

第III章 北海道開拓の村

1 「北海道開拓の村」の概要

北海道開拓の村は、札幌市・江別市・北広島市の3市にまたがる道立自然公園野幌森林公園の中に位置しています。総面積 54.2 haの敷地に、明治から昭和初期にかけて建築された北海道各地の歴史的建造物が移築復元・再現されています。これらの建造物を保存・展示して後世に伝えるとともに、同時期の開拓の歴史、生活文化等を歴史的建造物や内部展示を通して体験的に学ぶことができる野外博物館です。

構想から開村までの主な経過は以下の表のとおりですが、開拓の村の建設事業は、北海道開拓記念館と北海道野幌森林公園管理事務所（野幌森林公園事務所、野幌森林公園事務室を経て、平成 22 年度に廃止）の所管として、歴史的建造物の移築復元・内部展示業務は北海道開拓記念館が中心となって進められました。

年 月	内 容	備 考
S37	野外博物館建設の構想を検討	百年記念事業検討に併せて
S41	北海道百年記念事業実施方針及び北海道百年記念事業準備計画を決定	
S42	野外博物館構想が決定	
S43	北海道百年記念式典	
S46. 4	北海道開拓記念館（現、北海道博物館）が開設	
S46. 8	道立自然公園野幌森林公園の公園計画に野外博物館（開拓の村）を設置する計画が告示	
S47	北海道開拓の村（仮称）建設基本構想案を策定	
S48	北海道開拓の村建設協議会を設置	
S49	北海道開拓の村基本計画書を策定	
S52. 6	開拓の村建設工事起工式	
S54. 4	北海道開拓の村展示基本構想を策定	
S54. 9	北海道開拓の村基本構想を策定	
S55	北海道開拓の村実施計画を策定	全体像と整備方向が明確化
S57. 12	運営主体となる財団法人北海道開拓の村（現、一般財団法人北海道歴史文化財団）が設立	設置は北海道、運営は財団法人
S58. 4. 16	北海道開拓の村開村式	
H18. 4	指定管理者制度を導入	以降、(一財)北海道歴史文化財団が指定管理者として管理運営

【北海道開拓の村基本計画書（S49）鳥瞰図】



このような経過を経て、開拓の村は、歴史的建造物の公開展示等など北海道の歴史・文化を広く道内外に発信するとともに、道民の生活文化の向上に寄与しています。

また、平成 25 年 8 月 7 日、建造物の 1 つである「旧開拓使工業局庁舎」が重要文化財指定基準（昭和二十六年文化財保護委員会告示第二号）の「歴史的価値の高いもの」として、国から重要文化財に指定されました。

平成 29 年 3 月時点で、開拓の村に移築復元・再現された建造物は 52 棟を数え、北海道の貴重な財産として文化価値の高い施設として管理・運営されているところです。

コラム (5)

旧開拓使工業局庁舎

旧開拓使工業局庁舎は、明治初期の北海道開拓を主導した開拓使工業局の庁舎として、明治 10 年に札幌市街中心部に建設され、昭和 54 年に北海道開拓の村に創建時の姿で移築されました。

この建物では通り抜けの玄関ホール兼階段室をもつ平面構成や、屋根の棟飾り、ポーチの破風飾り、軒下の持送りなどに、米国建築書を参照したことが確認されます。

また、明治初期の北海道開拓を支えた同局工作場の現存唯一の遺構であるとともに、工業局営繕課の設計業務の実態を示す建物として歴史的に高い価値が認められています。



旧開拓使工業局

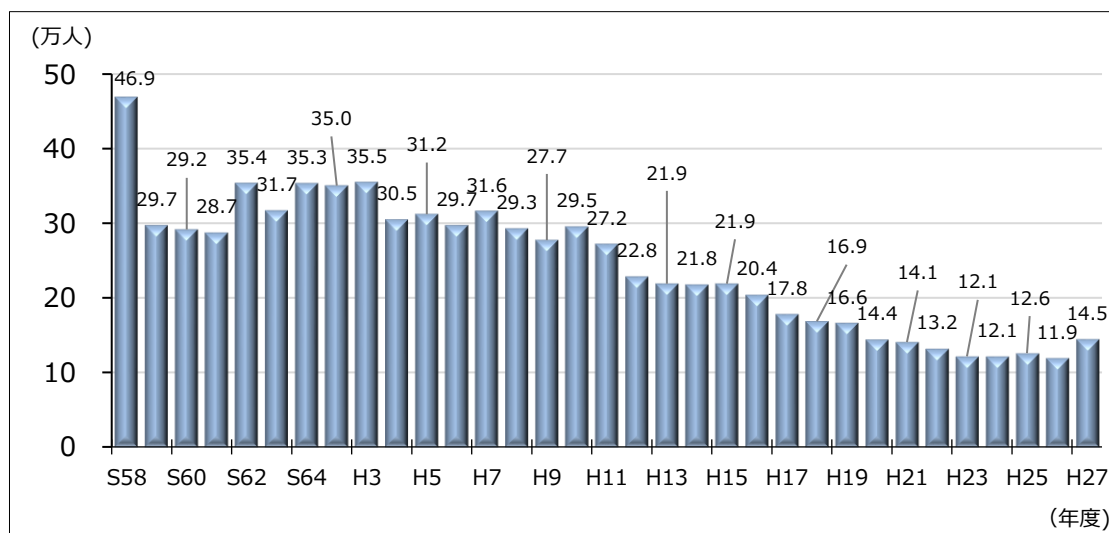
<執筆：会田>

2 「北海道開拓の村」が直面する課題

(1) 集客

北海道開拓の村の入村者数は、オープンした昭和 58 年度には約 47 万人でしたが、平成 17 年度には 20 万人を割り、ここ数年は 12 万～14 万人程度で推移しています（平成 27 年の入村者数：144,781 人）。

