

空き家問題を希望に変える 民泊ビジネスとは？

Enagic株式会社

営業・事業開発責任者
杉原光都



Enagic株式会社

営業・事業開発責任者

杉原 光都 Sugihara Koto

長崎大学工学部卒業、九州大学大学院修了。

新卒でNTT西日本に入社し、DX推進領域にて業務改革・デジタル施策の企画を担当。

その後、物流業界ではPMとしてCRMの要件定義から設計・構築・運用までを一貫してリードし、現場と経営をつなぐシステム導入を推進。また、観光地向けデジタルマップの企画・導入にも携わり、地域観光におけるデジタル活用を実践。

2025年よりEnagic 営業・事業開発責任者 に就任。マーケティングとDXの知見を強みに「成果に繋がる」ホームページ制作・民泊開業支援 / 運営代行事業の設計・推進 を担う。



Mission : 地方を開国せよ。



私たちは、マーケティングを軸にしたWeb制作×地方特化の民泊運営代行/開業支援を主事業とするプロフェッショナル集団です。オーナー様と共に、単なる宿泊施設ではない「価値ある体験」を創造し、長崎に新たな活気をもたらすことを目指します。

マイベストフロ 長崎

ncc長崎文化放送

長崎文化放送運営の
専門家紹介サイトで
ただいま掲載中！

| | |
|-----|-----------------------|
| 会社名 | Enagic 株式会社 |
| 代表者 | 代表取締役 大友拓海 |
| 事業 | Web制作・ 民泊運営代行/開業支援 |
| 資本金 | 100万円 |
| 設立 | 2024年11月18日 |
| 所在地 | 長崎県長崎市油屋町1-1 1F |

3つのサービスを軸に地方企業の営業力強化のための支援を実施しています。

ホームページ制作

Studio.Experts

スタジオエキスパートに加盟しています。

会社サイト

採用サイト

LP

SEO対策

戦略設計

デザイン/実装

マーケティング支援



SNS運用

手紙/チラシ作成

Hubspot構築

セミナー運営支援・代行

オフラインイベント支援

民泊運営・開業支援



Web制作

市場調査

コンセプト設計

Airbnb運営代行

体験コンテンツ開発



株式会社 有明電設様

採用サイト

#企画・構成 #デザイン #構築 #SEO対策 #佐賀県



ひまわりキッズ様

会社ホームページ

#企画・構成 #デザイン #構築 #SEO対策 #長崎県



株式会社IKD様

会社ホームページ

#企画・構成 #デザイン #構築 #長崎県



事業承継カンファレンスLP

LP

#企画・構成 #デザイン #構築 #長崎県



feat.Fix株式会社様

会社ホームページ

#企画・構成 #デザイン #構築 #SEO対策
#神奈川県



株式会社Bottok様

LP

#企画・構成 #デザイン #構築 #福岡県



Enagic株式会社

会社ホームページ

#企画・構成 #デザイン #構築 #SEO対策 #長崎県



有限会社 野口住宅様

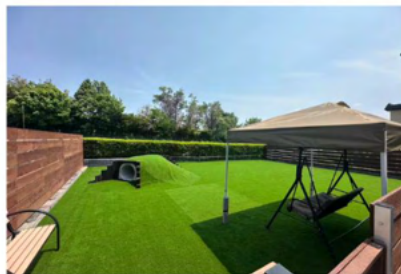
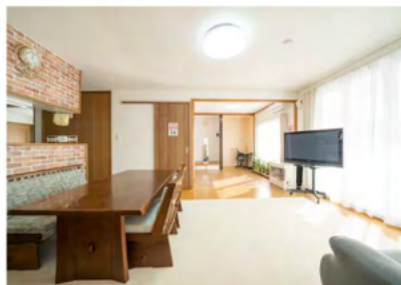
会社ホームページ

#企画・構成 #デザイン #構築 #SEO対策 #長崎県

賃貸だと月4万円の物件を**月47万円**の高収益物件に変革(※直近3ヶ月の最高月収)

【ニセコ観光に最適】地域最大級**100㎡**の裏庭で子供も大満足/清潔で快適な
一棟貸し/ペット可

[↑ シェア](#) [❤ 保存済み](#)



[すべての写真を表示](#)

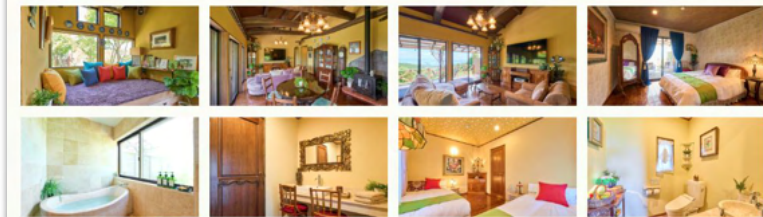
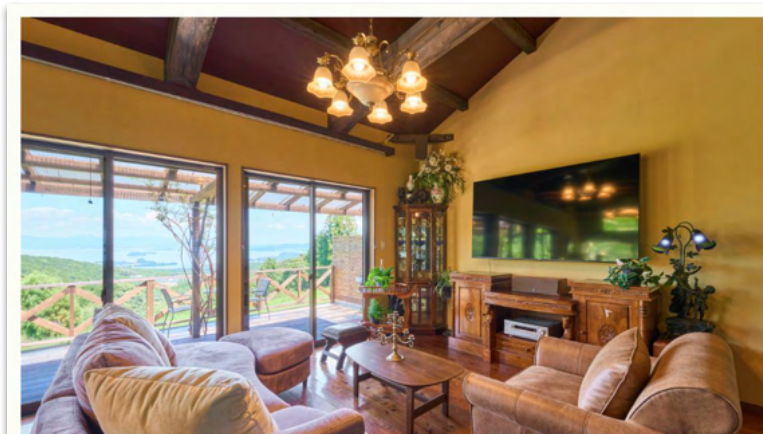
北海道**Sobetsu, Usu District**のまるまる貸切の一軒家
ゲスト8人・寝室3・ベッド2・布団6・バスルーム1

