

観光庁古民家セミナー

歴史的建造物
史跡などの
保存と活用

バリューマネジメント株式会社
代表取締役 他力野淳

会社概要

◆ 会社概要

■名称

バリューマネジメント株式会社
Value Management Co., Ltd.

■代表者

代表取締役 他力野 淳

■設立

2005年2月14日

■売上

55億円 (2016年12月期)

■従業員数

620名 (パート・アルバイト社員含む)
※2017年11月1日現在

■大阪

〒530-0011
大阪市北区大深町4-20 グランフロント大阪タワーA17F

■東京

〒100-0005
東京都千代田区丸の内二丁目1番1号明治生命館6F

■代表取締役

他力野 淳 (タリキノ ジュン)



2005年バリューマネジメント株式会社設立、代表取締役に就任。文化財など伝統的建造物、行政の遊休施設の修復運用や、ホテルや旅館、結婚式場などの施設再生を行う。「施設再生から地域を活性化に繋げ、日本独自の文化を紡ぐ」がテーマ。株式会社ソフトクリエイティブ代表取締役。株式会社八鵬代表取締役。グローバル起業家団体 EO OSAKA (Entrepreneurs' Organization) 元会長。地域づくり活動支援組織地域資産活用協議会 (Opera) 副会長。婚礼業界活性化組織 次世代ブライダル協議会代表理事。歴史的資源を活用した観光まちづくり専門家会議の構成員。

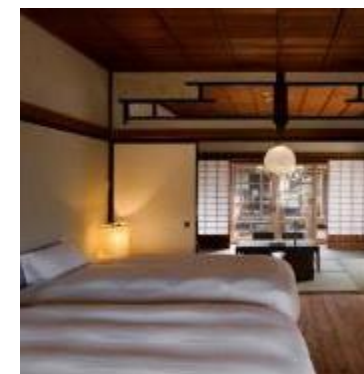
◆ 事業概要

I : 歴史的建造物の利活用

企画から運用まで、事業再生がベース。

空家・空きビル問題、歴史的建造物の維持・保存の課題に向き合い、それらを利活用することで、「文化が紡がれていく」こと目的としています。

また、利用者の記憶に残る時間を提供することで、生涯の思い出となり、必要な場所となり、町に必要性を創出。長期的な価値創造の施設づくりを行っています。



◆ 事業概要

II：顧客にとって必要な場面を生む

利用者の心が動き記憶に残ることで、その場所は生涯の思い出になります。顧客にとって必要な場所にしていくことで、街に必要な場所として長期的に価値を創造する施設づくりを行っています。

◆アニバーサリー（地元客）

ーレストラン・パーティ事業ー

普段利用する機会のない、歴史的建造物をレストラン、一般宴会、ウエディングスペースとして利用することで、生涯の思い出となるアニバーサリースペースに。

◆観光

ー宿泊・飲食事業ー

観光の目的はその土地や文化を体験すること。その町の人のように「暮らすように泊まる」ことで、他では体験できない思い出を創出、提供する。

篠山城下町ホテル NIPPONIA： 伝統建造物群保存地区

Hotel

Restaurant

Party

兵庫県篠山市の江戸時代に建築された古民家5軒を改装し、複合商業施設として2015年10月3日にオープン。城下町跡を取り込むように、複数の古民家を客室とし、城下町全体をひとつのホテルと見立てる構想のプロジェクトです。建築の歴史性を尊重しながら、地域で暮らすことの豊かさを実感できる場を作り、地域の食文化、生活文化を復刻すると共に、訪れる顧客に「篠山の暮らし」の豊かさを自然なカタチで体験していただくことを目的としています。



竹田城 城下町ホテル EN : 国登録有形文化財

Hotel

Restaurant

Party

日本のマチュピチュと言われ、国史跡に指定されている日本屈指の山城、竹田城跡。その麓に広がる城下町にある旧木村酒造場「EN」は、400年の歴史を持つ旧木村酒造場をリノベートした、複合商業施設です。5室のみのラグジュアリーな宿泊施設とレストランでは地元の食材をふんだんに使ったお料理が好評です。竹田城観光客に人気の宿泊施設です。



オーベルジュ豊岡1925：国登録有形文化財

Hotel

Restaurant

Party

お菓子の神様「田道間守（タジマモリ）」を祀る地、豊岡。「オーベルジュ豊岡1925」は、登録文化財に登録されている近代化遺産である兵庫県農工銀行豊岡支店（旧豊岡市役所南庁舎）を再生した施設です。昭和初期の近代建築のしつらえを残しながら、シンプルで温かみのある客室全5室を有し、地域の食材を生かした絶品フレンチを提供するオーベルジュです。また施設にはスイーツショップやBARも併設しています。



佐原商家町ホテル NIPPONIA： 千葉県指定重要文化財・伝統建造物群保存地区

HOTEL

RESTAURANT

PARTY

江戸時代に利根川水運を活かし繁栄した商家町、佐原。当時は「江戸優り」と言われるほどの繁栄していた町は関東最初の伝統的建造物群保存地区に指定され、今もなおその風情を残しています。ホテルのフロントを、町の中心にある江戸時代から残る「中村屋商店」に構え、宿泊施設としてご利用いただく、趣ある客室全4室は、町内に点在しています。肥沃な関東平野の豊富な食材や地元の特産品を生かした絶品フレンチやスイーツなどを提供する施設を併設しています。





実績

鮎鶴京都鴨川リゾート：国登録有形文化財

RESTAURANT

PARTY

京都の鴨川畔に佇む、145年の歴史ある元老舗料亭旅館で大正11年築の五層楼閣純和風建築をリノベート。店内はモダンなインテリアに囲まれ、目の前を流れる鴨川と遠く東山の稜線を背景とした眺望には、京都の四季が映し出されます。夏は京都の風物詩「川床」を愉しむことも。地元京都の食材をふんだんに取り入れたフレンチレストランも人気です。





実績

アカガネリゾート京都東山1925： 伝統建造物群保存地区

Restaurant

Party

京都の観光名所・東山は国の重要伝統的建造物群保存地区です。そこに位置するアカガネリゾート京都東山1925の前身は1925年（大正14年）に建造された、老舗企業のオーナーの邸宅です。「銅」の加工メーカーとして歩んで来たことから、屋根や雨どいにも贅沢に「銅」が使われています。そんな洗練空間ではウエディングの他に、フレンチダイニング、蔵を改造したカフェ、11席限定のシェフズカウンターが利用可能です。





実績

平安神宮会館：平安神宮境内

Party

京都の三大祭りである時代祭りが執り行われる平安神宮は、1895年(明治28年)に建立された京都随一の神宮。多くの重要文化財、登録有形文化財を持ち、境内にある平安神宮神苑は国指定名勝。その神苑を借景に、平安神宮御鎮座70年並孝明天皇100年祭を記念して施工された平安神宮会館。平安神宮の境内にあり、木々に包まれた静かで落ち着いた場所では披露宴を承っています。





