

チャレンジ！！オープンガバナンス 2024 市民／学生応募用紙

No.	自治体提示の地域課題名	自治体名
自治体提示の地域課題名(注1)	空き家の有効活用による地域の活性化を図りたい	長浜
チームがつけたアイデア名(公開)(注2)	空き家バンクイノベーション	

(注1) 地域課題名は、COG2024 サイトの中に記載してある応募自治体提示の地域課題名を記入してください。

(注2) アイデア名は各チームで独自にアイデアにふさわしい名前を付けてください。これは自治体提示の地域課題名とは別です。

1. 応募者情報 下の欄のうち選択肢項目は右のドロップダウンで選んでください

チーム名(公開)	虎高 究理 IIL22 班	
チーム属性(公開)	1. 市民、2. 市民／学生混成、3. 学生 ドロップダウン選択→	アイテムを選択してください。3
チームメンバー数(公開)	4 名	
代表者(公開)	奥村泉美	
メンバー(公開)	佃真唯子、嶋田希々佳、三家真琴	

【注意書き】※ 必ず応募前にお読みください。

<応募の際のファイル名と送付先>

1. 応募の際は、ファイル名を COG2024_応募用紙_具体的チーム名_該当自治体名にして、COG2024 のウェブサイトにある【応募フォーム】からアップロードしてください。

<応募内容の公開>

2. アイデア名、チーム名、チーム属性、チームメンバー数、代表者および公開に同意したメンバー氏名(メンバー一覧ページを参照)、「アイデアの説明」は公開されます。
3. 公開条件について:
「アイデアの説明」でご記入いただく内容は、クリエイティブ・コモンズの CC BY(表示)4.0 国際ライセンスで、公開します。ただし、申請者からの要請がある場合には、CC BY-NC(表示—非営利)4.0 国際ライセンスで公開しますので、申請の際にその旨をお知らせください。いずれの場合もクレジットの付与対象は応募したチームの名称とします。
(具体的なライセンスの条件につきましては、<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.ja> および <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode.ja> をご参照ください。また、クリエイティブ・コモンズの解説もあります。<https://creativecommons.jp/licenses/>)
4. 上記の公開は、内容を確認した上で行います。(例えば公序良俗に違反するもの、剽窃があるものなどは公開しません)
5. この応募内容のうち、「自治体との連携」は、非公開です。ただし、内容に優れ今後の参考になりうると判断したものは、公開審査後アドバイスの段階で相談の上公開することがあります。

<知的所有権等の取扱い>

6. 「アイデアの説明」中に、応募したチームで作成・撮影したものではない文章、写真、図画等を使用する場合、その知的所有権を侵害していないことを確認してください。具体的には、法令に従った引用をするか、知的所有権者の許諾を取得し、その旨を注として記載してください。「自治体との連携」中も同様をお願いします。
7. 「アイデアの説明」中に、人が写りこんでいる写真を使用している場合、使用している写真に写りこんでいる人の肖像権またはプライバシーを侵害していないことを確認してください。

アイデアの説明が肖像権・著作権等を侵害していないことを確認してください。OKなら右欄の○を選択 →

☐

<チームメン

バー名簿: [メンバー一覧ページ](#)>

チームメンバーに関する情報を該当ページに記載して提出してください。(2. の扱いによる代表者氏名を除き、他のメンバーに関する情報は本人の同意があるものを除き COG 事務局からは非公開です。詳細は最終ページをご覧ください。)

2. アイデアの説明（公開）

(1) アイデアの内容（公開）

アイデアの説明は(1)アイデアの内容(活動)、(2)アイデアの理由(なぜなら)、(3)実現までの流れ、の三項目あります。それぞれ書いてください。必要に応じて図表を入れていただいて結構です。

(1) アイデアの内容（公開）

アイデアは、対象とする課題解決のために、どのような社会的活動(サービス)を行うのかを具体的に示してください。将来実現した場合に、新規性があり、実践したくなり、魅力的でわくわくするようなアイデアを求めます。その結果、課題が解決され、社会に良い変化をもたらすことが期待されます。**2 ページ以内**でご記入ください。

※応募チームとして解決したい課題のポイントを、以下にごく短く書いてください

＜解決したい課題のポイント＞

空き家を活用し増やさないようにするには

※以上の課題解決のために『何』をするアイデアか、それを『だれ』が『だれ』に対して『いつ』『どこで』『どのように』行うのか、受益者自身が主体的に関わる視点も視野に入れてわかりやすく書いてください。アイデアが具体的に実行される場面を想定し、説明をお願いします。

