

<b>事業名称</b>	空き家所有者の早期決断に向けて LINE を使った情報提供とオンライン相談窓口の設置による双方向コミュニティ形成事業
事業主体名	NPO 法人ふるさと福井サポートセンター
連携先	美浜町役場
対象地域	福井県三方郡美浜町
事業概要	LINE を使った相談窓口の設置と所有者向けの情報提供
事業の特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>・オンラインでの相談窓口の設置</li> <li>・LINE での情報提供による所有者の早期決断への時短</li> </ul>
成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・LINE 空き家相談窓口の設置マニュアル（空き家活用ドリル）</li> <li>・相談・早期決断コンテンツ</li> <li>・LINE アカウント（相談窓口・情報提供）</li> <li>・相談件数の増加</li> <li>・所有者の決断件数の増加</li> <li>・LINE 友だち登録者の増加</li> </ul>
成果の公表方法	<p>NPO 法人ふるさと福井サポートセンターのホームページで公表（pdf 版はダウンロード可）</p> <p>URL : <a href="http://www.furusato-fukui.com/">http://www.furusato-fukui.com/</a></p>

## 1. 事業の背景と目的

### <これまでの背景>

美浜町は高齢者世帯が年々増加傾向であり、全世帯の約30%が高齢世帯となっていることから、今後空き家の急激な増加が懸念されている。まだ使える空き家を壊すことなく活用できないかと2011年に「NPO 法人ふるさと福井サポートセンター」（ふるさぼ）を設立し、空き家を活用したまちづくりに取り組んでいる。2016年に美浜町と「美浜町空家等対策に関する連携協定」を結ぶ。

活動は、空き家を有効利用するため田舎暮らしをしたい人と空き家をマッチングさせる空き家マッチングツアーを地域住民や町と連携して定期的に企画・開催し、現時点で62件のマッチングを成立させている。また、地方自治体向けにiPadを使った空き家調査のデータベースをつくるシステムとして、「ふるさぼマップ」を開発し、効率的に調査を実現し、ITを中心とした空き家マッチングアイテムを開発している。空き家を中心とした協働のまちづくりをさらに推進するため、集落単位や各種団体、NPO等、多様な主体が地域における様々な課題に取り組めるように活動を続けている。

### <事業の目的>

活動の中から問題課題を多く見出してきた。放置される空き家が多く、すぐ使えるまたは、少し修繕すれば使える物件が少ないこと。その原因として、所有者の無関心からなすものと考えてきたが、所有者自身にも心理的や置かれている状況など一歩前に進めない現状も合わせて活動を進める中で理解した。

