

株式会社地域デザインラボさいたま

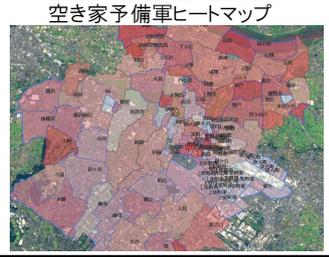
事業概要 居住者が不在となる前の空き家”予備軍”を、AIを活用した精度の高いデータ予測で特定。居住者に対し、将来の空き家を防ぐため「住まいの将来」について家族と会話・検討いただくアンケートDMを実施。自治体・地域金融機関と連携したフォローにより相続対策の推進等による将来の空き家発生抑制に繋げるモデル。

事業者情報

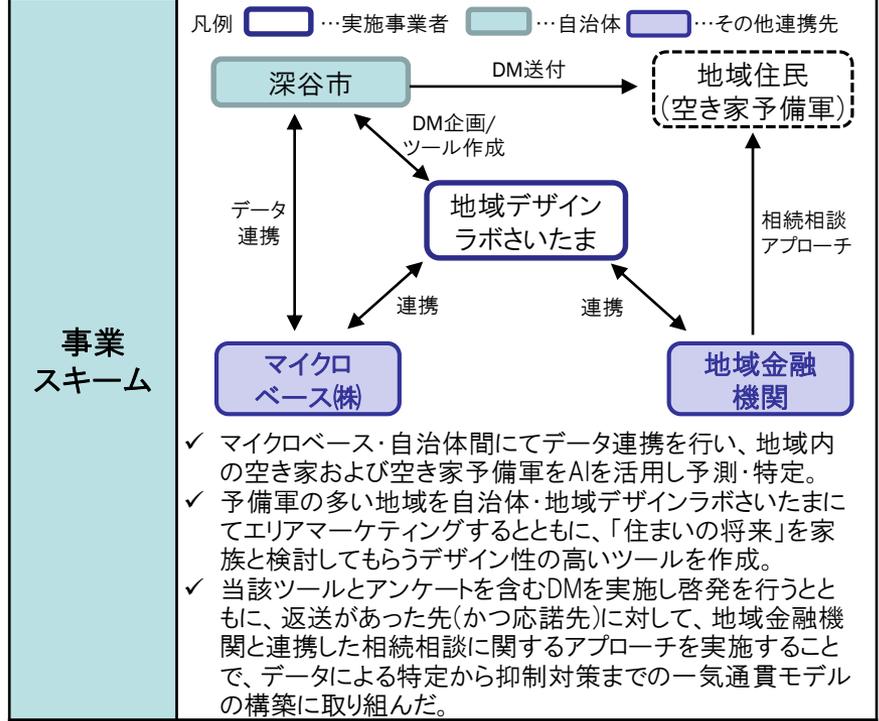
団体名	株式会社地域デザインラボさいたま
所在地	埼玉県さいたま市浦和区常盤7-4-1
設立時期	2021年10月
団体HP	https://www.saitamaresona.co.jp/labtama/

取組内容及び成果

- 1. データ分析とエリアマーケティング**
 - ✓ 深谷市に庁内調整に尽力いただき、水道使用量・住民基本台帳データをマイクロベースへ連携。
 - ✓ 同社にて、数年後空き家になると想定される予備軍を特定、エリア毎にプロット。



活動地域 埼玉県深谷市



- 2. DM企画(啓発ツール・アンケート)**
 - ✓ 空き家発生の起因の半数以上が相続であることを踏まえ、家族と一緒に「住まいの将来」を考えてもらう啓発ツールを作成。
 - ✓ 空き家に関する環境認識の他、空き家にしてしまうことでの所有者デメリット等をエピソード等も交えて作成。
 - ✓ 「住まいの将来」に関しては、家を引き継ぐ人の有無によるパターン分けや、いずれにしても相続人に意思・方向性を明確に伝えて残しておくことの重要性を訴求。
 - ✓ 同時に、住まいの将来に関するアンケートを実施し、空き家予備軍への啓発とセットで意向調査を実施(予備軍が多い地域を選定し、1,000通のDMを実施)。

