

『大野瀬町の地域づくり』のための制作

○概要

大野瀬町の魅力を若者に知ってもらうため、空き家リノベーションデザインや Web サイトデザイン案作成を行なった。

1.背景

愛知県豊田市大野瀬町は、山間部に位置する集落で形成されている。現在山間集落では少子高齢化や若者の都市移動によって、少子高齢化や空き家問題など様々な問題を抱えている。特に空き家に着目すると、日本の空き家率は 13.6%で、7 軒に一軒が空き家という現状がある。(総務省統計局平成 30 年住宅・土地統計調査住宅数概数集計結果の概要

https://www.stat.go.jp/data/jyutaku/2018/pdf/g_gaiyou.pdf) また、新築取り壊し平均年数を見ても日本が 30 年に対し、アメリカは 55 年、イギリスは 77 年に比べると短くなっている。こうした住宅の現状を見ると、地形・地質、気候等の条件や国民性の違いなど単純に比較できないものの、諸外国と比較して住宅が短い期間で取り壊されていることがわかる。さらに、日本では 1981 年以降に建築された住宅が約 6 割を占める一方で、1950 年以前に建築された住宅は 5%以下になっている。これに対して欧米、特にイギリスにおいては 1950 年以前に建設された住宅が 4 割を超えるなど、長期にわたって住宅が活用されている。(国土交通省 長持ち住宅の手引き

<https://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/house/tebiki.pdf>) こうしたデータから日本では新築を好み、せっかく建てた家が大事に使われていない現状があることが分析できる。こうした現状をかえ、町の良さや魅力を感じる場所を地域づくりの一環として行いたいと考え、空き家リノベーションデザインに着目した。特に少子高齢化問題において、若者が地域から遠ざかっているという現状を受け、若者が集まれるスペースを作る為、ゲストハウスをデザインするに至った。また大野瀬町では今現在広報のなるものがブログしかないため、Web ページのデザイン案も同時に行いたいと考えた。この Web サイトには大野瀬町の四季の美しさを写真にて掲載し魅力的に見せるだけではなく、従来電話でも対応で行っていたイベントの予約をホームページ上で実行可能にする、オンライン上で大野瀬町の特産品を販売できるページを作るなど見やすさだけではなく、写真やネット販売を通じてより実用的で大野瀬町の魅力を自宅でも楽しめるようなサイトにしたいと考える。

2.目的

本研究では、空き家のリノベーションデザイン、Web デザイン案を制作し、大野瀬町に対する魅力を発信し愛着を深めたいと考える。そのため、実際大野瀬町にある空き家を元にし、大野瀬町の良さである自然を活かしたデザインにすることで都会では味わうことができない里山の良さを感じてほしいと考える。また Web サイトも従来のブログ形式からさまざまなコンテンツを搭載したものに变えることで、ネットを使う若者世代を中心とした多くの人に魅力啓発することを目的とした。

3. 方法

本制作は実際に大野瀬町にある空き家一軒を採寸したうえで、マイホームクラウド B 版 (<https://myhome-cloud.net>) を使用しデザイン編集を行なった。Web デザインは WiX (<https://ja.wix.com>) を使用した。

4. 制作過程

(1) 大野瀬町にアポをとり、使用する空き家を決める。



(図 1)

空き家の所有権の関係もあり、空き家を紹介していただいた鈴木利介さん所有の物件 (図 1) をお借りすることになった。

(2) 家の寸法をはかり、間取り図に描き起こす。



(図2：1F部分間取り)



(図3：2F部分間取り)

内見したところ、一階部分(図2参照)は襖など扉も残っており図面に残せたが、2階部分(図3参照)はない部分が多く、間取りのみの図面になった。

(3) 間取り図を元に、家の仕切りを考える。

(4) 考えたアイデア、従来の間取り図を元に、新しい間取り図を書き起こす。

(5) 家具の配置、外観を決める。



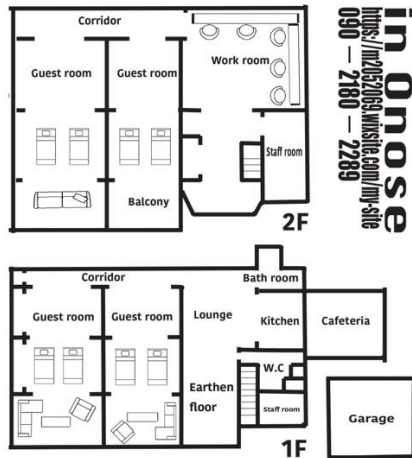
(図 4：1F 部分完成予想図)



