

普通のまちの、普通の物件を 地域の資源に

テナントの商売が長く続くために入居後も支え続ける

株式会社西村興産

観光資源がないまち、普通の長屋 でも地域の活性化はできる

——藤井寺という郊外都市で空き家の活用に取り組んでおられます。

藤井寺は大阪府下では面積は一番小さく、東西南北のどこへも自転車なら15分で端まで行ってしまうくらいの広さです。人口は約6万人で、藤井寺駅の乗降客数は約3万人くらいと、近鉄南大阪線のなかでは最多ですが、市には特に大きな産業があるわけではなく、大阪のベッドタウンとして住んでいる人を対象にした普通の小さな店がぽつぽつと商いをしているまちです。

会社は創業40年をむかえ、私は2代目です。父の代から仲介業とミニデベロッパーの仕事をやっていて、今の業態に切り替えたのはリーマンショックの後です。ミニ開発の建売分譲の仕事は楽に商売できますが、金融機関から多く資金を借りられるわけでもなく、徐々に儲けも少なくなり、

地方都市でこの先続けていてもあまり未来がないと感じました。そこで町を走り回っていたら、入居者募集の古い長屋の空き家が結構あることに気づきました。これを対象にすれば同じ不動産業でも新しい動きができると思い、5年くらい前から長屋の改修と活用の事業を始めました。

ただ、このあたりは、古民家のように建物自体に風情や趣があり維持するだけで価値が生まれるような建物はあまりなく、あるのはいわゆる昔からの連棟式長屋です。多くはオーナーが代替わりの際に売却して建売分譲になったり、ハウスメーカーのアパートになっていきます。メーカーなどに仲介すれば手数料はもらえますが、1回だけの仕事で終わってしまいます。そこで、長屋を自分のステージにできたら継続的に関わっていくことができるだろうし、自分らしい仕事になるだろうと思いました。要は生き残るためのコンテンツを探していたときに、手つかずに残っていたのが長屋市場だったということです。これからは長屋でオンリーワンのものをつくるといった提案型の不動産活用をやっていこうと思い、新たなチャレンジを始めました。



西村剛 氏

1962年8月生まれ。立命館大学産業社会学部卒業後大手ハウスメーカーにて4年間店舗開発の営業に従事。バブル絶頂期に退職後家業に入る。不動産売買・仲介業に従事。法人になり、代表取締役就任を経てリーマンショック前後に業態変更。以降、リノベーション手法を取り入れた提案型不動産活性事業を主業務とする。最近では、エリア活性も視野にまちづくりにも取り組む。

——具体的な事業内容について教えてください。

名刺には“不動産活性事業”と入れています。遊休不動産があれば使わせてもらうことを基本に、長屋を店舗にしたり、平屋をオフィスにしたり、エレベーターもない鉄骨の古い賃貸マンションの空き室をリノベーションして入居者をつけたりしています。

普通の不動産会社は空室の募集看板を上げるだけで何の提案もせず、看板を見てきた人が気に入ったら貸すだけ。改装も昔から出入りのある大工さんに「いつも通りにきれいにしておいて」ですませています。そこで、「先に住みたい人を見つけ、私のほうでお客さんと打ち合わせしながら内装を決めるのでそれまで触らないでほしい」という営業を飛び込みでオーナーにかけました。しかし、当時は借主が自分で好きなように内装を変えて住めるということはあまり知られておらず、借主を見つけることができず、結果的にそのやり方はうまくいきませんでした。

● 事例1：『里庭の箱』

土師ノ里駅徒歩1分のところに長屋が3棟あり、入居しているのは4室だけで他は放置されていた状態でしたので、私から営業をかけてオーナーを口説きました。そのオーナーに、居住用として再生しようとする水回り等の改修工事費が相当かかる、駅に近いのだから居住用から店舗に変更し

