

住棟リノベーションによる団地再生の取組み

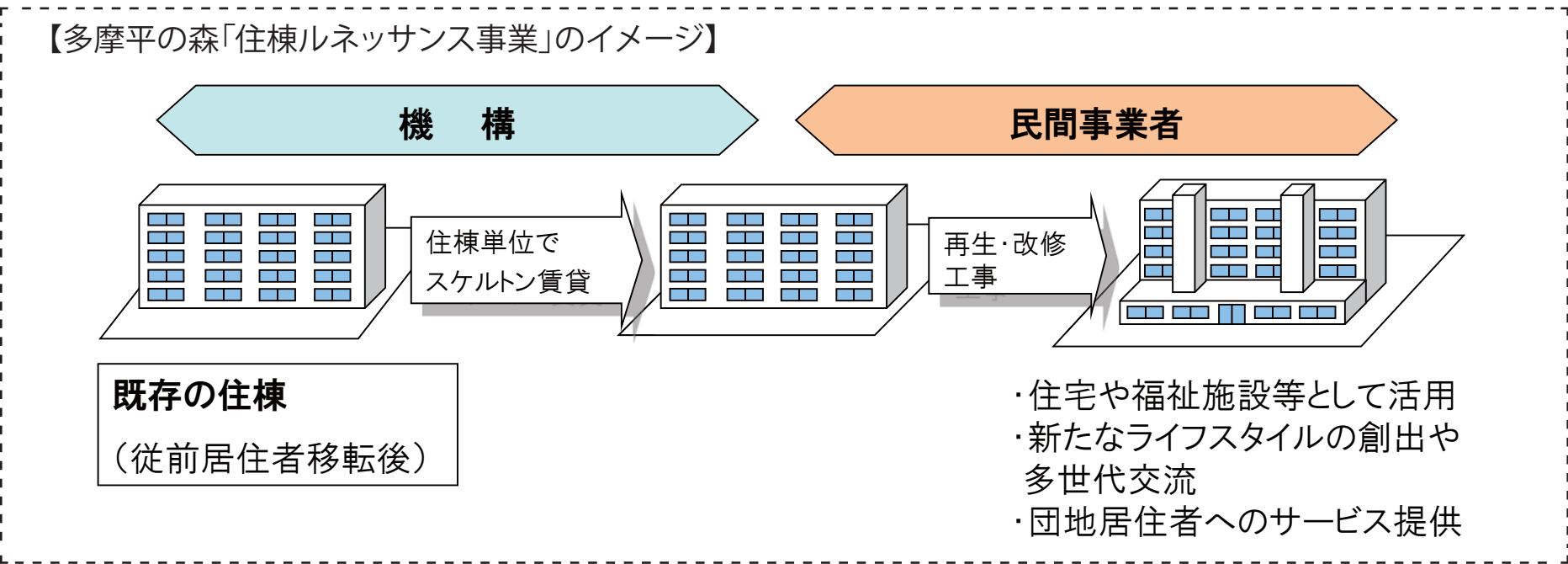
(都市再生機構 多摩平団地・観月橋団地)

高度経済成長時代に大量供給された「団地」の再生において、持続可能なまちづくりという観点から既存ストックの活用が求められている。UR 都市機構では、昭和 30 年代の団地をモデルケースとして、建替えによらない、民間連携により既存住棟を活用したリノベーションを実施。多摩平団地（東京都日野市）では 3 つの事業者が異なるターゲットを設定し、改修・運営を実施。若者から高齢者まで多世代が暮らすコミュニティの場として生まれ変わっている。観月橋団地（京都府京都市）では若者層を基本ターゲットとした住戸プランを設定し、設計から募集 PR 戦略までトータル的に民間ノウハウを活用した。

■多摩平団地における民間連携による既存ストック活用の試み



「だまむすびテラス」は、昭和33年から入居が開始されたUR賃貸住宅（旧公団住宅）多摩平団地の団地再生事業の一環として、ルネッサンス計画 2「住棟ルネッサンス事業」として建替えにより空家となった住棟を民間事業者により再生・活用した事業である。5 棟の空家を 3 区画に分け、公募により選ばれた民間事業者 3 者がそれぞれの住棟を15~20年間借り受け、3 者が連携して団地の持つ豊かな緑や外部空間を継承しつつ、各者独自の企画により新たな住宅や施設などへ再生を図った。団地型シェアハウス「りえんと多摩平」の2棟、菜園付き共同住宅「AURA243多摩平の森」の1棟、高齢者専用賃貸住宅「ゆいま〜る多摩平の森」の2棟で構成され、団地の原風景を残しつつ、若者から高齢者まで多世代が暮らすコミュニティとして生まれ変わっている。