日付を入力すると料金が
表示されます

直営での実績・ノウハウを元に2棟のマーケティング支援・1棟の立ち上げ支援を実施



月40万円の売上



弊社の直営物件（2月稼働予定）※思案橋徒歩5分



弊社の民泊運営代行物件（稼働準備中）※長崎市大谷町



■リビング兼メインワークスペース



■ダイニングスペース



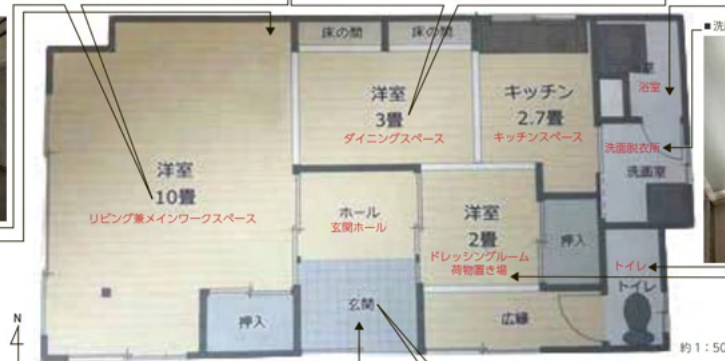
■キッチンスペース



■浴室



■トイレ



■洗面脱衣所



■北側外壁（外観）



■玄関（外観）



■玄関ホール



■ドレッシングルーム荷物置き場



● 内装イメージコンセプト

「カジュアル」「ノスタルジック」「昭和の和」を融合＝【カジユ和ノスタ】

古民家の素朴さをベースにしながら、現代的でカジュアルな家具を取り入れ、懐かしさと居心地の良さが同居する空間、長期滞在したくなる、親しみやすく心地よい和の空間作りを目指します。

● コーディネートの方向性

- ・高級感ではなく、親しみやすさ・暮らしやすさを優先
- ・昔ながらの和の要素を残しつつ、新しいカジュアルさをプラス
- ・長期滞在にも適した「心地よい暮らし」を体感できる空間作り



本日の流れ

1. 長崎の「空き家」問題
2. 民泊とは何か？
3. 民泊の需要/供給動向
4. 地方の「空き家」の可能性
5. 民泊のはじめ方
6. まとめ



1.長崎が抱える「空き家」という課題

長崎県内の**空き家数は113,000戸**(空き家率は17.25%)
また長崎県の空き家率は**全国で12位**

長崎県の空き家の推移

1958年～2023年（住宅・土地統計調査）



※空き家率は総務省統計の総合窓口「住宅・土地統計調査 / 平成30年住宅・土地統計調査 / 時系列統計表」の住宅総数と空き家数のデータを基に弊社独自に作成。

長期にわたる不在の住宅の「**その他空き家**」(349万戸)が20年で約**1.9倍**に増加
一戸建てが7割以上を占め「**一戸建(木造)**」(240万戸)が最も多くなっている。
その中でも「**腐朽・破損あり**」のものは約**101万戸**

【その他空き家のうち腐朽・破損あり等の住宅の推移】



【出典】:住宅・土地統計調査(総務省)

老朽化による倒壊



景観の悪化



放火による火災

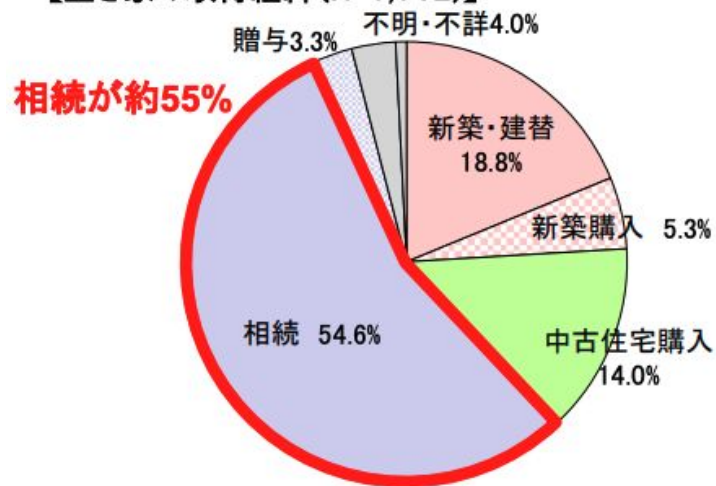


治安悪化



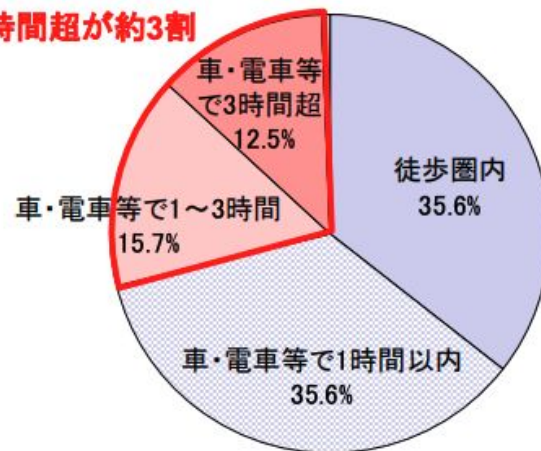
こうした空き家の取得経緯は相続が**55%**
所有者の約3割は遠隔地(車・電車で1時間超)に居住。

