

事業名称	空き家を活用した宿泊施設における「お試し居住」による定住促進事業
事業主体名	かでな空き家活用推進協議会
連携先	沖縄県嘉手納町
対象地域	沖縄県嘉手納町
事業の特徴	町内の空き家をお試し居住として運営する社会実験を通じ、嘉手納町への定住促進を図るとともに、社会実験を通じて空き家を流通させるコーディネーターの役割を明確化し、他地域へのモデルとなることを目的とする。 本協議会は、空き家所有者から空き家を賃借し、移住希望者の中長期滞在にあたって無償で住宅を提供するとともに、住宅の維持管理、入居者管理、観光メニュー及び職業体験の提供を行った。
成果	取り組みノウハウをパンフレットとして公表 お試し居住の利用者 10 人（うち 1 名は移住予定者）
成果の公表先	協議会及び構成員のホームページで公表

1. 事業の背景と目的

沖縄県嘉手納町は、沖縄本島の中南部圏域に位置する人口約 13,700 人の自治体で、町域の約 8 割を米軍基地に接収されていることにより、残された狭隘な地域に無秩序な市街地が形成されてきた。このため、新たな住宅・宅地の確保が難しくなっており、沖縄県の中南部圏域のなかで、最も早くから人口減少が始まっていることから、町では定住促進が非常に大きな課題となっている。

定住に向けては、町外からの移住者を受け入れることが効果は高いが、移住希望者は現地になじめるか、特に文化風習の異なる沖縄において、不安があり、移住の阻害要因の一つとなっている。また、移住にあたっては、リタイア層を除けば、働く場の確保が非常に重要である。

このような状況下において、嘉手納町ではダイビング目的で訪れた観光客が、滞在を重ねる中で町を深く理解し、愛着を持ったことにより、移住した事例が見られている。一方で、嘉手納町では宿泊施設が少なく、観光客等が滞在期間を延ばし、町のことを深く理解する機会は限られている。

以上の背景から、観光客等に対して、長期滞在を促し、嘉手納町について深く理解してもらうことで定住促進を図るため、空き家を活用する「お試し居住」で定住につなげられるかを検証する社会実験を行った。

空き家の活用にあたっては、嘉手納町を含め多くの市町村で空き家の増加が続いている中で、空き家実態調査を行っており、併せて所有者情報を把握しているが、その情報を有効活用できていないことが多い。また、空き家所有者の大半は、活用意向がそもそもないことが、空き家流通の最大の阻害要因となっている。一方で、行政に関わるのであれば、貸しても(売っても)よい、とする意見も多いと言われているが、行政が直接活用することについては、活用のノウハウ、予算の関係で難しいことも多く、市場流通という面で数が限られる。

このようなことから、行政に関わりつつも民間事業者が自らのビジネスとして空き家活用を行うことが求められることから、社会実験を通じてビジネスモデルとして成立する事業スキームの検討を行う。併せて、空き家活用には行政、事業者、空き家所有者、利用者をはじめとして、ステークホルダーやプレーヤーが非常に多いことから、それらを繋ぐとともに、行政施策や国の法制度、不動産、経営などへの知識やノウハウが求められることから、地域における空き家活用をコーディネートする主体のあり方について、下記の社会実験を通じて検討した。

2. 事業の内容

(1) 事業の概要と手順

以下に示す内容と手順で事業を行った。

表1 本事業の内容と手順

		9月	10月	11月	12月	1月	2月
①市場に流通していない空き家の流通促進	ア. 空き家情報の収集と活用	→					
	イ. 空き家活用に関する意識啓発	→					
	ウ. 空き家活用コーディネーターの仕組みづくり		→				
②ソーシャルビジネスによる持続可能性のある空き家活用	ア. 民間事業者主体の空き家活用の体制づくり	→	→				
	イ. 地域特性を活かした空き家ビジネスモデルの構築		→				
③空き家を活用した定住の促進	ア. 社会実験の実施			→			
	イ. 空き家活用と一体となったソフトメニューの提供			→			

(2) 事業の取組詳細

①市場に流通していない空き家の流通促進

ア. 空き家情報の収集と活用

嘉手納町では、空き家実態調査を行っており、所有者情報等を把握していることから、社会実験を行うための空き家の確保について、その情報を活用することとした。行政が取得した空き家情報について、民間事業者に提供する主な方法としては以下の方法がある。

表2 行政の空き家情報の提供方法

方法	概要	課題
空き家バンク	空き家バンクを設置し、所有者に登録を働きかける。登録された空き家を見た事業者はバンクの情報をもとに交渉を行う。	行政はマッチングの場の提供だけに留まり、きめ細かい対応はできない
個別対応	活用意向がある所有者に対して、所有者に別途了解を得た後、その情報を事業者に提供する。	行政の負担が大きい

