

令和5年度エリアリノベーション推進支援事業 事業報告書

1 概要

区市町村名	台東区	
事業の名称	台東区北部地域におけるリノベーション型まちづくり事業	
まちづくり プロデューサー	株式会社 HAGISO	
行政の関わり	台東区が株式会社 HAGISO との委託契約を締結し活動	
区市町村体制	担当部署: 都市づくり部地域整備第二課	役割: 庁内各部署及び地域との全体調整
連携先	名称: 株式会社グランドレベル	役割: 株式会社 HAGISO の協力会社として共同 で企画等
事業概要	空き家・空き店舗等を活用するリノベーションの手法を用いて、地域産業である皮革等の産業や商店街の活性化、飲食店をはじめとした生活利便施設の誘導を図ることで、本地域の歴史・文化といった地域特性を活かしながら、台東区都市計画マスタープランにおける北部地域の将来像「人々が共生し住み働き続けられる便利なまち」を目指していく。	
対象エリア	台東区北部地域のうち北部地区(下図参照)	
対象エリア図 (範囲を図示)	 ○北部地域 日本堤1～2丁目、 東浅草1～2丁目、 橋場1～2丁目、 竜泉3丁目、 千束3～4丁目、 今戸1～2丁目、 清川1～2丁目、 浅草3～7丁目、 三ノ輪1～2丁目 ○北部地区 日本堤1～2丁目、 清川1～2丁目、 東浅草2丁目、 橋場1～2丁目	

2 対象エリアの現状等

(1)まちづくりに係る課題
・台東区北部地域は、簡易宿所の集積と戦後の労働需要を背景に発展・賑わいをみせてきたが、労働需要や産業構造の変化により、空き家・空き店舗の増加や小売店舗数の減少がみられ、まちの活力低下が懸念される。 ・簡易宿所の低廉な価格に魅かれ訪れていたビジネス客や外国人等の観光客は、新型コロナウイルス感染症による影響で一時減少したものの徐々に回復傾向を見せている。また、マンション等の建設によって新たな住民の流入が期待されるなど、まちの状況が変化しつつある。 ・浅草や上野などの観光地や都心部からは近い立地だが、鉄道駅からは離れている。 ・空き家・空き店舗の有効活用が十分にできていない。
(2)空き家等の状況
・台東区が把握している区全域の空き家は約 300 件程度あるが、約 3 割弱が当該地域に存在している。 ・管理されている良好な状態の空き家も多数存在している。(令和 6 年 1 月末時点)
(3)住民等のニーズ
・地域の活性化 ・地域コミュニティの推進 ・交流拠点、情報発信拠点の設置 ・まちの魅力、賑わいの創出 ・空き家・空き店舗の有効活用 ・生活利便性の向上

3 事業実施工程

実施項目	具体的な取組内容	令和3年度	令和4年度	令和5年度
(1) 現況調査等 とエリア設定	①対象エリアの現況調査(人口、地価・賃料、土地利用状況、空き家など)			
	②まちづくりの課題分析			
	③効果的な事業エリアの設定			
(2) エリアビジョンの設定	地域主体のまちづくりの体制構築の検討、提案			
(3) エリアリノベーションの実現に向けた機運の醸成	区 HP 等による、事業参加者の募集、発掘			
	機運助成、マッチング促進のための勉強会の実施			
(4) エリアビジョンを踏まえた空き家等の活用、再生の企画・調整等	リノベーション型まちづくりに係る理解促進、人材・物件の発掘			
	情報発信拠点の開設、運営			
(5) その他エリアリノベーションの推進に係る取組	地元に向けて活動状況等を発信する地域密着型メディア(タブロイド)の検討及び作成			

上段(予定)
下段(実績)

