

2	特定非営利活動法人ちば地域再生リサーチ
活動名称	地元不動産業者と協力する需要者へのオーダー・リフォーム・サービスによる空き家流通促進・デザイン性向上とミスマッチの解消
活動地域	千葉県千葉市美浜区高洲・高浜

中古集合住宅の空き家化の進む海浜ニュータウンにて、空き家流通の促進およびデザイン性の向上のためのビジネスモデルとして、需要者のニーズを中古住宅に反映させるオーダーリフォームの仕組みを提案し、地元の不動産業者と連携して社会実験を試みた。居住者へのアンケートおよびヒアリング調査から課題と可能性を検討し、課題解決のためのモデル設計提案を作成、セミナー・相談会の開催により情報発信を行った。

1. 活動の背景と目的

(1) 活動の背景と趣旨

1970年代から開発が進んできた千葉海浜ニュータウン内の高洲・高浜の両団地は東京を中心とした高度経済成長下の経済活動を支えるベッドタウンとして形成されてきた。この地区（高洲1～4丁目、高浜1～7丁目）は、約2km四方の中に公団分譲、公団賃貸、県営住宅、市営住宅、民間分譲、民間賃貸、戸建てなどのあらゆる住宅形式と大型商業、公共施設が集積している。

現在この地区には、約18,000世帯、約44,000人の人口が住み、高齢化率は約16.0%であるが、団塊世代が多くを占めているため、今後高齢化率が急激に高騰することが予測されている。空き家が全国的に住宅ストックの1割を超え、世帯数に対し過剰な住宅ストックを抱えている中で、都心回帰現象や最寄り駅直近に新規マンションが供給され、団地内の人口減少や高齢化が進み始め、築年が古いものから見捨てられていくと予想されている。そうした衰退性を潜在的に持っている団地では、居住者を団地内に留め、さらに新たな居住者を地域に呼び込むような魅力をもつ再生計画が求められる。

図2 海浜ニュータウンの街の構成

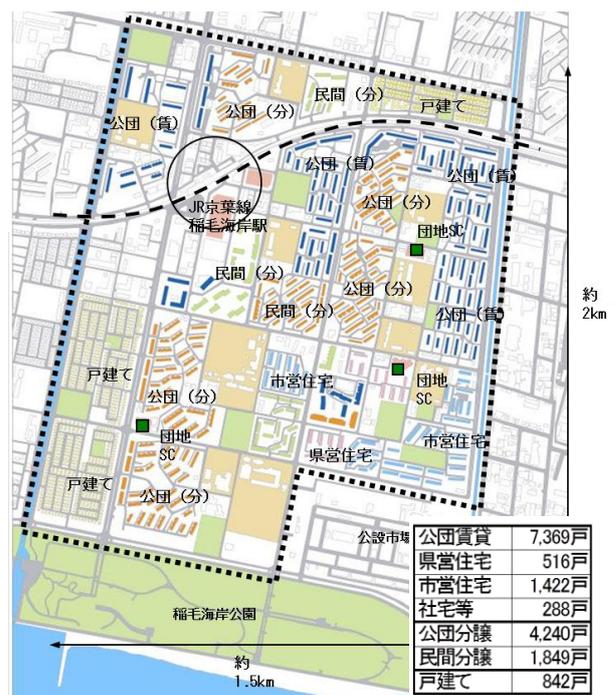
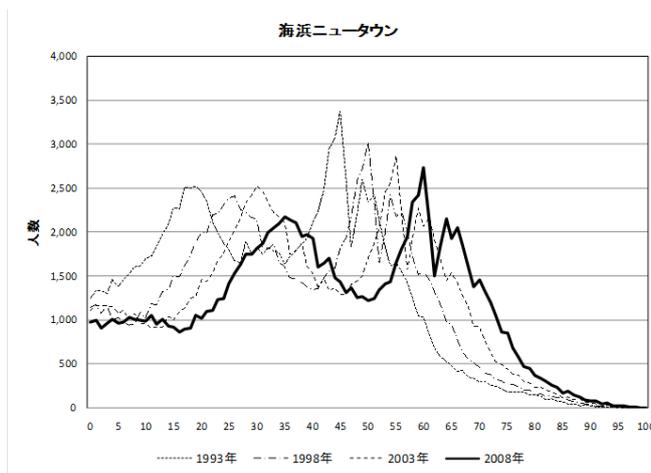


図1 海浜ニュータウン全体の人口構成推移



空き家増加の要因としては、以下の4点がある。

オーナー側の要因

- ① 転出者は持ち家を処分したいが、相対的に競争力が弱い
- ② 不動産仲介業のサービスではユーザー指向のリフォームが行われない
- ③ デザイン性に欠ける商品が多く訴求力が弱い

ニーズ側の要因

- ④ 既存の不動産流通の仕組みの中で適切な中古住宅が探索できにくい

一方で、海浜ニュータウンでは、地域に多量にある公共賃貸住宅などの若年層には大規模住宅への住み替え需要が、地域で増加する高齢者には居住性向上（快適性と耐震性）を求める地域内転居需要がある。

以上の課題を解決しニーズをサポートするシステムづくりを、不動産業と協力し仲介サービスで普及していないオーダー・リフォームを導入し解決する。

(2) 活動の目的

本活動では、空き家活用推進のために、オーダーリフォームの仕組みの実践によりビジネスモデルとしての課題を明らかにし、普及の可能性を検討する。

オーダーリフォームの仕組みを以下にまとめる。

図3 オーダーリフォームの仕組み



オーダーリフォームは、住宅の売主はリフォームをしない状態で売り出し、ちば地域再生リサーチでリフォームのモデル設計提案をする。物件購入後、新しい入居者が必要なリフォームを行うことで、無駄がなく、好みに合った住まいを実現できる。

一般的には、流通スピードと不動産事業者の収益確保のため、簡易リフォームが行われ、物件のミスマッチとコストの無駄が生じている。物件売買前に顧客へリフォームの可能性を提案することで、希望に合った住宅を通常より安く取得でき、既存住宅の有効活用につながる。

また、海浜ニュータウンにおけるオーダーリフォームの主な特徴は以下である。

- ① 海浜ニュータウンのほぼ同時期に大量に建設された団地の標準性、画一性という特性を活かし、一定程度類型化したリフォームモデルの設計提案を作成できる
- ② 希望に沿ったきめ細かな提案により、満足度の高いデザインが実現し、購入物件とのミスマッチが解消できる
- ③ 売主の事業リスク及び買主のコストを抑えつつオーダーリフォームを実現できる

