

地域を生かした情報発信と受け入れによる醸成事業

大田市馬路まちづくりセンター

1 馬路まちづくりセンターの概要

馬路地区は、大田市の西部に位置し、鳴り砂琴ヶ浜や世界遺産石見銀山の銀の積出し港鞆ヶ浦を持つ人口約640人、世帯数約350戸の地域である。少子高齢化が進み、高齢化率50%を超える大田市で一番の高齢化地域であり、75歳以上が約253人と、人口の3分の1を占める。昔から職人の町として出稼ぎが多く、町内には事業所等も無い小さな海沿いの町である。

センターは、平成21年4月より馬路地区に設置され、地域振興の中核として住民サービス・各種事業等を遂行している。

2 事業の概要

(1) はじめに

- ① 実証事業名 地域を生かした情報発信と受け入れによる醸成事業
- ② 実証事業のテーマ 同上
- ③ 実証事業のねらい

馬路地区の5～10年先の少子高齢化を予測すると、当地域のみでは労力も財源も外部に依存しなくてはならない状況が待っている。地域住民の現在の考え方・気質をあらため、積極的に外部と接することを実践し、受け入れ体制を確立しなければ地域の活性化が望めないと予測する。そのため、当地区の観光資源を生かし、更には高齢者の経験を生かした活動を通して、地域活性化への醸成を促すものである。

(2) 具体的な取り組み

① 馬路ボランティアガイド構想（3年計画の1年目）

地域資源を生かした情報発信を行い、高齢者でも可能な観光ガイドを、住民より公募し発足する。（発足は平成25年度）また、来訪者と積極的に交流する場を模索し、来訪者の増加を促進する。

ア「講座」の開催

今年度は、鳴り砂琴ヶ浜・世界遺産石見銀山の銀の積出し港鞆ヶ浦について、住民対象の講座を開催。地域資源の良さを再確認し、来訪者へ紹介する自信を得ることができた。

第1回講座 平成23年10月8日（土） 鳴り砂琴ヶ浜 志和靖麿 氏

第2回講座 平成24年1月24日（火） 鞆ヶ浦 仲野義文 氏

イ ガイド募集とガイドユニホームの作成

当初は、センター職員とガイド経験者、学識経験者、寿会（老人会）の8名で立ち上げ、講座において事業目的の説明、募集チラシを各戸配布した。

ガイドユニホームは、個性的なキャッチを取り入れ、ガイド意識を高めていけるような目立つデザインと色を選定し作成した。

ウ 観光コースの設定と標識作り

馬路地区の主要観光地を中心に、ガイドの実地研修として、距離・時間等を確認しながら観光コースを設定。さらに、実地研修の反省を踏まえ、ガイドへ

の参加者が増えるようコースガイドと拠点ガイドの2つのコースで実施することを決定。

標識は、地域に案内看板や標識が少ないため、今年度は新たな標識を2箇所を設置するとともに、名所看板（琴姫の碑）を新設した。

なお、説明看板等は、講座、マニュアル作成後、次年度に実施。

エ 撮影・ガイドマニュアルの作成

撮影は、馬路地区の名所、行事、イベントをガイド説明とアンテナショップを想定して依頼。

ガイドマニュアルは、来訪者に短時間で分かりやすく、さらには、高齢者が説明しやすい内容でなければならないため、少し時間がかかったが、今年度は「鳴り砂琴ヶ浜」を作成。なお、専門的な内容は、ガイド経験者の担当とし実施。



鳴り砂琴ヶ浜の講座



ガイドマニュアル



新聞掲載



標識

② 馬路アンテナショップ構想

「地元特産品の収集」や「特産品の開発（お土産）」、休耕田を活用した高齢者との共同による「馬路菜園事業」に取り組み、来訪者との交流を深め、馬路地区の活性化に結び付けるため、アンテナショップを開催し、馬路地区をPRする。

当初は、センター職員、協力者（自治会長2名・手芸サークル2名・木工グループ1名）の8名で立ち上げる。その後、地元特産品や馬路菜園事業の募集チラシを各戸配布し、15名となった。

