

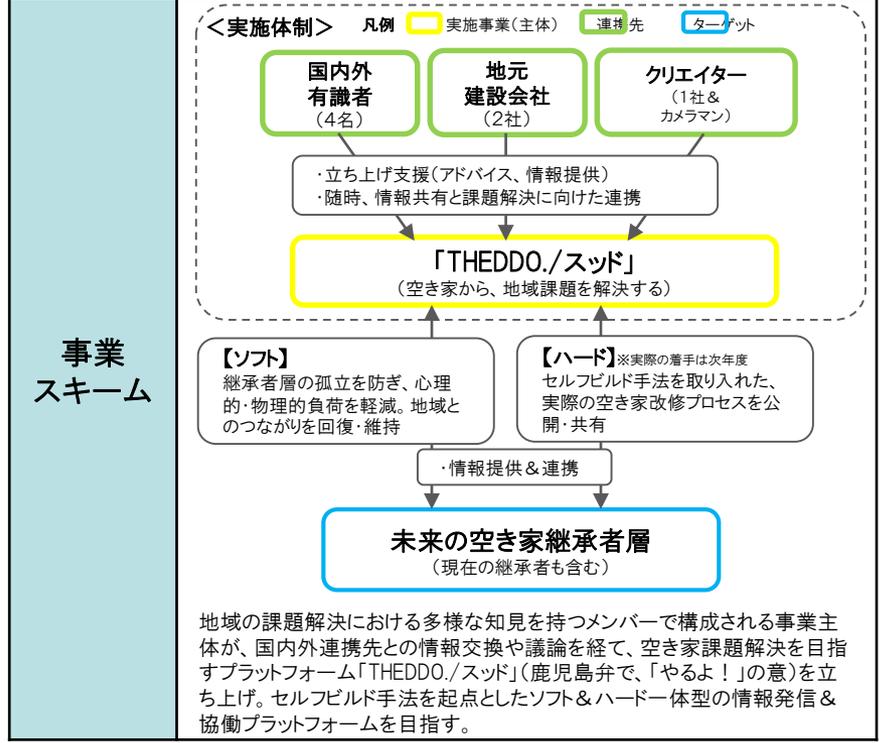
# 特定非営利活動法人たがやす

**事業概要** 個人で巨額投資する空き家改修・保全が難しい時代に、地域コミュニティとのつながりを回復・保持し、改修コストを抑えるセルフビルド手法を取り入れ、心理的・物理的負荷軽減を目指した複合的課題解決モデル事業を展開する。

## 事業者情報

団体名	特定非営利活動法人たがやす
所在地	鹿児島県肝属郡錦江町神川3306番地4 2F
設立時期	2022年4月
団体HP	<a href="https://theddo-osumi.com/">https://theddo-osumi.com/</a> (団体HPがないため、本事業のHPとなります)

**活動地域** 鹿児島県大隅半島(鹿屋市吾平地区)



## 取組内容及び成果

**1. セルフビルドを学ぶ講演会 & クラフトワークショップ実施**

専門家を招致し、2日間にわたり地域の空き家改修と利活用に関する講演会と実際の空き家改修に着手するクラフトワークショップを実施。幅広く地元首長から地域住民・移住者・多拠点居住者等が参加し、未来の潜在継承者層・連携等へ働きかけただけではなく、自らの手を動かし活動することで、地域とのつながりが生まれるセルフビルドの持つ可能性を再確認することができた。



**2. 地域の“未”空き家に関する現状と意向調査実施及び今後の対策体制の整備**

オンラインアンケートと目視確認による空き家状況を調査。結果として、吾平地区の空き家周辺の100件程度は既に4～5割が空き家となっており、空き家起点の地域課題解決が急務であると再確認。また地元建設会社に毎月寄せられる空き家情報を共有し、今後の連携体制の整備を進めている。



**3. ポータルサイト及びSNSでの情報発信**

空き家における現状の課題共有、情報提供だけでなく国内外専門家4名への取材記事やTHEDDO.の空き家改修における取組過程などを取材・編集し、発信。

SNSは主にInstagramとnoteを活用し、1月上旬公開後、総アクセス & アプローチ数は数千人とされており、広告投下分を加えると1万リーチを超えている。(1月末時点/更新中)



# 特定非営利活動法人たがやす

## <取組内容及び成果：①セルフビルドを学ぶ講演会 & クラフトワークショップ>

### 1. セルフビルドを学ぶ講演会(1/13)

長野県よりセルフビルド専門家・岩下大悟氏(山村テラス代表)をお招きし、セルフビルドを学ぶ講演会と実際の空き家改修に着手するクラフトワークショップを実施。また企画制作を担当したクリエイティブ・ディレクター田中淳一氏(株式会社POPS代表)も駆けつけ、特別講演を実施。

