

事業名称	
事業主体名	一般社団法人ここテラス
連携先	御浜町役場、御浜町宅地建物取引業連絡会、御浜町上野移住支援協議会、御浜町川瀬移住支援協議会、御浜町阪本移住支援協議会、御浜町栗須移住支援協議会
対象地域	三重県御浜町
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域協力型空き家管理サポートの展開</li> <li>・相続 DM の実施</li> <li>・「空き家の利活用及び管理」促進看板の設置</li> <li>・地元ケーブルテレビでの CM 放送</li> </ul>
事業の特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>・家主との定期的な接点を持つことで信頼関係を築き、空き家の利活用へと繋げる。</li> <li>・空き家の早期利活用を促し、空き家放置による社会問題の発生を防ぐ。</li> <li>・QRコードや検索窓を用いた看板デザインにより、HPに誘導することで詳細な情報提供と活用意欲の喚起を図る。</li> <li>・繰り返しのCM放送により、空き家の問題意識を高め、利活用への関心を喚起する。</li> </ul>
成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域協力型空き家管理サポートを実施し4件の空き家管理の依頼を獲得。</li> <li>・空き家管理マニュアルにより、空き家の管理方法に関する知識が地域住民や関係者間で共有される基盤を構築。</li> <li>・相続した空き家所有者に向けたDM送付では3件の反響を得る。</li> <li>・看板及びCM放送では、空き家問題の認知度を高め、結果、看板設置から1件、CM放送により3件の反響を得る。</li> </ul>
成果の公表方法	一般社団法人ここテラスのHPにて公表 <a href="https://kokoterrace.com">https://kokoterrace.com</a>
今後の課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域協力型空き家管理サポート：所有者の利活用に対する消極性に対処するための財政支援と情報普及が必要。</li> <li>・相続DM：相続登記義務化による、所有権変更情報の収集率の改善を期待。</li> </ul> <p>促進看板設置：期待された反響を得るために、看板の設置場所や数の拡大が必要。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ケーブルテレビCM：限定的な反響から、CM内容の改善が求められる。</li> </ul>

## 1. 事業の背景と目的

御浜町では少子高齢化の進展や若年層の都市部流出による人口減少が進む中で、空き家問題が社会的課題として浮上しています。放置された空き家が増加し、地域の景観悪化、治安の低下、不動産価値の減少など、地域社会に様々な負の影響をもたらしています。特に、遠方に住む所有者が適切な管理を行わずにいるケースが見受けられます。これらの空き家を有効活用することは、御浜町における新たな人口流入の機会ともなり得ます。

本事業は、空き家を地域資源として再評価し、これらを利用して新たな住民を受け入れることにより、御浜町の人口増加及び集落機能の維持を目指します。この目的のために、地域協力による空き家管理サポートの提供、空き家利用促進のための情報提供及び啓発活動(相続DM、看板、CM)を実施しました。

事業のねらいは3点です。1.空き家問題の根本的解決。適切な管理と利活用を通じて、空き家による地域の負の影響を最小限に抑える。2.地域社会との連携。地域住民や御浜町、不動産業者などと連携し、包括的な支援体制を構築。3.情報提供及び啓発活動の実施。相続DM、看板、CMを活用した情報提供及び啓発活動を通じて、空き家の適切な管理と有効活用に向けた意識を高め、地域住民や空き家の所有者に対する理解と関心を深める。