(参考)よいアイデアを生むには関連データの分析に加えてデザイン思考によるアイデアを利用する人への共感(使う人の立場になってみる)が大切です。

＜提案するアイデアの内容＞

空き家バンクに代わる『空き家バンクイノベーション』を作る！

『空き家バンクイノベーション』とは？

自治体が市民に対して、今ある家を売ろうか・家を買おうか悩んでいる時に、インターネットで物件の売買ができるようにする場所である。つまり、空き家のマッチングサイトである。

サイト名：「空き家バンクイノベーション」

「空き家バンクを改良し、よりシステムを作る」という意味を込めました。

サイトの特徴とアイデア

1. 情報の透明性と充実化

- ・ **具体的な物件情報：**写真、間取り、築年数、リフォームの可能性などを詳細に記載。
- ・ **エリア別の特集：**地域の魅力を伝えるコンテンツを掲載し、空き家活用を促進。
- ・ **バーチャル見学機能：**360度の画像や動画で物件をオンライン見学できる。

2. 利用者ニーズに応えるマッチング機能

- ・ **カスタマイズ検索：**賃貸、売買、シェアハウスなど細かいニーズに対応。

3. 空き家所有者へのサポート

- ・ **利用しやすい登録システム：**空き家所有者が簡単に物件を登録できるシステム。
- ・ **補助金・助成金情報：**空き家活用に使える補助金や地域の支援情報をまとめて提供。

4. 地域コミュニティとの連携

- ・ **住む人同士の交流:** 移住者同士が交流できるコミュニティスペースをオンライン上に設置。

6. 課題解決のための機能

- ・ **空き家診断サービス:** 空き家の老朽度や修繕の必要性を診断するサービス。
- ・ **税金や維持費相談:** 空き家所有者が抱える維持費や税金の問題を専門家がアドバイス。

7. モバイルアプリ対応

- ・ 空き家情報をリアルタイムで検索・管理できるアプリを提供。通知機能で新着物件をお知らせ。

プロモーション戦略

- ・ **SNS での情報発信:** 空き家バンクイノベーションの利点や地域の魅力を発信する。
- ・ **利用者の声を掲載:** 成功事例を通じて信頼感を作り出す。

期待される効果

1. 空き家の流通促進と地域活性化。
2. 若者や移住希望者への物件提供で過疎地域をサポート。
3. 空き家所有者の負担軽減と資産価値の向上。

(2) アイデアの理由（公開）

次にアイデアを提案する理由（なぜ）について、それをサポートするデータを根拠として示しつつ **2 ページ以内**で説明してください。ここではアイデアの必要性、効果を確認します。データとは、統計類などの数値データやアンケート・インタビュー・経験の記述、関連の計画、既存の施策などの定性データも広く含みます。データは出所を明らかにしてください。

※このアイデアを提案する理由(なぜ)を書いていきます。

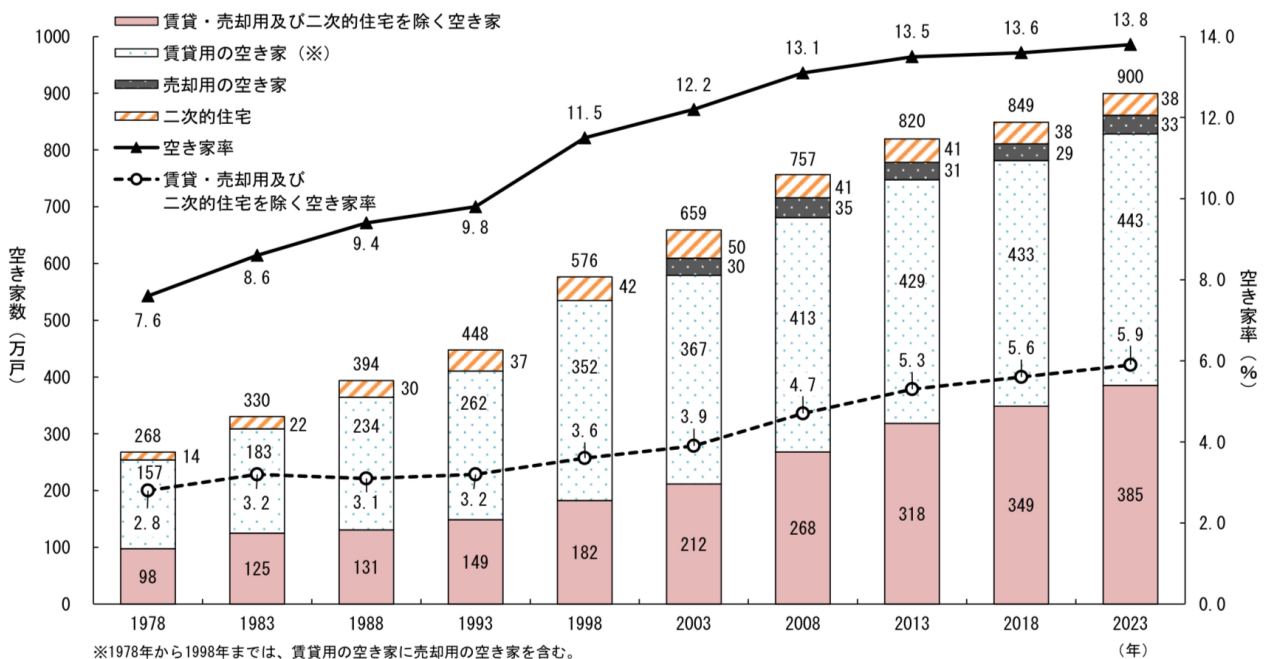
※先に書いた『何を』『だれが』『だれに対して』『いつ』『どこで』『どのように』というアイデアの内容を支えるために、『なぜ』このアイデアが有効で、実現する意味があるのか』を、上記のデータを使ってわかりやすく説明します。

