

空き家の認識を広めるための啓発ツールの活用とその効果に関する研究

大畑 友紀 (福山大学 工学部建築学科, ohatayuki@fukuyama-u.ac.jp)

The use of awareness tools to broaden recognition of vacant houses and the effects
Yuki Ohata (Department of Architecture, Fukuyama University)

要約

わが国では、近年「空き家」が社会問題となっており、利活用だけでなく発生の抑制が重要な課題となっている。本研究では高校生を対象として、空き家の認識を広めるための取り組みを行った。その内容として、一方的な説明だけでなく参加型にして効果を高めることとした。すごろくによる疑似体験を通じて楽しみながら正しい知識を身に付けられる工夫を行い、事前及び事後に実施するアンケート調査結果を分析し効果を検証した。分析を行った結果、短時間でのすごろくによる疑似体験では自宅に対する意識を変容させることは難しいが、正しく理解してもらい空き家の認識を広めるには効果があることが確認できた。具体的な結果としては、「だれも住んでいないけど、持ち主がいるので地域で問題視しなくてよい。」、「その家にたまたまだれも住んでいないだけで、そういう家が近所で増えていくことはなさそう。」、「だれも住んでいない家が近所にあるぐらいで、トラブルが起きたりはしない。」という設問には実施前後での差が見られ、空き家に対する正しい理解に一定の効果があることが推察される。しかし、取り組みを通じて自宅の将来に対して意識が変化するかについては効果があまり見られず、実施時間が不十分であったことが要因であると考えられる。

キーワード

空き家, 中山間地域, 高校生, すごろく, ゲームフィクション

1. 研究背景と目的

近年空き家は地域課題から社会問題となりつつあり、総務省 (2024) の調査によれば空き家数は過去最多の 900 万戸に達し、空き家率は過去最高の 13.8 % であった。政策も空き家を活用することから発生を抑制するフェーズに移行しており、国土交通省 (2023) は空き家の発生を抑制するため、譲与所得の 3,000 万円を控除する特例措置を行っている。社会問題化した現在において、当事者になってから認識させることは抑制に対する効果として限界を迎えている。家を所有しているかしていないかわからず、空き家という問題の認識を広める必要がある。

空き家問題への認識を広めるために、本研究では講話だけでなく啓発ツールを取り入れることによる効果の検証を行う。一方的な説明では受け身となり啓発効果が薄いと考えられるため、すごろくを用いてゲームを取り入れた参加型の取り組みを行うこととした。概ね自分の意志で進路を決定し、自宅を離れるかどうか考える時期である高校生を対象としている。自身で家を所有していない年齢のうちから、空き家を正しく理解することにより、将来所有者となったときの行動に影響を及ぼすだけでなく、家族での話し合いの機会をもつ必要性や地域で取り組むべき課題であるという意識を持ってもらうことができると期待される。実施前後でのアンケート調査をもとに効果検証を行い、講話だけでなく啓発ツールを活用する意義を確かめることを本研究の目的とする。具体的には、空き家に対する正しい理解が得られるか、自宅の将来への意識が変化するかについて明らかにする。

第 3 章では既存の啓発ツールを調査し、使用するツールを決定する。第 4 章では実施概要として、取り組みの概要及び参加者の属性を示し、アンケート内容について述べる。第 5 章では実施結果として、アンケート結果を用いた効果検証を行う。第 6 章では結論及び今後の課題を述べる。