さらに、事業リスク及びコストを抑えつつオーダーリフォームを実現した着眼点が、先導的な視点と考えられる。

2. 活動内容

(1) 活動の概要と手順

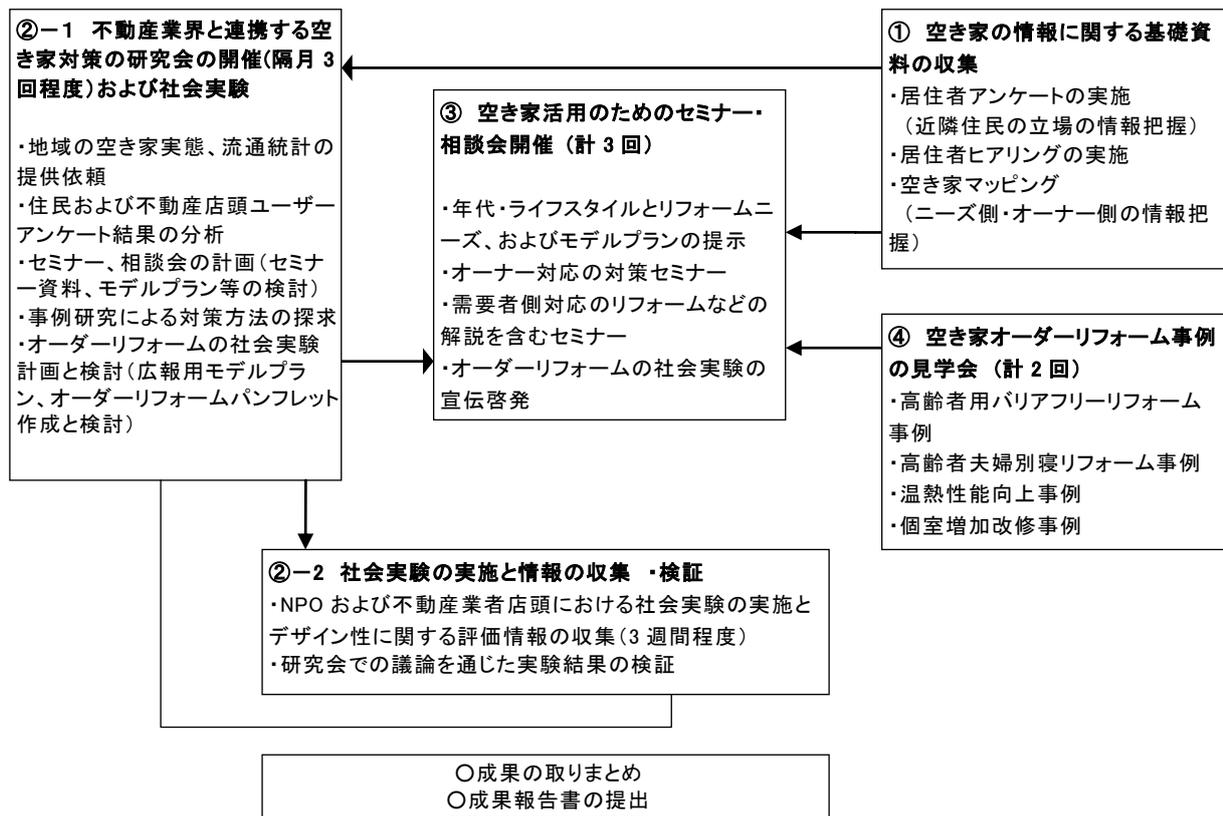
以下のフロー図の手順にしたがって、活動を実施した。

まず、空き家活用の情報に関する基礎資料の収集のため、居住者に対するアンケートおよびヒアリングを実施した。主にオーダーリフォームの可能性を検討するため、入居前のリフォームの実施状況について調査した。また、地域の空き家情報をマッピングにより整理した。

さらに、居住者向けに空き家活用のためのセミナーおよび相談会を開催し、空き家活用の啓発およびオーダーリフォームの発信を行った。また、高齢者対応および温熱性能向上のリフォーム事例の見学会を開催した。

また、不動産業者と連携して、空き家対策の研究会およびオーダーリフォームの社会実験を実施した。ここでは、活動内容全体の計画および検討を行い、実施の課題を整理した。

図 4 活動のフロー図



(2) 活動内容

1). 空き家の情報に関する基礎知識の収集

空き家の情報に関する基礎知識の収集のために、居住者に対するアンケートおよびヒアリング、空き家のマッピング調査を実施した。調査内容を以下に整理する。

1-1. 居住者アンケート

居住者アンケートでは、空き家活用の可能性として、オーダーリフォームの普及に向けた可能性と課題を調査した。主に、住宅購入後、入居前にリフォームしている居住者層の特徴に着目し、実施の状況と課題を考察した。以下に、アンケートの調査概要、回答者の基礎情報、入居前リフォームの実施状況および課題と可能性を整理する。

ア. 調査概要

調査は、以下の概要で実施した。

配布数：9,025 票

回収：457 票（回収率 5.1%）

対象：海浜ニュータウン内の分譲マンション

地区別、建設年代別の配布数と回答数および回収率は表 1、表 2 の通りである。海浜ニュータウン全域の分譲マンションのうち、任意に抽出した 1/3 の 9,025 戸に配布した。また、1981～1990 年に建設されたマンションが存在しなかったため、統計には入っていない。

表 1 地区別のアンケート配布・回収データ

地区	配布数	回収数	回収率
幸町	1208	102	8.4%
高洲	796	93	11.7%
高浜	706	39	5.5%
稲毛海岸	1731	48	2.8%
磯辺	1582	54	3.4%
打瀬	870	29	3.3%
真砂	2132	90	4.2%
不明		2	-
合計	9025	457	5.1%

表 2 建設年代別のアンケート配布・回収データ

建設年代	配布数	回収数	回収率
A:1970 年以前	832	32	3.8%
B:1971～1980 年	4659	187	4.0%
1981～1990 年	0	0	-
C:1991～2000 年	2009	65	3.2%
D:2001 年以降	1524	48	3.1%
不明		125	-
合計	9025	457	5.1%

イ. 基礎情報

次に、入居前リフォーム（以下、入居前 R）をしている居住者層の基礎情報をまとめる。

まず、入居時の年齢では、30 代、40 代が多く、子育て期の家族人数の変化による住み替えが発生していると考えられる。また、60 代以上の割合が、12%を占め、高齢化に対応する住替えの際に、入居前 R が行われていることがわかる。

世帯構成では、夫婦のみ、子と同居の二世帯同居が 8 割以上を占めている。建設年別では、1970 年以前が 2 割、1971 年から 1980 年が 5 割程度と、多くなっている。入居前 R は 1980 年以前の割合が 8 割程度と、比較的古い住宅へ入居していることがわかる。

入居年では、1980 年以前と 2001 年以降が多くなっている。入居前 R は 2001 年以降が多く、入居前 R をしている居住者は近年の入居であることがわかる。

ウ. 入居前リフォームの課題と可能性

「リフォームの目的」および「住まいの全体の課題」の調査を元に、入居前 R と入居後のリフォーム（以下、入居後 R）で比較をすることで、入居前 R の課題と可能性を考察する。

ウ-1)入居前リフォームの実施状況

入居前と入居後のリフォームの箇所の比較をする。入居後 R では浴室やトイレといった部分的なリフォームの割合が多いのに対して、入居後 R の方が住まい全体といった大きな規模でリフォームをしている。

ウ-2) リフォームの目的と住まい全体の課題

「リフォームの目的」は、複数選択形式で調査した。「住宅・設備の老朽化」「使い勝手の改善」「好みの雰囲気にするため」が 3 割以上と多くなっている。入居前 R と入居後 R で比較をしてみると、入居後 R の割合が高くなっている。これは、複数回のリフォームのために目的の選択回数が増えたためと考えられる。

「住まい全体の問題」は、複数選択形式で調査した。入居前 R と入居後 R で比較をすると、入居前 R の方が、総合的に不満点が多くなっている。「収納が足りていない」「もっと快適にしたい」「結露が気になる」「もっと綺麗にしたい」が 3~4 割と比較的多い。また、「寒さが気になる」「もっと綺麗にしたい」で 1 割弱、「結露が気になる」「湿気が気になる」で入居前 R の方が 1 割以上不満が多いという結果となった。このことから、実際に住むまで温熱環境の課題が認識できておらず、またリフォーム業者からも解決提案がされていないことがわかる。住宅に生活する中で不便を感じ、リフォームをする入居後 R に比べて、新たな住宅に移り住むためのリフォームである入居前 R には特有の課題があると考えられる。

ウ-3) 目的別の課題の比較

次に、リフォームの目的別に不満点を明らかにすることで、入居前 R の満足度および課題を考察する。それぞれのグラフは、目的別のリフォームをした人に対する不満を抱く人の割合を示