【北海道開拓の村入村者数】



(2) 建物・内部展示の老朽化、修繕

昭和 58 年の開村以降、移築復元・再現してから 30 年以上経つ建造物が大多数を占めており、各建造物の補修を要する箇所が年々増加しています。

指定管理者制度の導入以降、大規模な工事は北海道が行い、小規模な補修工事などは指定管理者である一般財団法人北海道歴史文化財団が実施しています。

しかし、北海道開拓の村の歴史的建造物等の補修工事予算（道費）は年々減少してきている中、大規模な補修工事に着手できず、建造物の老朽化に歯止めがきかない状況となっています。その他、茅葺き屋根の葺き替えのような特別な技術を有する者や、修繕等に必要な資材を確保することも困難な状況となっています。

【参考：開拓の村修繕に係る予算額の推移（単位：百万円）】

年 度	H14～18	H19, 20	H21※	H22	H23	H24	H25	H26	H27
予 算 額	106.3	15.0	72.4	3.0	13.5	12.1	10.9	9.3	7.0

※H21：国の経済危機対策交付金（57,475 千円）

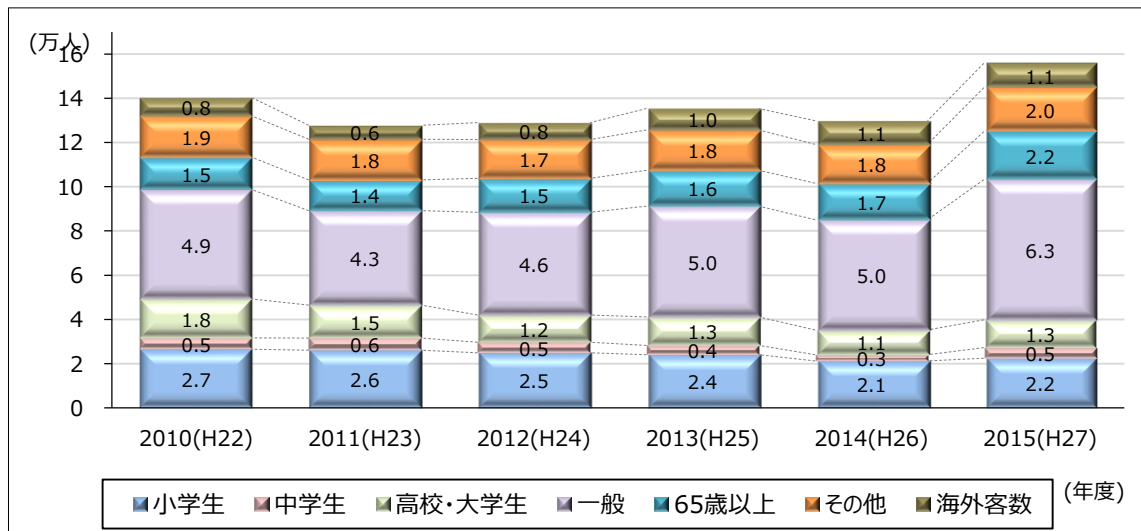
また、建造物の内部展示についても、展示資料や写真・解説パネル、展示ケース等の老朽化が進んでおり、その更新が大きな課題となっています。本年度、北海道博物館が中心となって 18 棟を対象に内部展示の老朽度調査を実施し、今後も引き続き調査を実施する予定です。その他、歴史文化財団では、「開拓の村文化財保存基金」を創設して寄付金を募り、同基金を活用して実施した小規模な補修工事については、随時、公表しています。

(3) 客層の変化

近年は、小学生の入村者数は平成 22 年度に約 2 万 6 千人が平成 27 年度には約 2 万 2 千人と減少傾向にあるのに対して、海外からの観光客数は平成 27 年度には 22 年度から約 3 千増の 1 万 1 千人、65 歳以上の高齢者は平成 22 年度の約 7 千人増の約 2 万 1 千人と増加傾向にあります。

このような客層の変化に対応するため、必要な設備更新（村内のバリアフリー化など）についても課題となっています。

【開拓の村入村者数 客層別の推移】



(4) 調査・研究、イベント等の実施

北海道博物館、北海道歴史文化財団では、建造物や展示資料に関する調査・研究のほか、多様化する利用者のニーズに沿ったテーマを設定して調査・研究を実施しており、成果を各種イベントや学習支援事業、ボランティア活動等の事業全般に反映しています。

従来から、これらの事業を実施するためには、官公庁や企業等からの補助金・助成金などの外部資金の獲得や民間活力を活用しているところですが、今後も、安定的・多角的な資金等の確保が不可欠です。

(5) 指定管理者における外部資金の活用など

北海道開拓の村は、平成 18 年 4 月から一般財団法人北海道歴史文化財団が指定管理者として北海道開拓の村の管理運営を行っております。

また、博物館を対象とした各種助成事業は、申請者が登録博物館・博物館相当施設・公開承認施設のいずれかの指定を条件とするものが多く、補助金・助成金等の外部資金を獲得し、民間活力を活用した事業を積極的に実施することを目的として、平成 19 年に「博物館相当施設」として指定を受けました。

外部資金を活用するに当たり、より一層、信頼性と責任に応えるべく、施設の設置目的に留意した事業企画・調査研究活動を行っており、常日頃から、官公庁や民間団体の補助金等の情報収集を行い、施設の特長や事業目的に照らし合わせた補助金等について、積極的に申請し、活用しています。主な各種補助金・助成金等の採用実績は、次のとおりです。

