

# 空き家文化祭

## のススメ

～実施運営マニュアル～



すまい研

すまいの未来研究機構

一般社団法人すまいの未来研究機構

空き家ワイワイ実行委員会



## 空き家文化祭のススメ ～実施運営マニュアル～

### 目次

#### I はじめに

1. 空き家文化祭とは

#### II 空き家文化祭を開催する

1. 準備
2. 主催者・参画者の役割
3. ブランディングの必要性
4. 開催までの流れ
5. 空き家文化祭当日

#### III 空き家文化祭実施後に行うこと

1. サブ会場所有者、協力者、協賛企業へのお礼
2. 総括
3. 検証

#### IV おわりに



R6 年南あわじ市福良地区で実施した空き家文化祭のタイトル事例

## 1 はじめに

「空き家文化祭」とは、空き家ワイワイ実行委員会／一般社団法人すまいの未来研究機構が実施する、産官学が連携し、エリアマネジメントによるコミュニティ活性化のために、空き家をつかった文化祭イベント（アート、食、音楽、国際交流、文化、こども、あそびなど）を開催することです。

「文化祭」は老若男女誰もが一度は経験したことがあるイベントではないでしょうか。そんな誰もが知っている「文化祭」をその地域ならではの形で開催することで、地域の現状を多くの人に知らしめ、空き家の増加を他人事ではなく地域事・自分事として捉え考える契機とするのです。

では、何故、空き家問題が他人事ではなく、地域事・自分事とでであると言えるのでしょうか。

建物は言うまでもなく個人資産であり、他人の所有する空き家は概して他人事として捉えられています。

しかし、地域に空き家が増えることでまちから活気が失われ、治安の悪化や人間関係の希薄化を招き、結果として地価が下落することによって、地域内に存する自己の所有する不動産の価値が減少することとなりますので、間接的ではあるものの自らの資産価値が影響を受けてまいります。

また行政側の視点から言えば、地価の下落は固定資産評価の下落につながるため、地方税収が減少することとなります。

つまり、空き家問題の本質は、一個人の所有する空き家を所有者任せにしておく地域自体の価値が低下し、地域の人々や行政にも少なからず悪影響を及ぼすということにあるのです。

これが、空き家対策が極めて高い公共性を有すると言われる所以であり、産官学の連携によって開催する意味がここにあります。

空き家文化祭の開催にあたっては、主催者側が開催目的を含めたコンセプトを共有する必要があります。

空き家文化祭を開催する目的は「対象地域に興味関心を抱かせることによる他人事からの脱却」であり、地域内外に〔空き家〕の存在を周知することで、〔空き家〕を放置することが個人のみならず地域の問題であることを認知させ、解決のために地域が協力しなければ地域力の低下を招くことを理解してもらうことにその狙いがあります。

とは言え、〔空き家〕を前面に打ち出した企画を実施しても、そもそも興味関心のない人々に参画を促すことは、経験上極めて困難であると言えますので、「地域の人々を集める」点においては、気軽に参加できる地域の祭礼やイベント等の機会を利用することが望ましいと考えます。

また、〔空き家〕問題や地域の活性化、ひいてはまちづくりのためには、次代に繋ぐ意味から、若年層の見解・意識に重点を置いた企画・運営を行う必要があります。これまでの取組の中では、特に大学生をはじめとする学生は時間も発想も自由さが大きく、地域のあり方を模索するためには、相当重要な人材であることが確認できています。

しかしながら、地域内外の学生が自由に意見を述べても地域住民の望むところではない方向に進んでしまうと、一過性の活動となり継続性が乏しいことから、あくまで実施の主体は地域住民に認知された域内の人材でなければ意味がありません。

地域が主体となって事業に取り組むことで、単年度ではなく複数年度に亘り持続的に実施す

ることが可能となり、より効果的に「空き家」問題の意識を醸成することができるのです。

なお先に述べた目的を達成するためには、建物・不動産・建築に関わるか否かを問わず、産官学の様々な立場の人々が参画することが極めて重要となります。



## II 空き家文化祭を開催する

### II-1 準備

まずは空き家文化祭の開催地域を選定します。文化祭の開催は、行政の施策とも深く関わることが想定されますので、選定にあたっては行政と連携し、重点的に対策を講じるべきとされる地域を候補地域に定めましょう。対象地域の選定後は、空き家文化祭に携わる人々に対し、幅広くヒアリングを行うことから始めます。ヒアリングを実施するにあたっては、「まちあるき」が最も有効な手段であると思われます。