嘉手納町では、空き家バンクは整備されていないことから、個別対応により情報提供を図ったが、個人情報の保護、宅建業法への抵触のおそれなどから、本町において提供は困難であるという状況となった。

このことから、本事業では行政の空き家情報を民間事業者が活用するための条件整理を行い、パンフレットにとりまとめる一方で、実際の空き家の確保については、社会実験を早期に開始する必要があるため、本協議会が独自で行うこととした。

イ. 空き家活用に関する意識啓発

行政の施策の一環として空き家を活用することが、空き家所有者の活用に向けた意識啓発に繋がると考え、行政施策と空き家活用の関係性について、パンフレットにとりまとめた。

ウ. 空き家活用コーディネーターの役割の検討

空き家活用を行う際に、地域の事業者に不足すると想定されるノウハウを洗い出し、空き家コーディネーターの役割として整理するとともに、これに従って本事業で支援を行った。

表3 コーディネート内容

段階	ノウハウ	支援内容	コーディネート先				
			事業者	行政	専門家	所有者	利用者
事業の企画	地域課題を空き家活用事業で解決するアイデア	・ 行政施策やまちの課題の整理・把握し、行政の定住促進の施策となるお試し居住を提案	●	●			
	空き家活用をソーシャルビジネスに繋げるアイデア	・ お試し居住が事業者のビジネスとして成立する事業スキームを提案	●				
	実施体制の構築方法	・ 行政、空き家活用事業者のマッチングにより協議会を立ち上げ	●	●			
事業の準備	空き家を活用するための段取り	・ 空き家の確保のための方策を提案 ・ 空き家所有者と事業参画に関する交渉	●			●	
	空き家活用に係る法制度の知識	・ 施設を運営するにあたり、旅館業法、民泊新法、都市計画法、建築基準法等への対応方策を検討	●		●		
事業の実施	マーケティングに関する知識	・ 利用者の増加方策としてSNSの活用を提案	●				●
	利用者ニーズの把握	・ 利用者アンケートを実施し、運営の問題点等のチェックや改善の方向性を提案	●				●
	ソーシャルビジネスに関する知識	・ ソーシャルビジネスに精通した専門家を招聘 ・ 社会実験の結果を踏まえた次年度のビジネスプランを提案	●		●		

②ソーシャルビジネスによる持続可能性のある空き家活用

ア. 民間事業者主体の空き家活用の体制づくり

本事業の実施主体である協議会の体制は、町内観光事業者の(有)ブルーフィールドと、まちづくりコンサルタントのランドブレイン(株)で構成されている。ブルーフィールドは空き家によるお試し居住を現場で運用し、ランドブレインがコーディネーターの役割を果たした。

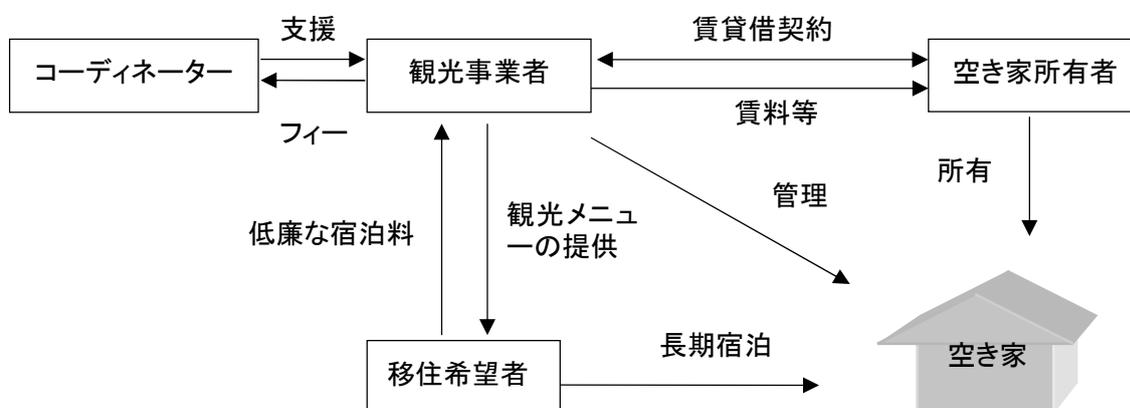
イ. 地域特性を活かした空き家ビジネスモデルの構築

嘉手納町では、ダイビングなどを行う観光事業者があるが、町内に宿泊施設が非常に少なく、滞在型観光に繋がっていない。そのため、観光事業者による空き家を活用した宿泊施設について、実証実験を通じてその可能性について(民泊や簡易宿所のあり方も含めて)検討し、以下のポイントを踏まえて、嘉手納町における観光事業者によるビジネスモデルを構築した。