年度	申請先	事業名
H18	文部科学省再委任事業	北海道開拓の村子ども教室推進事業
H19	(財)太陽北海道地域づくり財団	博物館ボランティアの集い2007
	(財)伝統文化活性化国民協会	伝統文化子ども教室「むらの年中行事」
H20	(財)伝統文化活性化国民協会	伝統文化子ども教室「むらの年中行事」
	(財)カメイ社会教育振興財団	日加修好 80 周年記念姉妹館提携及び文化交流事業
	笹川科学研究助成	博物館施設及び資料の活用から、老人福祉施設との関連性についての実践研究
H21	ふるさと雇用再生特別対策推進事業（北海道）	北海道開拓期の食文化発信事業
	(財)伝統文化活性化国民協会	伝統文化子ども教室「むらの年中行事」
	美術館・博物館活動基盤整備支援事業（文化庁）	北海道開拓期の再現映像の作成と公開授業
H22	※申請なし	
H23	(財)カメイ社会教育振興財団	姉妹提携館文化交流事業
H24	文化芸術振興費補助金（文化庁）	明治大正北海道の暮らしぶり再現事業
H25	※申請なし	
H26	平成 26 年度文化芸術振興費補助金(地域と共働した美術館・歴史博物館創造活動支援事業)（文化庁）	グローバル化に対応した博物館利用者へのサービス構築事業
H27	平成 27 年度文化芸術振興費補助金(地域の核となる美術館・歴史博物館支援事業)（文化庁）	広い北海道をつなぐ地域博物館共同事業
H28	平成 28 年度文化芸術振興費補助金(地域の核となる美術館・歴史博物館支援事業)（文化庁）	地域博物館と協働した地域の魅力発信事業

外部資金の獲得に当たっては、施設の所有者である北海道の理解と協力が不可欠と考えています。

ファンディングにはさまざまな側面がありますが、安定的に外部資金を獲得し、事業運営を行うためには、企画の内容はもちろんのこと、事業実施者との信頼関係の構築が重要であり、そのため、十分な準備期間と事業実施中及びその後の追跡調査にも対応できる体制を構築していくことが必要です。そのため、今後の施設管理及び運営については、委託者としての道の配慮が不可欠と考えております。

また、指定管理者が抱える外部資金獲得に向けての大きな課題としては、指定管理期間が終了した翌年度（表中では平成 22 年度）の事業は、補助金・助成金等の申請が難しい状況にあります。これは、指定管理者として正式な決定がなされるまでは、新年度の事業計画を策定することができないことに起因しているためです（平成 25 年度は翌年度が博物館のリニューアル期間であるため申請を断念）。

その打開策として、現指定管理期間（平成 27 年度～）においては、北海道博物館と歴史文化財団が共同で立ち上げた「北のミュージアム活性化実行委員会」が補助金・助成金を申請し、文化庁において採択されているところであり、今後ともそういった共同関係の構築をしていくことが必要と考えます。

また、民間企業等が企画する事業展開に積極的に参画し、施設の有効活用を図っており、その他、歴史文化財団が主催して、北海道開拓の村で実施する特別展等などには、企業から協力を受けて実施しております。

年度	事業名	企業・団体等
H25	お化けのマ〜ルと開拓の村タイムトラベル クイズラリー	中西印刷株式会社
	特別展「開拓使・麦酒」及び関連事業	サッポロホールディングス株式会社、ほか
	教員のための博物館の日 2013in 札幌	国立科学博物館、(公財)日本博物館協会
	豊職人の実演	南勇次郎商店
H26	SAPPORO MUSIC NAKED presents REAL MUSIC VILLAGE 2014	株式会社アールアンドアール、ほか
	教員のための博物館の日 2014in 札幌	国立科学博物館、(公財)日本博物館協会
	豊職人の実演	南勇次郎商店
H27	特別展「酪農と北海道」	雪印メグミルク株式会社、ほか
	SAPPORO MUSIC NAKED presents REAL MUSIC VILLAGE 2015	株式会社アールアンドアール、ほか
	教員のための博物館の日 2015in 札幌	国立科学博物館、(公財)日本博物館協会
	たてもの観察会	古民家再生協会
	建造物塗装活動	和信科学工業株式会社
	軟石まつり 豊職人の実演	札幌軟石まつり実行委員会 南勇次郎商店
H28	展覧会「青函革命」及び関連事業	雪印メグミルク株式会社、特定非営利活動法人語りつぐ青函連絡船の会、ほか
	たてもの観察会	古民家再生協会
	SAPPORO MUSIC NAKED presents REAL MUSIC VILLAGE 2016	株式会社アールアンドアール、ほか
	教員のための博物館の日 2016in 札幌	国立科学博物館、(公財)日本博物館協会
	たてもの観まもり隊	和信化学工業株式会社
	軟石まつり 豊職人の実演	札幌軟石まつり実行委員会 南勇次郎商店

いずれにしても、北海道開拓の村はかけがえのない道民の財産であり、建造物も展示資料も貴重な文化財です。

歴史文化財団は、北海道博物館協会道央地区博物館等連絡協議会事務局、文化財集落施設協議会（平成 29 年度は幹事）、市内観光施設との共通切符の導入など、単に施設の管理運営だけでなく、各地域の博物館や民間企業との連携やネットワークの構築など、幅広く活動を行っており、これらの活動が外部資金の獲得を含む施設の管理運営に大きく寄与しています。

3 「北海道開拓の村」が行うべきこと

(1) 大学生の意見～WS 開催結果から～

① 目的

開拓の村を改めて知ってもらい、現状と理想について見つめ直し、その上で、直面する課題の解決に向け、大学生から自由に創造的な意見をいただくことを目的として、ワークショップを2回開催しました。

【参加した学生】

道と包括連携協定を締結しており、かつ開拓の村に近い北翔大学及び酪農学園大学に協力を依頼し、教育や環境分野を専攻している学生を派遣してもらうとともに、道にインターンシップに来ていた学生や若手道職員も加わり、合計 14 名ので実施しました。