神戸迎賓館 旧西尾邸：兵庫県指定重要文化財

Restaurant

Party

1919年築の神戸迎賓館は県の文化財にも指定された神戸の西洋建築を代表する施設です。自然に囲まれた1万平米の広大な敷地には日本庭園があり、四季の移ろいを愉しむことができます。大正ロマン薫る本物の空間でのウェディングの提供だけでなく、極上の本格フレンチを提供する、予約の取れない人気レストランを有しています。お料理はもちろん、数々の賓客をもてなしてきた高いホスピタリティは顧客に上質な時間を提供し評判を得ています。





実績

北野異人館旧レイン邸：伝統建造物群保存地区

Restaurant

Party

1900年、神戸は北野に居留した外国人のために建てられたレイン邸は、異人館としては比較的初期のものです。ヴィクトリアン様式の洋館ですが日本の伝統建築技法も採用されオリエンタルな印象が漂います。1980年に重要伝統建築物保存地区に指定されたこの施設は、ウェディングのみ利用可能で一般非公開でしたが、現在はレイン邸ならではの優美なフランス料理を提供するレストランとしても利用可能です。





大阪城西の丸庭園 大阪迎賓館：国特別史跡内

Restaurant

Party

大阪迎賓館は大阪城公園内に位置する、西の丸庭園をロケーションに持つ施設です。1995年のAPEC大阪開催の際に新造されたもので、京都二条城の二の丸御殿の白書院をモデルにした鉄骨2階建ての純和風建築の造りです。外部は木材が経年変化により変色した状態を生漆の古色塗りで表現されており、壁には漆喰風の塗装を施しています。屋根は銅板を用いた柿葺風で天井も二条城の内部造作を忠実に再現するなど、実手の込んだ仕上がりになっています。現在は各種会議に随時使用されています。



表彰経歴

2017年発表

「働きがいのある会社」ランキング



Great Place to Work Institute Japanとは
「働きがいのある会社」ランキングを選定
する世界最大級の調査機関



バリューマネジメント株式会社は「従業員100-999人」の部で

4年連続ベストカンパニー選出

(従業員100-999人の部)
※2015、2016年は同部門
2年連続2位獲得

世界49カ国で「働きがいのある会社」の調査を行い、調査結果をもとに企業ランキングを発表している「働きがいのある会社」ランキングは、世界最大級の従業員意識調査・分析であり、各国の有力メディアに掲載されることで企業知名度、企業イメージ、企業ブランド価値の向上をはじめ、採用活動や株価、売上など収益にも大きな効果をもたらすものとして、高い評価を得ています。従業員の意識調査としても活用されており、「働きがいのある会社」作りに向けて組織活性や組織開発のための取り組みとしても利用されています。外部の人がその企業の制度・施設の充実度などで評価されるものではなく、その職場で働く従業員からの評価を、直接反映するという調査手法が特長であり、まさに従業員の声が「働きがいのある会社」を決めるものとして信頼のおけるアワードです。

◆ 表彰経歴

2016年発表

ジャパンベンチャーアワード2016



日本文化再生特別賞受賞

Japan Venture Awardとは革新的かつ潜在成長力の高い事業や、地域の活性化に資する事業を行う、志の高いベンチャー企業の経営者を称える表彰制度です。2000年以来、255名のベンチャー経営者が受賞し、それぞれの事業とともに日本を支えるリーダーへと成長を遂げています。次なる日本のリーダーとして果敢に挑戦する起業家を、ロールモデルとして広く紹介することで、創業機運を高め、日本における創業の促進を図る団体です。

◆ メディア露出

2017年4月6日

テレビ東京「カンブリア宮殿」に出演。
バリューマネジメントの取り組みが
紹介される。



放送内容

歴史的建物を再活用し、地域を活性化！
日本の文化を継承する...再生事業ビジネス

放置された歴史的建造物や遊休施設を、レストランや宿泊施設として再活用する事業会社、バリューマネジメント。「日本の文化を紡ぐ」ことを理念に掲げ、使われなくなった古い建物を後世に伝えようと、民間の力で様々な建造物を価値ある施設へと甦らせている。会社設立から12年、毎年黒字を達成。売り上げはこの5年で2倍に伸びている。現在は、10の施設を運営し、地域の活性化にも貢献している。地元の人々に感謝され、新たな観光客を呼び込む"再生事業ビジネス"の全貌に迫る！

※テレビ東京「カンブリア宮殿」ホームページより抜粋

◆ メディア露出：その他（抜粋）



◆ 国との連携

歴史的資源を活用した
観光まちづくりタスクフォース



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メンバー

◆ 国との連携

歴史的資源を活用した観光街づくりタスクフォース

民間を中心とした地域の観光まちづくりの取り組みを、異業種からなるワンセットの専門家チームが、継続的に伴奏し、地域毎にオーダーメイドで支援



2020年までに全国200地域での取り組みを目指す。

このため、2017年1月30日に

- 民間人材による「歴史的資源を活用した観光まちづくり専門家会議」を設置
 - 内閣官房による「歴史的資源を活用した観光まちづくり連携推進室」を設置
- 意欲ある地域の相談・要望に国がワンパッケージで対応し、官民が連携した支援体制を構築

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

歴史邸資源を活用した観光まちづくり専門家会議
(タスクフォース有識者を中心に構成)

歴史的資源を活用した観光まちづくり連携推進室
(内閣官房(運営協力：観光庁・農水省))

- 地域からの相談に関する支援等のワンパッケージ対応
 - 歴史資源の再生・活用事例集の策定
 - 専門人材・企業リストの策定
 - 現場における課題やニーズの共有
 - 支援メニューの策定
 - 規制・制度の改革促進
- 等

地域の取組

まちづくり組織の組成

まちづくり計画の策定

物件活用に向けた所有者との調整・交渉

物件活用事業者の募集とマッチング

物件の改修

事業の運営

◆ タスクフォースメンバー（政府側）

政府側	菅 義 偉	: 内閣官房長官
	石井 啓一	: 国土交通大臣
	山本 幸三	: 内閣府特命担当大臣（地方創生）
	山本 有二	: 農林水産大臣
	和泉 洋人	: 内閣総理大臣補佐官（地方創生担当）
	松永 明	: 内閣官房内閣審議官（内閣官房副長官補付）
	蝦名 邦晴	: 内閣官房内閣審議官（内閣官房副長官補付）兼観光庁次長
	西田 直樹	: 内閣府地域経済活性化支援機構担当室長
	青柳 一郎	: 内閣府地方創生推進事務局審議官
	時澤 忠	: 総務省地域力創造審議官
	末宗 徹郎	: 内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局地方創生総括官補
	刀禰 俊哉	: 内閣府規制改革推進室次長
	藤原 豊	: 内閣府地方創生推進事務局審議官
	遠藤 俊英	: 金融庁監督局長
	三宅 俊光	: 総務省大臣官房総括審議官
	大庭 誠司	: 消防庁次長
	宮田 亮平	: 文化庁長官
	中岡 司	: 文化庁次長
	北島 智子	: 厚生労働省医薬・生活衛生局生活衛生・食品安全部長
	佐藤 速水	: 農林水産省農村振興局長
	前田 泰宏	: 経済産業省商務情報政策局審議官（商務情報政策局担当）
	谷脇 暁	: 国土交通省土地・建設産業局長
	栗田 卓也	: 国土交通省都市局長
	由木 文彦	: 国土交通省住宅局長
	田村 明比古	: 観光庁長官