独自性として、地域協力型空き家管理サポートの展開により、地域住民の参加と協力に基づく新しい空き家管理の仕組みを構築しました。

## 2. 事業の内容

### (1) 事業の概要と手順

- ①空き家管理サポートの展開
- ②相続DMの実施
- ③看板の設置事業
- ④CMの放送

図1 取り組みのフロー図

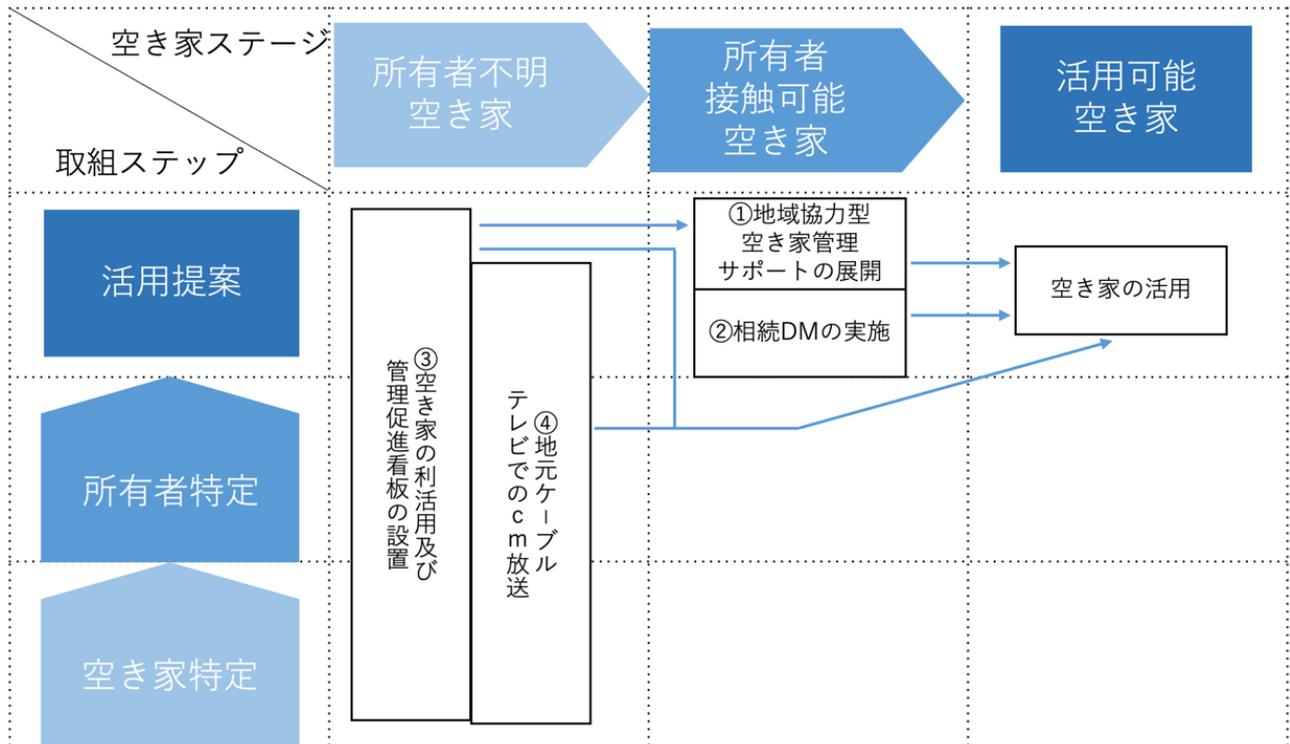


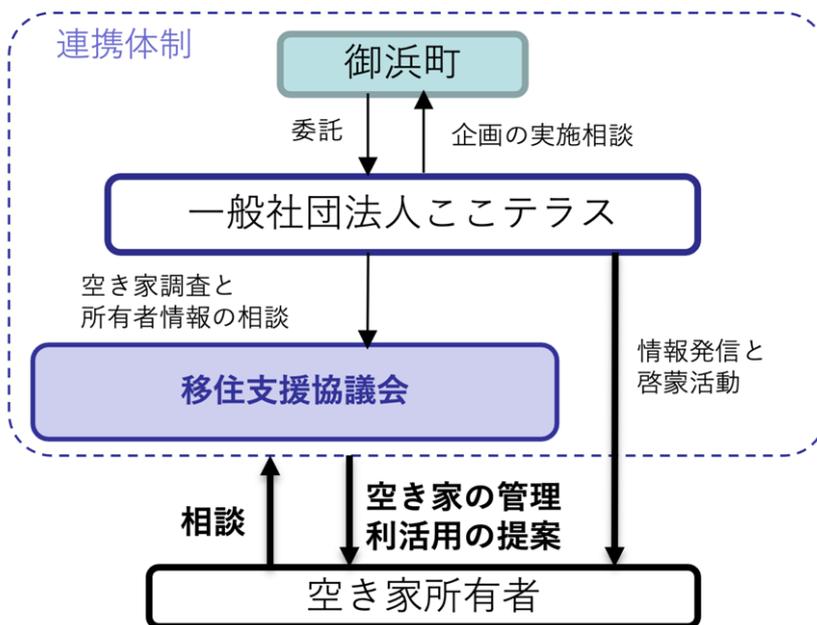
表1 進捗状況表

事業項目	具体的な取組内容	令和5年度									令和6年度			
		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4~6月	7~9月	10~12月	1~3月
①	空き家管理サポートの内容構築(HP及びチラシ制作含む)		—	—	—									
①	空き家管理サポートの利用者及び実施者集め			—	—	—	—	—	—					
①	月1回の空き家点検継続				—	—	—	—	—					
②	相続DMの内容検討・制作	—	—											
②	登記変更情報に基づき定期的に送付		—	—	—	—	—	—	—					
③	看板のデザイン検討・製作		—	—										
③	看板設置場所の選定・設置			—	—	—	—	—	—					
④	CM内容検討・制作				—	—								
④	CM放送					—	—	—	—					
①②③④	マニュアル(成果物)作成・更新				—	—	—	—	—					

表2 役割分担表

連携する民間事業者、専門家、地方公共団体等	担当部署、担当者等	主な役割
御浜町	企画課	空き家を活用した移住促進策に係る相談及び承認
御浜町宅地建物取引業連絡会	代表	空き家に係る不動産取引等の助言及び実務
御浜町上野移住支援協議会	代表	空き家調査及び空き家所有者の連絡先・住所調査の相談
御浜町川瀬移住支援協議会	代表	空き家調査及び空き家所有者の連絡先・住所調査の相談
御浜町阪本移住支援協議会	代表	空き家調査及び空き家所有者の連絡先・住所調査の相談
御浜町栗須移住支援協議会	代表	空き家調査及び空き家所有者の連絡先・住所調査の相談

凡例   ...実施事業者   ...自治体   ...その他連携先



(2) 事業の取組詳細

①地域協力型空き家管理サポートの展開

関係者間での内容打ち合わせを実施しました。まず、本モデル事業終了後も空き家管理サービスの継続を図るため、実施前の市場調査及び利益予測の重要性を共有しました。この目的で、商圏内の空き家数、統計調査、シェア理論を基に市場調査を行いました。その後、空き家管理サービスにおける1戸あたりの年間消費額、市場シェア率、利益率に基づいた利益予測を実施しました。商圏は御浜町内全体と設定し、以下の流れに基づき分析を進めました。

#### 商圏内の市場規模：4,022,598 円/年

【計算式】4,022,598 円 = 御浜町内の空き家 762 戸× 空き家管理サービスにおける1戸あたりの年間消費額 5,279 円(空き家市場データブック 2016「株式会社リフォーム産業新聞社発行を参照」)

#### 目標売上：281,581 円/年

【計算式】281,581 円 = 商圏内の市場規模 4,022,598 円 × シェア率 7%(商圏内で存在が認知されている段階の数値)