図 5 入居前 R の基礎情報データ

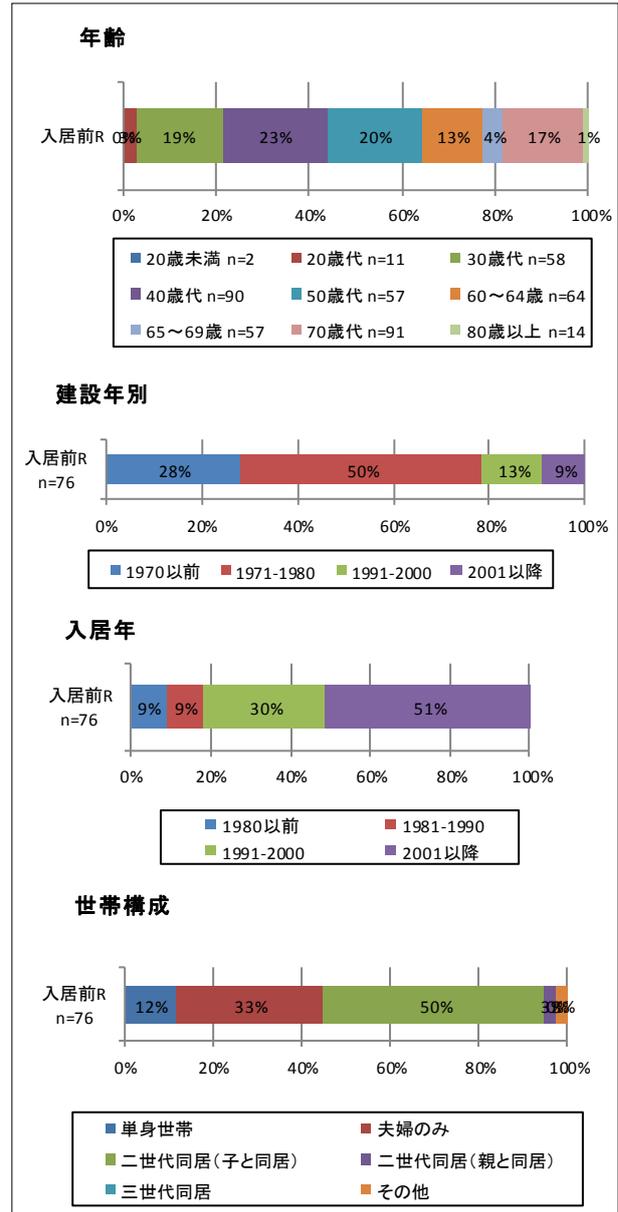
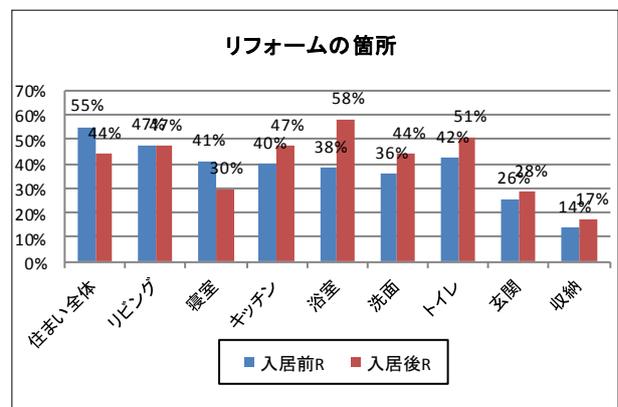


図 7 入居前 R・入居後 R のリフォーム評価データ



している。

入居前 R と入居後 R の差が大きい「子どもの成長や世帯人員の変更」「高齢者が暮らしやすくするため」「デザイン性を高めるため」のリフォーム後の課題を取り上げる。

①「子どもの成長や世帯人員の変更」にもなうリフォーム後では、入居前 R の不満度が全体的に高く、特に「狭いと感じている」「収納が足りていない」「結露が気になる」「もっと綺麗にしたい」が、半数以上が不満となる結果となっている。また、「もっとおしゃれにしたい」というデザイン性に対する不満が他のリフォーム目的と比べて突出している。リフォームをしたにも関わらず、子供の成長を見越した住まいの選択やリフォームがされていないことがわかる。

②「高齢者が暮らしやすくするため」のリフォームでは、全体的に不満は 5 割以下となった。入居前 R では、「狭いと感じている」「結露が気になる」「もっと綺麗にしたい」が高く、温熱環境への対応や使い勝手の計画が不十分であることがわかる。また、「住みにくいと感じている」も 1 割を占め、高齢になって住み替えたのにも関わらず、適切な住まいの計画ができていないことがわかる。一方、「収納が足りていない」「もっと快適にしたい」では入居後 R よりも満足度が高く、高齢者対応という計画のために快適性が担保できること、住み替え時に荷物の整理ができることなどが考えられる。

③「デザイン性を高めるため」のリフォーム後では、「収納が足りていない」「湿気が気になる」「結露が気になる」「もっと綺麗にしたい」「もっとおしゃれにしたい」が入居後 R で 4 割以上と高い。温熱環境の問題に加え、住まいの計画が十分でなかった点、さらに「綺麗」「おしゃれ」などの不満があり、当初の目的であるデザイン性の向上という目的が達成できていないことがわかる。以上より、以下の 4 点が明らかになった。

①入居前 R では、結露や湿気など、温熱環境系の不満が高く、課題の先読みができず、入居してから問題に気づく場合が多い。

図 7 入居前 R・入居後 R のリフォーム評価データ

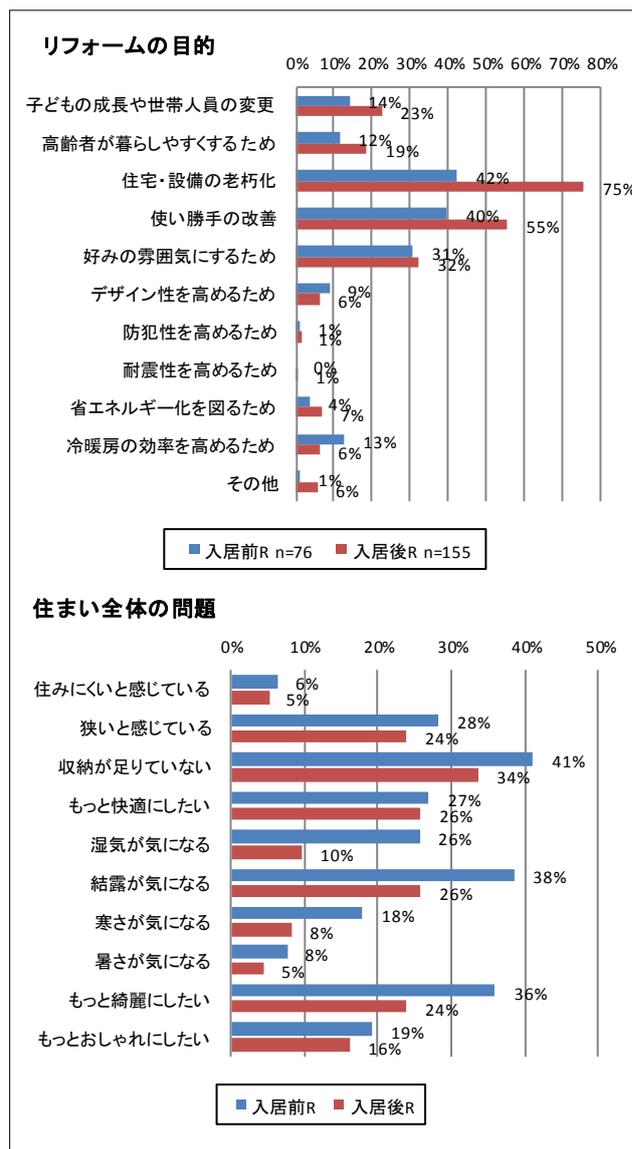
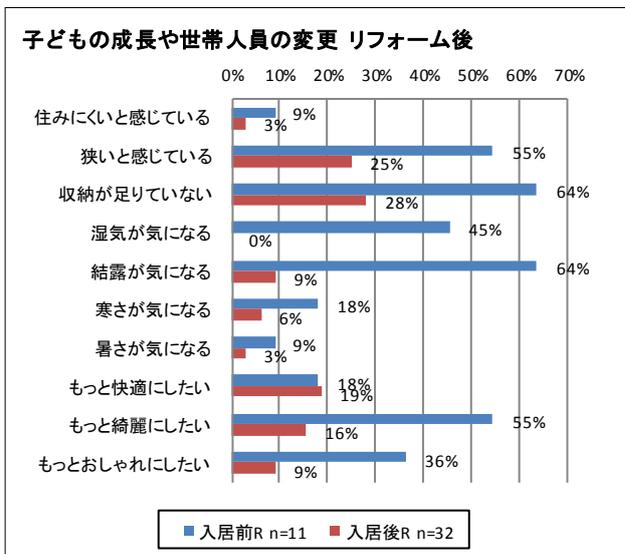


