
Q 4 普及啓発、ネットワークづくりを行うには？

A 1 地域の関心をよぶテーマを見つける

- a42 地域の求心力となる“核”を見つける ...水口21世紀まちづくり委員会
- a43 住民にとって愛着のあるものを活用する ...まちづくりグループ「with AIBE」
- a44 慣れ親しんだ地域資源を再発掘 ...「四国へんろ道文化」世界遺産化の会

A 2 イベントで知名度を上げる

- a45 「赤米」のキーワードで他地域と交流 ...ミニ独立村「赤米のふるさと」千石村
- a46 毎年イベントを継続し地域へ浸透 ... (特) I K A C H I 国際舞台芸術祭

A 3 ホームページやメールを活用する

- a47 ライブな情報をホームページとメールマガジンで発信 ...小田原やんべえ倶楽部
- a48 メールマガジンと掲示板でファンを獲得 ...くらくらアートプロジェクト実行委員会

A 4 マスコミを活用して情報収集・発信

- a49 各地にアンテナを広げて情報収集 ...阿波農村舞台の会
- a50 マスコミを引きつけてイベントをPR ...村上町屋商人会



A1 地域の関心をよぶテーマを見つける

a42 地域の求心力となる“核”を見つける

水口21世紀まちづくり委員会（滋賀県水口町）

地域づくり活動事例5 / P56

●地域に縁のある児童文学者に着目

会では、地域のコミュニティ再生の活動の核として、ヴォーリズ建築である「旧水口図書館」（町所有の登録文化財）を再生・活用する活動を始めたように考えた。とはいえ、同図書館は一般の人には価値ある建物のように見えず、またヴォーリズの名前も意外と知られていないため、求心力が弱い。そこで、「旧水口図書館」の建つ水口小学校の校歌の作詞者であり、児童文学の分野で大きな実績をあげていた「巖谷小波（いわやさざなみ）」に着目し、活動の第二の核とした。そして、「巖谷小波」をテーマに、その再発見・再評価のシンポジウムを開催した。

●「巖谷小波」をテーマに、住民の関心を呼ぶさまざまなイベントを開催

シンポジウムでは、小波の研究者の講演やパネルディスカッションなどに加え、地元のアマチュア合奏団「さざなみ記念アンサンブル」を招いて参加者と一緒に水口小学校の校歌を歌った。子ども向けには小波原作のアニメーション「こがね丸」の上映会を用意するなど、住民を積極的に参加させるために、複数の角度から仕掛けづくりを行った。

a43 住民にとって愛着のあるものを活用する

まちづくりグループ「with AIBE」（三重県浜島町）

地域づくり活動事例17 / P68

●住民が愛着を持っている懐かしい“びん玉”でまちを飾る

“びん玉”とは、以前漁業で使われていたガラス製の浮き玉のこと。浜島町は漁業の町。漁業に関わっている人はもちろん、そうでない人も、子どもの頃から見慣れたびん玉に愛着を持っている。このびん玉を使ってオブジェを製作し、海辺の道路を「びん玉ロード」と名づけて整備する活動を開始した。

びん玉オブジェは、流木の上にびん玉を置いた単純なもの。びん玉には穴が開けられており、毎日夕方に、メンバーが火を点した蠟燭を入れていく。いわば毎日小さなイベントを開催しているのだが、これを繰り返すことによって、住民の関心を引くようになった。

●びん玉ロードを使ってライブ、そこでオリジナル商品を販売

「こんなロマンチックな場所でコンサートしたら最高やな～」というメンバーのつぶやきで、平成14年から、びん玉ロードから臨む浜辺を舞台として手づくりのセッションライブが始まった。浜に特設ステージを設営して、観客席はびん玉ロード。ライブ当日は、特産のメロンを使ったオリジナルのシャーベットの販売も行い、わずかながらも活動資金を生み出すことができた。

