

「珠玉と歩む物語」小松(日本遺産認定)の魅力アップと普及を図るための調査研究 ー鶴川町、遊泉寺町、立明寺地区の石や歴史的資源を活用した誘客対策ー

指導教員 金沢学院大学 芸術学部 飯田栄治 ・ 吉田一誠 、 経営情報学部 奥井めぐみ
参加学生 飯田ゼミ 山本汐音他 5 名、 吉田ゼミ 松井祐香里他 5 名、 奥井ゼミ松本真未他 12 名

1. 調査研究成果要約

2016 年度の「日本遺産 (Japan Heritage)」に、小松市が申請した『「珠玉と歩む物語」小松～時の流れの中で磨き上げた石の文化～』が認定され、地域活性化の起爆材となり得るものとして期待されている。本認定の対象地域のうち、鶴川町、遊泉寺町、立明寺町の 3 町から活性化の協力を要請され、特に、地域の祭りにおいて、近隣地域のレジャー動向の意識調査とスタンプラリーによる地域の魅力 PR を展開した。その成果について報告する。

2. 調査研究の目的

本地域では、「石」に関する独自の文化を有しながらも、過疎化、高齢化が進行しており、活性化するために外部の目や若者の発想を必要としている。本調査研究は、多角的に地域の魅力に関する調査を行い、実際に魅力発信のアクションを行いその反応について評価することが目的である。

地域の方々と意見交換を行った結果、スタンプラリーを実施し魅力発信したいという要望があることが分かった。そこで、まずは、事前に、近隣の人口密集地の人々のレジャー意識の調査・分析を実施するとともに、ICT を活用実施しながら、学生目線で地域の人々では気づかない魅力の掘り起こしを行った。そして、この結果に基づいて、スタンプラリーを実施し魅力発信を行った。

3. 調査研究の内容

大きな流れは①から③のとおりである。

- ① 地域の方々との意見交換
- ② レジャー動向の調査および地域の魅力掘り起こし
- ③ スタンプラリー実施および来場者の反応を評価・分析

具体的には以下のとおりである。初回ミーティング後、スタンプラリーの立案とは別に、同時進行で、周辺住民のレジャー動向や石文化に関する知名度について調査を実施していった。

- (1) 7 月 18 日、地域の方々との初回ミーティングを実施、具体的な意見交換をおこなった。賑わい創出のための祭りを実施し、その呼びものとしてスタンプラリーを実施する方針となった。
- (2) 8 月 9 日、スタンプラリーのコース検討のため、鶴川、遊泉寺、立明寺の 3 町の住民でつくる鶴遊立地域活性化委員会メンバーの案内で、建機大手コマツ発祥の地である遊泉寺銅山跡や石切場だったハニベ岩窟院など 6 カ所を巡った。図 1～図 3 はその際の様子である。



図 1 鵜川石切場跡



図 2 湧泉寺銅山跡付近



図 3 ハニベ岩窟院

- (3) 9月30日、再度、学生目線で地域の魅力の掘り起し(図5、図6)を実施した。方法として、リアルタイムで、音声による「呟き」をテキストデータに変換するスマートフォンアプリ RECAIUS (図6参照)を活用し、散策しながら気づいたことをボイスメモとして蓄積し、GPS Loggerによりその時点の位置データも同時に記録していった。後に、その情報を地図にマッピングして、スタンプラリー用のルートを検討した。なお、母体となる祭りの名称は、本学学生の提案により「WaiWai まつり」に決定した。



図 4 湧泉寺銅山跡付近



図 5 散策後の情報交換



図 6 アプリに呟いた際の表示

- (4) 10月1日からスタンプラリー当日まで、地元の方々を中心に、チラシ作成、配布等々を展開した。大学側としては、チラシ用画像素材作成および印刷、その後方支援を行った。
- (5) 11月5日、スタンプラリーを実施、普段は静かな山里に5000人の方々が訪れた。



図 7 「WaiWai まつり」の様子



図 8 スタンプラリー受付

4. 調査研究の成果

(1) アンケート概要

実施時期は、2017年9月20日（水）～9月28日（木）で、調査対象は、小松市立芦城小学校保護者に対し実施した。なお、主な回答者の属性は、性別（女性90.0%、男性9.1%）年齢層（30代36.7%、40代57.3%）であった。

(2) アンケート結果

a. 移動手段に関する調査

図9より、レジャー等で、家族で移動する際の手段は、自家用車が最も多いということが分かった。

したがって、公共交通機関の不便さは、スタンプラリーの対象地域に足を運んでもらうことに、大きな支障はないことが分かった。

図10より、行ったことのある場所に関して、本研究の対象地域の施設である「ハニベ岩窟院」は、ほとんどが自家用車での移動であることがわかる。

b. 地域の知名度に関する調査

図11および図12から、石文化そのものの知名度は「知っている」「聞いたことがある」を併せて57%であり、「知っている」「聞いたことがある」人のうち、日本遺産になったことは36%の人しか知らない。とすれば、両方のことを知っている人は20%程度となる。PRは多いに必要と考えられる。