最後には参加者とともに「個人・住まい・まち」の3つのレイヤーで、「自分たちにとって居心地の良い暮らし・場づくりを実現するためにどんな要素が必要か?」について意見交換とワークショップも実施し、参加者からはさまざまな課題共有や情報が寄せられた。

深い議論の場となるばかりではなく、空き家課題解決においては、改修・利活用(ハード)だけではなく、ソフト(意識づけ・機運醸成)も重要であることを参加者とともに考え、伝えることができた。



▲岩下大悟氏(山村テラス)



▲田中淳一氏(株式会社POPS)



▲THEDDO.よりご挨拶と説明



▲参加者(一部)と

\* (参考) イベントレポート記事  
[https://note.com/theddo\\_osumi/n/nf9c180ad9540](https://note.com/theddo_osumi/n/nf9c180ad9540)

### 2. クラフトワークショップ(1/14)

THEDDO.メンバー所有する実際の空き家改修に着手するワークショップを実施。改修に向け、空き家周辺の地域や歴史風土を広く学ぶことを目指し、周辺ツアーを実施。「吾平山陵」や「たのかんさゝ(田の神さま)」を視察し空き家現地へ向かった。所有者から空き家の成り立ちや歴史を聞いた後、参加者とともに実際に空き家の畳と床板を外して基礎を確認し、セルフビルド専門家の目線からさまざまなアドバイスをいただいた。地元大工さんも参加いただき、この地域特有の木材や基礎で建築されており、木材も100年以上前の広葉樹であることなどを教えていただいた。

岩下氏からは、これらは長野県では見たことがなく、珍しいこの地域特有の建築手法や木材であることをお伝えいただき、家の現状や改修着手の優先順位、また今後、管理・維持しやすい(建設当時の)規模まで減築することなどアドバイスいただき、参加者からもたくさん質問をいただいた。

参加者からは非常に有意義で今後の連携等を検討できるものであるとの意見が出たほか、地域のお年寄りも駆けつけ、このように空き家にまた人が通い始めることの地域コミュニティへの大きな影響について涙ながらにお話いただくなど、セルフビルドの持つ可能性を再確認することができた。



\* (参考) イベントレポート記事  
[https://note.com/theddo\\_osumi/n/naea462829159](https://note.com/theddo_osumi/n/naea462829159)

# 特定非営利活動法人たがやす

## <取組内容及び成果:②地域の“未”空き家に関する現状と意向調査実施及び今後の対策体制の整備>

### 1. 地域の“未”空き家に関する現状と意向調査実施

以下の調査・分析を経て、今後さらに早急なハード対策(セルフビルドを活用した改修・利活用)だけでなく、ソフト(空き家が可能性のある地域資源であるという意識づけ・機運醸成)が急務と再認識。次年度以降の実施体制の整備を進めている。

#### I. オンラインアンケート

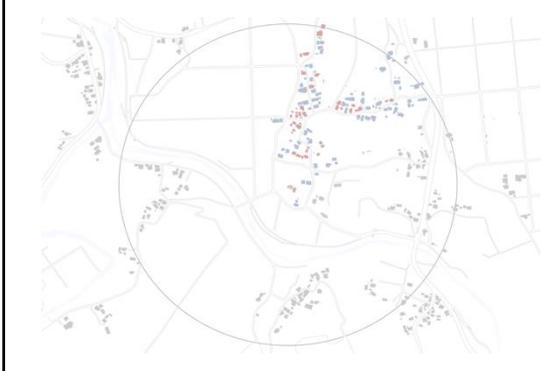
大隅半島出身者、それ以外の地域出身者に向けて、空き家に関する現状と意向調査を実施。空き家継承・所有における最重要課題は「手続きが煩雑」「費用がかかる」「管理や手入れが大変」がトップ3となったほか、今後ほしいサービスとして「情報・人的ネットワーク(プラットフォーム)」「空き家バンクの機能を強化したようなプラットフォーム機能」などが挙げられ、既存の機能・制度を越えた連携やプラットフォームへの需要が見受けられた。

③《所有している場合》空き家相談・所有の課題はなんですか？



#### II. 空き家調査(吾平地区)

空き家周辺100軒を目視確認等により調査したところ、想定以上(4~5割)の家がすでに空き家になっていることが判明。想定より高い空き家率と、早い空き家化のスピードを確認。また今回プロジェクト立ち上げにあたり、近隣の方々より「うちも近い将来、空き家になるので任せたい」という相談がすでに数件寄せられている。



