

モデル事業名	笑顔でつなぐ地域の「宝」 継承事業（地域の伝統文化を生かした担い手育成事業）
活動団体名	一般社団法人くまもと教育プロジェクト
ホームページ	<a href="http://www.edu-producer.net">http://www.edu-producer.net</a>
所属／担当者名	一般社団法人くまもと教育プロジェクト 代表理事 藤井 誠
連絡先	0966-22-9800、 <a href="mailto:iec1990@nifty.com">iec1990@nifty.com</a> （担当者の連絡先）
活動地域	熊本県人吉市

● **活動地域の概要**

本市を含む人吉球磨地域は、熊本県の国県指定文化財社寺建築の8割が存在し、文化財の宝庫と言われています。また、市内には国指定の7件をはじめ、建造物、史跡、無形文化財等、数多くの文化財が残されています。

本市は、昭和30年国調人口4万7千人の県南山間部の拠点都市でした。しかし、その後の基幹産業の農林業が衰退するなど、現在では3万7千人にまで人口が減少しています。さらに少子高齢化により高齢化率は27.9%にのぼり、国・県平均を上回っています。このため、基幹産業である農林業や商工業の後継者不足は深刻で、新たな担い手の確保に苦慮し、多くの分野で活動継続が困難な状況に直面しています。さらに伝統芸能、食文化、伝統工芸など、歴史や伝統文化の息づく地域でありながら、若手層を中心に歴史観が薄まりつつあり、地域の歴史伝統文化を知らない、関心がないという人々が増えており、次世代への継承が危ぶまれてきています。

熊本県内位置図



人吉市内位置図



国指定史跡 人吉城



山間部の耕作地



## ● 活動地域の課題

平成20年6月熊本県内初の国宝「青井阿蘇神社」が誕生し、国宝効果により年間約23万人以上の参拝者を数えています（青井阿蘇神社データ）。また、本年4月25日見込年間乗客数2万人弱のSL復活運行が始まります。人吉市は、これを絶好の機会と捉え、地域活性化の起爆剤として「観光で食べられるまち」を大きな柱として掲げています。しかしここ10年間の観光客数は、年間80万人前後と横ばいで、特に修学旅行は年間1万2千人程度と少なく（人吉市観光統計）、この機会をどのように地域の活性化につなげるのかが大きな課題になっています。特に教育や学習活動につなげた教育旅行の推進は、開拓の余地が充分あります。平成20年度は、こうした課題に着目して、体験型プログラム・教材開発、担い手の育成、組織化に取組み、そのなかで活動成果を継続して生かすには、自立的事業展開の確立にむけたマーケティング活動の必要性を強く認識しました。これは「新たな公」が抱える共通課題と考えています。

## ● 活動の内容

### ・平成20年度

#### ① 推進委員会

委員6名による年3回の委員会を開催しました。第1回目は、現地視察、事業概要説明後に事業全体について協議を行いました。第2回目は、活動報告を行い、プログラムの共通イメージを確認しました。そして第3回目は、プログラムの確認と来年度に向けた取組みを協議しました。

#### ② 適正な地域伝統文化の活用のために（地域資源調査研究）

熊本県立大学との協働（学生10名参加）で、フィールドワークとワークショップにより、伝統文化についての現状や課題を整理することにより、プログラム・教材化に向けた指標を明確にしました。

#### ③ ハンズオンプログラム・教材開発

人材育成講座を通じて、地域の伝統文化を生かすためにプログラムを開発しました。具体的には、2つのプログラムづくりを行い、教材化することにより、地域の人たちを対象とした伝統文化学習をはじめ、社会科見学、教育旅行など、市外から訪れる人々を対象に幅広く活用します。また、プログラム・教材開発は、実証実験に取り組む等、実践的に行いました。

（実証実験）

担い手の育成（人材育成講座）と連携して、学校教育（1回）、社会教育団体（1回）、本市を訪れる教育旅行またはその他の旅行者の機会（2回）において実証実験を行いました。特に教育旅行またはその他の旅行者の機会については、旅行会社関係者の参加、アドバイスをいただきました。

#### ④ 担い手の育成（人材育成講座）

公募による市民を対象に、担い手育成に取り組みました。市民公募により31名が参加しました。講座で単に学ぶだけでなく、講座を通じて参加者のエンパワーメントを引き出し、修了後には、そのメンバーでNPOを設立して、活動の担い手として継続した取り組みにつなげています。合計8回で構成しました。

