

B-2 空き家を持つ方のニーズを満たす事業の創出および事業の啓蒙活動			
事業主体	空き家ビジネス推進協議会		
対象地域	全国(一部地域を除く)		
事業概要	空き家の管理の実績とノウハウを有する民間事業者が連携し、空き家管理ビジネスの市場性やサービスニーズを把握するなど、空き家管理のビジネス環境を整備。		
成果計測指標	現況値 (事業着手時点)	完了時点 (H26年2月28日時点)	今後の目標値 (H27年度末)
業界団体の設立	なし	設立完了	—
団体HPの立ち上げ	なし	運営開始	—
コンプライアンスマニュアルの作成	なし	マニュアル案の作成	マニュアルの作成

1. 事業の背景と目的

空き家管理サービスは住宅に関連する企業等が、副業的に実施しているケースが多いことから、空き家管理サービス自体の実施内容およびその品質について消費者が比較しづらく利用の妨げとなっている。また、サービス提供企業側の課題として、空き家管理の市場性および消費者が求めるサービスが明確でなく、ビジネスとして普及していない。

そこで、アンケート等により消費者が求めるサービスメニューを調査し、適切な情報提供方針を決定することで、消費者が安心して利用できる環境を整備するとともに、求められるサービスを分析することで適正なサービス水準を明らかにする。

2. 事業の内容

(1) 事業概要と手順

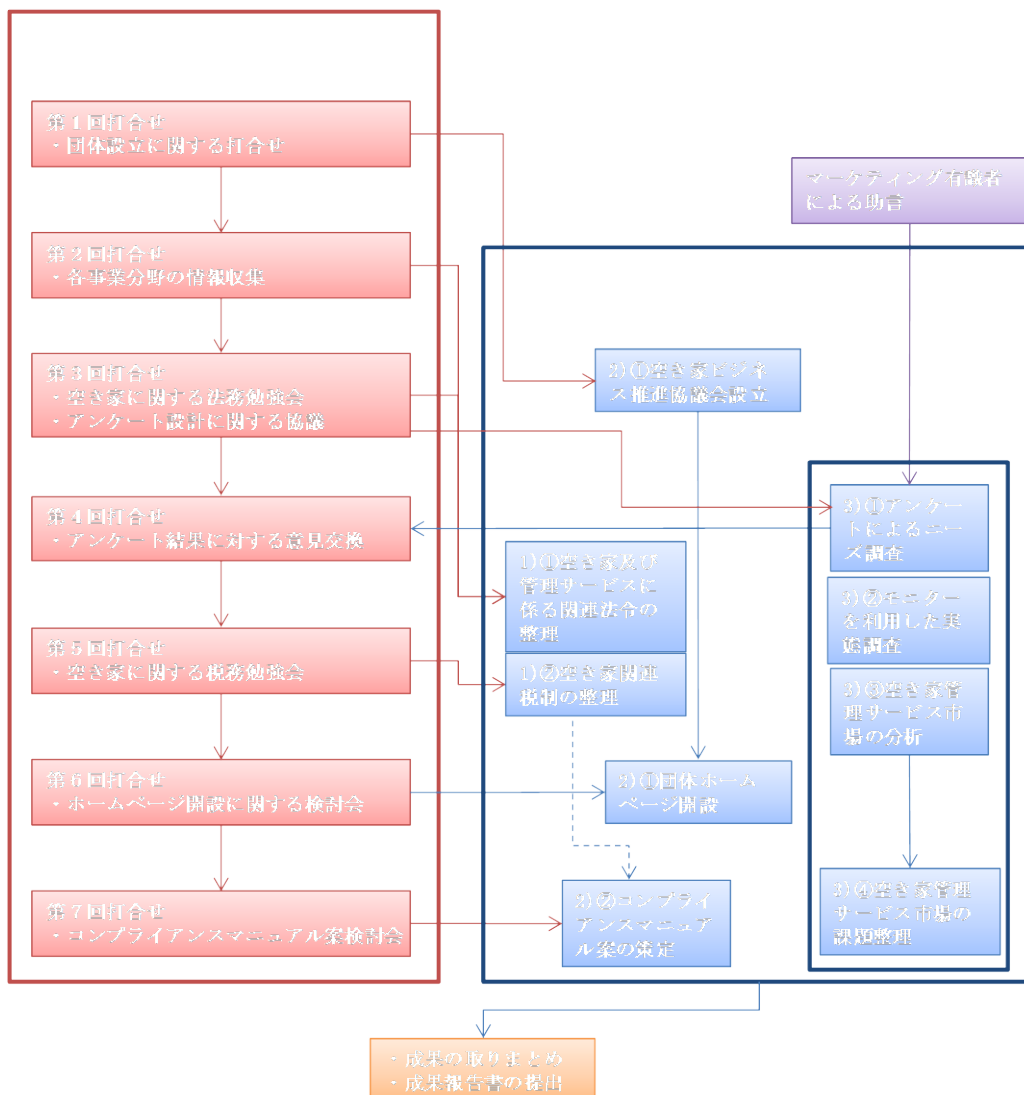
空き家ビジネス推進協議会構成企業4社による定例会を行い、三つの事業項目である、①消費者保護を図る取組、②業界コンプライアンスの増進を図る取組、③空き家管理ビジネスの事業環境整備を図る取組の検討を進めた。各取組項目の概要については次表のとおりである。

表1 事業の概要

取組項目(大項目)	取組項目(小項目)	概要
1) 消費者保護を図る取組	①空き家及び管理サービスに係る関連法令の整理	空き家管理サービス提供事業者が、消費者に対し適切な情報提供をする上で備えることが望ましい基本的な情報として、関連する事業分野の情報や、各種法令を中心に調査した。
	②空き家関連税制の整理	空き家管理サービスの利用者と想定される空き家所有者が、空き家を保有及び相続する場合の関連税制を整理した。
2) 業界コンプライアンスの増進を図る取組	①空き家ビジネス推進協議会の設立とホームページの立ち上げ	総合警備保障株式会社、株式会社ダスキン、YKK AP株式会社、株式会社クラシアンの4社で任意団体「空き家ビジネス推進協議会」を設立した。また、消費者や空き家管理サービス提供事業者に対する情報発信基盤とするべく、団体ホームページを立ち上げた。
	②コンプライアンスマニュアル案の策定	空き家管理サービス業界のコンプライアンス体制整備と、消費者保護を目的としてコンプライアンスマニュアル案を策定した。今年度は主

		に提供事業者が必要とされる法令と関連する業界のトラブル事例を収集した。
3) 空き家管理ビジネスの事業環境整備を図る取組	①空き家管理サービス市場の分析	空き家の増加に関連する統計を参照し、空き家管理サービス市場との関連性を検証した。また、インターネットの検索エンジンを用い、空き家管理サービス提供事業者数の調査を行った。
	②空き家管理に必要なニーズ調査	消費者が求める空き家管理サービスの具体的内容や利用意向等について空き家所有者の対象にアンケート調査を実施した。調査方法は定量的なニーズ把握を目的としたインターネット調査と、定性的なニーズ把握を目的としたデプスインタビューを併せて行った。
	③サービスのモニター利用を通じた空き家管理サービスの実態調査	空き家所有者を対象に空き家管理サービスの利用に関するモニターを募り、実際にサービスを利用することで、実際のサービス内容や契約書等の情報を7社分収集し、サービス内容や契約書類を比較しまとめた。
	④空き家市場が抱える顕在的、潜在的課題の整理	上記①～③調査結果より、空き家管理サービス市場が抱える顕在的・潜在的課題を整理した。

図1 事業フロー



(2) 事業の内容

1) 消費者保護を図る取組

① 空き家及び管理サービスに係る関連法令の整理

空き家サービス提供事業者が、消費者に対し適切な情報提供をする上で備えることが望ましい基本的な情報として、各種法令を中心に調査した。

ア 空き家管理サービスに関連する事業分野の情報

空き家管理サービスは、顧客ニーズに合わせて複数のサービスの組み合わせているケースが多く、関連する事業分野により関連法令、関連団体が異なっている。協議会構成4社の事業分野は空き家管理サービスにおいて提供されているサービスに該当する為、それぞれの企業担当者に担当を分け情報収集し、主な関連法令および関連団体等を次表にまとめた。

表2 空き家管理サービスに関連する事業分野の主な関連法令および関連団体

事業分野	主な関連法令		主な関連団体
警備	特定 商取引法	警備業法	一般社団法人全国警備業協会
ハウス クリーニング		—	公益社団法人全国ハウスクリーニング協会 一般社団法人ダストコントロール協会 公益社団法人日本訪問販売協会
水道トラブル サポート		水道法	公益財団法人給水工事技術振興財団
リフォーム		建設業法 建築基準法	日本住宅リフォーム産業協会 一般社団法人住宅リフォーム推進協議会

特定の事業分野のみに関係する法令がある一方で、特定商取引法（特定商取引に関する法律）については今回調査した事業分野全てに共通していた。これは関連事業の販売方法が、対象となる住宅や設備等を事前に確認することが望ましく、対象個人宅で商談・契約をする、いわゆる訪問販売にあたるケースが多い為である。

※訪問販売とは、販売業者または役務提供事業者が、一般消費者の自宅等の店舗等以外の場所で行う商品、権利の販売または役務(サービス)の提供のことをいう。

特定商取引法では消費者保護に関連する主な内容として、役務提供事業者が契約申込みを受けたとき、または契約を締結したときに、その契約に関する書面の交付と、書面による契約の申込みの撤回又は解除(クーリングオフ)を定めている。

関連団体については事業分野ごとの団体が存在しており、ガイドラインの策定、認定資格、セミナーや研修会の運営を主に行っており、サービスの品質等の維持、向上に努めている。