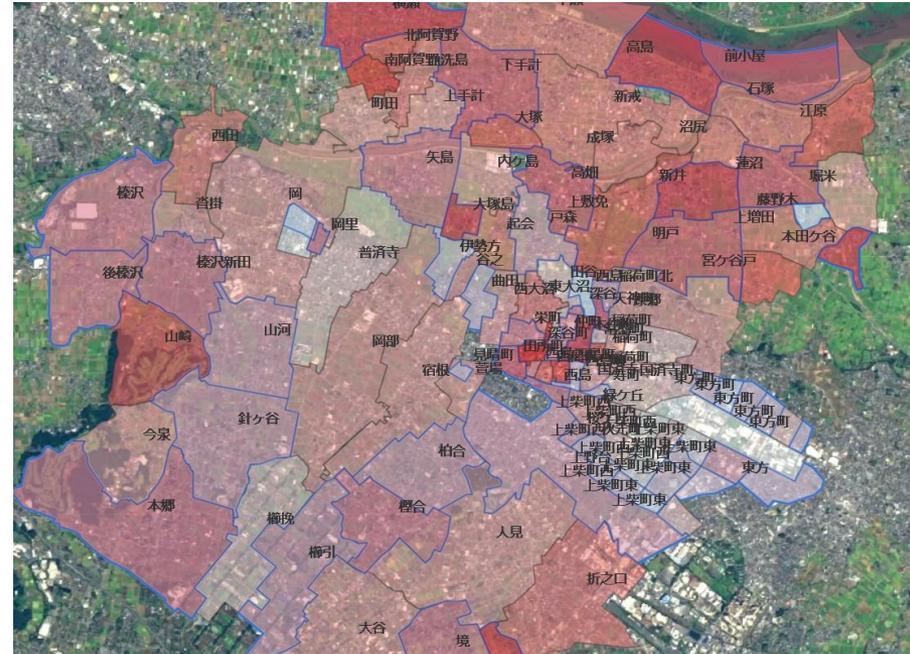


- 3. 予備軍へのアプローチ・相続相談**
 - ✓ 個人情報取得・利用や、相続関連の相談希望等も把握できるようアンケート内容を工夫(返送数:約280件、個別相談応諾:約35件)。
 - ✓ 返送内容に基づき、地域金融機関と連携の上、応諾を得られた住民に対しては能動的なアプローチによる相続対策(空き家発生抑制)に関する相談受付を実施。

データ連携/分析 エリアマーケティング

- ✓ 深谷市の空き家および空き家予備軍のデータ分析に向け、「住民基本台帳」・「水道使用量」のデータを活用すべく、深谷市自治振興課にご尽力いただき、庁内調整を実施。今回は5年後までの空き家予測を実施すべく、必要なデータ提供に向けた調整を行った。
- ✓ データ提供にあたっては、マイクロベース社⇄深谷市間でデータ提供等に関する契約書を締結。
- ✓ 当初、深谷市全域(約6万件)を対象にデータ分析を行う予定であったが、予算の制約により、約半数の3.5万件を対象に分析を実施することとなった。そのため、比較的住戸の多い団地等があるエリアを優先的に選定し、当該地区の持続的なまちづくりの一環として取り組むこととした。
- ✓ 自治体からのデータ提供を受け、マイクロベース社にて既存の空き家および空き家予備軍の予測を実施。住民基本台帳のデータ提供の調整に時間を要したため、後のDM企画・発送の時間を確保する観点から、比較的スムーズに連携できた水道使用量データを活用し分析を実施。
- ✓ マイクロベース社のノウハウにより、“高齢者世帯”等といった大括りの対象ではなく、数年以内に高い確率で空き家になる予備軍をターゲティングすることができた。
- ✓ 当該結果を受け、深谷市内で空き家予備軍の多い地域を上位から選定。当該エリアの特性や自治体の認識とも合致しているか等、深谷市とも連携・協議しながらエリア選定を実施。
- ✓ 予算および実証事業の観点から、母集団は1,000件に設定。
- ✓ また、空き家予備軍のみならず、既存空き家に関する分析も実施。深谷市は、従前から自治会による毎年の空き家調査を実施しており、当該データとのマッチングによるデータ検証も実施。

