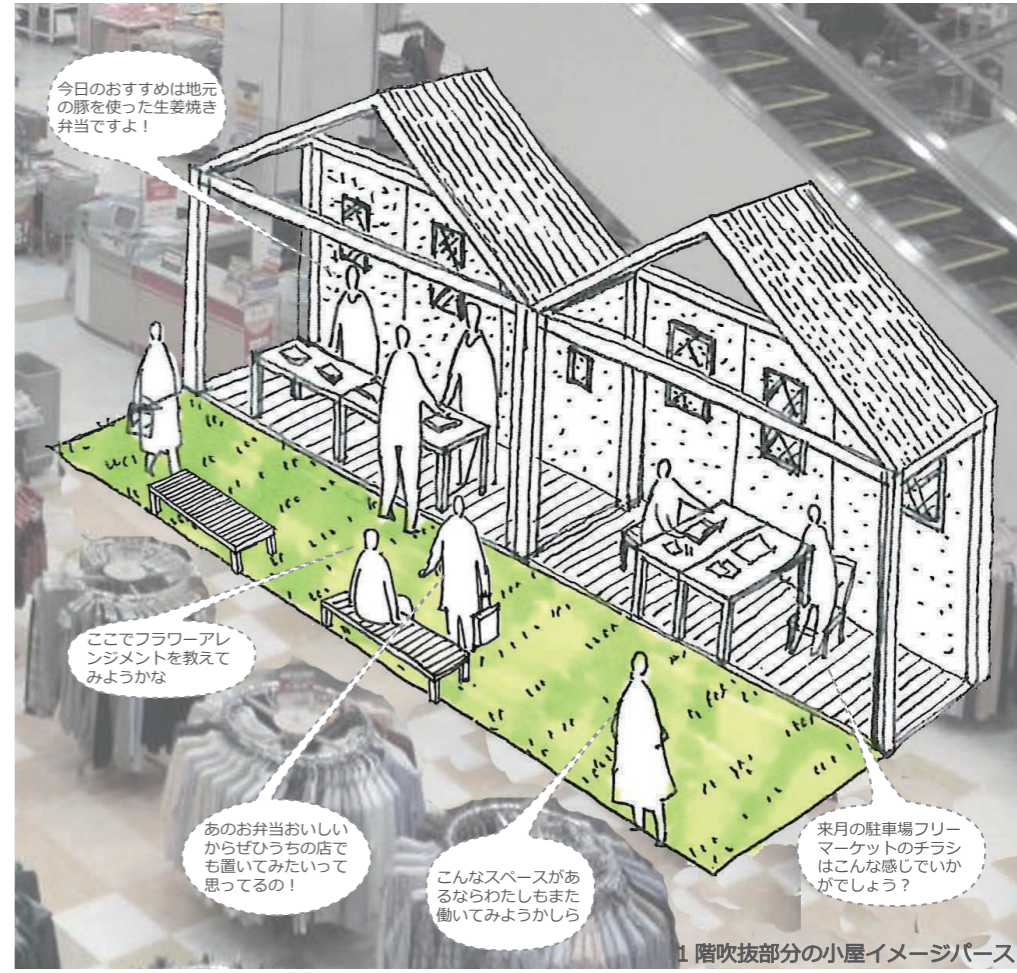
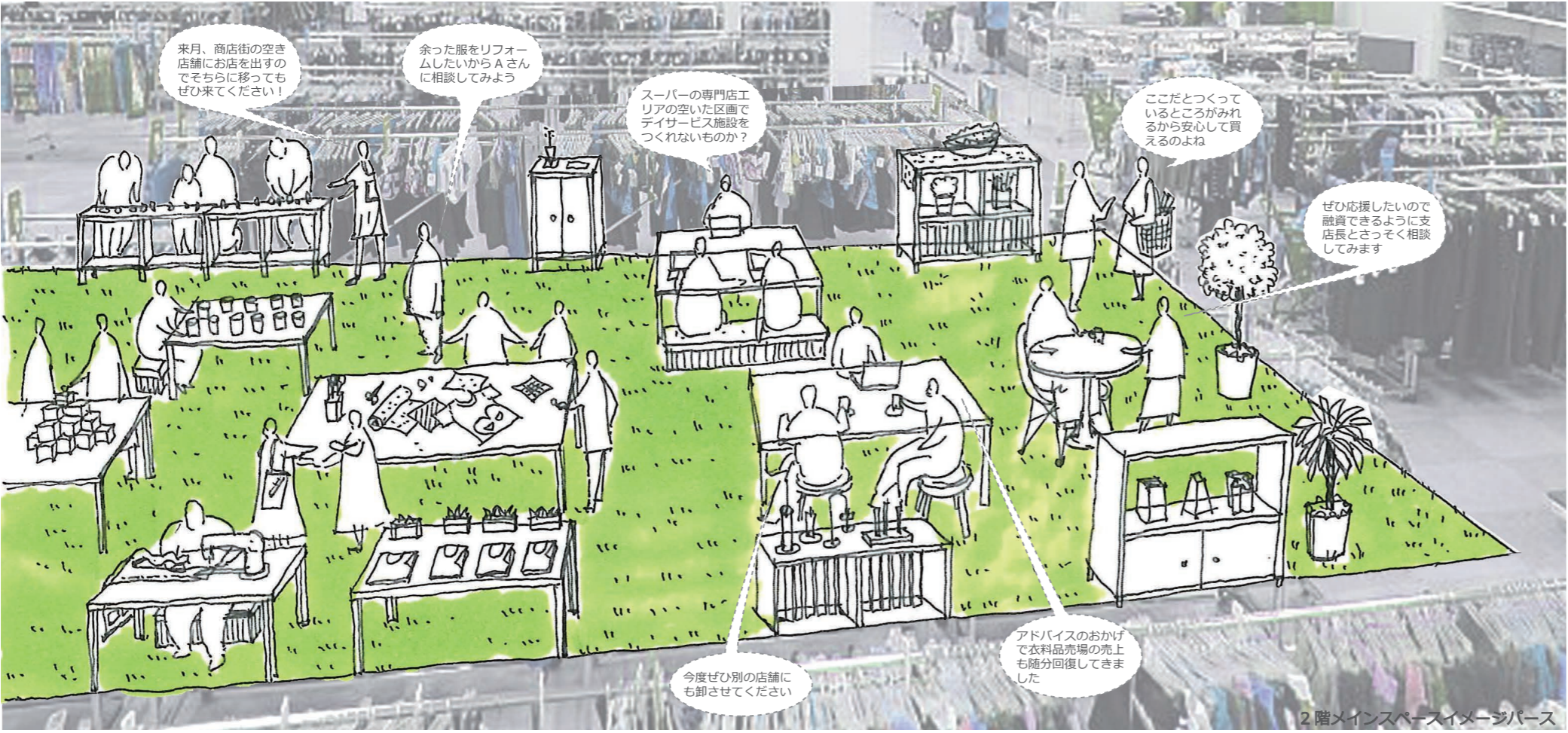


