

不動産ストックの再生によるまちづくり

ストックビジネスとしての期待高まる不動産業（第4回）

研究理事 井上 雅夫

要 旨

1. 遊休不動産の再生・利活用について検討してきた国交省の会議の成果がまとまった。遊休不動産の再生には①まちづくりの視点、②コンテンツ重視の視点、③多様な民間事業者による収益事業という視点、④全国的な汎用性の視点、⑤地方創生・地域活性化の視点等があり、またその推進に当たっては、①需要の喚起、②人材のネットワーク、③資金調達手法の確立が特にポイントとなると考えられる。
2. その最先端にいる不動産関連事業者の取組み事例として、全国から11例が紹介されている。純粋な不動産事業者のほか、リノベーション事業者等もある。地方都市だけでなく大都市での取組み事例もある。遊休不動産再生によるストックビジネスは、地域に根付いた不動産事業者の得意分野だ。また、中小不動産会社ばかりでなく、主として賃貸住宅管理を行っている事業者や不動産オーナーにとっても、これから重要なマーケットとなっていく可能性がある。
3. 不動産再生は目利き不動産事業者による、良い意味で「とんがった」まちづくりだ。まちなかに必要なコンテン

- ツとその提供者に徹底的にこだわって不動産の再生を積み重ねることによって、地域が再び元気を取り戻すことが期待できる。
4. 今後は不動産再生のコアとなる担い手として、APMについての検討が急がれる。APMは個々の不動産オーナーやAM、PM等と連携しながら、地域の中で不動産再生を連鎖させて地域の価値を高めていく不動産ストックビジネスの要となる存在である。
5. 2020年以降の本格的な人口減少社会を迎えるまでに、今回国交省がまとめたガイドブックも活用して不動産ストックビジネスの認知度を高め、先進事例に続く事業者の参入を後押しする。まちづくり部局との連携についてもモデル事業等で推進してはどうか。
6. 今後は多くの事業者が不動産ストックビジネスに参入することが望まれる。そして究極のストックビジネスとは、不動産業がマーケット・インで都市のダウンサイジングに寄与することだろう。コンパクトで利便性の高いまちなかで、住まい等への出費を抑えながら温かなコミュニティをつくるために、不動産ストックビジネスの発展が期待される。

1. はじめに

筆者はこれまで、日本の不動産業ではストックビジネス（※1）が収益の太宗を占めるようになってきていること、これから暮らし手のまちなか需要が高まる中で、そこにある遊休不動産を活用したストックビジネスが不動産業の柱の一つになっていくであろうといったことを論述してきた。（※2）

国交省では2015年7月から、不動産ストック再生のための会議が始まったが、3回の議論を経てその成果がまとまった。筆者も委員として会議に参加していたことから、国交省取りまとめ（以下、単に「取りまとめ」という。）の概要やそれについての考察、さらに当面の取り組みや方向性等について述べてみたい。なお、本文中の記述は、取りまとめの内容としてご紹介している部分も含めて、全文責は筆者にあることをお断りしておく。

（※1）既存不動産の利活用から収益が生み出されるような業態のこと。典型的なものとしては、賃貸不動産の経営・管理や既存不動産の流通等が挙げられる。

（※2）当機構機関誌RETIOのNo96からNo98を参照いただきたい。

2. 取りまとめの概要

日本各地でまちなか（※3）の空洞化や空き家、空き店舗等が目立ち始めているが、一方で本格的高齢社会を迎えてまちなか志向が高まっている折に、無理なく無駄なく賑わいを取り戻すためには、既存不動産や老朽化した公的不動産等の地域資源を再生・利用していくことが有効である。また、再生に伴って建設業やその関連産業の需要を生むほか、新たな経済活動による新規雇用にもつながるので、地方創生にも直結する。

（※3）ここで言う「まちなか」とは、中心市街地

活性化法の中心市街地のようにその市町村の中心地という限定されたエリアではなく、もっと広く既成市街地（たとえば昭和40年代（1965～74年）頃にはすでにまちなかと言われていたような地域）を指している。

国交省で昨年7月に設立された不動産ストック再生会議（正式名称；不動産ストック再生・利用推進検討会議（座長；川口有一郎早稲田大学大学院教授））では、不動産再生の先進事例を収集してそこから共通項を探り出すとともに、担い手の実像や支援策について議論して不動産再生をバックアップしていくことを目的として、これまでに3回の会議が開かれ、今年3月にその成果が『不動産ストックビジネスの発展と拡大に向けて』として取りまとめられた。地域でこれから拡大する諸々の需要に、不動産ストックの再生・活用によって対応していく民間事業者の新しいビジネスを支援していこうとするものである。

取りまとめは大きく2部構成となっていて、前半では不動産再生に向けた考え方を整理して紹介し、後半では現在行われている取り組みの先進事例が紹介されているので、これから不動産再生に向かおうとする不動産関連事業者にとってのガイドブックとして役立つことも期待される。

