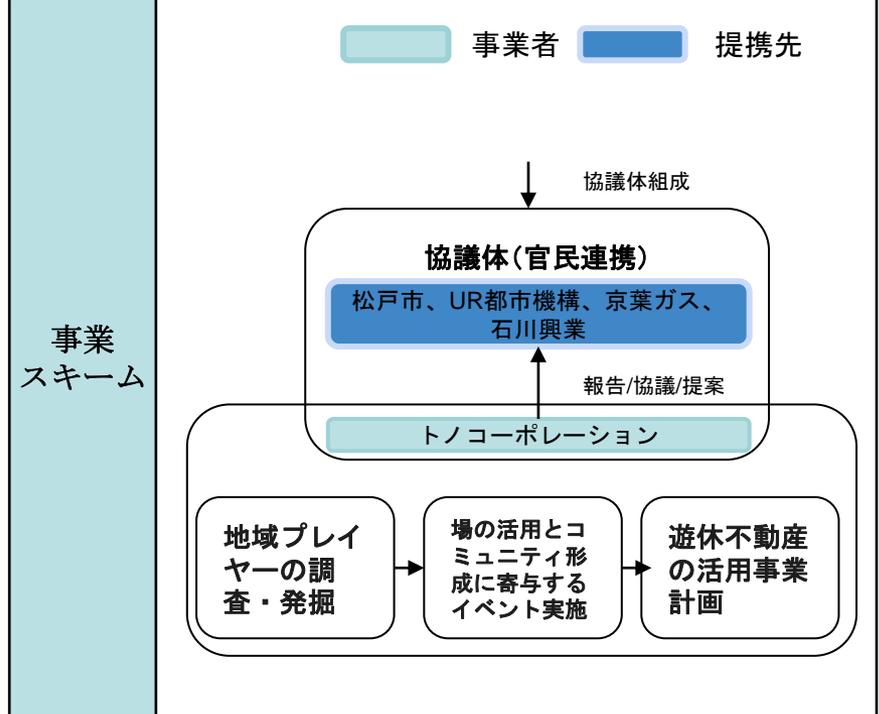


事業概要 地域共創エリアリノベーションプロジェクト。行政や民間事業者、地主等と連携を図り、住民インタビューやマーケットなどの実施から、遊休不動産の活用に発展させエリアリノベーションの新しいスキームを検討する

事業者情報

団体名	有限会社トノコーポレーション (omusubi不動産)
所在地	千葉県松戸市
設立時期	法人設立：1984年11月 (omusubi不動産は2014年4月)
団体HP	omusubi不動産とは - omusubi不動産 (omusubi-estate.com)

活動地域 松戸市常盤平エリア



取組内容及び成果

1. メディア・シンポジウムによる活動内容の発信
 「NO BIG DEAL! vol.3 ～出かける、見つける、参加する編～」の開催
 他地域のあきやまちづくり事業者が集まるシンポジウム/マーケットイベントを開催。小田急電鉄の支援型開発によって生まれた「下北沢BONUS TRACK」を会場とし、各地域のあきやまちづくりプレイヤーが集まり、ノウハウの共有や意見交換及び、地域プロモーションを行なった。これにより産学官連携の座組を作ることができた。

2. 地域プレイヤーの調査・発掘
 ①6名の地域プレイヤーにインタビューを行った。
 ②街中でのヒアリング+イベント内でのアンケート調査(約100名)
 記事に残すことで自治体、常盤平エリアに関わるプレイヤーに情報共有を行うことで街の理解を共に深めることにつながった。

3. 場の活用とコミュニティ形成に寄与するイベント実施
 「ときわ平やってみようマーケット」の開催
 ときわ平エリアで活動している方々にワークショップや出展をしていただくマーケットイベントを開催。常盤平駅近くの空きテナントを会場とし、自治体、地域のプレイヤーや住民が当日はもちろん、準備のプロセスも含めて協働し、コミュニティづくりの機会を創出することができた。

4. 遊休不動産の活用事業計画
 1～3のアクションを行った結果、地元企業、行政との連動をしながら空家の発掘(イベント会場として利用させていただいた物件)ができ、以下のコンセプトで前向きに事業化に向けた話し合いをしていくことが決まった。