(図 5：2F 部分完成予想図)

ゲストハウスということで客室だけではなく、共用スペースの空間を広く取るように工夫を行なった。1F 部分には茶の間のような空間を作ることによって温かい雰囲気を作り出した。2F 部分では広い作業スペースを確保し、個人のワークスペースとしても団体の作業スペースとしても対応が可能である。また、大野瀬町の自然を感じてほしいという思いから、1F、2F 部分の客室にそれぞれバルコニーを設置した。ここから四季折々の自然や星空を満喫してほしいと考える。また、今後ゲストハウスを展開していくにあたって、海日本国内以外からも多くのお客さんが訪れると考える。その際、家の中に簡易的な間取り図があったら便利だと考え、作成した間取り図をもとに家の中で飾れるポスターデザインを考えた。(図 6 参照)

Welcome
to our Guest house



(6) Web サイトの大まかなコンテンツを決める。

(7)大野瀬町で撮影した写真・空き家のデザインを組み合わせる。

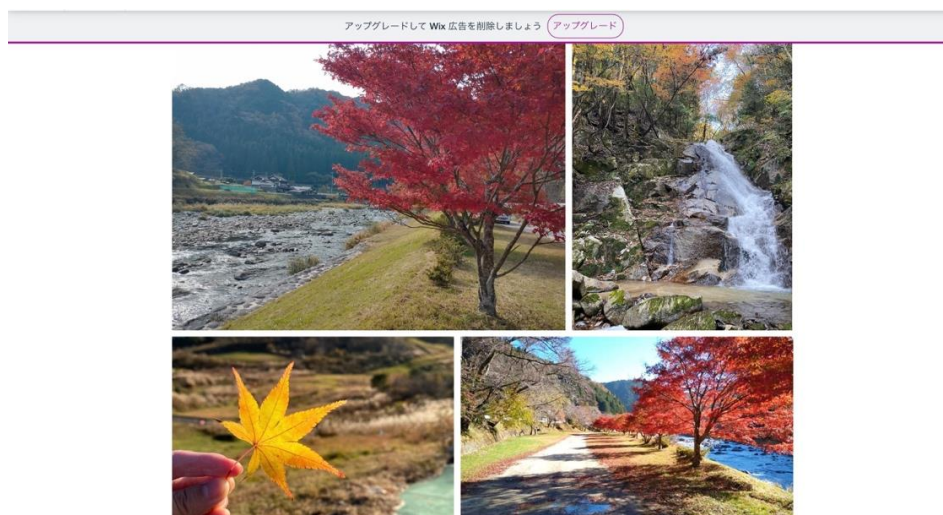
<https://m2052069.wixsite.com/my-site> wix サイト URL



(図 7：四季の写真)



(図 8：春のページ)



(図 9：秋のページ)

今回 Web サイトデザイン案を提案するにあたって、大野瀬町の従来からあるブログも大事にしたいという思いが強くあった。そのためサイトタイトルはほぼ変更なく、従来の美しい大野瀬町の四季とした。タイトルに合わせ、ホーム画面すぐ下には大野瀬町の四季で分けられた写真を並べ、それぞれの季節に撮られまとめられた写真ページへとぶ仕様になっている。(図 7,8,9 参照)

これまでの村の方達との打ち合わせや今までのイベントの仕組みを見て、従来全て電話対応していた村の方の労力や負担が大きいと感じた。そこで村の方の労力を少しでも減らせるようにとサービス予約ページ、ネットでのお問い合わせ欄を取り入れた。

(図 10,11 参照)



(図 10：イベントサービス予約ページ)



(図 11：お問合せ欄 デザイン案)