#### 営業利益：70,395 円/年

【計算式】70,395 円 = 目標売上 281,581 円 × 営業利益率 25%

この分析により、御浜町エリアにおける空き家管理サービスの利益は限定的であり、モデル事業終了後のサービスの継続は難しいという結論に至りました。

#### 戦略立案・実施計画作成

戦略立案と実施計画の策定において、関係者間での打ち合わせを行いました。これは、御浜町の商圏を対象とした前段階の市場及び競合調査の結果を踏まえたものです。調査結果から、空き家管理サービスのみを提供する戦略では市場規模が限定され、空き家管理事業の継続が難しいという結論に至りました。この課題に対処するため、包括的なアプローチを実施する「包み込み戦略」を採用することにしました。この戦略は、空き家管理サービスにハウスクリーニングや便利屋業も付加することで、市場規模の拡大による継続可能性を向上させる狙いです。そのため、同様のサービスを提供する競合についても調査し、サービス拡充の参考にしました。

表3 競合調査

比較項目	A		B		C	
	概要	評価	概要	評価	概要	評価
創業年	不明	—	2015年	△	不明	—
FC加盟店数	0	—	0	—	0	—
商圏	三重県南部	○	三重県南部	○	三重県、近畿	○
知名度	HP、FB、ブログ、他	△	HP、他	△	HP、他	△
営業支援	不動産業者からの依頼あり	○	不動産業者からの依頼あり	○	—	—
応援	なし	—	なし	—	なし	—
サービス概要	ハウスクリーニング、オフィスクリーニング、住宅リフォーム、家電製品の設置、便利屋 ※営業時間：8時～18時（時間外サービスは要相談）	○	ハウスクリーニング、オフィスクリーニング、住宅リフォーム、エアコンの設置、他 ※営業時間：9時～18時（時間外サービスは要相談）	△	不用品回収、遺品整理、便利屋 ※営業時間：平日の9時～17時（時間外サービスは要相談）	△
専門的技術	住宅リフォーム、電気工事士	△	住宅リフォーム、電気工事士	△	なし	○
特殊な機材	リフォーム機材、他	△	リフォーム機材、他	△	なし	○
初期費用	—	—	—	—	—	—
ロイヤリティ(月)	—	—	—	—	—	—
モデル売上高(月)	不明	—	不明	—	不明	—
業務リスク	中：専門技術に伴うトラブル	△	中：専門技術に伴うトラブル	△	小：専門技術や機材が不要な為	○
売上保証	なし	—	なし	—	なし	—
総合評価	○		△		△	

オペレーション構築において、コストの観点から基本的には1名で全てのサービスを担当することにしました。オペレーションのプロセスは以下の通りです。

- 1.相談受付：空き家所有者からの相談をウェブサイト、電話、メールを通じて受け付けます。その後、サービス内容の説明を行い、空き家管理サービスの範囲や料金体系等について説明します。
- 2.現地確認：空き家の現状を把握するため、現地訪問を実施します。その際、現地の状態を写真やメモで詳細に記録します。
- 3.契約締結：サービスの範囲、料金、期間などを明記した契約書を作成し、双方の署名で合意にります。
- 4.管理作業：作業マニュアルに従って、定期的に空き家の巡回を行います。この際、必要に応じて便利屋業務も行います。
- 5.報告：定期的に行われる作業内容や現状の写真等を含めた報告書を作成し、所有者に送付します。

基本の必要備品は以下の通りに設定しました。

- ・カメラ：現状確認や作業後の報告に必要な写真撮影に使用します。
- ・筆記用具・クリップボード：現地でのメモ取りやチェックリストの管理に使用します。
- ・軍手・ゴム手袋：清掃作業や便利屋業務時の手の保護に使用します。
- ・ゴミ袋・ビニール袋：清掃時のゴミ回収や分別に使用します。
- ・ウェットティッシュ：小さな汚れの清掃や手指の衛生管理用に使用します。
- ・スリッパ：室内での作業時に使用します。
- ・懐中電灯：電源が切れている空き家や暗い場所での作業に必要です。
- ・鍵：空き家への出入りに必要です。
- ・チェックシート：作業項目や確認事項を記録し、漏れがないようにします。

空き家管理サービスの運営に必要な資料(契約書類等)を作成しました。契約書には、管理対象物件の詳細、サービス内容、料金体系、契約期間等、双方が合意した条件が明記されています。加えて、Notionを用いて管理システムを作成しました。このシステムにより、クライアント情報の一元管理が可能になり、必要な情報へ迅速かつ容易にアクセスできるようになりました。

表4 管理システム(Notion)

三 地域協力型空き家管理サービス たった今 編集 共有 ① ☆ ...

### 地域協力型空き家管理サービス

管理表 + フィルター 並び替え ⚡ 🔍 ... 新規 ▾

Aa 顧客名	📞 電話番号	@ Mail	📍 物件住所	📅 契約開始	📅 契約終了日	🕒 プラン	🕒 オプション	💰 料金	☑ 支払い状況	📅 最終サービス提供日	📅 最終連絡日	📝 備考
									<input type="checkbox"/>			
									<input type="checkbox"/>			
									<input type="checkbox"/>			
									<input type="checkbox"/>			
									<input type="checkbox"/>			

+ 新規 計算 ▾

## 図 2 契約書

### 物件管理業務委託契約書

甲（以下「委託者」という）と乙（以下「受託者」という）は、下記の物件に関する管理業務の委託について、次の通り契約する。

令和 年 月 日

【委託者・甲】住所  
氏名

【受託者・乙】住所  
氏名

#### 管理物件の表示

物件所在地	
物件所有者	

#### 委託業務の内容と報酬

プラン名	主な内容 (詳細は別紙記載)	作業時間	報酬額(税込)
複合プラン A	物件の内外部の詳細な点検と清掃	60分	円
複合プラン B	物件の主要項目を確認し、基本的な清掃	30分	円
複合プラン C	物件のセキュリティと外部の主要な点検	15分	円
便利屋業務	草刈り、ハウスクリーニング、小修理等	別途見積り	もりに基づく

