『空き家バンク』を活用した移住・交流促進

調査研究報告書

平成２２年３月

財団法人　地域活性化センター

はじめに

我が国は、現在、国・地方とも財政状況の悪化、少子高齢化及び人口減少の急速な進展、長引く景気の低迷など、極めて厳しい状況に直面しています。しかし、一方で、大量退職時代を迎えた団塊の世代をはじめとして、環境に恵まれた地方への移住または地方との交流を希望する方々も増えています。

このような中で、地方公共団体では、人口減少社会における地域の振興に資するため、移住・交流の促進に向けた様々な取組が広がっています。そのための方策の一つとして、最近「空き家バンク」が注目されています。空き家バンクとは、収集した空き家物件情報を地方公共団体のホームページ上等で提供するための仕組みのことです。しかし、現在の空き家バンクの運営については、物件の登録件数の伸び悩み、需要と供給のミスマッチ等の様々な課題もあるようです。

こうした状況を踏まえ、(財)地域活性化センターは、この度「空き家バンクを活用した移住・交流の促進」をテーマとする調査研究を行いました。これは、移住・交流希望者向け住宅情報の提供形態の一つである空き家バンクについて全国の取組の実態等を把握するとともに、移住・交流の促進に資する効果的な空き家バンクのあり方について検討することをねらいとするものです。

本報告書では、まず全国の空き家バンクの現状と課題を明らかにするため、都道府県及び市区町村の実態アンケート調査の結果をまとめています。次に、先進的な空き家バンクの取組を紹介するため、アンケート調査をもとに抽出した移住の実績のある６つの地域の空き家バンクの現地調査の結果を記述しています。さらに、移住・交流希望者向け物件等に特化して情報提供・仲介等を行っている民間企業の取組から今後の取組への示唆を得るため、ヒアリングによる事例調査の結果をまとめています。加えて、移住・交流に関心のある都市住民の方々のニーズを把握するため、首都圏でのインターネットアンケートの結果をまとめています。最後に、以上の結果を踏まえ、移住・交流の促進に資する効果的な空き家バンクのあり方の検討の結果を載せています。

この調査研究を進めるにあたりましては、地方公共団体に対するアンケート調査の実施・分析、民間事業者に対するヒアリングの実施及びインターネットアンケート調査の実施・分析について株式会社日本総合研究所の協力を得ました。また、地方公共団体に対するアンケート調査の調査票の設計及び現地調査の実施に際しては、移住・交流推進機構（ＪＯＩＮ）の協力を得ました。

本報告書が、地方公共団体の方々をはじめ、関係者の皆様の参考になり、一層の移住・交流の促進につながれば幸いに存じます。

最後になりましたが、本報告書の作成にあたりましてご協力いただきました皆様方に厚く御礼を申し上げます。

平成２２年３月

財団法人地域活性化センター

理事長　石田直裕

目　次

序章　調査研究の目的及び方法並びに結果概要 1
　1．調査研究の目的 1
　2．調査研究の方法 2
　3．調査研究の結果の概要 3

第１章　全国の地方公共団体への実態アンケート調査 6
　1．調査概要 6
　2．集計・分析 12

第２章　先進的な空き家バンクの現地調査 45
　1．現地調査先及びその選定理由 45
　2．各地域の調査結果 48
　3．まとめ 85

第３章　民間企業の事例調査 89
　1．事例調査先の概要 89
　2．調査結果の概要 89

第４章　都市住民のニーズ調査 91
　1．調査概要 91
　2．集計・分析 95

第５章　効果的な空き家バンクのあり方 106

序章　調査研究の目的及び方法並びに結果概要

１．調査研究の目的

財政状況の悪化、進行する少子高齢化及び人口の減少、長引く景気低迷など、地方を取り巻く環境は一層厳しくなっている。こうした中で、個性豊かで活力に満ちた地域社会を実現するには、自らの創意工夫を凝らした地域活性化施策を進めていくことが必要になる。

そうした地域活性化施策の一つとして、地方公共団体では、人口減少社会における地域の振興に資するため、様々な移住・交流促進施策の取組が広がっている。これについては、大量退職時代を迎えた団塊の世代をはじめとして、地方への移住希望者及び地方との交流希望者が増えていることが背景にある。

この移住・交流促進施策を進める地方公共団体の中には、移住・交流希望者の住宅確保の支援等のため、その区域内に所在する空き家等の住宅に関する情報を収集し、提供しているところが増加している。具体的には、いわゆる「空き家バンク」を構築し、物件情報を提供するところが増えつつある。空き家バンクとは、一言でいえば、収集した空き家物件情報を地方公共団体のホームページ上等で提供するための仕組みのことをいう。後述の地方公共団体を対象とする実態アンケート調査では、これを行政が地元住民から住宅の空き室・空き家に関する情報提供等を受けるなど、移住・交流者向けの物件情報を収集・蓄積し、ウェブサイト等でそれらの物件情報を公開するとともに、必要に応じて仲介支援を行うことにより、移住・交流者及び希望者の円滑な住宅確保を支援するものと定義している。ここでいう行政には、第３セクターまたは他の地方公共団体との連携によるものを含んでいる。また、地元住民とは、地元の土地・建物所有者等のことをいう。さらに、仲介支援とは、媒介業務を担う不動産業者との連絡・調整等のことをいう。

こうした空き家バンクの普及が進む一方で、実際の空き家バンクの運営においては、登録物件数の伸び悩み、移住・交流希望者が求める住宅情報と空き家バンクが提供する住宅情報のミスマッチ等の課題も見受けられる。その結果、空き家バンクを開設する地方公共団体の中には、それを必ずしも移住・交流者の増加等の効果に結びつけられていない現状も散見される。

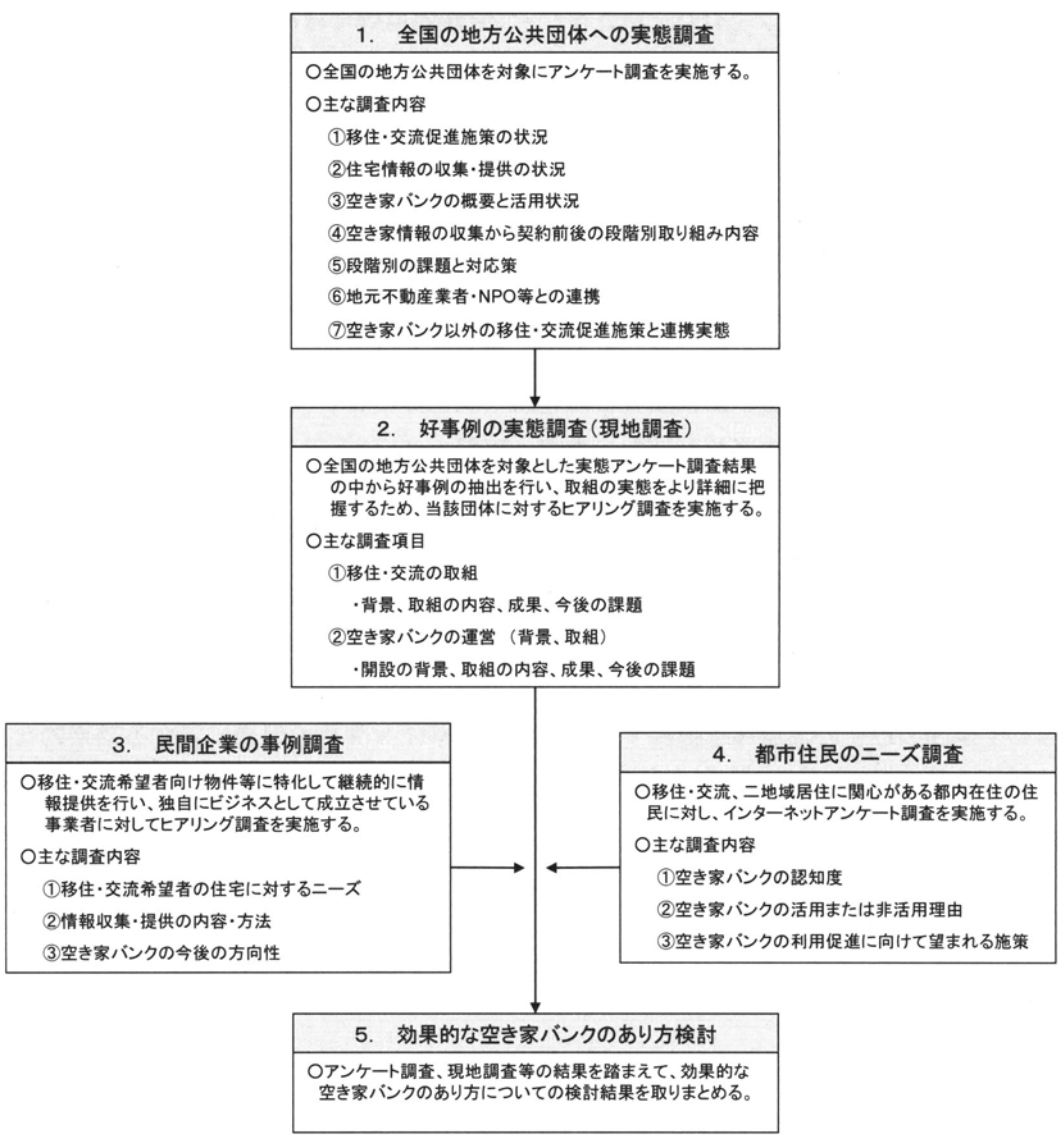
この調査研究は、移住・交流希望者向け住宅情報の提供形態の一つである空き家バンクについて全国の取組の実態等を把握するとともに、移住・交流の促進に資する効果的な空き家バンクのあり方について検討することをねらいとするものである。

2．調査研究の方法

調査研究の方法については、下図の流れのとおりである。まず全国の空き家バンクの現状と課題を明らかにするため、地方公共団体を対象に空き家バンクについての実態アンケート調査を行い、全国的な取組の進捗状況、取組の内容、抱えている課題等を広範囲に把握した。次に、先進的な空き家バンクの取組を紹介するため、実体アンケート調査に回答した地方公共団体の中からその事例を抽出し、取組の実態をより詳細に把握するヒアリング調査を実施した。また、民間企業の中には移住・交流希望者向け物件等に特化して情報提供を行い、独自にビジネスとして成立させている企業もあり、その取組から今後の空き家バンクの取組への示唆を得るため、ヒアリングによる事例調査を行った。

こうした空き家バンクの運営者側の視点による調査に加え、移住・交流に関心のある都市住民の方々のニーズを把握するため、空き家バンクの利用者側の視点による調査として首都圏の都市住民を対象とするニーズ調査も実施した。

最後に、以上の基礎調査の結果をもとに、移住・交流の促進に資する効果的な空き家バンクのあり方について検討し、その結果を記述している。



3．調査研究の結果の概要

（1）基礎調査の結果の概要

この調査研究では、空き家バンクについて全国の取組の実態等を把握するため、様々な視点から基礎調査を行った。その結果の概要は、以下のとおりである。

基礎調査１　全国の地方公共団体への実態アンケート調査

全国の空き家バンクの現状と課題を明らかにするため、都道府県及び市町村（特別区を含む。以下同じ。）を対象に、移住・交流促進施策への取組状況、空き家バンクの開設の有無、具体的な取組内容、課題等についての実態を把握した。ここでいう空き家バンクとは、行政が地元住民から住宅の空き室・空き家に関する情報提供等を受けるなど、移住・交流者向けの物件情報を収集・蓄積し、ウェブサイト等でそれらの物件情報を公開するとともに、必要に応じて仲介支援を行うことにより、移住・交流者及び希望者の円滑な住宅確保を支援するものをいう。主要な調査結果は、次のとおりである。

○　回答のあった地方公共団体のうち移住・交流促進施策を実施している割合は、市町村で39.3%、都道府県で87.5%である。
○　移住・交流促進施策を実施している地方公共団体の中で空き家バンクを実施している割合は、市町村で54.4%、都道府県で25.7%である。
○　空き家バンクへの物件登録件数は、10件未満が6割以上を占める（平成21年8月現在）。
○　空き家バンクでの累計成約件数は、10件未満が7割弱を占める（市町村運営の場合）。

基礎調査２　先進的な空き家バンクの現地調査

先進的な空き家バンクの取組を紹介するため、全国の地方公共団体への実態アンケート調査をもとに抽出した移住・交流の実績のある６つの地域の空き家バンクを対象にその運営主体等の現地調査を行い、それぞれの取組の実態をより詳細に把握した。６つの地域とは、岩手県遠野市、茨城県県北地域、山梨県山梨市、広島県呉市、島根県江津市及び島根県雲南市をいう。ここでは、これらの各地域の空き家バンクの取組の内容について下記の６つの項目ごとに記述した。

①空き家情報の収集：地域内の物件掘り起こし・空き家バンクへの登録促進
②空き家物件の情報発信：空き家バンクの認知度向上
③空き家バンクの掲載情報：住宅の状況、物件所在地、周辺情報等の掲載
④物件と希望者のマッチング：希望者への柔軟かつきめ細やかな対応
⑤契約手続き：円滑な契約手続きの実施支援
⑥契約後のフォロー：移住者と地域住民との交流促進・地域への溶け込みの円滑化

基礎調査３　民間企業の事例調査

移住・交流希望者向け物件等に特化し、ビジネスとして継続的に情報提供等を行っている民間企業の取組から今後の空き家バンクの取組への示唆を得るため、ヒアリングによる事例調査を行った。そして、その結果を地方公共団体等が運営する空き家バンクの今後のあり方に対する４つの示唆として取りまとめた。

○　空き家の物件化を促す取組が求められている。
○　未使用の空き家は「眠っている宝」という認識の下、有効活用策を検討する。
○　提供する物件情報は、「不動産情報」から「生活情報」に高めることが求められる。
○　空き家対策には、集落での生活やコミュニティの維持・課題解決の視点も求められる。

基礎調査４　都市住民のニーズ調査

移住・交流に関心のある都市住民の方々のニーズを把握するため、東京都在住の都市住民の方々を対象に、インターネットアンケートによる調査を行った。これにより、空き家バンクの認知度、空き家バンクの活用または非活用の理由、空き家バンクの活用促進に向けた要望等を把握した。主要な調査結果は、次のとおりである。

○　移住・二地域居住に関心のある人のうち空き家バンクを認知している人は、２割弱である。
○　空き家バンクは、移住・二地域居住をテーマとした新聞記事・雑誌・書籍等、自治体のホームページ、それ以外の移住・二地域居住をテーマとしたホームページ等を通じて認知されている。
○　空き家バンクを活用する主な理由は、自治体等の公的機関が運営することに対する信頼性、様々な情報を一元的に入手可能であるという利便性があげられる。
○　空き家バンクに望まれる施策・サービスは、物件情報の内容の充実、物件の位置を図示したマップの提供、地域のルールや慣習（決まりごと）の十分な説明の３点が多い。

（２）効果的な空き家バンクのあり方

上記の基礎調査の結果をもとに、この調査研究では、移住・交流の促進に資する効果的な空き家バンクのあり方について検討を行った。検討結果のポイントは、以下のとおりである。

①　空き家バンクに対する認知度の向上

都市住民のニーズ調査の結果を見ると、都市部在住の移住・二地域居住に関心のある人の間で空き家バンクの認知度は低く、移住・二地域居住のための物件をインターネット等で探した経験のある人の間でも、大半の人が空き家バンクを認知していない。移住・交流の促進に資するためには、今後空き家バンクが物件情報収集の有効な手段として多くの人に認知されるよう、効果的な情報発信を行うことが求められる。

② 空き家バンクを支える取組の充実

移住・交流の促進に資するには、空き家バンクが活用されることが必要であり、このためには、空き家バンクに登録・掲載される内容の充実はもちろん、それを支える取組の充実が必要である。そこで、物件情報の収集から移住後のフォローまでのそれぞれの段階において、空き家バンクを支えるきめ細かな対応が求められる。

③ 空き家バンクと他の関連施策との連携

移住・交流の促進に資する成果をあげるには、空き家バンクの登録物件の確保、移住希望者の移住後の仕事への配慮等が必要である。このため、空き家バンクと他の関連行政施策との連携を図ることが求められる。

④ 空き家バンクの運営主体と関係機関との連携

移住・交流の促進に資するよう空き家バンクを円滑かつ効果的に運営していくためには、宅地建物取引業協会、観光協会等の事業者団体、移住・交流を目的として活動しているＮＰＯ、近隣の市町村等との連携を図ることも求められる。

⑤ 空き家バンクに関する庁内の実施体制の充実

地方公共団体に対する実態アンケート調査の結果を見ると、空き家バンクの開設後の累計成約件数は、移住希望者に対するきめ細かい対応や地域住民の受入意識の醸成といった取組を行っている団体ほど多くなる傾向にある。一方で、このような取組を実施することができている地方公共団体は、総じて内部の実施体制が充実しているという傾向にある。また、前述のとおり移住・交流の促進に資する成果をあげるには、空き家バンクと他の関連施策との連携も必要である。

そこで、空き家バンクについては、行政内部の実施体制の充実を図ること、そのために各施策を所管する部署同士が連携を取りやすい体制を構築することも求められる。

第１章　全国の地方公共団体への実態アンケート調査

この調査研究では、まず全国の空き家バンクの現状と課題を明らかにするため、都道府県及び市町村に対して実態アンケート調査を行い、移住・交流促進施策の実施状況のほか、空き家バンクの開設の有無、その具体的な取組内容、課題等についての実態を把握した。

１．調査概要

（１）実施概要

この実態アンケート調査は、全国の地方公共団体（平成 21 年 9 月 1 日時点の 47 都道府県、1,799 市町村）を対象に実施した。実施概要は、次のとおりである。

調査対象	全国の地方公共団体（47 都道府県、1,799 市町村） ※平成 21 年 9 月 1 日時点の地方公共団体
調査期間	平成 21 年 9 月 1 日～9 月 29 日
配布・回収	【移住・交流推進機構（JOIN）の会員の場合】 調査票を電子メールにより送付及び回収 【移住・交流推進機構（JOIN）の会員でない場合】 調査票を郵便により送付及び回収
送付・回収数	【送付数】　1.846 件　（都道府県 47、市町村 1,799） 【回収数】　1,184 件　（都道府県 40、市町村 1,144） 【回収率】　64.1%　（都道府県 85.1%、市町村 63.6%）
調査事項	調査事項は、以下のとおりⅠ～Ⅲの計 3 ブロックで計 20 項目である。 Ⅰ　移住・交流の促進に関する現在の実施状況 問 1　移住・交流促進施策の実施状況 問 2　移住・交流促進施策の開始時期 問 3　移住・交流促進施策の検討体制・実施体制 問 4　移住・交流促進施策として現在実施している具体的内容 問 5　移住・交流促進施策の効果・実績 問 6　移住・交流促進施策の今後の実施方針 Ⅱ　「空き家バンク」の実施状況 問 7　空き家バンクの現在の実施状況及び今後の実施方針 問 8　空き家バンクの運営主体 Ⅲ　「空き家バンク」の具体的な取り組み内容 【A】空き家バンクの概要に関する事項 問 9　空き家バンクの名称 問 10　空き家バンクの開始時期 問 11　空き家バンクでの取り扱い物件

	問 12　空き家バンクの活用実績 （登録実績、問い合わせ・相談実績、成約実績） 問 13　空き家バンクを通じた物件成約者の傾向 【B】物件情報の収集に関する事項 問 14　空き家バンクに登録する物件の収集方法 問 15　空き家バンクに登録するか否かに関する事前審査 【C】物件情報の提供に関する事項 問 16　空き家バンクの物件情報の提供相手（ターゲット） 問 17　空き家バンクに登録されている物件情報の提供方法 問 18　空き家バンクで情報提供している具体的内容 【D】空き家バンクの運営に関する事項 問 19　空き家バンクの運営における課題（段階別） 問 20　空き家バンクの利用促進に向けた取り組み内容

（2）調査結果のまとめ

今回行った全国の地方公共団体に対する実態アンケート調査結果をまとめると、次のとおりである。

ア　移住・交流促進について

移住・交流促進施策とは、次のような施策をいう。それは、他地域での移住交流説明会・相談会等の実施、ＰＲパンフレット・ポスター等の媒体の作成、移住・交流体験プログラムの実施、地元住民による移住交流サポーター・推進員の設置、「空き家バンク」を活用した移住・交流希望者の住宅確保支援等である。こうした移住・交流促進施策の取組状況は、次のとおりである。

施策の実施状況	○ 移住・交流促進施策については、回答した地方公共団体のうち市町村では 39.3%が実施し、都道府県では 87.5%が実施している。
施策の開始時期	○ 開始時期については、市町村及び都道府県のいずれも、2005 年以降の開始が約 7 割（市町村 70.2%、都道府県 71.4%）を占めている。
施策の実施体制	○ 行政内部の推進体制については、市町村では、担当職員（兼任）を配置する割合が 85.3%で最も多く、専門部署を設置する割合は 7.3%である。都道府県では、専門部署を設置する割合が市町村より多く、25.7%である。 ○ 行政以外の主体との協議会については、市町村では 40.0%が設置または参加し、都道府県では 62.9%が設置または参加している。設置または参加の時期は、移住・交流促進施策の開始時期と同様 2005 年以降が大半を占めている。

具体的取組内容	○ PR 及び情報発信の取組では、ウェブサイトの設置は、市町村及び都道府県とも実施割合が高い。しかし、説明会・セミナー等の実施、パンフレット・ポスター等の媒体の作成は、都道府県では実施割合が高いものの（9 割弱）、市町村では実施割合が低くなっている。 ○ その他の取組では、移住・交流の相談窓口及び案内人の設置が都道府県で進んでおり、都道府県では 80.0%が設置している。一方、市町村では 47.1%にとどまる。他方で、不動産情報提供（物件の紹介、不動産業者の紹介等）の実施は、都道府県よりも市町村の方が進んでいる（市町村 62.4%、都道府県 54.3%）。
施策の効果	○ 施策の効果として、「移住・交流者数が増加傾向にある」と回答した団体の割合は、市町村が 29.8%、都道府県が 51.4%である。
今後の実施方針	○ 今後について「積極的に実施していく方針」と回答した団体は、市町村が 44.2%、都道府県が 65.7%である。

イ　空き家バンクについて

（ア）空き家バンクの実施概要

「空き家バンク」とは、行政が地元住民から住宅の空き室・空き家に関する情報提供等を受けるなど、移住・交流者向けの物件情報を収集・蓄積し、ウェブサイト等でそれらの物件情報を公開するとともに、必要に応じて仲介支援を行うことにより、移住・交流者及び希望者の円滑な住宅確保を支援するものをいう。空き家バンクの実施の有無、運営主体、活動実績等の取組の概要については、以下のとおりである。

【A】空き家バンクの概要に関する事項	
実施状況	○ 移住・交流促進施策を実施している地方公共団体の中で現在空き家バンクを開設している割合は、市町村では 54.4%、都道府県では 25.7%である。市町村については、今後実施する計画のある団体が 13.8%である。
運営主体	○ 運営主体は、市町村では 87.3%が単独実施である。一方、都道府県では単独実施は 22.2%にとどまり、市町村等との連携による実施が 33.3%を占める。
名称	○ 名称は、「空き家バンク（制度）」、「空き家情報バンク（制度）」及び「空き家情報登録制度」が多い。また、地方公共団体名を冒頭に組み合わせる例も多い。
開設時期	○ 空き家バンクの開設時期は、市町村及び都道府県ともに 2005 年以降が大半を占める（市町村 85.7%、都道府県 66.7%）。
取扱物件	○ 土地については、市町村及び都道府県ともに 5 割強（市町村 55.5%、

	都道府県 55.6%）が賃貸及び売買の両方の形態で取り扱う一方で、「取扱無し」との回答もそれぞれ 3 割強（市町村 31.4%、都道府県 33.3%）を占める。 ○ 建物については、市町村及び都道府県ともに 9 割弱（市町村 86.5%、都道府県 88.9%）が賃貸及び売買の両方の形態で取扱っている。「取扱無し」との回答は、それぞれ 1 割未満（市町村 4.1%、都道府県 0%）である。	
活用実績	物件登録	○ 登録件数に対する空き家バンク担当者の実感としては、市町村及び都道府県ともに、「増加傾向」との回答は 2～3 割（市町村 25.3%、都道府県 22.2%）で、「横ばい」との回答が 5 割前後（市町村 49.8%、都道府県 55.6%）を占める。 ○ 平成 21 年 8 月現在での登録件数は、市町村では 10 件未満が 6 割以上を占める。
	問い合わせ・相談	○ 問い合わせ・相談件数に対する空き家バンク担当者の実感としては、市町村及び都道府県ともに、「増加傾向」との回答は 3～4 割前後（市町村 42.0%、都道府県 33.3%）を占める。 ○ 平成 20 年度中の問い合わせ・相談件数は、市町村では、1～10 件未満が 24.1%で最も多い。なお、市町村、都道府県ともに、「不明」との回答が多い（市町村 16.3%、都道府県 33.3%）。
	物件成約	○ 成約件数に対する空き家バンク担当者の実感としては、市町村では、「増加傾向」が 15.1%に留まり、「横ばい」が 56.7%で大半を占める。都道府県では、「増加傾向」が 33.3%を占める。 ○ 開設からの累計成約件数は、市町村では、10 件未満が 7 割弱を占める。
物件成約者の傾向	○ 平成 20 年度中の成約件数が 5 件以上の市町村における回答状況は、次のとおりである。 ・ 年齢層は、30 代と 60 代が多い。 ・ 家族構成は、「夫婦のみ」と「夫婦・単身＋子供」が多い。 ・ 世帯主の職業は、無職（定年退職者等）と会社員が多い。 ・ 移住前の前住地は、同一都道府県内が多い。 ・ 移住理由・目的は、「景色や自然環境のよりよい場所での生活のため」及び「仕事・起業のため」が多い。	

【B】物件情報の収集に関する事項		
物件収集方法	○ 市町村では、広報誌やホームページを活用した募集や地域の協力員等との連携を通じた収集が多い。 ○ 都道府県では、地元不動産業者との連携を通じた収集が多い。	
物件の審査	実施状況	○ 全件実施及び必要に応じて実施する場合も含め、市町村では、5割強、都道府県では、3割強が実施している。
	審査視点	○ 市町村及び都道府県ともに、安全性と快適性の視点から審査をしているという回答の割合が高い。
	判断材料	○ 市町村では、現地調査と物件所有者の申請書の両方に基づく審査が70.1%を占める。
	実施主体	○ 市町村では、行政による実施が 77.6%を占めている。宅建業協会による実施は11.2%である。
【C】物件情報の提供に関する事項		
物件情報の提供相手（ターゲット）	○ 年齢層は、市町村及び都道府県ともに、「特に設定していない」が大半を占める（市町村 71.0%、都道府県 88.9%）ものの、それを除くと、30代が最も多い（市町村 19.2%）。 ○ 家族構成は、市町村及び都道府県ともに、「特に設定していない」が大半を占める（市町村 69.0%、都道府県 77.8%）ものの、それを除くと、「夫婦・単身と子供」が最も多い（市町村 24.9%、都道府県 22.2%）。 ○ 居住地は、市町村及び都道府県ともに、「特に設定していない」が大半を占める（市町村 55.9%、都道府県 44.4%）ものの、それを除くと、「同一都道府県内」が最も多い（市町村 31.4%、都道府県 22.2%）。	
物件情報の提供方法	○ 物件情報の提供方法については、市町村及び都道府県ともに、ホームページでの一般公開及び依頼者への情報提供が多い（市町村 80.4%、都道府県 88.9%）。市町村では役所窓口での公開・閲覧も40.8%と多い。	
物件情報の具体的内容	○ 物件概要（物件の基礎的情報）については、市町村及び都道府県ともに多くの項目を提供している。 ○ 物件に関する補足情報としては、市町村及び都道府県ともに、補修の要否、問い合わせ連絡先（所有者、不動産業者）の掲載が多い。 ○ 周辺地域に関する情報としては、市町村及び都道府県ともに、交通機関に関する情報の掲載が多い（市町村 51.0%、都道府県 55.6%）。	
【D】空き家バンクの運営に関する事項		
運営上の課題	○ 情報の収集・登録の段階においては、市町村及び都道府県ともに、「空き家所有者が賃貸等に応じない」、「空き家の所在が不明で収集活動ができない」との課題が多い。 ○ 情報提供の段階においては、市町村及び都道府県ともに、「ホームペー	

	ジ等での物件情報の更新が十分ではない」との課題が多い（市町村20.8%、都道府県66.7%）。市町村では、「人員不足による問い合わせ・相談への迅速な対応ができない」という課題も17.6%と多い。
利用促進に向けた取組	○ 利用促進に向けた取組としては、市町村では、物件情報の内容充実、要望に沿ったお薦め物件の紹介の実施割合が高い。都道府県では、物件位置を地図に示したマップの提供、地域ルールや慣習の十分な説明の実施割合が高い。

（イ）空き家バンク運営の効果的な取組内容とその推進体制

空き家バンクの物件登録件数の増加及び物件成約件数の増加に向けた取組内容とその推進体制の関係については、以下の傾向にあることがうかがえる。

物件登録件数の増加	○ 過去数年間の物件登録件数の動向を見たとき、広報誌やホームページを活用して一般から広く募集する方法に加え、地元企業・団体との連携、地元地域の協力員との連携、職員による地元地域の巡回や所有者への問い合わせによる収集といった取組を行っている地方公共団体ほど、登録物件数は増加傾向にある。
物件成約件数の増加	○ 空き家バンクの開設後の累計物件成約件数を見たとき、次のような移住・交流希望者に対するきめ細かい取組のできる体制をとっている団体ほど、物件成約件数が多くなる傾向がある。それは、物件情報の内容の充実、お薦め物件の紹介、現地見学会・現地案内の開催、空き家所有者と移住・交流希望者の面会の実施、契約交渉時の職員の立会い・同席、移住・交流者と地域住民との交流機会の創出や地域行事への参加促進、地域のルール等の十分な説明、住宅関連費用の助成といった取組である。

2．集計・分析

（1）単純集計結果

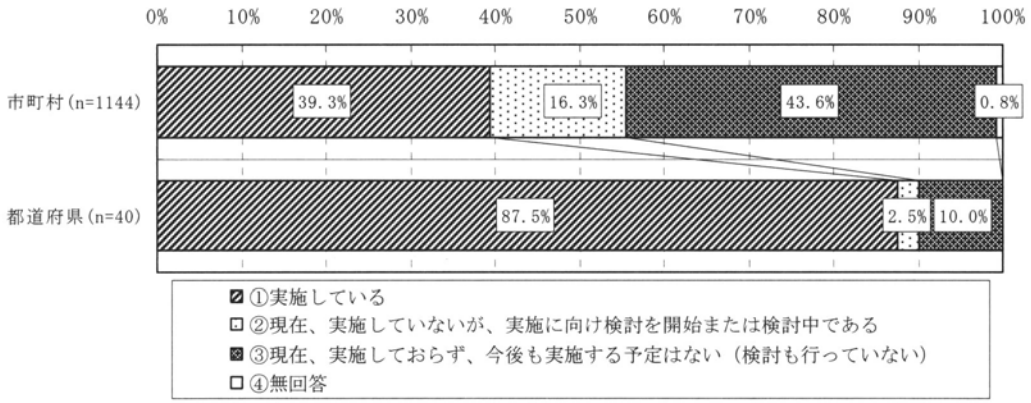
全国の地方公共団体への実態アンケート調査の設問ごとの単純集計結果については、以下のとおりである。

Ⅰ　移住・交流の促進に関する現在の実施状況について教えてください。

問１．　移住・交流促進施策の実施状況について、次の中からいずれか１つお答え下さい。

①～③（下記の図のとおり）

移住・交流促進施策については、都道府県では、「実施している」が 87.5%と最も多い。一方、市町村では、検討中・未検討も合わせ「実施していない」が 6 割弱であり、「実施している」は 39.3%と都道府県の割合と比べて少ない。

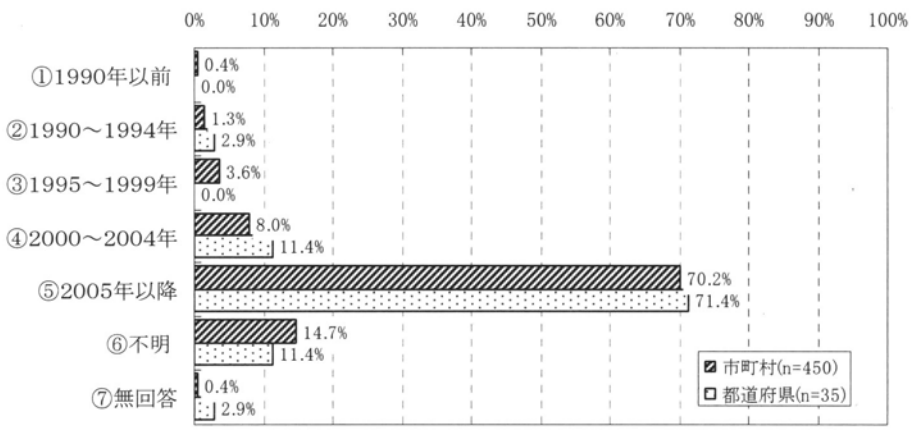


Ⅰ　移住・交流の促進に関する現在の実施状況について教えてください。

問２．　移住・交流促進施策の開始時期について、次の中からいずれか１つお答え下さい。

①西暦（　）年頃から開始　②不明

移住・交流促進施策の開始時期については、市町村、都道府県とも「2005 年以降」が約 7 割（市町村 70.2%、都道府県 71.4%）を占めており、最も多い。



Ⅰ　移住・交流の促進に関する現在の実施状況について教えてください。

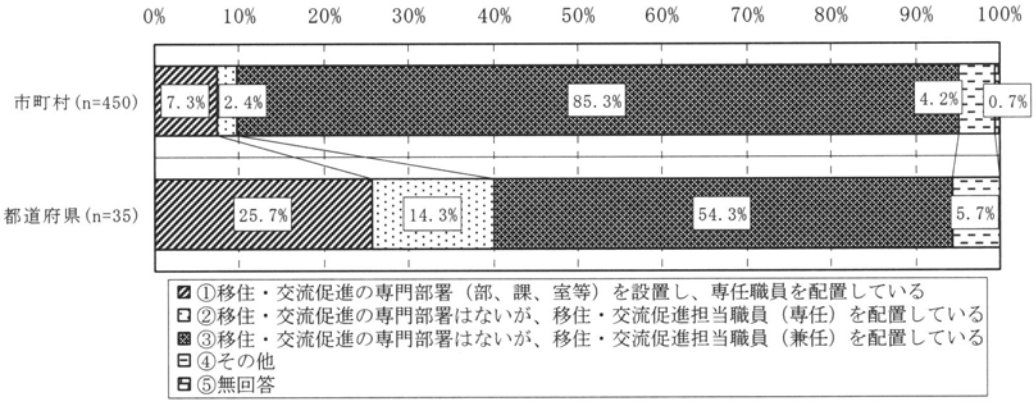
問３．移住・交流促進施策の検討体制・実施体制について教えて下さい。

（１）　行政内部の体制について、次の中からいずれか１つお答え下さい。

①～④（下記の図のとおり）

移住・交流促進施策を実施する地方公共団体の行政内部の体制については、市町村では、「移住・交流促進の専門部署はないが、移住・交流促進担当職員（兼任）を配置している」が、85.3%と大半を占めている。

また、都道府県では、「移住・交流促進の専門部署はないが、移住・交流促進担当職員（兼任）を配置している」という回答が 54.3%で最多である。「移住・交流促進の専門部署(部、課、室等)を設置し、選任職員を配置している」(市町村 7.3%、都道府県 25.7%)、「移住・交流促進の専門部署はないが、移住・交流促進担当職員（専任）を配置している」（市町村 2.4%、都道府県 14.3%）という回答は、市町村と比較すると割合が高い。



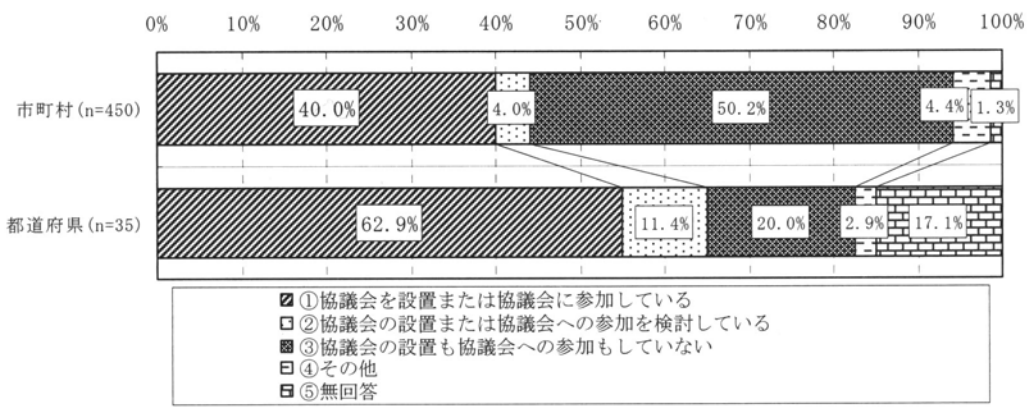
Ⅰ　移住・交流の促進に関する現在の実施状況について教えてください。

問３．移住・交流促進施策の検討体制・実施体制について教えて下さい。

（２）行政（他の自治体の参画も含む）や有識者、地元住民、民間企業、経済団体、NPO等が参画する協議会の設置または参加の状況について、次の中からいずれか１つお答え下さい。①～④（下記の図のとおり）

協議会については、市町村では、「協議会の設置も協議会への参加もしていない」が50.2%と最も多いが、「協議会を設置または協議会に参加している」も 40.0%である。

また、都道府県では、「協議会を設置または協議会に参加している」が 62.9%と最も多く、「協議会の設置も協議会への参加もしていない」は 20.0%である。

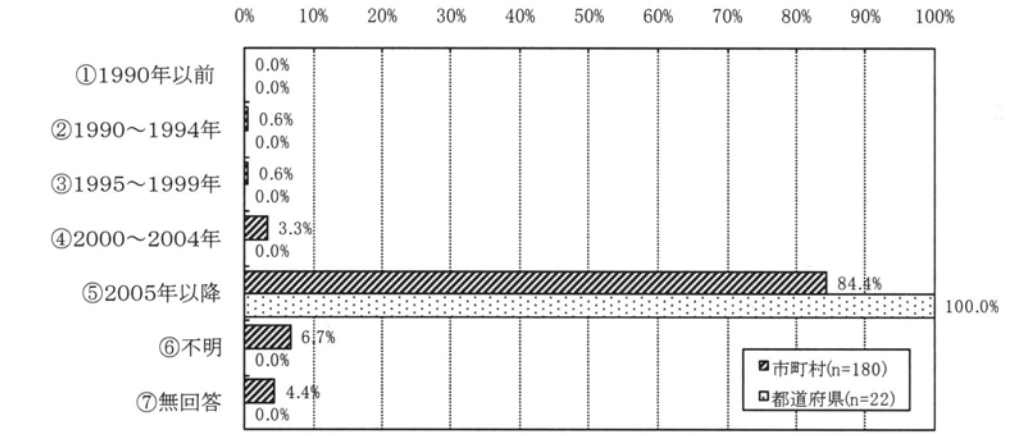


Ⅰ　移住・交流の促進に関する現在の実施状況について教えてください。

問３．移住・交流促進施策の検討体制・実施体制について教えて下さい。

（３）協議会の設置時期　　①西暦（　）年頃に設置　②不明

上記（２）で「協議会を設置または協議会に参加している」と回答した団体に対して、協議会の設置時期を質問したところ、「2005 年以降」の回答が、市町村では 84.4%、都道府県では 100%と共に多数を占めた。



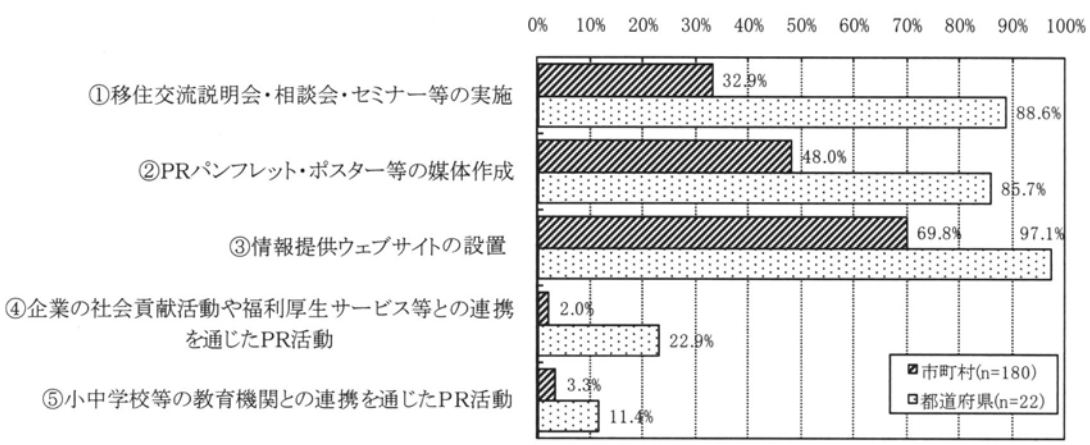
Ⅰ　移住・交流の促進に関する現在の実施状況について教えてください。

問４．移住・交流促進施策として現在実施している具体的内容をお答え下さい。

○他地域への PR・情報発信

移住･交流促進施策を実施する地方公共団体が現在実施している具体的内容を見ると、他地域への PR・情報発信については、市町村では、「情報提供ウェブサイトの設置」が 69.8%と最も実施の割合が高い。次いで、「PR パンフレット・ポスター等の媒体作成」が 48.0%、「移住交流説明会・相談会・セミナー等の実施」が 32.9%となっている。また、都道府県では、「情報提供ウェブサイトの設置」が 97.1%と最も実施の割合が高く、次いで、「移住交流説明会・相談会・セミナー等の実施」が 88.6%となっている。「PR パンフレット・ポスター等の媒体作成」も、85.7%と割合が高い。（複数回答なので、合計が 100%を超える。）