4 本年度の取組内容

(1)本年度実施した取組		
実施時期	取組内容	
(3)エリアリノベーションの実現に向けた機運の醸成		
令和5年7月7日 令和5年10月30日	地域の方や不動産所有者、事業に興味・関心のある方(地域内外を問わず)を対象に勉強会を実施	
(4)エリアビジョンを踏まえた空き家等の活用、再生の企画・調整等		
令和5年6月～令和5年12月(計14回)	地域内の軒先や空き家等をお借りし、地域での会話や交流を通じて情報収集や事業のPRを行う、情報発信スペースを運営 空き家を活用したポップアップイベントの開催	
令和5年10月21、22日	活用候補の空き家の内覧会を開催	
(5)その他エリアリノベーションの推進に係る取組		
令和5年8月、12月 令和6年3月	地域の魅力の発信やまちづくりに興味のある人材の発掘及び本事業の紹介を目的としてタブロイドを発行	
(2)空き家等のマッチング及び事業化へ向けたコーディネート活動実績		
実施時期	空き家等の概要	マッチング、コーディネートの内容
令和4年10月～	築年数:37年 階数:2階建 面積:28.80㎡	所有者へのヒアリング 情報発信スペースとしての活用(情報発信) タブロイドに物件情報の掲載 物件内覧会の開催 ポップアップイベントの開催
令和5年4月～	階数:2階建 面積:26.60㎡	所有者へのヒアリング 情報発信スペースとしての活用(情報発信) タブロイドに物件情報の掲載 物件内覧会の開催 工務店との打合せのセッティング

令和 5 年 4 月～	階数:3 階建 面積:42.70 m ²	所有者へのヒアリング 情報発信スペースとしての活用(情報発信) タブロイドに物件情報の掲載 物件内覧会の開催 工務店との打合せのセッティング
(3)対象エリアの住民、地元組織等との連携内容		
・地域の方、不動産所有者及び事業に興味がある方を対象に勉強会の実施 ・空き家を活用したポップアップイベントやワークショップの開催 ・情報発信スペースを運営し、事業の紹介と地域住民へのヒアリング等を実施 ・タブロイドに空き家所有者協力のもと、物件情報を掲載し活用事業者を募集		
		
第一回勉強会の様子	第二回勉強会の様子	
		
空き家を活用したワークショップやポップアップイベントの様子		
		
情報発信スペース運用の様子		

インテリア インタビュー

まちのなかに学ぶ



工藤 賢作 (くどう けんさく) さん
大野 賢作 (おの のりさく) さん

横濱に「空家ラボ」を構える建築家・インテリアデザイナー

空家である旧三井物産の歴史を「空家ラボ」(空家ラボ)という想いから、本誌では取り上げました。

屋号の由来は、日本の「本」と「空」の「品」から。「日本に古くから伝わる良いものを、伝えたい」という想いがつづきました。伝統的な魅力を可憐な人々の10人に1人に、手に取ってもらえるように商品を持って、空家ラボに展示しています。

9年前に、創業「更替」の創業の地である台東区に拠点を移すことを決めた。物件を探し回って、ようやく合ったのが元々空家だったこの建物。広さや地などこれ以上の物件で、自分たちでリノベーションを

行い、少しずつ今の形になっています。空家にはどんな空間でもありながら、昔ながらの雰囲気や歴史が、空家ラボに作り込まれています。空家ラボは、空家ラボに作り込まれています。空家ラボは、空家ラボに作り込まれています。



この地域には今でも十分満足していますが、さらに空家を言えば、若い世代が入りやすいお家があればいいと思います。地元の人々にもっと空家を、フラッシュアップして小さなコミュニティが生まれるような場所が、もっと増えればいいと思います。空家が、空家ラボに作り込まれています。