筆者は前半の不動産再生に向かう取り組みの基本的考え方は5つの視点と3つのポイントに要約されると思うので、早速その辺りからご紹介することとしたい。

(1) 不動産再生を考える5つの視点

〔まちづくりの視点〕

不動産再生はまちづくりの視点からも考えることが必要だ。不動産再生は個々の不動産ごとには「箱」の再生だが、それによって地域に変化が生じ、さらに再生が連鎖すれば「場」（＝地域）の復活につながるこ

とも期待できるから、それはまちづくりそのものと言ってよい。「箱から場へ」というのは、この会議の委員も務められた東京大学の松村秀一教授が述べられていることだが、そのような意識の転換が必要となっていると言えるだろう。

取りまとめの中では不動産業が「箱の産業」としてのみならず、「場の産業」としてまちづくりとの連携を深めることが必要であるとされるとともに、まちづくりの視点を重視した新たなサービスの提供が期待されるとしている。

〔コンテンツ重視という視点〕

まちづくりであるからには、これからまちなかで必要となるコンテンツとのマッチングがカギとなる。つまり、遊休不動産が埋まりさえすればテナントは何でも構わないということでは、不動産再生は成功しないということだ。取りまとめの中ではコンテンツの例として、高齢者見守りサービス、子育て支援サービス、観光交流の活動拠点や若者のシェアハウス等が挙げられているが、まちなかのニーズはそれぞれの地域で多様で、どこでも通用する一般解は存在しない。だから、まちなかに求められる新しいコンテンツを選び抜く目利きのセンスも大変重要になる。つまりコンテンツ重視とは、目利き不動産業を目指そうというメッセージでもある。

〔多様な民間事業者による収益事業という視点〕

不動産再生で主役となるのは民間事業者なので、当然ながら収益事業として行われる。しかしまだ堅固な収益基盤が出来あがっているとは言い難いので、ファイナンス等の支援措置が重要となる一面もある。

不動産再生は地域に密着した不動産事業者が得意とする分野と言えるが、他にもリノベーション事業者や賃貸住宅管理業を主

としている事業者、あるいは私鉄沿線の地域価値の維持・増進を図る観点から、電鉄系の大手不動産事業者による取組みも見られる。

〔全国どこの都市にも当てはまる汎用性の高い取組みという視点〕

遊休不動産の再生というと、ともすると地方都市のまちなかのシャッター通りがイメージされて、そこ向けの施策と思われがちだが、ターゲットはそこだけではない。取りまとめの中でも全国各地域で空き家や空き店舗等が増加しているが、それを貴重な地域資源と考えるべきだと指摘されているように、まさにこれから本格的な人口減少社会かつ高齢社会を迎えて、大都市の中やそこに連たんする都市の中であっても、空き家等の空き不動産問題は顕在化する。それを放置すれば地域の価値が下がって、さらなる疲弊につながってしまう。そうならないために、不動産再生によるまちづくりは全国のどんな都市であっても適用可能な汎用性の高いものとなる必要がある。

〔地域活性化・地方創生の視点〕

不動産再生は、地域の工務店、設計事務所、住宅関連事業等幅広い業種と連携するのみならず、再生された不動産において経済活動が営まれることによる関連産業への波及効果もある。また、これら一連の過程で地域の雇用増にもつながる。公共事業等に依存しない新しい地域活性化・地方創生が求められている折、不動産再生はその点からも注目に値する。また、雇用増の結果、女性やシニアの活躍の場も増えることが期待される。

(2) 不動産再生を成功させるために特に重要な3つのポイント

〔需要の掘り起こし〕

地域活性化に資する不動産ストックの再生・活用のためには、それぞれの地域固有の特徴に応じた需要を掘り起こし、潜在的な利用者を引きつける利用価値の向上を図ることが重要である。つまり、コンテンツ重視の視点でも述べたとおり、地域の現状やそこにあるニーズを見極めて、的確に需要をキャッチすることが成否を分けるということだ。

先進的な取組み事例においては、不動産ストックをまちの財産としてとらえ、まち全体の再生というストーリーやコンセプトの構築・発信に成功した例や、地域に密着したサービスの提供を通じて、地域の住環境の質の向上に貢献した例が見られる。

〔人材ネットワークの構築〕

不動産再生を成功に導くためには、不動産オーナーと不動産事業者、リノベーション事業者、賃貸住宅管理業者等の不動産ストックビジネスを担う者を中心として、その周囲にマーケティング専門家、不動産を活用して事業を行いたい者、自治体、商工会等幅広い分野の関係者が連携し、物件の発掘から再生、管理・運営までを一連のストーリーとして取り組むことが重要である。その中で特にコアとなる人材はどういったものなのかについて、筆者は国交省の会議の中で事務局から提示のあったAPMに関心を持ったので、後段で少し述べてみたい（3.（2）不動産再生の担い手を参照されたい）。

