

東北における歴史的資源の活用にあわせて



東北観光金融ネットワーク

Financial Network of TOHOKU Tourism

DBJ 日本政策投資銀行

東邦銀行

山形銀行

77 七十七銀行

岩手銀行

秋田銀行

青森銀行

1. はじめに

- ◇ 「東北観光金融ネットワーク」は、株式会社青森銀行、株式会社秋田銀行、株式会社岩手銀行、株式会社七十七銀行、株式会社山形銀行、株式会社東邦銀行および株式会社日本政策投資銀行が 2017 年 3 月に締結した「観光振興事業への支援に関する業務協力協定」に基づく協力体制の名称である。「東北観光金融ネットワーク」では、各行のノウハウとネットワークを融合させ、東北の観光振興に向けた「地域づくり」に関する幅広い分野で連携を強化し、各行が協調した投融資のみならず、観光関連事業者や地方公共団体が取り組む観光振興事業に対して金融ネットワーク等を活用した各種支援を行ってきており、本調査はその活動の一環として、共同調査を行ったものである。
- ◇ 昨今、人口減少問題への対策や観光による交流人口の拡大が求められるなか、観光まちづくりのコンテンツの一つとして、「歴史的資源」の利活用が盛んになっている。政府においても、2016 年 9 月に「歴史的資源を活用した観光まちづくりタスクフォース」が立ち上がり、その後 2020 年までに全国 200 地域での取り組みを目指し、相談及び支援を含めたアドバイザー体制を整備している。日本各地で、「古民家」や「町家」などが改修・活用されることで、観光コンテンツの一つとして地域の再生・活性化の一躍を担っている。
- ◇ 本調査は、「(建築基準法が施行された) 昭和 25 年 (1950 年) 以前に建てられた建造物を「歴史的資源」と定義とし、東北における歴史的資源の活用の可能性をテーマとし、全国および東北における先行事例を調査し、それらから見える東北の課題を整理した上で、参考となる点やポイントについて整理したものである。

<目次>

1. はじめに	i
2. 「歴史的資源」利活用による観光まちづくり	1
(1) 「歴史的資源」とは	1
(2) 人口減少と空き家対策	2
(3) 歴史的資源利活用により期待される観光まちづくりの効果	3
3. 我が国の観光の現状	4
(1) 国内旅行者数	4
(2) 日本国内における観光消費額とインバウンド観光の可能性	5
4. 東北の観光の現状と「歴史的資源」活用への期待	6
(1) 東北 6 県の延宿泊者数	6
(2) 全国における東北（6 県）の外国人延宿泊者数のシェア	6
(3) 日本人観光客が期待する旅行のタイプ	7
(4) 外国人が期待する旅行のタイプ	8
(5) 東北における観光コンテンツの分類例	9
5. 先進事例の研究	11
(1) 本調査において研究した先進事例	11
事例 1 – 篠山城下町ホテル NIPPONIA	12
事例 2 – 簗庵および桃源郷祖谷の山里	16
事例 3 – Setouchi Cominca Stays	19
事例 4 – MACHIYA-INN	23
事例 5 – ゲストハウス蔵	27
事例 6 – 農家民宿 具座	30
事例 7 – ONOMICHI U2	33
事例 8 – オーベルジュ豊岡 1 9 2 5	36
(2) 事例の整理	39
(3) 歴史的資源利活用のビジネスモデル	43
(4) 先進事例から東北に学ぶこと（まとめ）	44

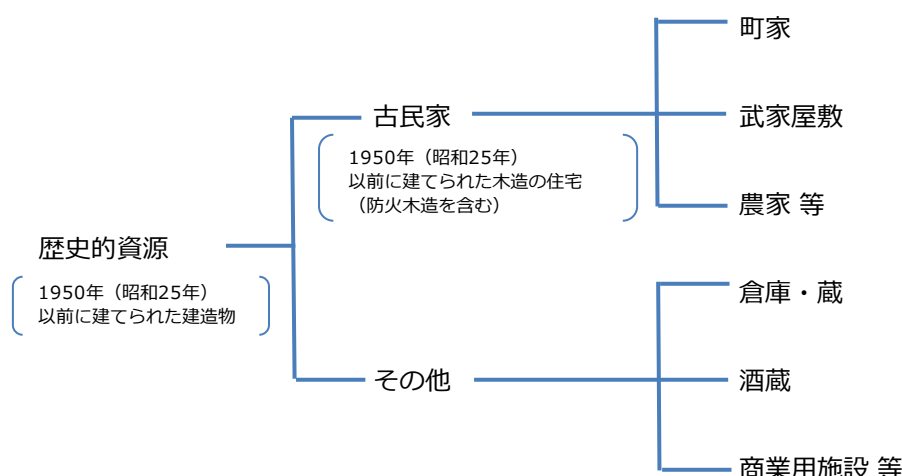
6. 事業者ヒアリング.....	46
事業者ヒアリング1－一般財団法人ノオト.....	47
事業者ヒアリング2－バリューマネジメント株式会社.....	48
事業者ヒアリング3－株式会社瀬戸内ブランドコーポレーション.....	49
事業者ヒアリング4－Kiraku Japan 合同会社.....	50
事業者ヒアリング5－株式会社地域経済活性化支援機構.....	51
事業者ヒアリング6－株式会社一休.....	52
7. 東北の事例紹介.....	53
東北事例1（青森県）－古民家 sudatsu.....	53
東北事例2（岩手県）－侍屋敷大松沢家.....	55
東北事例3（宮城県）－玄孫（やしゃご）（おやじグループ3号店）.....	58
東北事例4（秋田県）－ワインバー蔵しこ.....	60
東北事例5（山形県）－つぶ亭.....	63
東北事例6（福島県）－可月亭庭園美術館.....	65
8. 東北における歴史的資源利活用にむけて.....	68
東北の課題－Ⅰ：利活用できる物件のストックが少ない.....	69
脅威への対策－Ⅰ：既存の施設との競合を避けるために.....	72
脅威への対策－Ⅱ：他地域の取り組み事例と「差別化」していくために.....	73
その他－：資金面における対応.....	73
9. 最後に.....	76
「東北観光金融ネットワーク」（FINE+東北）としてのサポート.....	76
（参考）歴史的資源の利活用を巡る動向と規制緩和.....	77
（1）歴史的資源の利活用を巡る最近の動向.....	77
（2）関連法制および規制緩和の動き.....	78
（3）歴史的資源を活用した観光まちづくり連携推進室の発足と取り組み.....	80
（4）補助金制度一覧（2018年2月時点）.....	81

2. 「歴史的資源」 利活用による観光まちづくり

(1) 「歴史的資源」とは

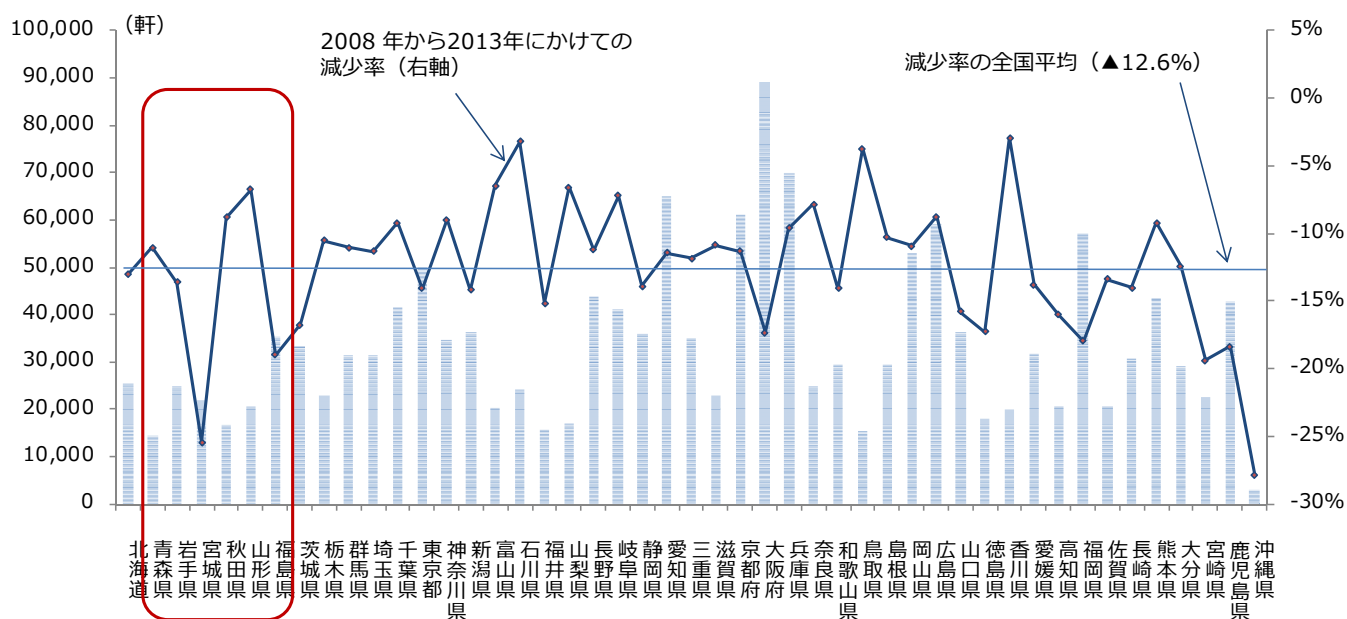
- ❖ 「歴史的資源」の明確な定義はないが、本調査では昭和25年（1950年）以前に建てられた建築物で、その用途を観光振興に用いている（用いることが可能である）ものの総称とする。
- ❖ 「歴史的資源」のうち木造の住宅（防火木造の住宅を含む）を「古民家」と定義し、元々の用途により「町家」、「武家屋敷」および「農家等」に分類する。

図表1 本調査における「歴史的資源」の定義



- ❖ 東北における古民家の現存数は西日本に比べ少ない。
- ❖ 2008年から2015年の減少率をみると、宮城県と福島県の減少率が高い。
- ❖ 県別にみると14,500軒（青森県）から36,000軒（福島県）程度現存していると見込まれる。

図表2 都道府県別 古民家推定現存数および5年間の減少率

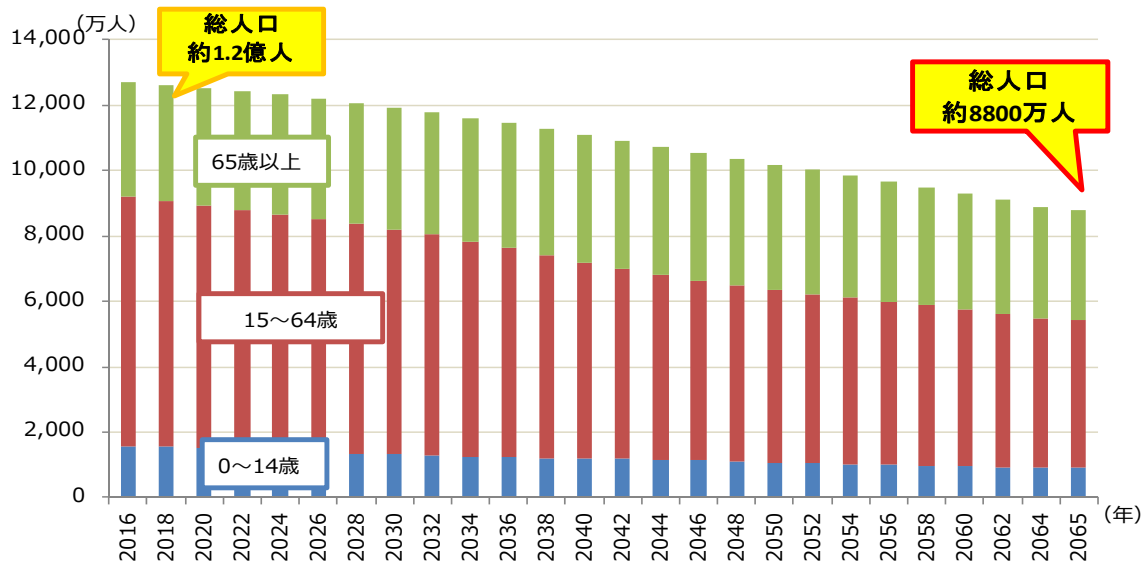


（出所）総務省「平成20年・平成25年 住宅・土地統計調査」

(2) 人口減少と空き家対策

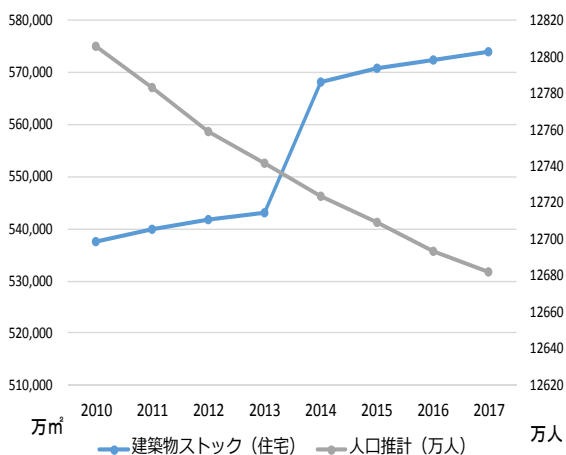
- ❖ 我が国の人口は減少期に入っており、今後、労働力人口である 15～64 歳人口の大幅な減少が見込まれている。(図表 3)
- ❖ 人口が減少する一方で住宅のストックは増加傾向にあるため、空き家が増加している。住宅の供給過剰により中古住宅の価格低下のペースが早く、特に古民家は資産価値がないものとして、所有者は解体を選択することが多い。
- ❖ 都道府県毎の人口減少率と空き家率の関係をみると、空き家率と人口減少に相関関係がある。なお、北東北 3 県は人口減少に比して空き家率は低いが、今後、人口減少の加速とともに、東北各県においても空き家率が上昇する可能性がある。

図表 3 人口 3 区分別の将来推計

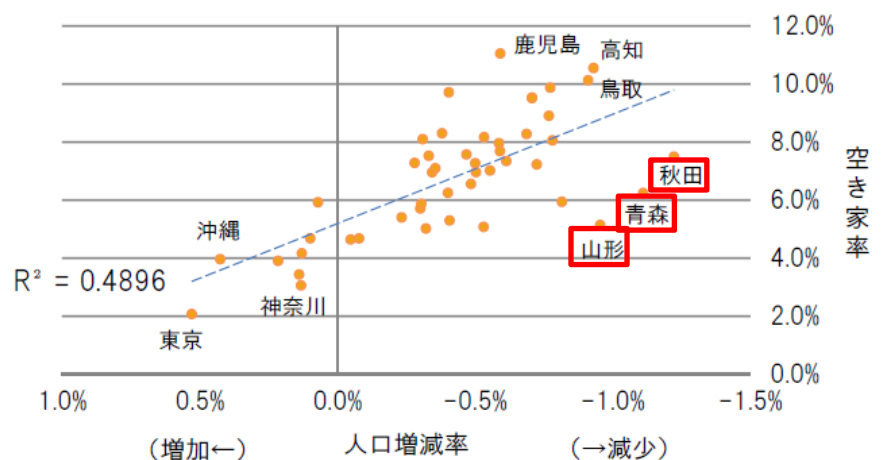


(出所) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成 29 年推計）」

図表 4 建築物ストック推計



図表 5 人口減少と空き家率の関係



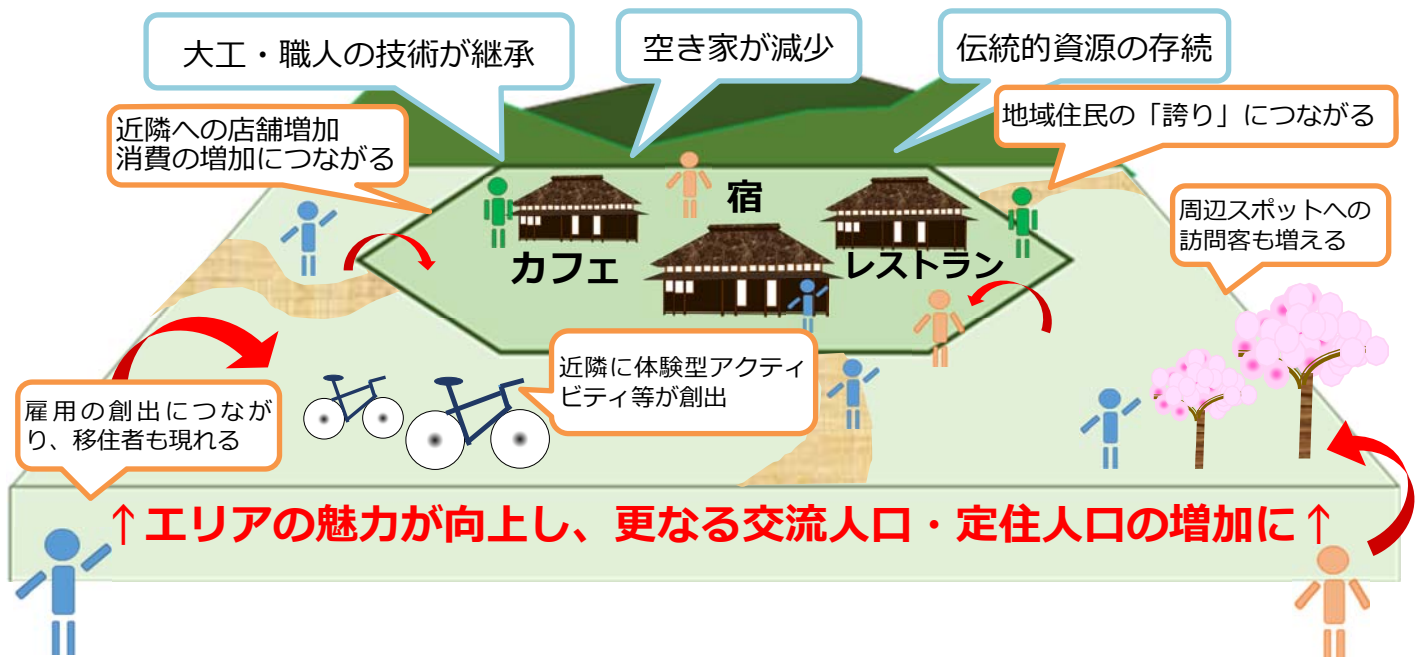
出所：国土交通省「建築物ストック統計」、
総務省統計「人口推計」より(株)日本政策投資銀行作成

出所：日本政策投資銀行「古民家の活用に伴う経済的価値創出がもたらす地域活性化」
原典：総務省「平成 24・25 年人口推計」、「住宅・土地統計調査」
※別荘や賃貸・売買用住宅を除いた数値

(3) 歴史的資源利活用により期待される観光まちづくりの効果

- ❖ 歴史的資源を利活用することにより期待される効果として、空き家対策に加え、現存する歴史的資源の存続や改修のための技術の継承という点が挙げられる。
- ❖ また、歴史的資源を観光資源として活用することによって「近隣も含めたエリア全体の魅力の向上」や「交流人口の増加を契機とした住民の誇りの醸成や移住による定住人口増加」といった効果も期待できる。

図表 6 歴史的資源利活用により期待される観光まちづくりの効果



(出所) ㈱日本政策投資銀行作成

歴史的資源を利活用する際には、当該歴史的資源の運営者のみが潤うのではなく、近隣も含めたエリアとしての魅力向上等により地域全体が活性化することが望ましい。

例えば上の図表のように、歴史的資源を改修して宿泊施設やカフェ等として利活用されることを契機に、域外から人が来訪しエリア全体で消費活動が盛んになり、また、既存の観光コンテンツとのコラボレーションなどにより、既に存在する観光資源の磨き上げを図ることも期待できる。

歴史的資源の利活用を契機に、経済的な面だけでなく、住民の誇りの醸成や移住者の招来等の効果も期待され、ひいてはエリア全体の魅力向上につながろう。

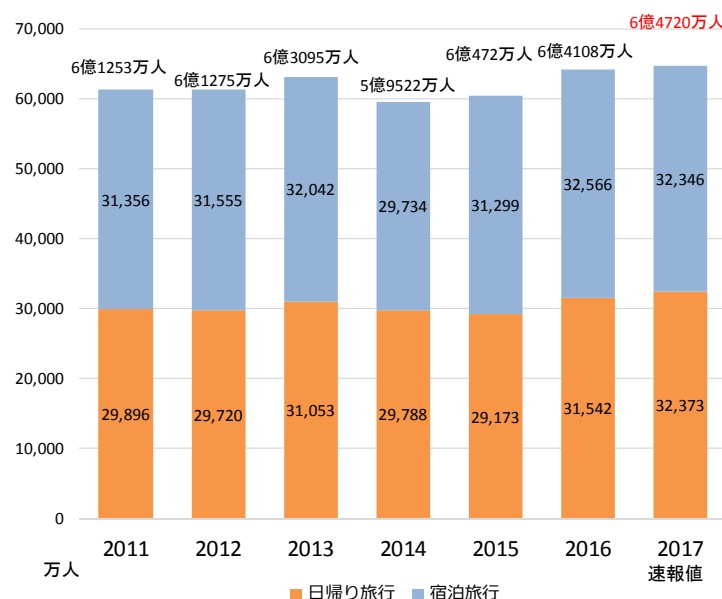
このように様々なかたちで効果が波及し、歴史的資源の利活用を通じた「観光まちづくり」の形成が期待される。

3. 我が国の観光の現状

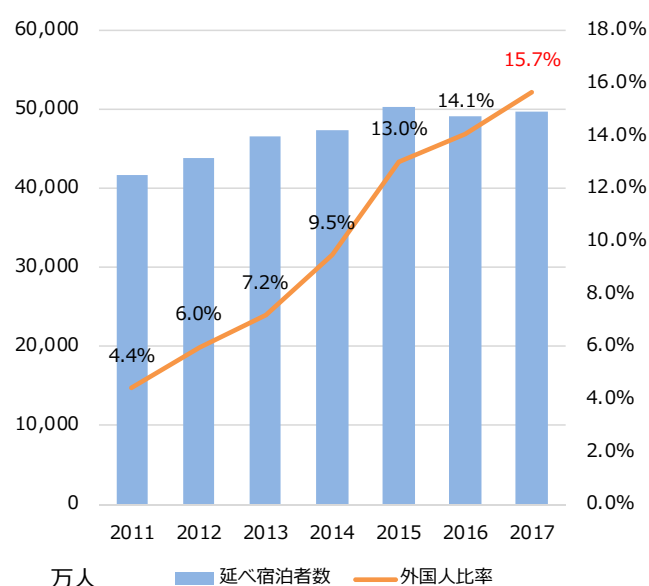
(1) 国内旅行者数

- ❖ 日本人の国内旅行者数は、2017年で6億4,720万人（前年比1.0%増）であり、そのうち宿泊旅行は3億2,346万人（前年比0.7%減）、日帰り旅行は3億2,373万人（前年比2.6%増）であった。
- ❖ 日本国内の延宿泊者数の数は、日本人が大半を占める一方で、近年は外国人観光客の増加が著しい。
- ❖ 2017年の訪日外客数は速報値で2,869万人に達し、中国・韓国・台湾・香港で約7割を占めている。

図表7 日本人の国内旅行者数（宿泊旅行・日帰り旅行）



図表8 国内延宿泊者数と外国人比率



（出所）観光庁「観光消費動向調査」および「宿泊旅行統計調査」

図表9 訪日外客数の推移

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2010⇒2017の伸び率
中国	1,413	1,043	1,425	1,314	2,409	4,994	6,374	7,356	+421%
韓国	2,440	1,658	2,043	2,456	2,755	4,002	5,090	7,140	+193%
台湾	1,268	994	1,466	2,211	2,830	3,677	4,168	4,564	+260%
香港	509	365	482	746	926	1,524	1,839	2,232	+339%
米国	727	566	717	799	892	1,033	1,243	1,375	+89%
タイ	215	145	261	454	658	797	902	987	+359%
豪州	226	163	206	245	303	376	445	495	+119%
マレーシア	115	82	130	177	250	305	394	440	+284%
シンガポール	181	111	142	189	228	309	362	404	+123%
フィリピン	77	63	85	108	184	268	348	424	+448%
英国	184	140	174	192	220	258	292	311	+69%
カナダ	153	101	135	153	183	231	273	306	+99%
インドネシア	81	62	101	137	159	205	271	352	+337%
フランス	151	95	130	155	179	214	253	269	+78%
ベトナム	42	41	55	84	124	185	234	309	+638%
その他	830	589	805	944	1,115	1,357	1,552	1,729	+108%
計	8,611	6,219	8,358	10,364	13,413	19,737	24,040	28,691	+233%

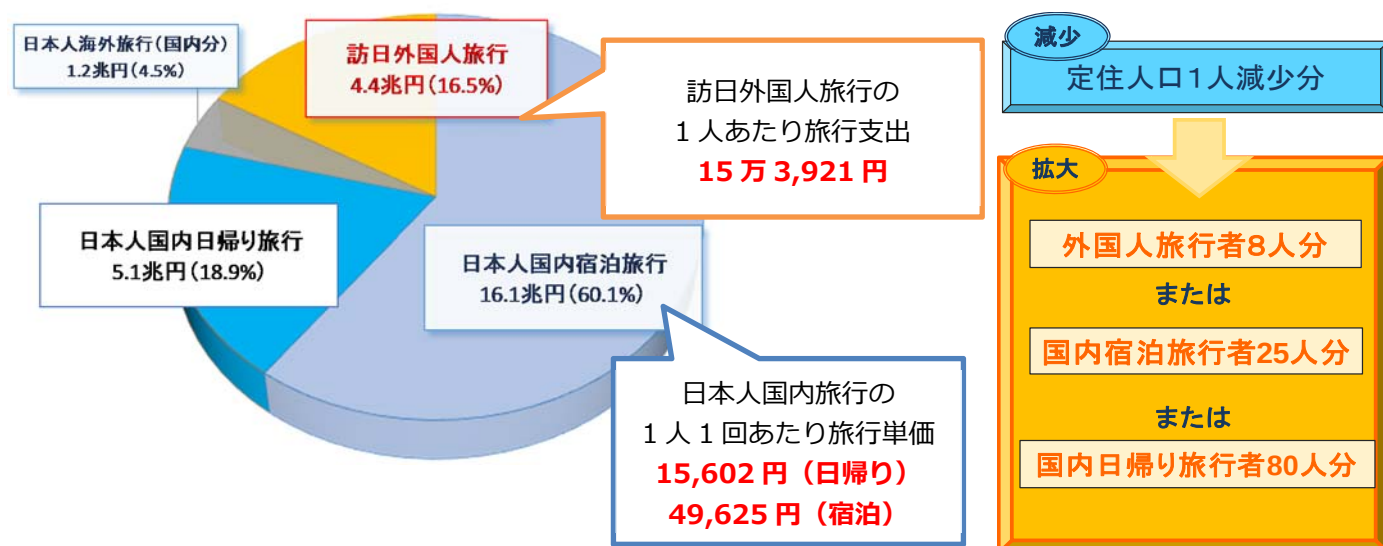
（出所）J N T O「訪日外客数」

(2) 日本国内における観光消費額とインバウンド観光の可能性

- ❖ 現在、国内観光消費額の8割を日本人国内旅行が占めている。しかし、今後、国内の人口減少が加速する中で、近年増加が著しい訪日外国人旅行者の受入促進が地域活性化につながることから、歴史的資源を観光まちづくりに利活用する際には外国人旅行者の嗜好も考慮の上で施設整備を行うことが有効である。

図表 10 日本国内における 2017 年観光消費額（暫定値）の内訳

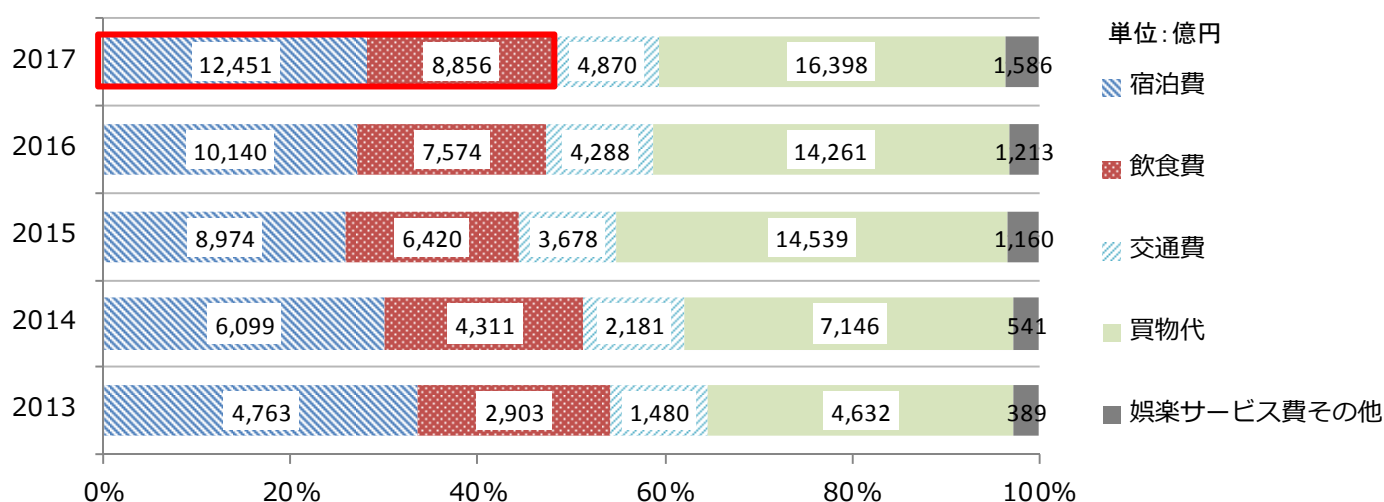
参考



(出所) 観光庁「旅行・観光消費動機調査」、「訪日外国人消費動向調査」

- ❖ 訪日外国人の旅行消費額を費目別にみると、直近 3 カ年において「買物代」の占める割合が減少する一方で、「宿泊費」や「飲食費」の消費額・構成比が増加する傾向がある。