#### 契約期間

契約期間：令和 年 月 日から 令和 年 月 日まで

関係者（地域住民）の募集と調整交渉において、初めに当社の代表が自身の人脈を駆使して知人やその紹介により集めた9名の候補者に対し、空き家管理の内容について説明しました。結果、5名の地域住民が空き家管理サービスへの参加を表明しました。その後、彼らとのスケジュール調整を経て、サービス展開を進めました。

家主営業及び空き家相談（電話・訪問を含む）を実施しました。このプロセスでは、チラシ、HP、Google マイビジネス、DM を入口とした反響営業にて空き家所有者にアプローチしました。結果、4件の空き家管理の契約を獲得することができました。

#### 写真 1 管理空き家 (所有者に一般公開の許可取得済)





関係者マネジメント（実施管理）及び研修を実施しました。この研修においては、空き家管理および便利屋サービスの運営経験が豊富な専門家を講師に迎え、空き家管理の実務に必要な知識、技術、そして安全管理について、参加者への指導を行いました。さらに、プロジェクトの現状報告と今後のスケジュール調整を行い、プロジェクトの円滑な進行を図りました。

地域協力型空き家管理サポートの **HP 及びチラシの制作**において、以下の手順に従いプロセスを進めました。

- 1.競合分析:** まず、競合のHP 構造やシステムに関するリサーチを行いました。
- 2.カスタマージャーニーマップの作成:** 顧客の体験フローを把握するため、カスタマージャーニーマップを作成しました。
- 3.ナビゲーションパスの設計:** 顧客が求める情報を容易にアクセスできるように、ナビゲーションパスを設計しました。
- 4.サイトマップの設計:** カスタマージャーニーマップとナビゲーションパスを基に、ユーザーが情報を効率的に探し出せるようにサイトマップを設計しました。
- 5.広告物の素材制作:** ホームページとチラシのための素材制作にあたり、保護と警戒の象徴である地元の紀州犬をモチーフにしたキャラクターの制作やテキストのライティングを行いました。
- 6.ホームページのコーディングと組み込み:** 作成した素材を使用して、全6 ページからなるレスポンシブデザインのホームページを実装しました。
- 7.チラシの制作:** 地域協力型空き家管理サポートを広く告知するために、専用のチラシを制作しました。
- 8.地元新聞への告知掲載:** 空き家管理サポート及び空き家の利活用に関する情報を地元新聞3紙に、それぞれ5回ずつ掲載しました。

表5 競合のHP構造

ページ内容	ページ内容
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>メインページ</b></li> <li>■ 空き家管理ページ</li> <li>■ 空き家管理とは                             <ul style="list-style-type: none"> <li>↳ 空き家管理は〇〇にお任せください！（雨漏り、室内点検、草木剪定、ポスト掃除、換気・通風）</li> </ul> </li> <li>■ 空き家管理の必要性</li> <li>■ 空き家管理プラン                             <ul style="list-style-type: none"> <li>↳ 戸建てお手軽管理プラン</li> <li>↳ 土地安心サービスプラン</li> </ul> </li> <li>■ 基本サービス                             <ul style="list-style-type: none"> <li>↳ 外観目視点検、室内目視点検、通気・換気、庭木点検、通水、庭のごみ処理</li> <li>↳ 看板設置、雨漏り点検、巡回報告書、ポスト清掃</li> </ul> </li> <li>■ その他のオプションサービス                             <ul style="list-style-type: none"> <li>↳ 緊急時点検、草刈り、立木の剪定、ごみ処分、お掃除サービス、ハウスクリーニング、</li> </ul> </li> <li>■ お見積り・お問い合わせはこちらから【問い合わせフォーム】</li> <li>■ 空き家管理 対応エリア（大台町、大紀町、紀北町、尾鷲市、熊野市、御浜町、新宮市〜）</li> <li>■ 空き家管理 ご契約の流れ                             <ul style="list-style-type: none"> <li>↳ ご契約までの流れ1 お問い合わせ</li> <li>↳ ご契約までの流れ2 現地確認</li> <li>↳ ご契約までの流れ3 プラン内容の確認・ご契約</li> <li>↳ ご契約までの流れ4 管理業務・定期報告の開始</li> </ul> </li> <li>■ よくあるご質問</li> <li>■ お見積り・お問い合わせはこちらから【問い合わせフォーム】</li> <li>■ <b>会社概要</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>メインページ</b></li> <li>■ 空き家管理ページ                             <ul style="list-style-type: none"> <li>↳ 基本コース（屋根周りの確認・写真、換気（窓開けと風通）、報告書作成）</li> <li>↳ オプションサービス（郵便物確認・回収・転送、通水・封水、屋内清掃、草刈り、住宅設備点検・メンテナンス、台風・地震後の状況確認）</li> </ul> </li> <li>■ <b>〇〇のサービス</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>↳ レンタルスペース</li> <li>↳ <b>〇〇</b>暮らし体験施設</li> <li>↳ 空き家管理</li> <li>↳ 家財整理・買取</li> <li>↳ 片づけ・清掃</li> <li>↳ 修繕・リノベーション</li> <li>↳ 住宅診断（インスペクション）</li> <li>↳ 製品開発・ものづくり支援</li> <li>↳ イベント企画</li> <li>↳ <b>〇〇</b>空き家・移住相談窓口（<b>〇〇</b>）</li> </ul> </li> <li>■ お申込み・お問い合わせ【フォームへ】</li> </ul>