ローカル コワーキング スーパーマーケット



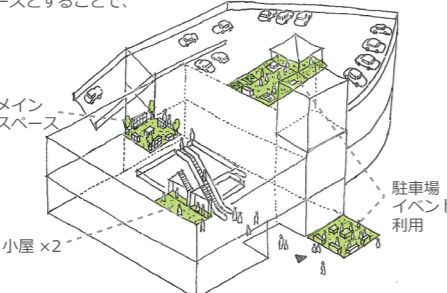
コンセプト

<多様な人々のあつまる場を田園風景の中で実現したい>
 使われなくなった古い建物をリノベーションしたシェアオフィスを地域の街でもみかけるようになってきている。とは言え、人口がそれほど多いわけではない地方の街で、シェアオフィスの運営が成り立つ一定の利用者を確保し続けるのはなかなか難しい。これを、別の機能に使われている建物の、その一部を使うことで解決することができると考えた。すでに使われていることから、シェアオフィスの利用者だけでなく、その機能をもつ人もあつまる、より多様な人があつまる場をつくることができると考えている。

<中心市街地のスーパーマーケットを舞台とする>
 ローカルライフにとってもなくてはならない場所であるスーパーマーケット1階の食料品売場。一方で2階の衣料品・日用品売場は、バイパス沿いの新しい大規模モールや大型専門店に押され閑散としている。この一部をリノベーションして、コワーキングスペースとすることで、多様な人々がある場をつくることできる。