ア 特産品の開発（お土産）

（ア）「琴姫様のストラップ」（イ）「微小貝の幸袋」（ウ）「琴姫の塩」を開発。鳴り砂琴ヶ浜のキャラクターとして、琴姫伝説「琴姫様」をモチーフに製作。なお、「琴姫の塩」は、昔、琴ヶ浜に塩田があったことから実施。特産品は、いずれも高齢者による手づくり製作であり、今後も継続事業として実施。

イ 地元特産品の収集

地元の団体、趣味のサークル、商店等に呼び掛け、馬路地区の特産物としてアンテナショップ参加への呼びかけを実施。手芸サークル、木工グループ、地元商店、地元団体、漁業関係者、農業関係者の協力を得て、地域住民参加のアンテナショップへの一歩を踏み出した。

ウ 馬路菜園事業

休耕田を活用する中、アンテナショップ用の「うね」を設置。夏は「スイカ」秋は「小菊」を中心に栽培。季節ごとの栽培に取り組むため、邇摩高校の指導を得ながら高齢者と交流し、アンテナショップへ参加。

邇摩高校からの講師を招いて農園教室も4回開催。

第1回 平成23年4月23日（土）

第2回 平成23年7月18日(月)

第3回 平成23年12月1日(木)

第4回 平成24年2月24日(金)

エ アンテナショップ開催

第1回 平成23年7月30(土)・31(日)日琴ヶ浜海岸

第2回 平成23年10月16日(日) 温泉津やきもの祭り

第3回 平成23年11月19日(土) 馬路地区文化祭(地元周知のため)



琴ヶ浜海岸



温泉津やきもの祭り



琴姫グッズ



農園教室



馬路地区文化祭



新聞掲載



木工・手芸品等



菜園での収穫

3 事業の成果と課題

(1) 馬路ボランティアガイド構想

- ① 今年度は、地域再確認として、「講座」による学習を2回開催し、各30名の参加があった。参加者の多くは、地域の再認識と新たな発見があり、有意義な「講座」となった。

来年度は、講座参加者を増やし、地元愛を持っていただくよう周知し、引き続き馬路地区の現状と醸成事業の説明を行い、事業への協力要請を促していく。書面での周知だけでなく、機会あるごとに説明し理解していただく場の必要性を痛感。

- ② ガイド募集は、チラシでの募集はあまり効果が無かったが、拠点ガイドへの参加は3名あった。

地域の気質と高齢者が多いせい、ガイドという言葉だけで警戒されている。高齢者ができるガイドをもっと周知し、参加者の増加を目指していく。

ガイドユニホームは、個性的なキャッチでインパクトがあり好印象を得た。来訪者にも気づいていただき、統一のユニホームを着用することで意識が上がり、ガイドの会議においても意見が積極的になるようになった。

- ③ 観光コースの設定と標識作りは、平成25年のガイド発足をにらんで、観光コースの設定案を決定。

来訪者の滞在時間等を考え、2つのコースを提案し、実際に下見しながら距離・時間、ガイド内容を確認。名所から名所の間が長いところもあり、その間の案内や写真等を利用する等の工夫を考えなければならない。

標識は、地域に案内看板や標識が無い場合、センター前の標識は、自動車での来訪者をはじめJR(徒歩)での来訪者には効果があった。

まだ十分とは言えない。また、マニュアル完成後の観光看板(説明板)については、今後の課題である。

④ 撮影、ガイドマニュアルの作成に着手。

撮影は、ガイド・観光パンフレット・パネルに使用するものであるため、業者に依頼。

ガイドマニュアルは、来訪者の滞在時間を考え、短時間で簡潔に説明理解できる内容に苦慮した。今年度は、琴ヶ浜の説明をベースに会合を重ね作成。専門的な内容は、ガイド経験者に依頼し、来訪者の希望する状況に応じてガイドの人材や内容を決定。

(2) 馬路アンテナショップ構想

① 特産品の開発(お土産)は、琴姫のキャラクターを用いた特産品に絞って実施。特に、「琴姫の塩」は新聞に取り上げられたことにより話題性と印象を植え付けることができた。