表4 事業スキーム構築のポイントと本事業での対応

ポイント	本事業での対応
空き家活用を本業の収益の強化	利益は本業の観光メニューの提供から得ることとし、滞在施設については、観光メニューの利用者の増加に繋がれば、収支がマイナスにならないように収支を想定して事業スキームを構築した。
収益を得る機会の創出	通常であれば日帰りで1メニューしか体験できないところが、宿泊して2日以上滞在することで、2メニュー以上体験できるように事業スキームを構築した。
スタッフの効果的な活用による運営コストの削減	滞在施設の運営は、本業に影響しない範囲で事業者のスタッフが行い、外部委託等のコストを極力発生させないように事業スキームを構築した。
空き家活用に精通したコーディネーターの活用	事業者では対応が困難な部分について、前述したコーディネーターから支援を受けられる事業スキームを構築した。
初期投資の抑制	使用する空き家は、リフォームなどのハード面の初期投資が不要なものを選定した。

図1 本事業で想定したビジネスモデル



③空き家を活用した定住の促進

ア. 社会実験の実施

○空き家の確保

お試し居住による活用を想定した空き家の条件を以下の通り設定し、複数の方法で空き家の確保を図り、条件におよそ適合する空き家1件を確保した。

表5 活用を想定する空き家の条件

種別	具体的内容
必須条件	<ul style="list-style-type: none"> ・ 多人数での利用を想定し、2LDK以上の広さ ・ 大規模な改修が必要ない、老朽化や汚破損が少ない
望ましい条件	<ul style="list-style-type: none"> ・ 宿泊施設としても運用可能な、用途地域が住居専用地域以外の場所 ・ 事業計画で想定した家賃10万円以下

表6 取り組んだ空き家の確保の方策

方法	概要	結果
不動産情報	地元不動産事業者に物件情報を照会した	嘉手納町は、地域特性上市場流通している空き家が非常に少なく、条件に適合する物件はなかった
現地調査	現地を調査し、外観目視により空き家と想定される住宅を探し、登記を取得して所有者情報を把握した	多くの空き家が見られたが、老朽化等により状態が悪いものが大半を占めた。そのなかで比較的状态が良いものについて、他に良い空き家がない場合や2件目としての活用を想定し、登記を取得した。
地元へのヒアリング	地元住民等にヒアリングを行い、空き家の位置と所有者の情報を把握した	協議会の構成員が町内事業者であることから、その人脈を活かしてヒアリングを行い、条件に適合する空き家とその所有者の情報を取得した

表7 活用した空き家の概要

建て方	竣工年	面積	間取り	構造	階数	附属施設
戸建て住宅	2004年	148.76㎡	4LDK	鉄骨造	3階建て	家具、家電、駐車場2台

写真1 活用した空き家

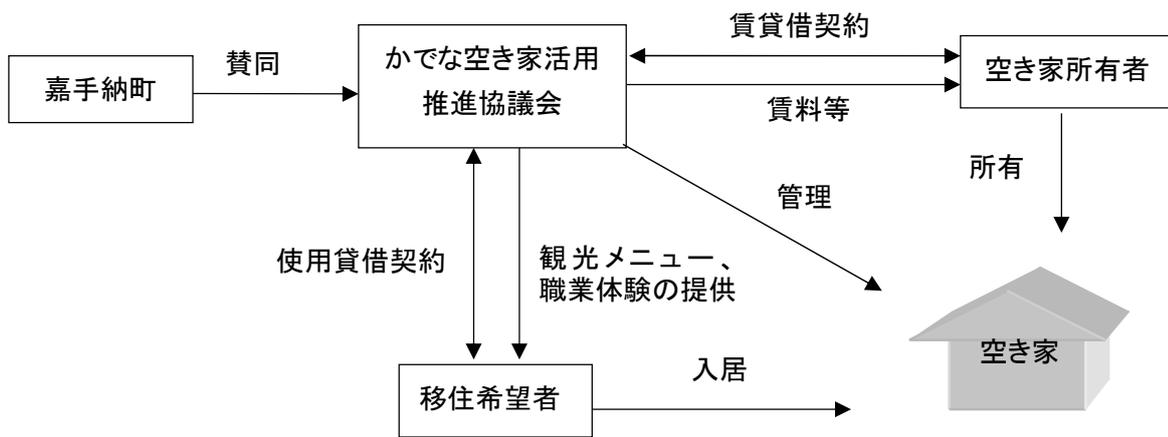


○確保した空き家を踏まえたビジネスモデルの再構築

空き家をお試し住宅として運用するにあたって、旅館業法における簡易宿所、民泊新法における民泊、サブリースによる貸家が検討された。当該空き家が第二種中高層住居専用地域に立地しており、宿泊施設は営業できないこと、民泊新法の施行日前であることから、サブリースによる貸家で実施することとした。