イ 空き家に関する法律

弁護士を講師に迎え開催した法務勉強会を通じて、空き家所有者が関わる主な法律を調査し、あわせて過去の裁判例を参考に空き家に関連する想定事例を作成した。

(ア) 工作物責任

空き家またはその一部は土地の工作物として定義される。「これらの設置または保存に瑕疵があることによって他人に損害を生じたときは、その工作物の占有者は被害者に対してその損害を賠償する責任を負う。ただし、占有者が損害の発生を防止するのに必要な注意をしたときは、所有者がその損害を賠償しなければならない」(民法717条1項)とされており、これに該当する事故として次の事例が想定される。

表3 想定事例（倒壊、台風）

想定事例	カテゴリ
空き家のブロック塀が管理不全により不安定な状態になっていた。近所の幼稚園児が、そのブロック塀を押して遊んでいたところ、ブロック塀が崩れ落ちてきて下敷きになり亡くなってしまった。	倒壊
台風で所有する空き家の屋根瓦が飛散し、隣家の屋根や外壁を傷つけてしまった。	台風

また、この規定は「竹木の栽植又は支持に瑕疵がある場合について準用する」（民法717条2項）とされており、想定される事例として次の例も挙げられる。

表4 想定事例（生垣）

想定事例	カテゴリ
所有する空き家に隣接する歩道はもともと幅員90cmだったが、庭の生け垣がはみ出していたせいで25cmに狭められていた。そんな折、自転車でこの歩道を走行していた7歳の女の子が生け垣を避けようとしてハンドル操作を誤って転倒し、車道を後ろから走行してきたトラックに轢かれて亡くなってしまった。	生垣（植栽）

（イ）失火責任

民法709条では「故意又は過失によって他人の権利又は法律上保護される利益を侵害した者は、これによって生じた損害を賠償する責任を負う。」とされているが、失火ノ責任ニ関スル法律（失火責任法）にて「民法第709条の規定は失火の場合には之を適用せず。但し失火者に重大なる過失ありたるときは此の限りにあらず。」とされている。

空き家所有者についてもこの重大な過失があった場合には損害賠償の責任を負うことが考えられる。想定される事例として次の例が挙げられる。

表5 想定事例（失火）

想定事例	カテゴリ
所有する空き家で、長期間掃除を行わなかったところ、コネクタ部分にほこりがたまり、トラッキング現象（コンセントとプラグとの隙間にほこりが溜まり、このほこりが湿気を呼ぶことによってプラグ両極間で火花放電が繰り返され、絶縁状態が悪くなり、プラグ両極間に電気が流れた結果、発熱し、ついには発火する現象）が生じて火災が発生し、隣家に燃え移って、全焼してしまった。	失火

また、関連する事項として、普通保険約款第2条では「保険契約者等の故意又は重過失によって生じた損害については、保険金を支払わない。」とされており、重大な過失があったケースでは仮に火災保険に加入していた場合でも、保険金が支払われないケースが考えられる。

（ウ）竹木の繁茂

空き家が放置されることにより考えられる状況として、空き家敷地内の竹木の繁茂によるトラブルが想定されるが、本件に関連し民法では次のように定めている。

隣地の竹木の枝が境界線を越えるときは、その竹木の所有者に、その枝を切除させることができる（民法233条1項）。隣地の竹木の根が境界線を越えるときは、その根を切り取ることができる（同条2項）。

このように、民法233条1項によれば、隣地の樹木の枝が境界線を越え他人の地内にさしかかった場

合には、その樹木の所有者をして枝を剪除させることができる。しかし、被害者の被害が極めて僅少である場合や、その剪除によって、被害者が回復する利益が僅少なのに対比して樹木所有者が受ける損害が不当に大きすぎる場合には、いわゆる権利濫用とされるケースも考えられる。

② 空き家関連税制の整理

空き家管理サービスの利用者と想定される空き家所有者が、空き家を保有及び相続する場合の関連税制を整理した。

ア 固定資産税及び都市計画税

固定資産税は、土地、家屋及び償却資産の所有者に対し、その資産の価格をもとに算定される税額をその資産の所在する市町村が課税する地方税である。都市計画税は、土地及び家屋を対象に、都市計画事業又は土地区画整理事業に要する費用に充てるために、目的税として課税される。

この固定資産税及び都市計画税は、その税負担を軽減する目的から、住宅用地について課税標準の特例措置が設けられている。住宅用地の特例措置を適用した額は、住宅用地の区分、固定資産税及び都市計画税に応じて次表のとおり算出される。

表6 住宅用地について課税標準の特例措置について

区分		固定資産税	都市計画税
小規模住宅用地	住宅用地で住戸1戸につき200㎡までの部分	価格×1/6	価格×1/3
一般住宅用地	小規模住宅用地以外の住宅用地	価格×1/3	価格×2/3

尚、住宅用地とは、賦課期日である(毎年1月1日)現在、次表①, ②のいずれかに該当するものをいう。

表7 住宅用地について

①	専用住宅(専ら人の居住の用に供する家屋)の敷地の用に供されている土地で、その上に存在する家屋の総床面積の10倍までの土地。		
②	併用住宅(その一部を人の居住の用に供されている家屋で、その家屋の床面積に対する居住部分の割合が4分の1以上あるもの)の敷地の用に供されている土地のうち、その面積に次表の率を乗じて得た面積(住宅用地の面積がその上に存在する家屋の床面積の10倍を超えているときは、床面積の10倍の面積に次表の率を乗じた面積)に相当する土地。		
	表		
	家屋の種類	居住部分の割合*	率
	下に掲げる家屋以外の家屋	1/4以上1/2未満	0.5
		1/2以上	1
	地上階数5以上を有する耐火建築物である家屋	1/4以上1/2未満	0.5
		1/2以上3/4未満	0.75
		3/4以上	1
	※居住部分の割合=居住部分の床面積/家屋の総床面積		

住宅の全部又は一部を取り壊した等、土地の土地や家屋の状況に変更があった場合には、1月1日時点の土地の所有者(所有者が自ら土地を利用していない場合でも同様)は市町村に対し申告をしなければならない。

空き家の取り壊しが進まない原因の一つとして、更地化すれば住宅用地でなくなることから、固定資産税及び都市計画税の課税標準の特例措置の対象とならなくなり、土地の所有者の税負担が増加することが挙げられている。

イ 相続税

相続税の減税措置として、小規模宅地の特例がありその概要は次表のとおりである。

表 8 相続税における小規模宅地の特例

<p>個人が、相続又は遺贈により取得した財産のうち、その相続の開始の直前において被相続人等の事業の用に供されていた宅地等又は被相続人等の居住の用に供されていた宅地等のうち、一定の選択をしたもので限度面積までの部分（以下「小規模宅地等」という。）については、相続税の課税価格に算入すべき価額の計算上、一定の割合を減額する。この特例を小規模宅地等についての相続税の課税価格の計算の特例という。</p> <p>なお、相続開始前3年以内に贈与により取得した宅地等や相続時精算課税に係る贈与により取得した宅地等については、この特例の適用を受けることはできない</p>
--

この特例は、特定事業用宅地等、特定居住用宅地等、特定同族会社事業用宅地等及び貸付事業用宅地等のいずれかに該当する宅地等であることが必要であり、減額される割合は次表のとおりである。

表 9 小規模宅地の減額割合

小規模宅地等の区分	減額される割合	限度面積（最大）
特定事業用宅地等	20%	400 m ²
特定居住用宅地等	20%	240 m ² （平成 27 年以降は 330 m ² ）
特定同族会社事業用宅地等	20%	400 m ²
貸付事業用宅地等	50%	200 m ²

特定居住用宅地等とは、相続開始の直前において被相続人等の居住の用に供されていた宅地等とされている。本件に関連して、疑義が生じるケースとして、被相続人が老人ホームで亡くなる場合が挙げられる。

被相続人が老人ホームで亡くなる場合、病気治療の為病院に入院している状態で亡くなるのと異なり、被相続人の生活の拠点も移転したものとされるため、特定居住用宅地等とならないことが考えられる。

しかし、個別の事例によっては、老人ホームに入所しているものの、病気治療のため病院に入院した場合と同様な状況にあるものと考えられる場合もあり、一律に生活の拠点を移転したものとみるのは実情にそぐわない面があるとされている。

そこで、以上のような状況においても、次表①～④に掲げる状況が客観的に認められるときには、被相続人が居住していた建物の敷地は、相続開始の直前においてもなお被相続人の居住の用に供されていた宅地等に該当するものとして差し支えないものと考えられる。

表 10 被相続人の居住の用に供されていた宅地等に該当するもののできる例

①	被相続人の身体又は精神上の理由により介護を受ける必要があるため、老人ホームへ入所することとなったものと認められること。
②	被相続人がいつでも生活できるようその建物の維持管理が行われていたこと。
③	入所後あらたにその建物を他の者の居住の用その他の用に供していた事実がないこと。
④	その老人ホームは、被相続人が入所するために被相続人又はその親族によって所有権が取得され、あるいは終身利用権が取得されたものでないこと。

③ 考察

空き家管理サービスはサービスジャンルとして認知されておらず、消費者がサービスの利用にあたり必要な情報やトラブル事例等を収集するのが困難であることがわかった。この為、サービスを提供する側は

事業分野ごとの関連法令や、消費者保護に係る特商法を遵守するとともに、必要に応じて消費者に対し説明ができる体制を構築することが必要だと考える。また、空き家に関連する法令や税制度についても一定の知識を持ち、適切なアドバイスができることが望ましい。