有識者	金野 幸雄	: 一般社団法人ノオト代表理事
	他力野 淳	: バリユーマネジメント株式会社代表取締役
	渡邊 准	: 株式会社地域経済活性化支援機構常務取締役

ビジネスモデル

◆ ビジネスモデル

歴史的建造物の利活用

企画から運用まで、事業再生がベース。

空家・空きビル問題、歴史的建造物の維持・保存の課題に向き合い、それらを利活用することで、「文化が紡がれていく」こと目的としています。

また、利用者の記憶に残る時間を提供することで、生涯の思い出となり、必要な場所となり、町に必要性を創出。長期的な価値創造の施設づくりを行っています。

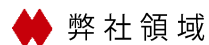
ビジネスモデルの観点

歴史的建造物の利活用ビジネスは「不動産価値向上」のビジネスモデル

通常、建物は古くなれば
価値が下がる

運用が成功すれば
土地建物の価値が上がる

歴史的建造物は簿価ゼロ
古くなれば古くなるほど価値が上がる



建物、町並みの文化的価値を残しながら、
利益を生める場所に変え、存続出来る状態にする

歴史的資源・歴史地区のマネタイズ

地域活性化(地方創生)

空家・空ビル問題 歴史的資源の保存

利活用することで必要性を生む

不動産価値の向上

税金に頼らない歴史的建造物の保存(官から民へ)

観光需要の創出

インバウンドの取り込み

観光立国への寄与

◆ 対象施設

既に商業利用されている
施設の再生

遊休施設の再生

住居等建築物の転用

ホテル、旅館、元銀行施設、古民家、行政保有物件、史跡、寺社仏閣など歴史的建造物

建物の扱い方：
修復、背景、ストーリー

文化財で無かった建物を文化財登録

文化財の格上げ

その上でビジネスとして活用する

アニバーサリー利用

— レストラン・パーティ事業 —

普段利用する機会のない、歴史的建造物をレストラン、一般宴会、ウェディングスペースとして利用することで、生涯の思い出となるアニバーサリースペースに。

観光活用

— 宿泊・飲食事業 —

観光の目的はその土地や文化を体験すること。その町の人のように「暮らすように泊まる」ことで、他では体験できない思い出を創出、提供する。

◆ 事例①：行政が持つ遊休施設

行政が持つ遊休施設

大阪城西の丸庭園 大阪迎賓館

迎賓館

茶室

広大な敷地

税金保全

公園化、市民への
無料開放

婚礼事業・宴会事業
レストラン事業への活用

◆ 事例②：個人所有

個人所有

神戸迎賓館旧西尾邸

アカガネリゾート京都東山1925

重要文化財

伝建地区

風致

歴史的価値は高いが規制が多い

修復費用の捻出ができない
活用方法がわからない

婚礼事業・レストラン事業
宴会事業への活用

◆ 事例③：企業所有



課題と傾向

◆ 課題と傾向

■ 社会の課題

建物の限界

- ▶ 歴史的建造物(江戸から昭和初期)は老朽化し、保存には数千万円の投資が必要

相続問題

- ▶ 個人所有の場合、相続税の問題がある
- ▶ 3代目が保有している家が多く、相応のキャッシュがない場合「物納」しか選択肢がない
- ▶ 既に自治体や金融機関が保有しているケースも多い
- ▶ 保有するだけで修繕費や固定資産税のコストが掛かる

税収減

- ▶ 人口減少により、税収減が加速化する
- ▶ 税金で守ってきた文化財や城などの史跡や歴史地区なども守れなくなる

◆ 課題と傾向

■ 運用の課題

事業者が足りない問題

保存には数千万～数億円の投資が必要。相応のキャッシュが無い場合、人口減少や生産年齢人口減少により、ビジネス利用するには右記が課題となる。



収益性

事業リスク

前例がない

法的制約

今までの地域活性化策

- ▶ 税金で仕事を生み出す
- ▶ 指定管理者も税金を貰って運営している
- ▶ 税金投下が終わると事業も終了に
- ▶ 民間が自前で収益を上げないため継続ができない
- ▶ 雇用も一過性で終わり、町は活性化しない



◆ 課題と傾向

■ 現状の傾向

税金保存型 人は沢山来ているのに、マネタイズ出来ていない

運用力不足 経営的にうまくいっていない

人が来るはずがないという先入観 地方に人が来ていない

昭和型観光

集客力のある観光資源の周りに宿泊施設や物販などが立ち並ぶいわゆるコバンザメ商法。観光資源の集客力が落ちると自社施設の集客も落ちてしまう。自ら呼ぶ力がない。



未来型観光

旅の目的となる施設。自らの施設やサービス・コンテンツにより集客できる。施設目的で足を運び、結果的にその土地の魅力に気付いていくきっかけを作れる施設。



◆ 法律上の課題と改定

これまで古民家での宿泊の営業許可は、法律上違法だった

- ①建物が古い為、現代の建築基準法上では適応しない
- ②営業面積＝収益性を担保できないのでビジネスとして成立しない



旅館業法や歴史的建造物における建築基準法のガイドラインが整備されつつある

古建築を改善し、 旅館や飲食店とし て活用する場合に 関わる法律など	都市計画法	国土交通省	風致地区
	景観法	国土交通省	景観地区
	建築基準法	国土交通省	
	文化財保護法	文部科学大臣文化庁長官 都道府県知事	伝統建造物群保存地区
	高齢者、障害者等の移動等の 円滑化の促進に関する法律	国土交通省	
	消防法	法務省	
	旅館業法	厚生労働省	
食品衛生法	厚生労働省		

税金に頼らないまちづくり

テーマ：自走

■ これからの地域活性化策

事業を展開するまでの環境やスキームの整備

歴史的建築物の修繕などイニシャルコスト

これは税金など一定の保全是状況に応じて必要。

ただし、、、

- ▶ 運用は民間がリスクを取り、独自の力で行う。
- ▶ イニシャルには税金を投下しても、運用には投下しない。
- ▶ 民間の自走が必須である。
- ▶ リスクを越えて長期的に事業を展開出来る事業者を創出する必要がある

◆ 弊社の解決アプローチ

A. 必要性を生む

歴史的建造物が持つ非日常的な空間を求めるユーザーに
付加価値の高い場を提供する

①アニバーサリー ②観光

両事業ともユーザーに目的がある

<例えば観光事業では>

一般の飲食や
物販では、その施設で
無ければならない
理由がない

旅の目的と
ならない

自ら集客
できない

生き残れない

◆ 弊社の解決アプローチ

B. 高いパフォーマンスを出せる組織

施設再生事業がコア ➤ 赤字を黒字にしてきた実績

強み ➤ マネジメント、セールス&マーケティング、組織作り

組織 ➤ 採用：母集団1万人から数十名のみ採用
2019年新卒インターンシップ母集団4,000名実施2,500名
教育：業務時間15%を教育に
環境：毎月全社員会議など、働き甲斐ある環境づくり



