

## 歴史文化のまちづくり

— 地域の歴史文化をどう活かすか? —

杉原 幹雄

「まちづくり」とは? 「歴史文化」とは?

「まちづくり」という言葉や、ほぼ同義で用いられる「地域おこし」「ジゲおこし」といった言葉が頻繁に使われるようになったのは、いつ頃からであろうか。

戦後の復興が急速に進められる中で、重化学工業を主とした工業化によって、労働力を必要とする大都市圏への人口集中が始まり、地方の人口流出が進んでいく。昭和五〇(一九七五)年代以降は日本全国が次第に高速道路網で結ばれ、日持ちしない生鮮食品であっても遠方への配送が可能となり、この流れに乗って大手スーパーも地方へと進出して小売業の寡占化が進み、それに伴って資本力のある大手メーカーの製品が地方へとどんどん運ばれ、地方に昔か

中で語られ始めたと言える。例えば、大分県で提唱された「一村一品運動」といった言葉も思い出される。これは高速道路網を使って、地方ならではの産品を逆に、全国へ発送しようという動きであり、これにならって各地で「物産振興」の取り組みも盛んになっていった。

人口減少と共に衰退していく地域において生活文化が都市化・均質化していく中では、人間関係も希薄になり、コミュニティの維持も問題になってくる。そういった局面で云々されはじめたのが「アイデンティティ」という言葉ではないかと考えられる。これは住民相互の結束を図ってコミュニティを維持していくために、最大公約数となるような価値観、皆が共有できる歴史や文化などを見いだしていくという動きの中で用いられている。また「まちづくり」によって全国へと打って出る「基点」として、それぞれの地方特有の個性、アイデンティティを考えることは必須事項で、当然それを、その地方の人々が長い年月を掛けて累々と重ねてきた営み、すなわちその固有の歴史に求めることになった。

「歴史」と言われたとき条件反射のように思い浮かぶのは、学校で教わる社会科の歴史年表であるが、「まちづくり」

らあった食品製造業などが次第に廃業へと追い込まれていく。

これらと併せ、大手マスメディアが集中する都市からさまざまな情報も地方へと一方的に流され、中央から流されてくる広告によって、地方それぞれにあったはずの食文化や言語(方言)はもとより、人々の暮らしぶりもあらゆる面でどんどん均質化され、地方の個性が失われていく。

「まちづくり」をはじめとする言葉は、このように都市と地方の格差が急激に大きくなりはじめ、人口減少や第一次産業の衰退などによって、疲弊していくばかりの郷土存続への危機感が次第に広がっていく状況下で、経済力や賑わいを取りもどして地方の建て直しを図ろうとする動きの

においては決して、教科書に記載されるような大きな歴史的事実だけが「歴史」ではない。もつと人々の生の暮らしに密接な事柄の方に意味を見いだすことが多く、その最たるものは、町並みであったり古い民家であったり、方言であったり、昔懐かしい地域の食材や料理であったり、人々のおぼろ気な記憶を呼び覚ますような今にも廃れかけた物事が、とても大切な歴史として取り上げられる場合が多いように思う。

また例えば仮に、歴史上の人物などを中心テーマに据えてまちづくりを進めようという場合にも、その周囲に在った人々の生活文化をこそ尊重し、ディテールとして語られなければ、実のあるものとなつてはいかない。つまり年表の「行間」こそが大切で、「まちづくり」にはそういった地域固有のささやかな歴史文化を温めることが不可欠であることを、まず確認しておきたい。

私は歴史文化を研究する立場の者ではなく、インタビューライター(通訳)として、難解なことを解りやすく、多くの人に伝えることを主な仕事とし、三〇年来、「まちづくり」にさまざまな形で関わってきた。そのわずかな経験の中から、地域建て直しに固有の歴史文化をどのように活かす工夫をしてきたかを、これからお話ししていこうと思う。

## デザインの力、「でこ描き屋」の仕事

私は現在、「地域未来」という会社でグラフィックデザインを中心に、音楽や映像の制作、店舗などの空間デザイン、キャンペーンやプロモーションの企画運営などを仕事としている。また、これらを総合的に活かして、いわゆる「まちづくり」にもいろいろな形で携わってきた。

私自身がこの仕事に足を踏み入れたのは約三〇年前、三〇才くらいの頃。当時、米子市を中心に配布されていた「よなごプレス」というタブロイド紙があった。現在で言えばタウン紙とかフリーペーパーと呼ばれるような媒体で、新聞などがあまり扱わない街の情報誌、ソフト且つおしゃれに表現され、外野席で好感を持って読ませて頂いていた。その「よなごプレス」を制作発行されていた「大森デザイン室」のスタッフ募集広告を目にして、思い切ってその門を叩いたのである。

大森デザイン室では、主宰者の大森民夫さんが築いてこられた人脈をきめ細かにフォローするという形で、営業活動を主にやらせていただき、コピーライトやテレビ・ラジ

価値が問われる。そこにコピーライトやデザイン、クリエイティブの力量が問われるのである。

また販売促進の他、各社が抱えておられる経営上の課題などについてもいろいろとお話を伺い、その解決のためにはどうしたらいいか、企業が存在そのものや理念をどう地域に伝えていったらいいか、といったことを自分なりに考え、ご提案させて頂くこともままあった。これらはすべて、クライアントが抱えておられる漠然としたイメージやビジョンを、代わりに代筆して明確な絵にする、いわば「でこ描き屋」の仕事であった。大学卒業後、二〇代の頃に、青果物の販売や制服の販売、時には飛び込み営業などをやった経験が、そこでは少なからず役立った。