A1 地域の関心をよぶテーマを見つける

a44 慣れ親しんだ地域資源を再発掘

「四国へんろ道文化」世界遺産化の会（愛媛県内～四国内）

地域づくり活動事例15 / P66

●身近な話題を取り上げ、さらに新たな観点を加えて住民を引きつける

四国八十八ヶ所の札所と遍路道は、四国の住民にとって昔から慣れ親しんだ話題である。会では、この身近な地域資源を活動のテーマに取り上げるとともに、世界遺産登録という目標に向けたフォーラム開催など、地域資源の価値を再認識させる場を住民に提供した。

活動には、「人々の心の触れ合いの場」としての新たな新鮮なイメージを吹き込み、住民に改めて遍路道を考えるインパクトを与えた。「癒し、ボランティア、文化交流、環境保全」という4つのキーワードを用いて、地域資源を肯定的に捉えるきっかけづくりに努めた。日頃から慣れ親しみ、あたりまえになっている地域資源を多角的にとらえ直すことによって、活動テーマを再発掘することができたのだ。

●マスコミ報道を活用する

さらに、会の取り組みがマスコミに取り上げられたことで、四国他県から反響を得るようになった。四国霊場会からの賛同の他、四国四県経済同友会が、各県の知事に遍路道の文化を世界遺産に登録することを提言するなど、ネットワークや活動に広がりが出てきた。

A2 イベントで知名度を上げる

a45 「赤米」のキーワードで他地域と交流

ミニ独立村「赤米のふるさと」千石村（鹿児島県南種子町）

地域づくり活動事例19 / P70

●独立村をつくって赤米をPR

全国でも3ヶ所しかない伝統的な赤米の栽培方法が守り継がれている地域のひとつ、南種子町の荃永地区。ここを千石村というひとつの独立村として、赤米を栽培してきた地域のアイデンティティの確立を図った。村の結成には、元中学校教諭が地域文化の継承に光を当てることで、各住民の活動の場を提供したいと考え、自らの人脈を使って広く声をかけた。

●赤米の産地によびかけてサミット開催

同じく赤米を栽培する岡山県総社市及び長崎県厳原町の関係者を千石村に招き、赤米の伝承と豊かな地域社会の創造を目指すサミットを開催した。赤米というキーワードを通じて、それまで交流のなかった地域同士の交流を図り、また日頃島外の人との交流が困難な離島がにぎわったことで地域が盛り上がり、活性化にもつながった。そして、平成14年にはメンバー12名が対馬厳原町豆駈を訪問し、情報交換を行い人的な交流を深めた。

a46 毎年イベントを継続し地域へ浸透

特定非営利活動法人 I K A C H I 国際舞台芸術祭（山口県柳井市）

地域づくり活動事例62 / P118

●元映画館を活動拠点とした地域密着型の芸術祭

廃屋となった元映画館「みどり会館」を修復する過程で、団体のコアメンバー兼地元の劇団員は「みどり会館」の存在価値に気付き、当初稽古場として考えていたこの場所を芸術発信基地、住民のアイデンティティの拠りどころとして活用していくことを決意した。

「伊陸から世界へ 世界からI K A C H Iへ」を合言葉に、平成12年から国内外の舞台芸術アーティストや劇団が参加する「I K A C H I 国際舞台芸術祭」を毎年開催している。プレイベントでは、「地域と演劇祭」をテーマとしたフォーラムの開催やアーティストと観客との距離を縮めるコミュニケーションプログラムを導入し、地域に密着する工夫を行っている。

●地域住民とともに作り地域活性化に貢献する芸術祭を目指す

地元の他のNPO団体と連携した地域通貨の運用や、劇場ボランティア制度の導入などにより、住民参加の舞台芸術祭へと発展させてきた。さらに、この地域を芸術村としてシアターツーリズムを確立し観客を広くよび、地域に経済効果があるようなイベントを目指している。住民に主体的に関わってもらえるよう、イベントの魅力向上を心掛けている。

