

モデル事業名	「たたら製鉄」の歴史と交流を活かしたコミュニティ創生事業	
活動団体名	鉄の歴史村交流推進会議	
ホームページ	http://www.tetsunorekishimura.com/	
所属/ 担当者名	鉄の歴史村交流推進会議/事務局：高木朋美	
連絡先	TEL：0854-74-9058	Eメール：takaki@csri.jp
活動地域	島根県雲南市吉田町	

● 活動地域の概要

島根県雲南市吉田町（旧吉田村）は、近代製鉄が西洋から導入されるまで「たたら製鉄」による日本の和鉄生産地として栄えた。これに係る有形・無形の文化遺産を活用した地域づくりとして「鉄の歴史村」事業に取り組んできた。その中で博物館の整備、運営母体の設立、シンポジウムの開催、技術の復元と記録等に取り組み、「鉄の歴史村」としての基盤を整え、その成果を蓄積してきた。

平成16年、市町村合併により旧吉田村は雲南市となり、交流事業を展開して地域の再生を図るため、地域の14の民間団体により「鉄の歴史村交流推進会議」を組織して地域への交流人口増加のための活動に取り組んでいる。



【位置図】



【国指定重要文化財「菅谷高殿」】



【交流拠点の一つ「ツーリズムの宿」】

● 活動地域の課題

地域資源を活用したまちづくりに取り組んできた雲南市吉田町であるが、平成16年の市町村合併後も人口は減少を続け、少子高齢化、地域商業の衰退に歯止めがかからず、コミュニティの維持が危惧されるようになった。

こうしたなか、これまで「鉄の歴史村」として取り組んできたことによる文化施設、民間団体、住民組織といった基盤を活かして、鉄の歴史村交流推進会議で地域の魅力発信による交流人口拡大に取り組んできた。具体的には、「出雲阿国踊り」「現代たたら実験操業」「鍛冶体験」「生活技術体験（匠フェア）」「鉄の歴史村フォーラム」等のイベントや、「町並みボランティアガイド」「まち角博物館の整備」「鉄の歴史美術館の整備」「ツーリズムの宿の運営」等に取り組んできたが、十分な成果が上がっていないことが課題である。

● 活動の内容

(平成20年度)

①都市住民等をターゲットとする、地域資源や魅力を紹介するテストツアーを企画・実施

- 地域の合意形成のため、研修会として「地域再生フォーラム」を開催した。当団体の構成メンバーをはじめ、約40名の地域住民が参加し、講演やスピーチを通じた意見交換を行い、地域課題とその対策を共有した。
- 地域で交流人口を受入れる体制づくりのため、「受入体制整備計画」を策定した。
- 「鉄の歴史村」を「見る」「学ぶ」「体験する」「食」の視点から紹介するPRパンフレットを作成した。
- 旅行を専門とする学識者や都市住民をモニターに、1泊2日のモニターツアーを実施した。ツアー時には、地元関係者との意見交換会を実施した。

②「鉄の歴史村」に関する様々な情報を共有できるWebサイトを構築

- 地域の情報を一元的に発信するWebサイトを開設した。

③地域の有効なPRのやり方を検討

- テストツアーの成果やパンフレット、Webサイトを活用したPRを有効に実施し、その目指すところを明確にするため、「コミュニティ創生計画」を策定した。
- 地域の有効なPRを行うにはマーケティングが不可欠であり、これに基づいた活動計画を検討し、今後取り組んでいくべき事業について協議を行った。

(直近1年間の進捗など)

①受入れ体制の充実

- 交流拠点施設において、来訪者に提供するメニュー開発のため、地元の女性らによる料理研究会を開催した。料理研究を通して、住民同士がお互いにコミュニケーションを図る機会となった。

②都市部のニーズ調査

- 松江や広島において、それぞれ数名の近隣都市部在住者にヒアリングを行い、ニーズを調査した。
- ③ 専門家によるプロモーション及び旅行企画アドバイス
- 旅行業に実績のある専門家を招聘し、旅行商品企画やプロモーションについての具体的・実践的アドバイスを受けた。

● 活動の成果

・平成20年度

① 多様なプロモーションが可能になった

- 民間が協力した団体において、PRパンフレットやWebサイトなど、地域をPRするツールを整えることができた。Webサイトの閲覧やパンフレットの配布等の直接的なPRに加え、マスメディアへの働きかけなどにおいても、これらのツールを活用したPRが可能になった。

② 地域内での意識を共有することができた

- 「地域再生フォーラム」やモニターツアーにおける地元会議、コミュニティ創生計画の協議を通して、地域において多様な立場の住民が共通の目的について協議し、これを共有することができた。



③ プロモーションを行う上で課題を発見できた

- 事業実施前は、地域内から地域外への働きかけに重点を置いていたが、事業実施後は、マーケティングの重要性を皆が認識し、ターゲティングとポジショニングの設定を重視するようになった。
- 事業に取り組む中で、受入体制の整備が急務であるとの認識に至り、受入体制整備計画を策定して旅行商品の検討を行うことになった。



④ 専門的なアドバイスを受けることで、今後の重要な参考になった

- モニターツアーにおいて、専門的な学識者や意識の高い都市住民の参加を得たことから、現時点で旅行地として確立していない当地域におけるツアーに対して現実的な意見を仰ぐことができ、今後の重要な参考意見を得ることができた。

・直近1年間の成果など

- ① 「本町通り」という地域の貴重な資源を、地元の住民が少しずつ関心を持つようになり、地域の歴史を知りたいという意欲がでてきた。
- ② 交流拠点において、住民手づくりの美術館をリニューアルオープンさせた。来訪者に対する新しい情報発信の場となるとともに、地域コミュニティにとっての誇りとなることが期待される。
- ③ 近隣都市部のニーズを具体的に知ることができた。また、活動を行うなかで、県や市といった地元自治体職員などの協力や理解を得る機会も出てきた。
- ④ 地元の若手飲食関係者やイベントプロデューサーなど、交流活動の担い手として活動に参加するようになった。

● 今後の課題及び展望

・課題（活動を通して発見された課題等を記入）

- 旅行商品をPRするにあたり、旅行関係機関やターゲットへの直接的な働き掛けが必要である。そのためのアプローチとネットワークづくりが課題である。
- 地域の歴史や文化、特徴を地元住民が相互に学習し合う機会が必要である。特に、高齢者から若者への伝承が重要である。
- 活動を進めるスピードよりも、少子高齢化、人口減少が早いスピードで進んでいる。住民・企業・行政などが連携してより戦略的な取り組みが求められる。



【松江でのPR(展示・販売)】

・展望（今後の取組みや検討について記入）

- 松江～広島を結ぶ高速道路が平成24年度に開通予定である。島根県側で広島に最も近いインターが当地域に整備予定であり、開通までのプロモーションと受入れのための準備を進め、交流人口拡大を図る。
- 首都圏や海外からの誘客を考慮すると、山陰地方や中国地方といった枠組みでのプロモーションが必要である。
- 広範囲からの入込増を図る場合、地域個性を住民が理解し、その担い手となることがより重要である。貴重な文化財や町並み、人々の営みを守るための学習と活動を行い、地域に対する意識を共に高めていく。

● その他（自由記述）