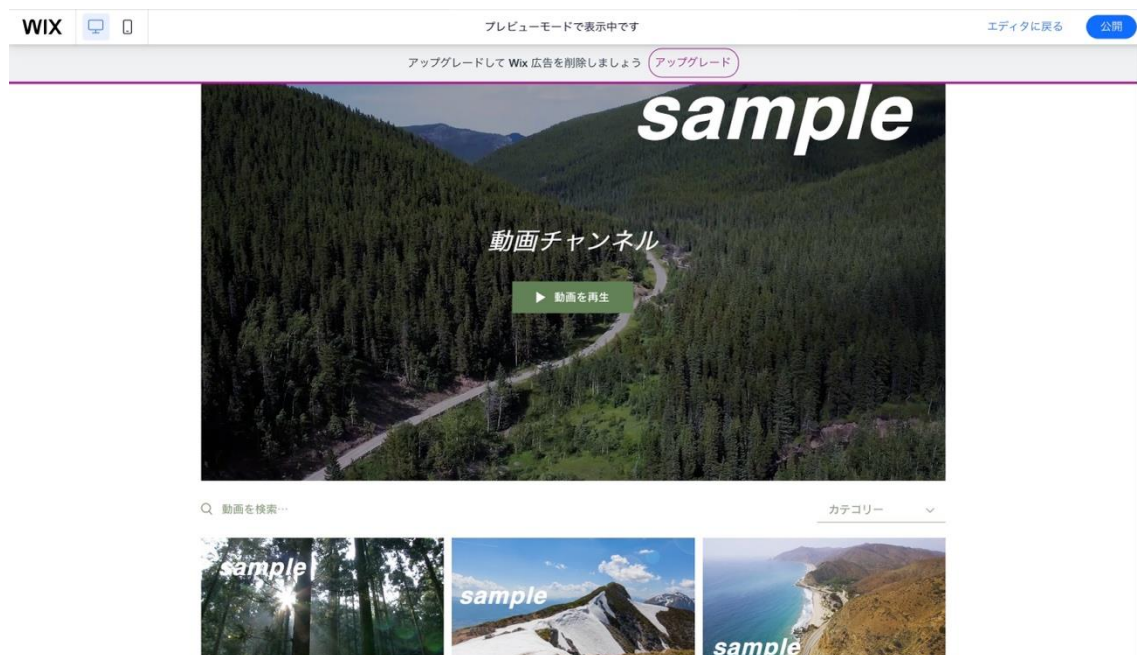


(図 12：空き家企画)



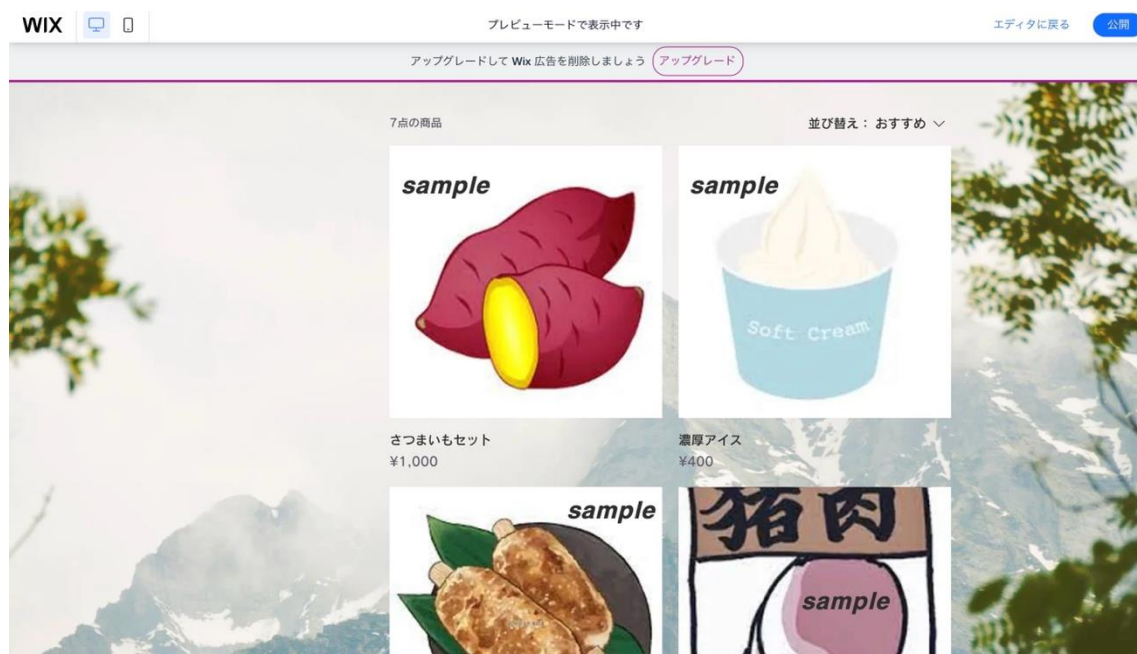
(図 13：空き家企画ページ 制作進捗ブログ)

