

旧グンゼ養父工場跡地利活用提案

～愛着とにぎわいの創造、心に残る空間に～

3班

土屋 諒太郎 中川 直央 西原 大翔 太田 美咲

目次

- ・ 活用跡地と養父市について
- ・ 課題設定
- ・ コンセプト
- ・ 提案
- ・ 施設配置図
- ・ 提案の詳細説明
- ・ 跡地活用がもたらすこと
- ・ 今後の展望



活用跡地と養父市について

活用跡地：旧グンゼ養父工場跡地

所在地：兵庫県養父市養父市場地区

面積：約 1 ha

養父市

人口：約2万人

- ・人口減少、少子高齢化を解決するため、「若者の移住・定住」に取り組んでいる



図1：対象となる旧グンゼ工場跡地

観光客が訪れる

養父市に移住・定住

養父市のファンに
なってもらう

養父市
活性化

課題設定

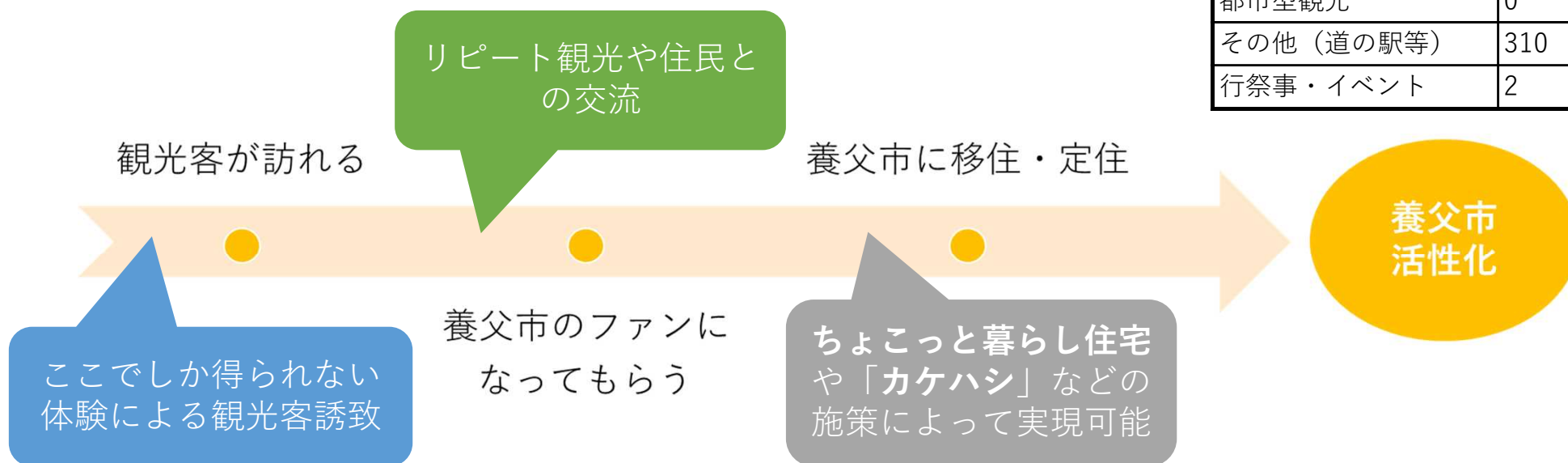
1) 兵庫県HP | 令和3年度 但馬地域
観光客動態調査結果, 2022.10.13
[221013_1.pdf \(hyogo.lg.jp\)](https://www.hyogo.lg.jp/221013_1.pdf)

養父市の観光形態に問題

- ・キャンプやスキーといった**スポーツ・レクリエーション**及びそれらに付随する**温泉施設**が主となっている
- ・養父暮らしの魅力である**自然**や**歴史・文化**を知ってもらう**観光形態**になっていない