図表 11 訪日外国人旅行消費額の費目別構成比



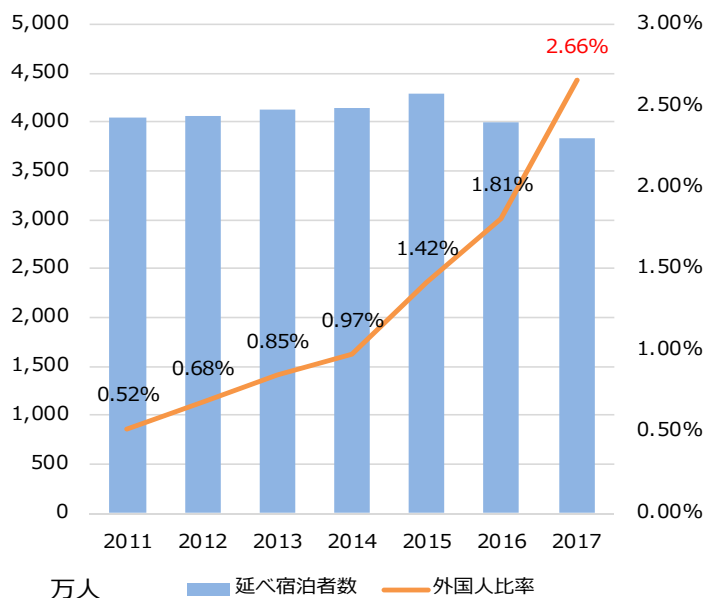
(出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」2017 年は速報値

4. 東北の観光の現状と「歴史的資源」活用への期待

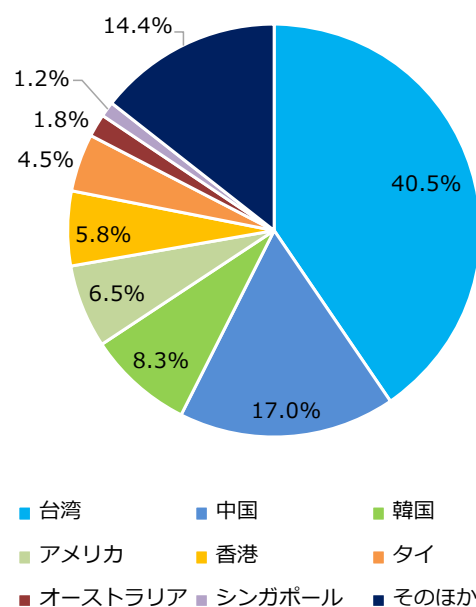
(1) 東北6県の延宿泊者数

- ❖ 現状、東北における延宿泊者数は日本人客が大半を占めており、外国人の延宿泊者数の比率（2017年 2.66%）は、依然低位ながら、近年、大きく伸長している。

図表 12 東北6県 延宿泊者数および



図表 13 東北6県 国籍別延宿泊者数



(出所) 観光庁「平成29年 宿泊旅行統計調査」※国籍別のグラフは従業員10人以上の施設のみ

(2) 全国における東北（6県）の外国人延宿泊者数のシェア

- ❖ 外国人延宿泊者数の推移をみると、全国的に増加するなかで、いわゆる「ゴールデンルート」よりも「その他地方」の伸びが大きく、外国人観光客が徐々に地方圏へと足を伸ばしていることがわかる。
- ❖ 東北のシェアは、震災以降は1%程度にとどまっているものの、2017年は全国的にみても伸び率は高い。

図表 14 東北6県 外国人延宿泊者数推移とシェア

単位：千人泊、倍、%

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	10→17
全国	27,509	18,416	26,314	33,496	44,825	65,615	69,389	78,004	2.8倍
ゴールデンルート	18,679	12,220	17,816	21,594	29,062	40,849	42,141	46,177	2.5倍
シェア	67.9%	66.4%	67.7%	64.5%	64.8%	62.3%	60.7%	59.2%	-8.7%
その他地方	8,830	6,195	8,498	11,901	15,762	24,766	27,248	31,827	3.6倍
東北6県	577	210	276	350	402	608	726	1,019	1.8倍
シェア	2.1%	1.1%	1.0%	1.0%	0.9%	0.9%	1.0%	1.3%	-0.8%

※ゴールデンルート：東京・千葉・神奈川・静岡・愛知・大阪・京都の合計

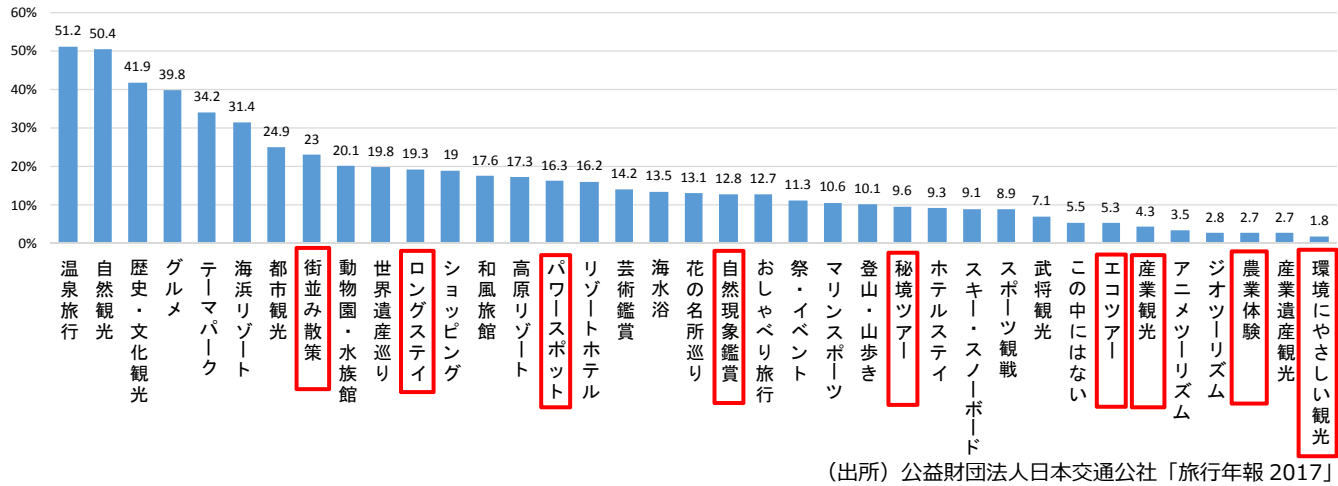
(宿泊旅行統計調査より)

東北地方の延宿泊客数は、依然、日本人客が9割以上を占めるが、インバウンド客の伸びが著しいことを踏まえれば、歴史的資源を利活用する際には、日本人だけでなく外国人もターゲットと捉えて、検討していくことが必要であろう。

(3) 日本人観光客が期待する旅行のタイプ

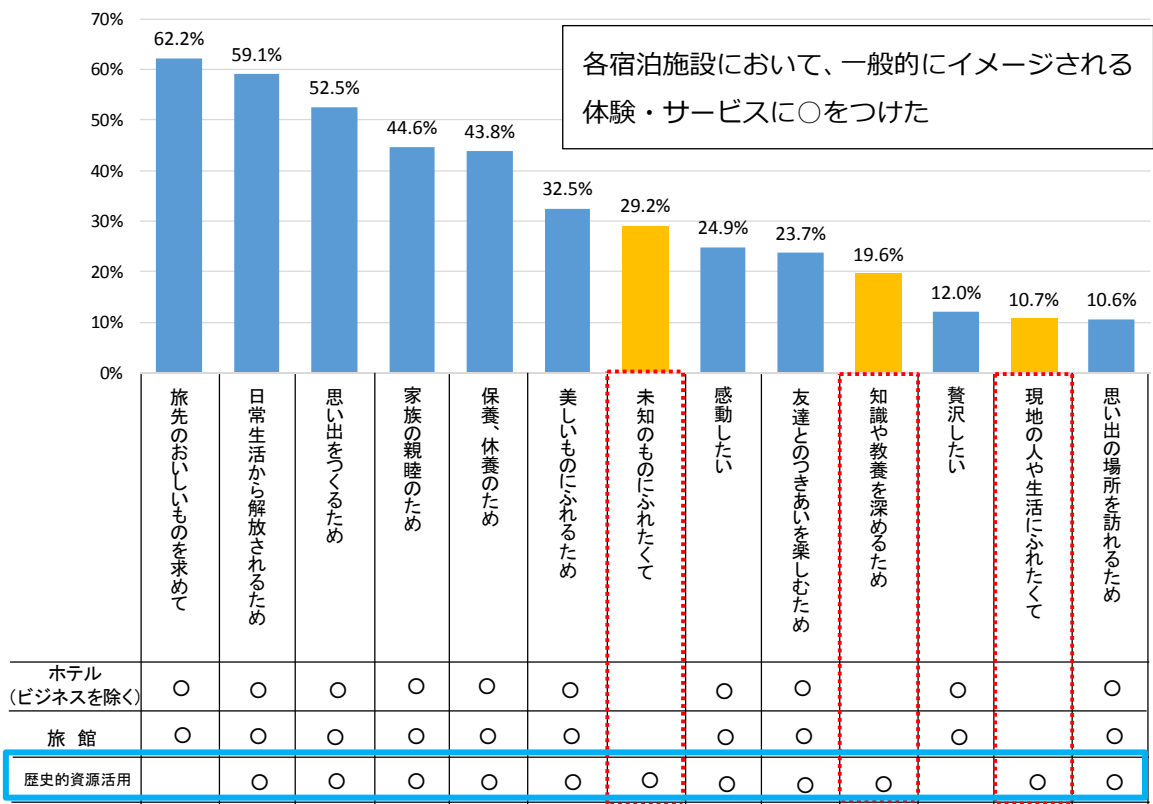
- ❖ 日本人の「行ってみたい旅行タイプ」は、「温泉旅行」(51.2%)、「自然観光」(50.4%)、「歴史・文化観光」(41.9%)が上位である。
- ❖ 歴史的資源を活用し組み合わせることで、更に有効に提供でき得る観光コンテンツにも、一定の需要が存在することが分かる。

図表 15 「行ってみたい旅行タイプ」(複数回答・選択肢あり)



- ❖ 日本人の「旅行の動機」として、「未知のものにふれたくて」、「知識や教養を深めるため」、「現地の人や生活にふれたくて」等の回答が存在する。
- ❖ 歴史的資源を活用するという、新しいタイプの滞在・宿泊施設は、現時点では多くの日本人に「未知」であり、日本古来の建築物の歴史や特色を学ぶことができるという点で、新しい顧客層取り込みの可能性が期待できる。

図表 16 「旅行の動機」(複数回答・選択肢あり)と、宿泊施設のタイプ別「提供可能な体験・サービス」



(出所) 公益財団法人日本交通公社「旅行年報 2017」より(株)日本政策投資銀行作成

(4) 外国人が期待する旅行のタイプ

- ❖ アジア 8 ケ国・地域と欧米豪 4 ケ国の人々の「行ってみたい日本の観光地イメージ」を比較すると、欧米豪ではアジア以上に日本の文化に関心が高いことがわかる。

図表 17 行ってみたい日本の観光地イメージ（「日本文化」に関連する項目を塗りつぶしている）

アジア			欧米豪		
1	桜	67%	1	日本庭園	59%
2	温泉	64%	2	富士山	54%
3	富士山	62%	3	城	52%
4	日本的な街並み	60%	4	神社仏閣	51%
5	日本旅館	51%	5	桜	50%
6	雪景色	50%	6	日本的な街並み	50%
7	新幹線	47%	7	温泉	45%
8	ショッピングモール	46%	8	日本旅館	43%
9	紅葉	45%	9	島々の風景	43%
10	日本庭園	45%	10	新幹線	42%
11	城	44%	11	祭り	39%
12	テーマパーク	42%	12	海	39%

（出所）(株)日本政策投資銀行東北支店「2017 東北インバウンド意向調査」より

- ❖ 東北訪問を希望する外国人が東北に期待する項目では、「日本の伝統的な住宅を利用した宿への宿泊」に期待するとの回答も 3 割を超えている。

図表 18 東北訪問を希望する外国人が東北へ期待するモノ・コト上位 20 位

単位：％

アジア8地域の人々が東北に期待するモノ・コト	東北に期待する人の割合
自然や風景の見物	51.4
現地の人が普段利用している安価な食事	42.6
伝統的日本人料理を食べる	42.3
温泉への入浴	39.1
日本旅館での宿泊	37.3
紅葉の観賞	36.7
リーズナブルで清潔な施設での宿泊	35.9
日本文化の体験（寿司握り、そば打ち、伝統工芸品の制作など）	35.4
日本の伝統的な住宅を利用した宿への宿泊	35.2
自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアーに行く	35.1
桜の観賞	34.6
有名な史跡や歴史的な建築物の見物	33.8
世界遺産の見物	33.7
雪景色観賞	33.5
農作物や果実の採取（リンゴ・いちご狩り等）	32.7
スイーツを食べる	32.7
日本の酒（日本酒・焼酎）を飲む	31.4
食品や飲料のショッピング	31.4
イベント・祭りの見物	28.9
日本人々と交流	28.2

単位：％

欧米豪4地域の人々が東北に期待するモノ・コト	東北に期待する人の割合
伝統的日本人料理を食べる	44.9
自然や風景の見物	42.9
現地の人が普段利用している安価な食事	40.8
紅葉の観賞	40.0
有名な史跡や歴史的な建築物の見物	39.2
日本文化の体験（寿司握り、そば打ち、伝統工芸品の制作など）	38.8
日本旅館での宿泊	38.0
自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアーに行く	37.6
世界遺産の見物	37.1
日本の酒（日本酒・焼酎）を飲む	37.1
日本人々と交流	36.7
繁華街の街歩き	35.9
桜の観賞	33.9
雪景色観賞	33.5
最先端の工場や伝統工芸品・加工食品工場見学・体験	32.7
リーズナブルで清潔な施設での宿泊	32.2
美術品や文化財、博物館の鑑賞	31.8
日本の伝統的な住宅を利用した宿への宿泊	31.4
イベント・祭りの見物	30.6
伝統的なスポーツ（相撲、剣道、柔道等）の観戦	30.2

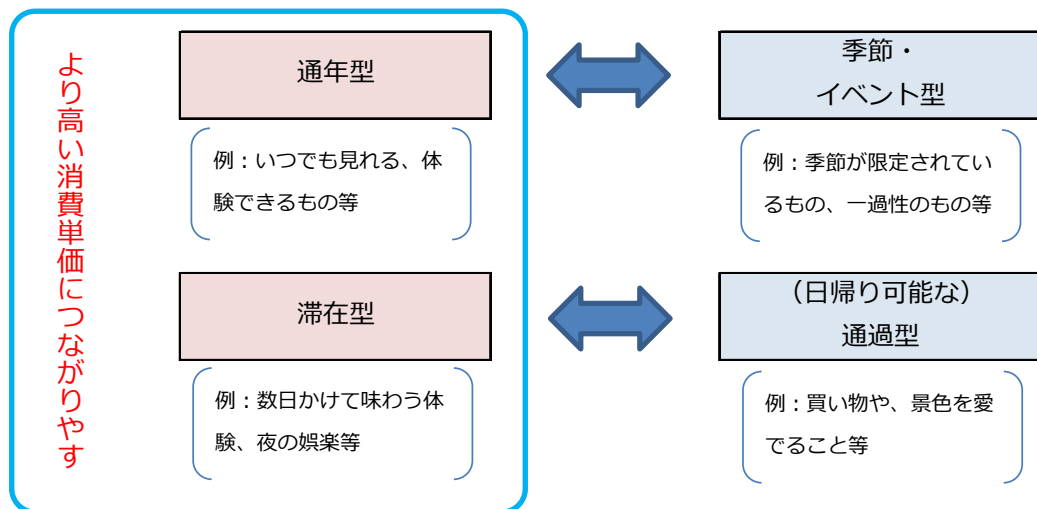
（出所）(株)日本政策投資銀行東北支店「2017 東北インバウンド意向調査」より

※アジア 8 地域…「韓国、中国、台湾、香港、シンガポール、マレーシア、タイ、インドネシア」
欧米豪 4 地域…「アメリカ、イギリス、フランス、オーストラリア」

（５）東北における観光コンテンツの分類例

- ❖ 観光コンテンツを「通年型」か「季節・イベント型」か、また、「滞在型」か「通過型」か、と整理してみると、「通年型」かつ「滞在型」の観光コンテンツは、より高い消費単価につながるものが想定される。

図表 19 観光コンテンツの2つの分類例



（出所）（株）日本経済研究所作成

東北の観光振興を促進していくためには、東北にある様々な観光コンテンツの特徴を整理した上で、具体的な取組を検討することが重要である。

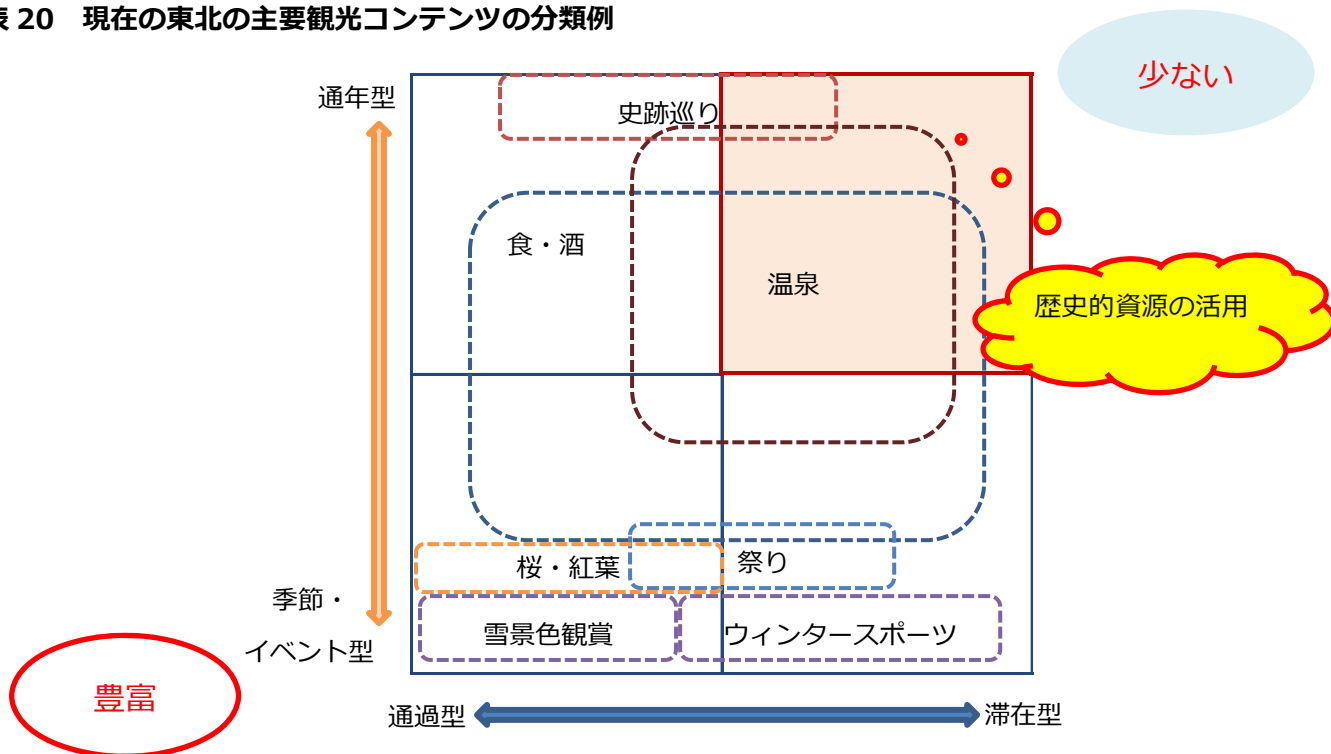
例えば、東北における各種の観光コンテンツを、「通年型」－「季節・イベント型」に分類すると、前者は季節を問わずいつでも見たり体験できたりするモノやコトであり、後者は季節や時期が限定されるモノやコトで、単発のイベントやスキー等の季節性のモノやコトが該当する。

また、「滞在型」－「通過型」に分類すると、前者は一定期間の滞在を前提としたコンテンツや必然的に泊まるものが求められる夜や朝のイベントなどがある。

このような分類をした上で、地域により多くの観光消費を生み出すには、「通年型」かつ「滞在型」の観光コンテンツを検討し、必要に応じて新規コンテンツの創出ないしは既存のコンテンツの磨き上げをすることが望ましい。

- ❖ 東北では温泉以外の「通年型かつ滞在型」の観光コンテンツが少ない。
- ❖ 「歴史的資源」の利活用は、「通年型かつ滞在型」に分類することができる。

図表 20 現在の東北の主要観光コンテンツの分類例



前ページの分類方法に沿って東北の主要観光コンテンツを上図表のように整理すると、「通年型かつ通過型」に主として分類できるものとしては、「史跡巡り」や「食・酒」等が考えられる。「季節・イベント型かつ通過型」に分類できるものでは、「桜・紅葉見物」や「祭り」等が考えられる。「季節・イベント型かつ滞在型」では、数日滞在して楽しむ「ウィンタースポーツ」等であろう。これら3つの類型にわたる観光コンテンツは、東北には比較的豊富に存在しているが、「通年型・滞在型」に分類できるものは「温泉」以外あまり多くはない。

2017年東北インバウンド意向調査では、外国人観光客が東北に期待するコト・モノとして「日本の伝統的な住宅を利用した宿への宿泊」を挙げる層が、アジア・欧米豪とも3割以上存在しており、「通年型かつ滞在型」の観光コンテンツのひとつとして、東北各地にある「歴史的資源」を観光まちづくりに利活用していくことは、外国人観光客を誘客する際の有力な候補となり得ると思われる。

5. 先進事例の研究

(1) 本調査において研究した先進事例

本調査では、観光まちづくりのために歴史的資源を活用する上で、地域に与える効果がより大きいと考えられる、主に宿泊施設として活用している他地域の先進事例を取材し、事例研究を行った。

東北では歴史的資源の活用の事例は西日本等に比べると少なく、今後の取り組みが期待されるが、その際に参考になると考えられる点を中心に、先進事例研究から得たポイントを次ページ以降で整理した。

図表 21 本調査において研究した先進事例

ページ	名称	施設概要	
12	篠山城下町ホテルNIPPONIA (兵庫県篠山市)	篠山（ささやま）の城下町に古民家等を改修した5軒の宿泊施設を配置し、城下町全体をひとつのホテルと見立てるコンセプトで運営。	
16	箆庵および桃源郷祖谷の山里 (徳島県三好市)	米国人東洋文化研究者アレックス・カー氏が約40年前に取得した古民家を宿泊施設として活用（箆庵：ちいおり）。8軒の古民家を行政より委託されて宿泊施設として運営（桃源郷祖谷の山里）。	
19	Setouchi Cominca Stays (愛媛県内子町)	広域DMOがトータルでサポートした上で、重要伝統的建造物群保存地区において、地元のNPO法人が2棟の古民家をそれぞれ一棟貸しの宿泊施設として運営。	
23	MACHIYA-INN (滋賀県近江八幡市)	近江八幡市の重要伝統的建造物群保存地区に近接して残る旧酒蔵を宿泊施設およびコ・ワーキングスペースに改修。	
27	ゲストハウス蔵 (長野県須坂市)	かつて製糸業が栄え商家や蔵が立ち並ぶエリアに残るまゆ蔵のある古民家を、ゲストハウスに改修。	
30	農家民宿 具座 (佐賀県佐賀市)	中山間地にある農家の古い納屋を改修して、農家民宿として活用。	
33	ONOMICHI U2 (広島県尾道市)	戦時中に建設された海運倉庫を、サイクリストを主ターゲットとしたホテルやレストラン、サイクルショップ等の複合施設として活用。	
36	オーベルジュ豊岡 1925 (兵庫県豊岡市)	昭和初期に建設され平成まで使われてきた銀行跡を改修し、オーベルジュ（宿泊できるレストラン）、ウェディングとして活用。	

事例 1－篠山城下町ホテル NIPPONIA

篠山城下町ホテル NIPPONIA は、篠山城の城下町にある 5 棟の古民家等を宿泊施設等に改修したものである。国家戦略特区による規制緩和策も活用している。



【ONAE 棟：5 棟共通のフロントがある】



【SAWASIRO 棟：路面部分には商店が入居している】

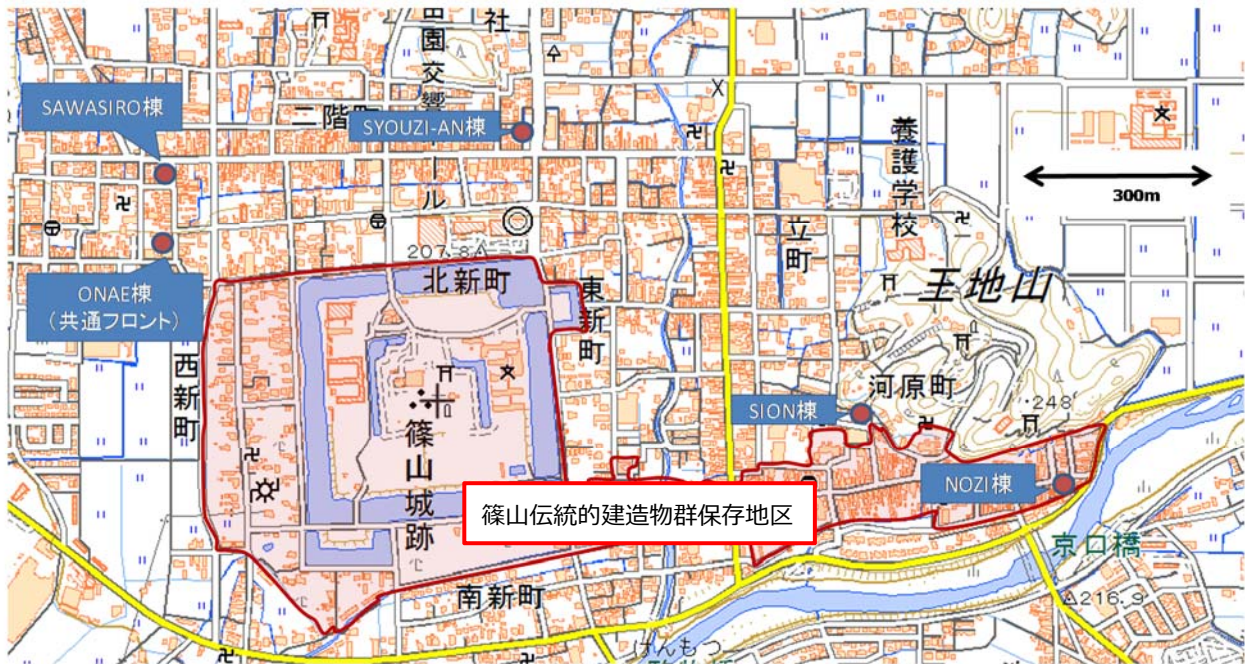
<施設の概要>

- ・ 名称：篠山城下町ホテル NIPPONIA
- ・ 所在地：兵庫県篠山市（一部が重要伝統的建造物群保存地区に指定）
- ・ 当初の用途：【ONAE 棟】＝明治前期築の銀行経営者居宅、【SAWASIRO 棟】＝明治期の茶屋、【NOZI 棟】＝江戸後期の町家、【SION 棟】＝昭和期の企業の保養所、【SYOUZI－AN 棟】＝昭和初期の町家
- ・ 現在の用途：一棟貸しおよび部屋貸しの宿泊施設（5 棟、計 12 室）
- ・ 利活用開始時期：平成 27 年（2015 年）