多くの人たちに何かを伝えること、その難しさや面白さを、大森さんの元においていろいろと教えられた。思えばずっと若いときから標榜していた、このデザインとか広告という仕事を、まさに自分の天職として、この時与えられたことにとっても感謝している。

## 長田吉太郎さんとまちづくり

オ用にCMソングの制作もさせていただいた。特にコピーライトは、この仕事の胆(キモ)だと言ってもいい。消費者に対するメッセージを、如何にものごとの本質を衝きながら簡潔に、しかも如何に多くの人の心にとまるように表現できるか、という力量が問われる。その表現によって新たなライフスタイルがこの世に生まれることとなったり、新たなマーケティングが創出されるといったことさえもある。しかし単なる「ウケねらい」や目の前の見え透いた損得勘定のレベルで語られた言葉ではすぐにメッキが剥げ、鮮度が落ちてしまうことは言うまでもない。大げさに言えば広告のキャッチコピー一行にしても、ものごとの普遍性や真理に肉迫していなければならぬと言っていることである。

コピーライトと同列で、その頃、たくさんCMソングも制作した。例えばラジオCMはわずか二〇秒の世界。テレビは基本が一五秒。その短い時間の中で、如何に多くの人の聴覚・意識に訴え、グッドイメージを伝えることができるか？例えば一回聞いてもらうだけで記憶に残せるのか、それとも一〇回必要なのか、CMソングではそんなインパクトの有無も問われる。折り込みチラシでも例えば、配布した一〇〇枚の内、五〇人が目に留めてくれるものなのか、一〇人しか目に留めてくれないものなのかで、その

大森デザイン室を辞して、フリーで仕事を始めようかと思っていたところ、「長田茶店」の社長、長田吉太郎さんから「ちよつとウチに来んかや？」とお誘いを受けた。しばらく考えた後、ちよつとの間ならまあ、身を寄せようかと「長田茶店」に入社。しかし長田さんは即刻、「長門屋」という古風な社名の企画制作会社を立ち上げ、私はその専務職を拝命することとなり、簡単には辞められない立場となった。また必要に迫られて、見よう見まねでパンフレットやパッケージのデザイン、店舗のデザイン、イベントの企画運営など、販売促進に関わるすべてに手を染めることとなった。

長田さんは、小さな体に似合わない、とてもエネルギーッシュで面白い方であった。社業の日本茶製造・卸・小売り・茶道具の販売を主として、下町では「しようじき村」と命名してコミュニティづくりや賑わい創出を図り、米子市全域をテリトリーとして「米子を愛するふるさと塾」なる活動をしたり、社業とからめて「中海ふるさと物産振興会」という組織で地域産品の育成と販売に取り組んだり、木酢液を主原料とする肥料・飼料を用いた食品生産に取り組み全国各地の農漁業者・製造業者と手を携えて「がんこ村」という会社を設立したりと、とにかくその活動のウイング

はめちやくちャワイドであった。しかしそこに通底するのは、社業の発展と、その基盤となる地域振興への熱い想いに他ならなかった。長田さんのそういった熱意に触れながら、私自身もいわゆる「まちづくり」なる世界に、次第に引き込まれることになる。

### 米子の下町、しょうじき村まつり

米子市の旧加茂川沿い、米子港から尾高町にかけてのエリアは、「通称「下町」と呼ばれ、江戸時代には米子港で荷揚げ、荷下ろしされる物品を取り扱う船問屋が並び、商業地として最も隆盛を誇ったという歴史を持つ。しかし鉄道が開通してからは、米子駅に近いエリアへと商業地が移り、以来町は寂れて、古い民家が密集した「未開発ゾーン」として現在へと至っている。「長田茶店」は享和元（二八〇）年を創業とする老舗で、その一角、岩倉町に店舗を構え、旗ヶ崎の食品団地に製造工場と営業などの機能を有する本社を構えている。

長田さんはその幅広い人的ネットワークの中で、全国的先駆的な「まちづくり」に関する情報を得て、下町に賑わいを創出し、住民のコミュニティを醸成するために「しよ

うじき村まつり」を起案。「祭りがなければいい」と言うことで、廃れゆく町の古さを、人間が本来持つべきあたたかな心を育むすばらしい文化として再評価し、「しょうじき村」という名前で表現。「愛と自然と素朴さ」を村の理念として掲げ、昭和六二（一九八七）年一月三日に第一回目のまつりが開催された。

大した予算なしで、すべてが「手づくり」のプロセスの中で、住民同士のコミュニケーションが広がり、そして深まっていき、日頃は猫も通らないような寂れた通りが祭りの当日には、住民たち自身がびっくり仰天するほど多くの人々で埋め尽くされた。イベント業者や代理店に多少の予算を託しても、絶対に成し得ないような成果が、多くの住民を巻き込んでいったことで話題が波状的に広がり、地域外の多くの人たちを呼び込んで、大成功を収める結果となったのである。長田さんの勢いにのせられて、二年目に私も『しょうじき音頭』を作詞作曲。その歌に乗せて踊りの輪ができた。その後、毎年、祭りでこの歌を聞き、住民の皆さんが踊っておられる姿を見る度に、こちらもとても幸せな気分になったものだ。

