

テーマ:負動産(=不動産)を動かそう!! 「可動産化で不安解消」

氏名:佐藤 雅朗

1. 受講動機

- ・長岡にある地域の資源を活かした新規事業を立案してみたい。
- ・新規事業を立案するスキルと評価するスキルを身につけたい。

2. 研究内容

テーマ:負動産(=不動産)を動かそう!! 「可動産化で不安解消」

研究分野

人口減少社会の到来を迎え、従来は資産と見なされてきた不動産が所有者の負担となるケースが増えて来た。いわゆる「空き家問題」に直面して困っている人たちも多い。一方で、住宅を購入したいと考えている人、事業の新たな拠点を探している人たちもいる。それぞれが抱える情報のミスマッチを解消して、所有することに負担を感じる不動産＝「負動産」を必要とする人たちに渡す仕組みを構築。「負動産」を有効活用できる「可動産」とすることにより、所有者が抱える不安感を解消して地域の活性化につなげることが可能か考える。

理由

- 全国的に空き家が増加傾向。長岡市でも市内全域で空き家が目立って来ている。その一方で資材や人件費の高騰により新築住宅の価格は上昇、収入の伸び悩みもあり若年層の住宅取得は難しくなっている。
- 少子高齢化の進展にともない、今後は空き家の更なる増加が見込まれる。
- 相続等で取得した不動産や現在居住している土地建物の維持管理を負担に感じ、今後に不安を感じている人が多い。
- 解体するのか？売却するのか？他の活用方法を検討するのか？個々の空き家について考えていく必要がある。その一助となるネットワークが必要になるものと思われる。

3. 研究結果

- 新規事業を検討する手法として「ビジネスモデル・キャンバス」を作成。構成する9つの要素を個別に検討した。テーマを事業として成立させるために必要な事柄、「誰に」「何を」「どの様に」を具体的にすることができた。

4. まとめ

- 「新規事業」と一言で表現することが多いがその実態は、はっきりしない。「新規事業」をより具体的にして、他者と共有するためには「ビジネスモデル・キャンバス」という手法が効率的で非常に有効であることを学ぶことができた。

5. 参考文献

「ビジネスモデル・ジェネレーション」著:アレックス・オスターワルダー&イブ・ピニユール (株)翔泳社

「ビジネスモデル・ジェネレーション ワークブック」著:今津美樹 (株)翔泳社

◆ビジネスモデルキャンバス



効率性 ←

→ 価値

<p>⑧KP Key Partners (パートナー)</p> <p>【仕入先・協業先】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・不動産業者 ・建築/リフォーム業者 ・解体業者 ・ファイナンシャル・プランナー ・司法書士等の士業 ・自治体/公的部門 ・大学 ・NPO 	<p>⑦KA Key Activities (主要活動)</p> <p>【価値提供のためにやるべきこと】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コミュニティ・ネットワークの構築と活性化 	<p>②VP Value Propositions (価値提案)</p> <p><不動産所有者></p> <ul style="list-style-type: none"> ・不動産の所有者に対してはコミュニティに参加することによる不安感の解消 ・サービス提供事業者からの不動産活用方法の提案 	<p>④CR Customer Relationship (顧客との関係)</p> <p>【プロモーション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コミュニティの形成 ・地域に必要とされるサービスの共創 	<p>①CS Customer Segments (顧客セグメント)</p> <p>【理想のお客様像】</p> <ol style="list-style-type: none"> ①長岡地域に不動産を所有または所有する可能性が高い個人 ②長岡地域において不動産や建築関連のサービスを提供する事業者 <p>【ニーズ】</p> <ol style="list-style-type: none"> ①不動産を維持管理することに負担を感じ解消したい ②新規の顧客を獲得したい
<p>⑨C\$ Cost Structure (コスト構造)</p> <p>【経費】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人件費 (専従の人員を置いた場合) ・広告宣伝費 		<p>⑤RS Revenue Streams (収益の流れ)</p> <p>【売上計画・利益計画】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・不動産所有者は「無料」で参加 ・参加することによる「特典 (割引)」を提供 ・サービス提供事業者からは「広告料」を徴収 ・コミュニティを通じ契約が成立した場合「仲介料」を徴収 ・参加者のデータを分析して有償で提供 		

負動産（＝不動産）を動かそう！！ 「可動産化で不安解消」

長岡地域における不動産情報共有のコミュニケーションネットワーク構築

R5年度 まちなか大学院 佐藤 雅朗

「負動産」とは？

所有者が維持管理、所有することに負担を感じる不動産

いわゆる空家問題は「負動産」の代表格

- 自分は東京在住、両親が亡くなり長岡の実家が空き家。維持管理が大変・・・
- 親が亡くなって、実家が空き家の状態。2024年から不動産の相続登記が義務化されるので自分が所有することになる。どうしよう？

空家だけが「負動産」ではない

- 80代の親と同居中。自分も50歳を超えて独身。既に兄弟は独立しており、将来は自分一人で家を維持していかなければならない・・・大丈夫か？
- 親から実家と田畑を相続。自分は会社員で農業はしない、田畑をどうしよう？