本社会実験では、お試し住宅運営のノウハウを習得すること、できるだけ多くの移住希望者が利用することにより運営の課題を洗い出すことを重視し、賃料を徴収しない使用貸借契約で住宅を提供することとした。

図2 再構築したビジネスモデル



○ビジネスモデルに基づく空き家の運用

再構築したビジネスモデルに基づき、空き家所有者から空き家を賃借し、移住希望者の中長期滞在にあたって無償で住宅を提供するとともに、住宅の維持管理、入居者管理を行うとともに、後述する観光メニュー及び職業体験の提供を行った。

併せて、提供しているサービスの質の評価、収支シミュレーション、次年度に向けた事業内容の見直し、定住に向けた事業評価などを行うため、利用者にアンケートを行った。

また、利用者の拡大を図るため、予約ホームページの作成やPR用のSNSの活用も行った。

表8 利用者アンケート項目

<ul style="list-style-type: none"> ・ 利用に関する満足度 ・ 支払ってもいい利用料 ・ 滞在にセットであると思うサービス ・ 嘉手納町への訪問経験 ・ 今回の嘉手納町滞在で印象に残ったこと ・ 嘉手納町への移住意向 ・ 移住意向の理由
--

写真2 予約HP



写真3 PR用のSNS



イ. 空き家活用と一体となったソフトメニューの提供

空き家利用者に対し、本業の収益事業である観光メニューのマリンスポーツを提供するとともに、職業体験として、それらについて実際の接客現場のサポート、道具の準備や片付けについて体験させた。さらに、マリンスポーツ業に興味関心を強く持った利用者に対しては、働いた場合の活躍や将来や必要資格などの相談対応も行った。

表9 提供したマリンスポーツ及び職業体験

- ・ ダイビング
- ・ SUP(スタンドアップパドルボード)
- ・ カヤック

写真4 観光メニュー体験の様子



写真5 職業体験の様子



(3) 成果

①市場に流通していない空き家の流通促進

本事業の検討をもとにパンフレットを作成した。当協議会 HP 等を通じて公表予定である。

図3 作成したパンフレット

地域におけるまちづくり実践者のための空き家活用マニュアル

はじめに

地方創生が叫ばれる中で、地域で自治体、事業者、NPO、住民など様々な方々がまちづくりに取り組んでいます。それらの活動の中には、空き家を活用することで活動の充実化を図っている事例が見られます。一方で、空き家を活用するにあたっては、様々なハードルがあり、それらを乗り越えるためには独自のノウハウが求められます。本書は、地域でまちづくりを実践する方々が空き家を活用することで活動のさらなる充実に取り組みするためのノウハウをとりまとめたもので、空き家を活用したまちづくりにより地域の活性化に寄与することを期待するものです。

空き家活用のポイント

ポイント① 収益を得られる活用を行うこと

まちづくりで最も重要なことの一つとして、活動の継続性があります。空き家を活用することで大きなコストが発生し、活動が続けられなくなることは本末転倒です。少なくとも空き家に係るコストは自ら回収できるような収益を得られる活用が重要です。

ポイント② 徹底したコスト意識を持つこと

空き家活用にあたっては、物件が古い場合も多く、改修に非常にコストがかかる場合があるとともに、空き家活用自体にノウハウがない場合は、運営にも想定より大きなコストが発生することもあります。徹底したコスト意識を持たなければ、活用するほど苦しくなります。

ポイント③ 連携体制を構築すること

空き家活用は、本業のまちづくりに加えて、建築や不動産、ソーシャルビジネスなど、幅広い分野の対応が求められます。また、地域で活動することから住民の理解を得ることも重要です。自らの力だけで解決することには限界があることから、連携体制の構築が重要です。

空き家活用のなげ

空き家活用は、一般的に以下のなげで行われます。以降のページでは、各段階で特に重要な取り組みについて解説します。

①事業の企画
活用内容の決定、事業スキーム構築等

②事業の準備
空き家の確保、実施体制づくり等

③事業の実施
空き家の運営、運営の改善等

④事業の終了
空き家からの退去、事業の精算等

①事業の企画 **②事業の準備** **③事業の実施** **④事業の終了**

行政施策と連動した空き家活用の決定

まちづくり実践者による空き家活用は、地域課題にビジネスの手法で対応するソーシャルビジネスとして取り組まれることとなりますが、これが行政施策の一環として位置づけられることによって、取り組みへの行政の協力が期待できるとともに、空き家所有者の活用意向を促す効果が期待されます。