<利活用の主体と取り組みの概要>

- ・ 篠山城下町ホテル NIPPONIA（以下「NIPPONIA」）は、篠山市に本拠を置く一般社団法人ノオト（以下「ノオト」）がプロデュースしたもので、篠山城の城下町に残る古民家等 5 棟を宿泊施設に改修、運営したことを主軸とした取り組みである。
- ・ ノオトは平成 21 年（2009 年）に設立され、歴史的資源を活用した観光まちづくりや、クリエイティブ人材の地方回帰、内発型産業の創出等を行っており、これまで 60 棟を超える古民家等の再生実績がある。
- ・ 篠山では、平成 21 年（2009 年）から、限界集落の空き古民家 7 棟中 3 棟を宿泊施設として運営する取り組みを、地元の住民等とともにやっている（「集落丸山」）。
- ・ NIPPONIA の特徴は、篠山城跡を取り囲むように 5 つの宿泊棟が点在し、城下町全体をひとつのホテルと見立てるというコンセプトである。国家戦略特区の指定により規制緩和が適用されたことで、玄関帳場（フロント）は各施設に設置するのではなく、ONAE 棟のみでフロント業務を行う点も特徴である。レストランも ONAE 棟にのみ設置している。
- ・ NIPPONIA の開発はノオトが行い、宿泊業務の運営は大阪に本拠を置くバリューマネジメント株式会社が行っている。また 5 棟の宿泊施設の中にはレストランや店舗を併設するものもあり、近隣の複数の飲食店等と併せて、ノオトが開発し運営者に賃貸するかたちをとっている。

図表 22 篠山城下町 NIPPONIA 5 棟の位置関係



(出所)「地理院地図」(国土地理院) および株式会社作成ノオト受領資料より(株)日本経済研究所作成

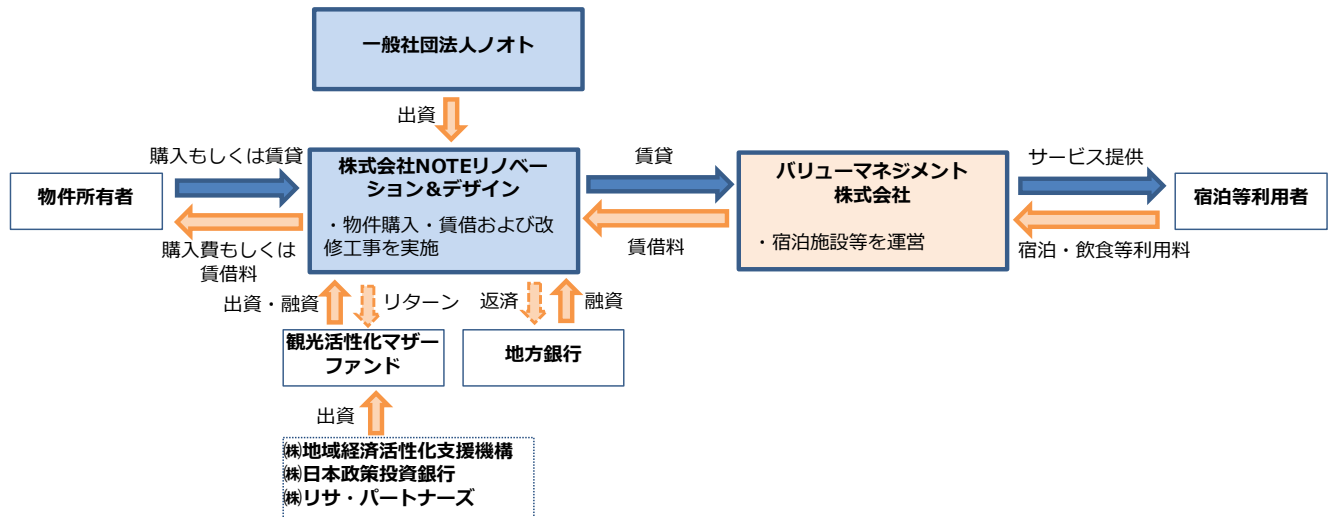
<必要資金の調達>

- 5 棟の古民家等の取得、賃借および改修で必要となった資金は、およそ 1 億 8 千万円である。2 棟を購入し、3 棟はオーナーから賃借し、それぞれオペレーターであるバリューマネジメント株式会社に賃貸している。
- 賃借物件に一部補助金が入っているが、ほぼ民間資金（ファンドと融資）で開発事業を実施している。
- ノオトの改修の基本スタンスは「直しすぎないこと」で、現代風の良さも取り入れつつも往時の姿を取り戻すことを意識している。
- NIPPONIA ではこれまでの歴史的資源の改修とは異なるスキームで資金調達を行っている。その特徴は、一般社団法人としてのノオトが調達主体となるのではなく、資金調達の受け皿会社（株式会社 NOTE リノベーション&デザイン）を設立し、その受け皿会社が株式会社地域経済活性化支援機構や株式会社日本政策投資銀行、株式会社リサ・パートナーズで構成する観光活性化マザーファンドからリスクマネーを調達したことにある。更に地方銀行からも融資を受け、物件を買い取りまたは賃借し、必要な改修を行った上で、運営業者に賃貸する仕組みとなっている。

<顧客属性>

- 現在のところ NIPPONIA の宿泊客は日本人が多い。外国人は年に均して 1 割弱。今後、外国人客の受け入れ体制を整えて、積極的に欧米等へ PR をしていくことにしている。
- 外国人宿泊客の出身国・地域は、中国、韓国、台湾等のアジアが多い。
- 日本人では京阪神在住の 50～60 代の人が多い。
- 現在は、「古民家に泊まり美味しいものを食べる」ことを体験しに来ているので、近隣の観光コンテンツとセットで回ることを考えている人は多くない。

図表 23 篠山城下町 NIPPONIA 全体スキーム図



(出所) ヒアリングより(株)日本経済研究所作成

<地域との共生、効果>

- ・ ホテルだけでなくレストラン等も作るので、地域にとっても相乗効果をもたらしている。
- ・ NIPPONIA ではバリューマネジメントの社員が 10 名くらい。それにパート、アルバイトが 20 名程度いる。地元の雇用にもつながっている。
- ・ 篠山はこれまで観光地であったとは言えず、城崎温泉等への経由地的な状況であったが、集落丸山や NIPPONIA 等の取り組みを通じて交流人口が増えてきた。

<今後の展開や課題>

- ・ NIPPONIA の稼働率は 5 割～6 割だが、インバウンド層を受け入れていくことで 8 割くらいまでいく想定をしている。今後のインバウンドの主ターゲットは欧米。
- ・ 北近畿エリアを面的に開発しようとしている。今後はさらに、福知山、舞鶴あたりのルートもあるとよい。



【ONAE 棟：5 棟共通の玄関帳場（フロント）】



【ONAE 棟前の通り：近隣には古民家が点在している】

＜取り組みのポイントや苦労した点、その他＞

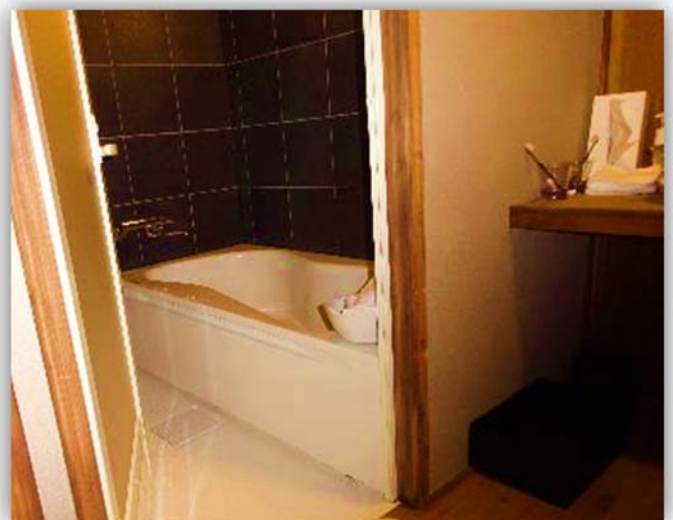
- ONAE 棟は旅館営業、他の4棟は簡易宿所営業の許可を取っている。また、建築基準法では、用途変更に伴う確認申請が必要となる。旅館業法や建築基準法が古民家等の活用にフィットした制度となっていないことから、やや不可解とも思える規制を受ける問題が多々発生した（現在は法改正や基準の見直し等が進みつつある）。
- 文化財的な価値の高い建物を、その素材をできるだけ残して改修し、結果として改修費を低く抑えることが事業成立のカギとなっている。
- こうした取り組みは文化的な事業なので、地元の名士等の協力（出資等）を得ることも可能ではないか。

＜東北で取り組む上で参考になる点＞

- エリアにある複数の宿泊施設を一つのホテルのように結ぶ仕組みは、ヨーロッパには多く存在するものの、日本でほとんど見られない。東北においてもエリア内に複数の古民家等が点在する地域もあることから、本事例のようにエリア内の複数の施設を一つのホテルとみなして運営するコンセプトは参考となろう。
- ノオトは、NIPPONIA を含む複数の案件で、自らはデベロッパーとしての役割に徹し、バリューマネジメント等のオペレーターに運営を任せている。東北では歴史的資源の利活用に関し、開発、運営の両面でノウハウを持つプレイヤーが少ないとの指摘があるが、地元との調整等が必要となるデベロッパー機能を地元のプレイヤーが行い、運営を他の地域で実績のあるプレイヤーに任せるといったかたちも考えられるだろう。



【ONAE 棟内部：この部屋は板間であるがベッドを置いている】



【ONAE 棟内部：水回りに関しては現代風のユニットバスを用いている】

事例 2 – 簾庵および桃源郷祖谷の山里

簾庵（ちいおり）は、山あいの集落にある一軒の古民家宿泊施設である。また桃源郷祖谷の山里は、集落に点在する 8 軒の古民家等を宿泊施設に改修したものである。



【簾庵：アレックス・カー氏の別宅であった】



【簾庵内部：H23 年（2011 年）に大掛かりな改修を実施している】

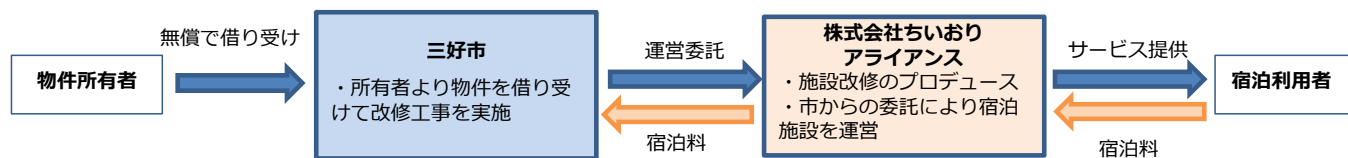
<施設の概要>

- ・ 名称：簾庵（ちいおり） および 桃源郷祖谷の山里
- ・ 所在地：徳島県三好市（桃源郷祖谷の山里は山村集落重要伝統的建造物群保存地区に所在）
- ・ 当初の用途：【簾庵】－元禄時代の農家。【桃源郷祖谷の山里】－江戸時代中期から昭和期までの民家。
- ・ 現在の用途：9 棟全て一棟貸しの宿泊施設
- ・ 利活用開始時期：【簾庵】－平成 24 年（2012 年）、【桃源郷祖谷の山里】－平成 24 年（2012 年）以降順次。

<利活用の主体と取り組みの概要>

- ・ 簾庵および桃源郷祖谷の山里は、ともに山村集落に所在する古民家を一棟貸しの宿泊施設とした取り組みである。
- ・ 釣井集落に所在する簾庵は、米国人で東洋文化研究者のアレックス・カー氏が 40 年近く前に取得した山村集落にある同氏の別宅である。平成 23 年（2011 年）に大掛かりな改修を行った後、宿泊施設としている。
- ・ 落合集落に所在する桃源郷祖谷の山里は、それぞれ個人のオーナーから三好市が借り受け、改修後に株式会社ちいおりアライアンスに運営を委託している。ちいおりアライアンスではこれらの古民家改修に際してプロデューサー的な役割も果たしている。
- ・ ちいおりアライアンスは、山村集落における生活習慣や人々のつながりに新たな価値を与え、人々と共有し、美しい景観や伝統的な生活様式を持続可能なものとして残していくことを目的に、平成 25 年（2013 年）に設立された。宿泊業を営むことのみが目的ではなく、地域活性化支援を目的として設立されている。したがって、宿泊施設の運営だけでなく、コンサルティングや講演等の事業活動等も行っている。

図表 24 桃源郷祖谷の山里のスキーム図



（出所）ヒアリングより(株)日本経済研究所作成

<必要資金の調達>

- 【簾庵】平成 24 年（2012 年）の改修では、傾いた家屋の修正や茅葺き屋根の葺き替え等で 5,500 万円ほどかかった。そのうち 2,000 万円程度は地方銀行から借り入れている。
- 【桃源郷祖谷の山里】8 棟合計で改修におよそ 2 億 5 千万円かかった。改修の主体は三好市であり、国の交付金、補助金も活用した。
- 運営を開始した後も、宿泊業は年間の繁閑差が大きく運転資金が必要なので、そのための借り入れを地方銀行から行ってきた。その後は、瀬戸内エリアでの広域 DMO を構成する株式会社瀬戸内ブランドコーポレーションからの出資を受け、運転資金等に充てている。

<顧客属性>

- 【簾庵】宿泊客の 55%程度は欧米中心の外国人客。多くはレンタカーでやって来る。
- 外国人の比率はここ数年で急に増えたわけではない。ここに来る人、とりわけ外国人の多くはゆっくり過ごしたい人たちであり、ガイドツアー等にはあまり興味を持たない。逆説的だが、人里から離れていることが資源になっている。外国人客が簾庵を知る手段としては、Lonely Planet 等のガイドブックや、オンライントラベルエージェント、トリップアドバイザーといったネット経由が多い。またアレックス・カー氏の書物が海外で刊行されていることも簾庵が知られる理由となっている。
- 【桃源郷祖谷の山里】落合集落の 8 棟は、外国人客は多くはない（比率としては 15%くらい）。ここを増やすことが、施設の稼働率を上げるための伸びしろとなる。

<地域との共生、効果>

- 当初は旅行会社等から、ガイドツアーや食事等を充実させるべきとよく言われた。ただし食事や清掃に関しては、協力してくれる地元の人達に無理をさせると持続的な取り組みにならなくなる。
- 食事は提供していない。宿泊客が外に出ることで地元の飲食店等が活性化している。オプションとして地元業者の作った夕食をケータリングすることもあるが、朝食は提供が難しい。
- 午前中だけ清掃に協力できるという地元のスタッフの事情を尊重しているため、チェックアウト時刻を朝 10 時とやや早めにしている。
- 経済面とは別の効果として、地元の人が外国人を含めた観光客が来ることに慣れたことも挙げられる。
- エリアにおける統一的な看板の整備もできた。



【簾庵内部：檜風呂は外国人ゲストにも人気とのこと】



【落合集落：斜面地の集落は重要伝統的建造物群保存地区に選定】

＜今後の展開や課題＞

- ・ 近隣に物件を確保した上でテナントを誘致するかたちを含め、飲食店を作っていく必要性を感じている。ただし宿泊客だけで飲食店の採算がとれるかは悩ましい。カフェや食堂をやってみたい人を都会から募り、ちいおりアライアンスのスタッフと飲食店運営の兼業というワークスタイルを提案している。
- ・ マイカー以外で来る人のために、タクシーとセットになった旅行商品ができればいい。近隣の観光地である大歩危から落合集落まで、タクシーで片道 8,000 円もするのでそれが割安になればと思う。
- ・ 地域の豆腐、そば、いも等の流通にも携わりたい。以前はこのエリアは傾斜地にも関わらず、たばこを中心とした農業が盛んであった。たばこの需要が減少した他の地域は、果樹栽培に移行することも多いが、祖谷では公共事業に頼ったことがこのようなエリアとなってしまった原因とを感じる。
- ・ 今後は様々なイベントの開催やツアーの企画（ちいおりアライアンスは旅行業免許を持っている）を行うことも考えられる。ただし何をやるにも「人材」が必要で、そこがボトルネック。現在の宿泊者は事業構想段階よりも多い。
- ・ 人材確保のために大学とのインターンシップも考えたい。

＜取り組みのポイントや苦労した点、その他＞

- ・ 地域住民の協力を得ることは容易ではない。簾庵のある釣井では、運営に関して地域住民の関心や協力を得るための一層の努力が必要と感じている。また、桃源郷祖谷の山里に関しては、協力頂いていた地域住民の高齢化による協力者数の減少が悩ましい。
- ・ 将来の地域協力者醸成にもつなげるべく、ちいおりアライアンス独自で移住視察ツアーをはじめとしたエリアおよび古民家物件の PR 活動を行っている状況。

＜東北で取り組む上で参考になる点＞

- ・ 桃源郷祖谷の山里は公民連携案件であり、市が改修を行ったことから、事業者であるちいおりアライアンス側の事業リスクは小さい。ただし、本件は市からの事業委託のかたちをとっており、プロモーションやオペレーションにおけるインセンティブをより働かせるのであれば、指定管理者とするかたちもあり得よう。東北ではこれまで歴史的資源を活用した宿泊施設等は多くはない。その一つの理由が事業者側のリスク回避にあるのであれば、このように公民連携の取り組みも検討に値しよう。
- ・ 本事例は、近隣に観光スポットが少ない人里離れた山村集落に立地する宿泊施設であるが、特に簾庵はそれを逆手に取り、「何もせずに過ごす」ことを目的に国内外からの宿泊客が数多く来訪する宿泊施設である。同様のコンセプトによる宿泊施設の運営はどこでもできる訳ではないが、東北でも静謐な立地に佇む古民家等を用い、ストーリー付けに工夫を凝らせば可能性はあろう。



【談山：桃源郷祖谷の山里の 8 棟中で最も大きな宿泊施設】



【談山：囲炉裏がある一方、現代風の暖房器具も用意されている】

事例3 – Setouchi Cominca Stays

Setouchi Cominca Stays（「織（おり）」および「久（ひさ）」）は、古民家を改修した一棟貸しの宿泊施設である。広域 DMO 組織が資金調達、事業計画やマーケティング戦略までトータルでサポートしている。



【織の外観：重伝建地区であり外観はほぼ往時のまま】



【久の外観：150 年以上前の土蔵造り】

<施設の概要>

- ・ 名称：Setouchi Cominca Stays「織（おり）」および「久（ひさ）」
- ・ 所在地：愛媛県内子町（重要伝統的建造物群保存地区）
- ・ 当初の用途：住宅（大正時代末「織」と江戸時代末「久」）
- ・ 現在の用途：一棟貸しの宿泊施設
- ・ 利活用開始時期：平成 29 年（2017 年）

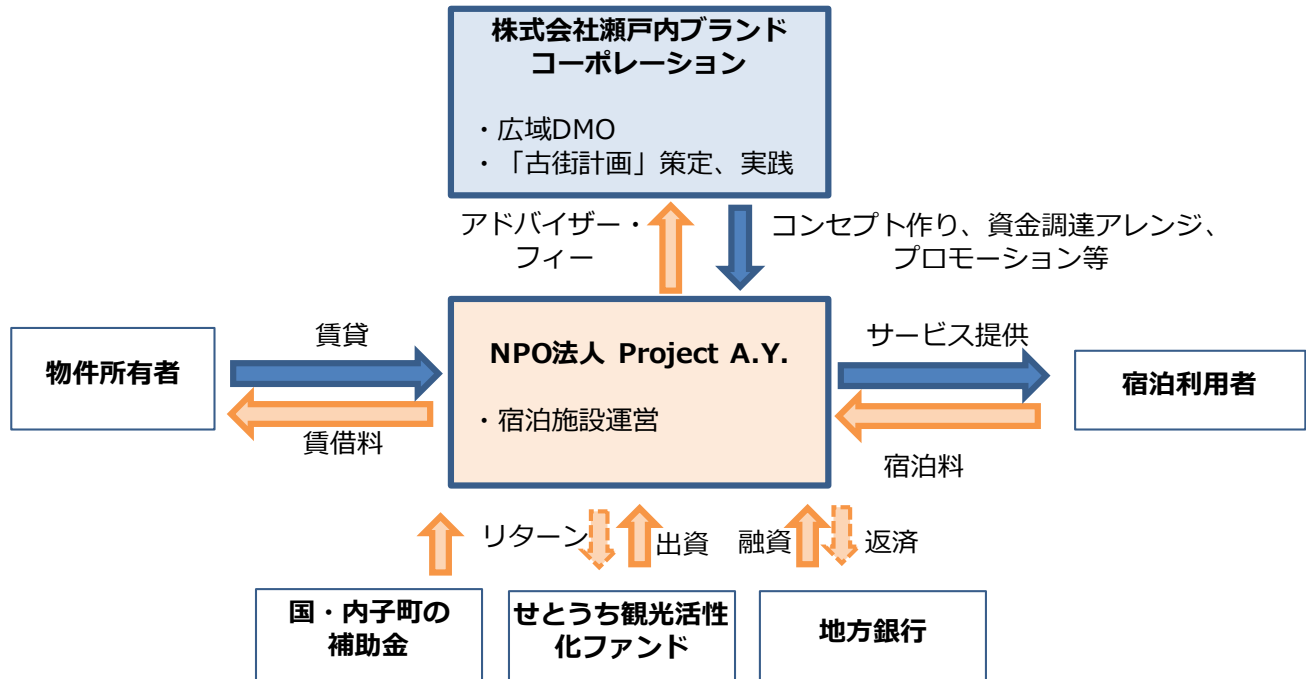
<利活用の主体と取り組みの概要>

- ・ 「Setouchi Cominca Stays」は、一般社団法人せとうち観光推進機構とともに広域 DMO（以下「せとうち DMO」）を構成する株式会社瀬戸内ブランドコーポレーションが、瀬戸内エリアでの歴史的資源を利活用する宿泊施設群につけたブランドネーム。
- ・ 瀬戸内ブランドコーポレーションは「せとうち古街（こまち）計画」を策定し、今後 5 年間で同エリアにおいて 100 棟程度の古民家を宿泊施設として利活用することを目指している。
- ・ 「織」および「久」はその第一弾として、愛媛県内子町の重要伝統的建造物群保存地区で平成 29 年（2017 年）に開業。
- ・ 両施設の運営は、地元の NPO 法人 Project A.Y.で、同法人はかつて地元でコミュニティバスを運行していた。理事長の大西啓介氏は、実家の呉服屋を営む傍らいずれも内子で、実家を改修した喫茶店兼一泊一組限定宿や、土蔵を改修した宿泊施設、さらにまちの駅 NANZE も営んでいる。
- ・ 大西氏が、古民家改修による一棟貸しタイプの宿泊施設運営を模索していたところ、瀬戸内ブランドコーポレーションと出会い、協業して手がけることとなった。
- ・ Project A.Y.が 2 棟の古民家の所有者からそれぞれ賃借し、改修の上で一棟貸しの宿泊施設としている。瀬戸内ブランドコーポレーションは、資金調達、事業計画やマーケティング戦略の策定・実行を担い、古民家の商業施設化をトータルでサポートしている。

＜必要資金の調達＞

- 2棟合わせて6,000万円強の改修費を要している。
- そのうち過半を国および内子町の補助金とファンド（せとうち観光活性化ファンド）からの投資と地方銀行からの融資で賄っている。
- 和の雰囲気壊さず、かつ外国人が快適に過ごせるように、内装には様々な工夫を凝らしている。
- せとうちDMOが瀬戸内エリアに来訪した外国人を対象に調査をしたところ、風呂にこだわりを持つ人が多いとの結果だったことを踏まえ、浴室や浴槽には工夫を凝らし、相応の改修投資をしている。

図表 25 Setouchi Cominca Stays「織」および「久」のスキーム図



（出所）ヒアリングより(株)日本経済研究所作成

＜顧客属性＞

- まだ運営を開始してから間もないが、現在のところ宿泊客の1割程度が外国人。韓国、台湾、香港等のアジアからが多いが、欧米豪からの来訪者を Setouchi Cominca Stays の主ターゲットとしている。
- なお、以前は内子へ来訪する外国人は殆どいなかったが、最近は Setouchi Cominca Stays の宿泊者のみならず、欧米系も含む相当数の外国人がこのエリアを訪れている。外国人は JR の利用が多いが、レンタカーの利用者も一定割合いる。
- 国内の宿泊客は、瀬戸内エリア、関西、関東等様々な地域より来訪している。

＜地域との共生、効果＞

- 宿泊客へ朝食は提供するが、夕食の提供はしない。したがって宿泊客は近隣の店舗等で飲食を行う。また、物販等に関しても近隣商店へ相応の経済効果をもたらしている。
- 近隣の人達は織や久の運営には好意的で、清掃スタッフ等の紹介をしてもらうこともある。
- Project A.Y.でも地域との共生は意識している。

<今後の展開や課題>

- 国内、海外を合わせて、概ね事業計画通りの稼働率が期待できるが、インバウンドへの注力を通じて更なる稼働の上積みを目指したい。
- 外国人客が来ることで、日本人の宿泊客が相対的に少ない平日の稼働率向上への寄与も期待できる。
- Project A.Y.では、今後も内子で古民家や蔵等を用いた宿泊施設を増やしていきたいと考えている。
- 瀬戸内ブランドコーポレーションとしては、上述のように今後 5 年間で 100 棟程度の古民家の宿泊施設としての利活用を目標としている。
- 現在の予約受付は、海外オンライントラベルエージェントや国内のネット旅行会社中心で行っているが、近々 Project A.Y.では自前のサイトを構築予定。また瀬戸内ブランドコーポレーションでは Setouchi Cominca Stays のブランドサイトを立ち上げることにしている。



【織の居室：外国人にも快適な和モダンがコンセプト】



【久の和室：外国人がくつろげるように深く掘り込んでいる】

＜取り組みのポイントや苦労した点、その他＞

- 重要伝統的建造物群保存地区にあることから、外観には殆ど手を入れられなかった。
- 一方、内装については、正座やあぐらが苦手な外国人がくつろげ、かつ和室ならではの目線が維持できるような深く掘り込んだリビングスペースや、シャンデリアを取り入れることにより和洋折衷の空間を作り上げることによって、ターゲットとしている外国人や女性のニーズに応えるような改装を行っている。
- 質の高い顧客サービスを行えるスタッフの確保に苦労している。客単価および収益率を上げることで、質の高いスタッフを好条件で確保する必要があると考えている。
- 改修面では、（建築基準法上の用途変更の確認申請手続きが必要となる）営業面積 100 ㎡を超えないように、利用するスペースを一部縮小した。

＜東北で取り組む上で参考になる点＞

- 瀬戸内ブランドコーポレーションでは、Setouchi Cominca Stays として今後 100 棟の歴史的資源の宿泊施設等としての利活用を目指している。このように単一ブランドで横展開をしていくことで、同じブランドの宿泊施設を結び、周遊するような観光スタイルも期待できよう。



【内子の町並み】



【織の浴室：風呂にこだわる外国人は多いとの調査結果を踏まえた】

事例 4 – MACHIYA-INN

MACHIYA-INN は、かつて酒蔵だった規模の大きな建物を改装した宿泊施設兼コワーキングスペースである。



【間口は狭いが奥行きがある】



【2 階から談話室を見下ろしたところ】

<施設の概要>

- ・ 名称：MACHIYA-INN
- ・ 所在地：滋賀県近江八幡市（近隣には重要伝統的建造物群保存地区あり）
- ・ 当初の用途：酒蔵
- ・ 現在の用途：宿泊施設（MACHIYA-INN）、コワーキングスペース（co-ba OMIHACHIMAN）
- ・ 利活用開始時期：平成 28 年（2016 年）

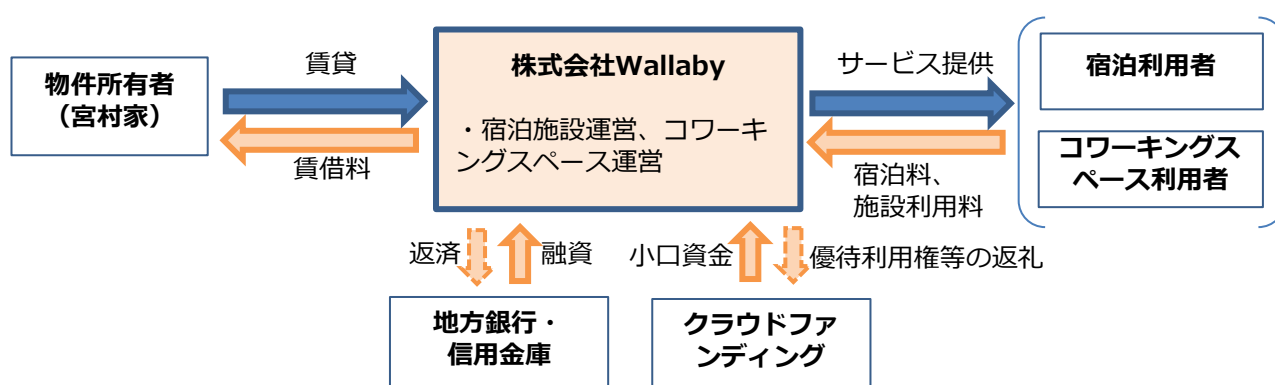
<利活用の主体と取り組みの概要>

- ・ 滋賀県庁職員だった宮村利典氏が、築 100 年以上の酒蔵跡を用いて、宿泊施設とコワーキングスペース（独立して働く個人が、机・椅子・ネットワーク設備などを共有しながら仕事を行う場所）を運営しているもの。
- ・ 建物は不動産業をしていた同氏の親族が保有していたもので、当初はこの建物の保全活動として「まちや倶楽部」という任意組織を組成し、約 6 年間地域の NPO や大学生の活動場所としての提供や、子供向けイベントの開催、さらにはイベント利用者への貸し出し等を行ってきた。
- ・ 県庁を退職した現在は、会社（株式会社 Wallaby）を立ち上げて施設を運営している。
- ・ 宿泊施設にした理由は、建物の元々の姿を保全することができることと、ある程度の単価が稼げるビジネスモデルであると判断したことによる。宿泊施設は 3 部屋で、定員 19 人。
- ・ 一方、2 階の一部を利用したコワーキングスペースは、「この建物をどう使ったら面白いか」を考え、「この周囲で活動する面白そうな人たちが寄ってくる場にしたい」と思ったことによる。
- ・ 建物の 3 階部分も当初はコワーキングスペースだったが、現在は東京の企業に対して期限付きの滋賀オフィスとして賃貸している。
- ・ 1 階の一部には、物販のテナントも入居している。
- ・ 使っていない蔵等も残っており、これらを合わせた建物の面積は約 1,500 m² と規模の大きな施設である。

