



AKAGANE RESORT KYOTO HIGASHIYAMA 1925 母屋 バンケット

「歴史的建造物の利活用」による日本文化の継承と地域創生を実現。
これまで人の意思によって紡がれてきた文化を、
民間が活用し「価値ある日本文化」として後世に残していく。

バリューマネジメント株式会社 他力野 淳

国家課題の一つである空家・空きビル問題、歴史的建造物の維持・保存。

現在 800 万棟あるといわれている空家・空きビルの内、150 万棟は歴史的建造物。日本におけるこの問題は、今後は人口減少とともに拡大が予想されます。これまでは税金で街並みを残してきましたが、税収減により国や地方自治体での維持・保存は困難となります。

歴史的な街並や建造物を残していきたいと思うのは、行政・法人・個人問わず、日本人のほとんどが願うことです。寄付やボ

ランティア活動では限界があり、長期にわたって残していくことは出来ません。民間がビジネスで利活用し、利益を捻出する事で維持継続していかなければなりません。

しかし施設再生は、一般的なホテルやレストラン運営のノウハウとは違います。歴史的建造物に特化し、単に維持するだけでなく、利用する価値を生み出し、その建物や街の必要性を生み出すこと。そうすることでその地域、その建物固有の価値を創造し、人々によって街や建物の存在価値が生まれ、結果的に文化が紡がれていきます。

「今日の当たり前が明日の当たり前でない」ということを悟った時、それがこの事業を始めるきっかけです。

長崎出身で神戸育ちなのですが、誕生日が原爆投下の 8 月 9 日で、5 つ下の弟も同じ 8 月 9 日の生まれであり、5 歳の頃から何とも言えない大きなものを抱えて育ってきました。また神戸では、21 歳の時に阪神淡路大震災を経験しました。当初はただの憤りと自身の無力感しかなかったのですが、原爆は人災であり、地震は天災ですが、「今日の当たり前が明日の当たり前ではない」ことを悟るに至りました。

歴史を紐解けば、どの国にも戦争や天災と戦ってきた過去があります。そこで多くの価値あるものが一瞬にして失われていきました。しかし失なって初めて本当に必要なものは何かを気付いたと思うのです。必要だと思ったものは再度人の手で蘇り、大切に紡がれていく。これが文化として、また国のアイデンティティとして残っているものではないでしょうか。まさに「文化は必要性」であり、どんな災難のなかであっても人が意思を持

てば必ず残せるものと信じています。

バリューマネジメントは「文化を紡ぐ」ことを事業化し、日本の活性化に直接寄与していくことをミッションと掲げ、それを必ず実現します。

また、事業として社会への提供価値を追うのと同時に、どんな組織を作るかにこだわりたい。通常は事業に必要な組織を合理的に作ると思いますが、我々が目指す組織は違います。目指すは究極の「3つの満足度」。3つとは、①顧客②従業員③パートナーをはじめとした関わる全ての人々です。事業が成功しても、関わる人が不幸であれば意味がありません。人は事業の道具ではないのです。

①顧客には記憶に残る 1 日を、②従業員には働きがい、③関わる方々には価値と感謝を提供する組織を作ります。組織作りに相当時間を割いていますので、「良くそこまでやるなあ」と他の経営者には良く言われますが、高い次元で「人と向き合う」会社にこだわって創っていきます。



AKAGANE RESORT KYOTO HIGASHIYAMA 1925 母屋 アプローチ



神戸迎賓館 旧西尾邸 外観

初めてこの事業を取り組まれた物件、それはいつ頃ですか。

元々 2003 年に個人創業で、ホテル婚礼部門の事業再生サービスをスタートさせました。歴史的建造物の事業再生を始めたのは 2005 年、神戸迎賓館 旧西尾邸です。最初は物件開発のみで、直営は 2012 年からとなります。

目指すは究極の「3つの満足度」。3つとは、①顧客②従業員③パートナーをはじめとした関わる全ての人々です。事業が成功しても、関わる人が不幸であれば意味がありません。人は事業の道具ではないのです。