先進的な取組み事例においては、不動産事業者、地域の工務店、自治体・市民団体、不動産オーナー等、多様なステークホルダーがネットワークを構築して、不動産ストックの再生に成功している例が見られる。

〔資金手当ての工夫〕

空き家等を再生・活用するための資金調

達に当たっては、事業の採算性と社会的意義に着目したファイナンス手法や地域活性化のための志ある投資など、多様な資金調達手法の活用を図ることが重要である。不動産再生は社会的意義はあるものの収益基盤が弱いソーシャルビジネス的な性格があると言える。そのため、公的金融機関の中にも低利融資による支援を講ずる例も出始めており、その活用が望まれる。（※4）

先進的な取組み事例においては、小口投資によって不動産ストックの再生に成功した事例や、これまでローン付けが難しかった不動産ストック再生に、地域金融機関の独自ローンや市民の志ある投資を活用した例が見られる。

（※4）日本政策金融公庫にはソーシャルビジネス支援資金融資制度というものがあり、2014年度からはまちづくり等の社会的課題解決に向かう事業も融資対象に加えられたところである。詳しくは同公庫HP<https://www.jfc.go.jp/n/finance/search/socialbusiness.html>を参照されたい。

（3）先進事例の紹介

続いて後半では取組みの先進事例が紹介されている。その詳細については取りまとめをご覧くださいことにしたいが、全部で11例が紹介されている中には、不動産事業者、不動産オーナー、リノベーション事業者によるものの他、自治体との連携あるいは資金調達において特徴のある事例も挙げられている。また、会議の中では首都圏における電鉄系不動産会社による取組みも紹介されており、大都市／地方都市というエリア、業種、企業規模いずれをとっても多様な事業者が関わり始めていることが分かる。

それらを見ていて気付くことは、不動産再生の先進事例だからといって、難しい証券化スキームやファイナンスについての高度なス

キルを駆使することが不可欠ということでは必ずしもないということだ。不動産事業者(宅建事業者)によるものでは仲介行為だけ、不動産オーナーによるものでは自らの物件を賃貸するだけという事例すらある。むしろ肝心なことは仲介にせよ賃貸にせよ地域の中で求められる新しいニーズを敏感に感じ取って、諸々の課題にチャレンジして乗り越えて行く熱意や意欲ではないかと感じる。スキームやファイナンスはよりベターな結果を生むためのツールではあるが、それらが目的ではない。だから難しいスキームを駆使しないと不動産再生はできないなどと考える必要はない。最も大事なことは不動産を使って何をしたいのか、という大きなビジョンを持って関係者をまとめていくことのようにある。

3. 国交省取りまとめについての考察

以上、極く簡単に取りまとめの内容をご紹介した。国交省が不動産ストックビジネスの支援を明確に打ち出したのは恐らく今回が初めてで、それ自体は画期的なことであるが、まだ視点もポイントも少し慎重な表現となっている感じがある。そこで、筆者の個人的見解ではあるが、いくつかの点を補足的に考察しておくこととする。

(1) 目利き不動産事業者による、良い意味で「とんがった」まちづくり

不動産再生によるまちづくりは、これから新しくまちを造っていくのではなく、ひととおり整備された後の町の活力を維持したり、あるいは衰退してしまったまちなかの活気を取り戻すという観点からのまちづくり(仮に「マネジメント系のまちづくり」という。)である。それは、これから成熟社会を迎える日

本の都市においては、ますます重要度が高まるまちづくりであるといっても差し支えないであろう。

勿論、マネジメント系のまちづくりの先行事例として、まちづくり会社とかエリアマネジメント等(※5)を行うまちづくりNPOの活動も盛んになっている。しかし、全国各地の中心市街地の状況からも読み取れるように、実効を上げるのは容易ではない。たとえばイベント期間中は賑わっても、終了とともに元に戻ってしまう。だからと言って、恒常的にイベントを実施することは財源制約もあって難しいといった具合である。

(※5) エリアマネジメントの活動は多岐にわたるが、総じて言えば公共施設の維持管理やイベント企画等が多い。また、官民の中間的性格の団体が多く、財源的にも自治体からの補助・委託費に負うものが多い傾向にある。

それらの先行的取組みに対して、不動産再生によるまちづくりの最も大きな特徴は、コンテンツの力によって地域に活力を呼び込もうとする点にあると言える。不動産事業者がプロの目で使える不動産とそうでない不動産を見極めて、使える不動産には、その地域にとって最善・最良なコンテンツに徹底的にこだわってマッチングさせていくという良い意味で「とんがった」まちづくりをしようとしていることだ。

少し具体例で説明してみたい。取りまとめでも紹介されている大阪の丸順不動産の場合には、長屋のオーナーを説得して、地域の魅力を高められるようなテナントを呼び込むのだが、例えばそのテナントがカフェだったとしても、カフェなら何でも構わないということでは全くない。むしろどんなカフェで、誰が経営しているのかに徹底的にこだわり抜くと言って良い。そのために、自らの眼で地域に最もふさわしいカフェを大阪中から探し出