#### II-1-① 「まちあるき」の実施

「まちあるき」の実施については、少なくとも開催1か月前には日時や集合場所を確定し、地域内外から参加者を募集します。地域外から参加する人々に対象地域の歴史や文化を説明できる地元住民の方の協力を仰ぐと、充実した「まちあるき」となります。この地元の方は、例えば自治会長やまちづくり協議会の構成員、また、行政の文化歴史担当職員が適任です。



## II-1-①-a 「まちあるき」で得られる成果

「まちあるき」では、地域の人々に積極的に話しかけ、人々の思いや地域の歴史・文化などに関する情報を収集しますが、新たな価値を創造するために、既成概念を押し付けず、大学生に自由に考えてもらうことに注力しなければなりません。

実際に「まちあるき」を実施すると、以下のような声が多く寄せられることに気づくことでしょう。

### ○ 域内のヒトの声

- ・ 地域住民、特に若年人口が減少し、まちが寂しいと感じてはいる
- ・ まちが活気を取り戻すために何をすればいいのか分からない
- ・ まちの将来を考える必要がないので、今を生きることだけを考えている
- ・ 賑わいをお取り戻したい気持ちはあるが、外部から人が流入することには抵抗感がある（閉鎖的思考）
- ・ どのだれかわからない人には「貸したくない」「使ってほしくない」と思っている
- ・ 「静かに暮らしたい」「建物の維持管理が重荷となっている」等、それぞれの背景によってさまざまな思いがある

### ○ 域外のヒトの目線

- ・ 知らないまち並みに触れることが新鮮と感じる
- ・ 自分の地元にはないものに魅力を感じる
- ・ なんとなく居心地の良い雰囲気を感じる
- ・ なぜか既視感がある

## II-2 主催者・参画者の役割

はじめに述べたとおり、目的達成のためには様々な立場の人々が参画することとなりますが、それぞれの役割を説明します。

### II-2-① 「産」

「産」は地域の商店や地元企業、宅建業者等、地域で営業活動を営む人々です。

地域の宅建業者や企業・商店には、地域の空き家情報が集まることも少なくありませんので、その情報を予め収集しておきます。

特に、宅建業者が日常業務の中で受けた相談案件は、空き家文化祭のための利用を提案しやすく、また、将来的には宅建業者が売買や賃貸借の媒介業務等を担当することで、スムーズに利活用に進めることもできますので、地域の宅建業者との連携は必要であると言えます。

場合によっては、当該宅建業者が転貸人となったり管理業務を受託する等、実際の利活用の場面では大きな役割を担うことができます。

宅建業者以外の地域の企業・商店は、観光産業を含む新たな地域産業が創出できた暁には経済的効果を直接的に享受するため、積極的にかかわってもらいやすく、商店街や商工会等が中心となって、意見交換できる場を設けましょう。

意見交換の場においては、新たな産業創出のために「空き家」を利活用したり、逆に「空き

家] を利活用して新たな産業を創出するといった案が期待されます。

## II-2-② 「官」

「官」は、地方公共団体や地域のまちづくり協議会等、公的な組織を言います。

各自治体は空き家バンクの設置等、空き家対策の施策を講じていることと思いますが、文化祭の会場確保のためには、さらに広く空き家を掘り起こす必要があります。

空き家相談会の実施等を通じて、通年事業の中での相談案件をリスト化する等、会場候補の対象となる空き家を把握しておきましょう。

また、地方自治体には、空き家文化祭の開催に際して、公益性を担保するという重要な役割を担っています。空き家文化祭は単なるイベントではなく、空き家問題の啓発という明確な目的を持った公共性の極めて高い事業であることから、可能であれば主催者として空き家文化祭に携わるべきであると考えます。主催や共催が難しいようであれば、少なくとも後援として名称を使用させることは必須と言えます。

さらに、「まちあるき」や空き家文化祭の開催を地域の人々に告知し、参画を促すためには、広報紙や広報誌等を活用して開催目的を周知するとともに、参加者を募集することが求められます。広報紙・広報誌以外でも、役所窓口へのチラシ設置や回覧板等も有効な手段であり、若年層への発信ツールとしては、自治体ホームページやSNSも活用するとよいでしょう。



