

Real Estate Circulate and Trend Magazine

不動産流通

第34巻第3号(通巻400号) 平成27年9月5日発行(毎月1回5日発行) ISSN 0286-388X

9

No.400
September
2015



[創刊400号記念 特別企画]

不動産・住宅市場の

これまで、
これから



ココに 注_目!!

vol.74

「PMの視点生かしたまちづくり」

衰退した商店街の建物を取得。
ハード、ソフト両面で再生し
地域ブランド価値向上へ

(株)シー・エフ・ネッツ

三崎港近くの商店街で16件の不動産を保有・運営する(株)シー・エフ・ネッツ。それらの保有物件を通じてまちに新しい価値を生み出し、まちの活性化に寄与している。写真は「澤田宛陶人美術館」(写真一番左)と、リニューアル工事中の「山田屋酒店」(写真右)

少子高齢化や人口減少が進み、地方圏だけにとどまらず主要都市圏の郊外部でも地域活性化が急務となっている中、(株)シー・エフ・ネット(神奈川県鎌倉市、代表取締役・倉橋隆行氏)は、神奈川県三浦市でまちづくり事業を展開している。かつては遠洋漁業の基地として盛り上がった同市は、漁業の衰退と同時にまち全体が衰退。同社は、主業であるフロパティマネジメントの視点で不動産を取得・運用、まちの活性化を図っている。

まち・施設の付加価値アップ。 観光資源を掘り起こし

同社が三浦市の活性化に着手したきっかけは、2007年に同市内の観光スポットである城ヶ島にあるリゾートホテル「城ヶ島遊ヶ崎リゾート」(総室数10室)を買収したことから。

「ホテル業を手掛けるにあたり、地域の観光資源の掘り起こしが重要な課題になりました。三浦はマグロの遠洋漁業が有名なまちですが、現在遠洋漁業は衰退しています。観光客は少なくはないものの、日帰り客が圧倒的に多く、ホテルへの宿泊には直結していませんでした。しかし、マグロに限らず毎日水揚げされる魚はとても美味しい

し、蔵づくりの古い建物も多く、昭和の漁業のまちの風景が残されている。こうしたまちのポテンシャルをなんとか生かしたいと考えました」(倉橋氏)。

そこで同社が手始めに行なったのは、ホテルのグレードを高めることと、地域の観光資源の掘り起こし。リゾートホテルの食事に、地元の新鮮な海産物を使用し、一流の料理人を呼び寄せた。食器も、日本人で初めて大英博物館で個展を開いた伊万里焼の絵付師・澤田 痴陶人の作品を買い付けるなど、とことんこだわってサービスのレベルを高めた。「総室数10室というプチホテルながら、一流の食器で一流の懐石料理を食べられるという『売り』をつくったのです」(同氏)。このほかにも、

都内の若者向け有名店と組んで大規模なバーベキューパーティーを開催するなど、さまざまな手を打って宿泊客を呼び寄せ、予約が難しいほどの人気を集めるようになった。

そして同社では11年、観光地としての三浦の価値を高めるため、同社が取得したビルに澤田 痴陶人の作品を集めた美術館をオープンした。「日本では、絵付師はなかなか名が広まらない傾向があります。しかし、大英博物館で個展が開かれるほどの芸術家ですから、美術館を設けることで、観光客を呼び込める施設になると思いました」(同氏)。

なお、別の所有ビルには、映画やテレビ番組の撮影支援を手掛けるNPO法人みうら映画舎が入居し、同市内で



「考え方は不動産の経営と同じ」と語る(株)シー・エフ・ネット代表取締役・倉橋隆行氏

ロケが行なわれた映画を紹介する資料館・ギャラリーを運営している。同社も同NPOと組んでロケ地の紹介事業も手掛けている。

このほかにも、観光客がレジャーを楽しむためにヨットクラブを立ち上げたり、倉橋氏自身が出演して三浦のレジャー、飲食店などを紹介するテレビ番組を放送するなど、さまざまな側面から市の観光事業を支援している。

