

事業名称	岡山・空き家を生まないプロジェクト
事業主体名	中電技術コンサルタント株式会社
連携先	岡山市、岡山大学、アッパービレッジ(有)、岡山弁護士会、岡山県司法書士会、(株)インダエ務店、(一社)岡山県建築士会、(一社)岡山住まいと暮らしの相談センター、(有)リ・メイクファクトリー
対象地域	岡山県岡山市
事業概要	空き家になることを防ぐための行動(行動変容)を促す手法の高度化
事業の特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・住宅所有者が、住宅の将来について前もって考え、関係者間で話し合うよう行動変容を促進するまでの一連の取組みについて、2020 年度の内容を踏まえより効果的な手法を検討 ・SNS や動画など、新たなコンテンツによる行動変容の促進方法を検討 ・2020 年度に公表した、行動変容に至るまでの一連の手法を取りまとめたガイドラインを改訂、HP を更新するとともに、民間事業者が独自にサービスを展開するためのビジネスモデルを整理
成果	<ul style="list-style-type: none"> ・市場流通に向けた一連のアプローチにおける効果的な手法の確立 ・SNS 開設、動画作成 ・ビジネスモデルのスキーム整理 ・ガイドライン、HP の更新
成果の公表方法	「空き家を生まないプロジェクト」HP にて更新したガイドラインを公表 https://akiya-okayama.cecnet.co.jp/
今後の課題	<ul style="list-style-type: none"> ・市全域を対象に行動変容を促進する手法の開発 ・ビジネスモデルの実装化に向けたプロトタイプの実行

1. 事業の背景と目的

【背景】

我が国の空き家数は年々増加傾向にあり、その背後には今後 5～10 年程度の間空き家になるであろう住宅が全国に多数潜在していることから、これらが空き家になることで「都市のスポンジ化」が各地で急速に進行すると懸念されている。長期的に見ると、これらをできるだけ空き家にさせないような発生抑制対策が持続可能なまちづくりにおいて重要となるが、多くの自治体では空き家発生後の対策が主となっており、空き家発生前における実効性の高い手法は確立されていない。

【目的】

このような背景の中、2019 年度に産官学協働による「岡山・空き家を生まないプロジェクト」を発足した。2020 年度には国土交通省「空き家対策の担い手強化・連携モデル事業」により、発生抑制に向け建物所有者の行動変容を促す手法を開発し、全国の自治体や民間事業者の参考となるようなガイドラインを作成した。具体的には、所有者に住宅の将来を決めてもらうために行動変容を促すような情報提供・機会提供の手法を検討したものである。この手法にて一定の成果が得られたため、今後はさらに効率的かつ効果的に行動変容を促進できるよう高度化を図る必要がある。また、住宅の将来が決定した次のステップとして、それを実現するための具体的な行動を誘発する必要があり、そのためには専門家による十分な支援が重要となる。

本事業は、住宅が空き家になる前に、所有者に住宅の将来を決めてもらい、専門家とつなぐことができるよう行動変容を促進し、最終的に「賃貸・売却」といった市場流通に結び付けることで、持続可能で魅力的なまちづくりの推進を図ることを目的とする。

2. 事業の内容

(1) 事業の概要と手順

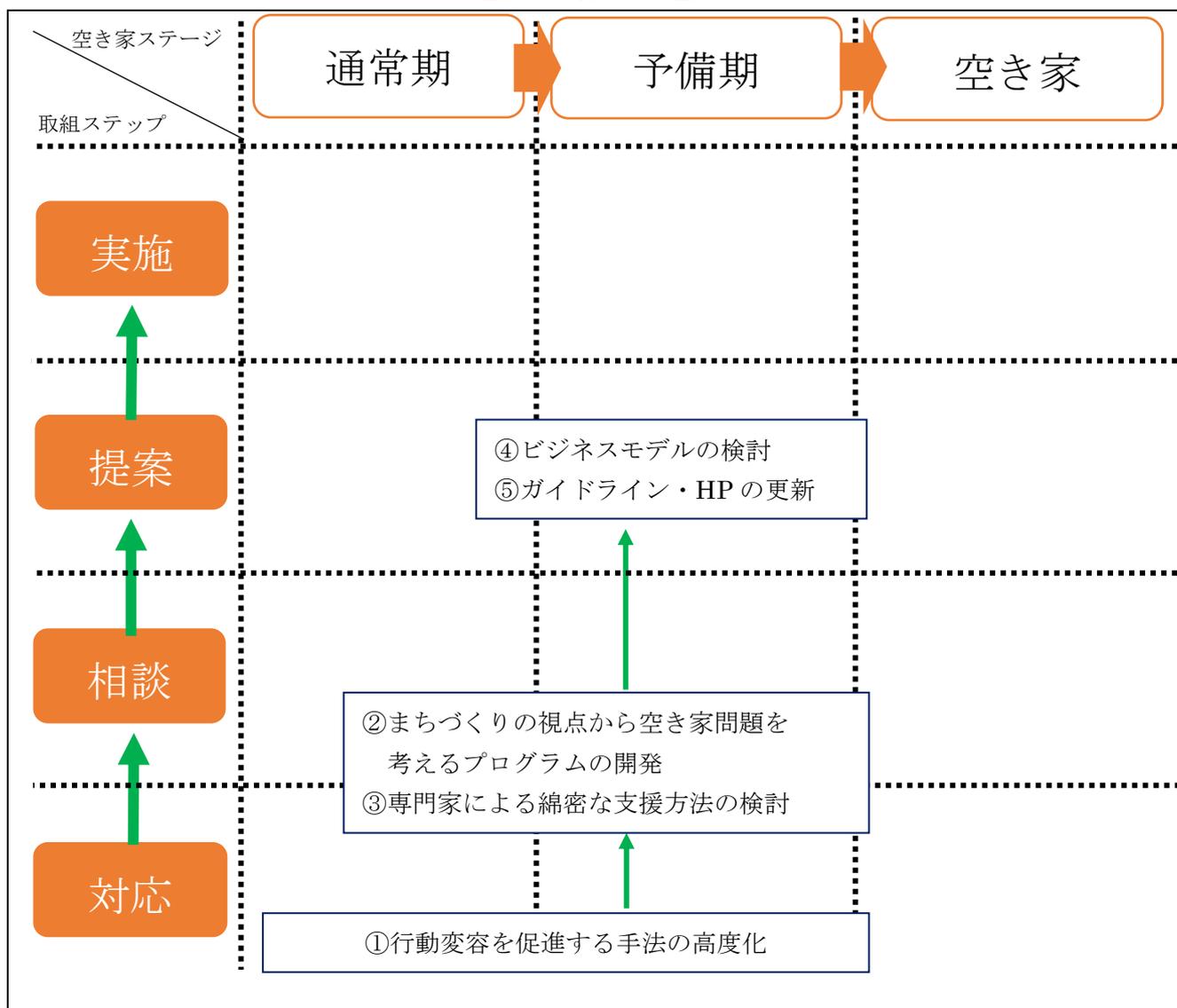
i) 取組フロー

本事業で実施した取組は主に以下の5項目である。

- ①行動変容を促進する手法の高度化
- ②まちづくりの視点から空き家問題を考えるプログラムの開発
- ③専門家による綿密な支援方法の検討
- ④ビジネスモデルの検討
- ⑤ガイドライン・HPの更新

空き家のステージを3段階（通常期、予備期、空き家）、取組フローのステップを4段階（対応準備、相談対応、提案・対策、実施）に分け、上記の取組が空き家ステージ別にどのステップに関する取組に該当するかを下図に示す。