### 老朽住宅のリノベーション

密集・老朽化した住環境の下町界限では、若者は郊外に住まいを構え、年寄りだけが残されて町の空洞化が進み、高齢化率が高まり、空き家の増大が問題になっている。岩倉町の長田茶店の店舗周辺にも空き家が何棟かあって、その存在自体が町のイメージを損ねる元となっていた。長田茶店は、店舗の直ぐ向かいにある空き家一棟を倉庫として利用していたが、平成一〇（一九九八）年にリニューアルする決断をし、私はその実現を課せられた。間口が狭く奥行きが長い、いわゆる「ウナギの寝床」といわれる町家を、その古びた情感を残しながら、住居としてではなくギャラリーとして再活用することとなったのである。

限られた経費の中で、どのように洒落た空間を創り出すか、旧知の空間デザイナーや工務店に総掛かりで仕事に当たってもらい、やがて古民家を活用したこじやれた「ギャラリー」さわ（茶話）が誕生。そのこけら落としには、これまた旧知のクラフト作家たちが参集して「顔見世興行」なる展覧会を開催し、話題となった。

平成一一年には、「ギャラリーさわ」のすぐ隣の空き家も改装に着手。こちらの家屋は築一〇〇年、戦後は乾物屋や仏具店として利用されてきたもので、「さわ」に比べる



アート&クラフト是楽暮舎 (こらぼしゃ)

と広く、また雨漏りなどで傷みがより激しかったが、旧来の泥壁や小屋組をできるだけ残しながら、ちよつとしたコ

ンサートなどでもできる「アート&クラフト是楽喜舎（こらほしゃ）」という施設に生まれ変わらせた。

#### 下町の地域再生調査事業

古いものを新しいセンスで再構築するこれらの試みは、今風に言えば「リフォーム」ではなく「リノベーション」という表現がふさわしい。長田さんはこうして自ら、くたびれた古民家を見違えるようなモダンな空間に造り替えて見せることで、古い下町の町並みが順々に、今風に蘇生していくことを念じていたのだと思う。

個人的にはこの後、平成一四年に、市内東倉吉町商店街の空き店舗のひとつで、かつてはお見合いやデートに使われたという旧喫茶店「田園」を改修し、建物とその歴史を利活用してダイサービスセンターと、地域の高齢者や家族、来街者が交流できる小規模多機能型の施設を設置するという、商業と福祉を融合させる試み「田園プロジェクト」に携わった。

これらの動きがその後、米子市中心市街地活性化事業へとつながり、今では商店街の数多くの木造家屋や土蔵、あるいは元銀行といった建物が洒落たお店に生まれ変わり、若い人たちの人気のスポットになっている。

ねて、半年以上をかけて報告書をまとめた。

その報告書の巻頭で、長田さんは次のように記している。「まちづくり」とは、地域の住民がそれぞれに違う価値観や幸福観を越えて、お互いがそれぞれの役割を担いあえる筋骨きを考え、それに従って汗し、その地域に暮らす喜びを共有できるようにすることである。当地域でも「まちづくり」という言葉が多用され、最近では、「景観」という言葉と合わさってよく使われるが、実はその内容が解りにくくなっている実情があるのではないか。そこでこの事業によって、地域の実情を客観的な視点から探り、実態を精査していくことで、認識の共有を図っていききたい。(要約)

大同団結を旨として皆が力を合わせ、住みよい地域を創っていくこと、つまり「まちづくり」のための「心の要」となるのが、地域の歴史や現状をよく知ることであり、原点に立ち返ってみようと言うのである。また計画策定委員会の委員長、船越清輔氏は、次のように記している。

「あるがままの地域の実情」を住民の方々に示すことを主眼に、実に多岐にわたる作業と検討を重ね、この報告書としてまとめた。かつての活気に満ちたこの町の歴史・風

「町の景観」について住民の意識を高めるきっかけとなったのは、遡って平成二(一九九〇)年、老朽化した歴史ある天神橋の架け替えにあたって、行政とコンサル主導ではなく住民主導で計画立案を進めたことである。広く一般からデザインを公募し、住民が検討を重ねて現在の橋が架けられた。翌平成三年には、下町に高層マンションの建設計画が立て続けにもたらされ、周囲の住民有志から「町の景観を損なうもの」として反対運動が起こって、西倉吉町に一棟建設された以外はすべて廃案となり、平成八年、建設予定地であった立町二丁目の約五〇〇坪の土地は米子市によって先行取得され、運動は一応の成果を得、現在は「加茂川広場」としてきれいに整備されている。

昔ながらの景観や賑わいを取りもどそうという意識の高まりの中で、平成一二年、(財)鳥取県中小企業振興公社と米子商工会議所の支援を得、加茂川周辺地域一帯を対象として「地域再生調査・計画策定事業」を行うことになった。米子工業高等専門学校建築科の先生方のご協力を得ながら、電柱一本に至る町並み景観調査や住民意識調査、あるいは古老からさまざまな昔話を聞くヒアリングなどを重景を思い浮かべながら、地域再生を住民共通の願いとし、これから住民主体のまちづくりが進められていくことを強く念じる。(要約)