2) 業界コンプライアンスの増進を図る取組

① 空き家ビジネス推進協議会の設立とホームページの立上げ

ア 空き家ビジネス推進協議会の設立

平成25年12月11日に、空き家の適正管理等に関連するビジネスを育成し、普及することを目的に任意団体「空き家ビジネス推進協議会」を設立した。

事業内容は、業界コンプライアンスの増進、空き家管理ビジネスの事業環境整備等としており、具体的には「消費者のトラブル解決ガイドライン」や、「空き家管理サービス提供事業者向けのコンプライアンスマニュアル」の作成、また、空き家管理業務の標準的なサービスメニュー等の検討を通じて、「標準モデル約款」や「業務適正化マニュアル」の作成を予定している。加えて、空き家を持つ方へ適切な空き家管理サービスの啓蒙活動を行う。尚、構成企業は次表のとおりである。

表1-1 空き家ビジネス推進協議会会員一覧（平成26年2月現在）

会員名	所在地	備考
総合警備保障株式会社	東京都港区元赤坂1-6-6	会長
株式会社ダスキン	大阪府吹田市豊津町1番33号	—
YKK AP株式会社	東京都千代田区神田和泉町1番地	—
株式会社クラシアン	横浜市港北区新横浜1-2-1 新横浜ファーストビル8F	—

イ 団体ホームページの立ち上げ

平成26年2月24日に同団体のホームページを設立した。本ホームページは今後消費者や空き家管理サービス提供企業に対する情報発信をする基盤とし活用する予定である。

写真1 空き家ビジネス推進協議会ホームページ画像



② コンプライアンスマニュアル案の策定

空き家管理サービス業界のコンプライアンス体制整備と、消費者保護を目的としてコンプライアンスマニュアル案を策定した。マニュアルの構成は次表のとおりである。

表 1 2 コンプライアンスマニュアル（案）構成

構成	主な内容
1 はじめに	本マニュアル策定の目的は消費者保護である。
2 空き家管理サービスに必要なコンプライアンス体制	空き家管理サービスは、無人の住宅でサービスを提供する為、サービス提供事業者にはコンプライアンス意識と高い倫理観が求められる。
3 遵守すべき主な法令	<p>空き家管理サービス事業者が遵守する代表的な法令を列挙した。</p> <p>(1) 基本的な法令（特定商取引法、個人情報保護法、消費者契約法、民法、道路交通法、地方税法）</p> <p>(2) サービス別法令（警備：警備業法、水道メンテナンス：水道法、リフォーム業：建設業法、建築基準法）</p>
4 関連サービスにおけるトラブルとその対策	<p>空き家管理サービスを構成する主なサービス分野に関してトラブル情報をまとめた。主なトラブル事例は次のとおりである。</p> <p>(1) 警備業</p> <ul style="list-style-type: none"> 警備契約を途中解約すると、高額な違約金を請求される。 取り付けられた機器の性能が、契約時の説明と異なる。 電話勧誘等による執拗なセールスで仕方なく契約した事例がある。 <p>(2) ハウスクリーニング業</p> <ul style="list-style-type: none"> ハウスクリーニングを依頼したがシステムキッチンの天板にこすった跡をつけられた。 清掃作業時に汚れの多い箇所を誇張して見せることにより消費者を不安にさせ、別の高額な商品を販売した。 <p>(3) トラブルサポート業（水道）</p> <ul style="list-style-type: none"> 投込広告やチラシ、電話帳広告などに記載された「水漏れ修理 基本料金 3,000 円～」などの表示から、低料金で済むと思って修理を依頼したところ思いがけない高額請求を受けた。 水漏れや詰まりの修理を依頼するため業者を呼んだが、原因や状況を十分説明されず、とにかく設備を交換しなければならぬと告げられ、高額な契約をしてしまった。 <p>(4) リフォーム業</p> <ul style="list-style-type: none"> 見積書は出たが、契約書が出ていないのに工事が始まった。 契約書面にクーリング・オフについての記載が無い。 契約金額が高額であった為、業者に解約を伝えたら解約料を請求された。
5 おわりに	コンプライアンス体制の構築はコンプライアンスマニュアルを作るだけでなく、社員等がコンプライアンスを常に意識し実践することが必要である。

今年度は主に協議会構成 4 社の事業分野に関係する法令とトラブル事例を、それぞれの企業に担当を分け情報収集した。トラブル事例は国民生活センターホームページより収集し、この際空き家管理サービスに特化したトラブル事例も調査したが、サービスジャンルとして確立していない為、収集できなかった。

3) 空き家管理ビジネスの事業環境整備を図る取組

① 空き家管理サービス市場の分析

ア 政府統計データとの関連

空き家が増加するきっかけとして、転勤、入院、施設への入居、相続等が考えられる。これらについて政府統計データを参照し、空き家管理サービスの市場との関係性を検証した。

(ア) 一人暮らし高齢者の増加について

一人暮らしをしている高齢者の数は年々増加しており、平成22年には約480万人にのぼる。今後一人暮らしの高齢者が入院や施設への入所が増加に伴い、空き家の発生が予想される。

※出典：平成22年 総務省 国勢調査

(イ) 要支援・要介護認定者の増加

日常生活の動作の中で介護が必要になった場合、要支援・要介護認定をうけることができる。状態によって7段階に分類されるが、平成23年には約530万人が要支援・要介護認定を受けている。認定を受けると一人で生活することは難しくなり、家族と同居したり施設へ入所したりすることとなる為、今まで住んでいた住居を手放すことに伴う、空き家の発生が予想される。

※出典：平成23年 厚生労働省 介護保険事業状況報告

(ウ) 高齢者向け住まい・施設の定員数について

高齢者向けの住まいおよび施設は介護老人福祉施設、介護老人保健施設、介護療養型医療施設、サービス付き高齢者向け住宅、有料老人ホーム、養護老人ホーム、軽費老人ホーム、認知症高齢者グループホームに分類される。それぞれ根拠法や対象者が違い、サービス付き高齢者向け住宅のように要介護者を受け入れる施設や有料老人ホームのように高齢者であれば入居できる施設などがある。これらの在り者数は年々増加傾向にある施設が多く、特に有料老人ホームは10年前と比較して約6倍も増加している。高齢者向けの施設に入居が増加することに伴い、居住地を今まで住んでいた家から各施設に移すこととなり、それに伴う空き家の増加が予想される。

※出典：平成13,23年 厚生労働省 社会福祉施設等調査の概況

(エ) 入院患者数について

厚生労働省の統計によると、平成23年における推計入院患者数は約134万人である。入院患者数については、近年ほぼ横ばいで推移している。入院患者の6割以上は2週間ほどで退院している。統計からは空き家の増加と入院患者数についての直接的な相関は見られないが、入院患者の増加および入院期間の長期化が起こった場合、住居が一時的に空き家となり、空き家管理のニーズが発生する可能性がある。

※出典：平成23年 厚生労働省 患者調査

(オ) 相続について

相続によって家屋を得たが、入居することなく空き家となるケースがある。平成24年の死亡者数は約125万人であり増加傾向にある。死亡者数が増加に伴い相続の機会も比例し、家屋の相続により空き家の増加が予想される。

※出典：平成24年 厚生労働省 人口動態統計

イ 空き家管理サービスの提供事業者

空き家管理サービスを取り巻く市場は上記アの通りである。市場とは逆に業界の現状把握として、現時点の空き家管理サービス提供事業者数の調査および、サービス提供事業者の業態を調査した。

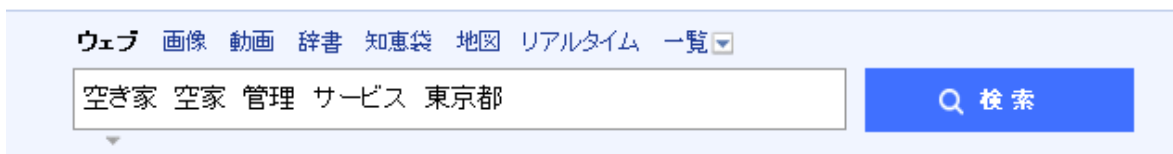
(ア) 調査期間

平成25年12月27日（金）～平成26年1月29日（水）

(イ) 調査方法

インターネットの検索エンジン「Google」と「Yahoo Japan」を用いた。検索方法は検索ワードを「空き家__空家__管理__サービス」及び「空き家__空家__管理__サービス__都道府県名」として検索した（検索窓イメージは写真2のとおり）。この方法で検索し、上位30件に表示されたもののうち、空き家管理サービスを実施しているサービス事業者を集計した。

写真2 検索窓イメージ



(ウ) 調査結果

空き家管理サービス提供事業者数及びサービス提供事業者の業態は次表のとおりである。

提供事業者の合計は195事業者であり、業種別の上位は1位が不動産管理会社で72事業者（構成比：36.9%）、2位が工務店、リフォーム店等の建築会社で43事業者（構成比22.1%）3位が便利屋で15事業者（構成比7.7%）であった。

1位の不動産管理会社は、既に賃貸物件等の管理をしている為、これを空き家向けにアレンジするなどして提供しており、空き家及び土地の売却、賃貸に関する相談にも対応できる。2位の工務店、リフォーム店等の建築会社は、巡回時に住宅設備に瑕疵があり、依頼者から修繕の依頼があった際にワンストップで提供できるということが特長である。3位の便利屋については、基本的に様々な雑事の代行を行う業者である為、その具体的なサービス内容の一つとして空き家管理サービスを提供している。専門性は乏しいが、遺品整理や庭木の剪定等、依頼者からの細かい要望にも対応できる点が特長である。

空き家管理を専門に行っている事業者は10件（構成比5.1%）であった。これは空き家管理業務単体での収支が合わないことや、空き家所有者の利用ニーズが低いことなどが考えられる。また、これ以外にも様々な業態の事業者が本業以外に展開していることが分かった。