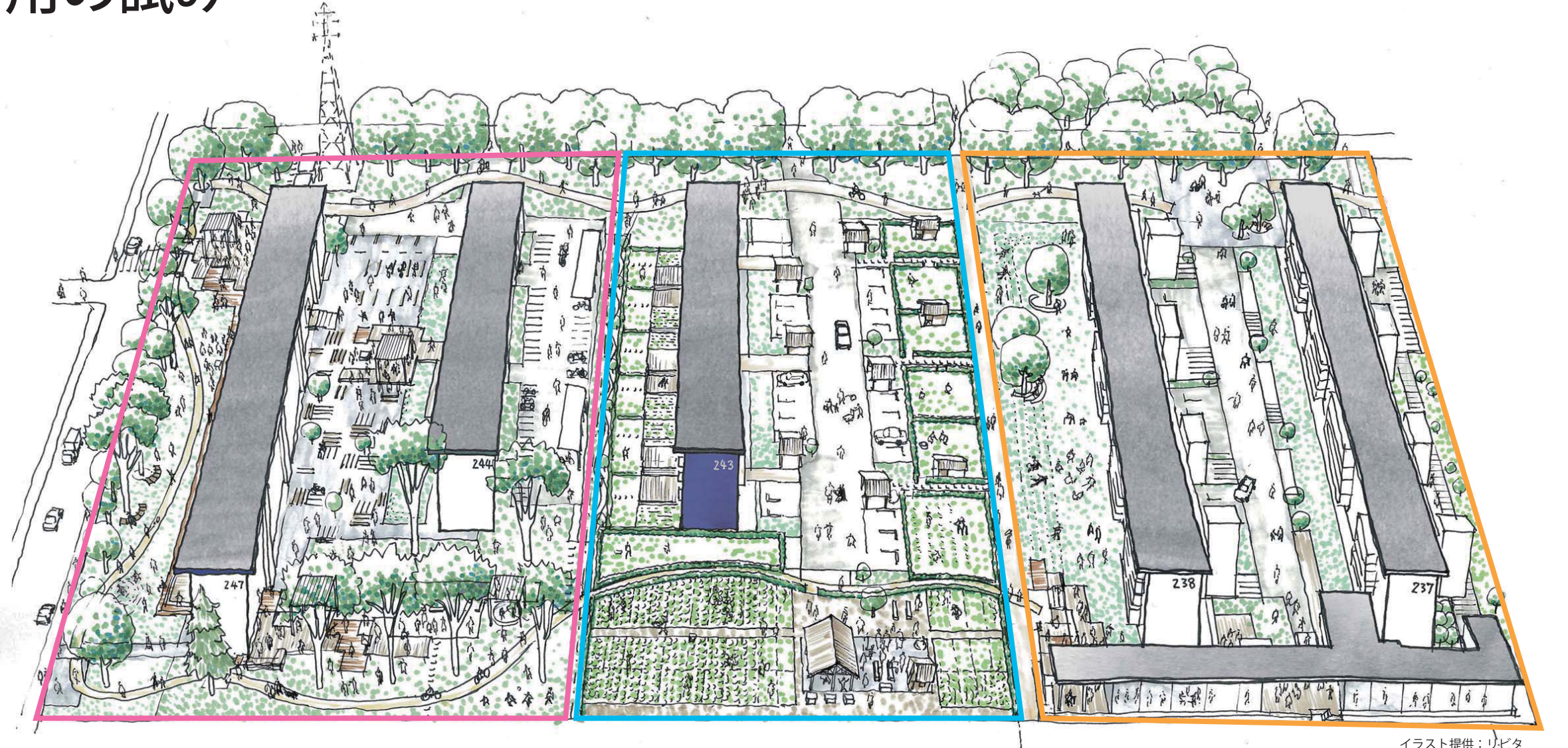
【改修前の様子】





【各棟の改修概要】

名 称	りえんと多摩平	AURA243 多摩平の森	ゆいま〜る多摩平の森
事業者	東電不動産（株）	たなべ物産（株）	（株）コミュニティネット
賃貸期間	15 年	15 年	20 年
棟数	2 棟（244,247号棟）	1 棟（243号棟）	2 棟（237,238号棟）
改修前戸数	5 6 戸	2 4 戸	6 4 戸
主な用途	団地型シェアハウス 142 室、共用ラウンジ・シャワー室・ランドリー	菜園付き賃貸住宅 24 戸、貸し菜園 小屋付専用庭	サービス付き高齢者向け住宅（申請中）32 戸、多世代住宅、小規模多機能居宅介護、食堂
主な居住者像	若い社会人、近隣の大学に通う学生	スローライフが appeal、7人家族、子育てが appeal	高齢者を中心とした多世代
完成時期	2011 年 3 月	2011 年 7 月	2011 年 9 月



