

# 空き家等で地域を活性化する方法

調査研究部 主任研究員 加藤 雄一郎

## 1. 空き家問題の現状と課題

総務省「住宅・土地統計調査」の定義によれば、空き家には「別荘等二次的住宅」「売却のために空き家になっている住宅」「賃貸のために空き家になっている住宅」「上記いずれにも当てはまらない住宅(=その他空き家)」がある。これらすべての空き家を対象に空き家の将来戸数等を推計した先行調査も見られるが、問題となるのは、二次的利用にも売却用にも賃貸用にも供されない、その他空き家の増加である。本調査では、その他空き家(以下「空き家」という)およびそれに類する住宅以外(事務所・店舗・学校等)の建築物全般(以下「空き家等」という)にフォーカスして調査を行った。

空き家等問題の解決には、法制度・税制度の強化・見直しが重要であることは間違いない。しかし、空き家等活用による地域活性化を進めていくためには、これら行政の取り組みをベースとしながらも、そこに民間主導の取り組みが広がらなければならない。

## 2. 全国の自治体ごとの

### 空き家率の将来予測

本調査では、パネルデータ分析<sup>1</sup>の手法を活用した。全国の市町村等<sup>2</sup>(1,719)のうち、空き家データが存在する市町村等(東京特別区、市、および人口15,000人以上の町村1,059)の各種実績(2005～2018年)から、空き家率の予測モデルを作成した。作成したモデルに、各説明変数の既に公表されている予測値等を外挿することで、2043年までの空き家率を予測した(図表1～3参照)。

空き家率は、全国平均で、2018年の7.9%から、2043年には13.6%まで、5.7%ポイント増加する予測結果となった。東北圏平均では、7.9%から14.3%と、6.4%ポイント増加する予測結果となった。この増加幅は、全国平均の5.7%ポイントや、西日本平均の4.6%ポイントより大きく、2018年度時点で西日本(9.1%)より低かった空き家率(7.9%)が、2043年には西日本平均(13.7%)を上回る予測結果となった。

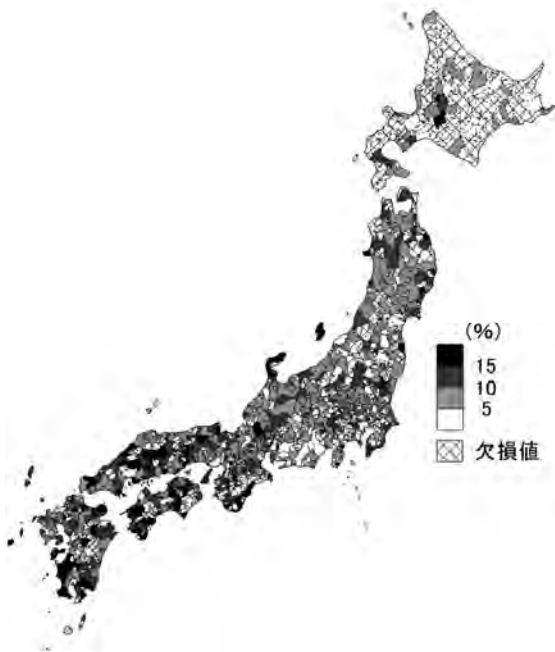
また、新築持家の抑制や古い住宅の適切な除却促進といった施策を打つことによって、空き家率の低下が可能となると想定し、その影響度合いを試算した。

1 同一の対象を継続的に観察し記録したデータを分析する手法。本調査では、複数の自治体の時系列データを一度に分析するために当手法を活用した。

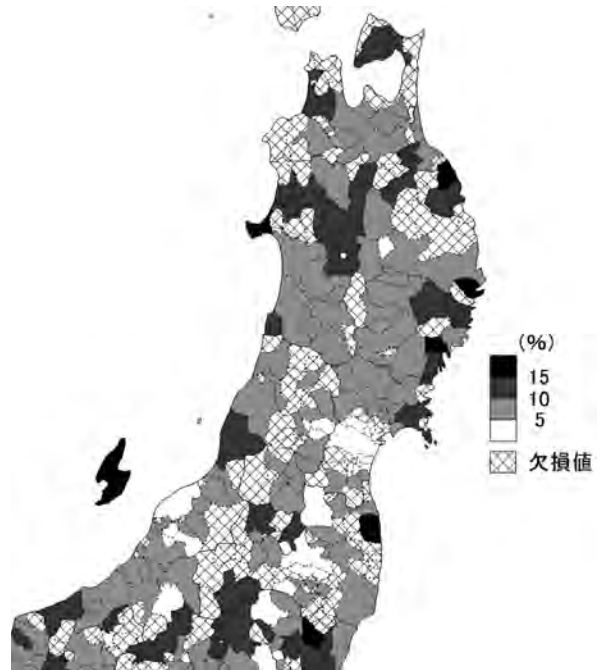
2 東京特別区(23区)を含む。以下、市町村と東京特別区をあわせて「市町村等」という。