表6 カスタマージャーニーマップ

段階	無関心	認知・興味関心・比較検討	問い合わせ・申込み決断
段階状況	<p>「空き家管理サービス」の存在を知らない。 「空き家管理サービス」に関しての知識がない(薄い関心がある程度)。</p> <p>実家(空き家)の管理について一般的な不安を感じているが、まだ具体的な解決策は探していない。</p>	<p>「空き家管理サービス」について知り、興味を持ち始める。 「空き家管理サービス」を依頼することを比較検討している</p> <p>サービスの詳細、費用、信頼性に関する情報を求めている。</p>	<p>興味が高まり、一度問い合わせしてみたいがまだ迷っている。 <u>申込み</u>たいけれど、失敗しないか気になっている。</p> <p>サービスの契約条件、プラン、サポート体制などの詳細について明確な理解を求めている。</p>
パーソナの ①感情 ②疑問 ③ニーズ	<p>「遠くに住んでいると、実家のことが気になるけど、なかなか帰ることもできないし、どうしたらいいのかな」</p> <p>「空き家になってしまった実家にどのような問題が発生するのか」</p> <p>「実家の管理をどうすればいいのかな」</p>	<p>「ここテラスは信頼できるのかな」</p> <p>「空き家管理サービスの内容と費用は？」</p> <p>サービスに関する情報を得ることで、解決策に対する期待を抱き始める。</p>	<p>「空き家管理サービスの具体的な流れは？」</p> <p>「契約条件、支払い方法は？」</p> <p>決断に向けての期待とわずかな不安。 サービスを利用することによる安心感を抱く。</p>
必要なコンテンツ	<p>空き家に関連するリスク</p> <p>空き家管理サービスの利点を説明するページ(啓発)</p>	<p>サービスの詳細（提供内容、プラン、料金）、オプションの紹介</p> <p>他の顧客の体験談</p> <p>会社概要</p>	<p>契約の詳細（プロセス、条件、料金支払い方法など）</p> <p>FAQ・よくある質問</p> <p>問い合わせ</p>
情報に触れたパーソナの望ましい心理状態	<p>「こんなサービスがあったのか」(好奇心)</p> <p>「実家を任せられるかも」(期待感)</p> <p>実家(空き家)の問題点、及び管理の必要性を意識し始める(問題認識)</p>	<p>「この空き家管理サービスが実家の問題を解決できるかもしれない」(興味の深化)</p> <p>ここテラスへの信頼感が高まり、空き家管理サービス利用への意欲が強まる(信頼の構築)</p>	<p>「ここの空き家管理サービスなら安心して任せられる」(安心と確信)</p> <p>実家が適切に管理されることへの期待感や安堵感を持つ</p>