図1 取組フロー図



ii) 役割分担

各取組における役割分担を以下に示す。

表 1 役割分担表

取組内容	具体的な内容（小項目）	担当者（組織名）	業務内容
① 行動変容を促進する手法の高度化	情報提供・機会提供手法の開発	中電技術コンサルタント	動画コンテを作成する。また SNS 運用の準備・配信を行う。
		岡山大学	情報提供・機会提供の手法を高度化するための方法を検討し、その効果検証を行う。
	情報提供資料のデザイン	アッパービレッジ	動画やリーフレットなどの情報提供資料のデザインを行う。
	地域住民との調整	岡山市	調査対象地域（町内会長等）との協議を行う。
② まちづくりの視点から空き家問題を考えるプログラムの開発	プログラム内容の検討	中電技術コンサルタント	地域住民が空き家問題を認識・共有するためのプログラム内容を検討する。
	プログラムの実践	中電技術コンサルタント	プログラム全体の準備及び運営、ファシリテーションを行う。
		岡山弁護士会 岡山県司法書士会 インダ工務店 岡山県建築士会 岡山住まいと暮らしの相談センター リ・メイクファクトリー 岡山市 岡山大学	プログラムの運営支援を行う。
	地域住民との調整	岡山市 中電技術コンサルタント	プログラム実施地域（町内会長等）との協議を行う。
効果検証	中電技術コンサルタント	プログラム参加者に対しアンケート調査を行い効果検証する。	
③ 専門家による綿密な支援方法の検討	支援対象の類型化	中電技術コンサルタント	専門家が支援する対象者を状況別に類型化する。
	専門家による支援方法の検討	岡山弁護士会 岡山県司法書士会 インダ工務店 岡山県建築士会 岡山住まいと暮らしの相談センター リ・メイクファクトリー	類型化した支援対象者別に、支援できる具体的な内容を整理する。
④ ビジネスモデルの検討	ビジネスモデル案の検討	中電技術コンサルタント	まちづくり関連の民間事業者が主導的に事業を継続することが可能となるようなビジネスモデルを検討する。
	ヒアリング	中電技術コンサルタント	ビジネスモデルの構築にあたり、ニーズを把握するための調査を行う。
⑤ ガイドライン・HP の更新	ガイドライン・HP 更新内容の検討	中電技術コンサルタント 岡山大学	更新内容の素案を検討する。
	デザイン・更新作業	アッパービレッジ	素案をもとに、ガイドライン、HP の更新作業を行う。

iii) 事業実施スケジュール

事業実施におけるスケジュールを以下に示す。

表2 取組スケジュール表

ステップ	取組内容	具体的な内容(小項目)	令和3年度							
			8	9	10	11	12	1	2	3
対応	①行動変容を促進する手法の高度化	情報提供・機会提供手法の開発	■							
		情報提供資料のデザイン	■							
		地域住民との調整	■							
相談・提案	②まちづくりの視点から空き家問題を考えるプログラムの開発	プログラム内容の検討	■							
		プログラムの実践	■							
		地域住民との調整	■							
		効果検証	■							
	③専門家による綿密な支援方法の検討	支援対象の類型化	■							
専門家による支援方法の検討		■								
提案・実施	④ビジネスモデルの検討	ビジネスモデル案の検討	■							
		ヒアリング	■							
	⑤ガイドライン・HPの更新	ガイドライン・HP更新内容の検討	■							
		デザイン・更新作業	■							

(2) 事業の取組詳細

①行動変容を促進する手法の高度化

i) 2020年度取組みに基づく調査手法の改善・検証

2020年度モデル事業の取組みでは、住宅の将来について考えてもらうための手法（情報提供、機会提供）を検討し、その効果検証を行った。本年度は、2020年度に検討した手法をもとに、より効果が発揮できるような調査の実施方法について検証した。

a) 調査対象地域の概要

- ・調査場所 : 岡山市北区津高・横井上
- ・人口(町丁目) : 約10,000人
- ・世帯数(町丁目) : 約4,600世帯
- ・戸建空き家数(率) : 44戸(1.5%) ※平成27年度実態調査より

上記数値は国勢調査から引用した町丁目別の値であり、この範囲内にある5つの住宅団地(約1,300世帯)を調査対象範囲とした。なお、本調査エリアは、岡山市内の住宅団地の中から、造成後40～50年程度経過した、比較的持ち家率の高いエリアを選定した。

b) 調査手法の変更点

7) 調査期間

令和3（2021）年10月26日～令和3（2021）年11月14日

2020年度取組では、正月やお盆など、家族・親族が集まる時期を見計らって実施することで、自宅の将来について話し合う可能性が高まると考え、年末年始を配布・回収期間としたが、今回は10月頃に実施し、上記仮説の検証を行った。

4) 配布物

配布物について、2020年度取組時よりも内容を充実し、行動変容に対する効果への影響を検証した。

表3 配布物一覧

2020年度配布物	2021年度配布物	資料の意図
依頼文	依頼文	簡単な主旨説明等
行動変容に向けたリーフレット	行動変容に向けたリーフレット	行動経済学（ナッジ）に基づく、住民の行動変容を促すための情報提供
きっかけづくりアンケート+回答例	きっかけづくりアンケート+回答例	自宅の将来について考え話し合うための機会提供
	きっかけシート	試算一覧や家系図など上記をさらに詳細に整理するための機会提供
岡山県版「空き家」ガイドブック（岡山県建築指導課作成）	岡山県版「空き家」ガイドブック（岡山県建築指導課作成）	空き家に関する全般的な情報提供
	「自宅を空き家にしない方法が学べるセミナー」のチラシ	「②まちづくりの視点から空き家問題を考えるプログラム」の参加案内

7) 調査票

きっかけづくりアンケートの調査票について、2020年度取組時より内容を簡素化（A4：4ページ→A4：2ページに変更）し、回収率に対する影響を検証した。

ii) 新たな手法による行動変容の促進

2020年度取組みにて検討した情報提供、機会提供の手法とは別の手段や媒体により、効率的に広範囲にアプローチを行い、一度に大多数の行動変容を促す手法を検討した。

a) SNS

Facebookのビジネスページを開設し、定期的な情報発信を行った。また、広告による効果を検証した。

[目的]

- ・自宅の将来について考えてもらうことの重要性を訴えかけ、SNSを利用する層の行動変容を促進する
- ・活動状況（調査やワークショップの実施報告、結果（成果）、各種告知、会議の様子など）の定期的な報告や、他団体の活動のシェア等による情報発信

b) 動画

住宅所有者及びその相続人を対象に行動変容を促進することを目的とした動画を作成した。

図2 案内チラシ



c) 講演会

地域住民を対象とした講演会を以下のとおり開催した。

- ・開催日時：2021年12月8日 19:00～21:00
- ・開催場所：島根県邑南町日和地区
- ・開催形式：Zoom+対面の併用
- ・プログラム：
 - (1)「空き家を生まないために、自宅の将来について考えよう」
講師：岡山・空き家を生まないプロジェクト 事務局
 - (2)島根県諸支援団体紹介
 - (3)質疑応答

②まちづくりの視点から空き家問題を考えるプログラムの開発

i) プログラム内容の検討

住宅を個々の所有物としてだけではなく、まちの一部として捉えてもらい、地域全体の将来像を共有したうえで自宅の将来について考えてもらうような一連のプログラムについて、プロジェクトメンバーや実施対象エリアの地域住民とともに内容を検討した。

ii) プログラムの実践

対象エリアにてプログラムの実践を行った。開催概要を以下に示す。

- ・開催日時：2021年11月28日（日） 13:00～16:00
- ・対象地区：横井上連合町内会の5団地
(半田山ハイツ、マスカット団地、学園台団地、さくらが丘団地、桃園団地)
- ・開催場所：岡山市北区

図3 案内チラシ



③専門家による綿密な支援方法の検討

将来の方向性が決まった建物所有者及び関係者が、その実現に向け次に行うべき具体的な行動を促進するため、専門家によるきめ細やかな支援方法について検討した。

i) 支援対象の類型化

ライフステージや各人の事情により、例えばすぐにでも行動しないとイケない人もいれば、すぐ行動する必要がない人もおり、具体的な行動に対する意識が異なる。支援する対象を類型化し、それぞれのパターンに最適なアプローチを行えるような支援内容を検討した。

ii) 生前にできることの整理

相続人にすべての負担をかけるのではなく、生前にできることを所有者自身で行うことで負担を平準化できるよう、住宅の将来の方向性ごとに、行動の具体的なフローや所有者自身が事前にできることを専門家へのヒアリングのもと整理した。

④ビジネスモデルの検討

①～③を踏まえ、本取組を一連のパッケージとして、まちづくり関連の民間事業者が主導的に事業を継続することが可能となるようなビジネスモデルを運営費用や運営体制等を踏まえ検討した。

⑤ガイドライン・HPの更新

2020年度モデル事業で作成したガイドライン、及びHPについて、①～④の取組結果を踏まえ、内容を更新した。なお、HPについては、全国の「空き家を生まない取組み」のポータルサイトとしての機能を有するよう、他都市の取組みについて追加するとともにトップページの構成等を改修した。