② 開催概要

◆ 第1回

- 日 時 平成 28 年 8 月 24 日 (水) 13 : 00 ~ 17 : 00
- 場 所 北海道開拓の村 ビジターセンター 2 階研修室
- 参加者 北翔大学 5 名、酪農学園大学 1 名、北海道大学 1 名、北海学園大学 1 名、道職員 4 名

○ 主な内容

- ・アイスブレイク
「ぐっばー運動」、「人間知恵の輪」で班内でのコミュニケーションを図りました。
- ・オリエンテーリング
村内に散らばったクイズに答えるチーム戦を行い、村の雰囲気を感じるとともに、村の建物について学びました。



・ワールドカフェ

「村を歩いて感じたこと」、「村でやってみたい企画」について、自由に意見を出し合い、模造紙にまとめました。以下、抜粋版を示します。

● 北海道開拓の村を歩いて感じたこと (抜粋)

	ポジティブな意見	ネガティブな意見
1 班	・ ボランティアの人があたたかく、話が面白い。 ・ 自然が豊か。	・ さみしい感じがする。 ・ 休憩所が少ない。 ・ 歩くだけでは理解できない。
2 班	・ ボランティアの実演が面白い。 ・ 体験できるものがあって良い。	・ もっと建物の中に入りたい。 ・ 馬車の運行をもっと増やせないか。
3 班	・ 間近に建物を見られる。 ・ 外国人が興味を持ちそう。	・ 説明員がいることがわかりにくい。 ・ 有料入館者が少なそう。 ・ 馬車以外の交通手段がほしい。

● 北海道開拓の村でやってみたい企画 (抜粋)

1 班	昔の職業体験、仮装の企画、グルメフェア、独自通貨の導入、
2 班	健康関連イベント、昔遊びコンテスト、宿泊体験、お茶会
3 班	池遊び、住民票の発行、昔の衣装のレンタル、オリエンテーリング



◆ 第2回

- 日 時 平成 28 年 8 月 31 日 (水) 13 : 00 ~ 17 : 00
- 場 所 北海道開拓の村 ビジターセンター 2 階研修室
- 参加者 北翔大学 4 名、酪農学園大学 1 名、北海道大学 1 名、北海学園大学 1 名
道職員 5 名
- 主な内容

- ・ 未来編集会議

各班毎で対象とするターゲット（シニア、外国人、若者）を定め、第1回のワールドカフェで出た意見を参考に、村の将来像を考え、50年後の新聞記事を作成しました。作成した新聞記事（模造紙）は次のとおりです。

- 1 班（ベアーズ）

対象はシニア。シニアがほしいもの考えた結果、「健康」にたどり着きました。近隣の温泉施設と協働します。村内のイベントを楽しんでいるうちに、「気づけば」ポイントが溜まるという制度設計になっています。

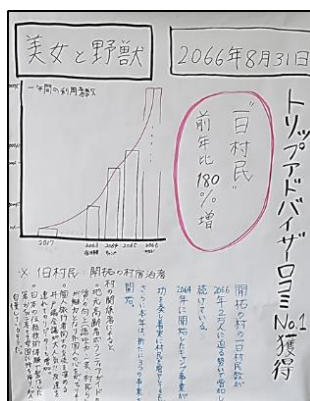
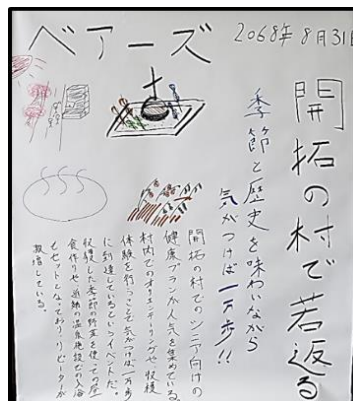
- 2 班（美女と野獣）

対象は外国人。昔の住居を活用したキャンプ事業が好調な中、ボランティアガイドの語学力など質の向上とともに、外国人からの評価も高まるという設定です。

伝統技術体験で製作した箸などがお土産として人気になり、旅行関係の口コミ評価で1位を獲得しました。

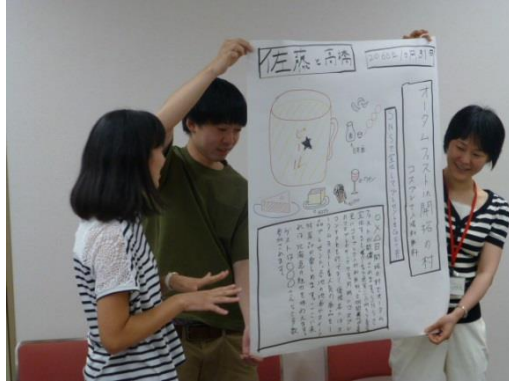
- 3 班（佐藤と高橋）

対象は若者。SNS、コスプレといった今話題のコンテンツを盛り込んだイベントを村内で実施します。各地の地酒やスイーツ、特産品が楽しめ、北海道の魅力を満喫できる設定です。



・やるべきこと

50年後の村の将来像を実現されるために必要なことを、「ヒト」、「モノ」、「カネ」、「情報発信」の4つの観点から考え、それぞれ「伸ばすところ、変えたいところ」、「やるべきこと」に分類・整理しました。以下は「やるべきこと」について抜粋したものとなっています。



