

# くしまっ子

## 全国で戦える泳ぎを目指して

福島小学校6年の三井隆太君が水泳を始めたのは、5歳のとき。同じ保育園に通っていた友達に誘われてスイミングスクールに通うようになると、コーチの指導で少しずつ上達し、水泳の楽しさに魅了されていきました。

練習は日南市のスイミングスクールに毎日通い、最低でも一日4km、多いときには6km泳ぐことも。隆太君は大会で上位に入賞すれば嬉しいし、練習した分だけ記



5番コースで泳げる実力の持ち主です

### さらなる高みに挑戦!

中学生になっても  
解ります



### 11. 三井 隆太くん

福島小学校6年。日南市のスイミングスクールで練習を重ねる。種目は自由形と背泳ぎ。実力は県内でもトップクラスで、2月には九州大会にも出場した。

録が伸びていくのも水泳の楽しいところ」話します。

隆太君を一番身近でサポートするのは母・友紀さん。「母は毎日の送り迎えや試合の応援、栄養管理もしてくれます。自分が水泳に打ち込めるのも親のおかげです」と感謝の気持ちも忘れません。

2月には50mと100m自由形で九州大会への参加標準記録を突破し出場しました。しかし、県内ではトップクラスの実力があるものの、九州大会では上位に食い込むことができませんでした。「上には上がいると感じたし、まだまだ練習が足りないなと思った」と悔しさをにじませます。

4月からは県外の中学校に進学し、新たな挑戦がスタートします。目標は「全国で戦える選手になること」と力を込めて話す隆太君。目標の実現に向けて泳ぐ練習の日々は続きます。



## 郷土史研究がライフワーク

知れば知るほどおもしろい

串間市の歴史を調べて約40年。郷土史の研究がライフワークの田中靖基さんは、福島地区・仲町に住む80歳。

郷土史の世界に足を踏み入れたのは、田中さんが市職員時代に文化財を担当したことが始まりです。仕事をしていく中でだんだんと興味を持ち始め、次第に地域の歴史の遺産を守っていかねければという思いが強くなりました。

昭和58年には、田中さんら歴史愛好家数名が発起人となり、郷土史を調査研究する「串間史談会」を発足。研究発表会や史跡調査史談会の会報を作るなど精力的に活動を続けてきました。

史談会の活動が新聞などで取り上げられると、都城市や志布志市、肝付町などの研究者との交流も始まります。「いろいろな人と情報交換ができるようになり、研究の幅が広がったことが今につながっている」と田中さんは当時を振り返ります。

現在は、郷土史研究に専念するため串間史談会を卒業し、玉璧や仏像を中心に研究を行っています。調査は市外の図書館などで丹念に文献を調べ、必ず現地へ足を運びます。「実際の場所へ行き、その時代に戻った感覚でその場を見ると、当時の様子が見えるような気がします。」

がする。それに現地に行くことで新しい発見もある」と田中さん。常に自分の目で確かめることを信条としています。

田中さんは、研究者の育成のために講座や講演会などの講師を引き受け、これまでの調査研究で蓄積した資料を惜しみなく公開しています。「歴史や文化は、放っておくと消えてしまう。自分の知識を次の世代に伝えることは歴史を残すということ。まだまだ伝えたいことがたくさん残っている」と人材育成にも力を入れています。

今、田中さんにとって一番のテーマは串間の文化財を観光資源として利用できないかということ。例えば、市木の龍源寺で修業した串間市出身の玉仲宗瑠が京都にある大徳寺の住職となり、織田信長の葬式を執り仕切った話や16世紀の世界古地図に本城・港地区の記述があり、交易により繁栄していたという話など、串間には観光に活用できそうな地域資源が存在します。「歴史には、まちの活性化につながる知恵や財産が詰まっている」と話します。

郷土史を「ワクワク」しながら調査研究しているという田中さん。郷土に埋もれる歴史をさらに発掘するため、日々、ライフワークに情熱を燃やしています。



### 田中 靖基さん (福島地区・仲町)

くしま郷土史家。これまで榎間院地頭野邊氏や中世の串間など研究は多岐にわたる。現在は玉璧や仏像を中心に研究を行う。



講座などで講師も務めます



研究とともに本も増えます



## 地域おこし協力隊

# 活動日記

vol.11 自分の言葉で伝える



### にしざわ なな 西沢 奈々さん



私は現在、観光物産協会で物産部門の担当をしています。串間市の地場産品のPRをしていく中で、一番大切にしていることは「自分の言葉で表現すること」。その商品を使っているところを想像させることが

できるかどうかで購買意欲に変化があると感じています。せっかく購入してもらったら商品を手に取り、使う場面を想像し、ワクワクした気持ちになって購入してもらうことが私にとってのやりがいです。

物産展で都市圏に行くと、串間で普段使っているものが目新しくったり、聞いたことなかったりと、地域によって反応もさまざま。そこで商品に興味を持ってもらうツールとして、手書きのPOPを活用しています。

社長の似顔絵を使ってみたり、簡単なレシピを載せてみたり、見て楽しくなるようなキャッチコピーを入れてみたり。そこか

らお客さまとの会話が始まることも多く、コミュニケーションツールとしてとても役立っています。そして何より、その商品に対して愛着が湧くのでお客さまに自信を持ってオススメできるのです。

今時、パソコンを使えばクオリティーの高いPOPができるかもしれませんが、あえて手書きで作成することで自分の思いをPOPに乗せてお客さまに届けることができると感じています。これからも事業所とお客さまの架け橋となれるよう、商品の良さを自分の言葉で伝えていきたいです。