空き家予備軍ヒートマップ
(マイクロベース(株)作成)



アンケートDM実施地域選定
(空き家予備軍の多い上位エリアを選定、累計1,000件までエリアを選定)

地区	送付数
○○	128
△△	79
□□	77
●●	76
▲▲	75
■ ■	60
◇◇	53
◆◆	50
▽▽	49
▼▼	44

地区	送付数
○○	42
△△	41
□□	40
●●	39
▲▲	35
■ ■	35
◇◇	34
◆◆	34
▽▽	9
計	1,000

空き家予備軍向け啓発ツール策定

✓ 空き家予備軍への啓発目的であることを前提に、以下の構成・ポイントで啓発ツールを策定。

【表面】

- ・空き家問題を認識してもらうため市の空き家状況推移を掲載
- ・発生原因の半数以上が相続起因であることを伝達
- ・行動を促すため、空き家になると所有者自身にデメリット(資産価値低下、犯罪温床、近隣への迷惑)があることを訴求
- ・住まいの将来について、家族との共有有無による成功・失敗事例エピソードを挿入

【中面】

- ・「住まいの将来」について家族との相談を促すとともに、住まいを引き継ぐ人の有無等により将来の方向性をパターン化
- ・各パターンに応じて事前に対応しておくべきことや、その場合の相談先(士業や不動産会社等)についても明示

✓ なお、本ツール内容は、S-1(1次・テーマ1)で採択された住教育と連関した啓発モデル(埼玉県鶴ヶ島市)の啓発ツールとしてもデザインを流用し、コストカット・効率化等を図った。

啓発ツール

挨拶状・アンケート

【挨拶状】

✓ 空き家予備軍をターゲットにしたDMではあるが、対象が空き家予備軍の方々であることを直接的に伝えることは、住民からのハレーションも想定されるため、深谷市と協議し、ターゲットの背景が明確とならないよう文面を工夫。

✓ また、まちづくり・コミュニティ活性化の観点や、官民連携で空き家課題解決に取り組んでいることを打ち出し、住民の理解を得て、返送・回答率を上げられるよう調整した。