文化財など伝統的建造物の修復(古民家再生)において、建築・設計(景観、外観、内装)する上で、重要となることは。

建物が本来持つ「良さ」を生かす内装リノベーションです。歴史的建造物の定義は、文化財や史跡、昭和 25 年の建築基準法改正前の古民家のことを指します。それら建物は基本的に既存不適格の扱いとなるため外観や躯体は触ることが禁止されています。ですので、外観は全く触らず、内装の部分では

きるだけ建物当時の時代の状態を残しながら、事業運営をする上で必要なものを入れるようにしています。あくまでその建物が本来持つ「良さ」を生かす内装リノベーションを行っています。それが、弊社の歴史的建造物の再生において重要視している点です。

この事業で実現できる付加価値は。

これまで人の意思によって紡がれてきた文化を、民間が活用しマネタイズすることで「価値ある日本文化」として後世に残していく。

ただ「歴史的建造物を残す」だけではなく、弊社がそれをやる意味はあくまで「日本の文化を紡ぐ」ことにあります。私たちは「文化は国の財産」であると考えており、その資源はこれから先なくなる可能性があります。極東に位置し島国である日本が持つこの希有な日本文化を、人々の行動や生活様式が詰まった歴史的建造物を民間の手で残し「必要な場所」へと変えることで後世に紡いでいきたい、それがこの事業で実現する付加価値です。



神戸迎賓館 旧西尾邸本館 玄関ホール

他力野 淳
Jun Tarikino

2005 年バリューマネジメント株式会社設立、代表取締役任に就任。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。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官民連携推進メンバー。



1 施設事例：神戸迎賓館 旧西尾邸

バンケット



アプローチ



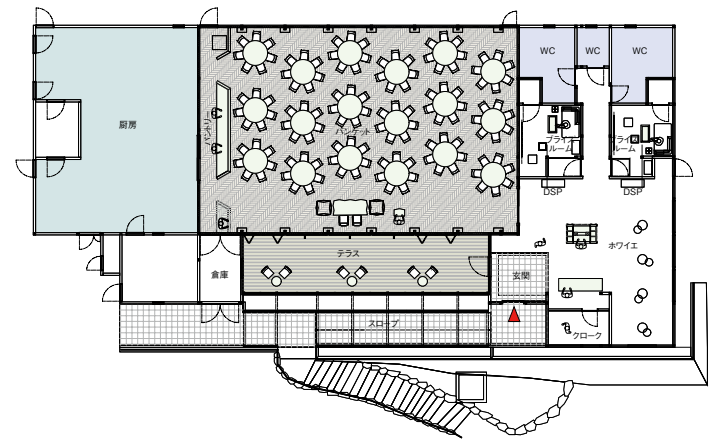
プライズルーム

インテリア DATA

設計デザイン：アートディレクション / 株式会社ワサビ 笹岡 周平
インテリアデザイン / フライトナンバーゼロヨン 北田 伸夫
施 工：株式会社キクスイ
照 明 計 画：ニューライトボタリー 永富 裕幸 奈良 千寿
撮 影：ナカサアンドパートナーズ 梅津 聡
施 工 種 別：全面改装
フロアー面積：483.79㎡ / 146.35 坪 ※内屋外テラス 40.84㎡

マテリアル DATA

屋 根：構造用合板＋アスファルトルーフィング
下地カラーガルバリウム鋼板縦馳葺き
外 壁：木軸下地＋ラスカット＋無機質系吹き付け仕上げ材／木軸下地＋サイディング
サ イ ン：真鍮板エッチング
床：フローリングヘリンボーン張り／カーペット：東リ／ビニルタイル：東リ
壁：腰壁：木下地 OP ツヤ有り／塗装
天 井：塗装
家具・什器：椅子・テーブル類：アスブルンド
照明器具：特注シャンデリア：ニューライトボタリー



〈新館〉

歴史ある本館との対比と、施設全体の一体感を設計する

3,000 坪の敷地を有する大正ロマン薫る迎賓館

1919 年築の神戸迎賓館 旧西尾邸は、3,000 坪の広大な敷地を有する大正時代の迎賓館です。正門をくぐると、そこには 10,000㎡もの広大な緑が広がり、坂道のアプローチを進むにつれてセッション様式の大きな洋館が顔を出します。