店舗の広さを有効活用し、ブース型の小規模店舗を複数つくり、小分けにして貸し出すプラン。大・中・小のサイズに分け、大～中には飲食店向けに簡易なキッチン付ブースをつくり、小は物販向けにはスタンドをつくる。可能であれば大にチェーン店のポップアップ型店舗を誘致し賃料の安定性を保つ。駅前一等地にある大規模ビルの活用と、個人プレイヤーの出店、地域価値創造を目指す。

①メディア・シンポジウムによる活動内容の発信

1、場の活用とコミュニティ形成に寄与するイベント実施

イベント名：NO BIG DEAL! vol.3 ～出かける、見つける、参加する編～
 主催：omusubi不動産

他地域のあきやまちづくり事業者が集まるシンポジウム/マーケットイベントを開催。小田急電鉄の支援型開発によって生まれた、下北沢BONUS TRACKを会場とし、各地域のあきやまちづくり事業者が集まり、ノウハウの共有や意見交換及び、地域プロモーションを行なった。

イベントの内容に関しては、マーケット編とシンポジウム編のnote記事作成し、レポートによる発信を行った。

成果

- ・マーケット出店数：17店舗
- ・マーケット購買者数：855名
- ・シンポジウム：5テーマのトークを実施、110名が参加

- ・松戸市・UR・京葉ガス等、官民連携を進める上での関係者が参加し、月1回の官民連携の横断的な会議体を開催するに至った。
- ・マーケットイベントを通し、まちづくり従事者以外の一般層にも、遊休不動産を通じたエリアリノベーションの活動を周知することができた。
- ・あきやまちづくり事業者同士のネットワークを通じ、効果的な情報発信を行うことができた。

- ・イベントレポートURL
 - ↳前編（マーケット）：https://note.com/bonustrack_skz/n/nf34e789207f7
 - ↳後編（シンポジウム）：https://note.com/bonustrack_skz/n/n9abe9be74d16



2、官民連携の協議体「ときわ平ミーティング」の発足運営

主催者：omusubi不動産

参加者：

石川興業株式会社

独立行政法人都市再生機構（UR都市機構）

京葉ガス株式会社

松戸市 街づくり部 街づくり課 常盤平駅周辺まちづくり担当室

松戸市 街づくり部 住宅政策課 空家活用推進室



成果

- ・9月～1月の計5回開催。主としてまちづくりに関わる行政・法人が顔を合わせて話をする機会が初めてであり、それぞれの立場における考え方や価値観を共有するだけでも価値があった。
- ・具体的なイベント実施を連携しながら検討することで、協力体制が構築できた。
- ・アンケートやイベントによって町の解像度が上がり、今後のアクションを考える上で参考になったという声が上がった。
- ・連携の可能性を今後常時探っていく関係性が作られ、官民協働のコミュニティが出来上がった。

②地域プレイヤーの調査・発掘

1、地域のプレイヤーに対してインタビューを行いその内容を記事化した。（画像は一部抜粋）



常盤平の未来は”団地開発のルーツ”にある。-ときわ平まちのひとインタビュー vol.1
石川文秀さん(石川興業株式会社代表取締役)

街に必要なのは、ゆるやかに創造性とつながる場-ときわ平まちのひとインタビュー vol.2
星雅治さん(かものはしの造形おもちゃ代表)

常盤平にルーツを持つ人々が、街の多様な可能性を育む。ときわ平まちの人インタビュー-vol.4
宮浦晋哉さん(株式会社糸編 代表取締役)

「ちょっと手伝って」と誰もが声をかけ合える街へ。ときわ平まちの人インタビューvol.5
平野将人さん(地域社会活動家)

記事URL：[ときわ平 やってみたいようプロジェクト | omusubi不動産 | note](#)