2. 本研究の位置づけ

空き家の利活用に関する取り組みとして、江口他 (2013) は建築・まちづくりに関する学習機会として、大学と地域が連携した空き家改修プロジェクトについて分析しており、地域住民が学習支援に参加することが効果を高めることを明らかにしている。中島他 (2021) は高等学校の総合学習において空き家を活用するにより、地域の担い手の育成という目的を達成することができるとしている。空き家の流通促進に関する研究として、和氣他 (2019) は空き家の増加に伴い市場流通化の必要性に着目し、空き家所有者と非所有者の意識を調査・分析しており、賃貸・売却意向の高い若年層へのアプローチが有効であり、高齢層へのアプローチ手段がないことを問題としている。徳田・石塚 (2022) は、空き家所有者に適切な情報提供を行うことで利活用が進むとしており、利活用の潜在的なニーズがあると述べている。また、郷土愛の強さが利活用に影響を与えることを明らかにしている。空き家の予防に関する研究として、齊藤・中城 (2015) は千葉県流山市における公民連携や民民連携による空き家予防スキームに取り組んだ事例を紹介しており、継続できるスキームとするための手法を検討している。長野 (2020) は司法書士の人材活用に注目して、空き地や空き家、まちづくりへの問題意識について調査・分析を行っている。司法書士は空き家対策型まちづくりに取り組みたい意識があることを明らかにし、そのためのスキルを身に付け

る必要があると述べている。その他にも、地域と空き家所有者意識に関する研究として、浅川・吉野（2024）は長野県長和町において山村コミュニティの空き家の利用と所有者の意識について調査を行っており、空き家の立地特性を明らかにしたうえで、地域愛着が出身集落への継続的な行き来に繋がるという考察を行っている。また、すごろくを用いた事例として、大畑（2023）は高校生等を対象としてすごろくを啓発ツールとして用いたモビリティマネジメントによる効果検証を行っている。

空き家対策として利活用、流通促進、予防といった方針に関する既存研究の蓄積がある。しかし、空き家の認識を広めることを目的とした参加型の啓発ツールの効果検証を行った研究は見られない。本研究は自宅を所有する前の世代である高校生を対象とした取り組みを通じて、正しい理解と自宅の将来への意識変容の効果を検証することにより、講話だけでなく啓発ツールを活用する意義を確認することに新規性がある。

3. 既存啓発ツールの調査

空き家の認識を広めるための取り組みの実施にあたり、遊びながら学ぶことができる既存の啓発ツールを調査した。すごろくやカルタを作成している自治体もしくは団体が複数あった。カルタは小学生程度を対象としていたため、今回はすごろくを啓発ツールとして使用することとした。使用するツールの選定にあたり、すごろく本体と付属資料の調査を行い、必要に応じてヒアリングを行った。すごろくを作成していた自治体と団体は合わせて5つあり、それぞれ自治体A、自治体B、自治体C、団体D、団体Eとして特徴をまとめた。すごろくを利用してもらうターゲット（対象）、すごろくにより期待される効果（目的）、ファシリテーターの要否、すごろくを行ううえでのオプションツール、解説のための付属資料、勝敗の決め方について、比較した結果を表1に示す。

自治体Aは地域住民の意識啓発の取り組みの中で講座を開催し、その受講者が空き家の所有者との活用に向けたマッチングや地域での場づくりを円滑に進められる人材となることを狙いとしている。その中で、地域の居場所として活用できる空き家を探している人をプレイヤーとしたすごろくを行うプログラムとなっている。賃貸市場もしくは地域にある空き家を探すところからスタートしており、所有者への意識啓発よりも空き家問題に取り組む地域の人材を育成することに主眼が置かれているのが特徴である。ポイントではなく、仲間の数を増やして

いくことがゲームの目標となっている点が他のツールとの違いである。

自治体Bは、自宅を空き家にしないための終活ノートを公表しており、記入しながら読み進めていくことで、どのような手続きが必要であるかを把握することができ、更には家族にも本人の意思が伝えられる内容となっている。その付属的なものとして、相続、管理、活用を学ぶすごろくも公表されている。両親が他界したことにより実家が空き家になってしまった人をプレイヤーとしたすごろくであり、相続後に「管理」、「活用」、「放置」に分岐して進むストーリーとなっている。終活を視野に入れた、家の所有者に手続きを把握してもらい空き家の発生や放置を抑制することを目的としていると考えられる。他のツールでは広く対象を設定しているのに対し、本ツールでは自宅を所有している人にターゲットを絞っている。