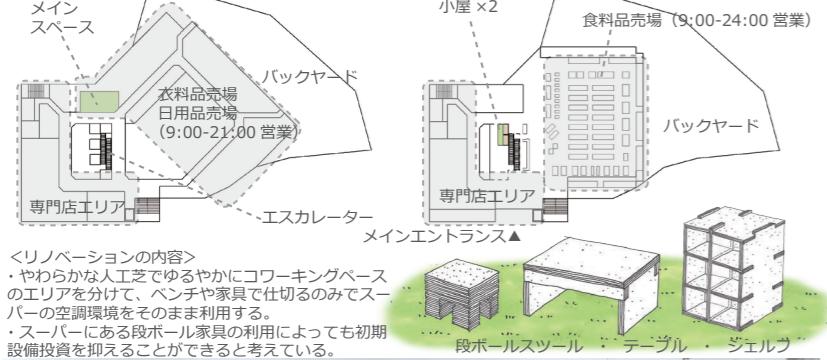
コワーキングスペースの基本情報

- <料金プラン>
- フリーアドレス会員 6,000円/月
 - 時短利用フリー会員 3,000円/月~
 - 1日利用 1,000円/日
 - ロッカー 2,000円/月
 - 駐車場 無料(320台)
 - 2階工リアイベント利用 3,000円/時間
 - 1回小屋イベント会議利用 1,000円/時間
 - バックヤード会議室利用 500円/時間
 - 駐車場イベント利用 要相談
 - マシン等各種機器 月利用・時間貸



<コワーキングスペースの配置>
 メインスペースは2階衣料品売場の一部を利用し、1階吹抜部分にイベントや会議にも利用可能な小屋を設ける。(2階平面図)

小屋x2 食料品売場(9:00-24:00営業) (1階平面図)



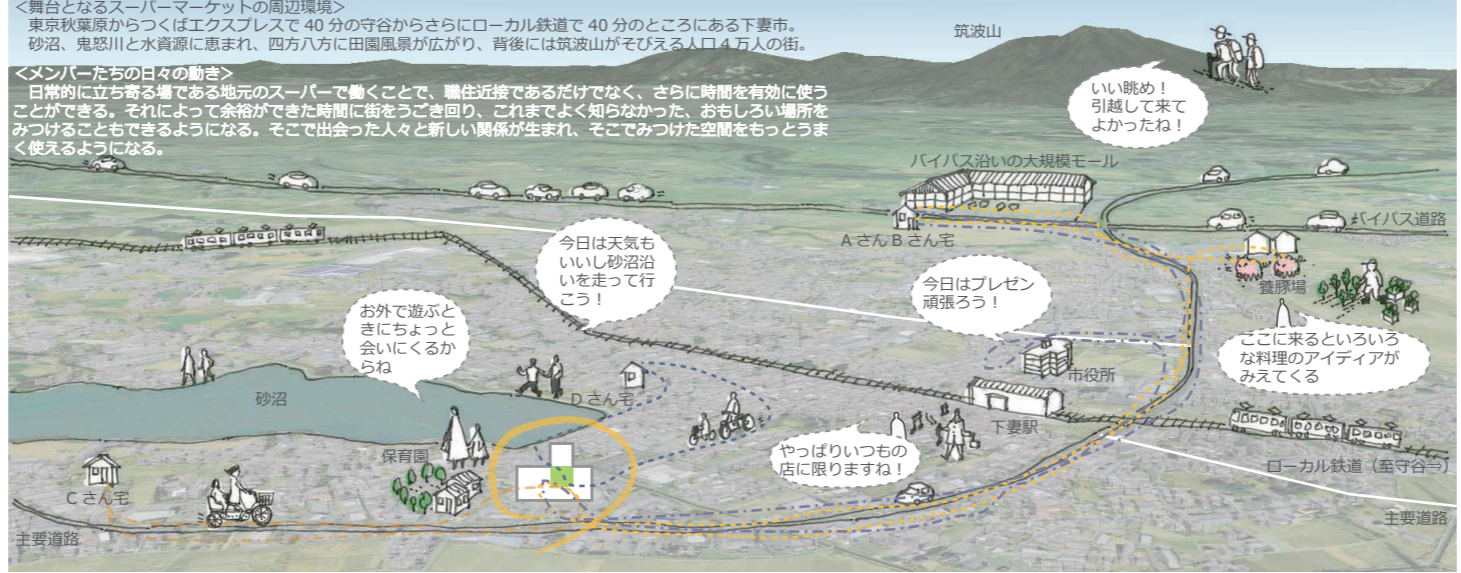
<リノベーションの内容>

- やわらかな人工芝でゆるやかにコワーキングベースのエリアを分けて、ベンチや家具で仕切るのみでスーパーの空調環境をそのまま利用する。
- スーパーにある段ボール家具の利用によって初期設備投資を抑えることができると考えている。
- 広い駐車場はイベント利用以外にも、カーシェアリングを導入したり、一部を家庭菜園としたり、コワーキングスペースのメンバーの用途に合わせて有効活用していく。