A3 ホームページやメールを活用する

a47 ライブな情報をホームページとメールマガジンで発信

小田原やんべえ倶楽部（神奈川県小田原市）

地域づくり活動事例14 / P65

●ビジュアル系（？）のイベントで注目を集める

会の主なプロジェクトには、毎月の歳時記にあわせ、地域のお年寄りや生産者の方々の知恵を借りて、歳時記のしきたりや生活文化を再現するイベント「なりわい歳時記」（1月の「雑煮会」や3月の「雛まつり」など）がある。さらに、活動の拠点である「なりわい交流館」の象徴にふさわしい看板を市民と行政が協働して製作するプロジェクト「看板あげようプロジェクト」があげられる。いずれも、話題性があり、かついわゆる絵になりやすい“ビジュアル系（？）”の活動であり、誰でもイメージしやすく活動PRにも使いやすい。「なりわい歳時記」「看板あげようプロジェクト」といったネーミングも魅力的だ。

●イベント、ホームページ、メールマガジンを連動

会では、発足時からホームページとメールマガジンを活用し、積極的に情報発信を行っている。ホームページでは、写真をふんだんに使い、活動の雰囲気伝えるようにしている。イベントを開催するときやホームページを更新したときは、会員・非会員の別なく関心を持つ人にメールマガジンを送って、その旨を知らせている。イベント、ホームページ、メールマガジンを有機的に連動させながら活動を展開している。

a48 メールマガジンと掲示板でファンを獲得

くらくらアートプロジェクト実行委員会（石川県金沢市）

地域づくり活動事例4 / P55

●参加できなかった人にも情報を発信する

中心メンバーのひとりが、ワークショップやいろいろな活動の後に、メンバーや活動に関わったことのある人へメールマガジン「くらくら日記」を発信している。内容は、蔵の改修に携わっている地元大学生の改修日記や、その日行ったこと感想などが率直な言葉でつづられる。活動に参加できなかった人も、このメールを読んで活動の様子を知ることができ、活動に親しみがわく。

●メール発信が一方通行にならない「意見交換ボード」

さらにこの日記は、発信者が個人用として作成しているホームページ上で「意見交換ボード」として公開されており、意見がある人は返信でき、ホームページ上でやり取りすることが可能となっている。メールとホームページのリンクが面白く、一方通行にならない仕掛けとなっている。

A4 マスコミを活用して情報収集・発信

a49 各地にアンテナを広げて情報収集

阿波農村舞台の会（徳島県）

地域づくり活動事例18 / P69

●新聞記者など地域の情報通を仲間に巻き込む

常にアンテナを張って地域情報の把握につとめているのは、新聞記者などのマスコミ関係者である。そのようなメンバーを活動の支持者にして仲間に巻き込むと、ネットワークが格段に広がる。「農村舞台で公演を希望する役者がいる」「徳島市内では約30年ぶりの“仕掛け小屋阿波人形浄瑠璃公演”が行われる」など、情報をキャッチするスピードが早まり、それを活用して活動が展開している。

農村舞台の復活を考える上で、参考となる地域や役者の情報を入手したら、まず現地に出向いて地元グループのメンバーと知り合いになることを心掛けている。まずは会うことが、ネットワーク拡大の第一歩である。

a50 マスコミを引きつけてイベントをPR

村上町屋商人会（新潟県村上市）

地域づくり活動事例40 / P93

●時間をかけてパイプ作り、そして直談判

1年がかりでマスコミとのパイプを作り、マスコミ活用作戦を計画した。中でも、東京の某テレビ局に出向き担当デスクに直談判したことが実を結び、「町屋の人形さま巡り」の様子が全国放送された。この日を境に北は北海道、南は九州、全国から大勢の人が押しかけた。こうして、テレビや新聞、ラジオで大々的に紹介され、高い注目を得ることになった。

●マメな活動案内と報告でネットワークを広げる努力

マスコミに積極的にアピールするばかりでなく、「活動自体を話題性が高く実り多いものにしていくことこそが、別の手段に頼らずとも活動のPRになる」という心情で、ネットワークを広げる努力も怠らない。マスコミや商工会議所など複数の組織にイベントの後援を依頼しつつ、活動案内をこまめに郵送する。イベントが終了した際には、再び活動報告を行う。また、イベントによって得られた経済効果など活動成果を数値で分かりやすく示すことによって、直接活動に参加していないサポーターの注目を集めることに成功している。