「今までなかった価値」を提供。 地域の「ブランド化」を目指す

こうした一連の取り組みは、同市を観光地としてブランド化していくのが狙い。不動産会社の異業種進出にも見えるが、「考え方は不動産の経営と同じ。他にはない付加価値を提供することで、勝負できるようにする。事前のエリアマーケティングについても、地域のニーズに合わせ過ぎようとすると失敗するので、その地域に今までなかったハードと価値を提供する。地域としてのブランド価値が高まっていけば、地域の産物も贈答物などとして人気が高まるでしょう。さらに地域

を訪れる人が増え、地域住民や三浦市全体が潤っていきます」（同氏）。

これまでに同社は三浦市内で約20件の不動産を取得。中でも、同市中心部の商店街では蔵づくりの店舗など16件を保有しており、同市が取得したビルには、同社が直営する店舗、もしくは同社が直接誘致した店舗が入居する。地域に客を呼び込むために必要と判断したテナントは、同社が直に誘致するというのが事業成功の大前提と考えているからだ。

その一例が、「炭火焼蔵」。その名の通り、蔵づくりの建物をリノベーションした飲食店だ。ミシュランガイドにも掲載された店舗で、メインは鶏・豚・牛肉だが、地元で毎日水揚げされる鮮魚の料理が好評だという。前述した痴陶人美術館に隣接する「山田屋酒店」も、同社が資本を投下した店舗の一つ。地域密着型の酒店として営業していた店舗にゲストハウスを設けるため、現在リニューアル工事を進めている。お酒を楽しみながら、宿泊もできる新しい私たちの宿泊施設として、15年8月にオープンする計画だ。



蔵づくりの建物が多く、昭和の漁師町の面影が残る三浦市街

また、観光客の呼び寄せだけでなく地元の需要も掘り起こしている。地域には高齢者が多いため、接骨院と併設してスポーツクラブを設置。接骨院も、倉橋氏の人脈によって信頼できる人材を誘致した。「高齢者が多く来院するようになり、スポーツクラブの会員にもなってくれています」（同氏）。

コンサルティングや管理受託ではなく、保有にこだわるのも同社のポイント。同社は、このまま人口減少が進めば、地域の商業・住宅・仕事（オフィス）がすべて成り立たなくなるという危機感を持っている。そこで管理受託する



同社が取得して再生させた物件。写真①：100人を集めてBBQパーティもできるリゾートホテル「城ヶ島 遊ヶ崎リゾート」、写真②：地元の鮮魚を使った料理などで、高い人気のある「炭火焼 蔵」、写真③：映画撮影などの支援を手掛けている「みうら映画舎」

だけではなく、店舗物件を取得してストックを積み上げ、その運営をコントロールして人を呼び込むことで、安定した収益を得やすくしている。

「まちに何が必要か」 大家の視点で判断

まちを俯瞰してなにが必要なのかを、ハード・ソフト両面から判断する感覚は、同社が不動産管理会社として

培ってきたもの。「賃貸アパートのオーナーがどうやって自分の物件の価値を高め、満室にし、入居者に満足してもらおうか考えることと共通している」(同氏)と言う。

同社はこれまで取得した物件の家賃収入と店舗売り上げを合わせ、年間8000万円程度の収益を得ている。投下した資金に対して利回りは6〜7%といったところだ。

今後は、物件取得だけでなくまち全体を巻き込んだファンドビジネスの展開も視野に入れる。「全国の投資家から資金を集めて物件を取得し、その運用益を還元する。その投資家に対して観光に訪れた時の特典を付与すれば、三浦への観光客の誘致にもつながる」(同氏)。また、13年には東京・六本木に三浦の食材を使った高級和食店をオープンするなど、同市外でも富裕層に向けたプロモーションを仕掛けている。

同社の事業は11年に市の補助金事業として認められたものの、補助金に頼らない地域活性化を目指し、補助金事業の認定を返上している。

「日本全国、さまざまな地域活性化に向けた計画があるが、補助金ありきの事業は成り立たない。自立した事業として経済活動が活発に回っていかねばならない。こうしたビジネスは直接的に儲けようと思ったら難しい。不動産を通じて地域の価値を高めることで、地価の上昇などにつなげていくことが重要だ。当社が三浦で手掛けているようなビジネスモデルが全国に広がってほしい」(同氏)。