## II-2-③ 「学」

「学」は、地域内外の大学や専門学校、高校等の学生・生徒です。

学生・生徒は平素学びの場にいますので、「まちあるき」や空き家文化祭に参画することで、地域を知り文化に触れる機会となり、より学びを深めることができます。

殊更、専門性の高い分野を学んでいる大学生には、地域の魅力を再発見することを目的とした歴史文化研究や、地域の特性を生かした強い経済的発展を目指すための分析、建築の知見を活かした建物利活用方法の検討・提案など、柔軟な発想と行動力を持ち合わせていますので、より効果的な成果を期待することができます。

しかしながら、産官学連携においては注意すべき点もあります。

産官学にはそれぞれの思惑がありますので、あらかじめそれぞれの参画意図を相互に理解を深めて役割分担を決め、全体としての方向性を見失わないように配慮しながら進めておか

ねばなりません。

特に地域団体である自治会やまちづくり協議会については、複雑な利害関係が背景に存在する場合がありますので、その役割や立ち位置を明確化しておくことが望ましいと言えます。

この調整を行うため、地域外の外部団体、空き家ワイワイ実行委員会／一般社団法人すまいの未来研究機構のような、外部のまちづくり支援団体が加わるが必要となり、ここに地域外の人々が構成員となる意義があるのです。



### II-3 ブランディング

地域の特色を打ち出した空き家文化祭を作り上げるためには、ブランディングが必要となります。このブランディングは将来、地域のブランドにつながるものですので、十分に時間を割いて協議検討しましょう。

まちおこしが成功している地域や、そもそも関係人口の多い地域は、その地域の人々が自分の住む「まち」に誇りを持ち、なんとなくではありながら将来のビジョンを持っていることが多いものです。

「空き家」問題の解決のみを掲げ、個別に「空き家」の利活用を考えるだけでは、「空き家」が一軒利活用されたという結果に落ち着き、その間に二軒以上の空き家が発生することになりかねません。

地域の人々は、ともすれば「自分たちの住む地域は面白いことなどない」「地域の人口減少はどうしようもない」「自分たちには何もできない、あきらめている」といった後ろ向きな発言に終始することも多いのですが、地域外の人々が感じるその地域の魅力を伝え、まちの将来像を議論するなかから、ブランディングを策定していきます。

地域の人々が自分たちの「まち」を誇りに思いビジョンを持つ＝地域の未来を見据えてまちの現状を認識することで、地域の空き家の発生を地域事として捉えさせ、おおきなうねりに繋げることができれば、個別具体的な「空き家」対策ではなく、空き家が発生しづらい「まちづくり」に繋がるのが期待できます。

地域において、誇りやビジョンの良し悪しではなく、「空き家」問題に限らず意識を持っていることが評価される社会を築き、国全体に広げることで、空き家問題に取り組むことが「カッコいい」世の中へ変化していくものと考えます。

上記の「誇り」「ビジョン」を具体的に表したものがブランディングであり、この策定のために、産官学が一体となって複数回のワークショップを開催する必要がありますが、ワークショップの開催については後段で述べます。

## 大学生が関わったブランディングイメージの構築プロセス事例



### II-4 開催前の流れ

#### II-4-① 前提とする認識の共有

前述のとおり、空き家文化祭には様々な環境の人々が参画するため、前提とする認識を事前に共有しておかなければ、トラブルが発生する可能性が高くなります。

まず大前提となるのは、外部の人が地域に溶け込むのはそもそも不可能であるということです。その地域に住まう人や通勤通学などで地域と関係を持つ人たちと、そうでない人との間には、長期的なかかわりの有無という点で、決定的な違いがあるものです。一方で、地域内の人々が起爆剤となることも、地域のしがらみがあってなかなか難しいのが現実です。

地域の人々同士は日常生活の中で互に関係性を持って暮らしているため、表面上は協力的な姿勢が見受けられたとしても、内心は疎ましいと思っていることを肝に銘じましょう。その地域に暮らす人々は、日々の営みの中で、相互に何らかのしがらみを抱えていることが多いと考えておくべきなのです。

次に、準備期間についてですが、空き家文化祭は地域内外から人を集め、巻き込んでいく企画のため、最低でも6か月程度の期間を準備に充てられるようにスケジュールを検討します。他地域で一度実施した空き家文化祭を参考にすることは否定すべきではありませんが、準備期間短縮のために単純な焼き直しの企画を実行したとしても、そもそも有する魅力や文化の違いから本質を見失った事業となる可能性が極めて高いのです。