この事業は「まちづくり」のための「土俵づくり」とも言うべきものであった。またこの報告書が元となって「下町ボランティアガイド」が始まり、表紙に描いた挿絵を元に制作・出版した下町の絵はがきが大好評を得たことから、私自身が「絵のチカラ」を再認識し、以降、署名入りでの作画を本格的に行うようになった。

#### 倉吉打吹地区「赤瓦」の立ち上げ

長田さんの元で、米子市のまちづくりに深く関わっていたことから、倉吉市で包装資材製造業をしておられる森和美氏からお声掛かりがあり、最初に倉吉の旧市街、打吹地区を訪ねたのは平成八(一九九六)年だったと思う。まず案内されたのは大きな「醤油もろみ工場」であったが、既に屋根の一部が抜けて空が見える状態となっていた。森氏ともうお一方、設計士の里見康男氏は、この建物の限界が来ていることに強い危機感を持っておられ、その利活用によって町を活性化する道をさぐっておられたのである。

古い建物や町並みの利活用による代表的な成功例に、滋賀県長浜市の黒壁スクエアがある。これは「黒壁銀行」の愛称で親しまれてきた、歴史ある旧第三百十銀行の取り壊しの危機に際し、その保存と再生のために、昭和六三（一九八八）年に第三セクター「黒壁」を設立し、旧銀行を「ガラス館」として再生させ、ここを中心に周囲の古い建築物を次々と美術館、工房、カフェ、レストランへと再生し、当時多くの観光客を誘客していた。倉吉でもこの「黒壁」に習って、町の再生が図れないかということであった。

この醤油工場の前側に流れる幅四〜五mの玉川沿いには、約一〇〇mにわたって白壁の土蔵群が見事に並んでいる。その周辺にもしつとりとした情感の古い町並みが残っていたが、後日のアンケートによると地元の方は、「こんな寂れたところに観光客を呼ぼうなんて、どうかしている……」との回答もあつたほどこで、これらは当時、多くの住民にとっては「負の遺産」以外の何ものでもなかった。実際、三朝、関金、羽合、東郷の四つの温泉地は年間で二〇〇万人を集客していると言われていたが、当時このエリアを訪れる観光客などは皆無と言つてよく、周囲の商店街も衰退の一途を辿っていた。

特に地域C・Iに関してさまざまな視点から皆さんの意見をお聞きした。「C・I」とは、元々は「コーポレート・アイデンティティ」と言われ、企業において既に築かれた、あるいはこれから築いていこうとする文化特性や独自性を「理念」として掲げ、それをキャッチフレーズやデザインなどの統制的な表現を以て内外に発信し、社会と共有することで存在価値を高めていくという企業戦略である。この考え方を「地域（コミュニティ）」に置き換えるもので、ここではやはり、地域固有の「歴史文化」をどのように分析・評価するかということが大きな論点となった。言い換えれば今後「変えるべきこと」と「変えてはならないこと」をどう考えるかということで、古き良きものをたくさん残しているこの町の本質は変ええない、情報化社会への対応力など技術的に未熟な状況はどんどん変えていく、との結論に至った。「理念」とは、この指止まれる「この指」のことである。この町のいいところ、その本質をみんなで考えた結果、まちづくりの理念として「心の糸を織りなす町」というフレーズを掲げることに決まった。

かくして、この理念を基軸にふたつの団体の役割を表す理念を定め、ロゴタイプなどのデザインファクター、イメージキャラクター、イメージソングなどを策定した。その後

このような状況を二人や三人で一発逆転できるはずがないが、森さんと里見さん、おふたりの想いが元となって、平成九（一九九七）年五月、白壁土蔵群を地域資源としてまちづくりを進めるための「協同組合 打吹」が、同年九月には整備・運営を行う中核事業主体の「株式会社 赤瓦」が設立されて、この二団体を両輪とするいわゆる「倉吉方式」で、まちづくりの計画策定事業が実施されることとなり、コンサルティング業務に携わることとなった。

この事業は、地域C・I（コミュニティ・アイデンティティ）計画、広報計画、イベント計画など、運営ソフトに関わる調査、計画立案を主としていたが、地域外の観光見込み客に対して云々……ではなく、まずは組織内関係者、次に地域住民を巻き込んで、いかに事業の目的や意義を共有してもらい、合意形成を図っていくかが最大の課題であった。そこで私が心がけたのは、良いことも悪いことも含め、地域の個性について徹底した議論を重ねてその本質に迫り、策定する計画そのもののクオリティの良否は言うに及ばず、プロセス自体を尊重すること、すなわちインナープロモーションにあった。

細部の調整などはなされたが、当初の理念に従って取り組みは今日に至り、当時三つだった施設が現在は一四となり、エリアも広がって鳥取県中部を代表する観光スポットとして、赤瓦はますます進化を続けている。

#### 奥日野における、たたら顕彰活動

つい最近まで、たたら製鉄のことなど殆ど語られなかった奥日野地域。たたら顕彰活動の始まりは、平成二〇（二〇〇八）年度に、日野町・日南町の両商工会によって実施された「奥日野たたら 全国展開への調査研究事業」にあり、私は地元出身ということもあって全面的にコンサルティングを委託され、今日に至っている。しかし当時、テーマの設定についても、この事業を所轄する中小企業庁の担当者から「奥日野と言えはたたらでしよ？」との忠言によって決まったようなことで、事業着手の頃、関係者で誰ひとりとして、たたらのことをまともに語れる人はいなかった。