	1班 対 象：シニア ポイント：健康	2班 対 象：外国人 ポイント：体験	3班 対 象：若者 ポイント：流行
ヒト	<ul style="list-style-type: none"> ・ スタッフ教育 ・ ツアー内容を深める ・ 協力者の確保 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 語学力の向上 ・ 技術伝承 ・ 外国人ボランティア ・ 衣装の工夫 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 企画運営者を増やす ・ ボランティアもコスプレ ・ 近隣大学との連携 ・ ボランティアの名称変更
モノ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 調理場の整備 ・ 畑の拡大 ・ 専用バスの運行 ・ 休憩スペースの確保 ・ 昔っぽいものの準備 	<ul style="list-style-type: none"> ・ キャンプ機能の整備 ・ 交通手段の充実 ・ 多言語パンフ、看板 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 飲食を可とする ・ 各建物で物販 ・ 食堂メニューの改良 ・ 交通手段の発達
カネ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 募金箱への工夫 ・ 高付加価値化 ・ 思い出への投資 ・ ボランティアの確保 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 募金の場所を増やす ・ 村内通貨 ・ 命名権の提供 ・ 物販の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域通貨の発行 ・ 募金箱を増やす ・ オリジナルビールの開発
情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ・ 撮影スポット作り ・ Youtube チャンネル ・ ゆるく発信 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ポスター設置場所を増やす ・ HPを多言語化 ・ SNSでボランティアが投稿 ・ マンガとのコラボ ・ 目立つ看板の設置 	<ul style="list-style-type: none"> ・ Youtube で中継 ・ 他のイベントでの出店 ・ SNSによる発信 ・ Twitter での発信 ・ ゆるキャラの作成

③ まとめ（大学生からの意見）

ワークショップに参加いただいた学生は、開拓の村に来たことがない、もしくは来たことはあるがかなり前といった方々であり、開拓の村に関する知識は殆どない状態からのスタートでしたが、オリエンテーリングなどを通じて感じた村の現状と課題、今後の可能性について、積極的な議論を行っていただきました。

ワークショップの最後には「50年後の開拓の村の将来像」を考えてもらい、各班から発表してもらいました。各班異なるターゲットで検討したにも関わらず、次の課題については各班とも共通しており、これらの課題解決を早期に実施する必要があると気づかされました。

- ・ スタッフ、ボランティアの能力向上
- ・ 募金箱の工夫
- ・ 交通手段の充実
- ・ SNS等での情報発信
- ・ コスプレなど雰囲気づくり

これらの意見は本事業の参考とし、実証事業として「パネル展及び募金」、「SNSでの発信」、「コスプレイベント」等を実施することとしました。

(2) 有識者の意見

「北海道開拓の村」の活性化について、平成28年10月から平成29年1月にかけて、6つの企業・団体の有識者からヒアリングを実施しました。

① 株式会社 ACT NOW

株式会社ACT NOWは、「地域活性化」と「自己実現」を旗頭に北海道から発信するクラウドファンディングサービスを提供するサイトを運営しており、胆振総合振興局において実施された「いぶり ONE-Jr.」の着ぐるみ制作プロジェクトを運営した企業です。

○ 実施日等

と き：平成28年10月5日（水） 10：00～11：45

と ころ：札幌証券取引所ビル1階会議室

相手方：執行役員（クラウドファンディング事業部 部長） 松浦 克泰
クラウドファンディング事業部チーフマネージャー 穴田 ゆか

○ ヒアリング結果について

・ 北海道開拓の村について

北海道開拓の村に視察へ行った時には、雰囲気のある歴史的建造物が数多くあるが、それをもっと活用できるのではないかという印象を受けました。

例えば、何か面白いアイデアがあっても事業を実施しようとしても、突発的なアイデアは指定管理者としての制約等があり実施出来ないと聞いています。開拓の村は、非日常を体験出来る施設であると思うので、制約・規制の緩和によって、企業が持ち込むイベント等の企画の実現など、集客力のある事業展開が行えるので、もったいない。

また、サービス面では、体験コーナーに参加した際、建物内に人が入ってきたことにすら職員が気づいていなかったことは残念。参考事例として登別の伊達時代村では、着ぐるみを着た職員が出迎えるサービスを始め、お土産や食べ物、イベント（イベントは毎年内容を変える等の工夫をしている）などサービス業としての意識が高く、見習うべき点が多くあるように思う。

・ クラウドファンディングについて

一般に修繕見学などは多くの人を呼び込み、そうしたバックヤードツアーは人気が高いことから、開拓の村におけるクラウドファンディングも可能性があるように思う。

具体的には、建造物の一部には、柵屋根という明治時代から入植者により使われていた屋根があるため、修繕見学ツアーをクラウドファンディングの返礼品として活用するなどの手段は有効であるように思う。

また、購入型のクラウドファンディングでグッズのニーズ（適正価格を含む）を探る形で実施（一種のテストマーケティング）することも可能なので、色々な可能性はあるように思う。

可能かどうか分からないが、開拓の村の建造物を貸与してカフェを開設するなど、「文化施設」という特徴を重んじ、相性の良いテーマで運営するというのも考えられるのではないかと思います。

② (株) J T B 北海道

(株) J T B 北海道は、(株) J T B のグループ企業であり、「地球を舞台に、人々の交流を創造し、平和で心豊かな社会の実現に貢献する」ことを経営理念として主に旅行に関する事業を行っています。

○ 実施日等

と き：平成 28 年 11 月 9 日 (水) 11:00~12:00

ところ：アーバンネット札幌ビル 8 F

相手方：(株) J T B 北海道営業 5 課長 斉野英俊

○ ヒアリング結果について

・実証事業について

コスプレ撮影会については、J T B 北海道では、(一社)新文化経済機構と連携し、今年は苫小牧市で行われたコスプレフェスタと上川町で行われたポケモンのイベントを行ったところであり、コスプレは地域に人を呼び込むという点では一時的に有効であるものの、その一方で継続した呼び込みが課題であると感じている。

また、コスプレは料金設定が低く、独自性や付加価値を付けないと経済効果を生みにくいとの認識であり、開拓の村で行うということであれば、例えば、コスプレだけでなく、結婚式場として村全体もしくは建物を貸し出すことや、建物内で宿泊や食事をする権利をふるさと納税の返礼品として提供するなど、より非日常体験を強調すると面白い取組となるように感じる。