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

空家の魅力を伝える

タイトー キタリズム

TAITO KITA RHYTHM

空家を
活かす、
人との出会い



第6号
March, 2024

「タイトーキタリズム」は、
台東区北部地域を中心に
まちとひと、風景や日常を
まろりと好きになる。
地域密着型メディアです。

詳しくは中巻へ

〈まちを一緒に「空家」を創りたい人あつた！〉と、台東区では、北部地域、特に台東区(台東区)日本町1丁目・2丁目・3丁目・4丁目・5丁目・6丁目・7丁目・8丁目・9丁目・10丁目・11丁目・12丁目・13丁目・14丁目・15丁目・16丁目・17丁目・18丁目・19丁目・20丁目・21丁目・22丁目・23丁目・24丁目・25丁目・26丁目・27丁目・28丁目・29丁目・30丁目・31丁目・32丁目・33丁目・34丁目・35丁目・36丁目・37丁目・38丁目・39丁目・40丁目・41丁目・42丁目・43丁目・44丁目・45丁目・46丁目・47丁目・48丁目・49丁目・50丁目・51丁目・52丁目・53丁目・54丁目・55丁目・56丁目・57丁目・58丁目・59丁目・60丁目・61丁目・62丁目・63丁目・64丁目・65丁目・66丁目・67丁目・68丁目・69丁目・70丁目・71丁目・72丁目・73丁目・74丁目・75丁目・76丁目・77丁目・78丁目・79丁目・80丁目・81丁目・82丁目・83丁目・84丁目・85丁目・86丁目・87丁目・88丁目・89丁目・90丁目・91丁目・92丁目・93丁目・94丁目・95丁目・96丁目・97丁目・98丁目・99丁目・100丁目・101丁目・102丁目・103丁目・104丁目・105丁目・106丁目・107丁目・108丁目・109丁目・110丁目・111丁目・112丁目・113丁目・114丁目・115丁目・116丁目・117丁目・118丁目・119丁目・120丁目・121丁目・122丁目・123丁目・124丁目・125丁目・126丁目・127丁目・128丁目・129丁目・130丁目・131丁目・132丁目・133丁目・134丁目・135丁目・136丁目・137丁目・138丁目・139丁目・140丁目・141丁目・142丁目・143丁目・144丁目・145丁目・146丁目・147丁目・148丁目・149丁目・150丁目・151丁目・152丁目・153丁目・154丁目・155丁目・156丁目・157丁目・158丁目・159丁目・160丁目・161丁目・162丁目・163丁目・164丁目・165丁目・166丁目・167丁目・168丁目・169丁目・170丁目・171丁目・172丁目・173丁目・174丁目・175丁目・176丁目・177丁目・178丁目・179丁目・180丁目・181丁目・182丁目・183丁目・184丁目・185丁目・186丁目・187丁目・188丁目・189丁目・190丁目・191丁目・192丁目・193丁目・194丁目・195丁目・196丁目・197丁目・198丁目・199丁目・200丁目・201丁目・202丁目・203丁目・204丁目・205丁目・206丁目・207丁目・208丁目・209丁目・210丁目・211丁目・212丁目・213丁目・214丁目・215丁目・216丁目・217丁目・218丁目・219丁目・220丁目・221丁目・222丁目・223丁目・224丁目・225丁目・226丁目・227丁目・228丁目・229丁目・230丁目・231丁目・232丁目・233丁目・234丁目・235丁目・236丁目・237丁目・238丁目・239丁目・240丁目・241丁目・242丁目・243丁目・244丁目・245丁目・246丁目・247丁目・248丁目・249丁目・250丁目・251丁目・252丁目・253丁目・254丁目・255丁目・256丁目・257丁目・258丁目・259丁目・260丁目・261丁目・262丁目・263丁目・264丁目・265丁目・266丁目・267丁目・268丁目・269丁目・270丁目・271丁目・272丁目・273丁目・274丁目・275丁目・276丁目・277丁目・278丁目・279丁目・280丁目・281丁目・282丁目・283丁目・284丁目・285丁目・286丁目・287丁目・288丁目・289丁目・290丁目・291丁目・292丁目・293丁目・294丁目・295丁目・296丁目・297丁目・298丁目・299丁目・300丁目・301丁目・302丁目・303丁目・304丁目・305丁目・306丁目・307丁目・308丁目・309丁目・310丁目・311丁目・312丁目・313丁目・314丁目・315丁目・316丁目・317丁目・318丁目・319丁目・320丁目・321丁目・322丁目・323丁目・324丁目・325丁目・326丁目・327丁目・328丁目・329丁目・330丁目・331丁目・332丁目・333丁目・334丁目・335丁目・336丁目・337丁目・338丁目・339丁目・340丁目・341丁目・342丁目・343丁目・344丁目・345丁目・346丁目・347丁目・348丁目・349丁目・350丁目・351丁目・352丁目・353丁目・354丁目・355丁目・356丁目・357丁目・358丁目・359丁目・360丁目・361丁目・362丁目・363丁目・364丁目・365丁目・366丁目・367丁目・368丁目・369丁目・370丁目・371丁目・372丁目・373丁目・374丁目・375丁目・376丁目・377丁目・378丁目・379丁目・380丁目・381丁目・382丁目・383丁目・384丁目・385丁目・386丁目・387丁目・388丁目・389丁目・390丁目・391丁目・392丁目・393丁目・394丁目・395丁目・396丁目・397丁目・398丁目・399丁目・400丁目・401丁目・402丁目・403丁目・404丁目・405丁目・406丁目・407丁目・408丁目・409丁目・410丁目・411丁目・412丁目・413丁目・414丁目・415丁目・416丁目・417丁目・418丁目・419丁目・420丁目・421丁目・422丁目・423丁目・424丁目・425丁目・426丁目・427丁目・428丁目・429丁目・430丁目・431丁目・432丁目・433丁目・434丁目・435丁目・436丁目・437丁目・438丁目・439丁目・440丁目・441丁目・442丁目・443丁目・444丁目・445丁目・446丁目・447丁目・448丁目・449丁目・450丁目・451丁目・452丁目・453丁目・454丁目・455丁目・456丁目・457丁目・458丁目・459丁目・460丁目・461丁目・462丁目・463丁目・464丁目・465丁目・466丁目・467丁目・468丁目・469丁目・470丁目・471丁目・472丁目・473丁目・474丁目・475丁目・476丁目・477丁目・478丁目・479丁目・480丁目・481丁目・482丁目・483丁目・484丁目・485丁目・486丁目・487丁目・488丁目・489丁目・490丁目・491丁目・492丁目・493丁目・494丁目・495丁目・496丁目・497丁目・498丁目・499丁目・500丁目・501丁目・502丁目・503丁目・504丁目・505丁目・506丁目・507丁目・508丁目・509丁目・510丁目・511丁目・512丁目・513丁目・514丁目・515丁目・516丁目・517丁目・518丁目・519丁目・520丁目・521丁目・522丁目・523丁目・524丁目・525丁目・526丁目・527丁目・528丁目・529丁目・530丁目・531丁目・532丁目・533丁目・534丁目・535丁目・536丁目・537丁目・538丁目・539丁目・540丁目・541丁目・542丁目・543丁目・544丁目・545丁目・546丁目・547丁目・548丁目・549丁目・550丁目・551丁目・552丁目・553丁目・554丁目・555丁目・556丁目・557丁目・558丁目・559丁目・560丁目・561丁目・562丁目・563丁目・564丁目・565丁目・566丁目・567丁目・568丁目・569丁目・570丁目・571丁目・572丁目・573丁目・574丁目・575丁目・576丁目・577丁目・578丁目・579丁目・580丁目・581丁目・582丁目・583丁目・584丁目・585丁目・5