【空き家の取得経緯(N=3,912)】



【空き家の所在地と所有者の居住地の関係(N=3,912)】

所要1時間超が約3割



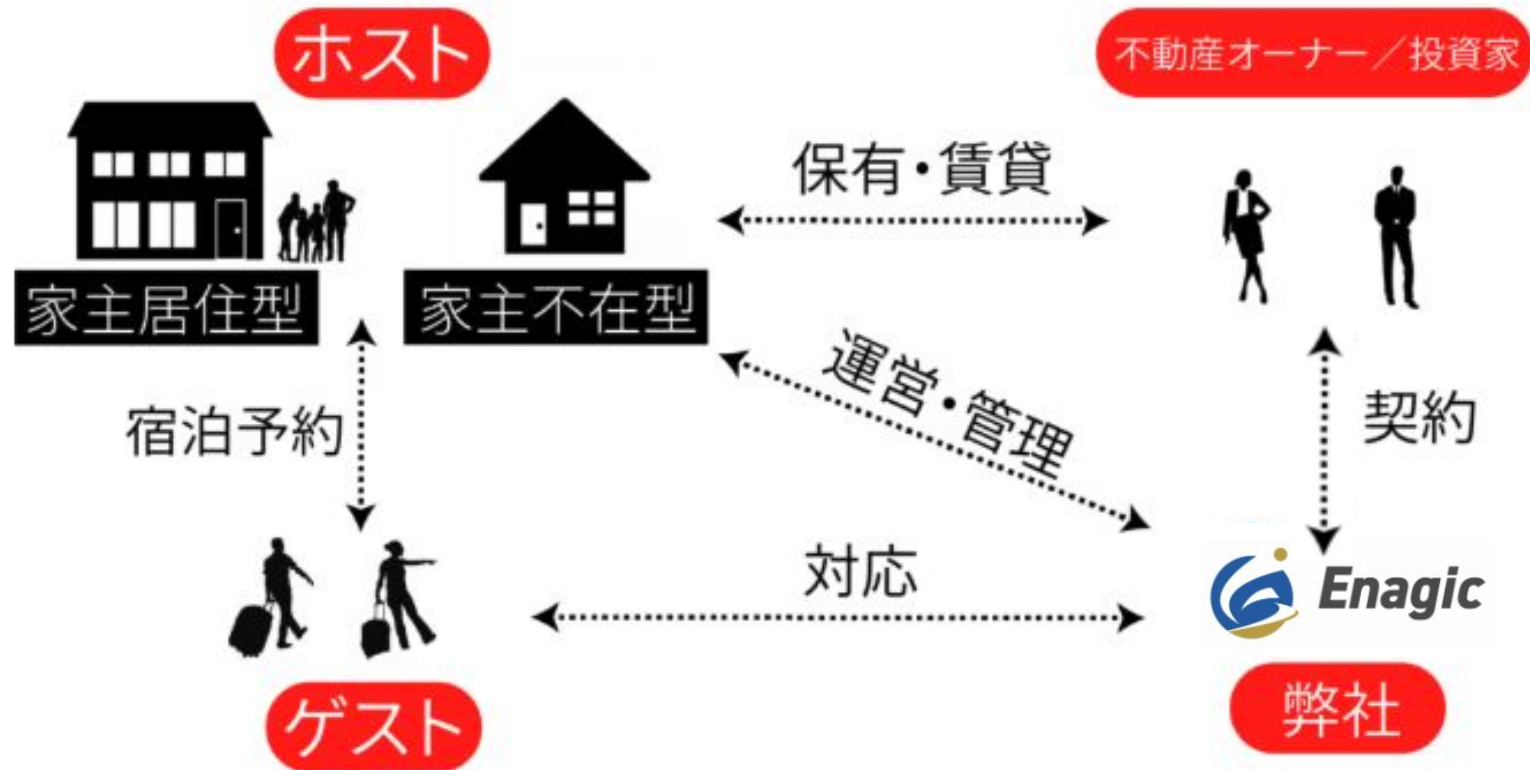
【空き家所有世帯の家計を支える者の年齢(N=3,912)】



所有世帯の家計を支える者の約6割が65歳以上の高齢者

2-1.民泊とは何か？

民泊とは「**宿泊用に提供された個人宅の一部または空き別荘、マンションの空室などに宿泊すること**」。



民泊、民宿、ゲストハウス・・・それぞれの呼び名は便宜上使用される者であり、法令上の**明確な定義は存在しない**。

| 区分 | 住宅宿泊事業（民泊新法） | 旅館業 |
|---------|----------------------------------|------------------------------|
| 法律の根拠 | 住宅宿泊事業法 | 旅館業法 |
| 対象となる施設 | 自己の居住する住宅の一部を宿泊用に提供する施設 | <u>ホテル、旅館、簡易宿所（ゲストハウスなど）</u> |
| 手続き | 届出制（難易度低） | 許可制（難易度高） |
| 営業日数の制限 | <u>年間180日以内（自治体によっては更なる制限あり）</u> | 制限なし |
| 用途地域の制限 | 工業専用地域を除く | 一定の地域（用途地域）に限られる |
| 消防法 | 適用される（大幅な緩和措置あり） | 適用される |
| 衛生・設備基準 | 比較的緩和 | 厳格 |

一般的な「民泊」はこの民泊新法による届出が多い

- ・住居専用地域で営業可能
- ・初期投資が抑えられる

2-3.民泊の他社実例(長崎市内)

マンション・アパートの一室でも民泊を開業可能。



2-3.民泊の他社実例(長崎市内)