尚、「Google」「Yahoo Japan」共にほぼ同様の結果であり、検索エンジンによる検索結果の違いは見られなかった。

表 1 3 検索エンジンによる空き家管理サービス事業者調査結果

業態	事業者数	構成比	Google	Yahoo!
不動産管理会社	72	36.9%	75	71
建築会社（工務店、リフォーム店）	43	22.1%	32	28
便利屋	15	7.7%	18	18
清掃会社（ハウスクリーニング）	12	6.2%	12	12
空き家管理専門会社	10	5.1%	8	10
NPO	7	3.6%	7	6
行政書士事務所	4	2.1%	4	4
不用品回収業	3	1.5%	3	3
ビル管理業	3	1.5%	3	3
産業廃棄物処理業	3	1.5%	3	2
リロケーション会社	2	1.0%	2	2
家事代行会社	2	1.0%	2	2
警備会社	2	1.0%	2	2
遺品整理業	2	1.0%	2	2
ガソリンスタンド	1	0.5%	1	1
引越し業	1	0.5%	1	1
運送業	1	0.5%	1	1
住宅診断	1	0.5%	1	1
葬儀関連業	1	0.5%	1	1
電気工事業	1	0.5%	1	1
保険代理店	1	0.5%	1	1
官公庁	1	0.5%	1	1
広告代理店	1	0.5%	1	1
住宅コンサル	1	0.5%	1	1
防犯機器販売	1	0.5%	1	1
電気設備取扱	1	0.5%	1	1
老人ホーム運営	1	0.5%	1	1
造園	1	0.5%	0	1
業者が複数で立ち上げ	1	0.5%	1	1
総計	195	100.0%	187	180

表 1 4 空き家管理サービス提供エリア一覧表

提供エリア	事業者数	構成比
全国	1	0.5%
複数都道府県	42	21.5%
単一都道府県全域	16	8.2%
単一都道府県一部	93	47.7%
記載なし	43	22.1%
総計	195	100.0%

空き家管理サービス事業者は比較的小規模の事業者が多く、事業者の所在する地域周辺のみをサービス提供エリアとしているものが93事業者であり、47.7%を占める。また、サービス提供エリアが複数県にまたがる事業者は42事業者であり21.5%であり、全国で対応可能な業者は1事業者である。

(エ) 本調査方法の問題点

本調査方法はインターネットの検索エンジンを利用している関係上、ホームページの無い業者や、インターネット上で広報をしていない業者等は検索されない。

また、今回は検索ワードを「空き家(空家)」、「管理」「サービス」としている為、このワードが含まれない場合には検索されない。加えて、今回は検索上位30件に絞って抽出した為、これに該当しない企業は検索されない。

②空き家管理に必要となるニーズ調査

消費者が求める空き家管理サービスの具体的内容や利用意向等について空き家所有者の対象にアンケート調査を実施した。調査方法は定量的なニーズ把握を目的としたインターネット調査と、定性的なニーズ把握を目的としたデプスインタビューを併せて行った。

ア インターネット調査

(ア) 調査概要

調査方法：インターネット調査

対象条件：「空き家」を自身で保有している20～60代男女

※「空き家」の定義は、人の住んでいない住宅で、「賃貸用の空き家」「売却用の空き家」「仕事がおそくなった時などに使う二次住宅(別荘も含む)」「長期不在などその他の空き家(転勤、急な入院、老人ホーム入居等の一時的空き家含む)」「物置、倉庫として利用している空き家」とする。

標本抽出：調査会社のインターネット・モニターより抽出(予備調査実施、20～60代男女対象)

※除外業種は市場調査、マスコミ・広告、新聞・放送業とした。

調査量：①事前調査(スクリーニング)

インターネット・モニターに空き家保有者であるという属性分類が存在しない為、無作為に抽出した39,932サンプルに対し事前調査を行った。

②本調査

スクリーニングの結果「空き家所有者」は約7.6%であった。予算の関係から可能な最大サンプルを600サンプルとして、空き家所有形態別(別荘や二次的住宅、賃貸用の空き家、売却用の空き家、長期不在などその他の空き家、物置、倉庫として利用している空き家の5形態)に各150サンプルで本調査設計をもとに調査実施したところ、回収できたのが665サンプルであった為、これを対象とし調査した。

調査実施期間：①事前調査 2013年12月16日～12月18日まで

②本調査 2013年12月20日～12月24日まで

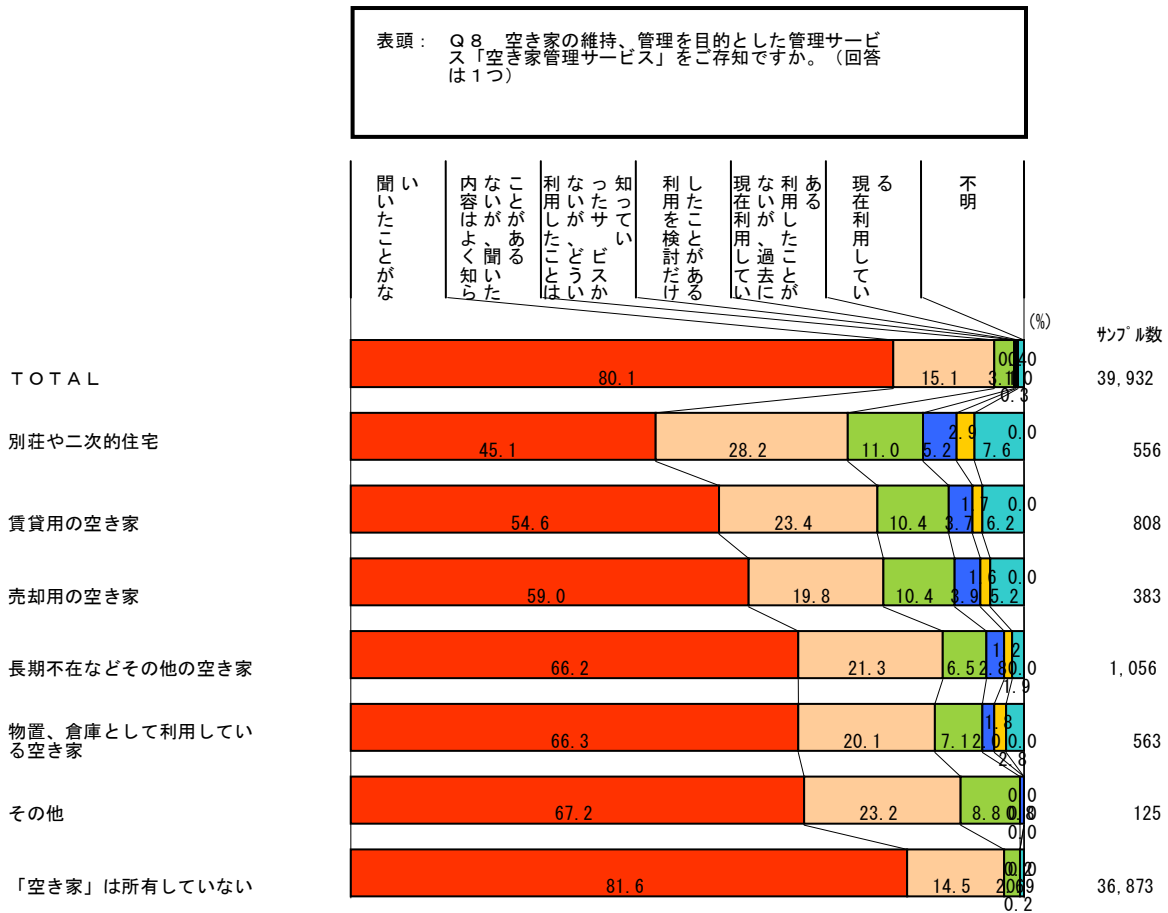
(イ) 調査結果

アンケート結果について主な項目に関する調査結果は次の通りである。

a 空き家管理サービスの認知・利用状況

空き家管理サービスを「聞いたことがない」と答えた方は一般のインターネット・モニターで80.1%、空き家保有でも45%以上の方が「聞いたことがない」と答えている。空き家管理サービスの認知度は低く、空き家管理の必要性やサービスの利用促進には認知度の向上が一番の課題である。