(4)本年度の成果

- ・昨年度に引き続き、本事業への理解促進やまちづくりに興味のある人材の発掘を目的とし、リノベーション型まちづくりの先進的な取組みをテーマにした勉強会を2回開催した。
1回目は参加者がまちの将来像について積極的に意見を交わすことを目的に、ワークシートを利用したワークショップを実施した。2回目は地元で活躍する事業者を講師に招き、まちの魅力を発信してもらうとともに、参加者からも地域の魅力を発信してもらい、まちの魅力を深掘りする会とした。
- ・地域での会話や交流を通じた情報収集と本事業のPRを目的とした情報発信スペースとして、地域内の軒先等をお借りして、フリーコーヒーや子供向けの工作ワークショップを実施した。
- ・北部地域の魅力の発信、まちづくりに興味のある人材の発掘及び本事業の紹介を目的としたタブロイドを計3回発行し、地域内の区有施設や郵便局等に配布した。
地域の方々に、情報発信スペースの取組みや、勉強会等の活動を区民に発信することで、本事業について知ってもらう機会を増やすことができた。
- ・勉強会の開催、情報発信スペースの運営及びタブロイドの発行等を通じて本事業に関して情報発信したことにより、本事業の主旨に賛同する空き家等の所有者や事業者から問合せがあり、リノベーション活用の候補物件やまちづくりに興味のある人材の発掘等に一定の成果があった。また、活用物件候補の1つについては所有者の意向により、事業を始めたい人がポップアップイベント等を開催できるようにチャレンジショップとして運用を開始した。