ロイヤリティの高い強い組織

GPTW4年連続ベストカンパニー

◆ 弊社の解決アプローチ

C. エリア一体開発

日本は海外と違い木造建築なので、非常に小さな建物が多い
歴史地区は小さな建物の集合体が町並みを構成している
「面積=収益性」のため、かなり厳しい

エリア一帯の開発をする

=

複数物件を組み合わせることで
面積が増え収益性が増す

篠山城下町ホテル NIPPONIA： 伝統建造物群保存地区

Hotel

Restaurant

Party

兵庫県篠山市の江戸時代に建築された古民家5軒を改装し、複合商業施設として2015年10月3日にオープン。城下町跡を取り込むように、複数の古民家を客室とし、城下町全体をひとつのホテルと見立てる構想のプロジェクトです。建築の歴史性を尊重しながら、地域で暮らすことの豊かさを実感できる場を作り、地域の食文化、生活文化を復刻すると共に、訪れる顧客に「篠山の暮らし」の豊かさを自然なカタチで体験していただくことを目的としています。



◆ 事例：篠山城下町ホテル NIPPONIA

街全体に点在する、古民家再生 5 棟の施設

篠山城の城下町全体を「ひとつのホテル」と見立て、築100年超の古民家を含む5棟を、宿泊施設、飲食店等として改装した宿泊施設であるホテルNIPPONIAは2015年10月時点で4棟の古民家を再生し、宿泊施設としてオープンしました。宿泊棟は、築100年を超える明治時代のものから昭和のものまで、歴史的に価値の高い建物が中心です。土地、そして建物の歴史性を尊重しながら、地域で暮らすことの豊かさを実現できる

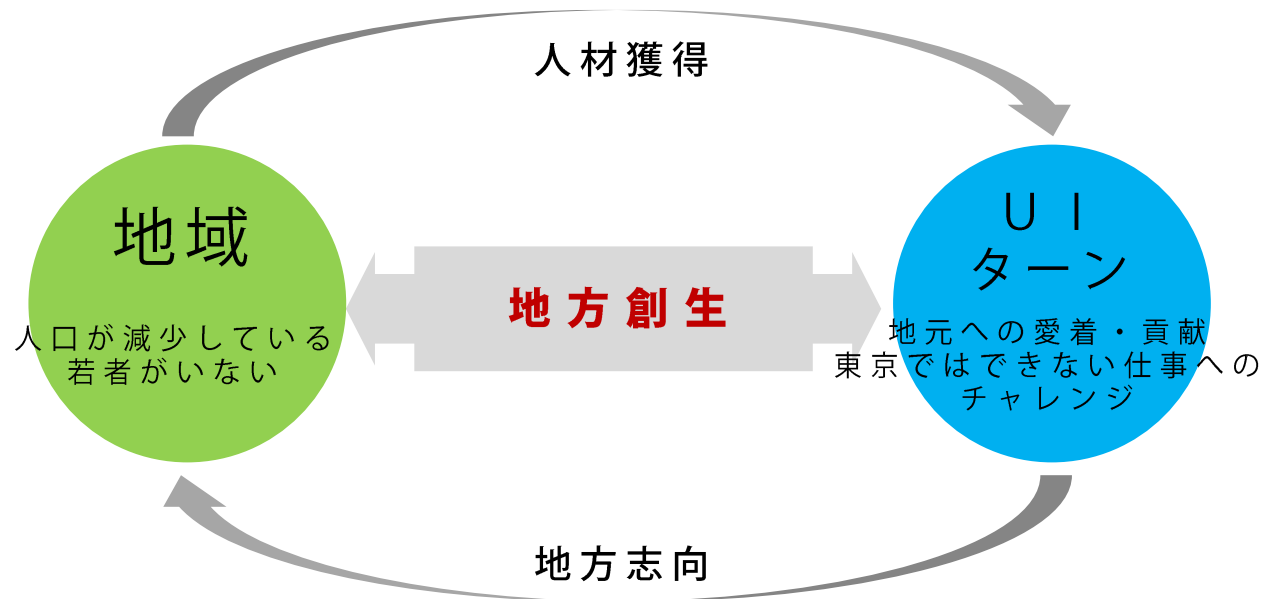


「場」として、土地に、歴史に、街に、溶けこむように過ごす体験をご提供します。

来年はさらに8棟17室増やし、13棟30室になる予定

◆ 雇用の課題と解決

働き手がないため産業に限られ、雇用出来ない



環境(仕事・生活)が整っていないので生涯定住しにくい

卵が先か、鶏が先か・・・？

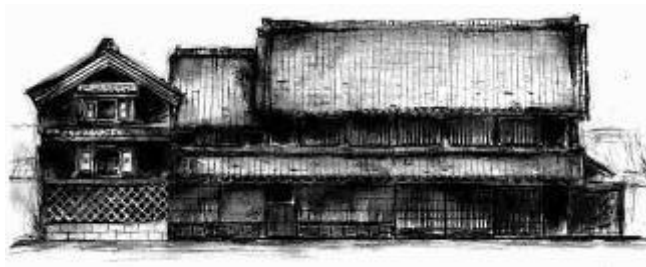
人口減少、東京一極集中により、地域では事業者は人を雇おうにも働き手がない状態。
その為Uターンで移住する人材に期待したいが、地元へ愛着があるUターン、東京にない地域だからできる事業創造をチャレンジしたいUターンは、魅力を感じながらも仕事がなくアクションできない状態。また専門学校や大学もないため、家族を持ってからの暮らしの環境に不安を感じる。