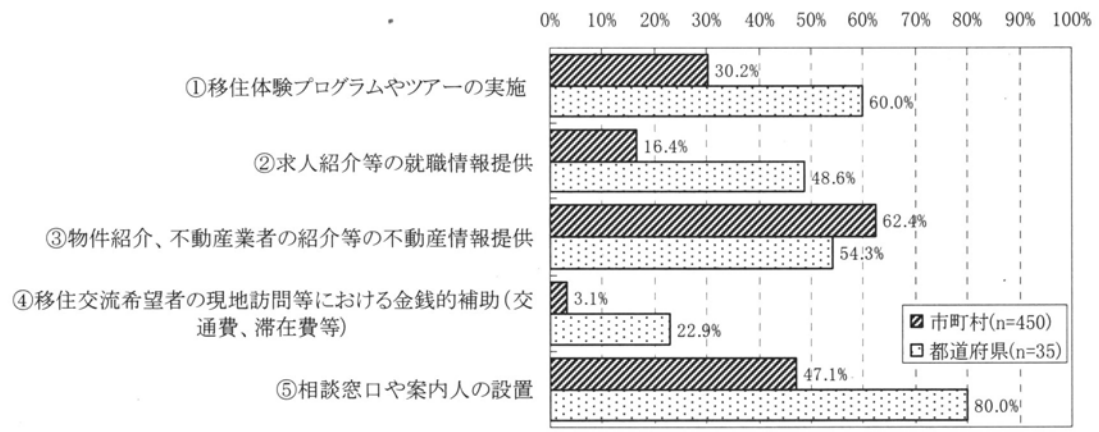
（複数回答）



○移住交流希望者と地元地域とのマッチングや各種支援サービス

移住交流希望者と地元地域とのマッチングや各種支援サービスについては、市町村では、「物件紹介、不動産業者の紹介等の不動産情報提供」が 62.4%と最も実施の割合が高く、次いで、「相談窓口や案内人の設置」が 47.1%と多い。また、都道府県では、「相談窓口や案内人の設置」は 80.0%が実施していると回答し、次いで、「移住体験プログラムやツアーの実施」が 60.0%、「物件紹介、不動産業者の紹介等の不動産情報提供」が 54.3%と実施の割合が高い。(複数回答なので、合計が 100%を超える。)

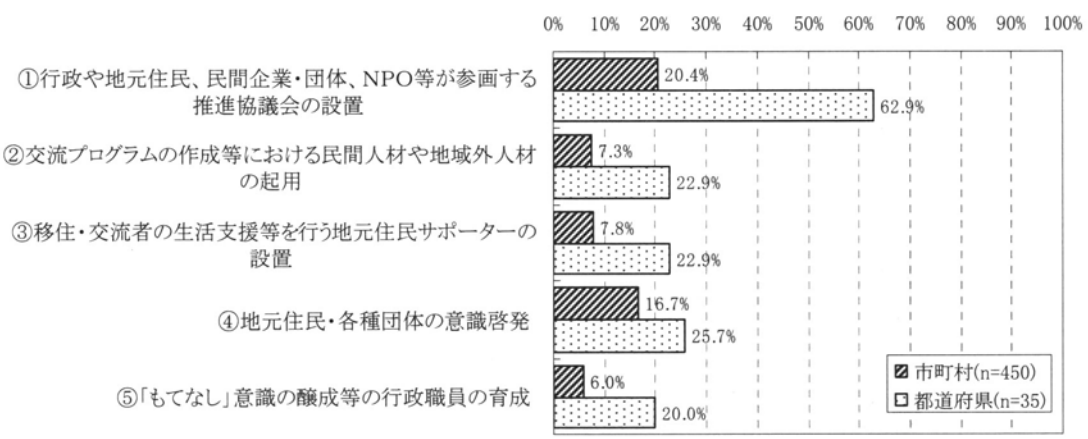
(複数回答)



○地元受け入れ体制の整備・強化(ソフト面)

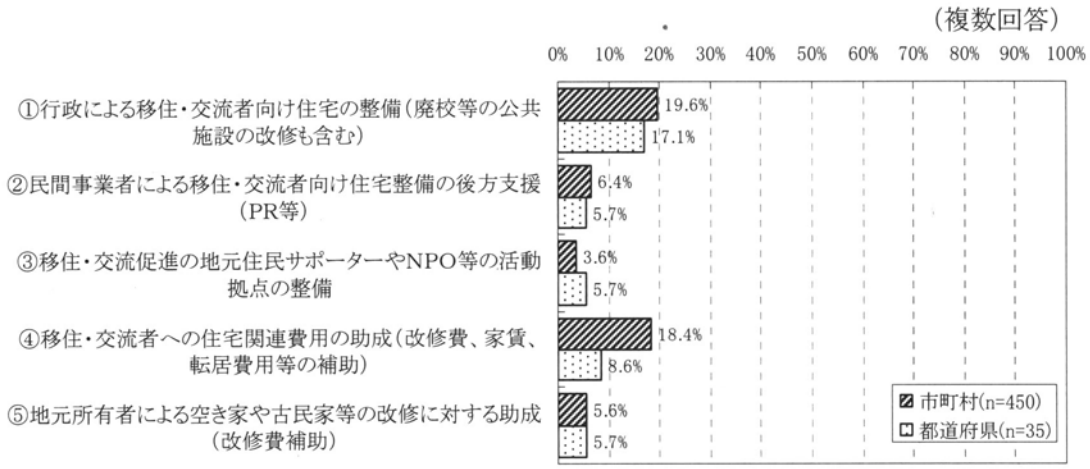
地元受け入れ体制のソフト面については、市町村では、「行政や地元住民、民間企業・団体、NPO 等が参画する推進協議会の設置」が 20.4%と最も実施の割合が高く、次いで、「地元住民・各種団体の意識啓発」が 16.7%と多い。また、都道府県では、「行政や地元住民、民間企業・団体、NPO 等が参画する推進協議会の設置」が 62.9%と最も実施の割合が高い。その他の施策に関しては、実施割合がどれも 2 割程度である。(複数回答なので、合計が 100%を超える。)

(複数回答)



○地元受け入れ体制の整備・強化（ハード面）

地元受け入れ体制のハード面については、市町村では、「行政による移住・交流者向け住宅の整備（廃校等の公共施設の改修も含む）」が 19.6%と最も実施の割合が高く、次いで、「移住・交流者への住宅関連費用の助成（改修費、家賃、転居費用等の補助）」が 18.4%と多い。また、都道府県では、「行政による移住・交流者向け住宅の整備（廃校等の公共施設の改修も含む）」が 17.1%と最も実施の割合が高い。その他の施策の実施の割合は、どれも１割未満であり、市町村と比較して全体的に実施の割合が低い結果になっている。



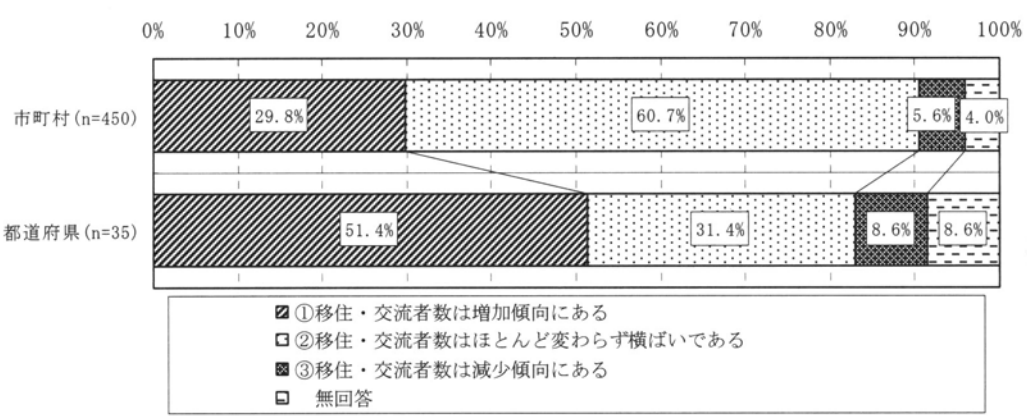
Ⅰ　移住・交流の促進に関する現在の実施状況について教えてください。

問５．移住・交流促進施策の効果・実績についてお教え下さい。過去数年間の移住・交流者数の動向について、どのような実感をお持ちでしょうか。次の中からいずれか１つお答え下さい。　①～③（下記の図のとおり）

移住・交流促進施策の効果・実績については、市町村では、「移住・交流者数はほとんど変わらず横ばいである」の回答が 60.7%と最も多く、次いで、「移住・交流者数は増加傾向にある」が 29.8%と多い。

また、都道府県では、「移住・交流者数は増加傾向にある」が 51.4%と最も多く、次いで、「移住・交流者数はほとんど変わらず横ばいである」が 31.4%と多い。

なお、市町村、都道府県ともに、「移住・交流者は減少傾向にある」という回答は、1割未満（市町村 5.6%、都道府県 8.6%）と少ない。



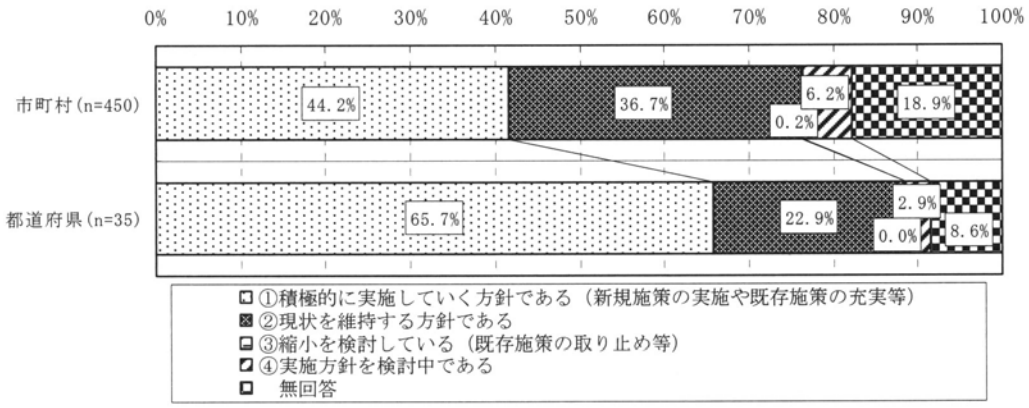
Ⅰ　移住・交流の促進に関する現在の実施状況について教えてください。

問６．移住・交流促進施策の今後の実施方針について、次の中からいずれか１つお答え下さい。　　①～④（下記の図のとおり）

移住･交流促進施策を実施する地方公共団体においては､今後の実施方針については､市町村では､｢積極的に実施していく方針である（新規施策の実施や既存施策の充実等)｣が 44.2%と最も多く、次いで、｢現状を維持する方針である｣が 36.7% と多い。

また、都道府県では､｢積極的に実施していく方針である（新規施策の実施や既存施策の充実等)｣が 65.7%と最も多く、次いで、｢現状を維持する方針である｣が 22.9% と多い。

なお、市町村及び都道府県ともに､｢縮小を検討している（既存施策の取り止め等)｣の回答は少ない（市町村 0.2%、都道府県 0%)。

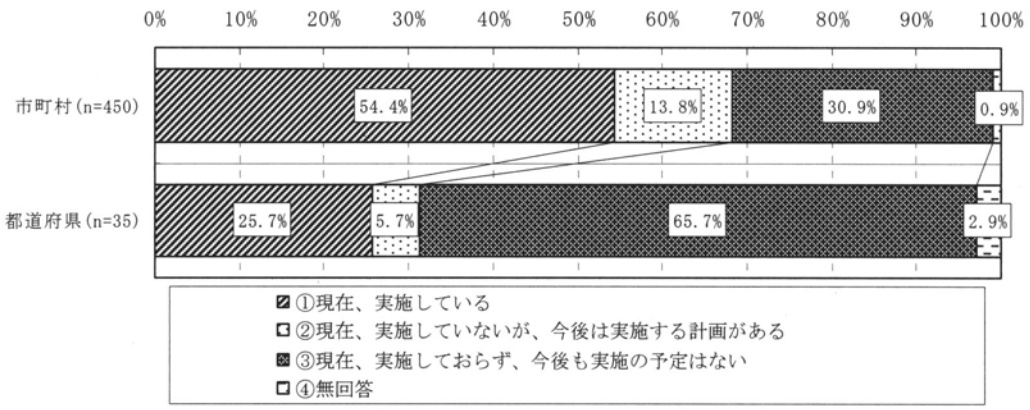


Ⅱ　移住・交流希望者の円滑な住宅確保を支援するために実施されている「空き家バンク」について、貴自治体での実施状況についてお教え下さい。

問７．空き家バンクの現在の実施状況及び今後の実施方針について、次の中からいずれか１つお答え下さい。なお、実施主体（事業主体）は、行政（第３セクターや他の自治体との連携も含む）を想定しています。　①～③（下記の図のとおり）

現在、移住・交流促進施策を実施している地方公共団体を見ると、空き家バンクについては、市町村では、「現在、実施している」が 54.4%と最も多く、「現在、実施していないが、今後は実施する計画がある」を合わせると、実施に対して前向きな回答が７割弱となった。

また、都道府県では、「現在、実施している」の回答は 25.7%にとどまり、「現在、実施しておらず、今後も実施の予定はない」が 65.7%と最も多い。



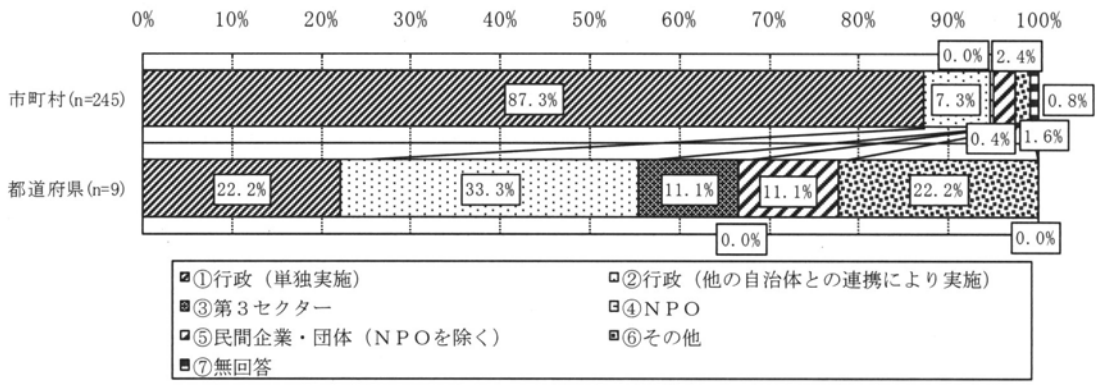
Ⅱ　移住・交流希望者の円滑な住宅確保を支援するために実施されている「空き家バンク」について、貴自治体での実施状況についてお教え下さい。

問８．空き家バンクの運営主体について、次のいずれか１つをお答え下さい。

①～⑥（下記の図のとおり）

空き家バンクの運営主体については、市町村では、「行政（単独実施）」が 87.3%と大半を占めた。「行政（他の自治体との連携により実施）」の 7.3%と合わせると、行政による実施が９割を超えている。

また、都道府県では、「行政（他の自治体との連携により実施）」が 33.3%と最も多く、「行政（単独実施）」の 22.2%と合わせると、行政による実施が５割を超えている。



Ⅲ　「空き家バンク」の具体的な取り組み内容についてお教え下さい。

【A】空き家バンクの概要に関する事項

問９．空き家バンクの名称についてお答え下さい。

空き家バンクの名称については、一部の団体で特徴的な名称も見受けられるが、「空き家バンク」、「空き家バンク制度」、「空き家情報バンク」、「空き家情報バンク制度」、「空き家情報登録制度」といった名称が付けられているものが多い。

また、「○○市空き家バンク」などのように、冒頭に運営主体である地方公共団体の名称を付しているものが多い。

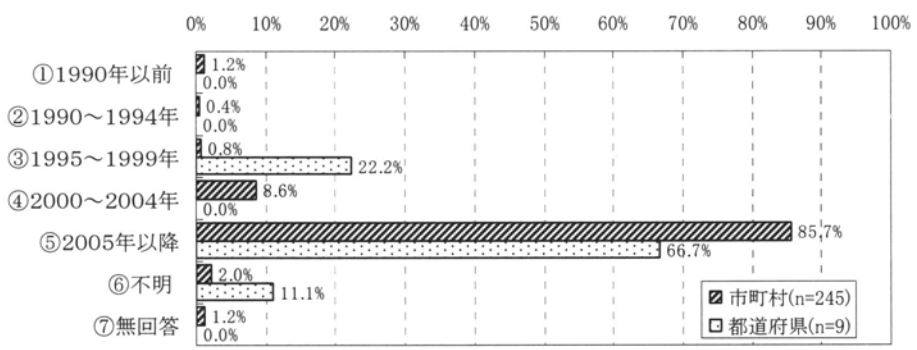
Ⅲ　「空き家バンク」の具体的な取り組み内容についてお教え下さい。

【A】空き家バンクの概要に関する事項

問１０．空き家バンクの開始時期について次の中からいずれか１つお答え下さい。

①西暦（　）年頃に開始　②不明

空き家バンクを開設している地方公共団体における当該空き家バンクの開始時期については、市町村では、「2005 年以降」が 85.7%を占め、最も多い。また、都道府県においても、「2005 年以降」が 66.7% と最も多い。



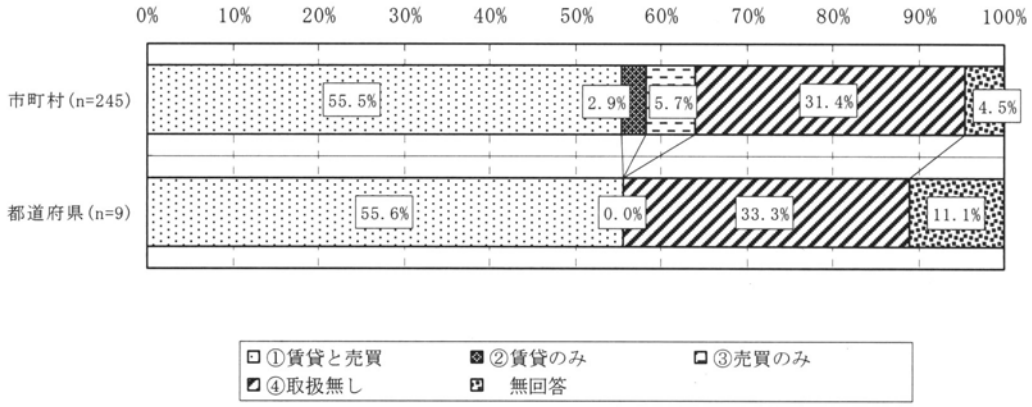
Ⅲ　「空き家バンク」の具体的な取り組み内容についてお教え下さい。

【A】空き家バンクの概要に関する事項

問１１．空き家バンクの登録物件に関して、土地、建物それぞれの取扱状況をいずれか１つお答え下さい。

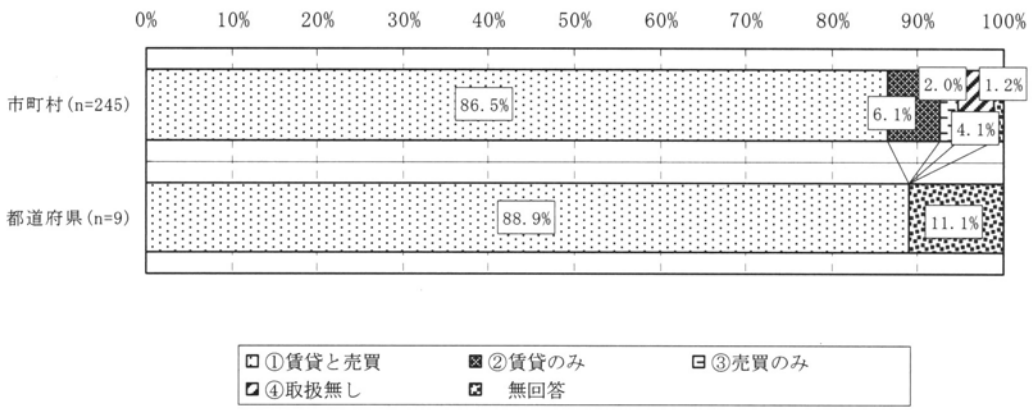
○土地

空き家バンクでの土地の取扱状況については、市町村では、「賃貸と売買」が 55.5%と最も多く、「賃貸のみ」の 2.9%、「売買のみ」の 5.7%と合わせると、6 割を超える市町村が土地を取扱っている結果となっている。一方、「取扱無し」の回答は 31.4%であった。また、都道府県では、「賃貸と売買」が 55.6%と最も多く、次いで、「取扱無し」が 33.3%と多い。



○建物

建物の取扱状況については、市町村では、「賃貸と売買」が 86.5%と最も多く、「賃貸のみ」の 6.1%、「売買のみ」の 2.0%と合わせると、9 割を超える市町村が建物を取扱っている結果となった。また、都道府県では、「賃貸と売買」が 88.9%となっている。



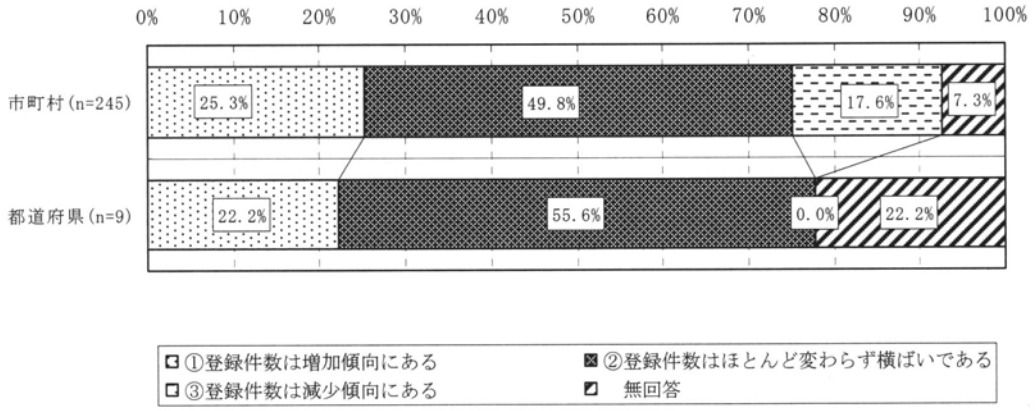
Ⅲ　「空き家バンク」の具体的な取り組み内容についてお教え下さい。

【A】空き家バンクの概要に関する事項

問１２．空き家バンクの活用実績についてお教え下さい。

（１）空き家バンクへの物件の登録件数の過去数年間の動向について、次の中からいずれか１つお答え下さい。　①～③（下記の図のとおり）

空き家バンクへの物件の登録件数については、市町村では、「登録件数はほとんど変わらず横ばいである」が 49.8%と最も多く、次いで、「登録件数が増加傾向にある」が 25.3%と多い。また、都道府県では、「登録件数はほとんど変らず横ばいである」が 55.6%と最も多い。



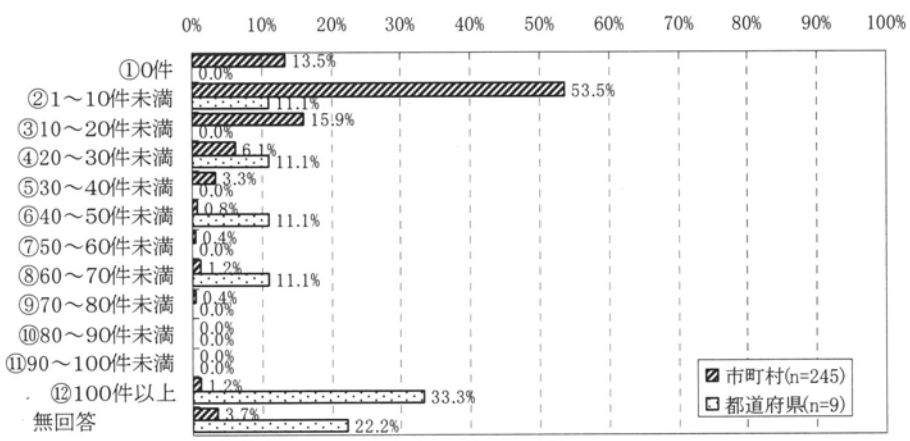
Ⅲ　「空き家バンク」の具体的な取り組み内容についてお教え下さい。

【A】空き家バンクの概要に関する事項

問１２．空き家バンクの活用実績についてお教え下さい。

（２）登録件数について、平成２１年８月現在の件数を分かる範囲でお答え下さい。物件数がゼロ件の場合は「０」とお書き下さい。

空き家バンクの登録件数については、賃貸向け及び売買向けの合計数を見ると、市町村では、「1～10 件未満」が 53.5%と最も多く、次いで、「10～20 件未満」が 15.9%、「0 件」が 13.5%と多い。また、都道府県では、「100 件以上」が 33.3%と最も多い。



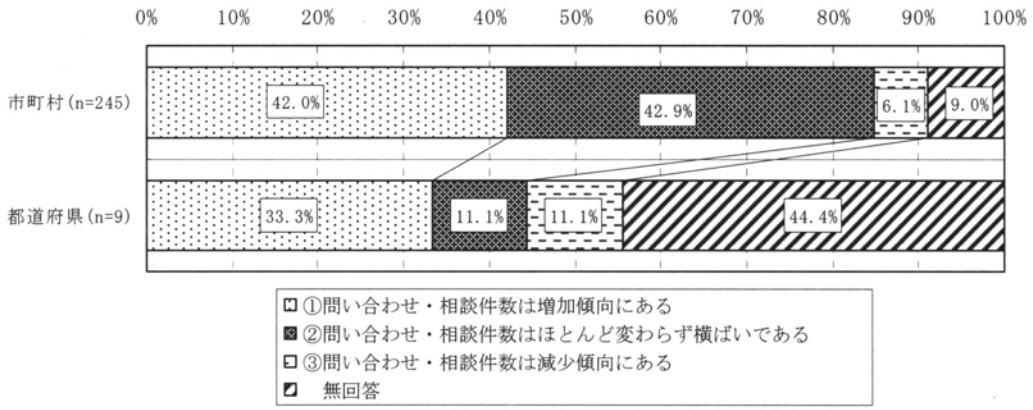
Ⅲ　「空き家バンク」の具体的な取り組み内容についてお教え下さい。

【A】空き家バンクの概要に関する事項

問１２．空き家バンクの活用実績についてお教え下さい。

（３）空き家バンクに登録された物件への問い合わせ・相談件数の過去数年間の動向について、次の中からいずれか１つお答え下さい。　①～③（下記の図のとおり）

問い合わせ・相談件数については、市町村では、「問い合わせ・相談件数はほとんど変わらず横ばいである」が 42.9%と最も多く、「問い合わせ・相談件数は増加傾向にある」も 42.0%と多い。また、都道府県では、「無回答」を除くと、「問い合わせ・相談件数は増加傾向にある」が 33.3%と最も多い。



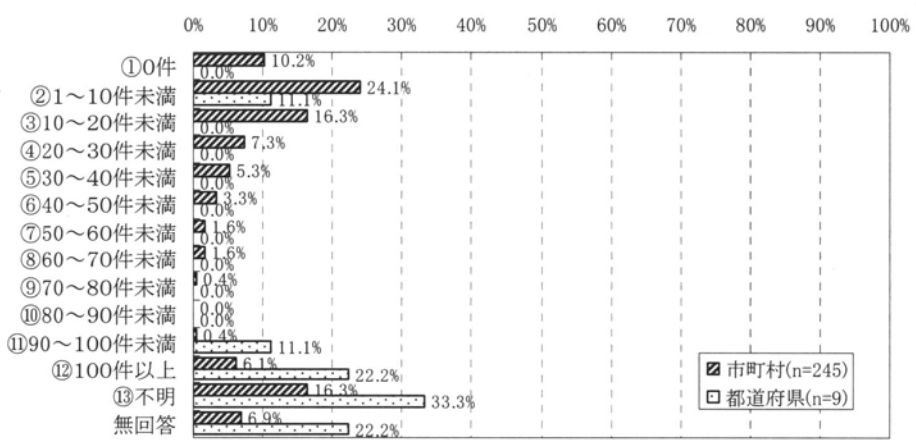
Ⅲ　「空き家バンク」の具体的な取り組み内容についてお教え下さい。

【A】空き家バンクの概要に関する事項

問１２．空き家バンクの活用実績についてお教え下さい。

（４）問い合わせ・相談件数について、平成２０年度中の件数を分かる範囲でお答え下さい。

空き家の賃貸及び売買に関する問い合わせ・相談件数の合計では、市町村では、「不明」の回答を除くと、「1～10 件未満」が 24.1%と最も多く、次いで、「10～20 件未満」が 16.3%、「0 件」が 10.2%と多い。また、都道府県では、「不明」の回答を除くと、「100 件以上」が 22.2%と多い。



Ⅲ　「空き家バンク」の具体的な取り組み内容についてお教え下さい。

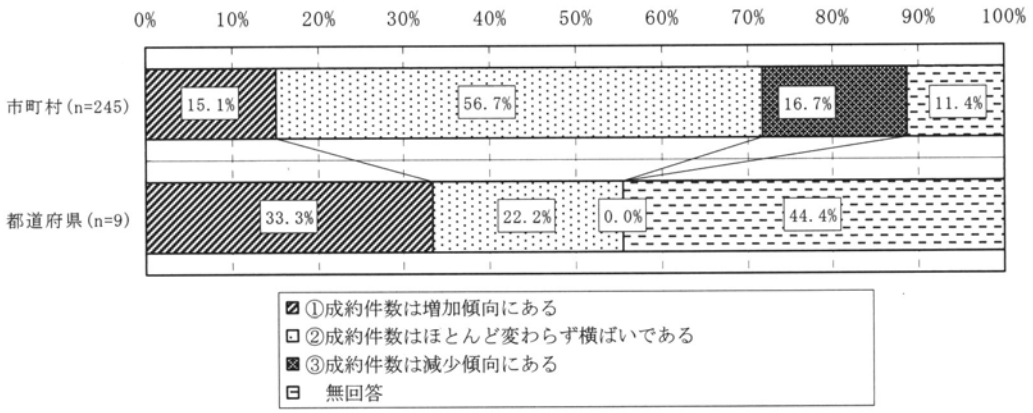
【A】空き家バンクの概要に関する事項

問１２．空き家バンクの活用実績についてお教え下さい。

（５）空き家バンクでの情報提供が端緒となって移住・交流希望者からの問い合わせ・相談等があり、その後、登録している当該物件の成約に至った件数の過去数年間の動向について、次の中からいずれか１つお答え下さい。　①～③（下記の図のとおり）

成約件数については、市町村では、「成約件数はほとんど変わらず横ばいである」が56.7%と最も多く、次いで、「成約件数は減少傾向にある」が 16.7%、「成約件数は増加傾向にある」が 15.1%となっている。

また、都道府県では、「無回答」を除くと、「成約件数は増加傾向にある」が 33.3%と最も多い。



Ⅲ　「空き家バンク」の具体的な取り組み内容についてお教え下さい。

【A】空き家バンクの概要に関する事項

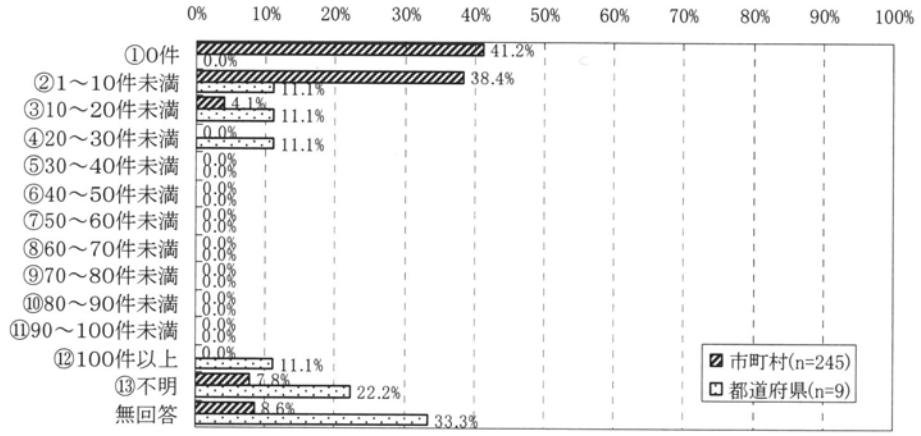
問１２．空き家バンクの活用実績についてお教え下さい。

（６）成約件数について、平成２０年度中の件数と空き家バンク開設からの累計件数を分かる範囲でお答え下さい。物件数がゼロ件の場合は「０」とお書き下さい。

○平成 20 年度中の成約件数

平成 20 年度中の成約件数（賃貸向け及び売買向けの合計）について尋ねたところ、市町村では、「不明」の回答を除くと、「0 件」が 41.2%と最も多く、次いで「1～10 件未満」が 38.4%と多い。

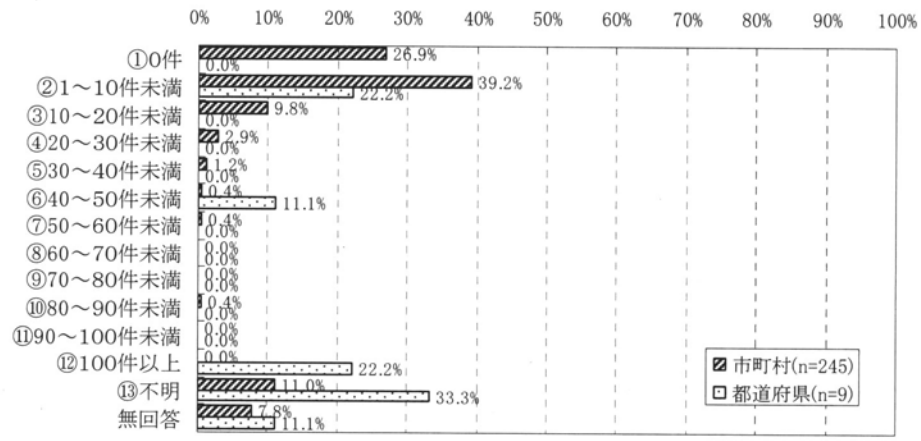
また、都道府県では、「不明」の回答を除くと、「1～10 件未満」、「10～20 件未満」、「20～30 件未満」、「100 件以上」がそれぞれ 11.1%であった。



○空き家バンク開設以来の累計

次に、空き家バンク開設以来の累計の成約件数（賃貸向け及び売買向けの合計）について尋ねたところ、市町村では、「不明」の回答を除くと、「1～10件未満」が39.2%と最も多く、次いで「0件」が26.9%、「10～20件未満」が9.8%と多い。

また、都道府県では、「不明」の回答を除くと、「1～10件未満」、「100件以上」がそれぞれ22.2%と多い。



Ⅲ　「空き家バンク」の具体的な取り組み内容についてお教え下さい。

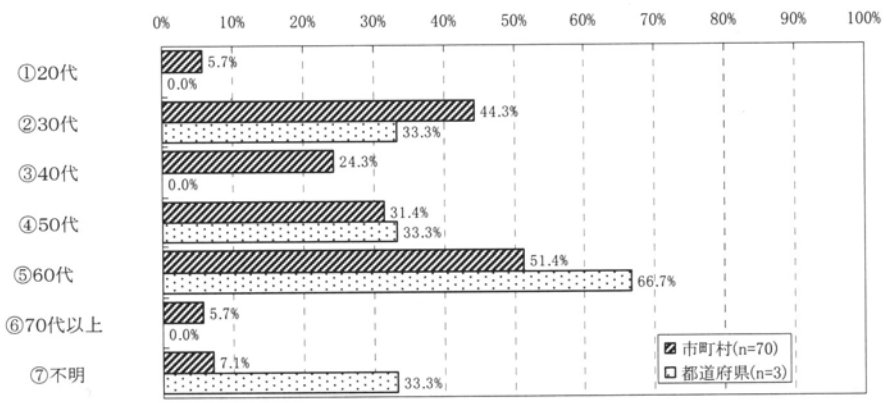
【A】空き家バンクの概要に関する事項

問１３．空き家バンクを通じて開設から現在までに物件（土地、建物）の成約（賃貸、売買）に至った移住・交流者に関して、年齢層、家族構成等の各属性について多いと思われるものを２つまでお答え下さい。なお、回答に当たって、成約者に関する集計データがあればそれに基づき、無ければ回答者の経験や実感に基づいてお答え下さい。また、成約者数が１件でもあれば、「不明」と回答せず、具体的にお答え下さい。

○年齢層

年齢層については、平成 20 年度中の成約件数が 5 件以上の回答を集計すると、次のとおりである。市町村では、60 代が 51.4%と過半数を占め、次いで 30 代が 44.3%、50 代が 31.4%と多い。また、都道府県では、60 代が 66.7%と最も多い。（複数回答なので、合計が 100%を超える。）

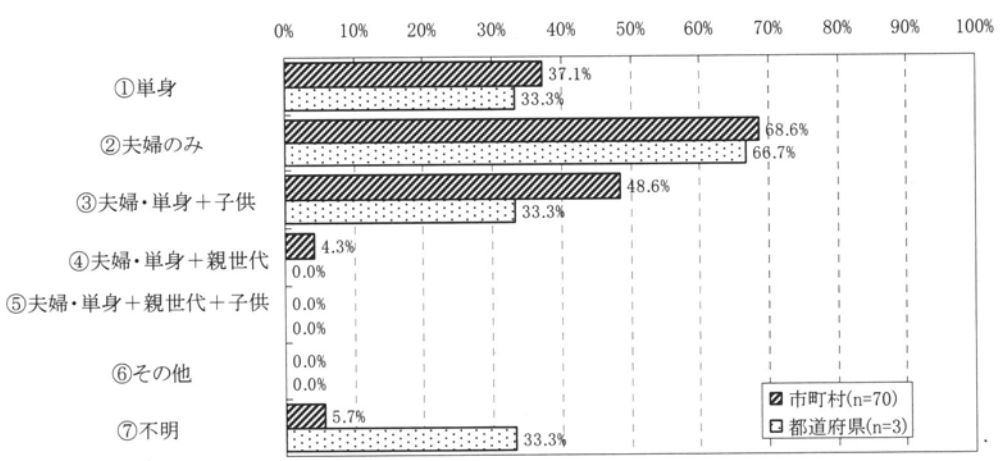
（複数回答）



○家族構成

家族構成については、平成 20 年度中の成約件数が 5 件以上の回答を集計すると、次のとおりである。市町村では、「夫婦のみ」が 68.6%と最も多く、次いで、「夫婦・単身＋子供」が 48.6%、「単身」が 37.1%と多い。また、都道府県では、「夫婦のみ」が 66.7%と最も多い。（複数回答なので、合計が 100%を超える。）

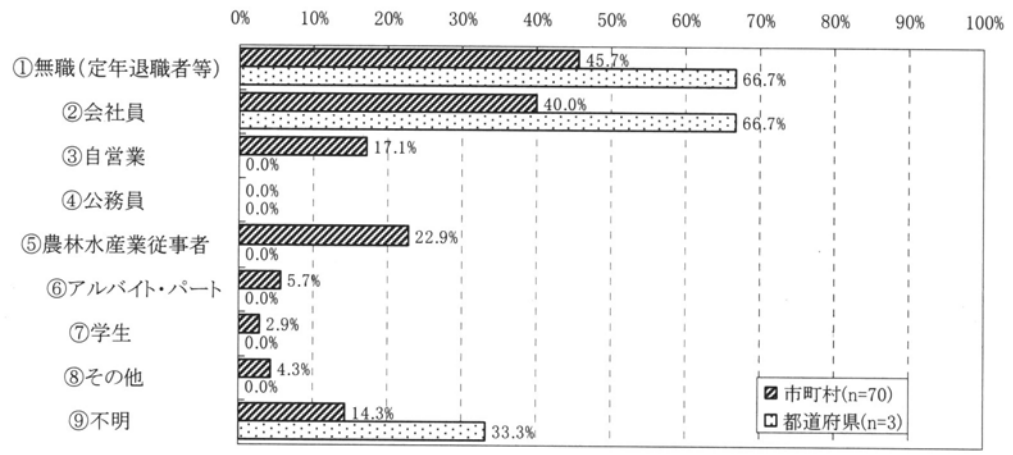
（複数回答）



○世帯主の職業

世帯主の職業については、平成20年度中の成約件数が5件以上の回答を集計すると、次のとおりである。市町村では、「無職（定年退職者等）」が45.7%と最も多く、次いで、「会社員」が40.0%と多い。また、都道府県では、「不明」を除けば、「無職（定年退職者等）」と「会社員」がそれぞれ66.7%と最も多く、その他の職業については回答がない。（複数回答なので、合計が100%を超える。）

