

Table of Contents

STOCK SCHOOL 実践マニュアル.....	2
長野県 空き家利活用人材育成事業（2026年度）短期研修版.....	2
はじめに	2
第1章 STOCK SCHOOLの思想	3
第2章 地域を見る・地域を知る	6
第3章 空き家利活用の全体像	8
第4章 空き家活用の進め方	9
第5章 地域づくり・コミュニティづくり	12
第6章 行政・不動産・民間との連携.....	14
第7章 成功事例から見える共通点.....	16
第8章 実務で使えるノウハウ集	18
第9章 重要キーワード辞典.....	20
第10章 佐伯メモ（今後実践したいこと・応用できそうなこと）	21
最後に：STOCK SCHOOL全体を通して最も重要だった考え方	22

STOCK SCHOOL 実践マニュアル

長野県 空き家利活用人材育成事業（2026年度）短期研修版

はじめに

この実践マニュアルは、モンスターズライティング株式会社の佐伯怜司が、長野県 空き家利活用人材育成事業（STOCK SCHOOL 2026）の短期研修（2026年7月16日～7月18日）に参加して学んだ内容を整理し、まとめたものです。一見するとWebマーケティングの仕事とは無関係に思えるかもしれませんが、将来的にはこれまで培ってきた強みを、空き家活用や地域づくりの分野でも活かしていきたいと考え、取り組んでいます。現在は、飯田市空家等審議会委員（令和7年12月4日から令和9年12月3日まで）としても活動しています。

STOCK SCHOOLとは

STOCK SCHOOLは、長野県が実施する空き家利活用人材育成事業であり、本マニュアルは2026年度の内容をもとにしている。単なる不動産スキルの習得ではなく、「地域で何を実現したいか」を軸に据えて空き家・公共施設・商店街を活用していく実践者（地域プレイヤー）を育てることを目的としている。

研修全体を通じて語られていたのは一貫して次の考え方である。

空き家は「直す対象」ではなく、「地域の未来をつくるための器（プラットフォーム）」である。

建物の改修技術やスキームはあくまで手段であり、本質は「人・地域・仲間・信頼関係」をどう育てるかにある。

このマニュアルの使い方

本マニュアルは研修で語られた順番ではなく、**実務で使う順番（テーマ別）**に再構成してある。空き家案件に取り組む際、地域に入る際、行政や金融機関と話す際など、状況に応じて該当する章を開いて参照する使い方を想定している。

- ・ 「これから地域に入る」→ 第2章
- ・ 「空き家案件が具体化してきた」→ 第3章・第4章
- ・ 「地域にプレイヤーを増やしたい」→ 第5章
- ・ 「行政・金融機関と交渉する」→ 第6章
- ・ 「事例から学びたい」→ 第7章
- ・ 「手法だけすぐ確認したい」→ 第8章・第9章
- ・ 「自分ごととして何をすべきか」→ 第10章

このマニュアルで得られること

- ・ 空き家・地域活用を「建物起点」ではなく「地域・人起点」で考える視点
- ・ 地域調査から事業化・資金調達・運営までの一連の実務フロー
- ・ 行政・金融機関・地域住民との関係構築の具体的な作法
- ・ 複数の事例から見える成功の共通点
- ・ 実務ですぐ使えるノウハウとキーワード集
- ・ 自分自身の行動指針としての「佐伯メモ」

第1章 STOCK SCHOOLの思想

地域価値とは何か

地域価値は建物単体の価格や築年数では測れない。株式会社エンジョイワークスの講義では、不動産業を「建物を売る仕事」ではなく「地域価値を共創する仕事」と定義していた。「地価価値なしエリアに価値あり」という言葉も同じ本質を指している。ある講師自身が購入した物件は建物ではなく、南側の農地（将来も建