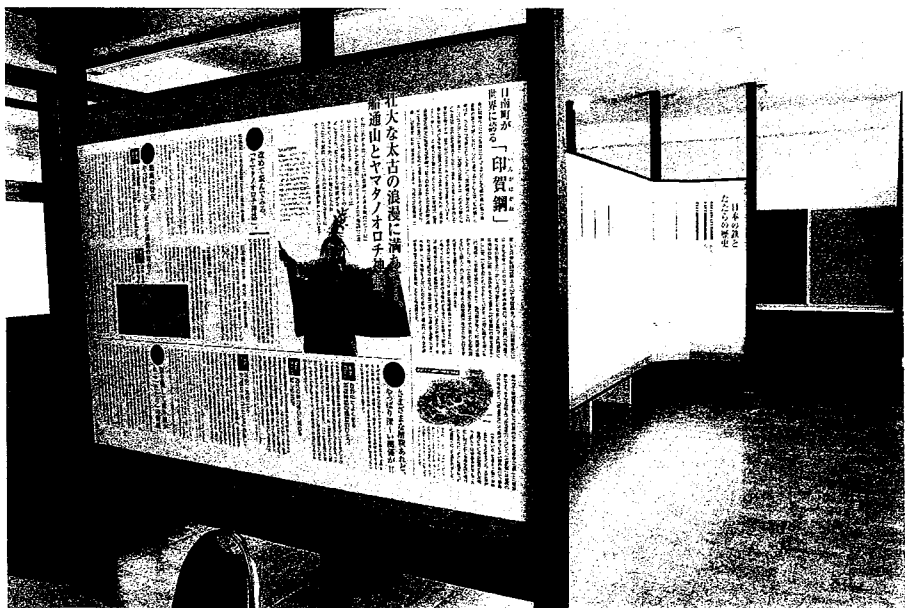
同じ年、鳥根県立古代出雲歴史博物館専門学芸員の角田徳幸氏によって、日野町上菅にある都合山たたら跡の測量と発掘調査が行われたことも、この事業を後押しした。発掘調査は、明治三〇年代に、冶金学者の俵国一博士が、こ

の都合山の他、各所の鉄山の調査をされた時に残された、その詳細な記録を検証することを主な目的として行われたものである。

この調査研究事業以降ずっと、絶大な力をお貸しいただいたのが、根雨の鉄山師・近藤家の約九〇〇〇件と言われる文書解読を主に、「日野郡のたたら」を約二〇年間、研究してこられた故影山猛先生である。影山先生は地元根雨高校（現、日野高校）の校長を最後に退職された後、手弁当で近藤家に通い、その膨大な文書をひとつひとつ整理し、紐解いて、『近藤家資料集（第一〜三編）』などの成果としてまとめてこられたもので、まさに「たたら生き字引」と称してもよい存在で、気軽に会合に向いて頂いては関係者がお話を聞き、知識を深めていった。

ちなみに近藤家文書に関しては、平成一二年の鳥取県西部地震で損傷した近藤家の文書蔵から、そのすべてが鳥取県立公文書館に一時保管され、当時の館長、安藤文雄氏によって整理・分類・目録化され、現在では閲覧出納が可能でな体制になっている。

随分前からたたらに関する取り組みが進められている鳥根県には、安来の和綱博物館をはじめ各市町ごとに、立派



たたら楽校・大宮楽舎（日南町）

なガイダンス施設がいくつも整備され、奥出雲町の「日刀保たたら」や雲南市旧吉田村の菅谷山内、高殿など当時の施設や技術なども現存し、手厚く保存されている。それに比べ、奥日野にはそういったものが一切見当たらない。そのような中で、どうすれば早く、効果的に「たたら」の奥日野」を内外にアピールできるか。まずそこに工夫を要すべきポイントがあり、それを念頭に置いて調査研究事業を進め、次のステップとなる事業計画を策定した。

翌平成二一（二〇〇九）年度には「全国展開本事業」を実施。今後の取り組みの「寄る辺」ともなるような展示施設が必要との認識で、「たたら楽校」を日野町根雨と日南町大宮に開設した。その他にホームページ開設、パンフ制作、主要道路への看板設置などを実現し、さらに明治期の奥日野を舞台に、たたらに生きた人々を描くオリジナル小説の執筆を、米子市の作家・松本薫氏に依頼し、これも原稿が完成した。

こうしてさまざまなモノが見え始めると、関係者の意気は必然として上がり、平成二二年六月には、「伯耆国たたら顕彰会」を発足させた。「名は体を表す」と言うが、反対に「在るべき体を成すための名」というものもある。キャッ

チフリーズは「たたら」の里「奥日野」としたが、団体名は「奥日野」ではなく「伯耆国」とし、鳥取県西部一円を想定して活動しようということにした。早速、「たたら楽校」の運営に当たり、さらに松本薫氏の手による小説『TATARAI』の出版へと動き始め、鳥取県の助成金を得て発刊予定を一〇月末とし、それに先がけてお盆頃から全会員を挙げて「先行予約キャンペーン」に取り組んだ。

キャンペーン用のチラシを手に手に、周囲の人たちに本の購入をお勧めする……。これはいわば、一見バイブルを勧めているように見えながら、実は布教活動をやっているようなものである。結果、予約だけで一二〇冊以上の数字を積み上げ、また献本する方々のリストを作って発送し、米子市役所で記者会見をし、出版後はまず日野町文化ホールで、そして米子コンベンションセンターで「出版記念フォーラム」を開催し……と立て続けにアクションを繰り返した。ちなみにこれら一連の流れを、「プロモーション」と言う。