【アンケート】

✓ アンケートは基本項目に加え、啓発ツールで訴求した「住まいの将来」に関するパターンと同じ構成とし、空き家にしないための出口対応を意識してもらう内容とした。

✓ また、返送率を上げるため、アンケート回答自体は無記名で可とし、個別に相談を希望する方のみ個人情報に記載してもらい、利用同意を取得する運営とした。

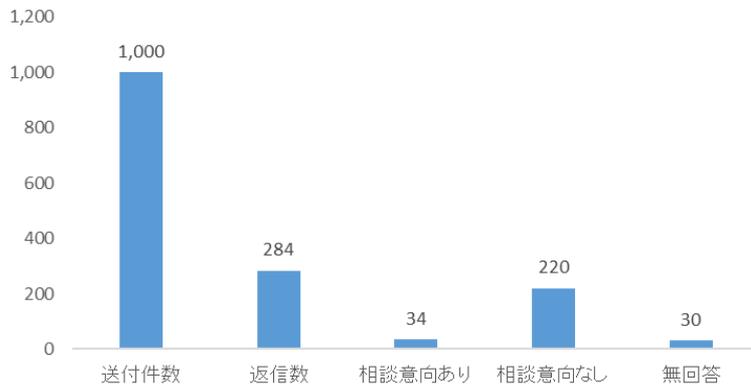
挨拶状

アンケート

アンケートDM送付・返送状況

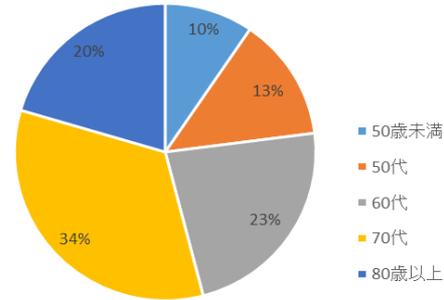
- ✓ 発送時点では住民の個人情報を自治体のみが有していること等を踏まえ、差出人:深谷市としてアンケートDMを発送。
- ✓ 住民からの問い合わせ対応の平仄を取るため、深谷市と連携して問い合わせ用のQ&Aも準備し、円滑な対応を企図。
- ✓ 送付時期については、年末付近(12/20)に発送し、年末年始で家族が集まるタイミングで、住まいの将来についての会話を促し、年始(1/12期限)で返送いただくスケジュールでDMを送付。
- ✓ 返送郵便費の料金後納手続き等を踏まえ、DM返送先はDM作業の委託先とし、集計作業を含めて外部委託を実施。
- ✓ 返送状況は下記グラフのとおりであり、1,000件の発送に対して返信数は284件(返送率は28%)と、通常、自治体を実施する住民アンケート等の返送率が30%~50%程度であることを踏まえると、官民連携で実施したDMとしては相応の水準と評価。
- ✓ また、具体的に相続・遺言関係等で個別相談に応諾いただけた件数も34件となり、空き家発生抑制に資する住まいの将来の相談件数が相応に積み上げられたものと思料。