<参考: 以下のように理由を書いていきます>

※根拠: このアイデアがなぜ必要であるか、またはなぜ有効だと考えるのか、その筋道を説明します。

※裏付け: その根拠を支えるために、統計データや報告書、事例などを使って補強します。さらに具体的なアイデアの効果についても、何らかのデータを使うと説得力が増すでしょう。(定性データを含めて歓迎)

図2 空き家数及び空き家率の推移—全国（1978年～2023年）



引用: 総務省 令和5年住宅・土地統計調査 住宅数概数集計(速報集計)結果

https://www.stat.go.jp/data/jyutaku/2023/pdf/g_kekka.pdf

1. 空き家問題の深刻さ

日本の空き家総数は2023年時点で約899万戸、空き家率は13.8%に達しており、過去最高を記録しています。また、地域によっては空き家率が20%を超える自治体もあり(例: 徳島県・和歌山県 21.2%)、深刻な地域差があります。

2. 空き家バンクの課題

- **利用率の低さ**: 登録物件が少なく、利用者の期待に応えられていない。
- **情報の不十分さ**: 物件情報が詳細でないため、購入者や賃借者が判断しづらい。現地確認が必要。
- **管理の負担**: 所有者側が物件管理を放置することが多い。
- **仲介者不在**: 交渉や契約を自己責任で行う必要があり、トラブルが起きやすい。
- **認識のズレ**: 所有者と利用者間で撤去や改修に関する認識の違いがある。

- **流通の低迷**：地方では取引件数が少なく、状態の悪い物件が売れにくい。

〈参考〉https://spaceshipearth.jp/vacanthouse_bank

(3) アイデア実現までの流れ（公開）

アイデアを実現する主体、アイデアの実現に必要な資源（ヒト、モノ、カネ）の大まかな規模とその現実的な調達方法、アイデアの実現にいたる時間軸を含むプロセス、実現の制度的制約がある場合にはその解決策を含め、アイデア実現までの大まかな流れについて、2 ページ以内でご記入ください。ここでは実現可能性を確認します。

※アイデアに即した実現に向けての具体的な活動を上記のポイントに即して工夫して書いていきます

＜以下のように分けて書いていきます＞

1. 実現する主体
2. 実現に必要な資源（ヒト、モノ、カネ）の大まかな規模とその現実的な調達方法
3. 実現にいたる時間軸を含むプロセス

1. アイデアを実現する主体

主な実施者

- ・ **地域自治体**: 空き家問題を解決する社会的責任がある。
- ・ **地域住民団体**: 空き家活用に関心のある地元コミュニティ。

2. 必要な資源と調達方法

ヒト（人材）

- ・ **IT エンジニア・デザイナー**: サイト・アプリの開発と運営。

→ 調達方法: IT 企業との提携。

- ・ **マーケティング担当者**: サイトの知名度向上を担当。

→ 調達方法: 専門人材の採用や広告代理店の活用。

モノ（設備や技術）

- ・ **ウェブサーバー・クラウドシステム**: 大量のデータを扱うプラットフォーム。

→ 調達方法: Google Cloud の利用。

- ・ **ドローンやカメラ**: 空き家の状態を把握するためのツール。

→ 調達方法: 地域企業や自治体が保有する機材を共有。

カネ（資金）

- ・ **サイト、広告、人件費**

調達方法:

1. 地方自治体の補助金: 空き家対策や地域活性化予算を活用。
2. クラウドファンディング: 地域の人々や全国の空き家問題に関心のある人々から資金を集める。

3. アイデア実現までの流れ

1. 準備段階で自治体や企業との協力体制を構築し、資金調達を行う。
2. 6ヶ月～1年でサイト・アプリを開発し、試験運用を実施。
3. 1年後から全国展開を開始し、空き家問題の解決に寄与。