



空き家を身近な存在へ

上口鈴奈・山本みこと

1

私たちは、昨年度学校の総合的な学習の時間に、探求飛騨という取り組みをおこなってきました。そこで、私たちは「空き家を身近な存在へ」というテーマで、高山市の空き家について調査・研究をしてきました。そして、高山市には多くの空き家があるにもかかわらず、あまり活用されていないことが分かりました。この現状を解決するための対策を調べていると、空き家活用コンテストが開催されていることを知り、参加することにしました。

空き家の魅力

昔ながらの温かみがある！

・視覚的温かさ

→基本的にすべて木材でつくられているため木の温かさ

・触覚的温かさ

→昔の職人の知恵がつまっている。

(夏は涼しく、冬は温かく)

2

そこでまず、空き家の魅力について考えてみました。

空き家の魅力は“昔ながらの暖かみがある”ということだと思います。まず、視覚的な温かさとして、木材が家のいたるところに使われているので、自然の温かさを感じることができます。また、触覚的な温かさとしては、夏は涼しく、冬は温かく感じられるような家の構造や、釘を使わない“木組み”という工法を間近で見られるなど、職人の知恵がたくさん詰まった建物を自分の目で細部まで見ることができます。

動機

高山祭りや景観だけでなく、実際に“使える”飛騨家具と飛騨の工芸品(高山の使える文化)をもっと知ってもらいたいから

3

空き家の活用方法を考えるにあたり、高山祭りや高山の景観だけでなく、実際に“使える”飛騨家具と飛騨の工芸品をもっと知ってもらいたいと考えました。



『HIDA Craft Café』 ～使える文化を伝えるカフェ～

4

そこで、わたしたちは、『HIDA Craft Café』～使える文化を伝えるカフェ～を提案したいと思います。



対象物件：大新町の家

対象者：観光客

5

対象の物件は、おおしんまちの家で、対象者は、観光客です。



概要

高山の古い町並みを散策している途中に気軽に立ち寄れて、飛騨の伝統工芸と飛騨家具の魅力や利便性を知ってもらえる場所を造るための提案

6

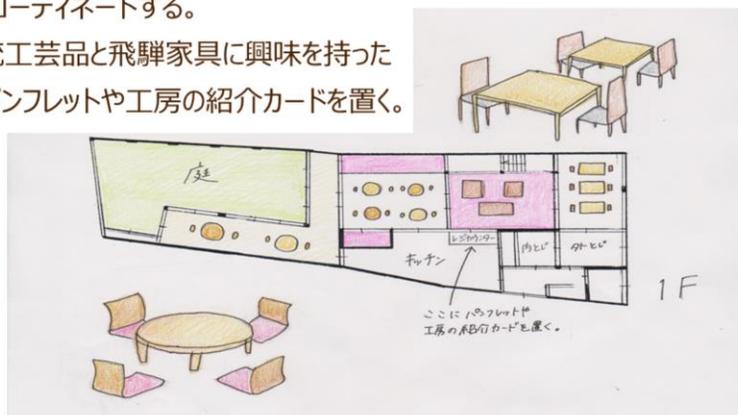
この提案は、高山の古い町並みを散策している途中に気軽に立ち寄れて、飛騨の伝統工芸と飛騨家具の魅力や利便性を知ってもらえる場所を造るための提案です。