物が建たない) による日当たりと景観、つまり「この場所でしか得られない暮らし」を評価して購入されたものだった。

地域価値とは、建物・景観・歴史・文化・人間関係・生活動線などが複合的に組み合わさって生まれる「その土地固有の価値」である。

地域プレイヤーとは何か

地域プレイヤーとは、空き家や商店街、公共施設を使って「そこで何かに挑戦したい人」を指す。商店街のエリアレノベーション事例では、商店街再生の主役は建物ではなく「デザイナー」「刺繍作家」「飲食チャレンジャー」「編集者」といったプレイヤーであると繰り返し語られた。STOCK SCHOOL長期研修の卒業生も、不動産業そのものを目的とせず、「地域で実現したいこと」から逆算して不動産・集落支援員・農業・飲食などを複数組み合わせる生業としていた。

つまり地域プレイヤーは「不動産のプロ」である必要はなく、「地域で何を実現したいか」を持つ人である。

建物ではなく地域を見るという考え方

旧小野図書館の再生プロジェクトの中核にあったのが「Show the Flag（旗を立てる）」という考え方である。最初に考えるべきは「建物をどうするか」ではなく「地域をどうしたいか」であり、建物はそのビジョンを実現するための手段（旗）にすぎない。

同様に、小野地区でのフィールドワークでは「辰野町を盛り上げたい」のではなく「小野地区という生活圏を面白くしたい」という語りがあり、行政区域ではなく生活圏で地域を捉える視点が示された。

地域資源とは何か

地域資源は空き家だけではない。フィールドワークや地域資源の再編集をテーマにした回で共通して語られたのは、以下のようなものすべてが地域資源になり得るということである。

資源の種類 具体例

建物・空間	空き家、公民館、公園、公共施設
自然・景観	農地、遊歩道、日当たり、里山
歴史・文化	祭事、文学ゆかりの建物、地域の物語
人	キーパーソン、プレイヤー、地域住民
生活機能	学校、診療所、コンビニ、飲食店

これらは個別に評価するのではなく、組み合わせて「地域全体の事業」として設計することで価値が生まれる（公民館・公園・空き家を組み合わせた地域体験・移住体験・宿泊事業の例など）。

地域づくりの基本思想

研修全体を通じて繰り返された基本思想を整理すると、次のようになる。

- ・ 建物ではなく人・地域を見る
- ・ 一棟再生ではなく面的再生（エリア）で考える
- ・ ソフト（コミュニティ）が先、ハード（施設）は後
- ・ 短期の利益ではなく100年単位の時間軸で考える
- ・ 地域を一つの生態系として捉え、経営・金融・社会学など複数の視点を持つ
- ・ 仲間・信頼関係こそが最大の資産である

この章で最も重要なポイント

空き家利活用や地域づくりに取り組む際、最初に自問すべきは「この建物をどう直すか」ではなく「この地域でどんな未来をつくりたいか」である。地域価値・地域資源・地域プレイヤーという3つの視点をセットで捉え、建物はあくまでそれを実現する手段として位置づける。この思想が本マニュアル全体の土台になる。

第2章 地域を見る・地域を知る

地域資源の見つけ方

地域再生の出発点は「地域を知る」ことである。具体的には次のような基礎情報を把握する。

- 人口動態
- 家賃相場
- 市場規模
- 地域性（生活文化・慣習）

その上で、空き家・公園・公民館・歴史・景観など「一見価値がなさそうに見えるもの」を再編集する視点を持つ。

フィールドワーク

STOCK SCHOOLの研修プログラムでは、実際に現場を歩きながら以下を学ぶ構成になっていた。

- 空き家の現地確認
- リノベーション済み住宅の見学
- エリア全体の見立て方
- 公民連携で再生された施設の視察
- 商店街事業者へのヒアリング
- 不動産・金融・法律の専門家によるセッション

研修で語られた言葉に「事件は現場で起きる」がある。教室で学ぶだけでなく、オーナー・移住希望者・自治会・地域住民と実際に関わることでしか身につかない学びがあるという考え方である。

