

第1回まちづくりアワード(実績部門) 特別賞 大阪市高速電気軌道(株) <大阪府大阪市>

■Osaka Metroエリアリノベーションプロジェクト

エリアの活性化戦略



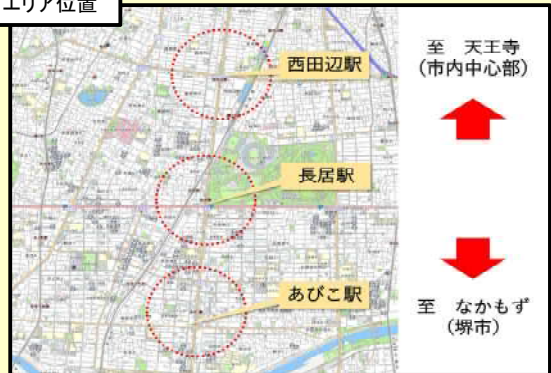
遊休不動産リノベーションモデル



各エリアの魅力



エリア位置



(活動概要)

活動場所: 御堂筋線『西田辺駅』・『長居駅』・『あびこ駅』を中心としたエリア(2022年3月時点)

活動内容: エリアの活性化戦略に基づいた、情報発信媒体(冊子、SNS)の運営、遊休不動産リノベーション事業の推進

(0) エリアの活性化戦略の策定

当社では、各エリアごとに沿線活性化戦略を策定しています。当社の沿線活性化戦略では、まず「エリアの特徴(=魅力・価値)」を抽出、整理し、「エリアのファン(=未来のお客さん)」を設定する方法を採用しました。エリアの特徴の抽出にあたっては、地元のキーパーソンの方々の協力のもと地元の魅力をも500個以上出してもらい、エリアを特徴づけるキーワードを導き出しています。そのキーワードから、エリアのファン(=未来のお客さん)を仮説的に設定し、そのファンに向かって様々な事業を展開しております。事業の展開においては、マーケティングの思考で優先順位を決めており、エリアに割くべきリソースを効果的に見極めながら進めています。

(1) ローカルメディアによるまちの魅力情報発信プロジェクト

2020年6月～、計4回、地元生活者に向けて地域の魅力情報を発信する冊子を発行しました。冊子はそれぞれの駅ならびに冊子に掲載された店舗でのみ配布し、毎号4,000部以上配布しております。また、冊子発行と併せて、Instagramによる配信もしており、冊子では伝えきれない情報や即時性のある地域に根差した情報などをリアルタイムで発信しています。なお、Instagramの運営(企画、取材、撮影、記事作成など)にあたっては、当社から独立した地元キーパーソン中心のチームで進めており、今後のプロジェクト展開においても彼らが中心となって進めることを期待し、継続活動ができる体制構築を目指しています。

(2) 遊休不動産リノベーションプロジェクト

『遊休不動産リノベーションモデル』に示す通り、エリア内の遊休不動産を当社が借り受けし、リノベーションした後、転賃するスキームで進めています。リノベーションにかかる費用は当社が負担し、10年程度の期間で回収する事業モデルです。空室・空き家物件は、大阪宅建協会と連携し、情報収集を行っています。

当社が進める遊休不動産リノベーションでは、かっこよくリノベーションされた空間やきれいに改装された物件を供給するものではなく、エリアの魅力・価値を高める物件を企画していくことを目標としています。なお、西田辺エリアには2件当社で手掛けた物件があり、いずれも近畿大学建築学部と連携し、学生暮らし方・使われ方の提案を受けて企画化しました。当社では、当社が持つ広報メディアや新聞などで、入居者へ直接インタビューを行い、エリアの生活者として生の声を発信してもらっています。物件を引き渡し後も、入居者とのコミュニケーションを丁寧に行い、当社が思い描く沿線活性のビジョンに協力いただいております。