小説は明治という時代を骨太に捉えながら、奥日野のたたら産業の隆盛と、主人公「りん」の女性としての成長過程をそこに重ねたもので、影山先生の研究成果を基にしてその時代の人々の暮らしぶりなども丁寧に描かれ、読み物

としたいへん面白いものであった。その作品の質の高さとプロモーション成果は絶大で、本の出版によって地域内外の多くの人たちに「奥日野のたたら」を一気に知らしめることになった。

これらの活動の他、「夏休み講座」や「たたらフォーラム」を開催し、また、子どもたちにも「たたらの原理」を解りやすく、と考えて制作した巻物風のパネル「銘刀になった鉄之進物語」を、東京でアニメ制作会社を営んでいた友人がアニメ作品に仕立ててくれるなど、奥日野のたたらの話題が次々とマスコミで取り上げられるようになった。こうなると視察やツアーの受け入れや講演の依頼が増え、また「何か支援できることはないか？」との有り難い申し入れが、行政サイドからも舞い込み始めた。

平成二三(二〇一一)年の秋には、松本薫著・小説『TATARU』が鳥取県出版文化賞に選ばれ、影山猛先生が鳥取県文化功労賞を受賞され、そして伯耆国たたら顕彰会が山陰信販地域文化賞に選ばれるという快挙が達成された。翌年正月には、これら三賞受賞の「合同祝賀会」を開催。加えて「たたらの楽校・根雨楽舎」として利用させて頂いている、明治元年築の「旧出店近藤」、老朽化した日

野町公舎の改修工事が着工となり、一二月八〜九日にかけては日南町総合文化センターで、文化庁の支援を受け、「中国山地たたらサミット in 奥日野」を開催。中国地方各地のたたら関連団体との交流もはじまった。

平成二四年三月には文化庁支援事業として、小冊子『たたら副読本』を発刊。「鉄の惑星」と言われる地球の歴史から燃焼の原理、「八岐大蛇神話」などを包括しながら、現在へと至るたたらと鉄の話しを、中学生程度でも理解できるようにと心がけて著作・編集した。

四月には根雨楽舎がリニューアルオープンし、その記念イベントとして「民謡と昔語りの夕べ」を開催。たたらが炎が燃えさかっていた幕末〜明治の頃、人々の暮らしぶりはどうだったのか、などについて影山猛先生のお話しを伺い、当時の数少ない娯楽であったはずの民謡を聴きながら、春の夕べを過ごした。これが影山先生のお話しを聞く、最後の機会となった。

一〇月には日野町公舎裏庭に新築された家屋を「都合山たたら資料館」としてオープン。前年、倉吉市の齋江家から譲り受けていた「高殿模型」が会員の手で修復されて、その中に展示され、また同時に「エコツアーリズム国際大会 in 鳥取」のエクスカージョンの日程にタイミングをあ

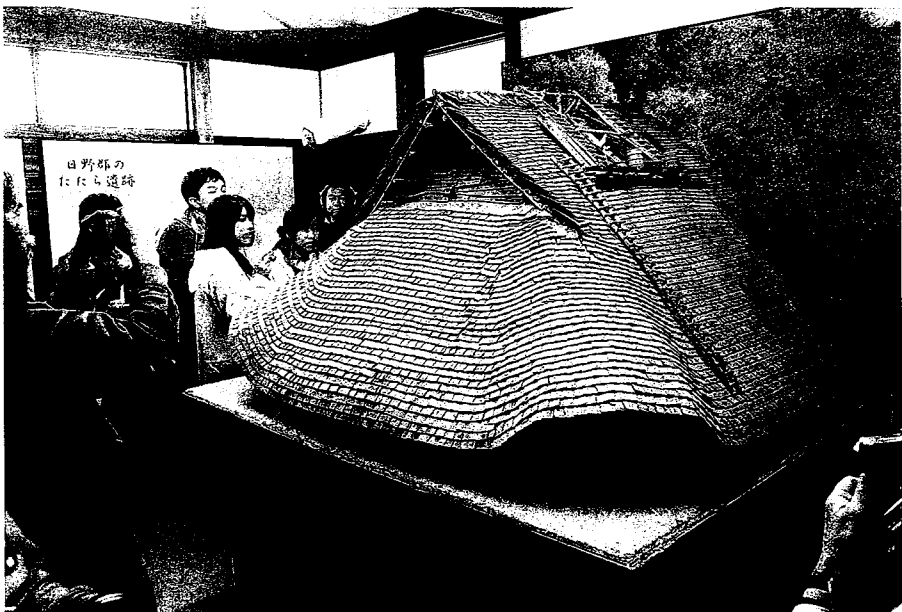
わせて「ミニたたら操業」を行った。

日野郡内のたたら遺跡の調査については文化庁から事業を委託され、平成二一(二〇〇九)年からメンバーが山に分け入って次々と新たな遺跡を発見し、いまま継続的に調査が進められている。こうやって民間が主となって遺跡調査を行っている事例は全国的にも稀だと聞く。