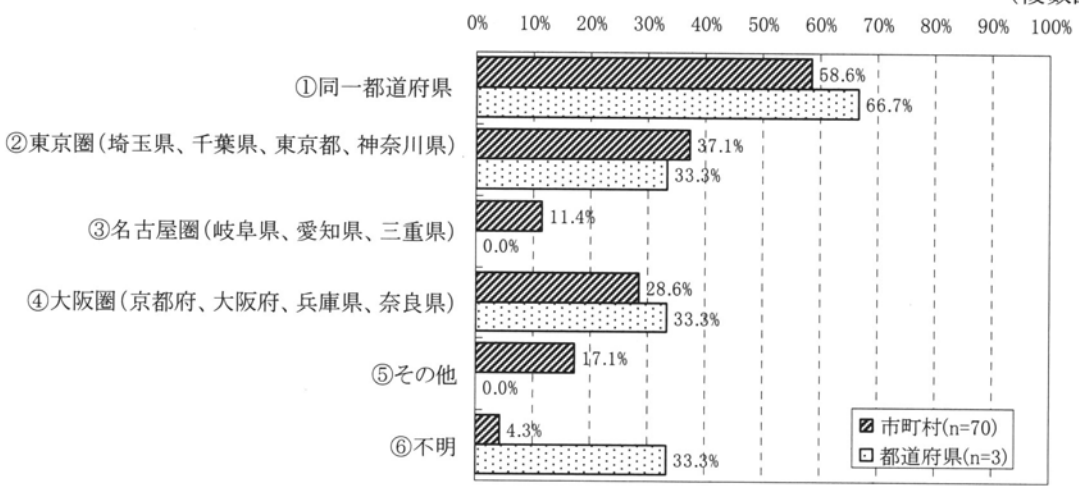
（複数回答）



○移住前の居住地

移住前の居住地については、平成20年度中の成約件数が5件以上の回答を集計すると、次のとおりである。市町村では、「同一都道府県」が58.6%と最も多く、次いで、「東京圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）」が37.1%と多い。また、都道府県では、「同一都道府県」が66.7%と最も多い。（複数回答なので、合計が100%を超える。）

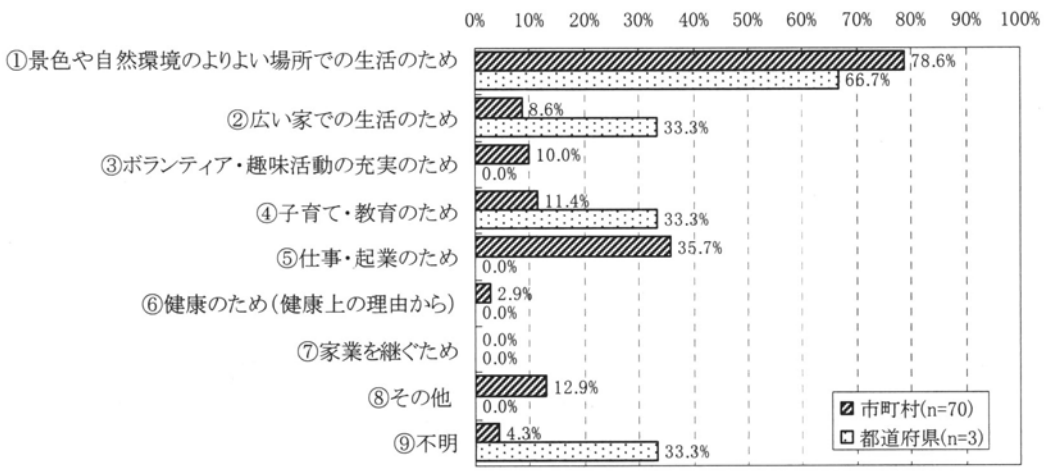
（複数回答）



○移住理由・目的

移住理由・目的については、平成 20 年度中の成約件数が 5 件以上の回答を集計すると、次のとおりである。市町村では、「景色や自然環境のよりよい場所での生活のため」が 78.6%と最も多く、次いで、「仕事・起業のため」が 35.7%と多い。また、都道府県では、「景色や自然環境のよりよい場所での生活のため」が 66.7%と最も多い。(複数回答なので、合計が 100%を超える。)

(複数回答)



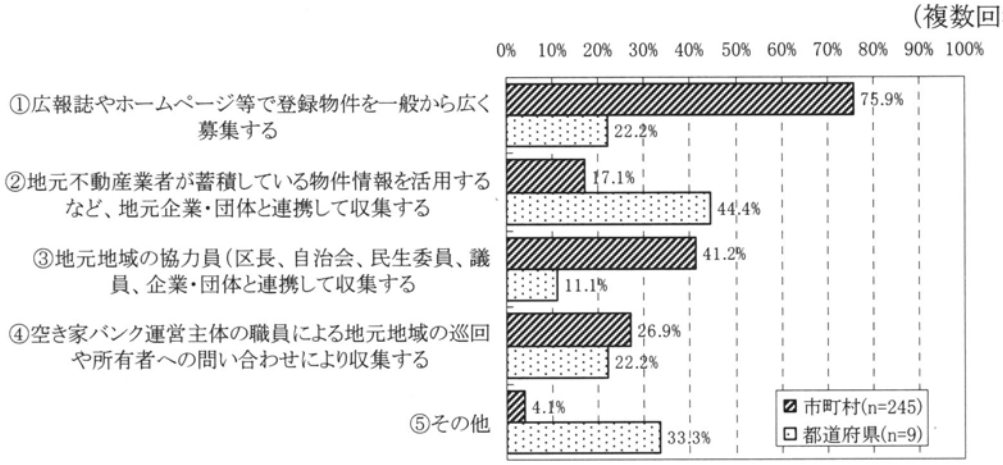
Ⅲ 「空き家バンク」の具体的な取り組み内容についてお教え下さい。

【B】物件情報の収集に関する事項

問１４．空き家バンクに登録する物件の収集方法について、実施している方法を次の中からいくつでもお答え下さい。 ①～⑤（下記の図のとおり）

空き家バンクに登録する物件の収集方法については、市町村では、「広報誌やホームページ等で登録物件を一般から広く募集する」が 75.9%と最も多く、次いで、「地元地域の協力員（区長、自治会、民生委員、議員、起業・団体と連携して収集する)」が 41.2%と多い。また、都道府県では、「地元不動産業者が蓄積している物件情報を活用するなど、地元企業・団体と連携して収集する」が 44.4%と最も多い。(複数回答なので、合計が 100%を超える。)

(複数回答)



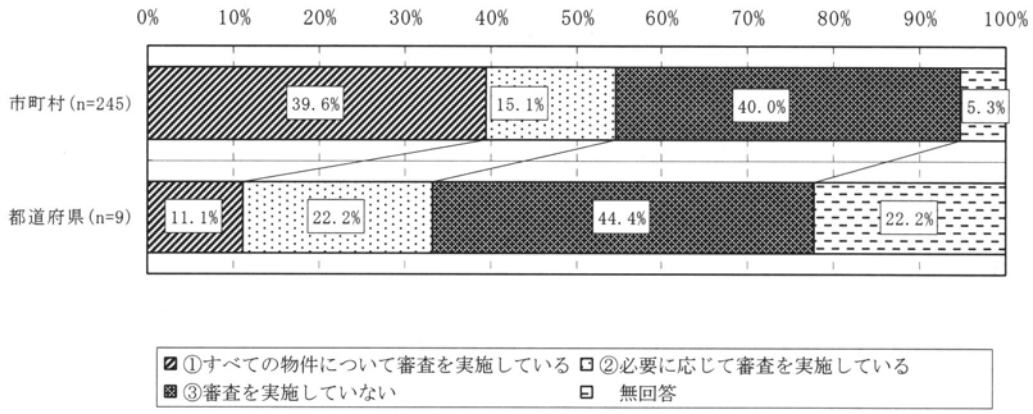
Ⅲ　「空き家バンク」の具体的な取り組み内容についてお教え下さい。

【B】物件情報の収集に関する事項

問１５．公募等を通じて収集した物件に関して、空き家バンクに登録するか否かに関する事前審査について、その実施状況、審査の視点、判断材料、実施主体のそれぞれについて、お答え下さい。

○審査の実施状況

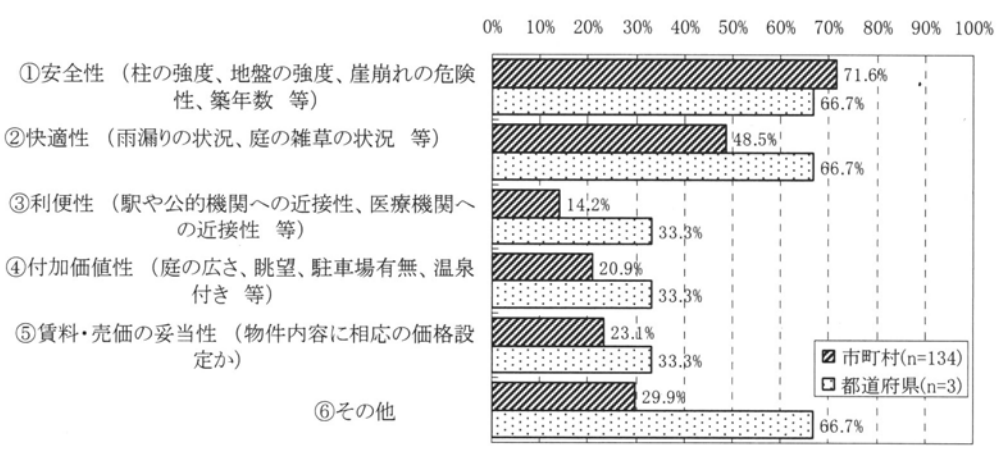
空き家バンクに登録するか否かに関する事前審査については、市町村では、「すべての物件について審査を実施している」が 39.6%、「必要に応じて審査を実施している」の 15.1%と合わせると、5 割を超える市町村が審査を実施している。一方、「審査を実施していない」の回答も 40.0%ある。また、都道府県では、「審査を実施していない」が 44.4%と最も多い。



○審査の視点

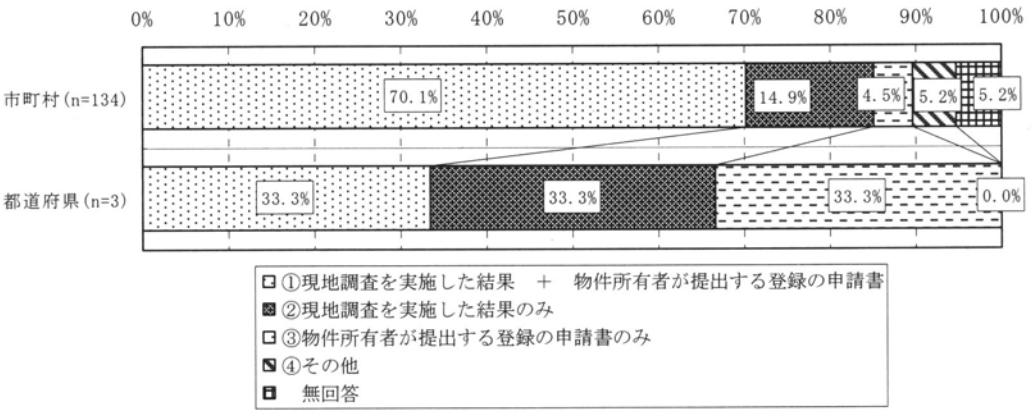
審査を実施していると回答した団体に審査の視点を質問したところ、市町村では、「安全性（柱の強度、地盤の強度、崖崩れの危険性、築年数　等）」が 71.6%と最も多く、次いで、「快適性（雨漏りの状況、庭の雑草の状況　等）」が 48.5%と多い。また、都道府県では、「安全性（柱の強度、地盤の強度、崖崩れの危険性、築年数　等）」と「快適性（雨漏りの状況、庭の雑草の状況　等）」がそれぞれ 66.7%と多い。（複数回答なので、合計が 100%を超える。）

（複数回答）



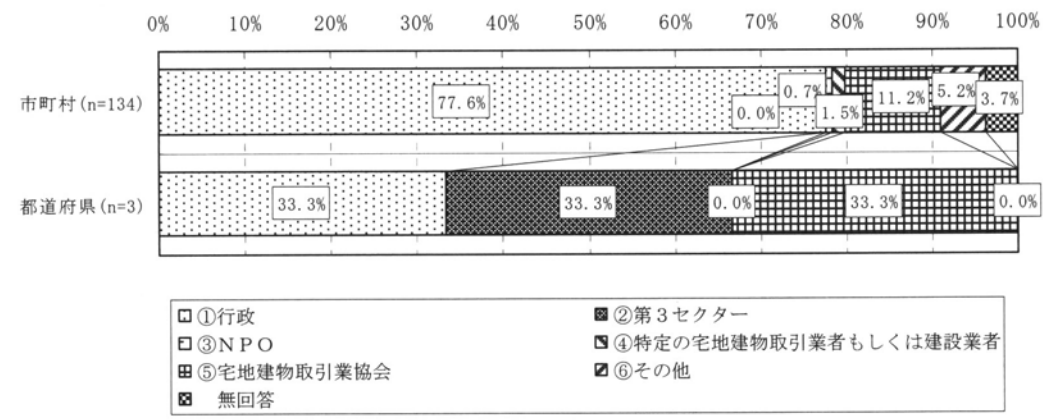
○審査の判断材料

審査を実施していると回答した団体に審査の判断材料を尋ねたところ、市町村では、「現地調査を実施した結果＋物件所有者が提出する登録の申請書」が 70.1%と最も多く、次いで、「現地調査を実施した結果のみ」が 14.9%と多い。また、都道府県では、「現地調査を実施した結果＋物件所有者が提出する登録の申請書」、「現地調査を実施した結果のみ」、「物件所有者が提出する登録の申請書のみ」がそれぞれ 33.3%となっている。



○審査の実施主体

審査を実施していると回答した団体に審査の実施主体を尋ねたところ、市町村では、行政が 77.6%と大半を占め、次いで、宅地建物取引協会が 11.2%と多い。また、都道府県では、行政、第３セクター、宅地建物取引業協会がそれぞれ 33.3%となっている。



Ⅲ　「空き家バンク」の具体的な取り組み内容についてお教え下さい。

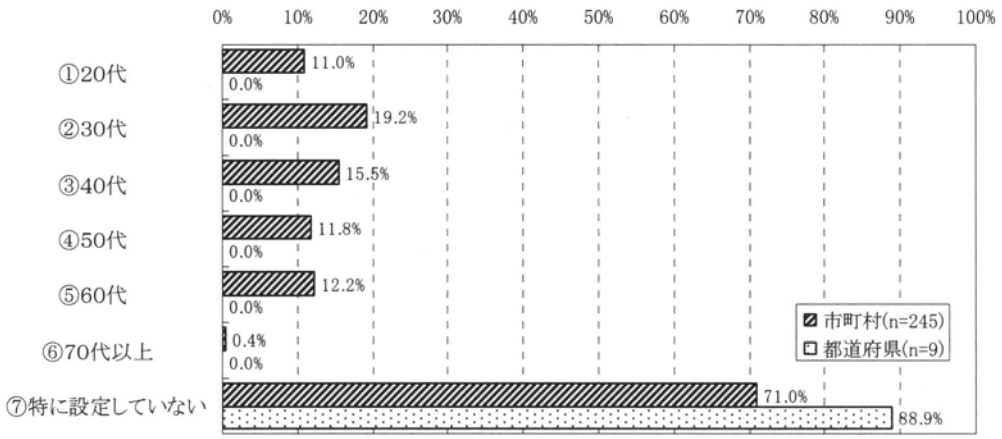
【C】物件情報の提供に関する事項

問１６．空き家バンクの物件情報の提供相手としてどのような移住・交流希望者像（ターゲット像）をイメージされているかについてお答え下さい。年齢層、家族構成、居住地の３項目について、それぞれ該当する選択肢をいくつでもお答え下さい。

○年齢層

年齢層については、市町村では、「特に設定していない」が 71.0%と最も多く、年齢層を選択した回答の中では 30 代が 19.2%、40 代が 15.5%と多い。また、都道府県では、「特に設定していない」が 88.9%と最も多い。(複数回答なので、合計が 100%を超える。)

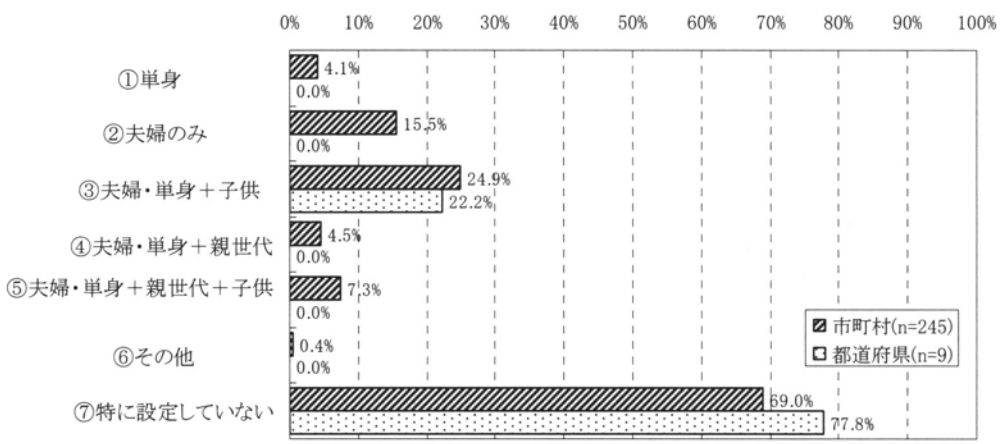
(複数回答)



○家族構成

家族構成については、市町村では、「特に設定していない」が 69.0%と最も多く、家族構成を選択した回答の中では「夫婦・単身＋子供」が 24.9%、「夫婦のみ」が 15.5%と多い。また、都道府県では、「特に設定していない」77.8%と最も多い（複数回答なので、合計が 100%を超える。)。

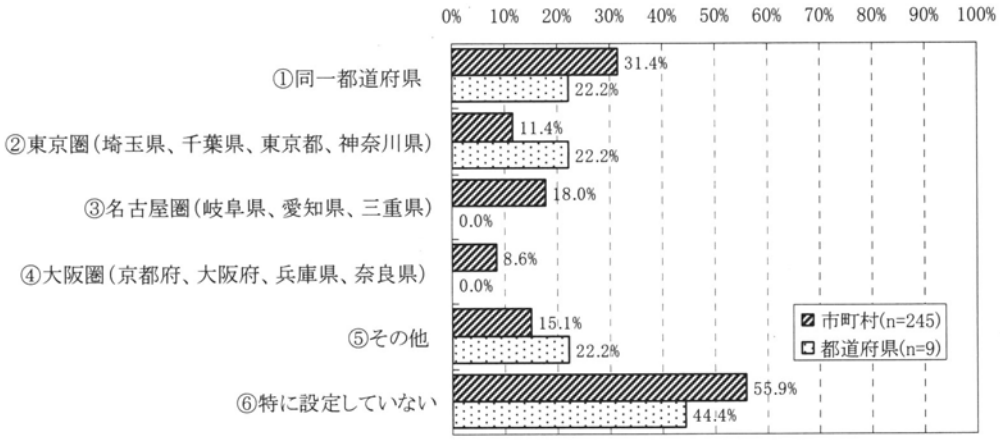
(複数回答)



○居住地

居住地については、市町村では、「特に設定していない」が 55.9%と最も多く、居住地を選択した回答の中では「同一都道府県」が 31.4%と多い。また、都道府県では、「特に設定していない」が 44.4%と最も多い（複数回答なので、合計が 100%を超える。）。

（複数回答）



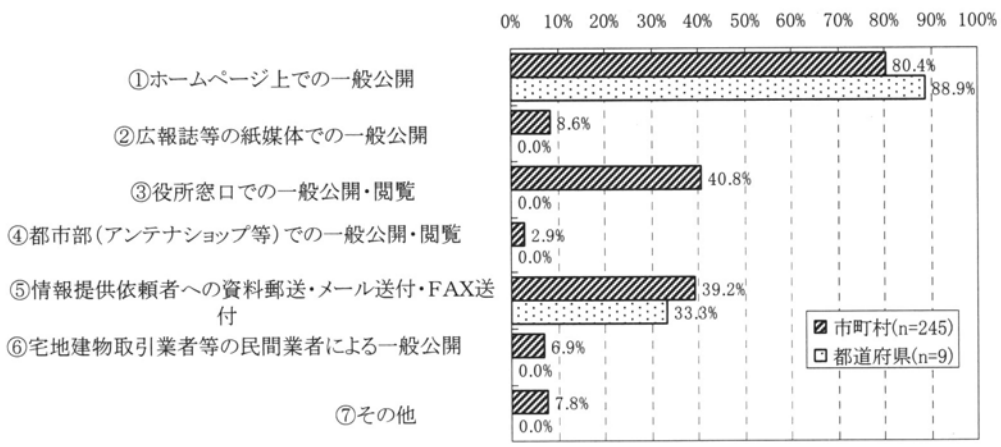
Ⅲ　「空き家バンク」の具体的な取り組み内容についてお教え下さい。

【C】物件情報の提供に関する事項

問１７．空き家バンクに登録されている物件情報の提供方法について、次の中からいくつでもお答え下さい。　①～⑦（下記の図のとおり）

物件情報の提供方法については、市町村では、「ホームページ上での一般公開」が 80.4%と最も多く、次いで、「役所窓口での一般公開・閲覧」が 40.8%、「情報提供依頼者への資料郵送・メール送付・FAX 送付」が 39.2%と多い。また、都道府県では、「ホームページ上での一般公開」が 88.9%と最も多く、次いで、「情報提供依頼者への資料郵送・メール送付・FAX 送付」が 33.3%と多い。（複数回答なので、合計が 100%を超える。）

（複数回答）



Ⅲ　「空き家バンク」の具体的な取り組み内容についてお教え下さい。

【C】物件情報の提供に関する事項

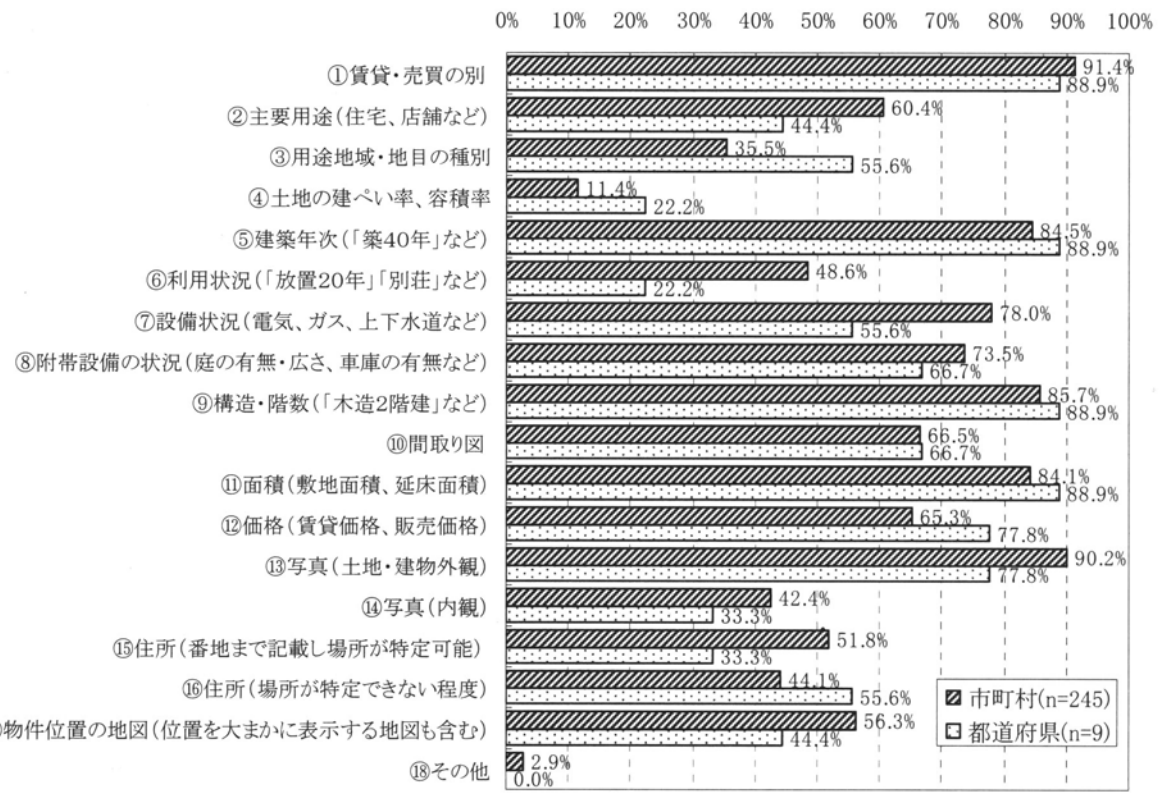
問１８．空き家バンクで情報提供している具体的内容をお答え下さい。

次表の中から該当する内容について、「提供有」の欄にいくつでも○印をつけて下さい。なお、情報提供の方法に応じて提供する情報の内容が異なる場合においても、いずれかの方法で提供していれば、「提供有」に○印をつけて結構です。

○物件概要に関する情報

提供している物件概要に関する情報については、市町村では、「賃貸・売買の別」が91.4%、「写真（土地・建物外観）」が 90.2%、「構造・階数（「木造 2 階建」など）」が85.7%、「建築年次（「築 40 年」など）」が 84.5%、「面積（敷地面積、延床面積）」が 84.1%と上位を占めている。また、都道府県では、「賃貸・売買の別」、「建築年次（「築 40 年」など）」、「構造・階数（「木造 2 階建」など）」及び「面積（敷地面積、延床面積）」がそれぞれ 88.9%と上位を占めている。（複数回答なので、合計が 100%を超える。）

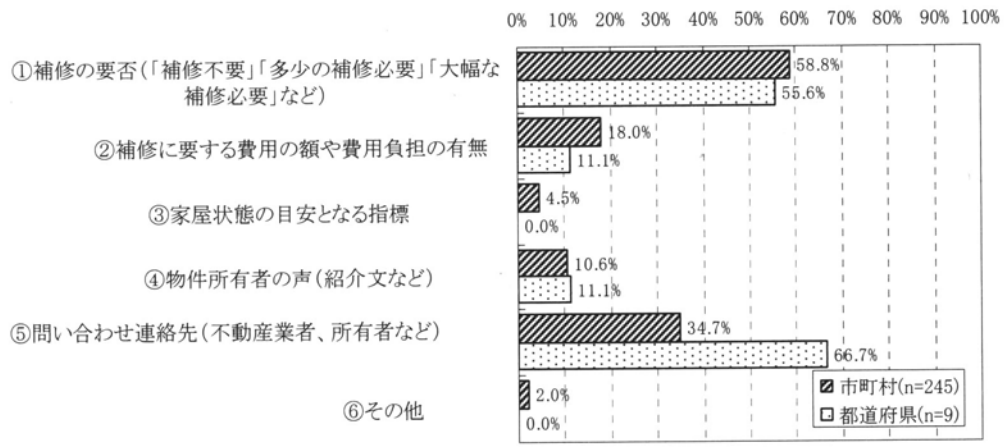
（複数回答）



○物件に関する補足情報

物件に関する補足情報については、市町村では、「補修の要否（「補修不要」「多少の補修必要」「大幅な補修必要」など）」が 58.8%と最も多く、次いで、「問い合わせ連絡先（不動産業者、所有者など）」が 34.7%と多い。また、都道府県では、「問い合わせ連絡先（不動産業者、所有者など）」が 66.7%と最も多く、次いで、「補修の要否（「補修不要」「多少の補修必要」「大幅な補修必要」など）」が 55.6%と多い。（複数回答なので、合計が 100%を超える。）

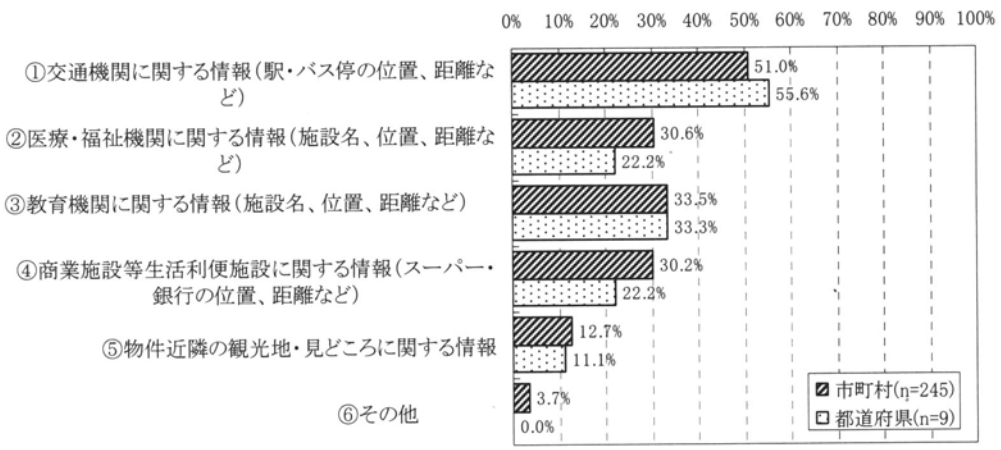
（複数回答）



○周辺地域に関する情報

周辺地域に関する情報については、市町村では、「交通機関に関する情報(駅・バス停の位置、距離など)」が 51.0%と最も多い。一方、「物件近隣の観光地・見どころに関する情報」は、12.7%と少ない。また、都道府県では、「交通機関に関する情報(駅・バス停の位置、距離など)」が 55.6%と最も多い。（複数回答なので、合計が 100%を超える。）

（複数回答）



Ⅲ　「空き家バンク」の具体的な取り組み内容についてお教え下さい。

【D】空き家バンクの運営に関する事項

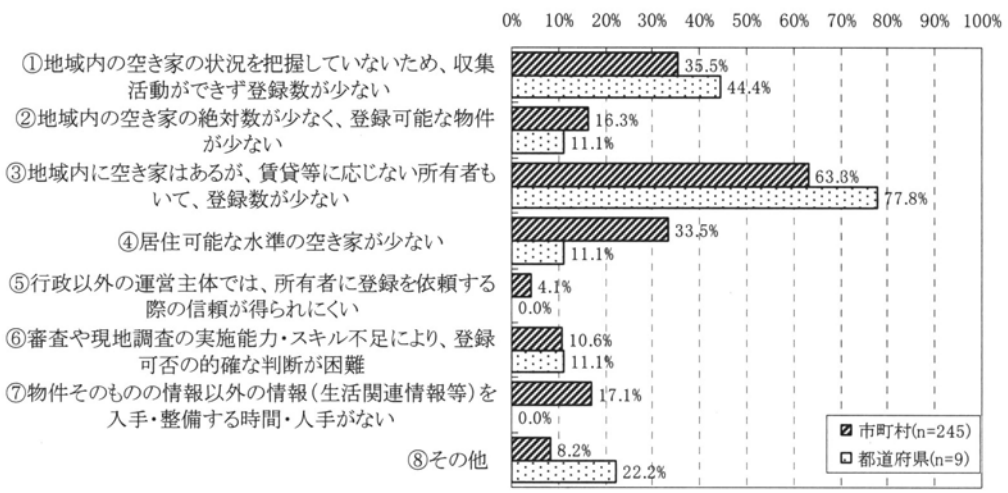
問１９．空き家バンクの運営について、「物件情報の収集・登録→提供→契約交渉→契約後」の各段階の課題についてお教え下さい。なお、契約事務等、直接携わっていない業務についても、把握している課題があればお答え下さい。

次表の中から各段階での課題について、該当する場合は「課題有」の欄にいくつでも○印をつけて下さい。既存の選択肢に類似するものが無ければ、「その他」欄に箇条書きの上、「課題有」欄に○印をつけて下さい。

○物件情報の収集・登録における課題

物件情報の収集・登録における課題については、市町村では、「地域内に空き家はあるが、賃貸等に応じない所有者もいて、登録数が少ない」が 63.3%と最も多い。次いで、「地域内の空き家の状況を把握していないため、収集活動ができず登録数が少ない」が 35.5%、「居住可能な水準の空き家が少ない」が 33.5%と多い。また、都道府県では、「地域内に空き家はあるが、賃貸等に応じない所有者もいて、登録数が少ない」が 77.8%と最も多く、次いで、「地域内の空き家の状況を把握していないため、収集活動ができず登録数が少ない」が 44.4%と多い。（複数回答なので、合計が 100%を超える。）

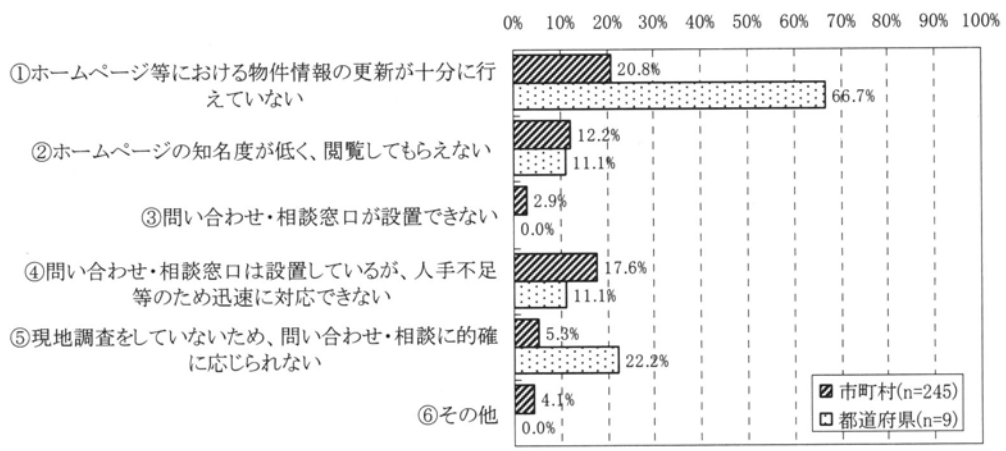
（複数回答）



○情報の提供における課題

情報の提供における課題については、市町村では、「ホームページ等における物件情報の更新が十分に行えていない」が 20.8%、次いで、「問い合わせ・相談窓口は設置しているが、人手不足等のため迅速に対応できない」が 17.6%と多いが、どの項目も総じて割合は低い。また、都道府県では、「ホームページ等における物件情報の更新が十分に行えていない」が 66.7%と最も多い。（複数回答なので、合計が 100%を超える。）

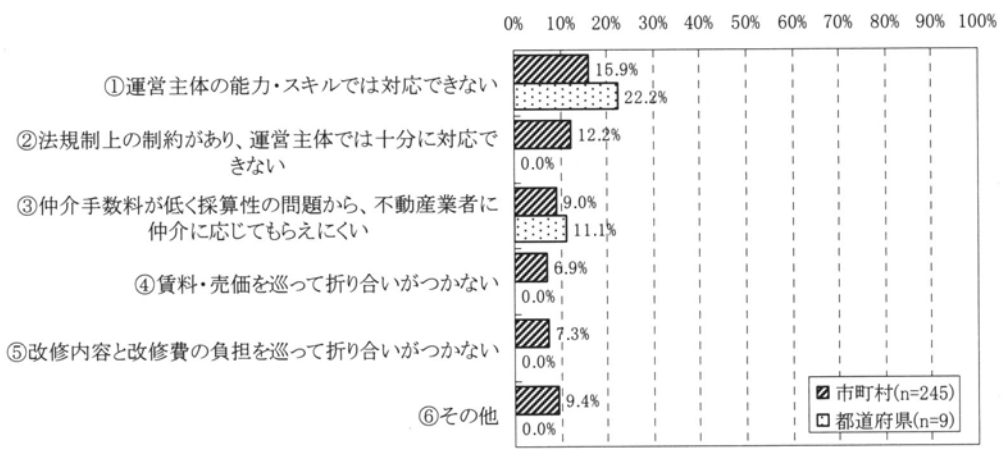
（複数回答）



○契約交渉時における課題

契約交渉時における課題については、市町村では、「運営主体の能力・スキルでは対応できない」が 15.9%と最も多いが、どの項目も総じて割合は低い。また、都道府県では、「運営主体の能力・スキルでは対応できない」が 22.2%と最も多い。

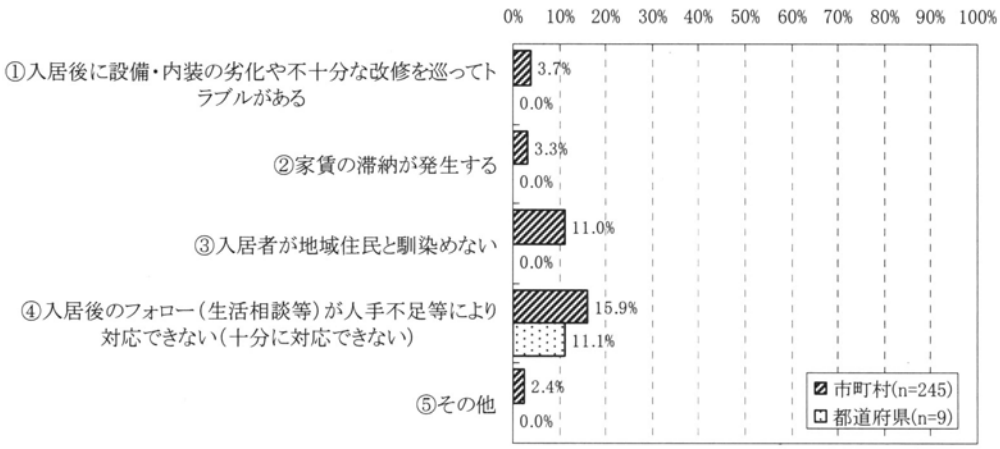
（複数回答）



○契約後における課題

契約後における課題については、市町村では、「入居後のフォロー（生活相談等）が人手不足等により対応できない（十分に対応できない）」が 15.9%、「入居者が地域住民と馴染めない」が 11.0%となっているが、どの項目も総じて割合は低い。また、都道府県では、「入居後のフォロー（生活相談等）が人手不足等により対応できない（十分に対応できない）」が 11.1%と最も多い。

（複数回答）



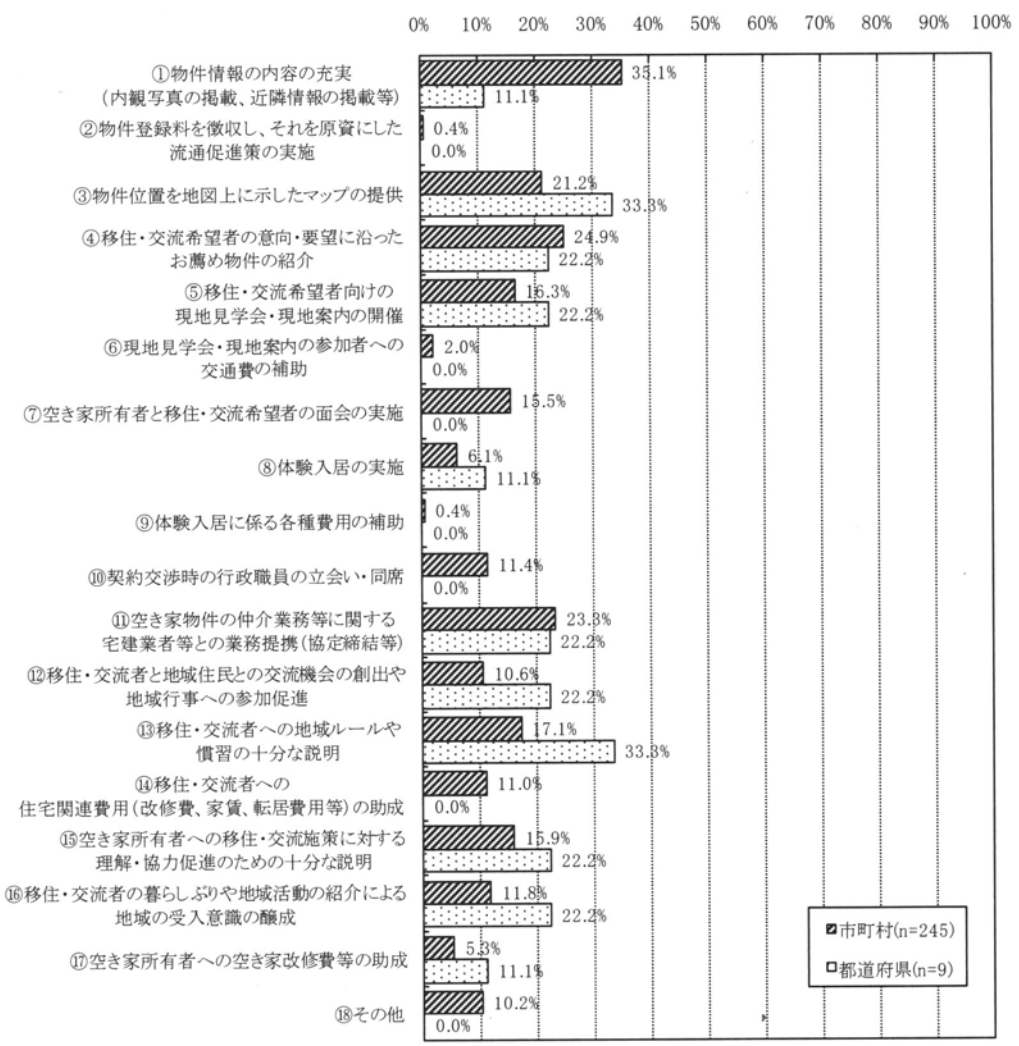
Ⅲ　「空き家バンク」の具体的な取り組み内容についてお教え下さい。

【D】空き家バンクの運営に関する事項

問２０．空き家バンクの利用促進（登録物件数の増加、問い合わせ・相談件数の増加、成約数の増加）に向けて行っている取り組みについて、次の中から該当する取り組みをいくつでもお答え下さい。既存の選択肢に類似するものが無ければ、「その他」欄に具体的に記載して下さい。　①～⑱（下記の図のとおり）

空き家バンクの利用促進の取組については、市町村では、「物件情報の内容の充実（内観写真の掲載、近隣情報の掲載等）」が 35.1%と最も多く、次いで、「移住・交流希望者の意向・要望に沿ったお薦め物件の紹介」が 24.9%、「空き家物件の仲介業務等に関する宅建業者等との業務連携（協定締結等）」が 23.3%と多い。また、都道府県では、「物件位置を地図上に示したマップの提供」と「移住・交流者への地域ルールや慣習の十分な説明」がそれぞれ 33.3%と多い。（複数回答なので、合計が 100%を超える。）