#### II-4-② 企画会議

前提とする認識の共有が確認出来たのち、主たる構成員によって企画会議を重ねます。

事業の運営を担う実行委員会を組成することから始めるのですが、この際、可能な限り地域の協力者を募って関係を構築することが非常に重要であり、地域の人々に影響力を持つキーパーソンを委員に選任することが望ましいと言えます。

実行委員会の初期段階では、その構成員、協力団体、協賛企業、後援名義等について素案を作成し、併せて多くの地域の人々が関わりやすい環境を整えることが求められます。

また、実行する文化祭のメインタイトル、各会場にて実施する企画の内容も協議し、決定します。このとき決定する名称や企画内容は、当然にその地域の魅力や歴史文化を象徴する名称・内容としなければ、将来的なまちづくりへの参画意識が醸成されにくくなってしまうため、十分な意見交換を実施したうえで決定することが肝要です。

作成した素案に基づき、会場や日程の候補を決めていくことになりますが、併せて告知方法や前夜祭の開催についても検討すると円滑に進めることができます。このとき、実施する企画毎に、必要なスタッフ数や募集方法等についての詳細も協議します。

特に告知のタイミングは初期のうちに決定しておくべきです。事業の実施に影響を及ぼさないよう、事前の「まちあるき」や当日ボランティアスタッフは早期に告知・募集しましょう。

協議を重ね、構成員がほぼ確定したのちは、具体的な企画の検討に移りますが、ここで決定しておくべき事項を列挙すると、以下のようになります。

- ・ 構成員、協力団体、協賛企業、後援
- ・ 事業名称、メインタイトル
- ・ 対象エリアの確定
- ・ 集客目的のメイン会場と広く集客できる企画
- ・ 利活用モデル実施の対象 [空き家] サブ会場と来場者に訴求できる企画
- ・ ホームページの作成
- ・ SNS アカウントの取得および運営担当者の選任
- ・ 資金計画（特に交通費負担が過大となる可能性に留意する）
- ・ [空き家] 利活用案を発表する場所、日時
- ・ ステージ企画の場合、司会者や出演者

メイン会場とサブ会場ではそれぞれ担う役割が異なります。メイン会場ではあくまで域内外から多くの人に来場してもらうための「面白そう」「行ってみたい」企画を実施し、サブ会場では [空き家] の利活用につながる提案を盛り込んだ企画を実施することで、空き家問題に興味関心の低い人々に対し、空き家問題やまちづくりを考えるきっかけを多く作ることができますが、さらに来場者にアンケートを実施する等、サブ会場が空き家であることを理解してもらうための企画も必須です。抽選で地元特産品を贈るなどすれば、より記憶に残りやすく、興味関心を継続させられるでしょう。

2024 年度の取組を例にとると、メイン会場では一見空き家との関連性は薄いと思われる音楽ステージを企画し、サブ会場では美術ギャラリーやミニライブハウス、コミュニティスペースとしての利活用の提案と、左官体験などの D I Y に役立つ体験会、空き家相談会等を実施しました。

なお、メイン会場で集客した来場者を、主目的であるサブ会場へ誘導するため、スタンプラリーや地元特産品の振る舞い等、対象地域を回遊させる仕掛けを併せて企画する必要があります。

参考までに、運営の手法として、サブ会場に協賛企業を募ったうえで当該企業が運営を

担ったり、大学生が担当するサブ会場は設計事務所等の社会人が所管したりすることで、サブ会場の企画に多様性が生まれるように工夫をしています。

ここで、空き家文化祭の企画立案に際してとくに留意しなければならない点を述べたいと思います。

- 最終的にはマンパワーが必要であるため、イベント規模を精査する必要がある。
- スタッフが不足した場合は迷わず外注する。
- そもそもスタッフが不足する規模の企画にしない
- 定めたブランディングから外れた企画にしない
- 「人さえよべばなんでもあり」という考えになりがちであることに注意。
- パフォーマーにも、今回のイベントの趣旨をしっかりと伝えることが大切
- コンテンツをもりだくさんにしすぎないことも重要
- どの時間にどこに集まってほしいのかを明確にし、動線を精査する