＜必要資金の調達＞

- 屋根の修復、内装工事等で 3,000 万円程度を要した。
- このうち自己資金で 3 分の 1 程度を賄ったが、残りは地方銀行および信用金庫から借り入れた。
- 金融機関から国の交付金申請の提案も受けたが、地元の自治体側で対応できていなかったことから受けることができなかった。もともと交付金がなくとも改修および利活用は進めるつもりでいたことから、上記の通り借入と自己資金で賄い、事業を進めた。
- その他、什器備品の購入に際しては少額のクラウドファンディングも活用した。その目的は、「地域へのお披露目や PR」。近江八幡の外からも含め、多くの人達から小口の資金が集まり、目的は十分に果たせた。Wallaby では地域クラウドファンディングの滋賀事務局を受託しているが、その経験上、クラウドファンディングを宿泊施設に活用する場合、「これまで宿泊施設がないエリアにつくる」や「歴史的資源を用いた」といった点が支援者を募る際の訴求ポイントの一つになり得ると考えている。

図表 26 MACHIYA INN のスキーム図



（出所）ヒアリングより(株)日本経済研究所作成

＜顧客属性＞

- 宿泊客の多くが日本人。外国人の宿泊客も増加しており、2 割程度。
- コワーキングスペースは、数名の月額契約者と、同じく週に数名の単発での利用者がいる。勉強会の会場として使いたいというニーズも時々ある。
- 宿泊施設とコワーキングスペースのシナジーとして、学生グループの合宿として双方の施設を利用することがある。

＜地域との共生、効果＞

- 宿泊施設では食事の提供をしていない。宿泊客には地域の協力飲食店を紹介しており、新しい人の流れができつつある。近江八幡エリアは従来日帰り中心の観光地であり、他エリアの人が夜に当地で食事をする姿はこれまで見られなかった。
- 周辺に協力してくれる仲間はいる。同世代の地元経営者で親の事業を継いだ人達や、これまで企業に勤めていたが地元に戻り起業した人達。東京や海外へ出て地元に戻ってきた人達もいる。そのうちの数人と共に、2017 年 10 月に Machiya Inn がある酒蔵でマルシェを開催、雨天に関わらず約 1,000 人が来訪した。

＜今後の展開や課題＞

- インバウンドにはまだ力を入れられていないので、そこはまだ伸びしろがあると考えている。他方で多言語表示はまだできていないため、これらの整備や運用のための訓練が必要である。
- 敷地内にかつて酒麴を育てていた室がある。また、かつて仕込水として使われていた地下水も出ている。もともと酒蔵だったことから、今後酒蔵跡地ならではの商品開発も検討している。
- 宮村オーナーは近隣に古民家、洋館やビルを持っており、それぞれ宿泊施設にすることを考えている。複数拠点の運営により、宿泊客へ多様な選択肢を提示できる。



【法規上、採光や排煙等のための天窓設置が求められた】



【コワーキングスペース】



【酒蔵だった名残り（仕込みのための木桶）】



【重伝建地区を含め近隣には古い町並みが残る】

図表 27 MACHIYA INN の持つ二つの機能 イメージ



＜取り組みのポイントや苦労した点、その他＞

- 簡易宿所の許可を取っている。
- 面積が大きいことから建築確認申請（用途変更）を行った。その際建築基準法上の対応に苦労した。古いままの良さを残しながら建築基準法に対応することは難しいと考えている。また、消防法に適合させるため、消防隊が突入できる大きな窓や、排煙設備の設置工事等が必要とされた。
- 消防法と建築基準法では用語や基準が異なり複雑であったと認識している。
- 現在の宿泊施設のプロモーションは、オンライントラベルエージェントのみ活用。

＜東北で取り組む上で参考になる点＞

- 観光客を主対象とした宿泊施設と地域住民を主対象としたコワーキングスペースを併設している事例である。コワーキングスペースの収益性は、宿泊施設に比べれば高くないとも考えられるが、酒蔵はもともと地域の産業や文化の中心的な施設だったこともあり、廃業となった蔵も少なくない東北から見て、このような利活用のあり方は参考になる。
- クラウドファンディングは、プロジェクトによって集まる金額の多寡はあるが、「ファンを作る」、「知ってもらう」といった効果があり、東北で歴史的資源を利活用する場合、銀行やファンドからの資金調達手段と併用することもあるであろう。

事例５－ゲストハウス蔵

ゲストハウス蔵は、まゆ蔵があった古民家をゲストハウスとして運営しているものである。この施設ができて以降、これまで外国人が立ち寄ることのなかった須坂の町に外国人が多く来訪するようになった。



【外観からはゲストハウスとはすぐに分らない】



【ドミトリー（相部屋）】

<施設の概要>

- ・ 名称：ゲストハウス蔵
- ・ 所在地：長野県須坂市
- ・ 当初の用途：まゆ蔵のある築 130 年以上の古民家
- ・ 現在の用途：ゲストハウス
- ・ 利活用開始時期：平成 24 年（2012 年）

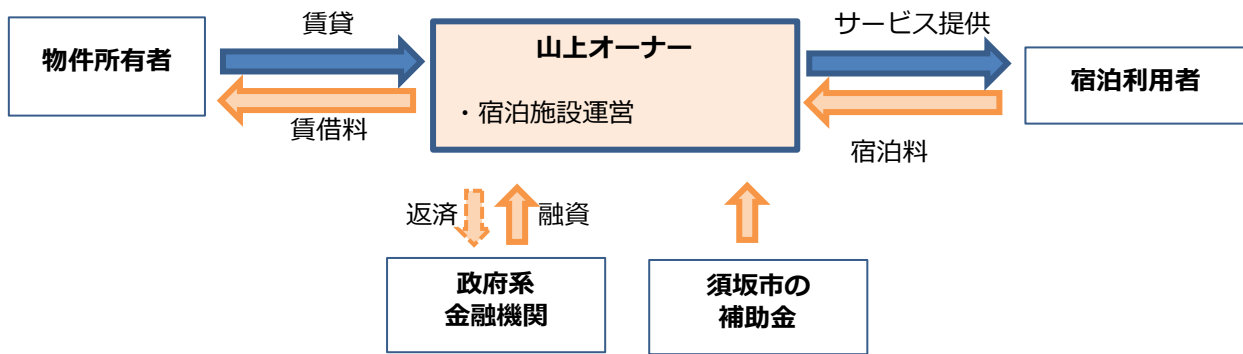
<利活用の主体と取り組みの概要>

- ・ ゲストハウス蔵のオーナーである山上万里奈氏は、国内外で日本語教師をしていたが、事情により飛騨高山の旅館でインバウンド対応の仕事をするようになったことから、訪日外国人の受け皿としての宿泊施設に関心をもち、ゲストハウスの開業を決意。
- ・ 宿泊業態の中でゲストハウスにしたのは、一棟貸しでは収益的に難しいと考えたことと、過度なおもてなしへの抵抗感があったことによる。東京品川のゲストハウスで修業をした後に出身地である須坂市で開業。
- ・ 物件探しは、行政や地元のキーマンに協力してもらい進めた。キーマン作りは重要。
- ・ 日本語教師だった経験を活かして、ゲストハウス蔵において須坂市に住んでいる外国人向けに有償で日本語を教える取り組みも行っている。

<必要資金の調達>

- ・ 改装にかかった費用は総額 700 万円程度。最も費用がかかったのは併設しているカフェ。建築基準法上の用途変更の確認申請手続きが必要となる営業面積 100 ㎡に比してもともと大きかったことから、宿泊施設部分の面積を減らすニーズがあり、カフェとしたもの。カフェ部分は親族に貸して運営を任せている。
- ・ 長野市の善光寺門前エリアで空き家のリノベーションを数多く手掛けている建築家集団からのアドバイスを踏まえ、昔の間取りを活かしている（男女別の相部屋がそれぞれ 1 部屋ずつ、および個室が 1 部屋の計 3 部屋）。かつての家具等はそのまま活用している。
- ・ 資金調達では、政府系金融機関から 300 万円、市の補助金が 180 万円。他に自己資金が 300 万円だった。

図表 28 ゲストハウス蔵のスキーム図



(出所) ヒアリングより(株)日本経済研究所作成

＜地域との共生、効果＞

- 須坂市は善光寺のある長野市と、地獄谷野猿公苑（通称：『スノーモンキーパーク』猿が温泉に入浴することで有名）のある山ノ内町の中間に位置しているが、長野市や山ノ内町と異なり、観光地としては著名でなかったことから、かつては外国人観光客が須坂に降り立つことはなかった。ゲストハウス蔵ができてからは、外国人が須坂のまちを歩く姿が見かけられるようになった。
- ゲストハウスの中にはバー等の飲食提供も行って収入増を図っているところも多いが、山上氏は「まちと共生する」ことを重視し、素泊まりに徹している。
- ゲストが飲食のためゲストハウスの外に出れば地域も潤うし、ゲストも旅の思い出を作ってもらえる。また、地元でイベント等があれば、外国人ゲストの積極的な参加も促し、地元とゲストの相互交流に努めている。
- これまで外国人の受け入れを行ってこなかった市内の飲食店で外国人客の対応に苦慮することがないよう、山上オーナーは、地元飲食店向けに英語メニューを作成し、無償で提供している。このメニュー作りが一例であるが、オーナーは、ゲストハウス＝ゲスト＝地元飲食店それぞれの満足度向上やコミュニケーション強化を意識した取り組みを行っている。



【カフェを併設（親族が運営）】



【近隣にはかつて製糸業で栄えた名残が見られる】

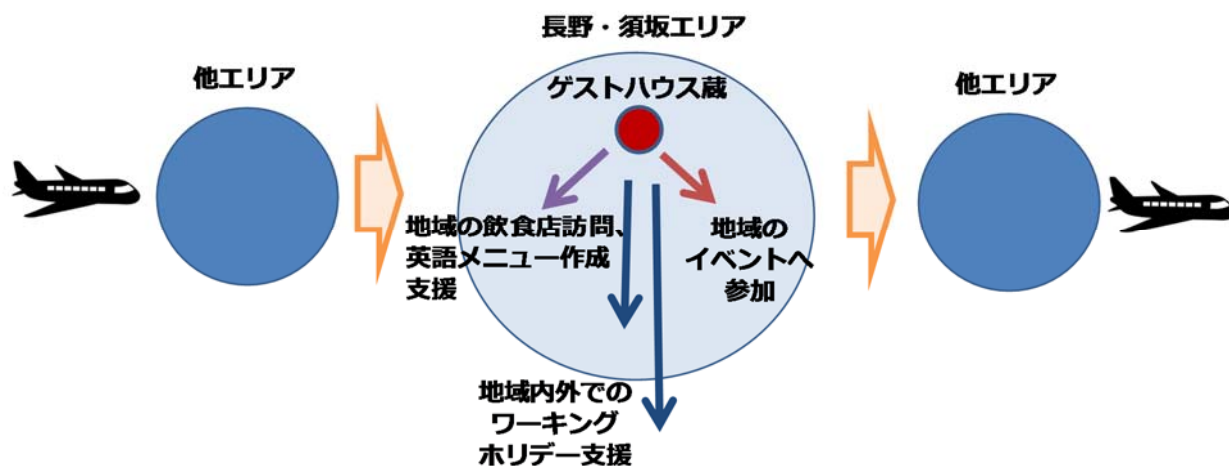
<今後の展開や課題>

- ゲストハウスとは異なるターゲット層を相手とした異なるタイプの宿泊施設を併せて手掛けてみたい。まずは、ファミリー層をターゲットとした一棟貸しの宿を構想中。
- ワーキングホリデー等を利用して長期休暇を日本で過ごしたい外国人に対し、滞在先（ゲストハウス）・日本語レッスン・働く場（果樹農家）を提供し「日本でのスタートは須坂から！」をテーマに彼らの支援に注力したい。

<取り組みのポイントや苦労した点、その他>

- 外国人が町に出かけて行った際に交流するであろう飲食店や商店など町の人との関係づくり。
- 盆栽師や陶芸家、そば打ち名人など、町に隠れている逸材の発掘とゲストとのつなぎ役。

図表 29 ゲストハウス蔵をハブとした「地域」と「海外」の交流イメージ



(出所) ヒアリングより(株)日本経済研究所作成

<東北で取り組む上で参考になる点>

- 多額の投資で整備したラグジュアリーな宿泊施設は外国人宿泊客にも人気で、高単価設定が可能であるが、贅を尽くした改修投資をしなくとも、コンセプトとストーリー次第で外国人観光客が満足する宿泊施設にすることもできることを示した事例と言える。東北に訪れる外国人観光客はリピーターが多いことを踏まえると、より「ディープな旅」を演出するために、ラグジュアリー層およびバックパッカー層双方に向けて、それぞれのコンセプトで施設整備を進めることが多様なリピーター層の受け入れにつながるであろう。
- ただし、ゲストハウスという業態はホストのパーソナリティやホスピタリティが重要であり、接客力や英語力などある程度の経験を持つ主体による運営が望ましい。

事例6－農家民宿 具座

農家民宿 具座は、農家が運営する宿泊施設（農家民宿）で、築100年を超える納屋を改装して運営している。外国人宿泊客の割合は4割近くとなっている。



【100年を超える古い納屋を改装し農家民宿として運営】



【2階の2部屋がゲストの居室（相部屋）】

<施設の概要>

- ・ 名称：農家民宿 具座
- ・ 所在地：佐賀県佐賀市（旧三瀬村）
- ・ 当初の用途：築100年を超える農家の納屋
- ・ 現在の用途：農家民宿
- ・ 利活用開始時期：平成18年（2006年）

<利活用の主体と取り組みの概要>

- ・ 具座は佐賀県内で第一号の農家民宿で、約2ヘクタールの農地で耕作を行っている。
- ・ 農家として栽培する作物は多岐にわたり、例えば里芋や白菜、ブルーベリー、ハーブ等が多く作られる。
- ・ 築約100年の古い納屋を改装。2階の2室を客間として、1階は共用スペースおよび厨房。トイレと風呂（改修の際に五右衛門風呂を移設）は離れにある。
- ・ オーナーの藤瀬吉徳氏は、子育てが一段落した50歳の頃、体調不良もあり、勤めていた役場を退職。その後農家民宿を開業。若い頃から宿泊には関心があった。
- ・ ゲストは季節に応じて種蒔きや収穫等の農家体験が味わえる。また、屋外でのピザ作り等、農業以外の体験もできる。
- ・ 佐賀市では、特区（「佐賀市ふるさと再見特区」）認定により、農家民宿等における特定酒類の製造免許の要件が緩和されており、具座ではどぶろくの醸造、販売も行っている。

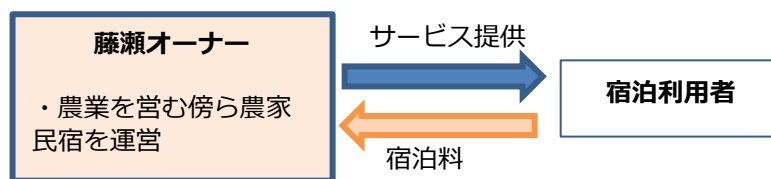
<必要資金の調達>

- 当初は現代建築により建て替えて民宿を行うことも検討したが、オーナー夫人の知り合いで古民家再生に造詣の深い設計士に相談したところ、建て替えてしまうと面白みがなくなると言われ、そのまま改装することとした。
- 傾きの修正や土間板張り工事、厨房設置、囲炉裏設置、階段設置、浄化槽整備等を行った。これらの改修で総額 700 万円程度を要した。
- 当時も農家民宿を開業する場合に様々な補助金制度があったが、オーナー藤瀬氏が役場の OB だったことや、軌道に乗るか自信がなかったこともあり、補助金申請はせずに改修には全て自己資金を充てた。
- 古い雰囲気を残した改修よりは建て直した方が安く済むと職人からは言われた。
- 全国の農家民宿で古民家を活用しているところは少ない。宿泊客から口々に、具座の造りは印象に残ると言われる。内装には、他の旧家等に用いられていた古材も多用している。

<顧客属性>

- 平成 28 年（2016 年）は、年間 500 人程度の宿泊者数のうち約 100 人が外国人。平成 29 年（2017 年）通年では恐らく 200 人程度が外国人となろう。外国人には日本の古い農家の雰囲気が受けている。
- 多いのは韓国、香港、台湾。少しずつ欧米の人も増えてきた。アジアの人は旧正月や冬期に多く来る。冬場は自分たちの農作業が閑散期で対応しやすい。またこのシーズンは日本人客が少ない時期なのでありがたい。
- 海外からの予約は、以前は電話での受け付けも多かったが、現在は Facebook のメッセージを経由した受付にほぼ限定している（ネットの翻訳機能を活用している）。
- 具座に翻訳機は設置していないが、海外の人は翻訳機を持参することも多い。
- オーナー夫婦は英語が得意ではないが、外国人客にとって身振り手振りのコミュニケーションはいい体験になっている筈。英語はできるのが望ましいのだろうが、できなくても問題ない。
- 料理は日本の田舎料理をアレンジせずに提供しているが、意外にそれが評判よい。

図表 30 農家民宿 具座のスキーム図



※全額自己資金で改装

（出所）ヒアリングより(株)日本経済研究所作成

<地域との共生、効果>

- 海外を含めて様々な人が来ることで、地域の人達にとって「このような田舎であっても海外からも人が来ており、実は魅力のある地域だ」という誇りにつながっている。
- 集落の人に手伝ってもらうことはあまりないが、地元のイベントに宿泊者を連れて行くこと等はある。

<今後の展開や課題>

- 具座ではきめ細やかなサービスを大切にしているが、現在のオーナー夫婦だけの体制では、宿泊者数をこれ以上増やすことは難しい。
- スタッフを増やすにしても、パート社員ではきめ細やかなサービスの提供は難しい。子ども達が継いでくれるのがいいのだが、それが叶わなければ、個人経営ではなく集落が協力して運営することも選択肢に入ってくる。
- 田舎料理を作るのは実は難しい。スタッフを容易に増やせない一因もそこにある。

<取り組みのポイントや苦労した点、その他>

- 農家民宿であっても簡易宿所の許可を取っている。役所への申請関係で細かい指摘は多かった。
- 建築基準法上の用途変更の確認申請手続きが必要となる営業面積 100 m²を超えると対応も大変になるという意識があり、そこが気がかりであった。
- 宿泊者とオーナーの距離感が近いのが具座の特徴。毎回の宿泊者それぞれについて、オーナー夫人が手書きで細かくメモを残している。どのような料理を出したか、何を話したか、どのような体験を提供したか等。リピーター客に前回訪れた際の話をするとても喜ばれる。これはホテルや旅館にはできないサービスだと考えている。

<東北で取り組む上で参考になる点>

- 農家民宿は、造作等を大きく改修しなくともありのままに近い状態で運営できるメリットがある。東北各地には、様々な作物を栽培する農家が多く存在していることから、特色ある農家民宿を運営する機会は多いと思われる。近代風の建築物ではなく古民家等の歴史的資源を活用することで、よち外国人観光客を惹きつけることが可能となろう。
- 多言語対応が参入の障壁となっている可能性もあるが、インターネットの翻訳機能等の活用により外国人宿泊客とコミュニケーションを図ることは十分にできる。ただし、ゲストハウスも同様であるが、ホストとゲストの距離を密にしたホスピタリティがポイントであるといえる。



【ゲストは畑で様々な作物の収穫体験等ができる】



【五右衛門風呂（改修時に移築）は外国人にも人気】

事例 7 – ONOMICHI U2

ONOMICHI U2 は、戦時中に建てられた海運倉庫跡を、ホテルやレストラン、ショップ等の入る複合施設として活用しているものである。公民連携事例でもある。



【現在も海運倉庫当時の趣を残す外観】



【尾道水道に面している】

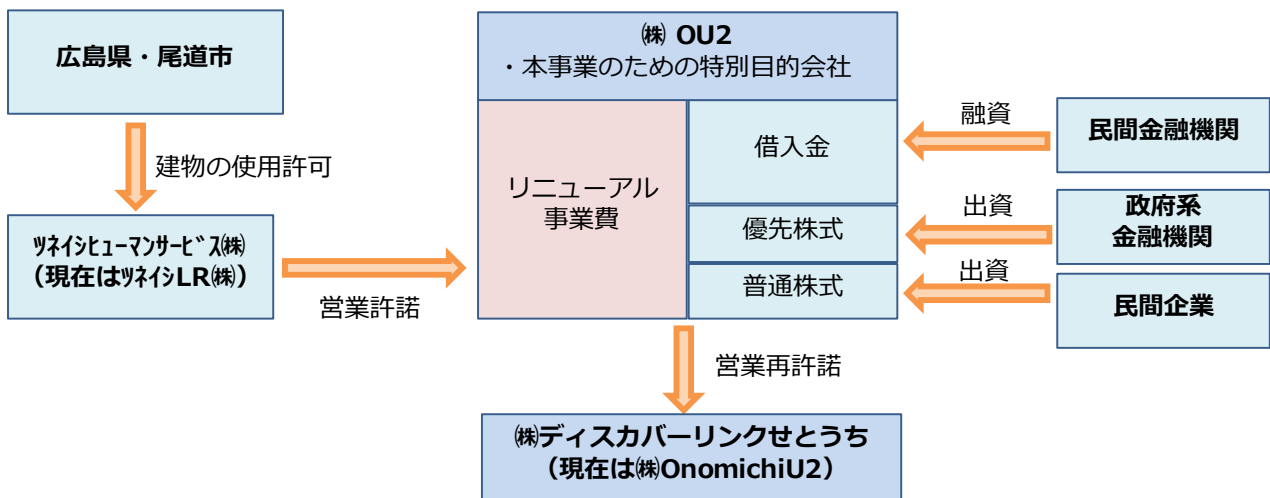
<施設の概要>

- 名称：ONOMICHI U2
- 所在地：広島県尾道市
- 当初の用途：昭和 18 年（1943 年）に作られた海運倉庫（県営上屋 2 号倉庫）
- 現在の用途：ホテル、レストラン、ショップなどが入った複合施設
- 利活用開始時期：平成 26 年（2014 年）

<利活用の主体と取り組みの概要>

- 県が所有し市が管理していた海運倉庫について、利活用提案が公募され、地元企業の株式会社ディスカバリーリンクせとうち（現在は株式会社せとうちホールディングスの事業部化）が複合施設への転用を提案し、同案が採用されたもの。ホテル（計 28 室）のほか、レストラン、バー、ベーカリー、サイクルショップ等が入っている。
- 上物と底地それぞれを現在も県が保有しており、毎月定額で株式会社 OnomichiU2（旧株式会社ディスカバリーリンクせとうちが分社化した運営会社）が 5 年間の賃貸借契約に基づき賃借している。
- 旧株式会社ディスカバリーリンクせとうちは、瀬戸内エリアに事業と雇用を創出する目的で設立され、歴史ある建物を再生して宿泊施設として提供する『せとうち 湊のやど』、尾道の暮らしや文化を体験しながら働けるシェアオフィス・コワーキングスペース『ONOMICHI SHARE』、江戸期を経て建物を再生した鞆の浦の鯛味噌専門店『鞆 肥後屋』等、様々な取り組みを行っている。

図表 31 ONOMICHI U2 のスキーム図



(出所) ヒアリングより(株)日本経済研究所作成

<必要資金の調達>

- 県は約 3 億円をかけてインフラ（耐震改修やライフライン、空調）を整備している。
- 建物の中にカプセルを嵌め込んだようなホテル部分をはじめ、内装全般は事業者である株式会社 OnomichiU2 により改修されている（金額非公表）。

<顧客属性>

- 宿泊者数の 3 割程度は外国人。
- 全宿泊者の 3 割近くが自転車を自分で持ち込むか、ないしはこの施設でレンタサイクルをしてサイクリングを楽しんでいるが、他の施設で自転車を借りる宿泊客も一定数いることから、サイクリストである宿泊者はもっと多いと推定される。

<地域との共生、効果>

- 従業員が約 90 名おり、地元の雇用促進につながっている。
- レストランやベーカリー等は宿泊客だけでなく地元住民の利用も多い。
- 地域の交流の場として、多くのイベントがこの場所で開催されている。



【倉庫の中にホテルが入った造り】



【自転車を掛けられるラックが部屋の壁に付いている】

<今後の展開や課題>

- 今後も特徴的なハードの魅力だけで高い稼働率が持続するとは考えていない。かたちがあるものを提案するだけでなく、「尾道＝自転車のまち」というイメージが広がるよう、自転車カルチャーを提案していきたい。そのために今後、地元企業とタイアップして尾道発の自転車を発売することを企図している。

<取り組みのポイントや苦労した点、その他>

- 施設としての最大の特徴は、地域で展開されるサイクリングや、土地に育まれてきたモノ・コトを活かした商品サービスの開発・提供であるが、これらコンテンツは時として「売り上げを取る」という企業活動に直結し得ない。「最大の特徴（強み）をマーケットに対してどうプレゼンテーションし、商品サービスに落とし込むことができるか」、かたや「事業継続のための安定的な収益を、確実に且つスピード感よく確保するための手段は何か」という2軸を同時に推進するためのバランス取りには常に注意を払っている。

<東北で取り組む上で参考になる点>

- 本件は、行政が保有する大型遊休施設（旧海運倉庫）を公民連携のかたちで複合施設にした事例である。東北では公民連携の実績が多くないが、今後広域で観光を推進するためには、観光拠点形成に貢献している本事例同様の取り組みが進むことを期待したい。
- 「しまなみ海道（中国側の尾道と四国側の今治を結ぶ自転車も通れる海峡横断道）でのサイクリング」という地域のコンテンツに合わせ、宿泊施設のターゲットやコンセプトを明確にしている。「地域コンテンツ」に合わせた「施設作り」の結果、両者の相乗効果が現れているようである。東北にも特色のある「地域コンテンツ」が多数存在するので、コンテンツにあわせてターゲット等を明確にした複合施設作りは参考になる。



【大手の自転車ブランドが入居している】



【レストランやカフェ、ベーカリーは地元の人の利用も多い】

事例 8－オーベルジュ豊岡 1925

オーベルジュ豊岡 1925 は、かつて銀行の支店、さらに市役所別館として使われていた建物を改修して、ホテルやレストラン、ウェディング施設等に利活用しているものである。公募で選ばれた民間事業者が市に事業コンセプトを提案し、市が改修した上で、指定管理者として当該事業者が運営している。



【銀行および行政の機能を担っていた建物】



【1 階の大ホールにはお菓子のディスプレイ（円形）も鎮座】

<施設の概要>

- ・ 名称：オーベルジュ豊岡 1925
- ・ 所在地：兵庫県豊岡市
- ・ 当初の用途：旧兵庫県農工銀行豊岡支店、その後、旧豊岡市役所南庁舎別館として利用
- ・ 現在の用途：オーベルジュ（「泊まれるレストラン」業態）、ウェディング
- ・ 利活用開始時期：平成 26 年（2014 年）

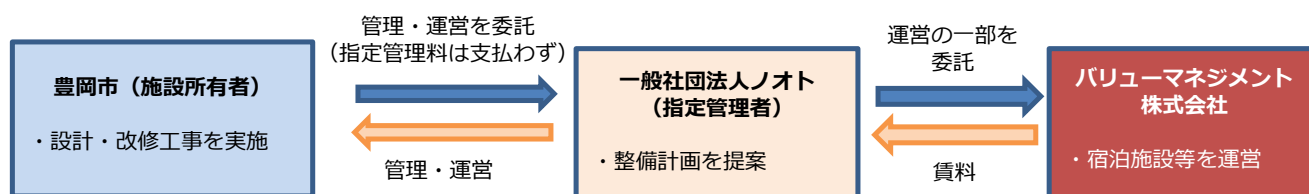
<利活用の主体と取り組みの概要>

- ・ 大正 14 年（1925 年）の北但大震災の復興建築物として昭和 9 年（1934 年）に建築された、国登録有形文化財でもある銀行跡を活用した、但馬地域の食材にこだわったフランス料理が楽しめるオーベルジュであり、ホテル、カフェレストラン、スイーツショップ等が入居している。大人数のパーティやウェディングも行われる。
- ・ 市の公募に応じて、一般社団法人ノオト（兵庫県篠山市）が事業コンセプトを提案し、これに基づいて市が公費で実施設計と改修工事を実施。その上でノオトを指定管理者に指定している。
- ・ この方式をノオトは「活用提案型指定管理方式」と呼んでいる。指定管理者としては、事業提案に沿うかたちで行政により施設が改修されるので、収益事業につなげることができる。また行政の側でも、施設を保有するための維持コストがかからないだけでなく、指定管理者による運営がうまくいった場合に利益の一定割合の配分を受けることも期待できる。
- ・ ノオトが指定管理者に選定された理由としては、市 HP によれば、「(1)建物の価値を最大限に引き出し有効活用する具体的な提案であったこと」、「(2)菓子のブランド戦略について明確なビジョンを持ち、豊岡を代表する銘菓開発についても熱意と実現性があったこと」、「(3)地域課題を解決する取り組みに関して多くの実績があり、地方からの情報発信についても質の高いノウハウを有していること」等が挙げられている。
- ・ 同様の方式は、朝来市の酒蔵跡を改装した「旧木村酒造場 EN（エン）」でも採り入れられている。
- ・ オープン当初はノオト自身がホテル運営を行っていたが、平成 27 年（2015 年）より、歴史的資源の運営実績が豊富なバリューマネジメント株式会社に運営を委託している。