てはどうかと提案をし、1年くらい通いつめてやっと了解をいただき、2011年に最初のリノベーションを手がけることができました。

まず着手したのが平屋棟のアトリエです。その頃、地元で「手づくり市」というクラフトワークのイベントがあり、その主催者とつながることができたので、作家のアトリエとして紹介したら気に入ってくれて、ほぼセルフDIYに近い形で入居してもらいました。賃料は住居として貸していたままにしました。改修については、アトリエのため風呂は使わないのでさわらず、キッチンも最低限のものにし、トイレを綺麗にただけ。内装も畳をフローリングに変え、壁を塗り直したただけです。

オーナーからはコストをあまりかけずに客付けできたことで信頼を得て、次のリノベーションにつながりました。ここは床をめくり土間にし、天井を抜いて吹き抜けにするなどコストがかかったので家賃は居住用の約1.5倍になりました。それ以降順次空いている所から改装し、丸4年できれ



看板



『里庭の箱』外観

いな街並みになり、現在は9件のテナントが入り満室です。

この物件はワンオーナーの袋地で、道路付けの問題で建て替えができない事情がありました。基本的には1棟ごとに直していくか、全て空くのを待って全体を建替えるかの二者選択になりますが、後者にすると空くのを待つ間の収益が見込めない事と、将来ニーズの見込みや節税効果等についてオーナーに説明し、空いているところからリノベーションすることになりました。最終的には共用部分の通路の舗装、入口の看板費用等、少なくとも額を投資して頂きました。

ここの特長は坪いくらという家賃設定をしていないことです。もとの居住用の家賃をベースに、オーナーの投資額に対して5年で償却する家賃設定という考え方です。内装は、内部造作の解体、構造補強、設備の一次側をオーナーの負担で行ない、それ以外はテナント負担の工事です。テナント側の工事はテナントが決まってから実施しますがセルフDIYではありません。当社がオーナーとの交渉、賃貸借契約、内装の設計デザイン、施工、物件管理まで全て行います。また、当初手元に現金があまりないというテナントには、工事費用分を家賃に上乗せし3年くらいで回収する設定をしています。テナントのニーズに合わせて家賃設定を変えながらオーナーの了解のもとに工事を進めています。テナントはホームページ、SNS等で募集しますが、テナントが新たなテナントを紹

介してくれます。なお、この物件のテナントは全てがファーストチャレンジというのが特徴です。

● 事例2：東高野街道の平屋

2012年に道明寺で築60年くらいの平屋の5棟の長屋を手がけました。この物件はオーナーが代々受け継いできた平屋の借家で、入居者も高齢化していて、再募集の場合は相当手を入れなくてはならないという状態でした。オーナーは知り合いの工務店の経営者で、売却したいと相談がありました。その際、提出した選択肢は①古家付き土地として業者に売却する。早く売れるが値段がたたかれる。②古家付き土地として消費者に売却する。時間がかかるが値段は強気でいける。③古家付き土地としてリフォーム条件付きで消費者に売却する。消費者が対象なので時間がかかるが、土地を相場で売ったとしてもリフォームで儲けが見込める。オーナーは、物件の売却と工務店の仕事の両方が得られる③を選択しました。ただ、その段階で、こんな古い物件をはたして使う人がいるのかという疑問と、古い建物をリフォームすると後でクレームが入るので工務店としては手離れが悪いし、地元なので困るという懸念があったのも事実です。それに対して私が取引のマネジメントに入るといことでオーナーに納得してもらい、土地とリフォーム条件付き建物の仲介を受けました。売却の条件は、建物を壊すことも2階建にすることも不可で、平屋のままで使うということ。



『東高野街道の平屋』の店舗



パン屋さん

購入者は、当社とリフォーム内容の相談をし、売主である工務店が工事をする。土地代金とリフォーム代金を合わせた売買契約で、現状ではなくリフォーム完成後渡しにしました。