図表1 空き家率の実績と将来予測 (マップ)<sup>3</sup>

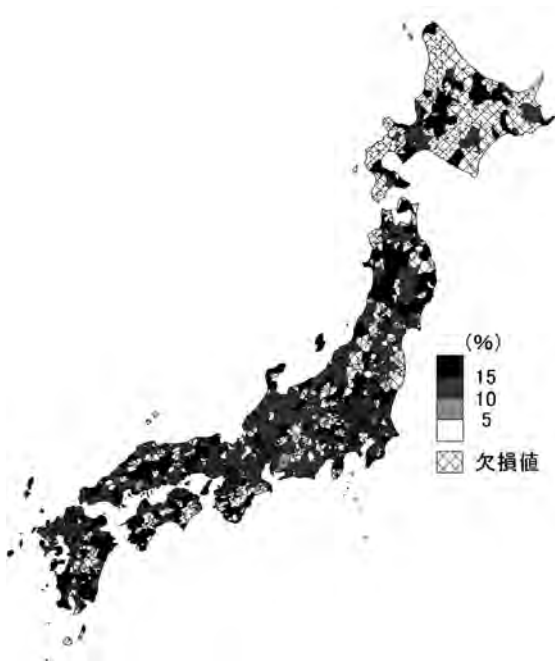
2018年実績 (全国)



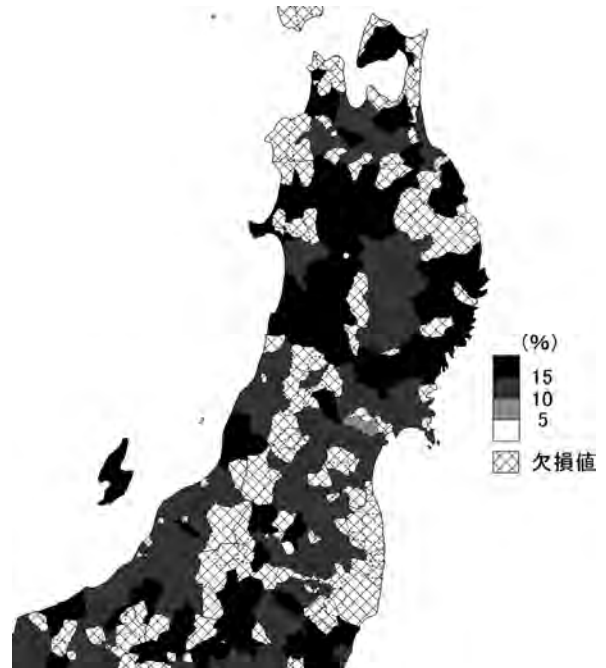
2018年実績 (東北)



2043年予測 (全国)



2043年予測 (東北)



3 人口15,000人未満のため空き家データが存在しない市町村等は、欠損値となっている。

図表2 パネルデータ分析のモデルの推計結果

	変数	係数	有意確率 <sup>4</sup>
被説明変数	空き家率	—	—
説明変数	高齢者率 <sup>5</sup>	0.095	0.1%未満
	高齢単独世帯率 <sup>6</sup>	0.487	0.1%未満
	築古持家率 <sup>7</sup>	0.275	0.1%未満

図表3 空き家率の西日本・東日本<sup>8</sup>・東北圏(内数)別 経年比較

	平均値(%) <sup>9</sup>				15%以上の市町村等数			
	全国	西日本	東日本	東北圏	全国	西日本	東日本	東北圏
実績 2018年	7.9	9.1	6.8	7.9	90	72	18	6
予測 2043年	13.6	13.7	13.5	14.3	281	147	134	46
政策シミュレーション <sup>10</sup>	10.0	10.2	9.9	10.4	39	25	14	1
政策による変化 <sup>11</sup>	△3.6	△3.5	△3.6	△3.9	△242	△122	△120	△45