図表1 丸順不動産が大阪市阿倍野区昭和町で取り組んでいる主な再生事例



資料：「暮らしや商い、地域の価値向上に不動産を活かす」（丸順不動産代表 小山隆輝）を元に筆者作成

して誘致してくる。こだわりの点は提供される飲食物の味や店内の雰囲気は勿論のこと、さらにテナント自らが外に向けて情報発信している内容等も含めて、とにかく徹底的に目利きして納得したものだけを厳選して連れて来る。そこまで手を尽くしてテナントの誘致に成功すると、もとの常連の顧客までも地域に連れて来ることになり、地域の賑わいに直結する。カフェばかりでは地域の中ですぐに飽和してしまうので、次のコンテンツを決めて、また大阪中から探し出す。その積み重ねによって地域の価値を向上させ、住んでみたいと思う人から選ばれる町になること、ひいては地域が町として存続していくことを願って取り組んでいるのである。

これと同じことがまちづくり会社やエリア

マネジメント法人にできるだろうか。公的性格が強まればテナント選定一つとっても公募方式等手続きも複雑になるだろう。それは公正な手続きではあるが、それとまちの賑わいはイコールではない。だから目利きしてとんがったまちづくりをするのは、民間事業者の真骨頂とも言えるし、これまであまり見られなかった取組みだけに期待が持てる。

(2) 不動産再生の担い手—APMという考え方—

目利き不動産事業者の少しだけ先にAPMという不動産再生の担い手があると筆者は考えている。それは個別の不動産の最有効利用を担うAMやPM（※6）と連携しながら、地域の最適化を目指す不動産ストックビジネス

スの要と言える。これから地場の不動産事業者の中からAPMが育ってくることによって、個別不動産が再生するとともに、地域の価値も向上することができると考える。

(※6) AM(アセット・マネージャー)は、不動産運用の入口(不動産の取得)から出口(不動産の売却)までの全行程を統括する運営主体。PM(プロパティ・マネージャー)は、不動産の日常管理を担当する運営主体であり、AMからの指示を受けて業務にあたる。

〔APM(Area Property Management)とは〕

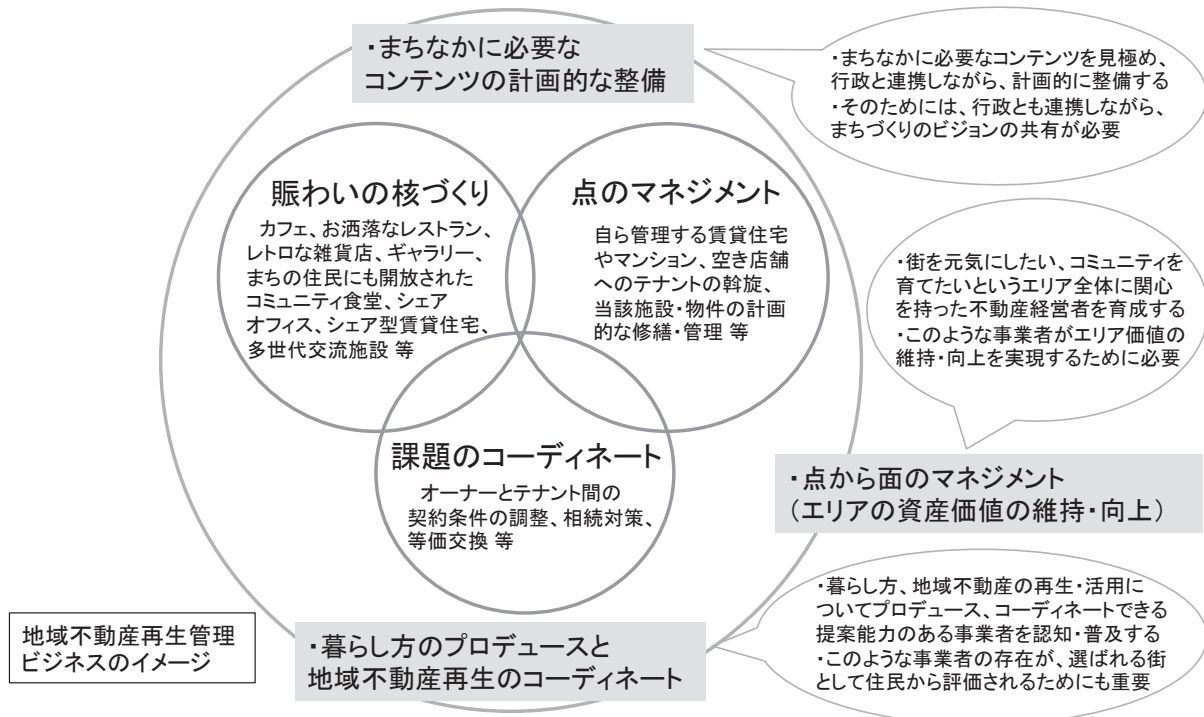
目利き不動産事業者が地域の中で実践していることは、空き室に悩む不動産オーナーから投げかけられた「課題のコーディネート」をすることによって、箱の再生という「点のマネジメント」を行い、それが地域の中で光ることによって「賑わいの核