行政計画には、行政が実施する施策が位置づけられています。例えば、行政の最上位計画である「総合計画」は行政の施策全般について位置づけられています。さらに、詳細な個別計画として、「住生活基本計画」、「高齢者福祉計画」、「子ども子育て支援事業計画」などがあり、より具体的な取り組みが位置づけられています。これらはホームページでダウンロードできる場合が多くなっています。この中で、重点施策に位置づけられているものは、行政だけでなく事業者や住民とともに進めていくことが求められます。このような施策の中には、空き家を活用することで進められるものも少なくありません。

ビジネスとして成立する事業スキームの構築

活用する用途については、使用料を徴収できる施設とすることで、ビジネスとして事業スキームを構築することができます。一方で、地域の住民の憩いスペースなど、利用料を徴収しない施設は、補助金を活用したとしても、継続的に実施するために費用が生れないため、行政以外で運営することは難しいと言えます。

■行政計画と施策、空き家活用の関連性の例

行政計画の例	施策の例	空き家活用の例
総合計画	住生活基本計画	定住促進 ・移住者向け住宅 ・旅行者の移住体験施設(お試し居住) ・シェアハウス
	子ども子育て支援事業計画	子育て支援 ・保育所 ・一時預かり施設 ・子ども食堂
	高齢者福祉計画	高齢者支援 ・グループホーム ・デイサービス
その他	地域コミュニティの維持 就労支援 観光振興	飲食店、店舗 ・シェアオフィス ・宿泊施設 ・体験型観光のショップ

①事業の企画 **②事業の準備** **③事業の実施** **④事業の終了**

重層的な手段による空き家の確保

空き家の活用にあたっては、設定した条件に適する空き家が確保できるかが、非常に大きな課題と言えます。その方法としては、不動産情報をはじめとした民間の情報以外にも、空き家バンクをはじめとした行政の情報も活用できる場合があります。それぞれの特徴を踏まえ、うまく活用して空き家を確保する必要があります。

ただし、行政が取得した空き家情報について、民間事業者が提供する場合に留意すべき点として、個人情報の保護、宅建業法に抵触しないことなどが挙げられます。個人情報の保護については、行政が取得した空き家情報について、取得時に示した目的以外の2次利用を行わないこと、目的外利用する場合には所有者に同意を得ることとしている事例が見られます。宅建業法に抵触しないことについては、特に専門的知識が問われる所有者と事業者の契約にあたり、不動産事業者等の登録制度や協定の締結を行っている事例が見られます。

■空き家情報活用の例

民間の情報

- 不動産情報**
HPや地元不動産事業者による物件情報。地域によっては情報がない場合もある。住宅の水準は高めである一方で家賃も高め。
- 現地調査**
現地を調査で空き家を探し、登記を取得して所有者情報を把握する。作業の負担が大きい。所有者との交渉のハードルも高め。
- 地元へのヒアリング**
住民等にヒアリングを行い、空き家情報を把握する。地元との繋がりがないと、情報が得られない場合もある。

行政の情報

- 空き家バンク**
空き家バンクに登録された空き家情報をもとに交渉を行う。登録されている情報は古く家賃が安いなど市場に流通しないものが多い。
- 個別対応**
行政が把握している活用意向がある所有者の情報について本人から了解を得て事業者に提供する。行政の負担が大きい。

①事業の企画 **②事業の準備** **③事業の実施** **④事業の終了**

利用者ニーズの的確な把握による運営の改善

ソーシャルビジネスにより実施される空き家活用は、利用料を徴収することから、利用者の増減が収支に与える影響は非常に大きくなります。そのため、利用者のニーズを把握し、その結果を踏まえて運営の改善を図っていくことが重要です。

方法としては、利用者アンケートやSNSによる書き込み情報の把握などがあります。アンケートでは、空き家でのサービス提供内容の満足度と、次回の利用意向の相関関係を把握することで、改善ポイントを明確にすることができます。

①事業の企画 **②事業の準備** **③事業の実施** **④事業の終了**

空き家の退去に係るコストの削減

活用する空き家は、賃貸借契約を締結することが一般的となっています。また、所有者が将来的に活用する想定がある場合は定期借家契約を締結する事例も見られます。いずれの場合も、基本的には退去時には契約に基づき原状回復が求められますが、空き家活用においては借り手がリフォームする場合があります。退去にかかるコストの削減の観点から、原状回復なしとすることも所有者との合意があれば可能です。

コーディネーターの活用

これまで紹介した内容については、地域のまちづくり実践者では困難な場合も想定されます。空き家活用を実践が豊富な団体や事業者の中には、以下のようなノウハウを持つ空き家活用のコーディネーターの役割も担っている場合もあることから、協力体制を構築することも可能です。

■空き家コーディネーターに期待できるノウハウの例

段階	ノウハウ
事業の企画	・ 地域課題を空き家活用事業で解決するソーシャルビジネスのアイデア ・ 実施・連携体制の構築方法
事業の準備	・ 空き家を活用するための段取り ・ 空き家活用に係る法制度の知識
事業の実施	・ マーケティングに関する知識 (利用者ニーズの把握分析方法)