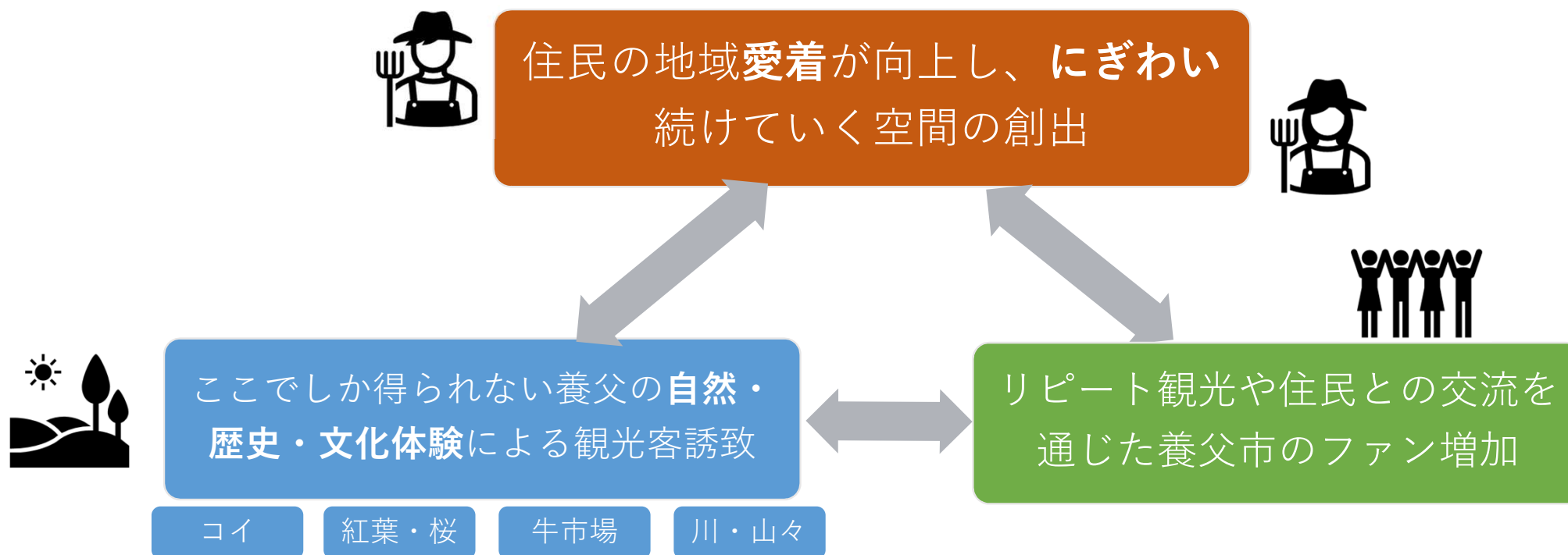
表1：目的別観光入込客数¹⁾

区分	養父市(千人)
総入込者数	771
自然	23
歴史・文化	27
温泉・健康	147
スポーツ・レクリエーション	262
都市型観光	0
その他（道の駅等）	310
行祭事・イベント	2

