

空き家を負の遺産からまちの資産へ

空き家対策法が全会一致で成立した。平成二十五年の住宅・土地統計調査によると空き家の総戸数は八百二十万戸。民間機関による調査では六人に一人が空き家を所有しているという。空き家問題はもう他人事ではないところまできているのだ。



何故空き家がどんどん増えるのか

一番大きな要因は日本において住宅が使い捨て商品のように扱われているところにあるだろう。経済対策として住宅の新築を促すような政策が進められている。うちは空き家が増えるのは当然だ。それが市場に流通し利用されればよいが、放置され老朽化し問題化する。空き家条例が急速に増加し、法律まで作られたのはこのような空き家が増えているからだ。老朽化しているにもかかわらず解体しないのも日本の税制が背景にある。住宅を壊すと土地の固定資産税に関して住宅用地の特例が適用されず最大で六倍にもあがってしまう。壊すのにもお金がかかるし、そのままにしておこうと考えるのが人情だろう。住宅不足の時代に住宅建設を促進するために設けられた制度であり、時代おくれの仕組みといえるが、既得権に関わるものであり変更は容易ではない。制度の主旨からは空き家は対象外とすべきだと考えられるが、空き家の全数把握の困難性から多くの市町村では空き家でも特例が適用されているのが現状だ。しかし、ある町では空き家は住宅ではないとして特例を適用していないという。やろうと思えばやれるのだ。

空き家所有者の意識啓発

このような状況に対して国交省がとった施策の一つが、空き家等の活用・適正管理・除却について、所有者に対する相談体制の整備や関連するビジネスの育

成・普及である。平成二十五年度に空き家管理等基盤管理強化推進事業が創設。

相談体制の整備部門として全国二十五の県や地域で取組が行われており、愛知県、岐阜県での取組のお手伝いをしている。空き家所有者が気軽に相談できる窓口を設置しようというもので、相談に対応する際のマニュアル作成が主な業務だ。愛知県では昨年度から実態調査を進めており、空き家相談体制の整備にむけ議論を重ねてきた。現状の空き家相談は周辺住民からの苦情がほとんどであり、所有者から相談はほとんどない。しかし、空き家対策の基本は所有者自身による早期の対応であり、所有者の意識啓発が重要である。そのためには、まちの管理という視点で空き家を取りあげ、所有者が行動を起こさざるをえないような状況を作り上げていくことが求められよう。

中古住宅の流通促進

今後空き家の増加が見込まれる郊外型住宅団地において、既存住宅の流通・活用を促進するためのコーディネート、住宅のリフォームや生活利便施設の整備等を行うモデル的な取組を支援する取り組みも進められている。平成二十五年度に住宅団地型既存住宅流通促進モデル事業が創設。全国二十一カ所。愛知県では高蔵寺ニュータウンが対象だ。

大学と連携し大がかりな空き家の実態調査、居住者及び空き家等所有者の意向調査や啓発活動が進められており、リノ

ベーションをテーマとしたシンポジウムも開催された。そこでは、これまで高蔵寺ニュータウンの問題点ばかり聞かされてきた地域住民が住まいやまちのリノベーションによってまちが再生することに期待を抱く機会ともなった。

地域による空き家の実態把握

地域でのまちづくりにおいても空き家問題がクローズアップされてきている。名古屋市御剣地区での地域まちづくりでは、密集市街地での細街路問題とともに空き家の増加が問題としてあげられた。昨年度のまち歩きで空き家を確認したところ、一見しただけでは空き家とはわからないものも多くありその数に驚いた。この秋に町内会長の協力のもと空き家（戸建）の実態調査を行ったところ百八十七戸の空き家が報告された。この数は国勢調査での一戸建・長屋建の世帯数の一割を超える。近年空き家化したものが多く、老朽化し問題となるようなものは少ないが、これら空き家が放置されてしまふと大きな問題になることは必至だ。いかに活用や適正管理をすすめていくかが今後の課題となろう。

空き家活用

美浜町の住生活基本計画では重点プロジェクトとして「空き家活用」があげられ、空き家バンクの創設や古民家空き家の活用実験の取り組みが行われている。空き家バンクに関しては、固定資産税通知にあわせた広報と補助制度創設により登録物件が増え、二年弱で十三件が成約、利用者登録は五十二人に達している。希望者はいのにニーズにあった空き家が提供されていない状況にある。

空き家活用は地域固有の風景を継承していく上でも重要だ。登録文化財として登録され、活用される事例も増えている。住宅建設についての大きなパラダイム転換が求められよう。その兆しはある。まちやひとを動かすマネジメントがキーワードになるのではないかと思う。

動き出した久屋大通の再生

櫻井 高志

「久屋大通が動き出す」、昨年一〇月から行われた久屋大通再生社会実験のキャッチフレーズである。栄地区では平成二五年に策定した「栄地区グランドビジョン」の実現に向けた第一歩として、久屋大通公園の再整備とエリアマネジメントの推進をテーマに、テレビ塔と北側の公園を対象に様々な実験に取り組んだ（弊社は準備段階でお手伝いさせて頂いた）。久屋大通公園の北側は利用が乏しいエリア。その解決には空間的なデザインの見直しは勿論、利用層の掘り起しが必要だ。まずは関心を高めるために利用の可能性を示し、使えますよとアピールしたい。今回の社会実験はそれをしていった。

地域と公園をつなげるイベント展開

北側エリアは周りに住宅が多い。久屋大通は日々の散歩コースでもある。実験ではサステイナブルな都市であるポートランドで行われているファーマーズマーケットが再現された。ケヤキ並木の下に農家や地域のお店二〇店舗ほどがテントを並べ、周りではキッチンカーとオープンカフェ、木々の間ではハンモックと、緑に溶け込んだ優しく自然な空間がつけられていた。立寄りやすさがあり、店舗はこだわり志向で話すだけでも楽しい。散歩途中の人など地域からの利用が多かったようだ。北側エリアは、周辺地域と

ともに育てる肩肘張らない触れ合いの場が似合いそう。このマーケットは地域に定着しそうな可能性を感じられた。

花壇づくりで変化を見える化

テレビ塔東側の公園外周の一角では、ヘデラとクスノキに代って、新しい花壇「ひさやアダプトガーデン」がお目見えした。企業協賛を得、プロのガーデナーの指導のもと、地域住民や市民が作業をし、今後の維持管理を行っていく仕組みだ。花壇のデザインは美しく、場所も良いため目に付きやすい。当然、作業風景もよく見える。今後継続的に行われる市民らの花壇づくりの活動は久屋大通の風景として馴染んでくるだろう。小さくても市民の力で公園が変わっていく絵を見せることは、非常に有効なPRである。それを見て第二、第三のガーデンが誕生すれば公園は大きく変わるだろう。

実験では他にも、テレビ塔北側の観光バス駐車場の活用や、歩道でのオープンカフェも行われたがここは触れない。さて、動き出した後は、それを続けていくのが大きなテーマ。そのためのしくみづくり、人づくりが課題だろう。「動き」をPRしつつ、多くの市民や地域住民を巻き込み、確実なものにしていくほしい。弊社も沿道企業として応援していきたい。



シドニー広場で開催されたマーケット「PORTLAND LIVING」。人との触れ合いも楽しかった。



ひさやアダプトガーデンでの花壇づくりの様子。製作中なのはテレビ塔マーク。力作です。