自治体Cは、空き家を管理していくうえで発生する問題を疑似体験できるすごろくを作成し、地域住民の空き家への正しい知識を高めることを目的としている。親が施設に入ることをきっかけに実家が空き家になってしまった人をプレイヤーとしており、空き家を管理するうえでの金銭的負担や、空き家に関する法律や制度を学ぶ内容となっている。また、2020年に初版を作成し、様々な展開を想定したゴールを設ける等の修正を行い2024年に改訂版を公表している。損得計算書を用いて収支を計算してゲームの勝敗を判定したり、当該自治体が行う施策や制度に関する解説が盛り込まれているのが特徴である。

団体Dは、ゲーミフィケーションを活用した啓発活動としてすごろくを作成しており、その内容としては空き家の発生後の相続から売却までの流れを段階的に学ぶことができる。実施にあたっては、ファシリテーターが重要な役割を担っており、逐次説明を行うことにより知識を身に付ける仕組みとなっている。この事業を行っている団体の理事にヒアリングを行った。公民館等で開かれる高齢者向けのサロンでの実施を想定しており、空き家が地域での大事なストックであることを周知させる目的があるとのことであった。その根底には空き家を流通させるという目標があり、団体Dは個人だけでなく地域で空き家問題に取り組む活動を行っている。

団体Eは、空き家問題を自分事・地域事として考えるきっかけを持ってもらうという大きい目標を掲げたうえで3種類のすごろくを作成しており、それぞれ「空き家を地域で考える」、「所有者の意識を変える」、「空き家対策を通じたまちづくりを考える」という異なるテーマを

表1：各啓発ツールの特徴

製作者	対象	目的	ファシリテーター	オプションツール	勝敗	資料
自治体A	地域住民	利活用促進	—	—	仲間の数	まちと空き家の学校公式テキスト
自治体B	所有者	放置抑制	—	—	ポイント	終活ノート (すごろく学びのページ)
自治体C	すべて	放置抑制	—	損得計算書	収支	裏面での解説
団体D	地域住民	流通促進	要	チップ	ポイント	まなびガイド
団体E	すべて	理解促進	要	クイズ	ポイント	解説ブック

有している。また、団体Dと同様にファシリテーターの存在が必須であり、クイズや解説を行う場面が多く登場する。3種類のすごろくには、空き家についての理解を促すという共通の目的がある。この事業を行っている団体の代表理事にヒアリングを行った。発生してしまった空き家への対処ではなく空き家を抑制することを重視しており、空き家問題を正しく理解し、身近なこととして捉えてもらう必要があると考えているとのことであった。

全てのすごろくに共通することとして、早くゴールすることを勝ちとするルールではなく、コマを進める過程での学びや、遊びながら正しい知識を身に付けることを目標としている。また、相違することとしては、対象とする人や最終的な目的である。地域でのリーダー的存在を育成するものから、所有者への啓発、空き家を知ってもらうためのものなど、その対象と目標は様々であった。

今回は空き家を認識してもらうための取り組みであるため、対象を広く捉え理解の促進を目的としている団体Eの啓発ツールを使用することとした。実施時間の都合上、3種類のうち「空き家を地域で考える」ことをテーマとしたすごろくを用いることとした。当該すごろくは3種類のうち最初に取り組むべきすごろくとして位置づけられているものであり、27マスで構成されている。そのうち、必ず止まって学ぶマスが4か所あり、それ以外のマスも含めて、ファシリテーターから説明を受けるマスが6か所ある。空き家の増加、状態別対応方法、話し合いや管理の必要性、地域における課題、空き家に関する法律についての説明が資料と共に用意されており、参加者に考えるきっかけを与える内容となっている。その他にも〇×クイズに回答するマスが4か所あり、解体費用、空き家バンク、登記、賃貸等の空き家に関する知識が得られる。なるべく多くのマスに止まって学んでもらう工夫として、1～3の目しかないサイコロを使用する。マスの記述は「隣の空き家から夜に物音がする」、「地域の空き家でボヤが発生した」といったネガティブな内容や、「隣の空き家がリフォームできれいになった」、「空き家所有者と友達になった」といったポジティブな内容など様々であり、それぞれのマスの内容にあったポイントをもらいながらゴールを目指し、ポイントの合計により勝敗を判定する。