「産業⇒事業⇒雇用」のグッドサイクルをつくらなければならない

◆ 雇用の課題と解決

歴史的建造物を利用し再生
事業を立ち上げる

開業当初は外部から
人材を投入



地元認知されると
地元の人の雇用が始まる

事業に共感、未来を感じた人が働き始め認知される

取り組みが魅力的

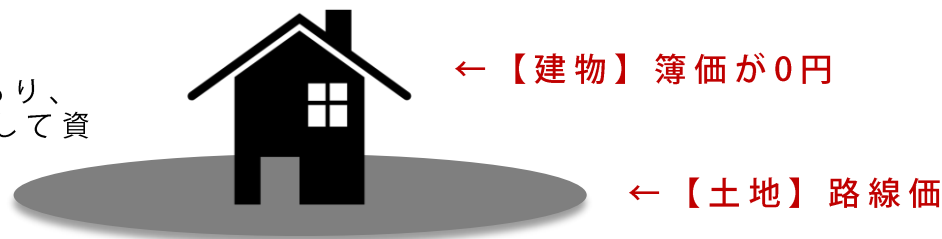
雇用が生まれている

これらの認知がU I ターンの可能性を創出する

◆ ファイナンス

■ 一般的な資金調達

歴史的建築物は会計上、簿価が0円であり、担保価値が無い。土地の価値を担保にして資金を調達する



■ バリューマネジメントの場合

バリューマネジメントは土地や建物をリースし、運用力の信頼を元に借入し、建物のリノベーションを行う。

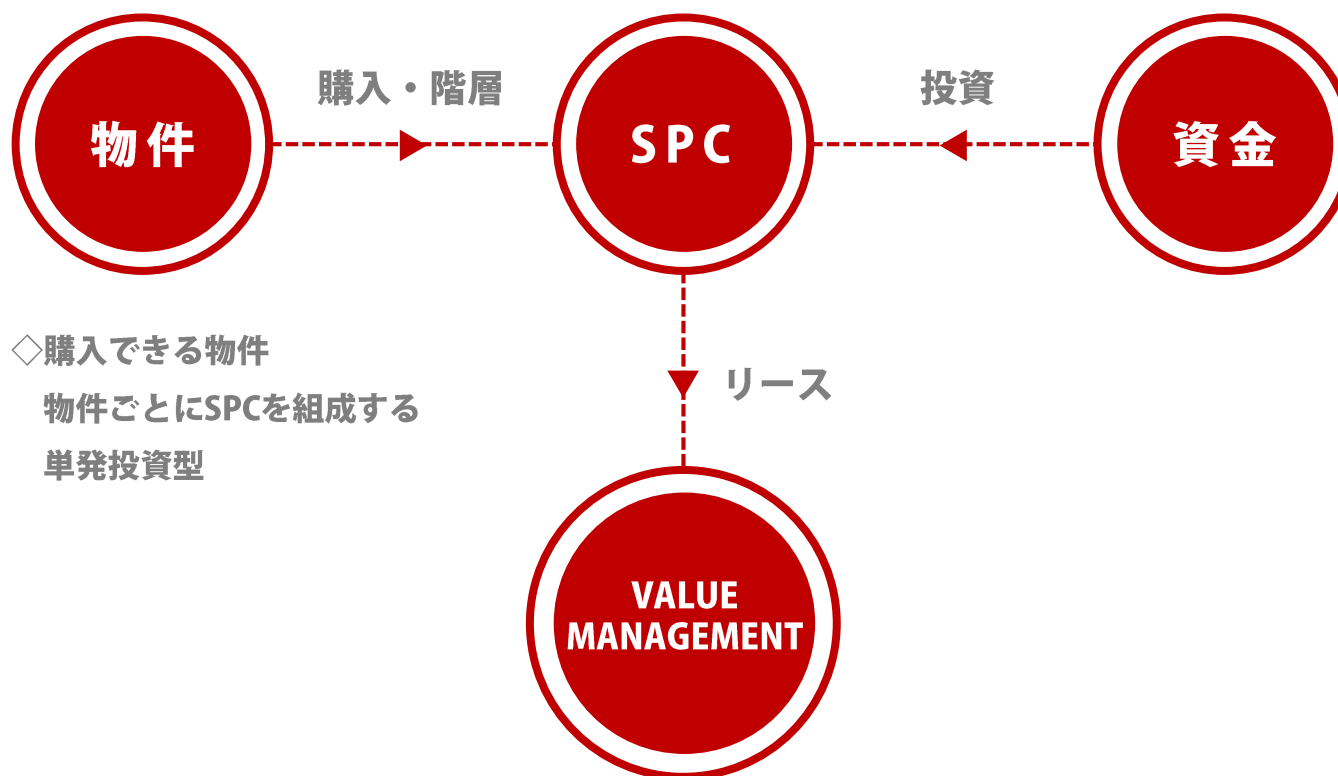


弊社は運用力を元にファイナンスしているが、昨今は国の政策として、歴史的資源の活用が求められている事から、様々なファイナンススキームが、生まれている。

◆ ファイナンス：スキーム①

SPC購入

物件購入
SPC保有リースモデル

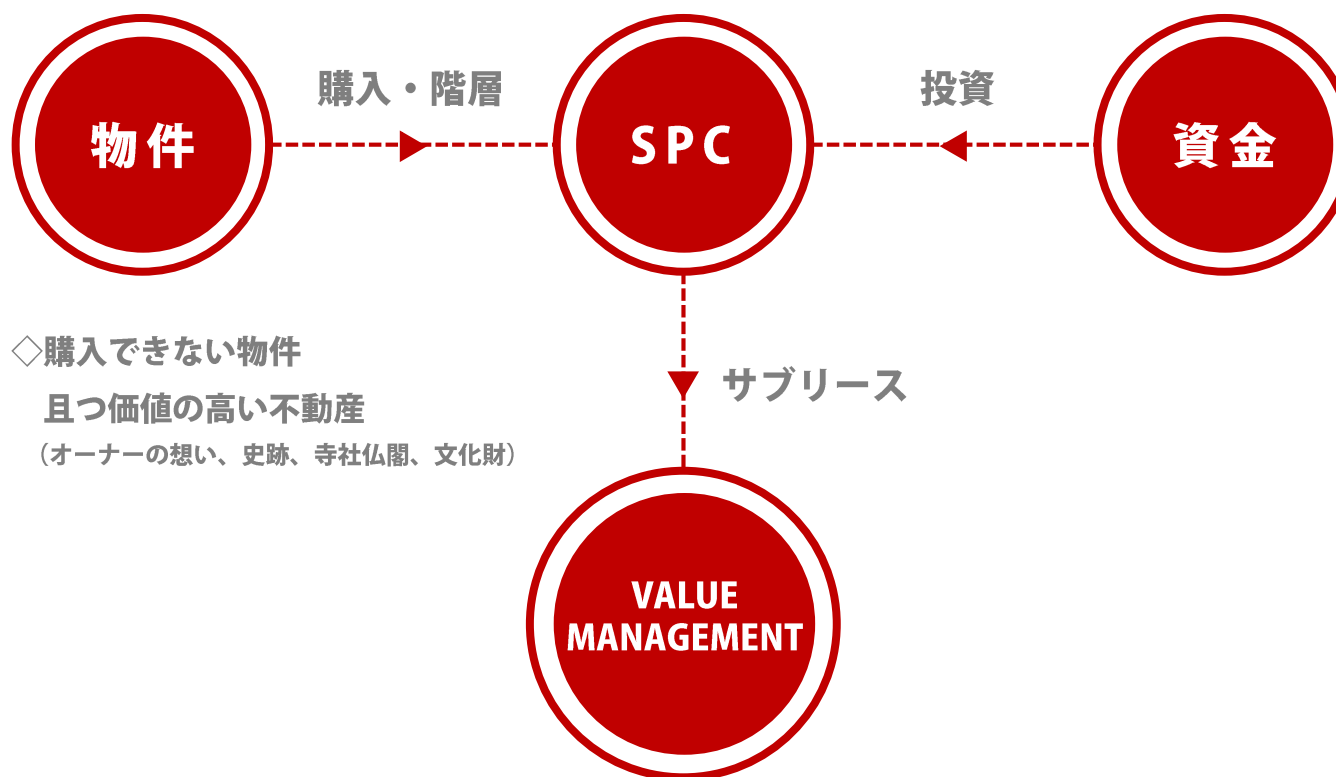


◆ ファイナンス：スキーム②

SPCリース

物件リース

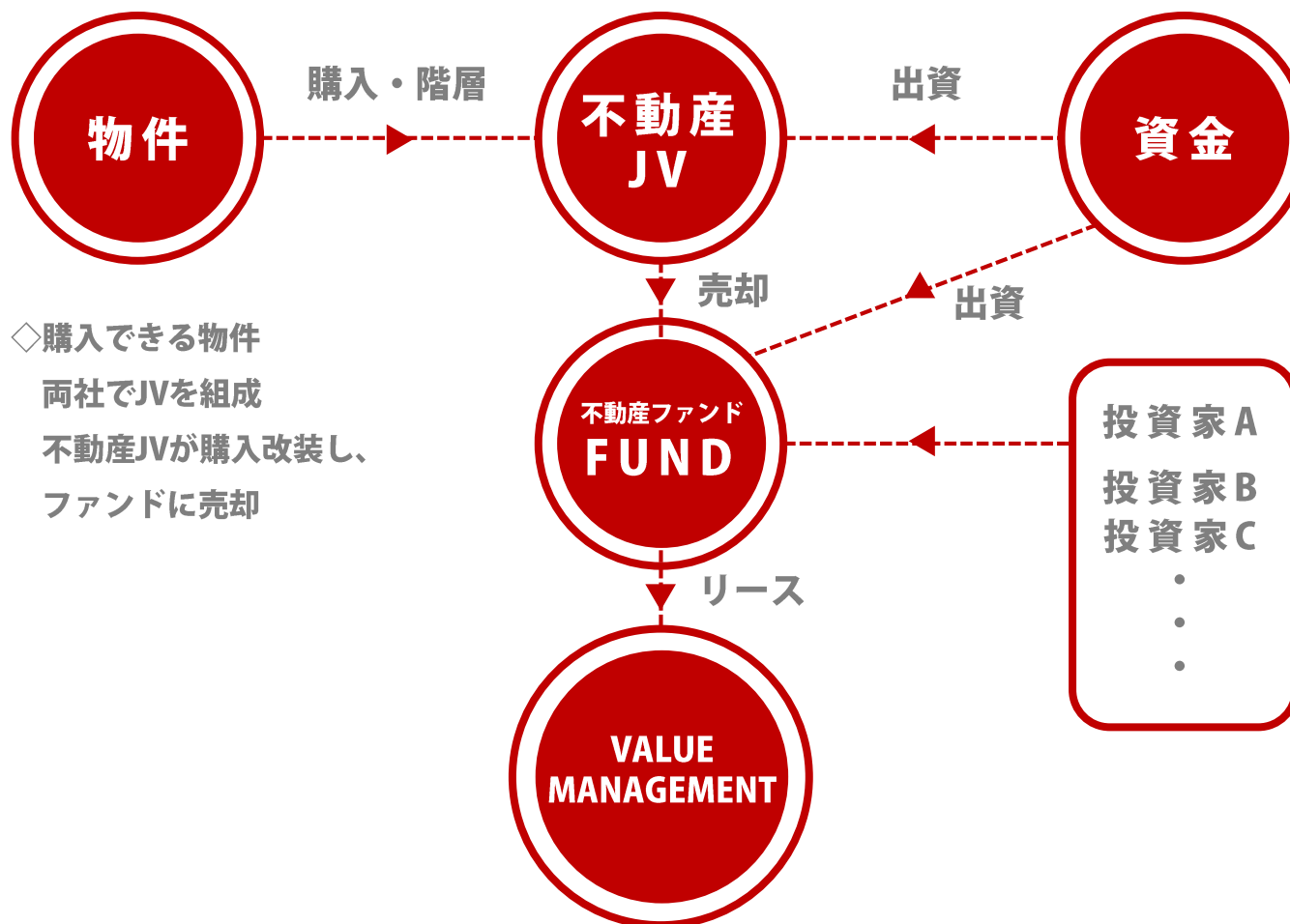