(3) 成果

①行動変容を促進する手法の高度化

i) 2020年度取組みに基づく調査手法の改善・検証

a) 回収状況

今年度取組の回収率は35%であり、2020年度の回収率23%（配布数：631、回収数142）を上回った。調査票の簡素化のほか、事前の町内会との関係性づくりや丁寧な説明、事前告知チラシの全戸配布が要因となったと考えられる。

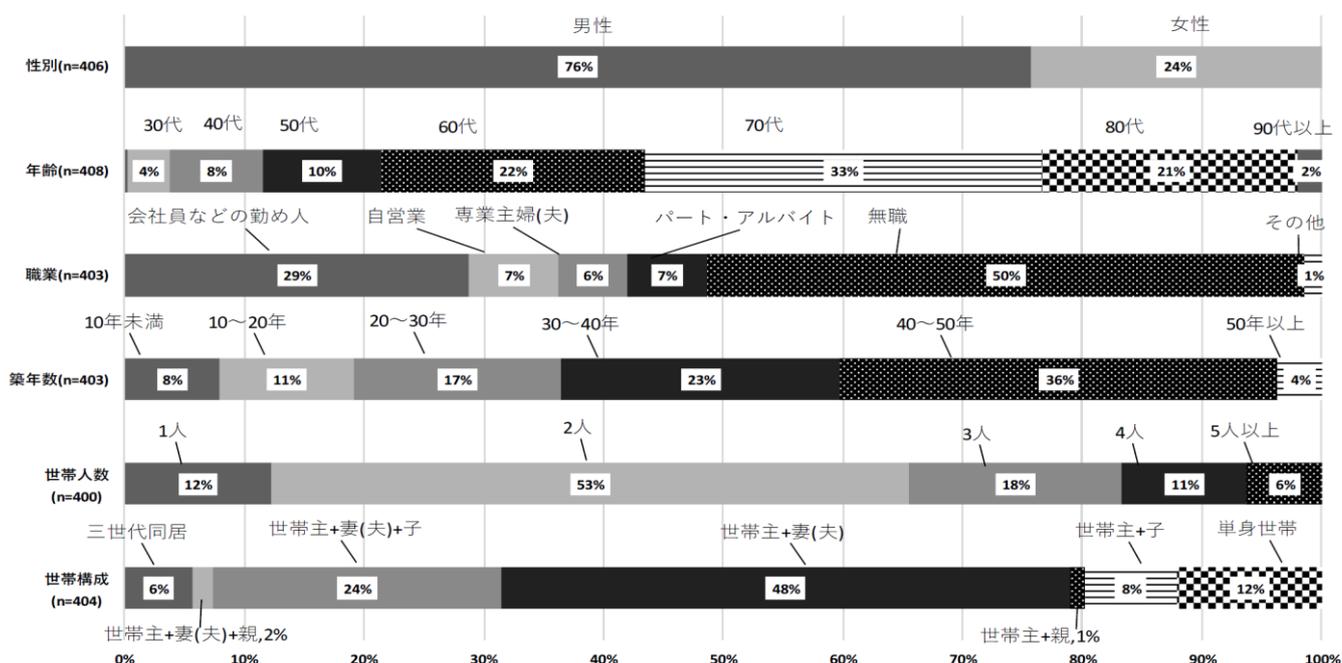
表4 今年度回収状況

	配布数	回収数	回収率
合計	1,185	410	35%

b) 調査結果

ア) 属性

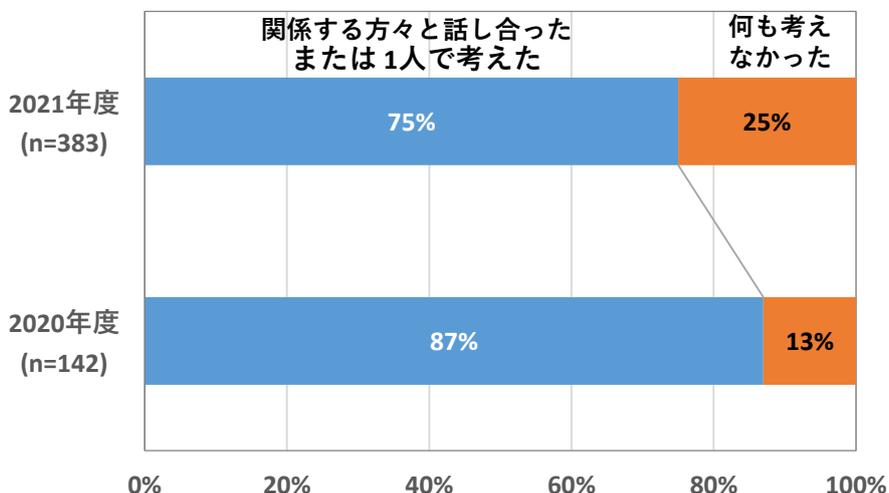
図4 調査対象者の属性



イ) 将来についての話し合いを促す設問

今回の取組みをきっかけに、自宅の将来について話し合ったり考えたりしたかを聞いたところ、「関係する方々と話し合った」「1人で考えた」の合計が今年度は75%となり、昨年度の87%を下回った。調査実施時期の変更が要因の1つであると考えられる。

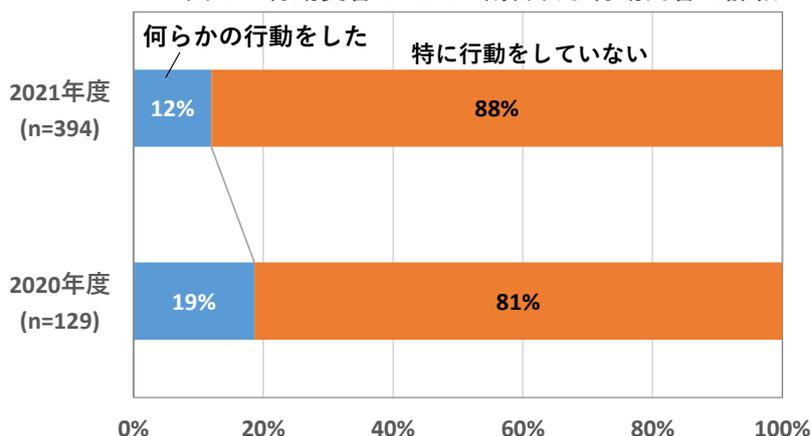
図5 住宅の将来について話し合った・考えた人の割合



ロ) 行動変容の程度を確認する設問

本アプローチをきっかけに、自宅の将来に関して何か具体的な行動を起こしたか聞いたところ、何らかの行動をした人が今年度は12%となり、昨年度の19%を下回った。調査実施時期の変更の他、配布物を充実させたことでかえって煩雑となってしまったことなどが要因であると考えられる。

図6 行動変容した人の割合及び行動内容の詳細



行動内容の詳細		2021年度 (件/%) (n=48)		2020年度 (件/%) (n=24)	
相続・譲渡 などの引継 ぎ関係	エンディングノートの作成	10	21%	1	4%
	登記の確認	6	13%	5	21%
	遺言書の作成	1	2%	0	0%
	生前贈与の手続き	2	4%	0	0%
情報収集 関係	本やインターネットでの情報収集	16	33%	5	21%
	家族・親族等の身内での情報収集・交換	22	46%	16	67%
	友人・知人等との情報収集・交換	7	15%	1	4%
	不動産屋に相談	3	6%	1	4%
	行政や団体等の相談窓口での相談	1	2%	1	4%