### 3. 空き家等に宿る「物語性」

#### (1) 調査事例の選定

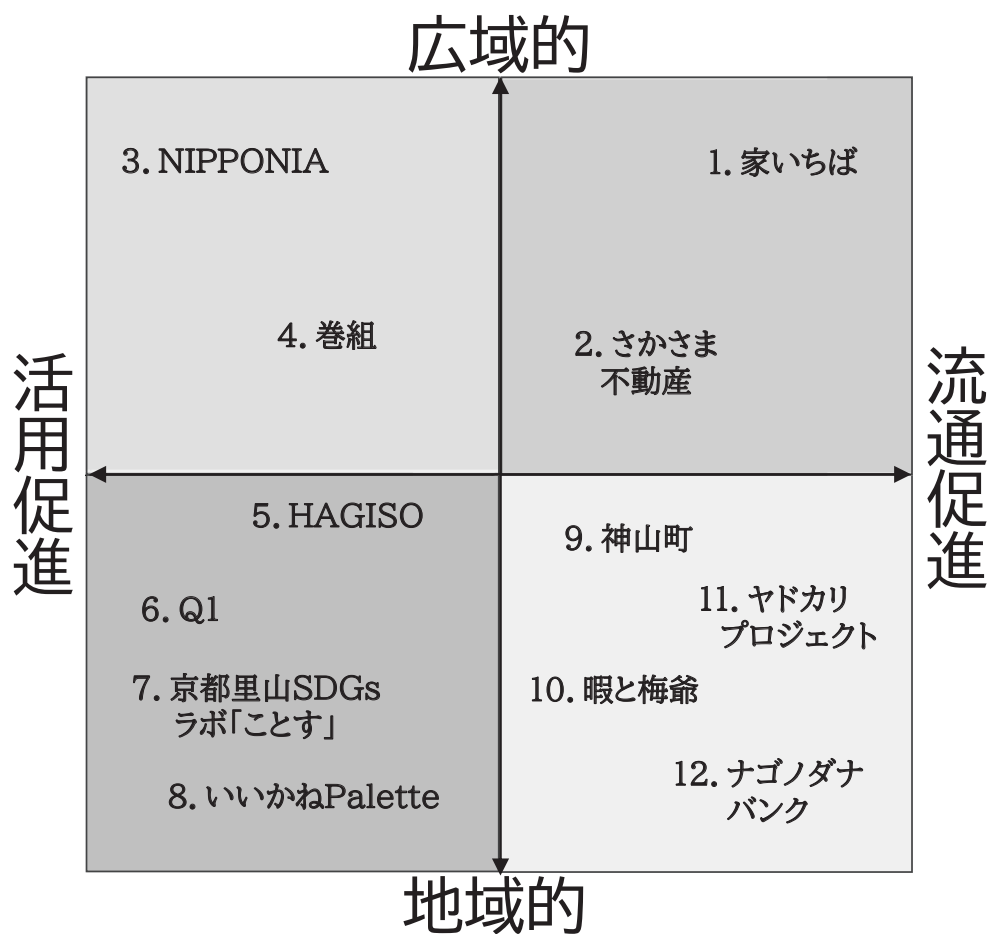
空き家等を活用して地域活性化していくためには、民間主導の取り組みが重要と考えた。そこで、民間を中心に「事例選定の10の視点」(図表4)のいずれかに合致し、かつ「空き家活用事例の4象限」(図表5)において各象限に複数の事例が含まれるように、全国から12の先進事例を選定し現地調査等を実施した。

- 4 当該説明変数が被説明変数に全く影響を与えないという仮説が正しい確率
- 5 市町村等の総人口に占める75歳以上の人口の割合(出所:総務省「国勢調査」)
- 6 市町村等の全世帯に占める65歳以上の単独世帯の割合(出所:総務省「国勢調査」)
- 7 市町村等の世帯が入居している住宅総数に占める築48年以上の持家の割合(出所:総務省「住宅・土地統計調査」、国土交通省「建築着工統計調査」)
- 8 今回予測した1,059市町村等のうち西日本は503、東日本は556市町村等に分けた。一般に西日本と東日本の定義は様々なものがあるが、本調査では、国勢調査の統計表が北海道から沖縄まで順に並んでいることから、同統計表の名古屋市から下を西日本、名古屋市より上を東日本とした。
- 9 データのある市町村等の単純平均値。
- 10 予測期間の開始年である2019年に築48年となる住宅が建設された1971年以降、中古住宅市場の流動性が増し、住宅取引全体における新築持家物件の割合が欧米並み(現実の2割程度)となったと仮定し、かつ除却率が現実の倍程度だったという仮想の日本を想定し、その2043年時点の空き家率をシミュレートしたもの。
- 11 「予測2043年」の値と「政策シミュレーション」の値の差分。

図表4 事例選定の10の視点

①	地域活性化・地域づくり
②	移住・デュアルライフ促進による若者の呼び込み
③	インバウンドの促進
④	地域の魅力や地場産業をきっかけにした人の呼び込み
⑤	官民共創によるアイデアやビジネスモデルの工夫による集客アップ
⑥	市民の価値観・意識変化を促す
⑦	ストックの維持
⑧	空き家等に関わるプレイヤーの増加
⑨	売り手と借り手をつなぐマッチングの仕掛け
⑩	ストックの掘り起こし

図表5 空き家活用事例の4象限



## (2) 象徴的な調査事例と分析

12事例に関わる人々に最も共通する特徴は「目の前にある建物を、その物理的な利用価値だけで評価せず、誰がどのように使ってきたかという歴史も含めて価値判断している」ことであった。そして、その歴史を言語化して共有するときに物語が語られる。そこで、空き家に宿る「物語性」に着目して事例を分析した。

### a. 過去の物語を共有する

山形市と協働で、山形市中心部の歴史ある小学校の旧校舎をリノベーションし飲食店やアート系活動に活用した「やまがたクリエイティブシティセンターQ1」では、以前使われていたときの雰囲気を持し、空き家等が持っている物語をつないで「古いこと」「誰かが使用していたこと」を価値に転換していた。