「可動産」とは？

何らかの価値を生み出す不動産

有効活用する方法があるのでは？

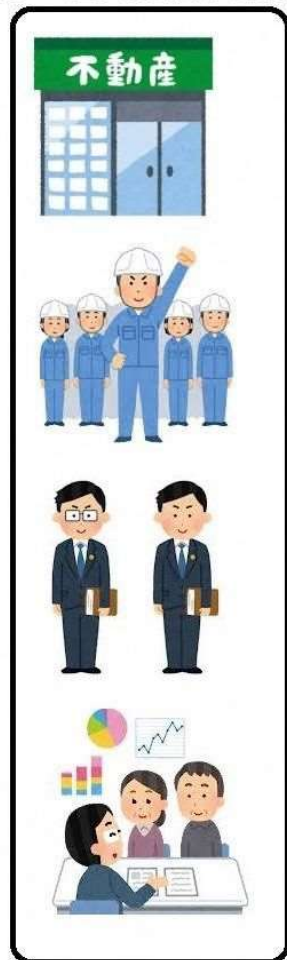
- R4年3月の長岡市の調査によれば、市内の空家は約2,300棟
R4年度の長岡市における住宅着工件数は約1,700棟、住宅の需要はあるのに・・・
なぜ空家が売れない？ ミスマッチ？ リフォームしたら売れる？ **(売却)**
- 別な用途はどうか？
インバウンド需要に対応した民泊施設？ 学生向けシェアハウス？ **(収益化)**
- 小さな建物へ建替え、減築、建物を解体して土地を有効活用、**(自己利用) etc.**

誰か私の負動産を可動産に変える方法を教えて！！

<ビジネスの概略>

モノやサービスを提供するのではなく「情報を仲介」するコミュニケーション・ネットワークを構築して、「負動産」所有者の不安を解消し「負動産」を「可動産」に変える取り組みを広げる。

サービス提供事業者



「負動産」を抱えている人



サービスの提供

コミュニケーション・ネットワーク



- ・こんなことができる
- ・こんな方法がある

情報

- ・こんな物件がある
- ・こんな悩みがある



- ・どんな場所なのか
- ・こんな活用方がある

期待される効果と今後の展望（CSR）

- 「三方よし」の実現

不動産の所有者　：不安感の解消、不動産の有効活用への意欲の高まり

サービス提供事業者：新たな顧客とビジネスチャンスの獲得

市内に不動産業者が約500事業所、建設業が約1,600事業所あり。各社の事業活性化の可能性。

地域　　：空き家問題の解決、地域の活性化

- モデルケースとして

人口減少の時代を迎え、「負動産」の増加は全国的な問題。都市部においては、民間のデベロッパーがこうした問題解決の担い手となるであろうが、地方では担い手が見当たらない。今回のビジネスモデルが成り立てば、地方における小規模再開発のモデルケースとなる可能性がある。

ビジネスとしての収益の流れ R\$ (Revenue Streams)

- 不動産所有者は「無料」で参加
- 参加することによりサービス提供事業者から「特典(割引)」を受けられることができる
- サービス提供事業者からは「広告料」を徴収

将来的(規模が拡大した後)には

- 参加者のデータを分析してサービス事業者に対し有償で提供
長岡地域にあったビジネスの共創
- 不動産所有者とサービス提供事業者の間で取引が成立した際に「仲介料」を徴収
(例) 解体業者がネットワークを通じて200万円で解体工事を受注できたら、5% = 10万円を仲介料として受け取る

効率性 ←

→ 価値

GLOCAL →

<p>⑧KP Key Partners (パートナー)</p> <p>【仕入先・協業先】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・不動産業者 ・建築/リフォーム業者 ・解体業者 ・ファイナンシャル・プランナー ・司法書士等の士業 ・自治体/公的部門 ・大学 ・NPO 	<p>⑦KA Key Activities (主要活動)</p> <p>【価値提供のためにやるべきこと】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コミュニティ・ネットワークの構築と活性化 	<p>②VP Value Propositions (価値提案)</p> <p><不動産所有者></p> <ul style="list-style-type: none"> ・不動産の所有者に対してはコミュニティに参加することによる不安感の解消 ・サービス提供事業者からの不動産活用方法の提案 <p><サービス提供者></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ビジネスチャンスの提供 	<p>④CR Customer Relationship (顧客との関係)</p> <p>【プロモーション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コミュニティの形成 ・地域に必要とされるサービスの共創 	<p>①CS Customer Segments (顧客セグメント)</p> <p>【理想のお客様像】</p> <ol style="list-style-type: none"> ①長岡地域に不動産を所有または所有する可能性が高い個人 ②長岡地域において不動産や建築関連のサービスを提供する事業者 <p>【ニーズ】</p> <ol style="list-style-type: none"> ①不動産を維持管理することに負担を感じ解消したい ②新規の顧客を獲得したい
<p>⑨C\$ Cost Structure (コスト構造)</p> <p>【経費】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人件費 (専従の人員を置いた場合) ・広告宣伝費 		<p>⑤RS Revenue Streams (収益の流れ)</p> <p>【売上計画・利益計画】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・不動産所有者は「無料」で参加 ・参加することによる「特典 (割引)」を提供 ・サービス提供事業者からは「広告料」を徴収 ・コミュニティを通じ契約が成立した場合「仲介料」を徴収 ・参加者のデータを分析して有償で提供 		