4. 実施及び調査概要

4.1 実施概要

本研究で実施した取り組みは、地方都市の中でも中山間地域に立地する高等学校の1年生及び2年生36人を対象とした。実施日は2024年9月12日であり、実施時間は50分であった。50分の取り組みを1回完結で行うという当該学校からの依頼に基づき実施しており、時間・回数に制約があった。

実施日の数日前に事前アンケートの実施を依頼した。当日は空き家に関する基本的な説明を10分程度行い、その後すごろくを実施し、最後に事後アンケートの回答時間を5分程度設けた。基本的な説明においては、空き家の定義と問題点のみを取り上げ、詳細の説明はすごろく

を進めていく中で盛り込むこととした。36人を6つのグループに分け、グループ内で3組のペアを作ってすごろくを実施した。各自止まったマスを読み上げてグループ内で情報共有し、1ターンごとにファシリテーターがスライドを用いて解説・クイズを行った。止まったマスやクイズの正解により獲得したポイントをすごろく終了後に数えて勝敗を確認した。

4.2 アンケート調査項目

アンケート調査項目については、事前アンケートにおいて「空き家」という単語の認識を冒頭で尋ねた。また、個人属性として、性別、家族構成、居住形態、自宅の所有者について尋ねた。高校生という早い段階から空き家の認識を持ってもらうことはメリットであるものの、当事者でないため現実的に捉えられないという懸念がある。そのため、設問中で平易な表現により具体的な状況を想定してもらう内容とした。

事前・事後アンケートともに、空き家に対する正しい理解を測る設問として、「あなたの家の近所に“何年もだれも住んでいない家”があるとします。」という状況を仮定し、次の5項目について回答いただいた。

- ・だれも住んでいないので勝手に入ってよい。
- ・だれも住んでいないけど、持ち主がいるので地域で問題視しなくてよい。
- ・その家にたまたまだれも住んでいないだけで、そういう家が近所で増えていくことはなさそう。
- ・だれも住んでいない家が近所にあるぐらいで、トラブルが起きたりはしない。
- ・持ち主がだれか分からないが、そのうちだれかが引越して住むと思う。

更に、自宅の将来についての設問として、「今あなたが親の所有する一戸建ての家に住んでいるとします。」という状況を仮定し、次の3項目について回答いただいた。

- ・親もまだ元気だから、家の将来のことは今は考えなくて良さそう。
- ・親が所有しているから、将来のことはまだ話し合わなくて良さそう。
- ・進学や就職のタイミングで家を出て、将来この家に戻ってきたい。

事後アンケートでは、実施後の参加者の所感として、次の7項目について回答いただいた。

- ・すごろくの続きをやってみたいか。
- ・先週アンケートに回答してもらったときと比べて意識が変わったと感じるか。
- ・空き家が自分に身近な問題であると思えたか。
- ・空き家をはじめとした地域課題に興味を湧いたか。
- ・今日知ったことを誰かに伝えたいと思うか。

- 今日の授業の内容は理解できたか。
- 今日の授業は楽しかったか。

4.3 参加者の属性

事前アンケートにおいて、参加者の属性を把握した結果を表2に示す。戸建の持家に居住している割合が高いのは、中山間地域の特性である可能性がある。また、事前アンケートにより「空き家」という単語を「知っている」と回答した参加者が80.6% (29人)、「聞いたことがあるけど意味を知らない」と回答した参加者が11.1% (4人)、「聞いたことがない」と回答した参加者が8.3% (3人)であった。