図表6 やまがたクリエイティブシティセンターQ1



出所：筆者撮影

不動産会社を介さない「セルフセル」方式で空き家の流通を促進する「家いちば」では、所有者が空き家の物語を記述する場を提供することで買主との間に「共感」を醸成し、空き家の流通を促進していた。

図表7 家いちば



出所：家いちば HP

これらは、空き家等の過去の物語を見える化し、購入希望者等が空き家等の価値を発見する仕組みやアクションにより、空き家等活用を促進している事例である。このように「過去の物語を共有する」ことが空き家等活用促進の大きなポイントとなっている。さらに、過去の物語を共有するだけにとどまらず、他にもいくつか物語性の活用の形が見られたので、引き続き紹介する。

## b. 未来の物語を共有する

空き家等所有者には、不特定多数に物件情報を公開したくないが、借り手次第では出しても良いと思う人が多い。物件を借りて挑戦したいことがある人の想いを可視化して貸主を募集するサービスを展開する「さかさま不動産」では、活用者のひととなりや活用目的を Web サービス上で掲示する場を提供することで、この空き家等所有者の態度を変容させていた。

図表8 さかさま不動産



出所：さかさま不動産 HP

このように、空き家等の活用目的(=未来の物語)が見える化し、空き家等所有者自身にその空き家等の価値を発見させることで、空き家等を市場に出やすくしている事例も複数見られた。市場に出ない空き家等は膨大な数に上ることから、未来の物語の見える化は空き家等活用において非常に大きなポイントとなる。

### c. 物語の登場人物を広げる

名古屋市那古野地区で空き店舗の活用を進めている「ナゴノダナバンク」では、商店街の商業機能再生を図る「商店街オープン」の実施等を通じて、まちづくりに関わりたいと考えている人の受け皿になる組織を作っていた。

図表9 那古野地区の商店街(円頓寺商店街)



出所：筆者撮影

当事例のように、受け入れ態勢を構築し、さらには地域のネットワークを活用することによって物語の登場人物を増やし、空き家等活用を促進している事例も複数見られた。

#### d. 物語を地域に展開する

面的・段階的なエリアマネジメントの下、歴史的価値を持つ空き家を宿や店舗に再生・活用するまちづくり事業を実施する「NIPPONIA」では、分散型ホテルを構築することで宿泊者が地域とのつながりを持つことができ、より良い体験を提供していた。

図表10 NIPPONIA



出所：筆者撮影

当事例のように、地域とのコミュニケーションを促進したり、地域に拠点を置くことで、地域にも物語を広げてより魅力的な事業にしている事例が複数見られた。



### e. 物語の質を高める

企画・設計・デザインから飲食店・宿泊施設の運営までを実施する「HAGISO」では、全ての店舗、宿泊施設においてデザインに統一感を持たせ、ブランドを確立していた。また、それぞれの物件のつながりを強めて物語性を強めていた。