※複数回答可のため、母数 (n) と回答件数の合計は一致しない。

ii) 新たな手法による行動変容の促進

a) SNS

一部の投稿について、2021年12月28日～2022年1月4日の7日間広告を配信し、その効果を計測した。計測結果は以下のとおり。

表5 Facebook 広告 効果計測結果

広告期間	2021年12月28日～2022年1月4日																								
広告の対象範囲	岡山駅から半径30km圏内の30歳以上のユーザー																								
リーチ	1493 (ページのコンテンツを見たユーザー数)																								
投稿のエンゲージメント	242 (いいね!・コメント・シェア・クリックをした人の数)																								
エンゲージメント率	16.2% (=242/1493)																								
利用者層 (年齢層)	<p>39.3% 女性 60.7% 男性</p> <table border="1"> <caption>図7 動画イメージの年齢層別エンゲージメント率</caption> <thead> <tr> <th>年齢層</th> <th>男性 (%)</th> <th>女性 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>13-17</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>18-24</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>25-34</td> <td>~7</td> <td>~6</td> </tr> <tr> <td>35-44</td> <td>~12</td> <td>~20</td> </tr> <tr> <td>45-54</td> <td>~12</td> <td>~20</td> </tr> <tr> <td>55-64</td> <td>~6</td> <td>~10</td> </tr> <tr> <td>65+</td> <td>~2</td> <td>~4</td> </tr> </tbody> </table>	年齢層	男性 (%)	女性 (%)	13-17	0	0	18-24	0	0	25-34	~7	~6	35-44	~12	~20	45-54	~12	~20	55-64	~6	~10	65+	~2	~4
年齢層	男性 (%)	女性 (%)																							
13-17	0	0																							
18-24	0	0																							
25-34	~7	~6																							
35-44	~12	~20																							
45-54	~12	~20																							
55-64	~6	~10																							
65+	~2	~4																							

b) 動画

用途に合わせて利用できるよう、以下2種類の動画を作成した。

- ・ロングバージョン (02:00)
 - HP や youtube 等 Web 上で公開し、広範囲にアプローチすることで行動変容を促す。
 - URL https://youtu.be/x3Wykw6nE_g
- ・ショートバージョン (00:15)
 - 駅や市役所のデジタルサイネージなどで公開し、短時間で来訪者に情報を提供する。
 - URL <https://youtu.be/FgrCsFZzzAs>

図7 動画イメージ



c) 講演会

講演会の結果概要を以下に示す。

- ・参加者数：20人
- ・参加者の声：以下のとおり

- ・自宅の将来について「前もって」考えておくことが重要だと感じた。
- ・具体的な話になると気が重いので考えずにいたが、改めて”今やっておかないと”と感じ、目を向けはじめたい。
- ・がんばって家を守っていかないといけないと思った。まずは、モノを増やさないようにしたい。
- ・すでに空き家になっており景観を阻害する建物を、保有されている方にも知らせることが重要だと感じた。
- ・日和地区の資産価値を下げたくない。近くにある空き家を改修して事業を行いたい。
- ・実家についても真剣に考えておきたい。

- ・その他の成果：会の終了後（翌日）に一軒空き家バンクへの登録あり

②まちづくりの視点から空き家問題を考えるプログラムの開発

i) プログラム内容の検討

a) プログラムの流れ

プログラムの内容・目的を以下のとおり整理した。

表6 プログラムの流れと目的

内容		目的
第1部 専門家によるセミナー	はやめに行動しないとどうなる？自宅を空き家にしない方法	個人の問題（相続や維持管理、賃貸・売却等）と地域の問題の視点から、事前に行動しないことで引き起こされる問題や、所有者（あるいは相続人）がすぐにでもできることなどについて各専門家から解説する。住民の空き家に対する理解を深め、それぞれが抱える家の悩み・不安を解消する。
第2部 参加者を変えたワークショップ	考えてみよう！自分のため、家族のため、地域のためにできること	前半のセミナーの内容を参加者自身のものに定着させるため、自宅、あるいは地域を題材とし、空き家を生まないために何をすべきか参加者自身に考えてもらう。空き家問題を地域の課題としても認識してもらうことで、地域全体で意識を高めあい、地域の将来について考えるきっかけを与え、将来に向けた行動変容を促す。
第3部 個別相談会		具体的な悩みを抱える住民に対して、対応する専門家が個別に解決策を提案することで、将来に向けたより具体的な行動を促す。

b) プログラムの詳細

●第1部 専門家によるセミナー

第1部のセミナーでは、実際の事例等を交えながら、住宅所有者が事前に行動すべき内容について、各専門家より説明を行った。

表7 セミナーの内容

セミナーの内容	対応する専門家
①地域で考える空き家問題	建設コンサルタント (中電技術コンサルタント)
②相続、登記等について	司法書士 (岡山県司法書士会)
③リノベーション・管理・利活用・除却について	建築士・工務店 (岡山県建築士会・イシダ工務店)
④賃貸・売却について	不動産コンサルタント (岡山住まいと暮らしの相談センター)
⑤質疑応答	全員

●第2部 参加者を交えたワークショップ

空き家を生まないために参加者自身ができること、あるいは地域住民みんなのできるこ
と（誰かにやってもらいたいこと）について意見を出し合い、内容を共有した。また、そ
れがすぐに実行できることなのか、時間をかけてじっくりやるべきことなのかも踏まえ、
プロット図に意見を張り付け全体を総括した。