表2：参加者の属性

属性	該当	人数	割合
性別	男性	23人	63.9%
	女性	13人	36.1%
持家居住	該当	28人	77.8%
	非該当	8人	22.2%
戸建居住	該当	29人	80.6%
	非該当	7人	19.4%
祖母母世帯同居	該当	7人	19.4%
	非該当	29人	80.6%
兄弟姉妹同居	該当	31人	86.1%
	非該当	5人	13.9%
空き家の認識	知っている	29人	80.6%
	聞いたことはあるが意味を知らない	4人	11.1%
	聞いたことがない	3人	8.3%

5. 実施結果

5.1 空き家に対する正しい理解について

取り組みの実施が、空き家に対する正しい理解に効果があるかを確認するため、「あなたの家の近所に“何年もだれも住んでいない家”があるとします。」という状況を

仮定し、4.2に示す空き家に対する正しい理解に関する設問について、事前アンケート及び事後アンケートで尋ねた。実施前後の参加者の回答に差があるかを明らかにするため、マクネマー検定を行った。サンプルサイズが小さいため、Yatesの連続補正を行った χ^2 値を用いた検定とした。その結果を図1に示す。

「だれも住んでいないので勝手に入ってよい。(侵入許容)」という設問について、ほとんどの参加者が事前・事後ともに「そう思わない」と回答した。「だれも住んでいないけど、持ち主がいるので地域で問題視しなくてよい。(問題視不要)」という設問について、事前アンケートでは半数以上が「そう思う」と回答していたが、事後アンケートでは27.8%に減少しており、マクネマー検定において5%有意であることから、空き家を地域で問題として捉えるべきであると思ってもらった効果があったと考えられる。

また、「その家にたまたまだれも住んでいないだけで、そういう家が近所で増えていくことはなさそう。(増加しない想定)」、「だれも住んでいない家が近所にあるぐらいで、トラブルが起きたりはしない。(トラブルない想定)」という設問についても、事前アンケートでは半数以上が「そう思う」と回答していたが、事後アンケートでは22.2%に減少している。これらの2項目についてはマクネマー検定において1%有意であることから、空き家が「誰も住んでいないだけの家」という考えから問題意識を持たせる効果があることが推察される。

しかし、「持ち主がだれか分からないが、そのうちだれかが引っ越して住むと思う。(入居想定)」という設問については、事前アンケートでは75.0%の参加者が「そう思う」と回答しており、実施後においても58.3%の参加者が「そう思う」と回答した。マクネマー検定においても有意差がないことから、空き家が問題であると理解しながらも、売却や賃貸の困難さへの理解としてはあまり効果が見られないと考えられる。

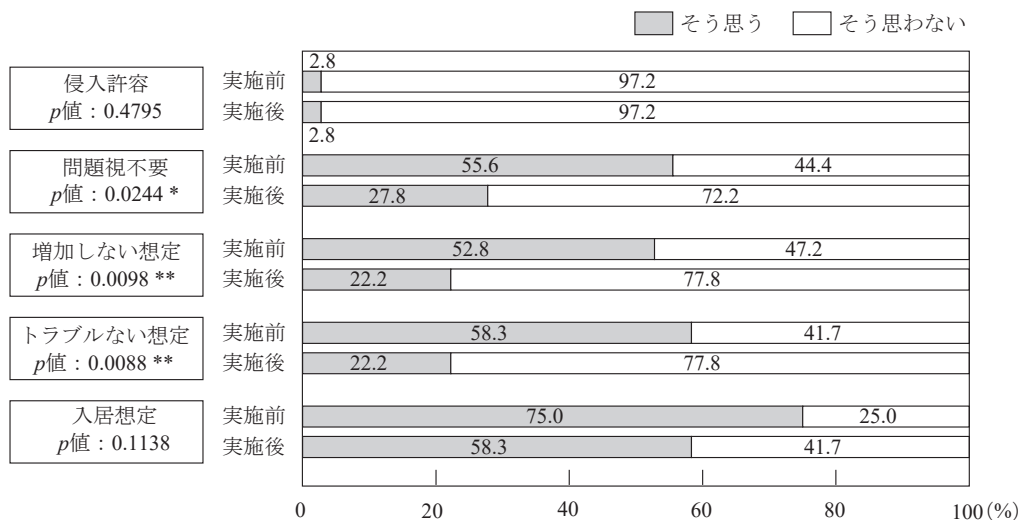


図1：空き家に対する正しい理解に関する回答結果 (n = 36)