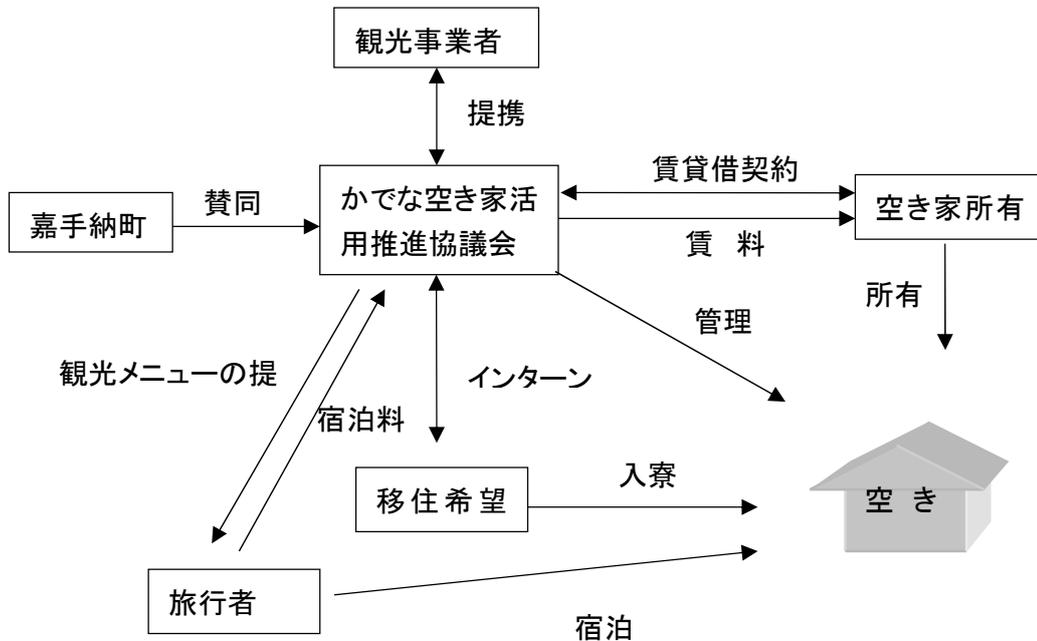
地域におけるまちづくり実践者のための空き家活用マニュアル

2018年3月 発行
発行者：かてな空き家活用推進協議会
事務局：沖縄県喜手納町水釜 566-15-1F 有限会社ブルーフィールド
URL: <https://www.facebook.com/kurashitai/ken/>

②ソーシャルビジネスによる持続可能性のある空き家活用

社会実験の結果を踏まえ、ビジネスモデルについて以下の通り見直しを行った。ターゲットを2つに分け、観光業への就職を希望する学生を対象とし、他の観光事業者と提携してインターン事業を行い、そのための寮として活用するとともに、寮として活用しない時期は旅行者を対象とした宿泊施設として活用することで、収益を確保することとしている。

図4 事業のイメージ図



③空き家を活用した定住の促進

お試し住宅の利用状況は以下のとおりとなっており、このうち4名からはアンケートの結果からぜひ移住したいという意向が出ており、実際に1名が移住予定となっている。

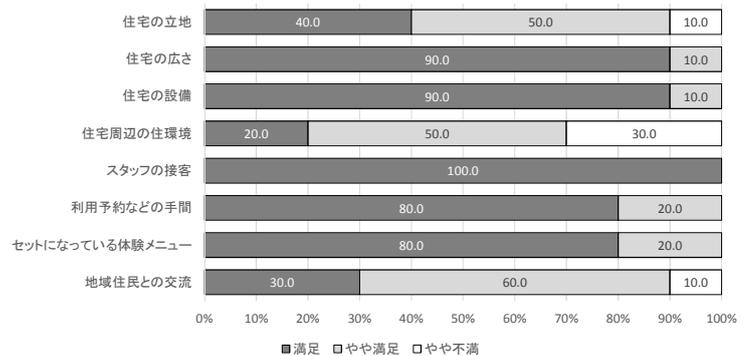
表10 お試し住宅の利用状況

	人数	属性	日数	マリンスポーツ体験	職業体験
11月3日	3	男 40代サラリーマン 女 40代自営業 女 20代看護師	2	ダイビング 3人 SUP 2人 カヤック 1人	ダイビング 3人 カヤック 1人
11月11日	1	女 40代無職	3	ダイビング 1人 SUP 1人	ダイビング 1人
11月24日	1	女 40代看護師	3	ダイビング 1人 カヤック 1人	ダイビング 1人 カヤック 1人
12月31日	3	男 30代自営業 女 30代OL 男 30代サラリーマン	4	ダイビング 3人	ダイビング 2人
1月25日	1	男 20代無職	5	ダイビング 1人	ダイビング 1人
2月21日	1	男 20代大学4年生	4	SUP 1人 カヤック 1人	SUP 1人 カヤック 1人
計	10	—	21	ダイビング 9人 SUP 4人 カヤック 3人	ダイビング 8人 SUP 1人 カヤック 3人