（複数回答）



（2）クロス集計結果

空き家バンクの今後のあり方についての実施・運営体制面及び利活用促進に向けた具体的な取組面での示唆を得るため、市町村分についてクロス集計を行ったところ、次の2つの視点から実態が把握できた。

視点1　行政内部の推進体制と空き家バンク運営に関する具体的取組との関連性

○ 行政内部の推進体制と物件収集の方法との関連性はどのようになっているか。

○ 行政内部の推進体制と空き家バンクの利用促進の具体的取組との関連性はどのようになっているか。

視点2　空き家バンク運営に関する具体的取組とその効果との関連性

○ 物件収集の方法と物件登録件数との関連性はどのようになっているか。

○ 空き家バンクの利用促進に向けた取組と物件成約件数との関連性はどのようになっているか。

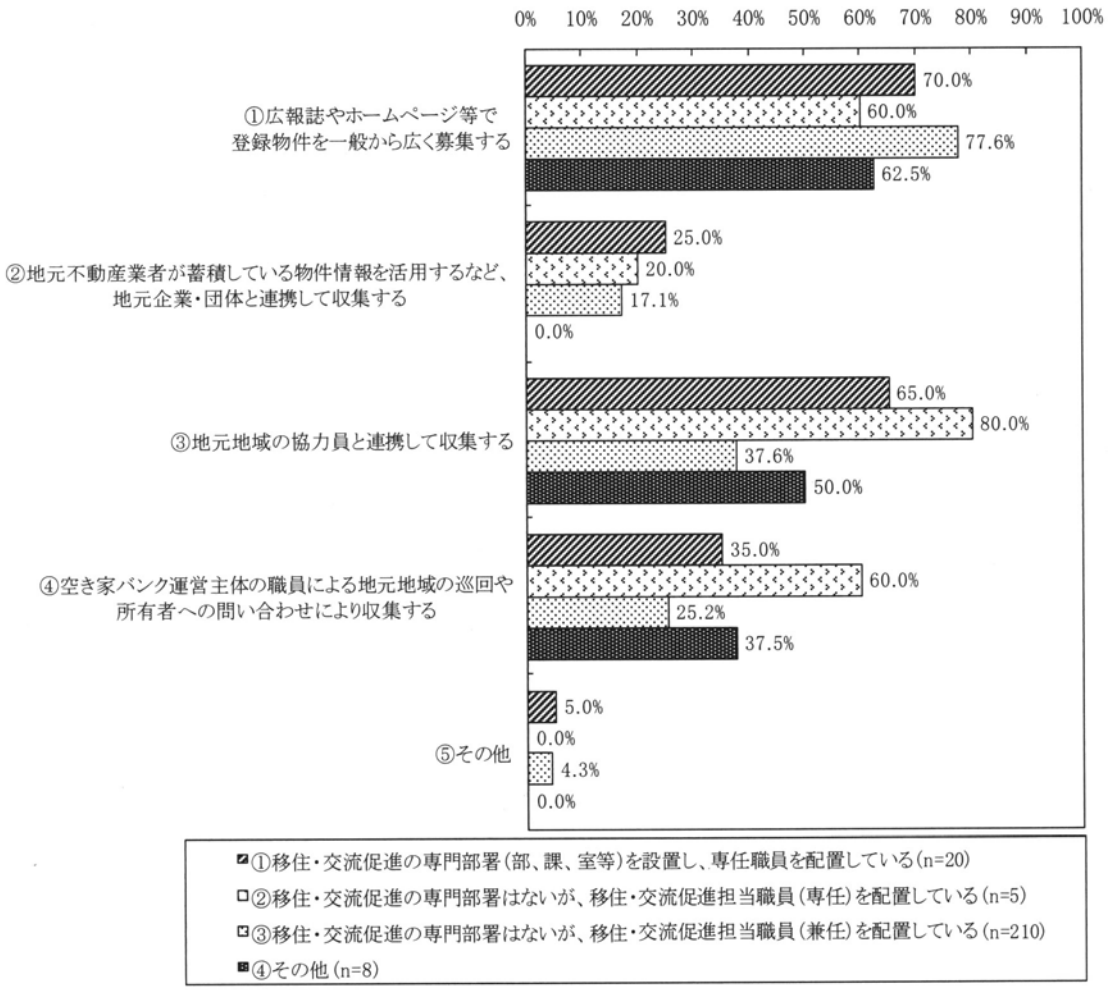
ア　行政内部の推進体制と空き家バンク運営に関する具体的取組との関連性

（ア）行政内部の推進体制と物件収集の方法との関連性について

クロス集計については、まず行政内部の推進体制と物件収集の方法との関連性について、移住・交流促進施策の検討体制・実施体制に関する設問（問 3）と空き家バンクに登録する物件の収集方法に関する設問（問 14）から行った。

その結果、比較的手間がかからないと考えられる「①広報誌やホームページで一般から広く募集する」という取組は、移住・交流促進の専門部署が設置されていても、また、設置されておらず選任または兼任の担当職員が配置されているのみであっても、概ね等しく実施される傾向にある。

一方で、「②地元不動産業者が蓄積している物件情報を活用するなど、地元企業・団体と連携して収集する」、「③地元地域の協力員を設置し連携を図って収集する」及び「④空き家バンク運営主体の職員による地元地域の巡回や所有者への問い合わせにより収集する」といった比較的手間のかかる取組については、状況が異なっている。つまり、担当職員（兼任）の配置のみである場合より専門部署が設置されている場合及び担当職員（専任）を配置している場合の方が総じてこれらの取組を実施している割合が高くなっている。


0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
①広報誌やホームページ等で登録物件を一般から広く募集する
70.0%
60.0%
77.6%
62.5%
②地元不動産業者が蓄積している物件情報を活用するなど、地元企業・団体と連携して収集する
25.0%
20.0%
17.1%
0.0%
③地元地域の協力員と連携して収集する
65.0%
80.0%
37.6%
50.0%
④空き家バンク運営主体の職員による地元地域の巡回や所有者への問い合わせにより収集する
35.0%
60.0%
25.2%
37.5%
⑤その他
5.0%
0.0%
4.3%
0.0%
①移住・交流促進の専門部署（部、課、室等）を設置し、専任職員を配置している（n=20）
②移住・交流促進の専門部署はないが、移住・交流促進担当職員（専任）を配置している（n=5）
③移住・交流促進の専門部署はないが、移住・交流促進担当職員（兼任）を配置している（n=210）
④その他（n=8）

（イ）行政内部の推進体制と空き家バンク利用促進の具体的取組との関連性について

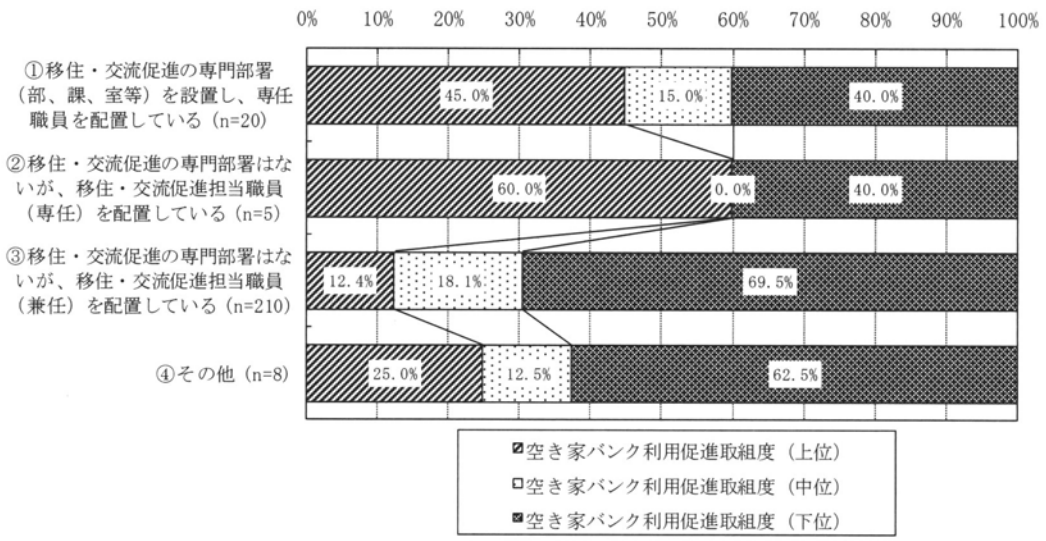
クロス集計は、移住・交流促進施策の検討体制・実施体制に関する設問（問 3）と空き家バンクの利用促進に向けた取組に関する設問（問 20）から行った。具体的には、下記の（注）にあるとおり、空き家バンクの利用促進に向けた取組度合いを点数化し、その点数に基づいて団体を 3 つにグルーピングしたうえで、行政内部の推進体制との関連性を把握した。

それによると、移住・交流促進の担当職員（兼任）を配置するのみよりも、専門部署を設置するなどして専任職員を配置している場合の方が、空き家バンク利用促進取組度の上位のグループが占める割合が高くなっている。

（注）「空き家バンク利用促進取組度」について

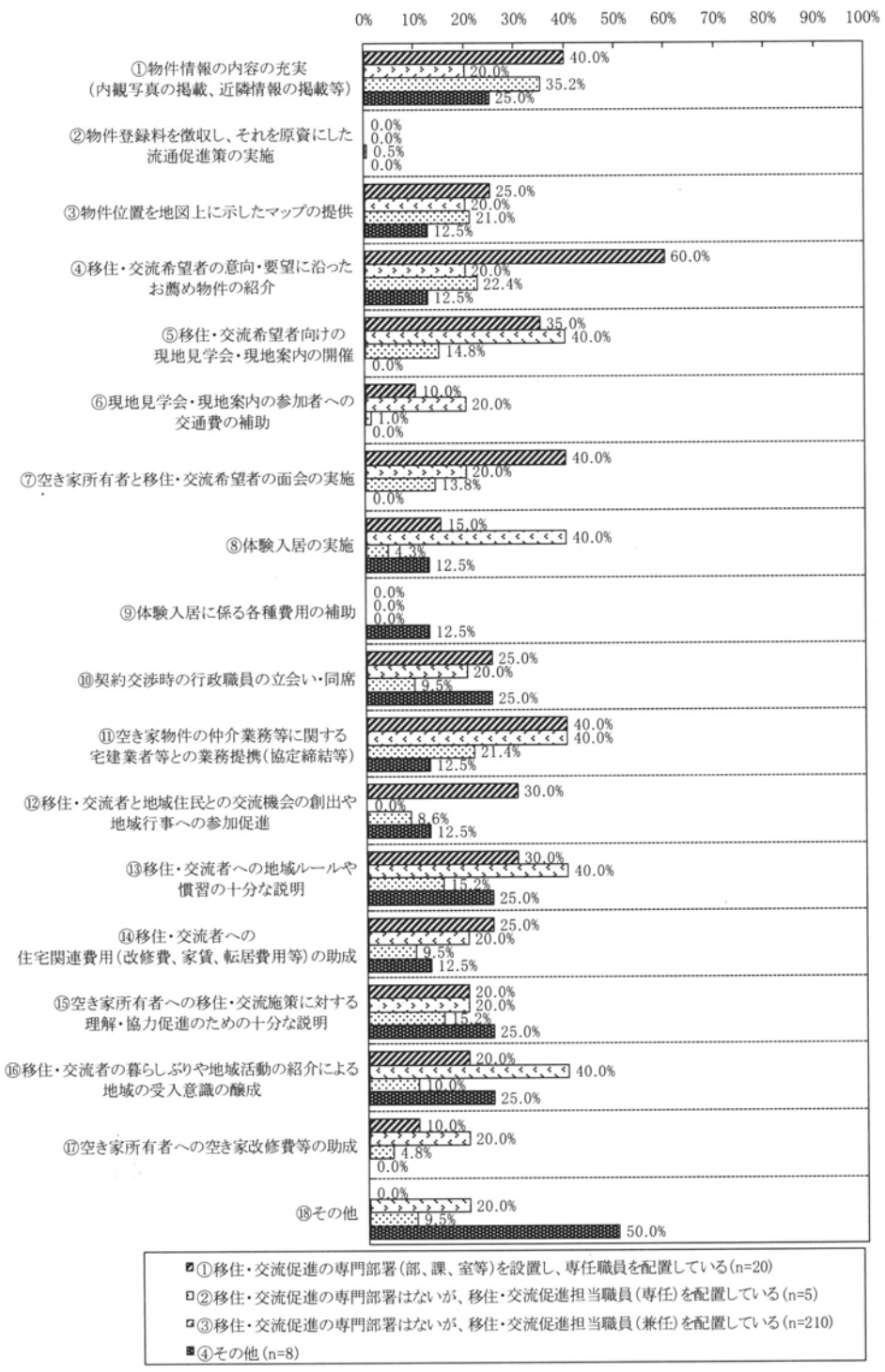
- 空き家バンクの利用促進に向けた取り組みの実施内容について訊ねた問 20 の全 17 選択肢（「⑱その他」を除く）から、1 選択肢 1 得点として合計点を算出し（17 点満点）、それを取組度合いを示す「空き家バンク利用促進取組度」とした。
- そして、取組度に応じて団体を上位・中位・下位の 3 つにグルーピングした。グルーピングに当たっては、取組度の偏差値を算出し、次のとおりとした。

上位 ･･･ 偏差値 60 以上 （5 点以上）
中位 ･･･ 偏差値 50 超 60 未満 （2 点超 5 点未満）
下位 ･･･ 偏差値 50 以下 （2 点以下）



クロス集計では、次に、利用促進に向けた具体的な取組ごとに行政内部の推進体制の傾向を把握した。移住・交流促進の専門部署を設置し専任職員を配置している団体では、専門部署がなく担当職員（兼任）の配置のみである団体と比べて、いずれの取組においても実施割合が高くなっている。

特に「④お薦め物件の紹介」、「⑤現地見学会・現地案内の開催」、「⑦空き家所有者との面会の実施」、「⑫地域住民との交流機会の創出や地域行事への参加促進」の各取組では推進体制の違いによって実施割合に差が見られる。

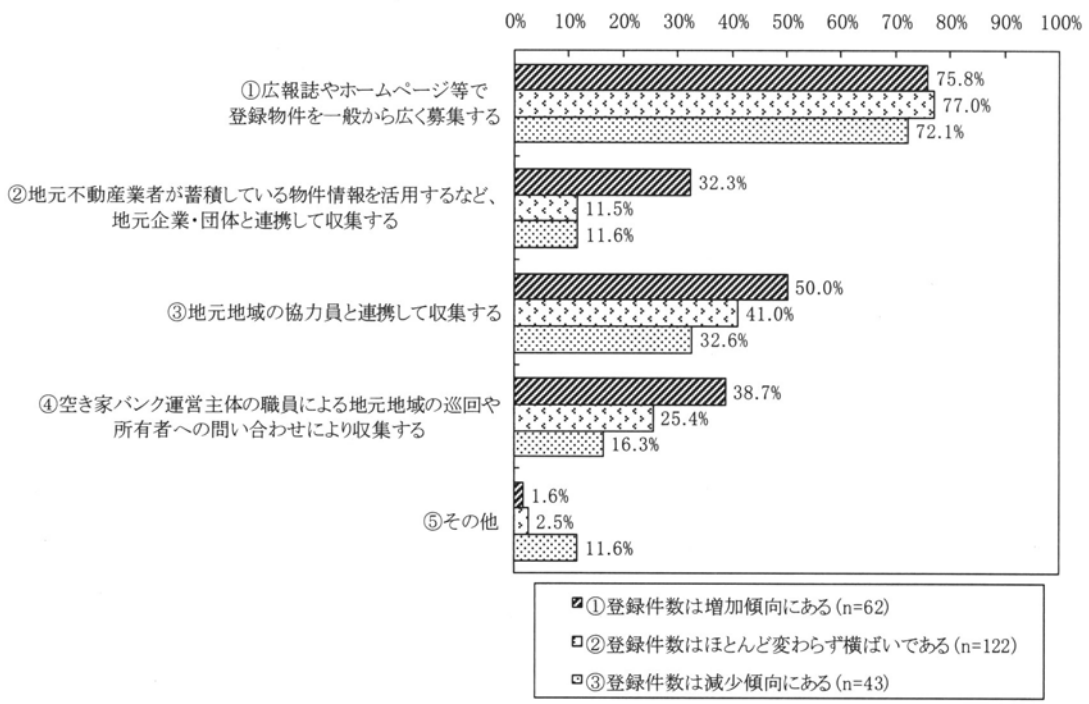


イ　空き家バンク運営に関する具体的取組とその効果との関連性

（ア）物件収集の方法と物件登録件数との関連性について

空き家バンクに登録する物件の収集方法に関する設問（問 14）と空き家バンクへの過去数年間の物件登録件数の動向に関する設問（問 12 (1)）からクロス集計したところ、次のようになった。

「①報誌やホームページで一般から広く募集する」では、過去数年間の登録件数の動向に違いがあまり見られない。しかし、「②地元企業・団体と連携して収集する」、「③地元地域の協力員と連携して収集する」、「④職員による地元地域の巡回や所有者への問い合わせにより収集する」では、「登録件数が増加傾向にある」と回答した団体の方が、「登録件数が横這いである」または「登録件数が減少傾向にある」と回答した団体よりも回答割合が総じて高い傾向にある。「広報誌やホームページで一般から広く募集する」以外の取組の実施の有無が、登録物件数の増減に影響を与えているものと考えられる。



（イ）空き家バンクの利用促進に向けた取組と物件成約件数との関連性について

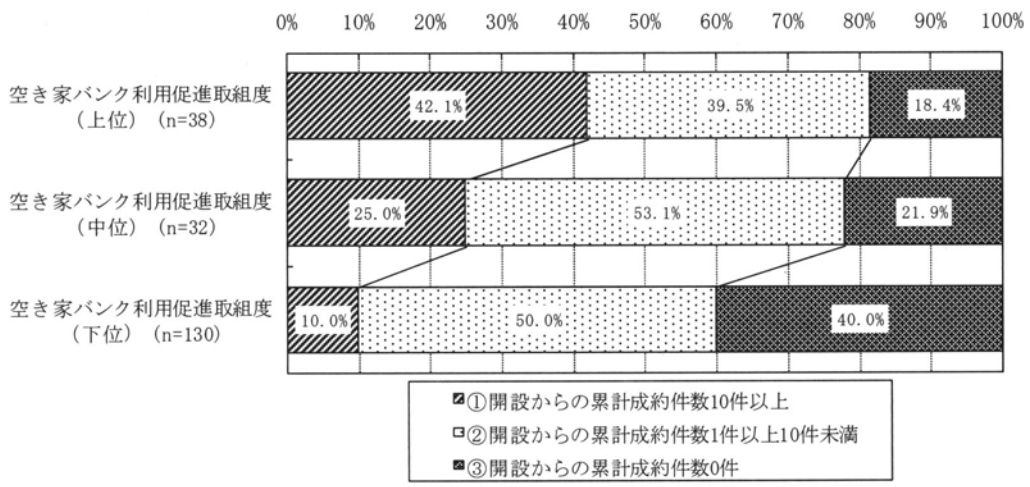
次に、空き家バンクの利用促進に向けた取組に関する設問（問 20）と空き家バンク開設からの累計成約件数に関する設問（問 12 (6)）からクロス集計した。具体的には、下記の（注）にあるとおり、空き家バンクの利用促進に向けた取組度合いを点数化し、その点数に基づいて団体を 3 つにグルーピングした上で、累計成約件数との関連性を把握した。

それによると、空き家バンク利用促進の取組度が上位の団体ほど累計成約件数が多くなっている。空き家バンクの利用促進に向けた取組を幅広く実施することが成約件数の増減に影響を与えていると考えられる。

（注）「空き家バンク利用促進取組度」について

- 空き家バンクの利用促進に向けた取り組みの実施内容について訊ねた問 20 の全 17 選択肢（「⑱その他」を除く）から、1 選択肢 1 得点として合計点を算出し（17 点満点）、それを取組度合いを示す「空き家バンク利用促進取組度」とした。
- そして、取組度に応じて団体を上位・中位・下位の 3 つにグルーピングした。グルーピングに当たっては、取組度の偏差値を算出し、次のとおりとした。

上位 ･･･ 偏差値 60 以上 （5 点以上）
中位 ･･･ 偏差値 50 超 60 未満 （2 点超 5 点未満）
下位 ･･･ 偏差値 50 以下 （2 点以下）

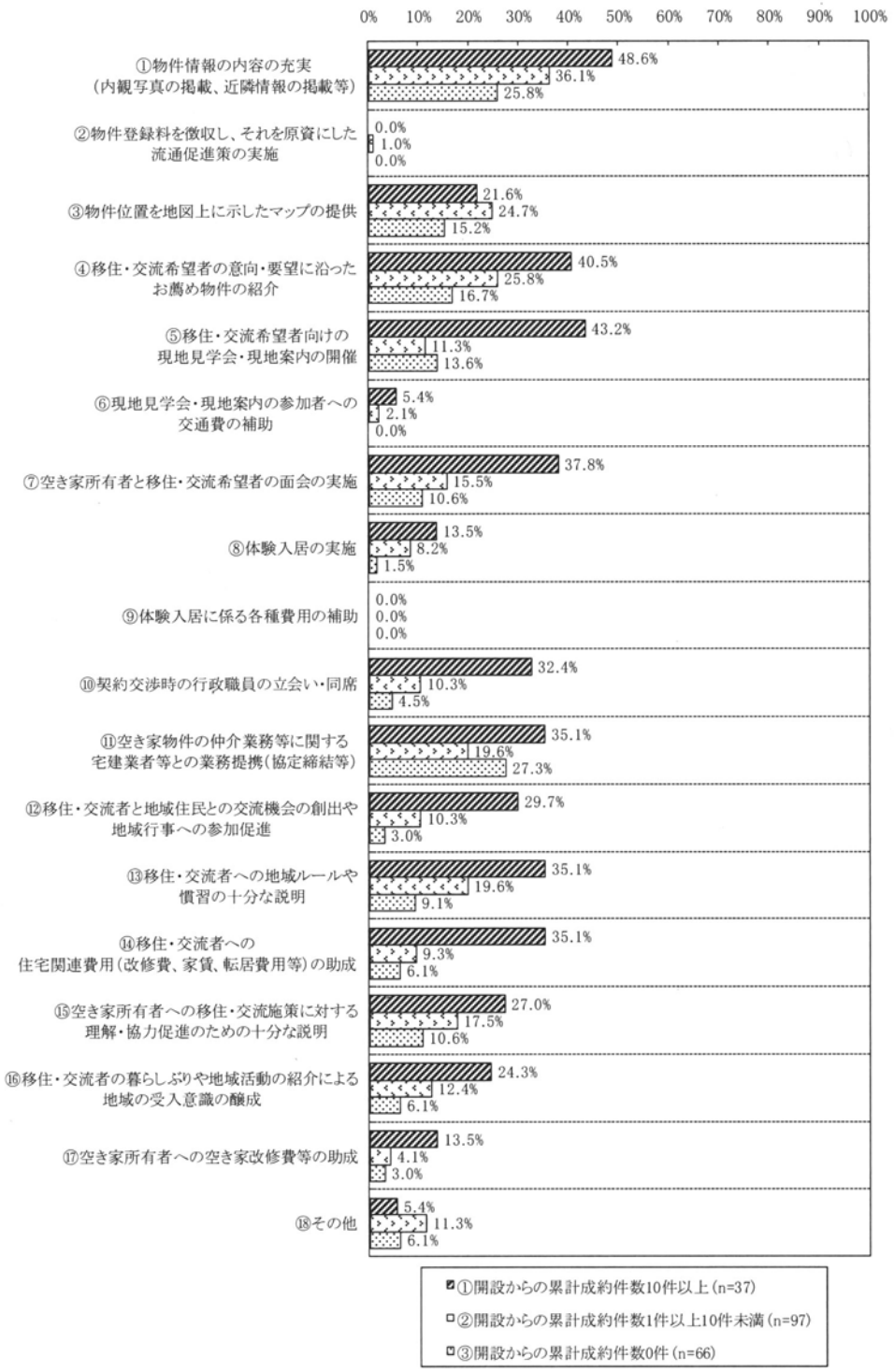


次に、利用促進に向けた具体的な取組の内容ごとに物件成約件数への影響を把握した。それによると、空き家バンク開設からの累計成約件数が 10 件以上の団体では、それ以外の団体に比べて、総じて利用促進のすべての取組において実施割合が高い傾向にある。

特に次の取組においては、累計成約件数が 10 件以上の団体と累計成約件数が 0 件の団体とを比較すると、実施割合に大きな差が見られる。これらの取組の実施の有無が、物件成約件数の増減に影響を与えているものと考えられる。

・「①物件情報の内容の充実」
・「④移住・交流希望者の意向・要望に沿ったお薦め物件の紹介」

・「⑤移住・交流希望者向けの現地見学会・現地案内の開催」
・「⑦空き家所有者と移住・交流希望者の面会の実施」
・「⑩契約交渉時の行政職員の立会い・同席」
・「⑫移住・交流者と地域住民との交流機会の創出や地域行事への参加促進」
・「⑬移住・交流関心者への地域ルールや関心の十分な説明」
・「⑭移住・交流者への住宅関連費用の助成」



第２章　先進的な空き家バンクの現地調査

この調査研究では、先進的な空き家バンクの取組を紹介するため、第１章の全国の地方公共団体への実態アンケート調査の結果を踏まえてその事例を抽出し、運営主体等への現地調査を通じて取組の詳細について把握した。

１．現地調査先及びその選定理由

まず空き家バンクの実態アンケート調査の結果を踏まえ、現地調査の対象として、岩手県遠野市、茨城県県北地域、山梨県山梨市、広島県呉市、島根県江津市及び島根県雲南市の６地域を選定した。いずれの地域も、今回の調査結果において空き家バンクを通じた物件成約数が全国でも上位に位置づけられており、空き家バンクの取組において実績のある地域である。このことから、試行錯誤の過程等も含めた参考となる取組並びに課題及びその対応策について聴取することが可能と考えられる。各対象地域の選定理由、現地調査前の文献調査等を踏まえた現地調査の主なポイント等は、以下のとおりである。

（１）岩手県遠野市

遠野市の移住・交流施策は、観光・グリーンツーリズムから始まり、短期滞在、長期滞在を経て定住に繋げていくという段階別戦略を取っており、最終目標である定住の受け皿となる住宅確保にも力を入れている。

実態アンケート結果を見ると、同市は、数多くの空き家バンクの利用促進策を実施している。そこで、行政内部体制、外部との連携体制、民間活力の活用といった利用促進策を効率的・効果的に実施できる要因、実施上の課題、地域独自の工夫等について把握する。

（２）茨城県（県北地域）・財団法人グリーンふるさと振興機構

茨城県の県北地域においては、茨城県、関係市町、民間企業及び各種団体の出資により設立された財団法人グリーンふるさと振興機構が取組を行っている。同機構は、田舎暮らし相談窓口の設置、お試し田舎暮らし住居の整備及び運営、移住・交流希望者への情報提供といった交流居住の推進に向けた様々な支援策を展開している。また、同機構は、その一環として「田舎暮らし空き家情報バンク」の開設及び運営を行っている。

また、県北地域においては、同機構の取組のほか、県による首都圏等の都市住民へのＰＲ、地域内の７市町による交流居住の推進に向けた取組も行われている。このように異なる主体が各々の役割に応じた取組を行い、それらがうまくかみ合うための仕組みが構築されているという実施体制の面で特徴がある。そこで、同機構による移住・交流の促進に向けた取組並びに同機構、茨城県及び関係市町の連携及び役割分担の状況について把握する。

（３）山梨県山梨市

山梨市は、空き家の媒介業務に関して山梨県宅地建物取引業協会と協定を締結し、空き家の有効活用の促進を図っている。また、この取組は、同市の近隣市町にも拡大し、現在は山梨県内の８市２町において同じように協定が締結されている。さらに、同市においては、移住・交流希望者の利便性の向上及び周辺地域も含めた一体的な魅力の向上を図るため、周辺市（甲府市、韮崎市、南アルプス市、北杜市及び甲州市）とともに、個々の団体が有している物件情報等を同一フォーマットにより提供する試みが行われている。また、同じ周辺市とともに、インターネットサイト上での空き家バンクの連携の試みも行われている。

山梨市の空き家バンクは市町の中でも物件成約件数が最も多いことを踏まえ、同市の取組や近隣の地方公共団体同士の連携の実態について把握する。

（４）広島県呉市

呉市のある広島県では、同県が広島県宅地建物取引業協会等と協定を締結し、ポータルサイト「広島暮らし」を構築している。これは、空き家物件の情報収集、情報発信等を全県的に実施するとともに、県内の市町が物件情報を個別に発信できるプラットフォームである。また、広島県内の市町においては、このプラットフォームを活用した情報発信が行われているほか、空き家バンクの相談業務に関して個別に広島県宅地建物取引業協会等と協定締結することにより空き家の有効活用が図られている。さらに、呉市は、広島県宅地建物取引業協会と協定を締結して、空き家バンクの運営を行っている市町の一つであり、顕著な成果をあげている。

そこで、広島県が主導的に展開してきた空き家活用方策の基盤を有効に活用した呉市の取組内容について把握する。また、空き家の有効活用における同市並びに広島県及び広島県宅地建物取引業協会の連携の状況についても把握する。

（５）島根県江津市

江津市は、物件の案内等に際して地元の特定非営利活動法人の協力を得て空き家バンクを運営している。以前は、空き家等の物件の紹介は、宅地建物取引業法により免許をもった事業者のみに限定されていたが、国の構造改革特区による特例措置が全国展開され、この規制が緩和された。特区の認定を受けていた同市では、特定非営利活動法人が現地における空き家の案内を行っている。また、特定非営利活動法人との連携のほか、地元宅建業者など多様な主体との連携体制を構築している点も特徴になっている。

そこで、特定非営利活動法人、宅建業者及び地方公共団体の連携による空き家バンクの運営の状況について把握する。

（6）島根県雲南市

雲南市は、定住推進員を設置し、この定住推進員を通じて、移住・交流希望者からの空き家物件に関する問い合わせへの対応及び物件紹介を行うなど、きめ細やかな対応をしている。雲南市は、ウェブ上で公開している空き家物件情報の内容を最小限のものとし、詳しい内容は定住推進員に問い合わせるという仕組みを採用している。定住推進員は、移住・交流希望者から寄せられる要望の聴取等のやり取りを通じて、適宜物件情報を提供している。また、希望条件に合致する物件がない場合は、物件調査を行い、移住・交流希望者の希望に近い物件を紹介する等の取組も行っている。

このように雲南市では、定住推進員によるきめ細かな対応により、移住・交流希望者の要望に沿った物件及び地区が紹介されている。このことが物件成約件数の高さに繋がっているものと考えられるので、同市のこうした取組の実態について把握する。

2．各地域の調査結果

各地域の現地調査の結果は、以下のとおりである。この調査では、各地域の移住・交流の取組内容及び空き家バンクの運営状況について、運営主体等へのヒアリングを通じて把握した。特に運営状況については、物件情報の収集から情報発信、物件希望者とのマッチング、契約手続き、契約後のフォローといった段階別に状況把握を行った。

○岩手県遠野市



【遠野市の概要】
面積：825.62k ㎡
人口：31,431 人
（平成 17 年国勢調査より）
合併：平成 17 年 10 月 1 日
旧遠野市と宮守村が合併

1　移住・交流の取組

(1) 移住・交流の取組の背景

岩手県遠野市は、平成１７年１０月に旧遠野市と旧宮守村が合併して誕生した市であり、柳田国男の『遠野物語』で有名である。遠野市では、１９７０年代以降の観光客が増加しており、それに伴い来訪者を受け入れるための草の根的な取組が地域住民の手によって行われてきた。その中からグリーンツーリズムに取り組む住民のグループが自発的に生まれ、平成１５年６月にはこうしたグループが集まって特定非営利活動法人「遠野山・里・暮らしネットワーク」（以下「遠野山・里・暮らしネットワーク」という。）を設立した。

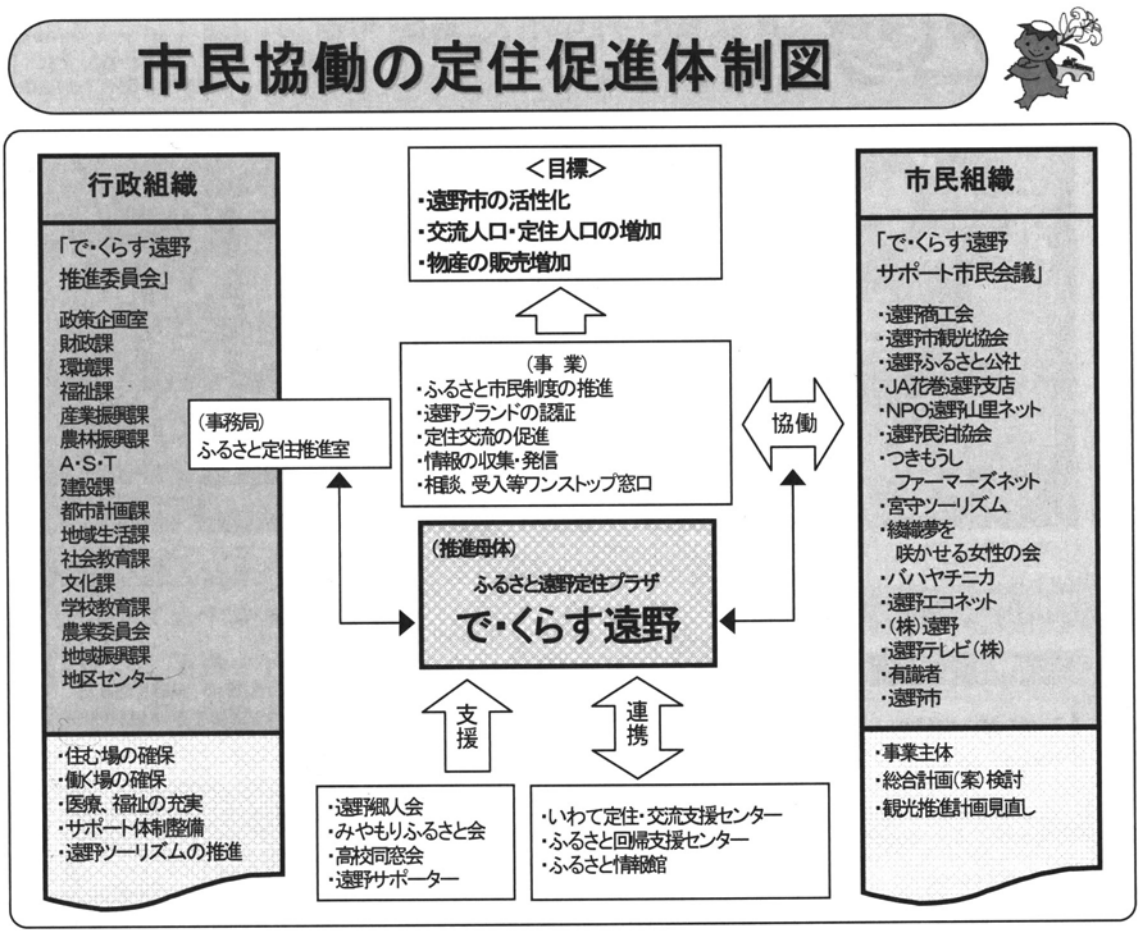
その後「遠野山・里・暮らしネットワーク」は、遠野市（平成１７年１０月より前は旧遠野市）と協働して遠野に残る田舎の姿を活かしたグリーンツーリズムを実施してきた。その結果都市と農村の交流人口が拡大し、遠野市への移住を希望する人も増え、過去１０年間で１００人を超える人々が遠野市へ移住してきた。

それでも遠野市では若者の流出が続き、人口が減少傾向にあり、６５歳以上人口の割合を示す高齢化率も３０％を超えている。このため、人口減少に歯止めをかけ、地域の人材を確保することは、同市の大きな課題になっている。そこで、遠野市は、「『行って観たい町』から『住んで魅たい町』」へ」をスローガンに、グリーンツーリズムを契機とした交流の拡大に加え、定住を促進するための推進体制及び活動拠点の整備を図ることとした。

(2) 移住・交流の取組の内容

平成１８年度に策定された遠野市の総合計画は、平成１９年から始まる団塊の世代の一斉退職を見据え、団塊の世代を主な対象として定住の促進を図ることとした。この総合計画では、平成１８年度から平成２２年度までに累計で３７世帯をＩＪＵターンにより遠野へ定住させるという目標が掲げられている。

この目標の達成を目指し、ＩＪＵターンの受け入れを積極的に展開するため、遠野市では、官民による有機的な連携の下に推進体制が構築されている。まず遠野市では、平成１８年９月に行政組織の「で・くらす遠野推進委員会」及び市民組織の「で・くらす遠野サポート市民会議」が設置された。「で・くらす遠野推進委員会」は、市役所のほぼすべての部局から構成される庁内横断的な行政組織である。一方、「で・くらす遠野サポート市民会議」は、商工会、市内の観光・物産・グリーンツーリズムに関係する団体等で構成される市民組織である。また、平成１８年１０月には、定住促進施策のワンストップ・サービス化を実現するための専任組織として「ふるさと遠野定住プラザ『で・くらす遠野』」（以下「で・くらす遠野」という。）が遠野市役所内に設置された。このような行政と市民が協働して推進していく定住促進の体制を図式化すれば、次のとおりとなる。



「で・くらす遠野」は、定住に関する総合相談窓口の機能を担うとともに、移住希望者が必要とする情報を集約し、移住の計画段階から実行段階までをサポートする役割も担っている。この組織は、現在は、事務局を担う遠野市ふるさと定住推進室の職員４人で運営されている。

また、この「で・くらす遠野」には、地元の産地直売所、農業法人等からの求人情報が寄せられることもあり、これらの地域の就業に関する情報が移住希望者に提供されている。

さらに、「で・くらす遠野」は、遠野への来訪を一過性のものにせず、来訪者の中から遠野ファンを確保して将来の定住へと結びつけていくため、平成１８年度から「で・くらす遠野市民制度」を創設している。これは、全国の「遠野に行ってみたい」、「遠野をもっと知りたい」という人に、遠野から離れていても身近に遠野を感じてもらうことを目的とする制度である。その内容は、遠野市外に住む市民会員からの年会費を活用して、遠野の情報発信、地元産品の宅配サービスの実施、宿泊施設等の優待券の提供等を行うというものである。



「で・くらす遠野」は、将来的な定住者の確保を目指し、この制度を通じて遠野ファンを増やそうとしている。実際この制度における市民会員数は、制度創設以来着実に伸びており、平成２２年２月には、延べ６００名を超えている。

(3) 住宅に関する取組

住宅に関する取組としては、「で・くらす遠野」は、空き家バンクの運営のほか、必要に応じて空き家の修繕等を行う業者を紹介したり、修繕等の見積額に関する情報を提供したりしている。

(4) 取組の成果と今後の課題・方向

取組の成果を見ると、平成１８年１０月から平成２１年１２月までに「で・くらす遠野」を通じて定住した世帯数は２１世帯になっている。遠野市としては、前述の平成２２年までに累計で３７世帯を定住させるという目標を達成するためには、移住者の受け皿の整備、特に住居及び仕事の確保の面に力を入れる必要があると考えている。

住居の確保の面では、空き家バンクにおける物件の登録件数が少ないことが課題になっている。しかも、多くの空き家はそのまま住居として使えるような状態になく、修繕が必要な場合が多い。このため、「で・くらす遠野」は、平成２２年度に改修費用の一部を補助するための予算措置を予定している。

また、仕事の確保の面では、遠野市においては有効求人倍率が低く、ハローワークの求人情報も正規雇用の仕事が非常に少ないため、現役世代が遠野市に移住しても市内で仕事を見つけることが困難な状況にある。そこで、遠野市は、「Ｕ・Ｉターン就業サポート制度」を設け、遠野市内の雇用情報をＵ・Ｉターン希望者に提供するほか、就業環境の整備を図るため、関係機関等とも連携しながら、企業誘致、起業支援等に取り組むこととしている。

2　空き家バンクの運営

(1) 空き家バンク開設の背景

遠野市は、以上の移住・交流促進施策を実施する中で、同市への定住を促進するには、移住希望者に対する住宅面での支援を行うことが必要と考えた。そこで、遠野市は、「で・くらす遠野」が実施している移住・交流に関するワンストップ・サービスの一環として、平成１８年１０月に空き家バンクを開設した。

「で・くらす遠野」は、この空き家バンク開設当時は紙媒体の台帳で物件の整理を行っていたが、平成２１年度に「で・くらす遠野」のホームページをリニューアルしたのに合わせて、空き家物件情報のページをホームページの中に設けた。

(2) 空き家バンクの取組の内容

ア　空き家情報の収集

「で・くらす遠野」の空き家バンクの取組の内容を見ると、まず空き家情報の収集については、「で・くらす遠野」が空き家情報の提供を受けたり、担当者が地域を回って空き家情報を集めたりする形で行われている。このうち空き家情報の提供を受けるため、

「で・くらす遠野」は、市の広報誌、ホームページ等を通じて、地域の住民及び不動産業者に対し空き家情報の提供を呼び掛けている。また、遠野山・里・暮らしネットワークに所属している定住アドバイザーも、空き家の物件の調査等を無償に近い形で行っている。「で・くらす遠野」は、この定住アドバイザーからも空き家情報の提供を受けている。もっとも「で・くらす遠野」に集まってくる空き家の情報はこれまでのところ少なく、前述のように空き家バンクにおける物件の登録件数がなかなか増加しないことが課題になっている。

