

第1回ふくまちエリア価値創造フォーラム

- 【日時】 2024年（令和6年）8月23日（金）14：00～16：00
- 【場所】 広島県民文化センターふくやま 地下1階文化交流室
- 【テーマ】 公共不動産でエリア価値を変える方法
- 【参加者】 約90人（オンライン参加を含む）
- 【内容】 講師レクチャー・グループワーク・質疑応答



講師レクチャー

1 「morineki」プロジェクト

- 市営住宅の建て替えプロジェクトである「morineki」。「森」の「ねき」（河内弁で「近く」や「そば」という意味）で暮らしを営むことに愛着を持って欲しいという願いを込めて名前をつけている。
- 建て替え前は、全144戸の築50年以上が経過した平家～RC5階建の市営住宅が建っており、エリアとしても少子高齢化が進み、地価の下落も激しい場所だった。住民は助け合って、仲良く住んでいたが、なかなか外からの人が入りやすい雰囲気ではない団地だった。
- 外からたくさんの人に遊びに来てもらい、そのうちここに住みたいと思ってもらうことをゴールに据えてプロジェクトを始めた。
- プロジェクトの目標は3つある。1点目は、公営住宅の戸数を減らすことや、借り上げ方式を導入するなどし、徐々に規模を縮小すること。2点目は、入居してもらいながら、生活の質を上げてもらうこと。3点目は、周辺エリアを豊かにすること。
- 今回のプロジェクトでは、どうしたら満室の状況が長く保てるのかを考え、建築して最初の20年間は市が借上げ、20年目以降は、民間賃貸にして民間側が空き室のリスクを持つように市と役割を分担した。
- 民間の頑張りにより、引き続きエリアを豊かにしないといけないので、しっかりとした質が担保された市営住宅・民間

賃貸住宅になると考えた。

- 元々は大東市職員であったが、このプロジェクトを実現するため、2016年4月から12月までの9ヶ月間、岩手県紫波町のオガールに行き、そこでテナントを先付けして逆算で開発することと、金融機関目線でのチェックを受けることを学んだ。（その後2018年には大東市を退職）
- 市の住宅課とも借り上げ予算の話をし、工事費から逆算して近傍同種家賃を計算したが、それを金融機関に持ち込むと、すべてのテナントが入居している想定での融資は難しいとの指摘があった。そのため、空き部屋やテナントの入れ替わりなど様々なリスクを考えて、毎年、家賃が逡減する形で再度計算し、20年間で返済できる計画を作成した。この考え方は、市職員の時には気づけなかった視点だった。また、周辺家賃を牽引する気概を持つことが重要だとも感じた。
- 魅力があるのに見向きされていないエリアにおいては、営業が重要となる。そこで、テナントや設計事務所、建設会社、金融機関と随意契約できる体制や事業スキーム、営業する人材の育成ができる仕組みづくりを考えた。



講師/入江 智子さん
(株)コーミン代表取締役

(次頁に続く)

- 大東市からは、morinekiの中心にあった3,100㎡の三角形の公園面積を変えずに再整備することを約束してもらった。また、入居者の方に早く安心安全な住宅を提供したいので、なるべく住宅を早く作ってほしいという要望があった。
- 事業費は全体で16.3億円程度。調達資金の内訳は、返していく順に、地元の枚方信用金庫から10.3億円を、次に大東市から、20年後に株を買い取る買取請求権付の優先株の4億円を、残りは大東市からの出資金の2億円となっている。
- morinekiでは、芝生広場を整備するなど、ランドスケープについても、オガールの手法を取り入れている。住人が外に出やすい環境をつくることや、外から人を呼ぶことについて、ランドスケープが持つ力は大きい。
- テナント誘致にあたっては、公園の中に建物を建てられることをアピールし、民間企業からは良い反応があった。その結果、キーテナントになるノースオブジェクト（洋服・雑貨・パンを販売）が本社移転してくれた。
- 美しいランドスケープがあることや、商業施設のテナントや住民の方の自主的な手入れにより、維持管理費をあまりかけずに綺麗な状態が保たれている。morineki住宅は中庭とつながるセミプライベート空間となっている。
- 建物完成後は親子連れ、若い人、高齢者の方、近所の方など年間30万人程度が訪れる場所となった。
- morineki周辺約1,000人世帯の年齢別人口の変化を見てみると、0歳～14歳人口が増えており、子育て世帯がmorineki周辺に移り住んできていることがわかった。また、この地域の坪単価を見ると、V字に回復していた。
- morineki事業をプロデュースする(株)コーミンは、パブリックマインドがある事業者なので、事業で得た利益については、エリアの維持・発展に再投資している。民間の不動産事業者であれば、利益が出た場合は、自社の事業等に資金を回すことが多いと思うが、そこが他の民間事業者との大きな違いとなっている。

2 大東ズンチャッチャ夜市

- (株)コーミンでは、morineki以外にもJR住道駅前の公共空間を活用した大東ズンチャッチャ夜市というイベントを毎月最終水曜日にやっている。閑散期に出店者を呼ぶことが需要なので、出店者に参加しやすい曜日を聞き取ったうえで、水曜日に開催している。また、地元の飲食店へのシャワー効果も狙っている。
- ブランドではなく、審美眼を持ち、良いものを周囲に広めてくれるような“すっぴん女子”をターゲットにしている。

3 大東元気でまっせ体操

- 市民との連携の一つで、“大東元気でまっせ体操”も実施している。市内に148のグループがあり、銀行の会議室や公民館など様々な場所で体操を実施している。介護予防だけでなく、見守りあいの場所にもなっている。
- 体操の効果もあり、大東市では、介護保険料が6,500円以下と隣の大阪市の9,000円よりも抑えられている。また、市の財政負担も減っている状況がある。

4 公民連携とは

- 公民連携は、目的を実現するための手段の一つである。morineki事業で、最も実現したかったことは、入居者の生活の質を上げることや、周辺エリアを豊かにすることであった。目的実現のため、いろいろな方法を考えることが重要となる。

質疑応答

- ズンチャッチャ夜市を運営するモチベーションは？
→単なるイベントではなく、一つの事業として収益があること等が、モチベーションを高く保つ要因となっている。
- (株)コーミンの立ち上げにあたり、こういったキャリアの方が支えとなっているのか？
→市や金融機関など、腹を割って話ができるパートナーが重要だったと考えている。
- 大東市の公民連携条例では、複数の課題解決につながるものを公民連携事業と定義づけているが、この条例とプロジェクトは同時並行して作られたのか？
→morinekiプロジェクトを一回だけの出来事にしないため、後追いで条例化している。