こうした「伯耆国たたら顕彰会」の活動を基軸として、平成二四年九月には来訪者に対応し、ツアーやイベントを企画する「奥日野ガイド倶楽部」を、平成二五年九月には、地域の主産業である農業の六次産業化と地産外商による地域貢献を目指して「有限責任事業組合 ねうあくり倶楽部」を立ち上げ、これらを三位一体として、衰退する奥日野地域の再興を目指して汗を流している。このように奥日野では積極果敢な活動が息切れすることなく続いているが、その礎となっているのは、影山先生をはじめとするたたら研究者諸氏による地道な努力であることは言うまでもない。

### 歴史文化のおいしい料理法

これまで私自身が関わってきた「まちづくり」について、いくつかの事例を挙げて話してきたが、その中で工夫した



都合山たたら資料館／修復された高殿模型

「歴史文化を活かす手法」について、「たたら」を主にそのポイントをまとめてみたい。

「たたら」に関しては、まずその「歴史の魅力・面白さ」とは何だろうか？ということを自問することが出発点となった。「たたら製鉄」の研究は、古代から近代までの歴史学、民俗学、さらに細分化すれば経済史、産業技術史、社会制度や宗教史などを包括。考古学による実証的な研究や、社会学・比較文化論的なアプローチもされている。一方、化学、物理学、金属学、地質学、地形学などといった自然科学的な研究テーマもなっている。「たたらの研究」はそれぞれに細分化・専門化されているのが現状で、素人にはいたって解りにくく、全体像がつかみにくいもののように感じられた。

しかし、浅くともひととおりの知識を得ると、このようにさまざまな学問的関心事を内包していること、すなわち「切り口」によっていろんな見え方があることが「たたらの面白さ」だと気づかされた。そんな「たたらの面白さ」を興味深く伝えるためには、それら個別の研究成果を解りやすく編集・加工して伝えることが必要だと考えた。

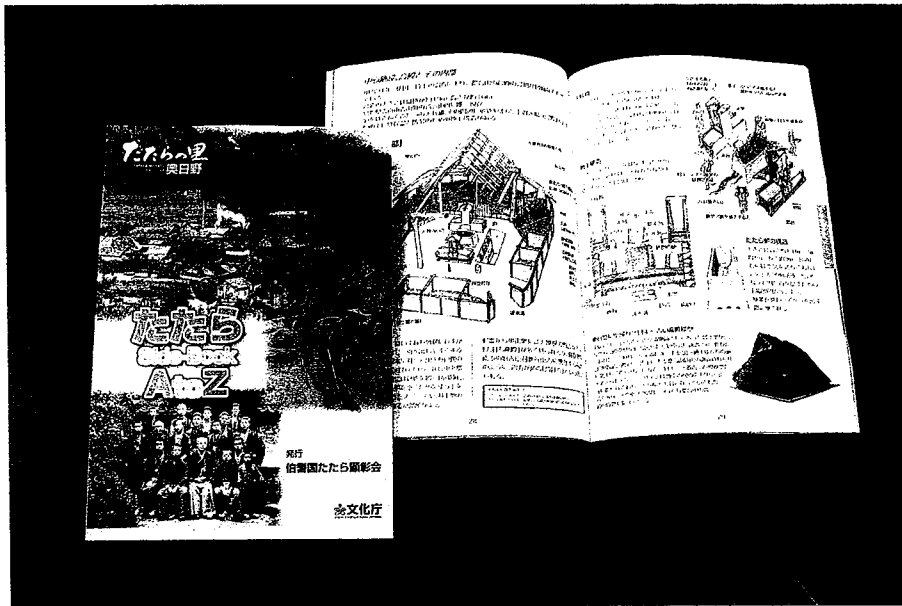
もうひとつは、「百聞は一見に如かず」というが、目の前に見えるものが今は何もないという現状をどうするか？

その他に例を挙げれば、「総合化」では『たたら相関絵図』や『たたら副読本 A to Z』、「単純化」「擬人化」では還元反応を解りやすく説明した『銘刀になった鉄之進物語』などの表現がある。また「数字で見たたたら」とか「近藤家証票類の解説」などの展示パネルなどにも、さまざまな工夫を施しているつもりである。「エコツーリズム国際大会・エクスカッション」においてツアーガイドを行った際、高殿の実際の大きさを理解してもらうために、高さを示す一〇mの釣り竿二本、外周を示す八〇メートルのロープを用いたり、一回の操業に用いた砂鉄や木炭の量を推察してもらうために、ロープを使って三・二メートル四方（一〇平方m）のプールをつくるなどの手法を用い、大いに好評を得た。これも自分なりの表現の一形態である。また現在、永く埋もれていた「たたらの歴史」そのものを広く、面白く伝えるために『かなくその唄』なる楽曲を制作中で、上手くできればこれを映像にしていこうとも構想している。

こうして今、たたらの顕彰活動を振り返ってみると、メンバーの中にいわゆる「オソーリテイ」と言われる人が誰一人としておらず、関係者が皆、下素人ばかりであったことがむしろ幸いしたのではないかと思われる。特に細分化・専門化されているたたら研究に関して、誰か偏った分野や

ということであった。歴史とはすなわち「かつて在ったこと」であり、多くは「今は見えないもの」であり、これをどう見えるようにするか、言葉だけで想像してもらおうと言うのではなく、よりリアリティを以て「たたらの歴史」を感じてもらうにはどうすればよいか？ということであった。それぞれの歴史を生きた先人の感覚は、現代を生きる我々が当たり前だと思っている感覚とは相当違っているということ的前提に、表現を組み立てていく必要がある。移動手段や通信手段、動力や機械などの生産手段などについてのギャップを予めしつかり織り込んで、先人の生き様やその時代を想像してもらい、追体験してもらおうような工夫が求められると考えた。