## II-4-③ 参加者募集

実施企画が確定したのち、空き家文化祭のホームページはもちろん、構成員や協賛企業、後援名義人のホームページも活用して、広く参加者を募りましょう。

実施企画毎に参加者を募りますが、募集に際しては個人情報の取り扱いや記録用の画像・映像の使用同意等についても必要に応じて明記し、トラブルを未然に防止します。

### [実施企画]

- ・「まちあるき」
- ・事前準備スタッフ
- ・当日運営スタッフ
- ・ステージ企画等の場合、出演者

### まちあるき企画の事例

**8/25 福良町祭 スケジュール**

参加者14名：(すまい研6名) 音、若切、奥田、劇、松井、美穂  
(学生4名) 小林、空々木、瀬川、山本  
(リタワークス様4名) 宗川様、池平様、高橋様、山下様

11:00	JR明石駅北口集合 車(岩切さん・郷さん・高橋車)で移動
12:30	福良着 ランチ
13:30	会場予定地&本町商店街
14:30	上町・下町商店街
15:30	自由行動
17:00	福良発
18:00	JR明石駅着 解散

**3. 福良地区の空き家状況**

2期・1期 12/24の時点で  
・住居的・小規模な空き家、跡地、跡地  
・2期(再入居、できる程度は計画的)

本群 12/24の時点で  
・1期(再入居)の空き家  
・1期(再入居)の空き家が集積している箇所あり

福良の空き家状況 ※空き家の可能性のある箇所(調査中)

### ボランティア募集チラシ事例

**うずロック 2024 福良祭**

11月17日 10:00~ (休憩 16日 14:00~)

in 南あわじ市福良  
福良八幡神社前広場(大字屋敷広場)

人場無料

福良町をめぐり最新感度音楽フェス、開催決定!

活動・福良を舞台に「なんがおもしろい」がうずまき!

**ボランティア募集中!**

うずロックと一緒に盛り上げたい企画やボランティアを募集! 募集が好きな空き家を舞台にしたい! 楽器が得意な方歓迎! 楽しいフェスを一緒に作り上げましょう!

お申し込みはこちら!

**空き家がサブステージ?**

イベント開催のチャンス! 福良地区の空き家をサブステージとして活用し、楽器演奏やライブパフォーマンスを行う機会を創出! 空き家をサブステージとして活用し、楽器演奏やライブパフォーマンスを行う機会を創出!

**音楽フェス**

時間	内容
10:00~11:00	楽器演奏
11:00~12:00	楽器演奏
12:00~13:00	楽器演奏
13:00~14:00	楽器演奏

お問い合わせ: うずロック 2024 実行委員会 (079-422-1111) / 福良町観光協会 (079-422-1111)

## II-4-④ 運営会議

参加者募集と並行して、運営会議を開催します。頻度としては、週1回程度が望ましいでしょう。運営会議では以下の項目について資料を作成し、運営者全員で共有します。

### a. 雨天時や発災時の対応

基本的に、当日の対応はすべて運営本部が統括しますので、各会場の実施状況等の情報はすべて本部に集約し、雨天時の企画中止や変更の判断は本部が判断し、本部の指示に基づき、各会場責任者が対応します。ただし、災害発生時については一刻の猶予を争う状況である可能性があるため、運営会議の場で予め対応マニュアルを策定しておき、当日対応する各会場責任者に周知徹底しておかねばなりません。

### b. 事故対策

当日の事故発生に備え、必ずイベント保険に加入しておきます。また、事故発生時の救護体制も整え、各会場責任者が対応できるよう、マニュアルを策定しておきます。

### c. 責任者・担当者の配置、当日連絡網の策定

空き家文化祭は開錠がエリア内の複数箇所に点在することになるため、会場間の連絡手段や報告のタイミング、スタッフの配置などを予め確定させておくことが重要です。来場者からの問い合わせや要望等については、運営本部に報告して本部が判断し、対応すべき部署に本部が指示します。このことは、空き家文化祭開催後の検証や総括の段階で、情報が不足することを防ぐためにも、指揮命令系統はしっかりと定めておく必要があります。

### d. 受付窓口や交通整理員等の人員確保、当日スタッフの対応

来場者が戸惑わないよう、総合受付や運営本部の人員を確保し、無人とならないように担当決めを行います。回遊型イベントとなるため、多くの人流が見込まれるメイン会場入口付近や、サブ会場エリアには、交通整理員も適切に配置しましょう。