●第3部 個別相談会

希望者のみ、専門家による個別相談会（1組当たり最大30分）を開催した。

ii) プログラムの実践

a) 概要

参加者数：1セミナー及び2ワークショップ : 12名
3個別相談会 : 3名

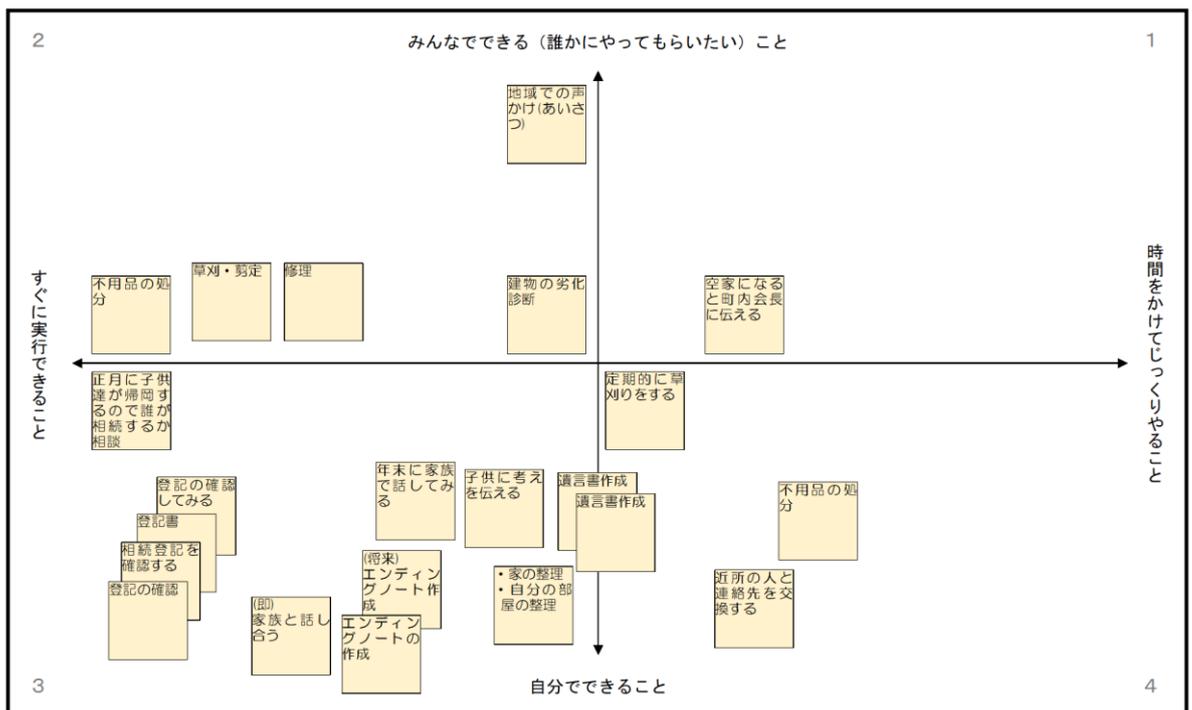
写真1 セミナー・ワークショップの様子



b) ワークショップ成果

意見をプロットした結果を以下に示す。

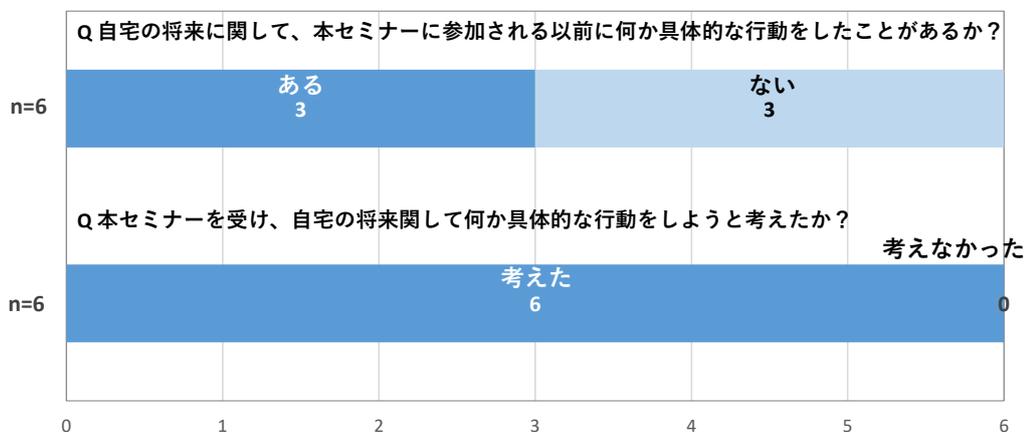
図8 ワークショップ結果



c) アンケート結果

参加者に対し簡単なアンケートを実施し、本プログラムに対する意見をいただいた。抜粋した結果を以下に示す。

図9 アンケート結果概要



参加者の声（自由記述）

- ・エンディングノートを作成して今後に備えたい。
- ・空き家診断やリフォームの補助があるのがわかったので、これからの事を考えられる。
- ・地域に今ある空き家をどうするか？についてもっと知りたかった。
- ・事前にこのようなことを知っておけば、その時にどうすればよいか考えておくことができるので、住民にとって大変よいイベントだった。

d) 個別相談会 概要

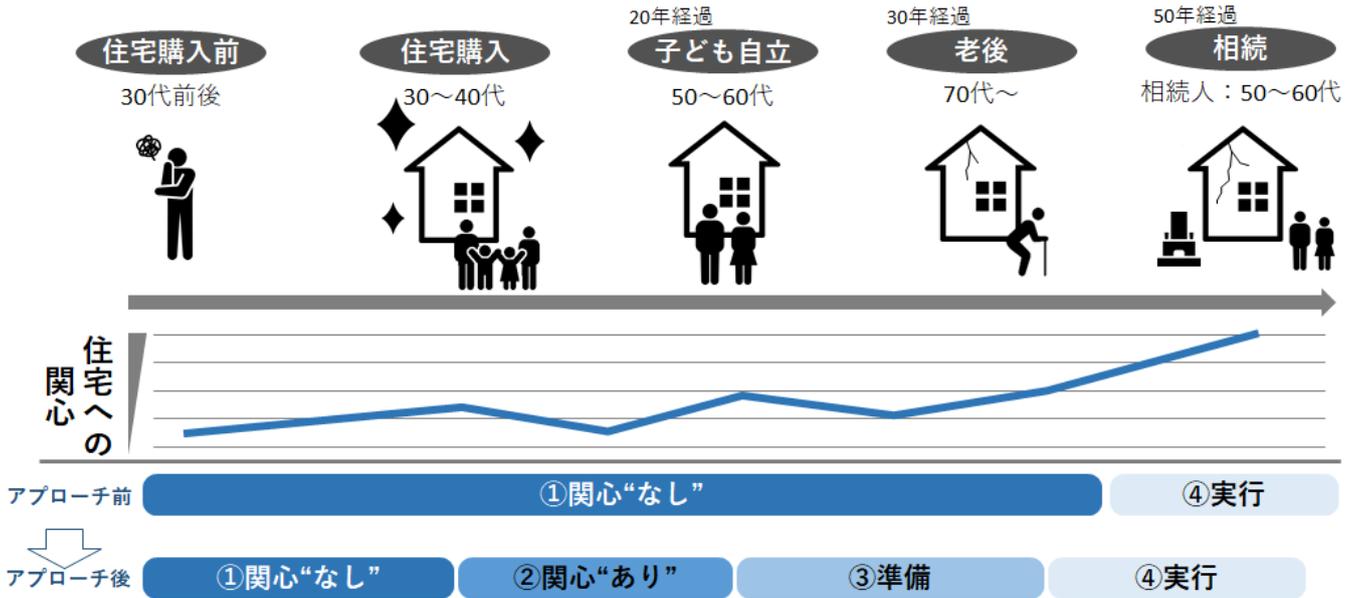
- ・相続に関するご相談：2件
- ・維持管理に関するご相談：1件

③ 専門家による綿密な支援方法の検討

i) 支援対象の類型化

支援する対象をライフステージにより類型化し、それぞれのステージにおける「住宅の将来への関心のレベル」を細分化するとともに、対応するアプローチの方向性について整理した。また、関心のレベルを引き上げるうえで直面する「住宅所有者の状況」についてさらに細分化し、それぞれに対応する支援の方法を整理した。

図10 住宅の将来への関心による分類とアプローチの例



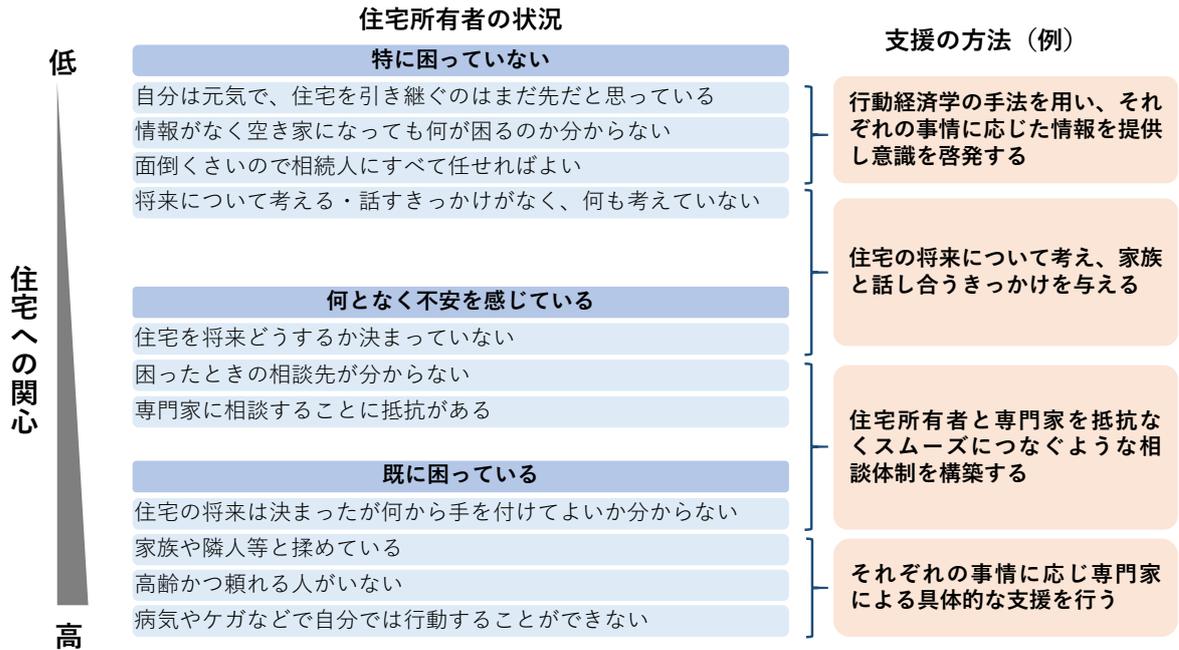
関心のステージ

関心のレベル	関心のレベル	アプローチの方法
① 関心“なし”	住宅の将来について全く関心がない状態	メリット・デメリットを周知し家族や地域への影響を考えてもらう
② 関心“あり”	将来について関心はあるが、行動する意思はない状態	行動しない状態をネガティブに、行動した状態をポジティブにイメージできるように働きかける
③ 準備	将来に向け行動したいと思っており、その準備を進めている状態	ライフステージに応じた働きかけにより行動を起こそうという気持ちをそつと後押しし、自信を持たせる
④ 実行	将来に向け行動している（それが持続している）状態	実行できていることに賞賛を与え、行動しやすい環境づくりを充実させる

支援の方法 (例)

- メリット・デメリットなどを知ってもらうための情報提供
- 住宅の将来について考え家族と話し合うきっかけづくり
 - 講演会、セミナー、ワークショップなどによる課題の具体化・意識向上
 - 結果のフィードバックによる地域への影響・効果の見える化
 - 相談会等による専門家を通じた具体的な行動への支援