図3 ナビゲーションパス

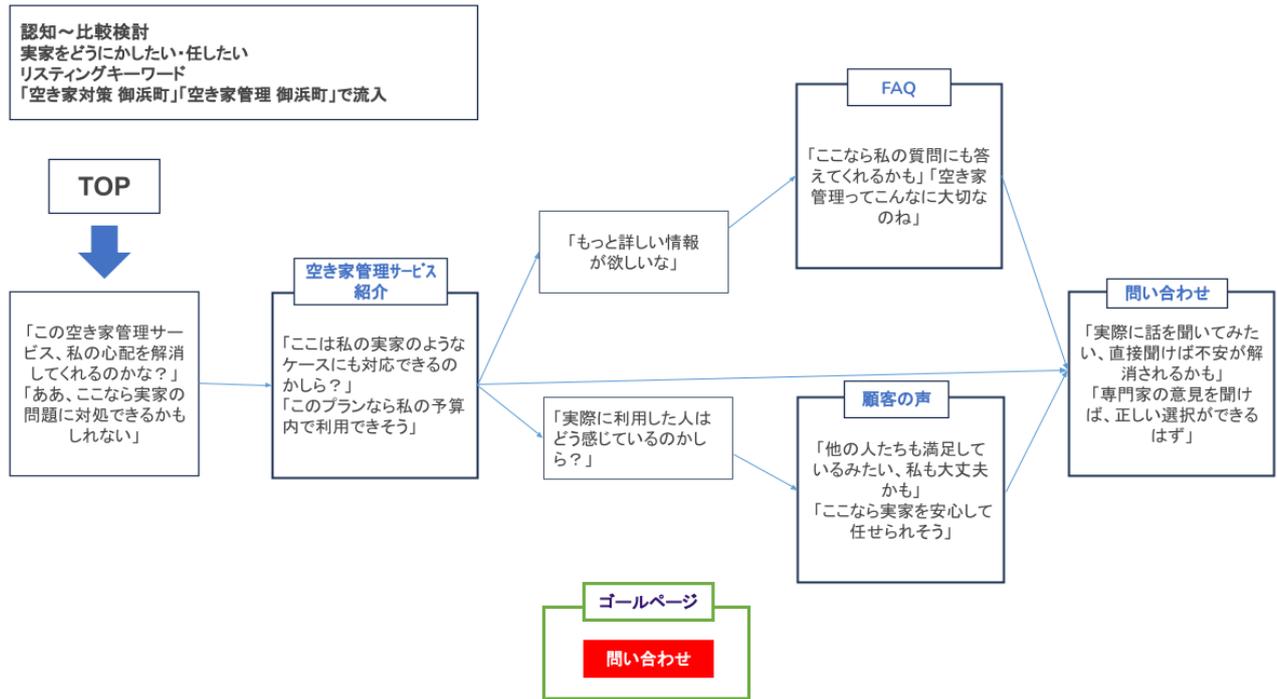


表7 サイトマップ

ページ内容	
更新機能	<ul style="list-style-type: none"> <li>■TOP (ホーム)               <ul style="list-style-type: none"> <li>サービス概要</li> <li>教育的コンテンツ</li> <li>ニュース</li> </ul> </li> </ul>
更新機能	<ul style="list-style-type: none"> <li>■サービス紹介               <ul style="list-style-type: none"> <li>各サービスプランの詳細</li> <li>料金体系とオプションサービス</li> <li>サービスの特長や利点</li> </ul> </li> </ul>
更新機能	<ul style="list-style-type: none"> <li>■FAQ / よくある質問               <ul style="list-style-type: none"> <li>サービス利用に関する一般的な疑問への回答</li> <li>空家管理のヒントやアドバイス</li> </ul> </li> </ul>
更新機能	<ul style="list-style-type: none"> <li>■顧客の声 / ケーススタディ               <ul style="list-style-type: none"> <li>顧客の体験談</li> </ul> </li> </ul>
更新機能	<ul style="list-style-type: none"> <li>■お問い合わせ / 予約フォーム               <ul style="list-style-type: none"> <li>お問い合わせフォーム</li> <li>サービス予約や相談のオプション</li> <li>連絡先情報</li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>■会社情報               <ul style="list-style-type: none"> <li>会社概要</li> <li>会社の歴史や実績</li> <li>スタッフ紹介</li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>■利用規約 / プライバシーポリシー               <ul style="list-style-type: none"> <li>サイト利用に関する規約</li> <li>ユーザーのプライバシーに関するポリシー</li> </ul> </li> </ul>



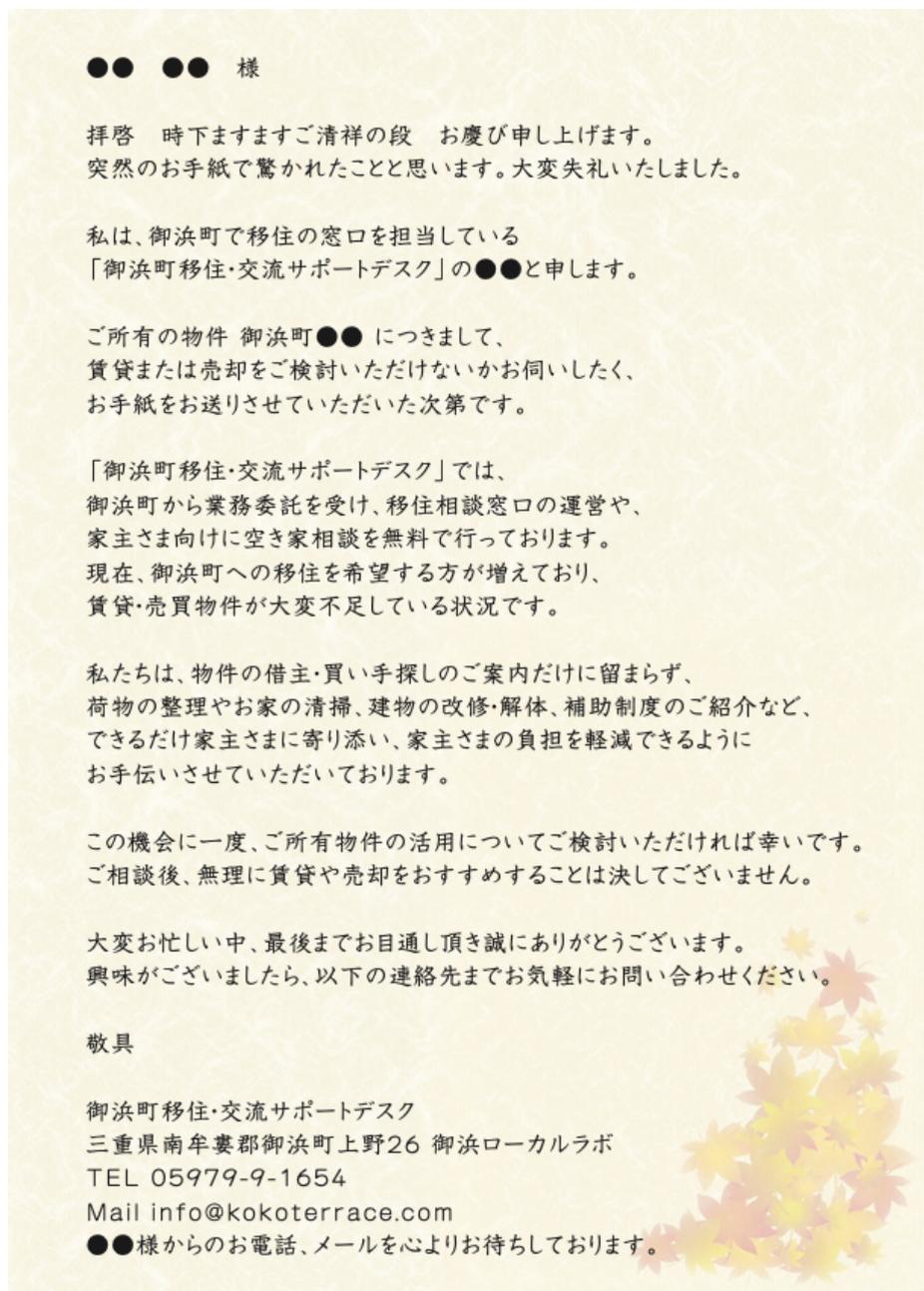
## ②相続 DM の実施

相続 DM の送付を行い、空き家の利活用を促進しました。この取り組みは、空き家の状態が良くかつ所有者の関心が高い段階で「地域協力型空き家管理サポート」の契約や「空き家バンク」への掲載を促すことを目的としています。実施したプロセスは以下の通りです。

1. **法務局申請:** 相続に関する登記変更情報を取得しました。
2. **情報絞り込み:** 登記情報から相続に特化した情報を選定しました。
3. **物件選定:** 地番を用いて対象物件を特定しました。
4. **登記情報確認:** 登記情報提供サービスでの詳細調査をしました。
5. **所有者特定:** 物件所有者とその住所の確定をしました。
6. **住所相違確認:** 相続物件と所有者住所の照合をしました。
7. **相続 DM 送付:** 対象となる所有者への DM 送付をしました。

