

1. 鳥取県米子市

視 察 者 関口武雄、坂本俊夫、福田武彦、高田正人、堀内真理子、横田正芳
視察場所 鳥取県米子市 米子市役所
視察日時 令和5年10月12日(木) 午後1時30分から
視察項目 空き家・空き地バンクの取組について
説 明 者 米子市都市整備部住宅政策課 課長 [REDACTED] 氏
担当課長補佐 [REDACTED] 氏

視察目的

人口減少社会を迎え、全国で空き家が増加傾向にある。空き家は、適切な管理がなされないまま放置されると、防災、防犯、衛生、景観等の地域住民の生活環境に深刻な影響を及ぼす可能性も高く、実際に社会問題化している地域もある。平成26年に「空家等対策の推進に関する特別措置法」が制定され、本法律等に基づき、国・地方公共団体において、空き家に対する総合的な対策が講じられつつある。米子市では空き家だけでなく、空き地対策も併せて取り組んでおり、その事例について視察する。

内容

[経緯]

鳥取県米子市では人口が10年ほど前は15万人だったのが、現在は14万5千人と3%減となり、人口減少が問題となっている。空き家数と空き家率は増加傾向にあり、国や鳥取県の数値を上回る状態が続いている。空き家の中でも、増加しているのは目的の定まっていない住宅の空き家であり、その対策が急務となっていた。

[調査]

令和4年度より市内7地区(市内29地区の内、市内中心部4地区、米子空港周辺1地区、山間部1地区、合併地区1地区)の空き家実態調査を実施する。調査方法は、株式会社ゼンリンより使用されていないと思われる建物住所のデータを購入し、それを水道使用量と照らし合わせ、実際に空き家と思われる建物をリストアップし、現地を調査した。

結果、7地区で1,636件の空き家が確認され、その割合から市内全体では約4,200戸の空き家があると推定された。空き家の内、9割は目立った損傷がないが、残り1割は管理が行き届いていない建物であり、危険度が高い建物も16戸あった。

また、高齢者のみの世帯などの将来空き家になる可能性が高い「空き家予備軍」もあり、増加を防ぐために高齢者のみ世帯に対する何らかのアプローチが必要であるということも分かった。

[対応]

平成28年に「米子市空き家情報バンク」を設置し、移住定住を促進し、人口減少の抑制及び地域の活性化を図る為、空き家に関する情報を登録し、移住を検討している者及び空き家の利用を希望する者に対して提供していた。平成31年に「米子市空き家バンク」に制度改正を行い、移住定住から利活用に重きを置くようにした。また不動産協会を通じ市内不動産業者約100社と提携し、流通を促進した。令和3年には空き家バンクに空き地を追加し、「米子市空き家・空き地バンク」となった。

実際のバンクのスキームとしては、売却及び賃貸希望者が空き家・空き地バンクに登録すると、不動産業者に情報が発信され、その中から媒介希望業者が出た場合に、市のホームページを通じて情報公開を行い、購入及び賃貸希望者が出た場合、媒介業者により契約締結がなされる。

[実績]

令和元年から令和5年9月までの4年6ヶ月で、申込件数90件、登録件数29件、成約件数18件となっている。登録された空き家について6割が成約になっている。

[課題]

空き家・空き地バンクが直営で運営の為、丁寧な対応をするほど、人手がかかる。また地域特性として、供給側(空き家所有者)は売買希望の相談が圧倒的に多いが、需要側(購入・賃借希望者)は賃借希望の相談が多く、うまくマッチングできない。また、需要側は、市で運営しているので、空き家バンクには安い物件があると期待しているが、近隣相場と変わらない条件の為、必ずしも安価とは限らない。

[その他]

空き家改修等の支援について、令和2年から空き家利活用流通促進事業を行っていて、自己の使用ではなく、利活用の為の改修工事を行う場合にその費用の一部を助成する「米子市空き家利活用流通促進事業」補助制度を設立した。

空き家・空き地バンクについてのPRとして、令和5年度から固定資産税納税通知書に啓発チラシを同封し、周知を図っている。

また、空き家等の適切な除却を促進するために、業者と提携しAIによる解体費用シミュレーター活用推進事業を実施している。

所感

空き家対策については、一朝一夕で解決する問題ではなく、常日頃のアピール、啓蒙活動が必要であると感じた。そのPRとしての啓発チラシはフローチャート方式になっており、非常に分かりやすいつくりであり、学ぶところが多いと感じた。また、自己使用でなく利活用に補助をとという切り口も考え方としては必要と思われる。