注：マクネマー検定 **1%有意、*5%有意。

5.2 自宅の将来について

取り組みの実施によって自宅の将来に対して意識が変化するかを確認するため、「今あなたが親の所有する一戸建ての家に住んでいるとします。」という状況を仮定し、4.2に示す自宅の将来に関する設問について、事前アンケート及び事後アンケートで尋ねた。実施前後の参加者の回答に差があるかを明らかにするため、マクネマー検定を行った。サンプルサイズが小さいため、Yatesの連続補正を行った χ^2 値を用いた検定とした。その結果を図2に示す。

「親もまだ元気だから、家の将来のことは今は考えなくて良さそう。(親元気、話合不要)」、「親が所有しているから、将来のことはまだ話し合わなくて良さそう。(親所有、話合不要)」という設問に対して、事前アンケート時点で半数以上が「そう思わない」と回答しており、事後には「そう思わない」と回答した参加者が微増した。これらの2項目についてマクネマー検定において有意差がないことから、いずれ話し合う必要があるという意識が過半数の参加者にあるものの、今回の取り組みによって、話し合うことの必要性を伝える効果があまりないと考えられる。

また、将来の居住の願望について、「進学や就職のタイミングで家を出て、将来この家に戻ってきたい。(Uターン希望)」と尋ねたところ、事前アンケートでは38.9%が「そう思う」と回答したが、事後アンケートでは52.8%に増加した。自宅への愛着を持った参加者が一定数いることが確認されたが、実施前後でのマクネマー検定による有意差がないことから、効果はあまりないことが確認された。

5.3 実施後の参加者の所感について

実施後の所感について、4.2に示す7個の設問により調査した。その結果を図3に示す。時間の都合上ゴールに辿りつけなかった参加者がいたことや、すぐろくに続編があることを説明したうえで、「すぐろくの続きをやってみたいか。(続き希望)」と尋ねた結果、58.3%の参加者が続きをやってみたいと回答した。「事前アンケートに回答してもらったときと比べて意識が変わったと感じるか。(意識変化実感)」と尋ねた結果、66.7%の参加者が意識が変化したことを実感していた。「空き家が自分に身近な問題であると思えたか。(身近と思うか)」と尋ねた結果、

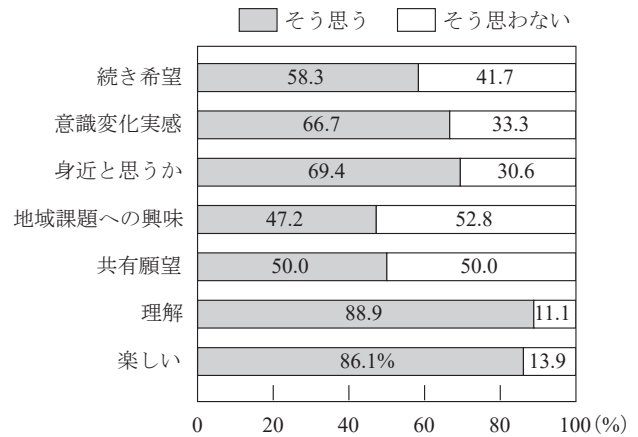


図3：実施後の参加者の所感 (n = 36)

69.4%の参加者が身近な問題と思えたと回答した。この結果から、空き家を身近な問題と思うことや意識を変える効果が6割程度の参加者には見られたと示唆される。

しかし、「空き家をはじめとした地域課題に興味を湧いたか。(地域課題への興味)」や「今日知ったことを誰かに伝えたいと思うか。」という設問に対しては、「そう思う」と回答した参加者が半数以下に留まった。これは高校生という参加者の世代による影響や、そもそも空き家をはじめとした地域課題への興味を持ってもらうきっかけとしては、実施時間が不足していたことが要因であると推察される。