エリア分析

建物単体ではなく周辺環境（ランドスケープ）を評価する視点が繰り返し示された。具体的な着眼点は以下の通り。

- ・ 景観（将来も建物が建たない土地があるか）
- ・ 日当たり・風通し
- ・ 周辺の生活機能（学校・診療所・コンビニ・飲食店）
- ・ 歴史・文化資源（祭事、文学ゆかりの建物など）
- ・ 放置空き家が周辺に与える負担（獣害、除雪の負担増など）

旧小野図書館の再生プロジェクトでも、図書館単体ではなく「徒歩圏に小学校・中学校・保育園・駅・飲食店・診療所・コンビニが集約している」というエリア分析から事業設計が始まっている。

キーパーソンの探し方

地域再生を始める際に最初に巻き込むべき人として、行政・商工会・地域企業・地域リーダーなど「地域で信頼されている人」が挙げられている。地域へ入る最初の数年間は事業を急がず、地域を歩き、人と知り合い、キーパーソンを探す期間として位置づけることが推奨されている。

地域コミュニティとの関わり方

ある事例では、放置空き家の隣に実際に住んでみることで、雪かきなど地域コミュニティの負担が空き家によって増えている実態を体感したという話が紹介された。近隣へ挨拶しただけで「雪かきを一緒にしてくれる人が増えた」と喜ばれたエピソードは、地域コミュニティとの関わりが小さな行動から始まることを示している。

地域へ入る最初の期間に「小さな実験」（DIY、ワークショップ、小規模イベント）を繰り返しながらニーズを探ることも重要である。

この章で最も重要なポイント

地域を知るとは、統計データを集めることだけではない。実際に歩き、住み、挨拶をし、キーパーソンと関係を築く「体感」を伴う調査である。この期間を飛ばして事業化を急ぐと、後の信頼構築でつまづく。地域へ入る最初の数年間は「信頼づくりの投資期間」と位置づけるべきである。

第3章 空き家利活用の全体像

空き家利活用とは

空き家利活用は「空き家を直して貸す・売る」という単純な行為ではない。共通して語られていたのは、空き家は地域全体の価値を高めるための「器（プラットフォーム）」であるという捉え方である。空き家そのものよりも、そこに関わる人・仲間・仕組みをどう育てるかが本質になる。

地域における役割

空き家は社会課題解決の手段にもなり得ることが示された。風呂のない住宅を改修し生活保護受給者向け住宅として活用した事例では、家賃収入・行政負担軽減・居住環境改善が同時に実現している。空き家は「個人資産」であると同時に、地域全体の「コミュニティアセット」として捉えることもできる。

空き家活用の流れ

基本フローと基本ステップを統合すると、次の流れになる。

1. 地域を知る（人口・家賃相場・地域性の把握）
2. キーパーソンを探す
3. 地域資源を発見する（空き家だけでなく歴史・景観・人も含む）
4. 地域ヒアリングを行う（「どう直すか」ではなく「どう使いたいか」を聞く）
5. 小さな実験を行う（マルシェ・ワークショップ・DIY・プレマーケティング）

© 2026 Monsters Writing Co., Ltd. 本記事の無断転載・転用を禁じます。

本マニュアルは長野県「空き家利活用人材育成事業（STOCK SCHOOL 2026）」での学びをもとに、

佐伯怜司が編集・構成したものです。

6. 需要を確認する（入居希望者・利用希望者・運営者を集める）
7. コミュニティを作る
8. 事業化する（行政・金融機関・ファンドなどを組み合わせる）
9. 拠点を整備する（改修・運営）
10. 収益化し、利益を次の地域投資へ再投資する

成功までの全体像

強調されていたのは「思い込みで事業を始めない」という姿勢である。需要が確認できなければ「やらない」という判断も重要な選択肢である。また、すべての空き家を残すことが正解ではなく、必要に応じて解体することで周辺住宅の価値（日当たり・風通し・防災性・景観）を高めるといった新しい視点も示されている。

この章で最も重要なポイント

空き家活用を「不動産の再生」ではなく「地域全体の価値創出プロセスの一部」として捉えること。事業化を急がず、ヒアリングと小さな実験を通じて需要を検証してから投資判断をする流れを徹底することが、失敗を避ける最大のポイントである。