づくり」となるものである。つまり、この3つは既に達成できている。少しだけ先にAPMがあるという意味は、一歩前進して不動産オーナーからの相談を受ける際に「まちなかに必要なコンテンツの整備」を念頭において遊休不動産の利活用を提案し、箱の再生を連鎖させることによって地域という「面のマネジメント」まで行い、その結果として、地域の生き生きとした暮らしを取り戻す「暮らし方のプロデュース」ができるアレンジャーになるということである。(図表2参照)

何故APMが必要になるのか。不動産の世界では個々の不動産の最有効利用を実現する役割を担う者としてAMやPMが存在する。そしてAMやPMの中には目利き不動産事業者として十分な水準に達している

図表2 地域不動産再生管理・APM(Area Property Management)の視点の必要性

地域の最先端の不動産関連事業者は、「賑わいの核づくり」、「点のマネジメント」等は、既にできている。これに加え、「まちなかに必要なコンテンツ整備」や「面のマネジメント・エリアの資産価値の維持・向上」、「暮らし方のプロデュース」ができる地域不動産再生管理に関するビジネスの推進が必要ではないか。



資料：第2回不動産ストック再生・利用推進検討会議（H27・9）より引用。図表3も同じ。

者もいると思われる。しかし、個々の不動産ごとには最有効利用が達成されていても、それが地域の価値向上とイコールかと言うと、必ずしもそうならないのではない。例えば地域の中である種のコンテンツが過剰になったり、反対にある種のものが凄く少ないままであったりという虞もある。そのときに地域全体を見渡して何がコンテンツとして足りないか、どこにその提供者がいるか、どうしたら地域の中に誘致できるか、どの不動産を容れ物として活用するかなどの課題を的確にアレンジできる人や組織が必要ではないか。APMとはその役割を担うものである。先ほど例に挙げた丸順不動産は目利き不動産事業者であると同時にAPMの役割もこなす一人二役と言えるかも知れないが、実態はそれで問題