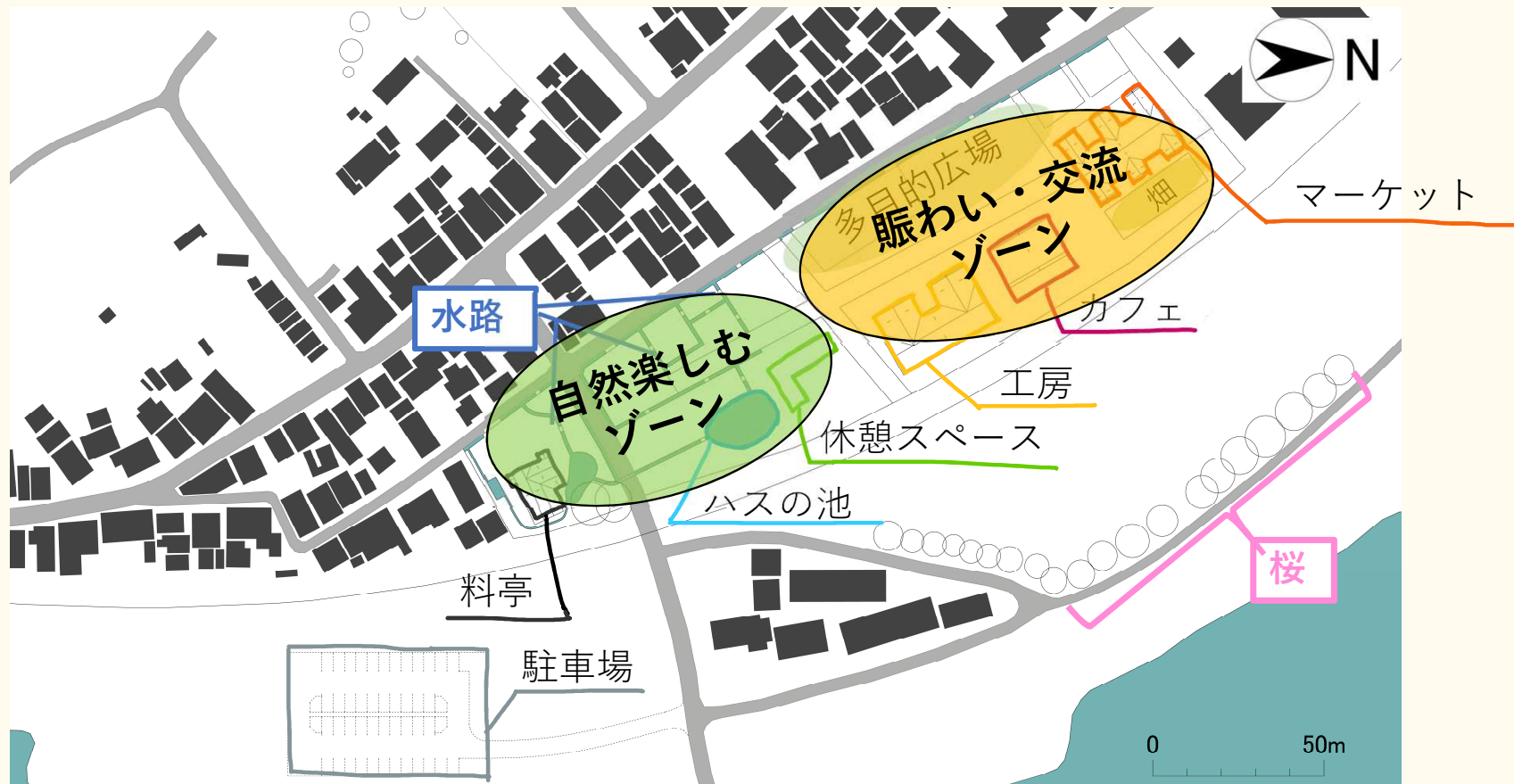


コンセプト

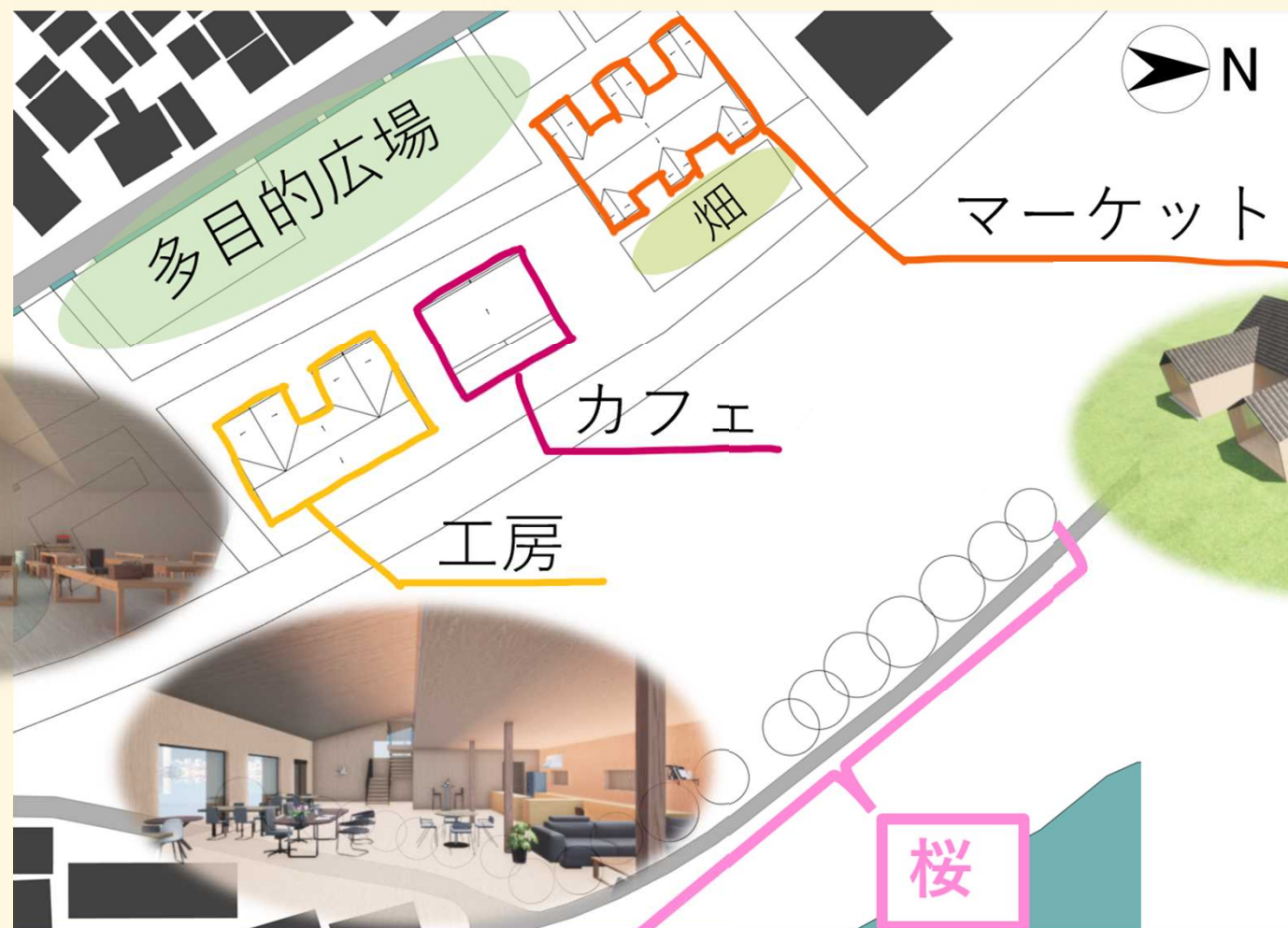
愛着とにぎわいの創造、心に残る空間に



全体像



にぎわい・交流ゾーン



マーケット

住民による地域愛着

リピート観光・住民との交流

地域の愛着には住民の
主体性が不可欠
出品を通じて活性化に
貢献してもらう

外からでも中の雰囲気・にぎわいが
分かるようにガラス張りの壁を用い
つつ抜けのある空間を演出

養父市に日常的に来ることができない人でも、
出店を通じて養父市と関わるができる

カフェ

地域住民による地域への愛着