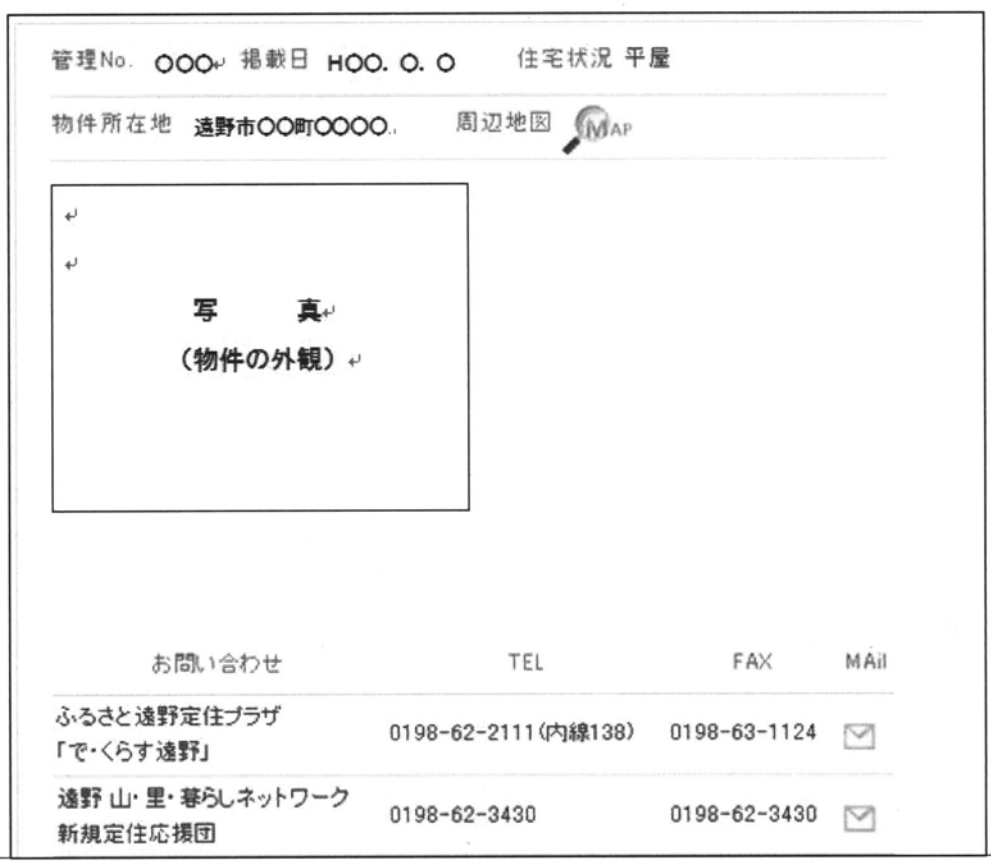
イ　空き家物件の情報発信

空き家物件の情報発信については、「で・くらす遠野」は、ホームページ内にある空き家物件情報のページを通じて行っている。平成２１年度に「で・くらす遠野」がこれをホームページ内に設けて以来、空き家バンクの認知度は次第に高まっており、最近では移住希望者からのホームページを見たという問い合わせも増えている。

また、「で・くらす遠野」は、観光協会に対して、遠野市を観光で訪れた人の中で移住希望者がいれば、その人を「で・くらす遠野」の相談窓口まで紹介してもらうなど、移住に関する情報提供を行えるようにするための協力を依頼している。

ウ　空き家バンクの掲載情報

「で・くらす遠野」の空き家バンクは、次のとおり住宅状況、物件所在地、周辺地図等の情報を掲載している。



エ　物件と希望者のマッチング

「で・くらす遠野」は、寄せられた相談には電話、ファクシミリ、メールまたは訪問のいずれの方法によっても対応している。また、相談者一人一人の個票を作り、それをもとに相談に対応している。

遠野市内の不動産業者の中には、「で・くらす遠野」からの協力依頼を受けて、現地で相談者に同行して物件の案内を行う者もある。不動産業者は、物件の修繕の必要の有無、瑕疵担保責任、免責事項等について助言を行っている。また、現地での物件案内については前述の定住アドバイザーにも協力を依頼している。

オ　契約手続き

「で・くらす遠野」は、基本的には契約者間で直接交渉及び契約を行ってもらうようにしている。ただし、「で・くらす遠野」の空き家バンクに登録された物件には、所有者からの情報提供または担当者の情報収集により登録された物件もあれば、地元不動産業者またはＪＡの取り扱う物件もあり、物件ごとに契約手続きの方法が異なっている。

なお、地元不動産業者またはＪＡの取り扱う物件については、不動産業者またはＪＡが仲介し、交渉及び契約を行うことになっている。

カ　契約後のフォロー

「で・くらす遠野」は、移住者の移住後の生活に対しては特段の支援は行っていないが、移住者から「で・くらす遠野」へ相談が寄せられた場合にはその都度対応している。

また、「で・くらす遠野」では、岩手県から委嘱された定住交流アドバイザーと連携して、移住者からの相談への対応、移住者の近隣への紹介及び生活インフラの情報の提供といった定住サポート業務を行っている。

(3)　空き家バンクの取組の成果

空き家バンクの取組の成果を見ると、「で・くらす遠野」がそれを開設した平成１８年度から平成２１年末までに、２１世帯が遠野市へ移住した。このうち空き家バンクに登録された物件へ移住したのは１３世帯である。

(4)　今後の課題と方向

「で・くらす遠野」の取組において空き家バンクは上記のとおり一定の役割を果たしているが、平成２１年８月時点でこの空き家バンクに登録された物件は１０件であり、あまり多いとはいえない。「で・くらす遠野」は、前述のように空き家情報の提供を呼び掛けているが、寄せられる空き家情報は少なく、物件の登録件数は横這いの状態が続いている。「で・くらす遠野」が把握しているデータによると、遠野市内には少なくとも２００件を超える空き家があるが、賃貸または売買に応じる所有者は稀であり、今後空き家の情報をいかに収集するかが課題になっている。

そこで、「で・くらす遠野」は、年に２回地区長を集めて遠野市の定住促進策への理解を求め、空き家バンク事業への協力を依頼したり、市民向けに移住フォーラムを開催して協力を呼び掛けたりするなどの取組を進めている。今後も遠野市としては、同市に定住す

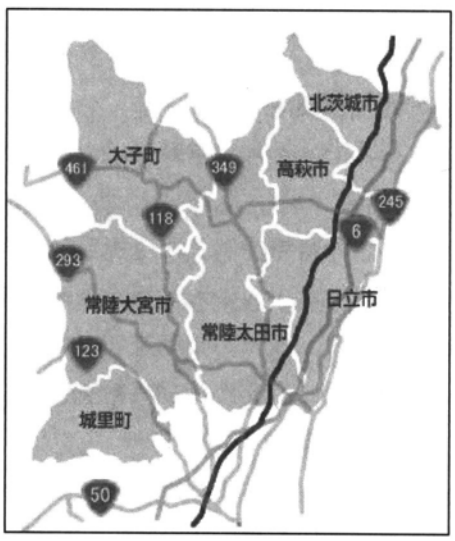
る世帯を増やしていくため、空き家情報を充実させ、地域アドバイザーを配置し、さらなる定住促進の取組を進めることとしている。

○茨城県（県北地域）・財団法人グリーンふるさと振興機構

1　移住・交流の取組

(1) 移住・交流の取組の背景

茨城県の県北地域（日立市、常陸太田市、高萩市、北茨城市、常陸大宮市、城里町及び大子町）は、四季折々の豊かな自然と温暖な気候に加え、豊富な海や山の特産物にも恵まれた地域であり、地理的に首都圏から近く、交通機関、医療機関等も整備されている。しかし、同地域は、人口減少や高齢化が進み、地域活力の低下が懸念されている。



そこで、茨城県は、平成１８年に策定した新茨城県総合計画「元気いばらき戦略プラン」の中で、県北地域の振興を図るため、新たなライフスタイルの発信による交流、二地域居住及び定住の促進を位置付け、主に首都圏の住民を対象に、県北地域での交流、二地域居住及び定住の促進に向けた様々な取組を展開してきた。

(2) 移住・交流の取組の内容

ア　財団法人グリーンふるさと振興機構の取組

茨城県の県北地域における移住・交流の取組においては、「財団法人グリーンふるさと振興機構」（以下「振興機構」という。）が重要な役割を果たしている。振興機構は、県北地域の振興を目的として、県、関係市町村、民間企業、各種団体等からの出資により、昭和６０年に設立された財団法人である。

振興機構は、平成１８年度から平成２２年度までの中期計画における重点施策の一つとして、交流・二地域居住の拡大をあげている。そして、振興機構が関与して移住等を行った人口を５年で５０組、１００人にするという目標を同計画に掲げている。この目標を達成するための振興機構の取組については、移住希望者の相談への対応及び情報の提供、体験プログラムの実施、若い世代の定住促進、移住後の生活支援並びに住宅の確保が中心になっている。

まず移住希望者の相談への対応と情報の提供の取組としては、振興機構は、田舎暮らし相談窓口を設けており、この窓口には平成１８年１０月の開設以来７５０件を超える相談が寄せられている。

また、体験プログラムとして、振興機構は、移住希望者等に県北地域の魅力を実感し

てもらうための「さとやま体験ツアー」及び「プレ田舎暮らし体験事業」を実施している。さとやま体験ツアーは、日帰りまたは１泊２日で地元の人々との体験交流・農家民泊を行うというプログラムで、平成２０年度は、９回のツアーが実施され、延べ３４５人が参加した。一方、プレ田舎暮らし体験事業は、振興機構が整備した６棟の「お試し田舎暮らし住居」において１カ月から３カ月または１年実際に住むことができるようにするもので、平成２０年度は、２０世帯３６人の参加があった。

さらに、若い世代の定住促進の取組としては、振興機構は、平成２１年度から地元の有機農業者ネットワークの協力を得て有機農業研修を実施している。これは、有機農業の担い手を育成するため、２０歳から３９歳までの田舎暮らし希望者を対象として、県北地域に定住することを条件に１年から２年の研修を行うものである。振興機構は、研修期間中の住居の提供を行っており、県は研修生に対する助成金制度を設けている。平成２１年度は、１名の研修生を受け入れた。

加えて、移住後の生活支援として、振興機構の職員が県北地域の市町の協力を得ながら移住者からの相談に対応している。今後、振興機構では「定住アドバイザー」を配置し、移住者に日常生活や農作業などを円滑に行うための助言及び指導を行っていくことも予定している。

イ　茨城県の取組

一方、県は、県北地域における交流・二地域居住及び定住の促進を図るため、主に首都圏などの都市の住民に対するＰＲの役割を担っている。

茨城県では、県北地域の豊かな自然に包まれた魅力的なライフスタイルを「いばらきさとやま生活」としてブランド化している。また、「いばらきさとやま生活」の情報発信のため、生活情報のほか、移住実践者の体験談など移住後の生活が実感できるような情報を掲載するホームページを開設・運営している。さらに、雑誌、テレビ等を通じた情報の発信を行っている。加えて、首都圏で開催される移住・交流をテーマにしたイベントでのＰＲも行っている。

ウ　県北地域の市町の取組

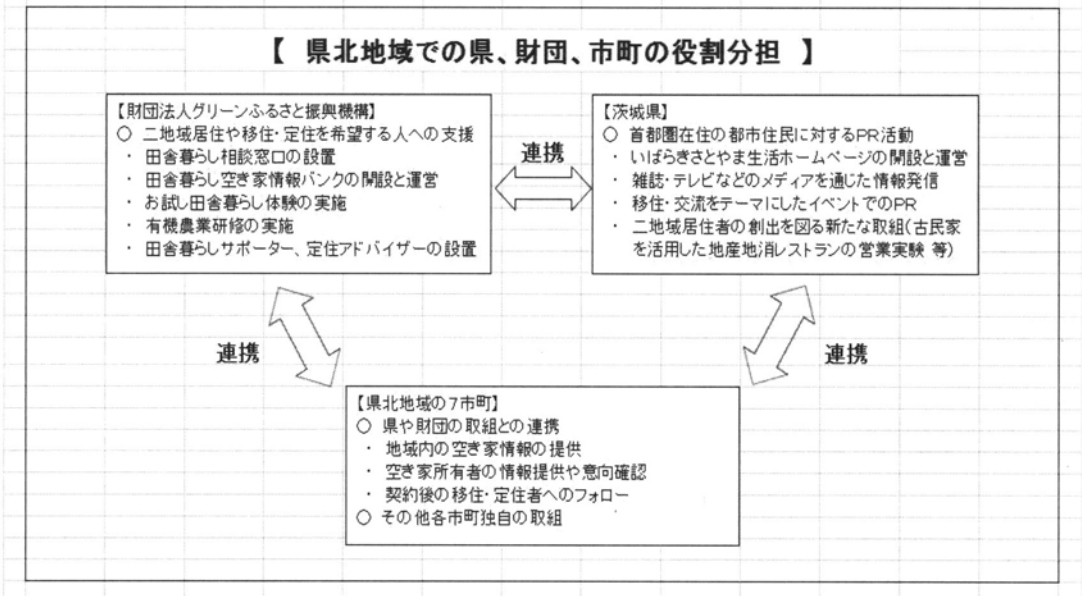
県北地域の市町は、情報の提供、移住希望者の相談への対応及び移住者の生活の支援の面で、茨城県及び振興機構との連携を図っている。

また、これらの市町は、独自に交流・二地域居住や定住の促進に向けた取組も実施している。例えば、常陸大宮市は、市外から移住して空き家を利用する人に対する「移住奨励金」及び「空き家改修費補助金」の交付を行っている。

エ　振興機構、茨城県及び県北地域の市町の役割分担の特徴

以上のとおり、交流・二地域居住及び定住の促進のため、振興機構は、主に移住等の希望者を対象とした現地での支援サービスを担っている。また、茨城県は、県北地域の魅力を首都圏の都市住民に発信する役割を担っている。さらに、県北地域の市町は、地元に密着した情報提供及び移住者のフォローという形で振興機構及び茨城県の取組に

協力しながら、独自の移住・交流促進施策を実施している。茨城県の県北地域における移住・交流の取組については、このように振興機構、茨城県及び県北地域の各市町の三者が各々の役割に応じた取組を行い、それらがうまくかみ合うような仕組みが構築されている点に特徴がある。



(3) 住宅に関する取組

振興機構の住宅に関する取組としては、平成１８年度からホームページ上で空き家バンク（田舎暮らし空き家情報バンク）が運営されている。また、平成２０年度からは、空き家を円滑に賃貸できるよう、空き家の改修等に係る費用について最大２０万円を所有者に補助する制度も導入されている。

(4) 取組の成果と今後の課題・方向

取組の成果を見ると、振興機構の資料によれば、平成２０年度までの実績で３２組、６７人が定住または二地域居住を開始した。平成２２年１月までの累計では、この数値は５１組、１０３人となっており、「平成２２年度までに１００人」という目標を既に達成している。

【中期計画における移住者の目標と実績】

	目標（人）	実績（人）
平成１８年度	６	３
平成１９年度	１８	２６
平成２０年度	２４	３８
平成２１年度	２６	３６（※）
平成２２年度	２６	－
計	１００	１０３

※　平成２２年１月末時点

今後、振興機構及び茨城県は、現在行っている取組を引き続き着実に実行していくこととしているが、元々のターゲットであった団塊世代だけでなく、現役世代の交流・二地域居住及び定住の促進も視野に入れているとのことである。

また、現在県北地域の交流・二地域居住及び定住の促進に関する事業については、茨城

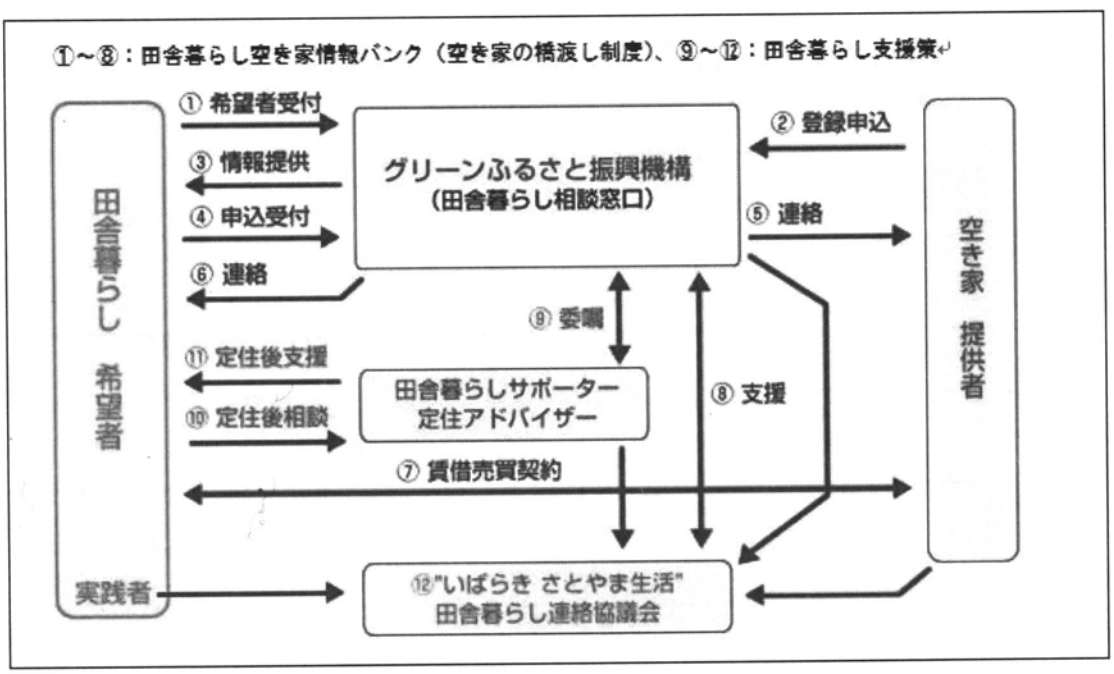
県の地域計画課県北振興室が担当しているが、交流・二地域居住及び定住の一層の促進を図るため、今後、就農促進担当部署、住宅政策担当部署及び雇用対策担当部署との緊密な連携を図っていくこととしている。

2　空き家バンクの運営

(1)　空き家バンク開設の背景

空き家バンクが開設された背景には、県北地域の交流・二地域居及び定住を促進するため、平成１８年９月に設置された「いばらきさとやま生活支援システム研究会」の取組があげられる。この研究会は、茨城県、振興機構、県北地域の７市町、学識経験者、不動産取引業者及び地域づくり団体で構成される研究会であった。

この「いばらきさとやま生活支援システム研究会」は、その後精力的に検討を行い、平成１９年３月に報告書を取りまとめた。この報告書には、田舎暮らし希望者の住居、生活関係等の相談を踏まえ、そのニーズに対応するため、空き家バンクを整備することが盛り込まれた。また、振興機構が中心になり空き家バンクを運営することも明記されており、現在、振興機構は、以下の仕組みにより空き家バンクを運営している。



(2)　空き家バンクの取組の内容

ア　空き家情報の収集

県北地域の空き家バンクの取組の内容を見ると、まず空き家情報の収集については、振興機構が広報誌、チラシ、ホームページ等を通じて県北地域の空き家所有者に空き家バンクへの登録を呼びかけるという形で行われている。また、振興機構及び市町が単独または共同で空き家の情報収集のための調査を行うという方法もとられている。さらに、市町が調査後の空き家の所有者及び所有者の意向の確認をし、振興機構に情報を提供するということも行われている。

空き家の所有者の中には荷物の片付けや掃除ができていないために空き家の賃貸等を拒む人もいたそうである。しかし、振興機構が平成２０年度から空き家の改修等に要する費用に対する補助制度を導入した結果、平成２０年度には新たに１９件の空き家の登録に結びついたとのことである。

しかしながら、現在は空き家のストックが減少する一方で、情報提供または登録に応じる所有者が少なくなっており、空き家の確保のため、その登録件数の増加を図ることが必要になっている。

イ　空き家物件の情報発信

空き家物件の情報発信については、振興機構はホームページ内にある「田舎暮らし空き家情報バンク」のページを通じて行っている。

また、県北地域の市町には、常陸大宮市及び大子町のように、独自に空き家バンクを設けている市町もある。これら市町の空き家バンクに掲載されている空き家の情報は、振興機構の空き家バンクにも掲載されており、振興機構と市町の共同で情報発信が行われている。

ウ　空き家バンクの掲載情報

振興機構の空き家バンクは、次のとおり家屋所在地、売買・賃貸の別、家屋構造、屋根、希望価格等に関する情報を掲載している。

<table>
<tr><td>家屋所在地</td><td colspan="3"></td><td>売･貸の別</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>家屋構造</td><td colspan="6"></td></tr>
<tr><td>屋根</td><td colspan="3"></td><td>希望価格</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>敷地坪数</td><td>m^2</td><td>建物坪数</td><td>m^2</td><td>庭の有無</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>田坪数</td><td></td><td>畑坪数</td><td></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td rowspan="3">所有者</td><td>住所</td><td colspan="5"></td></tr>
<tr><td>氏名</td><td colspan="2"></td><td>管理人</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>電話</td><td colspan="2"></td><td>FAX･メール</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>家屋の状態</td><td colspan="6"></td></tr>
<tr><td>トイレ</td><td colspan="2"></td><td>その他</td><td colspan="3"></td></tr>
</table>

エ　物件と希望者のマッチング

振興機構では、現在３名の職員が、県北地域の市町の職員の協力も得ながら、移住希望者等からの相談への対応及びバンクに登録された空き家の情報提供を行っている。

振興機構は、空き家情報バンクを見た人からの相談を電話または電子メールで受けた

後、必ず一度は振興機構の事務所へ来てもらうことにしている。そして、希望者の移住等への熱意及び求める物件の条件を確認したうえで、物件の情報提供を行っている。

移住希望者が田舎での生活に不安を抱いている場合または移住後の生活について具体的な内容を決めていない場合には、振興機構は前述の「プレ田舎暮らし体験事業」への参加を勧めている。

エ　契約手続き

契約に際しては、空き家の所有者と希望者との間で直接契約を締結している。

オ　契約後のフォロー

空き家の売買契約後においては、振興機構は、移住者が地域に馴染みやすいように自治会への加入を勧めている。また、実際に移住者が定住または二地域居住を始めた後の支援については、振興機構の職員が移住者からの相談に対応しているほか、振興機構では、今後は「定住アドバイザー」の配置も検討している。

振興機構は、県北地域で既に定住を始めている人及び地元の住民の中から定住アドバイザーを委嘱し、定住アドバイザーに自らの経験をもとに生活の知恵、習慣その他に関する情報の提供及び移住者からの相談の受付を行ってもらう予定である。

また、県北地域の各市町も、定住または二地域居住を開始した人に対して、生活インフラに関する情報の提供、相談への対応等をそれぞれ行っている。

(3) 空き家バンクの取組の成果

空き家バンクをはじめとする県北地域での交流・二地域居住及び定住の促進に向けた取組が始まった平成１８年以降、振興機構の田舎暮らし相談窓口には、首都圏を中心に７５０件を超える相談があった。また、振興機構の関与により、空き家バンク等を通じて定住または二地域居住を開始した人の数は、前述のように平成２２年１月までの累計で５１組、１０３人になっている。これは、振興機構の中期計画において示された「平成１８年度から平成２２年度までの５年間で５０組、１００人」という目標を平成２１年度で達成したことになる。

振興機構、茨城県及び県北地域の各市町の三者が行ってきた取組は、このように目覚ましい成果をあげている。その要因としては、空き家バンクにより役立つ物件情報を提供してきたことに加え、それと一体的に運用できる充実した支援システムを構築し、立場の異なる三者が明確な役割分担と緊密な連携によって取組を展開してきたことが考えられる。

(4) 今後の課題と方向

振興機構の空き家バンクの課題としては、地域内に多数の空き家があるにもかかわらず、賃貸または売買に応じる所有者が少なく、情報の提供及び登録に至らないものが多いことがあげられる。振興機構は、県北地域の各市町の協力も得ながら、空き家所有者に根気よく説得を続けるという対応策をこれまでもとってきたが、登録件数は横這いの状態が続いている。

こうした中で今後も取組の成果があがるようにするには、空き家バンクに登録される空

き家のストックを確保していくことが必要である。このため、振興機構は、空き家の多い地域に重点を絞って登録を呼びかけるチラシを配付するなどにより、空き家の登録の掘り起こしを進めていくことにしている。

○山梨県山梨市



【山梨市の概要】
面積：289.87k ㎡
人口：38,686 人
（平成 17 年国勢調査より）
合併：平成 17 年 3 月 22 日
旧山梨市、牧丘町及び三富村が合併

1　移住・交流の取組

(1) 移住・交流の取組の背景

山梨県山梨市は、山梨県北東部に位置する果樹栽培が盛んな市であり、平成１７年３月に旧山梨市、旧牧丘町及び旧三富村が合併して誕生した。

山梨市においては、我が国の多くの市町村と同様に、将来の人口及び世帯数の減少が予想されていた。そこで、山梨市は、平成１９年に策定した総合計画の中で、地域の活性化を図るため定住及び交流居住を促進することを掲げた。

(2) 移住・交流の取組の内容

山梨市は、首都圏から１００キロ圏内にあり、ＪＲ新宿駅から特急で１時間半の距離にあるという強みを活かし、定住及び交流居住を促進するため、首都圏在住者を対象とする多様な取組を進めている。例えば、首都圏在住者に山梨市への定住または二地域居住を薦めるだけでなく、果樹農業等の資源を利用した観光交流を推進している。

山梨市では、定住の促進に移住者の仕事を確保する必要があると考えており、商工労政課の中に「山梨市地域職業相談所」を設置した。相談所では、ハローワークの職員２人が、移住希望者からの就労相談に応じる等の就労支援を行っている。また、山梨市は、就農を希望する移住希望者について、同市に先行して移住した人々が運営する特定非営利活動法人「都市農村交流セミナー」を紹介し、同法人から農協または農業大学校へのあっせんをしてもらっている。

なお、山梨市の近隣７市２町（甲府市、都留市、大月市、韮崎市、南アルプス市、北杜

市、甲州市、身延町及び南部町）においても、空き家バンクの開設をはじめとする移住・交流の取組が進められている。山梨市は、これら近隣の市町と空き家バンクのホームページの相互リンクを張ったり、空き家バンクの周知を目的とするシンポジウムを共催したりするといった形での連携を図っている。

(3) 住宅に関する取組

住宅に関する取組としては、山梨市は、空き家バンクを開設するとともに、平成１９年度から空き家バンク利用登録者を対象に毎年「田舎暮らしお試し体験」事業を実施している。

(4) 取組の成果と今後の課題・方向

取組の成果を見ると、例えば、「田舎暮らしお試し体験」の参加実績は、平成１９年度が４組８人、平成２０年度が６組１２人及び平成２１年度が８組１４人であった。このうち平成２０年度には１組２人、平成２１年度には２組２人が実際に山梨へ移住した。

山梨市の定住促進における今後の課題としては、まず空き家バンクの登録物件数及び市内の求人数が少ないことがあげられており、登録物件数の増加及び求人の開拓が必要になっている。

また、山梨市役所では、総合政策課の職員１名が、定住促進業務と他の業務とを兼務しているが、平成２２年度からは市民協働参画の担当部署に定住促進（空き家バンク）の担当を移管し、地元住民の理解と協力により、空き家バンクの一層の活用を推進するための体制の強化を図っていく予定である。

2　空き家バンクの運営

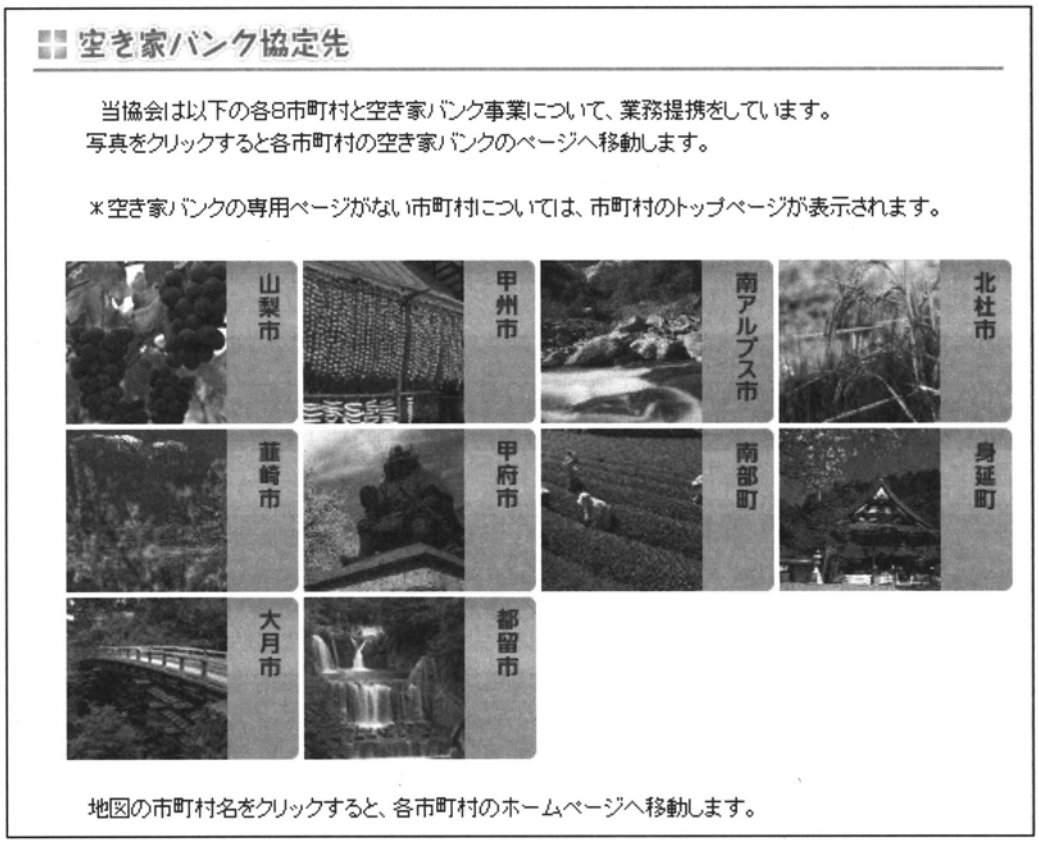
(1) 空き家バンク開設の背景

山梨市においては、近年過疎化が進んで集落に空き家が目立ち始め、防犯の面からも住民の不安が高まっていた。一方、市外へ転出した住民からは、使わなくなった空き家を活用してほしいとの要望が寄せられていた。そこで、山梨市は、都市住民と市民との交流拡大及び定住促進による地域の活性化を図るため、空き家の有効活用を図ることとし、平成１８年１２月に空き家バンクを開設した。

また、山梨市は、平成１８年８月に社団法人山梨県宅地建物取引業協会（以下「県宅建業協会」という。）と「山梨市空き家情報登録制度『空き家バンク』媒介に関する協定」を締結し、空き家バンク事業の実施に当たり、県宅建業協会会員である地元の宅建業者の協力を得られるようになった。この取組は、その後山梨県内の他の市町にも広がり、平成２１年末現在では、県内の近接する８市２町（甲府市、都留市、山梨市、大月市、韮崎市、南アルプス市、北杜市、甲州市、身延町及び南部町）が県宅建業協会と空き家バンクに関する協定を締結している。

さらに、県宅建業協会は、空き家バンク事業に関する情報発信元は、多ければ多いほど良いと考え、そのホームページ内に「山梨田舎暮らし」のページを開設し、空き家バンク

に関する協定を締結した各市町の空き家バンクのページとリンクを張り、全面的な協力を行っている。なお、そのリンク画面は、次のとおりである。



加えて、県宅建業協会と空き家バンクに関する協定を締結した８市２町のうち６市（甲府市、山梨市、韮崎市、南アルプス市、北杜市及び甲州市）は、平成２０年度に財団法人地域活性化センターの「移住・交流受入システム支援事業」を活用して広域的な空き家バンク制度を確立するための調査研究を実施した。この調査研究は、「空き家バンク制度調査研究会」を設置して行われた。この調査研究会の報告書では、空き家バンクに掲載された物件情報の提供様式を６市共通のものにすること、６市の空き家バンクのページ間で相互リンクを張ること等が提案された。これを受けて６市は、この提案に沿った取組を行った。その結果、移住希望者は、山梨県内の複数の市町の空き家バンクに掲載された情報を広域的に比較検討しながら物件を探すことができるようになり、多くの空き家物件の中から自分のニーズに合ったものを探すことができるようになった。

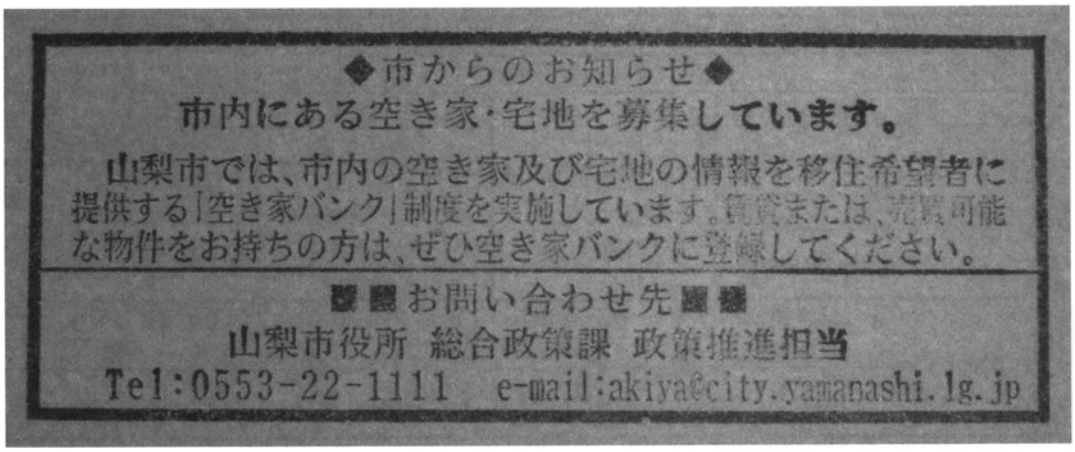
(2) 空き家バンクの取組の内容

ア　空き家情報の収集

山梨市では、市の担当者が空き家情報の収集を行っている。空き家の調査を行う際には、市の職員には売却または賃貸が可能か否かの判別が難しいため、県宅建業協会会員の宅建業者が調査に同行する。収集した空き家情報については、山梨市がその所有者に空き家バンクへの登録を直接お願いしている。

また、山梨市では空き家の所有者が市外に居住しているケースも多く見受けられる。

このため、山梨市は、次に示すような空き家バンクへの登録を呼び掛けるメッセージのスタンプを作成し、市が発送する固定資産税等の税関係の封筒に押印し、市外に居住する所有者に所有する空き家情報の登録をお願いしている。



このほかにも、県宅建業協会と協定を締結した山梨市をはじめとする８市２町は、市の広報誌によるＰＲ、地元の区長会における空き家バンクの紹介を行うなどして、空き家情報の収集に努めているほか、県宅建業協会からも空き家情報の提供を受けている。

イ　空き家物件の情報発信

空き家物件の情報発信については、山梨市は、市のホームページ上に開設した空き家バンクへの情報の掲載及び空き家バンクに登録した人へのダイレクトメールの送付により行っている。また、全国で発売される雑誌等に空き家バンクの記事が掲載されると反響が大きいことから、山梨市は、田舎暮らしをテーマにした雑誌、新聞等の取材にも積極的に協力している。

ウ　空き家バンクの掲載情報

山梨市の空き家バンクの掲載情報は、前述のように同市を含む６市の共通の物件登録様式に即したものになっている。この様式には、下記のとおり分類、住所地、価格、物件の構造、利用状況、主要施設等への距離等に関する情報が掲載されている。

こうした共通の様式の採用により、移住希望者は、前述のように山梨県内の複数の市町の空き家バンクに掲載された情報を広域的に比較検討しながら物件を探すことができるようになっている。

【６市の共通の物件登録様式】

登録No.		分類			□ 賃貸　□売却
物件住所地			家屋状態の目安		
価　格	□賃貸　　円/月		□敷金　ヶ月	□礼金　ヶ月	
	□売却　　円				

物件の概要	面　積		構　造	建築年	築　年
	土 地	㎡	□ 木造	補修の要否	補修の費用負担
	建 物 1階	㎡	□ 軽量鉄骨造	□ 補修は不要	□ 所有者負担
		坪	□ 鉄筋ｺﾝｸﾘｰﾄ	□ 多少の補修必要	□ 入居者負担
	建 物 2階	㎡	□ その他	□ 大幅な補修必要	□ その他
		坪		□ 現在補修中	
	間取り	1階 □ 居間(　)畳　□ 台所　□ 風呂　□ トイレ　□ その他(　) □ 洋室(　)畳(　)畳　□ 和室(　)畳(　)畳(　)畳			
		2階 □ 洋室(　)畳(　)畳　□ 和室(　)畳(　)畳 □ その他(　)			

利用状況	□ 放置 (　)年 □ 別荘 □ その他	設備状況	電　気	□ 引き込み済み　□ その他	
			ガ　ス	□ プロパンガス　□ その他	
			風　呂	□ ガ ス □ 灯 油 □ 電 気 □ その他	
			水　道	□ 上水道　□ 簡易水道　□ その他(　)	
			下水道	□ 下水道　□ 浄化槽　□ その他(　)	
			トイレ	□ 水洗　□ 汲取り　/　□ 和　□ 洋	
			車　庫	□ 有　□ 無	物 置　□ 有　□ 無
			庭	□ 有　□ 無	その他

主要施設等への距離	□駅	km	【間　取】（別紙可）	【地図】（別紙可）
	□バス停	km		
	□市役所	km		
	□病院	km		
	□消防署	km		
	□警察署	km		
	□保育園	km		
	□小学校	km		
	□中学校	km		
	□公営温泉	km		
	□公園	km		
	□スーパー	km		
	□ホームセンター	km		
	□	km		

特記事項	耐震診断 ： 未 ・ 済（補強不要 ・ 要補強）・ 不要 建物外観の写真や、その他特記事項を記載

エ　物件と希望者のマッチング

物件と希望者のマッチングの際には、山梨市は、できるだけ移住希望者への個別対応を心掛けており、例えば、毎週金曜日には市担当者による現地案内を終日行っている。

また、現地案内の際には、県宅建業協会会員の宅建業者も同行することがあり、宅建業者が空き家情報及び地域の情報を移住希望者に説明している。

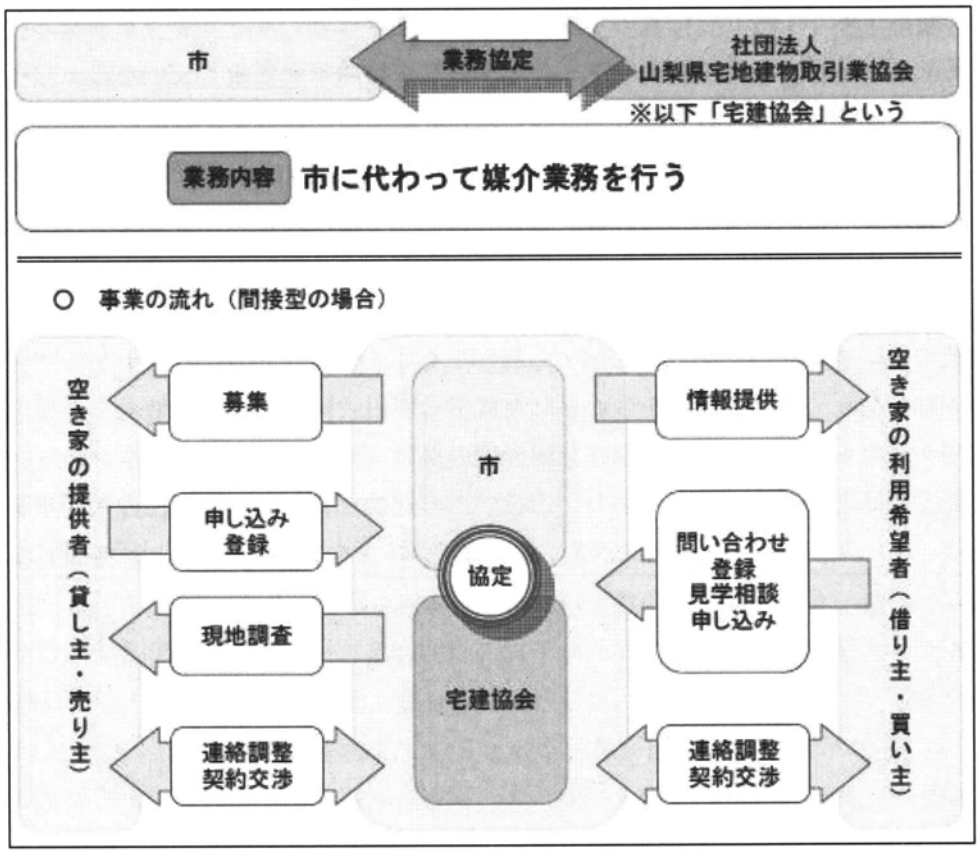
オ　契約手続き

山梨市は、移住希望者と空き家所有者との無用なトラブルを避けるため、市と県宅建業協会の協定に基づき、空き家バンクを利用した物件購入希望者に対して、県宅建業協会会員の宅建業者を紹介し、業者が仲介する形での契約を勧めている。

また、山梨市を通して県宅建業協会会員の宅建業者に空き家の仲介が依頼された場合においては、依頼を受けた宅建業者は、空き家の調査、物件案内、重要事項説明書の交付及び契約締結といった宅地建物取引業法に規定された仲介業務を山梨市と連絡を取りながら行っている。さらに、仲介業務を行った宅建業者は、契約締結に至ったか否かを山梨市に報告することになっている。