（講座内容）

第1回：フィールドワークとワークショップ（講師：熊本県立大学理事長：蓑茂寿太郎先生）

第2回：伝統文化を生かした地域づくり

（講師：NPO法人夢空間・松代のまちとこころを育てる会事務局長：香山篤美先生）

第3回：プログラムづくりの基本とプログラムづくり①

（講師：相良藩こうじゃっかもん衆メンバー：立石芳利先生）

第4回、第5回：プログラムづくり②（実証実験）

第6回：プログラムの演習とまとめ（講師：まちづくりグループメンバー：岩崎典子先生）

第7回：プログラムのまとめ（講師：くまもと教育プロジェクト代表理事：藤井誠先生）

第8回：今後の活動にむけて（講師：くまもと教育プロジェクト代表理事：藤井誠先生）

#### ⑤ 参加者によるNPOの設立

すべての取り組みを継続した取り組みにつなげていくために、参加者によるNPOを設立しました。その際に、政府雇用対策事業を活用して、常勤職員7名を雇用しました。こうした学びから参加、行動へつなげる仕組みづくりは、他のまちづくり関連事業に役立つことと考えています。

#### ⑥ 交流人口の増加に向けた情報発信

広報用パンフレットの制作を行い、地域における伝統文化学習の推進と、交流人口の増加につなげています。また、次年度以降の取組みとして、プログラム紹介、プログラムの体験申込受付、事前学習などのためのコンテンツを掲載した専用ホームページを開設します。プログラムを体験した人々などが意見交換などできるブログを併設します。

## ・平成21年度

平成20年度は、プログラム・教材開発、担い手の育成、組織化を行いました。平成21年度は、コミュニティ活動の基本は、多様な個人やセクターとのパートナーシップに加えて、自立的事業展開の確立が重要と考えます。そこで、教育旅行をテーマに東京、大阪におけるマーケティング活動を行います。

### ①実行委員会の開催

行政、熊本県立大学、民間団体などで構成する委員会を設置します。委員会は年3回開催を行います。委員は7名を予定しています。第1回目の委員会では、教育旅行の専門家をゲストとして招き、意見をいただきながら行います。

(第1回) 教育旅行の専門家からの意見、事業全体の協議及び、各々の取組みについての検討、確認を行います。

(第2回) 中間会議として、これまでの活動報告、今後の取組みについての検討、確認を行います。

(第3回) 最終会議として、これまでの活動報告、評価、今後の活用について検討を行います。

### ②東京・大阪のマーケティング活動

当事業から4名でチームを編成します。そして熊本県東京事務所、大阪事務所との連携にて、東京は高等学校を対象に5校、大阪は中学校を対象に5校、直接学校にプログラムと教材を持ち込んで、実際にプログラムを提供し、体験をしていただきます。合わせて、体験者(生徒、教員)からヒヤリングを行い、今後の教育旅行のマーケティング活動に活用します。

### ③教育旅行用広報ツールの制作

マーケティング活動の成果を生かして、広報用パンフレット(A4版、8ページ)を1,000部制作を行います。制作した広報用パンフレットは、旅行会社及び熊本県東京事務所、大阪事務所などを通じて、学校に配布します。また、専用ホームページを開設します。専用ホームページは国宝青井阿蘇神社だけでなく、人吉球磨地区全体を紹介し、教育旅行の事前学習などができる内容で構成します。

## ● 活動の成果

### ・平成20年度

#### (1) 課題の解決、コミュニティの創生

大きな成果として、次の二つが上げられる。

一つは、人材育成講座受講生を主体として、地域の伝統文化を継承し広めていこうとするグループができたことである。このようなグループが新たな公の担い手として地域に定着していくことが重要である。

もう一つは、今回の活動を通じて、人材育成やグループ作りのノウハウが関係者に蓄積されたことである。これは、地域の歴史・伝統文化継承だけでなく、福祉、教、環境、観光など他の分野にも応用でき、人吉市全体で市民参画による地域課題解決のためのパートナーシップの形成に役立つと思われる。

また、一連の活動を通じて、多様な主体によるパートナーシップと言う進め方の有効性、重要性を、行政はもちろん、地域にも示すことができた。人吉市は、NPOや大学などと連携した事業展開の事例がなかったため、これからの一つの方向性を示すことができたと考えられる。

行政や地域において、NPO活動やパートナーシップへの理解が広まることは、NPOにとっても活動機会が広まることにつながる。さらに、内容的には、今後の方向性として、体験プログラムの深化と広範化の二つの必要性が導き出された。平成20年度事業においては、国宝青井阿蘇神社を舞台に装着体験とフィールドワーク、創作体験プログラムなど3つのプログラムを開発したが、当地には伝統文化として継承していくべき素材はまだ多数存在する。

人吉球磨の他の歴史伝統文化資源を盛り込んだプログラムを開発すること(広範化)と、核となる国宝青井阿蘇神社を素材としたプログラムを加えて開発(深化)することの両方が求められる。

#### (2) 活動の持続可能性

活動していくための重要な5つの要素(人・物・資金・情報・拠点)に目処がついたため、活動の持続が期待できる。

具体的には、まず、人的な要素として、活動グループが立ち上がったことである。政府の第2次補正予算案に盛り込まれた経済対策である「ふるさと雇用再生」の活用を含めて、さらなる組織強化を予定しているところである。また、新たな担い手の参加をもとめ、多様な人々がそれぞれのかかわり方で活動できるような体制を整えていきたい。