図 8 入居前 R・入居後 R 別のリフォーム後の不満



②入居前 R では、収納や住まいの綺麗さなどに不満があり、経年変化を考慮した住まいの計画が不十分な場合が多い。

③「子どもの成長や世帯人員の変更のため」および「デザイン性を高めるため」を目的とした入居前 R では、不満足度が全般的に高く、それぞれのリフォームの目的が達成できていない。

④「高齢者が暮らしやすくするため」を目的とした入居前 R では、解決すべき課題がある一方、収納計画や快適性について入居後 R よりも満足度が高い。

エ. 今後のオーダーリフォームの可能性

以上の結果から、子育て世帯に対応する住替えモデル、高齢者向けの中古の住替えモデル、デザイン性の需要に応えるリフォームのニーズがあり、課題となっていることが明らかになった。

また、温熱環境に対する不満が多いことから、中古の住宅への入居時には、集合住宅特有の湿気や結露などの温熱環境の問題と対策を周知することで、入居後の満足度を上げることができると考えられる。さらに、時間が経っても適切な収納や住まいの綺麗さを維持する住まいの計画が必要とされていることがわかった。中古住宅にこれらの課題を先読み

したモデルプランを提示していくことで、購入者の啓発や気づきにつながり、中古住宅の質の向上や居住者の満足度の向上へ結びついていくと考えられる。

入居前リフォームに対する関心は、自分が購入者側の場合に 4 割以上が関心があると答えている。価格、物件、期間によるという条件付きであれば、「したいと思わない」「わからない」を除く 7 割以上がオーダーリフォームの実施の可能性があると考えられる。オーナー側の場合では「わからない」が多くなっているものの、「関心がある」が 3 割を占めており、今後オーダーリフォームの実施の可能性があると考えられる。

図 9 オーダーリフォームへの関心

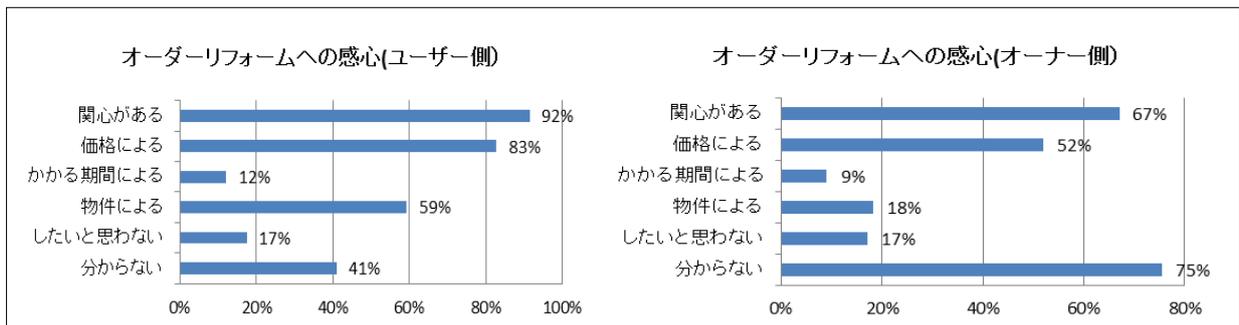
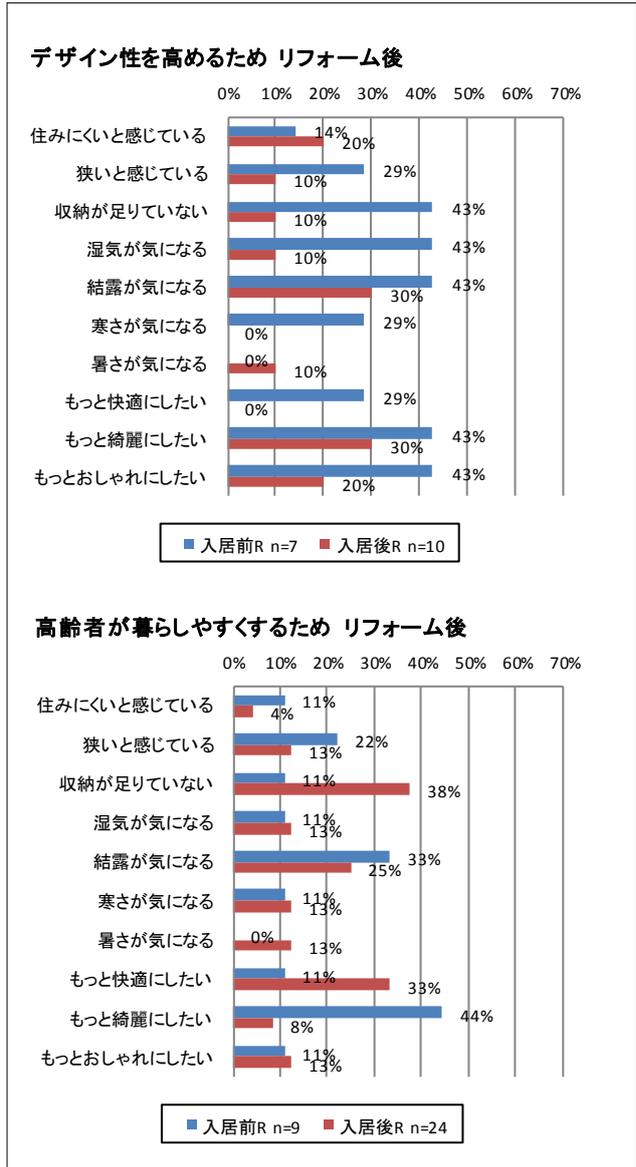


図 8 入居前 R・入居後 R 別のリフォーム後の不満



1-2. 居住者ヒアリング

オーダーリフォームの可能性の検討のため、アンケート回答者に対するヒアリング調査を行った。ヒアリングは、入居前リフォームを実施した回答者の中から、5名を抽出し、その内容や物件購入の経緯を調査した。結果を以下にまとめる。

表3にヒアリング結果をまとめた。基礎データとして、年齢、入居年、世帯構成、地区、間取り、住宅の建設年を整理した。また、物件購入に至る経緯の把握のため、転居前の住宅、住替えのきっかけ、物件決定の要因、リフォーム前物件購入の経緯を整理した。さらに、入居前リフォームおよび物件選定の課題の把握のため、リフォームタイプ、入居前リフォームの理由、リフォームへの関心・経験、課題を整理した。