第4章 空き家活用の進め方

ヒアリング

共通するのは「どう直すか」ではなく「どう使いたいか」を聞く姿勢である。住民・利用希望者・子育て世代・高齢者・若者など幅広い層にヒアリングを行い、思い込みではなく実際のニーズを掴む。移住相談や出店相談の場では「また今度」ではなくその場で案内するなど、タイミングを逃さない重要性も語られている。

現地調査

現地調査の着眼点は、景観・日当たり・将来建物が建つ可能性・周辺環境・歴史・コミュニティである。登記と現況が一致しないケース（未登記の蔵や車庫、

解体済み建物、建物所在地のズレなど）が多いため、現地確認が必須であると強調されている。

地域調査

書類には現れない情報として、地域ルール・私道利用・お墓への通路・近隣との慣習などを調べる重要性が語られた。また土地の履歴（地歴）を調べることで、除草剤散布履歴、工場跡地、地下埋設物、岩盤、地下水、埋蔵文化財といった将来のリスクを事前に把握できる。

権利確認

不動産実務の出発点は「公図」と「登記事項証明書」の取得である。

登記事項証明書の読み方

部分	内容
----	----

表題部	地目、面積、構造、建物種類など物件そのものの情報
-----	--------------------------

権利部	所有権、抵当権、根抵当権、所有権移転履歴など法的権利の情報
-----	-------------------------------

登記からは物件の歴史（売買・相続・抵当権設定・抹消履歴）を読み取ることができる。

専門家の役割分担

- ・ 土地家屋調査士：表題部を担当（建物滅失登記、地目変更、面積修正、建物追加など）
- ・ 司法書士：権利部を担当（所有権移転、抵当権、相続登記など）

相続登記が行われていないケースは空き家活用の大きな課題であり、相続人が増えるほど合意形成が難しくなる。また、登記名義人と実質的な意思決定者が異なることもあるため、交渉相手を見極める視点も必要である。

事業計画

金融機関への説明は「不動産を買う話」ではなく「事業として、誰に・何を・どう提供し・どう利益を生むか」で説明すべきとされている。プレゼンは理想3分、長くても5分程度で構成する。既存事業の実績（売上・収益構造）も評価対象になる。

競争するのではなく「競争相手がいない市場」を作る独自性のある事業モデルが重要（例：宿泊＋スタジオ、ダンサー向け合宿、ライダー向け施設、制作合宿など）。

資金計画

資金調達には複数の選択肢がある。

- ・ 銀行融資（地方銀行・日本政策金融公庫などの協調融資）
- ・ 信用保証協会付き融資（新規事業ではリスクに応じた保証料が発生）
- ・ ファンド（単なる資金調達ではなく「地域を応援する仲間を増やす仕組み」）
- ・ プロジェクトファイナンス（公共施設のように担保価値がない場合、事業そのものを評価してもらう手法。第三者機関による事業評価やテナント契約が根拠資料になる）

法人格によっても資金調達条件が変わる点に注意が必要（一般社団法人は信用保証協会の対象外となる場合がある）。

金融機関との付き合い方の鉄則は「悪い情報ほど早く伝える」「数字をごまかさない」ことである。建設費が想定の倍になった事例でも、講師は売上予測を操作せず、悪化した収支をそのまま提出したことで信頼を得た。

改修

建物は完成品ではなく利用者自身に関わることで愛着が生まれるという考え方（暮らし方を考える・家づくりに参加する・DIYする余白を残す）が示された。ま

た、前の利用者が残した厨房設備やエアコンなどの改修投資を次の挑戦者が引き継ぐことで、投資が街全体に蓄積されていくという「バトンリレー」の発想も紹介されている。

運営

禁止事項を増やすのではなく、利用者自身が秩序を育てる文化を目指す運営方針が語られた（子どもがルールを考える、テナントミーティングを毎月行うなど）。施設運営そのものよりも「利用者（プレイヤー）を育てること」が目的であるという考え方が繰り返されている。