③ (株) シービーツアーズ

(株) シービーツアーズは、北海道中央バス株式会社のグループ企業であり、縄文文化や北海道遺産、産業観光に密着した北海道バスツアーに取り組んでいます。

○ 実施日等

と き：平成 28 年 11 月 11 日 (金) 10:00~11:00

ところ：中央バス札幌ターミナル 2 F

相手方：代表取締役社長 戎谷侑男、企画部企画課長 山内康敬、
企画部企画主任 白田剛

○ ヒアリング結果について

・北海道開拓の村について

北海道博物館、北海道開拓の村も含めてあの地域を一つのゾーンとして捉えて誘客するような仕掛けが必要であり、集客のキャパシティはあるので、人の足をどのように向けさせていくかという点がポイント。また、コスプレ撮影会は、これまでのイメージにはない取組であり、面白い。今後も実施するなら応援する。

・イベントについて

お客様とともに建造物の修復や増改築していくイベントは面白いのではないかと。例えば、釧路湿原の木道は、道外の修学旅行生から一人当たり 1,000 円を徴収して、高校生に補修作業をしてもらっている。「北海道気質」、「おもてなし」、「奉仕の精神」といった日本の精神に訴求するような事業も誘客には有効であるように思える。

・交通アクセスについて

今後高齢者が増えるに連れてマイカーでの来村者は減少することが予想されるため、地下鉄の延伸などの環境整備を検討してもよいのではないかと。

④ サッポロビール(株)北海道本社

サッポロビール(株)北海道本社は、「食」、「観光」、「環境」、「安全・安心」などの分野で道と協働で事業を行う包括連携協定を締結しており、北海道遺産の普及やアイヌ文化の普及啓発事業を行っています。

○ 実施日等

と き：平成 28 年 12 月 15 日(木) 14:30~17:30

ところ：サッポロビール博物館及び札幌ファクトリー会議スペース

相手方：北海道戦略営業部部長代理 清水周子、副部长 梶浦清孝

○ ヒアリング結果について

・ イベントについて

事業のターゲットを明確に定めることが重要であり、シニアをターゲットとして、集客する仕組みについて若い世代が考えることは重要と思う。

また、イベント等の実施においては、道庁との単独の連携では行えることに限界があるので、複数の企業等と連携できる実行委員会型式や継続的に事業展開ができる仕組みを整えれば面白い取組が行えるのではないかと。

・ 実証事業について

コスプレイベントについて、60代以上の方から遠慮されがちなコスプレも、非日常的な衣装を着るという点に着目すると社交ダンスもドレスなどを着飾ることから、コスプレと同様な要素を持っているため、道職員もコスプレするなど、道が中心になって発信すれば、コスプレを名物とすることも可能であり、コスプレに高い関心を持つ60代移住希望者も出てくるかもしれない。

⑤ NPO法人歴史的地域資産研究機構

NPO法人歴史的地域資産研究機構は、道内の研究者・専門家のネットワーク化やデータ一元化、改修修復工事への助言や専門的判断、施設管理運営など、まちづくりや地域づくり、学術・文化の発展・振興に寄与することを目的として活動しています。

○ 実施日等

と き：平成 28 年 12 月 22 日(金) 14:30~16:15

ところ：NPO法人歴史的地域資産研究機構打合せスペース

相手方：代表理事 角幸博

○ ヒアリング結果について

・ 北海道開拓の村について

リピーター確保のため、背景情報の収集や研究蓄積に基づき、今以上に研究成果を盛り込んでアピールするのが望ましい。インバウンド観光客は、日本人以上に日本文化に精通している点があり、彼らを飽きさせないように建造物自体の魅力を伝えるのが優先する目標。例えば、神楽の実演を建物内で実施するなどの工夫を検討して欲しい。

また、ヘリテージマネージャーのスキルアップのため、彼らが活動できるフィールドとしての活用の可能性や、アクセスについても、村と交通アクセスの整備を一体的に行っていくことが必要と思う。

・ 道庁への要望

開拓の村の建造物の価値を理解している道庁職員はどれだけいるだろうかとの話があり、道庁内の文化財に対する意識改革や財源を生み出すシステムの必要性、登録有形文化財や重要文化財指定に向けての動きを積極的に進めることが必要。

⑥ 日本ファンドレイジング協会 北海道チャプター

日本ファンドレイジング協会は「社会のために、何か役に立ちたい」と考え、行動する人たちを、組織や業界の「枠」を超えて繋ぎ、社会の課題を解決するために民から民への新しい資金循環を生み出すことを目的として活動しています。

○ 実施日等

と き：平成 29 年 1 月 18 日(水) 10:00~11:00

ところ：道庁 12F 環境生活部 1 号会議室

相手方：牧伸介、高橋優介

○ ヒアリング結果について

・ ファンドレイジングについて

開拓の村は道立の施設であり、道費で改修等を行っている施設でファンドレイジングを行うに当たって、「税の二重取り」となる懸念があるのではないかということについては、現在、佐賀県をはじめとして行政も数多くファンドレイジングを活用しているが、そのような話は聞いたことがない。税は義務であるが、寄付は権利であり、ファンドレイジングも「こういう夢を一緒に実現させないか」という協力体制で行われているため、税と寄付では立ち位置が違うし、行政が行うファンドレイジングは、信頼度や、公共性・公益性が高いため、取組みやすいし、マスコミも取り上げやすく、宣伝効果が高いため、むしろ有利と言える。

また、一度共感してもらった後は、仲間感を作り上げ、その後実利感を持たせるようにしなければ、顧客のドキドキ感が継続できず、寄付をもらって「お礼」をして終わりではだめで、ステップアップし、顧客との距離感を詰めていくことが非常に重要。