### e. ステージイベントを組み込む場合は演者控室の手配

ステージイベントを組み込む場合、出演者の控室やステージ関係者のためのスペース等が必要となります。出演者の控室については、地域の「空き家」所有者への参画意識啓発のため、「空き家」で対応することを検討してもよいでしょう。

### f. 全会場のタイムスケジュール（シナリオ）作成 ※ 日没時刻に留意

すべての会場の企画に関し、設営に必要な時間や日没時刻に留意して、タイムスケジュールを作成しておきます。ステージイベント等で司会を置く会場については同時にシナリオも作成し、予定どおりに企画が進行するよう、入念に事前準備を行います。

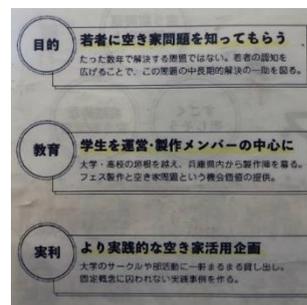
### g. 準備物

当日は、来場者がスタッフを認識しやすいよう、スタッフジャンパーや腕章等を着用させます。会場が広いため、一見してスタッフとわかる人が会場内に点在することで、来場者に安心感を与えることも期待できます。

また、当日配布すべき会場マップも準備する必要があります。会場内で使用可能なトイレや、既存店舗も含めて飲食が可能な場所、運営本部の場所と連絡先等も記載し、来場者が楽しく各会場を回遊できるよう、必要な情報を盛り込んで作成しましょう。

その他、スタンプラリーやアンケートなど、企画それぞれに応じた準備物を漏れなく

確認し、準備までのスケジュールも確認しておかねばなりません。



#### II-4-⑤ 「まちあるき」

空き家文化祭対象地域及び周辺地域を対象に、「まちあるき」を実施します。

地域の関係者が案内人となり、対象地域の歴史や文化、まちの現状などの説明を受けながら、事前に募集した参加者がそれぞれ関心をもった場所や物、事柄を記録して地図に落とし込み、まちあるきマップを作成します。このとき既存店舗も調査し、空き家文化祭に参画を促すことも重要です。このマップは、来場者に地域を回遊させるための仕掛けづくりに活用することとなります。

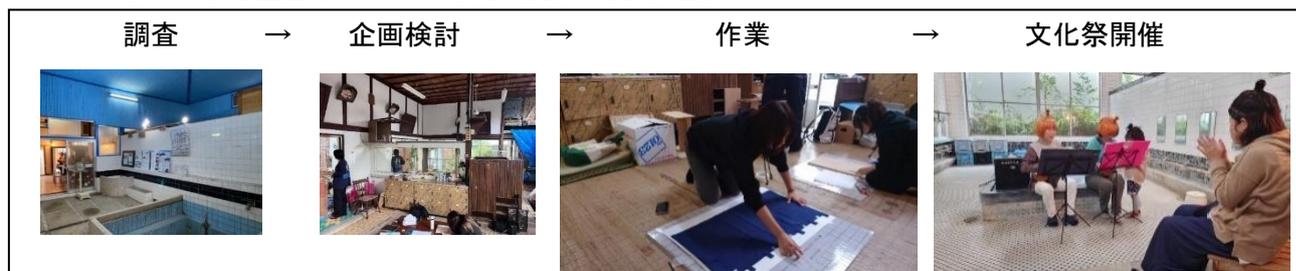
まちあるきの中では、長く営業している喫茶店や商店など、地域住民が集い、情報交換・交流を行っている場を訪れると、そのまちへの理解が深まります。

対象地域内に、すでに利活用されている元空き家があれば、必ず立ち寄り、利活用に至った経緯や利活用前後で感じたことをヒアリングします。このヒアリングからは、地域のニーズや人々の想いなど、多くのヒントを得ることができます。

なお、1回目に気づかなかったことを2回目、3回目に気づくことも大いにあり得るため、より精度の高い調査結果を得るために、複数回実施することが推奨されます。

経験上、大学生のような普段は見かけない層の人がまちを往来することは地域住民の関心を惹きますので、会話が生まれやすくなり、所有者が空き家問題に興味を抱ききっかけとなることも多いのです。

#### 学生による空き家ブースの準備の流れの例 (A邸)



## II-4-⑥ 産官学によるワークショップ

まちあるきの成果をもとに、産官学が参加するワークショップを開催します。

ワークショップは、対象 [空き家] の掃除と片付けや [空き家] 所有者からのヒアリングと交流などのフィールドワーク、個別の [空き家] についての利活用案の検討についての意見交換、空き家利活用の点から線、線から面への展開にかかるディスカッション、まちの将来像やビジョン、ブランディングについてのファシリテータを置いたグループワーク、など、テーマを絞り込んだ場を複数回設けます。