一方、このあたりは、道明寺と道明寺天満宮という歴史資源があり、この物件はそれらに挟まれた東高野街道という旧道に面した土地でしたので、平屋のままりノバージョンすれば街並みにも合うしこのエリアの人を呼び込む場所になるという期待がありました。

前年に里庭をやっていて平屋のニーズを感じていたのでいけるという感覚と、お店をやりたいという顧客のストックもありました。その後、3年の間に賃借人が退去したタイミングで順次販売。5件のうち、1件が貸店舗で食堂、2件の住居兼店舗がパン屋さんとプライベートジム、2件を住宅として売却しました。当社の商売としては仲介手数料と建築のマネジメント料をいただきましたが、古い街並みが残せたことでこのような物件がほしいという新たな顧客リストができたことと、コーディネーターとして当社のPRができたという波及効果がありました。現在入居後4年になりますが、心配していたクレームも全くありません。

入居したテナントのビジネスを支える

——普通は簡単に早く手数料を稼ぐことを考えますが、“てまひま”がかかっています。

当社は他の物件でも売却依頼があった場合は単純な売買は行わず、何かセットすることで付加価値をつけ、オーナーに多くのお金が残るような工夫をしています。そうしないと他社には勝てません。賃貸の場合もオーナーに対して、投資は目安として5年以内に資金回収できるプランにすべきだ、新築物件のように20年、30年後を想定して計画するのは、先が見えにくい時代にはリスクが大きいと伝えています。しかしそうすると、大手

ハウスメーカーとバッティングします。彼らは全て壊してマンションやアパートを建てるという提案ですが、こちらはそのまま残そうという提案です。銀行やハウスメーカー、税理士にとっては私は疎ましい存在だと思います。当社には何のバックボ

ーン也没有ませんが、その不動産を活用するには何がベストなのかという本質のところで、企画力と構成力だけで勝負しています。

——行政からも取り組みが注目されています。

ちょうど里庭の箱を手がけたころからです。これからは、まちの活性化に取り組まないと中小零細企業や商店は生き残っていけないと思い、地元でこだわって取り組んでいることを同年代の人や同級生に話をしています。行政からも商工振興や観光の視点からこのような動きに興味をもってくれて、積極的に広報をしてくれるようになりました。私はお店と行政のパイプ役をしています。里庭の箱や東高野街道のお店は、放置されたただの古い建物から人の集まる個性的なお店にかわった



協議会のイベントの様子



地元情報誌に掲載された

ことで、まちにとっても大切な資源になっています。行政にとっても、まちをPRする対象として、積極的に紹介してくれています。行政以外にも南大阪の情報誌に掲載されるなど、お店は広報費や宣伝費を使わずにPRする結果につながっています。

——テナントのビジネスが継続するよう、お店の集客のお手伝いをされているんですね。

なんとか残した建物がまちの資源として残るかどうかは、結局、そこを使っている人がどれだけ頑張れるかにかかっています。そのためにはどれだけ彼らをサポートできるかが大切です。不動産は使う人がいなければ、立派でおしゃれな建物でもそのまま廃れていきます。そのためにテナントの後方支援が必要になってきますが、今はSNSなどがあるのでそのコストがかからなくなってきました。確かに基本的には個々のお店がそれぞれ頑張るのが原則ですが、スモールビジネスで地域に入ってくる人は、全くつながりを持っていない場所でビジネスを始めるので不安でもあります。そういうお店を地域の人に紹介したり、「いい店があるよ」と積極的につないであげる。そうすれば彼らは安心して一步を踏み出してくれるようになります。そのようなところをバックアップしています。

また、藤井寺市の場合は新規出店に対して補助金制度もありますので、紹介して出店のハードルを下げるようにしています。残念ながら、個人店主は体調を崩すなどでお店を辞めてしまうこともあります。お店が繁盛して成り立っていた場所には次のテナントを探しやすいものです。そういう環境をつくることも不動産業者の役目です。