2、街中でのヒアリング（イベント内でのヒアリング含む）

ヒアリング内容

場所：駅前、いきいきプラザ、西友前、イベント会場（第一石川ビル）

ヒアリング数：約100名



アンケートまとめ

★変化として期待することは

- ・お店（数が増える、バラエティが増える）
- ・明るく、活気のある街への変化
- ・若者やファミリー層にもっと住んでほしい

※大きな変化ではなく、小さな変化の積み重ねが期待されているように感じた

★これからも常盤平が大切にしていけると良い所

- ・自然（さくら通り、けやき通りなど）
- ・公園/広場
- ・静かさや穏やかさ

★そのために活用できそうなリソース（要素）

- ・団地（住居、共有部）
- ・空家、空き店舗、駅前
- ・公園/広場

③場の活用とコミュニティ形成に寄与するイベント実施

1、ときわ平やってみようマーケットの開催

ヒアリングの中で、エリアにたくさんの習い事やサークル及び小商いの事業者が存在していることがわかったため、老若男女が参加できるマーケットを開催した。住民・出店者ともに街の可能性を感じてもらうことを狙った。



イベント振り返り（数字で振り返る）

▼来場者数 約700名

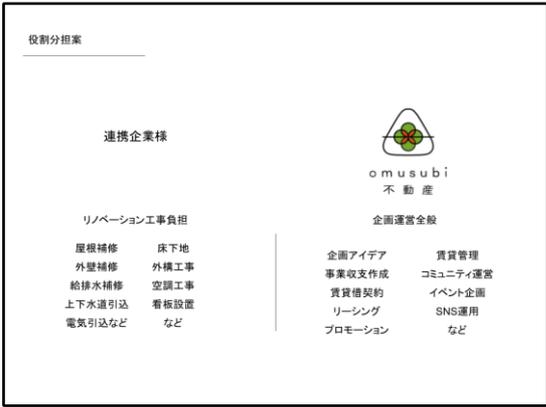
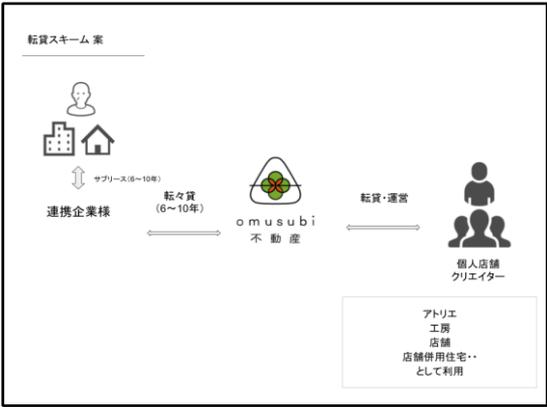
▼出店者数 10店舗

▼スタッフ数 25名

▼アンケート取得数 72名



④遊休不動産の活用事業計画



(企画書一部抜粋)

ときわ平やってみようマーケットの会場となった遊休不動産オーナーに対し、イベントを通じて得られた集客などのポテンシャル、来場者アンケートから見えた地域の要望を叶えられるような企画性のある活用提案を行った。今後、事業化に向けた具体的な協議を行うことが決まった。

⑤全体評価、課題、今後の動き

▷評価と課題

令和5年国交省空き家対策モデル事業を活用したことにより、官民連携の横断的な会議体をつくることができた。会議体を中心としながら、地域プレイヤーの発掘、イベントへの参加を促し、常盤平エリアの新しいポテンシャルを可視化することにつながった。また、街中でのヒアリング等により常盤平エリアに関わる方々が想う街への考えや課題を抽出し、会議体で共有することで、解決策の糸口を得ることができ、具体的な解決策の提案を作成することができた。

しかしながら、エリアリノベーションは行政・企業にとって短期的に利益が出るものではないため、長期的に取り組む必要がある。企業においては、自社の事業開発ではなく、社会実験として実証実験段階でどこから予算を捻出するかが最大の課題になっている。（コーディネートをする企業・人材に対するフィーを含む）

▷今後の展開

- ・大きなビジョンから街に具体的なアクションを起こすのではなく、今回のような実証実験的なパイロット事業から全体の戦略に拡げていきたい。そのためには実証実験を具体的に行う為のパイロット事業を複数年重ねていくための予算化をすることがポイントとなる。
- ・今回の協議会の中で月一のミーティングと事業提案内容についての協議を引き続き行っていくことが決まった。
- ・また継続協議となった遊休不動産活用の事業化が実現すれば、エリアリノベーションの具体的なパイロットプロジェクトに発展する可能性がある。