これらを解決するためには、総合化、単純化、擬人化、数値化、図形化、トリミング、クローズアップ、絵にする、歌にする、小説にする、芝居にする、アニメにする、クイズやゲームにする……と言ったあらゆる表現手法を総動員し、「現代の感覚との対比」の上に立って「見える化」を図っていくことが大切で、この顕著な例が小説『TATARARA』である。さらにこの小説がドラマ化され、映像となればいっそうリアルに、「たたらの時代」を多くの人に追体験してもらえることとなる。



たたら SideBook A to Z



見識に固執する人がいれば、嫌でもそちらの方向にリードされ、今日のような闊達な活動へと展開していなかっただけではないだろうか。歴史文化によるまちづくりを広く見渡せば、どこにでもそういった博学の方がおられ、むしろ中途半端な見識によって少なからず活動が規定され、邪魔になっていることが多いように見受けられる。まちづくりではよく「ヨソ者、若者、バカ者」の存在が大切だと言われるが、これは常識や偏った見識にとらわれない、良い意味での「アマチュアリズム」の重要性を言っているもので、いわゆる「素人目線・お客目線」を常に尊重し続けなければならぬと考える。

もうひとつ、歴史文化がおいしく食されるためには、さまざまな研究成果がアナログではなく、デジタルデータによって作成・保管されることが、今後は大きなポイントになるものと考ええる。著作権への十分な配慮を前提とした上で、例えば、膨大な労力を費やして作成された市史や町史などが、ネット上でオープンに公開され、いつでも自由に閲覧・利用できるようにになると、研究者や編集者の労苦が格段に報われることになるのではないだろうか。ちなみに「たたら」の場合、影山先生の研究成果が、初年度事業の報告書作成の際、デジタル化されていたことが、後々の作

いこと・都市的なこと「いいこと」といった価値観が徹底して刷り込まれ、その結果、歴史的なものごと、日本のなものごと、田舎の良さがつついなおざりにされ、昔からの衣食住の形態、日本的な生活文化、精神性さえもが急速に廃れてきたのではないかと考えられる。

そのような状況下、疲弊が進む地方においては、「地域固有の昔から大切にしてきたもの」「歴史文化」を再認識し再評価することでその建て直しに取り組んできた。その歴史文化とは、神社仏閣などを含む古い町並みや古民家、あるいは方言、地域の伝統食（ソウルフード）などなどで、今を生きる人たちの感性に合わせて廃れたものは再現し、廃れそうなのはリニューアルあるいはリノベーションを行い、利活用の道を探ってきた。しかし歴史文化は単に「古ければいい」というのではない。そこには「現代的な価値を付加して補強する」ことが必須で、そのためのさまざまな手法・ノウハウが求められ、その技量の差が「まちづくり」の成否に大きく関わってきたのではないかと思われる。

「古いもの」に対するノスタルジーは、若い人でも感じるところはあるが、それだけでは強力なインセンティブにつながらない。より積極的な価値として提供できなければ「まちづくり」の成果に結びつかないということであ

業をスムーズに進める上でたいへん有効であった。

歴史文化をうまく活かす方法について思いつくまま、いくつか事例を挙げてきたが、自らが何某かの表現をおこなう際、常に思い起こす言葉がある。

難しいことはやさしく、  
やさしいことは深く、  
深いことは愉快に、  
愉快なことはまじめに。

これは彼の井上ひさし氏の言葉で、一表現者としての自分の座右の銘としており、この作法に従えば考えられる表現手法は無限にあると言ってもいい。そういった意味で実に多彩なコンテンツを内包する「たたら」は、とても面白いテーマであると考えている。

もう一度「まちづくり」を！

比較的緩やかな変化の中で、旧来の生活文化をずっと保ち続けてきた欧州諸国などとは大きく異なり、我が国は明治維新以降、百数十年で一気に西欧化の道をたどり、特に戦後は「大量生産大量消費主義」の洗礼を受けて、「新しい。物資的なゆたかさがひととおり充足された現代社会においては、癒しへの希求とか、健康志向とか、知的好奇心とかを満たしたいとする人々が増加しつつあるのは幸いである。特に観光の分野では、かつての「物見遊山」的団体旅行から、個々の興味関心に従った個人旅行が増え、古い歴史文化を求める傾向が強くなってきているのは、こうした「まちづくり」に取り組んでいる地域にとっては、追い風となっている。

しかし一時に比べて「まちづくり」「地域おこし」と言った言葉が、それ程使われなくなっているように感じているのは私だけであろうか。そうだとすれば「まちづくり熱が冷めた」と言うより、勝ち組と負け組の色分けがより明確になって、多くの地域で「危機感」を通り過ぎ、もうどうしようもないという諦観が広がってきているからではないか。人口推計によれば、鳥取県内では日野町、日南町、若桜町の三町で、二〇四〇年、人口が二〇一一年時点の半分以下になるという。その他の町でも大同小異であり、地方においては「ふるさとの消滅」への危機感とともに今一度「まちづくり」という言葉を思い起こし、郷土の存続に向かつて心を奮い立たせていくことが求められているのではないだろうか。