全体集計

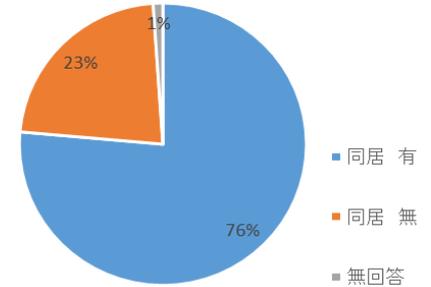


設問別集計の一例

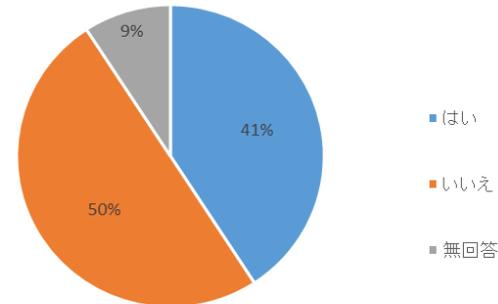
1. (1) あなたの年齢を教えてください



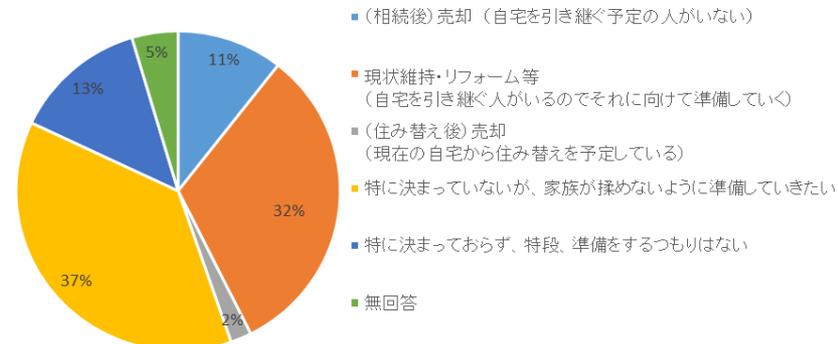
1. (3) 現在の同居の有無を教えてください



2. 本案内をきっかけに、「皆さまの家を空き家にしないためにできること」をご覧いただきながら、ご家族と住まいの将来について話し合いましたか



3. 現在お考えの住まいの将来に関する方向性について、一番近いものはどれですか

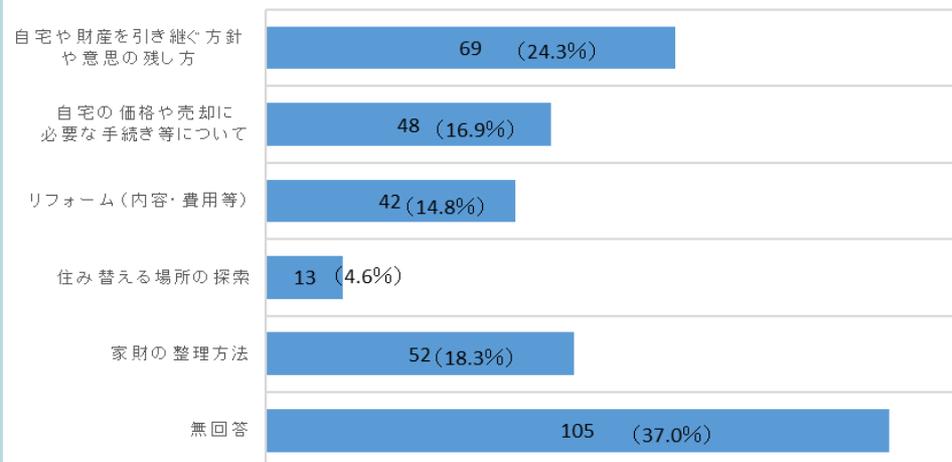


住民へのアプローチ・相談対応

- ✓ アンケートでの個別相談希望先に対しては、地域金融機関である埼玉りそな銀行(深谷支店)と連携して対応。
- ✓ 家族との相談を踏まえた住まいの将来に関する対策については、相続対策(遺言書の作成等)、リフォーム、家財整理等の内容であり、金融機関にて相談に乗ることで、遺言作成等のサポートの他、金融機関の有する地域事業者ネットワークへの紹介等による住民対応を行っていく予定。
- ✓ アンケートでの主な相談希望事項は右記のとおり。

主な相談希望事項

5. 住まいの将来について相談したい内容を教えてください



まとめ・今後の課題等

- ✓ 通常は高い精度での特定が困難な“空き家予備軍”を、マイクロベースが有するノウハウを活用することで、効率的・効果的に特定し、その後の施策立案に活かすことができた。
- ✓ 加えて、空き家予備軍の方々に家族と相談してもらいながら住まいの将来を考えていただくための啓発施策と、アンケート回収による予備軍に関するニーズ分析、個別相談希望者に対する相談アプローチと、データ活用から具体的な発生抑制に関するアクションまで繋げる循環モデルとして実証事業を行えたことは、他地域での空き家発生抑制対策へも展開できる有意義なモデルであったと思料。
- ✓ 実際の返送率や個別相談数は相応の結果であり、今後、各自治体で予算化も含む取組みを検討する上でも、こういった形でKPIを追うことが可能なモデルは重要であると認識。
- ✓ 本モデルの今後の発展に関しては、今回、問い合わせ対応や効果検証によるブラッシュアップを前提としたため、深谷市内・1,000件で実施したが、面的な発生抑制の推進に向けては、今回で得られた知見を活かしつつ、多地域展開等によるボリュームアップが必須。
- ✓ 加えて、エリア設定を行ったDM+対面相談会でのハイブリッド対策や、アウトコール等での網羅的なアプローチ、SNS等のWebツールとの連携等、質的な工夫の余地もあり、「母集団×反応率×個別相談率」のそれぞれを引き上げていくことをより一層追求していくべきと思料。
- ✓ これにより、最終的な個人からの個別相談が増えれば、相続や不動産等、民間がビジネスに繋がられる機会が顕在化し、サステナブルな官民連携モデルとして確立していくことも可能となるものと思料。