SPC保有・サブリースモデル



◆ ファイナンス：スキーム③

Joint Venture + Fund

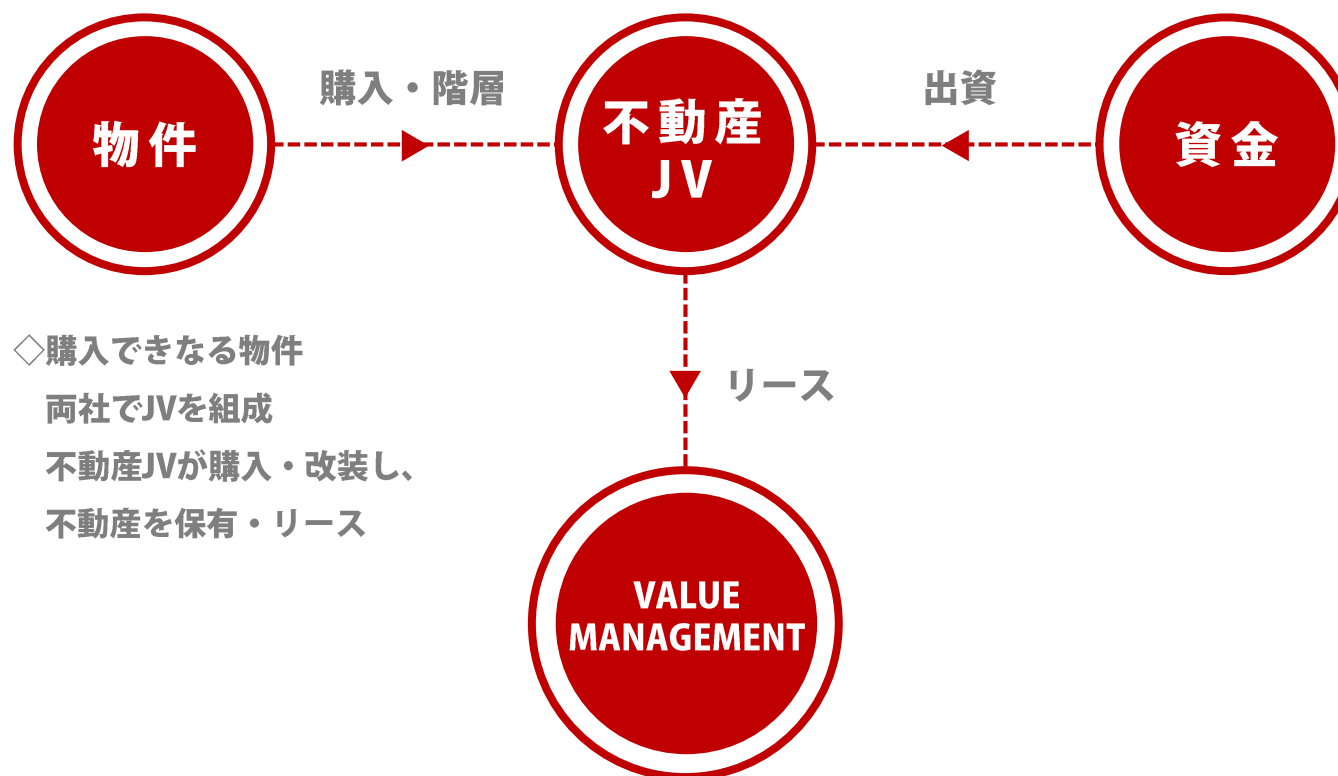
物件購入
ファンド保有・リースモデル



◆ ファイナンス：スキーム④

Joint Venture購入

物件購入
不動産JV保有・リースモデル

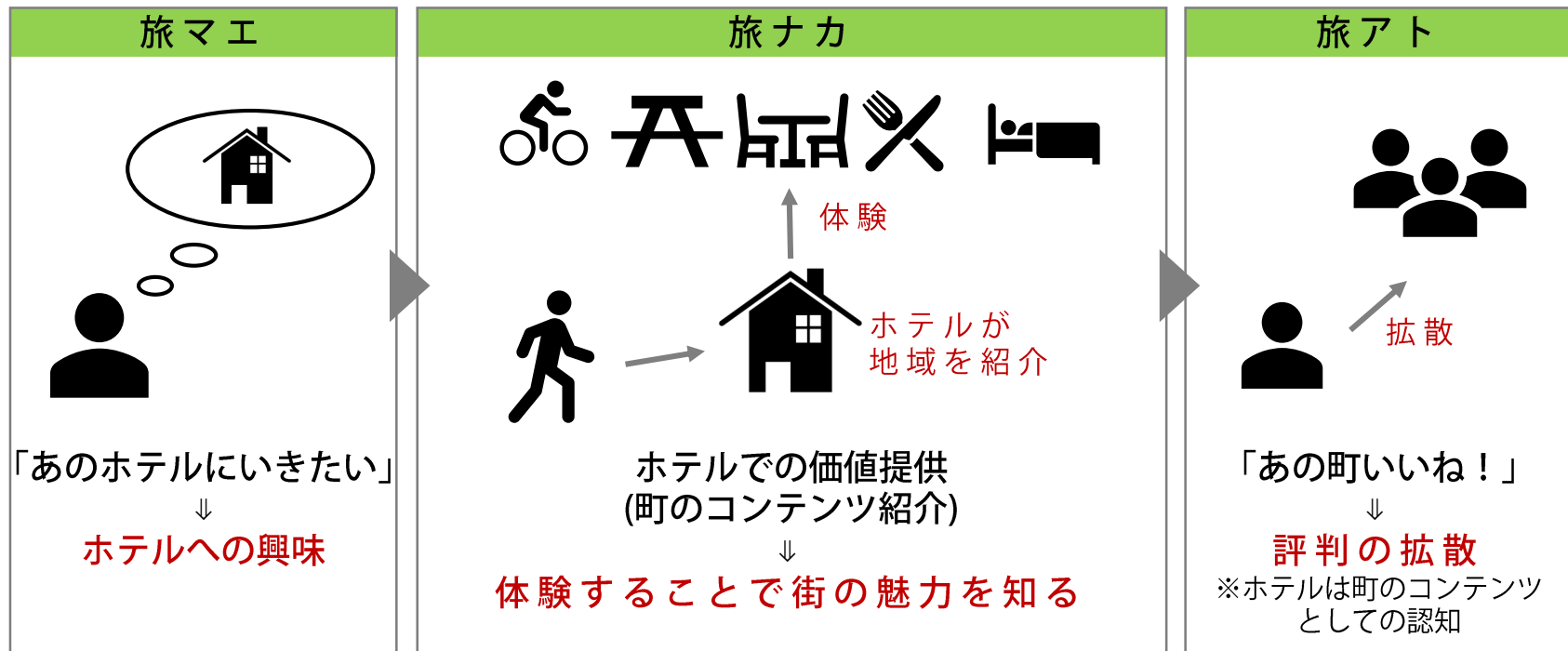




集客

宿泊施設が旅の目的となり顧客を呼ぶ

地方のコンテンツは個別では集客力が弱い、個々のコンテンツは良いものが多い。それらコンテンツを組み合わせることで、その町の魅力が伝わるよう、総合力で勝負する必要があるそのコンテンツの一つとし牽引する存在が宿泊施設の役割。

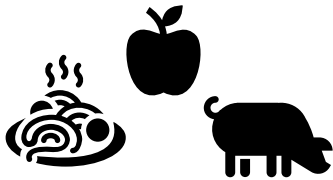


◆ NIPPONIAスキームの価値

同じスキームでどの地域でも 体験価値を提供することができる

これまで知名度が低かった、その地域の特産物や観光資源をブランディングしようとする場合、相当な時間・労力・コストがかかり、成立していく事は容易ではない。NIPPONIAは同じスキームで地域展開でき、成果が大きく期待できる。

■ 地域コンテンツ



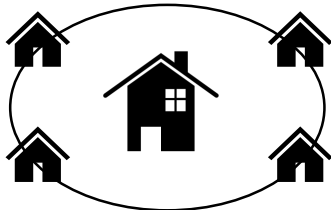
数多くの特産品や観光資源

労力やコストを投下

ブランディングの成功率は低い