このプロセスを通じて、相続物件の所有者へアプローチし、3件の空き家活用に繋がりました。

図7 相続 DM 文面



### ③ 「空き家の利活用及び管理」促進看板の設置

「所有者不明」や「連絡先・住所不明」の課題に対処するため、「空き家の利活用及び管理」を促進する看板の設置を行いました。看板は「自然検索ワード」「QRコード」を前面に押し出し、ホームページへのアクセスを促進することで、空き家所有者の関心を引き、利活用への意欲を高めることを目的としています。看板の設置プロセスは、次の手順に従って実施しました。

1. **メッセージ策定:** 看板に掲載するメッセージをリストアップし、優先順位を定めました。
2. **デザイン構想:** メッセージを基に看板の基本構成をデザインしました。
3. **業者選定と依頼:** デザイン案をもとに、デザイン・印刷業者に制作を依頼しました。
4. **見積もりとゲラ版確認:** 提出された見積もりとゲラ版を確認し、問題なければ正式に発注しました。
5. **設置場所の選定と許可交渉:** 制作と平行して、看板設置候補地の選定と設置許可の交渉を行いました。
6. **看板設置:** 許可を得た場所に看板を設置しました。

このアプローチを通じて、目的のメッセージを伝える看板が制作・設置され、空き家の利活用及び管理を促進することが出来ました。結果、1件の空き家活用に繋がりました。

図8 看板



写真2 看板設置写真



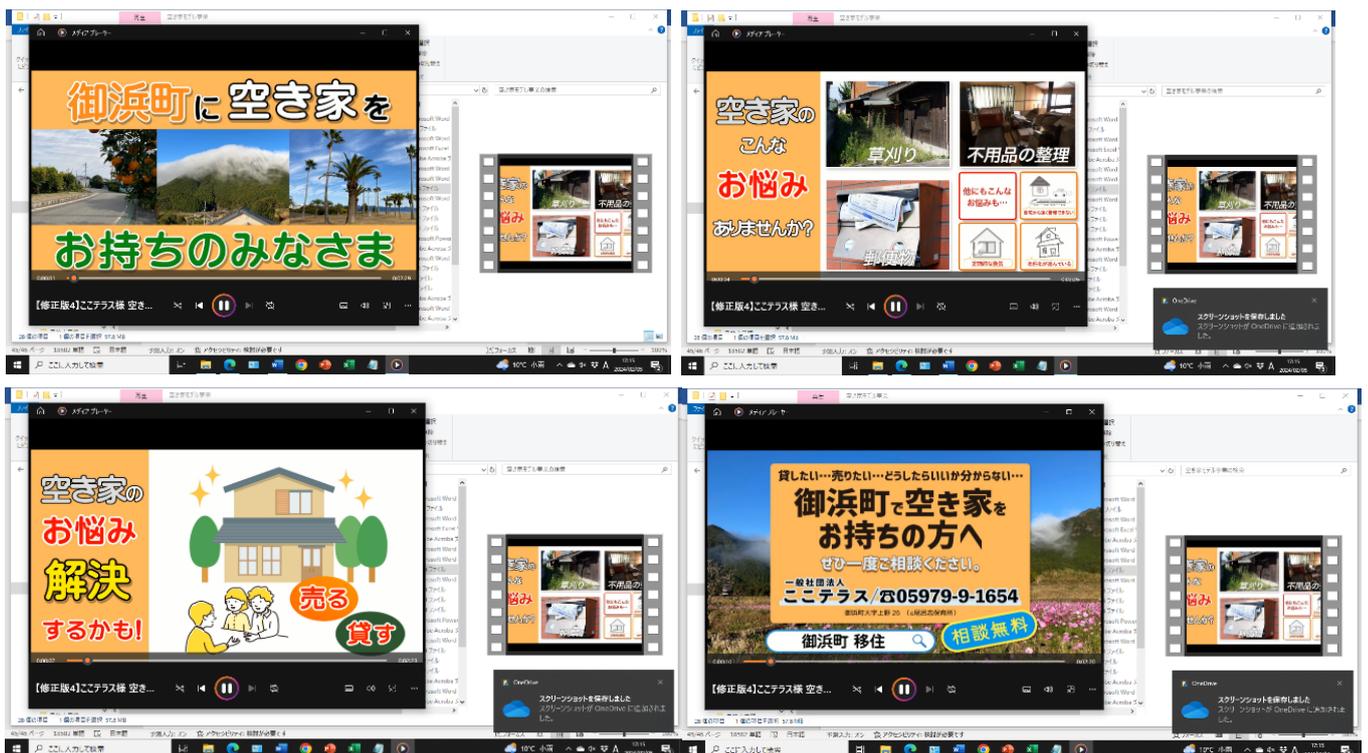
#### ④地元ケーブルテレビでのCM放送

「所有者不明」や「所有者の連絡先・住所不明」の課題の対策として、地元ケーブルテレビ(ZTV)でのCM放送を実施しました。このアプローチは、空き家の家主からの直接的な反響を促すことを目的としており、コスト効率良く繰り返し放映することが可能です。CM制作のプロセスは以下の手順で進めました。

1. **メッセージ策定:** CMで伝えたいコアメッセージを明確にし、優先順位を設定しました。
2. **デザイン構想:** メッセージを基にCM動画の基本構図をラフデザインしました。
3. **ナレーション作成:** CMの時間に合わせて、ナレーションの文章を調整しました。
4. **制作依頼:** 構想したデザインとナレーション案をもとに、地元ケーブルTVに制作を依頼しました。
5. **試写版確認と発注:** 提出された見積もりと試写版を確認し、問題なければ正式に発注しました。
6. **CM放映:** 制作されたCMを地元ケーブルテレビで放映しました。

このCM放送を通じて、空き家の有効活用や管理の重要性を周知し、地域内での空き家問題への関心と理解を深めることを目指しました。また、このCMを通じて空き家の所有者からの反応を3件得ることに繋がりました。