東松山市でも、空き家対策については行っているが、新しい切り口で移住促進だけでなく、利活用も含めて対応していくべきだと感じた。

一般の不動産業者でなく市で行っている事業というものは、一番は安心感である。遠方に居住している土地・家屋所有者にとっては、信頼できる相手として、市が間に入っているというのは何物にも勝ると思われる。それを前面に押し出しつつ、空き家対策を行っていくべきだと感じた。

2. 島根県安来市

視 察 者 関口武雄、坂本俊夫、福田武彦、高田正人、堀内真理子、横田正芳
視察場所 島根県安来市 観光交流プラザ
視察日時 令和5年10月13日(金) 午前9時から
視察項目 安来市観光交流プラザについて
説 明 者 安来市政策推進部観光振興課観光振興係 係長 [REDACTED] 氏
安来市観光協会 事務局長 [REDACTED] 氏

視察目的

駅は単なる鉄道駅の機能だけでなく、人が集まり情報が集積する機能を持ち合わせる。安来市の玄関口となる安来駅は観光案内や特産品の販売、ギャラリーといった市民交流の機能を併せ持つ施設である。その特性について視察する。

内容

[経緯]

安来市の「北の交流地点」としての特性を生かし、旧安来市で策定した「中心市街地活性化基本計画」に基づく先導的事業として、市内外への情報発信・交流拠点を整備し、周辺の中心市街地活性化の為のコア施設となることを目指す。

[施設概要]

平成20年3月完成、4月供用開始。土地建物及び駅前広場、ロータリーは市の所有、駅ホームよりJR西日本所有。建物は木造2階建であり、木造による駅と他施設の合築はJR西日本管内では初とのこと。管理者は平成30年までは安来市直営、平成31年度から安来市観光協会が指定管理者となる。

主な施設として、1階部分に多目的交流ゾーンとして、大型モニターによるインフォメーションシステム、レンタルボックスの設置、ポスター掲示、物品等の展示等がある。また、観光案内コーナー(総合案内所)も設置し、観光案内だけでなく、生活バスの定期券販売、プレイガイド業務も行う。特産品販売コーナーも設け、安来市の特産品を生かしたものの、オリジナル商品の展開等、アンテナショップの機能も併せ持つ。朝市も実施し、地域のコミュニケーション意識を高めるのにも役立っている。喫茶コーナーでは、地産地消として、地元の新鮮な野菜をふんだんに使用した料理を提供している。レンタサイクルも用意し、駅からの手軽な町観光アイテムとして提供していて、年500件程度の貸し出しをしている。2階は多目的利用スペースとして、集会や講演会、サークル活動など多目的に利用が可能となっている。一般市民の作品展示等も行われている。ミニコンサートを開催することもあるとのこと。

[利用状況]

観光案内・売店等、年60,000人前後で推移していたが、コロナにより半分以下に減少。令和4年度はコロナ前の2/3まで持ち直してきた。

[運営状況]

令和4年度について、運営コストは約2,550万円、売上は約2,630万円、約80万円の黒字となっている。

[問題点]

宿泊施設が少なく通過型の観光地の為、いかにして滞在時間を増やすかが課題とのこと。

所感

安来節で有名な安来市であるが、観光の為の窓口として、駅を最大限に活用していることが視察により分かった。単なる案内、物販にとどまらず、市民参加型のレンタルボックスを利用した展示・販売や、「ここでしか」を意識して、どこにでもあるモノ・求められるモノを極力避けるようにした販売コーナーの商品内容、売り場作りは非常に参考になった。

東松山市でも同様の取り組みをしていく上で、「ひがしまつやまプライド」を核として利用できないだろうか。「ひがしまつやまプライド」とは事業者が誇りをもって東松山市内で生産・製造・加工した「農産物」「製造品」「加工品」「工芸品」「芸術品」等を対象として、地域ブランド品に認定する制度であるが、これらの商品を東武東上線東松山駅や高坂駅、関越自動車道高坂SA等で大きくアピールしながら、その場での販売等も含めて検討していく必要があるのではと感じた。