2006 年、神戸迎賓館 旧西尾邸は、敷地全体を神戸市の名勝庭園に指定され、2010 年には本館を含む 5 棟の建造物が兵庫県の重要文化財に指定されました。深い緑の奥にある日本庭園には、2つの国登録文化財も存在します。「この迎賓館を後世に残していきたい」というオーナーの意向を元に、外観から内装の数々を元の形のまま残しながら、結婚式もできるパーティ会場、フレンチレストランとして復活させました。

お料理には、神戸地元の食材を使用した高級フレンチをご用意。各国のセレクトブリティをもてなしてきた歴史ある迎賓館でお客様の「記憶に残る一日」を一緒におつくりします。

バリューマネジメント運営 / オーナー 西尾 類蔵



高砂

店舗 DATA

●業態：フレンチレストラン、パーティ会場 ●立地：観光街
●店舗名：神戸迎賓館 旧西尾邸 ●住所：〒654-0067 神戸市須磨区離宮西町 2-4-1
●HPhttp://www.vizcaya.jp/ ●オープン日：2007.4. ●TEL:078-739-7600 (レストラン)
●定休日：毎週火曜日 ●営業時間：11:30~22:00 (レストラン利用時)
●経営者：バリューマネジメント株式会社 他力野 淳 ●客席数：40 席 (個室 4 室)
●客単価：ランチ 4,000 円～ 4,999 円ディナー 6,000 円～ 7,999 円
●集客方法：口コミ・紹介、情報サイト、自社 HP、雑誌、テレビなど



現代的な異人館

須磨の山手、木立に囲まれた広大な敷地の中に、神戸の貿易商西尾類蔵氏の邸宅として大正 8 年に建てられた木造の洋館が現存している。(現在は旧西尾邸と呼ばれている) また、この敷地内には、現代になって商業利用する際に建てられた、2 棟の木造建築がある。今回の改装対象はこの 2 棟のうちの一つである。建物の用途は改装前と後では同じく宴会場と変わらないが、内装を更新する。なぜか？既存の内装は、木造の架構を表しとしたシンプルモダンで特定の装飾スタイルを持たないものであった。これと旧西尾邸の和洋折衷の洋館といった付まいとの対比が強く、同敷地内であるという一体感を顧客に感じてもらいたいという課題があったからだ。新たな内装は、神戸の山あいにある邸宅・洋館と言えば、と聞いて地域の人々が想像する「異人館」をテーマにした。地域の共通認識と、敷地・建物のイメージが重なる部分を抽出するイメージである。構成的には、表しとなっていた木造トラスを全て取り囲むように天井を作り、梁に干渉しない位置で複数の折上げ天井を配置し、重厚感を演出した。シャンデリアには吹きガラスを、塗装は刷毛塗り、といった人の手仕事を感じられる素材や工法をなるべく採用し、無機質なイメージにならないよう配慮している。