図表11 HAGISO

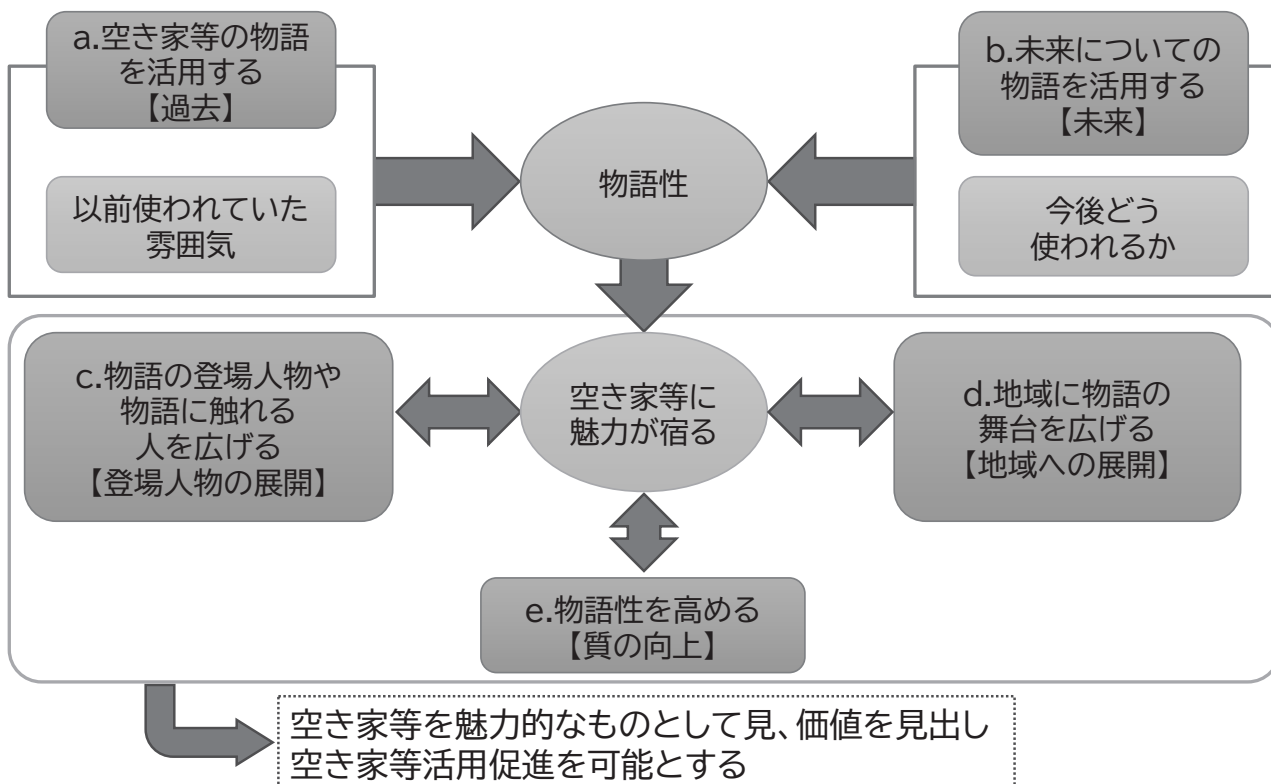


出所：筆者撮影

当事例のように、コンセプトを明確化し、物語性のあるコンセプトを活用することで、物語性の質を高めている事例も多くみられた。

これらの事例調査から得られた分析から、空き家等には「物語性」が宿っていて、その物語性を認識して広めることが、空き家等による地域活性化のエンジンになっていると洞察された。物語性が生まれ活用され、空き家等の活用を促進する構造について、次のように整理できる。

図表 12 物語性が生まれて活用される構造

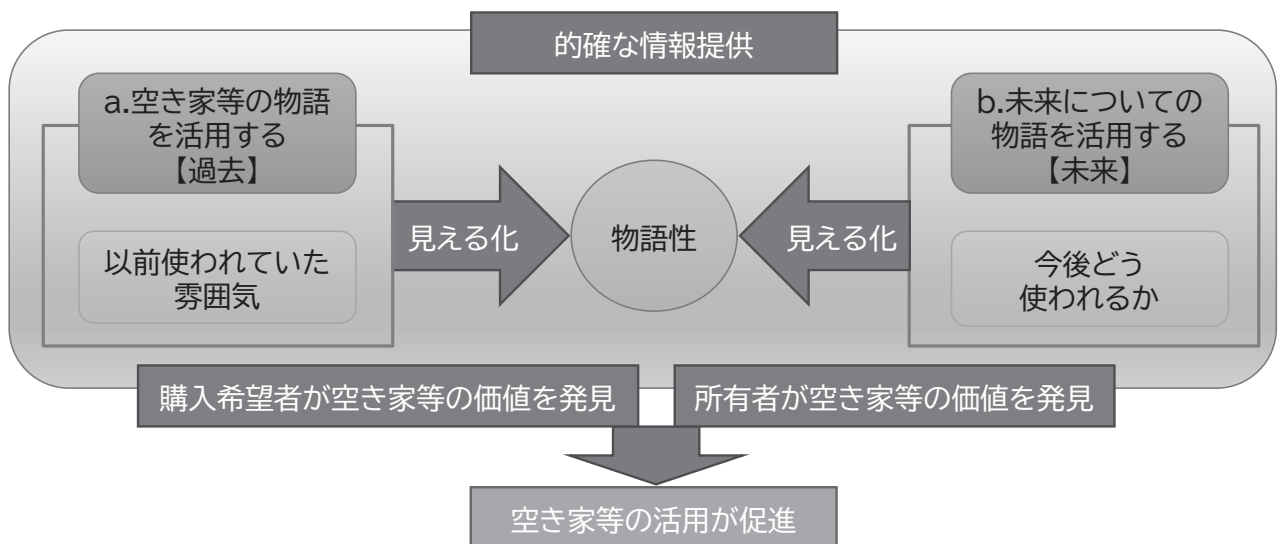


## 4. 地域活性化への5つの提言

空き家等問題の解決には、空き家等を魅力ある存在と捉える人々を増やすことが重要である。空き家等を魅力的なものとして見、価値を見出し、空き家等活用促進を可能とするためには、前項で述べたような「空き家等に魅力を宿す物語性」を活用してアクションを起こしていくことが有効である。この認識の下、東北圏で空き家等活用を促進し、地域を活性化する方策を提言する。

### 提言1 空き家等所有者・購入希望者への確に情報提供する

- 空き家等所有者に「どのような活用方法があるか」を具体的に説明し、空き家等に価値があるということを理解してもらう
- 購入希望者が空き家等の物語を知ることができるように見える化する