なお、こうした契約手続きに関する取組は、山梨市以外の県宅建業協会と協定を締結した７市２町においても同様に行われており、その流れを図示すると以下のとおりである。

【契約締結までのフロー】



カ　契約後のフォロー

山梨市は、地域のリーダーに移住・交流の重要性を理解してもらうことが、移住者が地域に溶け込めるかどうかのカギを握っていると考えている。このため、山梨市は、移住者が居住を開始する際にその移住者が地域に早期に溶け込めるよう、地元の区長、組長、役員及び隣人に対して移住者を紹介し、その移住者と地元住民との交流のきっかけをつくるようにしている。

(3) 空き家バンクの取組の成果

取組の成果を見ると、山梨市においては、空き家バンクを開設した平成１８年度から平成２１年末までに月平均で５０件程度の相談が移住希望者から寄せられ、空き家バンクを通じて４５件の物件の成約があった。これは、全国でもトップクラスの実績である。そして、取組を積み重ねた結果、空き家バンクの実績が伸び、これにより地元の県宅建業協会会員の宅建業者から物件情報が空き家バンクに集まり、そのことが更に成約実績を伸ばすという好循環が生まれている。

山梨市としては、次に掲げることがこうした空き家バンクの成功の要因であると考えている。

・地元の県宅建業協会会員の宅建業者が、空き家の所有者に対して、積極的に空き家バンクへの登録を働きかけ、物件情報の確保に努めたことなどにより、毎年３０件程度の空き家の物件が新規登録されていること。

・山梨市が関与することによって信頼性を確保できるというメリットを活かしながら、インターネットを活用した空き家バンクの物件情報の発信をしていること。

・新聞、雑誌等の取材も活用し、広告宣伝費をかけることなく、都市住民に広く空き家バンクを認知してもらっていること。

・毎週金曜日を現地案内の日と決め、希望者に対して終日徹底して現地案内を行っていること（この結果、成約率が以前の２倍になった。）。

(4) 今後の課題と方向

山梨市の空き家バンクの取組に関する課題として、移住希望者は、若手から団塊の世代まで年齢も様々であり、就農を中心とした就労・雇用に関する相談のほか、子どもの教育や中高年に対する福祉の充実、家庭菜園程度の農業支援など、多様化するニーズへの対応が必要であると山梨市は考えており、市役所内の連携だけでなく、市内の民間事業者、各種団体、ＮＰＯ法人等との連携を進め、より良く、快適な生活が出来るよう検討している。

○広島県呉市



【呉市の概要】
面積：353.76k ㎡
人口：251,003 人
（平成 17 年国勢調査より）
合併：平成 15 年 4 月 1 日に旧呉市が
下浦刈町を編入合併
平成 16 年 4 月 1 日に旧呉市が
川尻町を編入合併
平成 17 年 3 月 20 日に旧呉市が
音戸町、倉橋町、浦刈町、安浦町、
豊浜町及び豊町を編入合併

1　移住・交流の取組

(1) 移住・交流の取組の背景

広島県呉市は、平成１５年４月から平成１７年３月にかけて、旧呉市が近隣８町を編入合併して誕生した市である。平成１５年に実施された総務省の住宅・土地統計調査によると、当時の呉市では、空き家率が１５．２％に達し、広島県内で２番目に高いという状況になっていた。また、市町村合併により呉市に編入された旧音戸町、旧倉橋町等の島しょ部においても、空き家の増加が地域の問題として既に顕在化していた。

これらの状況を踏まえ、呉市は、移住希望者の誘致及びそれに伴う空き家の利活用の在り方について検討を行うとともに、平成１７年４月には同市の住宅課内に「定住対策室」を設置し、定住対策を担当させることとした。これと合わせて、呉市は、庁内の関係部で構成する「呉市定住対策検討委員会」も設置し、全庁的に定住対策を進めることとした。なお、定住対策室は、平成２０年４月には「定住サポートセンター」に名称変更され、定住支援に関する情報の発信、移住希望者の相談への対応及び空き家バンクに関する業務を担当することになった。

(2) 移住・交流の取組の内容

呉市の移住・交流の取組の内容を見ると、呉市は、平成１８年８月に、地元の高校の同窓会及び企業関係者に依頼し、首都圏在住の呉市ゆかりの団塊世代を中心とした 5,622 人を対象とする「団塊世代の定住受入調査」を実施した。この調査の結果、回答者 913 人のうち約１６％の人がＵターンを考えているという結果が出た。

また、呉市は、同じく平成１８年に改定した「第３次呉市長期総合計画」の基本構想及び基本計画の中で、定住促進を図ることとし、その一環として、空き家・空き地の情報提

供と相談体制の整備を行うこととした。この基本計画の中では、呉市は、前述の「団塊世代の定住受入調査」の結果もあり、定住対策の主たるターゲット層を団塊世代とした。

具体的な定住対策としては、呉市は、主に団塊世代を対象とする定住パンフレット「セカンドライフ・スローライフ・田舎暮らし」を平成１７年９月から作成している。このパンフレットは、これまでに３度の改訂を経ながら累計で 55,000 部が作成されており、東京・大阪の広島県人会会員、定住ＰＲイベント等の参加者に配付している。

また、呉市は、平成１７年９月から市のホームページの中で「呉市定住支援窓口」のページを開設している。このホームページには、就労に関する情報、医療・子育てに関する情報、定住者の体験談、住宅に関する情報等の幅広い情報が掲載されており、移住希望者にとって必要な情報を提供できるようになっている。

なお、呉市は、移住希望者に対する補助金等の金銭面での支援の制度は設けておらず、移住希望者への情報提供、助言など、ソフト面でのサポートを行っている。

(3) 住宅に関する取組

呉市の住宅に関する取組は、空き家バンクが中心になっている。呉市は、社団法人広島県宅地建物取引業協会（以下「県宅建業協会」という。）及び広島県と連携を図りながら、移住希望者に対して、住宅に関する情報発信を行っている。

(4) 取組の成果と今後の課題

取組の成果を見ると、呉市で空き家バンクを利用して空き家が賃貸または売買された件数が後述のように平成２０年度末までの累計で２８件になっている。

しかし、呉市には、移住・交流施策において移住後の支援が未だ十分ではないとの認識がある。呉市は、移住者の受入れに関する地域住民の意識の醸成を図るために広島県と共催で地域住民を集めた移住に関する車座談義を開催する等の取組を行っているが、呉市全域への移住者の受入れに関する意識の広がりは十分ではないと感じている。そこで、呉市は、今後は従来の取組に加えて先行移住者をうまくネットワーク化して、地元の地域住民の移住者の受入れに関する意識の醸成と受入態勢づくりに生かすことが必要であると考えている。

2　空き家バンクの運営

(1) 空き家バンク開設の背景

呉市の移住・交流の取組は、空き家の有効活用が出発点となっており、このため、空き家バンクはその核に位置づけられた。

もともと呉市の市街地にある空き家物件については、県宅建業協会のホームページで情報提供がなされていたが、呉市の島しょ部にある空き家物件については、このホームページ上にほとんど掲載がなく、情報提供がなされていなかった。このため、呉市は、市のホームページで島しょ部の空き家物件の情報提供を行うこととし、平成１７年１０月に市のホームページの中に空き家バンクを開設した。

さらに、移住希望者と空き家所有者の円滑な取引を確保するため、呉市は、平成１９年７月に県宅建業協会及び社団法人全日本不動産協会広島県本部（以下「県宅建業協会等」という。）と「空き家バンクの相談等に関する協定」を締結し、相互に協力しながら空き家バンクを運営するようになった。

なお、この協定は、広島県が平成１８年９月に県宅建業協会等との間で締結した包括協定である「交流・定住相談等に関する協定」に基づいて締結されたものである。「交流・定住相談等に関する協定」には、県宅建業協会等が広島県及び県内市町に対して空き家等の情報提供を行うこと、物件の査定を行うとき等に市町からの要請を受けて県宅建業協会等の会員を派遣すること、市町からの要請に応じて市町と県宅建業協会等が個別に協定を締結すること等が盛り込まれており、包括協定締結後は、県内市町と県宅建業協会等との個別協定締結が進んだ。

(2) 空き家バンクの取組の内容

ア　空き家情報の収集

呉市の空き家バンクのシステムは、前述の空き家バンクの開設の経緯から「呉市島しょ部空き家・空き地情報」及び「呉市内全域情報」の２つの部分から構成されている。このうち「呉市島しょ部空き家・空き地情報」は呉市が運営する空き家バンクであり、「呉市内全域情報」は県宅建業協会が運営する「不動産オンライン広島」空き家バンクである。

【封筒に印刷されたＰＲ文】



呉市は、「呉市島しょ部空き家・空き地情報」に登録する空き家情報の収集については、自治会長等を通じて地域住民に情報提供を働きかけたり、広報誌「市政だより　くれ」を通じて市民に情報提供を呼びかけたりする方法で行っている。また、平成２０年度からは固定資産税通知書の封筒に空き家バンクのお知らせを掲載している。この固定資産税通知でのＰＲにより、市内に空き家の物件を持っているが県外転出等の事情によりこれを利用する見込みのない人からの情報提供につながったケースもある。これらの取組の結果、「呉市島しょ部空き家・空き地情報」には、平成２０年度末時点で４５件の物件が登録されている。

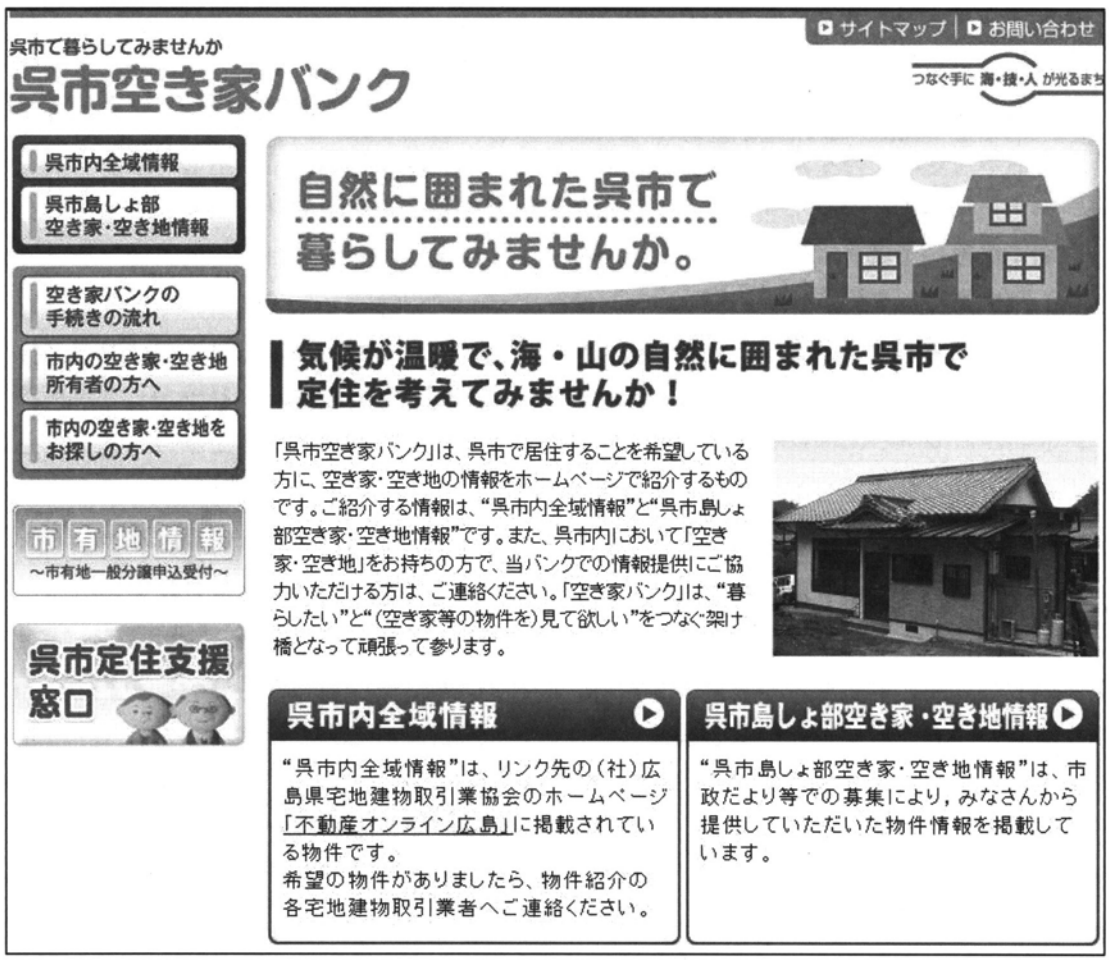
なお、主に市街地にある物件については、呉市と県宅建業協会の協定により、同協会会員の宅建業者から「呉市内全域情報」に物件の情報提供が行われているほか、呉市が収集した情報も提供されている。

イ　空き家物件の情報発信

「呉市島しょ部空き家・空き地情報」の物件情報は、呉市のホームページを通じて発信され、「呉市内全域情報」の物件情報は、呉市のホームページからリンクが張られて

いる県宅建業協会のサイト「不動産オンライン広島」を通じて発信されている。また、同サイトは、前述の県と県宅建業協会の協定により、広島県の交流定住ポータルサイト「広島暮らし」ともリンクしている。平成１８年１２月からはこれを通じた空き家情報の提供が行われている。

【呉市空き家バンクトップページ】



ウ　空き家バンクの掲載情報

呉市の空き家バンクのうち「呉市島しょ部空き家・空き地情報」には、下記のとおり分類、所在地、交通、構造、建築年月日、間取り等に関する情報が掲載されている。

一方、「呉市内全域情報」には、運営主体が県宅建業協会であることもあり、種目、価格、所在地、交通、諸費用、間取など、一般的に宅地建物取引業者が示す情報が掲載されている。

【呉市島しょ部空き家・空き地情報】

物件番号

分類　　貸家

所在地　　呉市音戸町　　MAPPLE周辺地図

交通　　呉市営　　行き　　バス停から徒歩5分

仕様・条件

構造	木造2階建て	延床面積	-
建築年月日	昭和60年8月	間取り	4LDK
補修履歴	-	地目	-
電気	中国電力	敷地面積	-
水道	上水道	駐車場	あり(駐車代は家賃込)
ガス	プロパンガス	都市計画法等の制限	-
排水	浄化槽	取引形態	仲介取引
管理費等	-		

価格等	家賃　43,000円/月 敷金1ヶ月
特徴	
相手方に対する要望	1月31日まで入居中(入居は2月以降になります。)
その他	
お問い合せ先	

写真・図面



写　真
(物件外観)

写　真
(物件外観)

エ　物件と希望者のマッチング

ホームページで空き家バンクを見た移住希望者から呉市または当該物件の取扱業者が連絡を受けた後、呉市は個別に相談、現地案内等を実施している。空き家の所有者は売却を希望することが多いが、移住希望者は賃借を希望することが多く、双方のニーズにずれが生じたり、価格面でなかなか折り合いがつかなかったりする場合も時々あるとのことである。

オ　契約手続き

呉市においては、空き家バンクに掲載されている物件のうち宅建業者の取扱物件については、業者が契約手続きを行っている。また、呉市の取扱物件についても、契約時の

トラブルを心配する当事者に対しては、できる限り宅建業者を通した取引を行うように呉市では推奨している。具体的には、呉市から空き家所有者に県宅建業協会呉支部の会員で近隣の業者を２～３社紹介し、紹介した業者の中から所有者がどの業者に依頼するかを選択してもらうことにより対応している。

また、県宅建業協会は、呉市との協定により、物件の掘り起こしを促進させるため、市取扱物件の相談、査定及び物件所有者（貸主または売主）からの仲介手数料は無料とする形での協力も行っている。

なお、県宅建業協会は、今後も公益法人の立場から、上記のような県内市町の空き家バンク事業への協力を積極的に行っていく方針とのことである。

カ　契約後のフォロー

呉市は、移住者が地元に溶け込むためには、契約後のフォローが必要であると認識しており、今後先行移住者の力を活用するため、ネットワーク化の方法を検討していく予定とのことである。

(3) 取組の成果

取組の成果を見ると、呉市では空き家バンクを利用して空き家が賃貸または売買された件数は、平成１７年１０月の開設時から平成２０年度末までの累計で２８件になっている。

空き家バンクを利用して移住した人からは、「市が関与することにより安心感があった」、「通常の業者取引では隠されるようなマイナスの情報についても、市は隠すことがなく情報提供を行ってくれて、十分納得の上購入することができた」との声もある。総じて移住をスムーズに進めるのに行政の関与が効果的であるとの意見が聞かれている。

(4) 今後の課題と方向

呉市の空き家バンクの今後の課題としては、登録物件の確保、移住希望者と登録物件のマッチング及び移住後の支援に関することがあげられる。

まず、空き家バンクに対する地域住民への周知や理解が不足していることもあり、空き家の所有者に空き家バンクへの物件登録を断られるケースが多い。例えば、平成１９年２月に広島県立大学が市民を対象に行った「空き家バンクに対する意識の実態調査」では、空き家バンクを知らないという回答が多く、空き家バンクの認知度の向上が重要であることが明らかにされている。そこで、呉市は、今後空き家バンクへの物件の登録件数を増やしていくため、地域住民に対して同市の空き家対策への理解を得るように移住者を交えた啓発活動を行っていく必要があると考えている。

また、空き家バンクへの登録物件の確保の面では、島しょ部の空き家は、所有者が里帰りや倉庫に使用するという理由で放置されているケースが多く、たまに登録の申し出があっても、大規模な修復を行わないと居住できないような状態の家屋は、結局、空き家バンクへの登録ができないことが多いので、登録件数は徐々に増加しているものの、定住希望者のニーズに充分応えられるまでには至っていない。

次に、移住希望者と登録物件のマッチングの面では、現地で案内する物件の多くは、宅建業者が価格を見積もった物件であり、概ね適正な市場価格であるものの、買い手側が田舎物件というイメージから極端に安い価格を想定している場合があり、価格面で折り合わないケースがしばしばある。また、空き家所有者は売買を希望している場合が多いが、移住希望者は賃貸を希望する場合が多く両者の希望が合わないことも多い。これらのことに対応するため、呉市としては、移住希望者に対して事前に十分な説明を行うとともに、移住希望者のニーズに合った物件探しを検討する必要があると考えている。

さらに、移住後の支援の面では、移住者の定住化を図るため、呉市としては、移住者が地元に溶け込みやすいように先行移住者を活用した支援ネットワークの導入を考えている。

○島根県江津市



【江津市の概要】
面積：268.51k ㎡
人口：27,774 人
（平成 17 年国勢調査より）
合併：平成 16 年 10 月 1 日
旧江津市と桜江町が合併

1　移住・交流の取組

(1) 移住・交流の取組の背景

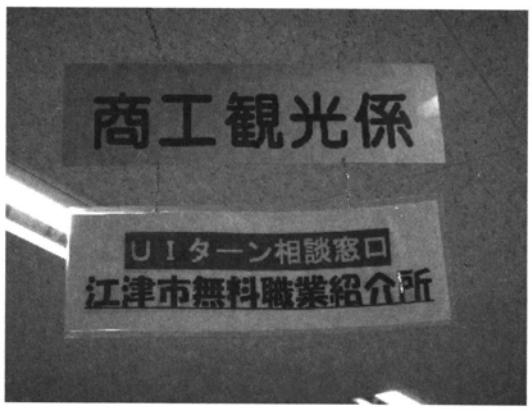
島根県江津市は、平成１６年１０月に旧江津市が旧桜江町を編入合併して誕生した市であり、市の区域の約８割を中山間地域が占めている。江津市では、人口の減少が続き、平成１７年の国勢調査では平成１２年比▲５．５％という人口減少率を記録した。これは、県平均の減少率▲２．５％を大きく上回り、県内で最も高い減少率であった。また、同市の中山間地域においては、少子高齢化及び人口の減少に伴う過疎化が進み、集落機能の維持が困難になる集落も多数出現していた。

一方で、江津市では、自然志向や農業志向の高まりから、田舎暮らしを希望する都市部の住民からの移住に関する相談が増加していた。こうした状況を踏まえ、江津市は、総合振興計画においてＵ・Ｉターン者の定住促進を目標に掲げ、人口減少に歯止めをかけるための施策を積極的に展開することとした。

定住促進に当たり、江津市は、関係機関と一体となって取り組むために、平成１９年７月に「江津市移住・交流促進協議会」（以下「促進協議会」という。）を設置した。促進協

議会は、農山漁村の地域資源を活かしながら、都市部生活者の移住・交流を促進することを目的に、江津市、島根大学、ＮＰＯ、島根県建築士会、民間企業等によって設立された任意団体である。促進協議会の会長は江津市副市長であり、事務局は江津市経済建設部農林商工課内に置かれている。

(2) 移住・交流の取組の内容



江津市は、Ｕ・Ｉターン者の定住促進を図るため、就職に関する取組として、市内の各産業の情報が集まる農林商工課内に「Ｕ・Ｉターン相談窓口　江津市無料職業紹介所」を設置し、Ｕ・Ｉターンの希望者に求人情報を提供している。なお、江津市は、国への届出により職業紹介ができるようになっている。

また、江津市は、都市部との交流を図るため、「１社１村交流事業」を実施している。これは、空き家を農村滞在施設として大阪の企業に安価で貸し出し、福利厚生施設として使用させる事業である。

さらに、江津市を含む石見地域４市５町（江津市、大田市、浜田市、益田市、川本町、美郷町、邑南町、津和野町及び吉賀町）の広域連合は、平成２１年度から「島根県石見定住フェア」を東京都内で開催している。このイベントでは、石見の魅力や石見地域の住むところ・働くところを紹介するとともに、首都圏から石見地域への移住・交流をプロモートすることを目的に、各市町がブースを出展し、特色あるプロモーション活動を展開している。

(3) 住宅に関する取組

江津市は、空き家の流動化を促すため、「定住促進空き家活用事業（空き家の市営住宅化事業)」を実施している。これは、江津市が国庫補助及び過疎債を活用して空き家を借り上げ、修繕した後、Ｕ・Ｉターン希望者等を対象にそれを市営住宅として提供する事業である。平成２２年度以降は、この事業に加えＵ・Ｉターン者が購入した物件に対する修繕費補助事業を実施する予定とのことである。

また、促進協議会が空き家バンクのシステムを構築し、運営を行っている。

(4) 取組の成果と今後の課題・方向

江津市が、Ｕ・Ｉターン促進の取組を始めた平成１８年度から平成２１年１１月までの空き家を活用したＵ・Ｉターン者の実績は、平成１８年度が１２人、平成１９年度が１５人、平成２０年度が２７人及び平成２１年度が３８人となっており、増加傾向にある。

なお、平成２０年度には、企業が空き家を社宅として利用した事例が３件あった。さらに、平成２１年度には、企業及びＮＰＯが福利厚生施設として空き家を購入した事例が２件あった。

このように取組の成果が出てきていることから、今後の課題はそれを一層発展させることにある。そこで、江津市は、Ｕ・Ｉターン者が購入した物件に対する修繕補助事業を平成２２年度から開始する予定である。市の財政状況が厳しい中、個人が物件を購入する場合だけでなく、企業が社員の福利厚生施設として物件を購入する場合も対象にすることを予定しており、制度の充実を図ろうとしている。

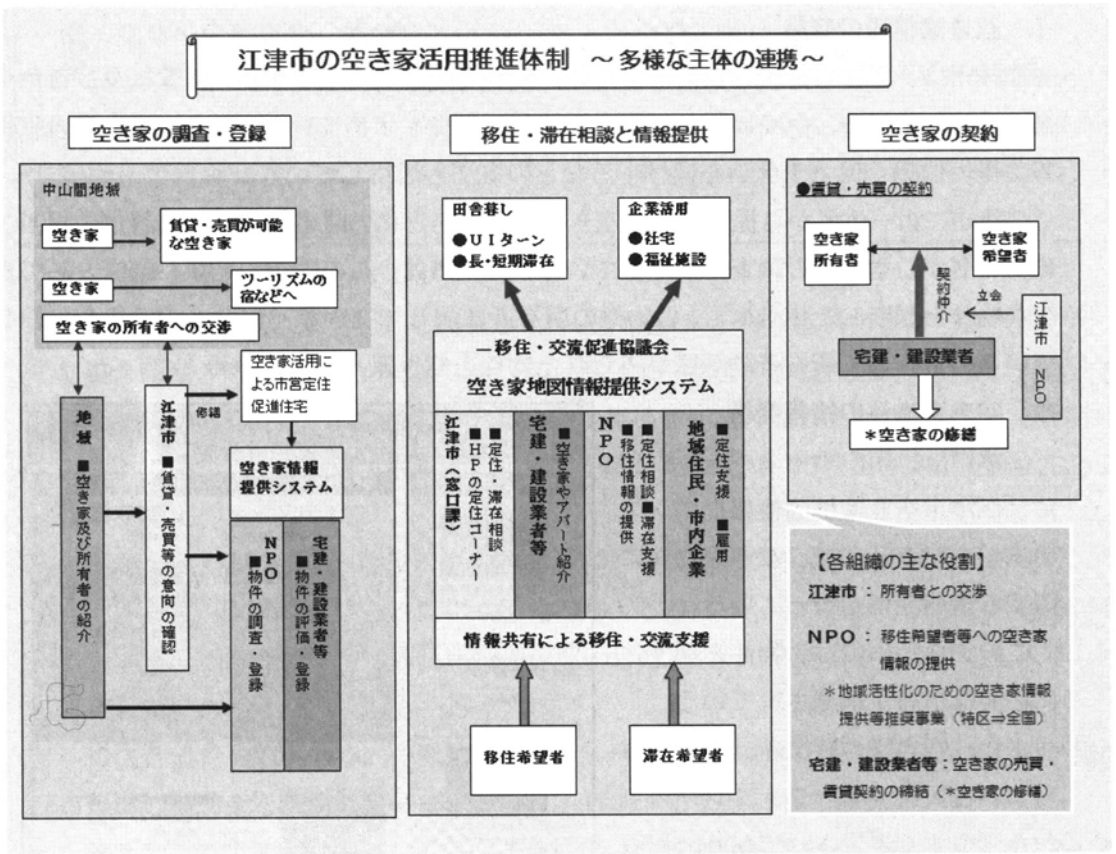
2　空き家バンクの運営

(1) 空き家バンク開設の背景

江津市における空き家バンク開設のきっかけは、国の「都市と農山漁村の新たな共生・対流システム構築事業」を活用して、江津市と島根大学が平成１８年度に合同で実施した「空き家に関する現状調査」である。この調査の結果、同市の区域内の中山間地域における空き家率は、１８．５％と非常に高い割合になっていたことが明らかになった。

こうした空き家の増加は、その管理に周辺住民が苦慮するなど、地域の深刻な問題になっていた。そこで、江津市は、平成１８年度に策定した総合振興計画の中で、空き家を活用した定住と交流の促進を図ることとした。

空き家の活用は、行政だけで取り組める課題ではなく、宅地建物取引業者、ＮＰＯなどの関係機関がそれぞれ有するノウハウを活かしながら協働して取り組む必要がある。各機関の役割は、次の図のとおりである。



(2) 空き家バンクの取組の内容

ア　空き家バンクの開設

江津市では、上記のような背景の下、市内において増加し続ける空き家を移住希望者の住居として活用し、地域の活性化につなげることを目的に、平成１８年度から紙媒体による空き家台帳が作成されていた。しかし、平成２０年度からは、より効果的に移住交流を促進するため、促進協議会がインターネット上に空き家バンクを構成する「江津市空き家地図情報提供システム」を開設し、空き家の情報提供を行っており、空き家バンクに掲載された物件情報の問い合わせにも対応している。

このシステムの運営は、促進協議会の事務局である江津市農林商工課の定住担当の職員２人が担っている。しかし、これだけでは足りないことから、江津市は特定非営利活動法人「結まーるプラス」（以下「結まーるプラス」という。）の協力を得ながら空き家バンク事業を実施している。「結まーるプラス」は、中山間地域である旧桜江町において、田舎ぐらし体験ツアー等の移住・交流促進活動に取り組んできたＮＰＯである。「結まーるプラス」は、国の構造改革特区による特例措置である「地域活性化のための空き家情報提供等の推奨事業」の認定を島根県知事から受けており、宅建業法上の資格は有しないが、空き家の情報提供や紹介を行うことができる。江津市では、主に旧桜江町の地域において高い機動力を持つこの「結まーるプラス」が、空き家の現地案内や物件紹介に協力しており、空き家バンク事業の円滑な推進に貢献しているとのことである。

イ　空き家情報の収集

江津市は、空き家情報を収集するため、毎年度のはじめに広報誌、回覧板及び自治会長の会議を活用し、住民に対して空き家情報の提供を求めている。このため、空き家情報の提供依頼を促すチラシを配付するなどの方法も活用している。

江津市では、住民から提供された空き家情報をもとに、前述の農林商工課定住担当の職員２名が、空き家の調査を実施している。江津市は、この調査の結果、住居として適当な物件と判断した場合は、その物件の所有者に対して空き家バンクへの登録を打診している。こうして所有者の承諾が得られた物件を空き家バンクに登録している。

ウ　空き家物件の情報発信

江津市は、市のホームページの中に「江津市空き家地図情報提供システム」を組み込んで、空き家物件に関する情報発信を行っている。



このシステムには、物件を探すのに必要な情報が網羅されている。

また、空き家の特徴が「石見地方らしい古民家」等　ワンフレーズでわかりやすく表現されており、利用

者にとって物件のイメージをつかみやすいものになっている。

さらに、このシステムは、地図上に物件を表示することにより、住居周辺の生活環境が確認できるようにもなっている。

なお、江津市は空き家バンク利用者の登録制度は採用しておらず、登録された物件すべてについてホームページから誰でも閲覧できるようにしている。

エ　空き家バンクの掲載情報

江津市の空き家バンクは、次のとおり間取り、賃貸・売却価格、構造、建築年、延床面積、敷地面積等に関する情報を掲載している。

間取り



校区

小学校：○○小学校まで約○○km

中学校：○○小学校まで約○○km

公共交通

駅：ＪＲ○○駅まで、約○○ｋｍ

バス：

問合わせ先

江津市役所農林商工課

電話 0855-52-2501(代)

賃貸価格　○○○○円

売買価格

構　造　木造瓦棒葺２階建て

建築年　○○○○年

延床面積　○○○○平方メートル

敷地面積　○○○○平方メートル

その他

静かな山あいの集落にあり、前に小川が流れている。入居するには多少の修繕が必要、トイレは簡易水洗だが、下水道につなぎ込めば水洗トイレにすることもできる。

オ　物件と希望者のマッチング

江津市では、空き家バンクを閲覧した移住希望者から物件に対する問い合わせがあった場合には、市の担当者が対応している。そして、希望する物件が決まっていれば、移住希望者の希望日時にあわせて、同じく市の担当者が現地案内を行う。希望する物件が決まっていなければ、移住希望者から希望を聴いたうえで、市の担当者がそれに沿った物件を探すことになる。

ただし、江津市では空き家のストックが多くないことから、移住希望者が希望どおりの物件をなかなか見つけられないこともある。このため、市の担当者が移住希望者の希望を聴きながら地域の自治会長へ物件の問い合せを行い、最新の空き家情報を入手して移住希望者に紹介することもある。

移住希望者への現地案内の際に、その移住希望者から物件の修繕希望があれば、江津市は市の補助金を活用して修繕することも検討するようにしている。

また、この現地案内に際しては、促進協議会の構成団体である「結まーるプラス」に

も協力をしてもらい、市の担当者とともに物件の案内や情報提供を行ってもらっている。

カ　契約手続き

江津市は、物件の売買契約の手続については専門の知識やノウハウが必要なため、県宅建業協会員の地元の宅建業者に任せている。その際には、江津市及び「結まーるプラス」の職員も立ち会っている。また、移住希望者への売却物件の現地案内の際には、県宅建業協会員が必ず立ち会うようにしている。

キ　契約後のフォロー

江津市は、移住が一過性のものにならないよう、地域住民が移住者を温かく受け入れ、移住者がその地域に馴染んで定着できるように努めている。また、江津市では、移住者が地域に早く溶け込めるよう、市の担当者が、契約締結の時点で物件のある地区の自治会長と市議会議員に移住者を紹介し、その後の移住者に対するフォローをお願いするようにしている。

(3) 空き家バンクの取組の成果

既述のとおり毎年度のU・Iターン者数は増加傾向にあることから、空き家バンクの取組は一定の成果をあげていると考えられている。

また、空き家の売買契約後のフォローについては、前述のように移住者が地域に早く溶け込めるような活動をしていることから、それが功を奏し、これまで移住者と地域住民との間で大きなトラブルは発生していないとのことである。

(4) 今後の課題と方向性

江津市においては、平成１８年度から空き家活用事業がスタートしたが、時間の経過とともに空き家をバンクに登録し、活用している地域は、地域住民が危機感を持って新住民を熱心に受入れる土壌ができているため、移住も円滑に進んでいくと考えられている。

江津市としては、今後は、こうした地域を増やすことが空き家活用事業がうまくいく鍵と考えている。そのためには、地道な意識啓発と多様な主体・組織を巻き込んで産民官を挙げた空き家活用・定住促進施策の推進を図ることが必要であると考えている。

○島根県雲南市



【雲南市の概要】
面積：553.37k ㎡
人口：44,403 人
（平成 17 年国勢調査より）
合併：平成 16 年 11 月 1 日
大東町、加茂町、木次町、
三刀屋町、掛合町、吉田村
が合併

1　移住・交流の取組

(1) 移住・交流の取組の背景

島根県雲南市は、平成１６年１１月に旧木次町や旧大東町など６町村の合併により誕生した市であり、豊かな森林・斐伊川等の穏やかな自然及びヤマタノオロチ伝説・たたら製鉄等の歴史文化を持つ魅力のある市である。また、県内の主要都市である松江市及び出雲市へのアクセスが比較的容易であるという立地条件も有している。しかし、近年市の人口の減少に歯止めがかからず、また、人口の流出に伴う空き家の発生が治安上問題になっており、地域の環境の悪化にもつながっている。

このような状況を改善するため、雲南市は、定住人口を確保することとし、このため、総合計画の中で、移住・交流を活発にし、空き家を利用してＵＪＩターン者を増加させることとした。

(2) 移住・交流の取組の内容

雲南市の行政評価の中では、毎年８０人の定住者を増やすとともに、定住した世帯の定着率を 100%にすることが目標とされており、雲南市は、自然、歴史文化及び立地条件という同市の強みを活かしながら移住・交流促進施策を実施している。

具体的には、雲南市は、移住希望者からの相談に柔軟に対応する定住推進員を市役所の地域振興課に２人配置して取組を進めている。現在の定住推進員は、１人は旧木次町の元職員であり、もう１人は旧大東町で移住・交流促進施策に携わった経験がある雲南市外からのUターン者である。この２人の定住推進員は、ともに自身の経験を活かし、雲南市への定住を希望する人を対象に、移住に至るまでの住居・就職等に関する問い合わせまたは要望への対応だけでなく、移住後の生活相談にもきめ細かく対応している。

また、雲南市内では、都市間交流を深めて定住につなげるため、複数の自治会で作る地域自主組織が「プログラムツアー」を実施している。これは、地域の食材を食べたり、民泊をしたりする内容のツアーである。雲南市は、こうした地域自主組織の活動に対し

て助成を行っている。

さらに、移住者に対する支援として、雲南市は、国への届出を行って産業推進課内に無料職業紹介所を開設している。そこでは、ハローワークの職業紹介と併せて、雲南市内の事業者から集まった求人情報を積極的に紹介している。同時に雲南市は、ホームページ等を通じて、市内の事業者に求人情報の提供を呼び掛けている。

(3) 住宅に関する取組

雲南市は、住宅に関する支援策として「空き家バンク」を開設とするとともに、空き家の改修にかかる経費の半分について、５０万円を上限に助成する制度を設けている。助成の対象者は、今後１０年以上雲南市に定住する見込みのある市外からの移住希望者及び雲南市内の空き家物件所有者である。

(4) 取組の成果と今後の課題・方向

上記(2)及び(3)の取組の成果を見ると、平成１８年度から平成２０年度までに、雲南市へＵＪＩターンした人がそれぞれ２６世帯６１人、３１世帯７５人、２２世帯６０人となっており、全国でもトップクラスの実績があがっている。この成果は、空き家バンクに加え、移住を熟知した定住推進員のきめ細かい対応によるものでもあり、雲南市は今後ともこの仕組みを維持する予定である。

一方、今後の課題としては、移住者の就職先の確保があげられる。近年雲南市においては、移住希望者からの仕事に関する問い合わせが増えている。しかし、移住希望者にどのようなスキルがあるのか、何ができるのかが不明な中で、雲南市が仕事を斡旋することは難しい。もちろん雲南市は、移住希望者が仕事を見つけやすいよう、市役所内に開設した無料職業紹介所において、ハローワークの職業紹介には出ない短期の求人情報等も提供している。しかし、移住希望者が希望どおりの仕事を見つけることは難しいのが現状であり、移住者の中には移住後に仕事が見つからず、家賃を滞納するケースもある。

そこで、雲南市は、同市の産業振興部とハローワーク等の関係機関との連携を強化し、就職情報・就農情報をできる限り多く収集し、提供することとしている。

2　空き家バンクの運営

(1) 空き家バンクの開設の背景

雲南市では、旧木次町と旧大東町が同市への合併前から移住・交流促進施策をいち早く実施してきた。その経験が合併後も引き継がれ、活かされている。

ところが、雲南市内には大きな不動産業者がないため、不動産情報については代わりに雲南市が移住希望者に提供しなければならない状況にある。こういった現状を踏まえて、移住・交流促進施策の一つとして開設されたのが空き家バンクである。

(2) 空き家バンクの取組の内容

ア　空き家バンクの開設

雲南市は、定住推進と地域の活性化を図ることを目的として、市ホームページ上に設けた定住支援情報のページの中に空き家バンクを開設している。

定住支援情報のページには、空き家バンク以外に、求人情報、移住者の体験談、病院・学校等の生活情報なども盛り込まれており、移住希望者にとって必要と思われる情報が網羅されている。

イ　空き家情報の収集

空き家バンクに登録される空き家情報の収集に当たっては、雲南市は、広報、ホームページ及び自治会長会議を通じて市民に情報提供を呼びかけている。ただし、このような形での空き家情報の収集は、容易ではない。他人の財産である空き家について積極的に市に連絡する人はあまりおらず、また、空き家の所有者が必ずしも移住・交流促進施策に理解があるとは限らないからである。このため、雲南市は、市の呼びかけに対して、空き家の所有者等から多くの情報が提供されるには、まだ時間がかかると見ている。

こうしたこともあり、平成２１年８月時点では雲南市の空き家バンクの物件登録件数は３２件である。このように物件登録件数そのものは多くはないが、雲南市の場合は、定住推進員のきめ細かい対応もあって移住希望者が住宅を見つけることは比較的容易になっている。

ウ　空き家物件の情報発信

雲南市は、空き家の情報についてホームページ上には敢えて最小限の情報しか掲載しておらず、閲覧できる物件も４件程度に限定している。ホームページに掲載する空き家情報を限定しているのは、そうしないと空き家バンクの掲載情報が住宅を探す以外の目的に使われるおそれがあるからである。雲南市では、その代わりに定住推進員が移住希望者から詳しく話を聞きとり、一人一人の要望を満たす物件を紹介している。このように雲南市の空き家バンクは、移住希望者が定住推進員に相談する際のきっかけになっているところに特色がある。

なお、かつて移住・交流をテーマにした全国誌に雲南市の空き家情報が掲載されたことにより、雲南市への遠方からの問い合わせが飛躍的に増加したことがあった。そこで、雲南市は、ホームページの運用と併せて、可能な限り全国誌での情報発信を図ることにしている。

エ　空き家バンクの掲載情報

雲南市の空き家バンクは、次のとおり家賃、部屋数、トイレ等の排水、改修等に関する情報を掲載している。

■雲南市空き家情報

≪物件情報≫

■賃貸物件（空き店舗・空き事務所を含む）…【物件の概要】でも紹介しています

件　数	17件（H21.12調べ）
家　賃	2万円（月額）～5万円（月額）
部屋数	2DK～6DK
トイレなどの排水	旧式（トイレが汲取り式）の場合もあります
改　修	トイレなどの改修については、雲南市空き家改修制度が使える場合もありますが、所有者との話し合いが必要です。 詳しくは空き家改修制度の概要をご覧ください。

■売却物件…【物件の概要】でも紹介しています

件　数	10件（H21.12調べ）
売却値	250万円～協議物件もあり
部屋数	2DK～9LDK
トイレなどの排水	旧式（トイレが汲取り式）の場合もあります
改　修	トイレなどの改修については、雲南市空き家改修制度が使える場合もあります。 詳しくは空き家改修制度の概要をご覧ください。

物件についてのお問合せは、雲南市 政策企画部 地域振興課 定住推進員までお願いします。なお個人情報はご提供できませんのでご理解ください。

オ　物件と希望者のマッチング

雲南市では、上記ウでも示したとおり、ホームページ上では詳細な空き家の情報を提供していないが、定住推進員が移住希望者の相談及び要望に一つ一つ対応し、それぞれに適した物件情報を提供している。

移住希望者からの問い合わせについては、雲南市自体が電話、ファクシミリ及び電子メールで受け付けることとしている。しかし、その際に提供する情報は物件の概略のみであり、詳細な物件情報については、定住推進員が移住希望者本人と面談したうえで提供することにしている。

カ　契約手続き

空き家バンクの登録物件に関する契約の際の交渉をはじめとする手続きに際しては、宅地建物取引業者が仲介を行った場合には、手数料では採算が取れないため、業者の協力を得ることは困難と考えられる。そこで、雲南市は、空き家の所有者と利用者が直接契約を締結するようにしている。もし契約上のトラブルが生じた場合は、所有者と利用者の双方の責任で解決することになるが、これまでに特段のトラブルが発生した事案はないとのことである。