ここでは仕事や私生活を通じて
地域・年齢を超えた幅広い交流
を生む場としての役割を果たす

二階にはバルコニーがあり、養父
市場の自然を感じることができ、
春には満開の桜並木を堪能できる

カフェ

コワーキング
スペース

カフェとコワーキングスペースは一体
化しており、空間を大きく取ることで
必要に応じた座席配置ができる

工房

住民による地域愛着

住民との交流

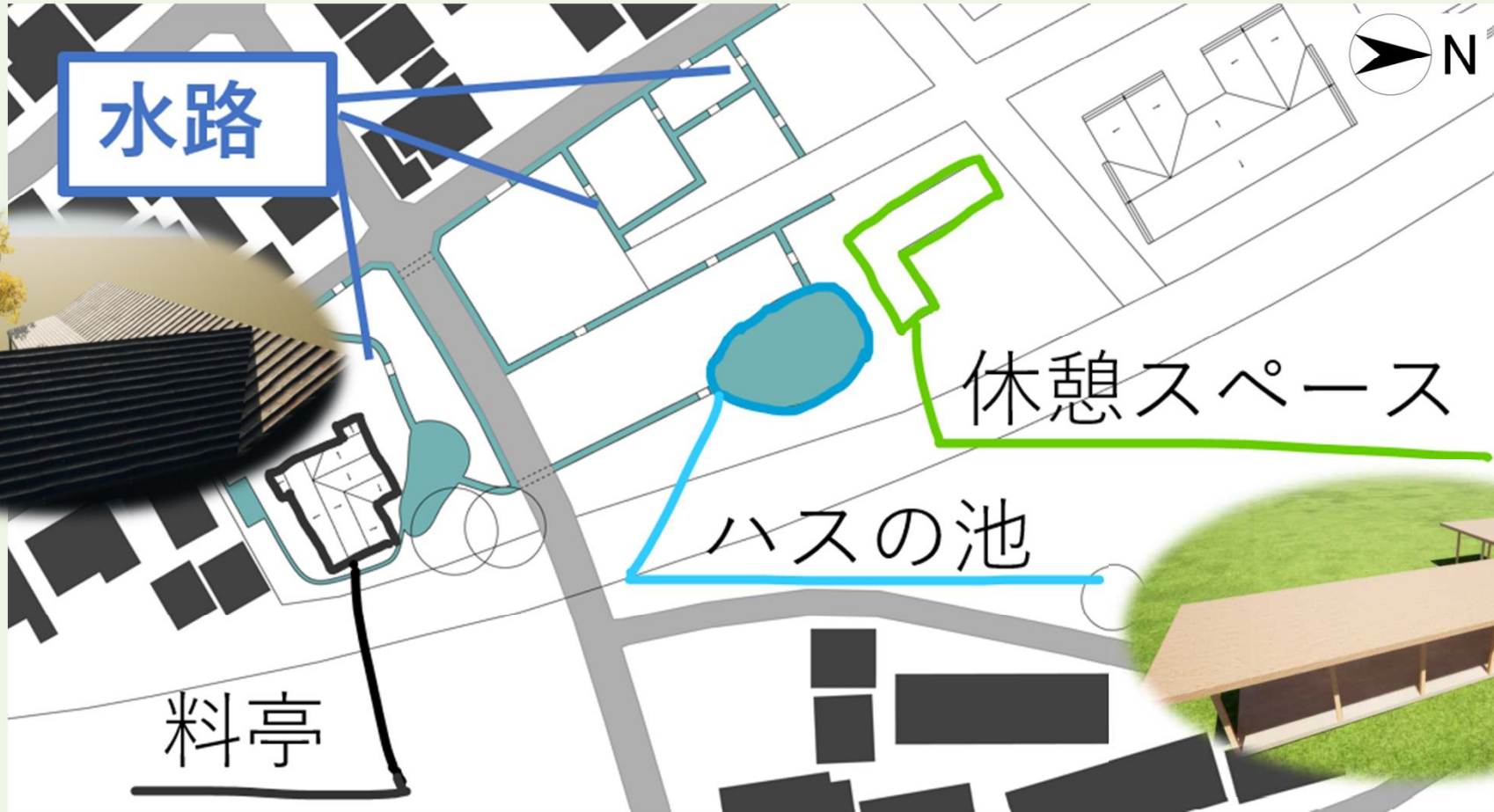
ここでしか得られない体験

養父市場地区の文化である
コイ料理・牛肉料理の体験
教室が開かれる

工房で作った作品や商品は
マーケットに出店可能