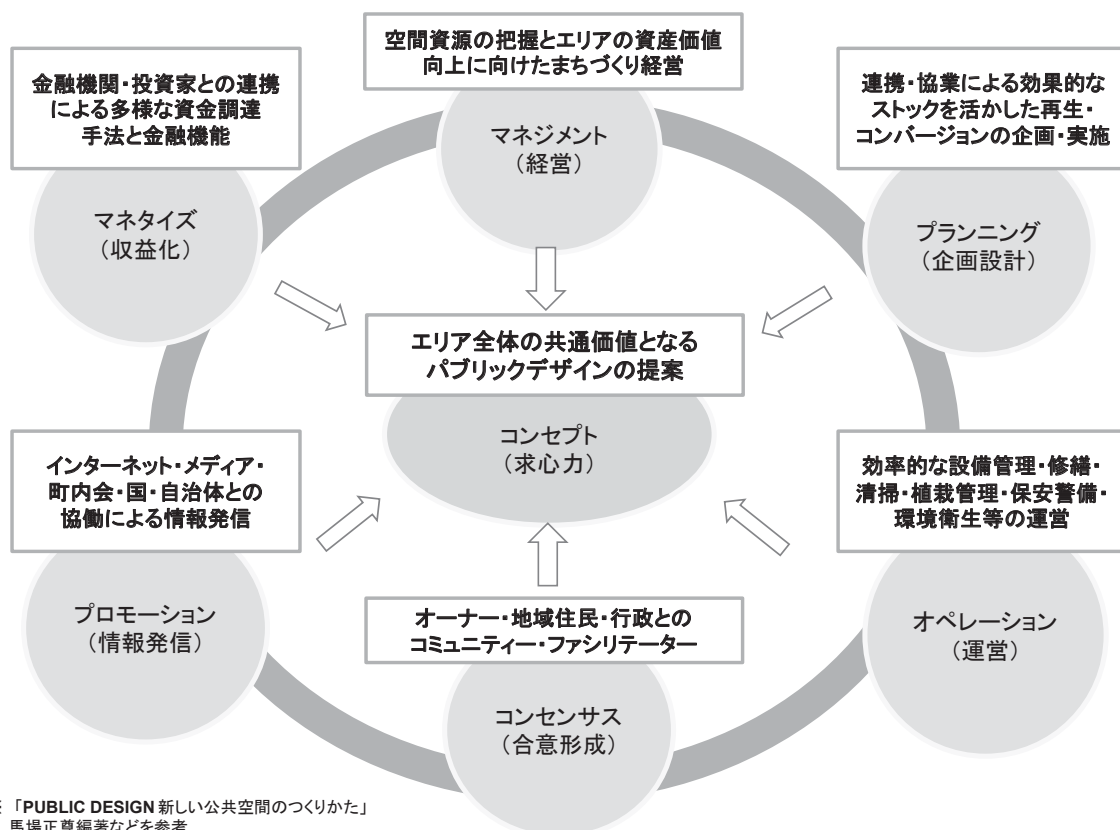
ない。

APMの役割は地域全体に関わることから、行政の仕事ではないかという考えもあるかも知れない。しかし、行政にできることは地域に必要なコンテンツの候補を列挙するくらいではないだろうか。より複雑で専門的知見も必要となる当該コンテンツの実現ということになると、行政では専門的人材面からも実現までの継続性という面からも難しい点が多いのではない。

〔APMの機能〕

APMは地域全体を掌握して、不動産再生を連鎖させながら地域の価値を向上させていくことが役割だ。つまり、地域にある遊休不動産の把握から始まって、再生に向けた企画設計、オーナーや行政とのコンセンサス取付け、収益化のためのファイナ

図表3 地域不動産再生管理・APMに求められる役割・機能



※「PUBLIC DESIGN 新しい公共空間のつくりかた」
馬場正尊編著などを参考

スやスキームの検討、地元への情報発信、地域に順応した運営等多方面にわたって機能できる不動産のプロであり、不動産ストックビジネスの要となる存在である。(図表3参照)。その全てを一人でカバーすることが困難であれば、各々の専門家と太いパイプを作って連携していけばよい。

APMのミッションは「地域のポートフォリオ戦略」を練って実現することだと言っても良い。ポートフォリオとは元々は最適な金融資産の組合わせのことだが、APMの役割になぞらえれば地域に最適なコンテンツとその容れ物となる遊休不動産を組み合わせるとともに、コンテンツをどこから調達するか、資金手当てはどうするか等に関するフィージビリティまで含んだ最適化計画と言える。

ポートフォリオ戦略策定に当たっては、

まちづくりビジョンとの整合を図らなければならない。まちや地域をどのようにしていくかという背骨のようなものであり、自治体が地域の特性に応じてそこに住む住民と一緒に策定しておくことが望ましいが、それが無い場合には、APM自らが地域に根差したビジョンを掲げるという方法もある。実際にも長年に渡って地域を見守ってきた事業者が、独自のビジョンを育んでいる例もある。

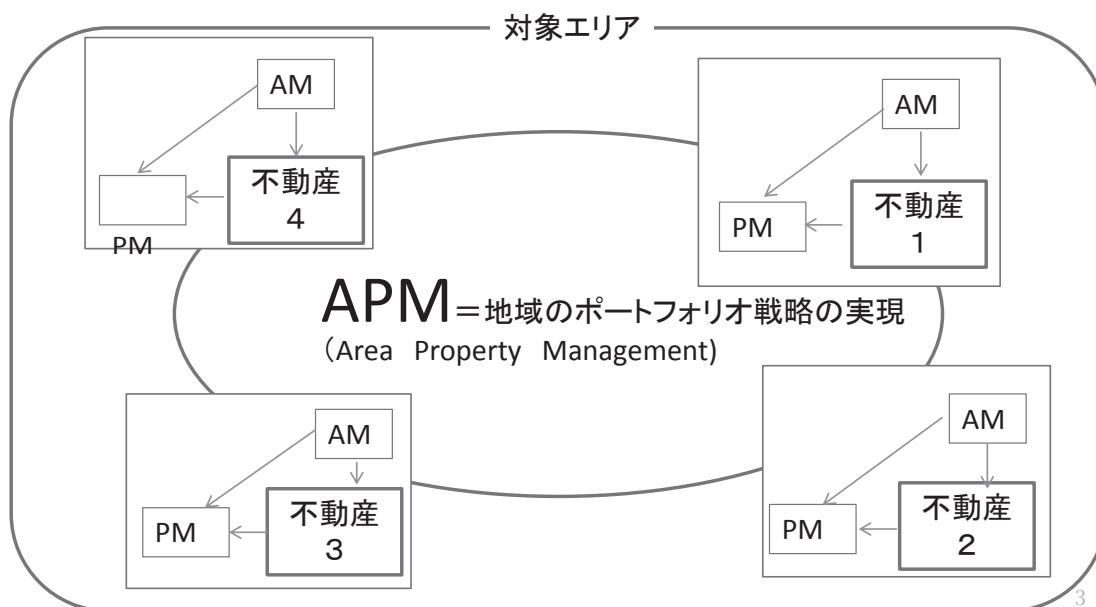
そしてAPMはまちづくりビジョンを尊重しつつ個々の不動産のAMやPMと連携しながら、不動産ストックとコンテンツの間のマッチングを連鎖的に引き起こし、地域の価値を高めるとともに、暮らし方を提案していくプロデューサーの役割を果たす。