せっかく魅力のある商品や観光資源もでも、ブランディングには時間と労力、コストがかかり、成立していく事が容易ではない。

■ NIPPONIA



町に点在する埋もれた古民家

古民家を再生し、客室やレストランにリノベート

古民家が町のコンテンツになる

- ・町にあかりがともる
- ・町に人がいきかう
- ・町にお金が落ちる
- ① 活性化への寄与
- ② 宿にする事で滞在時間が長く、観光消費額が伸びる

◆ コンシェルジュ

コンシェルジュが「旅の目的を叶える」

なぜ旅をするのか

なぜその地域なのか

なぜその施設なのか

目的に合わせて、旅のコンテンツを提供していくことで
旅の魅力が町の魅力を最大化する

■ 電話コンシェルジュ

旅マエが旅の満足度を決める

予約はほとんどがネットから



顧客に電話でリコンファーム



事前情報をヒアリング



コンテンツの提案

- ・地方コンテンツは、数日前の申し込みが必要であり体験出来ない事実
- ・事前に旅の目的を掴む事により、コンシェルジュから情報提供や予約代行を行う
- ・地方には何度も来るチャンスはない
⇒ 一度来る機会に価値の最大化を狙う
- ・多言語対応で安心感、旅ナカでのヘルプデスクの役割も担う
- ・電話対応を現場ではなく、1拠点で管理
⇒ ・現場(施設)の忙しいタイミングと電話対応の対応が重なる事を回避
・現場に多言語対応できるスタッフを配置するのは極めて難しい。