雲南市の空き家バンクでは、このように契約の締結だけは所有者と利用者が直接行い、市は関与しないが、契約の締結以外の点については定住推進員がきめ細かく対応

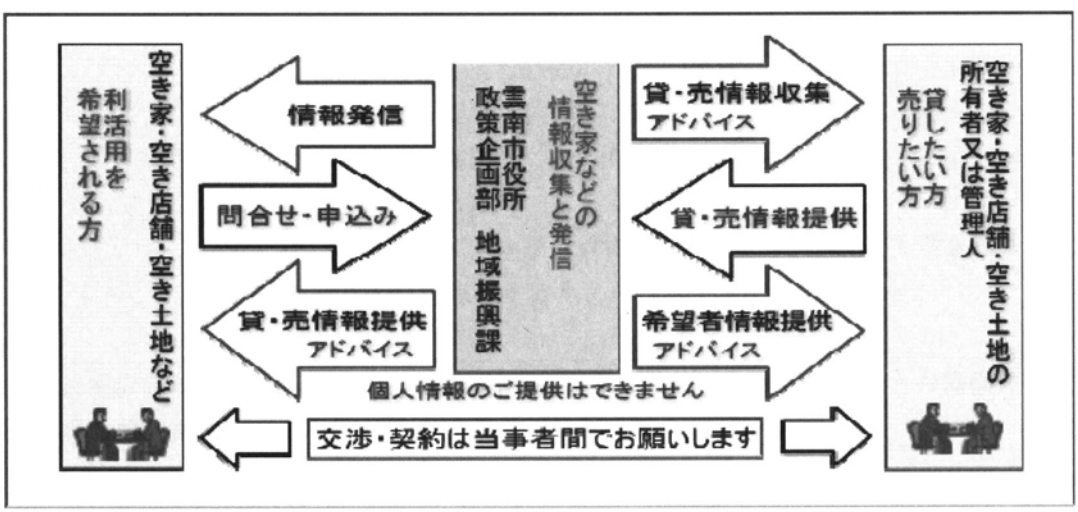
しており、希望物件の紹介も行っている。

キ　契約後のフォロー

契約後は定住推進員が入居後のトラブルの相談に応じている。また、雲南市は移住者が地域に馴染むことが重要であると考えており、移住者には必ず自治会活動に参加するように定住推進員から指導している。空き家の物件によっては、自治会への入会を契約条件に加えている場合もある。

移住者が入居する際には、定住推進員は、地元自治会長や近所への挨拶にも同行し、移住者がスムーズに地域に馴染めるように尽力している。雲南市が移住に深く関与していることに安心感があるためか、地域住民に移住者を拒絶する雰囲気はない。逆に、子どもを連れて移住した場合などには、地域ぐるみで歓迎されたという例も報告されている。

【雲南市の空き家バンク事業のフロー図】



(3) 空き家バンクの取組の成果

空き家バンクの取組の成果を見ると、雲南市では、空き家バンクの開設以降、毎年１００件あまりの相談が定住推進員のもとに寄せられ、毎年６０名程度の移住に繋がっている。

その結果、空き家バンクが開設された平成１７年４月から平成２１年１１月までの累計では、１１６世帯２８７人が雲南市に移住した。このうち８８世帯が空き家バンクに登録されていた空き家に居住している。これは、全国でもトップクラスの実績である。特に雲南市では若い世代の移住が多く、移住者全体の約６０％が２０代及び３０代の移住者になっている。



加藤推進員



荒木推進員

なお、定住推進員によるきめ細かな取組を通じて人と人とのつながりも生まれている。２人の定住推進員は、移住者から公私にわたって信頼さ

れ、雲南市の空き家バンクの事業に不可欠な存在になっているとのことである。

(4) 今後の課題と方向

雲南市の空き家バンクは、全国でも有数の空き家の賃貸契約及び売買契約の成約実績を誇るが、この成果は補助制度や物件登録数だけが要因ではない。雲南市の事例は、空き家バンクの成功には移住希望者の様々な要望・相談に対するきめ細かい柔軟な対応が必要であることを示している。このため、雲南市は、将来にわたって移住交流を促進し、成果を出していくためには、定住推進員の確保・育成が欠かせないと考えている。

なお、雲南市の空き家バンクでは、空き家情報については、前述のように限られたものしか掲載されていないが、将来的には詳細なものを掲載する構想もある。しかし、トラブルも予想されることから、雲南市は、これについては段階的に行う必要があると考えている。

3．まとめ

以上の現地調査結果をもとに、空き家バンクの運営方法及び利活用促進のための取組内容について、空き家情報の収集、情報発信、希望者とのマッチング、契約及びその後のフォローという５段階別に分けて整理すると、以下のとおりである。なお、この整理に当たっては、具体的な取組をイメージしやすいよう、現地調査先で実際に展開されている取組の内容も併せて整理している。

（1）空き家情報の収集

課　題	**地域内の物件掘り起こし・空き家バンクへの登録促進**
課題の背景 ・対応策の必要性	○　地域内の空き家の増加は、治安面での不安増大など、生活環境の悪化を招く恐れがある。 ○　空き家は、移住・交流者の受け皿として重要な要素である。 ○　登録物件数が多ければ、移住希望者の選択の幅が広がり、定住につながりやすいと考えられることから、できるだけ登録物件数を多くする必要がある。しかし、地域内に空き家が多数存在していても、空き家に置いている私物が片付けられない、所有者が移住促進に協力的ではない等の理由で登録に応じないケースがある。 ○　所有者に空き家の賃貸等を行う意思があっても空き家を居住可能な状態にするための改修費を自己負担できないケースもある。
対応策の方向性 ・具体的取組事例	**方向性　空き家所有者をはじめとした地域住民との協働体制及び物件登録を促す仕組みづくり**
	○　移住・交流促進施策及び空き家提供に対する地域住民の理解・意識醸成のためのフォーラムを開催したり、区長等の地域リーダーに対して移住促進施策が地域活性化にとって重要であることを説明したりすることが有効である。 ○　空き家所有者及び地域住民の空き家バンクに対する認知度を高めるため、広報誌やホームページでのＰＲを行う。また、他地域に在住の所有者にも空き家バンクの周知を図るため、固定資産税等の税関係書類の封筒に物件登録を促すＰＲ文を印刷するなどの工夫をする。 ○　状況により、物件所有者または入居希望者に対して空き家改修費を補助することも検討する。
	方向性　多様な手段による空き家物件の確保
	○　宅建業協会やその会員との連携を図り、会員が有する物件情報の空き家バンクへの登録を促す。 ○　空き家バンクを同じく運営する近隣の地方公共団体と連携を図

	り、物件情報を相互にリンクさせて、近隣も含めた地域全体で登録物件数を増やす。

（2）空き家物件の情報発信

課　題	空き家バンクの認知度向上及び効率的・効果的な情報発信
課題の背景・対応策の必要性	○　空き家バンクを有効に機能させるためには、積極的な PR 等の取組が求められる。 ○　地方公共団体は、空き家バンク運営を始めとした移住・交流推進施策を限られた人員や予算の中で実施しなければならない等の制約があるため、効率的かつ効果的な情報発信のための工夫が、情報の内容及び提供方法の両面で求められている。
対応策の方向性・具体的取組事例	**方向性　物件の基本的情報のみならず、生活イメージが掴みやすいようなきめ細やかな内容を提供する**
	○　当該物件の所在地（住所）や間取り、面積、構造、建築年、内装等の設備情報、家賃・売価の価格情報等に加え、家屋状態の目安、トイレ等の水回りの改修必要性・程度など、移住希望者の立場に立って必要と思われる情報を掲載する。 ○　当該空き家の魅力を適切に伝えるため、物件の内観・外観写真や、特徴をＰＲするワンフレーズコメント、生活イメージがわきやすいよう地図上への図示、交通施設、医療施設、学校施設等の主要施設への距離に関する情報を掲載する。また、実際の移住者の声（体験談）を掲載することも移住希望者から見ると有益な情報である。
	方向性　多様な主体との連携や様々な手段を活用して情報発信を行う
	○　空き家バンクの取組が注目されつつある中で、全国誌等のマスコミからの取材に積極的に応じるなどパブリシティの活用を行うことは、効果的なＰＲ方法である。 ○　地元の観光協会等との連携を図り、移住に関心がある観光客への空き家バンクを始めとする移住交流促進施策のＰＲを図ることも効果的である。

（3）物件と移住希望者のマッチング

課　題	移住希望者への柔軟かつきめ細やかな対応
課題の背景 ・対応策の必要性	○ 空き家バンクに掲載する情報には限界がある。そのため、移住希望者からの相談対応や物件案内などの対応が必要となる。また、物件そのものに対する修繕などの要望への対応が求められる場合もある。 ○ 移住希望者の移住後の生活に対する不安解消が必要である。
対応策の方向性 ・具体的取組事例	**方向性　移住希望者のニーズを把握し、それに沿った対応を行う** ○ 移住・交流担当の地方公共団体職員のほか、U ターン者や移住者などを定住促進に関するアドバイザー（以下「アドバイザー」という。）として配置し、移住希望者の物件の相談だけでなく移住後の生活に関する相談に対応する。 ○ アドバイザーは、移住希望者の物件に対する要望を把握し、空き家バンクの登録物件以外のものでも要望に沿った物件を探す場合もある。
	方向性　空き家物件の特徴や地域情報を適切かつ魅力的に伝える ○ アドバイザーは、地域の生活情報を地域の人からの生の声として伝える。 ○ アドバイザーは、物件の現地案内を行い、物件周辺の様子も併せて説明する。その際、宅建業者が立会う場合もあるが、物件の説明や必要に応じて改修についてのアドバイスを行う。 ○ 入居の前段階で、地域の区長等との接点の機会を設ける。 ○ 移住希望者が地域コミュニティになじんで生活できるように、事前に地域住民と接する機会を設ける。 ○ 移住希望者には、物件や地域に対するマイナスイメージとなるような情報も等しく伝える。これは入居後のトラブル防止にもなる上、こうした包み隠さない姿勢が、地方公共団体等が運営する空き家バンクに対する信頼性向上にも繋がっている。

（4）契約手続き

課　題	円滑な契約手続きの実施支援
課題の背景 ・対応策の必要性	○ 移住希望者と空き家所有者とが直接売買や賃貸借の契約を行う場合でもトラブルが発生しやすいということはないが、トラブルを確実に回避し、契約手続きを円滑に進めることができるようなサポートが求められている。
対応策の方向性 ・具体的取組事例	**方向性　宅建業者との連携等を通じて円滑な契約手続きの実施のための基盤づくりを図る**

	○地方公共団体等は、宅建業協会等に移住・交流促進に対する理解と協力を求めて連携体制を構築し、契約手続を円滑に進められるようにすることは重要である。連携体制の構築に当たっては、地方公共団体等と宅建業協会等との間で業務協定を締結することも有効な手段である。 ○契約締結に当たっては、移住希望者や空き家所有者に対して、連携関係にある宅建業者を紹介することによりトラブル回避を図っていく。

（5）契約後のフォロー

課　題	**移住者と地域住民との交流促進・地域への溶け込みの円滑化**
課題の背景 ・対応策の必要性	○　移住希望者の入居後の地域住民とのトラブル防止や、地域特性等に対する正しい理解を促し、実際に移住し生活してみて「このようなはずではなかった」という食い違いを抑制することで、地域への定着率を高める取組が必要である。そのためには、移住者側、地域住民側の双方が相互に立場を理解しようとする意識を持つことが重要である。 ○　空き家バンクを運営する地方公共団体等においても、空き家バンクは、地域住民との協働によって初めて機能する仕組みであることを強く意識した取組が求められる。
対応策の方向性 ・具体的取組事例	**方向性　移住者に対して地域コミュニティへの参加を促す** ○　移住者が地域に早く溶け込めるよう、地域の住民との交流の場をつくる。 ○　移住者に対し自治会への加入を勧めるほか、状況により自治会への加入を契約の条件に加えることも検討する。 ○　Uターン者などをアドバイザーとして配置し、生活に関する相談やアドバイスを行うほか、その人が地域住民とのパイプ役として地域での人間関係づくりをサポートする。
	方向性　地域住民が移住者を温かく迎え入れる意識を醸成する ○　地域住民に移住・交流の重要性を理解してもらうために、移住者を温かく迎え入れる意識を醸成するための地域住民向け説明会や、実際の移住者を交えたフォーラムなどを開催する。 ○　空き家バンクを開設する地方公共団体等では、その運営は移住・交流促進の担当部署が所管するケースが多いが、行政と住民との協働を担う部署との連携を図り、地域住民との協力体制づくりを強力に推進することも考えられる。

第３章　民間企業の事例調査

この調査研究では、移住・交流希望者向け物件等に特化し、ビジネスとして継続的に情報提供等を行っている民間企業の取組から今後の地方公共団体の取組への示唆を得るため、ヒアリングによる事例調査を行った。

１．事例調査先の概要

ヒアリングは、移住・交流希望者向け物件等に特化して物件情報の提供、仲介等を行う「ふるさと情報館」（事業法人は不動産仲介事業の株式会社ラーバンと出版・企画・コンサルタント事業の株式会社ふるさとネットの２法人）を対象に実施した。

「ふるさと情報館」は、都市と農村を結び、都市生活者の田舎暮らし実現を支援するとともに、農村地域の活性化を資することを目的として、田舎暮らしをテーマにした情報誌の発行、田舎暮らしを希望する都市住民を対象にした不動産の仲介等の事業を展開している。「ふるさと情報館」は、移住・交流希望者向け物件等の情報提供及び仲介の分野において２０年間の実績をもっている。

２．調査結果の概要

「ふるさと情報館」に対するヒアリングでは、移住・交流希望者向け物件等の流通市場の動向、移住・交流希望者向け物件等を探す人のニーズ及び地方公共団体等が運営する空き家バンクに対する感想を聞いた。ヒアリングの結果得られた示唆の概要は、次のとおりである。

（１）空き家の物件化を促す取組が求められている

移住･交流希望者向け物件等には､仲介する不動産業者が抱える様々な課題等がある。例えば、私物が片付けられない、帰郷の際に使用する、賃貸したいが改修費が負担できないといった所有者の意向及び制約がある。また、入居者が地域とトラブルを起こすと所有者の責任になることによる地域住民との人間関係の面での課題がある。さらに、家賃が低いことによる採算性の低さといった制約もある。これらを背景として、たとえ地域内に空き家物件があっても、賃貸または売買の市場に物件として出てきにくい傾向にある。

そこで、所有者が物件を市場に出し易いような環境整備を図るための取組が必要になる。例えば、地方公共団体が移住・交流希望者への貸与を条件として所有者への空き家の改修費補助を行うこと、空き家を借り上げ、改修した後、再貸し出しするといった取組を行うことを考える必要がある。

（2）未使用の空き家は「眠っている宝」（地域資源）という認識の下、有効活用策を検討する

移住・交流希望者が田舎暮らしで求める物件は、必ずしも地元住民が求める物件と一致していない。むしろ地元住民による物件ニーズがほとんどないような山間部、農村等の自然環境及びそれに囲まれた物件にこそ、都市部の移住・交流希望者は魅力を感じ、物件を探し求めているケースが多い。地元住民にはなかなか使われないものを都市住民が使ってくれる点に着目し、空き家は「地域資源」であるという認識の下、有効活用を考える必要がある。

（3）移住希望者への物件情報は、「不動産情報」から「生活情報」に高めることが求められる

移住・交流希望者向け物件等を探している人は、「物件探し」を越えて、よりトータルに「地域探し」をしている。物件情報の内容は、所在地や価格、間取り等の基礎情報のみならず、当該物件の周辺環境及びその物件に住んだ場合の生活が活き活きとイメージできるような生活情報を掲載する必要がある。

（4）空き家対策には集落での生活やコミュニティの維持・課題解決の視点も求められる

田舎への移住の場合は、移住希望者を地域コミュニティの中にどのように迎え入れるのかという要素も重要である。移住後の生活や地域住民との円滑な人間関係づくりには、移住者との積極的な交流といった地元住民による移住・交流促進に対する理解と協力も必要になってくる。

地方公共団体が移住・交流促進施策を実施するに当たっては、単に都市部からのＵＪＩターン促進を掲げるだけでは十分ではない。そこで生活している人々の生活や地域コミュニティを今後どのようにするのかというビジョンをつくり、その中に都市部からの移住者受入施策を位置付けることにより、地元住民からの理解と協力が得られやすくなると考えられる。

第４章　都市住民のニーズ調査

空き家バンクの実態アンケート調査の結果からも分かるとおり、地方公共団体等が運営する空き家バンクの開設時期は、2005 年以降が大半を占めている。今後空き家バンクの認知度の向上及びその利用の拡大を図っていくには、移住・交流に関心のある首都圏の都市住民の方々のニーズを把握する必要がある。このため、この調査研究では、これらの方々へのインターネットアンケートの結果を取りまとめた。これにより、以下のとおり、都市住民の空き家バンクの認知度、空き家バンクの活用または非活用の理由、空き家バンクの活用促進に向けた要望等について把握した。

１．調査概要

（１）実施概要

この都市住民のニーズ調査については、東京都在住で移住・二地域居住に関心のある人から無作為抽出により選んだ４００人を対象とし、インターネットアンケートの方法により実施した。実施概要は、次のとおりである。

実施時期		平成２２年１月２７日～１月２８日
調査実施機関		楽天リサーチ株式会社
アンケート対象者（基本属性）	基本条件	移住・二地域居住に関心のある人 ※　物件探しの経験有無は問わない。 ※　二地域居住を実践中、あるいは、物件成約済みの人も、一部含まれる。
	居住地	東京都在住
	性別	男性、女性
	年齢	4 世代（30 代、40 代、50 代、60 代） ※　20 代と 70 代は、空き家バンク実態アンケート調査結果での物件成約が少ない傾向を考慮し、今回は除外
調査事項		・　移住・二地域居住を目的とした物件情報収集の状況 ・　空き家バンクの認知度 ・　空き家バンクの認知のきっかけ ・　移住・二地域居住を目的とした物件情報の収集方法 ・　空き家バンクを物件情報収集の手段として活用・選択する理由 ・　空き家バンクを物件情報収集の手段として活用・選択しない理由 ・　空き家バンクに掲載して欲しい情報 ・　空き家バンクの運営主体や行政に求める施策

アンケートの回収結果は、次のとおりであり、計４００サンプルを回収した。

	30代	40代	50代	60代
男性	50サンプル	50サンプル	50サンプル	50サンプル
女性	50サンプル	50サンプル	50サンプル	50サンプル

なお、本アンケートの実施に当たっては、アンケート調査票に「移住」、「二地域居住」及び「空き家バンク」の各用語の定義を分かりやすく次のように記載した。

（参考）アンケート調査票に記載した用語定義

■用語「移住」及び「二地域居住」について

本アンケートの「移住」とは、自然に囲まれた生活や、農業への従事、趣味活動の充実など、豊かな生活の実現や自己実現のために、生活の拠点を都市から地方に移すことを指します。一方で「二地域居住」とは、生活の拠点を完全に地方に移してしまうのではなく、例えば、「平日は都市で生活し、週末は地方で生活をする」というように、都市と地方の両方に生活場所を設けて、週末や季節ごとに往き来して生活することを指します。

■用語「空き家バンク」について

「空き家バンク」とは、地方の自治体（第３セクター等も含む）が、移住や二地域居住を希望する人の「住まいの確保」をしやすくするため、地方物件や田舎暮らし物件の物件情報を公開するインターネットサイトのことを指します。

（２）調査結果のまとめ

都市住民ニーズ調査の結果をまとめると、次のとおりである。

ア　移住・二地域居住関心者のうち、空き家バンクを認知している人は16.7%であり、空き家バンクを認知していない人は83.3%である。物件探しを経験している人に限定しても、77.8%の人が空き家バンクを認知していない。

イ　空き家バンクは、移住・二地域居住をテーマとした活字媒体（新聞記事、雑誌、書籍等）、自治体のホームページ、移住・二地域居住をテーマとしたホームページでの閲覧をきっかけに認知されることが多い。

ウ　移住・二地域居住を目的とした物件情報を得ようとする場合は、関心のある地域の地元不動産会社、移住・二地域居住をテーマとする雑誌・書籍を活用するケースが多い。

物件情報収集の一手段として空き家バンクを活用している人または活用する意向のある人はいるが、空き家バンクの閲覧の有無別に仔細に見てみると、空き家バンクを閲覧したことのない者の方が空き家バンクの活用への意向が強い。一方、空き家バンクの閲覧者では、実際の活用及び活用への意向が下がっている。

エ　空き家バンクを物件情報収集の手段として活用する理由は、移住・二地域居住に関心のある人全体で見ると、次の6点が多くなっている。地方公共団体等の公的機関が運営することによる信頼性があることと、様々な情報をトータルで一元的に入手できることによる利便性があることが意見としてあがっている。

- 公的機関が運営しているため物件情報が信頼できるから（64.8%）
- 契約手続きや契約後に物件所有者とのトラブルが少ないから（56.8%）
- リーズナブルな価格で物件を賃貸又は購入できるから（46.4%）
- 賃借又は購入に当たり自治体などから優遇や補助が得られ、メリットが大きいから（43.2%）
- 公的サービスの情報を一元的に得やすく便利であるから（42.4%）
- 地域情報を得やすく地域の状況がわかりやすいから（40.0%）

オ　空き家バンクを物件情報収集の手段として活用しない理由については、移住・二地域居住に関心のある人全体で見ると、次の4点が多くなっている。

- そもそも空き家バンクを知らないから（20.2%）
- サイトの利便性や使い勝手が低いから（18.1%）
- 物件の詳細情報の入手のための個人情報の提供に抵抗感があるから（18.1%）
- 複数の空き家バンク間で物件の比較検討を行いにくいから（18.1%）

また、空き家バンクを閲覧したことがある人のみに限定すると、活用しない理由として、次の4点が多くなっている。

- 掲載されている物件数が少ないから（33.3%）
- サイトの利便性や使い勝手が低いから（25.0%）
- 掲載されている物件の個々の情報量が少ないから（25.0%）
- 複数の空き家バンク間で物件の比較検討を行いにくいから（25.0%）

カ　移住・二地域居住を目的とした物件探しをする際に、情報提供サイトに必要だと思われる情報は、次のとおりである。

必須だと思われているもの	あれば便利・あってもなくてもよいと思われているもの
・　家屋状態の目安となる指標 ・　補修の要否 ・　補修の費用額・負担の有無 ・　問い合わせ連絡先 ・　交通機関の情報 ・　医療・福祉施設の情報 ・　日常生活で利用する施設の情報（商業施設等）	・　物件所有者の紹介 ・　教育施設に関する情報 ・　近隣の観光地・見どころに関する情報

キ　空き家バンクの利用が進むために空き家バンクの運営主体、地方公共団体等の公的機関に求める施策・サービスとして、物件情報の内容の充実、物件位置を地図上に示したマップの提供及び地域のルール・慣習（決まりごと）の十分な説明の３点が多くなっている。求める施策・サービスを回答の多かった順に並べると、次のとおりである。

・物件情報の内容の充実（86.3%）
・物件の位置を地図上に示したマップの提供（56.0%）
・地域のルールや慣習（決まりごと）の十分な説明（43.3%）
・体験入居の実施（38.0%）
・移住・二地域居住を開始した人への住宅関連費用の補助（37.3%）
・現地見学会・現地案内の開催（37.0%）
・移住・二地域居住者の意向・要望に沿ったお薦め物件の紹介（33.8%）
・現地見学会・現地案内の参加者への交通費の補助（30.0%）

2．集計・分析

都市住民のニーズ調査の集計結果及びその分析については、次のとおりである。

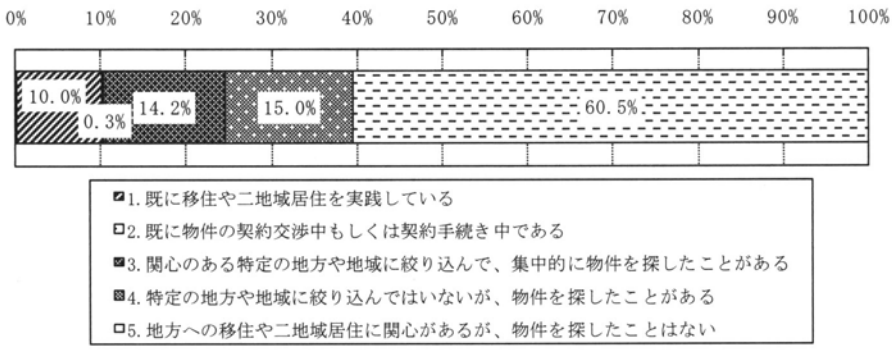
（1）移住・二地域居住を目的とした物件情報収集の状況

問1．あなたは、過去 1 年以内にインターネットや雑誌等を通じ、移住や二地域居住の実施を目的として、物件を探したことがありますか？

なお、「物件を探す」とは、インターネットや雑誌などで物件情報を閲覧することを指しますが、移住や二地域居住することを前提として賃貸や購入に対する強い意思をもって探す場合（本気で探す場合）に加え、地方や田舎にはどのような物件がありそうか、自分の気に入りそうな物件がありそうかなど、興味や関心で探す場合も含みます。

既に移住や二地域居住を実践中またはその目的での物件の契約手続き中の人も含め、移住・二地域居住を目的とした物件を探したことがある人は、39.5%である。他方で、物件を探したことのない人は 60.5%である。

（n=400、単回答）



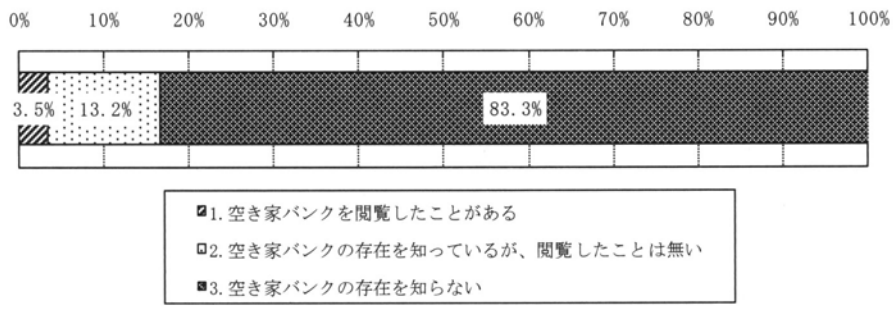
（2）空き家バンクの認知度

問2．あなたは空き家バンクを知っていたり、閲覧したりしたことがありますか？

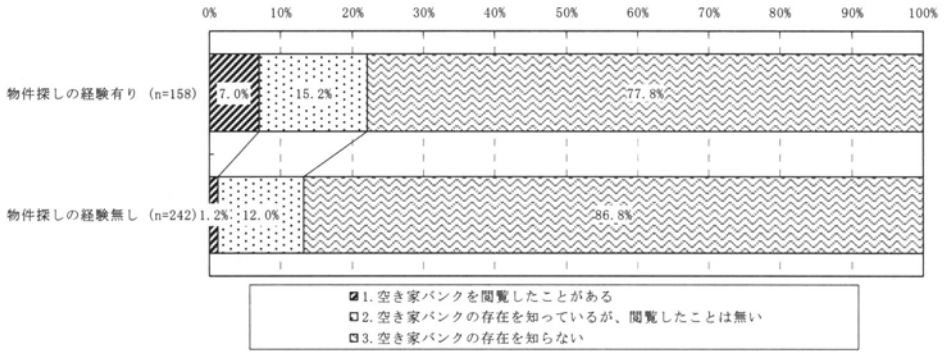
今回の調査で初めて知った人は「知らない」を選択してください。

空き家バンクの認知度については、空き家バンクの存在を知らない人が 83.3%と大半を占め、実際に閲覧したことがある人は 3.5%にとどまっている。また、存在を知っているが閲覧したことがない人も 13.2%である。

（n=400、単回答）



次に、物件探しの経験の有無別に見ると、物件探しの経験者に限定しても実際に閲覧したことがある人は7.0%にとどまり、存在を知らない人が77.8%と大半を占めている。



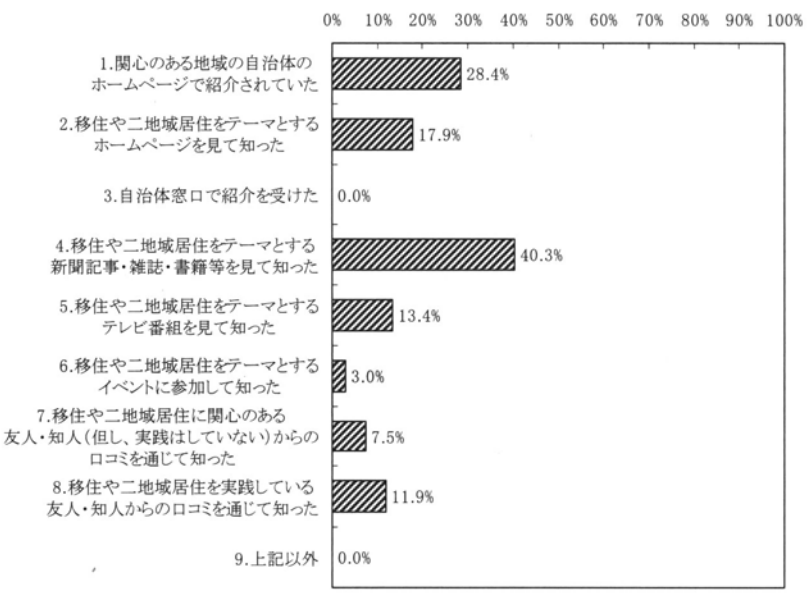
（注）物件探しの経験有無は、移住・二地域居住を目的とした物件情報収集の状況を訊ねた問1の回答結果をもとに区分した。具体的には、問1にて選択肢1.から4.のいずれか回答した人を「物件探しの経験有り」とし、選択肢5.を回答した人を「物件探しの経験無し」とした。なお、以下の設問において、物件探しの経験有無別に集計されたものは、すべて同様の方法によって区分している。

（3）空き家バンクの認知のきっかけ

問3．あなたが空き家バンクを知ったきっかけは何ですか？

空き家バンクを知ったきっかけについては、移住・二地域居住をテーマとする新聞記事・雑誌・書籍等の活字媒体を通じて認知した人が最も多く、40.3%である。次に、関心のある地域の自治体のホームページが28.4%、移住や二地域居住をテーマとするホームページが17.9%と続いている。また、移住や二地域居住をテーマとするテレビ番組も13.4%を占めている。（複数回答なので、合計が100%を超える。）

（n=67、複数回答）

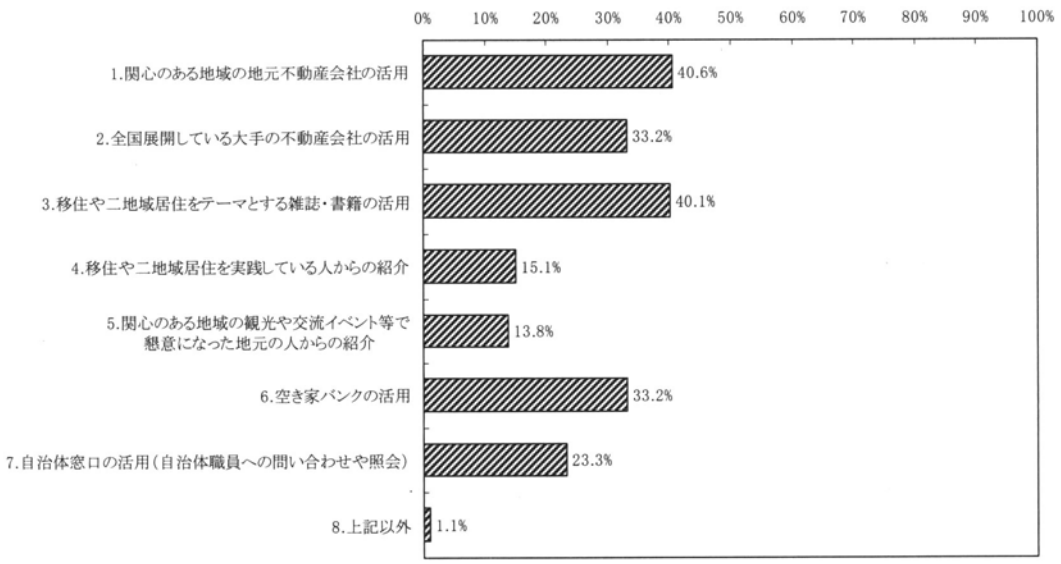


（4）移住・二地域居住を目的とした物件情報の収集方法

問4．あなたは移住や二地域居住のための物件情報をどのように収集していますか？（もしくは、収集していましたか？）なお、物件を探したことのない人は、探すと仮定した場合に、どのように収集することになりそうか、お答えください。

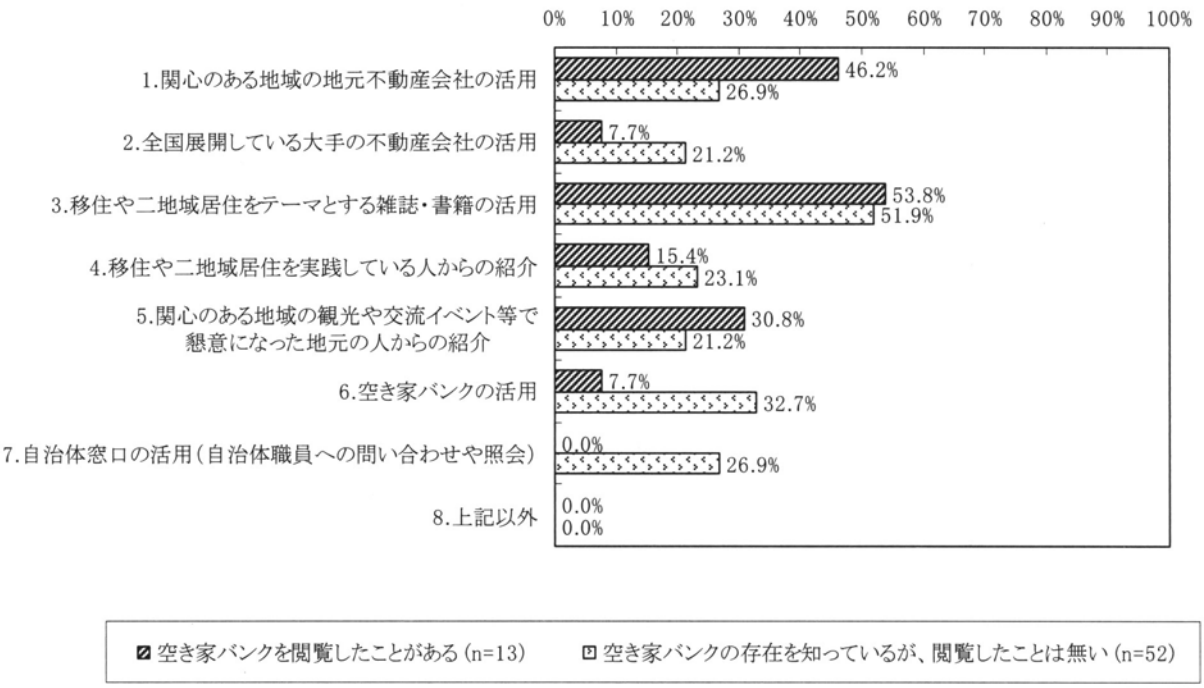
移住・二地域居住を目的とした物件情報の収集方法については、関心のある地域の地元不動産会社の活用及び移住や二地域居住をテーマとする雑誌・書籍の活用が約4割を占めている。空き家バンクの活用も多く 33.2%を占めている。（複数回答なので、合計が100%を超える。）

（n=377、複数回答）



次に、空き家バンクを知っている人の中で、空き家バンクの閲覧の有無別に見ると、次のとおりである。まず閲覧の有無によらず、「雑誌や書籍の活用」（閲覧者 53.8%、非閲覧者 51.9%）との回答が多い。閲覧有無による傾向の違いに着目すると、「地元不動産会社の活用」（閲覧者 46.2%、非閲覧者 26.9%）という回答は、閲覧者の方が多い。一方、「空き家バンクの活用」（閲覧者 7.7%、非閲覧者 32.7%）と「自治体窓口の活用」（閲覧者 0%、非閲覧者 26.9%）という回答は、非閲覧者の方が多い。

これらを踏まえると、空き家バンクを閲覧した者は、物件情報の収集の際に空き家バンクを活用しない傾向にある。一方、これを閲覧したことのない者は、空き家バンクを活用しようと考える傾向がある。



（5）空き家バンクを物件情報収集の手段として活用・選択する理由

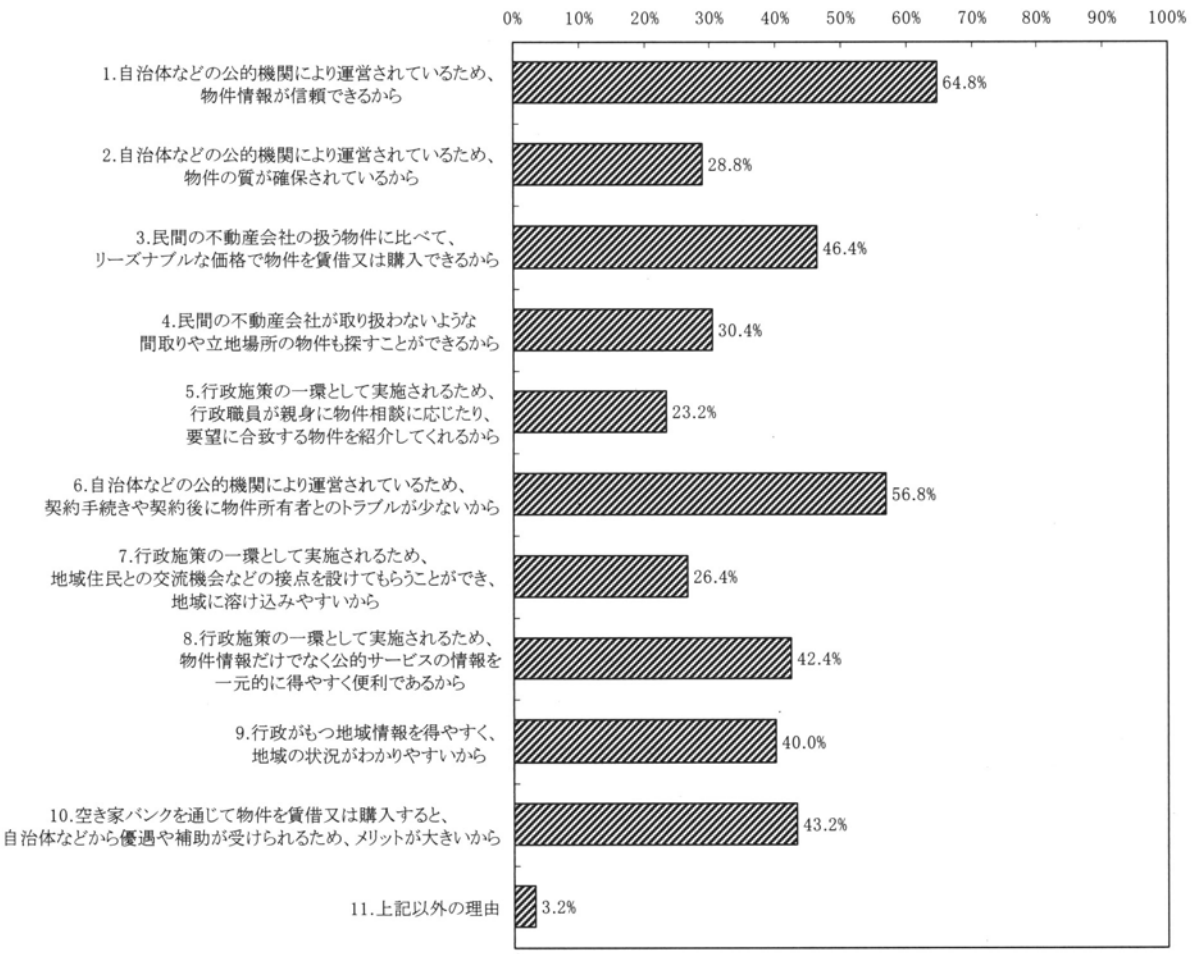
問５．あなたが移住や二地域居住のための物件情報の収集手段として、「空き家バンク」を活用する理由・選択する理由は何ですか？

なお、物件を探したことのない人や空き家バンクを閲覧したことのない人、空き家バンクの存在を知らない人は、空き家バンクに対するイメージをもとにお答えください。

空き家バンクを物件情報の収集の一手段として活用しているまたは選択する人に対して、その理由を尋ねたところ、以下のようになった。

空き家バンクを活用・選択する理由としては、自治体等の公的機関が運営することにより、「物件情報が信頼できるから」が 64.8%、「契約時に物件所有者とのトラブルが少ないから」が 56.8%と多くなっている。公的機関による運営がもたらす信頼感が活用・選択を促す要因として考えられる。その他の理由としては、「リーズナブルな価格で賃借又は購入できるから」が 46.4%、「自治体などから優遇や補助が受けられ、メリットが大きいから」が 43.2%、「公的サービスの情報を一元的に得やすく便利であるから」が 42.4%、「地域情報を得やすく、地域の情報がわかりやすいから」が 40.0%と上位になっている。（複数回答なので、合計が 100%を超える。）