利活用

固定的な一括貸しだけでなく、シェアカフェ・シェアキッチン・部屋貸し・曜日貸しなど利用を細分化することで、挑戦のハードルを下げ、収益性も高める手法が紹介された。契約方法も柔軟に考えることができ、固定家賃ではなく売上歩合契約を採用することで挑戦しやすい環境を作れる（ただし売上管理の仕組みが必要）。

この章で最も重要なポイント

空き家活用の実務は「ヒアリング→現地・地域調査→権利確認→事業計画→資金計画→改修→運営→利活用」という一本の線につながっている。どこか一つを飛ばすと後工程でリスクが顕在化する。特に権利確認（登記・相続）と資金計画（金融機関との信頼構築）は専門家との早期連携が不可欠である。

第5章 地域づくり・コミュニティづくり

プレイヤー育成

STOCK SCHOOL長期研修卒業生の事例は、いずれも「不動産業をやりたい」から始まったのではなく、「地域で実現したいこと」から逆算して複数の生業を組み合わせていた。商店街のプレイヤーの多くも、デザイン・編集・テレワーク・制

作・地域活動など複数の仕事を組み合わせる「ポートフォリオワーク（複業型）」で暮らしていることが紹介されている。

コミュニティ形成

旧小野図書館の「Good Desks」は、コワーキングスペースという名称をあえて避け、子どもは宿題、大人は仕事、学生は勉強といった多様な使い方を許容する場として設計された。営利（本屋・ワークスペース）と公益（子どもの居場所・地域交流・学生無料スペース）を組み合わせ、利益を生まない機能が人を集め、結果として営利事業を支える構造になっている。

商店街

商店街は空き店舗ばかりに見えても、実際には「住宅化した元店舗」「昼だけ営業」「夜だけ営業」など様々な状態が混在している。全部を活用しようとせず、使える場所から少しずつ変えていくアプローチが有効である。時間・資金・人的ネットワークを一定エリアへ集中投資する「エリアレノベーション」により、点ではなく面で変化を起こす。

イベント・ワークショップ

マルシェ・ワークショップ・入居希望調査などのプレマーケティング、「100回以上のワークショップを開催してからコミュニティを育て、その後に拠点を整備した」という事例は、いずれも「建物より先にコミュニティを作る」という思想を体現している。

人を巻き込む方法

「空き家バンクのように物件情報を集めるより、起業したい人・移住したい人・地域で何かやりたい人というプレイヤー情報を集めることが重要」という考え方が示された。プレイヤーが集まれば、空き家オーナーが自然と扉を開くようになる。

コミュニティを先につくる考え方

「ソフトが先、ハードは後」が一貫した思想である。拠点を整備する前にコミュニティを育てることで、施設が完成したときにはすでに利用者・仲間が存在する状態を作れる。

この章で最も重要なポイント

地域づくりの主役は建物ではなく人である。プレイヤーを主役に据え、コミュニティを先に育て、施設・拠点はその受け皿として後から用意する。この順序を逆にすると「立派な施設はあるが使う人がいない」という失敗に陥りやすい。

第6章 行政・不動産・民間との連携

行政との連携

旧小野図書館の再生プロジェクトでは、行政は制度設計・公募・契約・歴史的価値の保全・公平性の確保を担当し、民間はコンテンツ設計・資金調達・改修・運営・収益化を担当するという明確な役割分担がなされた。「コンテンツを作ってから建物に手を入れる」ことが徹底されている。

プロポーザル（公募）は公平性を重視して実施され、地元企業も含めたガチンコの提案勝負となった。採択後、担当者は落選企業へ自ら手土産を持って挨拶に行っている。これは、地域で事業を続ける上で勝ち負けより信頼関係を重視する姿勢の表れである。

不動産会社との役割分担

空き家バンクの運営では、地元の不動産会社と競争するのではなく、契約できる状態まで整えた上で地域の不動産会社へつなぐという役割分担が有効であることが紹介されている。これにより地域全体の利益を高める。

