

■ 郵政グループにおけるファシリティマネジメントの特徴

- ・ 郵政三事業（ユニバーサルサービス）を支える事業用資産（施設）の整備
- ・ 経営に資するCREマネジメントの実践（不動産開発事業用資産への転用等）
- ・ 社会と地域の発展に貢献する企業としてのファシリティマネジメントの実践

■ 郵政グループの不動産開発事業の特徴

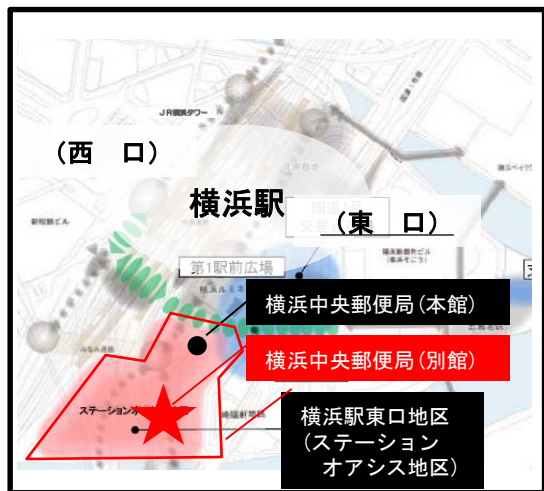
- ・ 郵政三事業（ユニバーサルサービス）の維持を前提とした不動産開発スキーム
- ・ 様々な要因による、計画変更、中断及び長期化等の条件変更に伴う対応

■ 今回取組内容

横浜中央郵便局敷地を含む横浜駅東口地区は、開発想定エリアに位置付けられ、現在事業化に向けた検討が行われているが、事業着手までには数年を要する見込みである。一方、集配機能が移転した別館部分は未利用となっており、資産活用の観点において機会損失となっている。そこで今回、事業化に支障のない期間で暫定的に活用することを検討し、不動産ポテンシャルの発揮に努めると共に、周辺エリアの賑わい醸成に貢献する取組みを行ったものである。

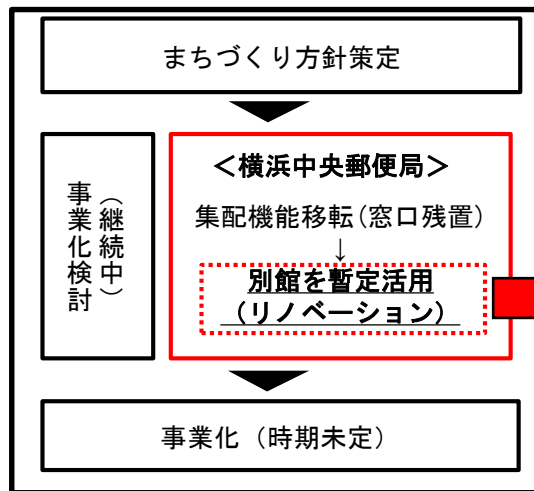


郵便局ネットワークを活用したユニバーサルサービスの提供



横浜駅東口地区

(出典:エキサイトよこはま22懇談会配布資料)



本件における事業化の流れ



横浜中央郵便局別館

- 1966年 横浜中央郵便局別館として新築
- 2015年 郵便集配機能が移転
- 2019年 体験型エンタメ施設として開業 ※アソビル（遊べる駅近ビル）

わくわくドキドキする体験 横浜駅直通のエンターテインメントビル「ASOBUILD (アソビル)」

- RF スポーツコート「MULTI SPORT COURT」
- 4F 屋内キッズパーク「PuChu!」
- 3F ハンドメイド体験フロア「MONOTORY」
- 2F 常設体験イベントフロア「ALE-BOX」
- 1F ゲルメストリート「POST STREET」
- B1 アミューズメントパセラウンジ「PITCH CLUB」



R F フットサル、バスケットなどのスポーツコミュニティ

Before

After

旧社員レク施設／極力既存材を活かし、新たなスポーツコートを設置

2 F 来るたびに進化する、厳選された体験型イベントフロア

Before

After

旧郵便作業室／1フロア600坪、階高5mの大空間を活かした、コンテンツの展開

1 F POST STREET

高島二丁目方面へ

横浜駅へ

歩行者専用公共通路

アートのある回遊動線

ライブやイベントなどの情報発信の場

利便性の高い歩行者動線 (横浜駅側入口)

1 F 横浜の人気飲食店が集まる体験型グルメフロア／歩行者専用公共通路

Before

After

旧発着場／半屋外のピロティ部分を活かし歩行者通路へ改修

■ 効果

- ・ 新たな手法による収益機会の創出等（事業着手までの不動産有効活用）
- ・ アソビルを発信拠点とした周辺エリア全体の賑わい創出により地域に貢献
- ・ アソビルの開業による不動産ポテンシャルの引き上げに伴う不動産価値等の向上
- ・ 地域社会との持続的な共生をビジネスの基盤とする郵政事業の体現



経営への貢献

■ 新たな収益機会の創出

- ・ 日本郵政グループ
同局別館建物に係る維持管理費を上回る賃貸収益を確保

・ アカツキグループ

リアルライフ領域（ライブエクスペリエンス事業）の業務領域が大きく広がり、経営に貢献

■ 適切な保全による良好な施設活用施策の実施と活用期間に着目した施設改修（通常より20～25%の投資コストを削減）

利用者への貢献

■ 独創的な体験型コンテンツを中心に、ユニークな施設としてメディアが注目（これまで主要テレビキー局において40番組以上で取り上げられている。）

■ 初年度来館者数200万人を目標としていたが、オープンから約半年で3カ月間で100万人を突破

■ 「うんこミュージアム」が大ヒット
・ 日経MJ 2019年上期ヒット商品番付にランクイン

・ 他施設へ展開（2019年8月オープン）

エリアへの貢献

■ 郵便専用施設を人気スポット化し、不動産ポテンシャルを上げると共に、集客拠点として地域に定着。

■ 横浜駅から高島二丁目方面への通路を設置したことにより、横浜駅東口側の交流人口が増え、街全体や周辺施設の活性化に繋がった。

■ コンテンツ次第では集客可能となるポテンシャルが高い立地であることを改めて確認でき、事業化に向けて弾みをつけることができた。

土地建物オーナー 日本郵便 (日本郵政グループ)

■ 郵政のFMのバリエーションの一つとして、自社のファシリティを熟知した施設の活用を行った。結果として、ハード面を郵政が担当し、ソフト面をアカツキが担当することにより、相互を補完する形で施設を作り上げることに成功した。

共創



活用者

アカツキライブエンターテインメント (アカツキグループ)

■ アカツキにおいて、初の商業施設展開となるチャレンジな取り組みであったが、信頼性が高いファシリティを活用することにより、アカツキの強みであるコンテンツ力を存分に活かすことができた。このことにより、他に例を見ない施設を実現した。