表3 ヒアリング結果

no	1	2	3	4	5
年齢	30代	40代	40代	40代	50代
入居年	H21	H17	H10		H8
世帯構成	夫婦+子	夫婦+子	単身	夫婦+子	夫婦+子
地区	真砂	真砂	高洲	高洲	磯辺
間取り	3LDK	3LDK	4LDK	3LDK	3LDK
建設年	1971-1980年	2001年以降	1970年以前	1970年以前	1971-1980年
前の住居	同じ地区の賃貸(実家が近い)	同じ地区の賃貸(実家が近い)	実家(同じ地区)	同じ地区の賃貸(実家が近い)	東京の社宅
住替えのきっかけ	二人目の子どもができたため	二人目の子どもができたため	実家から独立賃貸より安いいため	二人目の子どもができたため	二人目の子どもができたため
物件決定の要因	地域、住戸アクセス、コスト	地域、住戸面積、階数、コスト	地域、コスト	地域、階数	周辺環境、住戸面積、コスト
リフォーム前物件の購入経緯	たまたまりフォームしていない物件だった	たまたまりフォームしていない物件だった不動産業者にリフォームを勧められた	売り出し前に情報を入力し、リフォームしないでいいと直接交渉した	たまたまりフォームしていない物件だった	たまたまりフォームしていない物件で、汚かったので、最初は断った 一ヶ月考えて、リフォームして住むという選択肢に至った
リフォームタイプ	フルリフォーム(キッチン、風呂、洗面、トイレ、床、壁)	フルリフォーム(キッチン、風呂、洗面、トイレ、床、壁)	フルリフォーム、一部DIY(キッチン、浴室、トイレ、洗面、床、壁)	フルリフォーム・一部DIY(キッチン、浴室、トイレ、洗面、床、壁)	フルリフォーム(キッチン、風呂、洗面、トイレ、床、壁)
入居前リフォームの理由	元々汚く、リフォームしないと住めない状態だったため	住宅・設備の老朽化のため 使い勝手の改善のため	好みの雰囲気にするため	不動産業者からはそのまま使えると言われたが、もともとリフォームするつもりだった子どもの成長や世帯人員の変更のため	入居するにあたり、すべてリフォームすると決めていたから好みの雰囲気にするため
リフォームへの関心・経験	実家がフルリフォームをしてきれいになったのを見た	実家が建て替えをしたインテリアが好きで、友人の家を見たりして、自分好みの家になりたいと思っていた	親が一級建築士で、幼少のときからDIYなどを経験 同じ住戸タイプの実家でリフォームをした仕上げにこだわりがあり、DIYをした	実家がリフォームをして、きれいになったのを見た 自分の思っているようにしたかった 入居後もDIYで手入れしている	何に対してもこだわりが強い 入居後もDIYで手入れしている
課題	・間取り変更をしたかったが、コスト削減のため身内に依頼し、要望を伝えきれなかった ・今後の建て替えが心配 ・次は付属施設のある新築に住みたい	・マンションの共有部分に対する業者の認識の違いで、他の家でやっていることができないと言われた ・入ってみて、マンションの管理体制や修繕の状態の重要性を知った	・天井の色や風呂のドアなど、やってみてイメージと違う箇所がいくつかあり、負担してやり直した ・自分で選ぶ難しさがある	・友人の家を見てわかっているつもりだったが、実際にやってみるとスケールが想像と違っていた	・不動産業者から紹介された業者が進めたが、仕事が雑だったことに後で気が付いた ・経済状況によって違うので、コストの比較ができると良い

以上より、入居前リフォームを実施した層の特徴を整理する。

①意図せずリフォーム前の住戸を見つけて購入

中古のリフォーム前という条件で物件を探した回答者はいなかった。たまたま売主の意向でリフォーム前であった物件を、簡易リフォーム前のタイミングで購入した傾向がある。不動産業者の対応は様々で、リフォーム前でも住める状態であると勧める場合もあれば、リフォームして希望通りに計画した方がよいと勧める業者もいた。中には、一か月考えてようやくリフォームして住むという選択肢を思いついた回答者もあり、中古を買ってリフォームするという可能性に気づいていない層もいることがわかる。

②身内などでリフォームを経験、あるいは住宅へのこだわりが強い

全面的なリフォームを家族が行い、変化を経験したことのある回答者が多かった。あるいは、住宅へのこだわりがあり、好みの住まいにしたいという要望を持ち、DIYで手入れをしている回答者も多い。中古を購入して入居前にリフォームをする際に、リフォームで中古の住宅が変化するイメージができることが、重要な条件となっていると考えられる。

③コストが中古購入の大きな要因となっている

30～40代の世代が多かったこともあり、子育てをするために住み替えを検討する際に、予算がないために中古の住宅を選択する傾向が強い。また、リフォーム前の物件ということで、値切って買ったという回答者が多かった。単身の回答者は、賃貸住宅と比較した際に、賃借するよりも安いという計画の上、購入していた。

④ファミリー世帯が、家族人数の変化に対応するための住み替え時にリフォームを実施

今回のヒアリング対象者のうち、子育てのための環境を改めて探すファミリー層が5名中4名であった。周辺環境に加え、住戸の階数やアクセスのタイプを選択する回答者もいた。ほとんどが賃貸住宅からの転居で、実家の近くに購入をする回答者も目立った。

さらに、以下の課題が明らかになった。

①リフォームイメージの伝達の困難さ

リフォーム後のインテリアのイメージが十分にできなかったという意見があった。物件を実際に目にして購入する場合と異なり、計画の自由度が高い分、ともしれば選択できるという点が逆に困難さにつながってしまう場合がある。設計者やコーディネーターが携わり、理想の住宅の実現をサポートする体制が必要であると考えられる。

②リフォームを見込んだコストの想定

物件購入額に加え、リフォームを含めたコストの総額が把握しにくいという課題がある。リフォームする箇所や製品のグレードなどを自由に調整できる反面で、どのような環境を実現したいかというニーズとの兼ね合いも重要となる。ニーズに応じたプランの実現に向けて、ある程度のコストの想定を事前にできることが、理想の住まいの実現に結びつくと考えられる。また、リフォームの必要のない住宅との価格の比較ができることで、中古住宅を購入してリフォームするという選択肢を広げるきっかけとなると考えられる。

③リフォーム業者の選択

業者の選択も、リフォームの満足度に大きく左右する。不動産業者の紹介業者で、施工が悪かった、あるいは知人の紹介業者のため要望を伝えにくかったなど、不満につながっている。団地の特性を知り、適切なアドバイスができる業者を選択することで、良質な中古住宅

の増加につながると考えられる。

④マンションの性能の評価

建替えなど将来の問題を懸念する意見があった。また、管理体制や修繕の状況など、事前にチェックしている回答者はいなく、入居して課題に気づく場合があった。購入時にマンションの性能や管理状況などの客観的な評価が把握できれば、購入者の安心につながり、中古住宅の購入を円滑にすると考えられる。

1-3. 空き家マッピング調査

海浜ニュータウン内のマンション管理組合と連携し、空き家戸数の調査を実施し、マンションの空き家マップを作成した。(なお、空家の多いマンション、団地が特定できてしまうため、空き家マップの掲載は控える)

表 4 海浜ニュータウン内の空き家率の高いマンション一覧

NO	棟数	入居開始年	戸数	EVの有無	空家率	賃貸化率	空家数	賃貸化数	空家と賃貸化の合計
1	単棟	1976年～1980年	50～100未満	○	12.0	14.7	9	11	20
2	団地	1970年以前	500以上	×	9.7	19.3	50	100	150
3	団地	1970年以前	500以上	×	7.8	7.6	61	59	120
4	団地	1970年以前	400～500未満	×	7.4	16.7	34	77	111
5	団地	1971年～1975年	500以上	×	7.0	14.0	100	200	300
6	団地	1976年～1980年	100～200未満	○	6.9	2.3	9	3	12
7	団地	1971年～1975年	200～300未満	○	6.3	13.0	18	37	55
8	団地	1971年～1975年	500以上	○	6.1	14.1	37	85	122
9	団地	1976年～1980年	500以上	×	5.7	—	59	—	59
10	団地	1971年～1975年	300～400未満	○	5.2	11.1	19	41	60
11	団地	1971年～1975年	200～300未満	○	5.2	0.4	14	1	15
12	団地	1971年～1975年	100～200未満	×	5.0	55.0	5	55	60
13	団地	1971年～1975年	100～200未満	×	4.5	9.1	5	10	15
14	団地	1971年～1975年	500以上	×	4.0	25.5	25	158	183
15	団地	1976年～1980年	100～200未満	×	3.9	5.6	7	10	17
16	団地	1976年～1980年	500以上	×	2.6	6.9	23	61	84

2). 不動産業界と連携する空き家活用対策の研究会の開催と社会実験

2-1. 不動産研究会

不動産研究会を3回実施した。概要を以下にまとめる。

・研究会のメンバー構成

不動産研究会は、以下の地元不動産業者3者および当NPOの6名で構成した。

千葉県宅地建物取引業協会千葉支部 高橋弘吉、峰内陽次、石井満
ちば地域再生リサーチ 服部 鈴木 東

第1回

日時：平成23年10月18日（火）

主な検討内容：

- ・今年度の企画説明
- ・地域の空き家実態、流通統計について：空き家の調査方法検討
- ・不動産店頭ユーザーアンケートについて：アンケート内容および方法の検討
- ・モデルプラン住戸の検討：オーダーリフォームに適する住戸の面積、築年数、立地等
- ・震災後の市況の変化（液状化の影響）：流通戸数、価格、顧客のニーズ
- ・セミナー、相談会の企画案：セミナーテーマについて
- ・事例研究による対策方法の探究