5 事業の評価と課題

【事業の評価】

- ・令和5年度は、勉強会の開催、情報発信スペースの運営及びタブロイドの発行等により、リノベーションの手法を用いた空き家等の活用に向け、物件や人材の発掘等に一定の成果があった。

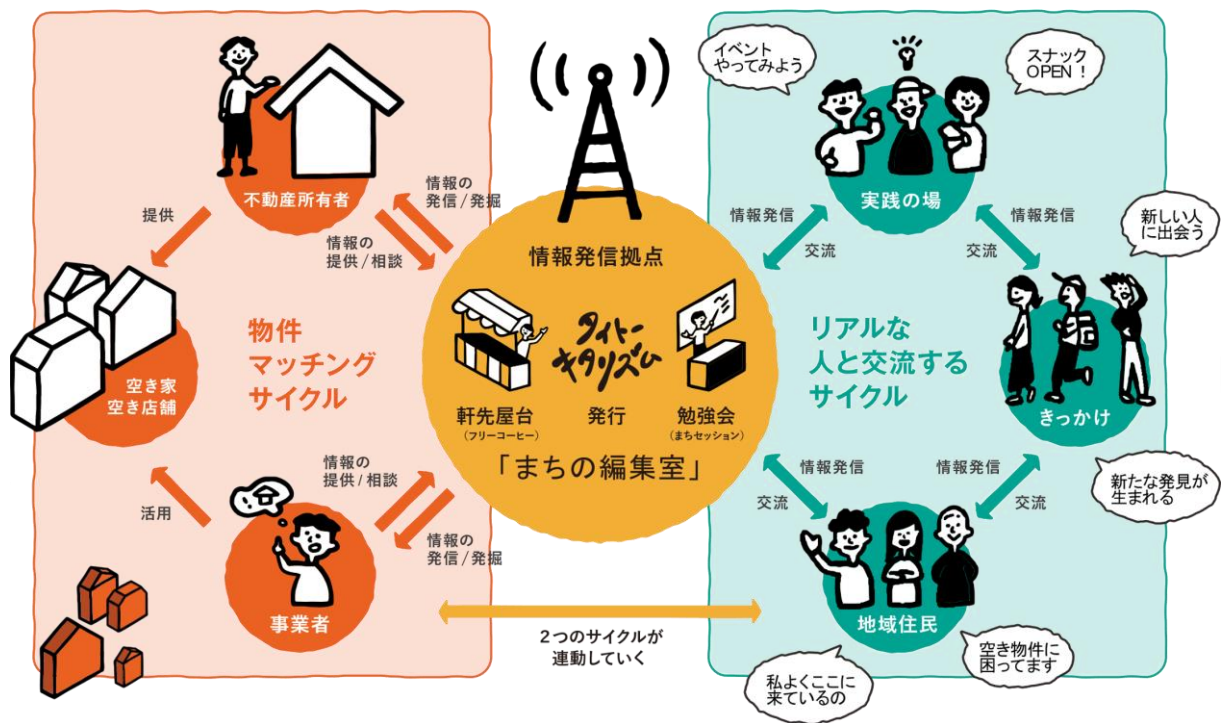
【課題】

空き家等所有者と事業者に対する支援・相談体制の整備等、マッチング成立の促進に向けた技術的支援の充実と、本事業の地域での自走化に向けた将来的な推進体制の構築が挙げられ、これらの具現化に向け、引き続き取り組む必要がある。

6 今後の展開

次年度以降は、マッチング成立にむけた技術的支援に継続して取り組むとともに、空き家と事業者の発掘を目的とした情報発信の更なる強化をしていく。

- ・人材、物件の発掘及びマッチング促進に関する情報発信及び技術的支援
 - ・地域の課題及び魅力調査
 - ・まちの編集室によるタブロイドの発行(年1回程度)
 - ・情報発信スペースの運営(年6回程度)
 - ・持続可能な事業展開の検討
- ※実現に向けた体制(イメージ)



上記の手順を踏んで、最終的には、まちやコミュニティを活性化していくとともに、地元コミュニティの中でリノベーション事業の自走及び持続可能な仕組みを構築していけるよう、区は支援していく。