斜面地における一戸建て住宅・古民家活用も多くみられる。

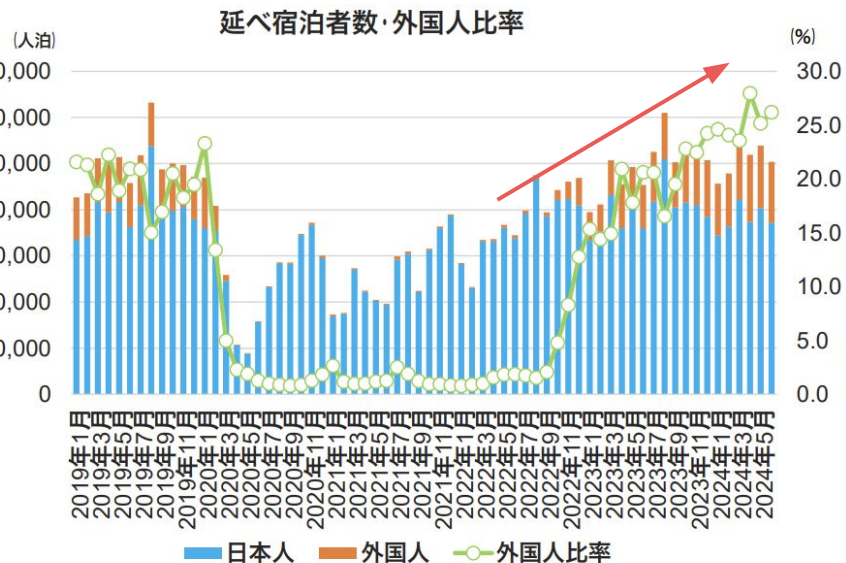
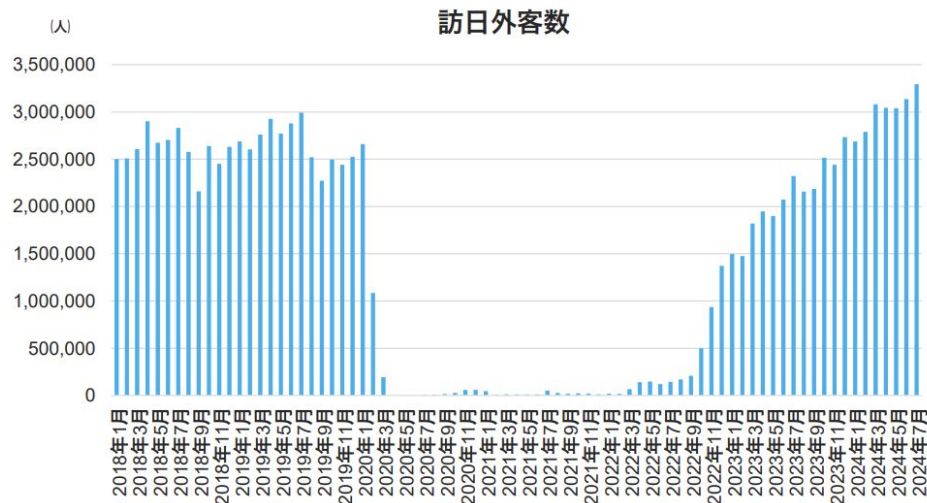


すべての写真を表示

3-1.民泊の需要動向①

訪日外客数はコロナ前水準を超過し、日本政府は**2030年までに訪日外国人旅行者数6000万人、訪日外国人旅行消費額15兆円**を改めて目指すことを明示。

今後もインバウンド需要は底堅く推移していくことが想定される。



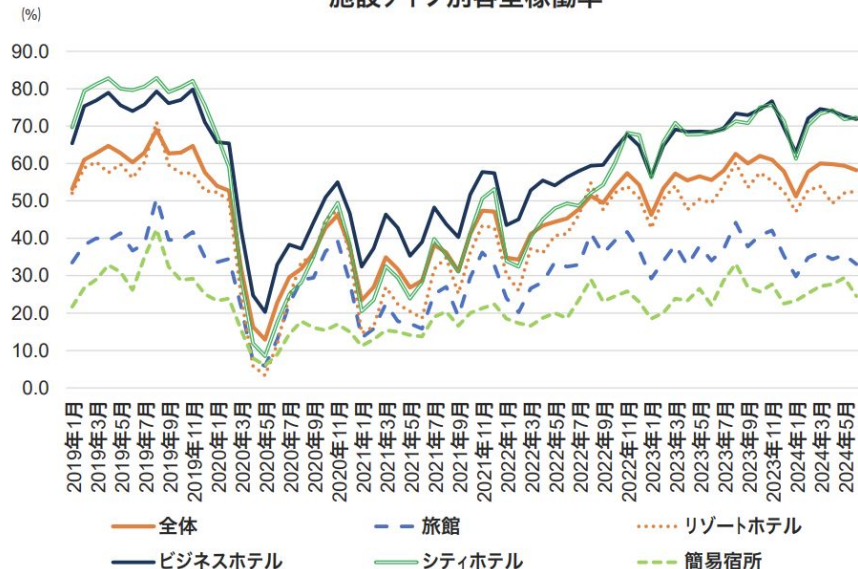
出所：日本政府観光局（JNTO）統計データ（訪日外国人）をもとに価値総合研究所作成
注：国籍に基づく法務省集計による外国人正規入国者から、日本を主たる居住国とする永住者等の外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者のこと。
駐在員やその家族、留学生等の入国者・再入国者は訪日外客に含まれる。なお、乗員上陸数は含まれない。

出所：国土交通省観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに価値総合研究所作成
注：宿泊施設タイプ不詳、居住地不詳を含む。