<必要資金の調達>

- 基本設計および改修工事を含む総事業費は、約 1 億 9,600 万円であり（豊岡市資料より）、公費で負担。
- ノオトも改修工事費の一部と什器備品費を負担。

図表 32 オーベルジュ豊岡 1925 のスキーム図



（出所）ヒアリングより(株)日本経済研究所作成

<顧客属性>

- 現時点では、外国人客は多くない。
- 日本人は近畿圏在住の 30～40 代の人が多い傾向がある。
- オーベルジュであるため食を旅の目的にしている顧客が多い。
- 平日はビジネスでの利用ニーズもある。

<地域との共生、効果>

- 音楽イベントや婚活イベント、料理・お菓子教室等の実施を通じて、地域住民との交流を図っている。
- バンケットホールでは地元企業のパーティなどの利用も多い。
- ウェディングや結納等ができることで、地域の方々のハレの日に利用できる施設となっている。

<今後の展開や課題>

- 市内の中嶋神社には、お菓子の神様・田道間守命（たじまもりのみこと）が祀られていることもあり、コンセプトである「お菓子をテーマにした賑わい拠点施設」としての集客とオーベルジュ豊岡 1925 の事業の相乗効果をいかに生み出していくか。
- 城崎温泉や出石等豊岡市内の観光地と豊岡駅周辺の賑わいをどう接続させていくか。
- 豊岡市全体としての魅力発信を進めていきたい。

＜取り組みのポイントや苦労した点、その他＞

- 文化財を公民連携で活用する新たな取り組みとして注目される。
- 指定管理期間が5年となっているが、指定管理者にも一定の初期投資を求めるスキームであるため、事業性を高めるためには、指定管理期間をもっと長期とすることが望ましいと考えられる。
- 事業者選定プロセスの改善など、PPP手法としての確立が期待される。
- 情報発信のチャンネルが少なく、地域への認知拡大に時間がかかった。特にウェディングにおいては、口コミなどの効果が大きいエリアで有るがゆえに特に時間がかかる。
- 行政の施設であるため、行政や地域との連携・信頼関係は特に重要である。

＜東北で取り組む上で参考になる点＞

- 行政が所有する大型の文化財施設は、維持費がかかる一方で収益を生み出すことは必ずしも多くない。本件は、「活用提案型指定管理方式」により、施設を所有する行政、指定管理者ともにメリットのある方式を採用した。東北においても公民連携の一手法として検討する価値があろう。
- 豊岡は宿泊観光地ではなかったが、この施設ができたことにより宿泊客が増え、さらにレストランやウェディング施設を併設したことにより地域住民も訪れることにもなり、観光客と住民相互の結节点的な役割を持つ施設となっている。民間だけの投資で運営する施設であれば収益率の高い宿泊事業に特化した可能性もあったが、公民連携事業としたことにより、地域へも配慮した施設となっている。



【シンプルだが趣のある居室（計5部屋）】



【近隣にあるカバンストリート】

(2) 事例の整理

- ❖ これまで見てきた事例を整理すると以下のとおり。
- ❖ 東北は広く、様々な歴史的資源が散在していることから、これらの事例が参考となる点が多いであろう。

図表 33 事例の整理（その1）

名称	形態	立地	人員体制
篠山城下町ホテル NIPPONIA	5棟の町家等を改修して、それぞれ宿泊施設等として利活用。	重要伝統建造物群保存地域を含む旧城下町。	運営会社の社員10名程度と、パート、アルバイト20名程度で運営。玄関帳場（フロント）のあるONAE棟に多くを配置。
箆庵および桃源郷 祖谷の山里	計9棟の古民家を改修して、それぞれ宿泊施設（一棟貸し）として利活用。	重要伝統建造物群保存地域を含む山村集落。	運営会社のスタッフ4名に加え、調理、清掃等の地元の協力者が20名強登録。両集落にある事務所にスタッフが常駐。
Setouchi Cominca Stays 織・久	2棟の古民家を改修して、それぞれ宿泊施設（一棟貸し）として利活用。	重要伝統建造物群保存地域である、木蠟生産で栄えた在郷町。	運営が同じ他2棟の宿泊施設やまちの駅と合わせて、7名程度で運営。
MACHIYA-INN	元酒蔵を改修して、宿泊施設（部屋貸し）およびコワーキングスペースとして利活用。	重要伝統建造物群保存地域に近接した商業で栄えた町。	オーナー（運営会社社長）とパートスタッフで運営。
ゲストハウス蔵	まゆ蔵のある元商家を改修して、ゲストハウス（相部屋中心）として利活用。	生糸作りで栄えた旧商業地。	オーナーおよびパートスタッフの2名で運営。
農家民宿 具座	農家の納屋を改修して、農家民宿（相部屋中心）として利活用。	中山間地。	オーナー夫婦で運営。
ONOMICHI U2	海運倉庫跡を改修して、ホテル、レストラン等の複合施設として利活用。	港湾地域。	90名程度のスタッフで各施設を運営。
オーベルジュ豊岡 1925	銀行跡を改修して、ホテル、レストラン等の複合施設として利活用。	昭和初期の復興建築群が残る商店街。	運営会社のスタッフおよび地元採用のスタッフを含め10名強で運営。

（出所）ヒアリングより(株)日本経済研究所作成

図表 34 事例の整理（その2）

名称	改修、運営の主体	購入、改修資金の調達	特徴的な取り組み
篠山城下町ホテル NIPPONIA	「地元の事業者」が改修をして、「域外の事業者」に運営を委託。	◆ファンドからの出資 ◆地方銀行からの借入（ほぼ民間資金で整備）	◆開発と運営の分離 ◆分散型開発（城下町全体を一つのホテルと見立てるコンセプト）
簾庵および桃源郷 祖谷の山里	「地元の事業者」が改修をして運営（簾庵）。行政が改修をした上で、「地元の事業者」へ管理運営を委託（桃源郷）。	◆地方銀行からの借入（簾庵） ◆行政による改修（桃源郷）	◆公民連携の取り組み（桃源郷）
Setouchi Cominca Stays	「広域DMO」がサポートの上、「地元のNPO法人」が改修および運営。	◆国、町の補助金 ◆ファンドからの出資 ◆地方銀行からの借入	◆広域DMOが資金調達、事業計画やマーケティング等をトータルでコーディネート
MACHIYA-INN	オーナーが代表を務める「地元の事業者」が改修をして運営。	◆自己資金 ◆地方銀行および信用金庫からの借入 ◆クラウドファンディング	◆観光客向けの宿泊施設と地域住民のためのコワーキングスペースの複合化
ゲストハウス蔵	「地元の個人」が改修をして運営。	◆自己資金 ◆政府系金融機関からの借入 ◆市の補助金	◆昔のままの間取りの利用 ◆近隣の飲食店のための英語メニュー作成
農家民宿 具座	「地元の個人」が改修をして運営。	◆自己資金	◆「あるがまま」を提供 ◆徹底的な顧客密着
ONOMICHI U2	「行政」が公募し、「地元の事業者」が改修をして運営。	◆政府系金融機関からの出資 ◆地方銀行からの借入	◆コンセプトの明確化
オーベルジュ豊岡 1925	「行政」が改修の上、「域外の事業者」が指定管理者となり、「域外の運営会社」に委託。	◆行政による改修 ◆指定管理者も一部負担	◆活用提案型指定管理の仕組み

（出所）ヒアリングより(株)日本経済研究所作成

① 形態

歴史的資源の形態は、「古民家」と「その他」に分けられ、さらに古民家の中でも町家、武家屋敷、農家等に分類される。先行する事例の中には、かつて住居であった古民家の宿泊等への利活用事例はもちろんのこと、海運倉庫や銀行といった、人が住む（泊まる）ものではなかった施設をホテル等へ利活用する事例も含まれる。

したがって、古民家だけに目を向けるのではなく、観光客にとって「歴史を感じたユニークな旅ができそう」な施設や「特徴的なビジュアルからSNSを通じた口コミ誘客が期待できる」施設であれば、人が住む（泊まる）ものではなかった施設でも、宿泊をはじめとした観光拠点への転用も選択肢に入るであろう。

② 立地

歴史的資源を宿泊施設等に活用する場合、相応の集客を確保する上で、立地は取り組み可否を左右する大きな要素であると考えられる。事例からは、「駅や主要観光地からのアクセスがよい」、あるいは「同様の町家等が集積したエリアにある」といった点が重要であることが示唆される。

桃源郷祖谷の山里は山村集落に立地しアクセスは悪いものの、多くの古民家が残っている重要伝統的建造物群保存地区の中にある。また、佐賀の農家民宿具座は公共交通機関によるアクセスは必ずしも良くないものの、福岡と佐賀の県境にありレンタカーで九州北部周遊等をする場合にはむしろ至便な場所に立地していると捉えることも可能である。

③ 人員体制

企業が宿泊施設を運営している場合は、地元協力者も含めて10名を超える人員を雇用しているケースが多く、地元での雇用効果は相応にある。

ただし、一般的に宿泊業は人件費が固定的な費用となっているケースが多く、季節等による繁閑に応じて人件費を変動費化する工夫も必要であろう。

また、小規模なゲストハウス等においては、オーナーにパートスタッフを加えただけといった少人数での運営を行っているところもある。食事を提供しない（泊食分離）コンセプトとするのであれば、それも可能であろう。

④ 改修、運営の主体

改修および運営の主体も様々である。

「個人（その個人が立ち上げた企業の場合も含む）」が行う事業の場合は、当該個人が改修と運営の双方を実施しているケースが多い。大規模物件や複数物件の場合は、改修と運営の主体が異なる事例も多く見られる。

行政が保有する歴史的資源を利活用した事例では、一般事業委託と指定管理者制度のいずれの事例もあるが、指定管理者制度は一般的な業務委託制度と異なり、利用者が支払う金額が増えるほど受託する指定管理者の収入増につながり、施設の魅力を高めようとするインセンティブが働くため、施設利用者の増加が地域への観光消費額増加につながる等の波及効果が見込まれる場合には、指定管理者制度の活用は有効と思われる。

図表 35 指定管理者制度と業務委託制度の違い

	業務委託	指定管理者制度
法的性格	【私法上の契約関係】 契約に基づく事務、または業務の執行の委託。	【管理代行】 議会の議決を経て、管理の主体を「指定」する行政処分。「指定」により公の施設の管理権限を「指定を受けた者」に委任。
契約期間	1年ごとに契約更新	原則として複数年
公の施設の管理権限	設置者たる地方自治体が有する。	指定管理者が有する。 ※「管理の権限」「業務の範囲」等は条例で定めることが必要。
施設の設置者としての責任	地方自治体	地方自治体
利用者負担金	受託者は自らの収入とすることはできない。	指定管理者が自らの収入とすることができる。 条例で定める範囲内で料金設定が可能。

(出所) (株)日本経済研究所作成

⑤ 購入、改修資金の調達

事例の中には、行政が改修を行った上で事業者運営に委ねる場合も含まれているが、多くの事例では開発ないしは運営を行う事業者が費用を負担して改修を行っている。

物件の購入や改修に際しては、運営開始前の段階で多額の資金負担が必要となることが多い。返済の可否と返済のタイミングのバランスが重要となる。

返済負担を少なくするために、返済の必要がない補助金・交付金を活用するケースもあるが、通常は事業総額の一定割合しか補助金・交付金で賄えないことから、その他は自己資金ないしは外部からの調達となる。

金融機関等から調達を行う手段としては、シニアローン（いわゆる通常の銀行借入）のほか、優先株式、劣後ローン（劣後債）といった、シニアローンと普通株式の中間的な性質を持つ資金（メザニンという）があり、観光関連等のファンドが主な提供者となっている。それぞれの調達手法は、返済のタイミングや担保の有無、調達コスト等が異なることから、バランスよく組み合わせることも検討したい。

また、クラウドファンディングを活用して資金を取り入れた事例もある。クラウドファンディングは一般に小口資金を多数の個人からインターネット経由で集める手法であるが、その中でもリターンの有無等で幾つかの類型に分けることができる。クラウドファンディングは、資金調達としての目的に加え、施設のPRをしてファンを作る効果も期待できることから、これらの活用も考えられる。

(3) 歴史的資源利活用のビジネスモデル

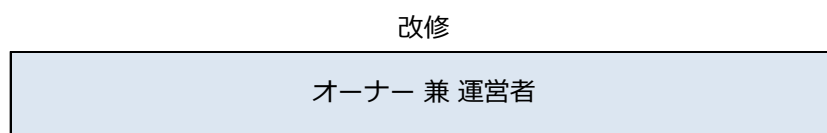
- ❖ 歴史的資源を活用するビジネスモデルのうち、「所有」と「運営」に着目すると、概ね 5 つ程度に分類することができる。
- ❖ どの方式を選択すべきかは、物件、所有者、立地エリア、事業内容等の要素により変わりうる。

図表 36 歴史的資源の利活用においてよく見られるビジネスモデル例

パターン：Ⅰ

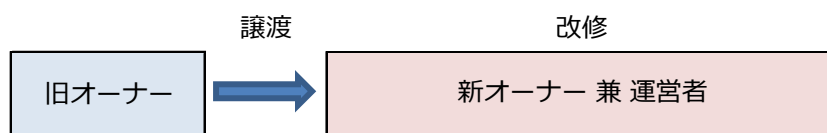
オーナー自ら改修し事業を運営

例) 農家民宿 具座



パターン：Ⅱ

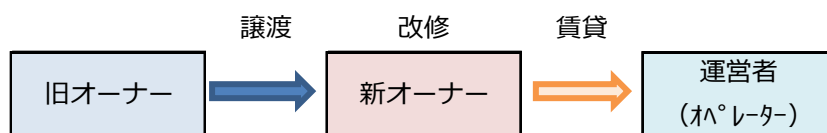
新オーナーが取得の上、改修して運営



パターン：Ⅲ

新オーナーが改修後、運営者へ賃貸

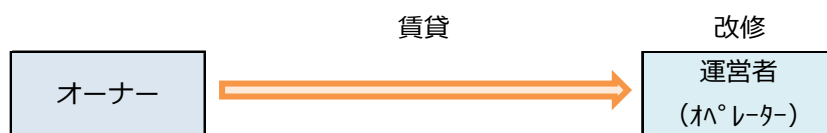
例) 桃源郷祖谷の山里、ゲストハウス蔵



パターン：Ⅳ

オーナーが運営者へ賃貸

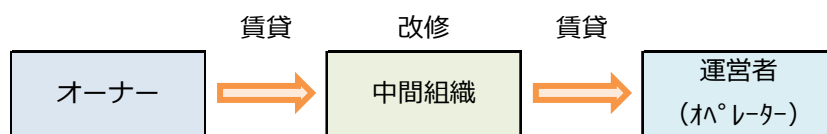
例) 庵、Setouchi Cominca Stays「織」「久」、
MACHIYA-INN、麓庵



パターン：Ⅴ

中間組織が賃借した物件を運営者へ転貸

例) 篠山城下町ホテル NIPPONIA、
オルベージュ豊岡



(出所) (株)日本経済研究所作成

先行事例で挙げたように、歴史的資源の利活用には、様々な形態が見られる。

まず、もともと所有していたオーナーが自ら事業を行う（運営者への賃貸も含む）のか、或いは新たなオーナーに物件を譲渡するのか、という点で整理される。

また、物件を「所有」をしている主体が自ら「運営」まで行うのか、或いは「所有者」が「運営者」に運営業務を委託するのか、という点でも整理ができる。

これらの点で整理すると、歴史的資源の利活用に係るビジネスモデルの多くは、概ね上記の各パターンに分類することができる。

なお、どの方式を選択すべきかは、物件、所有者、立地エリア、事業内容等、様々な要素によって変わるものであり、絶対的な解や優劣はない。

(4) 先進事例から東北に学ぶこと（まとめ）

本調査で紹介した先行事例の8つから、東北での参考になり得る点を以下の通り4点にまとめた。

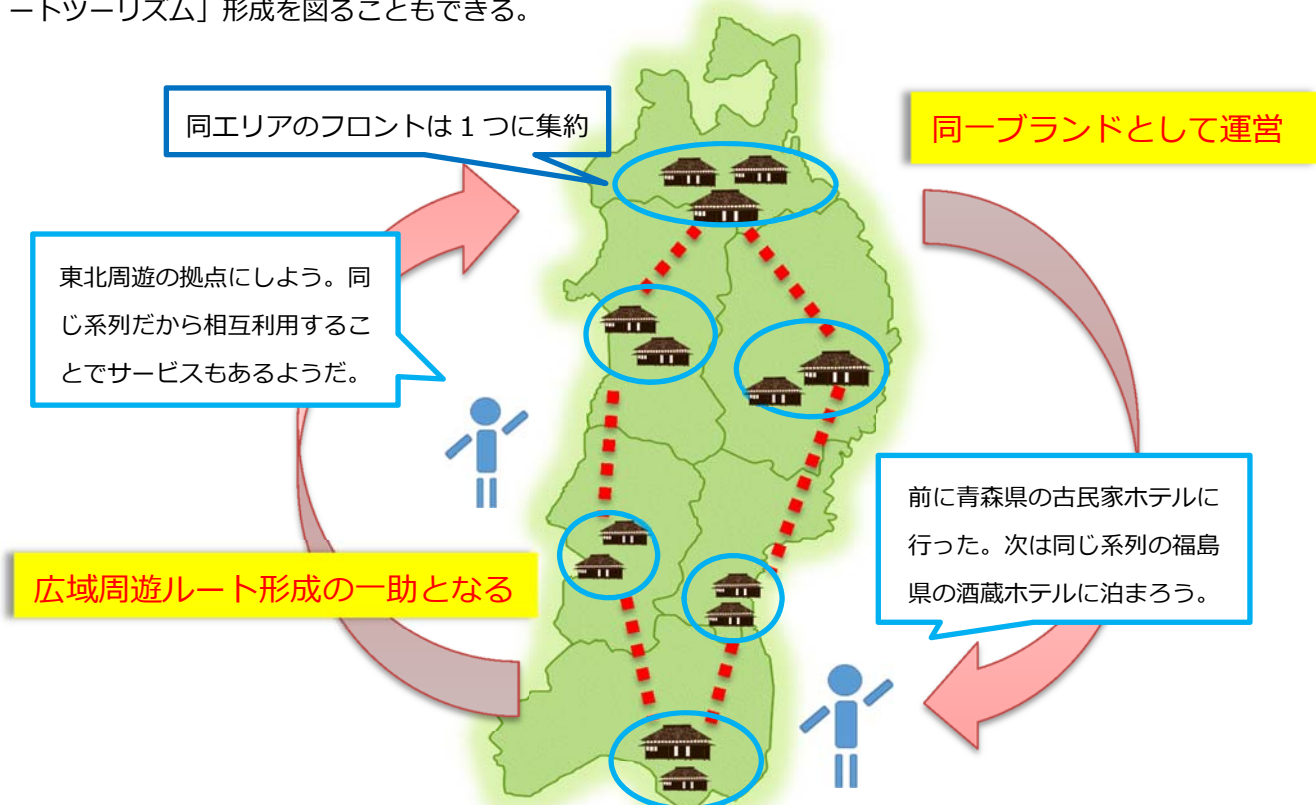
① 東北の歴史的資源をつなぐ —「ルートツーリズム」と「アルベルゴ・ディフーズ」—

参考事例) Setouchi Cominca Stays、篠山城下町ホテル NIPPONIA

面積の広い東北地域において、歴史的建造物が密集している地域は必ずしも多くはなく、同一エリアにおいても車での移動が必要なケースや、広域エリアに点在するケースが多いと思われるが、この場合、Setouchi Cominca Stays のように、広域に点在する歴史的資源を同一ブランドで結ぶことで、県を跨いだ連携やルート形成の一助となる運営が可能になる。

ヨーロッパでは、文化財等を活用した複数の宿泊施設を同一ブランドで結ぶ手法が見られ、例えばスペインでは古城、貴族の館や修道院などの文化財を改修した宿泊施設が「パラドル」という1つのブランドとして結ばれており、スペイン各地におおよそ90箇所以上点在している。このパラドルは、スペイン国内を長期で周遊する際の移動拠点として用いられることもあり、点在する文化財を線で結ぶことが可能になることに加え、長期滞在や広域周遊を促すことができる。ここでは、宿泊施設の事例としてあげているが、もちろんレストランやカフェなどでも応用することができよう。

また、篠山城下町ホテル NIPPONIA のように、同エリア内に複数の古民家が集積しているケースにおいては、エリア全体があたかも1つのホテルのように滞在できるイタリアの「アルベルゴ・ディフーズ (Albergo Diffuso)」という概念が参考になろう。この「アルベルゴ・ディフーズ」とは、直訳すると「広域、分散型ホテル」という意味であるが、「集落内に点在する空家」を宿泊施設として再生利用するとともに、集落全体をホテルと見立てた地域経営の仕組み（公益社団法人日本都市計画学会『都市計画報告集 No.14』より）のことを指す。NIPPONIA の事例では、エリア内に共通のフロントが1箇所あり、そこから一棟貸しの宿泊施設等へ宿泊客が散っていく。食事の出し方は様々だが、工夫次第で食事のみならず様々な目的で宿泊客はエリアの中を回遊することになり、滞在時間も増え、地域に落ちるお金も増える。そして、この「アルベルゴ・ディフーズ」を結んだ周遊ルートを更に結び「ルートツーリズム」形成を図ることもできる。



② 域内住民の巻き込みを強化し、域外だけでなく域内住民もターゲットとする

参考事例) MACHIYA INN、オルベージュ豊岡 1925、ONOMICHI U2

歴史的建造物の活用において、地域との共生は欠かせないポイントであるが、先行事例の中には特に域内住民の巻き込みを積極的に行い、住民たちのコミュニティスペースや憩いの場として活用されている事例がみられた。

平日の入れ込みや安定的な稼働を確保する上では、県外や海外など域外からの誘客を視野に入れながらも、域内住民への巻き込みを同時に行うことが重要になる。



③ 秘境の地を活用し、ディープな日本文化を提供する

参考事例) 簾庵（ちいおり）及び桃源郷祖谷の山里、農家民宿 具座

東北地域の魅力の1つとして、都市部では体験できないような秘境感を味わえるという点が挙げられることが多いが、そのような体験の提供の場として歴史的建造物を活用することは、多いに効果的であろう。この場合は、訪日外国人からの人気が高いのも特徴で、実際に簾庵（ちいおり）では全体の55%、農家民宿 具座でも、20~30%程度を外国人の利用者が占めている。

一方、このタイプを宿泊施設として活用する場合、課題として挙げられるのが食事の提供方法である。歴史的建造物を宿泊施設として経営する場合、敢えて泊食分離型を採用し、隣接する飲食店へ誘導するケースも多い。しかし、秘境の地を売りする場合、近隣に飲食店がないこともあるため、自前で提供する場合はいかにその土地において持続的な飲食の提供が可能であるか（シェフの継続的な雇用等）が課題となる。



④ 既存の観光コンテンツや産業との連携・磨き上げを図る

参考事例) ONOMICHI U2、農家民宿 具座

歴史的資源の利活用にあたり、既存の観光コンテンツや地域の特色ある産業と連携することにより、域内住民の参加や観光客との交流を促すことが可能である。農村地域では、地域の人々との触れあいを通じた「農家体験」や「農泊」との親和性が高く、平成29年3月に閣議決定された「観光立国推進基本計画」においても「農山漁村滞在型旅行をビジネスとして実施できる体制を持った地域を平成32年までに500地域創出する」という政策目標が位置づけられている。東北ならではのコンテンツと融合させることで、既存の伝統文化などをより一層磨き上げ、他地域との差別化を図ることも可能であろう。

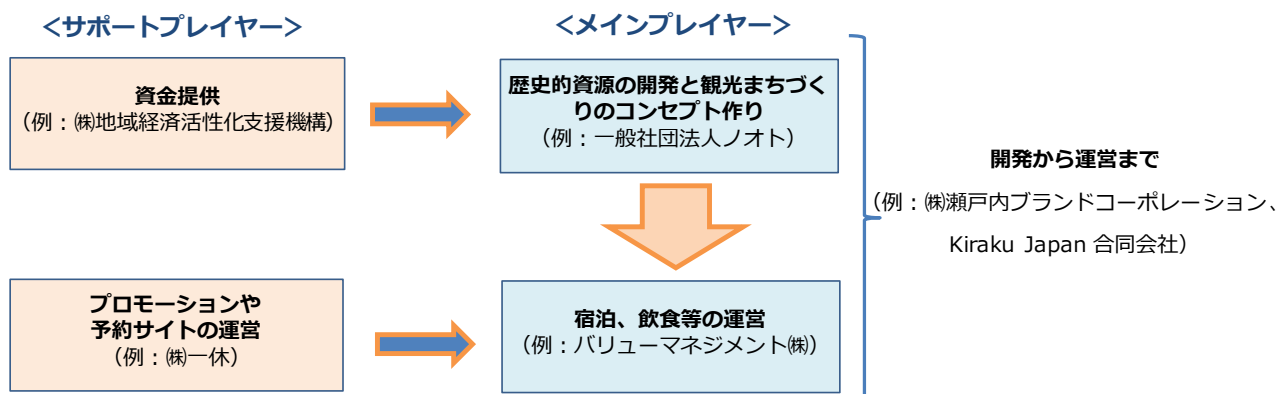
6. 事業者ヒアリング

本調査では、歴史的資源を直接利活用しているメインプレイヤーおよびそれを支えるサポートプレイヤーにヒアリングを行った。

次ページ以降では、これらのヒアリングにおいて指摘があった事業に取り組む上で乗り越えるべき課題や、東北における歴史的資源の利活用に関するポテンシャルや課題等を紹介している。

東北では歴史的資源の利活用が進んでいないと指摘されるが、取り組みを検討する上で、示唆となる点も多いと考えられる。

図表 37 メインプレイヤーとサポートプレイヤー



(出所) (株)日本経済研究所作成

事業者ヒアリング 1－一般財団法人ノオト

<組織の概要>

- 名称：一般財団法人ノオト
- 所在地：兵庫県篠山市
- 代表者：金野幸雄 代表理事（ヒアリング先：同氏）
- 事業開始時期：平成 21 年（2009 年）

<歴史的資源に関する主たる取り組み>

- ノオトは、不動産デベロッパー事業と同様に、歴史的資源を選定し開発している。一方、開発した施設におけるホテルやレストラン等の運営は、長けた他者へ委託している。
- 物件や関係者の状況に応じて様々な手法を用いている。オーナーから購入した物件を「転売」する方式や、賃貸した物件を「サブリース」に出す方式もあれば、資金調達やノウハウ提供をノオトが担い、宿の運営を集落住民等が担当する「地域運営方式」もある（集落丸山が代表的な実績）。行政が所有する物件であれば「活用提案型指定管理方式」となり、オーベルジュ豊岡 1925 はその代表例。篠山城下町 NIPPONIA は「ファンド方式」。
- 今後はオーベルジュ豊岡 1925 のように自治体が保有する文化財等の活用可能性を感じている。行政がイニシャルの改修費負担をして民間に運営を任せる「官設民営」から、民間がイニシャルも負担する「コンセッション」等多様な手法が想定できる。

<歴史的資源の利活用に関するポテンシャルや課題>

- 課題はデベロッパー人材の育成。既存のデベロッパーがこのような事業に携わることや、ノウハウを持っている人が地方に来る、素人が勉強する等が考えられる。
- さらに、全国展開に伴って、建築関係の職人、料理人、ランドオペレーター等も地方で必要。

<東北における歴史的資源の利活用に関するポテンシャルや課題>

- 残念ながら三陸沿岸部は津波で貴重な歴史的資源も流されてしまい、自分たちのスタイルでは関わることは難しいが、内陸部や日本海沿岸部には残っている。
- 西日本にストックが多いのは事実であるが、東北にも古民家をはじめとした歴史的資源は沢山残っており、特に、高度成長期に取り残されたような場所に歴史的資源は残っている。

事業者ヒアリング2－バリューマネジメント株式会社

<組織の概要>

- 名称：バリューマネジメント株式会社
- 所在地：大阪府大阪市
- 代表者：他力野淳 代表取締役（ヒアリング先：同氏）
- 事業開始時期：平成 17 年（2005 年）