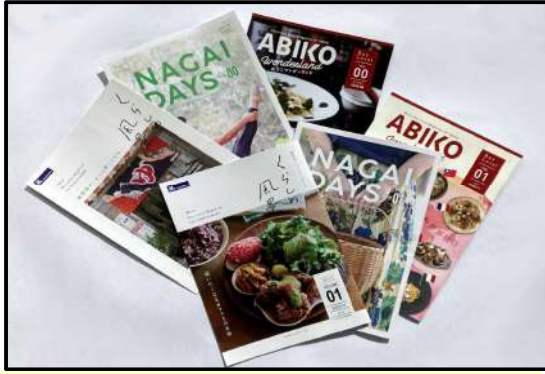
(3) 取り組みを通じた効果

ローカルメディアの運営については、まずは沿線地域の住民、生活者の方々にまちの魅力を知ってもらい、日常的に利用しやすい状況をつくることを目標としており、1エリアあたり累計10,000部以上を手にとってもらっていることから、沿線住民へのまちの魅力発信は一定の成果を得たと考えております。また、冊子の発行によって、個人経営の事業者を中心に店舗同士のつながりが形成されたり、店舗経営においてエリア全体で商売する意識への変化など、事業者側の変化が顕著に見られました。合わせて、Instagramの運営については、エリア内外を問わず新たに運営に加わりたい方が殺到するなど、予想外の反響もありました。

遊休不動産リノベーションプロジェクトは、オーナーへプロジェクトの趣旨を発信することによって手間取ってしまいましたが、事例を示しながら地道に企画を進めています。実際に、当社がエリアリノベーションをやっている情報を見つけて、店舗を構えたい、エリアに移住したいといった問い合わせも少しずつ増えています。

今後は、Instagram運営チームを中心に事業展開しながら、セカンドステップとして、流入人口や来街者の増加を図りたいと考えています。また、当社以外にも遊休不動産を活用した地域活性化に共感する担い手を育てていきたいと考えています。

活動や内容に関する写真及び地図



↑ 当社発行の『Metro Buy Local Magazine』
手にもってまちを巡りやすいよう、A5サイズの冊子とし、
エリア毎に紙質にまでこだわっている



↑ キーパーソンチームによる取材風景
ほかにはない丁寧な取材スタイルが特徴。Instagramでは取材
の様子も発信するなど多様な情報を取り扱っている



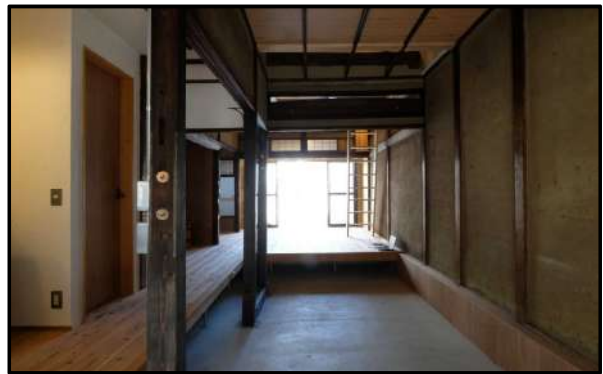
↑ 協会会員向けエリアリノベーションスクールの様子
大阪宅建協会との包括連携協定により実現、まち歩きや
ワークショップなど、実践的な学びの場を提供した



↑ 学生による空き家活用提案の発表会の様子
本プロジェクトでは、近畿大学建築学部と連携し、多様な価値観を
受け入れている



↑ プロの設計士と入居者との打ち合わせ風景
遊休不動産リノベーションでは、先付け募集方式を採用
し、入居者の志向を反映した生活空間が実現できる



↑ リノベーションされた住宅の内観
学生提案を取り入れた空間。土間を大きく設けることで、まちに開
かれた使い方となることを期待している



↑ 長屋入居者が土間を使って友人とパーティーを開催
新型コロナウイルスがある程度収束すれば、地域に開かれ
たイベントの開催も目論んでいる



↑ 別の物件の入居者へインタビューをした時の様子
物件引渡し後もできる限り密なコミュニケーションを取り、地域との
タッチポイントを増やしている