コワーキングスペースで働くメンバーたちの時間割り

<時短フリー+小屋+駐車場利用> 地産食材をつかった料理をつくる Aさん 62歳女性 (Bさんの妻) の1日	<フリーアドレス+駐車場利用> 医療施設設計を引退。1ターンし起業した Bさん 66歳男性 (Aさんの夫) の1日	<フリーアドレス+ロッカー+マシン利用> 手作りでオリジナルの服をつくる Cさん 32歳女性 の1日	<フリーアドレス+小屋利用> コンサル企業の起業準備中の Dさん 23歳男性 の1日
5:00 起床、支度、朝食 6:00 家庭菜園で野菜の世話 8:00 家の台所で商品づくり 11:00 スーパーへ弁当購入 13:00 昼食 13:30 2階オフィスで献立を考える 15:00 催事スペースで料理教室を開催 16:30 豚豚場で豚肉を直接仕入 17:30 帰宅、夕食の準備 18:00 夕食 19:00 明日の弁当の仕込み 22:00 就寝	5:00 起床、支度、朝食 6:00 家庭菜園で野菜の世話 9:00 開店と同時に2階オフィスへ 13:00 昼食 14:00 市役所の担当者と打ち合わせ 15:00 催事スペースで料理教室を開催 16:30 豚豚場で豚肉を直接仕入 17:30 帰宅、夕食の準備 18:00 市役所担当者と飲み 21:00 帰宅、妻の仕込みの手伝い 22:00 就寝	6:00 起床、支度、子供を起こす 7:00 家族で朝食 8:30 子供を保育園へ 9:00 開店と同時に2階オフィスへ 12:00 昼食 15:00 スーパー売場担当者と打ち合わせ 17:00 保育園へお迎え 17:30 帰宅、夕食の準備 21:00 子供寝かしつけ 22:00 服のデザイン考える 24:00 就寝	8:00 起床 9:30 2階オフィスへ 13:00 昼食 14:00 スーパーのHPデザインの相談 16:00 小遣い稼ぎにレジバイト 19:00 仕事再開 21:00 衣料品売場閉店手伝い 24:00 売れ残りの惣菜をもらい帰宅 26:00 就寝

ローカルの環境とメンバーたちの動き



スーパーマーケットにとっての事業性

<既存の利益水準を落とさない賃料設定>

- 1階の食品売場に比べ、月坪効率の悪い2階の衣料品売場を利用するため売上減少幅は抑えられる。
- 空調の効いた店内をそのまま使い、段ボール家具を使うことで初期設備投資を少なく抑える。
- 売上減少と初期設備投資の減価償却をまかなえるだけのメンバー数、利用料の設定とする。

<コワーキングスペースとのシナジーによる売上増加>

- 例えばメンバーのつくる地産こだわり商品を仕入れて販売することによる売上増加を図る。
- メンバーによる催事スペースや駐車場のイベント利用を促すことによる集客を図る。
- いずれは既存テナントをメンバーの企画した収益性の高いテナントに入れ替える。
- など、ある資源をとことん有効利用して売上増加につなげる。

Before

After

初期投資のリスク、及びその見合い収入やシナジー収入の一部リターンについては、運営者を入れて担ってもらう方法も考えられる。

スーパーの既存利益水準	▲ 売場面積減少による売上減少	▲ 初期設備投資の減価償却	+ シェアオフィステナント賃料収入	+ メンバーや関係者の購買による既存店舗の売上増加	+ 空いたスペースのイベント利用への時間貸し	+ イベント集客による既存店舗の売上増加	+ and more...	リノベーション後の利益水準
-------------	-----------------	---------------	-------------------	---------------------------	------------------------	----------------------	---------------	---------------

スーパーマーケットで働くということ

<買物する場であることのメリット>

- 食料品や生活必需品の調達ができる(ネットで買うにしてもショールーミングがすぐできる)。
- ものつくりをするメンバーは、つくったその場で買物客の反応をみることもできる。

<インキュベーションオフィスとしての可能性>

- 普通のシェアオフィスに比べ、別の目的で訪れる多様な人々との出会いが生まれる可能性を秘めている。
- スーパー自身がローカル企業として他の企業や金融機関と取引関係があり、つなぎ役となる期待がある。
- ローカル企業が活躍できる環境を育むエコノミックガーデニングの一翼を担うことができるのではないかと。