<歴史的資源に関する主たる取り組み>

- バリューマネジメントは、「日本の文化を紡ぐ」をテーマに、歴史的に価値の高い建造物の管理・運営を主とした利活用事業を行い、施設再生から地域を活性化につなげる取り組みを行っている。一般社団法人ノオトと連携して篠山城下町ホテル NIPPONIA やオーベルジュ豊岡 1925 等の運営を行っており、また、他に AKAGANE RESORT KYOTO HIGASHIYAMA や神戸迎賓館 旧西尾邸等の運営にも携わっている。
- これまでは歴史的資源の中でも古民家、町家は扱ってこなかった。規模の小さな物件では収益性が悪いことが理由。一方、当社では「文化を残したい」という思いもあり、その観点では、町並みを形成し小さな物件を残すことに意義があるとの思いもあった。近時の規制緩和で複数の建物を組み合わせて運営することができるようになっている。

<歴史的資源の利活用に関するポテンシャルや課題>

- アジアのハイエンドの人達やヨーロッパの人達は我が国の歴史的資源への関心は高い。
- 自治体および地銀の人たちが古民家、町家による観光まちづくりの必要性を「正しく把握する」ことも大事。この 2 つのセクターは地域の住民や企業へのリーチがある。彼らが情報を収集して、自分の地域でどのように行すべきかを決めた上で、民間を主体に活躍してもらう。
- 歴史的資源の利活用というリスクがありそうに聞こえ、行政や関係者が二の足を踏むことも多い。したがってまず地域で一つ事例を作り上げて機運を高めることが大事。

<東北における歴史的資源の利活用に関するポテンシャルや課題>

- 震災の影響もあると思うが、文化の中心が西日本に寄っていたこともあるのではないかな。
- 東北では比較的歴史的資源が残っていて、かつ都心からのアクセスもよいという点では福島県はポテンシャルが高い。基本的な人の流れは「近場から奥地へ」であることから、東北の玄関口の一つとして福島があり、そこから東北各地へ人の流れができればよい。
- 他にもよいもの残っているエリアは多い。コンパクトで資源も多いという点では山形の鶴岡等面白い。
- 食や自然等も豊か。海外の人を満足させられるコンテンツも豊富。

事業者ヒアリング3－株式会社瀬戸内ブランドコーポレーション

<組織の概要>

- ・ 名称：株式会社瀬戸内ブランドコーポレーション
- ・ 所在地：広島県広島市
- ・ 代表者：水上圭 代表取締役社長（ヒアリング先：木村洋 マーケティングスペシャリスト）
- ・ 事業開始時期：平成 27 年（2015 年）

<歴史的資源に関する主たる取り組み>

- ・ 瀬戸内ブランドコーポレーションは、一般社団法人せとうち観光推進機構とともに、瀬戸内 7 県を対象とする広域 DMO を形成している。傘下にはせとうち観光活性化ファンドも抱えている。
- ・ 瀬戸内ブランドコーポレーションは「古街（こまち）計画」を策定し、今後の 5 年間で 100 棟の空き古民家を商業施設等として活用することとしている。この取り組みにより、人口減少や空き家率増加という社会課題を解決するとともに、歴史的建築物の消失を防ぎ、なおかつ入込客数の増大にもつながる。
- ・ Setouchi Cominca Stays というブランド名で展開することとしており、その第一弾が内子の織と久の 2 棟の宿泊施設。内子では自らは事業者とはならず、地元の運営主体（NPO 法人 Project A.Y.）に対し、資金調達、事業計画やマーケティング等、トータルでサポートしている。
- ・ 高品質、高単価の施設を作り、エリアリノベーションを行い、さらにそれらをつないでいく。

<歴史的資源の利活用に関するポテンシャルや課題>

- ・ インバウンド向け古民家宿泊事業は、輸出産業であると思っている。メインとなるターゲットは欧米豪の人たち、それに戦前から親日国であった台湾やタイの人々も日本の古民家等への関心は高い。
- ・ 日本人観光客とは異なる価値観を持つ外国人観光客へマーケットチェンジ、ターゲットチェンジをすることで、異なるビジネスモデルが必要となるが、それにより収益機会が広がる。
- ・ また、サブターゲットに女性層を置いている。「女子旅」はキーワードになる。
- ・ 一方、大きな課題が、地域でこの事業に参画してくれる人や組織の不足。運営主体が見つからないエリアでは、ポテンシャルの高そうな案件があっても断念せざるを得ないこともある。

<東北における歴史的資源の利活用に関するポテンシャルや課題>

- ・ 東北は「鄙（ひな）」であることを価値に転化することができるのではないかと。エドワード・モースはかつて日本の田舎の風景に新鮮な魅力を感じたという。現在の東北にも外国人観光客をひきつける地域が多く残っておりように思える。
- ・ 四国のお遍路が典型的だが、欧米人は「スピリチュアル」なものを好む。東北はスピリチュアルなエリアが多い。それをマーケットにしっかり伝えていくことが価値となる。
- ・ 温泉が多いことも東北にとってのアドバンテージである。

事業者ヒアリング 4 – Kiraku Japan 合同会社

<組織の概要>

- 名称：Kiraku Japan 合同会社
- 所在地：京都府京都市
- 代表者：サンドバーグ弘 代表取締役（ヒアリング先：同氏）
- 事業開始時期：平成 27 年（2015 年）

<歴史的資源に関する主たる取り組み>

- Kiraku Japan は、データ分析を主業とする米国 Kiraku Technologies Inc.の子会社で、システムコンサルティング、古民家・町家宿の運営、後継者問題で苦しんでいる旅館を含む企業・事業の再生支援等を行っている。
- 宮崎県日南市飫肥の重要伝統的建造物群保存地区に古民家宿「季楽飫肥（勝目邸および合屋邸）」を改修・運営している。これらの改修には、ファンド（観光活性化マザーファンド）からの出資および地方銀行からの借入を主たる資金調達手段とした。他に日南市と文化庁の助成金も活用した。
- 季楽飫肥の運営は地元の城下町保存会に一部委託しており、地元との共生にもつながっている。
- 京都でも町家を高級一棟貸しの宿泊施設に改修・運営しており、今後も増やしていく予定。
- インターネット上で Kiraku Collection という、自社が手掛けた古民家に加え、他社の物件も掲載したウェブポータルサイトを開設している (<https://www.kiraku.co/>)。

<歴史的資源の利活用に関するポテンシャルや課題>

- 日本では事例・実績のないなかで飛び込んでいく人間がなかなかいない。ただし 1 つ成功事例ができると他の人達も周辺で物件改修等の追従を始める。誰かが突っ込んでいけば近隣エリアでお金が回るようになる。
- 歴史的資源の利活用は地域やタイプによって季節性の変動パターン等が異なることから、できれば地域やタイプの異なる複数の物件を一元的に管理・運営すれば、収益を平準化に近づけることができよう。
- 歴史的資源を結ぶルートツーリズムはポテンシャルがある。古民家宿泊事業を行っている他の事業者ともパートナーシップを組むことで、拡がりのあるルートツーリズムを構築することも検討したい。
- 古民家等の理解が深い建築士の存在は大事。実際に施工する職人は地元でも探せるが、想定される客単価等とのバランスを見て施設のコンセプトを創り出せる建築士はそれほど多くない。

<東北における歴史的資源の利活用に関するポテンシャルや課題>

- 東北では大きな古民家等が多く残っている。営業面積が 100 m²を超える物件を用途変更する際に、建築基準法で建築確認申請が求められており、そうすると想定外のコストがかかることも考えられる。
- 福島県の大内宿等はインバウンドの人達に回ってもらうポテンシャルを感じている。

事業者ヒアリング5－株式会社地域経済活性化支援機構

＜組織の概要＞

- ・ 名称：株式会社地域経済活性化支援機構
- ・ 所在地：東京都千代田区
- ・ 代表者：今井信義 代表取締役（ヒアリング先：高野由之 地域活性化支援部マネージャー）
- ・ 事業開始時期：平成 21 年（2009 年）

＜歴史的資源に関する主たる取り組み＞

- ・ 地域経済活性化支援機構は、企業再生支援機構として設立され、平成 25 年（2013 年）に現組織へ改組。以来地域経済の活性化に資する取り組みを進めている。
- ・ 歴史的資源の利活用については、株式会社日本政策投資銀行、株式会社リサ・パートナーズと組成した観光活性化マザーファンドから、篠山城下町ホテル NIPPONIA や季楽飫肥の施設改修費をファイナンスしたのをはじめ、各地で様々な歴史的資源の利活用に向けた資金提供、ノウハウ提供等を通じた支援を行っている。
- ・ 古民家等の利活用事例の相談件数が増加している（半数程度が地銀から、行政や事業者からの相談も多い）。

＜歴史的資源の利活用に関するポテンシャルや課題＞

- ・ 歴史的資源の利活用は、不動産の開発・運営と同様であり、ファイナンスや法制度に習熟し、さらに各関係者との折衝を要する。つまりハイスpek的な主体でないと取り組むのは容易ではない。
- ・ できるならば、これらのことに地元の人に取り組むことが大事だと考える。
- ・ 古民家に泊まる人も昼には観光や街歩きをするものなので、他の観光コンテンツとのセットを考えていく必要がある。
- ・ 過疎地に個別にボツンとあるような物件は開発・運営が厳しく、それよりは、ある程度都会や人気観光地から近く、伝建地区のように集積がある地域に存在する物件の方が取り組みやすい。
- ・ 利活用では、「制度面（関連法規の適用除外を受けるための運用が煩雑等）」、「技術面（技術者不足や過度な強度評価技術の未確立等）」、「経済面（多大なコストや銀行融資のハードル等）」に主に課題がある。
- ・ 宿泊、飲食、物販とみた場合に最も収益性がよいのは宿泊。
- ・ 「実績、力量あるオペレーターが正しく事業運営を行う」、「設備改修にお金をかけすぎない」、「資金調達面で長期、期限一括弁済、コスト低減等の工夫をする」こと等が重要なポイントと認識している。

＜東北における歴史的資源の利活用に関するポテンシャルや課題＞

- ・ 東北では、アクセスの問題に加えて、歴史的資源が一定のエリア内に集積せずに、広域に点在するといった、利活用する際にハンデキャップを抱えているケースも多い。
- ・ ただし、例えば秋田の横手等、集積しているエリアもある。
- ・ また、都市部から目的型で集客できる強いコンテンツ（有名シェフのレストラン等）を備えることで、古民家の利活用の可能性はあると考える。

事業者ヒアリング6－株式会社一休

＜組織の概要＞

- 名称：株式会社一休
- 所在地：東京都港区
- 代表者：榊淳 代表取締役（ヒアリング先：牧野雄作 宿泊事業本部営業部バケーションレンタルマネージャー）
- 事業開始時期：平成 10 年（1998 年）

＜歴史的資源に関する主たる取り組み＞

- 一休は、平成 27 年（2015 年）10 月に一般社団法人ノオトと提携し、NIPPONIA ブランドの発売を開始。
- また「バケーションレンタル」というカテゴリーで、別荘やヴィラに加え、一棟貸切の古民家や町家などの宿泊施設を紹介している。「暮らすように泊まれる」というのがコンセプト。

＜歴史的資源の利活用に関するポテンシャルや課題＞

- 古民家、町家を含むバケーションレンタルでの平均宿泊人数は、通常の旅館、ホテルよりも多い。つまり新しいマーケットを開拓できているということ。
- 一休.com バケーションレンタルに掲載している古民家や別荘等の利用者満足度は、総じて既存の高級旅館や高級ホテルよりも高い。ホテルや旅館のようなフルサービスでなくても、快適で上質な空間が提供されていれば、利用者は満足する傾向があるということである。

＜東北における歴史的資源の利活用に関するポテンシャルや課題＞

- 東北では、古民家一棟で価値を生み出すよりは、例えば「温泉場と周辺の古民家で価値を形成する」、「農家民泊の仕組みを活用する」といった仕組みが望ましい。
- 東北の課題は、「季節性」や「アクセス」。雪のシーズンになると旅館、ホテルも客足が鈍る。新幹線の駅から離れた歴史的資源を利活用する場合には、送迎等による冬場のアクセス向上の仕組みが欲しい。
- 冬であれば、雪景色との一体化を図り、灯籠やかまくら等と併せてインスタ映えさせるとよい。
- 東北は、温泉、自然、海、食などのキーワードが揃っているだけでなく、観光面のストレスである「混雑」がない。ただし、それらのことはあまり知られていないように感じる。
- 東北ではプレイヤーが少ないように思う。先行して取り組む他地域の人達に刺激を受けて、「自分でやってみたい」という人達が東北でも出てくるとよい。

7. 東北の事例紹介

東北事例 1（青森県）－古民家 sudatsu

古民家 sudatsu は、『なんか良い』モノと空間』をコンセプトに、古民家を雑貨や文房具を取り扱う雑貨店として活用していることに加え、和室を多目的スペースとして用いている。



【全景】



【デザインから製作まで自身で手がけたこぎん刺し暖簾】

<施設の概要>

- ・ 名称：古民家 sudatsu
- ・ 所在地：青森県弘前市
- ・ 当初の用途：地域の豪農の住居
- ・ 現在の用途：自宅兼雑貨店
- ・ 利活用時期：平成 29 年（2017 年 5 月）

<利活用の主体と取組みの概要>

- ・ 「古民家 sudatsu」のオーナーである石川悟氏は青森市出身で、大学卒業後は百貨店に勤務しメンズカジュアルの販売を担当していた。東北各地を転勤後に退社し妻の実家がある福島県に移住。しかし、東日本大震災を契機に友人が多い弘前市に家族と共に拠点を移し、妻と店舗の運営をすると共に、創業支援の専門家であるインキュベーションマネージャーとして活動している。
- ・ 弘前に移り住んで以来、落ち着いて仕事ができる拠点を探していたところ、地元の不動産業者の紹介で築 80 年の本物件に巡り合い購入を決意したことが、「古民家 sudatsu」開業のきっかけである。
- ・ 老朽化が激しかったため、2016 年から家族と共に DIY でリノベーションを実施し、約 1 年の歳月をかけて完成し開業に至った。
- ・ 平日の店舗運営は妻が担っており、妻が製作した津軽地方の伝統工芸「こぎん刺し」も人気商品の一つとなっている。

<必要資金の調達>

- 物件の取得費用は 800 万円程度で、リノベーションに要した費用は店舗の開業準備に係る費用も含めて 400 万円程度。総事業費は 1,200 万円程度であった。
- 物件の取得費用は政府系金融機関から調達し、それ以外のリノベーション費用等は全額自己資金で対応した。

<顧客属性>

- 来店客数は平均すると 1 日 3～5 人程。地元・弘前市内を中心に、青森市や八戸市等市外から、どこか懐かしさを感じさせる古民家の味わいを求めて訪れる買物客が多く、外国人観光客が訪れることは少ない。

<地域との共生、効果>

- 開業 1 年に満たないため、地域との関わり合いや地域への具体的な効果が出るのはこれからというところ。
- 開業 1 周年を記念して、近隣住民向けのセール等を実施し、住民との接点を今まで以上に増やし、コミュニケーションを深めていきたいと考えている。将来的には「古民家 sudatsu」が、近隣住民の気軽に集えるような空間にしたいと考えている。

<今後の展開や課題>

- まずは、今のスタイルを貫いて行くことを主眼に置いて営業を継続していきたいと考えており、SNS 等を活用した情報発信を継続し、青森県内外からの誘客を図る。
- 趣のある古民家は外国人観光客にも魅力的なコンテンツであることから、今のスタイルを継続する中で、インバウンドの受入を視野に入れた取り組みも検討していきたい。
- 将来的には、ノウハウを活かして異なる業態による古民家の再生にも取り組みたいと考えているが、例えば宿泊施設への参入は、厳しい各種規制等をクリアする必要があり、参入するには非常にハードルが高い印象がある。

<取組のポイントや苦労した点>

- DIY によるリノベーションは、一から機材をそろえるなど想像以上に大変だった。



【店内の様子】



【多目的スペースとして活用できる和室】

東北事例 2（岩手県）－侍屋敷大松沢家

侍屋敷大松沢家は、伝統的建造物を活用した飲食店であり、所在地である金ケ崎町は平成 13 年 6 月に「城内諏訪小路重要伝統的建造物群保存地区」として国から指定を受けている。当地域は、藩政時代に伊達藩の「要害」（城に準じた軍事的支配拠点）として発展しており、江戸時代当時の面影を色濃く残した武家町の街並みが現存。



【武家屋敷としての門構えが今でも残されている】



【門を抜け庭園を進むと現れる】

<施設の概要>

- ・ 名称：侍屋敷大松沢家
- ・ 所在地：岩手県金ケ崎町
- ・ 当初の用途：伝統的建造物（四脚門、板塀石積み、庭園などで構成される武家屋敷）
- ・ 住居部分は明治から昭和初期の建物で酒造業を営む
- ・ 現在の用途：伝統的建造物を活用した飲食業
- ・ 敷地面積 7 6 0 坪、築山を中心とした巨木が残る大庭園が散策可
- ・ 活用開始時期：平成 21 年（2009 年 6 月）

<利活用の主体と取り組みの概要>

- ・ 地元で建設業を営む高杉郁也氏が会長を務める「金ケ崎まちづくり研究会」が主体。会長の高杉氏は金ケ崎町観光協会の会長でもあり、若手ながら地域振興のけん引役となっている。本事業は高杉氏の強烈なリーダーシップに負うところが大きい。
- ・ 高杉氏は東京の専門学校に通い栄養士・調理師の免許を取得し、一度は料理の道に進んだ特異な経歴の持ち主でもある。平成元年に帰郷し実家の建設業を継ぎ、料理の道は封印していたが、侍屋敷での飲食業を開業してからは自慢の腕を振るうこともある。
- ・ 侍屋敷の所有者の大松沢氏は県外（福島県）に在住しているが、環境整備、建物の改修等は任せられている。
- ・ 平成 13 年に「重要伝統的建造物群保存地区」として国から指定を受け、数名のメンバーで月 1 回の打合せ会（飲み会）を始めたのが活動のきっかけ。その後活動が発展し、事業に携わっているメンバーと「金ケ崎まちづくり研究会」を平成 19 年に設立し、草取りから始まり、来訪者のお休み処、企画展やお茶会などのイベント会場の運営を行っている。「おもせぐやっぺ（面白くやろう）」をテーマとしたボランティア活動が中心。
- ・ 飲食店事業はパートを含め 8 名の体制でローテーションを組んで行っている。ランチはサラダバー付きで千円以内で好評である。

＜必要資金の調達＞

- ・ 改装にかかった費用は、飲食関係の厨房機器や機械設備工事が中心で総額600万円程度。うち200万円は「地域需要創造型等起業・創造促進事業」の補助金を活用。

＜顧客属性＞

- ・ 飲食部門を中心に、年間で5,000名程度の来訪者がある。
- ・ 来訪者の属性を県内外別にみると、県内がほぼ9割、県外が1割、外国人は町に研修等で滞在している人が案内されて来訪するくらいで、外国人旅行者はほとんどいない。
- ・ 詳細な顧客属性は取れていない。

＜地域との共生、効果＞

- ・ イベントの開催時だけ庭園を公開していたが、建物の改修が終わり飲食部門の通年営業が可能となったことから、旅行者のみならず昼食時には地元のサラリーマン、公務員、奥様会等の利用も多い。
- ・ また、ひな祭りスタンプラリー等の地元イベントへの参加、セミナー開催、会議スペースの提供等を通して地域に溶け込んでいる。
- ・ 飲食部門の食材は地産地消の方針の下で地元中心としているが、この点では地元へ経済効果が波及している。ただ、観光客が宿泊、飲食、土産品購入で地域にお金を落とすシステムが全体として不足している。

＜今後の展開や課題＞

- ・ 金ケ崎町は南部茅（ススキ）の主産地でもあり、伝統的建造物群保存地区内の武家屋敷の屋根を茅葺で統一する構想があるが、今後の課題である。
- ・ 地域内の観光地は近隣の平泉等の観光地と比較して知名度が低く誘客には苦労している。国指定史跡「鳥海柵跡」、国登録有形文化財「旧陸軍省軍馬補充部六原支部官舎」、岩手県立花卉センター等と連携した発信や誘客策が必要。東北有数の自動車産業の集積地でもあることから、産業観光と連携した誘客策は検討課題。インバウンドも今後の課題。
- ・ また、体験観光、宿泊、土産品購入等を通して観光客にお金を落としてもらうため、現状の通過型から滞在型の転換が必要。



【飲食やカフェのスペース】



【地元のイベントやセミナーなどにも活用されている】

＜取り組みのポイントや苦労した点、その他＞

- 屋敷の所有者である大松沢氏は福島在住であるが、活用についてご理解をいただき、信頼も得ていたことから、主体の「金ヶ崎まちづくり研究会」のペースで改修等の作業ができた。
- 研究会の月1回の打合せ会（飲み会）は特に強制はしていないが、参加者からは色々なアイデアが出ている。
- 事業計画は様々な視点で綿密に立てなければならないが、予想外の課題は必ず飛び込んでくる。様々な課題を前に慎重になりすぎて何も進まないまま計画倒れとなってしまうのはもったいない。無理をせず、今できることから小さな前進を繰り返すことが大切である。

＜参考となりうる点＞

- 「おもせぐやっぺ（面白くやろう）」をテーマにした、強制しない月1回の打合せ会（飲み会）を活動の中心としたことにより、活動が長続きしており具体的なアイデアも出てきている。
- 50年を経過した歴史的建造物が対象となる文化庁の「登録有形文化財建造物制度」は、経費の一部補助もあり古民家を活用したまちづくりや観光による地域活性化に有効である。



【四季を感じることができる庭園がある】

東北事例3（宮城県）－玄孫（やしゃご）（おやじグループ3号店）

玄孫は、仙台市中心部の高層ビル街に一軒家の古民家風居酒屋（3店舗）を展開する「おやじグループ」の3号店。当グループの取組みは、「古民家＝田舎」の既成概念を変え、商圈規模の大きな都心部の稀少物件としてエッジの効いた差別化戦略に成功している。



【飲食スペースの上部は、吹き抜けになっている】



【ビルが建ち並ぶ中心街では、一際存在感が感じられる】

<施設の概要>

- ・ 名称：「玄孫(やしゃご)」
- ・ 所在地：仙台市青葉区本町（地下鉄南北線「広瀬通」駅下車、徒歩3分）
- ・ 当初の用途：土蔵（移築物件、原所在地：山形県鶴岡市）
- ・ 現在の用途：居酒屋
- ・ 利活用開始時期：平成27年（2015年3月13日開業）

<利活用の主体と取り組みの概要>

- ・ 古民家風居酒屋を展開する「おやじグループ」は、2003年に1号店「壽哲廸(おやじ)」、2008年に2号店「倅(せがれ)」を、いずれも同地で開業。古民家リノベーションを手がける旧知の建築業者（遊佐(ゆさ)建築(けんちく)古遊(こゆう)工房(こうぼう)・本社：宮城県大崎市鳴子温泉）と組み、古民家解体時の廃材などを利用して建築。
- ・ 土地は賃借、建物は自己所有。高層ビル街での一軒家営業だが、地主に当グループの事業モデルの理解を得た。
- ・ 3号店「玄孫」は隣県・山形県鶴岡市の160年前（明治時代）の土蔵を移築。工事に際しては、岡山県在住の古民家再生のエキスパート・建築家の大角事務所の協力を得て、吹き抜け、テラス席、長いカウンターテーブルなど斬新な設計で防寒対策や開放感の演出、当社の店舗コンセプトの具現化が図られた。

<必要資金の調達>

- ・ 建築・リノベーション・運転資金の総額は約5,000万円。
- ・ 金融機関借入と自己資金で対応。こだわりのある設計・建築やスケジュールに縛られたくないとの理由から補助金などは申請していない。

<顧客属性>

- 官庁街・オフィス街に近接しており、価格設定がリーズナブルであるため、年齢・性別を問わず仕事帰りの幅広い層が利用。
- 地元民のみならず、仙台に訪れた知人などを中心とした県外客に広がりあり。
- 週末は予約で満席となる盛況ぶりである。

<地域との共生・効果>

- 土地の高度利用の観点から建築の高層化が進む都市中心部において、一軒家の古民家風店舗が作出するレトロな雰囲気は、ストレス社会における癒しの需要を幅広く満たしている。
- インバウンドの取組みが立ち遅れている東北・仙台において、「古き良き日本の暮らし」を外観・内装で再現した施設が、訪日外国人の観光需要に応えうる場として期待が寄せられる。
- 近隣他店舗とは異質な魅力の外観作出による本町商店街の吸引力向上、顧客動線の変化、来場者層の多様化などが図られ、同商店街の活性化に寄与している。

<今後の展開や課題>

- 現在は質的な競合の少ない商圈状況であるが、今後、同種の出店や顧客の嗜好の変化に対応していかなければならない。従業員教育に力を入れ、お客様に満足いただけるよう日々精進していく。

<取り組みのポイントや苦労した点、その他>

- 地主の理解が得られたこと。
- 土地の準備が整うまで移築する蔵の古材を遊佐建築に保管してもらうなど、関係者からの協力を得られたこと。

<参考となりうる点>

- 古民家の魅力をビジネスにつなげる方法として、古民家に雰囲気合う東北の地酒・産品をリーズナブルな価格で提供し、お客さまのリピート率をあげるなど、来店者数を増やすことを実施している。単価に反映されがちな古民家の魅力・価値を都市部という環境にあわせ、回転率に注目している点は参考になるのではないか。
- 古民家移築がビジネスとして成立し、空き家対策のひとつとして検討できる参考事例になるかと思われる。



【開放感のある吹き抜け部分】



【長いカウンターテーブルが特徴】

東北事例 4（秋田県）－ワインバー蔵しこ

ワインバー蔵しこは、日本三大盆踊りとして知られる「西馬音内盆踊り」会場に面する築 120 年の古民家をワインバーにリノベーションした事例である。地域での新たな賑わい拠点となったほか、羽後町 DMO と連携したインバウンド旅行者向けの飲食店としても活用されている



【改装後の外観】



【改装前の内蔵の様子】

＜施設の概要＞

- ・ 名称：ワインバー蔵しこ
- ・ 所在地：秋田県雄勝郡西馬音内
- ・ 当初の用途：内蔵付き古民家（明治時代初期に建築。築約 120 年）
- ・ 現在の用途：飲食店（ワインバー）
- ・ 利活用開始時期：平成 28 年（2016 年 8 月）

＜施設の概要＞

- ・ 地元で建設会社を経営する株式会社後藤建設の代表 後藤裕樹氏は、当該物件の所有者から解体工事の依頼を受けたものの、地元住民の誰もが知る築 120 年の建物を活用し、地域の賑わいを創出し、コミュニティ拠点として再生することを決意。
- ・ 地域にアルコールが飲める飲食店が少なかったことおよび地元の若年層と地元を支えてきた先輩達をつなぐ場づくりとして、「ワインバー」という店舗形態を採用している。
- ・ リノベーションにあたっては、古民家特有のむき出しの梁や内蔵、味噌蔵といった現代ではなかなか目にすることができない貴重な建物の特徴を活かすため、秋田市のデザイン事務所株式会社 SeeVisions に店舗設計を依頼している。

＜事業スキーム・資金調達＞

- ・ 当該物件を株式会社後藤建設が取得しリノベーションを実施。
- ・ 築 120 年の建物の趣を極力残した店舗設計としたため、改修費用は約 3,000 万円を要している。
- ・ 資金調達にあたっては、大規模な改修費用を要したほか、飲食店という他業種への参入であったため、返済義務のないリスクマネーをより多く確保する観点から、秋田銀行の提案により購入型クラウドファンディングを活用している。
- ・ 調達内訳：クラウドファンディング 363 万円、自己資金 2,700 万円

＜地域との共生・効果＞

- 羽後町にはバー等の飲食提供を行う飲食店がないことや国内外の豊富なワインのラインナップにより、ワインバー蔵しこは地域の幅広い層から支持を得ている。
- 羽後町のDMO候補法人（地域DMO）が、台湾やタイからのインバウンド旅行者を誘致しているが、古民家ならではの雰囲気の中でワインを楽しめる環境は珍しく、観光分野におけるコンテンツとしての機能も有する。



【味噌蔵の蔵かな雰囲気が重厚感のある空間を生み出している】



【オーナーの後藤氏】



【改装前の外観】

◇ 本事例のリノベーション企画を担当した株式会社 SeeVisions（代表：東海林諭宣、秋田県秋田市）は、秋田市中心市街地においてエリアリノベーションを展開し、エリア内に賑わいおよび新たな人の流れをつくっている