空き家そのものは、所有者本人または家族のものとして扱われるため、本人の気持ち行動が伴わないと解決の道が開かないことも課題の大きな原因のひとつです。

具体的に提示すると、

- ①所有者の問題の先送り
- ②相談からの次のアクションを起こしにくい

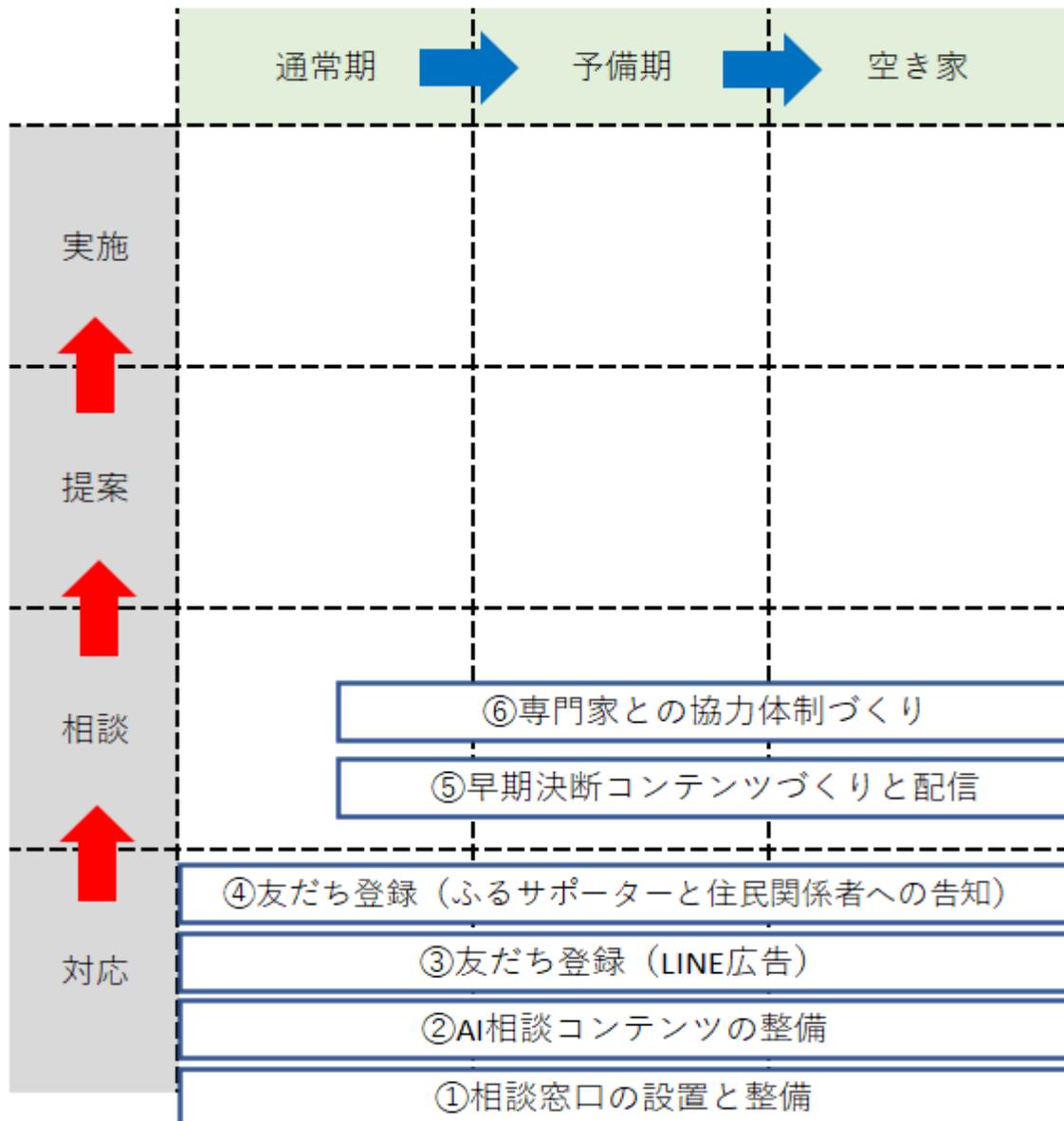
という点があげられる。これらの課題を解決の近づくために「所有者の早期決断」を促すことが課題解決の糸口だと捉え、活動の主軸として取り組んでいる。さらに昨今の新型コロナウイルスの影響で、相談件数が減り、さらには直接話を聞くことができない状況になっている。

## 2. 事業の内容

(1) 事業の概要と手順

<取組フロー図>

【フロー図】



<役割分担表>

【役割分担表】		
具体的な取組内容	担当組織(担当者別)の業務内容	担当組織(担当者)
LINE 空き家相談窓口の設置	①相談窓口の設置と整備	(井関)
	②AI 相談コンテンツの整備	(北山)
	③友だち登録(LINE 広告)	(井関)
	④友だち登録 (ふるサポーターと住民関係者への告知)	(美浜町役場 後藤)
	⑤早期決断コンテンツづくりと配信	(中川)
	⑥専門家との協力体制づくり	(北山)

<進捗状況表>

【進捗状況表】										
事業項目	具体的な取組内容	令和2年度								
		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
①	相談窓口の設置と整備		■	■	■	■	■	■	■	■
②	AI相談コンテンツの整備			■	■					
③	友だち登録(LINE 広告)		■	■	■	■	■	■	■	■
④	友だち登録(ふるサポーターと住民関係者への告知)			■	■	■	■	■	■	■
⑤	早期決断コンテンツづくりと配信			■	■					
⑥	専門家との協力体制づくり			■	■			■		

(2) 事業の取組詳細

事業の取り組みを取組の分類と成果物として作成した空き家活用ドリルの内容に沿って詳細説明をする。

① 相談窓口の設置と整備について

期間は事業当初8月から最終2月まで全般を通じて実施

8月には公式アカウントは既に取得済み

運用は開始されていたが、友だち登録数も少なくコンテンツ作成というところまでは当初たどりつけていなく、手探り状態での出発でした。

当初アカウントは、公式アカウントとしてひとつのもので運用していましたが、LINE 特有のメッセージの自動化を推し進めていくと、情報提供のアカウントと相談窓口専用アカウントを用いることが運用上スムーズにいくことがわかりました。