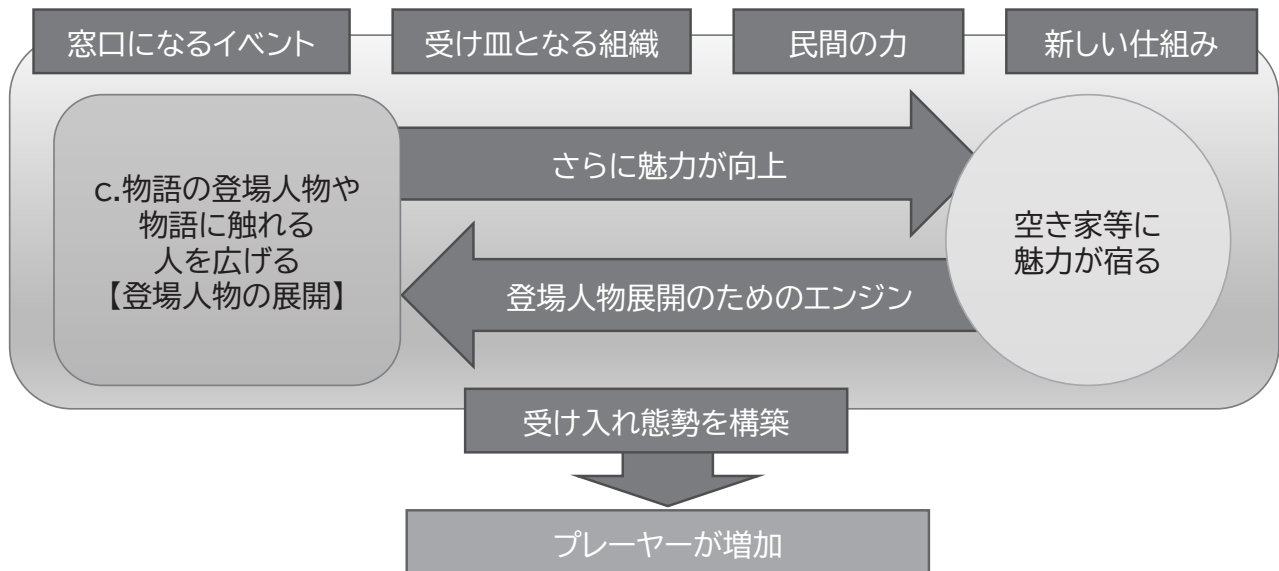


#### 具体策

- ✓ 所有者が物件のストーリーを記述する場を提供することで共感を醸成
- ✓ 以前使われていたときの雰囲気を維持することで、空き家等が持っている物語をつなぎ、古いことや誰かが使用していたことを価値に転換
- ✓ 活用者の人となりや活用目的を掲示することで、空き家等所有者の態度変容を喚起
- ✓ 物件を使いたいという想いをコミュニケーションとして用いる
- ✓ 事業計画を策定のうえ、事業者を連れて所有者に話をしに行く

## 提言2 空き家等活用に関わるプレーヤー<sup>12</sup>を増加させる

- 地域内外に関わらず、地域や空き家等活用に興味を持った人に参加してもらえるように、窓口になるようなイベントや受け皿となるような組織を作る
- 民間の力や DAO<sup>13</sup>等の新しい仕組みを活用して地域と連携しプレーヤーを増加させる



### 具体策

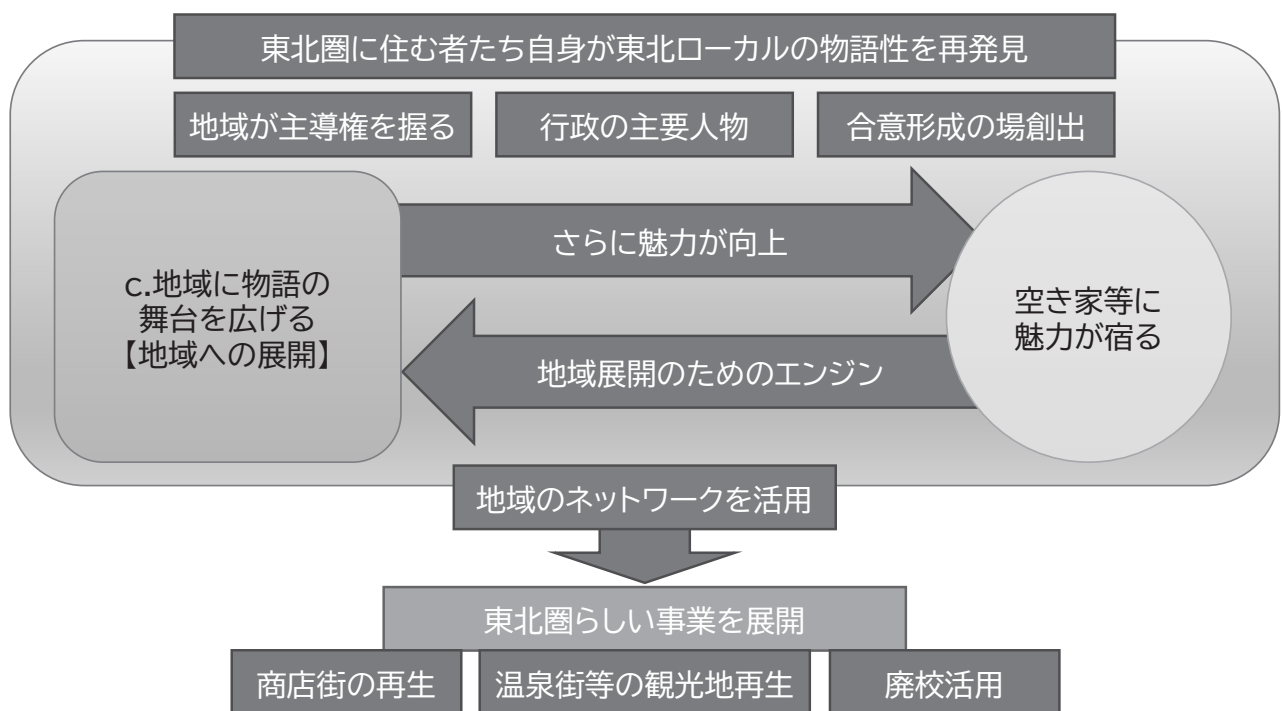
- ✓ まちづくりに関わりたいと考えている人の受け皿を作る
- ✓ 距離や立場等を越えたフラットなつながりを持つことが可能な仕組みを作る