■ フロントコンシェルジュ

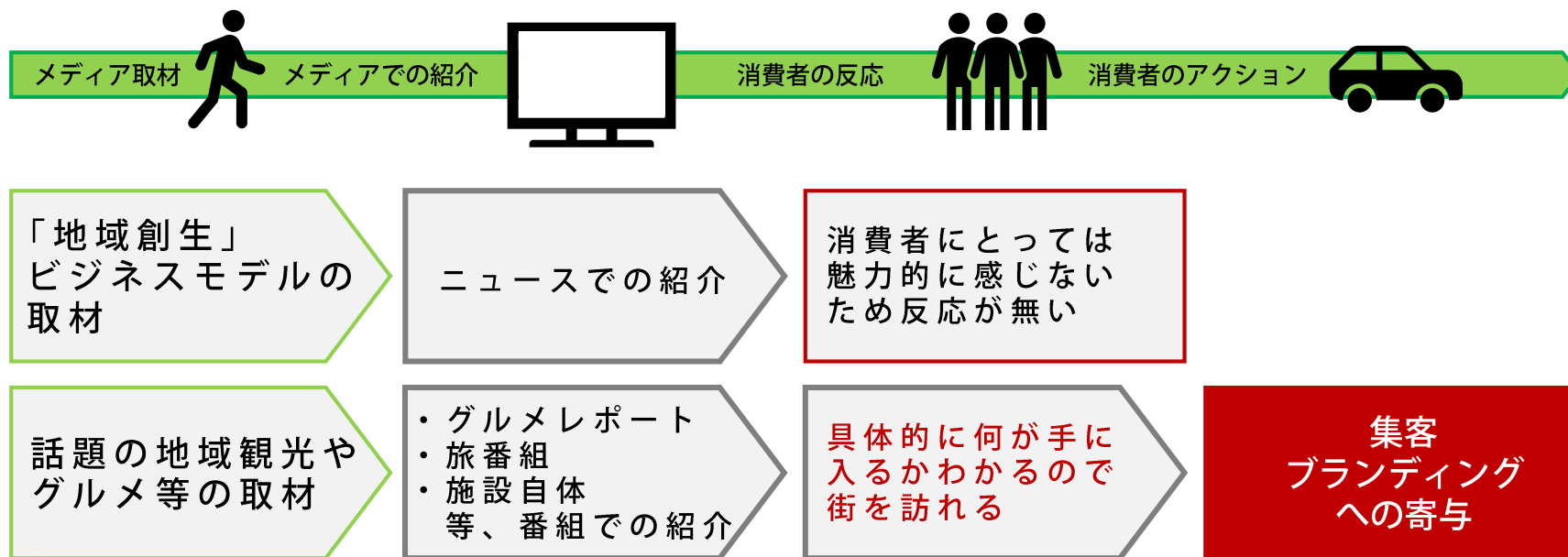
ホテルフロントは街のコンシェルジュとしての役割を担う

小さな町は、情報が無ければすぐに観光は終わってしまう。
情報を提供する事で、より価値の高い観光ができる。

◆ メディア

地域活性化のメディア露出が昨今増えている。
 ただし「ビジネスモデル」としてのメディア露出は
 集客やブランディングにはつながらない。

「地域創生」「地域活性化」がキーワードになり、様々なメディアに取り上げられるが、これらビジネスモデルが注力されメディアに取り上げられても、実際に街にお金を落としてくれる消費者には響かない。



消費者向けのメディア発信・ブランディングが必要

◆ 国との連携

国の課題

空き家空きビル問題
歴史的建築物150万棟

人口減少による税収減
文化財や史跡は税金で保全している



歴史的資源を活用した
観光街づくりタスクフォース

民間を中心とした地域の観光まちづくりの取り組みを、異業種からなるワンセットの専門家チームが、継続的に伴奏し、地域毎にオーダーメイドで支援



2020年までに全国200地域で取り組みを目指す

バリューマネジメントの事業

歴史的建造物の利活用
企画から運用まで、事業再生がベース。

顧客にとって必要な場面を生む

顧客にとって必要な場所にしていくことで、街に必要な場所として長期的に価値を創造する施設づくりを行う

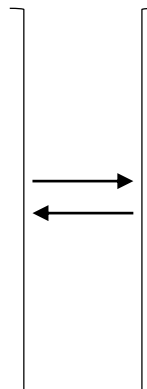


活用されていない
歴史的建造物の利活用

歴史的建造物の活用イノベーション



歴史的建築物に特化した宿泊ブランド
NIPPONIAの展開



今後の発展形

◆ 歴史地区再生による多様な文化クラスターと広域観光圏の形成



● 豊岡1925 (豊岡中心市街地)



● 旧木村酒造場EN (竹田城下町)



● 大屋大杉(養父市)



● 篠山城下町ホテル



● 集落丸山(篠山市)



● 候補地区：多数

地域づくり戦略

■ 歴史地区の再生

- ・内発型産業（建築、食、観光等）の創出
- ・Uターン者の促進、創造人材の育成
- ・美しい「空間」と豊かな「暮らし」の実現
- ・多様な文化クラスターと国際的な
広域観光圏の形成



■ NIPPONIA

- ①「歴史建築」に宿泊し、
- ②地場の「食」を味わい、
- ③地域の「暮らし」を体感する
ツーリズム事業を展開

[実績]

- ・集落丸山（篠山市）
- ・篠山城下町（篠山市）
- ・旧木村酒造場EN（朝来市）
- ・豊岡1925（豊岡市）
- ・大屋大杉（養父市） など

構成員 H29.6現在	
地方公共団体	（但馬）豊岡市、養父市、朝来市 （丹波）篠山市
地域金融機関	但馬信用金庫 中兵庫信用金庫
中間組織	一般社団法人ノオト 【事務局】
民間企業	バリューマネジメント株式会社 シナジーマーケティング株式会社 株式会社 神戸新聞社 株式会社 乃村工藝社 株式会社 VILLAGE INC 株式会社 NOTE

NIPPONIAプラットフォーム機能

ブランディングプロモーション

- 施設コンセプト構築
地域の歴史や文化的背景に沿った施設コンセプトの構築。
・コンセプトに沿ったコンテンツを提案
- ・備品、アメニティ
- ・メニュー・ドリンクの開発
- 情報発信
・公式サイトの運営、等
- 集客プロモーション
・メディア戦略
・集客・総客

国内エージェント・インターネット

宿泊予約
レストラン予約

施設運営おける業務

NIPPONIA

- 本部組織開発
・本部スタッフの採用及び教育
・本部組織オペレーション開発
- 本部総合受付窓口
【コンシェルジュ】 【予約システム】
・多言語対応 ・予約受付
・リコンファーム ・顧客情報収集
・各施設情報案内 ・在庫管理
・Q&A対応 ・リコンファーム
- ・顧客ヒアリング
- ・パンフ送付
- レピュテーションマネジメント
・評判向上の戦略的な取り組み

**顧客管理システム
データベース CRM**

宿泊及びレストラン利用顧客をNIPPONIA顧客DBに蓄積し、CRMを実施。レポート利用促進と同時に、体験者レポート、NIPPONIAの過ごし方をメール、SNSを活用。

施設開発・推進

城下町、宿場町、陶器町、鉱山町、農村集落、山村集落、漁村集落などの歴史地区(地域コミュニケーション)を単位として取り組み、住民へのヒアリングやコミュニケーションを通じて、地区の町づくりマスタープランを作成する。その上で、地区内に立地する町屋、古民家、近代化遺産等の歴史的建築物を活用し、地区の町づくり方針に沿った、宿泊施設、レストラン、カフェ、工房、サテライトオフィス、シェアハウス、住宅等の設備・運営事業を展開。

プロモーション

新規施設OPEN: 顧客DBへ新規施設OPENを告知。特別予約枠を設定。

◆ NIPPONIA 事業

NIPPONIAスキームを 200エリアに展開



連携協定によるNIPPONIA
プロジェクトの加速

JR西日本と歴史的建築物活用
による地域活性化に向けた協定を締結

ご清聴頂き、誠に有り難うございました

バリューマネジメント株式会社

他力野 淳