3. 鳥取県境港市

視 察 者 関口武雄、坂本俊夫、福田武彦、高田正人、堀内真理子、横田正芳
視察場所 鳥取県境港市 境港市役所
水木しげるロード
視察日時 令和5年10月14日(土) 午前10時から
視察項目 水木しげるロードリニューアル事業について
説 明 者 境港市産業部観光振興課観光振興係 係長 [REDACTED] 氏

視察目的

地域活性化において、核となるモノを配置し、それを中心として考えていくことは有効な方法である。境港市では、JR境港駅から商店街を結ぶ目抜き通りを「水木しげるロード」として、魅力ある街づくりを行っている。東松山市でも高坂駅西口は高坂彫刻プロムナードとして有名ではあるが、その対比として現地視察を行う。

内容

[経緯]

境港市では、平成元年に始まった「緑と文化のまちづくり」の一環として、商店街の通りを同市出身の漫画家・水木しげる氏のマンガに登場する妖怪のオブジェ等を設置した「水木しげるロード」として整備したところ、思わぬ観光名所となった。これを生かすため、周辺住民が結成した振興組織が中心となつてのイベントの開催や美化運動、商店街による妖怪を題材とした様々な商品の販売、妖怪を透かしに使った住民票など、行政と民間が協働して「鬼太郎に逢える街づくり」に取り組んでいる。

一部完成（平成5年7月）から20年が経過した平成26年3月に、水木しげるロードの賑わいを今後も継続させることを目的として、水木しげるロードリニューアル事業に向けた基本構想を策定。平成27年度に実施設計を行い、平成28年度から工事着工、平成30年夏にリニューアルオープンした。

[事業内容]

リニューアル事業について、総事業費13億円。2車線道路を片側のみ残り且つ一方通行にし、歩道幅を1メートルから1.5メートルに変更。歩道がメインの為、車道は蛇行させ、車が速度を出せないように工夫をする。コロナ禍において入込客数は減ったが、常に200万人を目指している。

[効果]

完成当初は100億円の経済効果と見込まれていたが、平成30年のリニューアルによって250億円の経済効果が見込まれている。

[特徴]

水木しげるの作品に登場する妖怪等のブロンズの作成について、スポンサーブロンズとしてクラウドファンディングを用いて費用の募集を行っている。応募者は台座に名前が入り、非常に人気がある。募集があるとすぐ埋まってしまうとのこと。

また、今までは通過型の観光地であったが、今回のリニューアルでは滞在型の観光地を目指し、夜間のライトアップや影絵などの演出により、夜間に本領を發揮するような趣向を凝らした道路設計となっている。33ヶ所ある影絵は年6回その内容を変更し、季節ごとに楽しんでもらえるよう工夫されている。また照明も明るくしすぎず、雰囲気が出るように考えられており、妖怪のブロンズが夜の街に映えている。そのため、夜間でも観光客で賑わっている。

水木しげるロードにある店舗は約100店舗あり、その内60団体が商業振興団体である水木しげるロード振興会に加入。毎月の理事会には市からも参加し、ともに地域振興発展に向けて取り組んでいる。ジャズフェスやイベント等を企画運営しているとのこと。また土曜夜市として、夏季期間にスタンプラリーやクイズなどを夜間イベントとして行った。

音声ARアプリの実証実験としてJCBトラベルと提携し、ブロンズ像の説明を音声で案内するなど、先進的な取り組みも行っている。

所感

アニメやマンガでの町おこしは、今でこそ当たり前のように行われているが、当時では珍しい取組であった。しかも市職員の発案で、ここまで大きな事業になったことは、特筆すべきである。反対も多くあったとのことであったが、丁寧且つ熱心に取り組んだ成果であると考ええる。現在では市民の誇りとして、皆に親しまれているとのことであり、見習うところが多い。

東松山市でも、高坂彫刻プロムナードが昭和61年からブロンズ像の設置が始まり、平成6年に現在の形となり、水木しげるロードと同じように30年が経とうとしている。その間、平成29年に案内板の設置はあったが、それ以上の動きはなかったのが現実である。文化的に貴重な財産も、そのままであれば宝の持ち腐れとなってしまう。境港市では継続的な発展を目指し、リニューアル事業を行った訳であるが、高坂彫刻プロムナードでも継続的な発展という意味では、何かしらの対応が必要ではないのだろうか。

どれだけ熱量をもって推し進めていくことが大事かがよく分かる視察であり、刺激の多い視察であった。