流れとしては、友だち登録を行うと情報提供のアカウントにアクセスされます。そのアカウントが図1の表示されたものです。

図1

<情報提供アカウント>



ここは、主に空き家の所有者に限らず空き家に関する、所有者、利用者、地域のみなさんも閲覧できるコンテンツを主に入れていきます。

そのリッチメニューの右下の、ご相談よくある質問というところをタップすると、図2の相談窓口アカウントへリンクする仕組みになっています。

図2

<相談窓口アカウント>



ここでは、個別の相談ができるようわかりやすく、質問する 文字入力はキーボードメニューをタップとわかりやすい表示でナビゲーションしています。あわせて、個別相談での記入よりもフォーム入力の方が良いという方に お問い合わせフォームというメニューも用意 これは、当団体のお問い合わせフォームに自動リンクするようにしています。

そしてまた、メインメニューに戻る をタップすれば、また情報提供のアカウントに戻る仕掛けを構築していますので、違和感なくどちらも行き来できる工夫をしています。

②AI 相談コンテンツの整備について

具体的には

情報発信アカウント内の

■5 空き家 Q&A

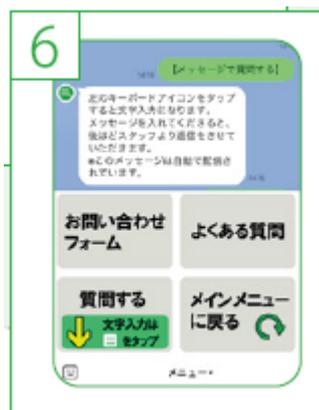


空き家に関する質問と答えを用意しました。質問と答えは、活動の中からよくあった質問を中心に掲載しています。

たとえば、空き家の基本的なこと、家財道具のこと、空き家の管理についてなど5つのカテゴリーに分けました。

相談窓口アカウント内の

#### ■6 ご相談・よくある質問



よくある質問では、対象者別に所有者、移住者、活動家など分野に分かれたカテゴリーも用意しました。

#### ② 友だち登録(LINE 広告)について

SNS のようなオープンな状態で情報を発信する媒体と違い、LINE は友だち登録というステップを踏んでいただかないと手元に情報を届けることができません。

しかし友だち登録をしてもらおうとメッセージ配信により直接的に情報が手元に届くため当面の目標として友だち登録数 2500 人を目指しました。LINE 友だち広告の特徴として、地域、年齢、性別、関心事(趣味)などそれぞれのカテゴリーを複雑に選択することができ目的に合わせた広告の出し方が出来ました。私たちは、地域というカテゴリーを多様に使った。地域も市町村別に設定し、まずは地元美浜町というカテゴリー、次は隣の敦賀市、若狭町という具合に広げていった。これは現在住んでいる地域を主軸にという考え方ともう一方で美浜町に家を持っていて住まいは他府県というパターンもあるため、今まで所有者の相談が多かった地域に絞

って広告を出した。具体的な地域は、福井市、名古屋市、大阪市、京都市、神戸市など。当初は特段年齢の幅を持たずに広告を出していたが、統計をしばらく統計を取ると、40代以上の女性の率がとても高いことが分かった。ここでも空き家への関心度は40代オーバーの女性が多いという側面も見えました。

④友だち登録(ふるサポーターと住民関係者への告知)について  
主に美浜町役場の業務となり多方面での情報発信と告知を実施  
具体的な実施として下記のものがあります。

■美浜町広報での告知

空き家特集を行っていただき、令和3年3月号としてLINEアカウントが告知されました。

■地元ケーブルテレビでの早期決断とLINE登録のお知らせ

<https://youtu.be/IEXU6VXQyO0>

■空き家マッチングツアーチラシでの告知(2020年11月と2021年2月)

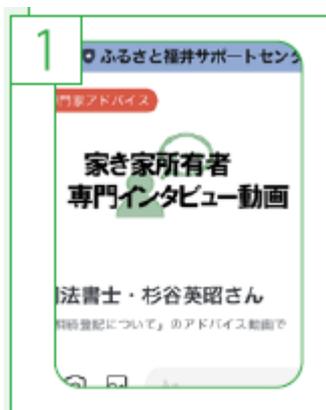
■所有者アンケート内での告知(2021年3月を予定)

⑤早期決断コンテンツづくりと配信について

具体的には

情報発信アカウント内の

■1 専門家アドバイス動画作成



専門家の方に直接相談することもままならない状況が続いている状況と気軽に相談できない方も多くいることがわかり、専門家の立場からの所有者のみなさんに向けてのアドバイス動画を今回16本作成しました。

分野別では、司法書士、解体業者、大工、土地家屋調査士、ジャーナリスト、不動産コンサルタント、まちづくり専門家、弁護士、住職、社会福祉協議会職員、金融職員、不動産業者、相続専門行政書士のみなさんに協力をいただきました。