ただし、高齢者による手づくり製作のため個数を制限する中で継続していくことが課題である。また、他の資源を用いた特産品の開発を検討する必要がある。

② 特産品の収集は、当初の参加者は6名であったが、現在では15名まで協力者が増加し積極性も出てきた。

回数を重ねるごとに認知されつつあり増加傾向にある。

③ 馬路菜園事業は、当初の参加が8名現在17名まで増えている。また、自宅栽培している方も農園教室に参加していることから、本事業は高齢者の生きがいとなっており、地域活性化の一翼を担っている。アンテナショップへの参加に繋げていくよう同事業を促していく。

上記の「事業の成果と課題」を踏まえ昨年11月馬路地区住民を対象とした意識調査(アンケート)を自治会の協力により実施した。設問の中で、醸成事業にも触れ、認知度を確認。結果は、以下のとおり。

○醸成事業「ボランティアガイド構想・アンテナショップ構想」の取り組みを知っているか。

全体	20~30歳	31~40歳	41~50歳	51~65歳	66~75歳	75歳以上	計	年齢不詳	計	率
知っている	1	3	8	42	45	26	125	10	135	30%
知らない	17	12	29	50	38	94	240	3	243	55%
無回答	1	4	1	9	8	42	65	2	67	15%

○醸成事業への協力について、どのように思われますか。

全体	20～30歳	31～40歳	41～50歳	51～65歳	66～75歳	75歳以上	計	年齢不詳	計	率
協力したい	0	2	1	11	18	14	46	0	46	10%
諸事情により 協力出来ない	9	9	25	49	37	71	200	9	209	47%
協力しない	5	4	2	9	11	13	44	1	45	10%
協力している	0	0	1	4	9	6	20	0	20	4%
無回答	4	5	8	28	15	58	118	7	125	29%

○年齢別回収率(アンケート配布575件・回収445件)

年齢	20歳	30歳	40歳	50歳	60歳	70歳	80歳	90歳以上	計
回収率	48.4	69.7	68	67.5	79	83.2	78.9	69.4	77.7

配布件数20歳以上575人、回収件数445人と回収率77.7%となり、60歳～80歳が75%を超え、アンケートへの回答者が多く、若い世代は現状興味ない状況であり、まちづくりへの意識よりも自己のことで精一杯である。

醸成事業の認知度は初年度のため、周知の仕方等が充分でなかったのかもしれないが、全体の30%が認知している。(内50～75歳が多い。)ここでも、若い世代は町外での仕事に従事しているため、地元の情報が少ないようである。

醸成事業への参加意欲は、「協力したい」、「諸事情で協力できない」等を見ると、50～75歳が多く、「すでに協力している」を含めると15%あり醸成事業の認知度の半分という結果であった。

意識調査の結果については、今後事業を進めていく上で参考とする。

4 今後の方向性

少子高齢化に伴い地域活性化への醸成を目的に地元住民の受け入れ意識への醸成を「ボランティアガイド・アンテナショップ構想」を手段として、今年度取り組んできた。地域の現状は、高齢者の協力が必要不可欠であり、後継者育成への道筋をつけていただく役割をお願いせざるを得ない。50歳までの住民は、まちづくりに取り組む余裕はなく、高齢者中心のまちづくりと進めていくこととなる。地域の資源をより生かし、高齢者の経験と生きがいを事業に繋げ、若者の参加意欲を増加させることが地域活性化に繋がる。これらを踏まえ、今後の取り組みとして若い世代へ醸成事業の目的を説明できる機会、交流会等を増やし、地域住民（高齢者含む）の参加意欲を20%に持っていきたい。

ボランティアガイド事業は、講座、マニュアル、観光パンフ作り、看板作成をはじめ、石見銀山5周年事業も実施されることから、ガイドの研修を繰り上げて実施する。

アンテナショップ事業は、実地体験を増やし、ガイド構想との連携を考えながら参加者の増加を図りたい。

上記事業を通して、外部との接点が増し、徐々に「まち」の活性化を図ることができつつあり、活動目的（醸成事業）の理解が増えることにより、住民の意識が変化し、受け入れる意識も増え、当地域のまちづくりに榮すると確信している。さらに、事業終了年度以降は、地域の組織改革への着手を考えている。