株式会社ワサビ / 笹岡 周平



外観

2 施設事例：AKAGANE RESORT
KYOTO HIGASHIYAMA 1925



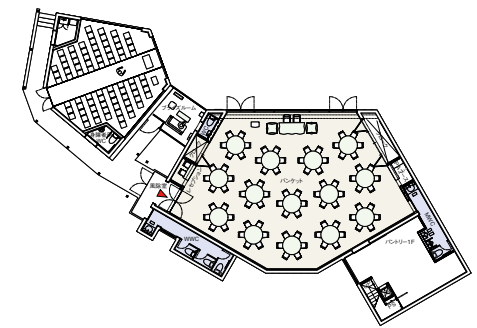
新築棟バンケット



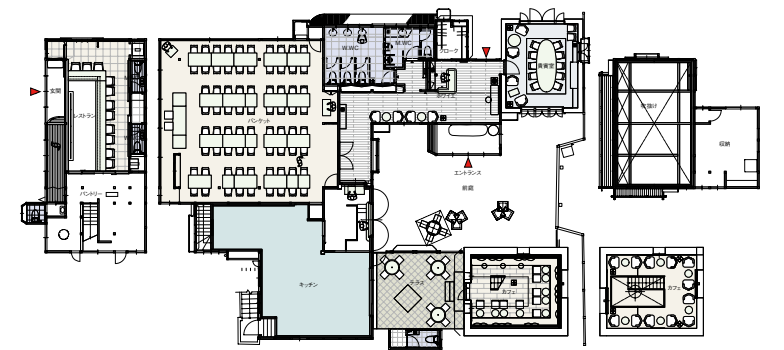
チャペル



新バンケットとブライズルーム



〈新築棟〉



〈母屋・蔵〉

インテリア DATA

設計デザイン：株式会社ワサビ 笹岡 周平 島田 亮
施 工：株式会社キクスイ・ミノベ建設株式会社
厨 房：フジマック
照 明 計 画：maxray
撮 影：ナカサアンドパートナーズ 梅津 聡
施 工 種 別：全面改装／新築
フロアー面積：994.70㎡／300.9 坪

マテリアル DATA

屋 根：野地板＋瓦葺き（母屋・望楼）／
構造用合板＋アスファルトルーフィング＋銅板一文字葺き（新館）
外 壁：小舞下地＋土壁（母屋・望楼）／杉板型枠コンクリート打放し（新館）
サ イ ン：銅板レーザーカット、のれん
床：フローリング：AD WORLD／カーペット：東リ・オーシマプロス・
川島織物セルコン／磁器質タイル：アドヴァン／大理石、大谷石、玄昌石
壁：左官：フジワラ化学・エスケー化研／クロス：東リ・マナトレーディング・
西武／和紙：川島企画 KAMISM／特注単板：安多化粧合板
天 井：織物（西陣織）クロス：三才 特注品／マツ羽目板 OSCL／クロス／塗装
家具什器：特注品（椅子・テーブル類）アスブルンド
照明器具：シャンデリア（PMC）行灯（Modulex）ベース照明類（maxray,koizumi,他）

キーマテリアル「銅」から生まれるアイデアと展開

京都東山に佇む緑豊かな美邸 門をくぐれば静かな別世界

八坂の塔や高台寺、清水寺などの有名歴史遺産が残る京都東山は「重要伝統的建造物群保存地区」に指定されています。京都を代表する観光スポットの中心にありながら、周囲の喧騒とは一線を画す広く深い静寂の森のなかに、東山随一の隠れ家と言っても過言ではない AKAGANE RESORT KYOTO HIGASHIYAMA 1925 は佇んでいます。大正 14 年築の邸宅をリノベーションしたアカガネリゾートは、元々は、京都の老舗銅加工メーカーオーナーの個人宅でした。700 坪ある敷地にある本館と別館を、「銅」をブランドコンセプトとしてリノベーション。銅がふんだんに使用された邸宅の良さを生かしながら、「銅」にちなんだ内装にこだわりました。お料理は京の地元食材を使用した高級フレンチを提供しています。京都住民のアニバーサリースペースや、国内外観光客の記憶に残る場所として、レストラン、結婚式ができるパーティ会場として復活させました。また、蔵を利用し宇治の老舗茶舗「上林春松本店」と協業、お茶の啓蒙の場として活用したカフェを展開しています。

店舗 DATA

- 業態：フレンチレストラン、パーティ会場、カフェ ●立地：観光街
- 店舗名：AKAGANE RESORT KYOTO HIGASHIYAMA 1925
- 住所：〒 605-0828 京都市東山区下河原通高台寺塔之前上 金園町 400 番 1
- HP: <http://www.arkh.jp/> ●オープン日：2013.3. ●TEL: 075-551-3633 (レストラン)
- 定休日：毎週火曜日 ●営業時間：11：30～22：00（レストラン利用時）
- 経営者：バリューマネジメント株式会社 他力野 淳 ●客席数：席数 50 席（個室 1 室）
- 客単価：ランチ 3,000 円～ 3,999 円ディナー 6,000 円～ 7,999 円
- 集客方法：口コミ・紹介、情報サイト、自社 HP、雑誌、テレビなど