＜エリアリノベーション概要＞

- 限られた狭いエリアの中に複数のリノベーションを施すことで、エリア全体の熱量を上げる作用に着目し、リノベーション対象を同地の「小路」に設定した。第一弾の取組みとして、セルフリノベーションを中心に、天井や壁もむき出しの状態で快適な空間を演出するデザインを採用してスペインバル「酒場・カメバル」を開業。秋田県内初の本格バル店だったこともあり、若年層を中心とした新たな客層を呼び込むことに成功した。
- 「酒場・カメバル」開業後の 12 か月後、小路を挟んで真向かいに位置するテナントをリノベーションし、地元の魚介をイタリアンバル風に提供する「サカナ・カメバル」を開業。両店舗とも小路に大きく開いた窓とデッキで、別店舗ながら緩やかにつながっているような雰囲気演出しており、連日予約客で賑わうエリアへと変貌した。
- その後、物件のオーナーの支援・協力を得ながら、同小路から数十メートルの場所に位置する 3 階建ビル「ヤマキウビル」(築 45 年) のリノベーションを実施した。(パン・カフェ・雑貨・酒小売:「亀の町ストア」(同社運営)、クラフトビール専門店「ビアフライト」、同社を含むオフィステナント 3 区画)
- リノベーションを契機に、「酒場・カメバル」と「サカナ・カメバル」の 2 店舗を行き来しながら楽しめる催しや亀の町ストアを会場に県内外の著名人を招いたトークライブなどの企画により、20~40 代の若年層および起業家などのクリエイティブな人材が集うエリアへと価値を向上させていった。
- 同地近隣で飲食店や事務所を開業する動きも活性化し、同地の不動産取引量は、本取組み実施前と比較して 4 倍まで上昇し、地域の活性化にも寄与。このほか、ヤマキウビルの敷地内にある未利用の倉庫建屋(建坪 200 坪・延床 400 坪)を「複合施設」へリノベーションする計画を模索している。



東北事例 5（山形県）－つぶ亭

「つぶ亭」は、山間部の集落にある古民家シェアハウスである。居住にとどまらず、様々な用途で活用されており、人が集まるサードプレイス、コミュニティスペースとして機能している。



【雪深い山間部の集落に位置している】



【上がり口の様子】

<施設の概要>

- ・ 名称：つぶ亭（所在地の山形市門伝「礫石（つぶていし）」集落に由来）
- ・ 所在地：山形県山形市
- ・ 当初の用途：築 100 年以上の古民家
- ・ 現在の用途：シェアハウス（休止中、2018 年中にゲストハウスとしてオープン予定）
- ・ 利活用開始時期：平成 27 年（2015 年）

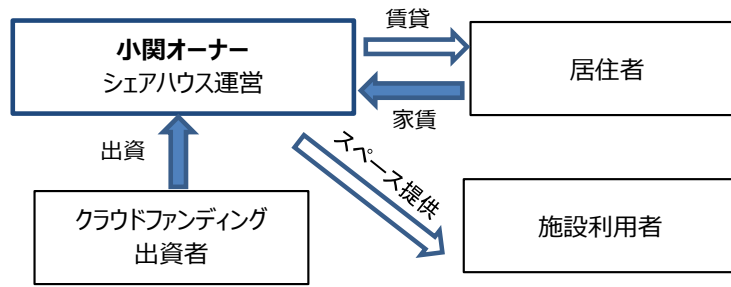
<利活用の主体と取り組みの概要>

- ・ オーナーの小関大介氏は山形県出身。現在、住宅リノベーション会社のクラシタス（株）山形支店長を務める。山形市西部の山間部にある門伝集落において、10 年間空き家となっていた古民家を買取ったことから、家でも職場でもない第 3 の居場所、サードプレイスとして活用できないかと考え、個人でシェアハウスの運営を始めた。
- ・ シェアハウスの家賃は月額 3 万円（共益費別）。最大 3 人が居住できるスペースがあり、3 年間で 5 人の利用があった。
- ・ 居住するだけでなく、人が集まるコミュニティスペース、コワーキングスペースとして活用。シェアハウスに居住する企業経営者がオフィスとして使用したり、理学療法士、作業療法士を講師にヨガ教室などのイベントを開催するなど、幅広い用途で使用している。イベント等の場合、使用料は無料としている。

<必要資金の調達>

- ・ リノベーション費用は約 200 万円。空き家になっていた間に痛んだ畳や床の修繕など最低限の補修のみを行った。水回りの設備はもともと使える状態であった。
- ・ READYFOR（株）が運営するクラウドファンディング（出資者 8 名）で 100 万円を調達し、残りの 100 万円は自己資金で賄った。
- ・ 東北芸術工科大学や山形大学の学生を対象に、イベントとして自由にリノベーションを行ってもらおう企画を実施。現在も学生が自主的に訪れ、壁の塗装やピザ窯の設置など、古民家のリノベーションを楽しむ場となっている。

図表 38 「つぶ亭」スキーム図



古民家シェアハウス「つぶ亭」スキーム図

(資料) 山形銀行作成

<利用者属性>

- シェアハウスには小関氏の知人である企業経営者や、デザイナーなどが居住。
- リノベーションイベント参加者のつながりが生まれており、イベント開催時には大学生や留学生などが多く集まる。

<事業の効果>

- 空き家となっていた古民家を有効活用し人が集まるスペースを作ったことにより、大学生をはじめとする多様な人々の交流が生まれた。
- シェアハウスの居住者がオフィス代わりに利用することで、他の居住者とコミュニケーションをとりながら仕事を行うことができ、様々なアイデアが生まれる場となった。

<今後の展開や課題>

- より多くの人に利用してもらおうと、シェアハウスを一旦閉め、2018 年中にゲストハウスとしてオープンする予定。トイレや水回りの設備を増設して、簡易宿所営業の許可をとり、5 名程度が宿泊できるようにする。東北には外国人旅行者が安く泊まれ、自由な過ごし方ができるようなホステル、ゲストハウスなどの宿泊施設が少ないことから、ニーズは高いものとみられる。

<参考となりうる点>

- 用途を限定しすぎず、広く人が集まる場所として開放したことで、多様な人々の交流が生まれた事例である。ゲストハウスとして活用する際にも、宿泊だけにとどまらず、コミュニティスペースとして活用することにより、地域の活性化にもつながるような効果的な取り組みとなるものと考えられる。



【イベント開催の様子】

東北事例 6（福島県）－可月亭庭園美術館

可月亭庭園美術館は、400 年の歴史を持つ会津の酒屋の庭や客間、土蔵を美術館に改修し 2017 年秋に開業したものの。庭園を散策したり、園内のカフェでティータイムを楽しんだりしつつ美術鑑賞ができる空間として、地域づくりの拠点の役割も担っている。



【木造門と蔵】



【大正年間の可月亭】

＜施設の概要＞

- ・ 名称：可月亭庭園美術館
- ・ 所在地：福島県会津若松市
- ・ 当初の用途：400 年の歴史を持つ会津の元造り酒屋「鍋三酒造本店」の庭や客間、土蔵
- ・ 現在の用途：庭園美術館
- ・ 利活用開始時期：平成 29 年（2017 年）庭園のみの仮オープン

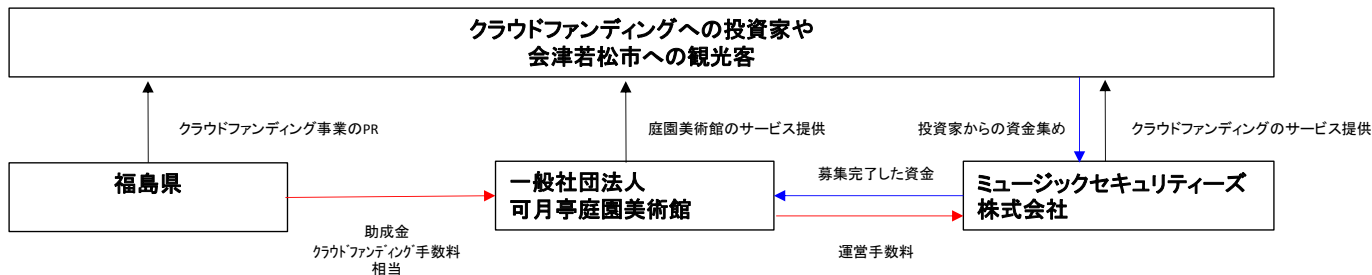
＜利活用の主体と取り組み概要＞

- ・ 「可月亭庭園」は「御薬園」とともに会津 3 庭園の一つ。
- ・ 星野家の祖先が約 400 年前に、当時家老の下屋敷であった当地に居を構え、その時すでにあった庭園を、元禄になって、名庭師、目黒浄定が修理し現在に至っている。
- ・ 原型の庭園の作庭年代と作者は不明だが、御薬園と同じく遠州流の流れをくむ池泉廻遊式の本格的な日本庭園で、中心部に心字の池を配している。
- ・ その後約三百年間、十四代に及ぶ歴代の鍋三本店当主星野氏によって当時のままの状態で保存管理されている。
- ・ 星野家の個人所有であったこともあり、これまで本格的に公開されることはなかったが、地域づくりの拠点として公開、活用しつつ、庭園の維持管理に努めていくことになった。
- ・ 土蔵は長い歴史のなかで何度か火災に遭遇してきた。現在の土蔵は、昭和 7 年 9 月に建てられた建築物であり、当時流行した雪に強く、また大きなスペースを確保できるトラス構造になっている。この 1 階、2 階部分を美術展示場として再生している。

＜必要資金の調達＞

- 平成 29 年 1 月にプロモーションと回収費用等の資金調達を念頭にクラウドファンディングを実施。
- 約 3 カ月で目標金額 80 万円を上回る金額（147 口、824,000 円）を集め募集完了となった。
- 今回のクラウドファンディングは福島県からの受託によりミュージックセキュリティーズ(株)が運営。
- 通常のクラウドファンディングでは運営会社への支払手数料となる部分については、福島県からのクラウドファンディング助成を受けることができた。

図表 39 可月亭庭園美術館のスキーム図



＜顧客属性＞

- 昨年秋のオープンであり、また、庭園のみの公開の仮オープンの状況で、まとまった集計はまだできないが、ある程度は会津若松市内観光客の属性に準じることが予想される。
- 会津若松市内観光客の属性としては、従来から教育旅行来訪者やインバウンド観光客などが目立っていたが、東日本大震災後に教育旅行来訪者が落ち込んだ経緯がある。
- 当館は、従来の庭園観光地である当地の御葉園と比べると、規模が小さく落ち着いた雰囲気醸成することから教育旅行来訪者変動の影響は少ないと考えられる。
- 一方、落ち着いた雰囲気やこれまで非公開とされてきた経緯を踏まえると、地元の関心は高く、地元の人々や、観光地ずれしていない穴場スポットを探す人々、あるいはインバウンド客にアピールするものと思われる。

＜地域との共生、効果＞

- 当館は会津若松市中心部から南西にある材木町に位置しており、市内中心部からの新たな観光客の流れを作ることをもくろむ。
- 今回のプロジェクトを契機に、会津若松市材木町周辺では酒蔵を活用した能舞台の整備も進められており、市内の景観づくりや賑わい感の醸成に寄与することが期待されている。

＜今後の展開や課題＞

- 現在は庭園のみの仮オープンの状況であり、今後は土蔵や客間を活用した収蔵美術品等の展示を順次始める。
- 庭園や美術館、ゆっくりくつろげるカフェスペースの相乗効果で、地域の人々や、観光で会津若松市を訪れる人々に癒しの空間を提供していきたい。

<取組みのポイントや苦労した点>

- クラウドファンディング募集開始直後は予想ほど応募が盛り上がりなかった。
- 福島県および運営会社との協力による、投資家向けイベントの開催に参加したり、共通ポスターや車内吊り広告などを実施。
- 地道な周知活動が続けるうち、全国紙にも数度取り上げられ知名度が向上。
- 最終的には目標金額の 80 万円を上回る募集金額を達成した。

<参考となりうる点>

- 会津には、地理的要因や人々の気質の要因などから、古くて懐かしい価値あるものが昔ながらの姿で残っている。(例：大内宿の宿場、会津若松市内や喜多方市内の土蔵、鯉の山椒漬や棒たら、雪の下で保存した野菜、おたねニンジン（朝鮮人参）などの食品、会津木綿や漆器などの工芸品)
- こうした地域資源を再活用するための資金集めや、プロモーションの手段としてクラウドファンディングは有効であると考えられる。特にクラウドファンディングの投資家は関東圏や関西圏の意識が高く所得水準の高い人々が多く、こうした人々への直接訴求が可能になるツールとしての活用が期待される。



【鍋三本店・客間】

8. 東北における歴史的資源利活用にむけて

これまで見てきた先行事例や事業者・有識者のコメントを踏まえれば、東北における歴史的資源の利活用については、様々なポテンシャルと同時に、数多くの課題もあることが見えてきた。

例えば、以下のような SWOT 分析（Strengths:強み、Weaknesses:弱み、Opportunities:機会、Threats:脅威の4つを整理すること）の下、「弱み」すなわち①「課題の克服」を行い、②「脅威への対策」を講じることが、東北における歴史的資源の利活用を通じた観光街づくりにつながるのではないかと思われる。

図表 40 東北での歴史的資源の利活用に際した SWOT 分析

Strengths(強み)	Weaknesses(弱み)
- 雄大な自然景観、温泉や独自の食文化など、多様観光コンテンツが存在し、特に歴史的資源と親和性の高い「自然資源」が豊富。 - 東北の広大なエリアは、「秘境」「ディープな地域」として、歴史的資源が一層映える土地であるとも言える。	- 東北圏内の、利用しうる物件のストック量は、相対的に見ると少ない。 - 歴史的資源の利活用事例が少なく、新たな担い手の参考となるビジネスモデルの参考事例等が探しづらい。
Opportunities（機会）	Threats（脅威）
- 東京五輪の開催に向けて一層の訪日外国人の増加が見込まれる。 （一社）東北観光推進機構をはじめとした DMO 等が、（広域）周遊ルートの開発やプロモーションを進めている。 - 海外においても“Cominca”というフレーズが広まりつつある。 - 規制緩和により、歴史的資源の利活用を進める環境が整いつつある。	- 東北は既存の宿泊施設の稼働率が低いため、一層の供給過剰になるなど、競合する可能性がある。 - 各地で歴史的資源の観光への利活用が進んでおり、「差別化」できるコンテンツが必要。



①（弱み）課題の克服と、②脅威への対策

東北の課題－Ⅰ：利活用できる物件のストックが少ない

統計的にみても、東北各県には、古民家（昭和 25 年〔1950 年〕以前に建てられた木造建築物）の数が少なく、西日本等で歴史的資源の利活用を進めている複数の事業者からも、東北には観光関連施設として利活用しうる古民家等のストックが西日本等に比べて少ないのではないかという声が聞かれている。そこで以下の 2 点を提言したい。

提言その 1：利活用できるストックの調査を行う

歴史的資源のストックと、それを利活用する主体が結びつかなければ新たなビジネスが創出できないことから、まずストックについて、どのエリアにどの程度の利活用しうる物件（公共所有の物件や民間所有の空き家等）が残っているのかを調べておくことが望ましい。

ストック調査の際には、「古い空き家、空き施設」を悉皆的に調査するのではなく、例えば、

- ・ある程度の古い町並み（集積）が残るエリアにある
- ・近隣に体験型コンテンツ等が楽しめるスポットがある
- ・建物やエリアのストーリーが特徴的

といった要素を持つ空き建物に絞り、現況やオーナーの利活用の意向等を調査することが望ましい。

提言その 2：利活用できるストックのデータベースを構築する

利活用しうるストック情報を集めた上で、東北内にある歴史的資源ストックのデータベースを構築することが望ましい。そのようなデータベースがあれば、東北における利活用事業に関心を持つプレイヤー候補が出てきた際に当該プレイヤーへ情報提供することで、事業構想の促進や準備期間の短縮につながる。

このようなデータベースを構築し、必要に応じてマッチング機能の一部を担う主体は、できれば各県単位ではなく、東北全域で活動する組織が望ましい。

東北の課題－Ⅱ：歴史的資源利活用のモデルとなる事例が少ない

現時点では、東北において歴史的資源を利活用している事例が少なく、かつ、広大なエリアに点在しているため、連携が取りにくく、各地で事業開発や運営に関心を持つ主体にとっては、身近に“参考となるビジネスモデル例が少ない”ということの意味する。参考となるビジネスモデル例が少ないからこそ、新たな運営事業者も挑戦しにくく、かつ地域の協力者を発掘することの難しさにつながっている可能性がある。

提言その3：セミナー等を通じたビジネスモデル例の情報提供、および運営事業者の発掘

(提言対象：国、自治体、経済団体、DMO等の観光関係者、地方銀行等)

歴史的資源を利活用する際に開発やコンセプト作りを含むデベロッパー機能は、オーナーや観光関連組織、行政等との調整が必要となることもあり、地元の事情を熟知した主体が担うことが望ましい。また、当該施設における宿泊、飲食、物販等の事業運営は、デベロッパー自身が担うことも考えられる一方で、豊富な経験や知見を持つ主体に委ねることも考えられよう。

このような事業に関心を持つ地元事業者を発掘する仕組みとして、事業自体のポテンシャルに加え、東北広域での交流人口拡大に資する点等を広く伝えることで掘り起していく必要がある。そのために、既に各地で行われている「歴史的資源を活用した観光まちづくりセミナー」のように、事業者の掘り起こしを目的としたセミナー等を東北各地で開催していくことが必要と考えられる。

図表 41 仙台における「歴史的資源を活用した観光まちづくりセミナー」案内リリース (2017.12 開催)

2017年11月17日
株式会社 七十七銀行

歴史的資源を活用した観光まちづくりセミナーの開催について

株式会社七十七銀行（頭取 氏家 照彦）では、地方創生に向けた取組みの一環として、「歴史的資源を活用した観光まちづくりセミナー ―東北会場―」に協力することといたしましたので、下記のとおりお知らせいたします。

本セミナーは、内閣府および観光庁が古民家等の歴史的資源の再生・活用を通じた観光まちづくりにより、地域の活性化を図ることを目的に、2017年10月から全国8会場で開催してきたものであり、東北会場が最終日程での開催となります。

当行は、観光産業の振興を通じた地域経済の活性化に向け、多様な資金調達手段・情報の提供に積極的に取り組んでまいります。

記

1. 名 称 歴史的資源を活用した観光まちづくりセミナー ―東北会場―
2. 日 時 2017年12月15日（金）
3. 会 場 七十七銀行本店5階 第一会議室
4. 主 催 内閣府 歴史的資源を活用した観光まちづくり協議会
5. 協 力 七十七銀行、観光庁、東北運輸局
6. 事務局 READYFOR株式会社
7. 内 容 基調講演「日本の観光と、古民家を取り巻く環境」
講師：観光庁観光資源課長 蔵持 京治 氏
講演①「歴史的資源を活用した観光まちづくり」
講師：一般社団法人ノオト代表理事 金野 幸雄 氏
講演②「古民家事業の事例紹介」
講師：七十七銀行地域開発部調査役 宇次 裕
ジョイント「古民家利活用に欠かせない『資金調達』のススメ」
講師：株式会社地域経済活性化支援機構（REVIC）
常務取締役 渡邊 准 氏
講師：READYFOR株式会社地域創生事業部 富澤 由佳 氏
8. 参加費用 無 料
9. 定 員 100名
10. 申込方法 別紙のご案内をご参照ください。

以 上

TEL 022(267)1111 (代表)

―東北会場―

歴史的資源を活用した
観光まちづくりセミナー

～ 古民家を再生し、まちの宝に変える ～

概要

空き屋のままだけのなかつた古民家がまちに人を呼び込む「宝」に生まれ変わる！
本セミナーでは、日本の古民家活用の先進事例や政府の取組を紹介するとともに、資金調達、国からの支援施策など、歴史的資源である古民家の利活用を進めるうえで参考になる情報をお届けします。

**2017年
12月15日（金）**
13:30～16:30（開場 13:00）

会場 七十七銀行本店 5階・第一会議室
仙台市青葉区中央三丁目3番20号
（地下鉄あおば通駅2番徒歩2分）

定員 先着100名（参加無料）
事前申込制。詳細は裏面をご参照ください。

登壇者

一般社団法人ノオト
代表理事
金野 幸雄 氏

株式会社七十七銀行
地域開発部調査役
宇次 裕 氏

株式会社地域経済活性化支援機構
（REVIC）
常務取締役 渡邊 准 氏

READYFOR株式会社
地域創生事業部
富澤 由佳 氏

お問い合わせ

READYFOR株式会社 〒113-0033 東京都文京区本郷5丁目33-10 KB 本郷ビル 2F
担当：中川和雄 電話番号：03-6801-5767（平日9:00～18:00）メールアドレス：seminar@readyfor.jp

協力 観光庁 / 東北運輸局 / 七十七銀行 運営事務局 READYFOR株式会社

（出所）七十七銀行ホームページ

提言その4：運営事業者と連携、協力する地域人材の育成

(提言対象：自治体、DMO 等の観光関係者、地方銀行等)

歴史的資源を活用して運営する事業者自身の努力のみで、当該施設の事業が成長し、さらにはその施設を一つのコアとして観光まちづくりが進んでいくことは容易ではない。しかしながら、我が国の地方圏には今も数多くの歴史的資源が残る一方で、その利活用を通じた観光まちづくりには特段関心を持たない住民も珍しくない。

地域において運営事業者と連携する様々な主体、例えば既存の飲食店事業者や物販事業者、観光コンテンツ提供者等の存在が必要であるし、さらには観光まちづくりの重要性を理解し、将来必要に応じて質の高いスタッフ候補となりうる人達が地元が存在することも望ましいポイントである。

そのような、地域で運営事業者と連携、協力する人材を育成するために、例えば津山市で株式会社瀬戸内ブランドコーポレーションが事業受託・実施しているワークショップである「デザインミーティング」のような取り組みを通じて、地域の人達に、町並みや歴史的資源を観光資源化することの価値やポテンシャルについて理解してもらい、併せて自ら取り組むことを促す仕組みを導入することも必要かと思われる。

図表 42 津山市「デザインミーティング」案内チラシ



(出所) 津山市ホームページ

脅威への対策－Ⅰ：既存の施設との競合を避けるために

提言その5：一般的な施設運営とは異なる層をターゲットにし、効果的なマーケティングやプロモーションを進める

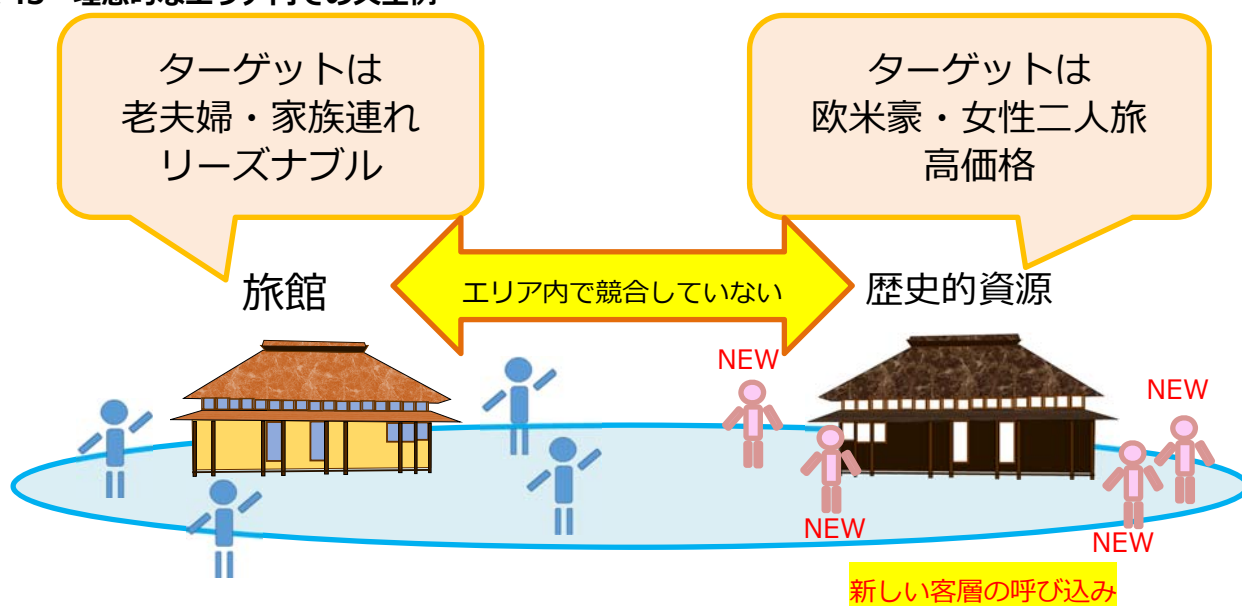
持続的な施設の運営を可能にするためには、当該施設が存在するエリア内での顧客の奪い合いを避け、あくまでも交流人口を増やしつつ、エリア一体で成長を目指すことが求められる。特に、東北は宿泊施設の稼働率が全国と比して低いため、歴史的資源を宿泊施設として利活用することに対し既存の施設から難色を示されるケースも想定される。

歴史的資源を活用した施設では、一般施設に比べて、より古民家の持つ独特の雰囲気を楽しむためや、その地域住民との関わりを目的にする顧客が集まる。その特異性を活かし、一般的な施設運営とは異なる層をターゲットにし、効果的なマーケティングやプロモーションを進めることが重要となろう。

例えば『高収入層/バックパッカーの外国人』という「既存の施設と異なるターゲット」かつ、「異なる価格設定」を行うことで、エリア内での競合を避け、かつ周辺施設からの理解を得られやすいと考えられる。

既述のとおり、歴史的資源活用には地域との共存が事業を継続させていく上での大きなポイントとなり得るため、運営が開始される前に、周辺住民や周辺施設との良好な関係を築いていくことが大切になる。

図表 43 理想的なエリア内での共生例



脅威への対策－Ⅱ：他地域の取り組み事例と「差別化」していくために

提言その6 東北版アルベルゴ・ディフーズ整備およびルートツーリズムの形成 －東北ならではの体験を提供できる“歴史的資源”の活用に向けて－

今後、日本各地で進む歴史的資源の活用との差別化を図り、選ばれる観光施設となるためには、「東北ならではの訴求ポイントを持ち合わせていなければならない。

東北圏内にも、既に重要伝統的建造物群保存地区として国から認定されている地区や、近隣に古い街並みや蔵が残され、観光地として確立している地区など、「アルベルゴ・ディフーズ」の候補地に成り得るエリアは存在する。そこで、地域に残る町並みや集落等の実情に応じて、東北においても既述の「アルベルゴ・ディフーズ」の導入を目指していくということも考えられるだろう。東北版アルベルゴ・ディフーズを整備することによって、訪れた人がそのエリアの歴史や文化をより深く体験することができるようになる。

また、活用した歴史的資源を PR する際には、単一の施設として売るのではなく、先に述べた「パラドール」のように、1つのブランドイメージを持ったかたちで東北圏内の旅が構成されることを目指して、県域を越えた連携を行うことを重要視したい。例えば、複数の「東北版アルベルゴ・ディフーズ」や東北に点在する歴史的資源を結んだ周遊ルートを、(一社)東北観光推進機構の「日本の奥の院 東北探訪ルート」などを参考にしながら「東北ならではの」コンテンツと組み合わせ形成・提案することで、日本文化に関心のある外国人の長期滞在と広域の周遊を促すこともできるだろう。

県域を越えた、“東北ならではの”広域ルートツーリズム形成を目指す

目指す姿－1：歴史的資源を核にして、エリア全体があたかも一つのホテルのように滞在し、巡れる地区（東北版アルベルゴ・ディフーズ）を整備する。

目指す姿－3：「東北に来なければできない」体験、例えば、地域住民との触れ合いや、地域の特産に関わる体験など、既に東北に存在するコンテンツを発掘し、コラボレーションすることで磨き上げていく。

目指す姿－2：歴史的資源をテーマに、東北広域を巡れるルートツーリズムを形成する。
例えば、(一社)東北観光推進機構が提唱する「日本の奥の院 東北探訪ルート」と掛け合わせて形成を目指していくなど。