空き家に関する専門家というどうしても手続きや法律上の士業の方が中心となりがちですが、解体業者や家を施工する立場からの空き家の視点も所有者にとっては大事な決断への情報と考えてコンテンツとして入れました。

動画撮影に関しては、準備、ヒヤリング、撮影に関してひとり約3日から5日を要しました。さらに動画編集にはひとりあたり5人程度の作業量が必要で、当初思っていたよりもずいぶん手間のかかる作業ではありませんでした。

## ■2お家が空き家になったらコンテンツ作成



このコンテンツは、所有者の方に一番最初にみて欲しいという思いで作成しました。所有者の方の「何からはじめたらよいかわからない」という声に応えた形にしました。内容的には、家族で話し合いを、相続登記を行いましょ、お金のことを理解しましょ など、9項目を表示するようにしました。

あまり難しい項目を挙げると所有者の方を逆に混乱させる恐れがあるため、今すぐにでもできること、理解しやすいようなコンテンツを作成しました。

## ■メッセージ配信

図3の画像の左側がメッセージ配信の画像です。

メッセージは友だち登録者全員に送る機能です。

この機能が一番反応が良い機能でもあります。しっかり手元に届くものです。

文字だけだと読まれない可能性が多いので、動画形式にして自然に目に入るような仕掛けを行いました。

あまり頻繁にこの機能を使うと、ブロックされてしまう恐れもあるので2週間程度を目処に配信を行いました。メッセージ配信を行うとその後リッチメニューのタップが多くなり閲覧数も確実に増えてました。

## ■タイムラインの配信(空き家予防365)

図3の画像の右側がタイムラインの画像です。

メッセージ機能と違い、タイムラインというコンテンツをクリックしないとこの情報は見ることはありません。タイピングを逃すと他のタイムラインに流される可能性もあるので、毎日配信するという工夫を行いました。それが空き家予防365というコンテンツです。毎日視点を変えて空き家予防のヒントを動画形式で配信しました。

コンテンツにいいねがつくといいねをタップした友だちのタイムラインへ広がるという機能があるので、動画の最後にはタップしてくださいという協力メッセージも毎回入れることも工夫しました。

図3



## ⑥専門家との協力体制づくりについて

### ■専門家からのヒヤリングの実施

専門家アドバイスとして、動画撮影をお願いした一方で、協力いただいた方との今後の協力体制も構築しました。具体的には、実際に相談者が出てきたら専門家の方とマッチング(ご紹介)させていただく関係を構築しました。

空き家に関しては、たくさんのハードルが存在し、幅広く関係性を構築することが組織として信頼にもつながりました。

### (3) 成果

<LINE 空き家相談窓口設置マニュアル 空き家活用ドリル> 図4

図 4

誰でも LINE で空き家相談窓口が設置できるよう  
効果ポイントを理解できるように3つにまとめて説明

■効果1 幅広い地域に向けて情報発信

**効果1: 幅広い地域に向けて情報発信!**

これまでは、紙媒体のチラシを印刷して美浜町内の限られたエリアにポスティングしていました。6000部配布して相談があったのは1-2件ぐらい。しかし、LINE広告を活用し、2020年末時点で6000人が登録。福井県内はもちろん、兵庫県、京都府、東京都、埼玉県の所有者とやりとりすることができました。

**POINT**

自治体を実施している空き家所有者の調査結果から、所有者の居住地の割合が高いエリアを絞ってLINE広告をだす!

## ■効果2 決断までの時間が劇的に短縮

### 効果2：決断までの期間が劇的に短縮！

これまでは、電話でのやりとりが中心でした。空き家所有者と何度も電話でのやりとりを重ね、ようやく譲ってもいいかという気持ちになるまでに半年ぐらいの時間がかかっていました。しかし、所有者との個別メッセージでのやりとりによって、2-3カ月で空き家を譲ろうと決断させることができました。空き家になって半年という短期間での意思決定を実現することができたのです。

#### **POINT**

メッセージのやりとりの中で、空き家の行く末を早いうちに考えておいた方がよいこと、早期決断が必要だということを空き家所有者の状況に合わせて必要な情報で伝える！

## ■効果3 流通にのせることができた空き家が激増

### 効果3：流通にのせることができた空き家が激増！

「空き家マッチングツアー」は美浜町内の空き家に住みたい人とマッチングするためのツアーです。対象となる空き家は毎回7件ほど。そのうち1~2件が新規の空き家だったのが、2020年11月のツアーでは7件中6件が新規の空き家となりました。