蔵を利用したカフェ

ストーリーづくりからインテリアデザインまで

観光客でにぎわう京都東山の一角にこの施設はある。大正時代に建てられた木造建築 2 棟と蔵がひとつ、さらに森という表現が相応しい庭に新築した建物を利用したブライダル施設である。二千平米を超える敷地には 7 メートルの高低差があり、そのほとんどを庭が占める。初訪時に驚いたのは、観光地のにぎやかさからは想像がつかない、とても閑かな時間が流れていたことだ。デザインにあたり、まずは開発コンセプト策定を行った。敷地や建物の歴史を紐解くことは定石のひとつだが、幸運なことにこの時点での発見が最終案につながった。コンセプトは「AKAGANE GARDEN」アカガネは銅の読み方のひとつである。敷地と建物は銅を取扱う企業の創業者の邸宅としての起源をもち、これまで存在してきた。この文脈を引継ぐことで、周辺環境と共生できるのではないかと考えた。インテリアは銅とこれが経年変化した緑青銅のコントラストを軸に展開した。また金属のみならず、色の対比はそのままに、素材の質感を変えることで様々な表情を演出した。例えば左官壁を緑青色にし、その前に銅色のファブリックの椅子を配置するといった具合に。グラフィック面では、緑青色をした酸化銅の鉱石が通称「孔雀石」と呼ばれていることに意を得て、ロゴや織物画に孔雀のモチーフを用いている。増築棟は既存樹木を残すために分棟型にし、外観は時を経て環境と馴染む素材を選択した。バンケットで特徴的な、孔雀が羽を広げたような構成の木架構は、意匠・構造・コストの条件を合理的に解決するアイデアから生まれた。株式会社ワサビ／笹岡 周平 島田 亮



特別なカウンターのみのレストラン



3 施設事例：篠山城下町ホテル
NIPPONIA

ONAE 外観

町全体をホテルとした NIPPONIA 一号店

約 400 年の歴史を持つ篠山城は、兵庫県篠山市の中心に位置する城跡で、国の史跡に指定されています。篠山城下町ホテル NIPPONIA は、この篠山城を含む城下町全体を「ひとつのホテル」と見立てる構想です。城下町に点在して残されている古民家を、歴史性を尊重しながら客室・飲食店・店舗として再生し、篠山の文化や歴史を実感できる宿泊施設の創造を目指しています。

時間を重ねた歴史ある客室、丹波篠山をはじめとした地域の豊かな食材をふんだんに使った本格フレンチ、既存の歴史施設・飲食店・店舗等と連携した歴史的城下町のまち歩きアクティビティなど、「歴史ある街に、とけこむように泊まる」新しいスタイルの宿泊施設です。

町全体をホテルとした「暮らすように泊まる」ホテル

兵庫県篠山市の江戸時代末期から昭和初期に建築された古民家5軒をリノベーションし、「暮らすように泊まる」をコンセプトとしたホテルです。篠山城跡を中心に城下町全体をひとつのホテルと見立て、篠山地域の食文化、生活文化を「体感・体験」していただくことを目的としています。

それぞれの古民家が昔ながら有している土間や五右衛門風呂、今ではなかなか手に入らないような梁、篠山建築の歴史が感じられる内装をそのまま残し、まるでタイムスリップしたかのように昔の暮らしを体験できる宿泊施設・レストランとして復活させました。

お料理は篠山で有名な丹波の黒豆やジビエなどを使用した高級フレンチを提供しています。古民家でフレンチといった意外性も、お客様の旅の記憶になります。

店舗 DATA

- 業態：宿泊、フレンチレストラン ●立地：観光地
- 店舗名：篠山城下町ホテル NIPPONIA
- 住所：〒669-2342 兵庫県篠山市西町 25 番地 ONAE 棟
- HP<http://www.sasayamastay.jp/> ●オープン日：2015.10.
- 営業時間：11:30 ~ 20:00 (レストラン利用時) ●定休日：不定休
- TEL:0120-210-289 (NIPPONIA 総合受付)
- 経営者：バリューマネジメント株式会社 他力野 淳
- 客席数：40 席 / 個室 1 室 (全席禁煙) ●客単価 23,000 円 ~ ※ 2 名 1 室利用時、朝夕食付
- 集客方法：情口コミ・紹介、情報サイト、自社 HP、雑誌、テレビなど



ONAE ダイニング

インテリア DATA

- 設計デザイン：建築設計：有限会社才本建築事務所
インテリアデザイン：株式会社ワサビ
- 施 工：有限会社岡田工務店 (ONAE・NOZI)
有限会社大西工務店 (SAWASIRO)
- 厨 房：フジマック
- 撮 影：ナカサンドパートナーズ 梅津聡
- 施 工 種 別：全面改装
- フロア面積：SAWASIRO：288.57㎡/87.29 坪 ONAE：469.81㎡/142.12 坪
NOZI：200.74㎡/60.72 坪