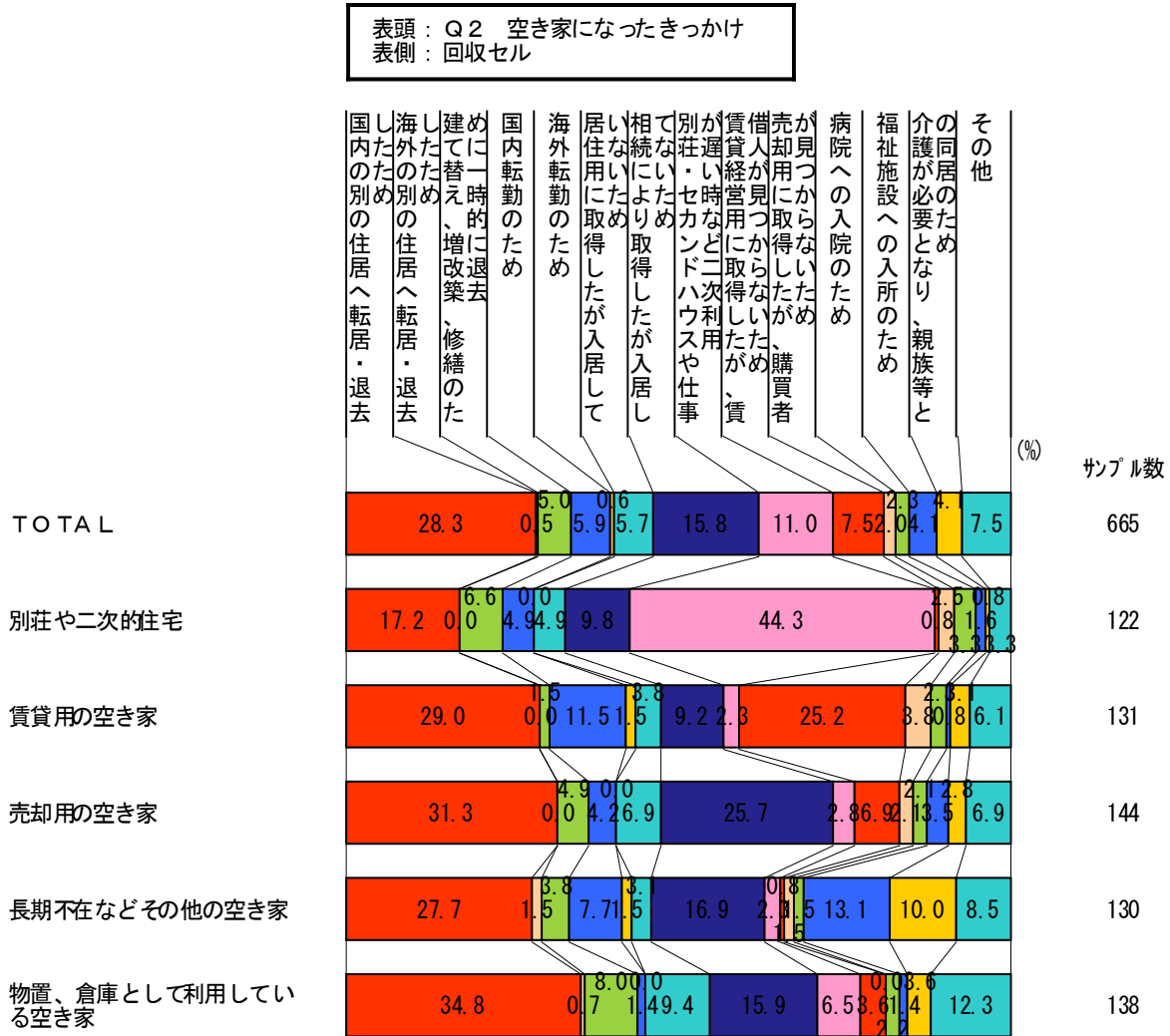
表 1 5 空き家管理サービスの認知度



b 空き家になったきっかけ

空き家になったきっかけは、「国内の別の住居への転居・退去」(28.3%)。次いで多いのが「相続により取得したが入居していない」(15.8%)。また、「病院への入院」、「福祉施設への入所」、「介護が必要となり親族等を同居」の家主の高齢化等による理由も一定数あるため、高齢者に関する施設等へ啓蒙することが必要である。

表 16 空き家になったきっかけ



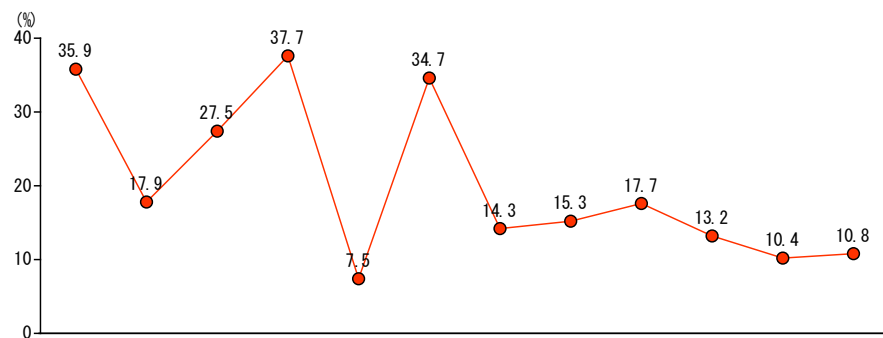
c 空き家の所有での困りごと

空き家の所有で困っていることの上位3項目は、「清掃しないことによる建物の劣化」(37.7%)、「湿気、カビの発生による建物の内の劣化」(35.9%)、「庭木や芝の繁茂」(34.7%)。また、空き家の形態別にみると「売却用の空き家」と「長期不在等のその他の空き家」では、「空き家にするにより近隣宅へ迷惑を掛けること」を挙げているのが目立つ。

表17 空き家の所有でお困りなこと

表頭：Q7 空き家の所有でお困りなこと (MA)
表側：回収セル

● TOTAL n=665

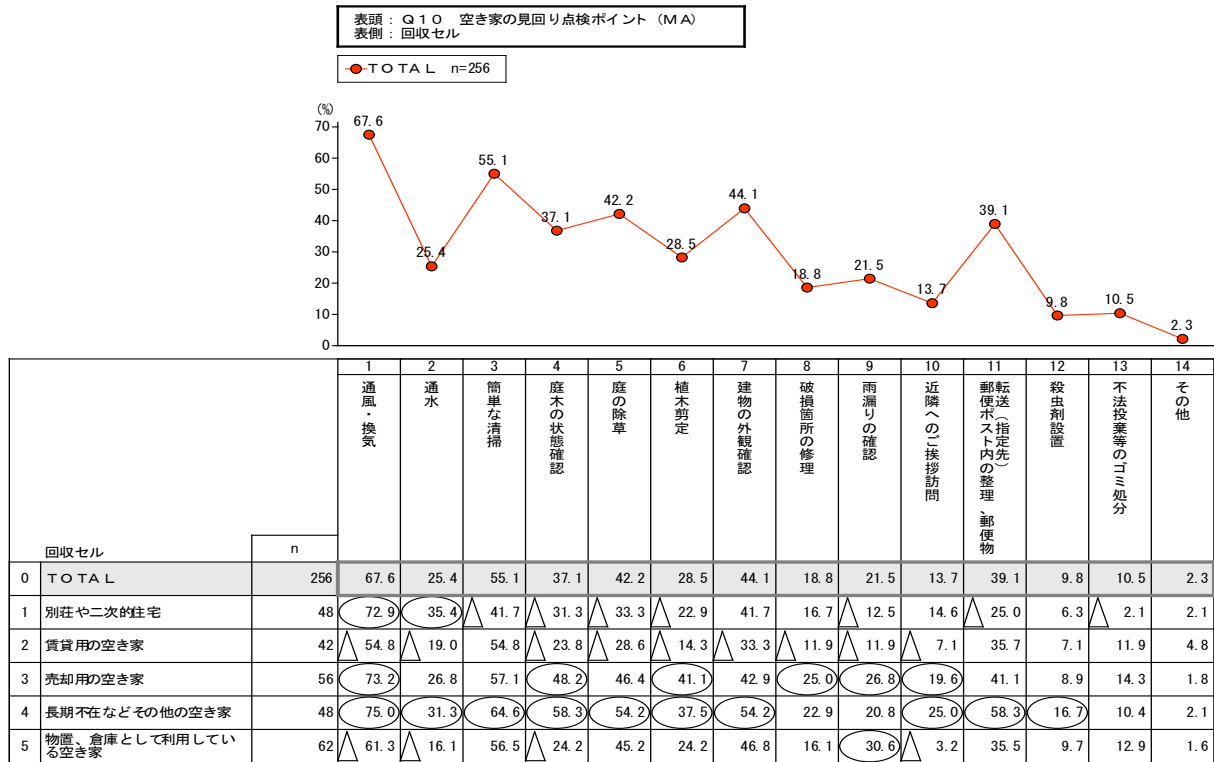


回収セル	n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
		湿気、カビの発生による建物の内の劣化	水道管へのさびの付着による劣化	外壁外観のひび割れ等による劣化	内の汚れ清掃しないことによる建物の劣化	敷地内への不法投棄	庭木や芝の繁茂	台風、地震などの災害後の建物状況	郵便受けの郵便物を定期的に取りに行くこと	空き家にするにより近隣宅へ迷惑	ゴミ等、害虫の繁殖、ダニ、	空き巣等による住居内への侵入	その他
0 TOTAL	665	35.9	17.9	27.5	37.7	7.5	34.7	14.3	15.3	17.7	13.2	10.4	10.8
1 別荘や二次的住宅	122	35.2	21.3	29.5	27.9	8.2	32.0	13.1	8.2	7.4	13.9	9.8	13.1
2 賃貸用の空き家	131	34.4	15.3	17.6	29.0	3.1	17.6	7.6	10.7	10.7	6.9	6.9	16.8
3 売却用の空き家	144	35.4	16.7	27.1	43.1	11.1	44.4	16.7	18.8	29.9	12.5	9.7	9.0
4 長期不在などその他の空き家	130	39.2	15.4	27.7	39.2	6.9	50.8	16.2	23.8	24.6	14.6	11.5	7.7
5 物置、倉庫として利用している空き家	138	35.5	21.0	35.5	47.8	8.0	28.3	17.4	14.5	14.5	18.1	13.8	8.0

d 空き家見回りのポイント

家主や関係者が定期・不定期に見回る際に、空き家の見回りポイントとしているのは、「通風・換気」(67.6%)。次いで「簡単な清掃」(55.1%)が上位である。「売却用の空き家」及び「長期不在などその他の空き家」においては、チェックしている項目が多いため、ニーズに合わせたサービス提供が必要である。

表 18 空き家の見回り点検ポイント



e 空き家維持・管理の委託先と情報収集

空き家を専門会社へ委託している方では、委託先は「不動産管理会社」(46.1%)が他に比べて多い。情報収集手段は「友人・知人・親類縁者の紹介」(28.1%)が一番多く、次いで「インターネット検索」(25.7%)が多い。