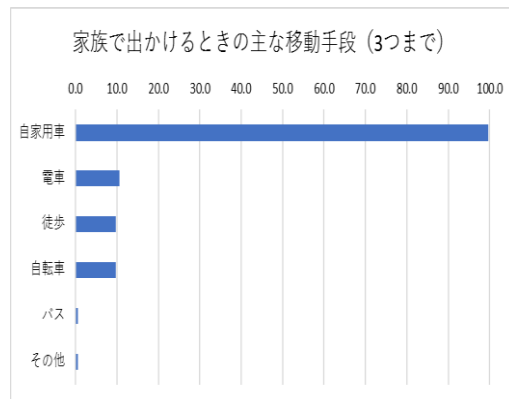


図9 移動手段に関する調査結果

行ったことのある場所／主な交通手段	①自家用車	②バス	③電車	④徒歩	⑤自転車	⑥その他	合計
①那谷寺	266	2	26	26	29	2	267
②日用昔の里	72	0	10	9	10	2	72
③日本自動車博物館	148	1	12	21	19	2	149
④ゆのくにの森	209	2	25	17	21	2	209
⑤栗津温泉	225	2	23	18	19	1	226
⑥ハニベ岩窟院	157	1	15	18	13	0	157
⑦安宅の関	269	2	32	27	27	2	270
⑧こまつ杜	254	1	29	26	27	2	255
⑨サイエンスヒルズこまつ	292	1	31	31	29	2	293
⑩こまつ曳山交流館	178	2	21	17	21	2	178
⑪錦窯展示館	33	0	4	4	5	1	33
⑫尾小屋鉱山資料館	63	0	7	9	9	0	63
⑬航空プラザ	297	1	30	30	29	2	298
⑭小松空港	299	2	32	28	28	2	300
⑮宮本三郎美術館	94	0	9	10	12	0	94
⑯本陣記念美術館	64	0	7	8	8	1	64
⑰その他	4	0	0	1	1	1	4
合計	329	2	35	32	32	2	

図10 行ったことのある場所/主な交通手段

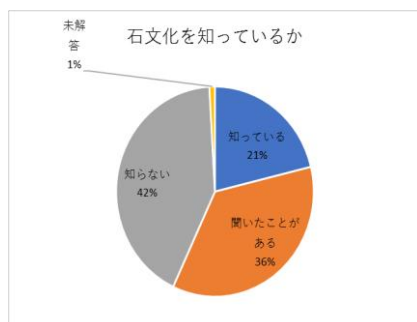


図11 石文化の知名度

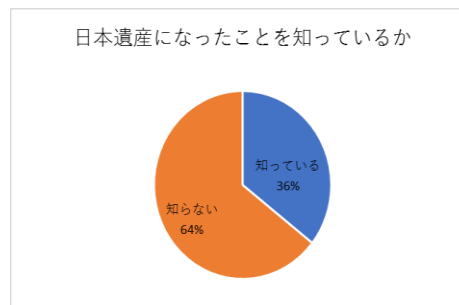


図12 日本遺産の知名度

(3) PR 方法

図 13,14 のとおり、石文化を知ったきっかけは、「広報こまつ」や「新聞」といった紙媒体の比率が高いが、効果的な PR 方法として挙げられているのは「SNS」「テレビのニュース」と電子系のものの比率が高く、かい離がみられる。今後はこのような電子媒体を利用した広報活動が必要と思われる。

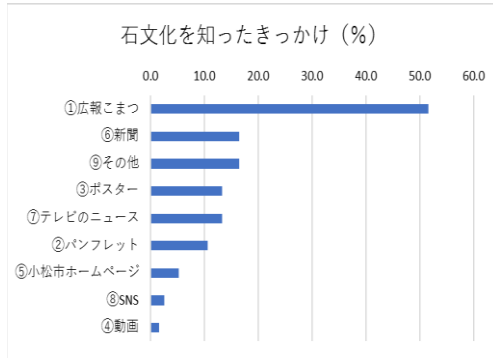


図 13 石文化を知ったきっかけ

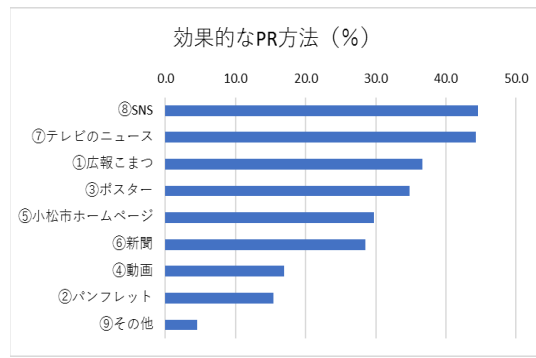


図 14 効果的な PR 方法

(4) スタンプラリーから得られたもの

スタンプラリーには、チラシを近隣に配布し、車ででの来場を想定し、案内地図も盛り込んだ結果、5000 人の来場者があった。本結果に繋がったことで、我々の努力も報われた。さて、スタンプラリーの通過ポイントとして、遊泉寺銅山跡や鶴川石切場跡など他の地域にない歴史的遺産も多いが整備途中ということもあり、今後の行政の動向を見守りたい。また、地域を歩いて発見されたポイントとして、明治初期の西南戦争に関する石碑があり、この地域から遥々鹿児島まで出兵に駆り出された人々がいたという歴史も分かった。まだ魅力の掘り起こしの可能性のあることを感じた。

5. 来年度の調査研究計画

今後のイベント PR やさまざまな情報発信はインターネットや放送メディアを用いたものが望ましいという結果が出たのでそのことも検討していきたい。

本地域は高齢化が進んでおり、さらなる魅力の掘り起こしのためには、80 歳以上の方々の記憶を留めておく必要があると感じた。そこで、地域の古い情報をご存じの高齢者の取材を行い、さらなる魅力の掘り起こしをしたいと考える。

6. 調査研究に対する地域からの評価

「WaiWai まつり」終了後、しばらくして、今回のスタンプラリーが大成功であった旨、地域の代表者から連絡を頂いた。地域の人間だけでは、このような結果得られなかったとのこと。引き続き、活性化に協力をお願いしたいとのことであった。