3-1.民泊の需要動向②

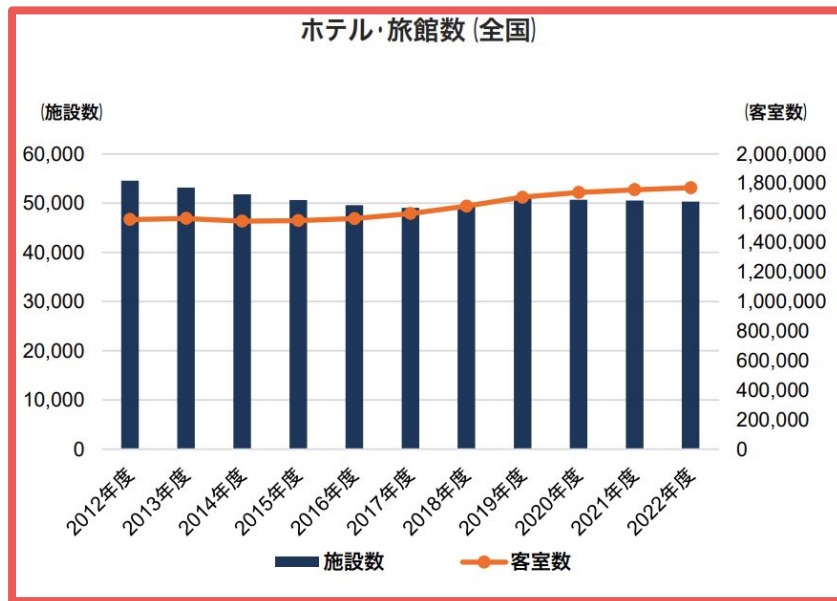
民泊は既存ストック(居住用不動産)を活用し、管理に係る人手を抑えて運営できる宿泊施設であるため、宿泊需要の取り込みに寄与する可能性がある。

施設タイプ別客室稼働率



出所:国土交通省観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに価値総合研究所作成
注1:2010年4月-6月期調査より、調査対象に従業者数9人以下の宿泊施設に拡充している。
注2:2024年6月は速報値。

ホテル・旅館数(全国)

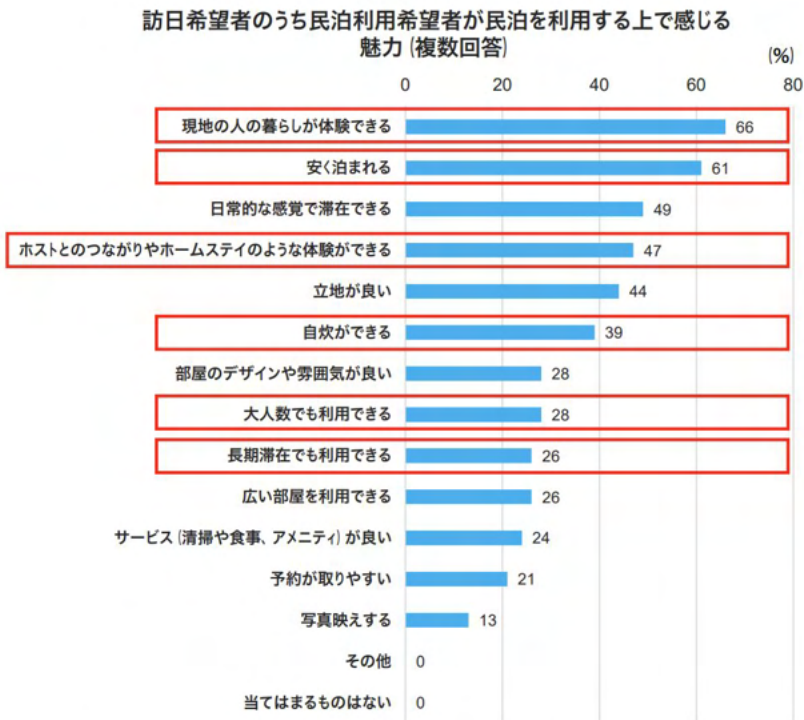
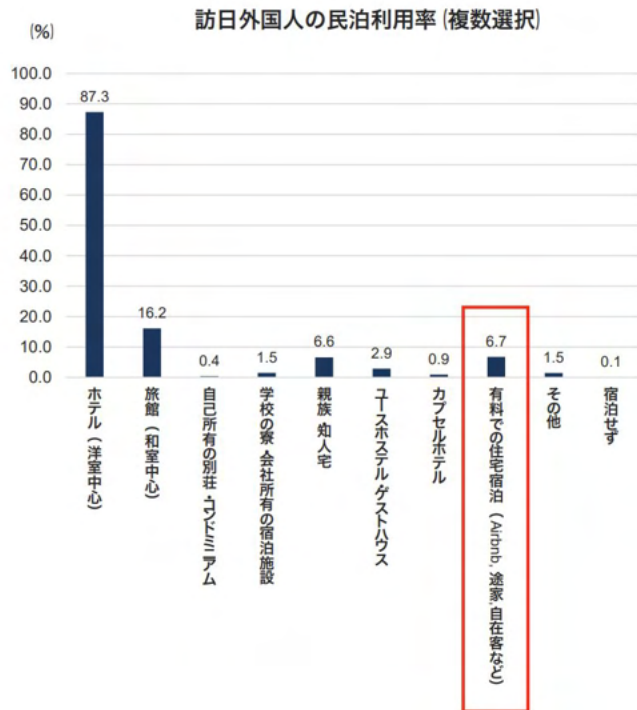