物的には、プログラムを展開していくための道具を揃えることができ、活動が目に見える形となってきた。今後は、これらをより確実なものとしていくために、「新たな公モデル事業」の継続申請を予定している。2年目の事業内容は、まず、情報の要素において発信力を高めるため、プログラム紹介、プログラム体験申込受け付け、事前学習などのためのコンテンツを掲載した専用ホームページを開設したい。

また、プログラムに多様性を持たせ、人吉球磨の地域連携につなげていくために、他の歴史伝統文化資源を素材にしたプログラムや、核となる国宝青井阿蘇神社での新たなプログラムの開発、また、各伝統文化資源の関連付けなども検討していきたい。

さらに、人材育成を同時に行い、多数多様な担い手を確保していきたいと考えている。

#### (3) まとめ



【学校における実証実験】

人々の中には「地域のために何かをしたい」という気持ちが潜在しているが、そのきっかけ、やり方、継続のための手立てなどがわからないなどの理由から、人吉市の市民活動はなかなか継続した取り組みにつながってこなかった。

今回、青井阿蘇神社の国宝指定という機会が市民の「何かをしたい」のきっかけとなり、行政、熊本県立大学、民間団体、市民がパートナーシップで取り組む本事業を立ち上げることができた。

また、人材養成講座の中でワークショップによりハンズオンプログラムをつくりあげると同時に、受講生、講師、実験参加者間の人的な交流、ネットワークが形成され、担い手となるグループ組織化へとつながっていった。

国宝青井阿蘇神社を題材としたプログラム開発であったが、学びや作業を重ねる中で、人吉球磨の伝統文化全般への理解、興味が深まっていき、地域資源の価値を発見することができた。

1年目は手がかりを探り、道筋をつけ、基盤づくりを行った年であった。「新たな公」として創生された担い手たちを、地域で定着させていくためには、更なる継続した取り組みが求められる。

このように、次へつながる成果が得られたのは、様々な機関の協力により1年目の活動に無事に取り組めたおかげである。深く感謝を表したい。

## ・平成21年度

昨年度の実施成果を生かして、政府緊急雇用促進事業を活用して7名の雇用創出を行い、NPO「九州さがらヒストリア」を設立、活動に取り組んでいます。これまで4,424名にプログラムを提供しています。

### ①実行委員会の開催

行政、熊本県立大学、民間団体などで構成する委員会を設置を行い、これまで2回の委員会を開催しました。

(第1回) 日時：平成21年 7月14日

内容：事業全体の協議及び、各々の取り組みについての検討、確認を行いました。

(第2回) 日時：平成21年12月14日

内容：中間会議として、これまでの活動報告、今後の取り組みについての検討、確認を行いました。また、専門家（鹿児島県観光プロデューサー奈良迫氏）を招聘して公開による勉強会を開催しました。

### ②東京・大阪のマーケティング活動

熊本県東京事務所、大阪事務所、福岡事務所、財団法人日本私学教育研究所との連携にて、

ア) 首都圏及び関西圏で旅行業者を訪問してのマーケティング活動に取り組みました。

平成21年 4月27日：熊本県東京事務所を訪問して協力依頼。

4月30日：熊本県大阪事務所を訪問して協力依頼。

5月 7日：熊本県福岡事務所を訪問して協力依頼。

6月25日：熊本県東京事務所を訪問して協力依頼。

7月15日から16日：首都圏旅行業者を訪問してのマーケティング活動（11カ所）

8月 6日：熊本県大阪事務所を訪問して協力依頼。

9月28日から29日：関西圏旅行業者を訪問してのマーケティング活動（9カ所）

10月 1日：熊本県福岡事務所を訪問して協力依頼。

11月25日：財団法人日本私学教育研究所を訪問して協議。

イ) 広島県は、福岡事務所が主催する観光マーケットに参加、旅行業者を対象にプログラムで使用する人力車等の様々な教材を持ち込み、教育旅行のマーケティング活動を行いました。

平成21年10月22日：旅行業者の参加（10社）

ウ) 大阪府では、熊本県物産フェアに広島県と同様に人力車等の様々な教材を持ち込み、一般不特定多数にプログラムを提供しました。

平成21年10月23日から26日：主催者発表来場者5万人に対してのマーケティング活動。

\* 東京については、新型インフルエンザの影響で実施が遅れています。

### ③教育旅行用広報ツールの制作

マーケティング活動の遅れから、広報用パンフレット（A4版、8ページ）の制作、専用ホームページの開設作業が遅れています。現在は企画づくりが終わり、今後制作を行い各方面に配布します。

## ● 今後の課題及び展望

### ・展望

東京におけるマーケティング活動は、新型インフルエンザにより実施日程、規模、内容に影響を受けています。今後は、関係者との協議により、当初目標の達成に近づくことができるように誠意努力をしていきたいと思っております。

また、事業全般としては、現在の歴史教育プログラムに加えて、新しく歴史体験プログラムを開発する予定です。総合的な取り組みすることで、自立、継続性に道が開かれて行くものと考えています。



【歴史衣装を体験する受講者】