その他、多額の寄付をいただいた方には何か「名誉」を与えてあげると非常に喜ばれ、寄付する人は主人公であり、自身（寄付者）の行動をどう変えられるのか、寄付者が公益性の高い事業にどう関わっていけるか、などのアウトカムに関心が高いので、その辺りを踏まえることが成功に繋がる。

・ 北海道開拓の村について

開拓の村は、以前訪問したことがあるが、夕方になると、すぐに閉まってしまった印象がある。民間施設であれば、照明を照らし、夜でも営業するし、また、飲食などで稼ごうとするだろう。現在は、そのような運営ではないものの、良い施設との印象は残っている一方、道民にもあまり知られていないのではないか。

開拓の村の広さ、建造物、ボランティアなどにはポテンシャルを感じており、学習型アミューズメントとしてもっと活用すべきである。

開拓の村には、道民なら一度は訪れたことがある人が多いはずで、感覚的には、「今」、「過去」、「未来」のうち、「今」と「過去」にまずは焦点を当てて集客すべきであると思う。「過去」の中には元道民で、現在道外に居住されている方も含まれる。開拓の村だけでなく、道内の歴史文化施設に広げることとはとてもよい。歴史と子どもとペットはコンテンツとして寄付者の関心が非常に高く、また、様々なコンテンツが生まれると寄付する側も選択肢が広がる。選択肢が広がることはドキドキ感に繋がるのでよりよいのではないかと。

開拓の村には良い印象を持っていただいている一方、その良さを上手く活用し切れていないのご意見が多かったです。

本検討では、イベントの開催、情報発信などの実証事業を通じて、開拓の村の可能性について探っていきます。

(3) 道職員向けアンケート

○ 実施期間・実施対象者

平成 29 年 2 月 13 日～17 日の 5 日間、道庁 1 階でのパネル展の開催に併せ、開拓の村の活性化に向けた課題や改善案についてアンケート調査を実施しました。

対象は道職員とし、電子申請システムを活用したアンケート調査としました。調査期間はパネル展示会を実施した 2 月 13 日から 2 月 24 日までの 10 日間とし、合計 107 名の方から回答をいただきました。

○ 質問項目

別紙アンケート内容のとおり

○ 考察

・開拓の村に行ったことがある人の回答に対する考察

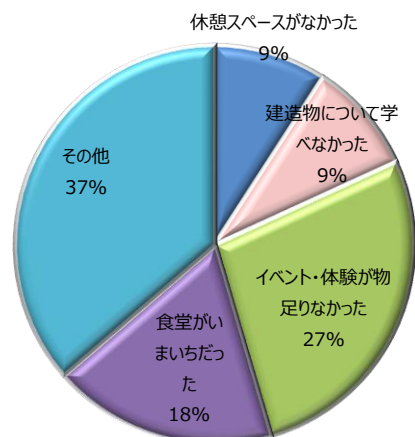
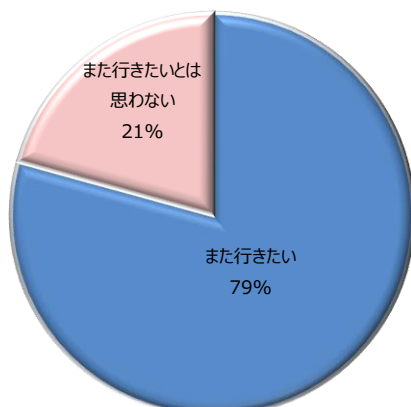
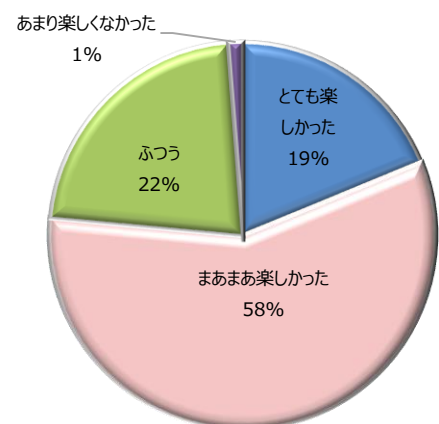
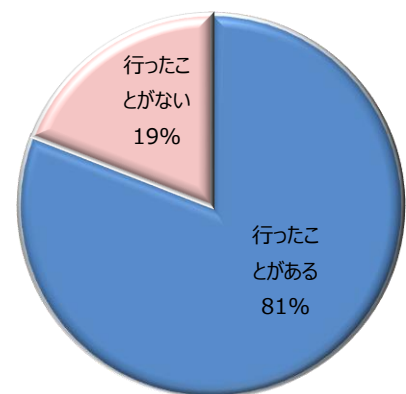
開拓の村に行ったことがある人は 81% で、そのうち 77% の人が「とても楽しかった」「まあまあ楽しかった」と回答しました。

また、再訪したいと回答した方も 79% おり、来村された方にとって十分魅力的な施設になり得る場所であることを示している結果と言えます。

一方で、また行きたいかとの問いには「いいえ」と回答した方が 21% おり、理由として「イベント・体験が物足りなかった」が 27%、「食堂がいまいちだった」との意見が 18% との結果になっています。

その他の自由記述では、「一度行けば十分」「子どもの頃に行った時から変化が無く、しばらく行かなくてもよいと考えてしまう」などの回答が見られました。

新規の顧客とともに、リピーターを獲得することが、集客力向上に繋がることから、再訪してもらうための魅力をどのように発信するか、などの課題が浮き彫りとなっています。



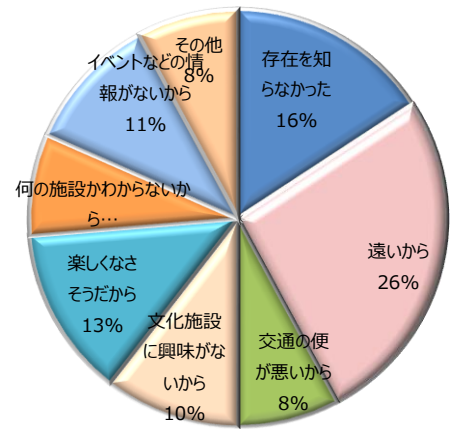
・ 開拓の村に行ったことがない人の回答に対する考察

開拓の村に行ったことがないと答えた人も19%いました。その中で「遠い」が26%、「交通の便が悪い」が8%、併せて34%が立地・移動に対する回答を選んでいました。村へのアクセスについては、たびたび議論されてきたところですが、やはり根強い課題であると考えられます。