また本制作で作成した空き家のリノベーションデザインも企画としてサイトの一覧から制作過程や詳細が閲覧できるように取り入れた。村の人たちや学生らが今後編集しやすいようにこちらもブログ形式で制作進捗がわかるようなコンテンツもページ内に取り入れている。(図 12,13 参照)



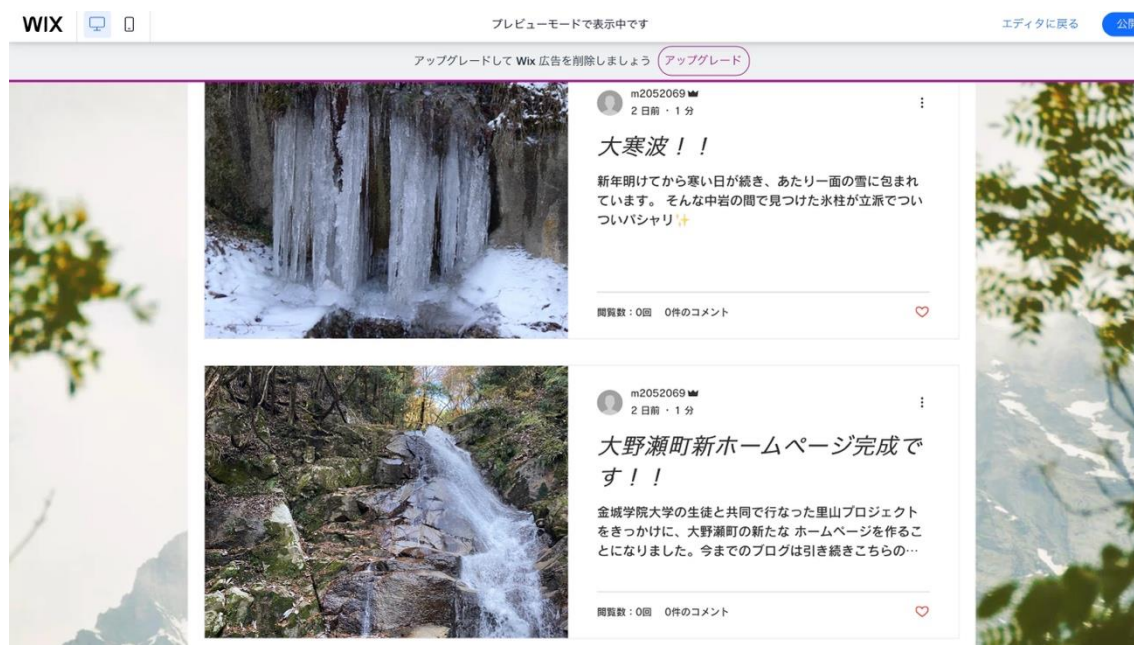
(図 14：動画コンテンツデザイン案)

また今後企画が大きくなってくると仮定し、ブログだけではなくより視覚的に企画を楽しんで欲しいと考え、動画チャンネルを掲載できるサイトもデザインした。(図 14 参照)



(図 15：ショップページデザイン案)

大野瀬町に遠くて行きづらいという方にもおすすめなのが、特産品を販売したショップページである。遠くにいても大野瀬の旨みを自宅で手軽に楽しめるように今後ショップ展開できるようなページも取り入れた。（図 15 参照）

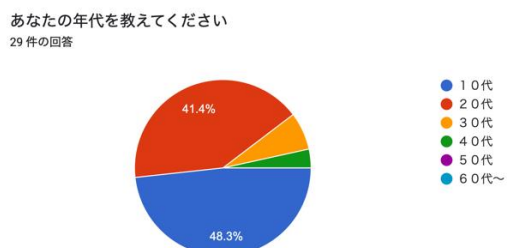


（図 16：大野瀬ブログ）

最後は従来からあるブログである。サイトを見に来た人からのコメント交流ができるなど、これまでのブログと仕様に变化があるが、従来からのファンもこれから大野瀬町を知る人もこのブログにて温かい交流ができるような場所になって欲しいと思い、新しい形で取り入れた。（図 16 参照）