出所:厚生労働省「衛生行政報告例」をもとに価値総合研究所作成

ホテル/旅館の施設数は増加していないため、供給量が不足していることがわかります。

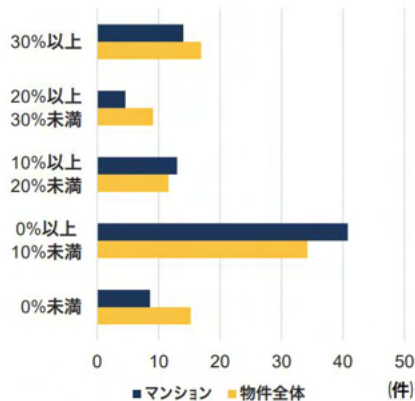
3-1.民泊の需要動向③

調査結果から、「**現地の人の暮らしが体験できる**」「**大人数でも利用できる**」という理由で7%の訪日外国人が宿泊先として民泊を選択。



民泊物件には利益率にばらつきがあり、**約40%の物件が事業廃止**に至る。
→稼働率は向上余地があるため、収益性に課題があると想定

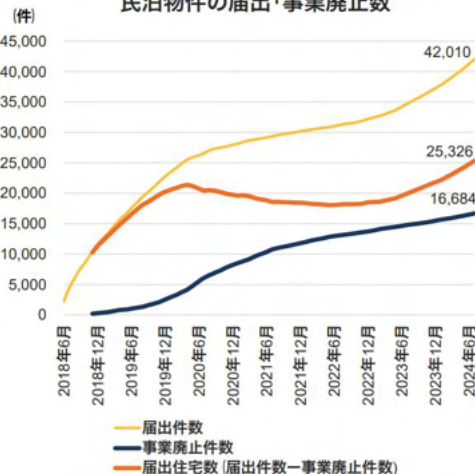
民泊物件の利益率



出所:国土交通省観光庁「住宅宿泊事業の実態調査
(2022年3月)」をもとに価値総合研究所作成

- 利益率が高い物件と低い物件が入り混じる
→ 利益率にばらつき

民泊物件の届出・事業廃止数



出所:国土交通省観光庁「住宅宿泊事業法に基づく届出
及び登録の状況」をもとに価値総合研究所作成

- 約4万2千件の届出のうち、1万7千件弱 (4割程度) が事業廃止
→ 運営の質にばらつき

民泊供給量 (東京) と民泊需要量 (東京)
[延べ宿泊者ベース]



出所:国土交通省観光庁「宿泊旅行統計調査」「住宅宿泊事業法に基づく届出及び登録の状況」をもとに価値総合研究所作成 (一部推計含む)

注1:「住宅宿泊事業法に基づく届出及び登録の状況」は毎年
の平均値をストック量と定義し使用した。

注2:民泊活用日数を上限の180日としている

- 民泊登録物件は規制上限日数に近似した水準で活用されていない状況
→ 民泊としての稼働率には向上余地

個人・小規模～大規模事業者が混在しており、運営の質にばらつきがある可能性

- ・地方、特に田舎の物件は賃貸需要が低い→安く買える
- ・観光地への旅行需要は高い→高く売れる

世の中の需要と供給の矛盾を突いたビジネス

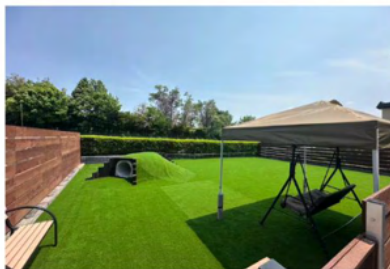
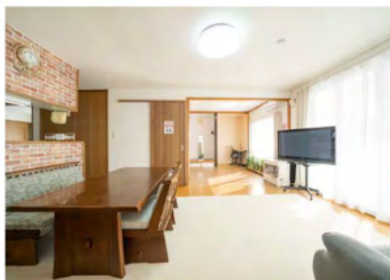
- ✓駅から遠い
 - ・賃貸:家賃は下がりやすい
 - ・民泊:豊かな自然を体験できる
- ✓建物が古い
 - ・賃貸:維持費が高くて、設備が古い
 - ・民泊:昔ながらの原風景を感じられる古民家
- ✓ユニットバス
 - ・賃貸:お風呂とトイレは別の方がいい
 - ・民泊:お風呂文化がない海外旅行者はバスタブ不要



弊社が直営で運営している北海道ニセコ近くの物件は賃貸で出せば家賃4万円のごく一般的な地方の戸建て。

【ニセコ観光に最適】 地域最大級100㎡の裏庭で子供も大満足/清潔で快適な一棟貸し/ペット可

 [シェア](#)  [保存済み](#)



 [すべての写真を表示](#)

北海道Sobetsu, Usu Districtのまるまる貸切の一軒家
ゲスト8人・寝室3・ベッド2・布団6・バスルーム1

日付を入力すると料金が

北海道で運営する物件のリアルな収支実績

 年間売上

3,229,270円 ²⁾

OTA手数料控除後の受取額

 年間経費

717,658円

清掃費、光熱水道費、通信費、消耗品費
など ²⁾

 年間営業利益

2,511,612円 ²⁾

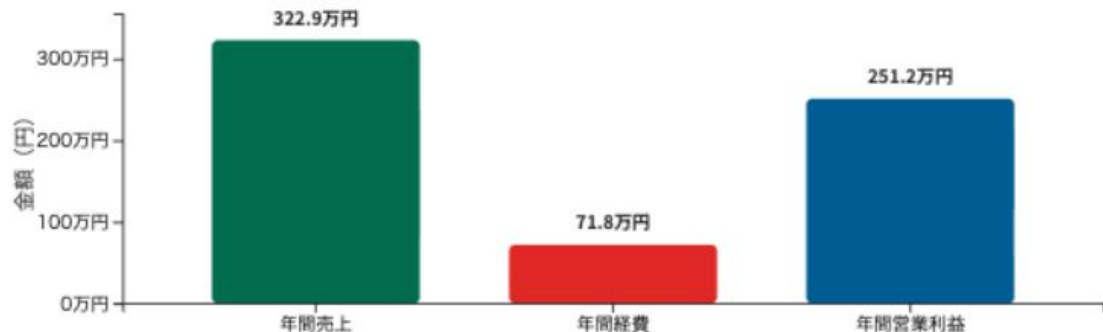
総売上に対する豊富な利益

 実質利回り

27%

一般の賃貸物件の利回りは3%~5% ²⁾

収支構成分析



成功の要因

- 🎯 ニッチなターゲット設定：特定の客層を対象にした高度なセグメント化
- 🕒 データに基づく価格戦略：季節別、曜日別、時間別の最適化
- 🤝 OTAとの協力：プロフェッショナルな販売ページと予約管理
- 😊 ゲスト体験の最適化：レビューを活用したホステlryの確立