また、「存在を知らなかった」が16%、「楽しくなさそう」が13%、「イベント等の情報がない」が11%、「文化施設に興味がない」が10%と続き、広報や魅力発信への課題も見えてきます。

その他の自由記述では、シャトルバスの運行について複数の意見がありました。この問題を解消するために、過去にはシャトルバスなどの送迎を実施していたこともあります。需要と費用の兼ね合いから規模が縮小され、現在は実施されていません。しかし、この結果から潜在的ニーズがあることが窺えます。

ほかに「広報を見て興味がわいた」と言う方もおり、まずは広く知ってもらうことが、新規の来村者を増やすことに繋がると考えられます。



・ 村の活性化について課題となる事項への考察

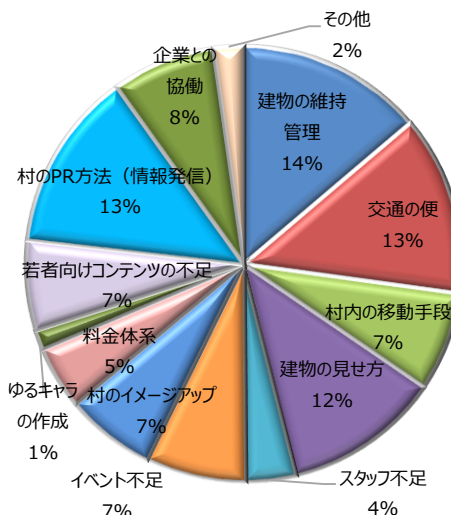
村の活性化に対する課題で、一番回答が多かったのが「建物の維持管理」で14%となっており、来村された方から見ても重要な課題であることが分かります。

次いで「交通の便」「村のPR方法」がそれぞれ13%となっていて、開拓の村に行ったことがない人の理由と共通した、今後の課題となっています。

並んで多かった課題が「建物の見せ方」で12%となっています。開拓の村に行ったことのある人の中でも、また行くことはない理由として「建造物について学べなかった」という理由を挙げている人がおり、目を惹きつける展示のあり方の重要性について喚起しています。

その他、課題としての「イベント不足」との回答は7%でしたが、課題解決に向けての自由記述では、コスプレや体験型のイベントの充実を求める声が圧倒的に多く、今後検討する活性化のキーワードになると考えています。

ただ、現在、村を訪れ、再訪したいと考えている人は、「建造物が好き」「景色・雰囲気が好き」であることを理由としており、現在の村の雰囲気を残しつつ、魅力あるイベントを行うなどの工夫が必要です。



・ 村の50年後の姿と実現のための手段

最後に様々な課題を克服した上で、50年後にどのような姿になっているか、思い描く姿とそれを実現するための手段について自由記載で回答を求めたところ、41件の意見が寄せられました。概要は次のとおりです。

	思い描く姿	手 段
施 設	現状維持、明治村、スペイン村、TD L、コロニアル・ウィリアムズバーグなどのテーマパーク、デートスポット、グローバル交流拠点、建物の中の展示を変える	ユニークな施設、非日常的空間、宿泊体験、建物の展示を増やす、展示物のデジタル化、道直営、民間経営
イベント	現状維持、札幌ガールズコレクションの開催、異世代間交流の場、体験型のイベントや展示の充実、開拓時代の追体験	建造物と風景の現状維持、北海道遺産への認定
そ の 他	東西線を延伸、新幹線駅を新設	道民のもっと身近な存在に、情報発信

○ まとめ

職員から最も多かった提案としては、イベント・体験や施設の見せ方そのものに関するものでした。一方、観光客ばかりを意識するのではなく、現在の建造物の維持管理を今以上にしっかり行うことで、建造物だけでなく、開拓の村が持っている雰囲気も保つことができるといった意見もあり、大変参考になりました。

施設の運営管理は、人員や資金面で難しい点が多くありますが、クラウドファンディングを含むファンドレイジングを用いれば、特定のジャンルに強みを持つ民間の力をうまく活かすことができ、今回のアンケート調査を通じて提案された幅広いニーズに対応することができる手法と考えています。

コラム (6)

観光資源の多様化と広報

従来の観光資源は、レジャー施設や名勝、その土地ならではの食や文化などが中心でしたが、近年はマンガやアニメの舞台となった場所も注目されています。

アニメ化などもされた人気マンガ「らき☆すた」の舞台である埼玉県久喜市（旧鷲宮町）では、鷲宮神社にファンの参拝者が増えたことに着目し、商工会でオリジナルグッズを作成したり、キャラクターの住民登録をしたりするなど観光振興に取り込んで積極的にPRを行なった結果、鷲宮神社の初詣参拝人数が放送開始前の約5倍になり、商工会の歳入高も3割を超える伸び率を示したそうです。

開拓の村にも、マンガ大賞2016年大賞受賞作の「ゴールデンカムイ」に登場する建物のモデルとなった建築物が多数展示されています。既存施設も、アプローチの方法次第で違った面からの活用が考えられ、広報戦略の可能性を広げることができそうですね。



NHK朝の連続ドラマ「マッサン」にも登場の旧青山家漁家

<執筆：佐藤>