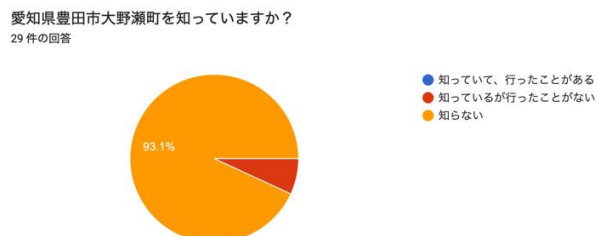
(8) アンケートをとり、目標を達成したか確認する。

本制作は若者世代を中心に大野瀬町の魅力啓発を行うということで、10 代、20 代中心に 29 人の方にアンケートを行った。（図 17 参照）



（図 17）

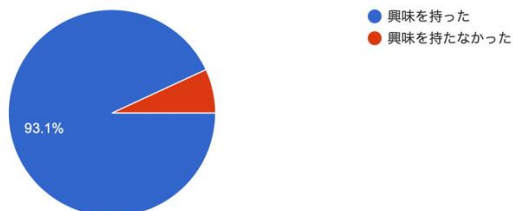
はじめに大野瀬町の知名度を調べたところ、93%以上の人が大野瀬町を知らないと回答し、実際に訪れたことがある人は0%であった。（図 18 参照）



（図 18）

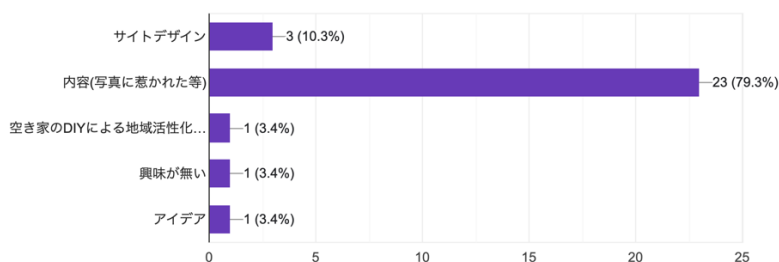
Web デザイン案におけるアンケートを実施したところ、デザインを見て大野瀬町に興味を持った人が 93%以上いたということで当初の目的は概ね達成できた。（図 19 参照）その理由として写真が綺麗など内容に惹かれた人が 79%以上であり大野瀬町の魅力的な自然の豊かさに興味を持った人が多いという意見が多かった。（図 20 参照）これらを通して大野瀬町に行ってみたいという人は 79%以上と大半の人の興味関心が得られたとを感じるが、遠いことや町の歴史や観光地の情報が欲しいという意見もあがった。（図 21 参照）

上記のウェブサイトを見て、大野瀬町に興味を持ちましたか
29 件の回答



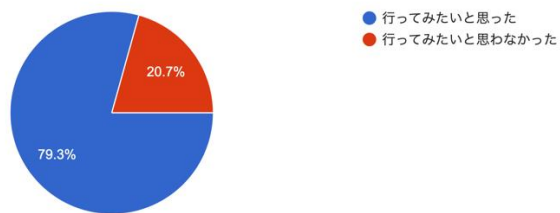
（図 19）

その理由に一番近いものに回答をお願いします（複数回答可能）
29 件の回答



（図 20）

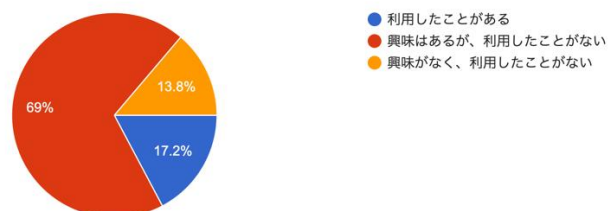
このサイトを見て大野瀬町に行ってみたいと思いましたか？
29 件の回答



(図 21)