第2回

日時：平成23年12月12日（月）

参加者：

主な検討内容：

- ・地域の空き家実態、流通統計の提供依頼
- ・住民アンケート結果の分析
- ・セミナー、相談会の報告および次回企画（セミナー資料、モデルプラン等の検討）
- ・オーダーリフォーム社会実験計画

第3回

日時：平成24年2月7日（火）

参加者：

主な検討内容：

- ・住民アンケートおよびヒアリング結果の分析
- ・オーダーリフォーム社会実験の報告と検証
- ・宅建業者向け報告会について
- ・次年度の活動について

写真1 不動産研究会の様子



2-2. オーダーリフォーム社会実験

○店頭相談窓口の整備

当 NPO のリフォームの窓口と合わせて、空き家活用の相談窓口を設けた。受付書類や不動産業者への相談体制を整備し、相談者への対応の充実を図った。

○モニター募集

オーダーリフォームの社会実験として、物件の売却希望者と購入希望者のマッチングの試行のため、モニター募集を行った。

売主には当 NPO が売却希望物件のモデルプラン作りを行い、リフォームを施さずに売却をする。買主には当 NPO で希望を聞き、希望の実現しやすい物件を探す。また、成約した場合はモニターとしての協力費を支払うという条件を設けた。

事業期間内に 4 件の具体的な相談があった。

事例 1：売主 築 40 年の戸建物件

事例 2：売主 築 10 年のマンション物件

事例 3：売主 築 30 年のマンション物件

事例 4：賃借 築 30 年のマンション物件

具体的な相談内容・調査内容および検討の結果を以下にまとめる。

図 10 モニター募集時の広告

写真 2 店頭窓口の様子



○事例 1

プロフィール:60代男性。夫婦で団地在住。親が住んでいた家が6年前から空き家になる。

相談内容:戸建をリフォームして、学生用のシェアハウスとして検討したい。

調査内容:空き家の調査、ニーズのヒアリングを実施した。

結果:検討中に、家族の話し合いにより、売却することになる。

写真3 事例1の空き家の様子



○事例 2

プロフィール:50代男性。夫婦で団地在住。駅前に新築を購入、3月末から入居の予定。

相談内容:物件を売却予定。リフォームしない状態で売り出したい。

調査内容:ニーズのヒアリングを実施。不動産業者が既に決まっていたため、不動産業者へ説明を行った。

結果:大手不動産業者の受け入れ拒否により、売主が断念。提携のリフォーム業者があるため、店頭での掲示は難しいという回答。

○事例 3

プロフィール：夫婦と子供 2 人で駅前の新築に転居。住んでいた家が空き家になった。

相談内容：物件を売却予定。リフォームしない状態で売り出したい。

調査内容：空き家の調査、ニーズのヒアリングおよびモデル提案を実施。不動産業者が既に決まっていたため、売主から業者へ説明・相談。

結果： 不動産業者の提案により、賃貸化に切り替えを決定。どちらになっても良いように、簡易リフォームを施すこととなる。

写真 4 事例 3 の空き家の様子



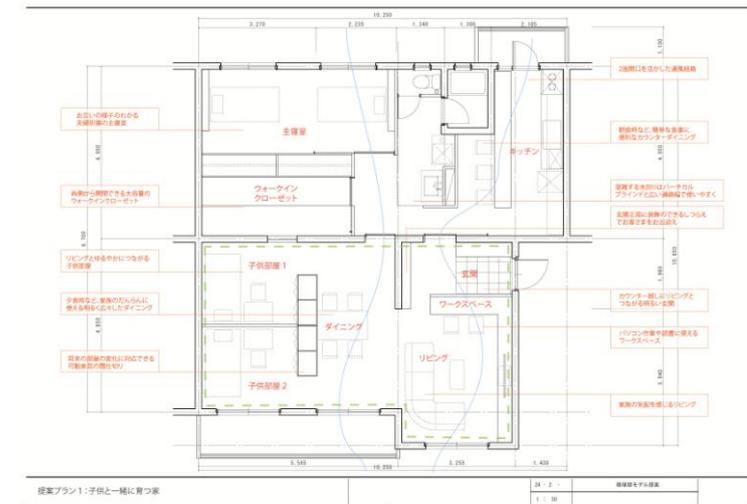
図 11 事例 3 のモデル提案

モデルプランの考え方：

面積が 90 m²と比較的大規模のため、子育て用モデルプランを作成

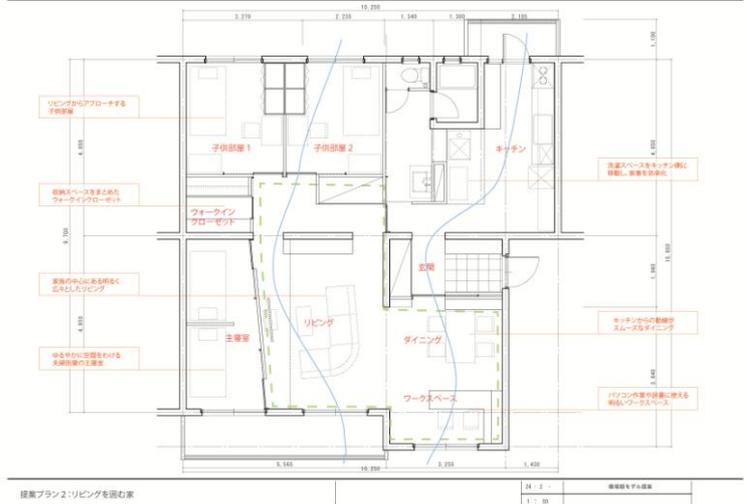
モデル提案 1

子どもと一緒に育つ家：
可動間仕切りで子どもの成長に合わせて区切り方を変えられる間取り



モデル提案 2

リビングを囲む家：
家族が集まるリビングを中心に個室を配置し、気配を感じられる住まい



○事例 4

プロフィール：30代男性。夫婦と子供で団地に在住。

相談内容：投資用に物件を購入。デザインリフォームをして貸し出したい。

調査内容：空き家の調査、ニーズのヒアリングおよびモデル提案を実施。

結果：借主によるプランの選択形式を提案したが、複数の不動産業者の活用方法を決めていたため、現状のシステムでは流通経路の確保が困難と持ち主が判断。持ち主の希望によるデザインリフォームを提案し、検討が進行中。

写真 5 事例 4 の空き家の様子



図 12 事例 4 のモデル提案

既存図

改修案 B

2. 壁面白色クロス仕上げ (全面)

3. 壁面緑色クロス仕上げ (一面のみ)

4. 壁面に畳4段

5. 付け鴨井撤去

6. 木貼り (※写真参照)、黒板塗装製作

7. タテ型ブラインド

8. 畳撤去後、床下地作成後 Nagata フロアタイル仕上げ (※施工支給)

9. 既存床材上 Nagata フロアタイル全面貼り (※施工支給、玄関別仕様)

10. シルバー扉 (納品中)