表 19 空き家の維持・管理の委託先

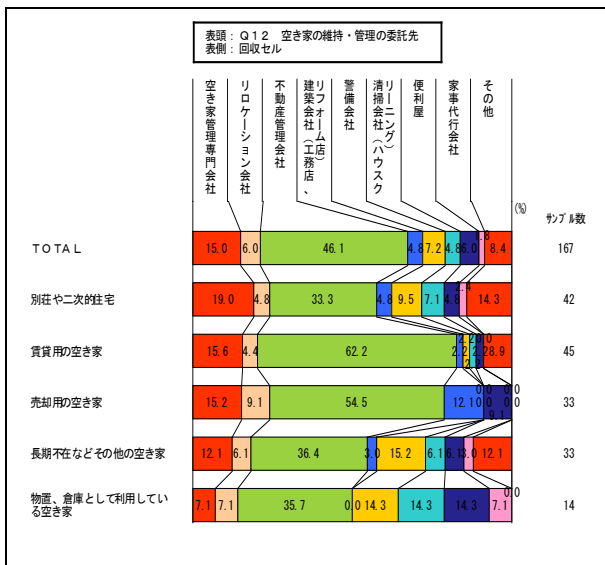
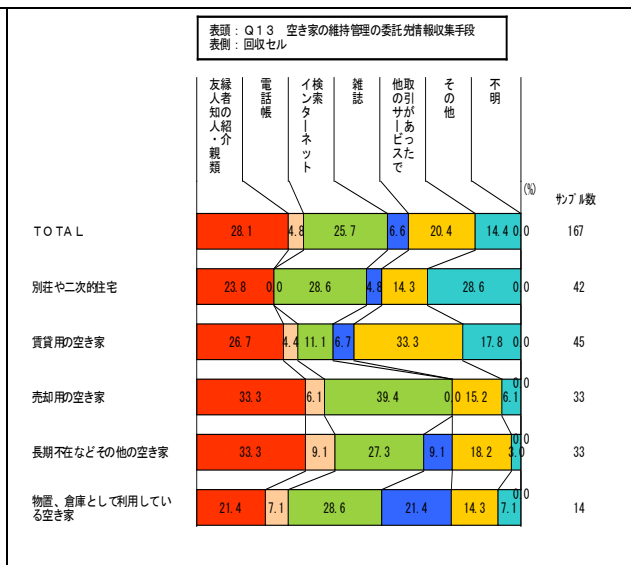


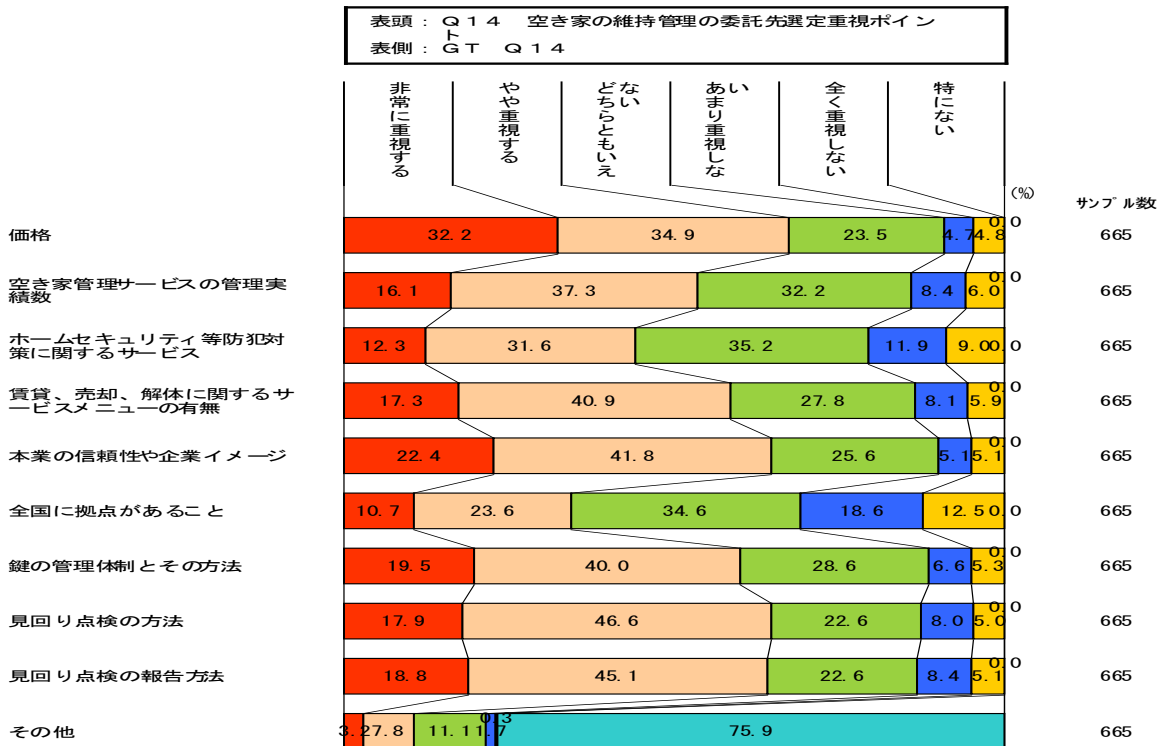
表 20 空き家維持管理の委託先情報収集手段



f 空き家維持・管理委託の重視ポイント

空き家の維持・管理を委託する際の重視ポイント（非常に重視する+やや重視する）は、「価格」（67.1%）が一番高い。次いで「見回り点検の方法」（64.5%）、「本業の信頼性や企業イメージ」（64.2）が続く。

表 2 1 空き家維持・管理委託の重視ポイント



g 空き家管理サービスの利用意向

空き家管理サービスの利用意向（利用したい+まあ利用してもよい）は33.9%。利用したいサービス（利用したい+まあ利用してもよい）は、「有事後の巡回」（43.8%）が最多であった。一定の利用意向はある為、この層に対し管理の必要性やサービス訴求を行うことで利用促進が可能である。

表 2 2 空き家管理サービスの利用意向

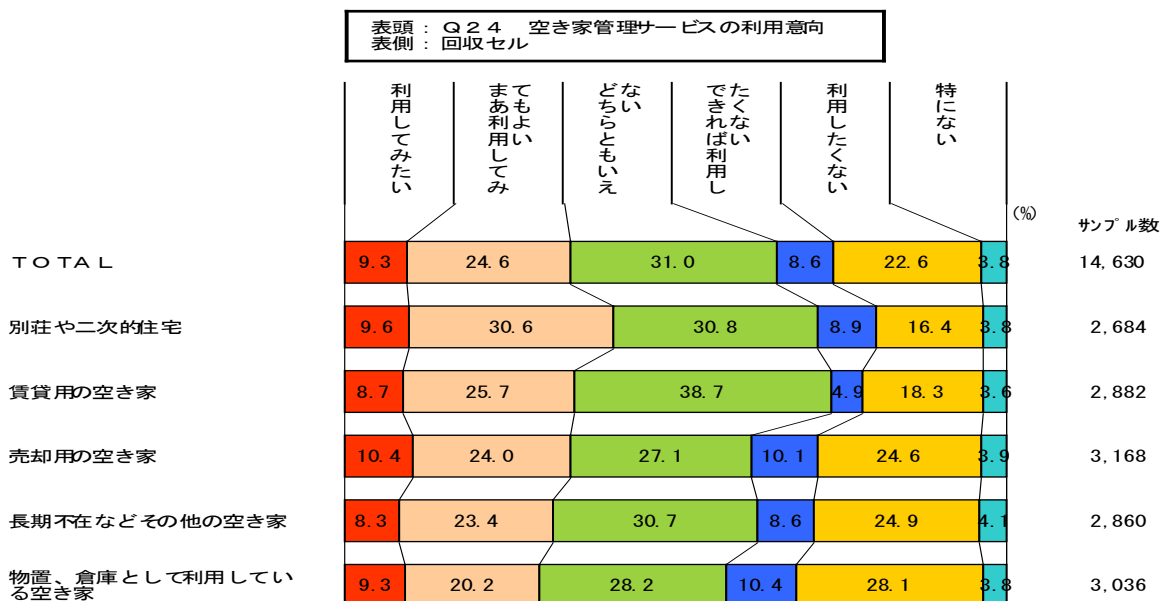
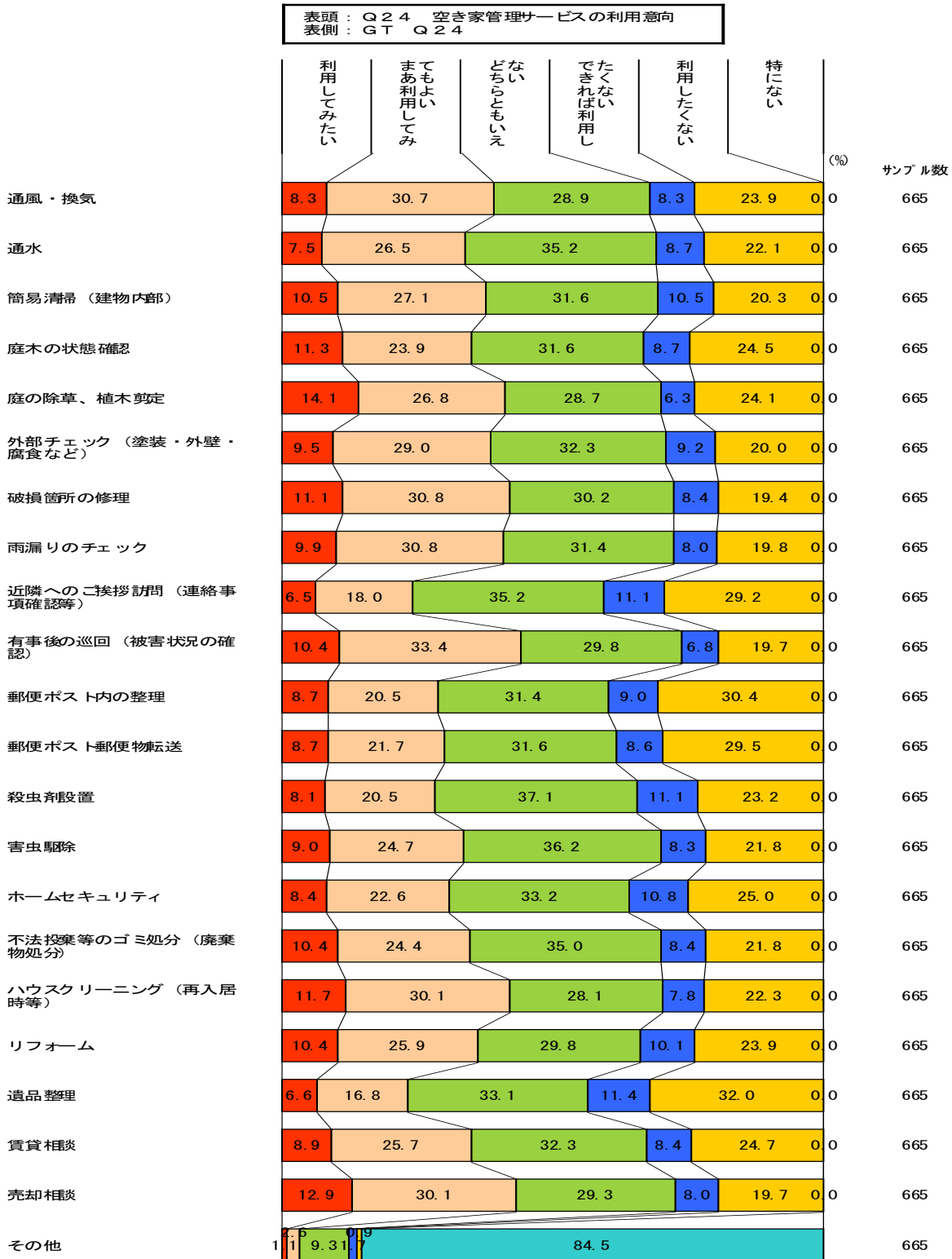