図 9 CM



### (3) 成果

#### ①地域協力型空き家管理サポートの展開

「空き家管理サポート」は、地域住民との共同により設立され、空き家の定期的な点検・管理から賃貸、売買等の有効活用までを含む全面的な支援体制を築きました。このサービスは特に、まだ空き家の利活用を考えていない所有者に焦点を当て、月に一回の点検を行い、その結果を所有者に報告しました。これにより、信頼関係の構築と、将来にわたる空き家の有効活用を促進することを目的としています。この取り組みを通じて、**4件**の空き家管理依頼を受けるとともに、所有者に対し相談支援を提供することができました。空き家管理サポートの中核は、地域住民が主導し、空き家問題を地域で解決しようとする共同体意識の醸成にあります。定期的な接触を通して空き家所有者のニーズの変化を捉え、地域の結束を強化し、かつ、空き家利活用を通じた地域社会の活性化に寄与しています。

#### ②相続 DM の実施

空き家所有者の関心が高く、かつ空き家がまだ良好な状態にある段階で、その「利活用（賃貸・売買）」や「地域協力型空き家管理サポート」へと繋げることを目的に、相続による所有権変更の登記情報を活用しました。具体的には、相続人に対してDM（ダイレクトメール）を送付し、直接的な反響を**3件**得ることに成功しました。このアプローチにより、空き家を早期に有効活用するための施策を構築することができました。

#### ③「空き家の利活用及び管理」促進看板の設置

空き家の「所有者」や「連絡先」の特定が困難という課題に対応するため、弊社及び地元不動産業者と連携して、「空き家利活用及び管理」HPへ誘導する看板を設置しました。看板は、直接検索を可能にする検索窓、QRコードを含めることで、利用者の利便性を向上させました。この施策により、看板を目にした空き家所有者から直接的な反応を**1件**獲得することに成功しました。

#### ④地元ケーブルテレビでの CM 放送

地元ケーブルテレビ(ZTV)を介して、2ヶ月間、月に50回以上「空き家の利活用および空き家管理」についてのCM放送を行いました。こちらも、近隣への聞き込みや、登記情報を調べても空き家の「所有者」や「その連絡先」が分からないという課題に対して、空き家所有者からの直接反響を狙ったものです。CMを見た空き家所有者から電話や、窓口訪問などの直反響が**3件**得られた他、メディアミックス効果により、空き家対策についての認知度向上にも繋がりました。

### 3. 評価と課題

#### ①地域協力型空き家管理サポートの展開

##### 【評価】

- ・**4件**の空き家管理依頼の獲得と所有者への相談支援の提供。
- ・地域住民との協力体制による信頼関係の構築。
- ・空き家の有効活用に向けた意識の醸成と地域結束の強化。

##### 【課題】

**財政支援の確保。** 空き家の利活用に誘導する過程で、所有者が利活用に消極的になりがちです。これは、空き家の修繕に多額の費用がかかるためです。地方自治体や国からの補助金、低利の融資制度、税制優遇など、財政支援の確保とその情報の普及が課題です。

#### ②相続 DM の実施

#### 【評価】

目標としていた直接的な反響を **3 件** 得ることができたため、概ね成功と評価します。

#### 【課題】

**相続登記義務化への期待。**相続による所有権変更の登記情報の件数が、事前に期待していた数に比べて少なかったという課題があります。この点において、相続登記の義務化に関する制度改正に大きな期待を寄せています。相続登記が義務化されれば、所有権変更の情報がより正確に、かつさらに収集出来るようになり、空き家の利活用に繋げる取り組みが効率的に展開できると考えられます。

### ③「空き家の利活用及び管理」促進看板の設置

#### 【評価】

空き家所有者の関心を引き、直接的な反響を **1 件** 得ることが出来ました。反響が出たので概ね成功と評価されます。

#### 【課題】

**反響に関する課題。**一方で、看板による反響は現在 **1 件** に限られ、期待された範囲内での成果には至りませんでした。このことから、看板の設置場所の選定や、その数を増やすことなど、改善が必要であることが示唆されています。

### ④地元ケーブルテレビでの CM 放送

#### 【評価】

空き家対策の認知度向上に成功しました。費用対効果に関しては、空き家所有者から直接 3 件の反響を獲得したことを踏まえると、評価はまずまずです。

#### 【課題】

**反響に関する課題。**しかし、期待された範囲内での成果には至らなかった面もあります。具体的には、直接的な反響の数が 3 件と限られていたことから、CM 内容に改善の余地があると考えられます。

## 4. 今後の展開

### ①地域協力型空き家管理サポートの展開

**財政支援策の充実と情報普及活動の強化。**補助金、低利融資制度、税制優遇措置等の情報を普及させ、所有者が空き家の利活用を進めやすくします。

### ②相続 DM の実施

**相続登記義務化への啓蒙活動。**義務化の情報を広め、所有権変更の迅速な情報収集に努めます。

### ③「空き家の利活用及び管理」促進看板の設置

**看板の設置場所と数の最大化。**反響を増やすため、設置場所と看板の数を見直し、効果的なエリアに焦点を当てます。

### ④地元ケーブルテレビでの CM 放送

**CM 内容の見直し。**視聴者の直接的な行動を促すために、「空き家相談会」の開催告知を CM 内容に組み込みます。具体的な日時と場所を明記し、空き家所有者や関心のある地域住民を参加へと促します。

■事業主体概要・担当者名			
設立時期	2017年10月		
代表者名	前田 裕輔		
連絡先担当者名	同上		
連絡先	住所	〒519-5322	三重県南牟婁郡御浜町上野 26 御浜ローカルラボ
	電話	05979-9-1654	
	メール	info@kokoterrace.com	
ホームページ	<a href="https://kokoterrace.com">https://kokoterrace.com</a>		

※事業に関してご質問等がある場合は、上記連絡先にご連絡ください。