産官学それぞれの立場からの意見を共有し、相互に理解を深めることで、より密な連携が期待できます。



## II-5 空き家文化祭当日

### II-5-① 設営

メイン会場およびサブ会場の設営は、各会場責任者の指示の下、企画実施スタッフが行います。状況によっては、建物所有者と協議し、事前にある程度の作業を実施しておくこと、当日の負担を軽減することができますが、他会場の建物所有者に比して、所有者の負担や謝金の公平性の観点からは、可能な限り足並みを揃えたほうが良いでしょう。

### II-5-② 確認打ち合わせ

空き家文化祭を円滑に運営するにあたって、当日最も重視する点は、運営者・出演者間でしっかりと開催目的やスケジュールを確認したうえで開始することです。運営者側のスタッフは勿論、出演者にも事業目的を説明して理解を得たうえで、パフォーマンスの中でも取り上げてもらうと、来場者への訴求効果が高まります。

開始前には、空き家文化祭を有意義な事業とするため、以下の項目についてしっかりと確認します。

- ・スタッフの配置、責任者
- ・受付、交通費及び謝金の額および支払方法（領収書の準備）
- ・救護スタッフ、交通整理スタッフの配置
- ・担当者間の連絡ツール確認（携帯 or インカム or その他）
- ・[空き家] ブース（サブ会場）の運営
- ・来場者からの問い合わせやトラブルは、全体に関しては原則本部が対応

・連絡は、現場（学生等）→会場責任者→エリア担当者（設計事務所）→本部 の順

### 当日パンフレットの事例



### II-5-③ アンケートの実施（基本は全来場者に対して）

空き家文化祭当日は、来場者をはじめとする事業に関わった人々全員を対象にアンケートを実施します。アンケートを実施することで、来場者に対して空き家問題をテーマとしたイベントであることを再認識させ、また、空き家問題について考える機会を与えます。来場者からの意見は、次回以降の企画会議に役立つ内容が多分に含まれているものであり、成果を実感できるある意味ベンチマークにもなり得るものですので、必要不可欠なものとなります。

アンケートは、個人情報保護法に準拠して個人情報の利用目的を明示したうえ実施し、居住地域・年代・性別などの設定した抽出項目と併せて来場の感想と来場前後の空き家に対する考え方の変化について問う内容とします。



## II-5-④ 撤収

当日の企画がすべて終了したら、主催者あいさつの後、撤収を開始します。

このときの主催者挨拶は、あらためて空き家文化祭の開催趣旨を伝えるとともに、次回以降の開催に向けての機運の醸成につながりますので、なるべく多くの来場者に訴求できるようにしましょう。

メイン会場、サブ会場ともに、設営した機材の撤収、ごみの回収、各会場は勿論、まち全体についてもしっかりと原状回復しましょう。作業完了の連絡は、会場責任者→エリア責任者→本部の順に行い、完了した会場のスタッフから順に帰路につきます。

会場は地域住民の生活の場ですので、撤収が完了したからといって、現地で余韻に浸って騒ぐことの無いよう、注意が必要です。

空き家文化祭の様子がわかる動画はこちらから。



### 広報動画映像イメージ



### Ⅲ 空き家文化祭実施後に行うこと

空き家文化祭を実施しただけで終わってしまうと、せっかく灯りかけたまちづくりの機運が消えてしまいます。今後に繋げるために、実施後には必ず、以下を実施します。

#### Ⅲ－１ 協力者、協賛各社への御礼

空き家文化祭の実施の協力者である、空き家所有者・地域の方々・協賛企業等へ礼状を送り、状況に応じて直接お礼に伺います。複数回開催する前提ですので、次回以降の開催にあたり、理解と協力を得るために、可能な限り速やかに対応しましょう。