その他－：資金面における対応

提言その7：補助金、交付金の有効活用に向けた情報共有

（提言対象：自治体、地方銀行等）

歴史的資源の利活用に適用しうる国や自治体の補助金や交付金のメニューには様々なものがある。有効に活用することで、案件によっては総事業費の過半を賄うこともあり得る。

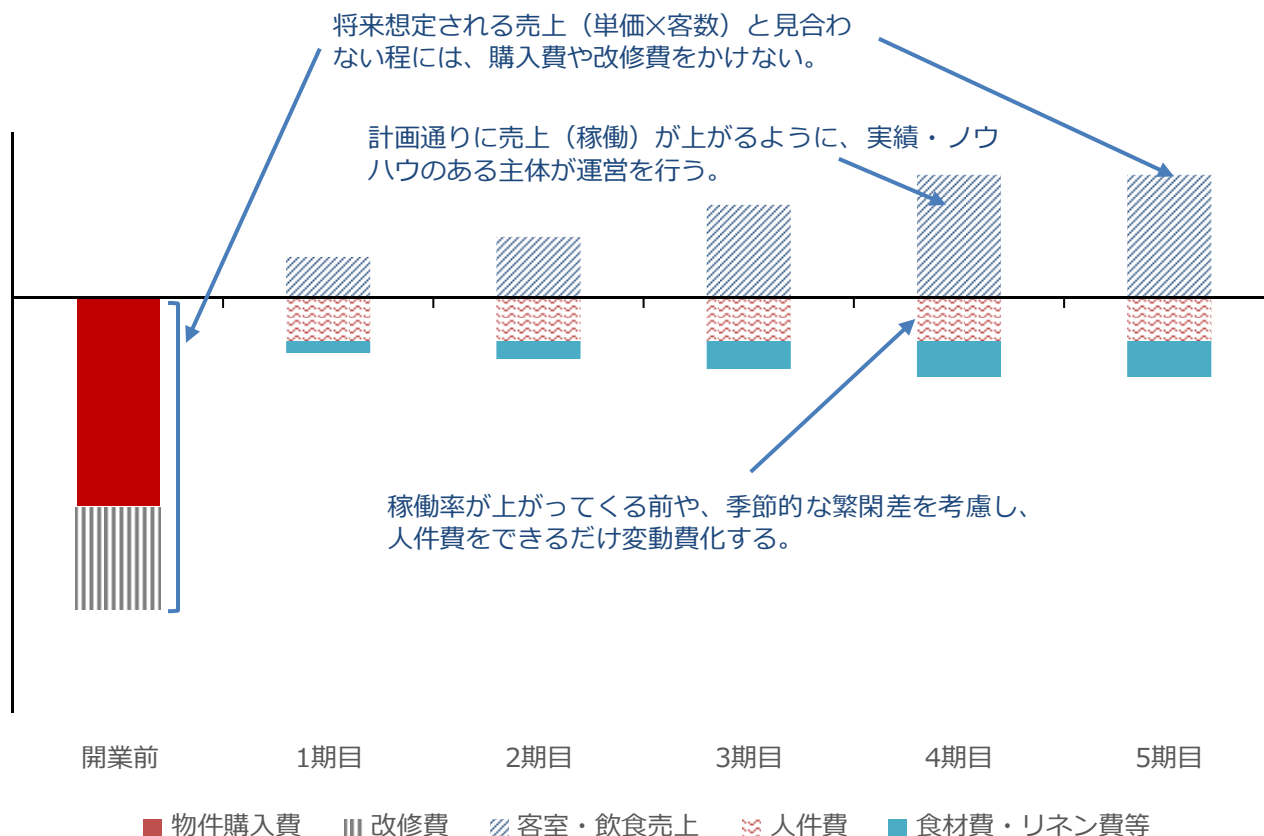
補助金や交付金の活用は、返済が必要な資金調達額を抑えることができ、それが呼び水となって金融機関等からの資金調達がし易くなるといった効果も期待できる。

したがって、自治体や金融機関の間で活用しうる補助金・交付金に関する情報交換を密に行い、東北で事業の構想が持ち上がった際に、効果的にそれらが活用されることが望ましい。

提言その8：事業キャッシュ・フローの特性を踏まえた事業計画の策定

図表4のように、歴史的資源を観光関連施設に利活用する場合、改修等に相応の初期投資が必要となる一方で、事業が安定し事業キャッシュ・フローで投資資金を回収するには相応の時間を有するという特性を踏まえ、事業計画を策定する必要がある。

図表 44 事業キャッシュ・フローからみた歴史的資源利活用の留意点例



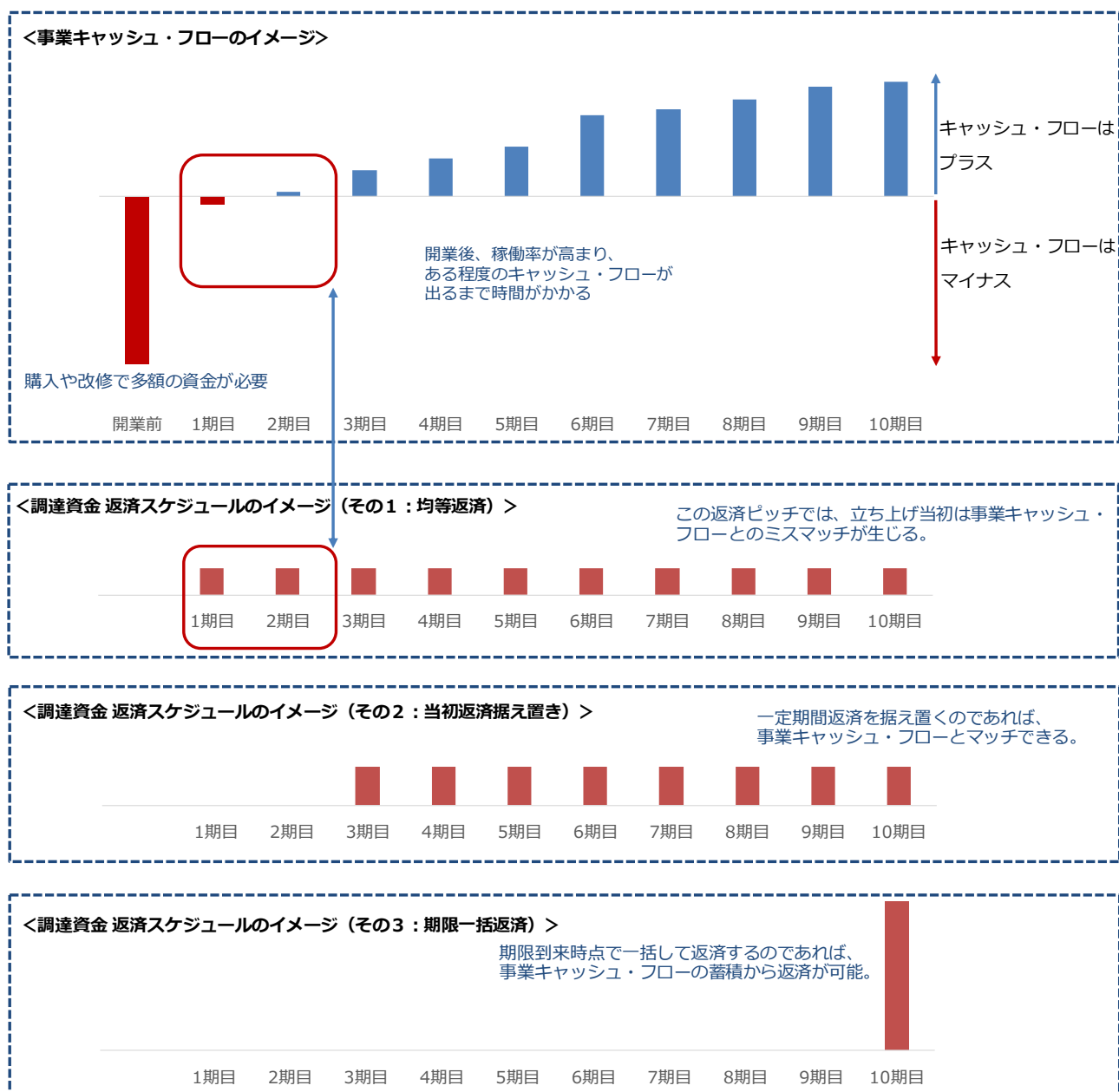
（出所）（株）日本経済研究所作成

参考までに、事業キャッシュ・フローと資金調達の関係について、以下、架空の事業イメージをもとに触れてみる。

通常、宿泊施設等の事業は、開業前に物件の購入や改修で多額の資金が出ていくことになる。一方、地道なプロモーションの効果が発現し、リピーターも増えて、ある程度の期間キャッシュ・フローを得るまでには、開業後相応の期間が必要となることも想定する必要がある。

物件の購入や改修等に際して外部から調達した資金の返済のタイミングについては、「期中に均等で返済」する設計もあれば、「期限到来時に一括して返済」することも設計可能であるが、返済すべきキャッシュ・アウトと事業によるキャッシュ・インがマッチするように、保守的に事業を見て、返済計画を考える必要がある。

図表 45 事業キャッシュ・フローと資金調達の関係



(出所) (株)日本経済研究所作成

9. 最後に

「東北観光金融ネットワーク」(FINE+東北)としてのサポート

歴史的資源を宿泊施設や飲食店等に利活用する場合、運営面では一般の施設運営と共通な点が多いが、歴史的資源はその建物の持つ外観やストーリー、立地する町並み等に関心を寄せて来訪する人も多いことや、既存施設との競争を避けるために一般的な施設運営とは異なる客層をターゲットにした上で効果的なマーケティングやプロモーションを進める必要があることは関係者間で共有しておく必要がある。

本レポートにおける提言を踏まえ、「東北観光金融ネットワーク」としても、今後、利活用可能な歴史的資源に関するデータの蓄積や情報共有を行うとともに、各金融機関が東北における観光産業との取引等を通じて蓄積した知見やマーケティングやプロモーションを担う事業者も含めた観光関連事業者とのリレーションを活用し、各金融機関が連携した投融資を行うとともに、東北における歴史的資源の利活用を通じた観光まちづくりを積極的に支援していくこととしたい。



オール東北の観光振興を支える広域な金融ネットワーク！

＜地方創生の実現＞

- ・訪日外国人旅行客の増加
(宿泊者数150万人泊へ)
- ・国内観光客の増加
- ・観光産業の競争力強化
- ・観光地の魅力向上
- ・観光経営人材の育成 等

東北の自治体・観光振興組織

オール東北の一体感
(連携・協力・支援)

東北観光金融ネットワーク Financial Network of TOHOKU Tourism

DBJ 日本政策投資銀行

東邦銀行

山形銀行

77 七十七銀行

岩手銀行

秋田銀行

青森銀行

観光関連産業の事業化支援・成長支援

ネットワークの活用・ビジネスマッチング

観光関連事業者への投融資

観光資源の発掘・開発支援

共同調査

個別行のアクション + 銀行間連携のアクション

DMO・観光関連事業者

観光拠点整備

観光地域づくり

(参考) 歴史的資源の利活用を巡る動向と規制緩和

(1) 歴史的資源の利活用を巡る最近の動向

歴史的資源について、これまでの「保存」から「利活用」の方向へ大きな動きが出てきたのは最近のことであるが、近時は規制緩和が進んでいる。

<歴史的資源の利活用および規制に関する最近の動向>

	観光を巡る動き	歴史的資源の規制関連の動き	特徴的な取り組み
平成25年度 (2013年度)	◆訪日外国人1,036万人		
平成26年度 (2014年度)	◆2014年の訪日外国人1,341万人	◆養父市 中山間農業改革特区における歴史的建築物等に係る旅館業法施行規則の特例認定(1月) ◆関西圏国家戦略特別区域における歴史的建築物等に係る旅館業法施行規則の特例認定(1月)	◆(公財)京都市景観・まちづくりセンター、京町家まちづくりクラウドファンディング支援事業開始(4月)
平成27年度 (2015年度)	◆文化庁、日本遺産を18件認定(4月) ◆2015年の訪日外国人1,974万人 ◆政府、「明日の日本を支える観光ビジョン」策定(3月)		
平成28年度 (2016年度)	◆文化庁、日本遺産を19件認定(4月) ◆2016年の訪日外国人2,404万人	◆簡易宿所営業の営業許可基準の緩和(4月)[客室面積基準を見直し、玄関帳場設置の規制緩和] ◆「歴史的資源を活用した観光まちづくりタスクフォース」設置(9月) ◆「歴史的資源を活用した観光まちづくり官民連携推進チーム」設置(1月) ◆「歴史的建築物の活用促進に向けた建築基準に関する連絡会議」設置(2月) ◆古民家の宿泊施設等への活用の際、一定の要件を満たす場合には、「誘導灯」及び「誘導標識」の設置を要しない旨を周知(3月)	◆せとうちDMOとちいおりアライアンスによる古民家活用事業推進に関する資本業務提携(10月)
平成29年度 (2017年度)	◆文化庁、日本遺産を17件認定(4月) ◆観光庁、「古民家等の歴史的資源」を含むテーマ別観光による地方誘客事業を選定(4月) ◆観光庁、日本版DMO第一弾登録(11月)	◆歴史的資源を活用した観光まちづくりタスクフォースとりまとめ(5月) ◆簡易宿所の玄関帳場について一定の要件で設置を要しないとする改正「要領」を发出(12月) ◆複数の簡易宿所が共同で玄関帳場等を設置する場合の特段の配慮を要請する自治体向け通知を发出(12月)	◆日本政府観光局とREVIC(地域経済活性化支援機構)による古民家に関する連携協定(4月) ◆せとうちDMOとHomeawayによる古民家などを活用した瀬戸内地域のインバウンド旅行者の観光推進における業務提携で業務提携(4月) ◆JR西日本、ノオト、バリューマネジメントによる歴史的建築物活用による地域活性化に向けた業務協力協定(6月) ◆JTBと百戦錬磨による古民家活用を含めた民泊サービス事業に向けた資本・業務提携(9月)

(出所) 各種資料より(株)日本経済研究所作成

（２）関連法制および規制緩和の動き

歴史的資源を宿泊施設として利活用する場合、様々な法規制がかかり、それぞれ遵守しながら企画や運営を進める必要がある。中でも、「旅館業法」、「建築基準法」、「消防法」の３法が特に関連する法制であると言える。

①旅館業法

「施設を設け、宿泊料を受けて、人を宿泊させる営業」は旅館業となり、旅館業法の対象となることから、古民家等の歴史的資源を宿泊施設とする場合は、管轄の保健所より旅館業法に基づく営業許可を得る必要がある。

旅館業の業態は、現行法では大きく「ホテル」、「旅館」、「簡易宿所」および「下宿」に分けられる（法改正によりホテルと旅館は「旅館・ホテル」に一本化される予定になっている）。

このうち簡易宿所は、「宿泊する場所を多数人で共用する構造及び設備を設けてする営業」であり、歴史的資源を一棟貸しの宿やゲストハウス等の多くが該当する。

旅館業法に関連し、平成 28 年（2016 年）4 月に以下を含む規制緩和が行われている。

- ・ 簡易宿所の客室面積基準を見直し、宿泊者が 10 人未満の場合については、宿泊者数に応じた面積基準（ $3.3\text{ m}^2 \times \text{宿泊者数}$ 以上）となるよう政令を改正。従来は 33 m^2 以上が求められていた。
- ・ 簡易宿所の玄関帳場については、旅館業法および同施行令にはもともと設置義務規定はなく、「旅館業における衛生等管理要領」において、「適当な規模の玄関、玄関帳場又はフロント及びこれに類する設備を設けること」と記載されてきたところ、これを改正し、「設けることが望ましい」とされた。

「旅館業における衛生等管理要領」は、平成 29 年（2017 年）12 月にも一部改正が行われた。簡易宿所については、面積や構造要件等の緩和に加え、玄関帳場に関して「代替する機能を有する設備を設けることその他善良の風俗の保持を図るための措置」が講じられ、かつ「事故が発生したときその他の緊急時における迅速な対応のための体制（通常おおむね 10 分程度で職員等が駆けつけることができることが望ましい）」が整備されている場合には設置を要しないとされており、一段の規制緩和となっている。

簡易宿所の玄関帳場については、自治体によっては条例で設置を義務付けているところもあったが、厚生労働省では平成 29 年（2017 年）12 月の「衛生等管理要領」改正を踏まえて、各自治体に対し、複数の簡易宿所が共同で玄関帳場等を設置する場合の取り扱いについての特段の配慮を要請する通知を発出している。

これらを踏まえて自治体の条例緩和や運営弾力化が進めば、特に一棟貸しの宿泊施設の運営には追い風になると考えられることから、今後の進展が待たれるところである。

ちなみに農林漁家が民宿を行う場合（農家民宿）にも旅館業法が適用され、かつては 33 m^2 以上という客室面積基準があったが、平成 15 年（2003 年）に農家民宿については先行緩和され、 33 m^2 に満たない客室面積でも簡易宿所営業の許可を得ることが可能となっている。

②建築基準法

住宅や蔵といった本来は別の用途の建物であったものを宿泊施設に転用する場合、建築基準法上「用途変更の確認申請」が必要となり、旅館業法上の営業許可を取得する要件の一部となっている。

確認申請においては、原則として建物が検査済証の交付を受けていることが条件となり、検査済証を取得していない場合は、建築士が建築基準法適合性を調査し、必要に応じて改善工事を行うことが求められる。

建築基準法は昭和 25 年（1950 年）に制定されており、それより以前に建てられた歴史的資源は、当然ながら建築基準法で在来工法建築に求める基準に合致しない点も多い。

用途変更に関する確認申請の手続きは、煩雑であることに加え、コストと時間も要するが、用途変更する面積が 100 ㎡以下であれば、法や条例等で求められる改修等を行うとしても、確認申請の手続き自体は要さないことから、古民家等を用いた一棟貸しの宿やゲストハウスにおいては、営業面積 100 ㎡以下での運営を志向する主体も少なくないようである。

この点に関し、歴史的資源を建築基準法の適用除外にするための条例の制定を進めるため、現在国では「歴史的建築物の活用促進に向けた建築基準に関する連絡会議」を組成し、2017 年度中に歴史的建造物に関する建築基準法適用除外の条例の制定・活用に関するガイドラインを策定・公表する予定である。

③消防法

歴史的資源を宿泊施設にする場合は、消防法により誘導灯および自動火災報知設備（床面積が 300 ㎡未満の場合は無線式の簡易的報知機も可）の設置が義務付けられている他、面積により消火器の設置も求められている。

平成 29 年（2017 年）3 月に、特例通知「一般住宅を宿泊施設や飲食店等に活用する場合における消防用設備等に係る消防法令の技術上の基準の特例の適用について」が発出され、古民家の宿泊施設等への活用の際に、簡明な経路により容易に避難できる場合に利用者にその旨を周知するなど、一定の要件を満たす場合には、「誘導灯」及び「誘導標識」の設置を要しない旨が周知された。

④国家戦略特区による規制緩和

「国家戦略特区」は、“世界で一番ビジネスをしやすい環境”を作ることを中心に、地域や分野を限定することで、大胆な規制・制度の緩和や税制面の優遇を行う規制改革制度であり、平成 25 年度（2013 年度）に関連する法律が制定され、平成 26 年（2014 年）5 月に最初の区域が指定された。これまで国家戦略特区に指定されている区域は、平成 29 年（2017 年）末現在で 10 区域ある。

歴史的資源に関しては、旅館業法の適用除外として、地方自治体の条例に基づき選定されるものについては施設基準の適用を一部除外し、ビデオカメラが設置され緊急時の対応の体制が整備されている場合は玄関帳場（フロント）の設置が不要とされた。この特区による規制緩和は兵庫県篠山市や同養父市で適用されている。

かつては、町家を含む古民家について、実質的に宿泊施設として使いたいのが旅館業法等をはじめとする法制対応が困難であるといった理由で、宿泊者との間で一日単位での賃貸借契約を交わすようなケースも散見されたが、上述のような規制緩和が進みつつある。

(3) 歴史的資源を活用した観光まちづくり連携推進室の発足と取り組み

政府は、『観光先進国』への新たな国づくりに向けて、平成28年(2016年)3月に「明日の日本を支える観光ビジョン」という新たな観光ビジョンを策定した。

これに基づき同年9月に、農山漁村を含めた地方に広く存在する古民家等を活用した魅力ある観光まちづくりを推進する方策等の検討等を行うことを目的として、「歴史的資源を活用した観光まちづくりタスクフォース」が発足した。

同年12月の中間とりまとめを踏まえ、翌平成29年(2017年)1月に「歴史的資源を活用した観光まちづくり官民連携推進チーム」が発足した。「連携推進チーム」では、内閣官房に設置した「連携推進室」及び有識者からなる「専門家会議」が一体となり、支援策の具体化と、地域から寄せられた具体的な相談・要望への支援を進めている。

平成29年(2017年)5月に公表されたタスクフォースとりまとめでは、「人材」、「自治体連携・情報発信」、「金融・公的支援」、「規制・制度改革」の4つの課題について支援策を示した上で、2020年までに全国200地域で歴史的資源を活用した観光まちづくりの取り組みを進めるとしている。

＜歴史的資源を活用した観光まちづくりタスクフォース とりまとめ(概要)＞

歴史的資源を活用した観光まちづくりTF とりまとめ(概要)

2017年5月18日

「人材」「自治体連携・情報発信」「金融・公的支援」「規制・制度改革」の4課題について支援策をとりまとめ

人材：意欲とノウハウをもった人々を、必要とする地域に繋げるネットワークやワンストップの相談体制が必要。

- 官民一体の「連携推進チーム」を構築(1月)し、30件超の相談を受付。専門家の現地視察、コンサルティング等を継続実施。
- セミナーの開催、専門人材・企業リストの作成、都市の人材と地域との人材マッチング等を実施(本年度「テーマ別観光による地方誘客事業」で「古民家等の歴史的資源」を選定)。

自治体との連携・情報発信：地方自治体が本取組に意欲を持ち、協力を得るために、効果的な情報発信や働きかけが必要。

- 市町村長へのダイレクトの働きかけを継続実施するとともに、自治体等向けリーフレットを作成・配布。
- 重要伝統的建造物群保存地区(114地区)、日本版DMO候補法人(145法人)を中心に、情報提供・意向調査を実施(2~4月)。80%を超える地域が取組意向があり、当該地域を中心に取組内容の共有や解決策の検討を実施。
- JNTOとREVICの連携協定(4月締結)等に基づき、「古民家ステイ」のブランド化、SNS等を活用した海外情報発信を実施。

金融・公的支援：地域金融機関、公的金融機関等が一層連携し、公的支援制度も活用し、投融資機能を最大限活用する必要。

- REVICの有する投資ノウハウ・人材支援に関する機能を最大限に活用し、取組を各地で展開(現在26件)。
- 地域金融機関による事業性評価に基づく融資等の促進に向け、優良事例の公表、REVICとの連携等を加速。
- クラウドファンディングによる資金調達、ふるさと納税の活用を促進。小規模不動産特定共同事業の普及・啓発を推進。
- 「重要伝統的建造物群保存地区の建造物の宿泊施設等への活用事業への重点支援」、「農泊実施民間組織への直接支援制度の新設」等を実施。
- REVICの投資ノウハウ・人材支援に関する機能を本年度末以後も安定的・継続的に提供できるよう、体制を整備。

規制・制度改革：法令等の運用が地域で異なる等のケースがあるため、統一ガイドラインの策定や基準の見直し等が必要。

- 歴史的建造物を建築基準法の適用除外にするための条例の制定を進めるため、ガイドラインを策定・公表(本年度中)。
- 市街化調整区域でオーベルジュ等が柔軟に開業できるよう、用途変更の許可運用の弾力化のための技術的助言を自治体に発出(昨年12月)。
- 自動火災報知設備、誘導灯等の基準適用に係る特例の考え方等を整理・公表するとともに、リーフレットを作成・配布(3月)。
- ホテル・旅館営業の一本化を含む「旅館業法の一部を改正する法律案」を国会へ提出(3月)。客室数の最低数の撤廃、便所の数値規制の撤廃、複数の簡易宿所における共同での玄関帳場の設置を認める等、見直しを実施。
- 今後も、関係法令について、地域からの相談・要望の具体的な内容を随時整理・分析し、適時適切に規制・制度を改善。

このとりまとめを毎年フォローアップし、2020年までに全国200地域での取組を目指す。

(出所) 首相官邸ホームページより

(4) 補助金制度一覧(2018年2月時点)

ソフト・ハード整備に対する支援一覧【右ページに続く】

施策名	対象者
農山漁村振興交付金 (農泊推進対策)	1、農泊推進事業【ソフト対策】 地域協議会、地方公共団体が出資する法人、地域再生推進法人、NPO 法人等 2、施設整備事業【ハード対策】 (1) 活性化計画に基づかない施設整備事業 市町村、地域協議会の中核となる法人、地方公共団体が出資する法人、地域再生推進法人、NPO 法人等 (2) 活性化計画に基づく施設整備等事業 都道府県、市町村、地域再生推進法人、NPO 法人、農林漁業者の組織する団体等
日本遺産魅力発信推進事業	日本遺産の構成文化財の所在する地方公共団体等によって構成される協議会等
国宝・重要文化財建造物 保存修理強化対策事業	文化財の所有者、管理団体等
伝統的建造物群基盤強化	市町村
インバウンド型 クールジャパン推進事業 (地域文化資源活用空間創出事業)	(1) 商店街支援事業：商店街組織、商店街組織と民間事業者の連携体 (2) 中心市街地活性化事業：認定中心市街地活性化基本計画に記載された事業を行う民間事業者等
地域・まちなか商業活性化支援事業	(1) 中心市街地再興戦略事業（機能集約支援） 認定中心市街地活性化基本計画に記載された事業を行う民間事業者等 (2) 地域商業自立促進事業（役割・規模・ステージに合わせた取組支援）商店街組織、商店街組織と民間事業者の連携体
空き家対策総合支援事業	市区町村等補助対象市区町村 ・空家法に基づく「空家等対策計画」を策定している ・空家法に基づく「協議会」を設置するなど、地域の民間事業者等との連携体制がある等
地方創生推進交付金	地方公共団体（都道府県、市区町村）
浜の活力再生交付金	事業実施主体：都道府県、市町村、水産業協同組合等
地域経済循環創造事業交付金 (ローカル 10,000 プロジェクト)	民間事業者等
訪日外国人旅行者受入環境整備 緊急対策事業等	(1) 地方での消費拡大に向けたインバウンド対応等支援事業 (2) 交通サービスインバウンド対応等支援事業 (3) 宿泊施設インバウンド対応支援事業

※各種支援メニュー詳細については、出所「歴史的資源を活用した観光まちづくりに対する支援メニュー集」参照

申請先	概要
各地方農政局 *活性化計画の提出先は農林水産大臣	増大するインバウンド需要等と呼び込み、農山漁村の所得向上を図るため、「農泊」をビジネスとして実施できる体制の構築、地域に眠っている資源の魅力ある観光コンテンツとしての磨き上げ等の取り組みや古民家等を活用した滞在施設、農林漁業体験施設等の整備を一体的に支援。
文化庁文化財部記念物課	地域の歴史的魅力や特色を通じて我が国の文化・伝統を語るストーリーを「日本遺産」として認定するとともに、ストーリーを語る上で不可欠な魅力ある有形・無形の文化財群を地域が主体となって総合的に整備・活用し、国内外に戦略的に発信することにより、地域の活性化・観光振興を図る。
文化庁文化財部参事官 (建造物担当)	文化財建造物の適切な周期による保存修理を行うとともに、文化財の解説版、情報機器の設置や展示、便益、管理のための施設・設備の整備等の特色ある活用の取組に対して支援し、観光資源としての充実及び地域の活性化を図る。
文化庁文化財部参事官 (建造物担当)	重要伝統的建造物群保存地区の修理等の事業を一体的に実施することにより災害に強く魅力的なまちづくりを実現する。
(1) 経済産業省 中小企業庁経営支援部商業課 (2) 経済産業省 地域経済産業グループ中心市街地活性化室	歴史的建造物群を中心としたまちなみ整備や、文化イベントを契機とした地域の活性化、名所・観光地・食文化等地域文化資源と連携した空間創出によって、にぎわいを創出し、交流人口を増加させるとともに、これらと連携した中小企業・小規模事業者の事業活性化を図る事業を支援する。
(1) 経済産業省 地域経済産業グループ中心市街地活性化室 (2) 経済産業省 中小企業庁経営支援部商業課	(1) コンパクトシティ化に取り組む意欲ある地域における波及効果の高い民間プロジェクト等、 (2) 商店街が実施する役割・規模・ステージに合った全国モデルとなる新しい取組を支援する。
市区町村等から国土交通省 各地方整備局・北海道開発局・ 沖縄総合事務局へ申請	空家等対策の推進に関する特別措置法（以下空家法）に基づき市区町村が策定する空家等対策計画に沿って実施する空き家の活用や除却などを、地域のまちづくりの柱として実施する市区町村に対して、国が重点的・効率的な支援を行う。
内閣府地方創生推進事務局	地方創生推進交付金を活用し、地方創生の取組の更なる深化を目的として、KPI の設定と PDCA サイクルの整備を前提に、地方公共団体の自主的・主体的な取組を複数年にわたり安定的かつ継続的に支援する。
水産庁防災漁村課	浜の活力再生プランを上位計画として位置づけ、プランの取組に位置づけられた共同利用施設の整備、プラン策定地域における水産資源の管理・維持増大、漁港漁場の機能高度化や防災・減災対策に必要な整備等を支援する。
地方公共団体	産学金官の連携により、地域の資源と資金を活用して、雇用吸収力の大きい地域密着型企業の立ち上げを支援する。
・各地方運輸局等 または ・観光庁観光産業課	訪日外国人旅行者数 4,000 万人等の実現に向けて、多言語音声翻訳システムの普及等の多言語対応の一層の促進、無料公衆無線 LAN 環境の一層の充実、増加する訪日ムスリム旅客の受入体制の強化等、ストレスフリーな受入環境の整備に向けてさらにきめ細やかな支援を行う。

(出所) 歴史的資源を活用した観光まちづくり連携推進室「歴史的資源を活用した観光まちづくりに対する支援メニュー集」より

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引等を勧誘するものではありません。本資料は「東北観光金融ネットワーク」（以下、FINE+東北）が信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、FINE+東北はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願い致します。本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要ですので、^(株)日本政策投資銀行までご連絡下さい。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず、『出所：東北観光金融ネットワーク』と明記して下さい。

（本レポートにかかるお問い合わせ先）

^(株)日本政策投資銀行 東北支店 企画調査課 電話022-227-8182



東北観光金融ネットワーク

*Financial Network of **TOHOKU** Tourism*