更に、「今日の授業の内容は理解できたか。(理解)」、「今日の授業は楽しかったか。(楽しい)」という設問に対しては9割弱の参加者が「そう思う」と回答しており、すぐろくを使用して遊びながら学ぶことによる意義は十分にあると考えられる。

6. 結論

本研究では、空き家の認識を広めるための取り組みとして、高校生を対象にすぐろくを用いて基礎的な内容を学習してもらい、講話だけでなく啓発ツールであるすぐろくを取り入れることによる効果検証を行った。事前アンケート及び事後アンケートにおける同じ設問への回答の変化により検証した。

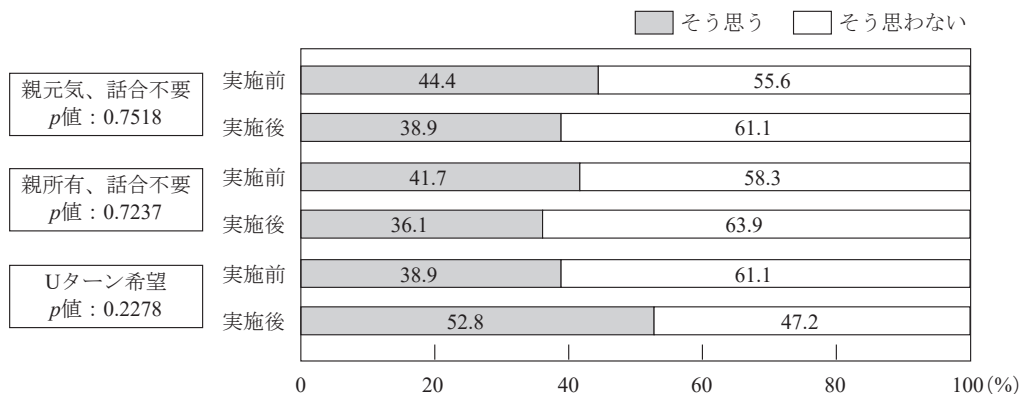


図2：自宅の将来に関する回答結果 (n = 36)

注：マクネマー検定 **1%有意、*5%有意。

5.1 では、空き家に対する正しい理解に効果があるかを確認した。「だれも住んでいないけど、持ち主がいるので地域で問題視しなくてよい。」「その家にたまただれも住んでいないだけで、そういう家が近所で増えていくことはなさそう。」「だれも住んでいない家が近所にあるぐらいで、トラブルが起きたりはしない。」の3項目については実施前後での有意な差が見られ、一定の効果があることが推察される。5.2 では、自宅の将来に対して意識が変化するかを確認したが、統計的に有意な結果は見られなかった。5.3 では、実施後の所感をまとめており、「今日の授業の内容は理解できたか。」「今日の授業は楽しかったか。」という前向きな回答が9割弱であった。

以上のことから、短時間でのすごろくによる疑似体験では自宅に対する意識を変容させることは難しいが、正しく理解してもらうには効果があると考えられ、説明に加えて啓発ツールを用いた参加型の取り組みを行う意義が確認できた。ファシリテーターからの説明や考える機会、具体的な事象を想像させるマスの内容、様々な知識を得られるクイズが啓発ツールに盛り込まれていたことが正しい理解をもたらした要因であると推察される。正しい理解を持つ割合を高め、自宅に対する意識の変容をもたらすには、実施時間が更に必要である。

今回は制約のある環境下での実施となったため、今後の課題として授業そのものの企画から携わり、継続的な取り組みを行わなければならない。また、高校生を対象とした取り組みを実施したが、様々な年齢を対象として比較を行い、被験者を増やす必要がある。更に、対象地域や啓発ツールの種類や有無による差異を検証することも効果的な取り組みに繋がると考えられる。