庭に人工芝を敷き、ドッグランとすることで他物件と差別化

初期費用：1250万円～

- ・ 物件の購入費 (800万円～)
- ・ 改装費 (300万円～)
- ・ 許認可申請費 (20万円～)
- ・ 開業支援費 (50万円～)
- ・ 家具の購入費 (50万円～)
- ・ 消耗品購入費 (3万～)
- ・ 消防設備費 (30万円～)

1-2月や7-8月が特に宿泊数が多い傾向。

| 月別 | 受取金額 | 予約泊数 | 予約組数 | 平均宿泊日数 | 清掃費用 | 電気 | 水道 | 灯油 | Wi-Fi | 備品購入 | 1泊単価 | 返済金額 | 営業利益 |
|---------|-----------|------|------|--------|---------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|---------|-----------|
| 2024/05 | 433,214 | 8 | 5.0 | 1.6 | 30,000 | 8,000 | 4,000 | | 4,800 | 3,000 | 54,152 | 50,000 | 383,414 |
| 2024/06 | 118,437 | 4 | 4.0 | 1 | 24,000 | 8,000 | 4,000 | | 4,800 | 3,000 | 29,609 | 50,000 | 74,637 |
| 2024/07 | 356,475 | 14 | 8.8 | 1.6 | 52,500 | 8,000 | 4,000 | | 4,800 | 3,000 | 25,463 | 50,000 | 284,175 |
| 2024/08 | 468,279 | 15 | 10.7 | 1.4 | 64,286 | 8,000 | 4,000 | | 4,800 | 3,000 | 31,219 | 50,000 | 384,193 |
| 2024/09 | 156,267 | 6 | 5.0 | 1.2 | 30,000 | 8,000 | 4,000 | | 4,800 | 3,000 | 26,045 | 50,000 | 106,467 |
| 2024/10 | 160,050 | 6 | 6.0 | 1 | 36,000 | 8,000 | 4,000 | | 4,800 | 3,000 | 26,675 | 50,000 | 104,250 |
| 2024/11 | 120,474 | 5 | 2.9 | 1.7 | 17,647 | 8,000 | 4,000 | 20,000 | 4,800 | 3,000 | 24,095 | 50,000 | 63,027 |
| 2024/12 | 263,394 | 12 | 5.0 | 2.4 | 30,000 | 8,000 | 4,000 | 20,000 | 4,800 | 3,000 | 21,950 | 50,000 | 193,594 |
| 2025/01 | 374,682 | 26 | 4.0 | 6.5 | 24,000 | 8,000 | 4,000 | 20,000 | 4,800 | 3,000 | 14,411 | 50,000 | 310,882 |
| 2025/02 | 467,792 | 19 | 5.9 | 3.2 | 35,625 | 8,000 | 4,000 | 20,000 | 4,800 | 3,000 | 24,621 | 50,000 | 392,367 |
| 2025/03 | 200,790 | 6 | 4.0 | 1.5 | 24,000 | 8,000 | 4,000 | 10,000 | 4,800 | 3,000 | 33,465 | 50,000 | 146,990 |
| 2025/04 | 109,416 | 4 | 2.0 | 2 | 12,000 | 8,000 | 4,000 | 10,000 | 4,800 | 3,000 | 27,354 | 50,000 | 67,616 |
| 合計 | 3,229,270 | 125 | 63.3 | 2.1 | 380,058 | 96,000 | 48,000 | 100,000 | 57,600 | 36,000 | 28,255 | 600,000 | 2,511,612 |

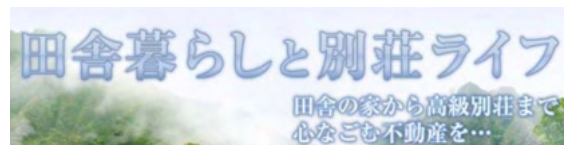
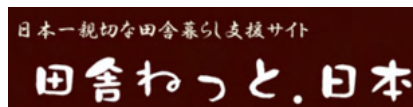
雪国なので、灯油代が別途必要

物件探し～開業までの流れ

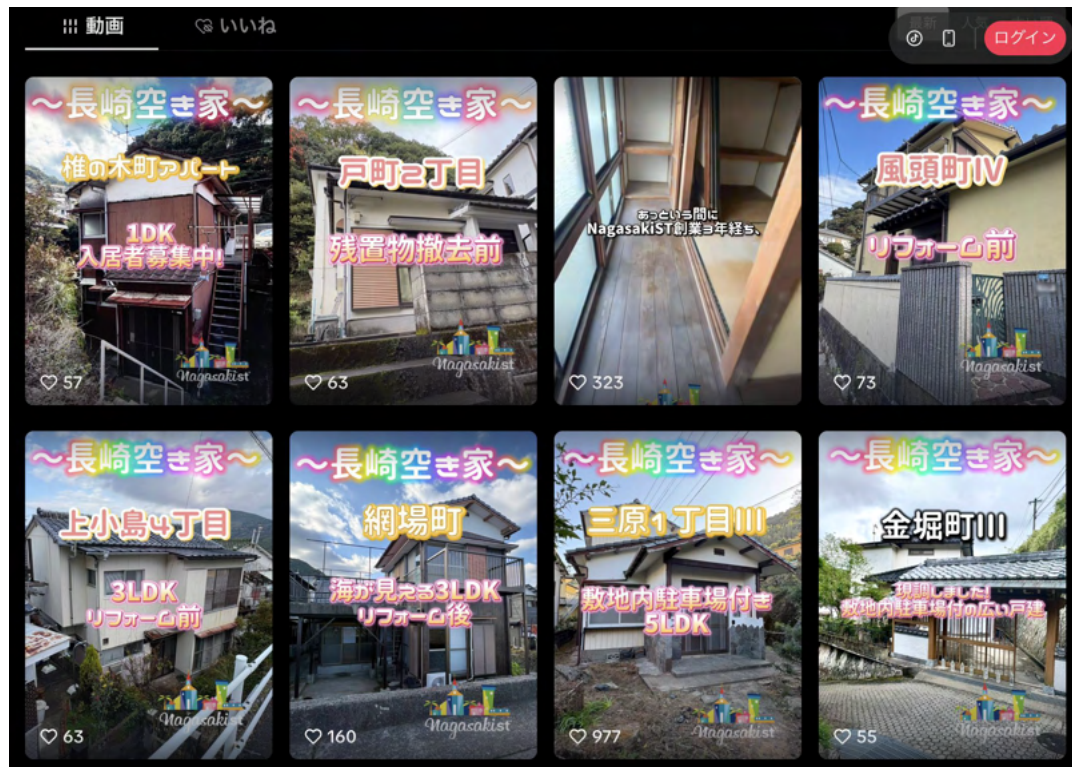
1. 見つける
2. 買う/賃貸借契約の締結
3. コンセプトを決める
4. リフォームする
5. 申請
6. 旅行予約サイトに登録
7. 民泊運営