■観月橋団地における民間連携による既存ストック活用の試み

KANGETSUKYO DANCHI

観月橋団地再生計画

所在地 京都市伏見区桃山町奈長老 176-1
主要用途 共同住宅
事業主 Open A Ltd. (A エリア)
設計 星田透郎空間都市研究所 (B エリア)
募集 PR DG コミュニケーションズ
団地 R 不動産

築 50 年の団地のリノベーションによる団地再生

UR と民間事業者との連携により、既存住棟を活用したリノベーションプランの企画立案〜PR 募集までをトータル的に民間ノウハウを活用した団地再生に取組む。また、居住者の高齢化が進行する中、若者世代をターゲットとした住戸プランを設定し、多世代間交流により若者と高齢者とのコミュニティを形成させ、古き良き公団住宅を復活再生させるモデル団地として試行実施した。

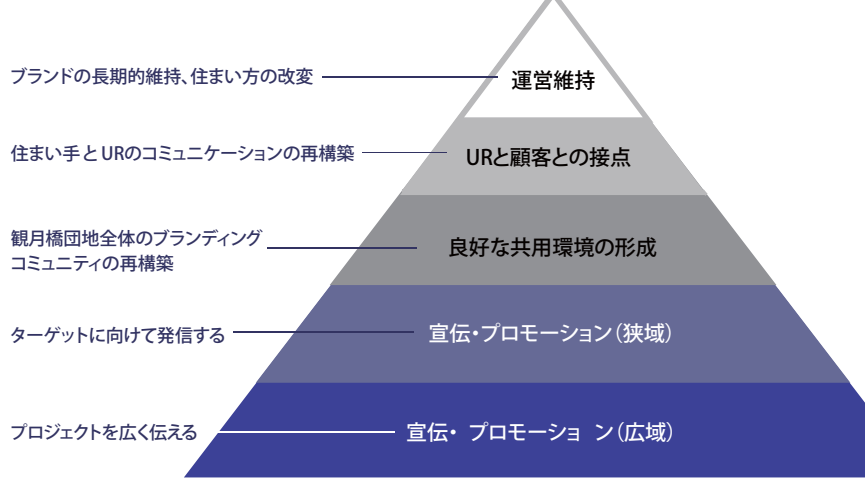
現代生活とのミスマッチを解消し、団地らしい通風・採光に優れたプランの継承と古さを魅力に変える、団地リノベの汎用モデル

工事費が家賃にそのまま跳ね返るという条件下で、いかに家賃を安く抑えるか、プランはもちろん、時代遅れとなった水回りのスペック、ディテール、部材やパーツに至るまで徹底的に標準化・汎用化を図った。一方、南北に抜ける窓の開放感や風の抜け方、近隣との絶妙な距離感といった団地フォーマットの普遍的な価値は、コミュニティやエコロジーの観点で再び期待されはじめており、その開放感と距離感は団地の変わらぬ価値として再提示した。

トータルブランディングによる若い世代の入居者開拓

観月橋団地の再生は、社会から住まい手へ、一貫したメッセージングがなされてはじめて成功するものだと考える。外構計画、色彩計画、サイン計画、広告プロモーション・・・いずれも個別の取り組みではなく、統一の軸によってブランディング戦略として展開することで、団地の新たな住まい手にも、既存住民にも周辺住民にも、広く社会にも、団地再生という強い社会的意義が伝わり、より良いコミュニティや生活環境の長期的継続が期待できる。また今後は、より魅力的な外構空間の魅力付け、新たな入居者と既存住民との接点を構築する取組として、民間事業者が第三者の立場でコミュニティ形成のきっかけづくりを支援していく。

一貫したブランディングコンセプトの概念図



ブランドの核となるロゴタイプ

グラフィックデザイナー佐藤直樹氏 (ASYL) のデザインにより住棟番号やサイン、案内板、広告やインターネット等、情報のすべてを動員しイメージを形成する統一したロゴタイプを開発

KANGETSUKYO DANCHI
0123456789