12 空き家所有者・空き家仲介者・空き家活用者等

13 Decentralized Autonomous Organization (分散型自立組織)。運営の透明性を確保するとともに、メンバーが行った貢献に対する報酬を明確化することで、自立的な組織運営を実現する仕組み。

### 提言3 空き家等の物語性を活かした東北圏らしい事業を展開する

- 東北圏に住む者たち自身が東北ローカルの物語性を再発見し、エリアの空き家等活用事業を展開する
- 地域に根差す組織と連携し、地域が主導権を握り活動する
- 行政における主要な人物が主体的に関わる
- プロジェクト単位での行政・事業者・住民の合意形成の場を創出する

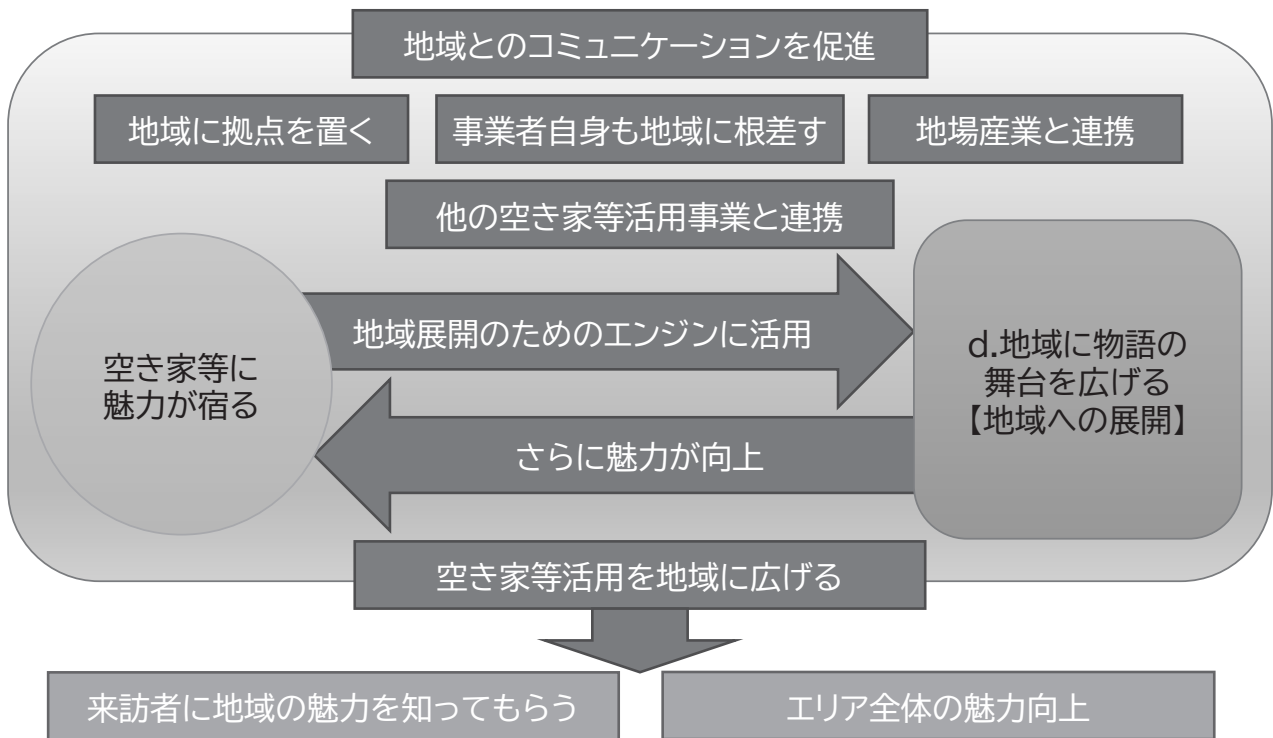


#### 具体策

- ✓ 積極的な住民参加を促進する手法を採り、地域住民を物語の登場人物にする
- ✓ 廃校を高齢者介護施設に活用する
- ✓ 低迷した温泉街等の観光地や商店街の再生に空き家等を活用する
- ✓ 空家等対策の法定協議会を設置する

