

## 空き店舗を活用して「ふれあいサロン」を設置

### 多治見まちづくり(株)

機関名	多治見まちづくり株式会社			
所在地	岐阜県多治見市音羽町2-79-6			
電話番号	0572-24-6460			
地域概要	(1)管内人口	10万6千人	(2)管内商店街数	5商店街
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数	5商店街	(2)会員数	303商店
	(3)空き店舗率	10%	(4)大型店空き店舗数	0店
商店街の類型	1.超広域型商店街 2.広域型商店街 3.地域型商店街 4.近隣型商店街			

#### 【事業名と実施年度】

平成14年度 コミュニティ施設活用商店街活性化事業

ふれあいサロン「ほっとふる」の設置

総事業費

6,426千円

#### 【事業実施内容】

##### 1. 背景

多治見市は岐阜県の南部に位置する東濃地域の中心都市で、古くから陶磁器の産地、集積地として発展してきた。市の中央を東西に流れる土岐川沿いに市街地が形成され、近年は名古屋市のベッドタウン化が進んでいる。急速な都市化に対応するため、中心市街地の再開発や渋滞の緩和など、都市基盤の整備が急務となっている。

平成13年12月18日に多治見市におけるTMOとなることを目指して、多治見まちづくり株式会社が設立され、平成14年度のはじめての事業として商店街の空き店舗を利用したコミュニティ施設の設置が提案された。

当初は高齢者を対象とした施設を想定していたが、具体的な検討を重ねるうち、利用対象者を高齢者に限ることなく広く一般の人を対象とした施設にすることとなり、平成15年1月11日、ふれあいサロン「ほっとふる」として開設するに至った。



多治見市の位置

## 多治見まちづくり(株)

### 2. 事業内容

開設目的：一般市民や商街者の交流・休憩の場として機能することで中心市街地の活性化に寄与する

運 営：常駐職員（パート）による

運営方針：商店街やボランティア団体の有志等に別途委嘱した運営委員会を設置し、定期的に開催することで柔軟な対応に努める

開 所 日：水曜日を除く毎日

時 間：4月～10月：10：00～17：00

11月～3月：10：00～16：00

利 用 料：無料、持込み可

飲み物注文は200円（コーヒー、お菓子付き）

夏季のみアイスコーヒー、オレンジジュースあり

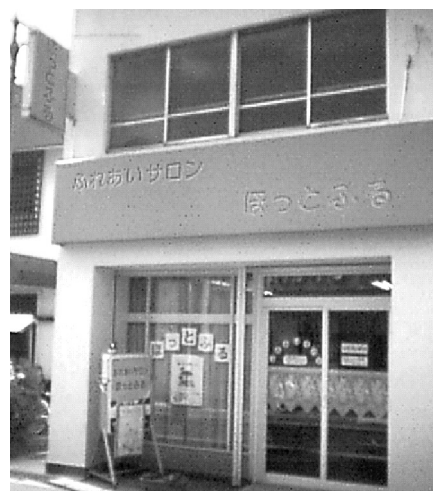
和室利用：8 畳間：500円／3 時間

6 畳間：300円／3 時間

展示サロン：絵画、写真等、2 週間ごとに入れ替える

各種イベント：演歌歌手のキャンペーン、等

PR 活動：ちらしの各町内回覧、等

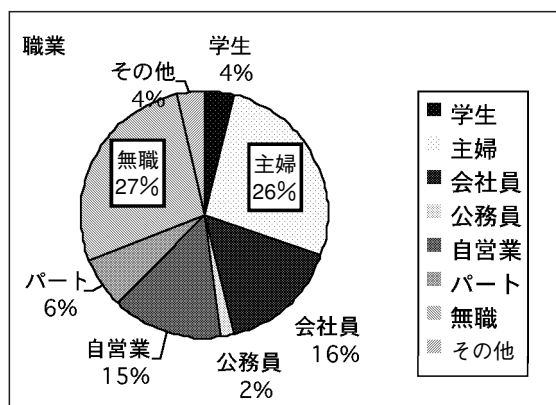
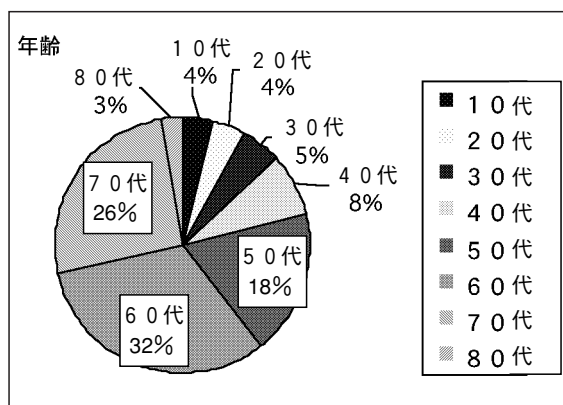


ふれあいサロン「ほっとふる」の外観

（利用者カードの集計結果）

利用者の年齢層は60代（32%）、70代（26%）と、60～70代で約60%を占め、職業別にみると、無職（27%）、主婦（26%）、会社員（16%）の順となっている。

ふれあいサロン利用者カード集計結果



## 事業実施内容一覧

年 月 日	事 業 経 過	運 営 委 員 会	展 示 関 係
平成14年 10月23日		第1回運営委員会開催 ・委員長、副委員長を選出 ・事業内容説明	
10月31日	経済産業省より、事業費補助金交付決定通知書を受領		
11月13日		第2回運営委員会開催 ・運営内容検討（他施設運営事例説明）	
11月28日		第3回運営委員会開催 ・運営内容検討	
12月19日		第4回運営委員会開催 ・運営内容検討、パート職員紹介 ・サロン名『ほっとふる』に決定	
平成15年 1月11日	サロンオープン 開所式		
1月11日～26日			地元画家の作品展
1月20日		第5回運営委員会開催 ・広報手段、行事の検討	
1月26日～2月28日			山岳写真展
2月26日		第6回運営委員会開催 ・運営内容検討（展示について、他）	
2月28日～3月29日			押し花作品展
3月11日	NHK岐阜放送局及び岐阜放送による現場取材		
3月26日		第7回運営委員会開催 ・運営内容検討	

## 【効 果】

- (1) 事業の認知度は新聞や各種広報誌への掲載及び利用者の口コミにより徐々に高まりつつあるが、大々的なPRを行っておらず、近隣居住者に偏った利用状況となっている。郊外地域へも広く周知させ利用者を増やすことが、今後の課題である。
- (2) ふれあいサロンとして定着しつつある。飲み物も夏季限定メニュー（6月～9月）とし

## 多治見まちづくり(株)

てアイスコーヒーやオレンジジュースを追加したり、店内の展示コーナーも予定どおり2週間ごとに入れ替えるなど、利用者の増加に寄与しているものと思われる。また、6月末には近隣地区出身の演歌歌手のキャンペーンも実施され、サロンのPRにも一役買った。

### 【課題・反省点】

#### (1) PRについて

展示等のイベント実施時に新聞や各種広報誌を通じて掲載してもらい、サロンの存在が徐々に浸透していると思われるが、まだまだ周知されているとは言えない。また、7月末にサロンのチラシを市内の各町内会で回覧してもらい、集客効果を期待しているところである。

#### (2) 商店街との連携について

商店街との連携を深めることよりの憩いの場とすることが今後の課題である。

### 【教訓】

コーヒー等の飲み物を安価に提供することと、和室の使用料だけでパートの人件費や家賃等の経費を捻出することには無理がある。このようなサロンを設置することで中心市街地の活性化に寄与している実績を示すこと、また、商店街当事者の理解と認識を深めることが必要である。