図11 住宅所有者の状況の分類と支援の例



ii) 生前にできることの整理

相続、リフォーム、売却（賃貸）、除却といった方向性ごとの一般的なフローと、その中で建物所有者が生前にできることを以下のとおり整理した。

図12 相続手続きの一般的な流れと生前にできること

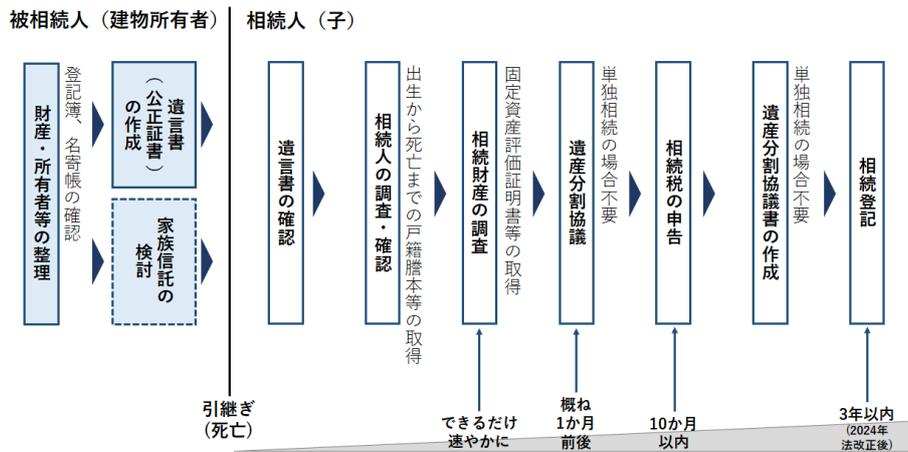


図13 生前贈与手続きの一般的な流れと生前にできること

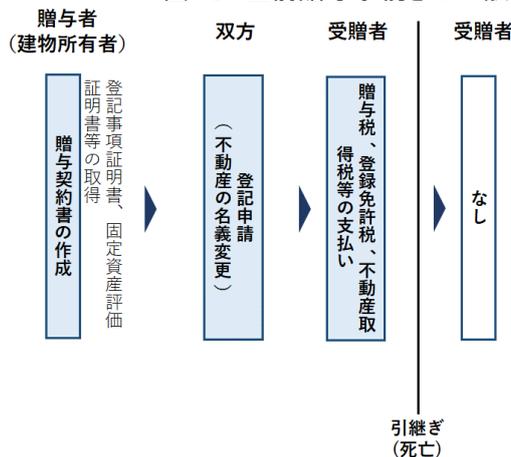


図14 リフォーム手続きの一般的な流れと生前にできること

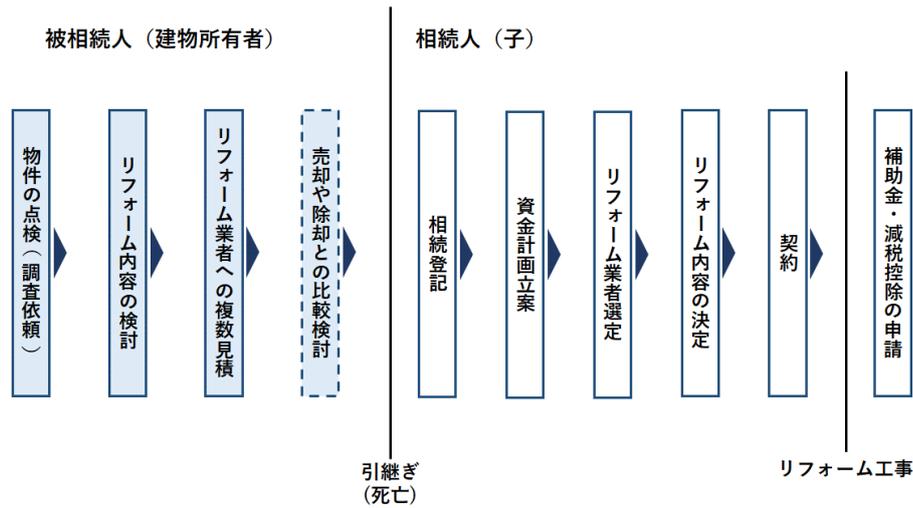
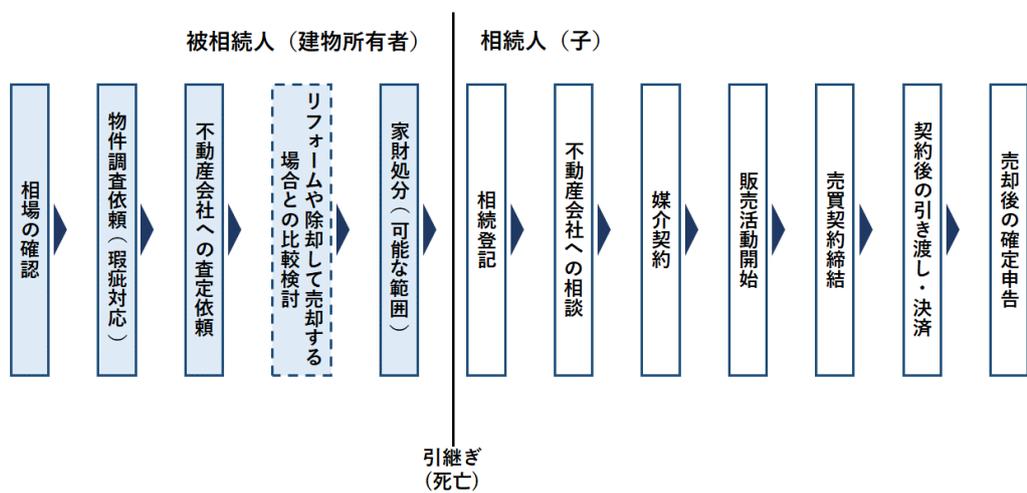
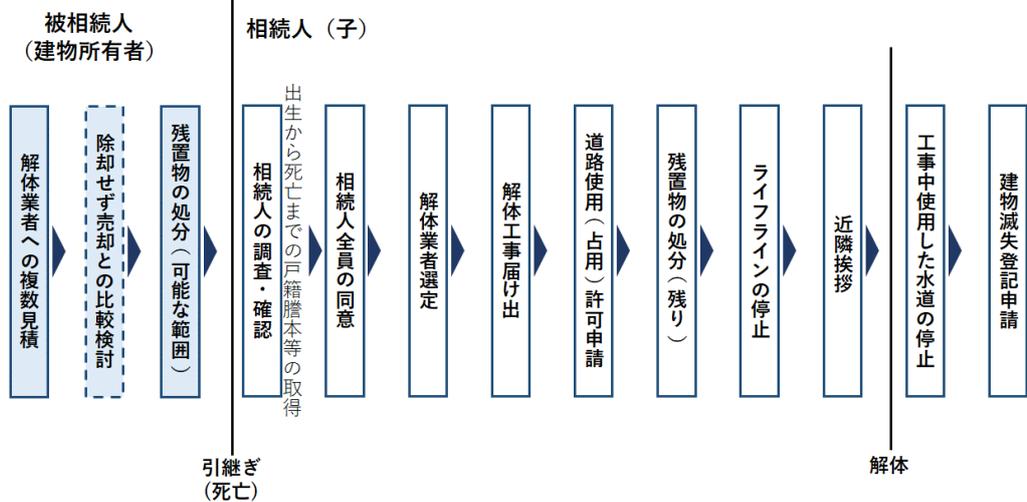