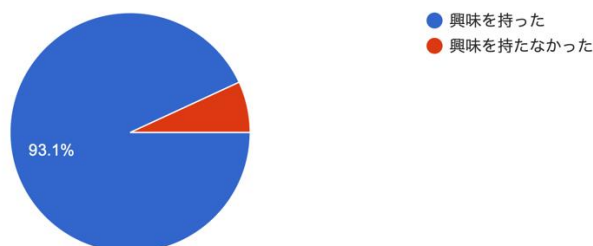
空き家のリノベーションデザインにおけるアンケートを実施したところ、過去のゲストハウスの利用度は、利用したことがあるが 17.2%、興味があるが利用したことがないが 69%と若者世代のゲストハウスにおける関心が高いことが読み取れる。(図 22 参照) 制作したゲストハウスの完成間取り図を見た後のアンケートでは、興味を持ったに 93%以上の人が投票しており、ゲストハウスの需要が高い可能性があることを示唆している。(図 23 参照) また、このゲストハウスが大野瀬町にできたら行ってみたいという人が 89%もいることから、大野瀬町における空き家のリノベーションデザインは若者世代の誘致に有効的な手段であることが分かった。(図 24 参照)

ゲストハウスを利用したことはありますか？
29 件の回答



(図 22)

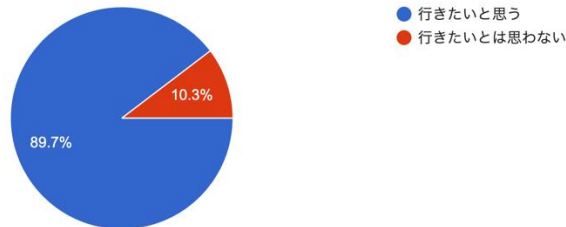
上記のゲストハウス完成予想図をみて、ゲストハウスに興味を持ちましたか？
29 件の回答



(図 23)

このゲストハウスが大野瀬町にできたら行ってみたいと思いますか？

29 件の回答



(図 24)

5. まとめと今後の課題

実際に制作をし、アンケートをとったことで若者世代の、大野瀬町に対する知名度や魅力に目を向けてもらうことで印象付けることができた。そのため、若者が行きたくなるような場所作りや魅力がより伝わりやすくなるようなゲストハウスの提案や Web デザイン案を取り入れたことは正解であったと考えた。

しかし、切り口を増やしたことで統一感がでなかったことや、町に対する歴史や観光地、店舗紹介などの情報が少ないため、「町の歴史についてもっと知りたい、ゲストハウスは興味あるがその町で何ができるかも大事ではないか」といった意見もあった。

Web デザイン案では、文字ばかりだと全体の雰囲気が厳かになり過ぎてしまう懸念や、自然の魅力を全面に伝えたい思いから写真を多用してしまったが、街の情報や街を PR するサイトとしてのレイアウトをもっと突き詰めることができたのではないかと考えた。また、ゲストハウスのデザインにおいても「浴室が離れていて暖房面が気になる、トイレが 2 階にもほしい」といった内装面に関する意見や「家の外観が気になる」といった声もあった。今回の制作物において、家の内装を中心に間取りを組んでいたため、外観は手をつけていなかった。今回意見に挙がっていた、トイレや暖房面の見直し等含めて、次回は外観のデザインも一緒に制作していきたいと考える。今回の制作物は空き家のリノベーションデザイン、Web サイトデザイン案を制作することで大野瀬町の魅力を発信できただけでなく、若者世代からの興味関心を持ってもらうことができた。制作の失敗として、空き家に対する情報収集が足りなかったことや、村の魅力・情報源が不足していた部分である。

次回同じテーマで取り掛かるにあたって、Web サイトの充実化をしていくだけでなく、今回のアンケートで得られた意見をもとに空き家の外観や内装の調整を重ねて制作していくべきであると考えた。

6. 参考文献・資料、使用ソフト

- ・総務省統計局平成30年住宅・土地統計調査住宅数概数集計結果の概要
(2023年11月29日 検索)

https://www.stat.go.jp/data/jyutaku/2018/pdf/g_gaiyou.pdf

- ・国土交通省 長持ち住宅の手引き (2023年11月29日 検索)

<https://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/house/tebiki.pdf>

- ・「日々の暮らしを楽しむ個性豊かな住まい古家リノベーション」
春陽堂書店出版 平山友子著 写真：飯貝拓司

- ・「30代夫婦が予算内で建てたナチュラル&カフェみたいな家」主婦と生活社

- ・美しい大野瀬の四季 <https://oonose.inabu.org>

- ・マイホームクラウドB版 <https://myhome-cloud.net>

- ・WiX <https://ja.wix.com>

- ・Adobe Illustrator