金融機関との付き合い方

語られた鉄則は以下の通り。

- 早めに相談する
- 悪い情報ほど早く伝える
- 定期的に経営状況を共有する（月次報告など）
- 数字をごまかさない
- 会社全体（他事業・BS・資産）で返済能力が評価される前提を理解する

金融機関が見ているのは「夢」ではなく、最低売上・キャッシュフロー・ランニングコスト・稼働率など、厳しい条件下でも返済できるかという現実的な数字である。

補助金

地方創生予算などの補助金を活用しつつも、それだけに頼らず事業収益を生み、利益を次の空き家活用へ回す「循環モデル」の重要性が語られている。

官民連携

従来は行政が指定管理料を払い施設を維持する形が一般的だったが、旧小野図書館の事例では行政が運営費を出さず、民間が融資・改修・維持管理・経営まで担う新しいモデルが採用された。

PFI（Private Finance Initiative）は万能ではなく、施設によっては指定管理が適している場合もある。制度を理解した上で適材適所で活用する姿勢が重要である。

「官民連携とは制度ではなく人間関係」という言葉が繰り返し語られていた。契約変更・行政手続き変更・賃料変更・スケジュール変更など幾度も困難が生じたが、行政担当者と事業者が同じ未来を見ていたからこそプロジェクトを進めることができた。

専門家ネットワーク

司法書士（権利部担当）・土地家屋調査士（表題部担当）・金融機関との早期の連携が実務の前提であることが示された。プロジェクトファイナンス成立のために外部の事業評価（デロイト トーマツなど）を活用した事例も紹介されている。

この章で最も重要なポイント

行政・不動産会社・金融機関・専門家との連携は、制度やスキームだけでは成立しない。「悪い情報ほど早く伝える」「勝敗より信頼関係を優先する」という姿勢の一貫性が、長期的な連携を可能にする最大の要因である。

第7章 成功事例から見える共通点

主な事例一覧

事例	概要
みんなの実家（葉山町）	築95年古民家を宿泊＋地域交流拠点として再生。地域ファンドを活用
月見台住宅（横須賀市）	旧市営住宅74戸をDIY可能住宅として再生。入居率100％
浦島ビレッジ（香川県多度津町）	地域企業11社が出資するローカルIPO。リースバックによる資金循環
湯治ハウス（別府市）	空き家を宿泊施設へ再生。行政と連携し面的再生を目指す
JR東日本 木更津プロジェクト	社宅再生。プレマーケティングで需要検証後に事業化
松本市 公民館プロジェクト	世代別ヒアリングから「未来の公民館」を地域住民と設計
旧小野図書館再生	公共施設のPFI・プロジェクトファイナンスによる新しい民間公共
商店街エリアレノベーション	プレイヤー中心の面的再生。レンタルキッチン、地域企業スポンサー
横浜・寿町	外国人旅行者の流れによる地域イメージ転換、分散型宿泊施設
生活保護受給者向け住宅	風呂なし住宅の改修による社会課題解決型空き家活用

三津浜空き家バンク／熊谷ナイトバザール 地域資源の再編集による地域活性化

共通点

- ・ 建物より先に「地域で実現したいこと（ビジョン）」を明確にしている
- ・ 事業化前に必ず需要検証（ヒアリング・プレマーケティング・ワークショップ）を行っている
- ・ 行政・金融機関・地域住民など複数の主体を巻き込んでいる
- ・ 資金調達を単一手段に頼らず、融資・補助金・ファンド・プロジェクトファイナンスを組み合わせている
- ・ 短期の収益性だけでなく、地域全体・長期（10年～100年単位）の価値向上を見据えている
- ・ リーダー自身がリスクを取り、当事者として関わっている

成功要因

- ・ 地域固有の資源（景観・歴史・生活圏）を丁寧に読み解いている
- ・ 「建物ではなく人」を集める発想を徹底している
- ・ 信頼関係の構築に時間を惜しまない
- ・ 数字（金融機関向け）を誠実に扱っている
- ・ 制度を目的化せず、あくまで手段として使いこなしている