自ら協議会を立ち上げる

今後は、まちの魅力向上が必要だと考え、協議

会を立ち上げました。藤井寺ではまちづくり系の協議会が3つありますが、そのうちの『まなリンク協議会』の代表をしています。活動内容は、藤井寺市の公式キャラクター“まなりくん”をシンボルにして、お店や神社仏閣という地域資源やまちで頑張っている人達をリンクして新しい価値や楽しみ方を創造していこうというものです。

藤井寺市はまちの規模も小さいし、観光資源も少ないので外から人を呼ぶのではなく、「まちの人が楽しめるまち」をつくることを目的にしています。

協議会は行政のお墨付きがつきますし、運営費が補助金で回ります。長屋などを改装してお店をしたいという人たちはかなりの確率でまちを元気にしたいと思っています。お店は自分の技術の蓄積の発表の場であり、利益優先ではなく、自分らしい仕事を通じて、自分の感性に合う人が来て喜んでもらい、同じ感性を持つ人たちがつながって生活が充実できたらいいという考えの人も多い。そういう人たちが藤井寺市以外にも増えてきましたので、彼らを応援するために、まちづくりの集まりを他の市で立ち上げるお手伝いもしています。お金になりませんが仕事がコンサル化してきます（笑）。

——他にはどのような取り組みをなさっていますか？

空き家活用手段として民泊もやっています。エレベーターのない4階建ての鉄骨の賃貸アパートの1室がどうしても埋まらなかったのを、大阪府が民泊の特区になったのを機に、オーナーに少し投資をしてもらい民泊にしました。

また、駅近の物件でガレージがなく単体の居住用物件としては貸しにくい物件を、学生やシングルを対象にしたシェアハウスにしてはどうかと提案しています。

遊休不動産をどう使うかということについて、選択肢をどれだけ自分の武器として持てるかが、

オーナーに選んでもらえる業者になれるかどうかのポイントだと思います。その意味で不動産の活用法として使える手法は一通り実践しようとしています。

——名刺には「あなたのデザインをストーリーに」という言葉が入っています。

“あなたのデザイン”というのは、長屋をお店にするなど自分の好きな世界のこと、でもそれは作ったら終わりではなくそのあとのストーリーが大事で、ストーリーにするためのお手伝いを当社がしますということです。つまり、リノベーションしてお店を開くことで夢が完結するのではなく、お店が継続するためにそこにストーリーを加味してあなたの世界を広げていきましょう、ということです。結局テナントが継続する努力をしてくれないとまちにとってもプラスになっていきませんから。

事業概要

1975年4月に西村文雄氏が創業。藤井寺市を中心に、売買仲介、ミニ開発による新築建売住宅の分譲事業を手掛ける。平成17年に西村剛氏が社長就任。リーマンショックを機に事業内容を大幅に転換。オーナーに遊休不動産の活用の提案をし、リノベーションの企画、設計デザイン、建築工事、リーシング、賃貸管理までを総合的に行う。既に、“里庭の箱”、“東高野街道の平屋”、“伴林神社の傍”などのリノベーションプロジェクトを

立ち上げ、多くのスモールビジネスを呼び込んでいる。また、手掛けた物件がまちの資産として残るためにはテナントのビジネスが続かないといけない、との考えから行政とも協力し、テナントのPR支援を行っている。さらに、地域の魅力向上を目的に、「まなリンク協議会」も立ち上げた。提案のバリエーションを増やすため、大阪市の3番目の公認となる民泊Misasagiやシェアハウスの提案も行っている。



民泊Misasagi



連棟平屋のリノベーション



株式会社西村興産

代表者：代表取締役 西村 剛

所在地：大阪府藤井寺市北條町1-8

電話番号：072-938-2277

H P：<https://www.esnishimura.net/>

事業内容：●不動産活性事業：企画・デザイン・建築・仲介・管理
●まちづくり ●飲食事業