NOZI 外観

SAWASIRO 外観

古民家のあじわいと現代的エッセンスを融合する

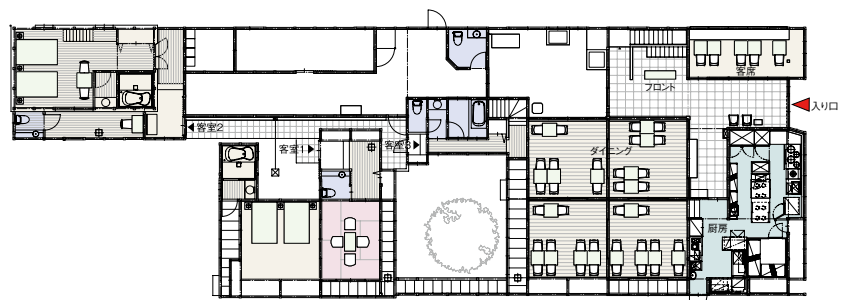
城下町全体をホテルに見立てる

篠山城下町ホテル NIPPONIA は、「城下町全体をホテルに見立てる」という開発コンセプトに基づき、様々な関係者との膨大な対話によって誕生した施設である。詳しくはクライアントの言に任せるとして、私はインテリアデザイナーとしての関わりを記したい。まず、基本的な改装方針は、現存する古民家を「あるべき姿」に復旧することであった。建築家主導で建物の補強や当時の仕上げの復元、また建物構造を基とした空間構成が行われた。これと並行して、現代的な宿としての魅力を付加する方法やデザインを模索していった。単なる修繕、復元だけでは集客が得られる空間にはならないことはプロジェクト参加者が共有する感覚であったので、ここで復旧と更新の着地点を探索する議論が活発に行われた。畳の間に板間に変更し、かつ土足利用とするなど、従来の感覚であれば到底受け入れられないような提案もし、実行している。一方で機能としては役には立たず、スペースを取っているだけに思われがちな昔のかまどはそのままの形で保全し、通り土間を通行する人への展示品のような状態にして活用している。このように伝統と革新をどのように同居させるのかを問い、それに応えることが意義のある復元と呼べるのではないだろうか。

株式会社ワサビ/笹岡 周平



ONAE 蔵を利用した客室



ONAE (樋口家 1F)

マテリアル DATA

- 屋 根：既存瓦屋根改修
外 壁：既存土壁改修
サ イ ン：のれん、木彫り看板
床：既存土間復旧/木軸+コンパネ下地+杉フローリング/
木軸+コンパネ下地+畳
壁：小舞下地+土壁/木軸+PB+クロス
天 井：木軸構造表し/木軸+PB+クロス
家具・什器：フロントカウンター、箱階段：古家具リメイク/その他既製品
照明器具：シャンデリア類 (TOYO KITCHEN)

NIPPONIA

ニッポニアプロジェクトとは
歴史的建築物に特化した宿泊ブランドNIPPONIA

近年、少子高齢化や都市部への人口集中などを背景に各地で空き家が増え、深刻な社会問題になっています。これまで国が維持管理してきた分野を、民間が空き家を宿泊施設に再生する全国初のモデルとして、各地域行政や個人所有者、様々な運営事業者が連携し、「NIPPONIA」ブランドが始動しました。バリューマネジメント株式会社はNIPPONIAに参画し運営を担っています。

■ ブランドテーマは「日本文化の体験・体感ツーリズム」

「NIPPONIA」の名称の由来は、日本を象徴する鳥、トキの学術名「ニッポニア・ニッポン」。トキと同じように、私たち人間が守り続けていかなければいつか消滅する日本の街並みや古民家を、未来へとつなげたい。そんな想いのもと、使われなくなった歴史的建造物を再生させ、利用者はその建物や街並み・食を通して、その土地ならではの文化を体験・体感することができる、日本文化の体験・体感ツーリズムをテーマに施設が町の集客を担うことで日本の街並みを残していく、そんな宿泊施設を目指しています。