他地域でも応用できるポイント

- ・ 地域を知る→キーパーソンを探す→小さな実験→需要検証→事業化、という基本フローはどの地域でも応用可能
- ・ 「行政区域」ではなく「生活圏」で地域を定義する視点は、どの規模の地域にも適用できる
- ・ 契約形態（売上歩合、シェア型、又貸しなど）は地域や物件の特性に合わせて柔軟に設計できる

- ・ プレイヤー情報を先に蓄積し、物件とマッチングさせる発想は、空き家バンクの改良にそのまま応用できる

この章で最も重要なポイント

成功事例に共通するのは「特別な物件」ではなく「特別なプロセス（地域を知り、人を集め、需要を検証してから動く）」である。このプロセスこそが再現可能な部分であり、他地域・他物件へそのまま応用できる。

第8章 実務で使えるノウハウ集

地域への入り方

- ・ 事業を急がず、まず地域を歩き、人と知り合う期間を設ける
- ・ 行政・商工会・地域企業・地域リーダーなど信頼されているキーパーソンを最初を探す
- ・ 小さな実験（マルシェ、ワークショップ、DIY）を繰り返しながら関係を築く

空き家調査

1. 公図を取得する
2. 登記事項証明書を取得する（表題部・権利部を確認）
3. 相続登記の有無を確認する
4. 現地調査を行う（現況と登記の不一致に注意）
5. 地域ルール（私道、慣習など）を確認する
6. 地歴（過去の土地利用）を調査する
7. 土地家屋調査士・司法書士へ早期に相談する

契約

固定家賃だけでなく、以下のような柔軟な契約形態を状況に応じて使い分ける。

- 購入
- 賃貸
- 又貸し（サブリース）
- 共同運営
- スポンサー型

売上歩合契約

固定家賃の代わりに売上に応じた賃料とすることで、プレイヤーが挑戦しやすい環境を作れる。ただし売上管理を適切に行う仕組み（レジ連携、報告義務など）が必要になる。

シェアカフェ・シェアキッチン

一人で借りるのではなく、曜日貸し・時間貸しなど利用を細分化する。地域企業（例：薬局）が地域貢献・広告目的で設備投資を行い、運営を地域プレイヤーが担うといったスポンサー型の役割分担も可能。

コミュニティアセット

空き家を個人資産としてではなく地域全体の資産として捉え、地方創生予算などを活用して「借りて・改修して・運営して・返却する」循環モデルで運用する考え方。

マスターリース

物件全体を一括して借り上げ、転貸・運営することで、オーナーの負担を軽減しつつ活用の自由度を高める手法。

民泊

「泊まる」だけでは差別化できない時代になっており、地域コンセプト・自然・地域文化・面白い人など、宿泊以外の価値を組み合わせることが今後の差別化要因になる。

保険

古民家などの活用では、耐震・火災保険・利用規約・修繕リスクを事前に事業設計へ組み込む必要がある。

リスク管理

- 地中リスク（岩盤、地下水、埋蔵文化財、土壌汚染）は地歴調査で事前に把握する
- 建設費の高騰など悪い数字ほど金融機関へ早く正直に共有する
- 経営者自身が独断で暴走しないよう、異なる立場の役員や金融機関からの客観的視点を仕組みに組み込む

この章で最も重要なポイント

ノウハウはテーマごとに独立しているように見えるが、根底にあるのは「柔軟性」と「早期の情報共有・相談」である。契約もリスク管理も、固定的な正解を当てはめるのではなく、地域・物件・プレイヤーの状況に応じて設計し直す姿勢が実務では求められる。