11. 下駄箱 OSB 貼り、欄作成

12. 押入れ撤去

13. 押入れ再作成

14. 家具

15. 便座木製カバーに交換

16. 便所洗面台撤去後、洗面ボウル設置、洗濯機用ホース付

17. タテ型ブラインド

18. 調味料入れ撤去後、キッチンパネル設置、ハンガー設置

19. 換気扇カバー交換

20. 調味料入れ撤去後、タイル補修、ハンガー設置

21. クレセント錠交換

22. 電気配線と照明器具設置

23. コンセント、スイッチ 全交換

24. 電気配線と照明器具設置

2-3. モデルプランの作成

海浜ニュータウンの分譲集合住宅を対象に、モデルプランを作成した。

アンケートにおいて満足度の低かった課題の解決を中心に、対応するボキャブラリーを作成した。そのボキャブラリーを活用し、モデルプランを作成した。

表 5 団地の課題とボキャブラリー提案

課題テーマ	具体的な住まいの問題	→ 提案
寒さが気になる	RC壁面からの冷気	壁際の収納スペースで断熱
湿気が気になる	通風の悪い間取り	開口を設けて通風を確保
もっとおしゃれにしたい	飾れる壁面の不足	装飾のための壁面設置
	飾り棚のない玄関	広いカウンターを設置
狭い・使いにくいと感じている	I型の狭いキッチン	広く使えるL型の対面キッチン
	狭い洗面スペース	洗濯置き場の改善によるスペース確保
狭いと感じている	狭い個室空間	LDKのワンルーム化
収納が足りない	少ない収納スペース	ウォークインクローゼットの設置
もっと綺麗にしたい	物置化する3畳間	ニーズに応じた3畳間の活用
子育てに対応できない住まい	家族の変化に対応しにくい間取り	可動間仕切りによる子ども部屋

アンケート調査より、比較的広い住宅のニーズが高かったことから、代表的なプランとして 70 m²前後の住宅を中心に作成した。既存図を作成し、子育て世帯向け、二世帯向け、単身世帯向けのモデル提案を行い、評価ヒアリングを実施した。また、モデルプランを掲載したオーダーリフォームのパンフレットを作成した。

モデル設計住戸の一部を以下に掲載する。

図 13 モデル設計対象住戸の既存図

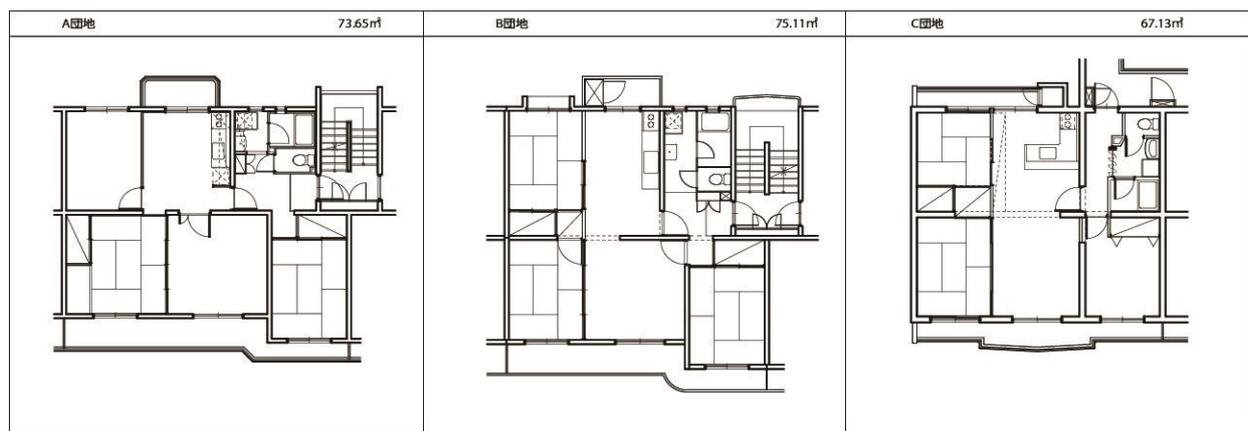


図 14 A 団地のモデル設計

改修案 (子育て世帯 両親+子2)	73.65㎡	改修案 (二人世帯)	73.65㎡
4DK→3LDK 収納を間仕切りとし、個室 (子供用) を2つ設ける		4DK→3LDK 北側にLDKを新設	
<p>収納を介してリビング・ダイニングに面する子供用の各個室</p> <p>独立した夫婦の寝室を南面配置</p> <p>家族が集まるリビング・ダイニングを開取りの中央に配置 リビング・ダイニング間の既存建具は撤去</p>	<p>既存間仕切りを撤去し、ダイニングを大型化</p> <p>既存の和室を寝室として活用</p> <p>ダイニングとの間の建具を引戸にすることで 南北に連続感のある設えにする</p> <p>既存の和室を寝室として活用</p>		

図 15 B 団地のモデル設計

改修案 (子育て世帯 両親+子2)	75.11㎡	改修案 (二人世帯)	75.11㎡
4DK→3LDK R型壁面で間仕切り、個室 (子供用) を設ける		4DK→1LDK 壁面収納に囲まれたワンルーム+寝室	
<p>リビング・ダイニングに面する子供用の各個室</p> <p>既存開取りの奥行きを活かし対面型キッチンを設置</p> <p>独立した夫婦の寝室を南面配置</p> <p>家族が集まるリビング・ダイニングを開取りの中央に配置 R型の壁面でリビングとダイニングを一体感のある設えとする</p>	<p>間仕切りを全て撤去しワンルーム化</p> <p>外周壁面には断熱を兼ねた収納を設ける</p> <p>独立した夫婦の寝室を南面配置</p>		

図 16 C 団地のモデル設計

改修案 (子育て世帯 両親+子1)	67.13㎡	改修案 (単身世帯)	67.13㎡
4DK→2LDK 1枚の壁でLDKと主寝室と分節		4DK→1R+a 1枚の壁のみで分節した1ルーム+サンルーム兼応接	
<p>夫婦の寝室に隣接して ウォークインクローゼットを設ける</p> <p>既存開取りの奥行きを活かし 対面型キッチンを設置</p> <p>リビングに面して出入口を 設けた子供用の個室</p> <p>一枚の壁面を設けリビングとダイニングを 一体感のある設えとする</p>	<p>間仕切りを全て撤去しワンルーム化</p> <p>独立したサンルーム 応接間としても機能する</p> <p>オープンエンドな壁面を設け LDKと寝室・納戸を緩やかに分節</p>		

4. 空き家オーダーリフォーム事例の見学会

空き家オーダーリフォーム事例の見学会を開催した。見学会では、実際にリフォームした住宅を見学し、オーダーリフォームについて説明・意見交換を行った。

第一回

日時：1月21日（土）11:00～14:30

テーマ：高齢者用バリアフリーリフォーム事例

参加者：5名

成果：リフォームの相談1件

第二回

日時：2月17日（金）10:30～14:00

テーマ：温熱環境向上リフォーム事例

参加者：4名

成果：リフォームの相談1件

また、住まいの相談会を同時開催とし、見学会後にリフォームの相談が行える体制とした。相談対応の設計者が見学会に同行することで、実際に見学した事例をもとに、具体的な相談を行うことができた。

写真6 見学会の様子



図18 見学相談会の案内

団地学校【住まい編】

高齢者にやさしい家 お宅訪問ツアー

日時
1月21日（土）11:00～14:30
（昼食付き）

訪問場所
千葉市美浜区高浜で高齢者向けリフォームをしたお宅

主催：NPO法人ちば地域再生リサーチ

同席開催

小さな修理やリフォーム、不動産に関するご相談まで

住まいの何でも相談会

日時▶1月21日（土）11時～16時

会場▶クラカラ
（西葛西1-7-10 ちばコミュニティセンター1階）

◎住まいに関するお悩みや課題を抱えている方、リフォームをお考えの方のご参加をお待ちしています。

主催：NPO法人ちば地域再生リサーチ
協力：社団法人千葉県不動産取引業協会千葉支部
パナホーム株式会社
株式会社スリーエス

相談無料

高齢になっても、
住み慣れた団地で快適に住み続けたい。
そんな希望を叶えたい方、必見です！

弊宅所リフォームを行った5件の
高齢者が住み慣れた団地で快適な
生活を営むために、お住いのリ
フォームで、安心な快適な住まい
くらに仕上げました。

◎参加費 500円（昼食・菓子折・資料代）

◎対象 バリアフリー等、高齢化対応住宅に関心のある方、リフォームをお考えの方

◎定員 先着10名様（事前にお申し込みください）

◎申込み先 ちば地域再生リサーチ 担当：東（あずま）・金森
☎043-245-1208（月）～（金）10:00～18:00
またはe-mail: ask@cr3.jp