1Fはカフェ

※メニューには、普通のカフェメニューの他に、みたらしだんごや飛騨牛串などの飛騨らしい物をいれる。

※部屋に合わせて、飛騨家具、一位一刀彫り、飛騨春慶、さしこ、さるぼぼ、焼き物などをトータルコーディネートする。

※飛騨の伝統工芸品と飛騨家具に興味を持った人のために、パンフレットや工房の紹介カードを置く。



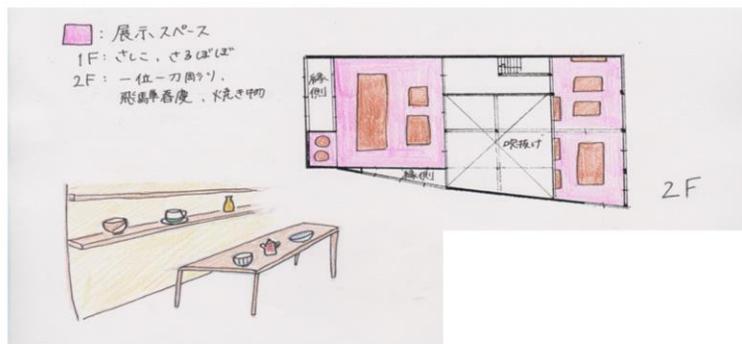
まず、1階は主にカフェスペースとして利用します。カフェのメニューとしては、みたらし団子や飛騨牛串などの飛騨らしい物を提供します。また、飛騨家具や伝統工芸品を実際に使ってその良さを感じてもらうために、いすやテーブル、食器などに使用します。レジカウンターには、興味を持った人に向けて、パンフレットや工房の紹介カードを置きます。

2Fはショールーム

※飛騨家具に触れるきっかけとして設置する。

※飛騨家具、一位一刀彫り、飛騨春慶、さしこ、さるぼぼ、焼き物などを展示する

※家具職人や陶芸家を招いて、作品の説明をもらう。



8

2階はショールームとして、利用します。飛騨家具、一位一刀彫り、飛騨春慶、刺し子、さるぼぼ、焼き物などを、近くで見られるように展示を行います。

ポイント1

飛騨の家具や伝統工芸品を一度にみられる

- ☆実際に使ってみることができる。
- ☆気に入った物を購入できる。
- ☆家具や工芸品に触れるきっかけとなる。「お土産」ではなく、「実生活で使える物なんだ！」という意識を持ってほしい。

9

この提案のポイントは3つあります。1つ目は、飛騨の家具や、伝統工芸品を一度に見られるということです。ネットで調べて、いいなと思っても工房や専門店に行って購入するのはなかなか勇気がいります。そこで、一度に見られて実際に使うこともできるような場所をもうけることにより、少しでも興味がある人が立ち寄りやすく、深く知るための入り口となることができます。

ポイント2 気軽に立ち寄れる

- ☆ ショールームという敷居が高いが、カフェなら、年齢層や国籍問わず、誰もが利用しやすい。
- ☆ 既存の建物の外観や内装を生かした古民家カフェにして、入りやすい雰囲気を作り、家具や焼き物などに触れてもらう。

10

2つ目は、気軽に立ち寄れるということです。元々あまり興味がない人や、なじみがない人でも、ショールームとカフェを併設することにより、カフェなら入ってみようかと思えば、そこで飛騨家具や、伝統工芸品に興味を持ってもらえれば、新たなファンも獲得することができます。

ポイント3

古民家特有の雰囲気を利用して集客

- ☆高山らしい雰囲気の中（家）で、高山で作られたもの（家具・食器）で、高山でとれたもの（食べ物）を食べるといった感覚を味わってもらう。
- ☆食べ物だけでなく、雰囲気も一緒にインスタ映えをねらって、高山の家具などの魅力を伝えてもらう。

11

3つ目は、古民家特有の雰囲気を利用して、集客できるということです。高山の物に囲まれた中で高山ならではの物に触れることができるので、ここでしか味わえない雰囲気を感じてもらうことができます。また、今古民家カフェが話題となっているので、そのなみにのり、SNSなどを利用して、集客、拡散をして、高山の魅力をカフェに訪れた人にも発信してもらえることを期待します。