○利用者アンケート

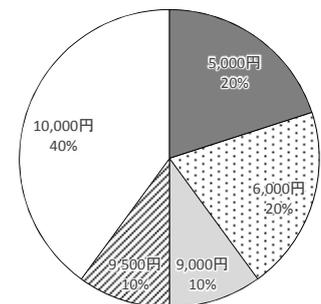
■利用に関する満足度

本事業で活用した空き家の質が高かったため、住宅の広さや設備などの項目の満足度は非常に高かった一方で、住宅周辺の住環境や地域住民との交流については満足度がやや低く、課題が残っている。また、今回事業のポイントであったスタッフの接客や利用予約の手間などの施設の運営に関する項目については、満足度が非常に高く、事業化に向けた道筋が見えたと言える。



■支払ってもいい利用料

5,000円から10,000円の範囲が支払ってもいい利用料となり、10,000円が最も多かった。次年度以降、利用料を徴収しての社会実験または事業の本格実施に向けて、利用料設定の目安として活用することとする。



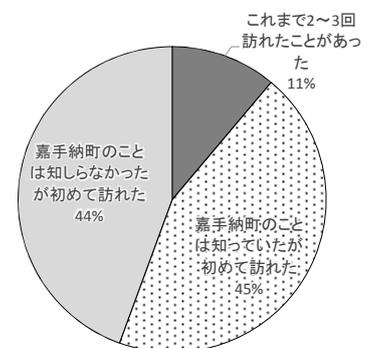
■滞在にセットであると良いと思うサービス

満足度がやや低かった地域住民との交流に関するサービスが挙げられており、次年度のメニューとして検討が必要であると考えられる。

- ・ 地域のおばあから料理を教えてもらうサービス
- ・ レンタサイクル
- ・ 体験メニューが多い方がいい。地元の家に泊まれる経験がほしい。

■嘉手納町への訪問経験

利用者の大半が嘉手納町を訪れたことがなく、半数近くが知らなかったという状況であった。マリンスポーツを通じて嘉手納町のことを知るよい機会になったと思われ、定住に向けての第一歩、入り口として重要な役割を果たしていることが確認できた。



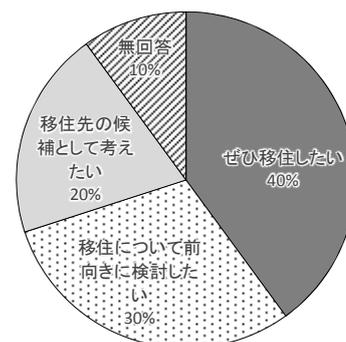
■今回の嘉手納町滞在で印象に残ったこと

基地に対する懸念があったが、自然思ったよりも住みやすそうだという意見が多く見られた。基地の住環境への影響は、滞在してみなければ理解できないことから、本事業で懸念材料が取り除かれる一因になったことが考えられる。また、広報においてはそのような意見を積極的に発信することで利用者の増加やその後の定住に繋がることが期待される。

- ・ 基地問題で心配していたが、思った以上に静かでスーパーなども近く過ごしやすかった
- ・ 米軍のヘリが近い。町がコンパクトで住むのには良い。
- ・ 住むのには適している。米軍基地が大きく近い。
- ・ 海と町が近く、潜っても海中は美しかった。
- ・ 防音工事がされていないため戦闘機の音が良く聞こえた。
- ・ ダイビングの体験の時に地元スタッフと話げできたこと。
- ・ 基地ばかりだと思っていたが思っていたよりも自然がある。
- ・ 基地の飛行機の音が気になったが、思っていたほどうるさくなかった。
- ・ 飛行機がよく飛んでいる。

■嘉手納町への移住意向

利用者の大半が移住に向けて前向きであり、ぜひ移住したいという意見も見られたことから、本事業で嘉手納町での暮らしも体験した上での意見であることも踏まえ、実際の移住に繋がることが期待される。



■移住意向の理由

町のコンパクトさ、自然、観光業への就職、立地などに有意性を感じ、移住に前向きな意向を持つに至っている。次年度はこれらをセールスポイントに事業を展開していくこととする。