表 2 3 空き家管理サービスの利用意向（サービス別）



イ デプスインタビュー

調査方法：1対1のインタビュー形式による調査
対象条件：「空き家」を自身で保有している20～60代男女2名（1名／1時間）
対象者選定方法：調査会社のインターネット・モニターに対し募集（20～60代男女対象）
調査実施期間：2014年1月25日

（ア）調査結果

表24 デプスインタビュー調査結果

	調査対象1	調査対象2
対象者属性	男性 60代群馬県在住	女性 50代東京都在住
空き家所在地	東京都	岡山県
空き家となったきっかけ	家族の通学の関係で引っ越したため。貸すという選択肢もあったが、いざ元の住まいに戻ろうとした際に、借主の意向も聞かなくてはならないと思い、空き家のままとしている。	ご主人の転勤により空き家となった。
空き家とすることの心配ごとについて	<ul style="list-style-type: none"> ・住まなくなったことにより建物の急速な劣化。 ・ネズミの発生やコウモリやハチが巣を作ること。 ・家電製品を長期稼働させないことによる故障。 ・再入居の際に住宅設備の修繕費用。 	大きな心配事ではないが、雑草が繁茂することで、空き家であることを悟られること。（過去に2度ほど泥棒に入られたことがあるとのこと）
空き家の管理方法	月に一回程度屋内の清掃や敷地内の落ち葉拾い。室内の掃除は掃除機および簡単な拭き掃除の他、流しやトイレの水まわりについてスポンジで磨き、通水等をしている。また、チラシ類が郵便受けに溜まる為処分している。	月に一度ご主人が仕事の関係上岡山の本社に出張することがあり、その際に換気をしている。また、不定期（年に1度程度）に庭の草刈りや掃除機やモップ掛け等の掃除をしている。
空き家管理サービスの認知度	聞いたことはあるが、具体的に何をしてくれるのか知らない。	詳しくは知らないが聞いたことがある。住宅設備のメンテナンスや防犯対策として定期的に見回るサービスのイメージがある。
空き家管理に求めるサービス	<ul style="list-style-type: none"> ・郵便受けの整理は便利だと感じる。 ・庭木の状況の確認や庭にゴミなどが捨てられていないかは確認してもらいたい。 ・通気・換気は必要であると思う。 ・台風や地震等の緊急時の見回り対応はしてもらいたい。すぐに確認できないのは心配である。 ・雑草の除去や害虫駆除も人に頼みたい。 	庭の草刈りと換気。
空き家管理サービスの頻度	自身で行う頻度と同等（月に1回から2回程度）が望ましい。	必要な時にスポット的に依頼したい。
利用したい金額	根拠はないが高くとも月々10,000円程度。	一回5,000円位なら利用したい。
提供事業者を求めること	<ul style="list-style-type: none"> ・家財などを残す場合、作業者が持ち出す心配があるので、チェック体制を整備して欲しい。 ・作業実施の確認についても委託する業者内で組織的なチェック機能が働くようにして欲しい。 	鍵を預けっぱなしにするのではなく、都度立ち会って鍵を開けるので作業だけして欲しい。

住宅の鍵を預けることについて	契約書等でしっかりした内容を謳ってほしい。	今はいざという時の為に隣人に預けている。しかし、業者に鍵を預けるのは、悪意を持った従業員がいれば合鍵を作る等の悪さができる為、幾ら知名度のある企業であっても不安である。
その他	空き家に関する悩みについて不動産管理会社に相談すると足元を見られそうで怖かった。	3年後に現在空き家になっている住居に再入居する予定がある為、その際には大型の家具を捨てたりしたい。

(イ) 考察

空き家の維持管理に関する意識には個人差があり、提供事業者にはご自身で行っている内容と同等で管理して欲しいと考えている。インターネット調査と同様に対象者はサービスを認知しておらず、両名共に鍵を預けることに抵抗があるようである。

また、調査対象1の方は、インターネット調査にて空き家管理サービスの委託先として約半数を占めた、不動産管理会社に相談することに、抵抗を感じたという発言もあった。

③ サービスのモニター利用を通じた空き家管理サービスの実態調査

空き家所有者を対象に空き家管理サービスの利用に関するモニターを募り、実際にサービスを利用することで、実際のサービス内容や契約書等の情報を7社分収集した。

※うち1名はモニターの都合により商談の途中でキャンセルとなった為、サービス内容及び契約書は入手できたが、サービスは利用していない。

モニターは協議会構成4社の従業員を対象として、文書により募集した。業者は対象となる空き家の所在地でサービス提供可能な業者の中から、業種や会社規模に偏りが無いように選定した。

ア モニターの属性

モニターの属性は次表のとおりである。

表25 空き家管理サービスモニター属性

モニター	現住所	空き家住所	空き家となったきっかけ	備考
1	埼玉県	富山県	相続により取得したが入居していないため	
2	神奈川県	神奈川県	相続により取得したが入居していないため	
3	東京都	大阪府	国内転勤のため	
4	兵庫県	東京都	国内転勤のため	
5	宮城県	東京都	国内転勤のため	
6	千葉県	大阪府	国内転勤のため	
7	広島県	広島県	相続により取得したが入居していないため	商談途中でキャンセル

イ サービス内容と料金

各事業者の料金とサービス内容は次表のとおり。基本的なサービス内容は共通しているものが多い。

表 2 6 空き家管理サービス サービス内容比較表

事業者	A	B	C	D	E	F	G
最低月額料金 (戸建て・月一回の見回り)	10,000 円	11,000 円	9,000 円	10,000 円	32,000 円	9,000 円	9,000 円
サービス 内容	巡回 (見回り)	○	○	○	○	○	○
	通気・換気	○	○	○	○	○	○
	通水	○	○	○	○	○	○
	メンテナンス確認	○	○	○	○	○	○
	簡易清掃	○	○	○	○	○	○
	雨漏り確認	○	○	○	○	○	○
	庭木の確認	○	○	○	○	○	○
	近隣情報の確認	—	○	○	○	○	○
	郵便物等の整理	—	—	—	○	○	○
	郵便物等の転送	—	—	—	—	—	○
	通電	—	—	—	—	—	—
庭木の手入れ	—	—	—	—	○	—	

また、基本的なサービス内容と別に、別途費用のオプションサービスについては事業者ごとに取扱サービスが異なっており、「有事の際の臨時巡回」、「草刈り」、「不法投棄等の廃棄物処分」、「補修・リフォーム」などを行っている事業者が多かった。

ウ 契約書類の比較

(ア) 共通事項

契約書類に盛り込まれている主な内容の比較は次表のとおり。各事業者に共通して、「契約期間」、「業務内容」、「料金の支払いに関する事項」などに加え、「サービス提供前に契約者側で行う事項」を定めている。

主な事項は「火災保険、盗難保険への加入」、「郵便物転送の転送手続き」、「ガス閉栓」、「給湯器の水抜き処理」、「貴重品の撤去」などであり、トラブルの防止を目的としていると見られる。また、巡回結果の報告方法も一事業者を除き盛り込まれていた。

(イ) 鍵の受領や管理について

空き家管理サービスは宅内で作業する為、住居の鍵を預かることが必須であるが、約半数の事業者が契約書に鍵の受領や管理に関する条項を盛り込んでいないことが判明した。また、その内容についても管理方法等を記載していないものが多く、要改善事項であると考えられる。

※条文例 1 (鍵の管理方法を記載していない例)

「乙は甲よりの対象物件の玄関等の鍵を一式お預かりさせていただきます。」

※条文例 2 (鍵の保管方法を記載している例)