資金

- ・作品、商品をもっと知ってもらいたい作家さんや業者の方からの出展料
- ・カフェからの収入

12

運営資金は、作品、商品を広めたい作家さんや、企業の方などからの出展料と、カフェの収入などを活用できないかと考えています。



実現性

出展作品，家具，カフェのメニューなどは、既存のものである
→資金や労働力さえあれば、すぐにオープンできる

13

また、出展作品，家具，カフェのメニューなどは既存の物であるので、資金や労働力さえあれば、いつでもオープンすることができます。

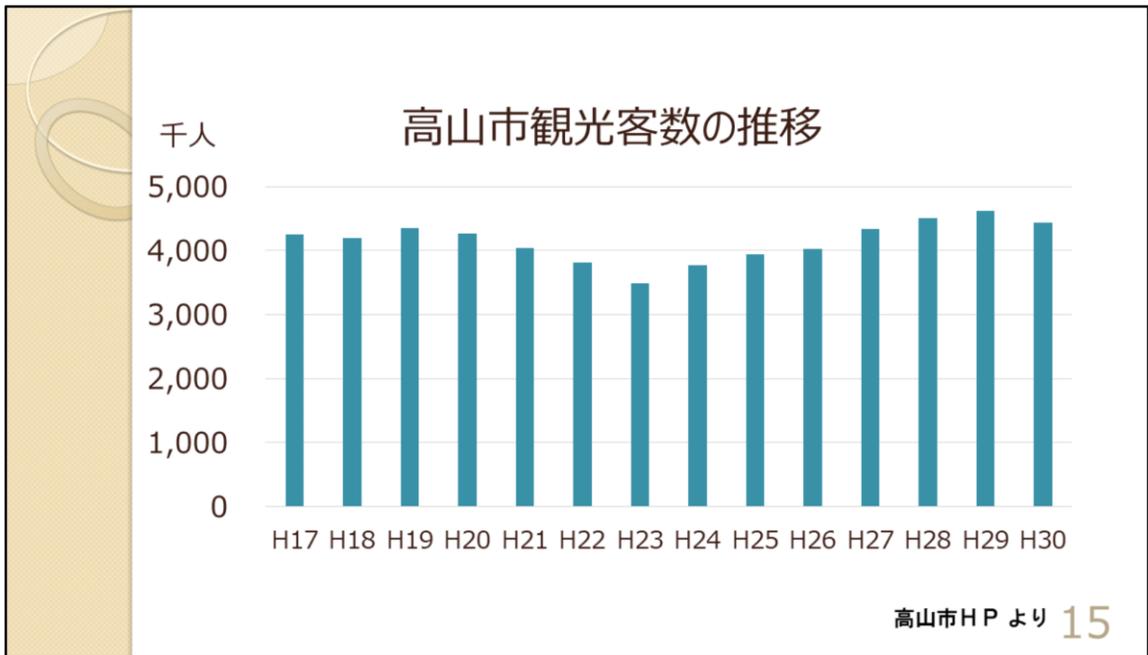


継続性

1, 観光客がいなくなることは考えにくい

14

持続性としては、まず、この提案の対象である観光客がいなくなることは考えにくい
ということがあります。



このグラフからも分かるように、高山市の観光客はここ15年を比較しても大きな減少はみられません。今回のような新型コロナウイルスが流行ると大きく減少することもあるかもしれませんが、この先、一気に少なくなることは考えにくいです。



継続性

2, SNSやメディアで発信することによる
利用者の増加

16

2つ目は, snsやメディアで発信することによる利用者の増加です。



高山の伝統工芸品や飛騨家具は、高級ホテル
やサミットで使用され、有名である



高級なイメージが強く、日常生活で使うというな
じみがない

17

高山の伝統工芸品や飛騨家具は、高級ホテルやサミットで使用され、有名ではある
と思います。しかし、高級なイメージが強く、日常生活で使うというイメージがわかま
せん。



実際に使って、使い心地の良さを感じられたり、間近で作品を見られるといった『HIDA Craft Café』の魅力を発信することにより、日常生活でも使える、ぜひ使いたいと思ってくれる人が増えるのではないかと

18

そこで、実際に使って、使い心地の良さを感じられたり、間近で作品を見られるといった『HIDA Craft Café』の魅力を発信することにより、日常生活でも見えそう、ぜひ使って見たいと思ってくれる人が増え、実際にカフェに足を運んでくれる人も増えるのではないかと思います。
以上で発表を終わります。