#### **POINT**

LINE公式アカウントでは、空き家所有者だけではなく移住希望者に対しても働きかけることができます。「空き家マッチングツアー」など移住希望者を対象にしたイベント情報なども積極的に発信していきましょう。

### 3、評価と課題

#### ① 相談窓口の設置と整備について

相談件数が32件 当初予想していた件数が30件で達成率が106%となりました。

LINEを使った相談窓口は、互いのコミュニケーションを最大限に機能させるには、情報コンテンツと相談窓口の2つのアカウントが必要となることが理解できました。特に所有者の方はいきなり相談するというステップを踏むというよりもコンテンツをたくさん閲覧しそれから相談を行うという流れを選択することが理解できました。そして相談コンテンツが別に存在するという認識であれば個別で対応してくれる安心感と、情報コンテンツでのメッセージは他のユーザーに共有されているのではないかという誤解を生むことが利用者側からの意見で見えてきたことも分けた理由の一つにもなりました。

#### ② AI相談コンテンツの整備について

LINEのAIボットチャットという機能を利用することによって、質問に対してAI機能を利用し自動返答を行うという仕組みであったが、実際のこの機能を利用すると運営側との個別のやりとりができなくなることが理解できました。①の相談窓口の設置との話とも通じるのであるが、個別の対応は別のアカウントへ誘導する仕組みに構築し直しました。

並行して、自動応答機能を利用して文字入力重視でなくタップによる選択を重視した。これは文字入力を積極的に行うことを利用者は選択せず、メニューや画像のタップを好む傾向が見えたこともひとつ挙げられます。

#### ③ 友だち登録（LINE 広告）について

友だち登録は、当初予想していた件数が2,500人で達成率が252%となりました

LINE 広告は、市町村ごと、年齢ごと、性別ごとなどカテゴリーが細かく設定されており、地元はもちろんのこと所有者が住んでいるターゲットに絞って配信することが可能で、効果的でした。

#### ④ 友だち登録（ふるサポーターと住民関係者への告知）について

広報誌等での配信、さらには空き家マッチングツアーでの申し込みもLINEを運用に入れ込んだこともあり反応はとてもよかった。利用者の年齢も気になるころだったが、特に高齢の女性のLINEの利用は普段使いでのコミュニケーションのひとつで、当方が心配していた友だち登録もスムーズに行えた面にはこちら側がとても驚いた一面でもありました。

#### ⑤ 早期決断コンテンツづくりと配信について

所有者の決断件数20件 当初予想していた件数が12件で達成率が160%でありました。

この数値が、一番効果が出ていると考えています。決断を数字に表現するのは非常に難しいのですが、日々の情報発信から、私たちが行っている空き家マッチングツアーへの参加（物件として出す）を決断してくれた件数を数値化しています。

つまり情報発信にあわせてツアーに出すというきっかけ、イベントがその後押しになったことは今回大きく理解できた点でもあります。

#### ⑥ 専門家との協力体制づくりについて

専門家のインタビューから見えてきたのは、各分野での空き家の捉え方が様々で、経験値を形にできたことはとてもいいきっかけになりました。特に今回印象的だったのは、弁護士の方 空き家で起きる犯罪

などは、どこか都会だけのものだと思いがちだが、実際には今住んでいる地域でも不審者が空き家を狙って住みついってしまうこともある。簡単なことかもしれないが空き家でないという意思表示がとても大事という事例は、犯罪と空き家の関係がとても密接に関係していることを事実として知りました。さらに、彼らと今後協力体制を組めるということは、NPO としても心強い存在で、専門的な話になるとご紹介だけに留まりましたが、ご紹介からのさらなる相談も関われることは空き家が放置されないための、さらなる一歩を踏めたと実感しています。

#### 4. 今後の展開

本事業にて情報発信の重要性がよく理解できた。正しい情報を適切につなげることが所有者の早期決断につながるということが今回の事業で理解できた。今回は、所有者と私たち NPO さらには専門家のみなさんとの双方向のやり取りでしたが、今後の展開としては、オンラインでのコミュニケーションの結果を個人情報には最大の注意を払いながら、地域、集落と所有者をつなげるための情報提供に力を入れることでさらに所有者のさらなる決断のスピードが上がることを期待している。

■事業主体概要・担当者名			
設立時期	平成 23 年 7 月 1 日		
代表者名	北山大志郎		
連絡先担当者名	北山大志郎		
連絡先	住所	〒919-1131	福井県三方郡美浜町 21-4-17
	電話	050-3565-5782	
ホームページ	<a href="http://furusato-fukui.com/home/">http://furusato-fukui.com/home/</a>		