（n=125、複数回答）

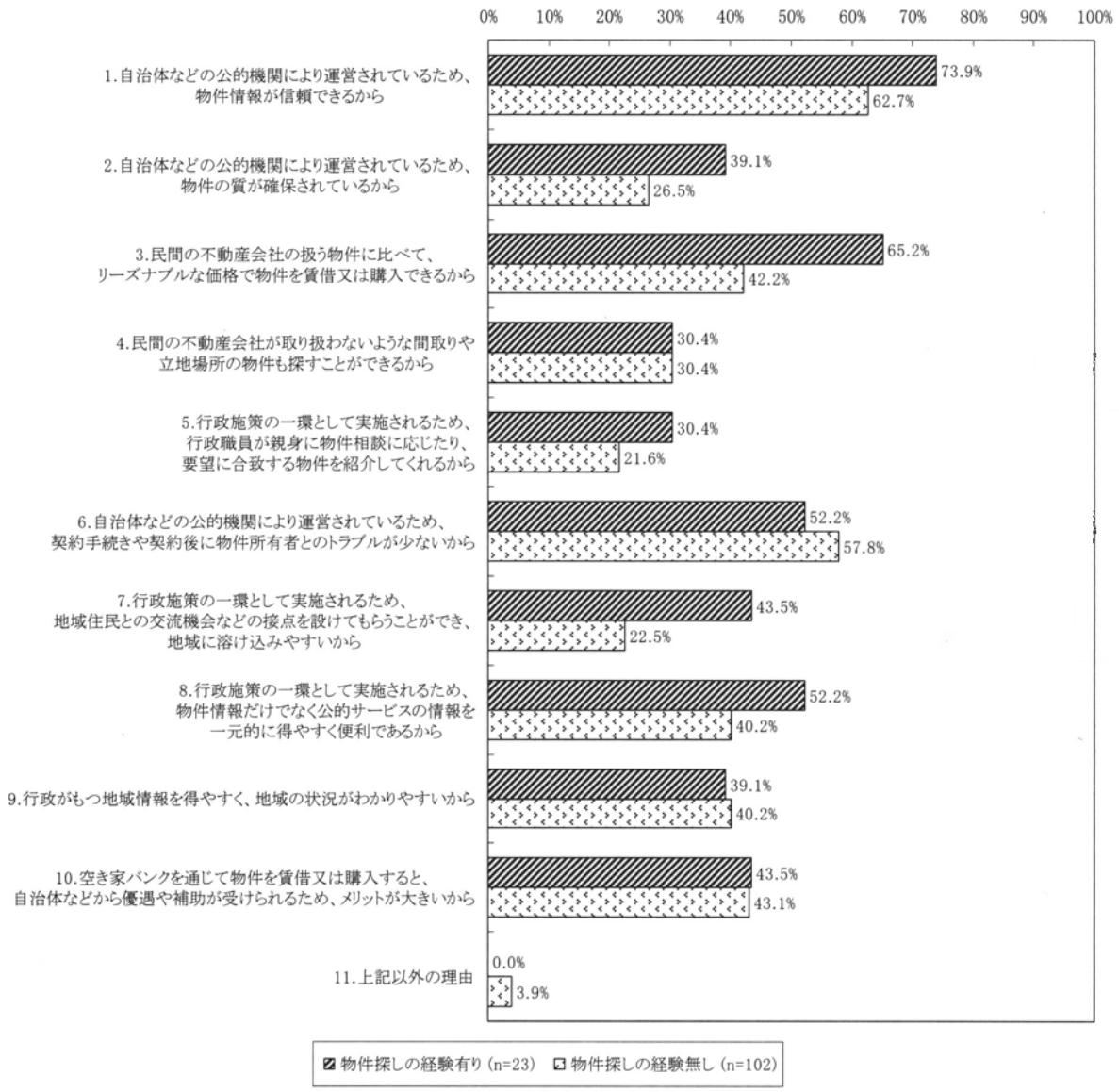


（注）選択肢の用語解説として、調査票には次のように記載した。
（公的サービスの情報の例）公共施設、ごみ・リサイクル、健診・検診、公設保育所等の子育て情報などに関する情報
（地域情報の例）医療機関、商業施設、地域の気候・慣習などに関する情報

次に、物件探しの経験の有無別に見ると、次のとおりである。まず物件探しの経験の有無により傾向が大きく異なる理由として、1 点目は、公的機関の運営による信頼性があげられる。回答結果を見ると、自治体等の公的機関により運営されていることにより、物件情報が信頼できる点（経験者 73.9%、未経験者 62.7%）や物件の質が確保されている点（経験者 39.1%、未経験者 26.5%）で物件探しの経験の有無による差が見られる。

2 点目は、物件の価格（月額賃料や売価）の安さがあげられる。回答結果を見ると、リーズナブルな価格で物件を賃借又は購入できる点（経験者 65.2%、未経験者 42.2%）で物件探しの経験の有無による大きな差が見られる。空き家バンクで物件探しをしたことのある人は、その「安さ」にメリットを感じているものと考えられる。

3 点目として、地域住民との円滑な人間関係づくりへの行政のサポートに対する期待感があげられる。回答結果を見ると、地域住民との交流機会等の接点を設けてもらうことができ、地域に溶け込みやすい点（経験者 43.5%、未経験者 22.5%）で物件探しの経験の有無による差が見られる。



（6）空き家バンクを物件情報収集の手段として活用・選択しない理由

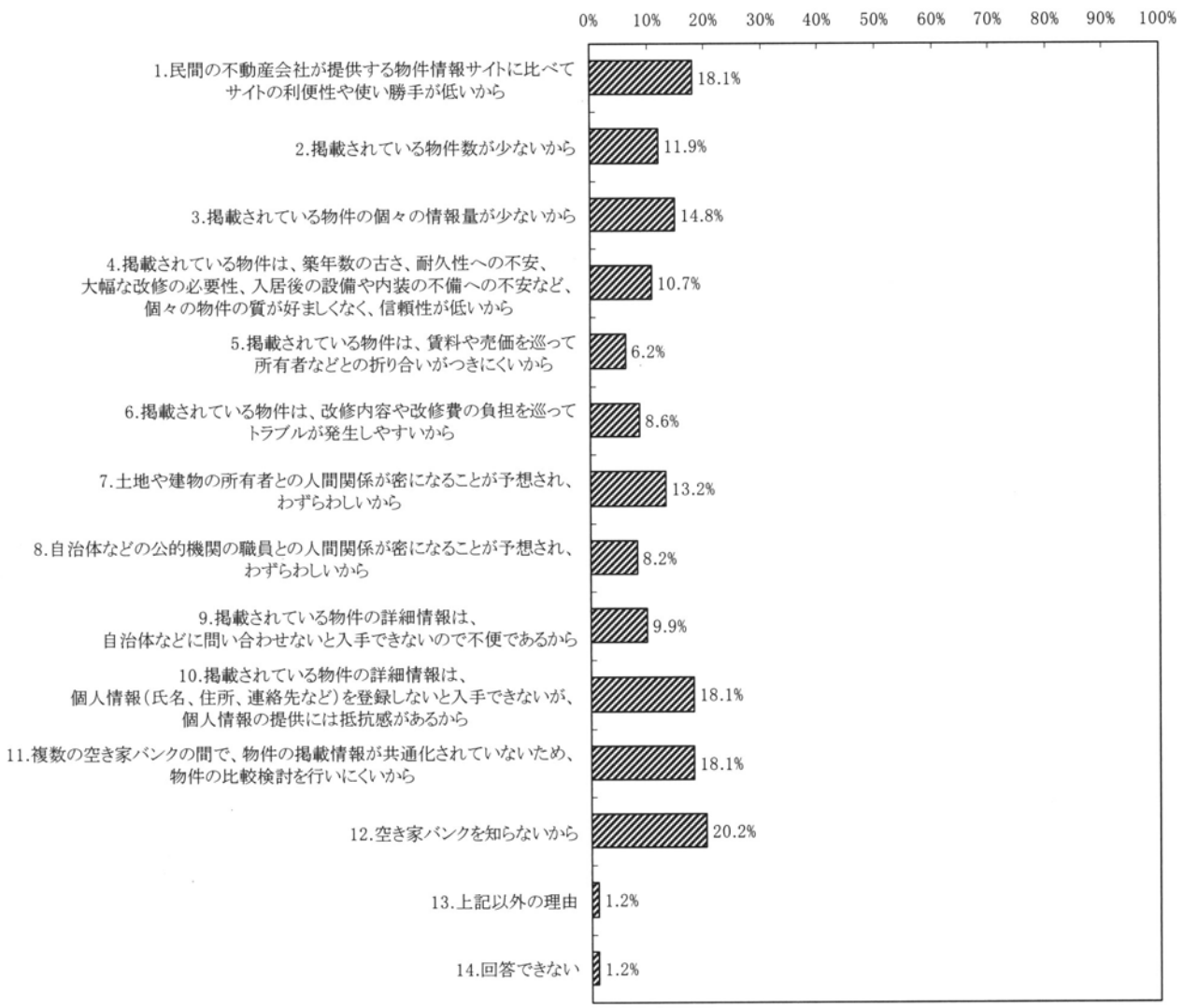
問６．あなたが移住や二地域居住のための物件情報の収集手段として「空き家バンク」を活用しない理由・選択しない理由は何ですか？

なお、物件を探したことのない人や空き家バンクを閲覧したことのない人、空き家バンクの存在を知らない人は、空き家バンクに対するイメージをもとにお答えください。

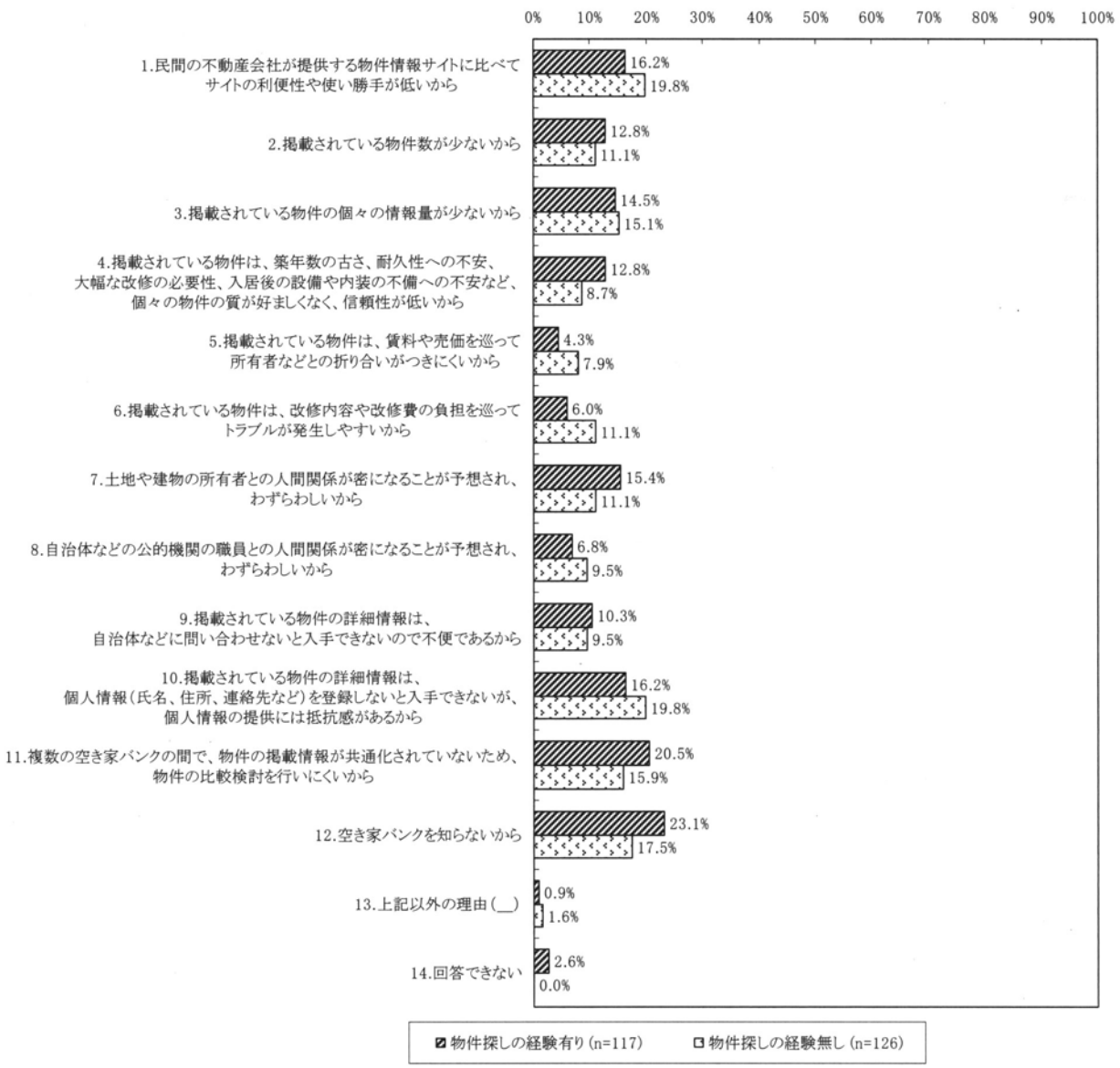
空き家バンクを物件情報の収集の一手段として活用していないまたは選択しない人に対して、その理由を尋ねたところ、以下のようになった。

空き家バンクを活用・選択しない理由としては、「空き家バンクを知らないから」が20.2%で最も多い。次いで、「サイトの利便性や使い勝手が低いから」、「物件の詳細情報を入手するための個人情報の提供に抵抗感があるから」、「複数の空き家バンク間で掲載情報が共通化されていないために比較検討を行いにくいから」がいずれも18.1%を占めている。（複数回答なので、合計が100%を超える。）

（n=243、複数回答）

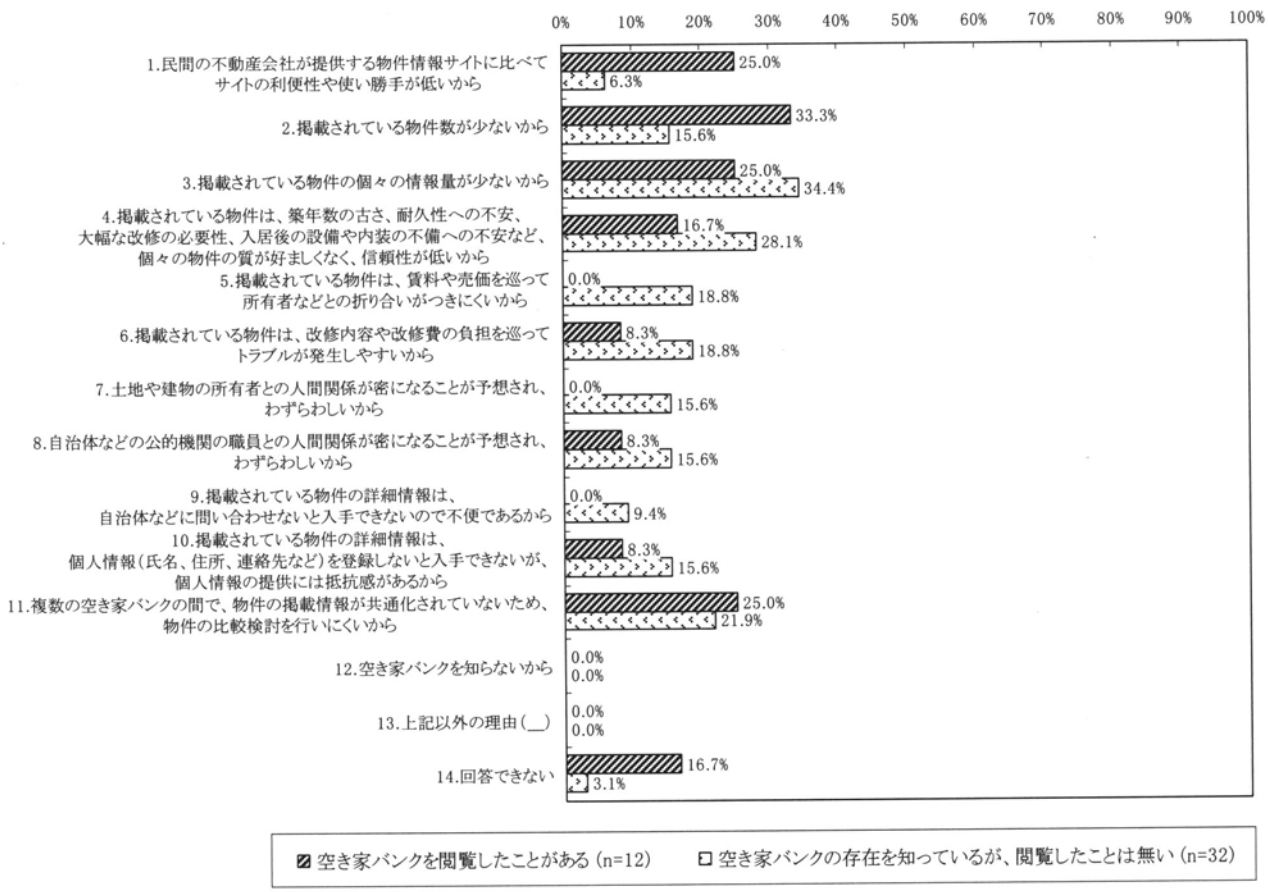


次に、物件探しの経験の有無別に見ると、物件探しの経験の有無による違いはほとんどない。非活用の理由としては、次のことが上位となっている。それは、「空き家バンクを知らないから」（経験者 23.1%、未経験者 17.5%）、「サイトの利便性や使い勝手が低いから」（経験者 16.2%、未経験者 19.8%）、「物件の詳細情報を入手するための個人情報の提供に抵抗感があるから」（経験者 16.2%、未経験者 19.8%）、「複数の空き家バンク間で掲載情報が共通化されていないために比較検討を行いにくいから」（経験者 20.5%、未経験者 15.9%）等である。



次に、空き家バンクを知っており、かつ、それを活用しない人について、空き家バンクの閲覧の有無別に見ると、次のとおりである。（4）で述べたとおり、空き家バンクを物件情報収集の一手段として活用するとの回答は、空き家バンクの閲覧者では7.7%に留まるのに対し、非閲覧者では32.7%である。このように空き家バンクを閲覧すると、物件情報収集の一手段として位置付ける人が減ってしまう傾向にある。

そこで、閲覧者の非活用理由を見ると、「掲載物件数が少ない」が33.3%で最も多い。次いで、「サイトの利便性や使い勝手が低い」、「物件の個々の情報量が少ない」、「複数の空き家バンク間で物件の比較検討を行いにくい」がいずれも25.0%となっている。したがって、空き家バンクに掲載する情報の内容及びサイトの機能性も含めた「見せ方」の部分の両面からの検討が必要であると考えられる。



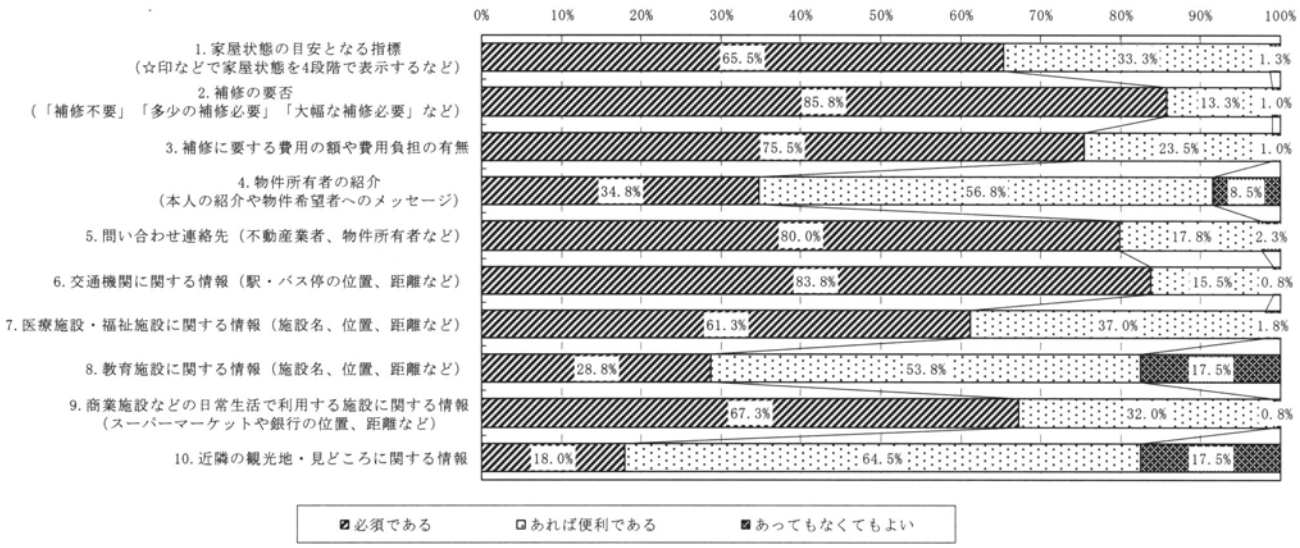
（7）空き家バンクに掲載して欲しい情報

問７．物件情報のサイトには、一般的に、賃貸・売買の種別、建築年次、設備状況、間取りなどの基礎的情報が掲載されています。あなたが移住や二地域居住を目的として物件探しをする際に、こうした基礎的情報のほかに必要だと思う情報は何ですか？

なお、物件を探したことのない人も、実際に物件探しをする場面をイメージしながらお答えください。

空き家バンクに掲載して欲しい情報については、基礎的情報以外の情報の中では、「物件所有者の紹介」、「教育施設に関する情報」及び「近隣の観光地・見どころに関する情報」の３点を除き、いずれも、「必須である」との認識が６割から８割強を占めている。

（n=400、単回答）

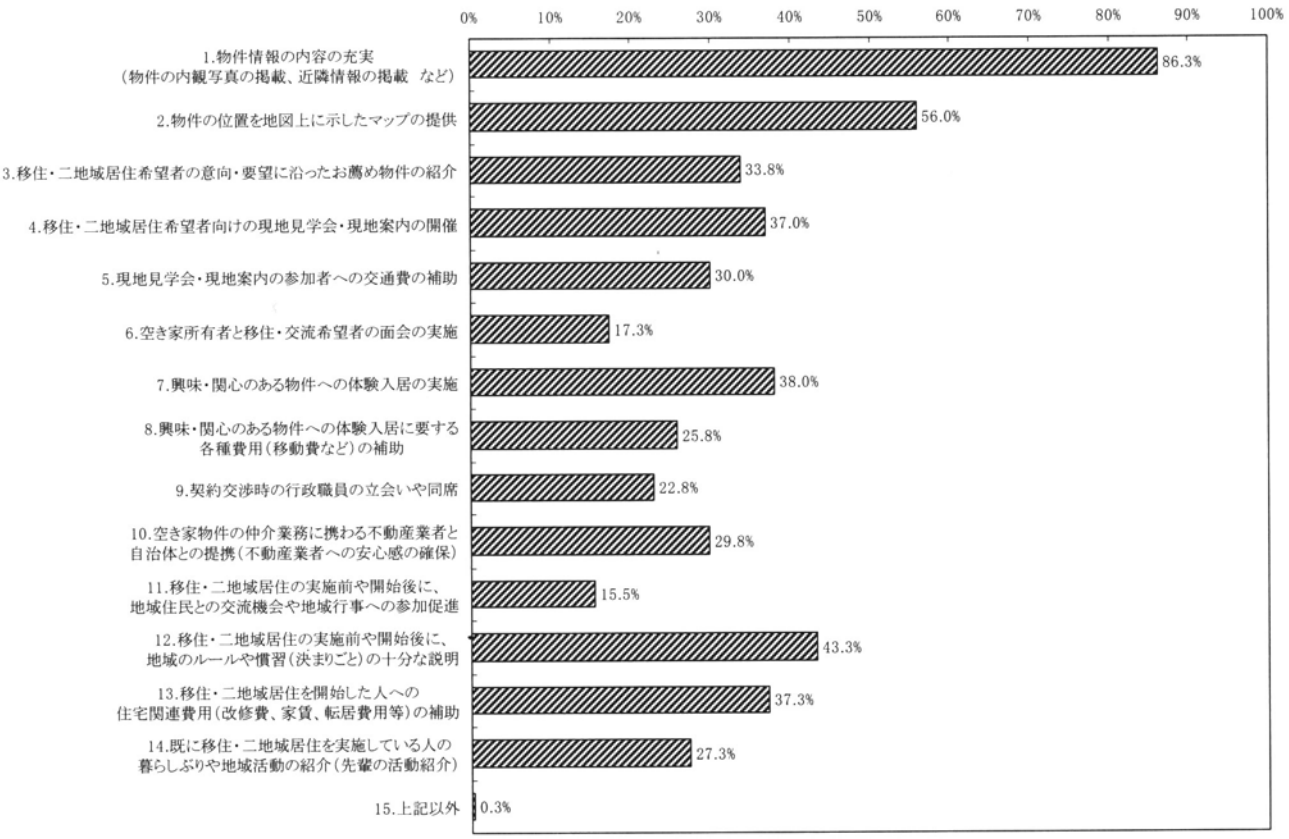


（8）空き家バンクの運営主体や行政に求める施策

問８．空き家バンクの利用が進むために、空き家バンクの運営主体や自治体などの公的機関から、どのようなサービスがあれば望ましいと思いますか？

あれば望ましいサービスとしては、「物件情報の内容の充実」が最も高く、86.3%を占めている。次いで、「物件の位置を地図上に示したマップの提供」が 56.0%、「地域のルールや慣習の十分な説明」が 43.3%となっている。（複数回答なので、合計が 100%を超える。）

（n=400、複数回答・５個まで）



第５章　効果的な空き家バンクのあり方

空き家バンクは、移住・交流の促進を図るため、移住・交流者及び希望者の円滑な住宅確保を支援するものとして活用される方策である。そこで、最後に、この調査研究では、以上の基礎調査の結果を踏まえ、移住・交流の促進という本来の目的によりよく資することのできる効果的な空き家バンクのあり方について以下のとおり検討を行った。検討結果として示した考えられる取組の例については、実際に移住・交流の実績をあげている先進的な空き家バンクの取組として紹介した６つの地域の事例も参考にして記述している。

１．空き家バンクに対する認知度の向上

都市住民のニーズ調査の結果を見ると、都市部在住の移住・二地域居住に関心のある人の間で空き家バンクの認知度は低く、移住・二地域居住のための物件をインターネット等で探した経験のある人の間でも大半の人が空き家バンクを認知していない。移住・交流の促進に資するには、今後空き家バンクが物件情報収集の有効な一手段として多くの人に認知されることが必要であり、このためには効果的な情報発信を行うことが求められる。

＜空き家バンクに対する認知度の向上のために考えられる取組の例＞

- ○　空き家バンクを知ったきっかけは、移住・二地域居住をテーマとする新聞・雑誌・書籍等の活字媒体を見たことによるというケースが最も多い。このため、新聞・雑誌等のマスメディアに対して空き家バンク等の移住・交流促進施策に関する情報の提供を積極的に行い、記事に取り上げてもらうよう努める。
- ○　空き家バンクについては、関心のある地域の自治体のホームページ及び他の移住・二地域居住をテーマとするホームページを見て知ったというケースも多い。このため、各自治体のホームページ、移住・交流推進機構（ＪＯＩＮ）のホームページ等に空き家バンク等の移住・交流促進施策に関する情報を積極的に入力する。
- ○　空き家バンクを移住・二地域居住をテーマとするテレビ番組を見て知ったという人も少なくない。このため、テレビの関係者にも空き家バンク等の移住・交流促進施策に関する情報の提供を積極的に行い、番組に取り上げてもらうよう努める。

2．空き家バンクを支える取組の充実

移住・交流の促進に資するには、空き家バンクが活用されることが必要であり、このためには、空き家バンクに登録・掲載される内容の充実はもちろん、それを支える取組が充実したものである必要がある。そこで、物件情報の収集から移住後のフォローまでのそれぞれの段階においてきめ細かな対応を行うことが求められる。

（1）空き家の物件情報の収集の促進

都市住民のニーズ調査の結果を見ると、空き家バンクを物件探しの一手段として活用しない理由の一つとして、空き家バンクに登録されている物件数の少なさがあげられる。

移住・交流の促進に資するには、空き家バンクの登録物件数を確保することが必要であり、今後空き家バンクの物件登録促進に向けた取組が求められる。

＜空き家の物件情報の収集のために考えられる取組の例＞

- ○ 区長、町内会長等の理解と協力を得ながら、地域の空き家物件を調査し、空き家所有者に空き家バンクへの物件登録を依頼する。また、地域に密着し、地域の情報に精通しているＮＰＯ等の団体とも連携を図り、地域内にある空き家物件の掘り起こしを進める。
- ○ 空き家の所有者に対して、広報誌、回覧板、ホームページ等を通して呼び掛けを行うとともに、講演会・説明会等の開催を通じて移住・交流促進施策の重要性を理解してもらい、物件の登録に協力してもらえるよう働きかける。
- ○ 他の市町村に住んでいる空き家所有者に対して空き家バンクの周知を図る。具体的には、固定資産税等の税関係書類の封筒に「空き家バンクに登録しませんか？」等の物件登録を促すＰＲ文を印刷するなどの工夫を行う。
- ○ 宅地建物取引業協会及びその会員との連携を図り、会員の有する空き家物件の情報を提供してくれるよう協力を要請する。また、宅地建物取引業協会等が開設している物件紹介のサイトとリンクを張ることによって、提供できる空き家の情報の充実を図る。

（2）空き家物件の情報発信・空き家バンクの掲載情報の内容の充実

都市住民のニーズ調査の結果を見ると、空き家バンクのサイトの使い勝手の問題や空き家バンクに掲載されている情報の内容が少ないことが、移住希望者が空き家バンクを閲覧しても物件探しの一手段として活用しない主な理由になっている。移住・交流の促進に資するには、空き家バンクに関するこうした状況を改善する必要があり、このためには、空き家物件の情報発信の方法及び空き家バンクの掲載情報の内容の両面にわたる工夫が求められる。

＜空き家物件の情報発信のために考えられる取組の例＞

○　空き家バンクを広く多くの人に周知するためにインターネット上にこれを開設する際には、空き家バンクを単独で開設するのではなく、移住・交流の促進を目的として地域の魅力や良さを伝える他のサイトと連携した形で開設する。

○　インターネット上で空き家バンクのページを見つけやすいように、市町村のホームページのトップページに空き家バンクのバナーを貼るなど、閲覧し易い環境を整える。

○　空き家物件の比較がしやすいように、近隣の市町村の空き家バンク間において情報掲載の様式を共通にし、相互にリンクを張る。

○　都道府県内全域の物件を容易に見ることができるように、都道府県が開設しているホームページと都道府県内の市町村の空き家バンクの間にリンクを張る。

○　都市部に住む地元出身者のUターンの促進に資するよう、地元県人会、学校の同窓会等を通じて定住促進のパンフレットを配付する。

＜空き家バンクの掲載情報の内容の充実のために考えられる取組の例＞

○　空き家バンクには、住宅の所在地、家屋の構造、間取りといった空き家の基礎情報をわかりやすい文字情報として掲載する。これに加え、物件を地図上に表示したり、物件の外観及び内観の写真を掲載したりするなどにより、閲覧者の視覚に訴え、できるだけ物件のイメージが具体化できるよう工夫を行う。

○　空き家バンクには、市町村が空き家の改修・修繕にかかる費用への補助制度を創設している場合は、物件情報とともにその補助制度についての情報も載せる。

○　空き家バンクには、家屋の状態の目安、補修の要否、交通機関・医療施設等の主要施設への距離など、移住希望者の立場から必要と思われる生活情報の掲載も行うとともに、空き家の周辺環境、実際の移住者の体験談等も掲載する。これらにより、その地域で住んだ場合の生活がイメージできるように情報の内容の充実を図る。

○　状況によっては、空き家バンクへの物件の情報の登録を最小限にし、詳細な情報については、相談に来た移住希望者の希望に応じて個別に職員等が提供するという方法もあり得る。

（3）物件と希望者のマッチングから契約に至るまでのきめ細かな取組

地方公共団体に対する実態アンケート調査の結果を見ると、空き家バンクの成約件数は、空き家バンクの内容の充実を図るだけでなく、物件と希望者のマッチングから契約に至るまでの過程においてきめ細かな取組を実施している団体ほど多くなる傾向があることが分かっている。そこで、移住・交流の促進に資するには、こうした空き家バンクを支えるきめ細かな取組が求められる。

＜物件と希望者のマッチングのために考えられる取組の例＞

○　移住希望者が移住後の生活のイメージをつかめるよう、移住前に地域での生活が体験できるようにする。具体的には、田舎暮らしの体験ツアー、空き家物件への体験入居等のプログラムをつくる。

○　空き家によっては、企業の福利厚生施設として利用可能なものもあることから、個人だけではなく、都市部の企業に対しても空き家利用を働きかける。

○　Uターン者、先行移住者等を定住促進に関するアドバイザーとして配置し、空き家物件の紹介、現地案内、移住希望者からの相談への対応、地域の生活情報の提供といったきめ細やかな対応を任せる。

○　空き家の現地案内を行う際には、移住後のトラブルの防止及び地方公共団体が運営する空き家バンクへの信頼性の向上を図るよう心がける。このため、移住希望者に対して物件や地域にとってマイナスイメージとなるような情報も等しく伝えて包み隠さない姿勢を示す。

○　移住希望者からの相談を受ける際、一人一人ごとに個票を作成し、相談の内容に応じたきめ細かい対応を行う。

＜契約手続きの際に考えられる取組の例＞

○　空き家の売買または賃貸借にかかる契約手続きの段階では、トラブルを避けるため、契約者間の直接交渉または地元の宅地建物取引業者の仲介に任せ、その結果はフォローする。

（4）契約後のフォロー

移住の実績を定着させるには、移住者が空き家の売買契約または賃貸借契約を締結し、移住先での生活を始めてから「こんなはずではなかった」という思いを抱くような状況にしないことが必要である。このためには、移住先の地域に関する正確な情報を提供しておくことはもとより、移住者が地域に溶け込んでいけるよう、移住者と地域住民との交流促進等の取組も求められる。

＜契約後のフォローのために考えられる取組の例＞

○　移住者と地域住民との交流の場を設けたり、移住者に自治会への加入を勧めたりするなど、移住者が地域に早く溶け込めるよう地域コミュニティへの参加を促す。

○　Uターン者または先行移住者にお願いし、移住者に対する生活相談またはアドバイスを自らの体験を活かして行ってもらう。また、移住者が空き家への入居を開始する際に町内会長や近所の人たちへのあいさつに地方公共団体の職員が同行するなどにより、それらのキーパーソンが地域住民とのパイプ役となって移住者の地域内での人間関係づくりをサポートする仕組みを構築する。

○　地域住民に移住・交流の重要性を理解してもらい、移住者を温かく迎え入れる意識を醸成するため、地域住民向け説明会、実際の移住者を交えたフォーラム等を開催する。

3．空き家バンクと他の関連施策との連携

移住・交流の促進に資する成果をあげるには、空き家バンクの登録物件の確保、移住希望者の移住後の仕事等についても配慮する必要がある。このため、空き家バンクと他の関連行政施策との連携を図っていくことも求められる。

（1）住宅に関する施策との連携

現在の空き家の現状を見ると、地域内に空き家が存在していても、所有者がその空き家を倉庫として使用し、中の荷物を片づけないと使用できないケースがある。また、仮に所有者に空き家を賃貸する意思があったとしても、空き家を居住可能な状態にするためには修繕・改修が必要であり、そのための予算を所有者または居住予定の移住希望者の方で負担することもできないケースがある。移住・交流の促進に資するためには、空き家を地域活性化の「眠っている宝」と位置づけ、それを埋もれさせないように住宅施策との連携を図り、空き家の積極的活用の素地をつくることが求められる。

＜住宅に関する施策との連携のために考えられる取組の例＞

○　移住希望者が空き家を修繕・改修する場合に、市町村がその区域内の建築業者と連携を図り、業者の連絡先、修繕にかかる見積り額等の情報を提供する。

○　地域の実情によっては、空き家所有者に対して空き家の改修・修繕にかかる費用、空き家内にある荷物の片付け、掃除等の空き家を居住可能な状態にするための作業にかかる費用の一部を助成する制度を設けることも検討する。

○　地域の実情によっては、市町村が空き家を借り上げて改修した後に移住希望者に対して貸し出すことも検討する。

（2）就業・就農支援に関する施策との連携

移住の実績をあげるには、移住希望者が移住後の生活を安定的に続けていけるようにすることが必要であり、このためには地域内で収入を得るための手段を確保する必要がある。そこで、移住・交流促進施策の担当部署と就業支援施策または就農支援施策を担当する部署とが施策の連携を図っていくことも求められる。

＜就業・就農支援に関する施策との連携のために考えられる取組の例＞

○　移住相談の窓口と職業紹介の窓口とを一本化し、移住希望者に対して移住及び就業についての情報をワンストップで提供できる仕組みを構築する。

○　地域内の企業、産地直売所、農業法人等から寄せられるハローワークの職業紹介には出てこないような求人情報を、市町村の持つネットワークを利用してこまめに収集し、移住希望者に対する就職情報として提供する。
○　就農を希望する移住希望者に対しては、情報の提供のみならず、地元で農業等を行っているＮＰＯ等の協力を得て、研修制度を設けるなど、技術指導を含めた支援を実施する。
○　雇用の受け皿が小さい地域においては、企業誘致または起業支援といった施策も視野に入れて、移住者の就業機会の拡大を図る。

４．空き家バンクの運営主体と関係機関との連携

移住･交流の促進に資するよう空き家バンクを円滑かつ効果的に運営していくためには、宅地建物取引業協会、観光協会等の事業者団体、移住・交流を目的として活動しているＮＰＯ、近隣の市町村等との連携を図ることも求められる。

＜空き家バンクの運営主体と関係機関との連携のために考えられる取組の例＞

○　空き家バンクの運営をはじめとする移住・交流促進施策の推進には、市町村だけでなく地元の宅地建物取引業者、観光協会、ＮＰＯ、農協、自治会等の地域内の様々な団体の協力が必要である。そこで、市町村と地域内の関係団体から成る協議会を設置し、地域内の様々な主体が互いに情報を共有し、連携を図っていくための機会を設け、協力体制の強化を図る。
○　空き家の評価等にあたっては、専門的な知見が必要であることから、空き家バンクの円滑な運営には、宅地建物取引業協会等の事業者と連携を図ることも有益である。そこで、宅地建物取引業協会等に対して移住・交流促進に対する理解と協力を求め、空き家バンクの運営主体と宅地建物取引業協会等との間で業務協定を締結するなどの連携方策をとることも検討する。
○　地方公共団体と宅地建物取引業協会等との業務協定締結の仕方については、都道府県が宅地建物取引業協会等と包括的に業務協定を締結し、その後その協定をもとに市町村が宅地建物取引業協会等と個別に協定を締結する方法もある。
○　移住・交流事業を積極的に実施しているＮＰＯと連携を図り、田舎暮らし体験などのプログラムを実施する。
○　観光協会等との連携を図り、移住に関心のある観光客に対して空き家バンクを始めとする移住・交流促進施策の周知を行う。
○　空き家バンクを運営する近隣の地方公共団体と連携を図り、物件情報を相互にリンクさせ、より多くの空き家物件を広域的に比較検討できる形で移住希望者に情報を提供する。
○　単独の市町村で移住・交流に関するＰＲイベントを実施したとしても、そのイベ

ントに来場した都市部の住民には、市町村のイメージが伝わりにくいことがある。また、そうしたＰＲイベントそのものも、単独の市町村のみでは人員及び予算の制約があり、開催することが難しい。これらのことから、より効果的に当該市町村をＰＲしていくため、都道府県及び周辺の市町村とも連携し、「○○地域」といった広域でのプロモーションを行う。

○　移住者の就業促進の面でハローワークとの緊密な連携を図り、適宜相互に情報の提供を行う。必要の度合いによっては、ハローワークの窓口を市町村の役所内に設置してもらうことも検討する。

５．空き家バンクに関する庁内の実施体制の充実

地方公共団体に対する実態アンケート調査の結果を見ると、空き家バンク開設からの累計成約件数は、移住希望者に対するきめ細かい対応や地域住民の受入意識の醸成といった取組を行っている団体ほど、多くなる傾向にある。また、このような取組を実施することができている地方公共団体は、総じて内部の実施体制が充実している傾向にある。他方で、実態アンケート調査の回答を見ると、空き家バンクや移住促進の相談窓口を設けても人手不足で思うような対応ができていないことを課題として感じている地方公共団体も多い。また、前述のとおり、移住・交流の促進に資する成果をあげるには、空き家バンクと関連する他の施策との連携を図っていく必要がある。

そこで、移住・交流促進施策を所管する部署と住宅施策担当部署、雇用対策担当部署、就農促進担当部署といった庁内の関連する部署とが連携をとりやすい体制を構築していくことも求められる。

＜空き家バンクに関する庁内の実施体制の充実のために考えられる取組の例＞

○　空き家バンクの窓口と就業支援や就農支援の窓口といった関連施策の窓口を一体化した定住に関する総合相談機能を持つ窓口を役所の中に設け、移住希望者が必要とする情報をワンストップで提供できるような体制を構築する。

○　市町村内部の関係部局間の連携を図るため、庁内部局の横断的な連絡組織を設ける。連絡組織の事務局は、移住・交流促進施策の担当部署におき、庁内の関連施策に関する情報を担当部署に集約し、庁内全体で移住・交流促進施策の推進を図っていくことができるような仕組みづくりを行う。

○　例えば、特定の曜日を現地案内の日と決めておいて移住希望者からの現地案内の要望に対応するなど、限られた人員体制の中でも効果的な取組を行えるような工夫を行う。

『空き家バンク』を活用した移住・交流促進
調査研究報告書

発行年月日　平成 22 年 3 月
発　　行　財団法人　地域活性化センター
〒103-0027　東京都中央区日本橋 2-3-4
日本橋プラザビル 13 階
TEL：03-5202-6138　　FAX：03-5202-0755
ホームページ：http://www.chiiki-dukuri-hyakka.or.jp/
調査提携・執筆協力　株式会社　日本総合研究所
移住・交流推進機構（ＪＯＩＮ）