第9章 重要キーワード辞典

キーワード	意味	実務での役立ち方
面的再生	一棟単位ではなくエリア全体で再生を考える発想	単独物件の採算だけでなく周辺への波及効果を評価軸に加えられる
Show the Flag	建物より先に「地域の未来像（旗）」を掲げること	事業提案時に「何を直すか」ではなく「何を目指すか」から語れる
普遍的集客装置	消費目的ではないのに毎日人が集まる施設（学校・図書館など）	拠点整備時に「人が自然と集まる機能」を組み込む発想に使える
コミュニティアセット	空き家を個人資産ではなく地域全体の資産として活用する考え方	補助金活用時の説明ロジックとして使える
売上歩合契約	固定家賃ではなく売上に応じた賃料設定	新規プレイヤー誘致時のハードルを下げる契約設計に使える

キーワード	意味	実務での役立ち方
プロジェクト ファイナンス	担保ではなく事業そのものの評価に基づく資金調達手法	担保価値の低い物件・事業の資金調達を検討する際の選択肢になる
PFI	民間資金を活用した公共施設整備手法	公共施設案件に関わる際、指定管理との使い分けを検討できる
ローカルIPO	地域企業が出資し、資金と応援者を同時に集める仕組み	地域企業を巻き込んだ資金調達の選択肢として検討できる
地歴	土地の過去の利用履歴	契約前のリスク調査項目として実務チェックリストに組み込む
エリアレノベーション	一定エリアへ集中的に投資し面で変化を起こす手法	複数物件を扱う際、投資先を分散せず集中させる判断根拠になる
ポートフォリオワーク	複数の生業を組み合わせる複業型の働き方	プレイヤー支援の際、単一事業での自立を前提にしない設計ができる

この章で最も重要なポイント

キーワードはそれぞれ独立した専門用語のように見えるが、共通するのは「固定的な正解（一棟だけ、担保だけ、固定家賃だけ）から離れ、柔軟に組み合わせる」という発想である点である。

第10章 佐伯メモ（今後実践したいこと・応用できそうなこと）

建物ではなく「暮らし」「地域」を売るという視点

物件紹介では、築年数・間取り・広さといったスペック説明だけでは弱い。「ここでどんな暮らしができるか」「この地域ならではの魅力」を伝えることを前提とする。伊那谷における空き家紹介・LP制作・クライアント支援でも、建物の説明よりも先に「地域の暮らし」を言語化して提示することを標準の型にしたい。

ロケーション・生活動線まで踏み込んで伝える

学校・公園・スーパー・病院・景色・商店街・人とのつながりまでを商品価値として扱う。特に子育て世帯向けには、通学路の安全性・歩道の有無・信号・車通りといった生活動線まで実際に歩いて確認し、案内に含める。

地域コミュニティの情報も「物件情報」として扱う

お祭り、地域行事、寄付金、自治会費、地区のルールなど、良い面だけでなく生活する上で知っておくべき情報まで含めて事前に伝える。「この地域と付き合っていけるかどうか」という視点を、クライアントへのヒアリングや提案の中に組み込む。

地域へ入る／地域プレイヤーを増やす活動の位置づけを明確にする

地域行事への参加や地域イベント企画など、既に取り組んでいる活動を「小さな実験」「信頼づくりの投資期間」として意識的に位置づける。数字に直結しなくても、地域での信頼構築・キーパーソンとの関係づくりとして継続する価値があると捉え直す。

100年単位の時間軸で自分の事業を捉え直す

短期の売上や集客数だけでなく、「モンスターズライティングとして伊那谷にどんな仕組みを残せるか」という長期の視点を、事業計画や講座設計の判断軸に組み込む。

最後に：STOCK SCHOOL全体を通して最も重要だった考え方

研修全体に共通して流れていたのは、次の一文に集約できる。

空き家は目的ではなく、地域の未来をつくるための「器」である。

建物を直すことは出発点でも到達点でもない。地域を知り、キーパーソンと信頼関係を築き、小さな実験を重ねて需要を検証し、行政・金融機関・地域住民とい

う異なる立場の人たちを同じ方向へ向かせながら、100年先も残る仕組みを育てていく。これがSTOCK SCHOOLが一貫して伝えようとしたメッセージである。

一言で表すなら、STOCK SCHOOLとは「**建物の再生術ではなく、地域と人を編集する実践哲学**」を学ぶ研修だったと言える。