引用文献

- 浅川初音・吉野馨子 (2024). 山村地域における空き家の分布および空き家所有者と地域社会とのかかわり—長野県長和町集落区へのアンケート調査より—。農村生活研究, Vol. 68, No. 1, 1-8.
- 江口克成・田口陽子・三島伸雄 (2013). まちなか空き家改修プロジェクトにおける学習機会に関する研究。日本建築学会技術報告集, Vol. 19, No. 41, 351-356.
- 日野市 都市計画課 (2023). 「まちと空き家の学校」について。 <https://www.city.hino.lg.jp/shisei/machidukuri/akiya/1014709.html>. (閲覧日: 2024年9月21日)
- 広島空き家流通促進ネットワーク (2021). 事業のご案内。 <https://www.akikatu.net/service/>. (閲覧日: 2024年9月21日)
- タガヤス (2024). 空き家スゴロク。 <https://tagayasu.or.jp/tool/sugoroku/>. (閲覧日: 2024年9月21日)
- 国土交通省 (2023). 空き家の発生を抑制するための特例措置 (空き家の譲渡所得の3,000万円特別控除)。 https://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/house/jutakukentiku_house_tk2_000030.html. (閲覧日: 2024年9月21日)
- 長野博一 (2020). 空き地空き家予防における司法書士の人材活用の可能性に関する研究。都市計画論文集, Vol. 55, No. 3, 282-287.

- 中島伸・射和沙季・前山倫子 (2021). 地域と連携した効率高等学校の総合学習による空き家活用プログラムの意義と課題。日本建築学会技術報告集, Vol. 27, No. 67, 1458-1463.
- 大畑友紀 (2023). ワークショップによる地域交通の啓発ツールの利用可能性—様々な世代を対象とした「交通すごろく」の効果の検証—。計画行政, Vol. 46, 1, 47-52.
- 齊藤広子・中城康彦 (2015). 既存住宅の空き家予防のための地域連携体制づくりの課題と対応。都市計画論文集, Vol. 50, No. 3, 1025-1031.
- 四国中央市 建築住宅課 (2024). 空き家問題体験すごろく。 <https://www.city.shikokuchuo.chime.jp/site/akiyataisakumatome/1597.html>. (閲覧日: 2024年9月21日)
- 総務省 (2024). 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. (閲覧日: 2024年9月21日)
- 徳田光弘・石塚直登 (2022). 空き家所有者の利活用に対する意識構造—地方における空き家の市場流通化に向けた方略—。日本建築学会技術報告集, Vol. 28, No. 70, 1518-1523.
- 栃木市 建築住宅課 (2024). 栃木市の空き家対策について。 <https://www.city.tochigi.lg.jp/soshiki/43/67023.html>. (閲覧日: 2024年9月21日)
- 和氣悠・水野彩加・氏原岳人・阿部宏史 (2019). 空き家の市場流通化のためのアプローチ手法の検討—空き家所有者及び非所有者を対象として—。土木学会論文集 D3 (土木計画学), Vol. 75, No. 4, 212-220.

Abstract

In recent years, “vacant houses” have become a social issue in Japan, and not only utilization but also the prevention of their occurrence has become an important challenge. This study was conducted with high school students to promote awareness of vacant houses. The approach was designed not only to provide one-sided explanations but also to make the experience participatory to enhance effectiveness. Through a board game that simulated real-life experiences, students were able to enjoy learning knowledge, and the effectiveness was evaluated by analyzing survey results conducted before and after the activity. The analysis showed that while it is difficult to change the perception of their own home through a short simulation experience, it was effective in broadening the recognition of vacant houses and improving understanding. The survey observed responses such as: “Even though no one lives in the house, the owner still owns it, so there is no need to view it as a community problem,” “It seems unlikely that more vacant houses like this will appear in the neighborhood,” and “Vacant houses in the neighborhood are unlikely to cause trouble.” These responses suggest that this initiative was effective in fostering an understanding of vacant houses. However, perhaps due to the insufficient duration of the activity, it did not have a significant effect on changing the students’ awareness of the future of their own homes.

(受稿: 2024年9月22日 受理: 2024年11月26日)