- ・ 町がコンパクトで生活がスムーズにできそうだから
- ・ 仕事が見つければ済みたい。海も近く自然が残っている点が良い。
- ・ 沖縄で仕事を探しているの。
- ・ ダイビングの仕事がしたい。ポイントへのアクセスも良い。
- ・ 戦闘機の音さえなければ海も近く中部なのでどこへ行くにも良い。
- ・ 北部と南部どちらにも行けそう。
- ・ とても住みやすい所だと思ったの。
- ・ 外国人が多いので交流できる。家賃も安そう。

3. 評価と課題

①市場に流通していない空き家の流通促進

成功している空き家活用は、空き家活用を目的とせず、手段としていることが重要であり、事業としての組み立て方法はパンフレットとして整理することができた。パンフレットに整理した考え方を踏まえ、本事業において所有者との交渉を行ったところ、空き家を活用した事業が行政の定住政策につながることをご理解いただいたことで、通常の居住用ではない、お試し居住として使用する特殊な条件で契約することについての合意形成に繋がっている。パンフレットの考え方を普及させていくため、多くの人に見てもらえる仕組みが今後の課題であると考えられる。

また、本事業においてはコーディネーターが多くの役割を担ったが、コーディネーターがいなければ事業を推進することができなかったという声が聞かれており、その重要性について確認できた。課題としては、コーディネーターの発掘と育成、地域の事業主体とコーディネーターとのマッチングである。全国には、空き家活動を実践する中でコーディネーターとしてのノウハウを身につけている団体や事業者、コンサルタント等も見られる。このような団体等の情報提供、データベース化を図るとともに、人材育成の仕組みを構築することが重要である。

②ソーシャルビジネスによる持続可能性のある空き家活用

運営ノウハウの取得については、アンケート結果より顧客満足度を得ており、また運営費についても費用感を算出することができ、運営に関する実施体制については一定の目処が立ったと言える。

本事業から想定される収支モデルは以下の通りとなっており、1ヶ月あたり12泊、つまり稼働率40%で収支はプラスマイナスゼロとなる。2016年観光庁統計によると沖縄県の宿泊施設の稼働率は65%（シティホテル82%、ビジネスモデル77%、リゾートホテル76%、簡易宿所29%、旅館7%）、民間調査による沖縄県の民泊の稼働率は50%となっており、想定収支を達成することは可能であると考えられる。

運営のノウハウをさらに蓄積していくことで運営に関する人件費などのコストは下げていくことが可能であることから、ポイントは施設に係る費用と宿泊料とのバランスが重要であると考えられる。

表 11 収支モデル

項目	金額
人件費(事務、利用者対応、清掃)、消耗品等実績	12 人日×10,000 円÷15 泊→8,000 円/泊
想定宿泊料(アンケートによる多数意見)	10,000 円×2 人=20,000 円/泊
1 泊あたり収支(施設に係る費用を除く)	20,000 円-8,000 円=16,000 円
施設に係る費用実績(家賃、設備賃料、光熱費等)	190,000 円/月
施設に係る費用を賄うために必要な宿泊数	190,000 円÷16,000 円→12 泊

③空き家を活用した定住の促進

利用者アンケートでぜひ移住したいという意見が見られたなかで、定住予定者が出たことで、大きな成果が出たと言える。これまで訪れたことがない嘉手納町は基地のイメージが先行するなかで、お試し居住を通じて滞在時間を延ばすことで、住宅地として住みやすいという評価を得たことがこのような意向に繋がっていると考えられる。

一方で、利用者が想定よりも伸び悩んでおり、ターゲットを絞らず、移住希望者ということで広報を行ったことがその要因の一つであると考えられる。そのため、移住希望者について、より定住につなげていくために、ターゲットの絞り込み(例えば、旅行業に就業を希望する学生など)を行うことも重要である。

また、利用者アンケートからは地域との交流についてのニーズが高く、これは通常の観光メニューでは提供されていないものであり、アンケートで把握した嘉手納町の印象とともに、差別化にも繋がるとともに、定住意向にも影響を与えることが考えられることから、メニュー胎教や広報で活かしていくことが重要である。

4. 今後の展開

本事業では、初年度につきスキーム構築や準備に時間を要したため、観光のハイシーズンに実施できなかった。次年度以降は、本事業で見直したビジネスモデルに従い、ハイシーズンで実施するとともに、今回徴収しなかった賃料を徴収した場合の宿泊施設としてのニーズと、移住希望者のインターンのための寮を同時に行った場合、ビジネスモデルとして成立するかどうか検討する必要がある。

■事業主体概要・担当者名			
設立時期	平成 29 年 6 月		
代表者名	東 満伸		
連絡先担当者名	水野 崇司		
連絡先	住所	〒904-0204 沖縄県嘉手納町水釜 566-15-1F 有限会社ブルーフィールド	
	電話	098-989-0780	
ホームページ	http://www.bluefi.com/ https://www.facebook.com/kurashitaiken/		