## 提言4 空き家等活用を地域に広げる

- 地域に既に存在する地場産業や他の空き家等活用事業と連携できるような空き家等活用を行うことで、来訪者に地域の魅力を知ってもらう
- 事業者自身も地域に根差し、最終的にはエリア全体の魅力向上を目指す

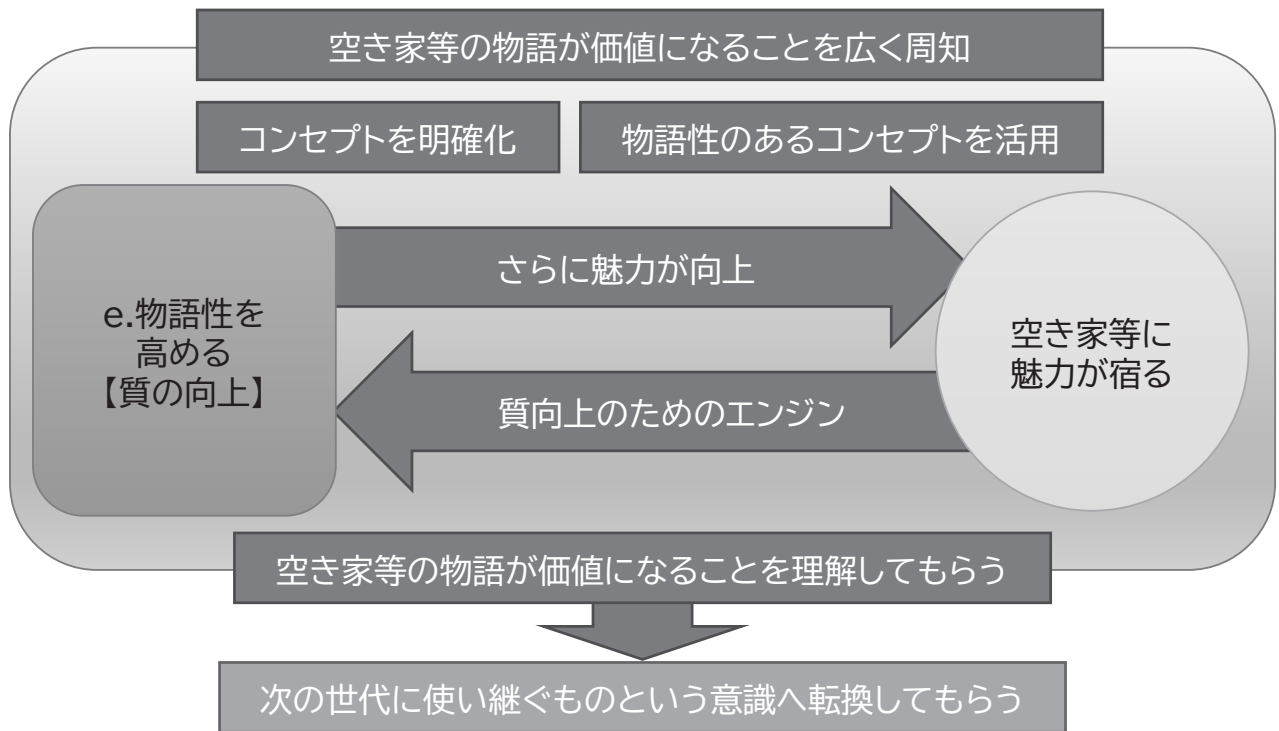


### 具体策

- ✓ 分散型ホテルを展開し、宿泊者が地域とのつながりを持つことができるようにし、より良い体験を提供する
- ✓ 特定の地域において取り組みを続けていくことによって、エリアに広がりを持った物語を作る

## 提言5 空き家等の物語が価値になることを広く周知する

- 物語の存在が価値になることを広く理解してもらう
- 住宅や店舗等の建物は次の世代に使い継ぐものであるという意識へ転換する



### 具体策

- ✓ 統一感のあるデザインで、それぞれの物件のつながりを強め、物語性を強める
- ✓ 住み継いでいくという仕組みを提案し物語を作る
- ✓ SDGsの文化的教育等、目的を明確化したうえで、地元の自然や農林産業を物語化する
- ✓ 空き家等の活用に芸術を利用する
- ✓ 空き家の解体で生じた部材を他の物件や家具等に再利用して物語をつなぎ、解体することの後ろめたさを解消し、適切な解体を促進するというような活用方法も考えられる