図15 売却手続きの一般的な流れと生前にできること



※賃貸についても概ね同様の流れとなる

図16 除却手続きの一般的な流れと生前にできること



④ビジネスモデルの検討

住宅所有者の行動変容を促し、専門家からの支援を行うことにより空き家になることを防ぐといった一連の取組を事業化する方法を以下に示す。事業を運営する事業者や、連携する組織・地域により実情が異なると想定されるため、事業化に向けた複数の運営パターン及び実施体制を提示する。

i) ビジネスモデル図

図 17 提案活動及び町内会への働きかけを通じて「空き家を生まないための一連の取組み」を自治体の事業として実施する場合

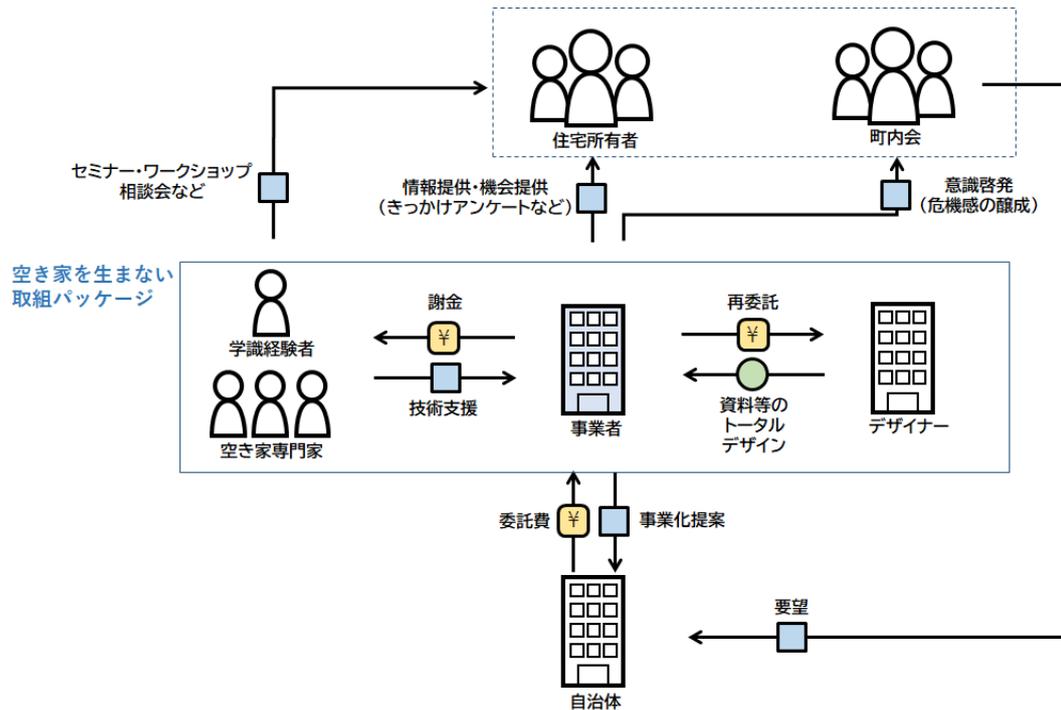


図 18 連携する組織で協議会を設置し、会費・寄付金等を主たる運営費とする場合

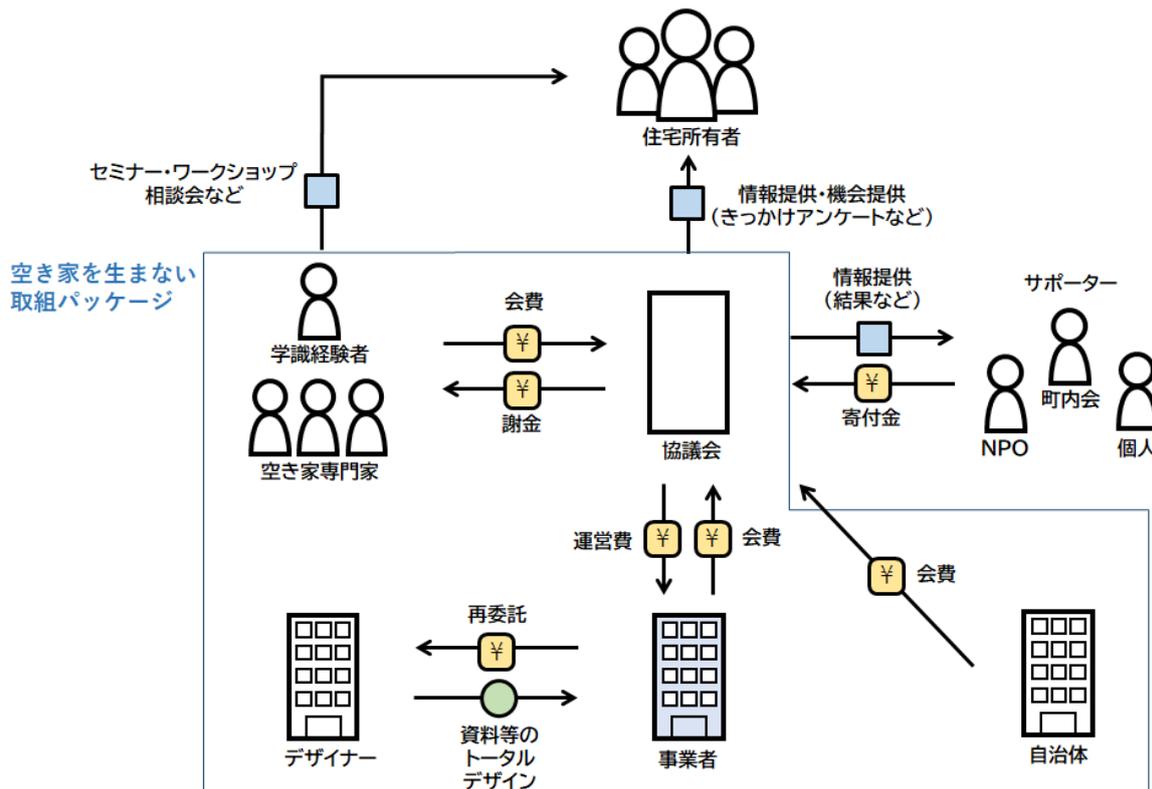
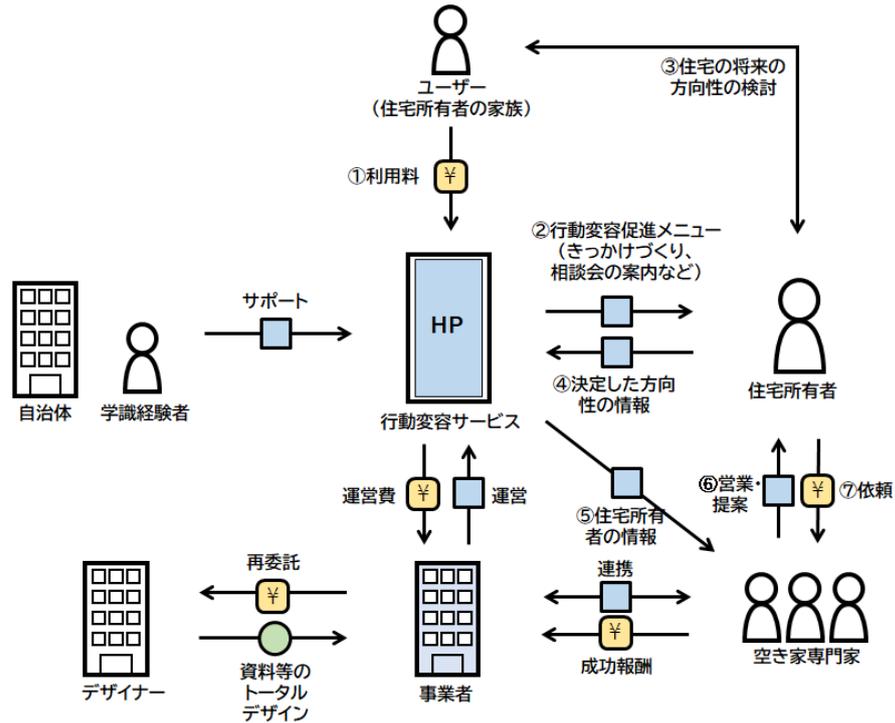


図 1 9 事業者の独自サービスとして展開し、利用料等をベースに運営する場合



ii) 事業実施に係る費用 (例)

約 1,500 世帯を対象に、空き家を生まない取組をパッケージとして実行する場合の運営費用の例を過去の実績等より整理した。

表 8 運営費用 (例)

種別	細目	金額 (円)
情報提供	リーフレット作成・印刷	600,000
機会提供	きっかけづくりアンケート (配布・回収、集計、分析)	540,000
専門家による支援	ワークショップ・相談会運営 (開催案内チラシ作成・印刷含む)	480,000

