

京町家を取り巻く環境の変容に関するヒアリング結果（主な意見）

1 調査概要

- (1) 調査方法：3 個人（所有者、学識者）、5 事業者（不動産事業者、設計・施工事業者等）、8 団体（職能団体、市民活動団体等）にヒアリング調査を実施
- (2) 実施主体：京都市、公益財団法人京都市景観・まちづくりセンター
- (3) 実施時期：令和 6 年 1 0 月～令和 7 年 1 月

2 不動産流通市場の近況

①顧客ニーズ

- ・ 京都や京町家のブランド化により、京都に物件を保有する憧れがある。
- ・ 顧客が求める立地エリアが狭まっている傾向にあり、都心部（例えば、概ね北は今出川通、南は京都駅、東は東山、西は堀川通や千本通辺りの範囲）に人気が集中し、都心部から離れたエリアは需要が少ない。
- ・ 活用用途は、店舗兼住宅、セカンドハウス、新たに京都進出する店舗、ゲストハウスなどが増えている。
- ・ 事業用は賃貸が多く、購入は少ない。事業形態は宿泊、飲食が多く、オフィスも増えている。
- ・ 京町家のシェアオフィスは、一般的な京町家の需要とは異なるエリアにおいても需要が高い。
- ・ 路地奥の京町家や小規模の京町家はセカンドハウスとしての需要が高い。

②不動産価格の上昇

- ・ 都心部は、セカンドハウス、ゲストハウス、投資目的、節税対策を目的とする取引等により取引価格が高騰し、一般居住用としての取引は減少している。
- ・ 京町家のブランド化により価格が上昇している側面もある。
- ・ コロナ禍以前は、物件を最も高値で買うのはホテル事業者だったが、近頃はマンション事業者がホテル事業者の 1.5 倍程の価格を付けることもある。
- ・ マンション用地の買取価格が高騰しており、競争入札でマンション用地と競合すると、京町家を残すことを前提とした価格では勝負にならない。
- ・ 宿泊施設はリターンが大きいいため高くても買い手が見つかることから、同じエリアや面積でも、居住用と宿泊施設では価格が大きく異なり、京町家の取引価格が二重価格になっている。

③不動産流通や活用の動向

- ・ 大型町家は改修費が高額となるなど、活用につながりにくく、売却・解体されるケースが多い。また、敷地が広く、マンション用地に適するため、解体前提で高額取引される。
- ・ マンション用地としては 100 坪（330 m²）程度の規模が必要だが、例えば、20～30 坪の京町家を安く取得し、小規模な「タネ地」をいくつかまとめて 100 坪程にし、マンションデベロッパー等に売る流れが増加している。
- ・ 新規参入事業者が増えたことに加え、京町家物件が市場に出回らないため、京町家の取扱いが減っている。

- ・ 京町家を残すために、手間暇がかかるコンサルティングをするより、売却した方が簡単に収益を得られることも、京町家が残らない一つの要因となっている。
- ・ 人気や利回りがあり、減価償却もできる物件は京町家以外には少ない。節税対策としては、土地が安く、建物比率が高い路地奥の物件が最も条件がよい。

3 ステークホルダー（利害関係者）

(1) 所有者・使用者の傾向

現所有者・使用者	①所有者に関する所感 ・ 現在まで京町家を維持・保有している人は、保全・継承の意識が高い。 ・ 京町家を維持することを次世代に強要することはできないと考えている。 ・ 不動産流通に関する事業経験不足や不動産事業者への不信感等から利活用を敬遠する傾向がある。 ・ 地価の高騰により、固定資産税や相続税等が上がり、負担感が高まっている。 ②維持管理 ・ 所有者が修繕維持費を負担できず、管理不全となる場合が多い。賃貸の場合、賃借人から求めがあった際に所有者が応じることができずトラブルになるケースもある。 ・ 不動産取引の経験がない方が京町家を相続・所有した場合、活用等の検討がなされないまま放置し、結果的に、適切に維持管理されず朽ちさせてしまうケースも多い。 ③相続問題 ・ 相続税の負担や相続人が複数いる場合に意向の違いを乗り越えることができずに売却してしまうケースが多い。 ・ これまで相続登記ができていなかった場合、相続時にはじめて、これまで認識していなかった権利者が判明するなどの問題が露見する。 ・ 団塊の世代から相続に関する相談が増えている。 ・ 相続の際に、京町家として保全した方が資産活用により有利と思わせることができれば、保全につながる。
新所有者・使用者	① 所有者の属性の変化 ・ 外国人(アジア・アメリカ等)や国内（東京等）の富裕層がセカンドハウス等として購入するケースが増加している。 ・ 富裕層の京町家オーナーは、複数件購入するケースが多い。 ・ 海外の投資家を使い投資するなど実態が見えない外国資本も見受けられる。 ・ 購入者の属性は、以前は京都在住が多くを占めていたが、近年はそれ以外が多くなっている（例えば、以前は京都在住 7 割：その他 3 割であったが、近年は京都在住 2 割：その他 8 割と逆転）。

	②新所有者等の意識・動向 ・ セカンドハウス、節税対策（減価償却）、転売などの目的の購入が多い。 ・ 外国人の中には、事業計画ありきの購入ではなく、目ぼしい物件があればとりあえず購入し、その後、事業計画を立てるといったスピード感で動いている人も多い。また、相応の費用をかけて改修し、将来的には売却する可能性も高い。 ・ 他都市や海外など京町家への理解度が低い施主の場合、京町家らしさを失う改修を要望することも多い。 ・ 企業においては、社会貢献、インバウンド向けサービスの展開、海外からの人材獲得などが、京町家を選ぶ理由になる。
--	---

(2) 事業者の状況

不動産事業者	①新規参入 ・ 外国人のほか、建築士など異業種からの参入なども増えている。 ・ 転売を主な生業として行っている若手の業者が増えている。 ②事業内容 ・ 郊外、狭小土地は地元事業者、市内中心部やマンション用地は大手事業者が市場で強い。 ・ 仲介等は大手不動産会社が強く、新規参入事業者の場合、参入できるのは買取中心となる。 ・ 最近では、大手仲介業者も買取を始めており、京町家を取り扱う層が変わってきている。
設計・建設事業者	①事業内容 ・ コンプライアンス意識の高い大手事業者は、社内規定により、建築基準法における検査済証のない物件（適法性の確認がないもの）については、リノベーション程度の改修であっても取り扱わない。 ②人材 ・ 人材を募集しても若い人が応募してこない。 ・ 宮大工や現場監督の志望者は多いが、町場の大工や左官、板金などの職人の志望者は少なく、特に大工は人手不足で全体的に多忙な状況となっている。 ・ 社会保険等を考慮し、会社組織に属することを希望する大工も多い。 ③技術伝承 ・ 京町家の仕事が少なくなった状況では、技術の継承は困難である。 ・ 左官などは、高い技術を有するが仕事自体がない。