#### Ⅲ－２ 検証

来場者へのアンケート結果や各会場責任者の感想等に基づき、良かった点、改善すべき点を洗い出し、取り纏めます。

特に以下２点については、空き家問題解消のために重要ですので、入念に検証すべきです。

##### a. [空き家] 所有者間の交流や情報交換が生まれたか

空き家文化祭当日に実施したアンケートを利用しても構いませんが、可能であれば一軒ずつ訪問し、直接ヒアリングを行うことが望ましいです。

現状で問題意識を持っていない空き家所有者の方にとっては、空き家文化祭自体が受動的なイベントである可能性が高く、アンケートへの記入事項は限定的となっているおそれがあります。お礼も兼ねて直接伺い、丁寧なヒアリングを心がけましょう。

##### b. 外部との接触によって地域の閉鎖性に変化が生まれたか

空き家所有者と併せて、地域団体や自治体へのヒアリングも実施します。

地域に関係が深いながらも客観性をもって俯瞰的にまちを見ている人々は、所有者とはまた違った視点から地域を見ているものです。

取り纏めをもとに、産官学がそれぞれの立場で、実施を通じて得られたことを確認し、共有しましょう。

#### Ⅲ－３ 総括

前段の検証結果に基づき、実施した空き家文化祭について、総括するためのセミナーを開催します。

このセミナーは、関係した人々のみならず、実施したことのない自治体や、空き家所有者、まちづくり団体の方々に向けて、空き家文化祭開催意義の周知や空き家問題の啓蒙啓発のために広く参加者を募り、空き家問題が社会問題であることを認識させることが目的です。

主催者側による総括の発表は勿論、空き家文化祭参加者や初めてセミナーに参加した人々の意見感想を汲み上げ、次回以降の空き家文化祭の効果をより高めるために、重要なイベントとなります。

#### Ⅲ－４ 次回開催に向けての協議、目的の再共有

これまでも述べてきましたが、空き家文化祭は継続して開催する必要がありますので、実施

後はなるべく早い時期に、次回開催に向けての協議を行うようにします。

今回の準備段階で掘り起こした「空き家」数を確認することや、アンケート等によって知り得た興味関心を抱いた人をリスト化すること、また、各所との調整のために日程について検討すること等を、産官学の三者が参画する形で早期に着手することが求められます。

なお、協力者や協賛企業の拡充に向けての活動は、三者が単独で可能な活動ですので、それぞれが常に意識して取り組むようにします。

#### IV おわりに

地域の空き家問題は、空き家文化祭を1回開催するだけで解決するような簡単な課題ではないことは皆さんも十分ご承知のことでしょう。

空き家文化祭は、空き家対策を自分事、地域事として認識させるための第一段階です。開催を継続することは勿論、他のツール（例えば、我々の連携する一般社団法人タガヤスによる「空き家スゴロク」や「空き家カルタ」を使ったセミナーなど）も活用し、さらなる広がりを目指すことが重要です。

空き家文化祭は言うまでもなく、地域の魅力を活かした新たな産業を創出するためのツールです。開催を通じて作り上げたブランドや地域の人々の意識を維持するためには、地域外の人々の意見を酌みながら地域内の人々が協議を継続しなければなりません。

そのためには所謂「まちづくり会社」を設立し、補助金を活用するなどして、事業を継続し人材の育成を行いながら、最終的には補助金に頼らない自立した法人へ昇華させることを目指す必要があるのではないのでしょうか。

また、空き家文化祭は各地域の強みや特色を生したまちづくりにつながる契機となる事業ですので、同じ企画を他地域に横展開するのではなく、同様の目的をもってそれぞれの地域の特色を打ち出した他地域と連携することで、全国各地の地域力が高まり、その地域力を集積することで国力の増強につなげて行きましょう。

今後、私どもは、空き家文化祭の開催支援にとどまらず、まちづくり会社の設立や運営についても支援する活動に着手してまいります。





# すまい研

すまいの未来研究機構

■ 団体概要			
代表者名	空き家ワイワイ実行委員会 会長 谷 弘一		
連絡先担当者名	一般社団法人すまいの未来研究機構 谷 弘一、岩切 良太郎		
連絡先	住所	〒651-2113	神戸市西区伊川谷町有瀬 1456-3
	電話	078-974-1737	
	メール	info@sumaiken.jp	
ホームページ	<a href="https://www.sumaiken.jp/index.html">https://www.sumaiken.jp/index.html</a> <a href="https://www.sumaiken.jp/uzurock/index.html">https://www.sumaiken.jp/uzurock/index.html</a>		

※本資料に関してご質問等がある場合は、上記連絡先にご連絡ください。

2025年2月

一般社団法人すまいの未来研究機構  
空き家ワイワイ実行委員会