◎集合場所 稲沢ショップ 赤い鳥居の前
※歩きやすく、脱ぎ履きしやすい靴でご参加ください。

【宅訪問ツアー集合場所】
稲沢ショップ
千葉市美浜区高浜4-12-2
JR京葉線「稲毛海岸」駅
南口より徒歩15分、
高洲郵便局隣

【相談会場】
クラカラ
千葉市美浜区高浜2-3-14 高洲ビル3階
JR京葉線「稲毛海岸」駅南口より徒歩15分、高洲郵便局隣

【予約】
次回の見学＆相談会は
2/17（金）
に予定しています。

3. 事後評価

(1) 事業の効果

○地域での新たなリフォーム課題の再認識

アンケート調査から、既存の流通物件およびリフォームのミスマッチと課題が明らかになった。リフォームをして入居している居住者特有の住まいへの不満足度がある場合があり、物件の流通促進方法とともに、適切なリフォームのサポートと啓発が必要とされていることがわかった。新たな地域での住まいのリフォームの課題を把握することができた。また、モデルの研究・設計提案により、組織内で地域の中古住宅の課題や特性の整理・把握を行うことができた。

○不動産業者との連携効果

昨年度までの実績から、オーダーリフォームの具体化に向けた体制が整えられた状態であったため、必要に応じて不動産業者への質問や確認を適宜行うことができた。また、不動産業者からのアドバイスにより、宅地建物取引業法上問題のない仕組みづくりや、説明に同席してもらうなど、居住者の安心感につなげることができたと考えられる。

○居住者への情報発信と啓発

リフォーム事業の成果物の見学会では、実際の住まいを体験することができ、イメージの具体化につなげることができた。見学会に参加した居住者の中には具体的なリフォームを検討する人もいて、より質の高い住まいの実現への啓発につながっていると考えられる。また、セミナーでは物件の売買やシェアハウスなどの取組の説明・質疑を実施し、「考え方が変わった」など啓発を行うことができた。

○活動の効果

活動成果の計測として、再生・活用された空き家件数の増減について、地域全体の把握は困難であったが、本事業の中で1件、投資目的での空き家の購入・賃貸化の相談を受け、リフォームを実施している。この居住者は当 NPO の活動に関心を持って他地域から転居してきた経緯もあり、活動の波及効果と捉えることができる。

(2) 目的の達成状況

○ユーザー向けセミナーおよび事例見学会の開催数と参加人数（目標：全3回、参加20名）

ユーザー向けセミナーおよび事例見学会は全3回を開催した。参加人数は17名と目標に届かなかったが、セミナーでは質疑の時間を設け、個々の相談に応じることができ、満足度の高い内容とすることができた。見学会では本当に関心のある居住者が集まり、個々の相談にも対応することができた。また、少人数の開催であったことで、参加者のニーズや関心を見学会を通して個々に把握することができた。今後の活動の案内を希望する参加者も多く、活動の発信・啓発の場として有効であったと考えられる。

○不動産業者向け説明会の開催数と参加社数（目標：全1回、参加20社）

不動産業者向け説明会を開催の予定であったが、宅建協会との都合が合わず延期とした。より発信の効果を増すために、活動の報告を行う場とすることとし、宅建協会の会合の時期に合わせ、4月上旬に開催することで、今後の連携の継続発展につなげていく。

○空き家活用、オーダーリフォームに関する相談件数（目標：2件）

空き家活用、オーダーリフォームに関する相談件数は4件であった。

○相談窓口の体制の強化：相談体制の確立

相談窓口として対応し、目標を上回る相談を受け付けることができ、こうした窓口の必要

性を示すことができた。

○オーダーリフォーム実例の調査件数（目標：3件）

入居前リフォーム実例の調査・ヒアリングを5件で行うことができた。実際の住まいを調査し、入居やリフォームの経緯をヒアリングすることで、具体的な入居前リフォームの課題を明らかにすることができた。今回は高齢者のモニターがいなかったため、高齢者の中古住宅リフォームのニーズが把握しきれなかったが、今後は調査を進めていきたい。

○住まいに関する地域固有の典型課題の収集数（目標：10タイプ）

団地特有の典型課題10タイプを整理した。

○住まいに関する地域固有の典型課題に対応する設計提案ボキャブラリー数（目標：10タイプ）

典型課題に対する提案ボキャブラリー10タイプを作成した。

4. 今後の課題

○効果的な情報提供

本事業の広報は主に広範囲のチラシ配布としたが、チラシは捨てられてしまうことが多く、情報発信が見逃されてしまった可能性があった。今後はより効果的な情報提供が必要となる。活動のネットワークを活かし、関心のある居住者へ直接案内が届けられるように徐々に改善ができると考えられる。また、今回は住宅の不在オーナーに情報を届けることができず、活用が必要な人への呼びかけが不十分であった。今後に向けて一部のマンション管理組合と連携し、不在オーナーへの情報提供を行う体制を整備しつつある。

○対応の迅速化

シェアハウスの相談や、不動産業者が既に決まっている場合など、当初想定しきれていなかった相談への対応に迅速さが欠けてしまった部分があった。今後はこうした相談の実績を蓄積し、よりスムーズな対応へつなげていく必要がある。実施の上では、物件流通におけるスピード感の必要性は課題である。

○不動産業者との連携基盤整備

今年度は売り主側からアプローチをしていくことで社会実験を進めようとしたが、住宅の購入者の場合は購入時の担当者など、また知人や親類が不動産業者であるなど、実際は相談者が決まっている場合が多かった。また、賃貸の場合などはインターネットが利用されることが多く、不動産業者の既存フォーマットに合わせないと有効な情報発信がしにくい現状がある。中古不動産流通の活性化のための発信と検討を今後も続け、事業の協働実施の基盤を整備していく必要がある。

○活動の継続のための事業化

活動の継続のためには、オーダーリフォームのビジネスモデル化が必要である。仕組みとしては不動産業者への紹介時の紹介料が収益となる可能性が見えたが、そのためには窓口としての対応を今後も継続させ、地域に密着したテーマのセミナーや見学会の開催により、居住者への定期的な情報提供や啓発を続けていくことが重要であると考えられる。

5. 今後の展開

○情報提供

今回構築できた居住者へのネットワークやマンション管理組合とのネットワークを活かすことで、空き家活用に悩む居住者へ必要な情報を届けることが可能になっていくと考えられ

る。また、インターネットでの情報提供により、住み替えを考える若い世代など、特定のターゲット層への呼びかけが可能になると期待できる。

○モデルプランの構築

今年度の活動により、オーダーリフォーム特有のリフォームの課題が明らかになった。こうした課題を解決するモデルプランを改善・充実させることで、良質な中古住宅の活用へつながると考えられる。また、課題を先読みしたモデル提案により、中古住宅の購入者への発信につながり、オーダーリフォームの新たな意義が増すことが期待される。こうしたモデルプランの充実により、よりスピーディな対応が可能になると考えられる。

○不動産業者との連携の継続

今年度の成果を宅建協会で発信し、また不動産業者と連携した相談体制を維持することで、継続的に不動産業者との連携を図っていく。また、今回は賃貸化希望の居住者がいたため、リフォームの提案を行ったが、不動産業者との連携可能性を探るこうした事例に積極的にアプローチし、提案を続けることがオーダーリフォームの普及の糸口となると考えられる。

○事業化に向けた相談窓口の継続とセミナー等による情報発信

さらに、今年度は社会実験の時期が年度末と重なり、1～3月末の売り出し時期に合わせるスピード感が必要となったため、推進が難しくなったことが考えられる。空き家活用の相談窓口の体制を維持し、常に売主および買主を募集し、不動産業者へアプローチできる体制にしておくことが望ましい。また、定期的なセミナーや見学会の開催により、居住者への情報発信と啓発を継続することで、徐々に発信力が増していくことが期待される。

■ 団体概要・担当者名			
団体設立時期		平成 15 年 8 月	
代表者名		服部 岑生	
連絡先担当者名		鈴木 雅之	
連絡先	住所	〒261-0004	千葉県千葉市美浜区高洲 2-3-14
	電話	043-290-2146	
ホームページ		http://cr3.jp/	