※上記金額は直接費 (直接人件費・直接経費) を示したものであり、資料のデザイン費等を含む。

ii) 事業化に向けた課題

i) で整理したビジネスモデル図を実行するにあたっての課題や実装に向けたステップについて、ヒアリング等により整理した内容を以下に示す。

a) 自治体の事業として実施する場合

- ・自治体や町内会への空き家発生抑制の重要性の啓蒙、及び成果・効果の明示
- ・予算確保を支援する手法との組み合わせ (例: SIB (ソーシャル・インパクト・ボンド) 等のプロジェクトファイナンスの手法の導入)

b) 連携する組織で協議会を設置し運営する場合

- ・協議会によって集客が容易となることに恩恵を得られる専門家との連携
- ・協議会の規約策定、及び同意獲得など
- ・サポーターの共感を得る方法 (取組の価値・効果を分かりやすく表示するなど) の確立

c) 事業者の独自サービスとして展開する場合

- ・サービスを展開する事業者と取組を運営する事業者の差別化 (収益源の検討)
- ・顧客獲得に積極的な専門家との連携

⑤ガイドライン・HPの更新

i) ガイドラインの更新

2020年度取組みにおいて作成した自治体・事業者向け「空き家を生まないためのガイドライン」について、今年度の成果を踏まえ一部改訂した。

図20 ガイドライン改訂ページ(一部)及び改定内容

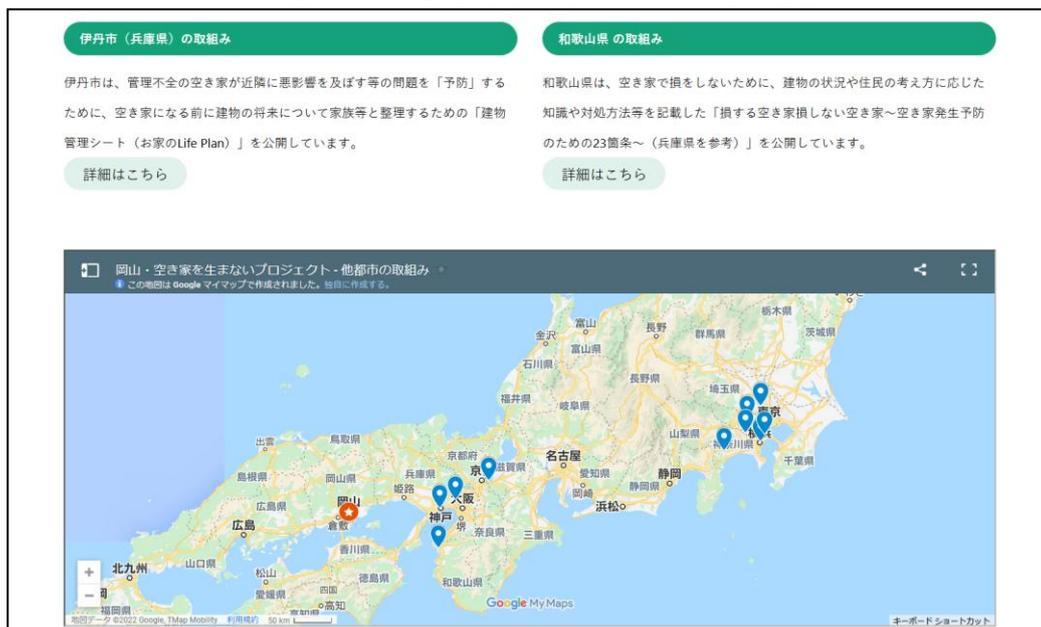


改訂項目	内容
【追加】効果的に行動変容を促進するために	③で検討した「専門家による綿密な支援方法」について整理
【修正】取組事例	今年度取組成果を追加
【修正】その他	文言等微修正

ii) HPの更新

改訂したHPのうち、他都市の取組事例を紹介するページを以下に示す。

図21 他都市の取組事例ページ(1月末時点)



URL https://akiya-okayama.cecnet.co.jp/works_othercity/

3. 評価と課題

①行動変容を促進する手法の高度化

[評価]

i) 2020年度取組みに基づく調査手法の改善・検証

- ・2020年度取組時よりも回収率が向上した要因として、きっかけづくりアンケートの調査票の簡素化等が考えられる。
- ・行動変容した人の割合や、自宅の将来について話し合ったり考えたりした人の割合が減少した主な要因として、調査実施時期を年末年始から10月にずらしたことがあげられる。その他、配布物を充実させたことでかえって煩雑となってしまったことなどが考えられる。
- ・2020年度、2021年度取組みの実施手法を組み合わせることで、より効果的な行動変容の促進が可能となると考えられる。

ii) 新たな手法による行動変容の促進

- ・SNS：広告機能を利用することで、低価格でより多くの人にアプローチすることができた。
- ・動画：目的に応じた2種類の動画を作成したことで、今後の幅広い活用が期待される。
- ・講演会：地域特性に応じた具体的な情報提供により、参加者の意識に訴えかけることができた。

[課題]

- ・新たな手法については、より多くの人にアプローチできるような手法、及びその効果検証の方法を引き続き検討する必要がある。

②まちづくりの視点から空き家問題を考えるプログラムの開発

[評価]

- ・プロジェクトメンバーや地域住民の意見を踏まえ、参加者満足度の高いプログラムを検討することができた。
- ・ワークショップによって、参加者自身に空き家問題を地域の問題として認識してもらうことで、何ができるかを考えてもらうことができた。
- ・セミナー・ワークショップ・相談会を組み合わせることによって、参加者の住宅の将来に向けた具体的な行動を後押しすることができた。

[課題]

- ・参加者を増加させるための方法と、それに対応できる専門家のサポート体制の構築について検討する必要がある。

③専門家による綿密な支援方法の検討

[評価]

- ・住宅所有者をライフステージや関心・状態によって類型化することで、それぞれのパターンに最適なアプローチを検討することができた。
- ・住宅の将来の方向性ごとに、行動の具体的なフローや所有者自身が事前にできることを整理することができた。
- ・整理した内容をリーフレットやセミナー等にて分かりやすく提示することにより、生前手続き等の具体的な行動の促進につなげることが可能となると考えられる。

[課題]

- ・分類した対象に対応するアプローチの方法について、行動経済学の手法等を用いるなどさらに具体化し、実践・効果検証する必要がある。

④ビジネスモデルの検討

[評価]

- ・事業を運営する事業者や、連携する組織・地域により実情が異なることを想定したビジネスモデルを複数パターン検討・整理することができた。
- ・運営体制や費用等を整理し、実装化するための具体的なステップについて検討することができた。

[課題]

- ・実装化に向けプロトタイプを作成し、試行する必要がある。

⑤ガイドライン・HPの更新

[評価]

- ・今年度の取組みをガイドラインに反映したことで、自治体・事業者等がより有効に活用できる内容となった。
- ・HPについて、全国の「空き家を生まない取組み」のポータルサイトとしての機能を有するよう改修したことで、より多くの住宅所有者、自治体・事業者等の関係者に閲覧してもらえるような内容となった。

[課題]

- ・他都市の取組みについて、随時調査を行い情報の更新を図る必要がある。

4. 今後の展開

(1) 市全域を対象に行動変容を促進する手法の開発

「情報提供→機会提供→専門家への支援」といった一連のアプローチについて、エリアを限定せず市全域、全市民を対象として実施できるような方法について検討する。現時点で考えうる方法について以下に示す。

- ・きっかけシート、リーフレットの全戸配布
- ・ターゲットを限定した内容の情報提供&機会提供（住宅所有者の関心が高まるタイミングなど）
- ・専門家による支援の募集範囲を全住民に拡大、実施方法の検討（Web配信、書面開催など）
- ・他団体が主催する相談会等との連携
- ・動画を活用した広報活動（デジタルサイネージ、YouTube、タクシー広告等）
- ・さらなるメディア展開（著名人との連携など）

(2) ビジネスモデルの実装化に向けたプロトタイプの試行

検討したビジネスモデルについて、実装化に向けプロトタイプを作成し、サービスとして提供できるレベルまで試行・改善を繰り返す。

■事業主体概要・担当者名			
設立時期	1965年7月		
代表者名	中電技術コンサルタント株式会社 代表取締役社長 坪井 俊郎		
連絡先担当者名	中電技術コンサルタント株式会社 都市整備部 織田 恭平		
連絡先	住所	〒734-8510	広島市南区出汐 2-3-30
	電話	082-256-3352（都市整備部）	
ホームページ	https://www.cecnet.co.jp/		