〔APMの育成と行政の関わり〕

不動産ストックビジネス全体にも当ては

図表4 地域におけるAPMと個別不動産のAMやPMとの関係

- AMやPMは個別の不動産について、その資産価値の増大を目指す。
- APMは個別不動産のAMやPMと連携しながら、不動産ストックの再生を連鎖させることによって、地域の価値の維持・向上を図ることを目的とする(地域のポートフォリオ戦略の実現)。



まることだが、A P Mの活動は地域に根差した多様な取組みであり、収益事業であることが前提となっている。収益事業だから補助金は不要などとは言わないが、補助金が交付されるための条件が制約となって、結果的に自由な活動が制限され取組みの最もホットな部分に冷水をかけるようなことになってはいけない。認定とか登録についても類似の懸念があり得る。要は多様な取組みだけに一律に扱うことには慎重でなければならない。

一方で、これは民間事業者が行う貴重な社会的活動という側面もある。ソーシャルビジネスの場合には、社会的認知度の低さが当事者の円滑な事業進捗を阻害することもあると言われる。したがって、行政が活動を紹介したり、事業者市民の前でプレゼンテーションする機会を設けたりというような背中を押すようなアクションがあることが望ましい。

つまり、望ましい行政の関わり方は端的に言えば活動支援ということだ。そしてより多くの民間事業者がこの分野に参入できるように、全国の最先端のノウハウを地域の現場へ移入するサポートをすること等に専念することが大事である。

4. 不動産ストックビジネス振興のための今後の取組みの展望

今回の取りまとめも一つの契機となって、これから不動産ストックビジネスの裾野が広がることが期待されるが、これは息の長い取組みであり、しかも本格的な人口減少社会の到来は2020年以降になると見込まれる。(※7)
(※7) 今年2月に発表されたH27国勢調査速報値では昨年10月1日時点の人口は1億2711万人で、前回のH22国勢調査時点の人口1億2806万人か

ら5年間で約95万人減少したが、2020年以降は同じく5年間で300万～500万人の人口減少が予測されている。

その意味では、この数年間は本格的に不動産ストックビジネスが始まるまでの猶予期間と考えることもできるので、2020年までと2020年以降に分けて前半の数年間は諸々の準備運動に充て、それ以降は本格的な取組みを実施することとして考えてみる。

[2020年まで]

当面の間着手すべきことは、①ストックビジネスの認知度を高めること、②先進事例の後に続く事業者を応援すること、③まちづくりとの連携を深めることの3点であろう。

第一は不動産ストックビジネスの認知度を高める必要がある。そのために、ストックビジネス及びそのプロダクトについて広く周知することが必要だ。

一般的にソーシャルビジネスは、全国に支店を増やしていくようなスケールアップではなく、スケールアウト、つまりある地域での取組みを他地域へノウハウ移転することが大切になる。したがって、今回国交省が作成したガイドブックも活用して、業界団体等を通じた周知・普及に努める。そのため、先進的事例、再生スキーム、ファイナンス等をミックスした研修会等が効果があるだろう。

第二は先進事例に続く取組みを後押ししてやることである。そのために一番重要なことは情報共有化だろう。取りまとめの中で先進事例に挙げられている事業者の中にも、初めのうちは同じような取組みをしている事業者がどこにいるかわからず孤独感に悩んだという者もいる。だからトップランナーでなくセカンドランナーの事例集を作ったり、失敗取組み事例集でも構わない。

とにかくその活動を取り上げて、一般に宣伝するだけでも効果があるだろう。

また、各地域ごとに情報交換ができる組織もあると良い。それをゼロから立ち上げるのは容易でないが、タイミング良く国交省が2012年度に立ち上げた事業者間連携協議会がある。(※8) その活用を検討してみるのも良い。

さらに、セカンドランナーはまだ実績が乏しいので金融機関のファイナンス審査も厳しくなる恐れがあることから、何らかのファイナンス支援策を講じられれば、力強い後押し施策となるだろう。

そのようにして目利き不動産事業者によるとんがったまちづくりを増やしていくことが重要だ。その中から不動産再生のコアとなるA P Mを育成していく。当面は全国で100者も出てきたら素晴らしいと筆者は思う。

(※8) 国交省では2012年度から先進的な不動産流通ビジネスモデルの育成・支援と成功事例の普及のために、不動産事業者を中心とする関連事業者の連携組織の普及を推奨している。現在全国に17の地域連携協議会ができています。

第三のまちづくりとの連携に関しては、ここ数年で空き家バンクを通じた自治体と宅建協会の間の連携が増えてきている(※9) ので、そこを足掛かりにして、より広範な連携体制を構築できるのではないかと。自治体のまちづくり部局サイドもまちなかのまちづくりに関しては、不動産のプロたる不動産事業者への期待が大きいこともアンケート等で把握されている。(※10)

