様が、継続的に応援する人を増やす

3.支える金融・資本＋能動的な市民育成

- ・街づくりの継続性は意思ある市民・関係人口を育めるか
- ・街づくりに欲しい人材はWILL（やりたいこと）があり、CAN（能力開発）を自発的に増やせ、MUST（納期までやるべきこと）をこなせる人。指示どおりに動く人、頭のいい人はそこまで必要ない

4.大手資本と地域人材の協働スタンス

- ・街づくりは「トップダウン」では持続しない。他方で自治体、資本ある企業、金融等の支援連携は必要
- ・「仲間づくり」が重要。市民が「サービス受益者」から「サービス提供者」に
- ・「ホモとヘテロ」同調者だけではなく異質も受け入れる。やりたいことを否定しない、容認と応援の姿勢