5-2. 見つける: 不動産ポータルサイトから探す



- ・ 空き家再生している企業へ問い合わせ
- ・ 法務局で登記簿を調べる



用途地域によって最適な申請方法が変わる:

- 都市部
→ 民泊新法(180日制限)
- 田舎や郊外
→ 旅館業法(365日営業可)

<ホテル・旅館業の営業が**できる**用途地域>

- ・第一種住居地域 ※3,000㎡以下
- ・第二種住居地域
- ・準住居地域
- ・近隣商業地域
- ・商業地域

<ホテル・旅館業の営業が**できない**用途地域>

- ・第一種低層住居専用地域
- ・第二種低層住居専用地域
- ・第一種中高層住居専用地域
- ・第二種中高層住居専用地域
- ・工業地域

※市街化調整区域の場合、原則旅館業の営業はできません。



「ペット連れ」をターゲットにしたSNS発信を行うことで自社サイトからも流入



北海道の物件のinstagram

「ペット連れ」をターゲットにしたSNS発信を行うことで自社サイトからも流入



超激戦区、東京での成功事例：日本らしさを前面に



超激戦区、東京での成功事例：遊べる滑り台・ボルダリング



大阪での成功事例：大人数で遊べるをコンセプトに



名古屋での成功事例：ワーケーション（リモートワーカーがターゲット）

名古屋 デジタルノマドワークベース オフィス付き

↑ シェア ♡ 保存



愛知県名古屋市のまるまる貸切のアパート・マンション
 ゲスト4人・ベッド3・バスルーム1
 ★4.85・レビュー41件

日付を入力すると料金が
表示されます

博多での成功事例：大人数で貸切＋交通アクセスの良さ

【2021年新オープン】福岡最大のラグジュアリーサイズ/最大16名/大画面/祇園駅1分

シェア 保存



福岡県福岡・博多区のまるまる貸切のコンドミニアム

16名以上のゲスト・寝室3・ベッド8・バスルーム2

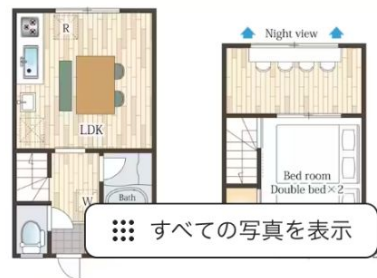
★4.9・レビュー187件

日付を入力すると料金が
表示されます

長崎市三景台にある物件:眺望を前面に出したコンセプト

【世界三大夜景を独占】 長崎夜景を一望 | 無料P・1DK/5名

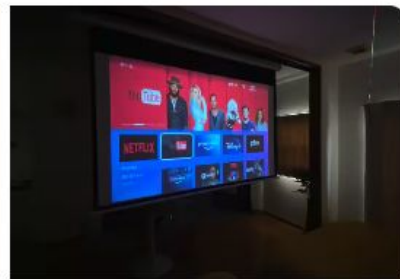
[シェア](#) [保存](#)



長崎市 思案橋の物件：屋上からの景観とプロジェクター

NEW 【思案橋徒歩3分】 カップル、女子会に！観光便利！屋上&プロジェクター付

[シェア](#) [保存済み](#)



長崎県長崎市のまるまる貸切のアパート・マンション
ゲスト5人・ベッド2・布団2・バスルーム1

日付を入力すると料金が
表示されます

①地方の産業は観光業が「鍵」
民泊は老後でも事業はできる
→自分の別荘としても持てる

②民泊は不動産事業ではなく、
サービス事業です。
How（どのように？）よりも
Who（だれに？）×What（何を？）
届けるのかというコンセプトで決まる

Appendix

| 分析項目 | データ・考察 |
|----------------|--|
| 旅行形態 (同行者) | 国内宿泊観光客のうち、 <u>「夫婦・カップル」が30.6%、「友人」が16.1%</u> を占め、合計で約半数（46.7%）が2人旅または少人数グループであり、最大のボリュームゾーンを形成。 |
| 国籍別内訳 (外国人) | 外国人宿泊客の上位は <u>台湾(20.2%)、韓国(19.6%)、香港(8.4%)</u> 。これらの地域からの旅行者はカップルや友人同士のFIT（個人旅行）が多い傾向。 |
| 平均宿泊日数 | 全体の平均宿泊日数は <u>1.62泊</u> 。週末を利用した2～3泊の滞在が主流と推測され、本物件のターゲットと合致。 |
| 季節変動 | 観光客数は <u>8月、10月、11月</u> にピークを迎える。特に気候の良い春・秋に旅行需要が高まる傾向があり、情緒ある体験を求める層と親和性が高い。 |



Enagic株式会社

問い合わせアドレス: takumi.ohmoto@enagic-inc.co.jp

〒850-0832 長崎県長崎市油屋町1-1 1F