ともかくあらゆる機会を動員して、自治体まちづくり部局と不動産業界の連携を拡大していくことが大事である。また、次の段階として、空き家・空き店舗対策とまちづくりの相乗効果を狙ったモデルプロジェ

クトを実施することも良いだろう。その結果を全国に発信すれば連携の仕方が具体的にイメージできる。ただしまた金太郎飴にならないように、参考にする部分と独自性を生かす部分をしっかり切り分ける目を失わないことが肝心だ。

(※9) 全宅連の調査によれば、2014年時点で全国の31の都道府県宅建協会が県内の約140の自治体と連携している実績がある。詳しくは当機構機関紙RETIOのNo98「自治体との連携・協働により『まちなか再生』へ」を参照いただきたい。

(※10) 北九州市のリノベーションスクールに自治体職員が派遣された自治体に対してアンケート調査をしたところ、ほとんどの自治体で不動産業界との連携が必要という回答が得られている。こちらも詳しくは当機構機関紙RETIOのNo98「自治体との連携・協働により『まちなか再生』へ」を参照いただきたい。

[2020年以降]

まちづくりのフレームとなる都市計画の世界では、これまでどちらかと言えば外側にばかり関心が向いていたが、もっと内側に目を向けて成熟国家にふさわしい都市のあり方を考えなければならぬという意見が多くなってきている。コンパクトシティの実現に向けて、2014年には都市再生法等を改正して立地適正化計画の策定が始まっている。また、まちづくりの担い手に関しても多様な議論がある。

そうしたフレームワーク、言うなればまちづくりビジョンと整合を図りながら、まちなかの不動産再生を本格化させる時期に差し掛かってくるが、それとともに規制緩和や税制優遇等が必要になり、立法措置が検討されるかも知れない。その際にはくれぐれも民間による不動産再生の活動を阻害しないような立法措置が検討されるべきである。また、1000とか2000というオーダーでA P Mが活躍する社会となることを期待したい。

5. まとめ

これまでの中堅・中小不動産業のミッションは、安全・確実な不動産の流通が第一義であり、どんな暮らしが営まれるのか、まち（地域）がどうなっていくのかは必ずしも多くの不動産事業者の関心事とは考えられてこなかった。

そのミッションは些かも変わることはないが、これからの時代には「箱から場へ」という意識転換と併せ、不動産再生がメインテーマとなってくるであろう。リノベーションはもはや一部の先覚者だけのムーブメントではなく、若年世代を中心にしっかり支持を得始めている。そんな折、国交省が不動産ストックビジネスの取組みに一步を踏み出した。

不動産再生は息の長い取組みであり、究極のストックビジネスとは、プロの目で使える不動産とそうでない不動産を見極め、国民のまちなか志向に応じて不動産業がマーケット・インで都市のダイナミクスに寄与することだ。そのためにまちなかにある使える遊休不動産を使い倒す。それが不動産再生の究極のゴールであろう。

行政の側にも不動産業への期待は高まっている。だから、行政とも連携しながら、不動産を介して地域と暮らしを支えていく。コンパクトで利便性の高いまちなかで、そこに暮らす人々の住まいや店舗等への出費を抑えながら、温かいコミュニティをつくるために、いよいよ本当の不動産業の実力が問われる時代の到来と言える。不動産ストックビジネスの発展が期待されるが、それは新しい不動産業時代の幕開けでもある。

- けて ―今後の方向性と先進的な取組事例について―」（2016年3月国土交通省）
- 2. 「建築―新しい仕事のかたち―箱の産業から場の産業へ」（東京大学教授 松村秀一）
- 3. 「ソーシャルビジネス推進研究会報告書」（2011年3月経済産業省）
- 4. 「わが国ソーシャルビジネスの『社会性』と『事業性』」（日本政策金融公庫総合研究所主席研究員 竹内英二）
- 5. 「土地利用規制法制における地域レベルの公共性の位置づけについての考察」（東北大学教授 生田長人）
- 6. 平成27年国勢調査「人口速報集計結果」（2016年2月総務省）
<http://www.stat.go.jp/data/kokusei/2015/kekka.htm>
- 7. 災害時等における地域貢献活動や地域社会の活性化に係る取組等に関する調査研究報告書（2015年3月公益社団法人全国宅地建物取引業協会連合会、公益社団法人全国宅地建物取引業保証協会）
https://www.zentaku.or.jp/public/researchreport/pdf/h26_saigai-houkoku.pdf
- 8. 「空き地・空き店舗の利活用促進に関する研究会報告書」（2015年12月日本商工会議所）
- 9. 「東大がつくった高齢社会の教科書」（東京大学高齢社会総合研究機構）
- 10. 「コンパクトシティ実現のための都市計画制度」（2014年11月都市計画法制研究会）
- 11. 「官民連携まちづくり研究会報告書」（2015年7月京都大学経営管理大学院）

参考文献

1. 「不動産ストックビジネスの発展と拡大に向