「お預かりした鍵は鍵保管庫にて保管するものとします。」

(ウ) 損害賠償について

約半数の事業者が、契約書に事業者側の故意や過失により契約者または第三者に損害が生じた場合においての条項を盛り込んでいないことが判明した。本条項が無いことで事業者側が損害賠償責任を負わないことになる訳でないが、契約時に契約者が知るべき事項として、損害賠償とその範囲について盛り込むことが望ましい。

※条文例（損害賠償）

「乙は本サービスに際し、乙の責及び乙の従業員の故意、または過失により甲もしくは第三者に損害を与えた場合には、その損害を賠償するものとする。」

(エ) クーリング・オフについて

(2)、1)、①、ア「空き家管理サービスに関連する事業分野の情報」のとおり、空き家管理サービスは店舗での対面契約でなく、訪問販売や通信販売によるものが多い。このような取引に該当する事業者は、「特定商取引に関する法律」でクーリング・オフに関する書面を交付することとされているが、今回モニターとした7社は、契約書および契約に伴い交付される書類にクーリング・オフに関する条項が盛り込まれていなかった。消費者保護の観点から本条項についても契約書もしくは契約に伴い交付される書面に盛り込むことが望ましい。

表 27 空き家管理サービス 契約書比較表

事業者	A	B	C	D	E	F	G
契約期間、業務内容、料金の支払い条件等、サービス提供前に消費者側が行う事項	○	○	○	○	○	○	○
報告方法及び内容	○	○	○	○	○	○	—
鍵の受領、管理について	○	—	—	—	○	○	○
損害賠償	—	○	—	○	○	—	○
クーリング・オフ	—	—	—	—	—	—	—

エ 利用後の感想について

サービス利用後の感想は次表のとおり。満足項目はサービス内容が期待を上回っていたことに関する事項や、空き家管理者として消費者に対する的確なアドバイス等があった。不満足項目についてはサービス内容に関する件に加え、鍵の取扱に関することや、個人事業者である為対応や有事の際に心配であるという点等があった。

表 28 空き家管理サービス利用後の感想

良かった点 (満足)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 写真による報告等が詳細かつ的確であった ・ こちらからの細かな要望についても都度対応してくれた ・ 清掃の仕上がりが想像していたよりきれいだった ・ 空き家にする上で気をつけるべき点などのアドバイスがあった
悪かった点 (不満足)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 3階建ての空き家を管理してもらったが、報告書に3階の写真が全くなかった ・ 作業完了について連絡が無かった ・ 鍵を預ける際、取扱に紛失防止の注意が見られず心配 ・ 個人事業者である為、全体的にアバウトであり何かあったときに心配

④ 空き家市場が抱える顕在的、潜在的課題の整理

本年度収集した情報等から空き家市場が抱える課題を整理した。

ア 消費者に対する情報提供

空き家管理サービスが市場に浸透していない理由の一つとして、空き家所有者が空き家管理の必要性を感じていないことが挙げられる。空き家管理サービス事業者は空き家を放置することのリスクとその根拠等を正しく理解し、消費者に提供することが必要である。

イ 空き家管理サービスの認知度向上

インターネットアンケートの結果から、空き家管理サービスの認知度は空き家所有者に対しても低いことがわかった。本ビジネスの普及には空き家所有者を中心にサービスの告知を行い、認知度を向上させることが必要である。

ウ 契約書記載内容の不足

空き家管理サービスモニターを通じ、契約の実態について調査したところ、損害賠償やクーリング・オフの条項など、契約書の記載内容に不足している事項があることが判明した。今後、消費者が安心してサービスを依頼できる環境を整備することが必要である。

エ 潜在的な課題として

今回インターネット検索の調査にて、空き家管理サービスの提供事業者は全国で約200あることが分かった。各事業者の管理件数等は不明である為、サービスの需要に対し事業者数が十分であるか定かでないが、今後適正な事業者数と提供エリアの整備についても潜在的な課題として挙げる。

2. 事後評価

今年度事業計測指標として挙げた項目については全て完了した。

(1) 消費者保護を図る取組

本年度については情報収集のフェーズであるため、直接的な事業の成果は無い。事業を通じて空き家管理サービスがサービスジャンルとして認知されておらず、消費者がサービスの利用にあたり必要な情報やトラブル事例等を収集するのが困難であることがわかった。本年度決定した方針は重要事項説明要領やトラブル解決ガイドライン等の作成時の基礎資料として活用する。

改善点として、今年度は主な関連法令および関連団体等について、協議会構成4社の事業分野を中心に行ったが、モニター利用結果等から得られた空き家管理サービスの内容を整理し、事業分野の選定を行う手順とするべきであった。

(2) 業界コンプライアンスの増進を図る取組

業界団体の設立および同団体のホームページの立ち上げを完了した。また、コンプライアンスマニュアル(案)を作成した。

改善点として、上記(1)と同様にコンプライアンスマニュアル(案)の遵守すべき法令やトラブル事例について、モニター利用結果等から空き家管理サービスの内容を整理し、事業分野の選定を行う手順とするべきであった。

(3) 空き家管理ビジネスの事業環境整備を図る取組

本年度については情報収集のフェーズであるため、直接的な事業の成果は無い。インターネットアンケートの結果から、空き家管理サービスの認知度が低いことが判明した。また、サービスのモニター利用を通じ、数社の空き家管理サービスの実態調査をしたところ、業者ごとに契約内容のばらつきがあることが判明した。本年度調査した内容は次年度以降に予定している、適正なサービス基準の決定や各種契約資料案の作成時の基礎資料として活用する。

改善点として、モニター利用者を10名程度見込んでいたが、思うように希望者が集まらず、結果7名となってしまった為、募集範囲を広くする等するべきであった。

3. 今後の課題

(1) 消費者保護を図る取組

空き家管理サービスをどの業者と契約するか決めるのは消費者である。この為、消費者が適切な業者選定ができるよう、空き家の所有者、管理者として知るべき情報をまとめ、ホームページ等で発信することで広く周知する必要がある。

また、空き家管理サービスに特化したトラブル解決ガイドラインが存在しない為、これを整備し、消費者およびサービス提供事業者に広く周知することで、契約に際してのトラブル発生を防止することも課題である。

(2) 業界コンプライアンスの増進を図る取組

コンプライアンスを増進する為には、空き家管理サービス事業者が、事業の実施に関わる法令等の正確な情報を持つ必要がある。上記(1)同様に、空き家管理を受託等するに際し、サービス提供事業者が知るべき情報を整理し、事業者に周知することが課題である。

また、上記(1)で挙げたトラブル解決ガイドラインについて、消費者のみでなくサービス提供事業者もこれらの情報を把握し、消費者に対し正確に提供することを通じ、コンプライアンス意識を醸成することが必要である。

(3) 空き家管理ビジネスの事業環境整備を図る取組

空き家管理サービスの認知度は低い為、認知度を向上させる事が課題である。この為に、消費者のニーズに対応したサービスメニューやその水準を明らかにし、消費者にメリットをもたらす魅力的なサービスとして構築することが必要である。

また、サービス提供事業者ごとに契約書の内容にばらつきがあり、消費者にとって不親切な内容も散見される為、契約時に消費者が安心してサービスを依頼できるよう、契約書に盛り込むべき項目等を明らかにし、業界として一定の水準を保つことが課題である。

4. 今後の展開

(1) 消費者保護を図る取組

本年度に収集した情報の不足部分を専門家や有識者によるブラッシュアップを経て補完し、消費者に提供可能な品質にする。また、業務内容や契約内容に関して、消費者が契約時にサービス提供事業者を比較できるチェック表の作成も検討する。

本年度、コンプライアンスマニュアル(案)の作成の際に収集した、空き家管理サービスの関連事業分野のトラブル事例をベースに情報を追加する等してトラブル解決ガイドラインを作成し、ホームページを通じて消費者に提供する。

(2) 業界コンプライアンスの増進を図る取組

本年度作成したコンプライアンスマニュアル(案)を専門家や有識者によるブラッシュアップを経て完成させる。マニュアルは協議会ホームページを通じて事業者および消費者に対し発信し、業界のコンプライアンス意識の醸成を図る。

(3) 空き家管理ビジネスの事業環境整備を図る取組

本年度に収集した事業者のサービス実態や、消費者ニーズ等から消費者の求めるサービス品質をまとめ、空き家管理業務の標準的なサービスメニューおよび提供要領を定める。

また、今年度収集した空き家管理サービスの契約書や空き家管理のサービス関連事業の契約書を参考にし、契約書に盛り込むべき内容等を検討し、標準モデル約款の作成を行う。

(4) その他空き家の適正管理に関連するビジネスの育成・普及に必要と思われる取組

インターネットアンケートの結果から、空き家管理サービスが消費者に認知されていないことが明らかとなった。認知度の向上を図るべく、「空き家を持つ層」および「これから空き家となる家に住んでいる層」に対し、空き家管理の必要性や空き家管理サービス内容の啓蒙活動を行う。

周知はインターネットアンケートの「空き家となったきっかけ」の調査で明らかになった、住宅を相続により取得した入居していない方、一人暮らしの高齢者、高齢者施設の入居者等を中心に行う予定である。

周知の方法についてはチラシ持参による直接的な訪問や、Web等を活用した方法など、啓蒙する対象ごとに効果が見込める方法を検討し決定する。

■事業主体概要・担当者名		
設立時期	平成25年12月11日設立	
代表者名	会長 総合警備保障株式会社 代表取締役社長 青山 幸恭	
連絡先担当者名	総合警備保障株式会社 HOME ALSOK営業部 事務局 内城 大輔	
連絡先	住所	〒107-8511 東京都港区元赤坂 1-6-6
	電話	03-3470-1575(総合警備保障株式会社 HOME ALSOK営業部)
ホームページ	http://www.akiya-service.jp/	