長く使える牛製品づくりや
住民との交流を通じて心に
残り続ける思い出を

自然楽しむゾーン



休憩スペース

ここでしか得られない体験

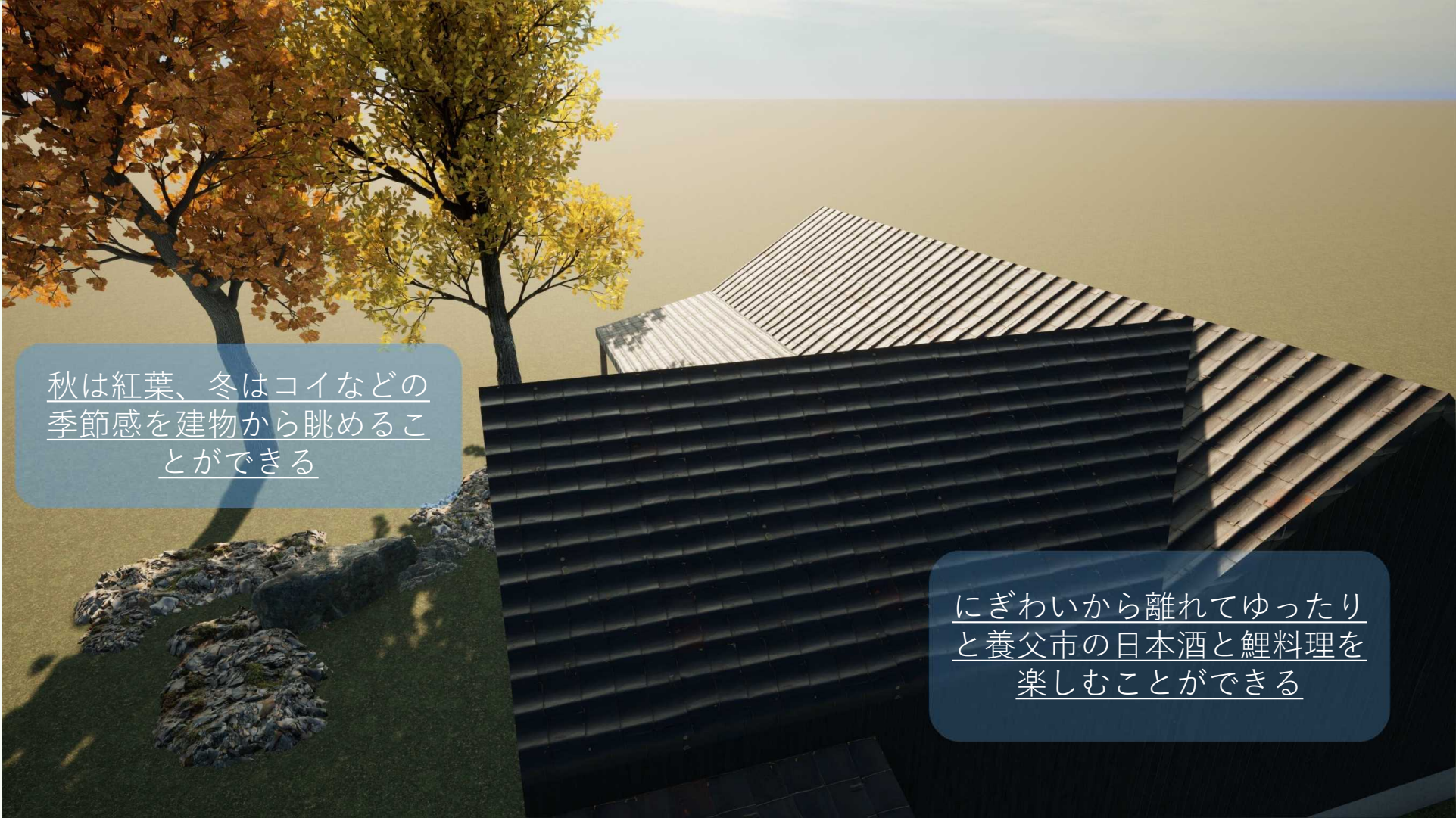
住民による地域愛着

水遊びをしている子どもたちや
保護者の方が一休みできる空間
を想定

地域住民同士のちょっとした話
し合いが垣間見えることでにぎ
わいの創出につながる

料亭

ここでしか得られない体験



秋は紅葉、冬はコイなどの
季節感を建物から眺めるこ
とができる

にぎわいから離れてゆったり
と養父市の日本酒と鯉料理を
楽しむことができる

跡地活用で実現可能なこと



住民の地域**愛着**が向上し、**にぎわい**
続けていく空間の創出



ここでしか得られない養父の**自然・
歴史・文化**体験による観光客誘致

リピート観光や住民との交流を
通じた養父市のファン増加



観光客が訪れる

養父市に移住・定住

養父市のファンに
なってもらう

ちょこっと暮らし住宅
や「カケハシ」などの
施策によって実現可能

養父市
活性化

今後の展望

地域文化の発信による
認知度の向上

外部の人にも
開かれた場に

地場産業の継承、創造

養父市に住む子ども達
が遊べる場所の創出

その後

期待する
こと

- ・ 小さな産業を多数創造する
- ・ 街道のにぎわい創出
- ・ 敷地内でのイベント誘致