### 2. 今後の対策体制の整備(ハード・ソフト)

今後より長期的かつ迅速なハード(連携対策)・ソフト(情報発信・意識づけ)両面での対策が必要不可欠であると再認識。次年度からの運用に向けて、現在以下の体制整備・調整を進めている。

#### I. ハード(連携対策)

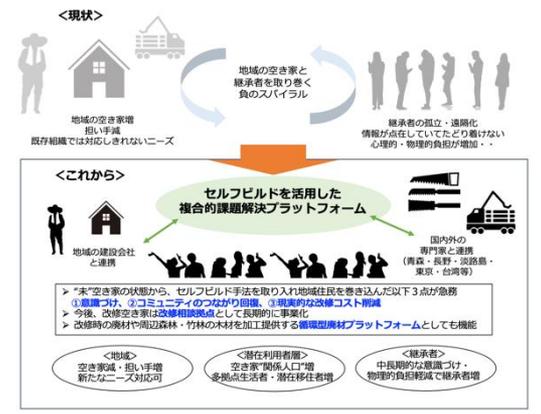
地元建設会社と連携し、有識者も巻き込んだ形で、改修・取り壊しの意思決定以前の情報提供・検討機能として「改修相談拠点」(名称検討中)を、実際の空き家を改修した拠点として活用しながら、設置と運用に向けて調整中。現在、地元建設会社には空き家相談が月平均2~3件程度寄せられているものの、既存体制では人員・知見不足等から改修・取り壊し意思決定前の情報提供及び相談機能を果たすことが難しく、また所有者の心理的・物理的負担も高いことから、多様な選択肢を検討できないまま取り壊し一択(解体費用は約200~300万円)となっている現状がある。また取り壊し費用も高額で、所有者にとっては大きな負担である。

個人の心理的・費用的負担を軽減しながら、希望者には取り壊し以外の選択肢を検討できるよう相談拠点の運用に向けて調整中。また今年、事業主体にて既存住宅状況調査技術者の資格も取得予定。

#### II. ソフト(情報発信・意識づけ)

次年度も引き続き、WebサイトやSNSにおける国内外の事例や知見、また大隅半島における実際の空き家改修プロセス等の情報発信を通して「空き家は可能性ある地域資源である」意識づけと機運醸成を図っていきたい。

また共通の課題として深刻な地元のプレイヤー不足も挙げられるため、解決策として「人材育成」施策等(スクール形式)も検討していききたい。



# 特定非営利活動法人たがやす

## <取組内容及び成果:③ポータルサイト及びSNSでの情報発信>

### 1. 情報発信

今回、新たにプロジェクトサイトを立ち上げ、国内外4名の有識者による空き家取組の紹介記事や講演会&クラフトワークショップの様様、また地域の空き家を取り巻く課題等に関する記事を作成・発信(1月末時点で14記事を公開)。SNSでは主にInstagramとnoteを活用し、情報提供と拡散を実施(1月末時点で9投稿を拡散/数千リーチを更新中)。

すでに同様の課題を抱える方から共感や問合せ、連携依頼等が来ており、今後も実際の空き家改修プロセスを公開しながら空き家改修・利活用の検討者層に対して、参考となるような情報を共有・発信することで、「空き家が可能性のある地域資源である」意識と機運を醸成していく。



### 2. PRリリース配信とSNS広告投下

全国規模で空き家課題を抱える方や、幅広いターゲット層(現在の空き家所有者から、将来の継承者や移住・多拠点検討者層、また地域での新規事業検討者層など)に対してアプローチするため、リリース配信サービスを活用してリリースを作成・配信。またInstagram広告も投下し、幅広く潜在層も含めてアプローチをかけた。

リリースは31媒体(広告換算額65万円)に転載・拡散され、Instagram広告はおおよそ1万人程度の方々にリーチしており、現在更新中となっている。(1月末投下開始のため)



- Webサイト <https://theddo-osumi.com/>
- noteマガジン [https://note.com/theddo\\_osumi/m/m3ad5a3604bde](https://note.com/theddo_osumi/m/m3ad5a3604bde)
- Instagram [https://www.instagram.com/theddo\\_osumi/](https://www.instagram.com/theddo_osumi/)

- リリース配信記事 <https://www.atpress.ne.jp/news/383138>
- Instagram広告 [https://www.instagram.com/p/C2wDGMtvBnw/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C2wDGMtvBnw/?img_index=1)